

市值管理：新环境催生的上市公司新宠

——2014 年上半年 A 股上市公司舆情应对能力排行榜发布

中国上市公司舆情中心 钟钦政 赖梓铭

A 股市场在一如既往的喧嚣中走过了 2014 年上半年,而这半年,无论是从宏观的市场制度层面,还是针对上市公司个体而言,A 股市场舆情环境都表现出了一些不同以往的特征与趋势,这也给上市公司舆情管理提出了一些新的要求与挑战。

中国上市公司舆情中心梳理了上半年热门的上市公司舆情事件,并从事件舆情热度和涉事上市公司舆情应对能力两个维度,排出了相应榜单。在舆情热度排行榜中,央企退市第一股*ST 长油关注度居首;在舆情应对能力排行榜中,海南航空以回应速度夺冠。

舆情三大热点:跨界并购、资本角逐、高管自杀

跨界并购热浪滚滚
2014 年上半年,A 股并购重组热情高涨。据 Wind 数据显示,截至 6 月 30 日,2014 年上半年上市公司发生并购案例 2000 多起,涉及交易金额 1.27 万亿元,相当于 2013 年全年并购重组交易涉及金额的总额。在众多并购重组案例中,跨界并购相当引人注目。
当前市场上的热门题材,如影视传媒、游戏、互联网,正是有并购意向的上市公司所热衷的。仅在刚过去的 6 月,就发生了梅花伞更名 游族网络”、皇氏乳业一次收购两家影视传媒公司等事件,其中引来最多关注与争议的莫过于湘鄂情,这家从事高端餐饮的公司在介入环保、影视行业后,又曲线接盘最近陷入危机的快播公司,继而宣布更名 中科云网”,把近来火热的“大数据”、云计算”概念都一并占全了。在更早些时候受到舆论关注的还有华谊兄弟谋求转型、苏宁云商缺席民营银行试点等事件。

对于跨界并购,尤其是传统行业涉足影视、游戏、互联网等热门领域,引发舆情事件的无非是估值是否公允、是否存在内幕交易、公司是在投机或是投资等问题。湘鄂情被质疑得最多的就是其投机心理,什么热门投什么,尽管其董事长最近接受采访回应舆论质疑时称 我在餐饮业已无路可走”,可是高端餐饮无路可走并不意味着走影视传媒、大数据、云计算的路就是一片坦途。苏宁云商亦是如此,去年曾因民营银行概念而备受追捧,在民营银行试点名单公布后却缺席其中,舆论同样质疑其借概念炒作股价。

资本角逐硝烟四起
资本方与管理层之间的斗争、上市公司股东之间的斗争,在上半年是资本市场的热点之一。

上海家化从去年就已暴露的内斗最近又再起波澜,今年 6 月,上海家化原总经理王茁被正式罢免,7 月,被认为是研发体系灵魂人物的技术总监李慧良、上海家化联合股份有限公司监事刘镡中相继离任,系列事件舆情热度居高不下,仍在继续发酵中。而这一系列的人事纷争案,根源都在于资本方平安信托以原董事长葛文耀为核心的管理层之间的矛盾。

不仅上海家化,上市公司遭遇“门口的野蛮人”的案例,亦屡见于上半年的舆情事件中。如金地集团自去年 11 月起至今年 6 月 30 日,便先后遭遇到安邦保险和生命人寿两大险资的轮番增持与举牌,目前,生命人寿累计持有金地集团有表决权的股份已占公司总股本的 27.63%。稳居第一大股东。长园集团则是在前控股股东东力和投资退出的背景下,引来了竞争对手沃尔核材以及复星集团、藏金壹号等资本的“围猎”。

序号	公司	事件	热度
1	*ST 长油	成央企退市第一股	98.4
3	湘鄂情	频繁跨界被指战略不清	91.4
2	中信证券	分析师陷微信“泄密门”	90.4
4	我武生物	“新股也疯狂”	88.2
7	万科 A	推“事业合伙人制”	86.6
5	金地集团	连遭险资疯狂举牌	84.2
6	华谊兄弟	冯氏春晚惹争议 风口浪尖求转型	80.2
8	创兴资源	“吐槽”公告遭监管约谈	73.8
9	苏宁云商	被指借民营银行炒股价	67.4
11	上海家化	深陷人事纷争泥潭	67.4
10	三精制药	董事长自杀阴霾难散	66.4
12	海南海药	陷人工耳蜗造假风波	66.4
13	上海新梅	控制权战成硝烟难息	65.6
14	南纺股份	虚增利润被指“造假王”	64.2
15	探路者	董事王静登山作弊	56.2

说明:舆情事件热度系由中国上市公司舆情中心综合 2014 年上半年传统媒体报道量、新闻网转载量、相关微博条数、舆情分析师评分等数据加权计算得出。

看空研报发布前股价相当的位置。

内部沟通不足 探路者董秘被“打脸”
中国上市公司舆情中心整理发现,在上半年遭遇舆情危机的上市公司中,有不少是因为公司内部治理和内部控制上的缺陷,导致舆情应对的效果大打折扣甚至出现激化。面对越来越复杂的市场环境和舆论环境,上市公司理应建立起系统的舆情预警机制和应对机制,其中应包含畅通无阻的内部沟通机制、多元的对外信息发布渠道,以及对信息的风险把控环节。

如创兴资源,其舆情事件的发生就源于公司的信息发布机制存在缺陷。发布公告本应是董秘的职责,董事长却越过董秘以不合适的措辞自行发布公告,这暴露了董事长与董秘间沟通不足,以及董事长对信息披露规则的不了解。又如探路者,在应对创始人登山造假风波时,便暴露了其在舆情应对机制建设上的不足。在此次舆情危机的处理中,探路者的问题在于公司与高管间沟通不足、也未能及时对高管个人与公司之间进行行为、责任和利益的切割。如董秘从一开始接受媒体采访时,强调“王静已有过两次成功登顶珠峰的经历”,随后却因王静本人承认作弊而被“打脸”。

此外,中国上市公司舆情中心总结发现,在舆情事件涉及产品服务时,上市公司往往能够在较短时间内响应,并采取积极应对措施。榜单中涉及产品服务的有海南航空、贝因美、海南海药、高鸿股份 4 家公司,其中海南航空表现最佳。海南航空被俞敏洪微博“吐槽”其服务不到位,有侮辱消费者之嫌,事后响应迅速,在俞敏洪的“吐槽”微博发布后仅过了 1 小时就在其微博下留言进行解释。

但是,中国上市公司舆情中心也同时发现,在应对此类事件时,上市公司速度是有了,但在应对质量上,却因应对虚假回应、避重就轻等等态度大打折扣。

如海南航空应对吐槽一事,其对舆情的把握仍显得有些犹豫,不够大方,没有尽早将对该服务的声明以长微博的形式独立发布,也没有尽早转发俞敏洪的微博做出澄清。如高鸿股份被央视 3·15 晚会点名指其涉嫌收集用户个人信息时,公司在次日便发布公告对指控予以否认,但在数日之后,迫于舆论压力,公司再次发布公告为其 APP 收集用户个人信息致歉。前后态度截然相反,无异于公然扯谎。又如海南海药,在被央视报道人工耳蜗造假后,盘中即采取临时停牌措施。虽然公司停牌迅速,回应却不那么迅速,任由事件发酵,直到 5 日之后方才发布澄清公告,且回应中避重就轻。

市值管理受宠:生逢其时
上半年,A 股市场一如既往的喧嚣,中国上市公司舆情中心总结发现,喧嚣中,作为资本市场的主体,上市公司的行为也呈现出一些新的特征。

一方面,随着全球性并购大潮再起,A 股市场的并购热潮也悄然来临,无论是产业整合、整体上市还是借壳买卖,你方唱罢我登场,动作频频,热浪滚滚,尤其是传统行业上市公司面向互联网、大数据、影视传媒等热门概念的跨界并购,呈现出爆炸式地增长。另一方面,随着资本市场游戏规则的完善,一些新的参与者进入游戏,抑或一些原有的玩家,也变换新的角色大举杀人,比如四处举牌上市公司的资本力量,又如如公开唱空上市公司的机构。这些新角色的加入,无疑给市场带来了许多更具戏剧性的看点,但也给上市公司的舆情管理提出了更多更严峻的课题。

此外,正因为市场的不断成熟,上市公司内部治理的缺陷,以及一些历史遗留和环境使然的顽疾也开始暴露在舆论的刀笔之下。如家族企业制度之下的股权纷争和

管理乱局、国企政企不分的土壤所滋养的腐败种子等等。当市场规则日渐完善,一些习惯在规则边缘游走、钻制度空子的企业,便在监管利刃之下无处遁形;当反腐风暴吹进资本市场,一些生长于腐烂质上的上市公司及其相关人员,便纷纷卷入。

事实上,据中国上市公司舆情中心的观察,上述上市公司的行为特征背后,是整个市场环境和舆论环境的发展趋势使然。一是,近年来我国资本市场的改革步伐正越跨越大,IPO 制度、退市制度等基础框架和游戏规则的市场化改革不断深入,相应的监管机制日渐科学;此必将引导市场回归理性,促使市场行为回归价值驱动的本源。二是,随着社会化媒体发展进入相对稳定期,信息的生产与传播也日渐有序,在传播的速度不断提高和广度不断扩大的同时,信息的准确性与可信度在不断提升。

如此市场环境与舆论环境,更催生了各个市场参与者对“市值管理”和“资本品牌”等概念的热捧。

自“国九条”颁布后,“市值管理”作为首次被写入资本市场顶层设计国家文件的概念,便成为上市公司、投资者、资本中介服务机构以及媒体口中的高频词汇。热衷于跨界并购,便是市场追捧市值管理的表现之一。“市值管理并不是一个新生事物,在国外成熟市场,已有一整套完整的理论体系与实操指南;在我国,早在 2005 年股权分置改革之时,市值管理一词,便是上市公司、投资者共同关注的焦点。

从 2005 年至今,市值管理从一个朦胧的意识到走进国字号文件,应该说,业已积累了相当的实践经验;但仍有分析人士指出,当下 A 股盛行的跨界并购热,很多都只是借着“市值管理”的概念,盲目追逐市场热门题材和炒作概念以迎合二级市场、拉升股价,暴露出强烈的投机意识和功利色彩。对于此类不考虑产业整合需要,没有长期、全盘的扩张战略的“伪市值管理”,投资者的眼光也是雪亮的,如苏宁云商,在媒体报道其未取得民营银行试点资格之后,便被投资者以脚投票,股价急转而下。被捧为“华尔街教父”的本杰明·格雷厄姆早已言明:“市值,在短期内是一台投票机,长期内,却是一台称重机。”

舆情管理能力,尤其是对舆情危机的应对能力,则是市值管理中的另一个重大课题。上市公司本身的负面舆情导致公司市值在短期内大幅缩水的事例,比比皆是。事实上,经过一段时间的摩擦与碰撞,资本市场中的上市公司对新的媒体环境愈发谄熟,对新舆论环境下的舆情危机的应对也愈显纯熟,主要表现在对舆情应对的反应速度和应对新媒体工具的应用等方面。而以光大证券发布研报做空伊利股份为代表的机构做空案例,则预示着,即便公司在没有负面舆情的情况下,市值也同样可能遭到打击。如何应对可能汹涌到来的“做空势力”?是上市公司市值管理面临的新挑战。

中国上市公司舆情中心认为,最好的防守是进攻,与其总是被动地应对随时都可能突然袭击的舆情危机,不如积极主动建设公司良好的“资本品牌”。所谓资本品牌,指的是能给上市公司带来资本溢价、提升市值的一种无形资产,它反映了上市公司在资本市场上的综合形象,体现了上市公司的发展潜力,决定了公司的长期竞争力。业内观点认为,资本品牌与产品品牌一样,也是具有独占性的商业符号,需要被人认知。面向资本市场,面向投资者的品牌建设和品牌管理,是市值管理的一个重要组成部分。

(友情提示:人民网舆情监测室、中国上市公司舆情中心、腾讯财经)

序号	公司	事件	应对能力
1	海南航空	特价票被指侮辱人	89.5
2	伊利股份	遭光大证券研报唱空	87.5
3	北京银行	陷内幕交易疑云	86.3
4	苏宁云商	涉嫌虚假申报民营银行	82.7
5	创兴资源	“吐槽”公告遭监管约谈	81.4
6	贝因美	代工面条陷“数据”疑云	79.5
7	海正药业	被指因废气污染停业整顿	77.5
8	三精制药	董事长跳楼自杀	76.5
9	海翔药业	传原董事长“涉赌”卖股还债	72.3
10	海南海药	陷人工耳蜗造假风波	59.6
11	大智慧	拟售子公司遭投资者维权	50.7
12	上海家化	深陷人事纷争泥潭	50.7
13	湘鄂情	频繁跨界被指战略不清	43.8
14	高鸿股份	遭 3·15 曝光收集个人信息	41.5
15	探路者	董事王静登山作弊	37.2

说明:中国上市公司舆情中心梳理了 2014 年上半年与 A 股上市公司有关的舆情事件,重点分析了最受关注、与资本市场联系最紧密、最典型的 15 个案例中,上市公司的应对举措。从应对速度、应对方式、应对态度、应对传播四个维度进行相对量化分析。

A 股上市公司舆情周榜

山河智能被指涉利益输送 乐视网因广电局整顿大跌

中国上市公司舆情中心 黄帆

山河智能被举报隐瞒关联交易:本周,山河智能被指隐瞒关联交易事件引起了资本市场舆论的极高关注,登上舆情排行榜第一位。7 月 17 日,《每日经济新闻》以专题报道形式,对山河智能展开质疑,称公司或许隐瞒了数十亿元的关联交易,并涉嫌存在利益输送行为,而利益输送的另一方直指山河智能的最大供应商湖南和昌机械制造有限公司。该质疑报道称获得了数份举报录音材料,而录音材料中山河智能董秘亲口承认及讨论了相关违规行为。

据中国上市公司舆情中心监测,相关媒体在报道中披露,在长达 7 个小时的录音材料中,山河智能董秘蔡光云大肆吐槽山河智能的隐瞒关联交易、利益输送等多项违规问题,更亲口承认存在利益输送。不过,当媒体向当事人求证之时,蔡光云则拒绝承认录音中的主要说话人是其本人。受媒体报道影响,公司在 7 月 17 日紧急停牌,并回应称目前正在对事件进行核查。

德力股份收购 IPO 终止 审查公司引质疑:本周,停牌 4 个多月的德力股份发布公告称,拟收购网游公司武神世纪 100%股权,以及东阳派格华创影视传媒有限公司 30%的股权,总花费超过 10 亿元。至此,过去主要研发高端器皿的德力股份,也赶上了近期资本市场轰轰烈烈的跨界并购风潮,做起了游戏和影视的业务。

不过,媒体随即发现,武神世纪 2012 年曾计划在创业板上市,但在今年上半年证监会的 IPO 财务核查之后被终止审查。多家媒体分析认为,武神世纪由于业绩成长性方面的隐忧,退而求其次把资产卖给德力股份,从而实现实际控制人和 PE 的退出,不过对接盘者而言,将面临公司业绩增长持续性的问题。

此外,公司在 7 月 16 日复牌后,先是强势涨停,第二天随即跌停。被部分市场舆论认为,和其他同类题材概念股走势相比,德力股份的走势疑似消息泄露形态,不排除存在内幕交易的可能。

乐视网因广电总局整顿股价暴跌:受到广电总局号称“最严整顿”影响,乐视网本周股价连续两个交易日触及跌停板,大幅下挫。7 月 16 日、17 日,有媒体报道称,广电总局已经口头告知 7 家集成服务牌照方,不能再与乐视网合作。而此前,广电总局针对互联网电视及机

顶盒下发监管令,其中一条便是要求牌照方对于总局正在查处的严重违规互联网企业,一定不要与之合作。

媒体报道称,广电总局对乐视网的违规行为给予高度重视,要求 CNTV、华数传媒等媒体停止与乐视网的合作。对此《证券时报》的解读认为,乐视网为了保持自身的市场竞争力,过去一直利用监管上的灰色空间,凭着低廉的价格与相对丰富的内容,迅速占领市场,其实冰冻三尺非一日之寒。

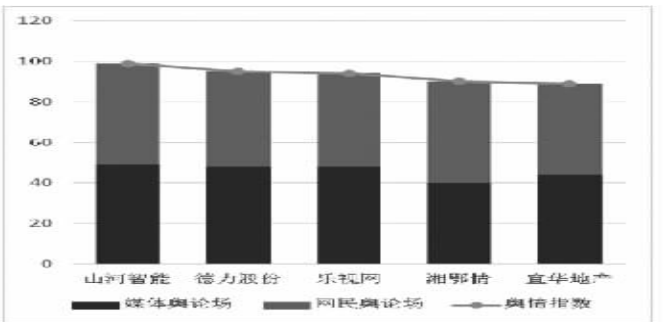
湘鄂情大幅下调 2014 半年报业绩:湘鄂情本周发布公告,大幅下调 2014 年上半年度业绩预期,净利润区间由此前预告的 5000 万元至 6000 万元降至 800 万元至 1800 万元。公司解释称,其主要收入来源于餐饮业务,而餐饮业务属于零售类业务,预期收入可实现程度受影响的因素较多,致使公司对餐饮类营业收入回升趋势的预测出现一定偏差。

此外,湘鄂情作为“民营餐饮企业第一股”向互联网的转型亦受到舆论关注,公司近期发布的公告称,已正式出资成立爱猫新媒体公司,而所成立公司“其中部分员工为深圳市快播科技有限公司离职人员”,基于湘鄂情对近期深陷困境的快播公司旧员工的收编,被市场认为是向视频网站的跨界发展,进而质疑其可能面临庞大的版权费用支出,将公司带上“烧钱”的路。

宜华地产停牌核查“控制人被调查”传闻:宜华地产 7 月 16 日发布公告称,由于网络媒体出现关于公司实际控制人刘绍喜的有关传闻,为避免对公司股价造成巨大影响,公司股票自 7 月 16 日开市起停牌。

而据《证券时报》报道,7 月 15 日,市场传闻宜华地产实际控制人刘绍喜被中纪委带走调查,当日股价快速跌停。资料显示,刘绍喜同时也是上市公司宜华木业的实际控制人,而宜华木业近期因筹划重大事项,自 7 月 7 日起已经停牌。

此外,多家财经媒体则报道,宜华集团作为粤东颇具标杆意义的龙头企业,以家装家具、地产为主业,近年来资本运作频繁,通过股权投资参股多家上市公司。据《21 世纪经济报道》称,宜华系主要通过股权质押、信托贷款多渠道融资,股权质押涉及十多家信托公司以及数家券商;而信托贷款则集中在地产板块,其中华融信托的风险敞口最大。宜华系通过车轮式质押股权的风险已逐步显露。



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 gongsiyuqing, 关注中国上市公司舆情中心官方微信。