

# 奥联电子突发“黑天鹅” 钙钛矿项目关键人物相关履历被指“造假”

■本报记者 曹卫新

钙钛矿概念股奥联电子突发“黑天鹅”事件。

2月21日上午,中国华能集团清洁能源技术研究院有限公司(以下简称“华能清能院”)在其官方公众号上发布澄清声明称,奥联电子于2023年2月13日发布的《关于对深圳证券交易所关注函回复的公告》部分内容严重失实。公告中某简历中有关华能清能院的描述严重不实。胥某未曾受邀到访华能清能院,也未曾参与华能清能院钙钛矿中试线的任何设备调试和工艺研究,公司与其个人亦无任何业务往来。

受上述消息影响,奥联电子股价大幅跳水。截至收盘,奥联电子报收于30.58元/股,跌幅达20.01%。

2月21日下午,奥联电子工作人员在接受《证券日报》记者采访时表示,“我们之前发布的信息(公告内容)都是没问题的,都是有证据的,会给澄清公告。”

但截至发稿,公司尚未发布澄清公告。

2月21日晚,深交所向奥联电子下发关注函,要求公司核实说明胥明军是否参与华能清能院钙钛矿相关设备调试和工艺研究,如是,需说明其在华能清能院承担的具体工作内容、工作时间,“指导完成”华能清能院相关工艺设备设计及验收的具体体现等。

## 跨界布局 钙钛矿被监管问询

2022年12月9日,奥联电子对外宣布,子公司海南奥联投资有限公司近期与自然人胥明军共同出资设立南京奥联光电科技有限公司(以下简称“奥联光电”),并签署《投资合作协议》,双方约定利用各自优势资源快速建立、完备钙钛矿太阳能电池制备技术体系和制备能力,完备钙钛矿太阳能电池工艺装备研制体系和规模化生产能力,提升在钙钛矿光伏领域的行业竞争力。

奥联电子主要从事汽车动力总成汽车零部件产品的研发、生产、销售,该公司钙钛矿业务布局从人员、技术到管理均依赖于这名自然人胥明军。

2月10日,深交所向奥联电子下发关注函,要求公司详细说明拟从事

## 上市公司信息披露应该“言而有信”

■张敏

上市公司信息披露遵循真实、准确、完整、及时、公平五大基本原则,这是对股东权益的保护,也是资本市场健康发展的基石。然而,在具体的实践中,仍有个别上市公司信息披露违背上述原则。



- 2月21日,华能清能院发布澄清声明称,奥联电子公告中部分内容严重失实
- 奥联电子接受媒体采访时就华能清能院声明进行了回应,表示公司对外发布的信息都有证据,正在核实相关情况

钙钛矿太阳能电池研发制造相关领域的背景,特别是合作方胥明军的履历、背景、既往工作研究成果等情况。

2月13日,在关注函回复公告中,奥联电子不仅重申了选择做钙钛矿太阳能电池及其制备装备的研发生产的可行性,还披露了“关键人物”胥明军的履历。

据公告,胥明军长期从事军事工/科技型企业管理,专注于钙钛矿太阳能电池技术研究和钙钛矿太阳能电池制备工艺装备的国产化、自主化和体系化。2020年5月份至2022年9月份,胥明军还担任过杭州众能光电科技有限公司顾问,无锡众能光储科技有限公司副总经理,浙江众能光储科技有限公司生产总监。

胥明军在钙钛矿行业的主要经历也非常丰富,包括完成100×100mm钙钛矿电池组件实验线全部工艺设备国产化研制;指导完成华能清能院550×650mm钙钛矿电池组件中试线工艺设备设计;指导华能清能院550×650mm钙钛矿电池组件中试线效率验收达标,最高认证效率达到16.8%等。

## “关键人物” 相关履历遭“打假”

2月21日,华能清能院发布澄清声明称,奥联电子公告中部分内容严重失实。不存在“指导华能清能院550×650mm 钙钛矿电池组件中试线

效率验收达标,最高认证效率达到16.8%”等相关事实,且文中“16.8%”的认证效率数据为杜撰数据,与公司认证数据不符。

华能清能院表示,“以上不实信息已通过新闻、公众号等网络平台广为传播,对本公司声誉产生严重的负面影响。针对南京奥联汽车电子电器股份有限公司的该行为,本公司将保留追究其法律责任的权利。”

2月21日下午,奥联电子方面在接受媒体采访时就华能清能院声明进行了回应,表示公司对外发布的信息都有证据,正在核实相关情况。

“我们和上市公司没有任何交流,不清楚他们有什么证据,上市公司方面如果有证据可以发布公告。关于数据方面,可以参考我们公开发布的信息。”华能清能院相关工作人员对《证券日报》记者表示。

记者查阅华能清能院官方公众号获悉,2月6日,华能清能院曾对外宣布,“近期团队研发的3500平方厘米级别大面积钙钛矿光伏组件取得18%以上的第三方测试效率,是国内外已有报道同级别组件的最高值。”

“550×650mm钙钛矿电池组件的大小与一般的显示器大小差不多,华能清能院的数据还是可信的。胥明军的履历很亮眼,但这个名字之前我们没有听说过,也是看到奥联电子发布公告后才知这个行业里有这么一个人。”一位从事钙钛矿

## 要“靠得住”

全面注册制已按下“启动键”。证监会表示,将坚持以信息披露为核心,将核准制下的发行条件尽可能转化为信息披露要求。这意味着在全面注册制下,监管机构对上市公司的信息披露要求更为严格,上市公司违规成本将进一步上升。

在笔者看来,上市公司信息披露应该“言而有信”。言,意味着上市公司要对投资者重点关注的方面,比如经营状况、财务数据、发展战略、对外投资、股东情况等及时进行披露,给投资者决策提供依据。信,是要求上市公司做到信息披露的“真实”“准确”“完整”,信息披露

研究近10年的专业人士对《证券日报》记者表示。

## 股价闪崩 投资者拟抱团维权

搭上钙钛矿概念的奥联电子近一个多月来股价大幅上涨,累计涨幅一度超过200%,股价最高涨至45.24元/股。

但合作方相关履历遭“打假”后,奥联电子股价大幅跳水。记者注意到,在社交媒体上,已经有投资者建立了奥联电子维权群,要声讨上市公司。

“我们也接到了投资者的维权咨询,不过究竟是谁在撒谎,还不好判断,上市公司还没有发澄清公告。”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。

“上市公司作为信息披露义务人应当确保公告内容符合客观事实,如果胥某的履历存在虚假成分,上市公司仍是信息披露第一责任人。当然,公司可以向胥某进行追责。目前来看,投资者还没有办法向上市公司进行索赔,如果上市公司被监管部门认定为公告内容存在误导性陈述,投资者因股价剧烈波动造成了财产损失是可以进行民事赔偿诉讼的。”王智斌表示。

奥联电子与华能清能院双方各执一词,真相究竟如何?本报将对此进行跟踪报道。



“马上就评”

“至于降价后的前景如何,还需等待市场给出答案。”张帆表示,2022年部分车企曾通过牺牲销量,锁定高价来实现经营利润的保全。但事实证明“保价缩量”的策略并不见效。如今,各家车企用行动表明他们选择了“降价保量”。

值得一提的是,作为动力电池所需的原材料,工业级碳酸锂价格已经从去年11月份近60万元/吨的历史高点,下跌至今年2月21日的42.9万元/吨,跌幅高达28.5%。动力电池占据电动车总成本的40%至70%,如果原材料价格能够继续下探,将为企业降本创造更多空间。

在此背景下,燃油车企也下大力气开展新能源车型的研发、投放和宣传。然而,传统车企的纯电动车型在市场终端表现并不理想。尽管其在品

## 新能源车替代加快

从2022年国内销量份额来看,新能源车型对于燃油车型的替代正在加速,直接导致多数合资品牌市场份额下滑,自主品牌市场份额顺势增长。在比亚迪和特斯拉引领的“油电同价”竞争策略下,曾经销量遥遥领先的传统合资品牌如今遭受的冲击更大。

在此背景下,燃油车企也下大力气开展新能源车型的研发、投放和宣传。然而,传统车企的纯电动车型在市场终端表现并不理想。尽管其在品



热点追踪

## 宁德时代对“锂矿返利”缄默不言 变相促销还是看空锂价?

■本报记者 李婷

连日来,一则宁德时代推出“锂矿返利”方案的消息备受市场关注。

据报道,有消息称宁德时代近期正主动向车企主推荐“锂矿返利”。核心内容是,未来三年,一部分动力电池的碳酸锂价格以20万元/吨结算,但同时,签署合作的车企,需要将约80%的电池采购量承诺给宁德时代。据传闻,该方案面向宁德时代部分战略合作车企,合作将在今年三季度开始执行。

另据最新报道,阿维塔科技确认目前正在与宁德时代协商沟通上述方案并表示,“应该会与宁德时代签署这个协议,但还没有具体的时间。”

截至目前,宁德时代官方却并未对“锂矿返利”作出回应,但市场却持续热议。

## “锂矿返利”意欲何为

如果上述报道属实,这意味着宁德时代“锂矿返利”有可能将碳酸锂价格“打”到了20万元/吨的“地板价”,是目前市价的五折以下。

目前,1GWh 铁锂电池大约需要590吨碳酸锂,1GWh三元电池大约需要690吨碳酸锂,如按1GWh可装两万台车粗略计算,碳酸锂每调整10万元/吨将影响每辆车2950元至3450元的利润。因此,短期内,“锂矿返利”确实对车企吸引力极大。

江西新能源职业技术学院新能源汽车技术学院院长张翔对《证券日报》记者表示:“宁德时代是消费者非常熟悉的品牌,如果宁德时代真的推出锂矿返利优惠,还是非常诱人的。”

有市场观点认为,宁德时代动力电池一直维持较高毛利率水平,而上述“锂矿返利”本质是拿出部分盈利补贴资源价格,宁德时代主动降低电芯价格,让出一部分利润,换来的是对车企客户的进一步绑定,从而巩固市场份额,也是一种变相降价促销。

张翔进一步表示,在去年之前,

## 白酒消费摸底:

## 多款茅台酒售价领涨 白酒业去库存冷热不均

■本报记者 冯雨瑶

2月21日,《证券日报》记者走访位于北京市东直门的一家烟酒店,该店工作人员介绍,近段时间多款茅台酒价格上涨。“整体消费形势向好,茅台酒价格相应上涨也属正常现象。”

上述烟酒店工作人员表示,其所售53度飞天茅台酒散瓶2月21日售价为2900元/瓶,原箱当天售价为3200元/瓶。“最近都在涨价,接下来应该还会涨。”该工作人员称。

而除飞天茅台外,记者了解到,茅台旗下的其他白酒品牌如部分生肖酒、陈年酒等价格也均有上涨。另一家茅台专卖店工作人员则向《证券日报》记者介绍:“生肖茅台甚至一天就涨了1000元/瓶。”

## 多款茅台酒终端价格上涨

近段时间,茅台旗下多数产品价格迎来一波“小阳春”。

据记者梳理,仅仅在2月21日当天,53度飞天茅台2023年原箱及2022年散瓶价格分别上涨了10元/瓶;茅台生肖酒方面,鼠年、猪年生肖酒涨价则在20元/瓶;其他系列产品中,例如精品茅台亦涨价20元/瓶;更有甚者,“马茅”曾于2月20日当天暴涨1000元/瓶,至20800元/瓶。“未来价格大概还再涨。”上述茅台专卖店工作人员对《证券日报》记者表示。

武汉京魁科技有限公司董事长肖竹青告诉《证券日报》记者,“茅台酒产能供给本就有限,开年后市场需求进一步提升,供不应求导致终端涨价。”

记者注意到,在众多茅台产品中,“茅台1935”仰仗销售终端力荐,正脱颖而出,有望成为茅台旗下又一明星产品。

“茅台1935是千元价格带销售较好的一款产品。”上述茅台专卖店工作人员介绍,该产品去年一经推出,便赢得了消费者喜爱。

新能源车企普遍都具有“缺芯”焦虑,多数车企希望培养两到三家以上的电池供应商稳定供应链,而作为电池龙头的宁德时代,此举或进一步给其他商竞争对手施压。

另有行业分析师对《证券日报》记者表示:“车企一旦接受该‘锂矿返利’方案,意味着将与宁德时代深度绑定三年。从本质上讲,这一方案实际上就是一种促销,可能进一步引发动力电池行业‘内卷’。”

## 实则长线看空锂价?

业内人士认为,宁德时代此举表面看是降价,但实则长线“看空”锂价。

“20万元/吨是从今年三季度算起三年,那时这个价格是否算是‘降价’?此外,也不排除宁德时代后续还会对方案进行调整。”一位行业分析师如是表示。

今年以来,锂电板块降价趋势明显。电池级碳酸锂价格较去年11月份的60万元/吨的高位回调30.4%。

据上海有色网最新报价显示,2月21日,碳酸锂(99.5% 电池级/国产)跌5000元报41.75万元/吨,创逾1年新低。氢氧化锂(S6.5% 电池级/粗颗粒/国产)跌2500元报44.75万元/吨,创逾11个月新低。

真锂研究首席分析师墨柯则对《证券日报》记者表示,“锂矿返利”有可能刺激碳酸锂价格进一步下跌。但也是对碳酸锂价格走势的一个预判,对长期的碳酸锂价格变化有一定的稳定作用。

有分析师认为,锂价走势不受单家公司的某个消息影响,“锂矿返利”本质是一种促销方式;但也有业内人士分析,虽然目前锂价依然还维持在40万元/吨以上,但目前已至拐点,该方案可视为长线看空锂价。

尽管动力电池价格战似乎到了“一触即发”的状态,而国轩高科和孚能科技两家动力电池制造商日前却公开发声,近期没有下调电池价格的计划。

据悉,“茅台1935”于2022年1月18日上线,被视作抢夺白酒千元价格带的“入局者”。截至2023年1月9日,“茅台1935”已突破了50亿元销售大关。

## 白酒业库存分化较为明显

进入2023年,白酒销售明显回暖。线上渠道方面,万联证券研报显示,淘系、京东、拼多多三大电商平台今年1月份酒类线上销售额较去年整体呈回暖态势,白酒1月份线上销售额同比增长8.41%,单月销售额创两年来新高。

《2022年度酒商现状及发展报告》显示,自2019年起,主流白酒品牌普遍库存压力明显增加。其中,33.6%的酒商库存存在3个月至5个月,近40%的酒商库存甚至达到5个月以上,现金流压力明显变大。

据A股相关上市公司已公布的2022年业绩预告数据,8家上市酒企中,4家去年预计实现业绩增长,而另4家则预计略减或亏损。在去年业绩预亏的上市酒企中,多数酒企表示,“白酒消费场景减少,销量下降,致当年收入下滑。”

“目前,虽然消费端需求有所回暖,但绝大多数酒企依然面临渠道库存过高、市场动销不畅的压力。”白酒专家、知趣咨询总经理蔡宇飞对《证券日报》记者表示,白酒行业仍将延续分化趋势。“头部名酒的库存可能会在上半年消化掉,下半年进入真正的增长期;而一些非名酒或地域性酒企的库存,由于面临新老库存叠加,库存消化时间可能会更长,整体来看,行业去库存可能会持续到今年年底。”

对于库存,光大证券研报认为,酒企基本于今年2月份开始进入抓动销、稳控市场秩序的阶段。整体而言,白酒品牌强弱带来的库存分化较为明显。

## 新势力、老品牌纷纷开启“降价保量”应对变化 新能源加速渗透成车市看点

■本报记者 龚梦泽

国补归零后,特斯拉率先官宣降价,国内新势力则纷纷积极迎战,合资车企也随之跟进。据记者整理,截至目前,包括埃安、小鹏、零跑、极氪、蔚来、广汽埃安、飞凡、沃尔沃、五菱宏光MINI EV等多个汽车品牌已选择跟随特斯拉降价,一场轰轰烈烈的油电车型降价潮已拉开帷幕,但也有业内人士担忧,这将进一步加剧汽车行业“内卷”。

2月21日,《证券日报》记者走访北京市多家汽车4S店了解到,各品牌采取了多种促销措施,降价模式和宣传口径更是五花八门,例如有的经销商宣称“清理长库龄展车”,有的则表示“领取了政府补贴让利消费者”,也有厂家直白表达“官降限时优惠,买到即赚到”。

“2023年新能源汽车快速进入比拼成本和规模的阶段,具有成本优势的品牌将迎来发展机遇,走向盈利的前提是销量。”德基先进制造与出行产业合伙人张帆对《证券日报》记者表示,“现阶段,除了自身拥有闭环供应链的比亚迪敢不妥协,绝大部分车企

只得选择‘降价保量’,保证先站稳脚跟不被市场边缘化,再从长计议追求收支平衡直至盈利。”

## 市场需求“提前透支”?

《证券日报》记者整理车企数据注意到,1月份,除了比亚迪实现销量同比正增长外,销量榜单前10中有9家车企同比增长均为负值,甚至大部分合资车企也出现了40%以上的负增长。据观察,作为“两田一众”最主要的走量车型,丰田卡罗拉、RAV4、本田CR-V,1月份销量环比下滑超60%;本田雅阁、凯美瑞销量环比下滑45%;而大众的速腾和朗逸,销量环比下滑超过35%。

新能源汽车方面,今年1月份,新能源车市场占有率虽保持在24.7%的高位,但却罕见地出现了产销双降。其中,新能源车产销分别为42.5万辆和40.8万辆,环比均下降近50%,同比则呈现个数下降。

“除了官方降价外,购车还有两年免息、10年或20万公里三电质保等优

惠。”日前,北京朝阳区某广汽丰田4S店的销售人员告诉记者,目前,bz4X厂家开启直降3万元限时购活动,起售价已拉低至16.98万元。“最近优惠活动特别多,力度也非常大。”

作为最先跟随特斯拉降价的新能源汽车品牌,AITO问界的降价力度也不小。在实地探访中记者了解到,在华为体验中心内摆放的AITO问界车型较此前降价2.88万元至3万元不等,但这似乎并未显著带动AITO问界的销售。

## 新能源车替代加快

从2022年国内销量份额来看,新能源车型对于燃油车型的替代正在加速,直接导致多数合资品牌市场份额下滑,自主品牌市场份额顺势增长。在比亚迪和特斯拉引领的“油电同价”竞争策略下,曾经销量遥遥领先的传统合资品牌如今遭受的冲击更大。

在此背景下,燃油车企也下大力气开展新能源车型的研发、投放和宣传。然而,传统车企的纯电动车型在市场终端表现并不理想。尽管其在品