

子公司涉嫌“酒条”抵工资 凯乐科技“非常规”销售引争议

作者：唐玉 2012 年 10 月 18 日

一、舆情概述

10 月 19 日出版的《每日经济新闻》刊发题为《凯乐科技白酒业绩暴增 子公司员工称部分工资变“酒条”》的报道。文章称，凯乐科技白酒业务业绩高增长的背后，隐藏着“非常规”的销售模式。在全员销售的压力下，凯乐科技旗下一子公司涉嫌用“酒条”抵员工部分工资。不仅如此，凯乐科技还曾“买酒款抵房款”，借助其房地产进行白酒“非常规”销售。

2012 年上半年凯乐科技在资本市场上表现引人注目。2012 年 1 月 4 日至 7 月 12 日区间内，其股价涨幅超过 160%。股价飙升背后是凯乐科技业绩的高速增长。其最新的业绩预告显示，今年前三季度净利润同比预计增长 200%以上，增长的主要原因是白酒业务收入增加。而今年上半年，其白酒业务营业收入达到 2.54 亿元，几乎与去年 2.56 亿元的白酒收入持平。

业绩骄人，股价飙升之时，爆出此类负面信息，迅疾成为媒体以及网友围观的热点。19 日报道刊发后，多家网络媒体竞相转载，同时投资者也就该报道的真实性以及该报道对凯乐科技未来股价的影响进行了讨论。

二、舆情传播分析

据“新财富上市公司舆情监控终端”显示，截至 10 月 19 日 11 点，《凯乐科技白酒业绩暴增 子公司员工称部分工资变“酒条”》被转载 35 次，新闻热度达到 89.91，属密切关注区域，此消息已扩散至较大范围，凯乐科技应密切重视此舆情传播。

截至 10 月 19 日 11 点，本事件相关新闻传播量统计如下：传统 1 篇（《每日经济新闻》），网络媒体 62 篇，微博 108 篇，股吧 25 篇。新华网、新浪网、腾讯网、网易、搜狐以及凤凰网等各大网站均转载了相关新闻报道。中国经济网、东方财富网、中金在线以及和讯网等财经类媒体也转载了相关新闻报道。

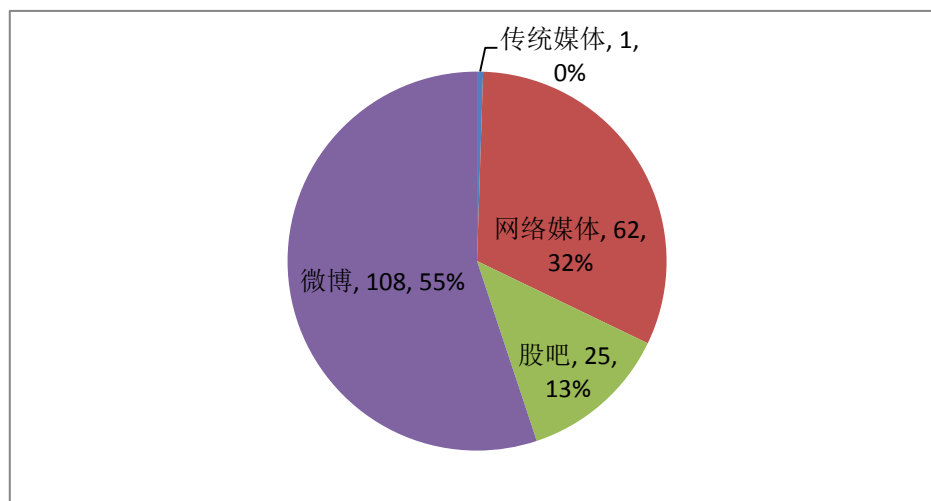


图 1 媒体报道量统计图

（注：统计起止时间为 10 月 19 日 0 点至 10 月 9 日 11 点，微博统计数据含新浪微博和腾讯微博）

《每日经济新闻》刊发的题为《凯乐科技白酒业绩暴增 子公司员工称部分工资变“酒条”》成为此次负面信息爆发的源头。网络媒体方面，多为该报道的转载。而微博方面，《每日经济新闻》新浪官方微博转载的该报道也成为涉及凯乐科技的热门信息，截至 10 月 19 日中午 11 点，该信息被转发 23 次，评论 10 次。股吧方面也是围绕该报道展开了讨论。

四、各方声音

（一）媒体态度

业绩迅猛增长难掩知名度不高的事实

凯乐科技最新的业绩预告显示，公司 2012 年前三季度净利润同比预计增长 200%以上，增长的原因因为黄山头白酒销售收入增加。

不过，黄头山业绩的迅猛增长，却难以掩饰黄山头酒知名度不高的事实。

一位熟悉湖北白酒市场的人士告诉《每日经济新闻》记者，黄山头酒的销售主要是通过凯乐科技内部的销售渠道，传统的批发和卖场渠道中能见到的并不多，“由于传统渠道竞争比较激烈，也比较强势，想进入的话要费很大的劲”。

黄头山的市场占有率和营收规模远低于湖北本地白酒一线品牌

《每日经济新闻》记者还了解到，目前黄头山的市场占有率和营收规模目前都远远落后于湖北本地白酒一线品牌。相关数据显示，湖北省内白酒市场上有稻花香、枝江大曲、黄鹤楼、白云边等为代表的地方白酒品牌，这些品牌的酒企占据了省内 70%以上的市场份额。从营收规模上看，稻花香、白云边、枝江大曲 2010 年的收入就已经分别达到 70.8 亿

元、25 亿元、19.63 亿元，远远超过黄山头的营业收入。

（二）公司回应

据《每日经济新闻》报道称，“强制任务”这一说法遭到凯乐科技方面否认。凯乐科技证券部一位工作人员告诉《每日经济新闻》记者，这不是强制的，只是一个指导性的意见，不是任务。“9 月份相对来说是一个销酒的旺季，鼓励员工销酒。但我们只进行奖励，没有进行任何惩罚。”

（三）网友观点

在凯乐科技业绩骄人、股价飙涨的情况下，多数网友认为这一负面新闻是《每日经济新闻》刻意为之，是无良媒体抹黑企业而已。而对于该负面信息对于凯乐科技股价的影响，网友认为短期内会给股价带来一定影响，有网友就预测 19 日凯乐科技必然是低开，但从长期来讲，网友认为凯乐科技仍有投资价值，为此不少网友建议股民应逢低买入。此外，需指出的是也有网友认为，此时爆出负面新闻，是企业与媒体联合建仓，吸引投资者进入！不过是上市公司炒作行为之一，望投资者谨慎！

此文报道不实，小报抹黑企业

网友“昌九第一大股东”：半夜鸡叫，别有用心！

网友“118.120.210”：10 年末以来，《每日经济新闻》陆续发起对凯乐科技股份有限公司的所谓“负面新闻”报道，就去年 8 月到去年年底，先后质疑凯乐科技的所谓白酒销售涉嫌偷税事宜、逼迫幼儿园老师上街发放房地产宣传单事宜及其所谓的追踪报道等等。言犹在耳，今年这个时候又提出所谓的白酒销售业务报道，并在文章最后点评黄山头酒的知名度低。事实证明，凯乐科技得罪了每日经济新闻的老总！

此类销售模式并无问题，各行均有

网友“103.8.220”：对的呀，干啥的都有工作任务呀，喝酒必然要缴酒钱！

网友“手机用户”：为啥不去报道银行，每个人也有任务！

网友“202.100.2”：媒体的记者不是每个人都有要拉广告的任务吗？违法的都不管！

看好凯乐科技未来股价，建议逢低进入

网友“203.156.206”：这篇报道一出，可以逢低进入了！

网友“刷碗宝宝”：20 年股市经验告诉我们，抹黑文章出现，股价暴涨前夜！

指责凯乐科技为了业绩不择手段

网友“110.53.62”：“天上九头鸟，地上湖北佬”，原来 600260 业绩是这样上去的，见过骗的，没见过这么能骗的！

公司于媒体合作建仓，吸引投资者

网友“112.193.242”：其实这种报道只是庄家为了快速低位建仓，从而配合媒体打压股价吸收到更多散户筹码的方法，公司肯定也是庄家一路的，不然会轻易让媒体诋毁公司声誉吗？现在很多上市公司股东只注重市场炒作，从中牟取暴利，很正常的游戏！

五、舆情点评

19 日，负面新闻爆出后，凯乐科技开盘价为 11.60 元，低于 18 日收盘价 11.70 元，但高于 18 日最低价 11.41 元。正如网友所言负面新闻对于凯乐科技的股价造成了一定影响。但是否能如网友所言，低开高走，尚未可知。

目前，从今日开盘价以及负面信息爆出后网友的态度可以看出，受业绩骄人、股价暴涨的利好消息，该负面信息并未过多影响中小投资者对于凯乐科技的信心，更有网友表示，凯乐科技如此行销从另一方面展现了其对股东负责的态度！但需指出的是，该负面信息也如一颗定时炸弹，其负面影响因受业绩骄人的利好信息影响，暂未释放，一旦股价大幅波动，业绩下滑，负面舆论必然汹涌而来。为此，建议凯乐科技应密切关注该负面信息在网络上的传播，做好应对准备。

此外，该负面新闻虽暂未对凯乐科技造成困扰，但却从侧面反映出凯乐科技在企业经营上存在的问题。虽凯乐科技否认存在强制这一做法，只说是指导性意见，但却证实了确有工资变“酒条”一事，这表明公司在行销上的确存在的问题。此外，虽然凯乐科技业绩骄人，股价飙涨，但也正如报道所言，黄山头酒存在知名度不高，市场占有率和营收规模仍远低于湖北本地同类白酒的问题。因此，未来凯乐科技还应将重心放在如何改进行销模式，拓展市场和销售渠道，进而改善企业经营状况，提高业绩上。