

3·15晚会挨骂的上市公司该干点啥?

中国上市公司舆情中心 李勇

对于很多上市公司来说,一年一度的央视3·15晚会无异于一场艰难的考试。

据中国上市公司舆情中心不完全统计,共有10余家A股上市公司“躺枪”今年的3·15。其中“手机预装程序窃取用户隐私”牵涉到高鸿股份、大唐电信;“汽车油耗数据造假”涉及海马汽车;“鱼肝油销售违规”被解读为与康恩贝、汤臣倍健、交大昂立、健康元等有关;“文具甲醛超标”则关联到了齐心文具、鸿博股份、广博股份;“白银投资骗局”指向大智慧、恒大高新;“网银支付风险”被认为将影响到新大陆及证通电子。

近一周时间过去了,这些公司中有的仍是众矢之的,有的已经风平浪静。为什么会有这样的差异?除了被质疑的事件对公众的影响程度不一样之外,相信还有一部分是上市公司自身应对的问题。

直面质疑有助化解危机

截至3月20日,以上的14家公司中,共有9家对公众舆论质疑有正式回应。其中,高鸿股份、大唐电信、海马汽车、康恩贝、汤臣倍健、交大昂立、鸿博股份通过发布声明、公告等方式主动澄清质疑,健康元、新大陆则是在接受媒体采访时给予了回应。此外,齐心文具、广博股份、大智慧、恒大高新则有相对正式

的表述见诸传媒。

事实上,多数公司并没有被央视3·15晚会直接“点名”,而是后续媒体报道分析中指出这些公司有相关业务,可能遭遇黑天鹅。正因如此,一部分公司选择了保持沉默。不过值得关注的是,网络舆论分析“文具甲醛超标”可能波及齐心文具、鸿博股份、广博股份三家公司。这一推测虽然没有见报,但是在互联网的传播量并不小。舆情发酵之后,只有鸿博股份采取了公开回应措施,3·15之后的首个交易日临时停牌,并在当日午间发布了澄清公告。

同一事件,相同情况,不同的公司采取了不同的做法,这在一定程度上体现了公司对于公众舆论,尤其是网络舆论的重视程度,以及公司内部舆情管理机制的差异。有趣的是,在3·15之后的首个交易日,三家公司股价都是低开高走,当日收盘时正面回应了质疑的鸿博股份股价上涨了3.04%,保持沉默的齐心文具与广博股份分别上涨0.24%、1.09%。

用自媒体提升响应速度

从各家“躺枪”公司响应时间上来看,也能发现一些不同之处。因为3月15日恰逢周六,不少公司选择的是在17日周一才发布澄清公告。不过也有3家公司反应更为迅速。

高鸿股份在3月15日晚通过官方微博发布声明,称公司正在紧急核实相关细节,会在第一时间向公众和股东予以澄清。16日高鸿股份再次在官网发布声明,否认了舆论质疑。康恩贝则先是3月16日凌晨在官网和官方微博发布声明,当晚又发布了澄清公告。汤臣倍健的声明同样是16日一早就出现在自家官网和数家网站。

公司的响应速度更是直观地反映了企业舆情管理的能力,这一方面取决于公司内部机制,另一方面取决于外部资源的限制。

对于很多上市公司来说,传统的做法就是发上一纸澄清公告,走完法定程序即可。但是新媒体时代,一部分公司建立了更完善的舆情管理机制,对外发布应急信息也显得更有层次,例如先是声明,接着是公告、媒体采访,甚至是发布会、访谈,用一整套的规范动作确保信息全面传递。

信息不对称是质疑的重要成因

虽然舆论认为3·15曝光的信息可能会使10家公司遭遇黑天鹅,但是从事后各家澄清的信息来看,最初的舆论分析并不准确,相关事实还须上市公司自身来主动提供。例如,最初被认为可能卷入“手机预装软件窃取用户信息”事件中的大唐电信随后澄清称,相关公司与大唐电信没有股权和经营关联,涉

及“鱼肝油”事件的多家公司也都表示自己并没有生产相关产品。

某种意义上,投资者会根据自己掌握的信息,例如公司的行业属性、经营范围,以及过往的印象做出联想判断。做出第一时间的判断可能根本不需要强有力的证据支持,甚至有可能是错误的。这正是因为投资者、媒体与上市公司之间的信息存在不对称。

此外,在行业信息方面的不对称,同样会带来质疑。央视在3·15晚会前的新闻栏目里,曝出了汽车企业油耗作假的新闻,其中以海马汽车为重要例子。3月17日晚,海马宣布油耗没有作假,无论是检测还是上报,都是根据工信部有关规定做的。有业内人士指出,油耗作假,海马不是源头,也不是唯一,甚至相关的标准和检测方法也有漏洞。

类似的情况同样出现在高鸿股份与新大陆身上。企业本身处于复杂行业环境,这种情况下,作为上市公司一方面应该加强自律,承担更多的责任,另一方面也需要加强与投资者的沟通,让投资者对行业、对自身有更多的了解,这样才能减少不必要的误解。

无论如何,对于上市公司来说,在遭遇重大质疑或者怀疑的时刻,直面质疑、消除不必要的信息不对称,具备十分重要的意义,而在微博、微信等自媒体发达的信息时代,利用自媒体提升响应速度,澄清同样在自媒体上盛行以至于影响企业正常发展的“谣言”,也不失为“借力打力”。

阿里IPO背后的刀光剑影

中国上市公司舆情中心 朱离

作为一位强有力的领导者,在阿里IPO引发舆论热议后,马云在北大的公开演讲中只说过这样一句话:我们在香港上市还是美国上市并不重要,它们因为我们上市而发生重大变化才重要。”

此前3月16日,一直在港交所与美股之间摇摆不定的阿里巴巴,终于以公告形式正式表明了自己的取向。据媒体预测,阿里最快将于今年4月向美国证券交易委员会(SEC)递交IPO申请,而去纳斯达克还是纽交所上市亦引起了坊间的猜测。

据中国上市公司舆情中心监测,截至发稿时止,以“阿里+IPO”为关键词,新闻及转发量达到了34.7万篇。中国上市公司舆情中心分析师钟钦政认为,虽然阿里巴巴公布上市计划,本身就是炙手可热的新闻事件,但为给上市造势,它还是做了不少事。一方面,公司创始人马云、四处“路演”,语出惊人,充分利用马云的名人效应,为公司“拉仇恨”制造争议;另一方面,以资本手段配合当前的市场热点频频出手,持续制造新闻话题,比如巨资投入聊天应用Tango等;此外,

还通过曝出各种花边新闻,保证舆论“不冷场”,比如据媒体报道,其赴美上市的计划代号取名“阿凡达”等。

不少分析人士认为,在普遍的市场预期下,阿里IPO的估值将超越1000亿美元,有可能打破之前Facebook上市时的融资规模,甚至有可能创下全球互联网公司融资规模之最。而福布斯中文网发布署名文章称“并不看好”阿里此次赴美IPO,理由如下:此次阿里集团整体上市的只包括其电商和移动等部分,最富有想象力的阿里金融部分,并未装入此次上市的“篮子”;公司架构过于复杂,外界不易理解其商业模式,其商业模式存在一定的风险;支付宝资产转移事件令马云损失了一定的信誉,且阿里的B2B业务在香港退市亦给资本市场留下了不好的印象;电商市场竞争激烈,阿里的地位并非固若金汤。

阿里与港交所不久前就IPO的过招,也成为媒体热议的焦点之一。值得注意的是,在阿里宣布赴美IPO的同日,阿里官方微博的“声明”在最后一轮中概股上涨的顶点,IPO作为上涨动能的吸星大法,高潮透支之后必定导致疲软分化。有律师甚至表示,如果有客户

持香港的创新与发展”。在旁人看来,这不能不视为阿里除表达“遗憾”以外,更有“隔空喊话”的寓意。不过,马云在北大公开演讲中,否认了“买壳”传言,表示不会把一些资产打包,在香港借壳上市,因为“我们不好这口”。而前不久,阿里相继投资了中信二十一世纪有限公司和文化中国,两者均为港股上市公司。

中国经济网3月18日发表题为《阿里IPO弃港赴美乃“情非得已”》的署名文章认为,港交所一时难以满足阿里巴巴对于合伙人制度的“特殊化要求”,而美国市场的证券监管较为严格,并有一套完善的法律制度和严格的法律程序来约束违规。

不得不说,阿里选择这一IPO时间窗口具备有利的外部环境。中概股赴美上市的市场情绪正好,去年下半年,58同城、去哪儿、久邦数码、500彩票网先后赴美上市,整体有不错的表现,马年除夕夜,阿里的对手、另一电商平台京东商城宣布赴美上市。不过,阿里宣布赴美上市后,有外界担心,阿里巴巴或将成为这一轮中概股上涨的顶点,IPO作为上涨动能的吸星大法,高潮透支之后必定导致疲软分化。有律师甚至表示,如果有客户

筹备赴美上市,他将建议“加快速度,尽量不要和阿里巴巴在同一时间段上市,毕竟资金会分流”。当然也有不同看法,即阿里融资额还不足以对资本市场造成冲击,市场仍会有更多传统领域的资金配置转移到互联网,而不完全是互联网资金的重新配置,阿里成功上市后,可能提升中概股整体的价值。

但也有业内人士向中国上市公司舆情中心表示,从内部环境来看,阿里显然错过了最好的上市时间,目前腾讯的微信崛起,被认为是下一代电子商务的亮点,阿里IPO或将受到这一盛行观点的影响,从而导致其未来的估值缩水。此外,阿里此前为了实现在港交所上市,在2013年的业绩上颇下功夫,交出了一张完美的财报,2014年末可能超越2013年的业绩,如今赴港受挫,马云是“箭在弦上,不得不发”,赴美IPO“势在必得”。

连马云本人也坦诚表示,如今的阿里并非如日中天,而是危机四伏,但他以一贯的“心灵导师”的姿态说:“不要悲观地说失败了怎么办,我们现在即使失败了也是一种成功,因为你努力过。我也考虑过我们公司不行的时候,但这几年不会。”

■舆情热词| Buzz-word |

469份年报三成惦记“互联网”

中国上市公司舆情中心 唐威

近年来,“互联网”成为资本市场的宠儿,“移动互联网”、“互联网金融”等词条也高频出现在各行各业。究竟互联网概念有多热?中国上市公司舆情中心对已发布的469份A股上市公司2013年年度报告(截至3月18日)进行了词频分析,且让年报数据说话。

三成上市公司年报提及“互联网”

数据显示,在已发布年报的上市公司中,至少一次提及“互联网”这一关键词的共有156家,占比33.26%,其中提及超过5次的有39家。中国上市公司舆情中心对这39家公司进行了重点分析。

在这39家公司中,从行业分布来看,除计算机应用服务业(参考万得行业分类,下同)这类正统的“互联网行业”外,作为传统行业典型代表的媒体行业和制造业公司提及“互联网”的次数较

多,其中媒体行业公司有6家,占15.38%,制造业公司有5家,各占12.82%。其中,“互联网”一词出现频次在40以上的公司共6家,如属于保险业的中国平安提及41次,而正宗的互联网概念股神州泰岳,也不过提及76次。(具体数据分析见图1)

从地区分布来看,提及5次以上的公司主要集中在东南沿海发达地区,特别是北上广深等一线城市,其中广东10家,北京、江苏各5家,上海、四川各4家。从板块分布来看,这39家上市公司中,有18家在主板上市,中小板企业11家,创业板公司10家。(具体数据分析见图2)

转型潮涌:从移动互联网到互联网金融

在这39家公司中,同时提到“互联网金融”的共9家,除银行、保险、多元金融等传统金融行业外,关注互联网金融的行业还有软件与服务、技术

硬件与设备以及媒体。从地区分布来看,综合公司数量与提及频次,依然是广东最为集中(共2家公司共29次提到“互联网金融”),剩下3个地区分别为北京(2家公司共5次提及)、上海(2家公司共15次提及)和四川(6家公司共18次提及)。

另外,除软件与服务业、技术硬件与设备以及电信服务业等互联网相关行业内的公司外,媒体行业、耐用消费品与服装、房地产、银行以及保险在年报中提及“移动互联网”。尤其是媒体行业,博瑞传播共提到“移动互联网”12次,天舟文化9次。

除11家软件与服务公司外,剩余28家其他行业公司在2013年年报中都同时提及“互联网”与“转型”两个关键词。“转型”词条出现10次以上的公司依次有:中国平安(保险业,24次)、博瑞传播(媒体业,23次)、航天信息(技术硬件与设备,16次)、TCL集团(耐用消费品与服装,15次)、天虹商场(零售业,11次)。

中国上市公司舆情中心分析发现,以中国平安为代表的保险业以及以万科

A为代表的房地产业在互联网转型过程中,具有一定典型意义。

其中,中国平安的2013年年报在已有年报中,最为特别,其年报封面即是具有互联网特征的像素化设计,同时,其在年报中不止一次地嵌入了多个二维码。2013年余额宝开启了互联网金融元年,至今仍是资本市场最热领域之一,中国平安亦把2013年称作其布局互联网金融的元年。年报“董事长致辞”部分,亦强调“自我革命、自我颠覆的魄力和勇气”。

在年报《致股东》部分短短1000字的篇幅中,万科7次提及“互联网”一词,提到“我们相信互联网将改变这个世界,不能适应变化的组织将被淘汰”。此前,万科入股徽商银行被知名财经评论人看做是房企进入金融业的起点,万科去年亦曾低调试水O2O新营销。但在年报中,万科也同时强调,比察觉变化更重要的是找到变化背后的不变,互联网时代的来临固然是世界历史的新篇章,但中国的城市化、现代化,同样是影响全球格局的重大事件。

上市公司舆情周榜

绿地借壳金丰投资创纪录 中石化牵手阿里巴巴成谜

中国上市公司舆情中心 黄帆

绿地借壳金丰投资: 房地产企业再融资悄然放开?3月18日,金丰投资公告,抛出绿地集团的655亿元资产借壳上市方案,引起市场热议。停牌长达8个月的金丰投资称,公司拟通过资产置换和发行股份购买资产方式进行重组,拟注入资产为绿地集团100%股权,预估市值达655亿。有关重组将成为A股史上最大规模借壳纪录。

有媒体认为,成功借壳后,绿地A、H上市平台已全部打通。绿地极有可能借此机会,发行定向募集、公司债等,预计会对公司资金面产生正面的作用。

据中国上市公司舆情中心观察,在有关信息发布后,金丰投资已经连续两天涨停,按重组后的总股本估算,已经超越了万科A股的市值,而超越万科A、B股的总市值也仅是数个涨停板的事。万科或失去国内资本市场第一大地产股的宝座。

万科A推事业合伙人制度: 万科早前曾经向多家互联网公司取经,引发媒体关注,似乎是打算酝酿新的变革。据《21世纪经济报道》近日报道称,万科将推行事业合伙人制。公司将在制度层面探讨事业合伙人制度,拟提升管理层、员工和公司的粘合度,防止外部人士的闯入打乱公司原有的控制权。

实际上,30年的万科,无形中已成为了庞然大物,面对外部环境的变化能否安然转身成为了不少媒体的关注焦点。有媒体拿出万科和即将在市值上超越它的绿地作比较,绿地在成立5年后,创立者张玉良创建了绿地的大股东职工持股会,而王石在1988年万科实行股份制改造的时候,却放弃了大股东地位。有观点认为,王石当年的做法对公司治理有一定的负面作用。万科的股权分散,其隐患在1994年的君万之争就已暴露。所以,虽然万科如今市值庞大,但权力分散,免不了“野蛮人”在门口惦记。换言之,万科的事业合伙人制度,某种程度上是为了解决再度出现公司被恶意收购的情况。

光大证券被指花钱买账户: 据中国上市公司舆情中心监测,光大证券花钱买账户事件继续发酵,本周有媒体继续跟进报道,称光大证券广州营业部涉嫌违规,花钱买来大量的学生客户并擅自操作这些客户的股票账户,并指责公司内部管理混乱。据《广州日报》的现场调查,广州当地有营业部,每到周末时

间,就会有大批学生前来开新户。账户开立之后,光大证券会在客户不知情的情况下私自操作这些客户的股票账户。涉事营业部工作人员回应媒体称,目前正在调查传闻。

而光大证券一如既往地以统一口径回应称,光大证券已采取一系列措施对开户进行严格核查,光大证券作为大型蓝筹上市公司,一直坚守合规稳健的经营理念,将迅速开展全面的开户业务自查。

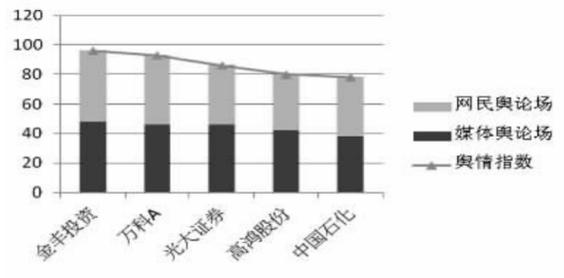
高鸿股份就收集个人信息致歉: 一场3·15晚会,让多家上市公司鸡犬不宁。上周末央视的3·15晚会上,高鸿股份旗下公司的大唐唐神被点名批评植入恶意程序,高鸿股份则发布公告澄清其子公司高鸿通信从未传播收费等任何恶意软件。

公司称,移动应用推广业务是高鸿股份子公司大唐高鸿通信技术有限公司业务之一。高鸿通信推广的移动应用均为业内知名移动互联网厂商推出的产品,且与产品厂商或其授权推广代理商均有合作协议和推广授权,高鸿通信从未传播收费等任何恶意软件,用户也可以随时自由删除其推广的应用。

不过,公司的澄清在数日内出现了两个版本,最初公司否认收集用户个人信息,不过到了20日,就再次公告致歉,承认收集了部分个人信息,所收集的信息包括IMEI、MAC地址在内的手机设备信息和手机型号,并获取了手机中所有应用软件列表。高鸿股份解释称,在对用户个人信息这一定义的理解上,和法律及专业意见有偏差,但依然表示没有收集特定用户身份信息,如电话号码、通话记录等等。

中石化牵手阿里巴巴成谜: 继中国石化宣布引入民资实行混合所有制之后,怎样的民资能够进入中石化就成为了外界关注的热点。3月19日,中石化全资子公司中石化易捷销售有限公司正式挂牌,将专注于发展非油品业务。外界猜测,中石化此举意在打造一个对外开放的平台,引入社会资本合作运营,阿里巴巴等企业有可能入围。而近日有媒体报道,阿里巴巴已启动了加油卡线下销售人员的招聘和培训工作,一旦合作达成,便可以马上开展相关工作。

不过,两家的回应却出现“打架”的情况。阿里巴巴在微博回应承认,双方已经在业务层面开展了合作。而中石化新闻发言人吕大鹏却表示,没有得到双方有合作的消息,可能是阿里巴巴那方有这方面的愿望。但由此可见,阿里巴巴还是在憧憬着合作后的前景。有媒体引述阿里巴巴内部人士认为,中国石化的体量庞大,一旦入股,将可以有很大的业务拓展空间。



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。

