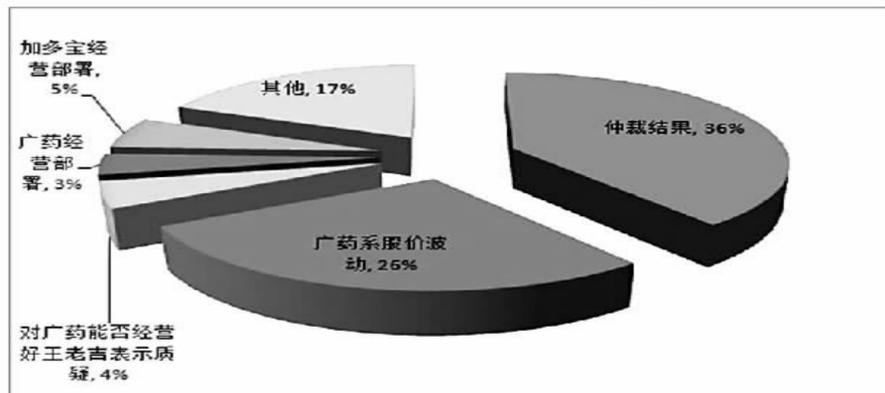


“王老吉”之争未竟 广药赢了官司能否赢得舆论



欢迎关注“中国上市公司舆情中心”新浪官微
@公司舆情 http://weibo.com/u/2094447647

传统媒体自5月份以来对广药相关信息的报道重点



本版图表数据来源：中国上市公司舆情中心

广药集团把价值千亿的品牌收归囊内，这本来是公司经营上的重大收获。然而在舆论场中，对公司能够成功经营“王老吉”品牌的质疑之声一直不绝于耳。

中国上市公司舆情中心 叶月章

5月9日，中国国际经济贸易仲裁委员会的裁决书显示，加多宝集团母公司鸿道集团须停止使用“王老吉”商标，旷日持久的“王老吉”商标之争终于落下帷幕，广药集团最终赢得了这场官司。5月11日晚，广药选择在周末假期来临之际发布了相关信息。

纵观整个事件，虽然广药赢得了官司，但是由于在宣传策略以及舆情应对上的欠缺，导致了广药在舆论场中处于相对不利的地位，对企业的经营管理、资本市场的表现将造成一定的影响，对广药赢得“王老吉”商标的价值也可能打了折扣。

与广药相反，失去商标使用权的加多宝积极反击，并在5月16日下午召开媒体说明会，打造弱势形象与积极经营战略形象，一定程度上赢得了舆论的认可。

仲裁结果不是传统媒体报道重点

5月份以来，媒体对广药相关报道超过110篇。通过图中数据，不难看出，媒体在广药与加多宝对“王老吉”商标的争夺战中，

仲裁的结果与股价波动等是关注的重点，然而，媒体对广药能否继续此前加多宝对“王老吉”商标的成功运营表示一定程度的怀疑。对加多宝失利后的经营部署亦有多篇报道。

在具体的报道中，即便仲裁结果的报道占比最高，但不少相关报道行文亦呈现了对广药经营“王老吉”品牌能力的怀疑态度。而广药的经营部署虽被报道，但“急招3000名销售人才”等相关信息的报道中却也呈现了业内人士对广药经营信心不足，以及对广药战略部署颇有仓促感。加上广药股价近期虽然呈上升趋势，但媒体报道中却是游资炒作、机构离席的景象，难言后续行情。

网络媒体偏向质疑广药经营“王老吉”品牌能力

在网络媒体上，自5月份以来，关于“王老吉”商标之争的相关报道转载量已经接近3000篇，值得注意的是，在侧重报道加多宝相关信息的新闻报道中，加多宝提前为官司失利，失去“王老吉”商标做的企业经营部署准备受到了媒体的关注，转载量亦较高。而在侧重报道广药相关信息的新闻

报道中，除去股价波动和仲裁结果外，对广药官司取胜后关于商标的经营表示了相关的疑问。整个网络媒体上，广药赢了官司，但难以赢得舆论。

自媒体舆情偏向同情加多宝

有网友在新浪微博上发起题为“你认为广药能运营好王老吉这个品牌么？”的投票调查，结果显示有六成参与投票的网友认为广药不能运营好王老吉。虽然这个投票活动缺乏权威性和严谨性，但是，却显示了自媒体上，广药在舆论场并未获得公众信心。

此外，在自媒体上，网友对

败诉的一方加多宝表示了同情。

广药与加多宝之争也成为财经人士和业内人士的焦点话题，不少财经名人就仲裁的结果发表评论。

著名私募人士但斌认为：广州药业拿到一副好牌……王老吉等于中国的可口可乐，广药相当于拿到了四个王、八个二，多个炸弹，再做不好丢人。唯一：要快速出红罐广药王老吉。”

舆情应对欠缺 广药后续手段亟待完善

“王老吉”商标归属权的官司目前已经结束，广药集团把价值千亿的品牌收归囊内，这本

是公司经营上的重大收获。然而在舆论场中，对公司能够成功经营“王老吉”品牌的质疑之声一直不绝于耳。反观加多宝，其早在年初就积极进行了“去王老吉化”的经营部署，在商标战争中，加多宝进一步提高了知名度，为后续品牌载体转移做了广泛的铺垫，就负面舆情事件进行了较好的应对并反转。

广药为“王老吉”回归进行的紧急扩招不被业内看好，其后在舆论场倾向渐变的时候仅做被动沉默应对。舆论的应对失利让一场胜利的官司打折。广药集团的舆情反应、舆情预估、舆情应对等机制有待反思与完善。

首富发电受热议 到底揭了谁的遮羞布

中国上市公司舆情中心 钟钦政

5月15日，中国经济网一篇报道称，山东魏桥集团自建电厂发电，不仅供自己的企业用，同时还自建电网，供附近的企业居民用。这篇题为《山东首富自办电厂供电电价比国家电网低1/3》的报道中，有多个公众敏感的关键词，如山东首富、1/3（电价比国家电网电价的1/3还低）、文武斗斗等，再加上正当国家推行阶梯电价，各地轮番听证的关键时刻，迅速引爆了舆情。

据中国上市公司舆情中心观察，截至17日，这篇报道已迅速被各大媒体转载超过86次。与此同时，全国各大媒体做了各种跟进报道与评论。16-17日两天，百度新闻上关于此事的文章超过了900

篇；新浪平台上，一些媒体官微所发言及此事的微博，转发和评论均过千，如南方都市报所发已过万，财经网的也有6000余。舆情之热，可见一斑。

而舆论的火力，一开始就集中到了“电网垄断”之上。大家的矛头基本一致：民办低价电，揭了国家电网的遮羞布。

魏桥集团也许并不是第一家自己发电的企业，据统计，截至2011年，单山东一省就有179家企业自建电厂。而能对外输电的，却仅魏桥一家，这还是其与地方政府、国家电网三方博弈的结果。电价高企，成本下不来，再加上为京都议定书，为了哥本哈根气候大会上一个承诺，时不时还拉拉闸限电——企业自办电厂保证生产，情有可原。问题在于，

为什么一个民营企业自用的电厂，其产能可供一方民众共用？其电价低，低在何处？

16日，发改委出来表态了，称这不符合《电力法》，而其价格之所以要比国家电网的低，那是因为没有承担社会责任。诚然，国家电网需要在安全、环保、电网建设等方面付出成本，咱发改委的同志还补充解释，现行的电价里，还包含了三峡建设基金、城市建设等一系列的附加费用。但将抬高电价的理由，归结为社会责任，您这是在说笑话吧？

正如当日下午的广东省的听证会上，听证代表们怒斥：电网员工平均工资是全省的近两倍，你们一边享受垄断带来的高利润高福利，一边嚷嚷着成本过高亏损，有没有想过从内部控制成本提高效率？

《南方都市报》也发了一篇评论《民企肆意压低电价，这还得了？》，通篇反语，极尽嘲讽，文章直斥国企人员冗余，管理混乱，黑暗腐败等不良现象。

随着舆情推进，“魏桥模式”这一新词也正式出炉。人民网转载四川新闻网的评论《魏桥模式》，这个真可以有！时称：尽管魏桥模式在山东取得了成功，但由于需要多个前提条件，魏桥模式被业内认为是局部的个例，难以在全国推广。文中写道：魏桥为中国电力发展建设趟出来的这条新路显得特别珍贵和来之不易。

也许，发改委同志说其成本低是因为未尽社会责任，是事实。不过，它的出现对冲击国企垄断，有现实意义，起码大家都在谈论这件事了。

17日，又有消息称，国家电网已经将魏桥集团招安，双方欲重新联网，实现互利共赢。尽管魏桥方面拒绝透露合作的细节，但知情人士称，这是一个“平起平坐”的合作。尽管艰难，但总算迈出了一步。

随着事件持续发酵，舆论的触角开始散开，媒体为了吸引眼球，开始将整个事件边边角角都挖了起来。因而魏桥集团，以及它背后坐拥数百亿的张士平家族，也被推上舆论浪尖。张士平是谁？其控制下的魏桥集团，何以堪称中国最大也最神秘的家族企业之一？福布斯中文网发文，图文并茂地揭示了张士平家族财富的构成和积累的过程。在过剩的想象力和娱乐至死的精神指导下，网民开始既担心又期待：这么挖下去，张士平和魏桥集团背后，是否会有更多的故事？

2012上市公司舆情周榜:5月11日~5月17日

广药独揽王老吉欲整体上市 中石油入选A股砸盘值班表

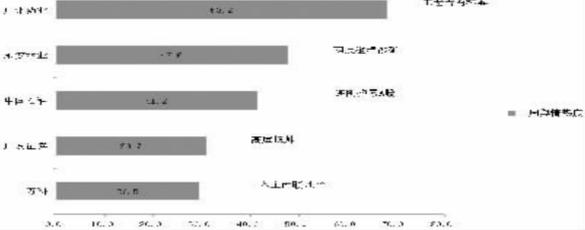
中国上市公司舆情中心 蒙湘林

5月11日至5月17日舆情热度最高的A股上市公司分别是：广州药业、永安林业、中国石油、广发证券和万科。

广药独揽王老吉 谋求整体上市

旷日持久的中国商标第一案、价值1080亿元的王老吉商标之争终于有了定论。“王老吉”商标归广药集团所有，加多宝彻底告别“红罐王老吉”。广药集团旗下两只股票，广州药业和白云山A在14日开盘后双双涨停。花旗银行发布研究报告认为广州药业夺回王老吉商标，有助于显著提升广药明年及以后的盈利。

对于这次王老吉商标案件，网友的讨论观点不一。有网友认为：“广州药业收回商标，看重的是商标背后千亿元的品牌价值，未来在凉茶饮料市场潜力巨大。”但也有网友在微博上评论：“广州药业赢



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。

了官司，输了市场，消费者对谁是正宗王老吉心中已有数。”舆论的热炒除了在王老吉案件外，也集中到了广州药业集团谋求整体上市的计划，日前，广州药业和白云山同时公布重组方案，该方案为：广州药业换股吸收合并白云山，同时定向发行股份购买广药集团公司医药主业资产。通过上述交易，广药集

团将以广州药业为平台，实现主营业务整体上市，而广州药业将成为广药集团旗下唯一的医药主业上市公司。

永安林业澄清涉矿传闻 道是无稀却留玄机

林子大了，什么都有，包括“涉矿”近日，因“涉矿”传闻，在

资本市场默默无闻的林业股异军突起，龙头股永安林业尤其上演“愈澄清愈涨停”的疯狂，连获两个一字涨停。在15日和16日的澄清公告里，公司方面都否认涉矿，同时回应称盗采稀土已被制止，但再度回应反而迎来了舆论更多的猜测。网友对此的讨论也很热烈，据某网站调查，有五成的网友认为公司应该进行勘探证实情况，而只有3%的网友认为公司与涉矿事件无关。

中国石油十连阴 A股一声叹息

问君能有几多愁，恰似满仓中石油。”截至16日收盘，A股第一大权重股——中国石油报出“十连阴”。近十个交易日，中国石油下跌6.11%，上证指数因此而失去了14个点位，有媒体发文感叹，如此庞然大物，表现如此低迷，使得整个A股市场一片叹息。更有网友“苦中作乐”地在微博上发布了蓝筹股砸盘“值班表”，而中石油最为“积极”，每天都榜上有名。

孙树明接任 广发证券董事长

5月15日晚间，广发证券董事会发布董事长变更公告：应刚先生因工作变动原因，辞去公司董事长职务，仍继续在任担任董事职务。孙树明先生将出任公司董事长。作为一家大型上市券商，广发证券董事长的变更也成为媒体关注的热点。

入主南联 万科试水国际化

14日晚，万科公告称，待南联地产重组完成后，公司将以10.79亿港元收购永泰地产所持有的南联地产73.91%股权，收购价格5.6197港元/股。业内人士分析认为，万科此次收购行动实际上是借南联地产的净壳亮相在港上市。万科董秘谭华杰表示，此次收购的主要目的是进行国际化尝试。国际化是万科需要思考的长期发展方向之一，本次收购属于铺垫工作的一部分。万科总裁郁亮此前也对媒体表示，万科董事会主席王石游学海外，也与万科寻找国际化路径有关。

深圳前海股权交易中心正式挂牌 网络传言落幕

中国上市公司舆情中心 黄帆

经历业界与媒体近半年的猜测后，深圳前海股权交易中心在5月15日举行挂牌签约仪式。此前，关于深圳前海金融改革的猜想已经在媒体热议多时。

据中国上市公司舆情中心观察，4月12日，新浪微博中首先出现前海金融股权交易所挂牌成立的传闻，随即引起网友热议。

最早发布消息的新浪财经官方微博，在12日中午，突然发布一条本应在当天下午才发生的新闻，其新闻第一句就是“深圳市委常委会将于今日下午研究通过《改善金融服务支持实体经济发展》系列配套文件”，称深圳将出台系列重大金融创新，服务实体经济发展，包括将于香港设点开展双向跨境贷款，设立战略新兴产业国家级创投母基金、跨国公司境内设立资金管理机构和年内成立深圳前海股权交易所、扩大代办股权转让系统试点、创新债券市场发展等。当日下午，深圳前海概念股闻声大涨。

然而，当时的传闻也惹来各方的质疑。深圳有关方面在当日下午接受媒体咨询的时候，就表示网络上的新闻不实，更引来网络上媒体业界的微博大战。微博名为“沪港小生”的香港南华早报金融编辑就在微博中称，既然新浪认为自己是独家新闻，就应该公布政府文件，认为新浪的“独家新闻”是假新闻，其言论更惹来多名媒体从业人员的质疑。

在新浪以官方财经新闻的形式广泛传播此新闻之后，随后多个微博及网站加以转载。其后由于政府作出澄清，热度迅速降低。

时隔一个月，深圳正式宣布前海金融创新落地。其消息在网络上再次得到热议。由于此次信息已经板上钉钉，有接近2000条微博参与了讨论，而平面媒体也大幅报道。对有关传闻是否属实的持续一个多月