扫码看老杨明远发展困局

正宗之争，“商标战火”烧了金字招牌？

发展30余年，店面数一直维持着“十余家”，“老杨明远”如何擦亮“中华老字号”

8月1日，长沙五一大道上，老杨明远眼镜周捷三店与老杨明远眼镜1618店以蔡锷中路为轴，分列西东。虽然都顶着“老杨明远”的招牌，但这两家店铺却各自配上了白底黑字与红底黄字两张不同的门头。

“旁边那家店和我们不是一起的，这里才是正宗的。”老杨明远眼镜周捷三店内，一位留着齐耳短发的女销售员一面说着，一面指了指店内的“中华老字号”和“全国百城万店无假货示范店”两块牌匾。

在上个世纪九十年代被点燃的商标争夺战，似乎还未真正平息。而近日，一起“老杨明远”创始人周捷三向其子女主张赡养费的官司更是闹得沸沸扬扬。这家湖南眼镜行业里唯一的中华老字号企业在如今激烈的行业竞争中究竟前途几何？

■记者 朱蓉
实习生 彭格欣

光看店面招牌，消费者根本分不清哪个是正宗的老杨明远眼镜。 记者 朱蓉 摄

现状

发展30余年 只开出了“十余家店”

8月1日，三湘都市报记者分别走访了营盘路、五一大道上的3家老杨明远眼镜店。其中，仅营盘路店铺在记者到店时有两位老年顾客正在咨询配镜的相关业务，其余两家门店内未有顾客临门，略显冷清。

走访中，使用白底黑字与红底黄字不同招牌的老杨明远店铺的营业员均对记者表示，彼此并不隶属于同一家公司经营，但都是“老杨明远”眼镜。

而三湘都市报记者也发现，与近两三年来在长沙市内主要购物中心不断开出分店的木九十、ZELE、雷朋等受到年轻人喜爱的眼镜品牌相比，上述门店内的墨镜、镜框以及夹片款式相对单调不少，时尚度也难以企及。

据老杨明远眼镜创始人周捷三介绍，该品牌在他执掌时，鼎盛时期曾开出十余家门店，而该品牌的门店数“现在也是十余家”。

先不论多年来“老杨明远”的知名度和市场影响力未能呈现持续强劲的发展势头，在不少人看来，其店铺数三十余年未能有所拓展，已是品牌发展“停滞不前”的佐证。

探因

兄弟商标纠纷 让品牌声誉受损

在三湘都市报记者的随机采访中，10名95后的年轻人在谈及购买眼镜的首选品牌或商家时，均表示未曾听说过“老杨明远”这一品牌，更多倾向于选择博士、暴龙、宝岛等等品牌。原本在湖南眼镜市场上已遥遥领先的老杨明远，为何在近年来的行业市场动态里渐渐没了声响？

随着行业的发展，品牌开始成为很重要的一个竞争砝码。2002年前后，周捷三与其兄弟就“老杨明远”商标的归属和使用权发生了分歧。而后，关于“老杨明远”的商标归属、使用权争夺官司断断续续打了十几年。

“2014年，通过最高人民法院的判决、湖南省高院的调解以及数次家族的内部会议，商标归属的纠纷已经和解。”7月31日，湖南省老杨明远商标服务有限公司副总经理，同时也是周元凯孙辈的周炅闻在接受三湘都市报记者采访时表示，周氏家族目前已共同成立了湖南省老杨明远商标服务有限公司，并通过该公司来向周氏后辈经营的眼镜店进行“老杨明远”的商标使用授权。

据他介绍，目前，周氏家族所经营的眼镜店们虽统一了商标名称，但仍为各自经营的状态。而这也就成为了在上文中提到，归属于不同店主的“老杨明远”眼镜店的服务员们出于竞争意识，自称“我家才是最正宗”的原因。

不过，虽然对周氏家族而言，商标争夺战已经在5年前划下句号，但如此一来造成的长期店面标识混乱和经营方式的内耗对消费者来说，却已造成了品牌认知混乱、消费信任缺失等后果。

“不知道哪一家是正宗的，到后来干脆就不去了，配眼镜还是不能马虎。”今年58岁的长沙市民罗女士表示，“老杨明远”曾是她配眼镜的首选品牌，但随着有名字一样招牌不同的，还有诸如“新杨明远”、“老杨明”等打擦边球的店铺越开越多，让人望而却步。

回忆

曾是湖南行业老大，外来品牌知难而退

配眼镜，到老杨明远。在过去很长一段时间里，老杨明远眼镜可说是湖南消费者心中的一块金字招牌，更是消费者首选的配眼镜去处。

周捷三回忆，从父亲周元凯处接过“老杨明远”的店名后，他带着两个弟弟干起个体户，直到1985年正式创办公司。凭借独传的验光技术，老杨明远的生意一直挺红火。“那个时候，在同行里我们店是老大，做到鼎盛时期，还筹备发起了眼镜商会。”他说。

2005年，来自上海的眼镜品牌吴良材曾进入湖南。不过，仅一年时间，吴良材便在与老杨明远的竞争中露出颓势，并最终选择退出湖南市场。对于这一次的“短兵相接”，周捷三评价，吴良材并未真正意识到眼镜行业本土品牌对市场的影响力，彼时，坚持深耕湖南近二十年的老杨明远已累积了深厚的品牌认知和市场基础。

2006年，老杨明远被国家商务部认定为“中华老字号”企业，而这也是湖南省内眼镜行业的独一份。至今仍挂在老杨明远眼镜店内的老字号烫金牌匾，就是对这一品牌历史承袭、辉煌过往以及市场影响力等方方面面的最好佐证。

破局

放下架子，统一形象，做好做专配镜市场

未来，如何让“老杨明远”重新焕发生机？已退居二线的周捷三认为，在经营过程中要放下架子，不要抱着老字号这个包袱，在技术上精益求精，在制作方面严格把关，“重点守住白领以及中老年市场。”

而周炅闻也透露，为保证产品和技术能够得到严格的把控，老杨明远眼镜店将坚持以直营和联营的模式来经营，而接下来，由周氏家族所经营的“老杨明远”眼镜店们也将会统一商标形象和招牌形象，“依然会坚持在配镜市场做好做专，至少是湖南省内比较好的。”

采访中，对于如今讲究外形的快时尚眼镜品牌大规模进驻购物中心，分食配镜领域内的年轻人市场，两位周氏后人均表示，要坚守“老杨明远”眼镜的本心和经营重心，不跟风，与其进行差异化竞争，擦亮这块“中华老字号”的招牌。

记者手记

跟上时代的步伐 让“老字号”走得更远

每每谈及中华老字号，历史的厚重感便扑面而来。动辄数百年的品牌渊源和发展历史，让其天生便具备了不少年轻品牌所不及的优势——品牌的认同感、知名度以及行业内独到的技术优势。

从玉楼东到火宫殿，从杨裕兴到九芝堂……近年来，对它们讨论更多的则是，“老字号”们如何在日新月异的市场竞争中焕发生机，在同行赛道中继续领跑。也可以看到，火宫殿开出了相对年轻的购物中心店，杨裕兴改进了装修，九芝堂也推出了不少“颜值新品”……

对老杨明远的关注和期待，亦是如此。

虽然配镜是个古老的行业，这一品牌也可最早追溯到明末万历年间，但眼镜这一非快速消费品，其潜在的消费者除了看中质量的中老年客群，还有大量的年轻消费者。

事实上，确保配镜出品的质量与灵活转变经营思路、跟上消费需求变化的时代步伐，并非只能二者择其一。

“中华老字号”的金字招牌，擦亮它的关键，或不在“老”，反而应该是“新”。对老杨明远眼镜而言，如果能够以“质量”+“时尚”两条腿走路，未来的道路则无疑也将更加宽广。

中国长城资产管理股份有限公司湖南省分公司对湖南乐福地医药包材科技有限公司等7户债权资产处置公告

中国长城资产管理股份有限公司湖南省分公司拟对从浦发银行长沙分行收购的湖南乐福地医药包材科技有限公司等7户债权进行处置，该7户债权总额22201.07万元，其中贷款本金16564.74万元，利息4280.92万元，代垫费用126.7万元，孳生利息1228.72万元。贷款方式为抵押、质押、保证，抵押物为房产及土地、质押物为股权及机器设备。

债权资产：

上述债权对应抵押物均在市城区内，其中抵押房产面积合计22776.89平方米、土地面积合计83006平方米，抵质押物均办理了合法有效的登记手续。**欲了解抵质押及保证人详细信息请登陆公司网站http://www.gwamcc.com**

处置方式：分户或组包竞价转让。

交易对象：具有完全民事行为能力、支付能力的法人、组织或自然人（国家公务员、金融监管机构工作人员、政法干警、金融资产管理公司工作人员、国有企业债务人管理层以及参与资产处置工作的律师、会计师、评估师等中介机构人员等关联人或者上述关联人参与的非金融机构法人，以及与参与不良债权转让的金融资产管理公司工作人员、国有企业债务人或者受托资产评估机构负责人员等有直系亲属关系的人员除外）。

公告发布日期及有效期限

自公告之日起20个工作日内有效。

交易条件：一次性付款。

上述债权自本公告发布之日起20个工作日内受理对上述债权资产相关处置的征询和异议，以及有关排斥、阻挠征询或异议以及其他干扰资产处置公告活动的举报。

以上信息仅供参考，最终以借据、合同、法院判决等有关法律资料为准。

受理公示事项

联系人：曹先生（0731-84458563）
陈先生（0731-89917506）

通讯地址：湖南省长沙市天心区湘府西路31号尚玺苑18B栋

邮政编码：410005

分公司监察审计部门联系人：宋先生（0731-89923416）

中国长城资产管理股份有限公司湖南省分公司
2019年8月2日