

# 困惑与出路:疯狂点击下的12306订票网站

中国上市公司舆情中心 钟钦政

比钓鱼岛更难登的,是12306订票网站,逢节就崩。”国庆、中秋双节将至,疯狂点击之下,铁道部的订票网站“12306.cn”无法登录、超长排队、支付失败……一系列在春节期间出现过的问题再次暴露。

舆论怒火一经点燃,便成燎原之势。据中国上市公司舆情中心观察,自9月15日“12306.cn”系统升级完成接受订票起,截至27日,相关的文章及网络转载量,竟有万余篇。事实上,今年春节的时候,类似的质疑已经出现,议题、解答都颇为相似。关于“12306”的争议,自这个网站上线之日起就未曾停过,微博上讨论的帖子数就已是百万级别。

时隔近十个月,而公众的疑虑仍旧没有消失,问题仍旧没有解决。大量的社会资源和杜会情感被浪费了,这是公众的无知,媒体的无奈,还是当局的无能?那么,这一次舆论的枪口,是否真的对准了靶心?那些滚烫的指责与辛辣的讽刺,于最终解决问题有何裨益?2013年春运,同样的情境是否还会再次轮回?

## 舆情的几度峰回

铁道部的网上订票系统于9月14日完成了系统升级,升级之后,加入了一个新的“排队系统”。而之后两天,就有《潇湘晨报》、《东方早报》等媒体援引网友和购票者的抱怨,说订票系统“打烊”、“卡壳”。不过,这两天正好是周末,这两篇报道也未引起较大的舆论热议。此时网络媒体主要还在转载系统升级之后各种便利的消息。

17、18日,订票的人数骤增,问题凸显。媒体纷纷祭出《12306还坑爹吗?比登天还难的订票体验》、《12306订票排队系统效率低下被指存在多处漏洞》等标题。《华时报》在19日刊登《铁道部网上订票强制排队等半小时告知失败》,尽管晚了数天,却因这家报纸本身的影响力,以及舆论情绪的积蓄,引起了强烈反响。此时,媒体的焦点和网友的吐槽,尚集中于抱怨12306订票系统的本身。有人揶揄:12306的系统真厉害,完全模拟现场买票环境。有人担忧:排队也不行,难道不成要摇号?

而真正触动舆论“G点”的,则是19日晚上新浪平台上一个草根账号所发的一条微博:“你们知道新一代的12306.cn开发费用是多少吗?1.9亿(实为1.99亿,笔者注),对,没错,你没有看错,1.9亿!!而且这仅仅是一期的费用!

## 躲不过的舆情风浪

9月14日开始,陆陆续续有媒体报道,铁道部令人期待的网络购票系统升级效果欠佳,微博上的抱怨也逐渐增多。

9月19日,网友发布的一则消息把舆论引向了一个新的方向。网友“互联网的那点事”发微博称,新一代的12306.cn一期开发费用是1.9亿,涉及太极股份。这并不是谣言,太极股份确实在9月13日发布了相关的公告。“巨额”的开发费用与“巨差”的用户体验形成了巨大的反差,而上市公司的出现为公众情感宣泄提供了新的对象,早期的舆情积累转化成了洪水猛兽。

太极股份只是个开始。有媒体9月21日报道称,1.99亿元并不是新一代客票系统一期工程项目的总价,另一上市公司同方股份拿到了另外1.3亿元的中标合同。”同方股份在接受媒体采访时表示,公司中标金额相对于同方股份超过200亿元的营收,这个项目不算大,所以公司没有披露的必要。舆情风浪的冲击仍未停止。近日网上又有传言称,铁道部旧版售票系统项目的合作方网宿科技或已因春节期间的严重登录困难问题而被排除出新一代客票系统建设。也有不少网友认为,12306的不少问题,都与网宿科技有关。

据媒体报道,太极股份相关人士接受采访委屈地说:“我们太老实了,1.99亿元的项目金额并没有达到必须公告的标准,我们还是发了公告。”是不是不发布中标公告就会风平浪静了?现在,太极股份、同方股份和网宿科技都卷入了舆情漩涡,事实证明,在自媒体时代,没有多少秘密可言,作为公众公司更是如此。

中

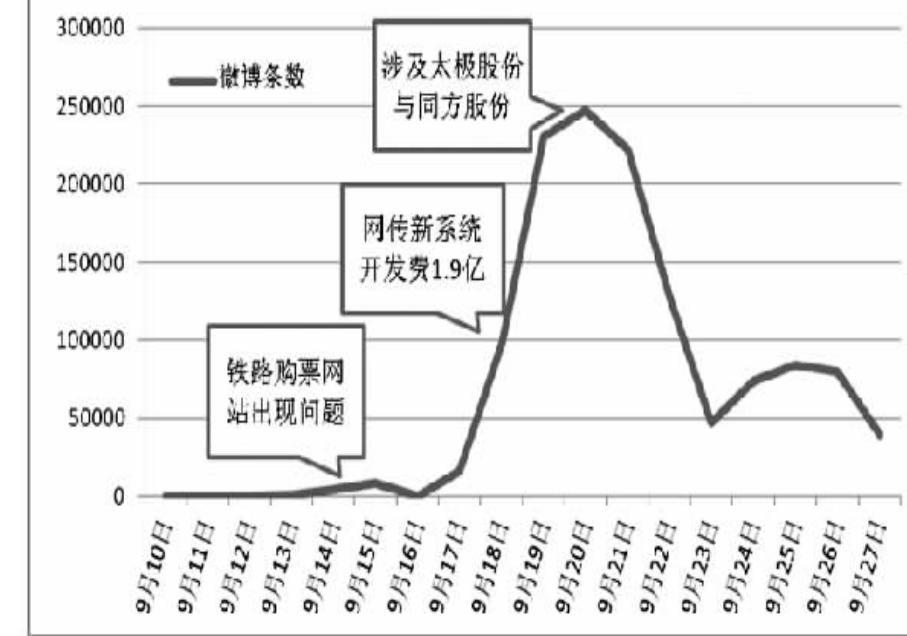
粹的市场化企业更有运营的优势,网售火车票这一块有必要向市场、民营资本放开,像飞机票网售业务实际上早已对民营网站放开了,火车票为什么不能呢?”

另一方面,铁道部的麻烦,并非只出现在订票系统上。某种意义上,人们对整个订票系统的不满,不过是对公权力的处事理念、管理方式等的集中爆发。铁道部作为一个政府部门、一个企业,却并没有建立起现代的企业、政府组织所应具备的理念。之所以会如此,根源还在于傲慢”(刘远举)。纵观铁道部一直以来在舆论中的形象,这是其久治不愈的“重

症”。而要平息众怒,获得舆论的理解,唯有公开信息一途。恰如新华社《每日电讯》所提出的警告:拒绝公开信息是没有出路的,困兽”的结局只会成为笑柄。阳光是最好的防腐剂。

27日下午,铁道部通过中国广播网发布声明,公开了招标的过程。声明列举了招标项目的主要内容、投标人的条件等,但对于舆论聚焦的“需不需要这么多钱”、“怎么花的”,却并未言及。有网友评论说这是“答非所问,自欺欺人”。尽管这个声明并未完全解答舆论的质疑,但至少是一个开始。

## 铁道部网络购票系统微博舆情热度走势



本版图表制作:中国上市公司舆情中心

# 12306背后的上市公司如何面对质疑

中国上市公司舆情中心 龙大香

一期工程耗资高达3.29亿元,为啥还是很难网购到火车票?”在众多网友抱怨12306不给力的同时,有人开始查询“谁在建设这家网站”。于是,参与铁道部网络订票系统升级建设的几家上市公司暴露在了聚光灯下:太极股份、同方股份和网宿科技。

## 躲不过的舆情风浪

9月14日开始,陆陆续续有媒体报道,铁道部令人期待的网络购票系统升级效果欠佳,微博上的抱怨也逐渐增多。

9月19日,网友发布的一则消息把舆论引向了一个新的方向。网友“互联网的那点事”发微博称,新一代的12306.cn一期开发费用是1.9亿,涉及太极股份。这并不是谣言,太极股份确实在9月13日发布了相关的公告。“巨额”的开发费用与“巨差”的用户体验形成了巨大的反差,而上市公司的出现为公众情感宣泄提供了新的对象,早期的舆情积累转化成了洪水猛兽。

太极股份只是个开始。有媒体9月21日报道称,1.99亿元并不是新一代客票系统一期工程项目的总价,另一上市公司同方股份拿到了另外1.3亿元的中标合同。”同方股份在接受媒体采访时表示,公司中标金额相对于同方股份超过200亿元的营收,这个项目不算大,所以公司没有披露的必要。舆情风浪的冲击仍未停止。近日网上又有传言称,铁道部旧版售票系统项目的合作方网宿科技或已因春节期间的严重登录困难问题而被排除出新一代客票系统建设。也有不少网友认为,12306的不少问题,都与网宿科技有关。

据媒体报道,太极股份相关人士接受采访委屈地说:“我们太老实了,1.99亿元的项目金额并没有达到必须公告的标准,我们还是发了公告。”是不是不发布中标公告就会风平浪静了?现在,太极股份、同方股份和网宿科技都卷入了舆情漩涡,事实证明,在自媒体时代,没有多少秘密可言,作为公众公司更是如此。

在舆论质疑产生时予以解释和澄清,或许会让事件热度更高,但是也给了自己一个洗脱冤情的机会。太极股份的回应声音发出后,就有很多网友表示理解。而公众继续搜索导致12306“低能”的症结所在,这也是不断有公司被卷入事件的原因之一:公众需要一个说法。

值得注意的是,在早前春节购票的高峰时间段,公众同样对系统的建设运营诸多诟病。当时的质疑以及涉事各方的反应与现在有很多的相似之处。为什么公众不断因为同样的问题向企业投递负面的信息?这是值得思考的问题。

在笔者看来,这与我们的上市公司不注重声誉积累与修复有关。回应质疑是公众公司的义务,但是仅仅履行义务不会必然带来一个积极的结果。危机管理的目标不应该仅仅是将自身的损失降至最低,而应该是在这个过程中获取更大的信任。在铁道部网络订票系统这件事上,参与各方的信息透明是对公众的义务,在此基础上证明自己的诚信与能力才能带来正向的价值。

网络新闻远高于同方股份和网宿科技。表面上看,太极股份受到了舆论更多的“吐槽”和质疑,实际效果上确有细微的差别。

在舆论质疑产生时予以解释和澄清,或许会让事件热度更高,但是也给了自己一个洗脱冤情的机会。太极股份的回应声音发出后,就有很多网友表示理解。而公众继续搜索导致12306“低能”的症结所在,这也是不断有公司被卷入事件的原因之一:公众需要一个说法。

值得注意的是,在早前春节购票的高峰时间段,公众同样对系统的建设运营诸多诟病。当时的质疑以及涉事各方的反应与现在有很多的相似之处。为什么公众不断因为同样的问题向企业投递负面的信息?这是值得思考的问题。

在笔者看来,这与我们的上市公司不注重声誉积累与修复有关。回应质疑是公众公司的义务,但是仅仅履行义务不会必然带来一个积极的结果。危机管理的目标不应该仅仅是将自身的损失降至最低,而应该是在这个过程中获取更大的信任。在铁道部网络订票系统这件事上,参与各方的信息透明是对公众的义务,在此基础上证明自己的诚信与能力才能带来正向的价值。

# 苏宁并购网络先传 三一总裁再现微博

中国上市公司舆情中心 叶月草

## 苏宁收购红孩子引发热议

9月24日下午,苏宁易购执行副总裁李斌在微博中表示“尘埃落定,明天注定是震惊电商行业的一天,对行业是大事,对消费者是大事,对苏宁易购更是大事。”这条微博迅速引发了公众和媒体的关注,转发和评论数剧增。9月26日下午,苏宁电器连发两条公告,宣称公司将收购母婴电商网红孩子,微博信息被证实。

## 平安银行高层换血

平安银行最近舆情事件频发,客户理财纠纷接踵而至,引发公众的关注,而其中最引人瞩目的莫过于其最近的人事变动。9月25日,平安银行发布公告,行长理查德·杰克逊和董事长肖遂宁双双宣布离职。公司董事会提名中国平安保险(集团)股份有限公司副董事

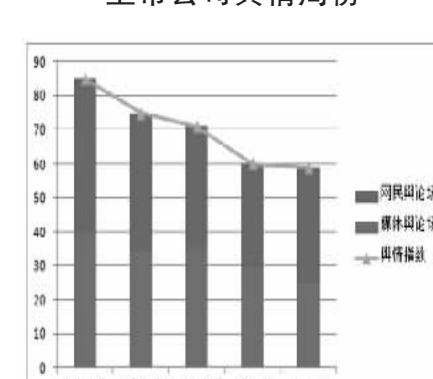
长孙建一、原民生银行副行长邵平担任新一届的董事长和行长。消息使得平安银行的舆情热度高涨,而市场则称这次“上市公司最贵高管离职”事件,将拉开平安银行人事大整合的序幕。

## 中国石化污染引地方不满

据媒体报道,环境安全百日大检查督察组日前对中石化下属三家企业检查时发现,中石化的炼油企业成了环境违法行为或安全隐患的重灾区。对此,广东省环保厅环境监察局局长周全在督察组反馈会上激动地表示,中石化“明目张胆”、“要挟地方政府”。对此,中石化表示决定责成三家企业停产整顿。比亚迪遭里昂唱空大跌

9月25日,里昂证券发布报告唱空比亚迪,将其H股目标价由每股7.4港元大幅削减至0.41港元,与9月24日收市价相比,下跌空间达97.3%。据了解,里昂证券自2010年以来一直维持

## 9月21日-9月27日 上市公司舆情周榜



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。



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

## 看空言论考验 比亚迪危机管理能力

中国上市公司舆情中心 张举

9

月25日,里昂证券的一

纸报告将比亚迪H股看空至0.41港元,26日比亚迪H股和A股齐走跌。面临舆论放大镜下的利空因素,上市公司是否适应当前的舆论环境,善用新媒体舆论沟通载体,扭转认知偏差,考验的是公司与时俱进的管理能力。

2012年以来,上市公司被做空的案例屡见不鲜。遵守市场规则下的做空行为,在一定程度上,的确可以通过独到的视角和专业的分析,让投资者看到上市公司的隐性面,净化市场环境,驱逐作假者。随着转融通时代的到来,以编造谣言的方式来做空获利,也有可能成为新的操纵市场模式。

谣言对市场的影响已经引起资本市场监管部门的关注,特别是自媒体时代的网络谣言,传播快、牵涉广、源头乱、冲击强,给市场监管带来的新的挑战。9月初,证监会对市场上流传的一系列谣言进行调查,明确表示对于虚假信息的编造和传播者证监会将依法作出处理。

就比亚迪而言,受行业发展瓶颈及宏观经济形势等多重因素影响,今年第二季度该公司亏损1100万元人民币,导致上半年盈利仅1600万元,同比大降94%,同期该公司太阳能业务亏损6亿元。里昂证券此次的看空虽与市场大体方向一致,但却多少显得有些激进。舆论在监督比亚迪的同时,也应看到该公司在改善产品性能、优化产业结构上做出的努力。

有舆论认为,比亚迪近两

年在与投资者沟通及媒体关系处理上有失顺畅,进而导致舆论对公司信息的认知不对称,加之“5.26”重大交通事故,舆论对电动车行业的安全性问题所产生的质疑非短期内能消散,公司舆论环境相对紧张,面临一定的负面影响。如今,在主流媒体和草根舆论相结合的两个舆论场传播环境下,比亚迪面对机构唱空或媒体质疑,其实是一个传递逆向信息的良好机会,能否理性处理好媒介关系、消除机构质疑,考验的是公司与时俱进的管理能力。

对于里昂证券的报告,比亚迪董秘表示,过往公司经历转型调整期,遇到一些困难,但该份报告主要以2013年盈利的预测进行计算,理由比较牵强,“结论荒谬”。比亚迪作为实体经济产业,其现有固定资产价值远超过里昂报告中给出的估值,业绩失色和行业前景的不明朗,仍需要市场进一步检验,也绝非一纸唱空报告所能左右的。

正如财新传媒主编王砾所言:“可以在所有时间里欺骗一个人,也可以在某个时间欺骗所有人,但不可能在所有时间里欺骗所有人。市场自净,包括做空,也能消化、应对、反制谣言。市场是强健的自适应系统,长期中,总体看,市场自己足以惩罚造谣者。”

作为市场监督的主体,媒体从业人员、资本市场人士及分析研究机构等对自身言行的自律与规范等,是维护资本市场秩序的无形屏障,起着市场舆论净化的关键作用。而上市公司同样有责任适时地进行必要的沟通,践行公开、公平、公正的基本原则,让投资者和舆论大众获取对公司的客观而真实的认识。比亚迪能否扭转认知“偏差”,拭目以待。

## 世说微语

——康晓阳 天马资产管理公司董事长

2000点只具有象征意义,2000与1800没有本质区别,很多是噪音。几个月前,市场人士就有推论。昨天说大牛市,是说政策向度有这个希望,上海到2015年1000万亿规模,不是牛市是什么?政策有,规划有,未必能实现,立足于现实,短期转型难,长周期不悲观。

——叶檀 财经评论家

跌破2000点,多头空头都叫好。多头说,不破不立,998点也是跌破整数关口后见底的;空头说,破整后下跌空间就此打开。其实,指数点位不必太多关注,仍然是个“二元”的市场:多数蓝筹股已被低估,但许多小股票被高估。想起一句老话:It is not a stock market, it is a market of stocks.

——邱国鹭 南方基金投资总监

在扩容导致指数失真情况下,2000点早已只是一个标志。但惟其象征意义,跌破才更耐人寻味。与其说这是投资者对市场价值的用脚投票,不如说是对我们是否还有能力治愈沉疴痼疾的信念因绝望而放弃。虽说涨跌本寻常,不破则无法立,置之死地而后生乃市场铁律,但自虐式多杀多最是惨烈,所谓哀莫大于心死。——潘福祥 诺德基金管理有限公司董事、总经理