

洋奶粉涉毒：国产奶粉翻身机会来了？

中国上市公司舆情中心 钟钦政

尽管仍未全然摆脱“中国宝宝一张口，全世界的孩子都喊饿”的尴尬，但因近来一系列洋品牌奶粉的产品安全事件，舆论的千夫之指已经部分从国内企业转向了高贵的洋企。然而，洋奶粉是否就此走下了神坛？国产奶粉的未来是否就此一片光明？

洋毒奶入侵

8月2日，新西兰乳制品巨头恒天然集团向新西兰政府通报称，旗下一个工厂生产的3个批次浓缩乳清蛋白中检出肉毒杆菌。影响包括3个中国企业在内的8家客户，涉事产品或达到900吨，当消息传回国内，这几个数字一下就把挑起了媒体的敏感神经，尽管大部分采编人员都拖着一周的疲惫，正准备开启“周末模式”。

而让媒体们意外的是，监管部门的动作并不比它们慢，据新华网报道，国家质检总局当晚就要求进口商立即召回可能受污染产品。紧接着，在3日凌晨，国家质检总局便“立即与新西兰驻华使馆取得联系，紧急要求新西兰立即采取措施”。

恒天然显然也是为此事做足了准备，2日向政府通报，3日便召开新闻发布会，并在发布会上撇清了自己的消费品牌的关系：此次质量事件涉及的是其销售给其他食品公司用于生产消费类产品的商业乳品原料。而就在这个时候，媒体的文章已经通过专家之口就提出了质疑：今年3月发现，为什么现在才公布？恒天然风险控制方面存在“懈怠”。尽管这次事件受影响国家包括澳大利亚、中国、马来西亚、泰国、越南和沙特阿拉伯，

但中国人的反应，还是让恒天然有些手足失措。据《南方都市报》，恒天然集团首席执行官西奥·史毕根斯3日便从欧洲赶往中国“救火”，向相关机构和客户通报最新情况。

到8月4日，涉事的国内企业名单出炉。消息的来源，依然是质检总局：娃哈哈、上海糖酒、多美滋等企业涉进口恒天然含毒菌奶粉。至4日中午，药监局的网站便挂出了约谈娃哈哈、多美滋、可口可乐3家企业负责人的消息，要求尽快查明情况、分析原因，迅速采取措施，立即停止销售并召回问题原料加工的全部食品”。与此同时，门户网站的网络快讯，也挂出了中国暂停所有新西兰及澳大利亚奶粉进口的消息，来源却是新西兰本地媒体的报道。

事实上，当天早上6点整，多美滋的官方微博就挂出了声明：召回12批次涉恒天然污染原料产品。4日下午，上海糖酒也向媒体发声：进口含毒菌奶粉最终客户为可口可乐。而可口可乐则确认25公斤问题奶粉已制奶优正召回。娃哈哈集团，也在同一天，以董事长宗庆后之口回应：相关乳品经自查未发现肉毒毒素。

事发两日，无论是监管还是涉事企业，都走在了媒体前面，整个行业似乎都被笼罩在紧张冷肃的氛围之下。

8月5日，在匆匆结束周末休整之后，媒体军力开始集结。周末发力的主要还是都市类媒体，此时则已包括财经媒体、网络门户以及各类垂直新闻网站。据中国上市公司舆情中心统计，4日涉及此事的报道和网络转载，还只有530余篇次，5日则飙升升至近3500篇次。接下来的4天内，热度只增不减。

5日下午，恒天然专在中国召开了一场发布会，总算让晚报类的报纸占了

一回先。恒天然CEO在会上向中国消费者道歉，并许诺48小时内控制问题。从舆情应对形势和时机看，此举虽并无甚不妥之处，但还是让媒体找到了一个血口：朱透露另一涉事乳企名称”。这家“神秘客户”，后来披露是雅培，按恒天然的说法，未透露是因应雅培要求。

尽管雅培在8月6日也宣布了要“防御性”召回，但在后来的媒体报道中，“求隐瞒”之举被称为“毒奶粉二次伤害”，雅培说谎，而恒天然则转移视线。“公关部门忙成一团”，质疑的枪口一度从恒天然转向雅培，直到8月8日。48小时过去了，而恒天然许下的承诺，却似乎并未实现，没有一家企业全部召回，各家企业召回的细节仍然不明了。

对于恒天然，中国媒体并不陌生，这也不是其近年来第一次出事，但还是在接下来的几天被大起底。而以恒天然为代表的洋奶粉近年来的一系列产品安全事件，也在新浪、网易等四大门户的专题中，被一一罗列。巧的是，就在这几天，国家发改委公布了7月以来针对奶粉行业的反垄断风暴处罚结果：除了一家国产品牌贝因美外，当时被点名的洋品牌多遭重罚。

事件曝光后，资本市场亦有直接的反应。8月5日一开盘，A股乳业板块大涨，皇氏乳业、西部乳业涨停，港股内地乳业股普涨，合生元涨超6%。而恒天然基金却是开盘重挫8.7%。

洋奶粉崇拜终结？

股市的反应，似乎预示资本正在逐步恢复对国产奶粉的信心。而在微博等社会化媒体上，消费者却陷入了挣扎：国产品牌出事，洋品牌也不安全，难道真让每个有孩子的家庭各养一头奶牛不成？洋奶粉频繁出事，是否预示着国产品牌的春天？对于这

个问题，舆论出现了不小的分歧。

“不应过度迷信洋食品”，新华社最早在8月4日晚便祭出了这么一篇时评。这无疑给信奉“洋奶粉”的人当头泼了一盆冷水，“洋奶粉”百分百纯净”的神话被打破。”作者在文中“理性客观”地写道：“洋食品”不一定是极品，国货”也并非都是次品。对待“洋货”与“国货”应本着一视同仁的态度。

而人民网却在8月6日刊发了一篇几乎是针锋相对的评论《洋奶粉神话不会因肉毒杆菌而破灭》，文章在盛赞恒天然的危机公关“干得漂亮”之后，指出：洋奶粉的“神话”不会因为肉毒杆菌而破灭，洋奶粉并没有因此丧失人气，反而显示了其自我清污的能力，更重要的是，洋奶粉出问题并不代表国产奶粉没有问题”。

从针对两篇时评的网友留言中，不难看出，人民网的时评观点，显然更得民心：“人家是生产奶源的知道质量不合格，所以召回，而不像国产三聚氰胺出了事才来制止，两者有本质区别。”

此外，另有一些微弱的声音，企图跳出产品层面的土洋之争，企图以上帝视角，审视整个奶业江湖。我严重怀疑这是国内利益集团为了达到不可告人的目的设下的阴谋。”这是新浪微博某网友的原话，在他看来，这次事件中官方的速度和态度，显得非常可疑。

新浪的一个专题，取名叫“中国奶粉行业的大变局”，下分企业、消费、政策三大篇章，企图将奶业江湖这些年的动荡与重整一网打尽。然而，这一构想，显然无异于一部鸿篇巨制，截至目前，新浪也仅完成了其中三分之一“企业篇”，剩余两个篇章点开之后，页面上的内容一如中国奶业的出路与未来，仅有“敬请期待”四个黑粗大字，以及一串意味深长的省略号。

12月，苏宁电器与子公司香港苏宁及关联方苏宁电器集团共同出资3亿元，设立重庆苏宁小额贷款有限公司。而传言2013年下半年有望在纽交所敲响上市钟声的去哪儿网CEO庄辰超，早在2010年便以天使投资者的角色，涉足互联网小额贷款业务，着力打造网站融360为“金融界的去哪儿”。

同样，在国外，2013年上半年，全球私募股权投资与互联网金融相关的领域延续了过去的火热。仅5月份，Twitter宣布收购大数据创业公司Lucky Sort；IDG宣布两宗与虚拟货币相关的投资；微软拟出资10亿美元收购Nook Media公司数字资产。

值得注意的是，尽管互联网金融时代如此令人向往，这一概念的理论逻辑在国外也早已形成，并注定成为世界未来发展的必然方向，但就国内来看，互联网金融”这一概念还处于中国特色阶段，无论是对其的炒作还是投资，都和此前热炒而后沉寂的“物联网”概念如出一辙，让人不禁为其未来捏了一把汗。

互联网金融中国特色：外行领导内行？

中国上市公司舆情中心 朱离

互联网金融，这一乍听上去“高端大气”的词汇，在北京中关村的写字楼上，在上海金茂的咖啡厅里，在深圳前海某个不知名的小餐厅中，正以野火一般的热度蔓延开来。

顾名思义，在“开放、平等、协作、分享”的互联网精神之上构建崭新的金融模式、金融思维与金融逻辑，即为互联网金融。马云曾这样说，互联网金融，是一种外行领导内行的行为，金融行业需要搅局者，更需要那些外行的人进来进行变革”。

可以想象的是，在互联网金融的模式之下，市场交易所造就的巨大效益将普惠于普通老百姓，无论是富可敌国的企业家，还是月入数百的外来进城务工人员，都可以通过互联网进行各种金融交易，而交易的风险定价、期限匹配等复杂交易都会大大简化。有业内人士声称，互联网金融是一种更为民主化的金融模式，而不仅仅是少数专业精英所控制的

定制版奢侈品。

长城证券与腾讯合资成立网络证券公司且正在申请牌照”的消息，就是在这样一个如此烈火烹油的互联网金融时代，突如其来地进入了大众视野。传闻一经发酵，便在8月6日引发资本市场的蝴蝶效应。当天，A股市场上，参股长城证券的深圳能源、宝新能源等均有不同程度上涨。其中，深圳能源股价于当天涨停，宝新能源股价涨幅则达到4.43%。

据中国上市公司舆情中心监测，一周来，含有关键词“互联网金融”的新闻报道及转载均在三位数以上，而受长城证券与腾讯合作的消息影响，8月6日至8月7日，含有“互联网金融”关键词的新闻报道及转载更是分别达到了1290次与2050次。

出人意料的是，一天之后，主角之一长城证券向媒体正式否认了这一“有鼻子有眼”的传闻，而另一方腾讯亦表示并不知情。

不过，无论游资对于这一消息的炒

作是否只是美梦一场，不容否认的是，券商布局互联网金融的热情一直在持续升温。最为人们关注的例子莫过于华创证券布局网上商城，国泰君安设立网络金融部，方正证券进驻天猫等。此外，其他多家证券公司也不甘袖手将这一块肥肉让与他人，纷纷选择与淘宝、新浪微博、支付宝等互联网巨头接洽，商谈展开平台合作销售证券类金融服务事宜。而未经证实的市场传闻声称，目前某些券商的互联网金融尝试已经实现了盈利。

既然当下最火的“互联网金融”概念有利可图，券商有心染指，浸淫互联网多年的大佬们更不遑多让。8月8日上午，财经账号@财联社发微博表示：“阿里金融下周将推出信用支付服务”。而此前的2012年更被称为“互联网金融元年”，中国平安确认与腾讯、阿里巴巴成立合资保险公司，探索互联网金融新道路。在2012年11月11日的淘宝网购物节中，支付宝交易总额更是超过了191亿元，笔数超过了1亿笔，引发舆论惊叹。京东商城亦正式对外发布其首个金融服

务类产品，即供应链金融服务系统。12月，苏宁电器与子公司香港苏宁及关联方苏宁电器集团共同出资3亿元，设立重庆苏宁小额贷款有限公司。而传言2013年下半年有望在纽交所敲响上市钟声的去哪儿网CEO庄辰超，早在2010年便以天使投资者的角色，涉足互联网小额贷款业务，着力打造网站融360为“金融界的去哪儿”。

同样，在国外，2013年上半年，全球私募股权投资与互联网金融相关的领域延续了过去的火热。仅5月份，Twitter宣布收购大数据创业公司Lucky Sort；IDG宣布两宗与虚拟货币相关的投资；微软拟出资10亿美元收购Nook Media公司数字资产。

值得注意的是，尽管互联网金融时代如此令人向往，这一概念的理论逻辑在国外也早已形成，并注定成为世界未来发展的必然方向，但就国内来看，互联网金融”这一概念还处于中国特色阶段，无论是对其的炒作还是投资，都和此前热炒而后沉寂的“物联网”概念如出一辙，让人不禁为其未来捏了一把汗。

■ 舆情热词 | Buzz-word |

开闸：放开双手，给市场以自由

中国上市公司舆情中心 缪欣君

“开闸”一词，最近频繁见诸报端，成为舆情热词。而“房企再融资开闸”、“IPO开闸”则是涉及“开闸”报道中，舆论关注的重点。据中国上市公司舆情中心观察，在2013年1月至8月间，开闸”热度整体呈现上升趋势。尤其是“房企再融资开闸”和“IPO开闸”，这两个重大事件，近日来关注陡增。

所谓开闸，其本义是开启已关闭的水闸。在财经背景下，该词则被赋予了更深一层含义。如果将资金比作“活水”，“开闸”就是让“活水”重新流入已近“干涸”的资本市场。“开闸”之举，也起到了为实体经济“解渴”的功能。而监管层，就是手握开关，管理闸门“活水”流速的那只手。

问题是，这个闸门缘何一度被关闭？3年前，为了配合“新国十条”政策

实施，防止房企通过资本市场直接融得“活水”进一步推高房价，证监会暂停了所有上市房企的再融资和重组申请，房企再融资“关闸”。而中央偏于短期化和行政化的调控思路，让房企从资本市场再融资的“闸门”尘封了3年。

而2012年年末的IPO“关闸”，很大程度上要归结于金融改革背景下，中国资本市场机制的不健全。作为金融体系的重要组成部分，健康的资本市场具有优化资源配置、促进经济发展的功能。然而，公司治理、新上市公司业绩造假等问题很大程度上造成了资本市场的低迷。而IPO发审制度行政化、创业板准入条件过高更让市场丧失了以“活水”支持实体经济、尤其是支持中小企业的功能。彼时，IPO的“关闸”就显得十分必要。

当然，随着近来整体市场和舆论环境的改变，闸门也有了重新开启的可能。

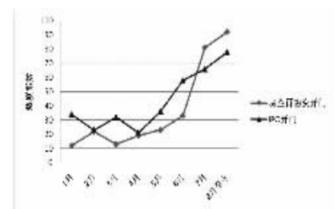
8月2日，新湖中宝一则拟再融资方案公告，引起轰动。若最终得以放行，

则意味着房企再融资将正式“开闸”。房企再融资开闸背后，是政府新的地产调控思路的转变。7月末，政治局会议曾做出“促进房地产行业平稳健康发展”的表态。综合当时媒体的报道可以看出，这或许意味着政府将从财税、土地、金融改革入手，建立房地产一揽子长效调控机制。

至于IPO，其被“关闸”至今已近10个月，媒体和市场预测的开闸时间，也是一再延后。尽管每次舆论猜测开闸时间点时，市场都会有一轮恐慌，但“开闸只是时间问题”，却是大多数人的共识。而今年以来，监管部门也为开闸做了一系列的准备，如6月已启动新一轮新股发行体制改革。此外，招商银行、京东方等在7月突然抛出的巨额再融资，也被视为IPO开闸试水。近日，又有媒体称：IPO或于四季度“开闸”。

中国上市公司舆情中心认为，对于如上为“开闸”所做的种种准备，如果只限于小修小补，监管难免再次陷入“行政化思

维”和“慎之又慎”的怪圈，恐怕未来重新“开闸”只是时间问题。不过，高层一系列讲话和中央的“组合拳”，也让我们看到了高层对于推进金融改革的决心。相信，随着机制的完善和市场化思维的引入，那双管控闸门的手将放开，让“活水”自由流动。



热词“开闸”舆情走势图 (2013年1-8月)
数据来源:中国上市公司舆情中心

輿情周榜 (8月2日至8月8日)

万科“不做单价地王”新希望停牌惹猜测

中国上市公司舆情中心 黄帆

根据中国上市公司舆情中心统计分析,8月2日至8月8日,輿情热度最高的A股上市公司分别是:万科A、广州药业、苏宁云商、新希望、京东方。

王石重申万科拿地原则:万科A多次声称不做地王,却在过去数月来连拿三块地王,引起舆论和市场的质疑。本周三,万科董事会主席王石在认证博客上作出回应,表示万科的原则是“不做单价地王”,而不是“总价地王”。

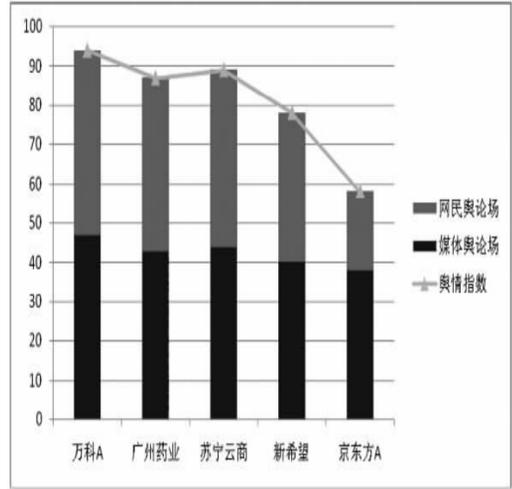
同日,王石也在微博上表示,万科的长期经营原则依然是“不囤地,不捂盘,不拿地王”,包括早前被舆论广泛质疑的重庆、广州、上海三个地王,都符合万科的“不拿地王标准”,即单价并非最高。王石解释称,过高的单价会给公司带来经营上的风险,同时也会推高房价。另外,针对目前市场上热炒的房地产企业上市公司再融资计划,万科总裁郁亮则表示,万科目前没有A股的再融资计划。

对于万科两位大佬的解释,网友各有不同的看法。有网友认为这是文字游戏,也有网友认同王石观点,盛赞其言语是具有社会责任感的体现。

广州药业再添加多宝:继“王老吉改名加多宝”、全国销量领先的红罐凉茶改名为加多宝”等广告语被停用之后,“中国每卖10罐凉茶7罐加多宝”广告语不正当竞争案本周在广州中院开庭诉讼中禁令听证会。原告方广药集团称这一广告涉嫌虚假宣传,构成不正当竞争,请求法院做出诉讼中禁令的决定。

京东方A再融资被看淡:近期,京东方在抛出其定增计划后,惹来了市场和舆论多方面的质疑。新华社发文表示,鉴于京东方多年不曾分红,这一定增计划存在变相侵害股东利益的可能。《重庆商报》直言“看淡京东方再融资”,称尽管京东方还没拿到证监会的通行证,二级市场已经用脚做出投票,表达了对A股目前最大再融资案的消极态度,多家媒体也对此表达了类似的担忧。据中国上市公司舆情中心数据统计,在5日和6日,京东方A的融券卖出均在600万股以上,也反映了一定的市场情绪。

苏宁云商涉足互联网金融:近期市场热炒的概念词除了手机游戏外,互联网金融也包括其中。《21世纪经济报道》



注：“上市公司輿情热度”是中国上市公司舆情中心根据传统媒体、网络媒体、网民、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、新闻网络转载量、网络用户检索变化情况、輿情分析师评分等数据计算得出。



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