

# 2011年上市公司十大污染事件舆情透视

康菲、晶科能源、哈药污染事件舆情关注度位居排行榜前三

中国上市公司舆情中心 叶月草

环保问题,是社会关注的焦点,也是资本市场舆情的热点话题。今年以来,多家国内外上市公司被曝出环境污染事件,涉及光伏、蓄电池、化工、医药、农业、石油、矿业等诸多行业,引发社会舆论的强烈关注。

上市公司,在人们心目中是规范运作的企业代表,也有及时向公众披露信息的义务。因此,一旦某家上市公司出现了严重环境污染问题,媒体和网友会给予更多的关注和监督,特别是以微博为代表的网络新媒体兴起之后,上市公司的污染问题更容易被曝光,更快被传播开来。而部分涉污上市公司面对舆情所采取的压制、推诿的应对方式以及解决污染问题的拖延态度,也激起舆论的更大愤慨。

哪些上市公司的污染事件遭到最多的舆论批评?中国上市公司舆情中心梳理了今年以来的诸多国内外上市公司的污染事件,简要分析了其舆情传播脉络,并依据舆情的热度高低,排出国内首份上市公司污染舆情排行榜。其中,舆情热度最高的前三位分别是康菲石油(纽交所代码:COP)、晶科能源(纽交所代码:JKS)、哈药股份(上交所代码:600654)。编制这一榜单,既是对污染舆情的回顾和分析,亦是再次向公众提请关注,这些涉污上市公司的问题,现在解决了吗?

涉污上市公司,往往是出于偷减一时之成本的考虑,却对周边环境造成严重损害,这种行为必然遭受舆论的谴责并引发监管部门的查处,长期来看,将导致上市公司及其股东付出更大的成本。我们希望可能出现污染问题的上市公司,以已经发生的舆情为鉴,以可持续发展为目标,高度重视公众和舆论的意见,及时披露环境信息,承担起企业社会责任,采取有效的措施来解决污染问题。

## 上市公司污染舆情排行榜

本次中国上市公司舆情中心的分析对象,是今年内上市公司在中国境内的污染事件的舆情状况,研究的舆情主体既包括A股上市公司,亦包括其他海外交易所上市的公司。诸如云南陆良化工此类非上市公司,其铬污染事件影响很大,但暂不在本次的排榜范围。中国上市公司舆情中心,依据相关上市公司的污染事件的媒体批评报道数量、网络转载数量、新闻

跟帖评论数量及微博讨论、转发数量,来加权统计出各家上市公司的污染事件舆情热度值,并依据热度值的高低选出十家舆情热度值最高的公司。入选这一“污点榜单”的公司,除了康菲石油、晶科能源、哈药股份,其余的七家公司分别为江森自控、华英农业、三力士、北矿磁材、江山化工、扬农化工和恒邦股份。

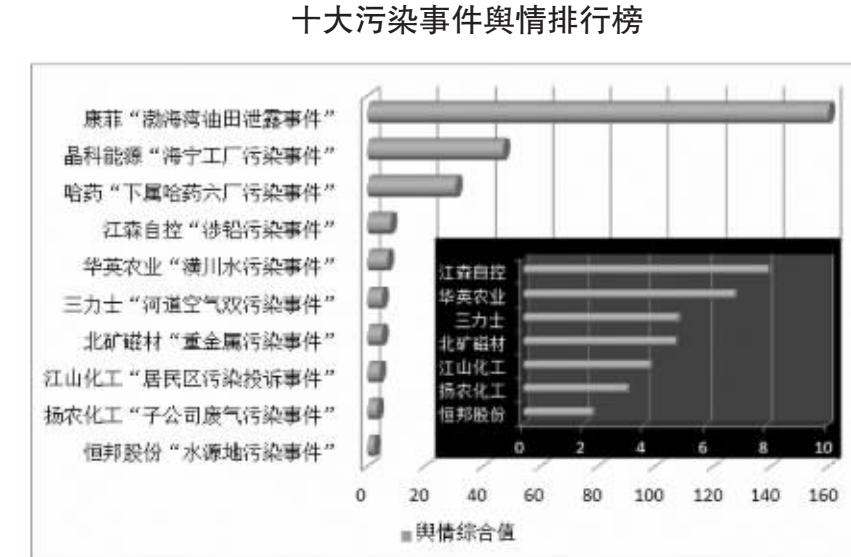
### 污染事件舆情传播分析

网络成为重要的舆情起点。在上市公司十大污染舆情事件排行榜中,来自于互联网的舆情起点占比达30%。在未入榜的其他上市公司污染事件当中,来自互联网的舆情起点比例也很高。一个上市公司污染事件,往往是社区居民通过微博、地方BBS发帖抱怨投诉,逐步在网络上形成第一波舆论热潮后,吸引传统媒体介入报道,从而演变为更具影响力的热点舆情事件。此外,在其他的一些由传统媒体率先报道的污染事件中,微博、论坛亦起到了重要的传播作用。

财经媒体发挥重要监督作用。在本次研究的诸多上市公司污染舆情事件中,财经媒体发挥了重要监督作用。有多起污染事件,源于当地居民举报,而来自财经媒体的现场实地采访,则把相关上市公司污染事件曝光在公众面前,亦使相关事件得到更多来自资本市场的关注。中央级媒体虽然在舆情起源中露面较少,但污染舆情爆发后,如人民网、央视等中央级媒体的持续跟踪报道,也有很大影响力。而在哈药污染事件中,中央级媒体则直接充当了舆情起点,正是通过央视当地记者的暗访报道,此事才获曝光,之后哈药六厂向公众道歉。

地方媒体影响力不容忽视。当地媒体、网络社区是最接近污染受害人群的,亦被受害人群当做申诉权利的重要途径。同时,地方媒体、网站在事件前期曝光中,往往也能发挥重要作用。如晶科能源案例中,受影响居民将事件在当地的论坛上曝光,同时,又是当地的媒体首先去采访,使得事件被报道出来,从而有更多的媒体跟进。

门户网站是舆情扩散的重要节点。门户网站和财经垂直门户网站拥有巨大的用户群,同时也是其他各类网站内容更新补充的风向标。因此,上市公司污染事件报道一旦被转载到



数据来源:中国上市公司舆情中心;舆情热度值依据媒体批评报道数量、网络转载数量、新闻跟帖评论数量及微博讨论、转发数量加权统计得出。

综合门户网站和财经垂直门户网站的重要位置后,会得到更大范围的转载,引发更多的关注和讨论。

投资者用脚投票亦是舆论压力。涉污上市公司爆发污染舆情之后,除了来自媒体和网络的压力,同样还要面临来自资本市场的怒火。如在美国上市的晶科能源,污染问题曝光后,3个交易日股价大跌了约32%。又如北矿磁材,其固安生产基地因污染问题被勒令停产,消息一出股价也是连续暴跌。投资者用脚投票,污染舆情让上市公司大股东遭受巨额市值损失,也相当于向公司施加了另一层压力,督促公司尽快解决污染问题。

部分污染舆情传言未必准确。在污染事件的爆发之初,会有不少关于污染事件的各类描述流传于网络乃至见诸于媒体。其中有些描述可能也并不准确,也会存有夸大问题吸引外界关注的成分。如果涉污上市公司自己不能及时披露完整信息并和媒体公众积极沟通,这类传言容易被采信和传播,形成更大的负面影响。

### 上市公司应对污染舆情的几类误区

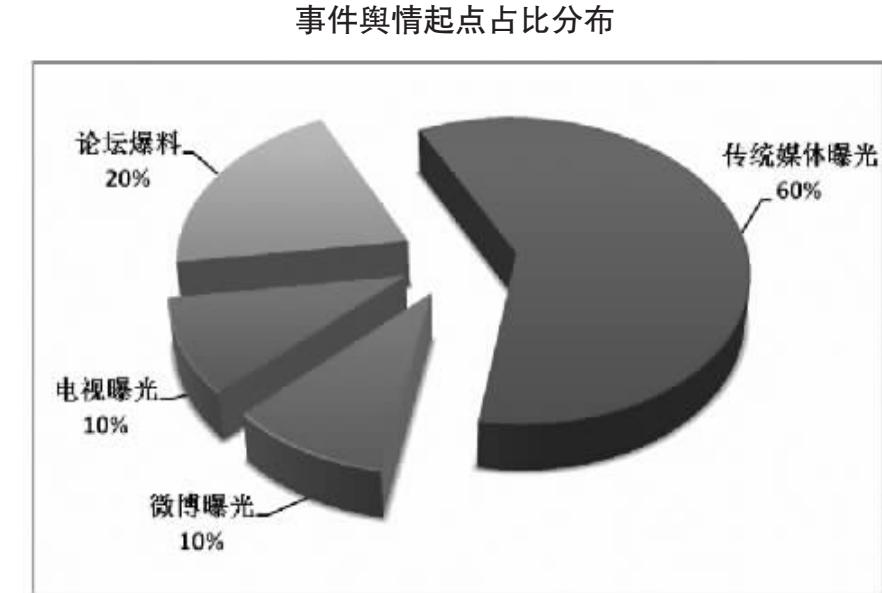
上市公司出现污染舆情事件,或是源于日积月累后的矛盾爆发,或是临时意外导致污染情况扩散,在问题爆发出来之后,其实也是上市公司下定决心、着力解决污染问题的一个契机。但从今年的上市公司污染舆情案例来看,在舆情应对方面,涉污上市公司存有几类明显错误做法。

错误一:企图压制舆情扩散。在网

络发达、信息高速传播的当下,舆情不可能被压制,只可能通过沟通来疏导。但有的公司就是看不清形势,还以为舆情可被操控。以晶科能源为例,在舆情最初爆发的初期,据媒体报道,晶科能源当地工厂人员先是与当地村民发生暴力冲突,其后又阻挠当地记者的采访行为,甚至还殴打记者。相关情况被曝光后,引发舆论强烈愤慨和批评。之后公司虽态度有所转变并举行媒体会致歉,但之前所形成的负面形象已经很难扭转。也有的公司迷信所谓公关手段,试图在网络上删帖,但即便删掉部分链接,新的内容也会很快再度产生和传播开来。

错误二:找地方政府打掩护。有的涉污上市公司,认为自己是当地纳税大户,可以获得当地政府的某种宽容甚至保护,缺乏治污动力,甚至还希望出了问题时地方政府能当保护伞。如江苏的扬农化工,污染舆情爆发后,公司刊出公告说控股子公司收到所在地人民政府限期治理决定书,要求实施停产整治,而公司及时向两级市政府进行了汇报,获得了“理解”,由公司在保持正常生产的同时,启动废气专项治理方案。该停产整顿了,却还称获得所谓“理解”,生产照样进行,这家公司公告一出,自然遭受更多的舆论抨击。

错误三:心存侥幸反应迟钝。多数的上市公司污染舆情事件,都是长期积累问题的一次集中爆发。公众不满的意见和声音,通过公司日常留意和网络搜集,都应该容易获知。但不少涉污公司则是心存侥幸,总觉得这么久都过去了,不会出问题。结果直到媒体介入调



数据来源:中国上市公司舆情中心

查,相关报道出台,公司才坐立不安想办法解决,发公告来“澄清”问题,而此时恶劣的影响已经传播出去,要修复形象、重建信任就更困难了。

错误四:口头道歉意图拖延了事。在许多案例中,上市公司表面上对政府、媒体的问责连连称是,声称会尽量处理,但是却一直不见有实质性动作,需要搬迁的迟迟不搬迁,要加强排污处理的未见落实。这样的应对既可能会导致民众更大的不满,也可能会引发监管部门的更严厉惩处。令人遗憾的是,道歉之后拖延了事,倒是许多公司的现实选择。打的如意算盘就是,在舆情高峰先道歉,化解舆论压力,等到风头过去,一切照常,这种做法过去或许奏效,但目前全社会对污染问题的重视程度已经越来越高,拖延无法解决当地民众的抗议,而各级地方政府和环保部门的查处也将日趋严格。

在资本市场上,环保问题不解决,公司的融资也将受到严格限制。污染的成本,将越来越高,拖恐怕是拖不过去的。

### 对上市公司污染问题的几点建议

在上市公司污染事件的舆情信息中,亦包含有不少各方提出的解决问题的建议。中国上市公司舆情中心将之归纳为以下四点。

一、身处容易产生污染行业的上市公司,应当切实履行社会责任,以可持续发展和建设环境友好型企业为目标,加大环保投入,改善生产工艺流程,持续减少污染物排放。在对外信息披露方面,相关上市公司应发布年度环境报

告,定期披露污染物排放情况等环境信息,以确保社区居民、投资者和社会公众的知情权,建立公开、透明、可信赖的公司环境形象。

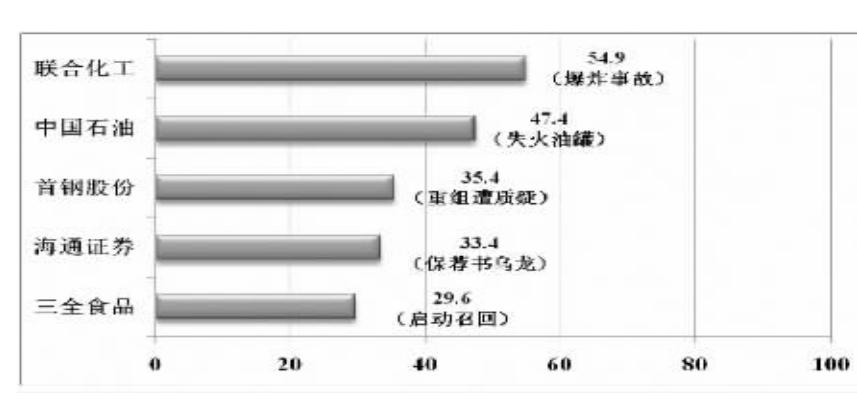
二、上市公司如果遭遇突发环境事件,应在第一时间发布临时环境报告,坦诚向公众披露信息,这亦是减少不准确传言的最有效方式。上市公司同时应当密切关注在网络或媒体上对本公司环境问题的投诉和意见,及时了解舆论诉求,并通过公告等形式,第一时间表达态度,解答外界疑问,化解舆情压力。

三、除及时回应舆论质疑之外,解决污染问题,上市公司既要有态度,更要有切实行动。表态加拖延的方式,或可缓解短期舆情压力,但不能根本解决问题,污染不停止,舆情迟迟还要爆发。

四、解决上市公司污染问题,亦需要相关监管部门进一步加强联动,从加强信息披露、限制融资行为等方面入手,对上市公司污染问题予以更严格监管。去年9月,环保部曾公布《上市公司环境信息披露指南》征求意见稿,但该指南仍未正式发布。一些业界人士认为,在已有的上市公司信息披露规则框架下,有必要对上市公司的环境信息披露做出更具体、强制性的要求,可在环保部、证监会等部门的共同推动下,发布针对性的指南或规则。此外,也应严格执行已有的将环保核查与IPO、再融资挂钩的监管措施,特别是在再融资范畴,要采取措施堵住信息盲区,对环保有问题上市公司的再融资实行一票否决。

## 中国上市公司舆情热度排行榜

(11月18日-11月24日)



中国上市公司舆情中心 李勇

11月18日至11月24日舆情热度最高的五家A股上市公司分别是:联合化工(002217)、中国石油(601857)、首钢股份(000959)、海通证券(600837)以及三全食品(002216)。

联合化工子公司山东新泰联合化工有限公司11月19日发生一起爆燃事故,备受媒体和公众关注,公司于事故发生后的首个交易日,11月21日发布公告临时停牌。股票11月23日复牌之后大跌5.93%。联合化工证券事务代表董宪印接受媒体采访时称,目前发生爆燃事故的设备已经进行减压处理,公司的其他的几条生产线也跟着停产整顿,排查风险。

中国石油同样也遭遇到了突发性的安全事故。据媒体报道,11月22日18时35分,大连港两个原油罐因雷击密封圈着火。事件发生后,消息经微博快速传播,引发了公众的高度关注。本周关于中石油的另一个话题也颇为热门。11月22日有网友发帖称中石油新疆油田公司下属单位领导大量使用豪华SUV越野车,对此公司回应称豪华SUV越野车是为了适应新疆特殊的地理环境。

首钢股份停牌一年多后,于19日公布了重组预案,然而这一重组预案似乎“叫好不叫座”。公司股票复牌后连日大幅下跌,体现了中小股东对重组预案的态度。另据媒体报道,有多家机构清仓出逃。一些业内人士认为,首钢的重组预案能否获得成功还有较大不确定性。

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

海通证券11月21日获香港联交所聆讯通过后,马不停蹄地展开了预路演。然而就在香港IPO的紧要关头,一起乌龙事件在微博上疯传:11月21日发布的道明光学上市保荐书中,海通证券将保荐上市的主体用“姚记扑克”取而代之。11月23日,海通证券投行部相关负责人通过媒体回应称,是“代保助理在文件上传时出了差错”,海通证券会对事件进行问责。尽管如此,此事还是在业内掀起了轩然大波。

11月22日三全食品发布公告,称媒体所报道的公司产品被南京工商部门检出金黄色葡萄球菌一事属实,并启动了召回程序。有媒体评价道,三全首次启动召回,很明显是火灾之后的救火措施,但是大火烧过之后即使被扑灭了,但阴影犹存。

有网友分析认为浑水、香橼等机构的作为之所以引起这么大的争议,

## 分众传媒遭遇浑水:不道德的做空?

中国上市公司舆情中心 李勇

近年来,境外机构做空中国概念股的案例多有发生。时至今日,香橼(Citron)、浑水(Muddy Water)等机构已然为中国的投资者所熟悉,但人们对其发布研报并做空获利,从而“猎杀”中国概念股的做法则褒贬不一。11月22日浑水将矛头对准了大名鼎鼎的分众传媒,将做空机制的是非之辩,再次推向了舆论高峰。

### 做空之争背后的文化差异

遭到机构做空后,分众传媒董事长大江南春在微博上表示“美国市场真是令人无法理解”。不少网友对于做空者散布谣言以图利的无良行为也表示愤慨,甚至有人认为大范围做空中国概念股是一场国际阴谋。

与江南春有类似“被做空”经历的新东方创始人徐小平认为,不能对遭遇做空说“难以理解”,这种心态无法让中国公司充分利用国际融资平台。天马资产管理公司董事长康晓阳则认为做空只是选择了不同的交易方向,并不能称之为“邪恶”。他在微博中表示,

资本的属性是逐利,如果这也称为邪恶的话,那什么才是正义?古人云:天下熙熙,皆为利来;天下攘攘,皆为利往。这是市场,不是教堂,多与空的分别,只是方向不同,无所谓正或邪,更没必要上纲上线。”这一观点得到了许多网友的赞同。

有网友分析认为浑水、香橼等机构的作为之所以引起这么大的争议,

一定程度上源自中国股市做空文化的缺失。首先,如果投资者不看好一家上市公司,只能“看空”,“做空”这种更为直接、更为对等的“反对意见”,暂时得不到制度的支持。

其次,即便是看空,我们的批评也是含蓄而隐忍的。像浑水或香橼发布“死亡之吻”式的质疑报告,如此掷地有声的批评的确令人侧目。

### 是否恶意做空由市场判断

一直以来,不少舆论将浑水等机构的行为称之为“恶意做空”,关键的一点就在于如何界定做空行为是否有恶意”。

北大光华管理学院教授Paul Gillis认为,如果能证明做空者编造谎言扰乱市场,他们最终会得到应有的惩罚。华尔街著名分析师乔恩·奥格评论浑水行为称,“只要所陈述的内容不存在故意扭曲事实,只要该机构对其仓位的披露坦诚真实,从技术上来说,就不存在严格的违法犯规。”

雪球分析师Ricky指出,在美国证券市场,监管权力主要交给了市场,除了美国证券交易委员会和交易所,媒体、调研机构、对冲基金、律师事务所、分析师、个人投资者等等都能参与进来。一旦发现有上市公司弄虚作假,市场将用脚进行投票,而完善的做空机制也将给打假者提供利益动力。

也就是说,在一场比赛中,如果没有充分的证据能驳倒对方,那么正义并不由某一方说了算,市场会给出最终答案。不少业内人士

坦言,做空者更需要诚信。

### 应警惕操纵市场行为

中国上市公司舆情中心在观察相关的网友评论时发现,虽然公众对于境外机构做空中国概念股表示愤慨,但同时也希望中国股市能够建立做空机制。可见与其说投资者反对做空,倒不如说他们担心的是信息不对称带来的不公平。

有网友认为,做空邪恶不邪恶倒不是问题,而是投资者时时受制于信息不对称和信息做假的庄家游戏中不断受伤才是问题。还有网友指出,人们只是在骂做多做空人士,尤其是那些能左右市场的寡头公司。这些评论一定程度上反映了普通投资者的真正忧虑。

虽然中国股市难以通过质疑公司做空获利,但是清华大学教授于增彪指出,做多与做空一样会产生操纵市场。温莎资本合伙人简毅在微博中质问道:“发布利空致使股价暴跌就定性为恶意操纵股价,那发布利好、强化粉饰预期致股价暴涨是否也算是操纵股价呢,进行道德层面评价难道这就不算是恶意?”

总体而言,投资者对浑水、香橼之类的“外部力量”以及他们的商业模式的异议,一定程度上来自于我们面对“批评”时的不同心态。而一些呼吁建立做空机制的声音也说明,中国资本市场需要更为严谨和勇敢的质疑精神,也需要更有效的监管、更高质量的信息披露、更高素质的投资者,需要更为开放宽容的市场文化。