

IPO重启 机构的盛宴媒体的狂欢

中国上市公司舆情中心 李勇

新股发行改革。

IPO暂停的一年多时间里,相信有不少人夜不能寐,甚至欲哭无泪。11月30日下午,IPO重启的消息以4G速度传遍了整个互联网。一时之间,市场嘈杂异常。从舆情反应来看,那些捆绑在IPO链条上的人们,惊喜过后,或许都会面临不同程度的烦恼。

监管层: 推改革 听反馈

11月30日下午,证监会发布《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》以下简称《意见》。《证券时报》文章认为,《意见》贯彻了中央关于“注册制”改革的要求,以保护中小投资者合法权益为宗旨,坚持市场化、法制化取向。主要亮点在于明确发行审核及定价市场化方向和针对新股发行定价“三高”,通过一系列措施引导定价合理化。

不过舆论普遍认为,鉴于《意见》仍只是股票发行从核准制向注册制过渡期间的产物,新规期望达到良好效果尚需配套政策护航。

显然管理层对此早有预期。除了11月30日的IPO、优先股、现金分红、打击炒壳四大新政齐发外,后续的配套措施也接踵而至。12月2日晚间,证监会网站发布《首次公开发行股票时公司股东公开发售股份暂行规定》。另外,上交所12月2日也发布了五大举措落实

新股发行体制改革被按下了“快进”键,这也意味着资本市场的舆情反应也会急剧增加。如何在推进改革的同时有效的兼顾市场的反馈,是监管层需要重视的另一问题。当然,可以看到的是,证监会在这方面也有了明显的变化,除了常规的定期信息发布,还有更为灵活的网络互动,比如开设官方微博和官方微信。

“暂停受理首发申请”是一个典型的案例。12月2日,有媒体报道称,数名投行人士称已收到了证监会的通知,暂停新报IPO企业申请材料的受理。证监会官方微博3日一早,就对这一传闻做出了澄清。种种迹象说明,监管层在舆情管理上,同样也“提速”了。

中介机构: 赶时间 愁定价

证监会明确IPO重启”计划,预计到2014年1月,约有50家企业将陆续上市。除此之外,排队IPO的企业还有数百家。IPO重启的消息,对“久旱”中的券商投行而言,无疑是一场“甘霖”。不过投行要愁的是时间,以及游戏规则。

又有活干了,忙起来又会恢复到一天只睡几个小时。”一家券商投行部门人士如是说。但是即便如此,时间还是吃紧。

有媒体报道称证监会发行部门

负责人要求,在希望以6月30日为财报基准日的过会申请争取1月份发行的必须在本月20日左右报会后事项。”有投行人员就表示,这次补的内容多,工作量大,改革方案要求的内容很多,招股书要认真修改,还有存量发行问题,老股减持等问题,有些还要过董事会、股东会。

除了与时间赛跑,如何适应新的游戏规则也是大问题。媒体援引发行人及投行人士观点,在新游戏规则下,询价、定价成为摆在拟上市公司面前最具挑战,必须正视的事情,在原本看来充满诱惑的上市之路面前,往前每走一步都必须加倍小心。

无论如何,业内似乎一致认为投行将迅速产生分化,IPO客户将向拥有较强定价能力和销售网络的券商聚集。

拟上市公司: 做准备 防风险

对于希望走入资本市场的发行主体而言,仍存在三种不同的状态,他们将在11月30日后面临着不同的时间表。《21世纪经济报道》描述了这三类群体和三种状态。

第一类群体是已经过会的83家企业,他们应该是马上“行动起来”。第二类群体,则是除去83家过会企业之外的数百家在审企业,它们将要必须更新2013年的财务数据,以求希望在明年完成审核,因为根据证监会最新许下的承诺,审核须在三个月内完成。第三类群体,则是

拟申报和已经申报而未受理的发行主体,有投行人士称监管层1月份恢复接受新材料,届时将按全新的预披露规定进行。

早也好,晚也好,IPO重启意味着企业通向资本市场的大门再次打开,也意味着公众挑剔的目光将齐刷刷扫过来。当下而言,首批上市的企业自然将成为媒体关注焦点,包括被媒体提及频率较高的乔丹体育、贵人鸟、天宝重装等企业。随着舆情热度提升,公司的舆情风险也有可能再次爆发。

部分已过会企业在过往都有负面舆情缠身。据中国江苏网报道,至少有贵人鸟、乔丹体育、科隆精工、东方网力、益康生物、岭南园林、汇中股份、康跃科技、天保重装、金贵银业等10家公司的持续盈利能力存在疑点。

运动鞋服行业的“姐妹花”乔丹体育和贵人鸟,由于行业整体惨淡经营,两家公司正双双面临业绩变脸的尴尬。经营城市安全管理平台的东方网力的“病症”则表现为过度依靠政策红利。康跃科技则是在针对募投项目的争议声中跟踪过会。天保重装则身陷“利益输送”、“安全事故瞒报”。岭南园林面临的问题在于媒体对其投资价值的质疑。

这些舆情风险早前随着IPO的暂停得以暂时缓解,一旦IPO越来越远,那些质疑或许又会一股脑地冒出来。IPO就是这样,让你爱恋迷离,又寝食难安。想走进资本市场,聚焦在舆论场里,必然需要以更透明的立场来消除各方的质疑,以沟通的态度来化解认知偏差。

上市公司舆情周榜

多家上市公司高管遭调查 华北制药在美反垄断案败诉

中国上市公司舆情中心 黄帆

廊坊发展董事长被调查:12月4日,廊坊发展公告称,公司董事长、法定代表人鲍涌波正接受有关部门调查。

《新京报》回顾道,在公告前,已经有多家媒体报道称鲍涌波被“双规”。11月25日,财新网报道称,鲍涌波与廊坊市建设局局长李东在11月18日或19日被有关部门“双规”。而在董事长被调查之前,公司刚刚经历重大资产重组。2013年9月,廊坊发展公告称,拟进行重大资产重组,股票自即日起停牌。随后,廊坊发展数次发布重组进展及延期复牌公告。

中国新闻社则从鲍涌波过去担任的要职做切入报道,报道强调,其曾在土地系统担任要职,认为问题出在土地问题上。

中海集运遭遇人事地震:12月3日,中海集运发布公告称,公司执行董事、董事长、董事会投资战略委员会主席李绍德因年龄原因向公司董事会递交辞呈;公司执行董事、副董事长、董事会投资战略委员会委员许立荣也递交了辞呈。两人的辞呈皆于12月2日生效。

据中国上市公司舆情中心观察,两人的辞职引发了市场的热议。就在公司这份辞职公告发布的当日,有机构在其微博中称:中海集运上海公司副总经理陈复江因经济问题被批捕。”而有投资者质疑,两位高管辞职,公司相关人员又遭批捕,此事是否有蹊跷?”

包括腾讯和新浪等网站,都在标题上突出“高管被捕”、“人事地震”等关键词。有观点认为,航运行业在这一轮反腐中成为重点领域,目前的这些进展显然只是一个开始,随着这几起大案调查的深入,很可能将牵涉更多的人和事,与之前那些国企相关案件相比或许会更为惊人。”

南航自曝腐败案惹深思:12月1日,中国南方航空官方微博称,南航有四名员工被调查。有关事件是被公司内部审计发现后主动报案的。此前有媒体于11月30日报道称,有十名左右员工被警方带走,其中包括南航营销委两位管理层人士。

《21世纪经济报道》称,从多个渠道获悉,此次案件的重点是南航的营销团队,更有传涉案人士获利高达上千万。主要获利手

段是囤积特价机票然后高价卖出,赚取其中的差价。

此次涉事的其中一个涉案部门,南航营销委,在过去也曾经发生类似案件,之后进行了多次改革,增设独立的纪检部门,并每年组织廉政党课。

有业内人士称,这种“营销委”实际上普遍存在,理论上其他航空公司也会有类似事件发生。这一“实权部门”由于集中了经营多个环节的权力,腐败的空间相应而生。

华北制药回应在美反垄断案败诉:12月3日晚间,华北制药公告称,公司下属子公司维尔康在美维生素C反垄断诉讼案目前为一审判决,维尔康公司已经决定向美国联邦第二巡回法院提起上诉。然而,中新社的报道引述一位长期从事反垄断诉讼的业内专家表示,华北制药的确实可以上诉,但结果可能不会有任何改变。”

《东南信息报》引述北京大成律师事务所合伙人律师邓志松的报道进一步解释称,华北制药涉及的行为在美国被称为“核心卡特尔”,也就是反垄断法中最为严重的横向垄断协议的行为。对于此类竞争者之间协调价格和产量的行为,只要实施,就意味着违法。美国初审法院和二审法院都做出了认定垄断行为存在的判决,意味着法院已经掌握了垄断协议的证据的,在这一前提下,案件很难翻盘。”

中国新闻社引述业内观点认为,由于其一审判决被判高达9亿的赔偿,公司很有可能退出美国市场。

时代出版称打造中国版Facebook:11月25日,时代出版在上证e互动中表示,时光流影timeface”经过近一年时间的筹备,各方面进展顺利。公司称,所谓的“时光流影timeface”就是一个SNS平台,和facebook等有一定的相似之处。

翻阅公司之前的公告,有关项目甚少被提及,甚至查询不到具体信息,这个项目基本上是属于由于投资者在互动平台上的提问而被曝光。有关消息被公布后,引起投资者的广泛关注,公司的股价也一直往上走。在11月28日和29日,公司的股票连续两日涨停。12月5日,上交所公告显示,因时代出版未披露股票交易异常波动公告,公司股票自2013年12月5日起停牌。

然而,虽然投资者纷纷看好,媒体却表达了一定的质疑。《证券日报》文章表示“公司称做成啥样不好说”,《第一财经日报》则认为,公司股票被游资爆炒。

苏宁云商股价翻倍:市值管理好榜样

中国上市公司舆情中心 金立里

今年以来,从高调更名推行所谓的“云商模式”,到注册苏宁银行、收购视频网站PPTV,再到领导人四处推演“O2O”模式,苏宁云商为转型可谓不遗余力,亦因此成为舆论与市场关注的焦点。而转型的背后,尽管媒体的报道和评论仍然存在狐疑,公司的股价却几乎是直线向上攀爬,更名至今,已然翻倍。苏宁云商亦因此被评论认为是市值管理的典型。

粗略地看,苏宁云商进行市值管理的运作,或许可以看作如下三步:一是战略转型,高调更名;二是有目的地追随市场热点题材与概念;三是同时配合战略转型和主题切换进行主动的舆情管理和投资者关系管理的优化。

在宏观经济形势和天猫、京东等电商的冲击之下,苏宁云商转向互联网,一系列的举动使其沾上了“云模式”、“大数据”、“O2O”和“民营银行”

等多个热门概念。在互联网时代”、“大改革时代”,其转型方向与其说是主动选择,不如说是形势所逼,毋庸赘言。资本市场的资金流向总是被一个个概念所牵引,其主动切换自己所处的题材和概念,原亦无可厚非。而第三步的舆情管理和投资者关系,在社会化媒体大行其道的舆论形势之下,却是亮点颇多。

应该说,苏宁云商在消费者心目当中,不是一家很坏的公司,在投资者心目当中,也算是一家比较努力的公司,但在一直以来的财经媒体报道当中,改名前始终不被所谓的“分析人士”看好,改名之后,媒体的报道仍然是各种狐疑。媒体报道引导舆论情绪的走向,敏感而脆弱的股市又容易被舆论情绪左右,于是公司的舆论形象便化作了一条长长的下行K线。很显然,公司对外的价值传导链条出现了问题。

分析媒体的报道趋势可以看出,自更名之后,苏宁云商”四字便以极高的辨识度引发话题效应,媒体的报道和相

关的评论分析,不惜对其转型的动机和前景等核心价值主动进行长篇大论地“输出”。再加上近年来亦越来越多地主动参与如电商大战等各类热门的事件,苏宁云商已然吸引了足够的舆论关注度,以此向舆论展现了其转型的姿态。

此外,这两年来从张近东到孙为民,公司高层在各种媒介各种场合是各种高调,甚至不时主动挑起和竞争对手的口水仗。去年8月份孙为民与京东商城刘强东在微博上的隔空对垒。今年11月以来,苏宁云商董事长张近东亦高频次地在各个公开场合上强调“转型的决心”。用张近东自己的话说,这两年他已然成为了一个“财经娱乐人物”。事实上,公司领导作为公司价值的形象代言人,理应在公共舆论中吸引更多的注意,尤其是苏宁云商自诩“互联网企业”,而互联网经济本就是“注意力经济”。

与此同时,在与投资者的沟通上,苏宁云商也有诸般动作。中国上市公司舆情中心查阅在苏宁云商官方完整投资者

关系活动记录发现,今年以来,其已经举办的投资者交流活动不下50次,包括公司路演、机构调研等多种形式,尤其是从10月份至今,相关活动频次更为密集,几乎平均两天就有一次。这些投资者活动主要集中在针对的是公募基金、券商等机构投资者,鲜有专门面向个人投资者的交流活动。

当然,苏宁云商的这一轮转型与做大市值的动作能做到什么程度,还不好说。而对于上市公司董事会及管理层来说,其启示则是,市值管理一个是无计回遑的问题,尤其是在当前这样一种经济形势和市场环境之下——中国社会的政治经济都在改革的关键时点,未来可期的改革红利清晰可见、唾手可得,股市牛熊之间的那一层隔阂亦是吹弹可破;与此同时,IPO的开后后的洪水却也转眼即到,往后每年都可能数百家饥渴的新进入者涌入这个容量有限的市场,市值管理必然成为上市公司花心思琢磨的工作。

“亲,给个好评”:上市公司讨好股东时代来临

中国上市公司舆情中心 彭松

琢磨上市公司的舆情管理和投资者关系管理多了,有时候觉得,上市公司跟股东之间的关系,还挺有意思。一家上市公司,出钱最多的,通常是普通公众股东,但他们被重视的程度可能最低。倒是为数不多的机构投资者,往往还能得到不少优待。

比如最核心的信息披露问题。好多董秘,在从酒店到机场的车上,还花很长时间跟某位研究员或者买方人士进行电话沟通。但很少听说某位普通投资者也有这样的待遇。机构见面会开完了,机构们总要都拿到手几天之后,公司可能会想起来把缩水版的内容也往互动易之类的地方贴一下。重大事项,公司提前跟核心机构沟通,似乎也有。

存在即有合理性。第一,因为机构人少,容易照顾。几个股东,就算每天只接100个电话,整个董秘部门都不用干别的事了。第二,单个机构一般比单个个人投资者手里的钱多,属于大主顾。第三,机构人士有一定专业背景,沟通起来比较容易对到一个频道上。有位很专业的大公司的IR主管就告诉我,平常也会

接待个人投资者调研,但确实很多人没有做足够准备工作,常常问一些莫名其妙或者显然违反信息披露规则的问题,公司想认真回答也挺费劲。

简要归纳,投资者特别是普通投资者,出于对公司的乐观判断买完股票之后,对公司的需要可能是两个部分,一个是信息,公司得让出钱的金主明白拿了钱的人到底在干吗,干得怎么样,接下来想干吗?另一个可能是尊重,说到底,投资者就是老板,虽然只是几万分之一的小老板,还是希望管理层能同等重视一下。

关于后者,我听说一个故事,一家大蓝筹公司的IR部门,经常接到某位老太太来电,质问她股价为啥不涨,IR主管一下也没法说明白,老太太也不高兴。后来换了位女性来接这位股东电话,默默倾听,细细安慰,虽然股票还是不得劲,但老太太感觉就好多了。一来二去熟了,老太太织了围巾还给她这位姑娘也寄来一条。聊这故事的时候,存在的启发是,虽然IR部门资源有限,不可能接听所有股东来电,但总得展现出这样的态度,即有一队人时刻准备着为股东服务。

就目前而言,我相信许多股东的用户体验并不太好。许多上市公司对普通公众股东的重视和服务,还远远不够。打个比方,股东的感觉可能跟在南方生活的人,进了一家普通北方餐馆一样。也能让你吃饱,但服务就是不如南方餐馆那么体贴。拎起茶壶往你桌子上一扔,自己倒茶去吧。

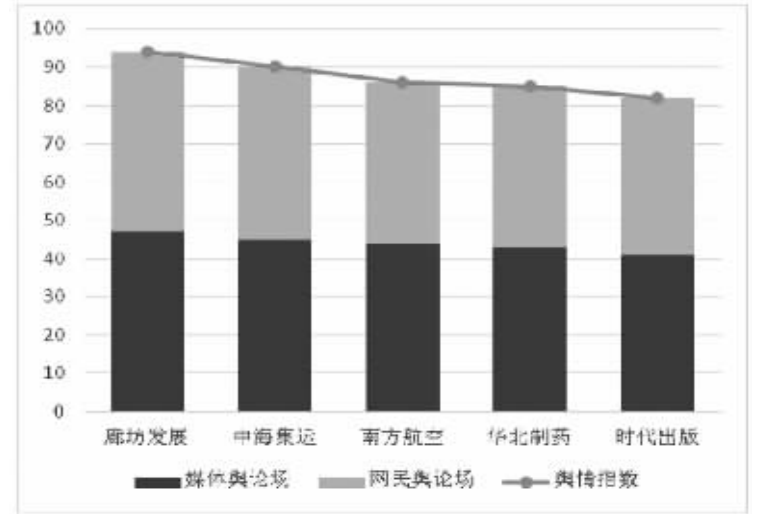
不过,上市公司费劲讨好股东的时代,或许正在到来。关键在于两个重要的变化。

其一,与即将重启的IPO和很快到来的注册制改革有关。有人猜,2014年可能要上400到500家新股。注册制下,以中国企业之多,未来等着上市的公司也不会少。上市公司越来越多,公司与股东或与资金的对比关系就会发生变化,平均估值水平继续向成熟市场进一步逼近肯定是大概率事件。到时候,上市公司就必然得有更激烈的对投资者、特别是对价值型投资者的争夺。投资者关系搞好了,估值才可能上得来。淘宝店主们为啥了个来询价都喊“亲”?因为店太多啦,不对人亲一点,人立马转头就把你忘记了,哪有钱付给你?在公司盈利能力难以迅速改变的情况下,恐怕就是看哪家

公司会借助传播手段来吆喝,看各家公司是如何来讨好投资者,取得认可了。那个时候,董秘的地位可能也会得到进一步地提升了。讨好投资者的工作,就会从先管好机构,迅速延展到服务好尽可能多的普通投资者。

其二,也与正扑面而来的社会化媒体的浪潮有关。微博仍然是重要平台,微信则更是势不可挡,投资类的社交网络平台也发展迅猛,移动互联网终端也正普及到乡镇。新的技术手段,让公司高效率、便捷的服务更多普通股东成为可能。正是靠了互联网,奥巴马同志可以迅速发出成千上万封邮件来感谢给他出了几十美金的人。依靠互联网,特别是移动互联网,上市公司以可控的成本,讨好广大投资者也就成为可能。一家中小板公司,不需要像一些大蓝筹那样雇几十个IR人员,也有可能把IR工作做到类似的精细程度。

不过,讨好股东,除了观念转变,也有方法、技巧乃至流程和习惯。海底捞不是一天开起来的。给志在资本市场好好发展的公司的建议就是,趋势性变化或许还在路上,讨好股东的做法,可以先开始投入资源练起来了。



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。

“资本舆情学院”火热报名中……

主题:上市公司市值和舆情管理

主办:中国上市公司舆情中心

人民网舆情监测室

地点:海南 三亚 亚龙湾

时间:2103年12月17日-20日

详情请扫描二维码

