



# 宗馥莉卸任娃哈哈董事长职务

## 31岁许思敏接任,去年被提拔进入权力核心

据上海证券报 11月27日,企查查App显示,近期,杭州娃哈哈集团有限公司(下称“娃哈哈”)完成法定代表人及高管备案变更,宗馥莉正式卸任公司法定代表人、董事长及总经理职务,上述职务由许思敏接任。

股权穿透数据显示,宗馥莉目前仍持有娃哈哈29.40%股权,维持第二大股东地位,这意味着其在企业战略层面的话语权得以延续。

### 宗馥莉仍持29.4%股权,关联企业加速独立布局

公开资料显示,许思敏1994年出生,毕业于浙江大学法学专业,2015年曾创办中西快餐品牌“原牛道”并担任法人,创业遇挫后入职宏胜集团法务部,处理过娃哈哈与达能的商标权纠纷等多个案件,后从法务专员升任为法务部部长。

宗馥莉2024年接班娃哈哈集团后,许思敏被提拔进入权力核心,曾担任娃哈哈集团监事,并任多家关联公司法定代表人、总经理。

股权穿透结果显示,宗馥莉当前持有娃哈哈29.40%股权,第二大股东的核心地位未发生变动。

值得注意的是,近两年宗馥莉已通过其控制的关联企业宏胜饮料集团,加速推进独立品牌生态布局。

2025年9月,西双版纳、新乡等地多家娃哈哈关联公司陆续完成名称变更,正式启用“宏胜饮料”作为主体名称,释放出明确的品牌独立信号。

更早之前的2024年下半年,宗馥莉已推动娃哈哈核心部门员工及经销商合同转签至宏胜体系,西藏、青海等14个区域市场的经销商已全面纳入宏胜销售网络,为其全新独立品牌“娃小宗”搭建渠道基础。

业内分析指出,从现有信息来看,以宗馥莉为核心关联方的多重风险仍处于持续发酵阶段,可能对娃哈哈的股权稳定性、品牌协同效应及经营发展节奏产生深远影响。这家营收规模超700亿元的国民饮料龙头企业,能否借此进入治理新阶段,仍面临多重挑战。

业务端层面,宗馥莉主导的产业链升级战略持续推进。

据西安经开区官方招商资料披露,由宗馥莉担任受益所有人的西安恒枫饮料有限公司(宏胜饮料集团关联企业),于2025年启动总投资10亿元的饮品生产新基地项目。该基地规划建设4条高速水线、2条奶线及1条咖啡生产线,设计年产能达50万吨,产品覆盖纯净水、茶饮料、功能饮料等全品类。项目投产后,将依托西安物流枢纽辐射西北五省(区),使娃哈哈全国生产基地数量从现有18个增至19个,西北区域产能占比将提升至8%。

品牌布局方面,国家知识产权局商标局公开数据显示,宏胜饮料集团于2025年2月至5月期间,累计提交12件“娃小宗”商标注册申请,覆盖第32类(啤酒饮料)、第30类(食品)、第35类(广告销售)等核心商业品类,其中8件商标已于9月完成初步审定公告。

记者发现,“娃小宗”小红书、微博等官方社交账号已于9月30日完成企业认证,认证主体为宏胜集团。其中,其微博粉丝数截至目前已达1.7万人。



宗馥莉。

### 17.99亿美元信托纠纷待解 多重风险仍存

需要重点关注的是,宗馥莉目前仍面临多起资产相关纠纷。

香港高等法院官网披露的诉讼文件显示,宗馥莉与宗庆后三名非婚生子女就价值17.99亿美元的家族信托资产归属问题引发的诉讼,已于2025年9月被驳回上诉许可申请,该案将正式进入实质性审理阶段。

市场普遍关注的是,该信托纠纷是否涉及宗馥莉持有的29.4%娃哈哈股权,目前仍存在不确定性。

此外,娃哈哈员工持股会股权回购纠纷持续发酵。据杭州市西湖区人民法院案件受理信息统计,2025年以来已有32名离职员工因“股权回购价格争议”对娃哈哈提起诉讼,涉案金额合计达1.2亿元。

中国食品工业协会相关负责人在接受记者采访时表示,娃哈哈此次法定代表人及高管变更,属于成熟企业正常的公司治理结构调整。从新任负责人许思敏过往专注生产运营、渠道管理的职业履历来看,企业“深耕主业、强化供应链”的核心战略方向不会发生改变。

该负责人同时指出,当前饮料行业竞争日趋激烈,农夫山泉、怡宝等对手正加速渠道下沉与品类创新,娃哈哈若因内部风险导致战略聚焦度下降,可能错失市场机会。未来,供应链协同不确定性、“娃小宗”品牌与“娃哈哈”两个品牌博弈,渠道改革阵痛延续等问题仍将是其后续发展的核心挑战。



娃哈哈饮料系列产品。组图/娃哈哈官网

# 这一次,华杉没向罗永浩道歉

## 罗永浩回应与华与华创始人华杉矛盾:会公布录音

本报记者李轩子 长沙报道

西贝刚在舆论旋涡里喘口气,背后的“营销军师”就亲手把它推回了风口浪尖。

在华与华营销咨询有限公司创始人华杉未在约定时间内公开道歉后,11月27日,罗永浩再度回应,明确表示未接受私下和解,亦未受到任何威胁,并称将择期公布相关录音。

此前一天,华杉就“西贝事件”再度发声,引发新一轮争议。他称西贝为“中国餐饮业的天花板”,并指责其“被诱入是非颠倒的网络罗刹国,遭人算计”。

### 又一次交锋,战火重燃为何歇

这不是罗永浩与华与华的初次交锋。

2025年9月,罗永浩一句“西贝高价卖预制菜”直接点燃舆论。

没想到最上头的不是西贝餐饮创始人贾国龙,竟是收了西贝6000多万咨询费的华杉。这位营销圈大佬下场就给罗永浩扣上“网络黑嘴”的帽子,力挺贾国龙“硬杠到底”。

对此,罗永浩在直播间质疑华与华收取高额咨询费却教西贝“糊弄人”的话术,同时批评其鼓动“硬杠”的行为无意义。

就在网友搬好小板凳等终极对决时,剧情突然180度大转弯。9月15日罗永浩突然官宣“华与华老板已经道歉,这事儿翻篇”,留下满屏吃瓜群众一脸“蒙圈”。

值得关注的是,华与华自2013年起担任西贝的品牌顾问。华杉此前曾在社交媒体公开透露:“华与华为西贝服务十年,收取咨询费六千多万元。我们开创订阅制咨询模式,年费不高,价值在过程中持续涌现。下一个十年,我们目标也不贪心,收取一两个亿即可。”

就在西贝靠着闭嘴认错、让利消费者、调整菜品制作方式等一系列操作逐渐回血时,华杉近期又突然发声。

他在相关话题下力挺西贝是“中国餐饮业的天花板”,还暗指其陷入“黑白颠倒的网络罗刹国”。

这番表态仿佛要重启这场未完的争执,让本就热闹的剧情再添一层反转。

### 华杉微博开启“一键防护”模式

11月26日凌晨,罗永浩转发华杉相关微博并提出三连质问:“谁诱的?谁算计了?你想干什么?”他明确表示,如果对方无法说清,将公布录音。

随后,罗永浩在微博发文,要求华杉必须公开道歉,并强调:“西贝正在整改,这次跟西贝无关,是我和华杉之间的事。华杉再私下道歉已经没用,必须在今天下午六点前于微博公开道歉。否则,未来中国市场公关行业不会有人再记得华与华,只会记得‘罗与华’。”

然而截至11月27日15时,华杉未在社交平台作出公开道歉,也未更新任何内容。目前,其微博已开启“一键防护”模式,暂时无法关注。该功能可自动拦截恶意评论和私信。其抖音账号也同步开启了防打扰保护。

11月27日,罗永浩再度回应,明确表示未接受私下和解,亦未受到任何威胁,并称将择期公布相关录音。

有网友在罗永浩当日发布的微博评论区留言询问:“录音还公布吗?”罗永浩回复:“当然。”另有网友追问:“是不是私下接受道歉了?”他回应:“没有。”还有人提问:“你不公布录音是不是因为被威胁了?”罗永浩明确表示:“没有,放心。”

在此期间,罗永浩转发了“交个朋友控股捐赠100万港元”的博文,并回复了网友关于捐款及播客更新的提问。对于尚未公布的录音,他表示“缓一两天没关系”。

### 律师说法

## 录音不可以随意发布 需获取合法、内容合规

那么,罗永浩计划公布的录音可以随意发布吗?此举是否涉嫌违法?

针对这一问题,湖南金州律师事务所高级合伙人易旭指出,公布是否违法要结合录音的获取方式、内容及公布目的综合判断,从获取方式上看,如果是在住宅、办公室等私密空间私自录制,可能构成隐私权侵权;如果是在餐厅、商场等公共场合录制,因隐私期待度低,录音和公布行为大概率不被认定为违法。从录音内容上看,若录音包含华杉的个人隐私,或是华与华、西贝的商业秘密等涉密信息,即便获取方式合法,擅自公布也可能涉嫌违法,情节严重的还可能构成犯罪;若内容只是双方就争议事件的普通沟通,无涉密信息,违法风险则会降低。

易旭表示,从公布目的上看,若是为了澄清事实或维护自身权益,或者是为了维护公共利益,且录音获取合法、内容合规,公布行为一般可被允许;但若是以恶意诽谤、侮辱华杉为目的公布,就可能侵犯对方名誉权,属于违法行为。

## 缩短公示期限 解决“只记不销”

### 信用修复新规助力企业轻装前行

据央视 市场监管总局27日对外公布《市场监督管理信用修复管理办法》(以下简称《办法》),这一新规将从多个方面优化信用修复机制,帮助企业“纠错复活”,重新焕发活力。《办法》将于12月25日起正式施行。

### 优化信用修复机制,帮助企业“纠错复活”

市场监管总局介绍,信用修复,是指符合条件的违法失信经营主体,在主动纠正违法行为、履行相关义务后,向市场监管部门申请提前终止相关失信信息的公示,重塑自身信用。

中共中央党校(国家行政学院)教授王伟指出,信用修复不是一种简单的信用洗白。《办法》鼓励企业主动地纠正违法失信行为,这也体现了信用监管的力度和信用修复的温度。通过失信惩戒制度以及信用修复制度的协同,就能够营造出一种让企业从不敢失信转向不愿失信,形成一种信用的正向激励。

《市场监督管理信用修复管理办法》共31条,系统性地阐明了信用修复的含义、分类、条件、程序和特殊情形,从制度层面疏通了信用修复的“主渠道”,让企业重塑信用有章可循。

市场监管总局信用监管司副司长荆琼华表示:“此次出台的《办法》,核心目标就是解决过去信用修复工作中,存在的规则不统一、修复不及时等问题。我们通过扩大修复范围、缩短修复时限、提升修复效率,为经营主体提供更高效率、更便捷的信用修复服务。”

### 缩短公示期限,压缩办理时限

市场监管总局介绍,除了统一规则,这次新规最大的亮点之一就是大幅提升了信用修复的效率。

首先,《市场监督管理信用修复管理办法》将违法失信信息实行分类管理,根据过罚相当原则,将违法失信信息划分为“轻微、一般、严重”三个类别,并设置不同的公示期,避免了一刀切。

其次,新规显著缩短公示期限。最引人关注的是,最常见的一般行政处罚信息公示期,由原来的6个月缩短至3个月。

荆琼华介绍:“这样的话,大多数违法失信信息公示满3个月就能提前停止公示。没有申请的,市场监管部门也将在满1年后主动停止公示,缩短了经营主体受到负面影响的时间,提升了市场竞争力。”

另外,新规还压缩了办理时限。市场监管部门办理信用修复的时间,从原来的15个工作日,压缩到了7个工作日。

王伟表示:“某个经营主体之前可能因为一个轻微或一般违法行为受到了行政处罚,虽然很快整改了,但信用记录一直是个心病。现在新规把公示期缩短了,办理也更快了,对于那些愿意积极改正错误的经营主体是雪中送炭,让他们能更快地卸下包袱,轻装前行。”

### 拓展信用修复范围,解决“只记不销”问题

以往,一些未被行政处罚但被公示的抽查检查负面信息,以及陷入困境但希望重整再生的企业,在信用修复方面常常面临困境。而新规此次拓展了信用修复的覆盖范围,精准回应了这些痛点。

《市场监督管理信用修复管理办法》首次将抽查检查结果负面信息,如双随机检查、产品质量抽查不合格等,纳入了修复范围。对于未作处罚或关联轻微违法的信息,公示期满3个月即自动停止公示;对于关联其他违法行为的信息,也可按规定申请并联修复,解决了这类信息“只记不销”的问题。

更值得一提的是,新规为破产重整或执行和解协议的企业提供了“临时信用修复”通道。这类企业可以凭人民法院的批准文件,申请暂时屏蔽相关失信信息,解除对其经营活动的限制,为其顺利执行重整计划、恢复生机创造宝贵的“喘息之机”。

专家强调,信用修复并非简单地“抹去”不良记录,而是坚持惩戒与教育相结合的原则,给予那些已经纠正违法行为、实现规范经营并表现良好的企业重塑信用,获得新发展的机会。

王伟表示:“信用修复也是有严格的限定条件的。企业主动地去纠正自身的违法失信行为、消除不良影响,并达到最短公示期限后,才能申请修复。主要的就是要促使企业主动地去纠正自己的违法失信行为,珍爱自身的信用,依法依规地去做经营。所以信用修复不仅仅没有削弱监管效能,反而通过‘惩戒-修复-激励’这样一个闭环,形成了信用监管的良性循环。”

### 市场监管总局:信用修复“一网通办”

好的政策需要有力的技术支撑。为了让企业“少跑腿、好办事”,市场监管总局已经上线了“市场监管信用修复全国统一平台”,实现了信用修复的“一网通办”。

企业只需登录国家企业信用信息公示系统,即可查询名下的违法失信信息,一键提交修复申请,并下载申请文书。自上线以来,全国已通过该平台累计修复违法失信信息超过875万条,有效节约了经营主体的经营成本。

下一步,市场监管总局将根据新办法的要求,对平台进行升级改造,增加抽查检查结果负面信息修复、并联修复、临时修复等新功能。同时,探索政策精准推送、修复到期提醒、智能客服助手,以及推进“掌上办”“一体办”等便利化措施,持续提升企业的办事体验。