聚焦·创始人退位

康师傅掌门魏应州退居顾问角色 “富二代”魏宏名上位

本报记者 夏 芳

12月20日，康师傅控股发布公告称，魏应州将于2019年1月1日辞任康师傅控股董事会执行董事兼董事会主席职务，魏宏名接任康师傅控股董事会主席，并担任提名与薪酬委员会委员，魏宏丞担任康师傅控股董事会执行董事。

对于魏应州退休后的去向，康师傅控股表示，魏应州辞职后会出任公司资深顾问，就集团的策略规划及业务发展发表意见。

中国食品产业分析师朱丹蓬接受《证券日报》记者采访时表示，康师傅此次新老交接班，体现出康师傅的未雨绸缪以及整体布局的能力。同时，也体现了企业在公司治理和接班人方面的前瞻性，将风险降到最低。

魏应州时代的康师傅

资料显示，1991年，魏应州与兄弟共同在天津投资成立了天津顶益国际食品有限公司。1996年，康师傅在香港联合交易所上市，至今在资本市场上走过22个年头，公司市值为589亿港元（12月20日）；自2008年起，康师傅控股连续多年入选福布斯亚洲亚太最佳上市公司50强。

值得一提的是，盘点魏应州在康师傅控股发展中的轨迹，其在1998年提出的业界首创“通路精耕”理念，实现通路改革，曾引领中国快消品行业经营模式的发展。

如今，其将康师傅控股的指挥棒交到长子魏宏名手中（2019年1月1日生效），这次新老交接班对于康师傅来说，将带来怎样的影响？

一位接近康师傅的人士对《证券日报》记者透露，康师傅早在10年前就开始培养接班人，而且，近几年来，公司还聘任职业经理人，引入外部力量助力康师傅发展，此次公司的新老交替，也是公司按照之前既定的规划推进的。

10年前就已布局接班人

《证券日报》记者通过上述人士了解到，魏应州的长子魏宏名于2006年加入了康师傅控股，出任总裁室专案经理，而在3年前，他已经进入公司董事局担任执行董事，期间魏宏名与多家国际级顾问公司共同主导推动了MIS集团经营管理信息系统发展蓝图等重大专案，就未来集团系统数字化转型与供应链布局做出长期有效的规划。

上述人士表示，魏宏名的开明与前瞻的眼光，是奠定康师傅未来发展转型的重要基础。

而魏应州的三子魏宏丞在集团也历练多年，期间促成了康师傅控股与星巴克等国际级战略伙伴的合作，并推动了快销品市场研究系统TMRS的规划。

也就是说，康师傅今天的新老交替，早在多年前就开始了布局，因此，康师傅掌门人的交替，则是一次水到渠成的时代交替，其中并无任何悬念。

对此，香颂资本执行董事沈萌接受《证券日报》记者采访时表示，康师傅的新老交替是一次顺利交接，公司不会出现颠覆性的变化。

在沈萌看来，康师傅老一代人退出公司经营管理层，让更了解消费市场的年轻一代人接班，对公司未来发展将打开新的发展机遇。

对于魏宏名接管康师傅，在康师傅相关人士看来，这是公司治理层水到渠成的世代交替。“首先，魏宏名在公司有着10多年的工作经历。其次，康师傅早就采用职业经理人参与经营，这为公司的新老交替提供了很好的支撑。”

2015年1月1日，曾在雅芳、宝洁等跨国公司任高管的韦俊贤升任康师傅控股执行长（行政总裁）。于康师傅在经营权上的“放手”，康师傅当时在说明中强调，这一变更是公司所有权与经营权分离的既定治理，朝向专业经理人经营的方向发展，为企业的可持续发展奠定了基础。

如今，在岁末年初，康师傅迎来新的掌舵者。对此，朱丹蓬表示，康师傅10年前就开始谋划有能力和实力的接班人来接盘，而魏宏名不仅拥有国际市场的视野，也有本地工作的履历，让师傅带在国际化发展方面会带来可持续发展的能力和很好的支持与保障。

值得注意的是，此次康师傅的人事变动中，魏宏丞将担任公司执行董事。

在业内人士看来，从履历和工作经历来看，拥有国际化视野的魏宏名和魏宏丞对于康师傅的未来发展，无疑增添了诸多想象空间。

摩拜“卖身”美团后高管持续动荡 创始人胡玮炜离职并称没有“宫斗”

本报记者 刘斯会

昨日，《证券日报》记者获悉摩拜发布内部信，宣布摩拜创始人胡玮炜因个人原因辞去摩拜单车CEO职位，由公司总裁刘禹接任CEO一职。

胡玮炜在给员工的内部信中声明，并没有“宫斗”，没有不和，也没有任何组织的纠葛。

尽管在被美团收购之时，双方约定保留摩拜原来的管理团队，但从目前的情况来看，摩拜原创始人都在持续出走。对于胡玮炜离职的后续进展，记者求证摩拜方面，但截至截稿时，摩拜方面仍未做相关回复。

12月23日，摩拜创始人、CEO胡玮炜发布内部信称，自己完成了阶段性的使命，将不再任摩拜单车的CEO。

在此之前的11月29日，摩拜工商信息进行了变更，李斌、胡玮炜、王晓峰、夏一平均从股东中退出。

资料显示，今年4月4日美团宣布全资(37亿美元)收购摩拜单车，根据美团与摩拜达成的协议，摩拜单车继续保持独立品牌、独立运营，除了美团CEO王兴出任董事长之外原管理团队不变，摩拜联合创始人兼顾问王晓峰继续担任CEO，摩拜单车创始人胡玮炜继续担任总裁，投资人夏一平继续担任CTO。

值得一提的是，摩拜单车被美团收购后，创始人胡玮炜曾被曝套现15亿元，当时胡玮炜称自己“没有关注钱本身”，对她来说“钱就像水一样”，要去关注和享受挖井的过程。

胡玮炜表示，在被美团收购的8个月以来，公司停止了激进的扩张，并大规模的削减了成本。

另外，尽管表面上高管团队是不变，但实际上原有高管出局已经注定。不到一个月时间，摩拜联合创始人王晓峰就卸任了CEO一职，由胡玮炜担任CEO，刘禹担任总裁。

如今胡玮炜也宣布正式离职，对于未来规划，胡玮炜认为出行行业的变革还仅仅是一个萌芽阶段，自己仍然会在这个领域里去创业。

对于行业现状，关于摩拜和共享单车的未来，胡玮炜在信中称，“我想没有最初我们认知的那么简单，也不应该像如今外界的很多评价那么悲观，在我看来，这才刚刚开始。”

“至少要在3年至5年的周期上来看这件事情。”胡玮炜对行业仍充满信心，不过行业的另一个重量级选手ofo却仍难敌大溃败。由于公司遭遇的退押金潮，公司创始人戴威也成了“老赖”，据中国执行信息公开网消息，北京市海淀区人民法院对ofo作出了限制消费令，公司和戴威不得选择飞机、列车软卧、轮船二等以上舱位；不能在星级宾馆等场合消费，不能买房、买私家车、旅游等。

对此，有业内人士评论称“如果说ofo的成功是过去几年中国市场资本力量无往不胜的幻觉，那么ofo的溃败则是这种幻觉的破灭。”腾讯CEO马化腾在朋友圈回应称，这是一个veto right(否决权)的问题。

在目前这个格局下，共享出行行业是否真的如胡玮炜所说还有机会，一切都要等待时间给出答案。

宁波舟山港四十年蜕变 从浙东河埠小码头成为现代化世界大港

本报记者 周 瑶 见习记者 吴奕萱

港口行业属于国民经济基础行业，行业的发展水平与经济发展状况、政策变化等密切相关，今年恰逢改革开放四十周年，四十年来，宁波舟山港从一个深处内河、年货物吞吐量仅214万吨的地方小港，成长为现今名副其实的世界第一大港，年货物吞吐量超10亿吨，拥有170余座万吨级以上大型泊位。

近日，《证券日报》记者走进宁波舟山港，公司董秘蒋伟回忆了改革开放40年来公司的几次跨越，还向记者描绘了公司未来的发展机遇和转型挑战。

牢握各阶段发展机遇 紧跟改革开放脚步

改革开放四十年以来，宁波舟山港实现了由内河港、河口港、海港、亿吨大港、东方大港到世界大港的跨越式发展。董秘蒋伟对《证券日报》记者感慨道：“公司的发展伴随着改革开放的脚步，这四十年来，港口的地位、体制、体量、集装箱业务、港口功能等都发生了翻天覆地的变化，没有改革开放就没有宁波舟山港的今天。”

“集装箱吞吐量是衡量一个港口在国际经济贸易中地位的重要依据，也是全球经济和贸易发展的一个晴雨表。”宁波港口于1984年在一座煤码头上开启了浙江省发展集装箱业务的梦想。次年，《宁波港北仑港区总体布局规划》通过国家有关部门审查，“为发展欧、美远洋集装箱中转运输服务”成为北仑港区四大功能之一。

1987年，国家正式批准建设北仑港区二期工程的6个深水泊位，其中包括集装箱、通用泊位。1991年，北仑港区二期工程一阶段顺利投产，终结了中国大陆沿海港口不能接卸第四代集装箱船的历史。

1994年，北仑港区二期集装箱码头全年完成集装箱吞吐量首超10万标准箱，宁波港口全港集装箱吞吐量同样首次突破10万标准箱，达12.5万标准箱，这是港口集装箱业务“从无到有”的蜕变史，宁波港口由此进入“地方性集装箱港口”行列。

2005年12月20日，浙江省政府在杭州召开新闻发布会，宣布宁波、舟山两港正式启动一体化工程。2006年1月1日，宁波—舟山港名称正式启用，掀开了宁波、舟山两港组合发展的新篇章。当年，宁波舟山港集装箱吞吐量首次突破700万标准箱。

2009年，宁波舟山港完成货物吞吐量5.77亿吨，跃居世界第一；2015年，宁波舟山港集装箱吞吐量首次超过香港港位居全球第四位；2017年12月27日，宁波舟山港年货物吞吐量超过10亿吨，成为全球首个“10亿吨”大港，并连续9年位居世界第一。

蒋伟坦言：“我们抓住了各阶段的发展机遇，树立了将集装箱板块作为发展重点、码头建设适度超前等发展思路，现今宁波舟山港一天完成的货物吞吐量已超过1978全年。”

据公告数据显示，2018年前三季度，宁波舟山港股份有限公司完成集装箱吞吐量2128万标准箱，同比增长7.8%，完成货物吞吐量58867万吨，同比增长7.6%，2018年11月份，完成集装箱吞吐量225万标准箱，同比增长5.3%；完成货物吞吐量6346万吨，同比增长4.6%。

加快多式联运业务发展 加大内陆腹地拓展力度

腹地和集疏运是港口发展的两个重点。今年以来，宁波舟山港股份有限公司加快海铁联运、海河联运等多式联运业务发展、加大内陆腹地拓展力度，上半年宁波舟山港海铁联运完成26.3万标箱，同比增长44%，海河联运箱量同比增长227%。

蒋伟回忆：“2016年，我们集装箱海铁联运量第一次突破总量的百分之一，尽管是数字不大，但对公司来说是一个转折点，目前我们集装箱的集疏运主要运输方式是以公路与水水中转为主，但未来海铁联运的比例将会有大幅提升。”

宁波舟山港积极响应国务院《推进运输结构调整三年行动计划（2018—2020年）》，大力发展集装箱海铁联运业务，已成为我国南方海铁联运第一大港，仅11月份，就有5条联运线路（班列）开通。值得一提的是，12月18日，国内首条双层集装箱海铁联运班列——宁波舟山港至绍兴双层集装箱班列成功首发。

该双层集装箱列车使用承载能力更强的专用车底，每节车厢可搭载1个40英尺集装箱和2个20英尺集装箱，相较普通的单层货运列车，运量可提高30%以上，并有效降低物流成本。因双层集装箱列车对运载线路有较高要求，目前仅有美国、加拿大等少数国家运营。

提到海河联运，蒋伟直言：“公司煤炭、黄沙等货物的运输早几年已经启用了海河联运的方式，但是受到河道和桥梁的限制，量相对不大，但海河联运也将会是未来港口集疏运的一个重要方式，随着省委、省政府对浙江省内河振兴计划不断推进，将会对海河联运模式起到根本性的推动作用。”

公司还表示，将发挥宁波舟山港主平台、主枢纽作用，加快发展集装箱干线运输，大宗能源、原材料中转运输，努力打造具备全货种服务能力的多式联运综合枢纽港。

推进“智慧港”建设 助力港口转型升级

随着信息化的高速发展，各类信息技术应用助力港口转型升级，可以预见智能化的港口将成为未来港口发展的新业态。此前蒋伟在宁波上市公司2018年度投资者网上集体接待日活动表示：“最近几年公司一直致力于智慧港的建设，进行了规划和投资预算等工作，部分智慧港的建设项目正在逐步落地。”

为了进一步加快推进智慧港的建设，宁波舟山港这几年做了大量的工作，例如集装箱提重无纸化、智能理货、网上营业厅、云数据处理中心等，公司调度中心通过系统将全球离开对方港口到宁波舟山港的铁矿石船、原油船、集装箱船等进行数据集成，船名、货物、时间一目了然。“但是这些成果还远远不够，我们将会花更多的投入、更多的时间精力打造智慧港口”，蒋伟说，“无人码头是智慧港口建设的十分重要的成果，现在上海港等兄弟港口已经出现了集装箱无人码头，实现了平面运输以及装卸全自动化。随着科技日新月异的发展，这种模式将会从质量、效率上得到进一步提升，我们也会积极向兄弟港口学习，抓紧推进集装箱自动化码头建设。”

最后，蒋伟补充：“宁波舟山港未来将按照‘一带一路’倡议和长江经济带发展战略的引领，根据省委省政府提出的‘十三五’海洋港口发展规划和5211海洋港口行动计划，以集装箱和大宗商品运输为核心，并充分发挥港口对大宗商品交易、自由贸易、保税加工等拉动作用，将现在的传统运输港口，逐步打造成集贸易、产业、金融、物流等一体的综合性平台。切实发挥好港口一体化运营龙头和主力军的作用，为做强做优做大港口奠定坚实基础，为推进海洋港口一体化高质量发展，加快打造国际一流强港和世界级港口集群作出积极贡献。”

据悉，宁波舟山港“一带一路”沿线国家的集装箱吞吐量已经达到1000万标准箱，约占总箱量的40%，航线86条，航班5000班。“未来我们将进一步拓展‘一带一路’沿线国家腹地市场，加大与‘一带一路’沿线国家港口合作，为‘一带一路’倡议做出应有贡献。”

独家回应

终止向关联方出售名画 电广传媒回应艺术品投资质疑

本报记者 何文英

12月21日晚间，因“卖画”风波处于舆论中心的电广传媒公告称，为从根本上避免曲解与猜测，公司经与湖南广播电视台审慎协商，双方决定终止本次艺术品交易。

针对市场的种种质疑，电广传媒公告也对艺术品投资进行了相关的说明。公司公开表示：“艺术品经营一直是公司主营业务之一。公司自2006年起开始艺术品经营，十多年来已累计投资艺术品200多件，累计投资额逾12亿元。”

近年年报显示，电广传媒对其主营业务描述为：“公司现已建构网络、文旅、文创、投资四大业务板块。”其中投资板块包括创业投资、艺术品投资、新媒体并购投资等。

并非首次出售艺术品

12月15日，电广传媒公告将徐悲鸿名画《愚公移山》以2.088亿元的价格出售给湖南广播电视台。公告称，根据湖南省委、省政府2018年下半年有关湖南广电整合改革的相关精神，湖南广播电视台与公司构成关联关系。

由于此次关联交易产生的损益对电广传媒实现2018年会计年度扭亏有着决定性作用，因此备受市场质疑。

“事实上，公司早在2006年起开始进入艺术品投资领域，累计购买了200多件艺术品，总投入逾12亿元人民币。”电广传媒负责艺术品投资的相关负责人对《证券日报》记者说道。

据其介绍，《愚公移山》并非首次拟出售的艺术品。

2017年年报显示，电广传媒存货31.43亿元，其中经营性艺术品10亿元。据悉，这其中包括了齐白石、徐悲鸿、傅抱石、黄宾虹、李可染、张大千、吴昌硕、靳尚谊等中国近现代书画艺术大师的艺术精品以及瓷杂、家具等重器。

“傅抱石的《杜甫诗意图》、齐白石的《放牛》退出时分别获得了约7倍以及10倍的投资回报率，傅抱石的《琵琶行》在佳士得香港2017秋季拍卖会上还创造了艺术家2017年度拍卖最高成交纪录。”上述负责人介绍道。

资料显示，徐悲鸿的《愚公移山》创作于1940年，电广传媒在2006年北京翰海秋拍中以2800万元的价格予以购藏。

电广传媒证券部相关负责人对《证券日报》记者解释称：“2009年我们对公司章程进行了修改，将投资板块业务正式列为公司主业之一，因此该板块产生的损益作为经常性损益列示，因此艺术品退出的收益也并不是非经常性损益。”

并非突击出售

对于年底突击出售艺术品调节利润的质疑，电广传媒相关负责人对《证券日报》记者进行了独家回应。

上述负责人坦言：“公司今年业绩承压是事实，但出售艺术品并非年底突击。”公告显示，公司早在今年6月份便召开董事会、股东大会审议通过了《关于授权公司经营管理层出售部分艺术品的议案》。

公开资料显示，6月18日，即在通过上述决策程序数日后，公司将《愚公移山》委托中国嘉德国际拍卖有限公司拍卖，约定最低成交价为1.9亿元。但由于此次最高举牌价未达到委托最低成交价，导致该画作流拍。

之后，电广传媒方面获悉湖南广播电视台有意向收藏此画，因此双方开始积极接洽。“对方也需要时间进行尽职调查并履行审议程序，因此最终成交时间到了12月份。”上述负责人说道。

此外，该负责人还对2.088亿元的成交价做了详尽解读。“拍卖行约定的成交价为不含税价格，若综合税费以及拍卖手续费等各项费用来看，最终成交价也将超过2亿元。”

虽然电广传媒对公开质疑进行了相关回应，但最终为从根本上避免曲解与猜测，公司决定终止此次关联交易。同时，公司相关负责人表示：“艺术品投资是公司的主营业务之一，未来艺术品的购藏和退出都将成为常态。”

值得关注的是，电广传媒因2017年、2018年前三季度均处于亏损状态，而2018年仅剩数日，留给电广传媒扭亏的倒计时已然开启。而最新公告称，本次终止该艺术品交易不会对公司经营造成重大影响。这是否意味着电广传媒还有下一步动作，唯有拭目以待。

东阿阿胶出厂价再涨6% 近8年部分产品提价15次

本报记者 赵彬彬 见习记者 王 僖

东阿阿胶于12月20日晚宣布，公司重点产品东阿阿胶出厂价上调6%。据不完全统计，算上此次，自2010年以来东阿阿胶已对旗下部分产品提价15次，最多时一年曾涨价3次。

12月21日至23日，是今年东阿阿胶围绕冬至节气主推的“阿胶滋补节”，但赶在这之前的12月20日晚，公司发布公告称：“为推动阿胶行业可持续发展，结合公司投入和市场供需情况，经研究决定，自公告之日起，公司重点产品东阿阿胶出厂价上调6%。”消息经过媒体报道发酵后，产生的“广告效应”并不亚于近段时间铺天盖地的广告。

12月22日冬至当天，《证券日报》记者走访了山东省济南市多家东阿阿胶专卖店和连锁药店看到，前来咨询和购买阿胶产品的市民较之平时要多出不少。“你们的阿胶又要涨价了？”面对顾客的普遍询问，店员说，“我们也听说了，不过目前还没有接到最新的涨价信息。”同时不遗余力促销店内活动，“最近冬至阿胶滋补节，打折活动力度巨大，活动只到12月23日晚，所以现在买最合适了。”

记者注意到，在专卖店东阿阿胶块原价为1995元/250g，因店庆现在打85折，而且还有买赠或优惠组合销售等活动。随后，记者在网络销售平台上看到，原价1439元/240g的阿胶块，目前活动价为1247元，且还有满减促销活动。店员表示，去年阿胶块240g规格的售价为1298元。

“这些年到了冬至前后，都会买些阿胶进补，就是这价格也真是涨得太快了。”前来买阿胶的周女士说。

检索东阿阿胶公告可发现，东阿阿胶三大主力产品阿胶块、复方阿胶浆和桃花姬阿胶糕是其主要营收来源，其中阿胶块占比最重。据不完全统计，自2010年以来东阿阿胶已对旗下部分产品提价15次，其中2010年、2014年年内提价次数最多，均为三次，2015年则有两次产品提价。近三年，东阿阿胶调整阿胶块出厂价的幅度分别为2016年11月上调14%、2017年11月上调10%、2018年12月上调6%。目前已经涨到6000元/公斤左右，而据媒体报道，2001年每公斤阿胶的价格仅为80元，大约涨了75倍。

对于此次价格调整，公司方面表示不包括复方阿胶浆、桃花姬等其他产品。

而随着产品价格的不断上涨，以及利润的不断大幅度提升，东阿阿胶公司的股价也一路飞涨，从2006年年初的5.4元左右涨至目前的41元左右。

近年来东阿阿胶产品不断提价，与此前公司将其主因归于驴皮原料价格上涨等不同，此次提价的同时，公司打了把“科技牌”。

公告中，东阿阿胶表示，作为阿胶行业领导者，近几年东阿阿胶致力于阿胶全产业链构建，注重生产工艺标准提升和消费者服务升级，不断提高科技研发和生产设备数字化智能化投入，提升产品品质和效率。

记者翻阅公司公告发现，根据2017年年报，当年公司研发投入2.26亿元，同比增长34.21%。今年前三季度，公司支付研发项目临床试验费用等开发支出也同比增长了32.02%。

即便未将涨价原因归咎于原料紧缺，但驴皮原料的紧缺和价格持续上涨，也始终被公司认定为制约公司发展的主要问题。

东阿阿胶的市场数据显示，目前按中国市场阿胶销售量估算，需要驴皮400万张左右，而国内供应总量不足180万张。

公开资料称，2001年至2016年，在阿胶价格上涨40多倍的过程中，国内驴皮价格已经上涨了近100倍。

为此，公司近些年先后在内蒙古、山东等地建立了20个养殖示范基地、100多个扶贫养殖场。但由于毛驴的生长周期较慢，繁殖率较低，供需矛盾在短时间内仍无法解决。

在今年的半年报中，公司也提出过应对措施，即创新“毛驴管理+金融服务+驴交所+深加工”的产业新模式，构建驴粮厂、屠宰场、驴交所、驴奶厂及覆盖全产业链的产业集群；公司将通过把毛驴当药材养，实施活体循环开发，提升毛驴综合价值，提升上游养殖积极性，逐步解决发展过程中上游原料紧缺的影响。

对于此次价格调整，公司方面表示，短期内，产品价格调整对公司业绩产生的影响难以预计。但在接受媒体采访谈到此次提价原因时，公司总裁秦玉峰也再次提到了“价值回归”。之前，秦玉峰曾表示，阿胶价值回归路程尚远，按照20世纪30年代标准，对应阿胶现在的价格，应该在每斤5000元至6000元。近期，东阿阿胶也在开辟国际化战略，上月和韩国人参公社旗下最重要的品牌之一和韩国高丽参的品牌老字号韩国正官庄正式签约，将在研发、生产、营销等方面开展战略合作，对此秦玉峰表示，这将有助于东阿阿胶进一步开拓高端市场和海外市场，与“价值回归”战略呼应。

本版主编 赵学毅 责编 桂小笋 制作 连 景 E-mail:zqrbjzb@zqrb.net