

# 再诉南方露露 承德露露南方战略能否如愿

持续近八年的南北“露露”商标纠纷再度升级,承德露露的控股股东希望通过诉讼彻底解决“露露”商标的纠纷。3月22日,承德露露发布公告称,河北省高级人民法院立案受理万向三农集团有限公司(以下简称“万向三农”)起诉霖霖集团有限公司(以下简称“霖霖集团”),原露露集团)、汕头高新区露露南方有限公司(以下简称“南方露露”)、香港飞达企业公司(以下简称“飞达公司”)和河北承德露露股份有限公司公司(以下简称“承德露露”)关联交易损害责任纠纷一案,并要求法院宣布上述四方签署的《备忘录》无效。

承德露露相关负责人表示,这是万向三农希望从根本上解决“露露”商标纠纷的举措,最终是谋求承德露露可以跨过长江进入南方市场发展。

## 南北商标之争

公告称,万向三农2018年10月29日开始全面了解《备忘录》《补充备忘录》签订的事实,及存续对承德露露和全体股东合法权益的严重损害。根据董事会决议公告,承德露露应当提起诉讼确认《备忘录》《补充备忘录》无效,并追究被告人、原承德露露董事长王宝林和原承德露露总经理王秋敏等人的法律责任。

万向三农方面认为,《备忘录》《补充备忘录》系王宝林、王秋敏作为露露集团和承德露露的核心管理人员,违背对国有公司和上市公司的忠实义务,违反法律和公司章程的规定,操纵上市公司向关联交易方南方露露及飞达公司非法输送利益的行为,且系伙同林维义和杨小燕合谋秘密签订及伪造。

万向三农有充分的证据证明,《备忘录》及《补充备忘录》是基于王宝林、王秋敏、杨小燕、林维义的恶意共谋,秘密签订和伪造的合同文件。

因此,万向三农请求确认《备忘录》和《补充备忘录》无效,判决霖霖集团及南方露露共同赔偿经济损失1.35亿元,判决第三人飞达公司连带赔偿责任,判决本案赔偿金归属承德露露所有。

承德露露相关负责人向北京商报记者透露,虽然承德露露就“露露”商标问题提起了多个诉讼,但原来的案件主要集中在知识产权层面,此次万向三农提起诉讼要求《备忘录》和《补充协议》无效,进而从根本上解决露露相关的纠纷问题,保障承德露露能够轻装上阵,实现在全国的布局。

据了解,2015年6月,承德露露向承德市双桥区人民法院提起民事诉讼称《备忘录》等相关协议无效,但因缺失部分证据而撤诉。2017年8月,承德露露起诉露露南方及北京沃尔玛百货有限公司建国路分店侵害公司专利权,由于该案受理期间涉案专利权全部无效,北京知识产权法院驳回承德露露的起诉。2018年2月,承德露露再次起诉就南方露露及北京荣诚文华超市侵害商标权,并提出9000多万元的诉讼请求。

记者就诉讼事宜致电、致信南方露露和汕头,但电话一直无人接听,截至发稿时,也未受到对方任何回复。

## 觊觎南方市场

在战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊看来,近年来,万向三农不停地与南方露露就“露露”商标问题不停地提

起诉讼,根本的原因是希望将承德露露推向南方市场。

“在植物蛋白饮料领域一直有‘南椰汁北露露’的说法。但椰汁正从南方走向全国,养元饮品旗下的六个核桃发展也非常迅速,压缩了承德露露的生存空间,承德露露需要拓展更大的市场”。徐雄俊认为。数据显示,2017年,椰树椰汁的产值超过40亿元。养元饮品2018年上半年收入就超41亿元,消费者遍布华北、华东、中南、西南等南北方市场

“万向集团的根基在南方,他们希望通过诉讼从根本上解决露露商标的问题,更重要的是希望能够将露露推广到南方市场,进而获得跟多的收入渠道。”一位知情人士向北京商报记者透露。

据了解,南方露露的成立就是为了拓展南方市场。1995年,当时的露露集团与飞达公司合资成立南方露露。南方露露负责广东、福建、广西、海南、江西、云南、贵州、湖南八省露露的生产和销售,同时,南方露露握有利乐包装使用权,承德露露难以渗透到南方市场。

目前,承德露露相关负责人也坦言,承德露露目前的市场主要集中在北方。资料显示,承德露露旗下三家控股子公司分别为北京露露、廊坊露露和郑州露露。承德露露营销中心也只有华北、西北、东北、中原四个分中心。

在南方,南方露露也获得了丰厚的利润。数据显示,2011年-2017年,汕头露露自销露露杏仁露的销售额达3.78亿元,按平均利润率17.2%计算,获利6500万元以上。

三年来,承德露露的盈利能力却在不断下滑。2018年年报数据显示,承德露露营收21.22

亿元,同比增长0.48%;实现归属于母公司所有者的净利润(以下简称“净利润”)4.13亿元,同比下滑0.13%。

这已是承德露露净利润三年连续下滑。数据显示,2016年承德露露净利润下滑2.78%,2017年,下滑幅度达8.16%。

对于当前净利润连续三年下滑,承德露露相关负责人表示,基本反应了目前的情况,没有出现异常。主要原因是原材料的价格的上涨。“杏仁的价格上涨了80%。”

公告显示,承德露露的销量也有所体现。数据显示,2016年-2018年,露露杏仁露的销量由30.82万吨降至21.33万吨,销售收入也由25.17亿元降至20.75亿元。2018年的,销售费用达4.78亿元,同比增加26.61%。

## 脱困产品老化

香颂资本董事沈萌认为,承德露露不停的诉讼,只能解决企业发展的战术问题,承德露露根本是要解决产品老化、营销方式单一的困境,这些问题导致承德露露无法吸引更多潜在消费者。

据了解,承德露露的主打产品为露露杏仁露,该产品已经销售20多年,在北方形成了固定的消费群体,但南方消费者对该产品并不认可。

不过,承德露露正在通过新品和内部调整努力摆脱目前的困境。进入2018年,承德露露就开始进行调整,首先针对年轻人推出了减糖15%、增加17%杏仁原汁的热饮产品,拓展早餐场景。通过调整推出新品,承德露露产品的毛利率达51.40%增长4.09%。2018年前三季度,承德露露业绩也有所回升,营收

16.74亿元,同比增加7.3%,净利润3.5亿元,同比增加9.76%。

“新产品尚未得到消费者的认可,并且在终端层面,新品尚未完全替换老产品。”上述负责人向北京商报记者透露了目前业绩发展不稳定的原因。

在中国食品产业分析师朱丹蓬看来,承德露露新品只是老产品的升级,主打早餐市场,只是对消费者的引导,效果还有待市场进一步检验。

“最初,承德露露被定位成了冬季饮品,在没有太多竞品的情况下,取得了成功,但竞品不断出现,承德露露需要重新定位。”徐雄俊坦言,“新品定位早餐饮品,与露露产品的特质并不相符”。

除在产品领域发力外,承德露露也在进行管理架构的调整。2018年9月,承德露露对北京分公司的名称、经营范围进行了更改,并增资4398万元。这一动作,被业内人士认为是承德露露谋求搬迁总部的信号。

对于一些列措施,沈萌认为,承德露露需要针对不同消费需求开发新的植物蛋白饮料产品,同时改进产品包装的使用便利性,并开展新的营销理念和策略。

新品短期内不能达到预期,企业又面临下行压力,又发起了多个诉讼,对此承德露露相关负责人表示,从目前的情况看,这提起诉讼可能一个比较漫长的过程。在这个过程中,承德露露需不停的完善自己。

“如果诉讼成功,承德露露将迎来新的发展机遇,但任何诉讼结果都难以预料,承德露露不能仅依靠诉讼,更多是需要打破固有的思维,明确产品定位定位,大胆一点,步子迈得更大一点。”徐雄俊坦言。

(北京商报)

# “猪肉也疯狂”背后:疫情致生猪产能短缺?

以猪价大幅波动为特征的猪周期,因受疫情影响,业内当前已达成共识,即本轮猪周期的行情拐点已提前到来,疫情的出现加速了生猪产能的出清速度。

非洲猪瘟疫情自去年8月国内首次暴发至今已将近8个月,生猪养殖行业遭遇了冰火两重天。从最初的养殖户恐慌性抛售至2019年1月中旬,生猪价格刷新了2006年以来的历史低点。然而,在生猪产能遭受重创的主要因素作用下,生猪价格开始爆发性上涨,开启了本轮猪肉价格的“牛市”。

布瑞克农信集团研究总监林国发接受第一财经采访时表示,养殖行业属于典型的周期性

行情,深度亏损后将迎来行业复苏,持续支撑行业上涨主要在于未来预期好转。非洲猪瘟已严重影响产业的正常运行,预计2019年度猪肉产量将下降15%~20%。参考过去2个周期猪价牛市上涨及供需关系评估,2019年猪价有望刷新历史高点,均价也明显提高。另外,由于疫情严重影响到种猪产能,本轮猪价牛市有望延续更长时间,行业盈利能力提升。

同时,受猪价影响,预计3月份居民消费价格指数(CPI)同比将上涨至1.8%左右,环比上涨1.2%左右。林国发分析,按照猪肉在CPI中2.25%~2.5%的占比,将对4月份同比CPI产生1.35%

~1.5%的正值影响,预计今年二季度CPI将出现明显上涨,达到2.5%~2.7%的影响水平。

## 本轮猪价牛市已经启动

根据农业农村部最新消息:非洲猪瘟疫情自暴发之日起截至2019年3月18日,之前的疫区省份已经陆续解除封锁,现在仅剩9处疫点、疫区地未解除封锁。

1月中旬,生猪价格刷新了2006年以来的历史低点。而在农历新年过后,生猪价格开始爆发性上涨,尤其是前期疫情较为严重的东北、华北地区。布瑞克数据库显示,辽宁在短短不足一

个星期时间,生猪均价即从8元/公斤左右飙升到12.5元/公斤,涨幅高达56%。

林国发认为,这是因为东北及华北地区前期受疫情影响严重,区域养殖深度亏损,大猪陆续出清,无论是主客观因素,都导致补栏不足,年后大猪供应锐减。

搜猪网首席分析师冯永辉告诉第一财经记者,基本肯定的是,新一轮猪周期已经全面开涨。之前一个月,只有仔猪、能繁母猪价格上涨,淘汰母猪价格并没有上涨,但现在连淘汰母猪的价格都在上涨,这反映出当前市场的火热。

冯永辉说,全国生猪市场的

平均盈利情况,在2018年这一年,大概出现了不到10个月的亏损。今年最近一周的生猪市场行情表现较为理想,全国瘦肉型生猪出栏均价在14.5~14.8元/公斤,就目前而言,这样的价格意味着整个生猪行业已经基本上摆脱了亏损状态,南北方都不约而同地出现了生猪供应短缺的现象。

农业农村部数据显示,今年2月,我国生猪存栏环比降5.4%,同比降16.6%;全国能繁母猪存栏同比下降19.1%,环比下降5%。不仅环比降幅较1月扩大,同比降幅更为近10年来最大。

>> 下转13版