

# 长城汽车推迟产品上市是一步险棋？

中国上市公司舆情中心 金立里

长城汽车主推车型 哈弗 H8”，因公司在 1 月 14 日的一纸公告，上市时间推迟了 3 个月。而正是这一纸公告，搅动了在沪港两地上市的长城汽车上百亿市值的波动。公告当日，其 A 股股价一度逼近跌停，随后跌幅收窄至 0.64%，而 H 股则因此重挫 12.23%。与此同时，国内其他自主品牌上市车企的股价走势却因 军队公务车采购自主品牌”的利好消息，全面飘红。

## 股价巨震，舆论褒贬不一

股价的波动，同时引来了舆论和市场的强烈关注。据中国上市公司舆情中心观察，长城汽车本就是资本市场上的热门公司，而自 14 日发布公告以来，媒体对其产品推迟上市的报道与解读，以及相关的转载量更是急速飙升，舆情热度持续两日，至 16 日方显回落。

随着股价下跌，多家机构也纷纷调整了其股价的评级，而这些评级的祭出，又一次引发媒体的报道热情。但境内外机构却由此产生了较大的分歧。如中金公司认为，公司此举将削弱市场对该公司在高端市场竞争力的信心，高盛、汇丰与瑞银 3 家机构亦发出报告，宣称将下调目标价格；而中信证券、平安证券、长城证券等境内券商却认为，此举彰显的是公司稳健的风格，是为了“飞得更高更远”。

值得注意的是，长城汽车本就是各大小机构热捧的公司，有媒体统计，自哈佛 H8 亮相各大车展以来，券商们共为此发布相关研报多达 55 份。股市中普通投资者的反应则更为直接强烈，在消息曝出

之后即用脚投票，纷纷离场，有投资者表示担心长城汽车的高速增长难以为继。

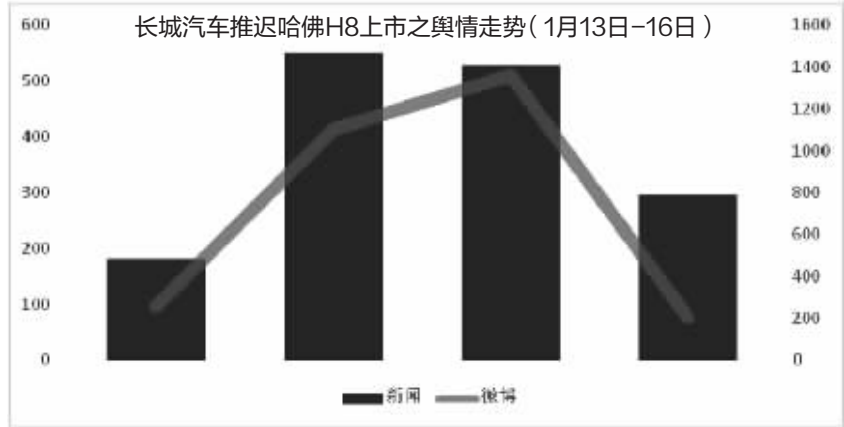
而媒体的观点，也随着舆情的发生了一定程度的分化。在质疑其产品的质量及发展瓶颈的同时，也有部分媒体对公司 谨慎负责”的态度表示认同。事实上，在对于以长城汽车为代表的国内自主品牌汽车生产企业，舆论场中向有争议，这些争议主要集中在产品质量、定价、品牌号召力和市场空间等多个方面。

## 追求完美还是有意炒作？

争议之余，也有少数观点提出怀疑，长城汽车此次高调宣布推迟产品上市，本身就是一场营销推广的策划，乃是公司有意炒作。此类观点同时认为，长城汽车此举，是在产品推广相关的公关布局中的一步险棋。究竟是不是有意炒作？中国上市公司舆情中心认为，或许可以从解答以下几方面的问题后，得出答案。

首先，长城汽车需不需要推迟上市？据长城汽车的官方网站上的声明，公司是在进行了一段时间的测试之后，根据邀请的 媒体记者和专业人士”的意见作出的决定，自称 宁可负用户一时，不可负用户一世”。声明中详细列出了 8 大问题，如 档位感不清”、中控纹理单一”等细节。有网友认为，这些问题都不是事关汽车核心技术与安全指标的关键质量问题，公司此举纯属 小题大做”。但也有网友指出，问题即在，能自己曝光，总比被媒体曝光的强”。

其次，为何临近上市，已公开接受预定之后，方才决定推迟上市？哈佛 H8 作为长城汽车的旗舰产品，前期酝酿已久，已在营销推广上吓足了功夫，按理说，此时突然推迟上市，很可能致使此



数据来源:中国上市公司舆情中心

前的营销投入化为乌有。不过，也有网友尖锐指出，在临上市之时突然推迟，很可能是因为公司此时的生产速度跟不上，即便接到订单了亦无法交车，而推迟上市则可以 敷衍董事会和消费者，赢取更多时间”。

再次，如果此时不推迟，会不会将来形成更大的公关危机？有部分网友认为，虽然不是关键质量问题，但如若公司此时不推迟上市，却可能直接影响用户体验；一种可能的公关危机则是，订单激增，而产能太低。有媒体则指出，在 1 月 13 日的公告发布之前，就曾有内部人士爆料，长城汽车董事长魏建军特别针对哈弗 H8 专门下达了 三零”政策，即：零投诉、零等待、零距离。此时推迟，正是公司为践行此政策。

由此看来，长城汽车将哈佛 H8 上市推迟 3 个月，确有可能是一次恰逢其时的营销策划。为产品造势、通过延期吸引眼球的宣传目的，是商业社会中商家常用的营销手段，原亦无可厚非，如

苹果公司、小米手机等公司，已将这手段用至炉火纯青，但对于长城汽车来说，确实一步险棋。

一方面，旗舰产品突然推迟上市，可能直接打击消费者对该产品的信心，进而影响公司的品牌和声誉。如有网友指出，推迟之举恰恰说明了公司的 保守”即 不自信”，说明其对产品市场前景缺乏信心，而这种信心的缺乏可能来自接受预定以来的实际订单数，更深层的原因，则是 自主品牌向高端车型突围的一次折戟沉沙”。

另一方面，作为上市公司，长城汽车如此举动，必然会给她股价带来较大的影响。有投资者就此提出疑问，公司在做相关决定的时候，是否考虑过股价可能承压，由此给投资者带来损失？不过，公司已然对此做足了信息披露，而市场有其自我调节的机制：正是市场的不理智，反倒给理智的投资者带去了机会，此类投资者都在大跌之后更 求深跌”，等待更高性价比的介入机会。

# 发优先股回购普通股 研究员发公开信引关注

中国上市公司舆情中心 赖梓铭

蓝筹股如何市值管理？近日，一篇题为《数低估值蓝筹上市公司领导的一封信》的文章流传于网络，文章的作者是中信证券研究部房地产行业分析师陈聪、付瑜。

两位分析师在文章中分析了中国资本市场上蓝筹上市公司低估值的原因：由于 投资回报机制不够优化”造成如今缺乏增量资金入市的局面，而有限的场内资金追捧高估值版块从而导致资本市场上蓝筹股公司估值过低。

文章认为，应当设计一个 既能让居民分享中国经济成长的红利，又可以极大概率获得比较确定的收益”的投资工具，以吸引如今把资金投向余额宝、信托产品、银行理财产品的大量风险厌恶型投资者。而这个投资工具就是优先股。

文章建议，蓝筹上市公司以公开发行优先股作为支付工具回购普通股，以此推动场外资金进入优先股市场。作者还列举了作此建议的 5 个原因：蓝筹股低估值是回购的基础；以优先股筹资回购普通股不占用存量货币资金、不提高

资产负债率；适用于所有的上市公司；回购能为公司建立良好的市场形象；这一措施对普通股股东、优先股股东均有好处，发行困难少。此外，文章还提出 5 个应当注意的细节供感兴趣的上市公司领导参考。

在这封信发出后，有投资者和上市公司领导对这一建议 颇为怀疑”。投资者的问题主要集中于上市公司真的是否愿意回购股票这一焦点问题。而上市公司则怀疑：发行一个固定股息开支的产品回购股票真的合适吗？

两位作者就这些反馈写了一篇短文，再度重申其观点：我们坚定相信，在当前如此之低的估值环境之下，发行优先股回购普通股可以是一种普遍性的行为，上市公司稳定股价，进行市值管理的行为可以是，也必然将是一种多赢的行为。”作者还在文末写道：蓝筹当立，价值投资未死；牛市或至，为制度改革叫好。”

经常在各种场合鼓吹 价值投资”的金融界人士但斌在其微博、博客及雪球账号上转载了这一封信及作者其后所写的短文，在一定范围内引起了讨论。

有人赞作者 对证券市场的现状分析很透彻”，有人进一步提出蓝筹股有普通股也可转为优先股，有一些人持有积极态度之余，还顺手 @”了证监会官方微博 @ 证监会发布，但也有人认为 戏言”，对于上市公司领导来说，多一事不如少一事。而深圳东方港湾投资管理有限责任公司董事长但斌对此文的评论则是：回购注销最好！这个国际惯例我们应该学。”

此外，也有网友对作者提到的 价值投资”有不同看法：认为自己拿到了好股票，但又怪市场不认同。说白了这还是急功近利的表现，和价值投资无关，仍然是投机心理。”

中国上市公司舆情中心联系到该信作者之一陈聪，他认为，这封信并非推荐某一个行业，与所研究的行业关系也不大，促使他写这封信的原因是 作为证券从业人员对资本市场的拳拳之心”，衷心为中国资本市场改革鼓与呼”，表达对制度改革的坚定信心”。

当被问及建议的可行性与困难之处，他说，发行优先股募资回购普通股的对低 PE、较高 ROE、业绩稳定性较

强的蓝筹企业来说，完全可行”，而困难则在于目前尚不存在优先股市场，其流动性如何、如何安排发行事宜等事项均无先例。

陈聪提到，发出这封信后，他在与二级市场的机构投资者的交流中，发现他们对优先股有许多不理解之处。对于投资者、上市公司的疑惑，他提出建议，如果发行优先股只是纯粹用于回购并注销普通股，监管层应考虑给予更明确的鼓励以及在审批流程方面大力支持。

有趣的是，对于发行优先股筹资回购普通股一事，证监会在近日已明确表态支持。

在 1 月 10 日的证监会例行新闻发布会上，在被问及证监会日前召集多家蓝筹上市公司相关负责人召开市值管理专题会议的具体情况时，证监会新闻发言人介绍道，该会议主要讨论了上市公司利用优先股、债券等工具回购普通股进行市值管理的可行性和市场需求，并表态：证监会将做好回购普通股、发行优先股等相关政策咨询服务，回购普通股并配套发行优先股的，证监会将在程序上予以积极支持。”

# 上市公司舆情周榜(1月11日至1月16日) 华锐风电一年两遭立案 五粮液公车拍卖被疑作秀

中国上市公司舆情中心 黄帆

**华锐风电再遭立案调查：**1 月 22 日，华锐风电发布公告称，公司因涉嫌违反证券法律法规，被证监会立案调查。据中国上市公司舆情中心观察，这已是公司在不到一年内，第二次被证监会调查。此前 2013 年 5 月，公司曾因涉嫌在 2011 年年报中虚增利润等违规行为，被证监会立案调查。

多家媒体此前报道均认为，华锐风电是典型的上市后业绩变脸公司。《财快报》认为，由于已预计去年将亏损，在年报披露后，公司戴上 ST 的帽子已经不可避免。《21 世纪经济报道》则怀疑，此次再遭调查，公司可能涉及严重的财务造假。

华锐风电曾是风电装备的龙头企业，2011 年上市时发行价高达 90 元，但上市当日开盘即破发。股价随后持续走低，至 2014 年 1 月 16 日收盘时的 3.57 元，较当初的发行价已损失了逾 83%。此外，根据 2013 年风电装机初步统计数据，华锐风电的市场份额暴跌，而金风科技市场份额则已大幅领先，取代华锐风电成为行业龙头。

**五粮液公车拍卖再起波澜：**上周，五粮液的公车拍卖已经吸引了不少媒体的眼球，而这周出来的拍卖结果更是让媒体 掉眼镜”。多家媒体发现，早在上周就已经引起广泛关注的黄色悍马，竟然被五粮液自己的员工买，拍得该车的员工表示，自己是为他人代购。有声音质疑其中存在猫腻。有数家媒体认为，该车 50 多万的拍卖成交价，非但没有优惠，更比平均二手车价格高出近 50%。

《新京报》报道，在公车拍卖的竞买人中，不乏内部职工和经销商等利益相关方。不过，五粮液公车改革相关负责人就表示，其原因在于内部职工对车有感情，公司也没有因为是内部员工而给予价格优惠。此外，还有媒体质疑五粮液此次公车拍卖是作秀，甚至涉嫌利益输送。但亦非所有媒体都一面倒批评。如《新京报》在另一篇时评中就赞扬为国企改革提出了想象的空间。

**\*ST华塑股改完成复牌：**历时多年的 \*ST 华塑股改项目终于完成，公司于 1 月 14 日复牌，当天该股低开高走，不复权报跌 72.45%。但考虑送转股因素，复权后仅较其

停牌前收盘价下跌 3.57%。

复牌当日，《第一财经日报》曾报道公司 2 亿元股改受赠资金被蹊跷划转，去而复返，并认为此系其被要求停牌的内因。公司于 15 日发澄清公告，称股改赠与资金转入三方监管存款账户后，未曾被转移。

据《证券时报》报道，公司的股改之路颇不平坦，过程中也出现了多次反复，就在正式方案落定，拟在 1 月 9 日复牌的最后一刻，还因被举报而在当天再度停牌。该报道认为，股改至今，钉子户”已寥寥无几，当前正常交易的未股改股仅有 S 佳通、S 前锋和 S 中纺机，股改行情已不再因物以稀为贵而夺人眼球，\*ST 华塑复牌当日的表现比较平淡。

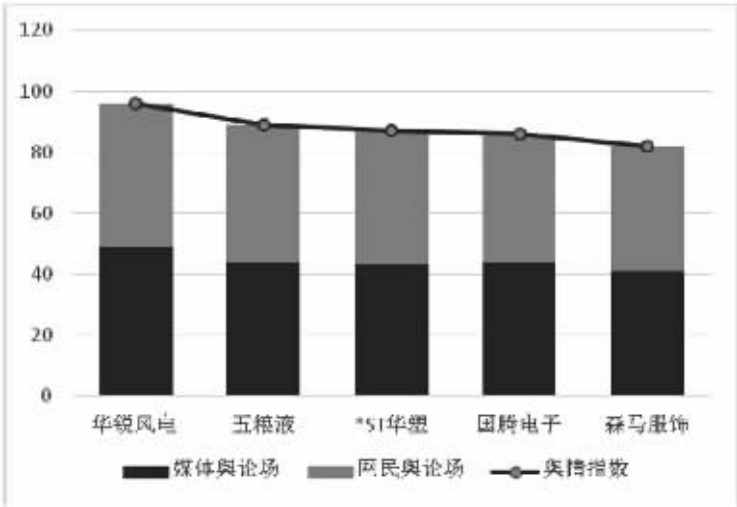
**国腾电子实际控制人被批捕：**本周，国腾电子发表公告称，公司实际控制人何燕因涉嫌挪用资金罪，被检察机关批准执行逮捕。何燕此前已经接受公安机关的调查接近半年。

公司董秘杨国勇通过媒体表示，何燕用的不是上市公司及控股股东的资金，而是来自国腾实业。公司的公告也反复强调，何燕的涉案和上市公司无关，目前上市公司也运作正常。公司在过去半年内，股价曾大涨近 60%。

媒体报道，何燕于 2003 年创立国腾电子，公司主营业务是围绕北斗导航产业链提供产品和服务，在此后数年中，何燕曾多次登上福布斯富豪榜，但近年来，何燕被举报长期非法占有国有资产。

**森马服饰收购GXG案流产：**本周，热炒多时的森马服饰并购 GXG 案流产，公司股价随即下跌。不过，媒体和分析师对此项收购本不看好。有媒体报道称，虽然其将花费 20 亿购买中哲慕尚 71% 股权，被誉为 国内服装业最大并购案例”，不过被并购品牌 GXG 被认为只是 假洋品牌”、淘宝品牌”。

有媒体猜测，并购失败，是因为双方在价格上存在分歧。而据证券时报网报道，对于收购流产的原因，森马服饰董秘郑洪伟表示主要是双方在协议方面没有达成一致，同时表示此次收购流产不会阻碍森马服饰在童装、女装方面的拓展。此外，有观点认为，这是一次展示，服装行业不能认为通过并购就能改善公司盈利情况。



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，敬请扫描二维码或添加微信号 gongsiquqing，关注中国上市公司舆情中心官方微信。

# 最具影响力财经微信公众账号评选招募帖

予观夫自媒体兴盛，在微信一方，财经资讯，多会于此。然则琳琅满目，良莠不齐，诸多推荐，亦近权威。遂夫：予亦暗自叹惋，不知诸君作何感想。现广发请柬，邀有志之士，自告奋勇，展财经人之精神，促微信财经圈之兴盛；取其精华，披沙与淘金。先报读者之悦而悦，后报读者之乐而后，是幸！

中国上市公司舆情中心和人民网舆情监测室主办，南方传媒学院、清华大学新闻研究中心联合主办的“首届最具影响力财经微信公众账号评选”即将拉开帷幕。本次活动力求在财经类微信订阅号公众之中各评选出最具参考价值的账号。

本次活动参选名单将来自于主办方提名、公众号自荐和专家评委推荐。只要是关注资本市场、金融市场以及与投资相关的要素市场，发布有关内容，服务市场利益相关者的微信公众账号，均可参与。主办方将结合公众号基本情、专家评审投票结果、公众投票结果，评选出“十大最具影响媒体类财经微信公众号”，以及“十大最具影响非媒体类财经微信公众号”。

参与方式：可通过以下途径获取详细信息及报名表：证券时报网舆情频道（频道地址：yq.stcn.com）、中国上市公司舆情中心官方微信（微信ID：gongsiquqing）、中国上市公司舆情中心官方微博（微信ID：公司舆情）；报名表请发送至gsyq@stcn.com，并在邮件标题中注明参选公众号名称。

联系方式：黄帆 18665883632  
唐威 13925236979  
截止时间：2014年1月23日



专家评审委员会名单（排名以姓氏笔画为序）	
陈昌凤	清华之友新闻研究中心主任、新闻与传播学院教授
曹 珂	南方报业集团副总编辑、南方新闻编辑部
邓 飞	著名撰稿人、“壹智”联合创始人
傅蔚然	上海金融与法律研究院研究员、法律精英
郭光东	《慢富》作者、《新财富》作者、著名投资人
曾清友	民生证券研究院院长
黄益平	中国人民银行宏观政策研究室主任、国家开发银行首席经济学家
蒋昌建	《财经大趋势》主持人、复旦大学国际商务与公共事务学院副教授
林楚芳	壹财经联合创始人
祝华新	人民财讯总编辑、人民网舆情监测室秘书长
周志勇	《证券时报》首席财经编辑