

让上市公司产品发布会更有调性

中国上市公司舆情中心 唐威

乔布斯不仅让苹果在消费者中成为趋势,他的产品发布会也正在A股上市公司中引领潮流。在过去不久的3月里,有长虹CHiQ电视二代发布会、海尔连续三场发布会;4月8日,海信、TCL纷纷召开新品发布会;即将到来的4月14日,还有乐视超级手机发布会。毫无疑问,数量庞大的果粉和品牌狂热度已经开始迅速让中国企业意识到发布会对于品牌和公关的催化剂效应。

那么上市公司如何办一场有调性的发布会,发布会又将在品牌、4R管理、市场表现等方面给上市公司带来什么?

让发布会成为新闻的开端

曾有业内人士指出,发布会不是新闻的结束而是开端。其实,从现实案例来看,新闻在发布会预告便开始萌发。

从乔布斯时代开始,有关发布会的预热就一直存在,目的就是获取舆论关注。不同的是苹果不费一兵一卒只需宣布发布会时间,便能一举点燃全球媒体和粉丝的激情,而国内众多公司则更多地需要通过自身努力去吸引舆论关注。

微博造势几乎已是惯用伎俩。拿长虹来说,3月18日公司以公告形式公布发布会时间,但并未提及产品,更遑论其他策划细节。于是,一系列以“3.26 Look up”为主题和给线索猜代言大咖的微博此起彼伏。至今,“3.26 Look up”话题在微博中已有超过1300万次阅读,引

发6万多次评论,有关邓超代言的话题“3.26跑男有约”和“奔跑吧CHiQ”累计获得超过6000万次阅读和超过15万条评论。据中国上市公司舆情中心数据显示,同期在网络中的相关报道及转载累计超过2000篇,舆情热度极高。

再看正统互联网公司乐视网,自4月1日贾跃亭在个人微博中预告以来,网络中已有近2400篇新闻报道涉及相关话题,仅4月2日一天,便有853篇报道,参与话题的媒体除各门户和电子网站外,东方财富、金融界、和讯等财经垂直媒体也积极关注,可见对主打2C产品的上市公司而言,产品上的创新结果确实牵扯着资本市场神经。

正确选择舞台中央的人

关于谁来站台,回顾部分公司的发布会,大概可以分为这么两类:一是T恤+牛仔裤董事长的独角戏,最多再加一点技术核心人物的戏份,此类发布会创始人乔布斯,国内首席弟子雷军、贾跃亭,长虹初尝发布会滋味时也是这个风格;二是董事长+X式的多幕戏,X可以是代言的明星,可以是业内人士、专家学者,也可以是二者均有。长虹在几场董事长单挑大梁的发布会后请来影视明星邓超站台、青岛海尔在中国电子视像行业协会副会长和工业和信息化部专家等都是例子。

谁来站台,是个重要的问题,在善于观察和解读信息的媒体眼中,这代表着企业的品牌定位、关系网,甚至是未来发展重点方向。长虹希望消费者认为CHiQ是时尚、年轻、高端的,但从2014年

CHiQ面世一年的时间来看,这个愿景并没能完全实现。直到全民男神邓超代言,凭借邓超超高的人气和社会各界对邓超时尚、年轻、爱家的认知,消费者对CHiQ相应的认知才更容易建立。

舆论将中国电子视像行业协会副会长、工信部专家出席海尔发布会解读为一是专家对海尔产品认可,二是海尔高端“朋友圈”的展示;而中幼国际教育董事长的出席则强化了海尔阿里电视二代在电视教育上的差异化定位和发展方向。

反观小米和乐视的发布会,虽然至今仍是董事长当家作主,但也丝毫不影响受众对其产品的认知和舆论的追捧,为啥?因为这二位本身就时常处于舆论风口浪尖,一张自拍照、多日不露面便能引发媒体和网友的热烈讨论,“雷布斯”和“贾布斯”从其品牌创立之初就已经担起了代言人的重任,他们的个人魅力与影响力也足以起到牵动舆论神经的作用,所以,发布会这场戏的绝对男主角他们能当。

对于缺乏这类能搅动舆论场的灵魂人物的公司而言,选一个合适的人站在舞台中央更能令发布会效应最大化。

市值管理的创新手段

除了对消费者、供应商、经销商等产业链上下游的沟通外,上市公司的发布会还应该承担起与投资者和资本市场沟通的责任。

华泰证券曾有研报称海信电器“发布会效应带来交易性机会”,指出发布会能在短期内带动股价上涨。研报发布当天,海信电器股价大涨6.66%。2014年9

月10日,海信电器在新品发布会上推出了激光影院。次日,海信电器早盘涨停。2013年4月17日,海信电器发布智能电视VIDAA TV后,次日股价大涨7%。

海尔3月11日召开以“智慧生活,颠覆体验”为主题的海尔智慧生活战略发布会,股价当日涨停;3月10日发布“U+智慧生活”APP,次日股价涨停。

3月18日四川长虹以公告形式宣布3月26日召开新品发布会,期间7个交易日股价涨幅超过8%,跑赢同期大盘。4月初各大电子网站、新媒体便流传着关于TCL发布会的猜想,至今6个交易日股价上涨4.41%。就连至今还未揭开面纱的乐视网,股价也在贾跃亭微博预告发布会当天,盘中上探98.68元高位。

由此可见,发布会虽并不能直接带领股价绝对高飞,但“发布会效应”对股价的影响不容小觑。更为重要的是,股价变动背后是投资者和资本市场对公司发布会内容解读与消化的体现。如何最大程度促使投资者正确、全面理解发布会内容,将成为上市公司又一堂必修课。

中国上市公司舆情中心分析师认为,对于以2C产品为主营业务的公司,发布会无疑是公司文化、战略方向、团队魅力和创新能力的综合展示平台,短短数小时的发布会不仅是事件的结束,更是新闻的开端,一场成功的发布会应该是后续围绕公司品牌战略规划、制度调整、运营转型等多角度整合传播的起点。对上市公司而言,利用发布会,及时有效地与投资者沟通公司现状,紧跟市场热点,也是新常态下进行市值管理手段创新的机会。

朗玛信息高价引争议 从“视而不见”到“澄而不清”

中国上市公司舆情中心 赖铭铭

枪打出头鸟,在朗玛信息接过全通教育“两市第一高价股”的头衔之后,质疑随之而来,这一年间涨幅超过300%的公司一时处于舆论的风口浪尖。

3月26日,《华夏时报》总编辑水皮发表了《朗玛信息大玩仙人跳 证监会对不起哪三种人》一文,文章对朗玛信息近日发布的公告作解读,认为朗玛信息就是大股东和公司内外勾结、瞒天过海“仙人跳”,无法无天到了丧心病狂的境界”。该文被包括新浪、网易、凤凰等门户网站在内的多家媒体所转载,当晚就引发舆论热议。

同日,朗玛信息无量涨停以282.82元收盘,全通教育则跌停以273.60元收盘,前者股价超过后者,成为两市第一高价股。

所谓王茹远对水皮一文的驳斥最早在26日晚上就在微信朋友圈中流传,当时据称该文是由朗玛信息的董秘所为。该回应主要挑出了水皮评论文章的3个“常识性错误”。

3月27日,当东方财富网、信托圈儿

等认证微博言及此事时批驳者就成了前公募基金一姐王茹远”。回应主体从有义务应对市场传言的董秘变成了看似不相关的第三方,并没有让人感到意外,原因是王茹远在任职宝盈基金经理时手下两个基金曾持有大量朗玛信息股票,居流通股第一第二,而朗玛信息最近公布的定增方案中,王茹远离开宝盈基金后组建的宏流投资管理公司又成为了增发的对象。

相关微博引起市场人士热议。有个别业内人士认为水皮的文章“专业性确实差”,围观者更多认为回应的水平不高,连反驳都不知道怎么反驳”。

在那段并不长的回应文字中还出现了“我司”一词,让人有种“审稿不严”的疑问。

此后朗玛信息和王茹远都并未就质疑有公开回应,在消停数日后,《华夏时报》于4月3日再次刊发报道,质疑朗玛信息的主营业务“电话对碰”濒临死亡”、虚构注册地址、热衷于追逐资本市场的热门概念。

这篇报道在清明节期间引起舆论的热议,有多家媒体官方微博转载了该报

道,转发、评论颇多。许多网友将朗玛信息与A股历史上的善讲故事推高股价、尔后泡沫破裂的案例类比,被提及的公司有亿安科技、银广夏、重庆啤酒。此外还有若干业内人士认为背后有庄家、公司存在欺诈行为,呼吁证监会介入调查。

也有人力挺朗玛信息。一位微博经过认证的财经媒体记者认为《华夏时报》的报道“生搬硬套”、都是之前大家都知道的”,对朗玛信息的了解停留在将要被淘汰的业务上,他还认为朗玛信息的具体地址并强调“公司及其下属子公司注册地址均系合法的注册地址”,二是否认对碰业务“濒临死亡”一说,披露了2015年一季度该业务的预计收入,三是表示对碰业务运行正常,并无监管部门查处情况。当天公司股价以0.68%跌幅收盘,质疑文章并未产生明显影响。

4月7日,朗玛信息上午停牌,并发布澄清公告。公告对《华夏时报》的质疑作出三点回应,一是披露3家子公司的具体地址并强调“公司及其下属子公司注册地址均系合法的注册地址”,二是否认对碰业务“濒临死亡”一说,披露了2015年一季度该业务的预计收入,三是表示对碰业务运行正常,并无监管部门查处情况。当天公司股价以0.68%跌幅收盘,质疑文章并未产生明显影响。

总体而言,在这场朗玛信息与《华夏时报》的“口水战”中,双方都存在瑕疵。

水皮写就的两篇评论的标题、文风都不无哗众取宠、煽风点火之嫌,其中也不乏对朗玛信息新业务的主观揣度,《华夏时报》的后续报道则并未涉及朗玛信息互联网医疗等新业务。在朗玛信息收购39健康网时,财新网曾有报道提及39健康网获得多家投资机构青睐,覆盖数百万用户、日浏览量过千万、盈利能力还不错”。

朗玛信息并未能有效地回应舆论的质疑,最初遭质疑时,公司作为信息披露主体选择了“视而不见”,并以发澄清公告、或接受媒体采访等常规手段来回应,该段流传于网络的回应文字至今仍未知出自谁人之手,但舆论很自然地认为是公司假借他人之口所作的回应,回应文字中出现的“我司”二字以及情绪化的用语则更显得不专业。

当公司真正以澄清公告形式回应质疑时,面对“纳税额接近于零”这一最核心的质疑却语焉不详,仅披露了2015年一季度对碰预计收入,该项数据恰好表明对碰业务的收入确实正在下滑,这又陷入了“澄而不清”的泥潭。

中科云网债务违约 舆论期待破解刚兑“魔咒”

中国上市公司舆情中心 郭淑怡

4月6日晚间,中科云网发出公告宣布:因存在2.41亿资金缺口,公司无法按时足额支付4月7日回售的ST湘鄂债”本息,构成实质违约,ST湘鄂债将继续停牌。因此,中科云网可能成为国内第一单本金违约的公司债券。

对于ST湘鄂债的2.41亿元资金缺口,中科云网4月7日晚间公告表示,如果债权人向人民法院提出对公司进行重整或者破产清算申请且被法院受理,股票存在被实施退市风险警示的风险。同时,因为连续亏损,中科云网不存在通过上市公司融资渠道解决资金缺口的可能。中科云网正将兑付的希望寄托于第三方贷款融资及应收账款的追收,不过其资金到位时间尚无无法确定。

然而,虽然ST湘鄂债发生违约,但中科云网却于7日复牌后强势涨停,成交量达14亿元,资金净流入6503万元。8日午间有一次大幅度拉升,最高涨

幅超9%,两日换手率合计超50%。

有业内人士称,此次债务违约涨停,是因为欠的钱终于不用还了,属于非经常性损益,是重大利好。更有人称,涨停增加的市值都可以还债还两遍了。

有分析认为,这次股价异常为靴子落地作用,当大家早知道的利多或利空终于兑现的时候,发现发生的事情在自己的心理承受值以内,这个时候的股价反而会掉头。

在中国已超过30年的债券市场发展历史中,刚性兑付的持续存在长期以来一直被人们诟病。长期维持债务的刚性兑付,即使债券发行人出现巨额经营亏损,产生资不抵债,最后也会被非市场化手段进行本息兑付,零违约意味着债券成了无风险资产。郭文昌曾称“刚性兑付是中国企业需要慢慢消化的毒瘤”。

舆论普遍表示期待中科云网此次事件能打破刚性兑付。有业内人士称,本次ST湘鄂债的实质性本金违约,有助于资本市场信用的重建,而一个健康

合理的“债务-债权”关系是良性金融市场的重要基石,也是有效降低无风险利率进而降低社会融资成本的关键,并最终改变债务市场“劣币驱逐良币”的现状,提高金融市场配置资源的效率,为改革转型奠定坚实的金融基础。

福布斯专栏作家章家敦在其专栏文章中表示,中国政府有可能不采取相应行动,一是因为中科云网规模小,不足以在债市里掀起大风浪,二是存款保险制度的实施表明中国政府准备允许发生违约。“人人都知道,在某个时候,中国政府必须允许一家发行机构发生违约。”

有媒体评论称,公司债“刚性兑付”消失是债券市场完善的必经之路。此次中科云网打破的公司债券“刚性兑付”魔咒,也是给投资者上了一课,要想获取高收益,意味着投资者要承担更多风险,不愿承担风险,则意味着要在收益上作出让步。从而,低风险的企业债券才更有其存在的意义。有中科云网这个前车之鉴,令投资者能切实感受债券市

场的风险,树立正确的风险意识,也令相关部门建立健全相关的违约事件的监管和处理机制。

也有专业人士对刚性兑付的打破并不乐观,或是有待观望。

比如,上海一位证券维权律师表示,中科云网面临的资金缺口并不算大,因此可能最后会通过破产重组而获得刚性兑付,或可能通过政府协调,国有资本“接盘”等方式继续存活下来。

国信证券(香港)副总裁谢开聪则在微博上评论表示,中科云网此次违约事件可能打破刚性魔咒,但能否改变“大闹大解决,小闹小解决,不闹不解决”的善后惯例,仍需继续观望。

中科云网被普遍认为是转型失败的典型案例。在过去的一年里中科云网麻烦不断,公司实际控制人孟凯涉嫌违反证券法律法规被证监会立案调查,滞留国外至今未归,过半数高管的离职,如今又是债务违约。中科云网将何去何从,刚兑“魔咒”能否打破,中国上市公司舆情中心将继续关注。

A股上市公司舆情周榜

中科云网确认债券违约 *ST二重拟主动退市

中国上市公司舆情中心 黄帆

中科云网确认债券违约:曾名为湘鄂情的中科云网有可能成为国内公募债券市场上首家本金违约的公司。公司在过去一周多次发布风险提示公告,除了指出公司发行的ST湘鄂债”,因公司未能及时筹集到足额偿债资金支付第三期利息及回售款项而发生实质违约外,也表示根据披露的公司2014年业绩快报,连续两年业绩亏损且存在净资产为负的可能性很大,公司或持续亏损。

据了解,公司曾在2012年发行了总规模4.8亿元5年期债券。根据当时的债券发行条件,持有者有权在债券发行后的第三年末(即2015年4月5日)行使“回售选择权”,即让中科云网回购债券。但公司的公告显示,本应在4月7日支付的本息4.02亿元中,仅有1.6亿元的资金到位。公司表示,将会尽快筹措资金,但媒体观点对此并不乐观。有意见认为,此案将会成为国内打破刚性兑付的突破口。

然而诡异的是,公司虽然宣布财务违约,引发市场广泛关注,而股票却一度涨停,引发市场猜测。不少舆论观点纷纷表示“看不懂”。

***ST二重拟主动退市:**在*ST二重以要约收购谋求主动退市未果后,公司又迅速提出另一份新的主动退市方案。这份名为《关于以股东大会方式主动终止公司股票上市事项的议案》的公告称,拟通过股东大会的方式来实现主动退市,即以股东大会决议的方式主动撤回股票在上证所的交易,并在取得上证所终止上市批准,转而申请在全国中小企业股份转让系统进行转让。

此前,*ST二重曾发布《重组集团(德阳)重型装备股份有限公司董事会关于拟以股东大会方式主动终止公司股票上市的公告》另一主动退市方案,但这份以公司实际控制人国机集团提出的以要约收购方式实现公司主动退市的方案,遭到了股民的否决。

*ST二重在公告中表示,若新方案不被股东大会通过,公司将进入强制退市程序,退市整理期的股价将有可能大幅波动。此外,假若股东大会没有通过议案,是次股东大会的异议股东及其他股东将无法获得现金选择权。

据了解,目前国内进入退市整理期的只有长航油运一只股票,其进入退市整理期后股价下跌明显。

朗玛信息澄清被指“澄而不清”:近日有媒体报道,对朗玛信息提出质疑。有关质疑主要有三点,包括朗玛信息主业对碰面临被淘汰的尴尬,2015年2月的纳税金额几乎可忽略不计;子公司贵州朗视科技传媒有限公司、

贵阳梦城互动科技有限公司、贵阳动视云科技有限公司三家子公司注册地为虚构;公司办公场地为低价买入等。为此,公司在4月3日发布澄清回应。

根据公司公告,公司表示公司在历年的年度报告和半年度报告中,都对相关注册地址及办公地址做了合法披露,并再度在澄清公告中列出了公司的注册地址和子公司注册地址。同时否认低价购买公司办公地的事实。

朗玛信息也表示,公司的各项业务均一直正常顺利开展,此前被媒体质疑的对碰业务,相关税务部门均有公司纳税申报的记录。预计公司2015年一季度电话对碰收入在2600万至3000万人民币之间,不存在对碰业务正濒临死亡的情况。

然而,公司的澄清并没有打消市场疑虑。公司在当日复牌后,其股价持续下跌。多家媒体指出,公司并没有列出详细的纳税申报金额,认为仅凭几句话无法打消市场顾虑。也有媒体观点认为,公司实际上早已放弃主业,转而将时下最火爆的互联网医疗、移动医疗领域作为未来公司发展的主营方向。

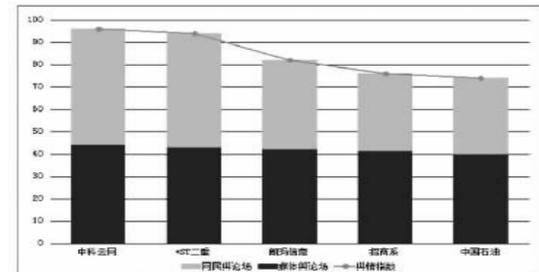
招商系停牌惹猜测:本周,招商系包括招商银行、招商地产及招商局B,分别发布公告,披露正在策划重大事项而停牌。由于银行停牌通常较为罕见,事件引发舆论间的热烈讨论,并出现多个版本的猜测。网络舆论场上有观点认为,其有可能是为应对安邦的不断增持,或是拆分部分业务上市。而在媒体方面,也出现了大量猜测,媒体的主流观点则认为与股权激励政策或业务整合、资产注入等有关。

虽然招商局旗下的两大平台双双停牌,让人期待是否预示着两大平台整合或将提速,地产+银行的新布局能玩出新花样。但也有观点认为,两者停牌并不代表之间有直接联系,或只是与招商局的战略布局有关。

中国石化长庆油田漏油引关注:中石油因环境污染本周再度成为话题。媒体报道,中石油长庆油田出现原油泄漏,原油从半山腰的输油管中顺坡而下,蜿蜒800多米流成一条“黑油河”。长庆油田在接受媒体采访时承认出现原油泄漏,但称“现场估算泄漏原油约5方,顺干沟流淌约200米,污染面积约0.3亩”。

对于此次事故原因,长庆油田回复媒体查询时表示,管线内表面腐蚀严重,是造成本次泄漏的直接原因。理论上管线腐蚀、老化与土壤等有关,但此次泄漏是管线内表面腐蚀所致。”

据《1世纪网》等多家媒体报道,长庆油田过去曾多次发生泄漏事故。为此当地油田正在逐步改进设备,优化管道,并对部分站点做关停、搬迁等改造。



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,敬请关注微信公众号 gongsyuying, 关注中国上市公司舆情中心官方微信。

