

舆论话筒掌握在态度积极者手中

—2013年第一季度上市公司舆情应对能力排行榜

排行榜:江淮汽车一季度最受关注 江西铜业舆情管理欠佳

中国上市公司舆情中心统计结果显示,在2013年第一季度资本市场上发生的众多舆情事件中,江淮汽

车同悦召回事件”、茅台五粮液因价格垄断被罚事件”关注度最高。

在关注度较高的15个公司事件

中,江淮汽车、仁和药业、华谊兄弟等公司对舆情异常高度重视,快速响应,应对过程中有值得肯定之处。相

对而言,江西铜业面对媒体或公众的质疑,仍然固守传统的思维方式,过于被动,收效欠佳。

事件观察:多起公司造假震惊市场 高管异动频现引发关注

白酒行业 进入舆情整理阶段

2013年初,茅台和五粮液因涉嫌价格垄断被罚4.49亿元,成为资本市场的舆论热点。中国上市公司舆情中心监测发现,消息公布后的半天之内,相关媒体报道转载量即飙升至1330篇之多,舆情热度是两家企业前一天舆情热度的3倍。

尽管在2013年第一季度,有关白酒行业新闻报道依然是重要的资本市场的重要舆情话题,但由于地方政府、有关监管部门的介入,白酒行业经历了一些波折后进入了规范和整理的阶段,虽然白酒行业依然有可能是媒体重点关注的领域,但其舆情热度也会相应的有所消退。

多起上市公司造假事件 震惊市场

勤上光电、万福生科被曝造假上

市,引起资本市场有关造假上市的强烈舆情震动。

2013年2月底,首先是勤上光电被曝造假上市,资本市场的舆论风向转向上市公司的造假风波。紧接着是万福生科3月2日在公告声称:“万福生科公司自查发现2008年至2011年定期报告财务数据存在虚假记载。”消息甫出,公司股价连续跌停。

据中国上市公司舆情监测中心监测,在万福生科自曝财务问题之后短短一个月之内,传统媒体报道中涉及万福生科的报道篇数多达160篇,而网络中有关万福生科的新闻链接更是达到4800余篇。至此,企业造假上市话题引爆资本市场舆论沸点。

舆论反响之强烈也可以通过媒体报道事的措辞窥见一斑。万福生科陷入舆情漩涡之后,媒体采用了诸如“万福生科叫人万劫不复”、“万福生科成A股造假大王”、“万福生科业绩牛皮吹破”等表述作为新闻标题,万福生科陷入资本市场舆论讨伐的困境。

高管“掉链子” 导致企业品牌形象受损

2013年第一季度资本市场舆情的另一大特点是,出现“高管之殇”。

首先是去年年底超日太阳公司董事长“跑路”传闻的发酵,之后的两个月,资本舆论市场又相继传出“贤成矿业董事长遭免”、“金路集团董事长被拘”等新闻话题,上市公司的高管问题成为此季度的舆论热点。除了上述的案例,在万福生科被曝造假事件中,高管言论也成为舆论的焦点。

这一方面道出了部分上市公司的经营状况不佳,管理混乱,但同时也为企业舆情管理提出了一个新的课题。高管是一个企业的领导阶层,一旦上市公司高管卷入舆论的漩涡,对上市公司二级股票市场的负面影响不可小觑,在高管因为某种原因主动或者是被动地失声,无法面对公众的情况下,企业应该如何向投资者提供有效的信息值得思考。

投资者关系管理 与营销边界模糊

一些上市公司的投资者关系管理活动被认为有营销甚至是炒作的嫌疑。华谊兄弟《西游·降魔篇》票房分账事件中公司的数次回应被认为有炒作之嫌。在国家领导人出访期间,大杨创世发布的关于无法确认国家领导人服装品牌是否为公司产品的澄清公告,被投资者称为“最牛公告”。

这些案例中,上市公司实现的“营销”效果,或许是无心插柳,或许是有意为之,但其实,公关与营销的关系,本就悬于一线,尤其在新媒体环境下,那条界线已变得模糊。很多时候,公关即是营销,许多公司已经在此道上走起,只是或许其自身尚未意识到。不过,无论是公关还是营销,都是一门艺术,天时地利人和,需要有足够的能力与胆识,尺度时机的把握都殊为不易。

管理建议:投资者关系管理 应制度化体系化

一份国内著名公关公司新近发布的关于A股上市公司投资者关系管理的调查报告显示,有95%的受访上市公司认为投资者关系对公司市值管理有影响,但同时只有约15%的受访公司会进行系统化、精细化和长期化的管理。

一种情况是管理流程、管理制度的缺失。第一季度频繁出现的高管异动事件,从侧面折射了上市公司舆情管理制度的不健全。当重要高管被质疑又无法发声时,企业基本无法提供有效信息。上市公司的高管阶层出现变动的时候,公司该如何稳定投资者的信心、重塑良好的社会企业形象?上市公司是否有在第一时间告知投资者的义务?谁来发布消息?通过何种媒介渠道来发布消息?这都是值得上市公司思考的问题。

另外,中国上市公司舆情中心的日常观察发现,多数的公司都是在被动的、迫于压力的情况下,做出一些沟通改善的举措。不能说这样的机制此时此刻会带来多大的伤害,但是,很显然的一点就是,零散的投资者关系管理不利于企业在媒介资源上的积累。

世界经济论坛创始人和执行主席克

劳斯·施瓦布曾指出,围绕危机管理而非放眼未来的思考导致了防御性思维。我们必须适应这个不断变化的世界,而非保护我们过时的模式。”在信息多元、受众制造内容的媒体语境下,传统的舆论应对方式值得商榷,多渠道、全方位的舆情应对策略值得探讨,尤其是在以微博为代表的社会化媒体大行其道的今天,如何以人文本,尊重消费者,尊重投资者,以合理的方式应对舆论、引导舆论,实现良好的企业与投资者关系管理是每个上市公司应该重视的议题。

尽管多数人都承认,我们是社会舆论分为发生了变化,社会化媒体改变了信息的传播机制,也有很多管理者意识到企业声誉的重要性,但是不少企业在舆情管理时仍然还是老一套的思路,打压、沉默、转移话题。这种闪躲的姿态一定程度上源自于“不自信”,源自于舆情管理能力的不足。当企业没有足够的决策能力,没有足够的媒介资源的时候,只能是避而不谈了,或者含糊不清了。

解决这个问题,只能是企业自身更主动的做出改变,建立并完善舆情管理体系。

2013年第一季度A股上市公司舆情事件关注度排行榜

排序	上市公司简称	事件	舆情关注度
1	江淮汽车	江淮汽车被央视315批评	92.6
2	贵州茅台	贵州茅台因价格垄断被罚	91.3
3	五粮液	五粮液因价格垄断被罚	89.7
4	仁和药业	网传仁和药业优卡丹含禁用成分	81.5
5	万福生科	万福生科涉嫌造假上市	79.8
6	云南白药	云南白药陷草马风波	75.1
7	华谊兄弟	华谊兄弟《西游·降魔篇》票房分账引关注	72.7
8	中国远洋	中国远洋面临退市风险	68.4
9	超日太阳	超日太阳董事长被传跑路	64.2
10	勤上光电	勤上光电被指造假上市	63.2
11	零七股份	零七股份涉矿被指骗局	59.1
12	中国武夷	中国武夷被曝圈地	58.1
13	大杨创世	大杨创世“最牛公告”	48.7
14	金路集团	金路集团董事长被拘	46.4
15	江西铜业	江西铜业再遭重金属污染质疑	42.4

2013年第一季度A股上市公司热门事件应对能力排行榜

排序	上市公司简称	事件	舆情应对能力
1	江淮汽车	江淮汽车被央视315批评	95.1
2	仁和药业	网传仁和药业优卡丹含禁用成分	86.4
3	云南白药	云南白药陷草马风波	81.1
4	五粮液	五粮液因价格垄断被罚	79.5
5	华谊兄弟	华谊兄弟《西游·降魔篇》票房分账引关注	74.2
6	中国远洋	中国远洋面临退市风险	70.5
7	大杨创世	大杨创世“最牛公告”	64.7
8	中国武夷	中国武夷被曝圈地	60.4
9	零七股份	零七股份涉矿被指骗局	57.6
10	金路集团	金路集团董事长被拘	53.1
11	勤上光电	勤上光电被指造假上市	51.4
12	万福生科	万福生科涉嫌造假上市	50.3
13	超日太阳	超日太阳董事长被传跑路	47.5
14	贵州茅台	贵州茅台因价格垄断被罚	43.2
15	江西铜业	江西铜业再遭重金属污染质疑	39.5

执笔:李勇 发榜方:人民网舆情监测室、中国上市公司舆情中心、腾讯财经

2013年上市公司舆情周榜:5月3日至9日

马蔚华交出招行帅印 尔康制药半夜遭讨债

中国上市公司舆情中心 黄帆

据中国上市公司舆情中心统计分析结果显示,5月6日至5月9日舆情热度最高的A股上市公司分别是:招商银行、光线传媒、尔康制药、长江传媒及海信电器。

招行马蔚华离任 网友致敬

近日,市场传出执掌招商银行14年的马蔚华即将离职的消息,招商银行在8日晚上正式宣布马蔚华卸任党委书记。舆论对此事普遍感到突然,招行3月底对外发布的董事会决议公告中,马蔚华位列新一届执行董事候选人名单之中,一度被市场解读为他将继续连任的信号。据中国上市公司舆情中心的监测数据,招商银行因此事成为本周舆情周榜的首位。

马蔚华被舆论誉为招行灵魂人

物,此番卸任,不少网友提到了要“向马蔚华致敬”。在马执掌的14年间,招行零售转型之路曾备受肯定,被称为“中国最好的股份制银行”;马卸任后,招行步入后马蔚华时代后,其走向也受到投资者的关注。据了解,招商银行继任者将是曾在建设银行深圳分行工作过的田惠宇,接任前为建设银行零售银行总监、北京分行行长。消息传出后,招商银行在5月8日的股价走势保持平稳,无太大波动。

光线传媒股价 继续受票房推涨

由赵薇执导的电影《致我们终将逝去的青春》上映至今已经超过5亿票房,光线传媒公告称,票房收入已超过其2012年度经审计营业收入的50%。光线传媒的股票也在半个月之上涨了40%,出现多个涨停板。

自去年底“票房行情”兴起以来,

光线传媒、华谊兄弟等影视概念持续受市场关注,而从《泰囧》到《致青春》,光线传媒股价亦随票房一路走高,当前总市值已经突破140亿元,排在创业板市值第七位。票房经济学”亦被舆论热议。有媒体称,光线传媒及华谊兄弟的商业模式已经日趋成熟,其发行网络的独创之处使得发行团队能够和院线保持一个良好的互动关系,更被称为是光线传媒多个高票房电影的“幕后推手”。

尔康制药陷公关三角债

“公关三角债”、“IPO灰色地带”成为了媒体报道尔康制药事件的标签。5月6日夜,怡桥财经公关在官方微博上发布声明,称被尔康制药拖欠财经公关及媒体传播费用接近600万。尔康制药IPO时的承销商西部证券亦被波及,被部分媒体怀疑截留公关费用。然而,该微博次日即被删除,怡桥表示已经收到了相关方希望积极解决问题的意愿,尔

康制药及西部证券则在接受媒体采访时分别回应称,没有恶意拖欠费用,当时是符合上市条件的。

目前,新股IPO已经停发多时,但关于“IPO灰色利益链”的新闻话题在网络上颇具讨论热度,不少网友认为,是时候理顺和规范财经公关及媒体、上市公司错综复杂的关系,营造一个成熟健康的资本市场。

长江传媒 将销毁问题字典

近日,长江传媒因“问题字典”而陷舆论漩涡。央视等媒体报道,湖北教育厅日前向长江传媒旗下的崇文书局采购其出版发行的320万册《学生新华字典》,向农村中小学免费发放,但该批字典被曝存在严重质量问题,字典差错率是国家规定的20倍”。此外,崇文书局的中标价格高于其零售价格,被舆论质疑其中存在利益猫腻。

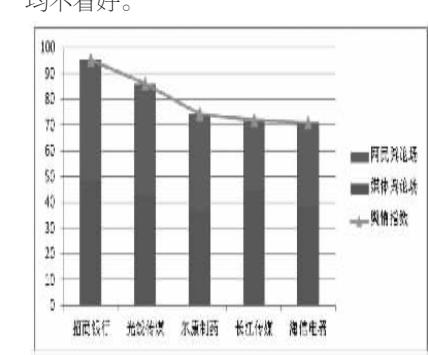
长江传媒8日发布公告,称系旗下崇文书局违背与湖北省教育厅合同规定,私自更换版本。公告称主要负责人已被停职,并将全部回收问题字典,集中销毁,承担全部责任。但该公告亦被媒体质疑回避内部利益链”。

乐视超级电视 被怀疑是噱头

乐视网近日推出“超级电视”,价格最低接近2000元,号称“颠覆智能电视业”。消息引发不少网友关注,乐视网董事长贾跃亭亦在微博上猛推其超级电视,所发微博被转近50万次。受此影响,乐视网股价水涨船高,市值攀升至189亿元,媒体称其市值超越搜狐,紧追优酷土豆。

但与此对应的是,本周三,海信电器却大幅走低,盘中一度接近跌停。有媒体称乐视网的超级电视低价入市,是向传统电视巨头“挑战”。但是,亦有媒体质疑

乐视超级电视不过是“煤老板包装出来的概念”,对其产能、渠道、售后以及模式均不看好。



“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、网民及专业舆情分析师对沪深两市上市公司在一定时间段内的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和舆情分析师评分等数据计算得出。