

民意所向 分红新政舆论叫好

中国上市公司舆情中心 李勇

11月9日,证监会表示拟进一步采取措施提升上市公司对股东的回报。这些措施包括立即从首次公开发行股票的公司开始,在公司招股说明书中细化回报规划、分红政策和分红计划,并作为重大事项加以提示,提升分红事项的透明度等。部分媒体称之为“分红新政”。一周多以来,这一消息得到了社会各方面的广泛呼应,舆论为之叫好,各界人士亦就此提出不少具体操作建议。

分红舆情纵深发展

实际上,上市公司的分红问题,一直是资本市场的热点话题之一。此次证监会发布的这一消息,被认为是证监会新掌门的“第一把火”,自然引发了更为热烈的讨论。消息发布之后,社会各界从各个不同角度对分红问题进行了更深入的探讨,媒体和公众都表现出了很高的参与积极性。有媒体回顾了上市公司的分红现状,其中哈高科(600095)等上市10年未分红的“铁公鸡”再一次遭到媒体质疑,与此同时,一些低市盈率、高分红的“现金奶牛”则颇受投资者青睐。另外,一批拟进行首次公开募股(IPO)公司响应证监会分红改革新政,率先承诺分红的消息也让人感受到了潜在的变化。随着时间的推进,关于上市公司分红的话题仍保持着一定的热度,围绕“红利税”等细节问题进行更深入的探讨。

媒体积极讨论引导

(一)大多数舆论赞同分红新政 整体来看,多数媒体对分红新政持赞同态度,舆论认为此举正好抓住市场“重融资、轻回报”的核心问题,引导上市公司建立稳定的分红政策,有利于投资者理性投资,也是维护市场稳定发展的必然之举。《证券时报》评论指出,分红新政对证券市场的长期正面影响不言而喻,强制分红措施有望提升蓝筹形象,吸引更多的社保和险资等长线资金进入。《证券市场周刊》刊载文章分析称,分红新政可能意味着有关部门正在进行一种探索,即先治理上市公司,推动上市公司分红回报投资者,然后再出税收优惠,再逐步推动规模巨大的养老金入市。

(二)分红是否要强制意见不一 如何提升上市公司分红水平?有不少声音认为,当前阶段需要采取一定强制措施,要求上市公司多分红。但也有一些媒体表示,分红与否及高低应是公司的内部决策,不宜由外部推行强制分红。还有一些人士则提出,具体某家公司到底要不要提升分红比例当然是公司自己来定,但新的政策框架应该有一定约束力和强制性,从而让公司更倾向于选择多分红,让多分红的公司更容易获得资本市场的支持。

(三)提升分红需要更多制度支持

《北京商报》有关评论说,投资者更多的是希望上市公司的分配政策能够保护中小投资者的利

益。不少媒体评论都希望提升上市公司分红的导向能够结合更多的具体政策,例如红利税的优惠政策、分红与再融资之间如何挂钩、抑制融资“三高”等。《每日商报》相关文章还提出“提高分红需独立董事加把火”,通过进一步完善独立董事制度,保护中小股东利益,制约并阻止大股东侵占行为。

网络民意更鲜明

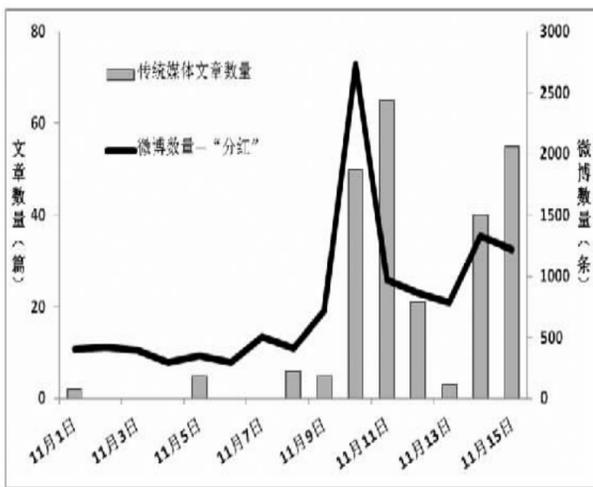
中国上市公司舆情中心随机抽取了500条11月9日以来与上市公司分红这一话题相关的部分微博、论坛以及新闻跟帖,并对其中的观点进行了聚类分析。需要说明的是,部分网友评论中包含多个指向,因此比例值加总超过100%。

在我们所观察到的评论中,有44.29%的公众表示倡导分红代表了市场的进步,值得期待。北京大学金融与证券研究中心主任曹凤岐主张应当建立强制分红制度和提高分红水平,这一观点得到了不少网民的认可。

有34.29%的评论中提到“目前中国资本市场的问题不完全在于分红”。例如,有网友认为“最关键的是公司要为中小投资者创造财富,中介机构要维护市场的公正公开,监管机构要真正保护弱小投资者的公平地位”,还有人认为“取消红利税比强制分红要好得多”。

支持分红,但对强制手法持保留态度的占27.86%。易凯资本CEO王冉在微博中表示,“分红与

上市公司分红话题舆情热度走势



数据来源:中国上市公司舆情中心

否是董事会和股东大会的决定。”其观点亦得到不少支持。

另外,被随机抽取的评论中有15%认为强制分红并不适用于所有上市公司。深圳高特佳投资董事长蔡达建发微博表示,“强制分红总体上是不利于中小企业、创新企业、成长企业的。如果是国企大蓝筹,可以分红、能够分红,甚至可以强制分红,因为除了分红他们已经难以成长回报投资人。”

倾听有助于建立信任

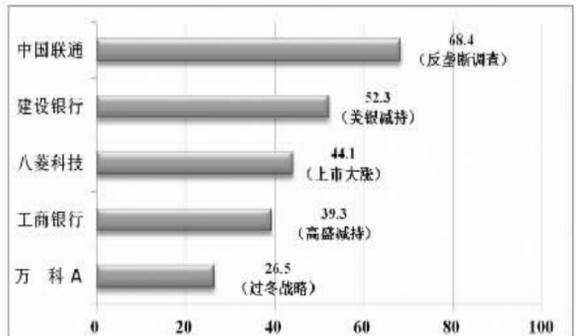
媒体热议分红,网民积极发言,而舆论的焦点亦由欢迎新政转

向为新政如何落实建言献策。来自互联网的网民意见,虽然其中亦有些片面、偏激观点,但亦更为鲜明和尖锐。建言献策是一方面,更多的人开始关注上市公司的分红问题,这种舆论形势本身亦会对各家公司形成压力,并可能潜移默化影响部分公司的分红决策。

此外,与分红本身相比,监管部门所传递出的新信号、新思维可能更具意义。监管层近期的有关举措,显示出一种以更开放的态度听取更广泛的民意的取向,这种取向值得舆论叫好。因为倾听是一种建立信任的有效方式,而信任也是资本市场中颇为珍贵的资源。

中国上市公司 舆情热度排行榜

(11月11日-11月17日)



数据来源:中国上市公司舆情中心

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。)。

中国上市公司舆情中心 李勇

11月11日至11月17日舆情热度最高的五家A股上市公司分别是:中国联通(600050)、建设银行(601939)、八菱科技(002592)、工商银行(601398)以及万科A(000002)。“价格”(上网电价、股价、房价)是围绕这些公司舆情的焦点。

上周中国联通与中国电信因涉及反垄断调查而陷入舆情漩涡。联通与电信涉及反垄断调查事件被央视报道后,《人民日报》随即刊文驳斥,央视则回应称联通、电信垄断事实确凿。各方观点针锋相对,将上市公司再次推向舆论潮头。一周时间内,百余篇新闻报道、数千次网络转载、3万余条微博评论足以显示公众对事件的关注程度。

11月14日晚间,有外媒报道称,美国银行将减持约104亿股建设银行H股股份。这一消息吸引了市场人士的关注,而随后建行新闻发言人也向媒体确认了减持事项。今年8月底,美银已经减持了建行约131亿股H股,并承诺未来12个月再无增持或减持计划。此次美银的食言,以及建行由谁接盘颇为引人注目。

颇具戏剧性的八菱科技事件,

无疑是今年资本市场舆论关注的焦点之一。八菱科技上市过程跌宕起伏,投资者对其也是疑虑重重。尽管如此,八菱科技上市之后还是逆市走出了四连阳的行情,更使得上市公司话题不断。11月16日,八菱科技发布公告澄清公众的一些质疑,公司的舆情热度有所消退。

工商银行同样遭到了减持。上周,高盛第三次减持工商银行H股,这与美银减持建行的消息相互呼应。对于国外机构频频减持的举措,业界看法也不尽相同,部分人士指出这有可能是外国投资者不看好中资银行股,但也有人认为减持是正常的市场行为。

持续的房地产调控让人们看到了房价松动的迹象,也使得地产商面临愈加艰难的处境。媒体报道显示,万科在多个城市都进行了降价行动,由此也引发了一些关于业主维权的事件。对此,万科总裁郁亮认为,业主因楼盘降价闹事是普遍事件,在万科的预计范围内,不必要上升到危机处理的地步。同时郁亮也表示万科将进入“过冬模式”,多储备现金,更加谨慎拿地,减少开支。“过冬模式”一说,引起了业内高度关注。

电价上涨传言背后的舆情博弈

中国上市公司舆情中心 黄帆

一个传言,电价上涨的传言,在市场中游荡。电监会发言人谈话、媒体纷纷介入报道、发改委价格司官员再次谈及、多份研报出炉,导致电价上涨的舆情热度以及电力股的股价不断攀升。而本周发改委的正式辟谣,则给电价上涨的舆情泼了一盆冷水。电价何时涨?不知在何时,至少不是在此时了。

电价上涨舆情脉络

关于电价上涨的讨论,今年以来时有发生,亦常被辟谣。上月20日,电监会新闻发言人表示,要适时提高燃煤电厂上网电价,减少电厂亏损,提高发电积极性。电力股逐步走出低点,而市场上关于发改委向五大发电集团调研提价方案的传言亦开始流传,券商相关研报也陆续出炉。

期间,多个地方对超标准用电实行惩罚性电价。西昌电力亦在11月3日公告微微上调了上网电价,电价上涨舆情热度继续提升。

11月9日,国家发改委价格司副司长周望军在接受《北京商报》采访时谈到“物价回落的时期,有些价格矛盾可能要择机来疏導,包括电价的问题”。此话被《北京商报》等媒体广泛解读为电价上调计划再次提上日程。随后,包括《21世纪经济报道》等财经类媒体,以及《州日报》等多家媒体开始发表文章,猜测电价调整窗口将近。

11月16日,在媒体热炒了数日电价话题之后,发改委价格司再度通过《北京商报》辟谣,称目前没有看到电价上调方案。电价上涨舆情热度回落,电力股股价亦然。

电价可涨否?媒体争议不断

整个11月上旬,媒体都在热议电价上调窗口期,然而不少媒体反对在现时调整电价。如《法制晚报》在其官方微博中称,近段时间物价上涨减速,大家刚松了口气,“电价上调时机到”又开始让大家紧张起来,质疑一段时间内的消费者物价指数(CPI)的回落岂不是要打水漂。

而《工人日报》则发表《何时才能不让电再荒》一文,称煤电矛盾是表象,发电企业提出调高电价,并不能解决根本,形成电价的市场化机制,解决“市场煤、计划电”的体制,才是根本出路。工人日报又认为,启动煤电联动措施,对于当前CPI较高的情况下“几乎没可能”,更会导致煤电价格双双上涨。

而有关电力企业高管则在接受采访中表示,电厂情况非常困难,迫切需要提价,如果不提价,电荒问题可能更严重。据《21世纪经济报道》报道,某发电集团高管称,“我们下面许多电厂资金链紧张到连职工工资都快发不起了。”“希望尽快有利好政策出来,否则难关难过。”

此外,有不少媒体均指出,虽然电荒持续,但发电企业却丝毫没占到便宜,反而巨额亏损,电企应该首先从自身找原因,降低成本。

而郎咸平一篇《谁在忽悠电力紧张》更将火电企业推上风口浪尖。其质疑电厂亏损的文章称,拉闸限电,电力紧张,是因为电厂赚钱赚得不够多,为了加价而忽悠。对此,中电联又出来加以否认。

网友多数反对电价上涨

电厂关心的是上网电价上调,普通网友则担心,上网电价调了居民用电也会涨,网络上反对之声很多。在发改委两次发表电价问题讲话期间,新浪微博上有5000多条相关微博,中国上市公司舆情中心从中随机抽取了400条微博进行统计,在表达有明确倾向的微博中约八成反对电价上涨。有网友认为,垄断企业都亏损,实在是匪夷所思。亦有网友表示电企员工年收入丰厚,质疑电企为何不想办法降低成本而是涨价。

机构投资者预计调价将近

机构投资者对电价上涨则有着较乐观预计。多份券商研报认为上调电价将促进电力生产。国泰君安、UBS以及SWS等券商研报认为,电价调整或将早于预期。元大证券的研报称,上调电价将会促进电力生产,而排放标准的升级增加了上调的合理性,认为有可能会首先上调

上网电价,然后再上调零售电价。对于上调对电企影响如何,各份研报意见不一。SWS认为华电国际将会是调价的最大受益者,而UBS则认为,行业利润微薄,三家电力公司,包括华能国际、华电国际以及大唐发电的股价在10月以来已经平均上涨19.2%,研报认为调价对发电企业的盈利改善有限,股价上涨不具有持续性。

先保电力供应再谈提价

电价调整牵涉多方利益主体。从产业链角度来看,涉及煤炭企业、电厂、电网和终端用户。从资本市场角度而言,上市煤炭企业和电厂亦各有其股东。如何理顺机制,尽量兼顾多方利益和市场效率,确实是重要课题。这一话题预先在媒体和公众中进行较充分的讨论,各方利益主体亦都在采访中或媒体平台上有发声,这本身就是一种积极的信息交流状态。

电力上市公司确实需要调整价格来直接改善盈利状况,但几家主要发电集团在公众心目中亦是垄断企业的形象,因此在对媒体谈及自身困难状况呼吁舆论支持时,应保持审慎态度。如果对困境过度描述,或反复表示不涨价则电荒将更严重,容易引起公众的反感。在当前阶段,主要发电企业如果能更多地从履行社会责任的角度出发,控制好运营成本,同时提升机组利用小时,保障好电力供应,将有助于获得公众和监管层的更多理解,即便短期会遭受一些亏损,但将有利于在下一阶段的电价机制调整中获得更多的支持。

孰真孰假?

——吉利集团“高利贷危局”之辩

中国上市公司舆情中心 曲强

金融乱局,债字当头。欧债动荡、美债危机、地方债疑云、温州民间借贷之殇……细数今年以来舆情热度较高的新闻事件,但凡跟欠债有关的报道大都会挑动公众关注的神经。近日《证券市场周刊》一篇题为《李书福危局》的文章,引发业界哗然。几千字的一则报道,网络转载一片,吉利汽车股价连续下挫,市值缩水数亿港元,十几亿空头条头寸压境,吉利集团已然遭遇“危局”。

媒体封面文章“李书福的危局”

11月12日,《证券市场周刊》发表《李书福危局:海外高利贷勒紧吉利脖子》的封面文章,称“吉利集团正背负着收购沃尔沃时欠下的高利贷重压。从2008年到2010年,其负债总额从47亿元攀升到710亿元,资产负债率高达73.4%”。为应对巨大的偿付压力,吉利集团已重新开始秘密接洽海内外私募基金,如凯雷、TPG等国际大型PE机构,筹资的重要原因就是还高盛的高息债券。”有可能“最终走上以高利贷还高利贷的道路”。财经网14日将此篇文章刊于网站首页,多家网站纷纷转载跟进,报道进入大众视野。

吉利集团两天连发两声明否认

11月14日,吉利集团紧急发布声明称,《李书福危局》一文大量捏造、虚构事实,恶意中伤、诋毁浙江吉利控股集团和李书福董事长的形象和声誉。该声明亦称,吉利集团已经授权律师对《证券市场周刊》的侵权行为采取法律行动。

11月15日晚,吉利对外发布了第二份声明。公开信指出,吉利和《证券市场周刊》的争论,不是简单的对与错的争论,也不是什么观念的争论,而是真实与虚假的争论。”吉利认为,该报道是一篇典型的虚假新闻。

高盛澄清没帮吉利借钱

针对《李书福危局》报道,11月17日,高盛集团接受中国网采访时表示,该集团及其附属公司未为浙江吉利控股集团安排债券相关融资。高盛在吉利集团收购沃尔沃汽车公司交易中亦未提供任何顾问服务。

下图:各方观点交锋,吉利集团是“危局”还是“谜局”?



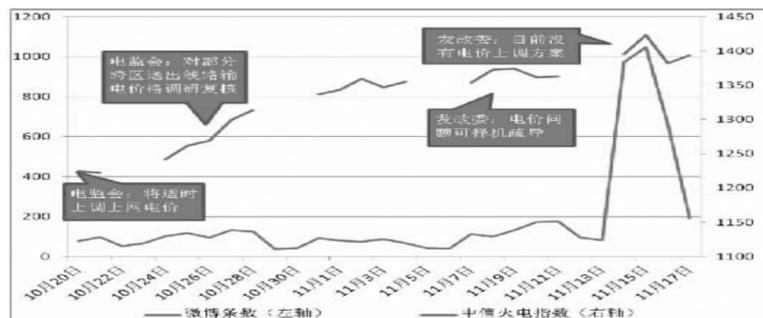
情绪化否认于事无补,回应方式有待商榷

中国上市公司舆情中心认为:公众属性是上市公司有别于普通公司的重要特征,加强财务信息披露、接受公众舆论质询是上市公司应尽义务。当企业面临明显的业绩下滑、经营前景堪忧的情况,应该将重心置于直面公众质疑并通过主动坦诚的方式积极理性地引导舆情、增强受众对于新闻的辨别能力之上。

从第三方评论来看,引发本次舆情的报道,本身可能有不严谨之处。但审视吉利集团的应对举措,虽然回应速度较快,但具体措施和态度也仍有值得商榷之处。吉利的两次回应,显示出公司急于为自己正名的态度,然而对事实本身的澄清、对自身财务状况的公开却没有提供充分的依据。舆论传播奠基人李普曼曾言:“真正的危机混杂着想象的虚惊。”面对负面且可能未必切实的新闻,公司应该拿出更为睿智、更为理性的回应方式,以翔实有力的事实反驳不实传言,而不是简单否定、情绪化回击负面新闻。典型的正面案例当属前段时间,奇虎360反驳美国做空机构Citron报告。奇虎360回应全文对Citron报告中提出的质疑进行了逐项回应和详细解释,使得Citron报告中的诸多误导性陈述不攻自破。此番应对也使得舆论风头转向,投资者通过实际行动认同了奇虎360的公司经营。奇虎股价自做空报告发布至今,不跌反涨。

吉利创始人李书福说过:“发现问题是好事,解决问题是本事,逃避问题是蠢事。”面对负面舆情,上市公司需要这样的胸怀。

火电指数与新浪微博趋势图



数据来源:中国上市公司舆情中心