

# 护卫余额宝:阿里公关的得与失

中国上市公司舆情中心 金立里

余额宝自出世以来,就顶着各种光环,同时也引发了无数争议。近日,余额宝再次遭遇一场规模浩大的公关危机:央视某频道的评论员发文称其为“吸血鬼”,呼吁取缔。该评论员的个人观点,被打上“央视”的标签之后,在舆论场中掀起了一场“围剿余额宝”和“围剿评论员”的腥风血雨。

本来,以阿里巴巴的公关之能,此事基本上就是个可以借以大肆炒作的“机遇”,而不是“危机”。2013年“双十一”,其旗下天猫商城在发布销售数据时出错,闹出了“1.5米大内裤”的糗事,天猫使出了“卖萌自黑”的公关手段,黑“大老板”马云的数学不好,结果效果奇佳,被称为“卖萌式公关”、“自黑式公关”之典范。但这次在余额宝这个问题上,阿里巴巴的公关却错了。

错在何处?错在卖萌。央视评论员的文章发出之后,迅速在社会化媒体上激起了一阵风浪,阿里巴巴的公关团队反应也快,虽是周末,却还是赶制了一篇回应文字《记一个难忘的周末》,通过支付宝的官方微博发了出来。问题就出在这篇文章上。

这篇文章走的正是此前“大内裤事件”卖萌自黑的路线。文字的角色设定为阿里底层员工,即@支付宝微博编辑,黑的还是老板,文中大意是说,“老板”在事发后,不顾员工死活,于下班时间要求微博编辑就此事作文回应。文中有大量

新锐网络词汇和表达,该编辑称评论员“老师”,在文中各种哭诉、各种卖萌。若单从文案的角度看,这算是一篇比较成功、萌出血”了”的文字。接着,阿里巴巴集团旗下@阿里巴巴 以下的账号,包括@余额宝、@淘宝、@天猫,甚至合作的@天弘基金,都以进一步卖萌的形式转发了这篇文章。截至发稿,这篇文章转发14000余次。

按道理来说,在微信上,不卖萌耍宝就不叫“互联网思维”,怎么就错了呢?首先,卖萌式公关与事件本身的性质不符。某种意义上,余额宝是一个新兴的理财产品,是一类互联网金融创新的代表性产品,是一个相对严肃的范畴。而央视评论员质疑的是余额宝最核心的问题,这是一个专业性较强的话题。而卖萌耍宝,则与此语境不符,无法清晰地传达本欲传达的信息,尽管文中还是就收益率等几点质疑作了回应,但却无法就“是否造成全社会融资成本上升”等问题表明立场。

其次,卖萌式公关与舆情扩散的严重程度不符。虽然这一话题只是一位央视评论员在其个人博客上挑起,但在传播的过程中,此事已经被打上了“央视”的标签,引发了从专业财经媒体到社会类媒体的普遍关注。许多业内人士亦纷纷自发撰文发表观点,而评论员则在争论中祭出了第二篇、第三篇博文,进一步推高话题热度。事

已至此,其舆情早非当时仅在微博上被调侃的“大内裤事件”可比,更无法仅通过一条言语并不严肃的微博进行消解。从传播效率的角度看,卖萌的回应不便于严肃媒体进行二次传播,此时,无论你卖萌卖出多少公升的血,也只能淹没在众生的唾沫里。

再次,卖萌的回应方式与质疑不对等。在舆情扩散的过程中,还要考虑到事件中的各个利益相关方的角色,就此次事件而言,则需考虑到质疑者、投资者、监管部门、媒体等参与主体之间的关系对等问题。此事缘起于一个平时就很严肃的财经评论员,且参与讨论的人多为业内颇具权威的专业人士,阿里却仅以一个微博编辑的身份进行回应,关系严重不对等,语言的分量就不对等。

那么,余额宝这回的危机,该怎么解?尽管在争议中,质疑者因其特殊背景和激烈言辞,已经将其自己摆到了大众舆论对立面。基本上,舆论一边倒地站在了余额宝这边,有调查显示,参与调查的人九成不赞成取缔,甚至有八成表示会加大投资。但是,仍有许多业内人士从专业地角度阐述了他们的忧虑,余额宝此前许多悬而未结的旧伤,亦被重新翻出,涉及余额宝的性质、规模、运作等多个方面。如有人指出,余额宝如今规模号称达到2500亿元,如此庞大的资产,对于阿里巴巴或者天弘基金,是成就还是负担?双方是否有匹配的能力管理这一规模的资产并担负相应的风险责任?巨额资产,按照余额宝宣传的收益率,需

要支出巨额的收益,而根据余额宝的产品设计,用户可以随时支取本金和收益,如何保证产品的安全性?作为体量如此庞大,且用户量如此庞大的金融产品,是否也应如定期披露相关的投资去向等信息?如此等等。

余额宝之所以能有今日的知名度,除赶上互联网金融这一大潮流外,很大程度上,还应归功于阿里巴巴的公关能力,许多专业人士均指出,余额宝作为一种金融产品,本质上并无多大创新,其内核仍是传统的货币型基金,其创新之处,在于其在渠道与营销方面,植入了所谓的“互联网思维”。而核心争议之处亦在于此:余额宝在营销推广之时,过于强调收益而刻意弱化风险。余额宝之所以自面世以来即话题不断,很大程度上的原因,亦是对于此类质疑态度暧昧,含混不清。

而对于舆论和监管部门来说,要的正是一个态度,一个正经严肃的表态。所以,对于阿里来说,这次危机理应有一套系统的解决方案,卖萌求同情并非不可,却不能作为主要的手段,更不能是唯一的手段。卖萌之外,更应有其他正式的回应方式,如以公司的名义,通过官方的渠道,发布公告等。公众质疑,并非全无理由,公司理应吸取其中有益意见,如更坦诚地强调投资风险,更详尽更主动地披露相关信息等,以修补产品和公关上的瑕疵,然后把定夺权交给现有的法律框架和市场选择……正如国家总理李克强最近的明确表态:对市场主体而言,“法无禁止即可为”。

# 比亚迪VS特斯拉:新能源汽车的AB面

中国上市公司舆情中心 曾召鑫

在雾锁京城、霾遍全国之时,特斯拉的到来,点燃了火爆的新能源汽车市场,这对比亚迪来说,恰是一个划时代的拐点。这一家中国本土的汽车公司,正利用新能源汽车顺应时代的需求,在以电子工业的优势完成对燃机工业的降维逆袭之路上狂奔。从某种程度上来看,比亚迪和特斯拉,恰是新能源汽车的AB面。

## 高端与普众的差异化路线

比亚迪董事长王传福在最近的一次专访中,称特斯拉简单说只是富人的玩具,只适合小众人群,而比亚迪则定位不一样,更加大众化。这位领军者一语点破比亚迪和特斯拉在战略方面的差异。

首先,比亚迪作为国内外新能源汽车的领导者,是从电池业务发展至IT行业,再跨入汽车行业,并从传统汽车进入新能源汽车。在这套完整产业链的积累过程中,比亚迪积累掌握了电池、电机和电控三大核心技术。

而在传统燃油汽车领域,比亚迪汽车的品牌认知程度不够,并不具有太多竞争力。众所周知,发动机是传统汽车最为核心的技术,和那些在燃油机领域摸爬打滚数十年甚至百年的企业相比,比亚迪依然显得稚嫩。跨入新能源汽车领域后,比亚迪曾经电池发家的背景则有望转化成新能源汽车的技术优势。

相形之下,特斯拉在设立之初就旨在打造纯电动豪华汽车,当时市场并无成型的竞争对手。仅有十年历史的特斯拉更像是一家新兴科技公司而非传统意义上的汽车企业。

其次,比亚迪当前在新能源汽车上的重心依然是公共交通领域。除了国内大范围的电动大巴需求外,比亚迪的纯电动大巴K9已经出口到18个国家和地区,纯电动出租车e6也出口到英国伦敦。从公共交通到私人轿车,这样布局的一个优势在于借助公共资源修建充电网络,更好地推动后续的私人新能源轿车的发展。

反观特斯拉,当前并没有涉及公共交通领域,从其定位来看,未来很可

能也不会涉足此领域。

粗略来看,比亚迪与特斯拉的未来已形成了差异化多层次的细分市场。从混合动力过渡到纯电动汽车,比亚迪更多的考虑技术、配套设备以及市场认知,走的是大范围普众化路线,而特斯拉则是通过较高的成本和电池管理系统上的优势走高端路线。

## 未来中国是新能源汽车的最大市场

随着雾霾加重,政府对于新能源汽车的扶持也在加大,未来中国成为新能源汽车最大的市场已经无可非议。按照政府此前的计划,在2020年之前将电动车销量提高至500万辆,对比起2012年不足2万余量的电动车销量,中国电动车市场将面临巨大的增长空间。

有意思的是,就在1月27日,国务院总理李克强考察了比亚迪,了解比亚迪电动车的研发现状并给予积极评价,外加1月9日国务院主管工业的副总理马凯、2月8日国务院前副总理李岚清也相继考察比亚迪。短短一个月时间内,三位高官

造访,足可以看出国家领导对于新能源汽车的关注以及对于比亚迪的重视。

按照王传福的言论,2014年在政策、能源安全、环保三方合力下,有望成为比亚迪的拐点年。机会留给有准备的人,从产品角度来看,经过前几年的积累,比亚迪新能源产品无论从质量还是性能上都已非常过硬,同时也已经形成了完善的商业模式及极具诱惑的价格。

在政策层面,近期关于新能源汽车也屡屡获得新的推进。2月25日,北京市发改委公布消息,称2013年将首次大规模建设新能源汽车充电桩,年内完成1000个公用快充桩布局,未来将在中心城区打造服务半径平均为5公里的充电圈。同一天,上海扩大了新能源汽车目录的名单,包括比亚迪秦在内的多款新能源汽车有望享有上海免费牌照,并获得补贴。

当然,把比亚迪和特斯拉放在同一概念上讨论并不科学,比亚迪和特斯拉更像是新能源汽车的AB面,都属于自身细分行业的佼佼者,而他们身上还肩负一个共同的使命,那就是,颠覆传统燃机汽车工业,改变大众对新能源汽车的认知,又一次推动汽车工业革命。

# 中国廉价航空的“庶子”尴尬

中国上市公司舆情中心 周凯莉

这是一个老生常谈的问题。被垄断控制的航空业无法满足中国日益增长的航空需求,而中国的廉价航空产业却在磕磕碰碰的艰难试错中,被动压缩着原本已经甚为狭小的生存空间。

近日来,国产新舟60客机三周内出现两次起落架问题,尽管皆是虚惊一场,但其安全性能再次引发舆论热议,由此西飞公司决定申请暂时停飞新舟60客机。新舟60客机正是中航工业集团旗下的西飞集团在50至60级座唯一具有自主知识产权的国产民用支线飞机。其中,2月25日晚,新舟60飞机负责的天津至沈阳航线隶属于中国廉价航空公司奥凯航空的航路。

在资本市场的话语体系中,中国廉价航空出现的问题往往引起相关产业链的动荡。奥凯航空公司成立于2004年6月,其后几年在原控股股东均瑶集团与奥凯一方矛盾激化之后,2010年3月5日,大田集团出资5亿元人民币收购奥凯航空100%股权,其中包括均瑶集团持股63%,大地桥公

司持股26%,三名自然人持股11%。此次事故将大田集团推到了风口浪尖,更为其带来不小的舆论压力。

“温商中的知更鸟”均瑶集团依赖廉价航空起家,目前全资拥有占据中国廉价航空市场一方天下的吉祥航空。值得注意的是,作为国内廉航中的佼佼者,吉祥航空几年内数次冲击A股上市,均铩羽而归。

这是落后的中国廉价航空产业在发展历程中不得不付出的沉没成本。在中国的航空市场上,早已形成由国家资本控制的大型航空公司依靠国外飞机制造商占据主要市场份额的畸形利益格局。对于廉价航空来说,由于国产飞机制造水平上的缺陷,不得不选择成本更高的国外飞机,而国产飞机往往只能负责一些支线的航运工作,即便如此,也往往在实践中带来无法预料的麻烦。

从客观上来看,正处于快速发展之中的中国廉价航空产业,在航运水平、服务水平上仍处于较为劣势的地位,但这是否意味着要从战略意义上否定廉价航空产业在中国的发展前

途?正如老话所说:前途是光明的,道路是曲折的。”

首先,无论是行业监管机构还是消费者,对廉价航空的认知都经历了一个变化的过程。即使至今被诸多城市热情邀请前往开设航线的马来西亚亚洲航空公司(AirAsia),在进入中国市场初期,也经历过相当长一段时间艰难的市场推广以及消费市场认知普及的过程。而中国现存的几家廉价航空公司,诸如春秋航空、吉祥航空、西南航空,经过数年的不懈努力,正在逐步获取市场认知。

中国上市公司舆情中心一位青年分析师认为,尽管中国廉价航空公司目前的发展困难重重,但由于中国市场的广阔,廉价航空必然拥有光明的前途。价格、时段和航空品牌,是旅客选择航班的“三大法宝”,其中价格首当其冲。廉价航空的低成本、低票价路线,是其在与传统垄断航企竞争中的首要市场优势。至于中国廉价航空公司如何在与国外廉价航空公司的竞争中争夺一杯羹,则或倚仗于市场之外的行政手段,例如相关部门的政策支持、利益补贴等等。

其次,近年来,随着中国社会阶层的进一步分化,中产阶级力量成为金字塔中最为敦实的一层。由于阶级结构的日趋成熟,资本所有者有了超越自我的利益考虑,其关注不再局限于经济、政治领域,而是在社会领域逐步建立起坚实、有效的强悍价值观。

以公司白领、公务员、金融行业从业者为中坚力量的中产阶级,开始崇尚“经济舱+星级酒店”的旅行方式。

从市场开发角度来看,廉价航空的国际领域仍存在着巨大的“蓝海”,中国的廉价航空公司在国际航线上的发展空间甚为远大。当然,令人遗憾的是,中国的廉价航空公司能hold住的国际航线并不多,除了本身的飞行实力相对较弱,还和国内垄断航企一样囿于空域管制、票价政策等国情,此外更因尴尬的“庶子”处境,在国际航线上无法获取有力的行政支持。

外有不断侵入的强敌,内有垄断多年的“嫡子”,中国的廉价航空唯有引入资本,在积累实力形成话语权之后,向相关部门寻求更多的行政支持,方能改变尴尬的“庶子”处境。

## A股上市公司舆情周报

# 刘迎霞疑涉中石油腐败案 兴业停贷引地产行业恐慌

中国上市公司舆情中心 黄帆

## 北京银行涉内幕交易再遭质疑

因在与小米公司签约前增持了本行股票,北京银行副行长赵瑞安卷入了内幕交易的质疑。本周,北京银行对此作出了澄清,称赵瑞安在购买该股票前并未接触到与小米公司合作相关事宜,购买该行股票程序符合相关规定,不构成内幕交易行为。北京银行表示,该行股价低于每股净资产,长期投资价值明显,其一直鼓励高管及员工购买并长期持有。

但相关公告并未打消媒体疑虑。有媒体提出,赵瑞安需拿出排除内幕交易的实证。证券时报的评论也认为,上市公司高管股票的交易,理应避免瓜田李下。在监管层方面,证监会相关人士上周五在其例行新闻发布会上就表示已关注到媒体对北京银行高管增持公司股份行为的质疑,上交所和北京证监局则正在对相关问题进行核查。

刘迎霞疑卷入中国石油系列腐败案:本周,有关“最美政协委员”刘迎霞被撤职的消息引发了不少媒体的关注,有媒体深挖了其和中国石油之间的关系。

媒体报道称,刘迎霞控制的翔鹰集团并非其出事的主要原因,由其担任董事长的“全国工商联城市基础设施基金(以下简称城市基金)”与中石油的业务交集才是其卷入漩涡的关键。报道认为,在城市基金启动之前,刘迎霞已经获得了中石油及中国邮政储蓄银行等“国资背景”的表态,而在基金首期认缴中,中石油集团一家公司就认购了10亿元。

此外,多家媒体报道均提及,2012年中国石油引入全国社会保障基金理事会、宝钢集团有限公司和城市基金等作为股东,共同投资建设西三线项目时,时任中石油董事长的蒋洁敏出席了签字仪式。而蒋洁敏已在2013年9月因严重违纪而被调查。媒体怀疑刘迎霞卷入了中石油旗下的系列腐败案。

兴业银行“停贷风波”引发连锁反应:针对本周市场上广泛流传的银行停止房地产企业融资的传言,2月26日,多家A股上市银行都发布公告,称房地产信贷政策没有变化。据中国上市公司舆情中心统计,目前A股16家上市银行中,绝大部分银行都已经就相关事件发布公告。

早前,兴业银行的“停办房地产夹层融资业务”公告,成为市场解读银行业将收紧房地产贷款的重要由头,与之伴随的是媒体开始报道浙江杭州的房价开始下跌这个消息,多家券商亦就此召开紧急投资者电话会议。连锁反应在24日传递到资本市场,房地产板块大力砸盘。

不过兴业银行方面对此表示否认,认为相关报道失实。但是,证券时报的报道认为,虽然银行作出了集体的否认,但一个事实是,大部分上市银行的确开始严控贷款数量,相关的贷款占比也在下降。

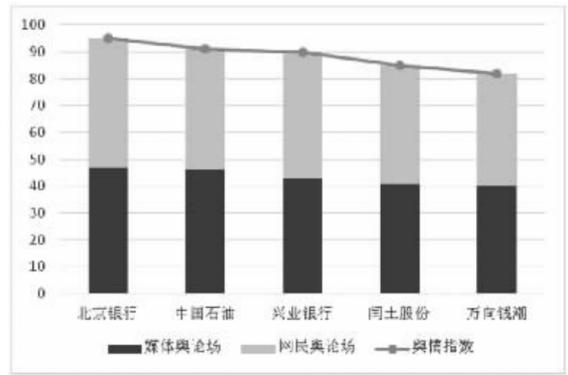
闰土股份被指控致废物处理不当:上周末有媒体报道,号称中国染料巨头的闰土股份将危险废物深埋厂房地下,数量可能达数百吨,已逾3年。据中国上市公司舆情中心了解,这并非闰土第一次涉嫌违规。去年7月,曾有多家媒体对闰土股份的另一家控股子公司进行了连续报道,指责其污染国家一级渔港燕尾港。2月18日,闰土股份发布公告,承认“埋毒”,并表示已接受了相关核查,并停产进行整改。

闰土股份在2月17号开市前临时停牌,并在18日复牌,公司股价复牌即跌4.58%。24日,公司再发公告,称相关子公司已收到环境保护行政处罚。受到负面信息的影响,本周股价持续下跌,26日甚至逼近跌停。

万向钱潮表示暂难“牵手”菲斯克:近期,特斯拉热潮风靡A股市场,相关板块都成了市场宠儿。除了正宗的特斯拉概念股之外,还有各种擦边球概念股。例如,万向钱潮就因为大股东万向集团成功竞购特斯拉汽车曾经的竞争对手菲斯克,被称为“中国特斯拉”。

但是,万向钱潮在25日发布公告澄清公司与电动汽车业务的关系。公告表示,万向电动汽车公司整车难以形成规模,公司管理层没有提出投资万向电动汽车的动议,公司现没有计划投资菲斯克公司,在未来2年内也没有计划。另有媒体报道称,尽管公司已竞标菲斯克公司成功,但根据两地法律,还要经过美国反垄断委员会、外国投资委员会等批准,中国发改委、商务部及外汇管理局等的审核。其成功与否及何时成功尚存在一定的不确定性。

但此类消息并未打消市场投资热情,据中国上市公司舆情中心监测,1月20日,万向钱潮最低股价也只有5.05元,至2月26日其股价收报10.88元,一个月涨了一倍多。



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、舆情分析师的评价,对一定时间段内沪深两市上市公司舆情热度作出的综合评估,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。



更多资本市场热点舆情分析,敬请扫描二维码或添加微信号 gongsyuying,关注中国上市公司舆情中心官方微信。