



越博动力董事会内斗上演“全武行” 双方发生肢体冲突监管火速发函

▲本报记者 曹卫新 肖艳青

12月8日晚，越博动力发布公告称，12月7日上午8点45分左右，公司原董事长李占江及其配偶李莹召集社会人员合计超过50人(均非公司员工)占领即将召开董事会的会议室，试图阻止公司董事会的正常召开。期间，双方发生肢体冲突，上市公司方面有3名员工受伤。

有接近李占江方面的知情人士在接受《证券日报》记者采访时表示：“并没有那么多人，当日随着李占江夫妇前去开会的团队成员约20人，多数人员没有上楼，仅有4人陪同李占江夫妇前往四楼会议室参加会议。”

双方各执一词，真相究竟如何?12月8日晚18时左右，记者前往越博动力位于南京市建邺区嘉陵江东街18号的办公楼了解情况，公司在楼层一片黑暗。据大楼保安介绍，公司员工已经下班了。对于12月7日上午越博动力发生的冲突，保安表示并不知情。

一则公告
揭开董事会内斗面纱

12月7日晚，越博动力公告称，监

于董事长李占江现时到未清偿的债务金额较大，且已被列为失信被执行人。公司董事会认为李占江不符合董事任职资格，提请罢免其董事及董事长职务。同日，越博动力董事会决定补选贺靖、周学勤为公司非独立董事，并聘任贺靖为公司总经理。表决结果显示，上述议案均以4票同意，1票反对表决通过。至于是谁投了反对票，当日的公告中并未提及。

上述接近李占江方面知情人士告诉记者：“当天李占江参加了董事会，那一张反对票就是李占江投的。”

记者梳理公告获悉，目前公司正在筹划控制权转让相关事宜。依据11月30日晚公司发布的公告，李占江与贺靖已签署相关表决权委托协议。那么为何双方要在此时就董事会席位展开争夺?

12月8日晚间，越博动力发布的《关于重大事项的公告》揭开了董事会陷入内斗的面纱。

公司方面在公告中详细描述了12月7日董事会召开前公司方面与李占江夫妇发生的冲突。公告显示，双方冲突期间，李占江方社会人员(其中一人携带管制器械)率先殴打公司员工，引发肢体冲突，导致公司3名员工

受伤。公司报警后，部分社会人员当即逃跑，其余动手打人的社会人员被气愤填膺的公司员工包围。警察到场后，将滞留现场的社会人员带走，并没收了管制器械。截至目前，上述社会人员、李占江及其配偶李莹均处于配合警方调查的过程中。

交易所
火速发函问询

越博动力内斗一事引起监管关注。12月8日晚，深交所火速下发关注函，要求公司核实并说明董事会罢免李占江非独立董事及董事长职务、解聘李占江总经理职务并聘任贺靖为总经理等相关议案的提案背景及具体原因，发出会议通知、审议及表决具体过程，董事会召集召开、提议、审议表决等程序是否合法合规，决策是否审慎，董事会成员是否履职尽责。

对于原董事长李占江现时到未清偿的债务金额较大，且已被列为失信被执行人一事，深交所方面要求公司补充说明公司及控股子公司将应收账款转让给李占江相关事项是否存在分歧或其他纠纷，李占江是否具备受让上述应收账款的经济能力，上述安

隆基绿能拟30亿元 投建年产15GW单晶组件项目

▲本报记者 殷高峰

隆基绿能12月8日发布公告称，公司全资子公司隆基乐叶光伏科技有限公司与芜湖经济技术开发区管委会签署投资协议，就公司在芜湖市投建二期年产15GW单晶组件项目达成合作意向。根据投资协议，预计项目投资总额约30亿元。

“不领先不扩产”是公司一直以来坚持的经营策略。公司拟投建的项目符合公司未来产能规划，有利于公司充分发挥技术和产品领先优势，抢抓光伏市场发展机遇，进一步提升公司产能规模，不断提高市场竞争力。”隆基绿能相关负责人对《证券日报》记者表示。

芜湖二期组件项目是隆基绿能近期公布的第二个产能扩张计划。

11月22日，隆基绿能发布公告称，与鹤山市人民政府达成协议，拟在广东江门鹤山市投建年产10GW单晶组件项目，预计投资总额为25亿元。

“这两个项目的布局利于公司的出口业务。”上述负责人表示，江门和芜湖在出海方面都具有一定便利性。

万联证券投资顾问屈放表示，“随着硅料产能释放，产业链价格预计逐

步回落，2023年全球光伏新增装机有望保持快速增长，预计2023年全球光伏新增装机或达350GW。”

隆基绿能创始人、总裁李振国在四年前曾预测2030年全球每年光伏新增装机规模要达到1000GW。

“站在碳中和的角度，目前规模远远不够。我们预计需新增光伏装机1500GW至2000GW，并需连续安装30年才能真正支撑能源转型。”上述负责人表示。

光伏行业快速发展的同时，也吸引了诸多“跨界玩家”。据不完全统计，今年以来，已经有30家来自不同行业的上市公司宣布跨界光伏，包括沐邦高科、皇氏集团、正邦科技等。

“光伏产业链各环节在快速扩张，但市场担忧产能过剩。而是从行业长期发展角度看，充分竞争更有利于行业的进步。”屈放表示，随着各环节的产能陆续释放，可能在一定程度上会出现供大于求的情况，但也会促使企业加大研发，降低成本，提升竞争力，有利于行业健康发展。

“光伏行业属于技术密集型、资金密集型行业，需要不断地扩产，也要把新技术、新产品、新工艺等应用到新制程中。”北京特亿阳光新能源科技控股有限公司总裁祁海坤对《证券日报》记者表示。

本版主编于德良 责编屈薇 制作曹秉琛 E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785

顺风车行业2025年交易额或达1139亿元 各方应如何共建让行业更安全?

作为移动出行细分领域，顺风车行业经历了近十年发展，已成为越来越多人的日常出行选择。在过去一两年中，也得到越来越多出行玩家关注。

同时，经过了几年的强化安全建设，基于技术、产品、客服、流程机制、外部合作的全面加强，如今主流顺风车行业在安全体系方面已构筑起全方位安全体系。而如何让安全体系更有效地保障用户出行安全，各家平台都在积极探索。

近日，适逢第十一个“全国交通安全日”，顺风车行业代表企业之一嘀嗒出行发布了《新出行三方安全用户实操手册》，倡导平台、用户、行业各方形成合力，共塑共创安全文明的新出行之路，同时倡导每位用户都做好自己的安全第一责任人。

顺风车行业市场
潜力巨大

天风证券报告显示，国内四轮出行市场包括出租车扬召、出租车网约、网约车和顺风车，顺风车虽然只占1%份额，但其增长态势强劲。报告称，预计未来五年，顺风车将是增长最快细分市场，2025年交易额将达

到1139亿元。

顺风车行业经过八年发展，在安全体系、服务体系和产品体验等方面已取得长足进步，同时，行业发展也日趋成熟。“嘀嗒出行过去几年一直积极助力顺风车行业标准和法制建设，探索多方共建的顺风车治理新模式，推动顺风车的规范健康可持续发展。同时也在积极探索顺风车文化建设，使其成为涵养社会正能量的重要依托。”嘀嗒出行联合创始人、市场副总裁李金龙表示。

一位业内人士表示：“大众对顺风车行业的需求和体验感其实差异非常大，对于出行成本的考量也是有差异的，选择乘坐顺风车多数是看重成本更低，且又好又便宜。行业经验是，‘真顺风’的严格意义，顺风车赛道空间不如网约车那么大，但另一方面，普惠、低价的四轮出行的需求又是非常大的，基于这类体量庞大的出行需求，值得我们继续看好顺风车行业的未来。”

此外，顺风车业务的发展与私家车保有量和增长趋势密切相关。“相比美国等成熟市场，中国的私家车千人保有率还很低，未来提升潜力巨大，因而，顺风车的市场前景十

分广阔。”

顺风车安全
需平台用户和行业各方合力

自2018年9月份以来，随着交通运输新业态协同监管机制建立，顺风车行业政府监管力度全面提升，也让顺风车行业自身的安全难题得以破解：即顺风车平台的安全需要多方合力共建，方可让公众出行安全得到更加有效和高效保障。“依法合规是顺风车平台履行安全主体责任的基本要求和本前提，这包括：平台合规、车主均为私家车车主合规且通过背景筛查，车辆合规。”业内人士表示。

上述顺风车企业高层人士表示：“顺风车行业的一个遗憾是，恶性事件一度影响了整个顺风车行业的社会形象，也一定程度上影响了公众信心。但同时，也促使整个顺风车行业，过去几年在安全体系与合规建设方面持续大力投入，这也让今天的顺风车平台在系统、安全水平方面有了质的提升。”

另一方面，各家顺风车平台都在持续做好用户出行安全意识的培育和强化，包括具体产品安全规则、机制的持续夯实。这也有助于公众对顺风车业态本身，以及顺风车安全理解程度的深入。从实际看，近几年顺

风车行业安全现状日趋平稳，越来越多的用户都清晰知道如何在出行中如何保障自身安全。

2019年，嘀嗒出行首次提出顺风车“出行三方安全观”，即作为平等互动的非商业出行的参与者，车主和乘客是平等的民事法律关系主体，顺风车平台、车主和乘客均须承担各自安全责任。

今年10月份，嘀嗒出行发起“嘀嗒安全之道·新出行三方安全观”共塑行动计划，旨在通过与用户共创平台安全新体验、创新用户宣导机制，以及与行业各方形成创新合力三方面，与用户、行业共同开创“三位一体”的全新出行安全体系格局。

过去三年，嘀嗒出行在强化用户的出行安全责任意识方面持续创新，从每年交通安全日的联合公益倡议，安全生产月用户安全体验活动，到出行安全知识有奖挑战和“嘀嗒安全之道·安全小课堂”，用户参与度持续提升。

以“嘀嗒安全之道”首期“系好安全带”活动为例，通过致用户倡议书、话题互动、安全小课堂等形式，共吸引超40万名网友参与。

如何解决行业
安全痛点?

当然，作为新业态，顺风车安

全建设还需要持续探索。有观点认为，明确界定顺风车的法律性质，制定合理明确的安全标准，同时对车主的资质审查、乘客的信用评价以及配套推出的保险产品等进行规范，是解决顺风车行业安全痛点的有效路径。

当前，顺风车行业仍存在一些共性问题，即如何有效规避人车不符和跨平台多拼等，针对后者需要各家平台通力协作方可实现。而针对人车不符，其实涉及到两个问题，一个是“人不符”，即车主本人注册信息与订单信息不一致；另一个是“车不符”，即车辆信息与订单信息不一致。

嘀嗒出行技术负责人表示，嘀嗒出行针对“人车不符”已搭建起闭环保障流程：

- 1.在严格限制车主每天接单次数，打击非法营运车辆的基础上，所有车主接单前必须通过活体人脸识别，目的是有效验证车主身份、驾驶背景和风险评估，实现智能化预警，防止换人换号。
- 2.乘客确认上车前，嘀嗒出行App会通过“车主信息核验卡”提示乘客进行车主车辆信息确认，确保车辆与订单信息一致。
- 3.此外，平台会对存在“人车

不符”问题的车主进行严肃处理，除严格车主行为分管理制度外，还会加强多维度的安全意识宣导。

在顺风车场景下，“精准”是保障行车安全和效率的首要前提。今年以来，嘀嗒出行自研司乘同显能力实现大规模提升，极大程度提高了业务安全运营能力和用户体验保障能力。“这意味着，当多个订单拼成时，乘客端不仅可以更加精准查看车主的准确位置，还能更好地了解与自己订单相关的接送驾路线、剩余时间和剩余距离等信息；同时，车主端也能掌握完整的拼单路线和前往最近途经点的分段路线，根据合理接送顺序，满足不同乘客的出行需求，减少乘客等待时间，同时规避安全风险。”

“作为绿色低碳的共享出行，顺风车既是大众出行刚需，也是城市交通发展的客观需要，同时，随着顺风车碳减排团体标准的进一步落地应用，顺风车在助力碳中和、唤醒大众绿色低碳意识提升的意义将进一步凸显，这有望让顺风车行业迎来越来越多政策支持。”上述顺风车企业高层人士表示。

(CIS)

坚守长期主义战胜周期 澳优今年收官各项业务稳步发展

2022年注定又是一个不平凡之年。作为奶粉行业龙头企业之一的澳优乳业，今年同样也是不平凡的一年，不仅迎来新控股股东伊利，同时还根据市场变化主动调整。如今，再有不到一个月2022年将画上句号，澳优在伊利的加持下，公司的调整是否到位?各大品牌的市场表现如何?

各项业务
稳步推进

据了解，成立于2003年的澳优乳业从长沙出发，经过19年的发展，公司已经成为一家高度全球化的乳企。目前，在全球建有10座工厂，其中海外市场有8座工厂(荷兰5座，澳大利亚2座，新西兰1座)，成立了2个研发中心。

在澳优的业务板块中已经形成了配方奶粉、保健食品、特医食品、个性化营养品及服务等的生命全阶段营养呵护体系。产品足迹遍及全球60余个国家和地区，市场占有率位列中国婴幼儿配方奶粉排名前五。

不过，经过前几年高速发展后的澳优乳业也遇到了一些困难，一方面来自于国内新生儿出生率下降，一方面又有疫情等因素带来的市场压力。今年上半年，澳优主动对渠道策略进行了一系列的调整。

对此，澳优乳业相关负责人表示，“今年公司对渠道策略进行了一

些调整，对业务的增长产生了一些短期的影响，但公司坚持长期主义发展企业，年度内各项业务稳步推进，始终致力为消费者提供更好的产品和服务。”

具体来看，佳贝艾特坚持以消费者需求为中心，加速科研驱动产品创新，打造了覆盖全年龄人群营养需求的羊奶粉产品组合，在产品维度持续拓展羊奶品类的边界，引领整个行业持续突破向前。

而海普诺凯1897在深化渠道、产品创新的基础上，推出了“新代言、新计划、新公益”的“三驾马车”，将“品牌力”打造作为企业价值链条上最重要的环节，致力于建立基于生活方式的品牌护城河，助力澳优奶粉打开未来发展的新增长极。近日，海普诺凯1897更是将其主力系列之一——萃护系列产品的奶源焕新升级为更易吸收的臻稀A2蛋白*奶源。升级奶源后的萃护系列将成为进口奶粉中少有的以“A2蛋白*奶源+益生菌+益生元”三重营养呵护，实现消费者更高效消化吸收功能的营养选择。

另外，作为澳优奶粉品牌的“长子”，澳优能立多立持续加大其十余年市场积淀的优势，通过充分把握进口、国产结构性成长的机遇，开拓营养元素的细分市场，构建了多元化产品矩

阵，推动市场销售实现升级进阶。

“黄金十年”
第二阶段已完成目标

值得一提的是，在2015年，澳优正式提出“黄金十年”发展战略，制定了从一个中国领先的婴幼儿配方奶粉公司，发展成为全球化的高端营养品及营养健康服务公司的战略地图。而今年是澳优“黄金十年”的第二阶段“成为婴幼儿配方奶粉及营养品代表企业”的时间节点。

对此，澳优方面表示，2022年，澳优已实现“黄金十年”第二阶段的目标，产品矩阵持续拓展，目前已形成配方奶粉、保健食品、特医食品、个性化营养品及服务等的覆盖全人群、满足全生命周期精准营养健康服务需求的营养呵护体系。

在婴幼儿奶粉，澳优三大核心品牌：佳贝艾特、海普诺凯1897及能立多近年来均取得稳健增长，跑赢整体行业表现。

据尼尔森(Nielsen)市场研究报告显示，澳优旗下唯一羊奶粉品牌——佳贝艾特销量自2018年以来已连续4年占中国婴幼儿配方奶粉总进口量超60%，全球羊奶粉销量第一品牌的地位持续巩固；自家羊奶粉自成立以来越来越高速增长，过去五年的年复合增长率为34.1%，其中海普诺凯

1897业务单元过去五年的年复合增长率更达61.7%。

成人奶粉业务布局不断夯实，目前，澳优已推出佳贝艾特特嘉全羊奶粉系列，包含“特嘉高钙富硒”和“益生菌+益生元”配方羊奶粉。今年佳贝艾特全新推出的“特嘉葆护”及“特嘉深心”中老年羊奶粉，以及澳滋奶、澳滋中老年牛奶粉及合力素成人奶粉，还有包含佳贝艾特、海普诺凯1897、能立多、澳优优+等系列品牌的孕产妇奶粉等，持续扩大其成人奶粉品类，以多元产品满足更多成人营养需求。

另外，澳优的营养品领域不断突破。据澳优2022年上半年业绩公告，公司营养品业务收入为7880万元，同比增长15.4%；特别是益生菌相关产品总销售额为5400万元，同比增长82.4%，其中核心产品爱益森首护(独家采用2021年4月澳优旗下益生菌业务品牌铺旗生物获批的中国第一株自主研发菌株——MP108 鼠李糖杆菌)，已覆盖27个省份逾2600家线下门店，并进驻多家大型电商及新零售平台。

澳优相关负责人表示，铺旗生物是澳优进军益生菌业务、发力大健康领域的“主力军”，近日，其申请的发明专利《可促排便的组合物及其用途》，已获得国家知识产权局授权，助力实现了中国后生元应用领域新突破，也为

澳优益生菌业务发展持续加码。

值得一提的是，今年上半年，澳优研发的一款特殊医学用途婴幼儿无乳糖配方食品获批湖南省首张特殊医学用途配方食品生产许可证，并正式推出海普诺凯1897首款特殊医学用途婴幼儿无乳糖配方食品“稚舒”，实现了湖南省特殊医学用途配方食品零突破。

可以说，在打造全家营养大健康的领域，澳优乳业各项业务都在有序推进中，且已经取得不俗的成绩，如今，有了伊利这棵大树的加持，双方均拥有顶级的国际化资源，协同效应也进一步成为外界的观点。

伊利加持
双方协同发展效果显著

值得一提的是，今年3月份，伊利收购澳优59.17%的股权，正式控股澳优。有了伊利的加持，外界对于双方的协同发展纷纷表示看好。那么，经过近一年的发展，双方的协同效果如何?

对此，澳优表示，伊利成为澳优新控股股东，对澳优的发展非常有益，双方协同后的发展成效较为显著。“伊利进驻以来，澳优在保持企业独立运营的基础上，实现与伊利在全球资源、管理运营经验等方面持续双向赋能，通过优势互补，优化资源配置与营运效率，双方在业务学习和交流等方面深

入、全面合作。随着双方在上游奶源布局、研发创新、供应链构建、产品组合、人才培养、国际化开拓、品牌建设以及终端渠道开发等方面的合作不断深入，协同效应也将逐步释放。”

据了解，今年9月份，澳优披露与伊利订立三项框架协议，针对澳优为伊利提供关于生产奶粉(婴幼儿配方奶粉除外)及相关产品的加工服务、伊利在协议有效期内不时向澳优购买羊奶粉及相关产品、澳优于协议有效期内不时向伊利购买基粉及相关成分等方面进行约定。

对于双方此次订立的协议，在业内人士看来，这份协议将更有效地发挥双方优势，尤其是两者多年来在不同国家建立的产能及资源，将进一步提升澳优与伊利之间的协同效益。

事实上，在迈入高质量发展的道路上，有了伊利的加持，澳优的未来发展被业内纷纷看好。

安信国际证券消费行业分析师曹莹表示，伊利在乳制品有广泛的布局，且在中国拥有庞大的销售网络。双方能够在产品组合、奶源供应、销售网络等方面进行合作，澳优有望从中受益。

在曹莹看来，尽管行业竞争加剧，头部企业相对有更强的竞争优势，未来市场集中度还将提升，看好与伊利携手共进的澳优未来的业绩表现。

(CIS)