

构建有中国特色的证券投资者关系

——从公共关系管理看证券投资者保护

姚明利

本文试图将公共关系管理的理念、原理、方法引入于证券投资保护中，倡导构建有中国特色的证券投资者关系，希冀能对证券投资者保护有一个全新的认识。本文所指的证券投资者关系有两个方面：一是中国证监会与证券投资者的关系；二是上市公司与证券投资者的关系。

一、证券投资者保护是一种公共关系管理

笔者认为证券投资者保护就是一种公共关系管理，其可定义为：证监会在向投资者传播沟通证券信息资源时，对传播沟通目标、传播资源、传播对象、传播过程等要素的管理。通过上述传播管理，一方面可以实现积极的、完整的投资者教育，让投资者在投资之前接触证监会的信息，防止证券欺诈；另一方面可以实现证监会和投资者互相了解，以调整证监会的政策和行为，取得投资者的信任与合作。因此从公共关系管理的角度看，投资者保护就是证监会与投资者之间的信息交流互动，证监会通过信息交流互动的有力管理不但可以进行投资保护，还可以是了解市场的窗口，同时也可以树立自己在公众之中的良好形象。

证监会投资者保护的基本理念与现代公共管理管理的理念是一致的，即以投资者为导向，以投资者的利益和需要为出发点，以投资者的需要和利益实现为归宿点，高度重视投资者的利益，将投资者的意愿作为决策和行动的依据，使证监会的行为与投资者的要求，社会的利益一致。

通过上述公共关系管理的运行将证监会塑造成廉洁、务实、负责任的政府形象，从而创造一个公开、公平、公正的市场环境。

二、公共关系管理理念下，投资者保护工作的开展

投资者保护工作的核心就是证监会与投资者之间证券信息的传播和沟通，其过程可以视为一个完整的项目，该项目包括投资者保护调查研究、投资者保护计划、投资者保护实施、投资者保护评估。

（一）投资者保护调查

投资者保护调查是一项基础性工作，调查的目的是知悉证监会与证券市场参与者的关系状态。调查的对象是参加市场的各个主体，如证监会的各部门、投资者、公司、中介机构、学者。调查的方法应该采用统计学的“大数定律”与“随机抽样”相结合，以体现调查的全面性和代表性，具体的做法有投资者测验、开座谈会、个别访谈、文献资料分析等。调查应该由定性进入定量，使认识由笼统和模糊走向精确、清晰。笔者认为证监会与市场参加者的关系状态由以下方面体现：

- 1、投资者对证券知识的掌握程度与证监会传播证券信息的相关性
 - 2、投资者识别证券欺诈能力与证监会传播证券信息的相关性
 - 3、投资者对证监会政策的认同度与证监会传播证券信息的相关性
- 上述三项关系的相关性是投资者保护调查的目的。

（二）投资者保护计划

中国证券市场投资者的现状是个人投资者占 70%，机构投资者占 30%，因此，证监会保护的重心是不具有资金和信息优势的个人投资者；另外，证券市场的飞速发展，日新月异的金融产品，个人投资者往往无所适从。因此，证监会应当制定持续为投资者传播证券信息的计划。具体有以下几个方面：

- 1、普及证券投资基础知识计划。
- 2、宣传证券市场中各种证券欺诈的手法、特点。
- 3、利用证监会的监管经验帮助公司、中介机构完善内部控制制度及控制经营风险。
- 4、解释证监会的各种战略决策，提高投资者的认同度。

上述计划的核心是证券信息的传播、沟通，因此充分利用各种传播、沟通的方式是投资保护工作重要的一环，常用的有以下几种：

- 1、证监会与投资者面对面的沟通，即定期、定点地传播证券信息。
- 2、印制广而告之的宣传册，免费分发给投资者。
- 3、利用免费热线、电子邮件的方式与投资者沟通。
- 4、利用电视、报纸、网络等传媒传播证券信息或者警告市场中可能存在的陷阱。

（三）投资者保护的实施

投资者保护的实施是公共关系管理的关键环节,是证监会与投资者双向交流的过程,但证监会应当对实施的过程进行有效控制。即对传播信息内容的控制、传播人员的控制、对传播速度的控制、投资者反馈信息的收集管理等。

传播信息内容的控制是指证监会要评估传播的信息对市场的影响程度,保证传播的信息不偏不倚。传播人员的控制是指对传播的人员要求,传播人员要经过进行严格培训,要有较强的政治觉悟,有丰富的专业知识、有较好的沟通能力,证监会还应当对传播人员进行检查和监督。传播速度的控制和传播的阶段性目标相结合,常态、一般性的证券信息可以反复长期进行,但对于市场新出现的、可能导致投资者被欺诈的信息,要求要快速传播。投资者信息反馈管理是指收集并处理投资者反馈的各种市场信息,为证监会的提供决策的依据,为证监会迅速打击市场的欺诈行为争取时间。

三、上市公司与证券投资者的关系

上市公司与证券投资者关系的产生是基于现代企业所有权、经营权、控制权的相分离。投资者可能从来没有看到过自己投资的公司,也没有接触过自己投资的产品或服务,赖以支持自己投票的只是极其有限的上市公司信息。因此,上市公司积极主动地与成千上万的投资者建立起良好的互动关系不但可以降低融资成本,提高融资效率,让投资者直接了解企业的基本面还可以更加有效地保护投资利益。上市公司与投资者良好关系的构建应注意以下几个方面。

(一) 企业形象定位。

第一层面:明晰管理团队特别是经理人、法人代表的形象。法人代表个人有什么样的优势和短处;其公众形象如何;同行业中有什么样的地位;以往的业绩如何;家庭情况,受教育情况等。管理层团队是否团结、是否稳定,专业搭配是否合理,精神面貌、专业水准如何,团队整合程度如何等。

第二层面:充分挖掘并准确表述企业核心竞争力。

第三层面:对竞争能力进行定位。包括核心技术,技术、人才储备,管理水平的认证,技术壁垒高低、准入难度等等。

第四层面:理性分析财务状况和经营状况。

(二) 分析投资者

1、投资者结构。资本市场有多少机构投资者,多少基金;每个机构投资者所

关注和选择的行业、企业类型;个人投资者与机构投资者的比例;各自的行为模式。

2、老股东与潜在的投资者。老股东对企业的业绩是否满意,关心企业哪方面问题;哪些投资者是公司潜在的股东,他们购买公司股票的理由集中在哪些方面。

3、投资者普遍关注的问题。如行业发展趋势,增发募资的投向是否属于核心业务,是否拥有长远规划,企业的透明度如何,董事会是否不断增加或减持公司股票,,集资频繁程度等等。

(三)整合传播。企业必须设立专门机构和发言人,利用高度整合的媒体计划,将信息均匀地同时传达到投资者。

三、沟通和技巧

(一)沟通渠道和技巧

1、设立总发言人和投资者关系工作小组。

2、把握好每个与投资者沟通的机会。将披露年报、重大事项等视为与投资者进行沟通的难得机会,借此安排讲座、新闻报道、专题采访等活动。

3、有计划地安排系列活动。如邀请个人股东或基金、机构投资者、证券媒体访问公司,组织公司各业务单位与投资者举行“一对一”会谈等。

4、围绕公司发展战略展开宣传。5、对内部人员进行培训。员工不仅要了解证券基本知识、相关法规,还要熟悉公司财务情况、发展战略,以及应对投资者询问的技巧等。

6、充分重视“一对一”推介和大型推介活动。基金或机构投资者参加的“一对一”推介和其它大型推介活动是企业股票的直接促销活动。企业应制作相应推介工具和文件,将每一推介对象都当作潜在的投资者来对待。

7、正确选择并发挥“外脑”的作用。在出现重大事件时,可选择经验丰富的财经公关顾问公司提供帮助。也可聘请“外脑”提供常年服务,协助做好投资者关系工作。

8、建立危机管理制度。危机管理制度能够帮助公司冷静面对危机事态的发展,化不利影响为有利因素,使公司平安度过危机。

(二)投资者关系管理中应注意的问题

1、永远不要夸大其辞,事实才是建立长期良好的投资者关系的基础;

- 2、大小股东一视同仁,不能因为是小股东而不尊重;
- 3、不要以为与投资者对话是负担,对披露资料感到麻烦;
- 4、不能只报喜不报忧,避免造成不平衡和缺乏透明度的单向关系

笔者认为对投资最大的保护是投资者自我保护,监管部门应当持续地将保护投资者的信息传播给投资者,在传播中与投资者建立良好的关系,共同推动资本市场健康、快速发展。

参考文献:

- 1、《公共关系学教程》杨加陆编著,复旦大学出版社
- 2、《如何建立良好的投资者关系》惠宣 中国证券报 2000年06月28日