

媒体刊文称王老吉营收不及加多宝 网友再议凉茶之争

作者：唐玉 2013 年 3 月 11 日

一、舆情概述

3 月 10 日晚间，和讯网转载了来源于《投资者报》的分析文章。文章依据广药年报公开数据，对王老吉销售情况做了推测。文章称，据推测，广药旗下负责红罐王老吉的全资子公司王老吉大健康产业有限公司 2012 年销售收入大约在 17 亿元左右，绿盒王老吉销售收入 20 亿元左右，不及加多宝的 1/5。

文章称，虽然销售收入不及加多宝的 1/5，但广药还在为王老吉搭建独立的销售团队。2013 年 2 月，王老吉大健康公司董事长吴长海接受采访时介绍，公司已拥有一支 6000 人的销售团队，2012 年销售人员全部加薪超 10%，2013 年计划拉起万人销售大军。而广药 2012 年年报中在册员工仅有 6035 人。

文章称，如果广药决心要与加多宝拼个你死我活，那么公司当前的期间费用将进一步提高。事实上，广药的期间费用本来就很高。2009 年~2012 年，公司主营利润分别为 10.76 亿元、12.80 亿元、13.97 亿元、22.7 亿元，同期期间费用率均超过 85% 以上。广药此前高调宣布，将在 2013 年投入 20 亿元市场费用打造红罐王老吉品牌，届时整体费用恐将吞没其营业利润。

该分析文章刊发后，搜狐、网易以及新浪等多家网络媒体转载，引发网友热议。

二、舆情传播分析

（一）舆情传播范围分析

据“新财富上市公司舆情监控终端”显示，截至 11 日 13 点，“王老吉营收不及加多宝 1/5 广药恐被拖垮”新闻热度高达 81.28。这表明该消息已在网络上大范围传播，广州药业方面需密切关注该事件的发展。

截至 3 月 11 日 13 点，王老吉营收不及加多宝 1/5 事件相关新闻传播量统计如下：传统媒体 1 篇，（《投资者报》）；网络媒体 252 篇，股吧和论坛 22 篇，微博 3453 篇。新浪财经、网易财经、搜狐财经以及腾讯财经等多家网络媒体转载了相关新闻报道。

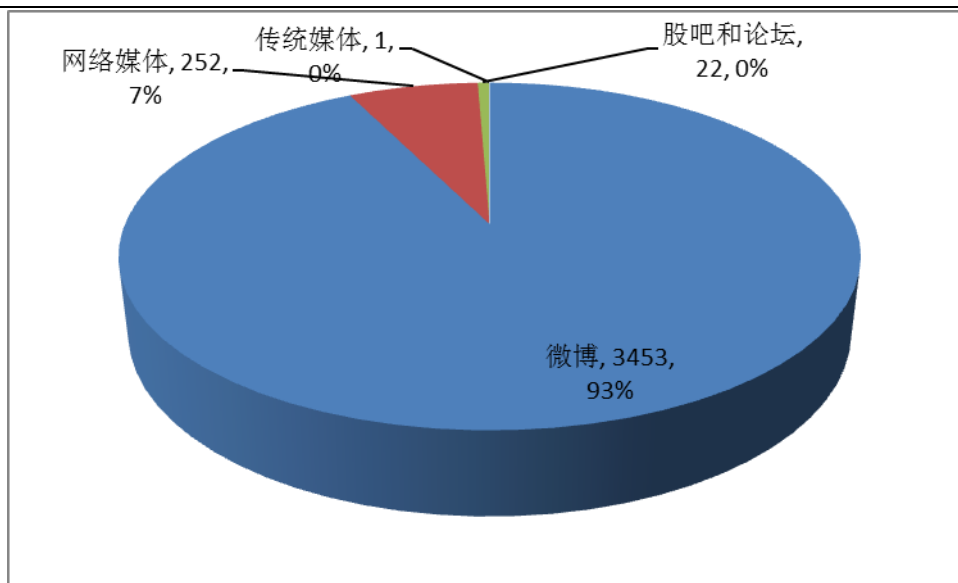


图1 舆情传播类型分析

(统计时间: 3月10日 0:00 点至 3月11日 13:00 点)

(二) 舆情传播热点分析

1. 传统媒体报道热点

3月11日出版《投资者报》刊发的题为《王老吉营收不及加多宝 1/5 广药恐被高费用托拖垮》是此次舆情爆发的原因。文章依据广药公开的年报数据,并结合现有的销售情况,对王老吉的销售情况,及其对广药的影响做了推测,并给出了较为负面的结论。该文章在通过报纸正式发布前,已通过和讯网以及腾讯财经在网络上流传,但由于网站转载时间较晚,影响力不大。11日随着该文章的正式刊发,搜狐财经、新浪财经、凤凰网、投资界以及中国经济网等多家网络媒体的转载。该文章的传播力以及影响力迅速增强。王老吉营收不及加多宝 1/5 的说法迅速在网络上传播。

2. 微博传播热点

微博方面,多家传统媒体的官方微博都转载了相关新闻报道。21世纪经济报道新浪官方微博11日早9点10分转载了相关新闻报道,截至中午13点,该微博被转载278次,152次。网友在评论中,多次提及商标之争,出言声讨广药,并力挺加多宝。

@21世纪经济报道V:【王老吉收入不及加多宝1/5 广药恐被拖垮】据推测，广药旗下的王老吉大健康公司，2012年销售收入约17亿元，绿盒王老吉销售收入约20亿元，不及加多宝的1/5。广药此前高调宣布，在2013年投入20亿元打造红罐王老吉品牌，若其要与加多宝拼个你死我活，届时费用恐将吞没其营业利润。<http://t.cn/zYunM8M>



今天09:10 来自专业版微博

转发(278) | 评论(152)

腾讯财经官方微博 10 日晚 23 点 45 分，转载相关新闻报道，截至 11 日中午 1 点，共有 4.2 万人阅读此微博，全部转播和评论 191 次。网友在评论中，大多表示支持加多宝。



腾讯财经:【王老吉收入不及加多宝五分之一 广药恐被拖垮】据推测，广药旗下负责红罐王老吉的全资子公司王老吉大健康产业有限公司2012年销售收入大约17亿元左右，绿盒王老吉销售收入20亿元左右，不及加多宝1/5。广药王老吉与加多宝无休止的口水战以及大量广告投入，使得销售费用迅速增加。<http://url.cn/DFwYMb>

昨天 23:45 阅读(4.2万) 全部转播和评论(191)

转播 | 评论 | 更多

商标之争广药胜出后，凉茶之争的话题便无法绕开国企与民企之争。当下的网络环境中，国企与民企之间，网友天然地倾向于民企，认为国企挤占了民企的生存环境。因而每次广药与加多宝之间的负面曝出后，多数网友在感情上天然地倾向于加多宝。

(三) 广州药业近期关注度变化

3 月 10 日，《投资者报》刊发分析文章，依据广州药业年报公开数据推测指出，王老吉营收不及加多宝 1/5，广药恐被拖垮。由于《投资者报》每周一出版，10 日该文章仅在晚间 23 点之后被多家财经网站转载。影响力较小，但该文章的刊发，还是小幅催升了广州药业媒体关注度、网民关注度以及舆情关注度三项指标。

11 日，《投资者报》出版，文章正式被刊发，同时四大门户的财经频道均转载了该报道，该报道的传播力与影响力迅速扩大，受此影响，广州药业三项舆情指标迅速攀升。

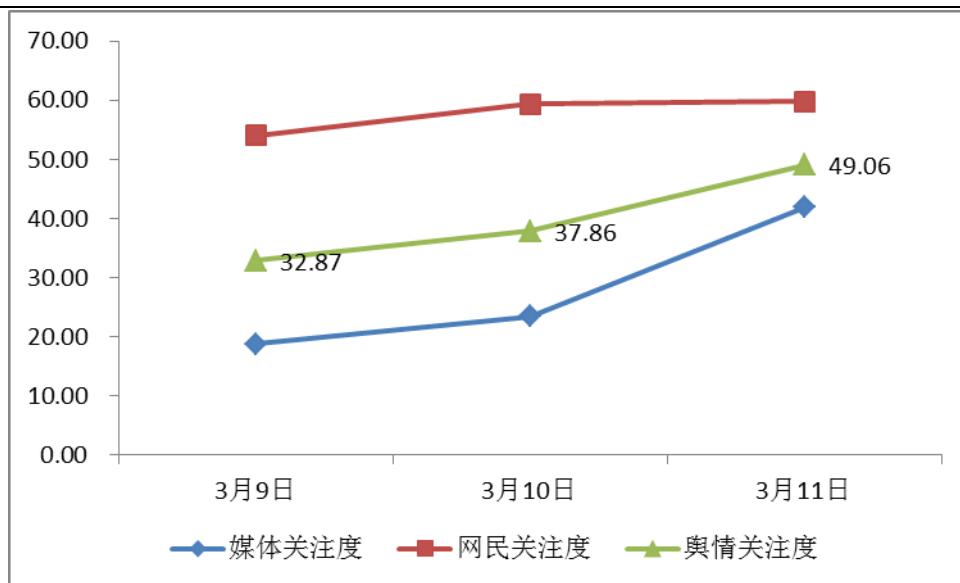


图 2 广州药业近期关注度变化

注释：

舆情关注度：综合反应上市公司受媒体和网民的关注程度。通过对主体的报道、媒体重要性、网民对主体的讨论热烈程度等综合得出。舆情关注度得分越高，说明该主体受关注程度越高。

媒体关注度：指事件或公司、人物受媒体的关注程度，通过计算网络中媒体对主体的报道、媒体重要性等综合得出。关注度仅研究“量”的变化，不考虑情感倾向。关注度得分越高，说明网络中该主体受关注程度越高。

网民关注度：指事件或公司、人物受网民的关注程度，通过计算网民对主体的讨论热烈程度等综合得出。关注度仅研究“量”的变化，不考虑情感倾向。关注度得分越高，说明网络中该主体受关注程度越高。

三、各方观点

（一）公司回应

截至发稿，广州药业尚未就该报道做出回应。

（二）分析人士

1. 竞争压力大，不看好王老吉前景

对于广药王老吉的前景，部分分析师不看好。大同证券白晓强表示：“虽然广药在接手王老吉商标后，投放了很多广告，但是与加多宝经营时投入的广告费用相比，仍有一定差距。现在凉茶市场，除加多宝外，新的品牌也层出不穷，王老吉的竞争压力将越来越大。”

“而且凉茶本身的市场也有限。在北方，接受凉茶的消费者不多，在超市除盒装王老吉外，很难看到红罐王老吉的身影。在南方，凉茶的接受程度要高一些。但是加多宝多年的渠道经营能力是广药不能企及的。”白晓强进一步分析道。（《金融投资报》）

2. 国企营销能力比不上民企 渠道经验不足

一位长期关注广州药业的分析师也指出：“国企的市场营销能力本身就不如民营企业，加上广州药业一直做的是药品的渠道，在这方面经验本就不足。要达到广药集团 5 年内实现 300 亿元的销售额目前来看不怎么理想。”（《金融投资报》）

（三）网友观点

广药与加多宝之争由来已久，而每次涉及这两家企业的报道都必然引来诸多讨论。但从历次讨论的重点来看，网友的关注点自始至终并未有多大的变化。广药的国企身份仍是最具争议之处。而广药也因自己的身份，在历次的争论之中处于舆论的下方，备受指责，此次也不例外。70%的网友表示支持加多宝，并借机出言讨伐广药，与之相较，仅 6%的网友支持广药。此外，广药与加多宝之争绕不开国企、民企的话题，因而 20%的网友将话题延伸至于对于国企处境以及发展的讨论。

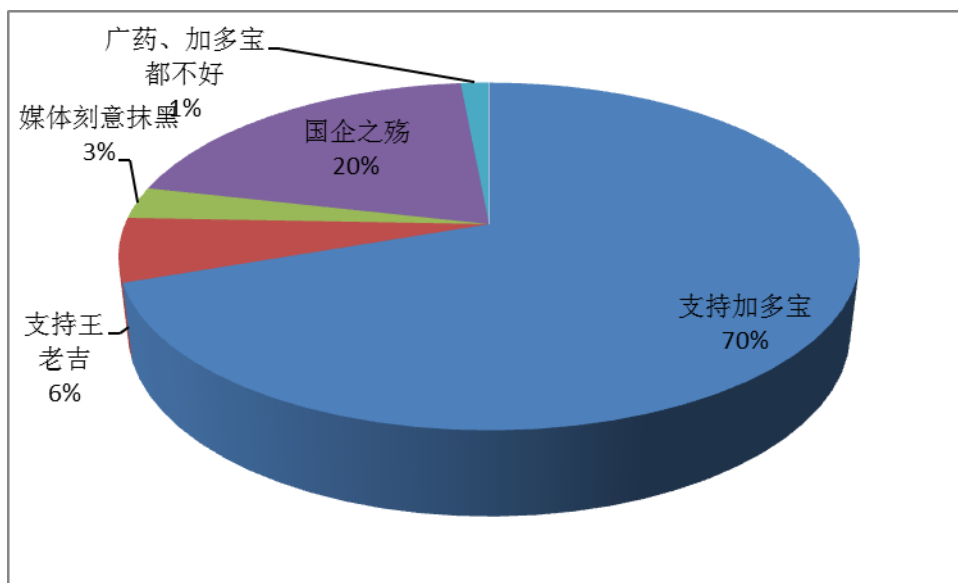


图 3 王老吉营收不及加多宝 1/5 事件网友观点分布

支持加多宝（70%）

网易山东网友：要喝就喝加多宝，广药无耻。

搜狐新闻客户端河南网友：支持加多宝，苍天有眼，不要脸的事情少做！

@空仓求暴跌：说明两点，国企一如既往的烂，民众开始有点辨别是非的能力，支持加多宝！

国企之殇（20%）

搜狐网友“呵呵走路笑疯了”：由此事可见普通民众对特权阶层的不满，谁对谁错并不重要，看你是什么身份才是重要的，广药的身份决定了这次战争的输赢，它的身份被消费者所鄙视，所以它输了，以后的差距会更大。

@茶仙东哥：光靠一个躯壳而没有企业灵魂支撑，即使拱手相让的名牌也会毁于一旦！

@戴小欧：国企思维还停留在公私合营阶段，认为拿来了就可以赚大钱！

支持王老吉（6%）

@高调砍柴：我就买王老吉，讨厌加多宝！

@刘宏扬：不要低估广药大健康战略！未来必定是赢家！

媒体故意抹黑（3%）

@老有新事：脑残记者，脑残评论！

@国王总是幸运的：这是一篇别有用心的非客观误导文章！1、加多宝去年这200亿元销售额有多少属王老吉？有多少属加多宝？又有多少属双面罐？作者是在刻意回避真相；2、拿广药王老吉半年的生产销售额与全年生产的加多宝销售额相比如果不是对统计学的无知就是绝对的别有用心；3、用混水摸鱼办法误导消费者是一种愚蠢行为。

广药、加多宝都不好（1%）

搜狐新闻客户端河南网友：现在的大企业，如果不是为了自己赚钱，它何必曝光人家的不好，更何况哪个企业没有污点呀！所以都不是好东西，让他们争去，味道一样配料一样，谁的物美价廉谁得民心！

搜狐网友“流光易断 52100765”：网上都是一面骂广药的声音，如果不是加多宝的托，有没有想过加多宝的商业行贿行为，就凭这一点，加多宝集团也不是什么好东西！