

莱绅通灵内斗难言“剧终” 4名董事改选风波中集体请辞

■本报记者 曹卫新

莱绅通灵的内斗依然没有“落幕”。正当莱绅通灵新老实控人就是否罢免董事争辩之际，作为当事方的董事们选择了“化被动为主动”，向董事会集体请辞。

12月21日晚，莱绅通灵发布公告称，公司董事会于当日收到独立董事周小虎和黄德春的书面向董事会递交了辞职报告。此前，公司另一名独立董事胡晓明、董事陈传明已向董事会递交了书面辞职报告。

此前的12月6日，公司新控股股东马峻向公司董事会发出召开临时股东大会的函件，要求召开临时股东大会审议罢免董事陈传明、独立董事周小虎、胡晓明、黄德春，同时推选庄臣为董事，推选黄国雄、钱智、陈益平三人为独立董事等多个议案。对于马峻“改选”董事会的要求，沈东军、董事王峰和三名独董均投了反对票。

4名董事被指未勤勉义务

在拿下上市公司控制权后，新实控人马峻一直在加紧推进董事会改选相关事项。

12月17日，莱绅通灵对外披露的董事会决议公告显示，12月6日，公司董事会收到了马峻发来的提请召开股东大会的函。马峻方要求召开股东大会审议罢免陈传明、周小虎等在任的4名董事。

关于罢免4名董事的原因，马峻方面认为，2021年1月18日，陈传明、周小虎、胡晓明、黄德春以莱绅通灵董事名义向秦淮区人民法院致函，建议法院不对沈东军离婚涉及的莱绅通灵股份进行分割，采取折价补偿方式给付马峻女士相应价款，滥用董事职权。2021年10月26日，陈传明、周小虎、胡晓明、黄德春对沈东军提交第四届董事会第六次会议审议的《关于以无独立请求权第三

正当新老实控人就是否罢免董事“争辩”之际，作为当事方的董事们选择了“化被动为主动”，向董事会集体请辞
12月21日晚，莱绅通灵发布公告称，公司董事会于当日收到独立董事周小虎和黄德春的书面向董事会递交了书面辞职报告。此前，公司另一名独立董事胡晓明、董事陈传明已向董事会递交了书面辞职报告

辞职报告

王琳/制图

人身份参与沈东军与马峻离婚案二审程序的议案)投票成票，而该议案不属于董事会职权范围内的事项。马峻方面认为，董事们的上述行为违反了对公司应尽的忠实和勤勉义务。

对马峻指控的“董事未尽到忠实和勤勉义务”，涉事的三名独立董事均予以否认，另一名涉事董事陈传明则在上市公司召开董事会前一天即提交了辞呈。

上海明伦律师事务所王智斌律师在接受《证券日报》记者采访时表示，“公司董事应当对公司经营事务勤勉尽责，对公司经营之外的事务，公司董事不应当以董事身份发表意见。该三位独立董事并不构成未勤勉尽责，但确有滥用董事权利之嫌。”

实控人将自行召开临时股东会

记者注意到，马峻首次提交的召

开股东大会的申请并未获得通过。

12月16日，莱绅通灵就马峻提交的“改选”相关事项召开董事会进行表决，最终以2票同意，5票反对的表决结果被否决。董事会表决未获通过后，12月21日，公司监事会继而召开会议就上述申请进行表决。表决结果显示，相关议案亦未获通过，3位监事均投反对票。

12月22日，马峻在接受记者采访时表示，“关于召开临时股东大会的申请，我们先向董事会提交，再向监事会提交，这是必须经过的流程。他们否定后，已于昨天向董秘和代理提交了自行召集临时股东大会的通知。”

“从2018年至今，公司业绩连续4年跳水，以每年30%的降幅断崖式下跌。我们希望能加快改组董事会的进程，以摆脱目前公司治理混乱、经营混乱的局面。”马峻补充道。

控制权变更后，新实控人是否可

以提请召开股东大会并罢免董事？王智斌告诉记者，“《公司法》有明确规定，如果公司董事会未履行召集召开股东大会的，连续90日以上单独或者合计持股超过10%的股东，有权自行召集股东大会。只要股东大会审议通过，公司即可以罢免董事，罢免理由是否成立并不影响罢免案的效力。”

从过往案例来看，多数出现内斗的公司留给投资者的不仅是股价表现低迷，还有对公司治理结构和内控是否存在问题的担忧。

香颂资本执行董事沈萌在接受《证券日报》记者采访时表示，“争斗何时能够结束，这取决于新旧大股东之间的利益再分配。上市公司控制权的争夺是新旧大股东之间博弈的延伸，可以看出新旧大股东目前的首要任务都是维护自己的利益，不可避免地会对其他股东造成一定伤害。”

“稀土航母”启航 三大稀土巨头战略性重组获批

■本报记者 向炎涛 曹琦
见习记者 刘 钊

12月22日晚间，五矿稀土公告称，公司接到中国五矿集团有限公司通知，经国务院国有资产监督管理委员会研究并报国务院批准，同意中国铝业集团有限公司、中国五矿、赣州市人民政府等进行相关稀土资产的战略性重组，新设由国务院国资委控股的新公司，中铝集团持有的中国稀有稀土股份有限公司的股权，中国五矿所属企业持有

的五矿稀土股份有限公司、五矿稀土集团有限公司的股权，以及赣州稀土集团有限公司及所属企业持有的中国南方稀土集团有限公司、江西赣州稀有金属交易所有限责任公司、赣州中蓝稀土新材料科技有限公司的股权整体划入该新公司。

本次重组后，公司控股股东仍为五矿稀土集团有限公司，实际控制人将由中国五矿变更为新公司。《证券日报》记者获悉，新公司挂牌仪式或将于近日在江西赣州举行。

五粮液牛年稳中有进 虎年高质量增长可期

■本报记者 许 洁

“2021年，公司实现了业绩、品牌价值、企业形象稳步提升。公司产品结构优化、品牌推广、渠道建设升级、消费者培育、数字化转型、厂商关系提升等方面均取得了新突破。”这是五粮液在“第二十五届12·18共商共建共享大会”上释放的信息。

“即将过去的2021年，是五粮液创新发展、转型发展、跨越发展的关键一年。”五粮液集团公司党委书记、董事长李曙光在会上表示，公司进一步聚焦主业、做强主业，持续补短板、拉长板、升级新动能，以高质量的市场份额提升为统领，抢抓行业结构性繁荣的机遇，取得稳中有进的新发展，实现“十四五”的良好开局。

2021年稳健收官 各项指标亮丽

“时代是出卷人，厂商是答卷人，消费者和投资者是阅卷人。”五粮液集团公司总经理、股份公司董事长曾从钦在《五粮液2021年度营销工作报告》中如此表示。

曾从钦表示，2021年，公司市场份额、产品动销等各项营销指标均取得稳步增长，圆满完成了全年经营目标任务。

具体来看，五粮液核心大单品第八代五粮液实现“价稳量升”，整体量价保持良性，经典五粮液成功导入市场，个性化产品如牛年纪念酒等也悉数亮相；系列酒“优势聚焦”趋势明显，浓香公司完成四大全国性战略品牌、区域重点品牌和部分总经销品牌的优化升级。

渠道上，公司努力提升终端服务能力，推进主品牌和系列酒KA渠道供应链整合，优化渠道精细化服务，积极探索电商合作，加强团购网络建设。此外，公司在北上广深等8个高地市场和14个省会级重点市场取得进一步开拓，实现较好的市场增长。

品牌方面，2021年，在“品牌金融”（Brand Finance）发布的《2021年度全球最具价值烈酒品牌50强》中，五粮液以23.5%的增幅排名第2位，继续保持AAA最高评级。在世界品牌实验室发布的《世界品牌500强》中，排名第251位，同比提升21位，增速居食品饮料行业第一；在《中国500最具价值品牌》中，以14.6%的增幅排名第17位，同比提升2位。

此外，五粮液致力于中国白酒国际化发展，频频亮相博鳌亚洲论坛、APEC峰会、进博会等世界舞台，进一步扩大了五粮液的世界品牌效应。

事实上，自2017年启动二次创业新征程以来，五粮液发展动力足、势头强，这从五粮液近5年的业绩数据中可以看到。当前在高质量发展的引领下，五粮液稳字当头、稳中有进，除了核心管理层对五粮液战略把握正确外，还有就是这个时代赋予的重大机遇。《证券日报》记者据Choice数据统计显示，自2021年1月1日至12月21日，一共有166份针对五粮液的券商研究报告发布，分析师纷纷给予五粮液“维持买入”的评级。仅12月份就有12份券商研报发布，分析师均看好五粮液的未来发展，纷纷给出五粮液“买入”“强推”的评级。

紧抓时代机遇 高质量发展仍在路上

纵观国内整个大消费行业，消费者对于品质的追求越来越高，对于好酒的需求越来越大。做好做大好酒市场逐步成为行业共识，而拥有品牌及品质优势的五粮液，无疑会享受到这个时代及行业结构性增长的红利。

从19家A股上市公司三季报数据中可以看出，高端白酒业绩保持了稳

投资20亿欧元建厂？宁德时代再次被传出海

■本报记者 李 婷

12月22日，据波兰《商业脉动报》(Puls Biznesu)报道，为了向德国出售电池产品，宁德时代计划在波兰投资20亿欧元(约合人民币144亿元)建设工厂。该报道称，宁德时代已经考察了波兰西部的Jawor、Gorzow Wielkopolski等城镇。对此消息，宁德时代对《证券日报》记者表示，“不予置评”。

事实上，这已不是宁德时代第一次被传出海建厂消息。在今年10月，美国电动汽车制造商Electric Last Mile So-

lutions(以下简称ELMS)宣布与宁德时代签署电池供应协议。彼时就有消息称，双方考虑在美国合作建造一家电池工厂，以实现本土化生产。而该消息也未获得宁德时代正面回应。

目前，宁德时代德国工厂是唯一“官宣”的海外工厂。2018年，宁德时代与德国图林根州政府签署投资协议，拟投资2.4亿欧元(约19亿元人民币)在图林根州埃尔福特市设立电池生产基地及智能制造技术研发中心。该电池生产基地主要从事锂离子电池的研发与生产，将分两期建设，计划于

2021年投产，2022年产产后形成14GWh的产能。

不过彼时，宁德时代主要针对向宝马汽车为主的欧洲车企客户提供服务。业内人士认为，眼下特斯拉的柏林工厂投产在即，年产60万辆汽车的目标将对电池供应提出更迫切需求。

行业分析师墨柯对《证券日报》记者表示，理论上，宁德时代在波兰建设工厂是有可能的。宁德时代在全球的竞争对手LG化学已在波兰投资建设电池厂，另一方面波兰是投资欧洲市场一个优选，相比德国更具低成本优势。

头部企业布局十年 谁在领跑无糖茶饮料市场？

■本报记者 许 洁

经过头部企业长年布局，无糖饮料细分市场积累了大量的技术，终于站上了风口。近年来，在资本的推动下，无糖产品辅以高举高打的营销手段，逐渐占领了消费者的胃口。

面对市场上琳琅满目的无糖产品，消费者如何选择也是一道难题。企业也在思考，自己的产品在无糖赛道上是过客还是永恒？在无糖风口下，哪些产品又会迎来发展机遇？

市场刮起无糖消费风

统计数据显示，一般快消品的产品有效销售周期、生命周期，以往是在5年以上(包括线上)，而近两年，一些快消类的产品的消费和生命周期只有18个月。

以SKU(库存保有单位)计，中国市场上目前大约有5000多种饮料，但存活超过5年的品牌不足百个。以包装水为例，2019年全年共产生330个新SKU，至2020年12月份存活率仅为50%。

在茶饮料市场，统一茶里王2002年上市，2011年退出市场；可口可乐原叶茶2010年上市，2017年退出市场；天喔无糖茶2011年上市，逐渐淡出市场；康师傅本味茶庄2012年上市，现已销声匿迹；统一茗茗是茶于2013年上市，后也逐渐淡出市场……

事实上，随着公众健康意识的加强，近几年“无糖之风”快速兴起，无论是资本市场上炒得火热的“无糖概念股”，还是超市货架上陈列越发密集

消费者的新选择，有的企业也在大力宣传“0糖、0脂、0卡”以吸引消费者。据《证券日报》记者了解，十年前，东方树叶率先提出并实现了产品的“0糖、0脂、0卡、0香精、0防腐剂”，可以说是中国无糖饮料的先驱和开拓者。

纵观中国无糖茶产业的发展，长久以来呈现出一条低速缓慢增长的曲线。

2016年以前，国内无糖茶市场的增速仍处于个位数。但到了2020年，中国无糖饮料行业市场规模已到达117.8亿元。其中，2014年至2019年的年复合平均增长率超40%。而2014年至2019年无糖茶年复合平均增长率达32.6%，且预计至2024年仍将维持22.9%的复合增速。预计2024年无糖茶占比将达到12.3%，对应115亿元的市场规模。其中东方树叶是中国无糖茶发展的佼佼者，贡献了绝大部分的增量。尤其是2021年，据尼尔森数据显示，东方树叶的销售额几乎翻了一倍。

“五年前，喝东方树叶的几乎都是稍微有些阅历的人，但这两年，加入了很多年轻群体，这是因为年轻人对于茶这种传统中国文化越来越认同了。”东方树叶品牌经理吴平解释产品今夏爆火的原因，“在小红书笔记上，今年自发新增的关于东方树叶的笔记数量超过了前五年总和的5倍。”

在B站，以东方树叶青柑普洱包装上的仙鹤设计为灵感的传统东方美妆视频，正在引起“Z世代”的热议。

吴平表示，东方树叶想向年轻人传达一杯茶背后所代表的中式审美文化，同时，东方树叶用全球先进制茶工艺复兴传统中国茶的一颗匠心，也让中国茶真正地“出自东方，走出东方”，让“东方”成为品质的代名词。

中国品牌研究院研究员朱丹蓬接受《证券日报》记者采访时表示，东方树叶属于一个前瞻性布局品类，它的崛起是基于国人的健康意识、体重管理以及颜值管理等红利的叠加所致。

以时间换空间，东方树叶秉承“慢即是快”的东方哲学，以继承中国茶的传统作为初心，正在让更多的年轻消费者开始“爱上喝茶”。

不追逐风口的东方树叶

通过颠覆式创新、渐进式升级，将“试错”控制在产品上市之前，保证交到消费者手中的是一个“艺术品”，而不是一个“未成品”，东方树叶刚上市虽然被贴上“最难喝饮料”的标签，但是，在十年过去，东方树叶销量并未萎缩，反而迎来爆发式增长。

“今年爆发式增长的背后，是东方树叶十年坚持的‘长期主义’。同时，也与农夫山泉坚持‘天然、健康’的品牌理念分不开。”快消品专家肖竹青对《证券日报》记者表示，只有真正用心打磨的产品才能走到最后，被时间所铭记。

把时间调回到2011年5月份，带着“中国茶”使命的东方树叶面世了。

据吴平介绍，“东方树叶”这个名字取自周宁的《人间草木》，“茶”字拆开就是草、木和中间的人。这个命名法，准确反映了东方树叶的研发哲学：“简单、干净、纯粹”，反映在物理属性上，就是0糖、0卡、0脂、0香精、0防腐剂。

外行看热闹，内行看门道。对饮料来说，实现0糖、0卡、0脂其实不算难，酸性饮料0防腐剂也不是什么高的门槛，真正难的是如何让中性偏碱的茶饮料实现0防腐剂，以及如何让茶饮料有自

然茶香却又并不添加任何香精，还有如何确保茶汤在保质期内不氧化变色。后三者可以说是饮料行业中的技术天花板。

为了实现这些产品标准，农夫山泉在十年前就开始钻研无菌生产技术，布局了国内第一条log6无菌生产线。所谓无菌log6，简单来说，就是生产一百万瓶饮料都不会有一瓶被微生物污染，可以做到完全不用添加防腐剂，保证茶味的纯正。

时至今日，农夫山泉已经拥有了数十条这样的无菌生产线。除了独门中性饮料无菌技术，东方树叶还解决了茶汤易氧化变色的大难题。

如果细心观察，会发现市场上绝大部分茶饮料都是全包式标签，因为这样可以一定程度上遮挡了色的茶汤。只有东方树叶采用两面全透明的包装，因为它做到了不氧化变色，把内容物大大方方地展现在消费者面前。

东方树叶的研发人员用一种近乎笨拙的方式做产品——不惜工本，不惜时间成本，反其道而行。超前的log6无菌技术，独门的茶汤控氧工艺，让“东方树叶”从诞生伊始就站在了行业的制高点上，即便到今天依然难有模仿者。

带着做好中国茶的使命进入茶行业，东方树叶用了十年来潜伏和坚守。“东方树叶并不相信也不曾追逐所谓的‘风口’，无糖浪潮和东方树叶成功的背后，其实是对传统茶文化的自信。茶，本不应该有糖、不应该有香精、不应该有防腐剂，我们因此坚信了十年，并用‘独门’技术把它实现了，仅此而已。”吴平对《证券日报》记者如此表示。

或许，这就是东方树叶最终能够成功的密码。