

坚守诚信才能化解危机

蒙牛黄曲霉素事件舆情分析

中国上市公司舆情中心 刘宇琪

蒙牛舆情危机突发

12月24日,国家质检总局公布对全国液体乳产品抽检结果,蒙牛乳业(眉山)有限公司的一批产品被检出黄曲霉素M1超标140%。25日凌晨,蒙牛在其官网发布《情况说明》并向全国消费者郑重致歉。腾讯财经在25日凌晨转载此消息,然而并未引起较大关注。

25日傍晚,网易新闻《蒙牛纯牛奶产品被检出强致癌物公司官网道歉》被多家财经媒体的微博引述,瞬间热度飙升。热度最高的一条微博被转载11万次,一天内所有热门微博合计被转发约20万次。此事在25日晚23时达到舆情峰值,一小时内相关微博达4.89万条。此后的几天,微博上蒙牛的舆情热度一直维持着相对较高的水平。

网友负面观点居多

与以往主要由意见领袖推动舆情发展不同,在此次蒙牛事件的传播链条中,草根民众取代意见领袖成为推动事件传播的主力。蒙牛作为知名牛奶供应商,与国人生活息息相关,大多数网友在互联网看到相关消息即随手转发,以致事件在很短的时间内便全面扩散。

随后,部分意见领袖带头抵制蒙牛的声音开始凸显,这在一定程度

上提升了民众对于蒙牛的负面情绪。拥有42万粉丝的作家王小山号召抵制蒙牛的微博被转发5万余次,易凯资本CEO王冉对质检总局提出表扬,同时对消费者说,“用行动告诉中国所有的食品企业,有些错犯了就是永远的再见”。微博活跃用户、财经记者“王思璟”整理了蒙牛近年来的八次食品安全事故及应对,被转发近2万次。深圳有位艺术家还策划了在地铁站和市区抗议蒙牛的行为,并用微博实时直播。

中国上市公司舆情中心观察到的网友观点中,仅有1%网友认同蒙牛对事件的快速反应,2%的网友呼吁理性对待,约占58%的网友感到震惊与气愤,表示坚决抵制蒙牛的网友也占到了20%。

抗议由呼声转为行动

一部分公众倾向于将负面情绪转化为实际行动。自称“SIT小组”的黑客28日晚攻击了蒙牛官网,并留言称“中国自己的乳企,如今自己坑自己”。而更进一步的实际行动,就是市场对于产品的抗拒。据《京华时报》记者在北京的采访,某家大型超市这两天的监测数据显示蒙牛牛奶在其店内销售下滑了37%。全国知名连锁酒店“7天”一直主打“睡前牛奶”,此前赠送给住客的均为蒙牛牛奶,然而其CEO郑南雁28日在微薄宣布,全国全部酒店都已“停止送蒙牛的奶”。

投资者的担忧与不信任的力量

也迅速体现,甚至影响到了同类公司的股价。事件之后伊利一度大跌8%。28日港交所开市,蒙牛则放量暴跌23.95%,一日之内市值蒸发111亿港元。29日蒙牛继续下跌,股价创两年来低位。多家券商调低了蒙牛的评级和盈利预测。招商证券认为,销毁抽检当日的产值小于666万元,因此公司直接损失有限。高盛则指出,蒙牛虽已道歉,但事件难免对股价造成负面影响,风险包括公司品牌形象受损导致销量下跌、宣传开支增加以及拨备支出加大等。不过高盛还强调,相信上述影响不会太严重。

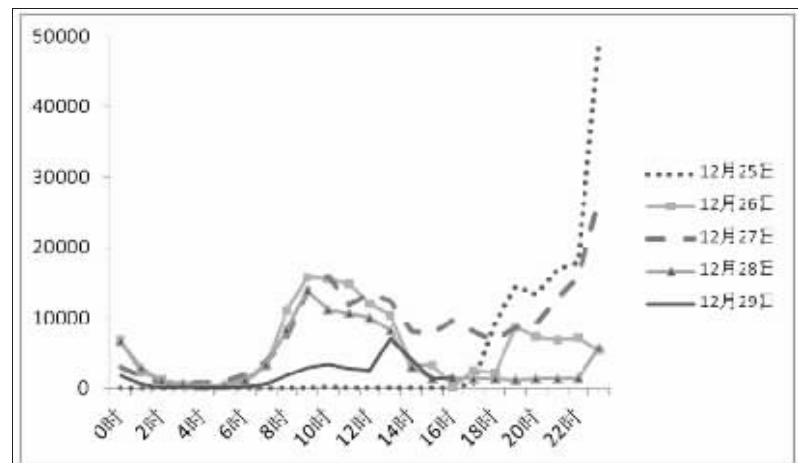
蒙牛舆情应对点评

蒙牛此次的舆情应对不可谓不快。24日,国家质检总局公布对全国液体乳产品抽检结果时,尚未引起媒体和公众的关注。而在媒体跟进之前,蒙牛已经第一时间在官网承认了质检结果并道歉。单纯从反应速度和态度来看,其积极主动值得其他企业学习。但是,从媒体的态度以及网民的观点倾向来看,这一“主动道歉”效果有限。

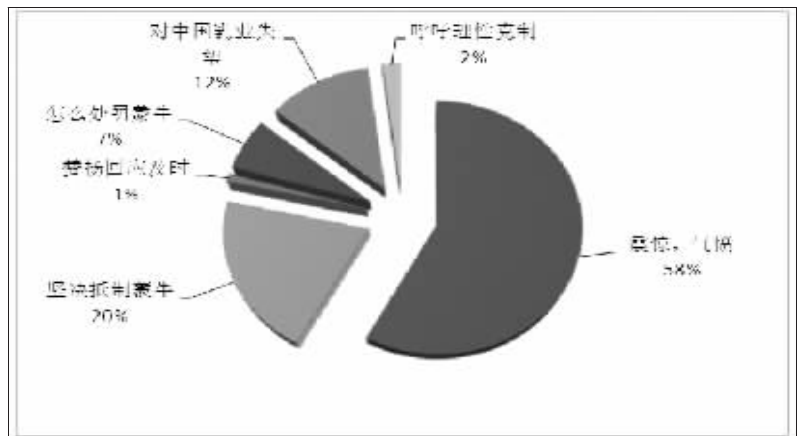
首先,蒙牛对后续的舆情发展反应稍显迟钝。12月26日晚上,四川“麻辣社区”网友将印有生产批号的蒙牛盒装纯牛奶照片上传至网络,称“买到问题批次牛奶并已饮用多盒”,这与蒙牛在25日的声明中提到的“问题产品已全部封存销毁”有所出入。此事在新浪微博被转发两万余次。此后又有其他地区网友上传类似照片,然而蒙牛对这件事的回应则延迟很多。29日《京华时报》记者报道称,蒙牛给北京一些超市发的《关于蒙牛眉山工厂抽检情况的说明》中提到了商品批号,和网友所传图片中牛奶的确不是同一批。然而,蒙牛始终都未通过官方渠道给出有理有据的正面回应。

其次,公司发言人部分措辞有待商榷。28日,蒙牛副总裁卢建军接受记者采访的视频在网络流传,卢建军提到“毒牛奶原因是奶农所用饲料霉变,但乳企对奶农用的饲料不能控制。就像国家立法说不许杀人,但有人就是要杀人。没有一家厂家的饲料是

微博关于“蒙牛”话题的分时热度



网友意见倾向抽样统计



数据来源:中国上市公司舆情中心

不霉变的。这只是个案,就像家里馒头也不小心会发霉。”这段话在微博被转发8000余次,有网友表示“辩解已是无用”,“用杀人来做类比让人觉得莫名其妙”。也许他的本意只是想表明企业的难处,以及此次事件不是有意为之,但这种语气难免有推卸责任之嫌。在公司深陷舆情危机之时,任何代表公司层面的发言都以谦恭谨慎为上。

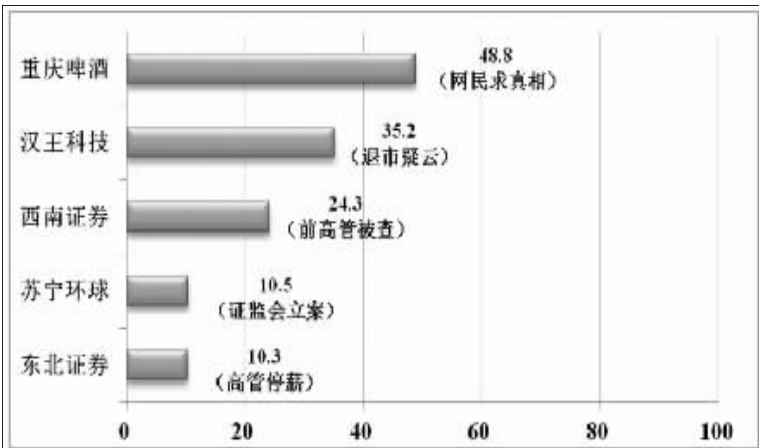
再次,第三方的权威机构发言应更慎重。“中国企业家杂志”的微博披露,国家质检总局官员接受采访时提到,“吃一颗烂花生的黄曲霉素比喝它十杯牛奶都多。”这令相关方再次成为网友抨击的对象,“谁疯了去吃烂花生啊?不小心吃到也会吐了吧?”从科学层面讲这句话或

许成立,从采访过程看要结合前后语境。但是在信息碎片化的微博时代,公司或者个人说出的每一句话都有可能作为独立个体广为流传并成为公众审视的对象。第三方机构是独立客观的象征,发言更需谨慎。

此次蒙牛的舆情危机,或许只是来自其生产管理中的一个细微的环节。复杂生产过程中犯错误的概率总不会为零,错误带来的影响或许也终有消散之时,但公众对企业的信任难以承受多次的打击。对于此次“黄曲霉素事件”,公众之所以有如此强烈的反应,与近年来蒙牛食品负面舆情积累不无关系。事发后,很快有细心者整理了近年来蒙牛的“旧账”,负面情绪被深度引发,更加剧了舆论对公司的不满。无论事故责任由谁承担,从企业的长期发展来看,危机过后蒙牛需要根治的是信任的问题。

中国上市公司舆情热度排行榜

(12月23日—12月29日)



数据来源:中国上市公司舆情中心

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。

中国上市公司舆情中心 李勇

12月23日至12月29日舆情热度最高的五家A股上市公司分别是:重庆啤酒(600132)、汉王科技(002362)、西南证券(600369)、苏宁环球(000718)以及东北证券(000686)。

重庆啤酒依然是本周舆情的焦点,只是由于股票停牌,加之事件已经持续了数周,公司的舆情热度有所消退。一部自称是重庆啤酒事件为蓝本“跟进型”的金融小说在互联网热传。对于文中所“虚拟”的种种情节,不少网民呼吁道:但愿这一切不是真的,也希望这一切不要成为A股市场的谜案。”

汉王科技近日发布公告称,因涉嫌信息披露违法违规,证监会稽查总队决定对公司立案稽查。据媒体统计,2011表现最“熊”的上市公司,不是深陷“乙肝疫苗事件”的重庆啤酒,而是遭高管以及大股东减持、业绩大幅变脸的汉王科技。市场人士分析,在股市泡沫退去后,并不意味着汉王科技投资价值体现。有媒体认为,“退潮”后,汉王科技这家还在“裸泳”的上市公司,有可能成为中小企业板第一只退市股票。

监管部门23日披露,西南证券前副总裁季敏波涉嫌利用未

公开信息交易股票案被认为是证券公司“老鼠仓”第一案。西南证券称,季敏波涉嫌利用未公开信息交易股票为自己谋取不正当利益,属个人行为。公司同时表示,早前已免去季敏波担任的证券投资管理部总经理及副总裁职务,并责成其赔偿了经济损失。

苏宁环球近来可谓负面舆情不断。因涉嫌信息披露违规,苏宁环球日前被证监会立案调查。据媒体报道,苏宁环球在“广州白鹤潭地区土地开发”、“涉矿投资”等事项上,存在信披违规的嫌疑。公司表示,在立案调查期间,公司将积极配合中国证监会的调查工作,并就相关事项严格履行信息披露义务。

据监管部门近日披露,东北证券保荐代表人秦宜涉嫌内幕交易被批捕。而在12月27日,一份疑似东北证券的内部停薪通知流传网络。该通知显示,由于自9月份开始出现累计亏损,决定停发总裁、副总裁10月至12月份3个月工资,董事长、监事长也表示一并停薪3个月共渡难关。有网友则提议基金公司的高管向东北证券高管学习,自停几个月工资和奖金,虽然只是杯水车薪,但是态度很关键,至少能安抚一下民严重受伤的心灵。

严查内幕交易获舆论积极评价

中国上市公司舆情中心 黄帆

近期监管部门陆续公布了一系列内幕交易案件的查处信息。12月27日,证监会又联合监察部、公安部,通报了近年来查处内幕交易案件工作情况,并公布了四起党员领导干部内幕交易的典型案例。监管部门严查内幕交易的系列举措,获得舆论积极评价。27日的联合通报会,亦被媒体称之为证券案件监管史上规格最高的一次,“打击内幕交易的风暴正在升级”。

证监会近一个月来连续公布多起内幕交易等违法违规案件情况,其频度极其罕见。舆论普遍认为,这充分显示出证监会打击内幕交易“零容忍”的决心。内幕交易,共同喊打,已成近期资本市场舆论中的一个重要部分。据中国上市公司舆情中心统计,在12月份,平面媒体涉及证监会严打内幕交易的报道高达1200多条,报道数量较11月高出一倍。光是新浪微博上,讨论查处内幕交易话题的微博,12月内也有约25000条。绝大部分报道和评论,都对证监会严查内幕交易给予相当积极的评价。

《证券时报》29日刊发评论,称“加大追责力度是查处内幕交易案的关键”,文章认为,内幕交易是中国股市的一大毒瘤,三部委专门就内幕交易案的查处情况召开这样一次高级别的新闻发布会,充分体现了监管部

门对打击内幕交易案的高度重视,进一步体现了证监会打击内幕交易的决心。《法制日报》则称,股市监管风暴牵出贪腐官员,证监会密集调研备战制度性改革。”

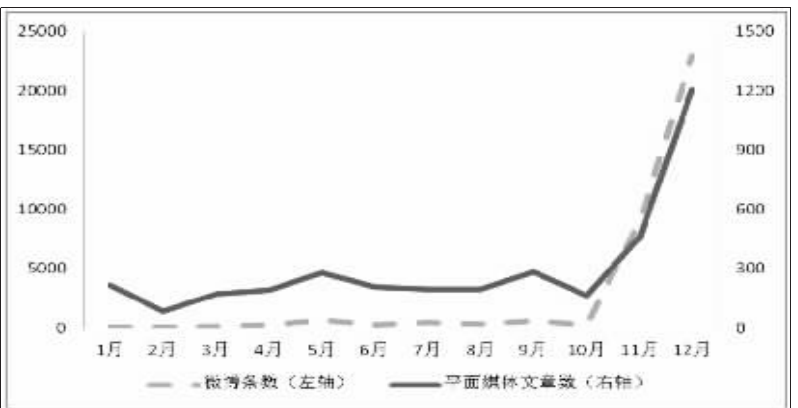
除此之外,也有一些意见建议,应进一步加大内幕交易案件的查处力度。这包括需要各个方面密切配合,修订完善相关法规,让内幕交易者受到更加严厉的惩处;也包括希望监管部门能再查几个大案,让人们充分意识到内幕交易是一项重罪,决不可心存侥幸以身试法。

有媒体指出,目前对内幕交易的追责力度有待进一步加强。对内幕交易案的“温柔刑罚”等于是对内幕交易者的纵容。财经评论人皮海洲建议,在证券执法

过程中,要体现出从重处罚的原则。在当前中国股市各种违法违规行为不断涌现的情况下,证券执法有必要选择“重典”执法。财经评论人侯宁也在新浪微博中称,打击内幕交易是必须的,其惩罚力度应当足够大。还有网友认为,犯罪成本太低,监管措施不够完善,是导致内幕交易不绝的原因之一,诸如此前的数位基金经理,涉足了内幕交易行为,但最终的判罚却比较轻。

因内幕交易而被查处的东北证券百万年薪保代,其案例也引起很多网友感慨。有网友评价说这是“捧着金饭碗偷了颗大白菜”,认为对于一个年薪百万的保荐代表人而言,其内幕交易仅获利23万,却换来市场禁入和牢狱之灾,其行为获得了应有的代价,也是对其他从业者的一有力警示。

内幕交易成为近期舆论热点话题



数据来源:中国上市公司舆情中心(12月数据统计至29日)

网传银行客户密码泄露 交行、民生火速辟谣

中国上市公司舆情中心 叶月草

昨天下午的数个小时之内,一则银行客户密码遭泄露的传言在网络间蔓延,而被传言波及的交通银行、民生银行火速借助网络进行了回应辟谣。传言迅速得到澄清,而网络信息安全问题,各方仍持续关注。

网络传言快速扩散

12月29日12点28分,挨踢客网站以《再爆猛料!传交通银行和民生银行用户资料外泄》为题,发布了文章,称收到网友爆料称交通银行等部分客户资料外泄,其中包括用户的姓名、卡号、密码等敏感信息,涉及的银行包括交通银行、民生银行、工商银行等。据称其中交通银行涉及7000万客户,民生银行涉及3500万客户。

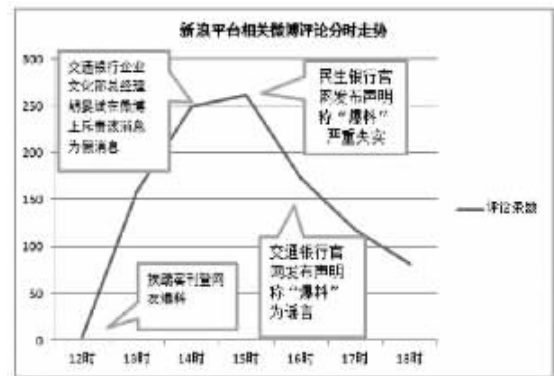
随后,该文章被中国网、光明网等传统媒体网站注意并转载,相关转载量截至29日下午5时已超过130篇。在微博上,公众亦争相互相传播此消息,时风声鹤唳。此前CSDN等网站“泄密门”事件尚未平歇,此次再度爆出银行客户信息泄露的传言,确实引起公众的紧张和对网络信息安全的高度关注。

此次事件中公众总体保持相对谨慎的态度,许多参与转发的网友同时写着“求辟谣”,不少网友在微博上向银行的相关人员主动求证,亦有具有银行安全信息系统工作背景的网友分析说,银行不可能泄露出如传闻所附图片中那样的客户明文密码信息。

银行火速回应辟谣

而涉及的银行反应也很迅速。14点18分,交通银行企业文化部总经理胡晏斌在微博上斥责该消息为假消息,同时称会联系相关部门进行核实,并会进一步公告。15点04分,民生银行在其官方网站发布声明,称用户资料外泄相关信息严重不实!下午稍晚些,交通银行亦在官方网站发布公告,称关注到网络传闻称交通银行等多家银行巨量用户资料外泄,经核实,该传闻纯属谣言。公告还表示,交通银行呼吁社会各界共同打击造谣行为,不要误信、误传谣言。对于任何有意造谣滋事、严重扰乱金融秩序的行为,交行将保留追究其法律责任的权力。

作为信息发布方的挨踢客网站,态度亦随舆情迅速变化。14点16分,挨踢客新浪官方微博已经删除了相关博文,并解释说是由于信息没有办法核实,为避免造成不必要的恐慌,因此删除。同时亦否认造谣。



数据来源:中国上市公司舆情中心

善用网络手段 与谣言赛跑

此次谣言产生在系列“泄密门”之后,公众对于相关部门技术手段防止黑客进攻盗取用户资料的能力产生了怀疑,再加上此次涉及的是银行部门,危机到公众、国家的金融体系安全上,因此消息虽然是来自一家小型网站,仍产生了轰动效应,引发较强烈关注。

在此次事件中,谣言传播的回落速度较快。得益于公众谨慎求证的心态以及银行及时的回应。同时,媒体及部门机构的官方微博主动参与到辟谣的队伍中来,对谣言的消除亦有积极的作用。

从两家银行的回应方式来看,运用自身官方网站进行公告,可以实现第一时间发布,同时这种正式的方式也具有较高的可信度。此外,通过银行官方微博及银行认证个人微博同步发布,并附以官网链接,也是非常有效率的做法。

一出针对几家银行的不靠谱传言,就此逐步消散。不过舆情背后折射出,公众对于网络信息安全问题高度关注。各类电子商务企业,都应高度重视自身的客户信息安全问题,如果出了漏子,很可能就会惹火上身”。

中国上市公司舆情中心

中国上市公司舆情中心系人民网、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舆情研究与服务机构。
中国上市公司舆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舆情服务。

联系电话:0755-83501662 0755-83558480
电子邮件:gsyq@stcn.com
舆情频道: http://jq.stcn.com
官方微博: @公司舆情 (新浪)
@中国上市公司舆情中心 (腾讯)