

茅台啤酒遭督办 贵州茅台排污问题再现

作者：于媛媛 2013 年 10 月 8 日

一、舆情概述

9 月 25 日，环保部网站发布消息，包括贵州茅台酒厂集团啤酒有限责任公司等 11 家企业因在污水处理、脱硫脱硝设施建设和运行方面存在突出问题，环保部决定对其挂牌督办，责令限期整改。贵州省环境保护厅督促当地政府、有关部门和企业于 2013 年底前完成茅台酒厂集团啤酒有限责任公司污水处理设施治理工艺改造，完善在线监控设施，加强监督管理，确保稳定达标排放。

据贵州茅台集团网站显示，贵州茅台酒厂（集团）啤酒有限责任公司，隶属贵州茅台酒厂有限责任公司控股企业，位于遵义市汇川区。

10 月 7 日，《每日经济新闻》记者就此事多次拨打茅台啤酒公司的公开电话，一直无人接听。茅台集团的相关人士表示，对于涉污等情况，“我还在休假，不太清楚”。

10 月 8 日，《每日经济新闻》撰文称，之前相关部门在赤水河流域被污染的排查和监督中，茅台 301 厂涉嫌水污染违规及茅台集团旗下的习酒公司违规排污等问题已被查实。时隔仅半年，茅台啤酒公司又因排污问题突出而被环保部“点名”。

二、舆情传播分析

（一）舆情传播范围分析

截至 10 月 8 日 15 点，“茅台啤酒因排污问题遭环保部挂牌督办”事件相关报道量统计如下：传统媒体 2 篇（《法制日报》和《每日经济新闻》），网络媒体 199 篇，微博 22 篇，股吧和论坛共 8 篇。

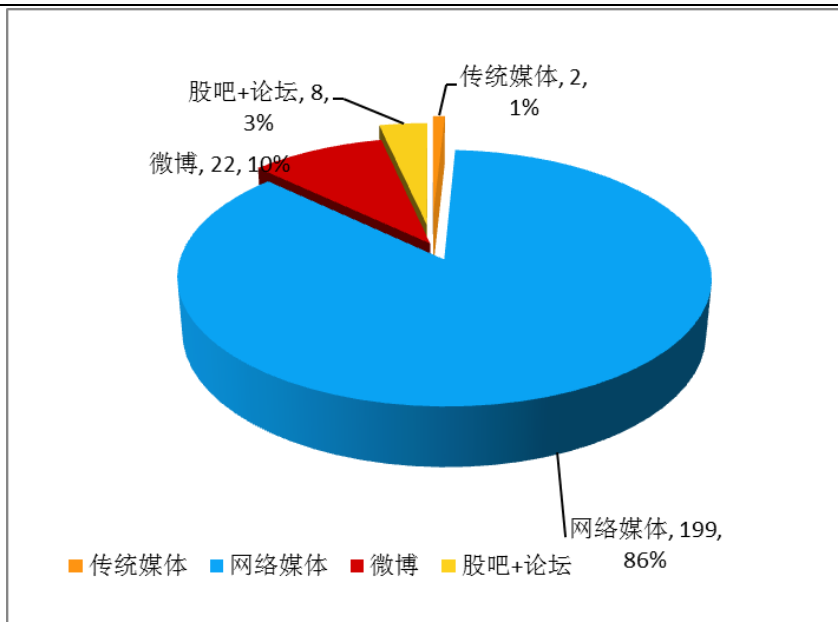


图1 舆情传播类型分析 (9月25日0点——10月8日15点)

(二) 媒体报道热点及指标分析

1. 媒体报道及微博传播

(1) 媒体报道

9月29日,《中国新闻网》曾报道环保部挂牌督办茅台啤酒等11家污染企业。文中提及包括安徽海螺水泥、贵州茅台啤酒等11家污染企业,截至10月8日,新闻热度达到41.25,报道并未被过多关注。

10月8日,《每日经济新闻》以“茅台啤酒排污问题突出 遭环保部挂牌督办”为题再次重提此事,目标直指茅台啤酒,并欲对茅台集团相关人士进行采访。截至当天15点,相关新闻热度就已达92.26,多家网站进行转载,远超过节前相关报道,负面舆情发酵。

(2) 微博传播

截至10月8日15点,“茅台啤酒因排污问题被环保部督办”在微博上的传播主要以转发媒体报道为主,评论较少。

新浪微博 @刘帅 168 (湖南省人大环境与资源保护委员会办公室副主任 粉丝28万),转发《每日经济新闻》对此事报道,无评论。(10月8日 8:37)

新浪微博 @王先知 V (华夏时报资深记者 粉丝 2.6 万) 表示“贵州茅台也上榜了……”

新浪微博 @安徽胡鑫 (香港文汇报驻安徽办事处主任、文汇报安徽频道总编辑) 转发《香港文汇报》对环保部挂牌督办排污企业的报道。(10 月 4 日 22: 08)

腾讯微博 @新华财经 (新华财经官方微博) 转发《每日经济新闻》文章，微博称，如今这个没听说过的品牌，却因排污问题突出而遭环保部挂牌督办，请原谅小编笑点低……

2. 指标分析

贵州茅台自中报披露以来，股价尽显颓势。9 月，曾连续多个交易日下跌，9 月 30 日 135.94 元的收盘价已较年初的 200.35 元，跌去 32.15%。贵州茅台股价遭遇连续下挫的同时，又时值高端白酒销售进入寒冬，多家厂商推出降价举措。围绕上述新闻，贵州茅台在国庆十一长假前就引发了多方关注，舆情指标也居高不下。长假后，因受茅台啤酒污染事件牵连，舆情指标再次被推至新高。

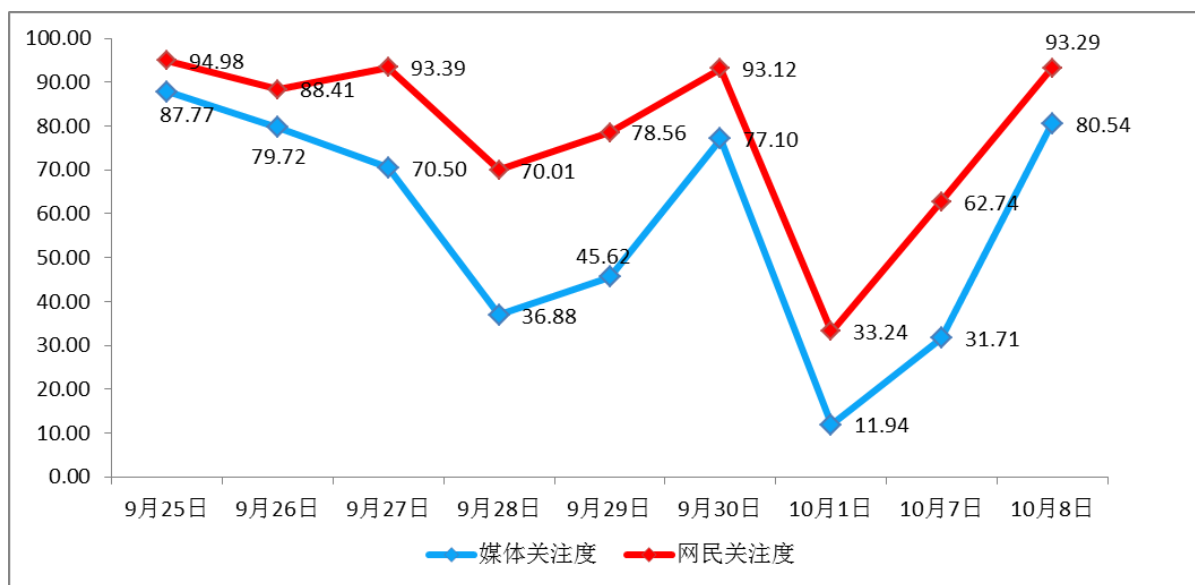


图 2 贵州茅台关注度变化曲线 (9 月 25 日 0 点 ——10 月 8 日 15 点)

(数据来源: 新财富舆情中心)

注释:

媒体关注度: 反映上市公司受媒体关注的程度。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。媒体关注度仅研究“量”的变化，不考虑情感倾向。得分越高，说明网络中该主体受媒体关注的程度越高。

网民关注度：反映上市公司受网民关注的程度。通过计算网民对主体的讨论热烈程度等综合得出。网民关注度仅研究“量”的变化，不考虑情感倾向。得分越高，说明网络中该主体受网民关注的程度越高。

三、 各方观点

（一） 茅台回应

记者多次拨打茅台啤酒公司的公开电话，但一直无人接听。随后，记者联系上茅台集团相关人士，他表示，对于涉污等情况，“我还在休假，不太清楚”。（10月8日《每日经济新闻》）

（二） 分析师观点

对于茅台啤酒发展的不温不火，方正证券酒类分析师张保平表示，背后原因在于，茅台集团的优势是白酒，其啤酒业务在品牌和规模两方面都不具备优势，因此后来发展难及预期。虽然茅台啤酒品牌仍然存在，对其未来发展，张保平认为，利用既有的渠道资源，茅台啤酒的发展范围或更多被定格在当地和周边市场这一稍小范围之内。（10月8日《每日经济新闻》）

（三） 网友观点

对于茅台啤酒因排污问题而被环保部督办一事，市场反响平淡。大多网友并未听过茅台啤酒，对其曝出问题表示意外；也有网友认为对其处罚过轻，不足起到警示作用；还有网友认为这是对贵州茅台的“墙倒众人推”，也许还有“后文”。

没听过茅台啤酒

@说走就走 2000：茅台啤酒啥味道？

@混魂灯：高端洋气上档次啊！茅台厂居然还产啤酒……

地方财政收入来源

新浪广东手机用户：挂牌有屁用，直接封厂停产一个月，看谁敢违规排污！

新浪安徽巢湖网友善读医愚：地方财政收入可靠它啊！

后面有陷阱

新浪微博@-琉璃-：茅台的问题应该存在了不是一天两天了吧？难道这个就是所谓的墙倒众人推？

@WareWu：总觉得后面有陷阱等着！

四、 新财富舆情分析师观点

茅台啤酒污染一事在长假前就已被媒体报道，并未引发过多关注，新闻热度较低，舆情传播并不明显。长假过后，污染一事再被报道，且新闻热度明显高于之前，舆情传播已经形成。对于此轮传播，新财富舆情分析师认为有如下特点：

一. 平面媒体成为舆情传播源头

25 日环保部网站曝光了包括茅台啤酒等在内的 11 家企业因污染问题而被督办。此事 29 日被《中国新闻网》报道，当时有少量媒体转载，也并未引发外界关注。10 月 8 日，《每日经济新闻》以此事为题再次撰文，并将目标直指茅台啤酒，多家网络媒体纷纷转载，推高舆情传播。

二. 事涉贵州茅台 事件热度被迅速推高

茅台啤酒本名不见经传，市场也主要集中在当地周边地区。但因其与贵州茅台的隶属关系，此事被迅速传开。同时，茅台 301 厂及旗下习酒公司涉嫌污染违规等问题又被媒体旧事重提。贵州茅台再次受到外界关注。同时，有分析师认为茅台啤酒发展“不温不火”，茅台集团的啤酒业务并不具备优势，不排除有媒体对公司发展战略的后续深挖。此事目前虽未见更大范围内传播的趋势，但贵州茅台应密切关注舆情发展动态，及时做好应对，避免之前的负面舆情再次发酵，引发新一轮传播。

更多輿情，请关注新财富輿情中心微博 <http://weibo.com/xcfyqjk>

<http://weibo.com/xcfyqjk>

