

## 楼盘降价——业主维权”事件輿情分析

## 基金輿情面面观

中国上市公司輿情中心 李勇

发商难逃指责

随着地产调控的持续，越来越多的地产商正在积极调整销售策略以求“自保”，观望中的购房者似乎看到了房价回落的“微光”，而刚刚置业的业主们或将体验资产缩水的“剧痛”。当老业主“维权”愈演愈烈的时候，一场关于“契约精神”的讨论也沸沸扬扬。

### 楼盘降价引发先期业主“维权”事件频发

10月23日，网友“财经女记者部落”发了一条微博，称近期上海降价楼盘，比炒股刺激多了，瞬间蒸发几十万，受不了这刺激，老业主集体“维权”打砸售楼处。截至10月26日，这条由非认证用户发出的微博已经被转发了5万余次，被评论超过1万次。这仅仅是连日来，公众輿论关于“业主维权”话题中的一小部分，而引发讨论的“维权”事件绝非第一次发生。据财新网的不完全统计，今年以来媒体公开报道过的楼盘降价引发业主“维权”的事件至少有13起，其中北京最多，有7起，上海则有3起。

### “业主维权”輿情不断积累与变化

(一) 輿情不断积累升温

近半年来，媒体以及公众对“业主维权”事件的关注度呈逐渐提升的态势。传统媒体的报道篇数8月份之后大幅增加，在新浪与腾讯微博平台有关微博的数量也急速增长，由之前的每月千余条跃升至数万条，10月份更是达到近20万条的数量级，輿情热度可见一斑。

(二) 輿论倾向悄然变化 开

由于“维权”的理由、规模与方式不断变化，公众对此的輿论倾向也发生了微妙的变化。2011年5月，北京“常青藤”项目的近30位业主表示欲对开发商提起“反暴利”的投诉。“反暴利”这一口号被认为标志着“楼市降价维权新模式”，甚至有媒体评论其有可能促进房地产行业新秩序的建立。8月份，北京东方玫瑰园业主维权事件，关于地产商是否捂盘以及是否应该给予业主补偿尚存一定争议。随后地产商与老业主的矛盾似乎更激烈，“维权”行动逐渐引发肢体冲突，而最近的几次已经升级为业主打砸售楼处。业主“维权”的举动遭到了越来越多的声讨。

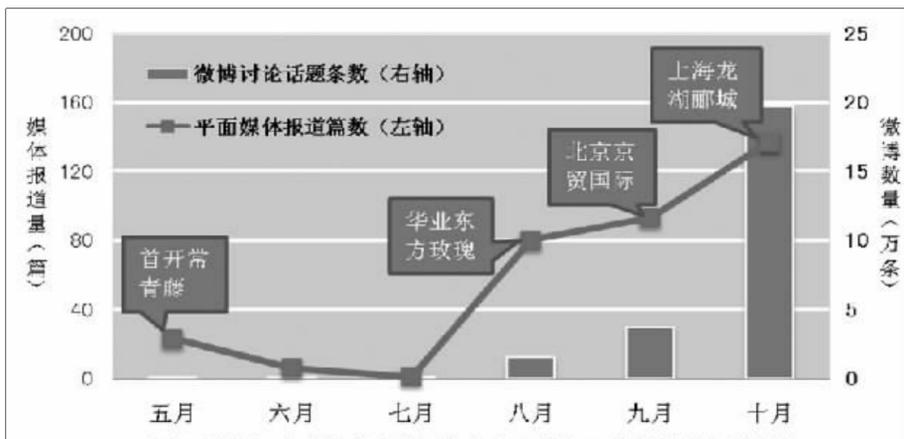
值得注意的是，輿论对“被维权”的开发商的态度也发生了变化。开发商最初并没有站在輿论的对立面，而仅仅是一个“无辜的受害者”，但近日一些媒体抛出了“开发商雇人演‘维权’的‘阴谋论’”，使得开发商承受的輿情压力也逐渐加大。

### 公众輿论倾向分析

(一) 八成公众反对业主因楼盘降价维权

新浪微博日前发起了关于“房价能否下降”的投票，目前有近4万人参与。其中有80%的用户选择了“房价可以下降，业主维权是胡闹”，有7%认为房价不应该下降。有网友表示“如果（降价）是市场行为，业主维权是胡闹。但这次是人为政策的因素，政府就应该考虑到这批业主的利益问题。”此外，可以明显看到不少网友在评论中支持“阴谋论”一说，认为越来越多的“维权”可能是开发商自导自演的闹剧。

房地产降价导致业主“维权”类事件的輿情态势



(数据来源: 中国上市公司輿情中心)

搜狐网关于“房价下跌，打砸售楼处是否合理”的讨论中，有约72%网友（超过4万）持反对态度，提倡遵守契约精神，而28%的网友对“经常有太多霸王条款，消费者无法提前获知规避。开发商违规在前，理应维权”表示赞同。但在被问及“房价下跌时围攻售楼处是否有用”时，90%的网友（超过12万）认为房价下跌是大势所趋。

(二) 业内人士边质疑边寻求破解之道

微博上颇为活跃的地产名人潘石屹、任志强都颇为关注“维权”事件，连续几个月来陆续对这类事件发表评论。任志强曾在微博上质问业主“维权”的行为是否是故意制造降价纠纷，公开破坏政府信誉和契约精神。世联地产董事长陈劲松在微博上表示，打砸行为是“法治问题”。名门地产（河南）有限公司副总

裁陈宇波则幽默地建议，降价前，售楼处装好监控设备，聘请法律顾问，拾起法律武器，保卫自己。”

还有一些业内人士在积极地思考如何化解当前降价趋势与部分业主利益的矛盾冲突。深圳彭成实业发展有限公司大东城副总经理林舒在微博中分析道，首先认清市场和认清自己的产品。”他认为降价销售并不适用于所有情况。上海工商联房地产商会法律分会会长周吉高建议大幅降价之前应做好多手准备，例如检查合同及履行情形、尊重前期业主的感受、取得媒体及相关部门的支持、成立应急小组、重视网络力量等。

(三) 意见领袖表示“阴谋论”很可怕

有部分意见领袖对“阴谋论”一语提出了观点。一些认证微博用户认为最近业主打砸售楼部的“维权”事件可能系开发商有意策

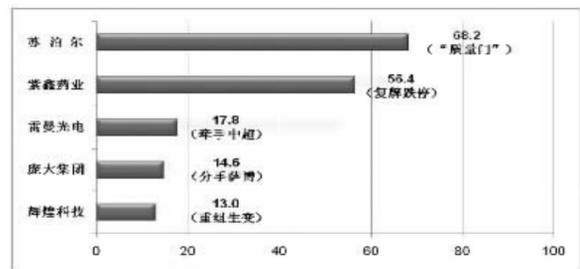
划，也有部分意见领袖对此表示怀疑。广州市同创卓越房地产投资顾问有限公司总经理赵卓文发表微博指出，“阴谋论”的观点很可怕，完全是主观臆想，把开发商彻底妖魔化，谬误之极。

### 輿情小结

总体看来，当前社会各方对房地产价格下降以及由此引发的老业主“维权”事件已然达到了很高的輿情热度。买房之后，价格理当有涨有落。跌价就不认账，这种态度当然遭到輿论普遍批评。可是，作为交易的另一方，房地产企业也无法完全置身事外，也很可能成为輿论的指向，而“维权”事件衍生的地产商“阴谋论”就是最好的例子。尽管地产开发商目前并没有成为众矢之的，但是不应光摆出一副无奈，而应考虑如何更好地与客户、公众沟通，妥善处理接下来或许会成为常态的降价行为，求生存的同时也保声誉。

## 中国上市公司輿情热度排行榜

(10月21日-10月27日)



(注：“上市公司輿情热度”是中国上市公司輿情中心根据传统媒体、网络媒体、网民、輿情分析师对一定时间段内沪深两市上市公司輿情热度的综合评估，系综合传统媒体报道量、新闻网转载量、网络用户检索变化情况、輿情分析师评分等数据计算得出。)

中国上市公司輿情中心 李勇

10月21日至27日期间，輿情热度最高的五家A股上市公司分别是：苏泊尔(002032)、紫鑫药业(002118)、雷曼光电(300162)、庞大集团(601258)以及舜宇科技(002296)。

苏泊尔“质量门”事件輿情还在不断发酵，参与报道的媒体数量以及相关报道篇数、微博话题量等指标仍保持在较高水平。爱仕达、庆展、康佑等一批行业内具有影响力的品牌也牵涉到公众质疑当中，业内关于质量标准的讨论也愈演愈烈。可以说，“质量门”事件的影响已经逐渐超越了苏泊尔企业本身，提升到了行业发展变革的高度。

紫鑫药业此前遭到媒体质疑，在停牌了两个月后有了新的动态，受到市场的高度关注。紫鑫药业10月24日凌晨发布公告，补充披露了关联交易，并于24日复牌交易。复牌当天该公司的輿情热度达到顶点，随后逐渐走低。

雷曼光电与中超公司25日召开新闻发布会，宣布雷曼光电将成

为中超联赛LED设备制造类唯一合作伙伴。这场“联姻”之前曾遭质疑，甚至有人在信息发布前夜向足协领导及媒体发匿名短信息举报。这事跟中国足球扯上了关系，所以近期体育媒体上提到雷曼光电的文章可能比财经媒体上的还要多。不过如今协议正式签订，无论便宜或贵，合同要开始执行了。

庞大集团上市以来新闻不断。本周有媒体刊发报道评价庞大是“花钱无需解释”、“扩张无需做可行性研究”，颇有煽动性。不过，产生更大輿情影响的是庞大与萨博汽车的“分手”。萨博汽车方面宣布终止与中国庞大的投资协议，而庞大集团则公告认为此前的协议仍有约束力，将与有关方面进一步沟通和协商。

辉煌科技上周公告称，由于7·23”甬温线特别重大铁路交通事故的发生，公司决定终止原以非公开发行股份及现金购买铁路阳100%股权的重大资产重组方案，并于21日开市起复牌，这条消息使得该公司輿情热度再度高涨。此前爆发的辉煌科技多位高管在敏感期内买入公司股份被查一事，曾颇受关注。

公司輿情观察：

## 从庞大集团“解约门”说起

中国上市公司輿情中心 曲强

近期A股上市公司庞大集团颇受輿论关注。瑞典车企萨博公司突然单方面宣布终止此前与庞大集团和青年汽车达成的合作协议，媒体輿论普遍担忧庞大集团数千万欧元前期投资可能遭到损失，并引发了公众对于中国车企海外并购和庞大集团公司治理等问题的关注。

事实上，庞大集团自今年4月成功上市以来，多次成为輿论热点。成为公众公司之后，庞大集团经营业绩的变化、重大收购的变数、股价的波动以及再融资的节奏，都会被媒体和公众密切地关注和讨论。新上市的庞大集团，既面临经营发展的挑战，亦面临着如何应对輿情、与公众更好沟通的挑战。

### 上市以来輿情热点不断

根据中国上市公司輿情中心监测，庞大集团今年经历了五次关注高峰。4月初，庞大集团过会并准备在资本市场挂牌，该公司首度吸引资本市场投资者的密切关注，輿情主轴围绕该公司业务介绍、所在行业分析等方面展开；4月28日，庞大集团正式登陆A股，但股价表现不佳，上市首日便创下20%的跌幅，引发了媒体与网民关于庞大集团股价的热烈讨论，该公司关注度达到历史巅峰；5月末该公司发布“拟收购萨博”的公告，媒体密集地报道了庞大集团在汽车业务上的扩展举动，中国车企的海外并购，一向能够吸引公众高度关注，这家新进入资本市场的企业谋划购买国外知名汽车品牌，更是成为輿论焦点；8月29日庞大集团公布2011年业绩中报，上半年该公司净利润同比下降36.2%；业界一片哗然，相关机构的研究报告也在此时遭到了輿

论质疑；10月23日瑞典汽车发布公告，宣布其发出通知单方面终止其与庞大集团、青年汽车等各地方签订的《认购协议》；10月25日，庞大集团发布公告，认为《认购协议》仍为具有法律约束力的正式协议。“庞大解约门”輿情仍在发展之中。

### 负面輿情宜妥善应对

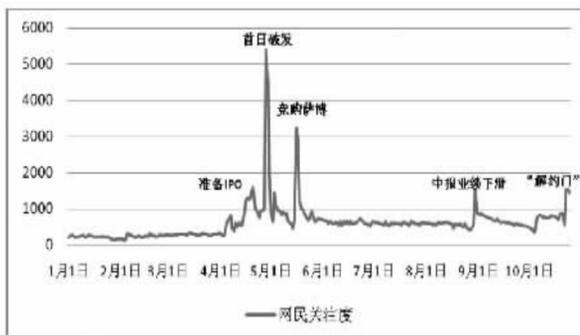
作为直接面对消费者的汽车贸易行业，品牌和声誉对于公司来说有着至关重要的作用。创造良好声誉，有助于培养客户忠诚度，提升服务与产品的附加价值，有利于企业巩固行业领先的竞争地位，具有战略性的重要意义。登陆资本市场之后，庞大集团的媒体曝光度大幅增加，知名度明显提升。

但由于行业景气下降，公司业绩下滑，加之重大收购举动进展并不顺利，亦使庞大集团遭遇不少负面报道和评论。不时出现的负面輿情，难免会对投资者、供应商、代理商等利益相关方投射下负面影响。在非公众公司阶

段，如果庞大集团业绩有所下滑，可能外界根本并不知晓，更不会有多数輿论质疑。而成为公众公司之后，企业必然会面临一个完全不同的輿论环境，毕竟，有那么多来自公众的资金交由上市公司管理。

遭遇质疑乃至负面輿情时，公司应予以重视并妥善应对。如本周有媒体报道称，《庞大花光60亿再发债38亿》董秘回应称无需解释》。该报道关注庞大集团在二级市场的融资计划，文中引述券商研究员、基金投资分析师等观点，质疑庞大集团企业发展路径和融资用途。文章通过标题对董秘回应作出了比较负面的解读。类似的报道向市场所传递的，则是一种公司并不重视投资者利益和诉求的形象。为了避免此类情况，企业自身应建立健全輿论收集、预警和回应机制，直面輿论质疑，通过透明、有效、主动、多种方式的回应，通过开诚布公的沟通消弭误会，促进理解，建立起透明、值得信赖的资本市场形象。

### 庞大集团网民关注度走势



(数据来源: 中国上市公司輿情中心)

时代出版传媒公司董事长王亚非：

@安徽出版王亚非：有人问我，出版传媒业前景如何？我说，出版传媒就是出盼传媒，总是产出希望，传递魅力，引导生活，引导消费。不同技术，不同业态让媒体更丰富多彩。不同的故事，不同的载体，让人们走出单调物质生活，拉动了人们精神消费和提高生活水准。

万国地产副董事长姚鹏：

@姚鹏微博：【民粹之纠结】最近两起事件让人重新审视“民意”。一是上海房客因房价下降砸了售楼处，赢得掌声一片；另一是有传：考虑投资规模，有关部门暂停北京第二机场建设，因许多人押宝二机附近房价升值而对此不满，又引来同情嘘声。真不明白，正在纠正的问题不是被大家常常诟病的吗？

北京超图软件股份有限公司总裁宋关福：

@超图\_宋关福：古人云“取法乎上得其中，取法乎中得其下”。盯着行业老大或许可以超过行业的老二老三，但很难超过过大；要超越老大，必须把目标定在超越自我。

SOHO中国董事长潘石屹：

@潘石屹：目前的房地产市场，我认为存在着两大风险：第一是住宅的价格太高，无论是一线城市、二线城市，这种现象都存在，衡量市场有没有泡沫，最重要的有一个指标，就是看它的资金回报率，对任何城市都可以用这个指标去衡量。但中国住宅的资金回报率已经非常低了，在2%左右。这就意味着住宅价格太高了。

(据新浪微博整理)

## 中国上市公司輿情中心

中国上市公司輿情中心系人民网、证券时报、人民在线合力打造的，国内首个专注于资本市场的輿情研究与服务机构。中国上市公司輿情中心全面监测传统媒体、互联网新闻、博客、BBS、微博等网络信息源，向上市公司、金融机构等资本市场主体提供輿情服务。

联系电话：0755-83501662 0755-83558480

电子邮件：gsyq@stcn.com

輿情频道：http://yq.stcn.com

官方微博：@公司輿情(新浪) @中国上市公司輿情中心(腾讯)