深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

上市公司投资者关系管理和危机公关

深圳证券信息有限公司

20010年9月

深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

第一部分　投资者关系管理

第二部分　路演和互动平台

第三部分　危机公关

引言：上市企业与投资者的关系？

企业= 舟　投资者= 水

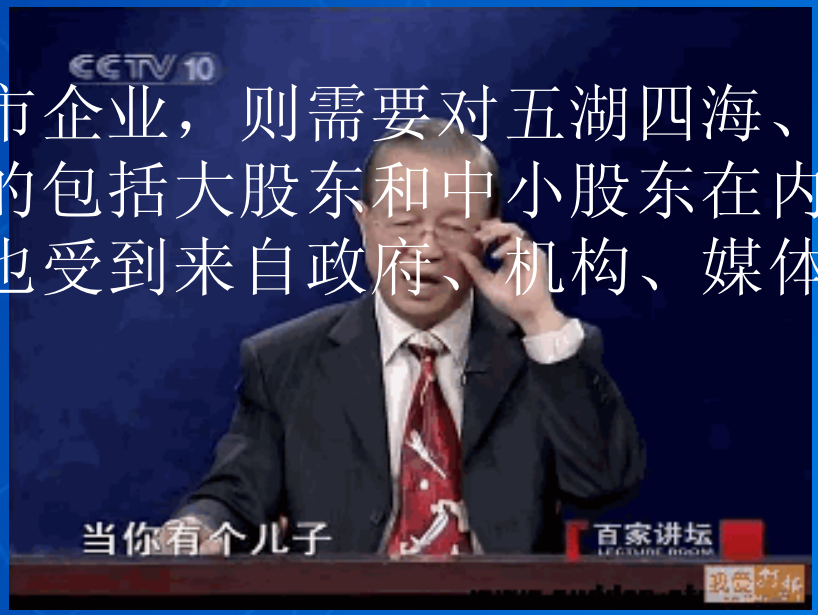
水可载舟，亦可覆舟。

治水，宜疏，不宜堵。

引言：上市企业与投资者的关系？

上市企业不同于未上市的国企和民企。国企为主管政府、国资委等上级部门负责；民营企业为企业家的家族和生意圈子负责。

而上市企业，则需要对五湖四海、大江南北、千千万万的包括大股东和中小股东在内的投资者负责，同时也受到来自政府、机构、媒体和公众的关注和监督。



▲案例：微软在纳斯达克上市的神话

很难说得清是纳斯达克成就了微软，还是微软将纳斯达克推向了神坛。1971年，美国设立了全球首家创业板市场纳斯达克（NASDAQ）。1986年，微软公司正式在美国纳斯达克上市，这家由比尔·盖茨1977年创办的互联网软件公司，创造了资本市场快速成长神话。

微软公司在美国纳斯达克上市时，其净资产仅200万美元，将现在股价按派息和拆股调整收盘价计算，微软在1986年3月13日上市当天的股价仅为0.08美元。

而到了2008年4月16日，按照收盘价28.95美元计算，微软的总市值已经达到2708.39亿美元，是全球市值最大的上市公司之一。超过世界上180个国家中后一半——近90个国家的GDP总和。2004财年，微软一次发放了400亿美元股息（其中现金320亿美元，股票回购80亿美元）；这是人类历史上自有资本市场以来，最大的单笔股息；相当于微软首期融资额0.65亿美元的615倍。

▲案例：超越茅台的苏宁



苏宁电器于2004年7月7日发行2500万股，发行价16.33元，市盈率11.26倍，融资额3.95亿元，上市首日收盘价32.7元，较发行价上涨一倍。2004年7月21日，苏宁电器的股票正式挂牌上市。

如果投资者在苏宁上市当日以开盘价29.88元价格买进苏宁股票，捂至2007年1月30日收盘，每股复权价已高达649.90元，两年半时间收益超过20倍。投资回报率之高，纵使是贵州茅台也难以匹敌。在2007年的大牛市中股价再次翻倍，最高时每股股票复权价高达1341元。就算经历了2008年中国资本市场最惨烈的熊市洗礼，凭借公司优秀的基本面，业绩持续的高增长，在许多股票价格跌幅高达9层，大盘跌去3分之2的情况下，截至09年4月30日，其股价收盘复权价依然站稳800元以上。

▲案例：投资者状告上市公司获赔率达九成

从《公司法》、《证券法》修订以来，投资者因证券欺诈提起的民事侵权赔偿诉讼明显增多。据著名维权律师、上海新望闻达律师事务合伙人宋一欣做出的不完全统计，截至2009年6月，大约有10000名投资者做了虚假陈述民事赔偿案件的原告，涉及的起诉标的约在8—9亿元，其中，涉及42家因虚假陈述被处罚或被制裁的上市公司被诉，而毕马威会计师事务所、德勤会计师事务所等几家国际著名审计机构，也被列入被告中。而且，在已经审结的标志性案件中，约90%的人通过和解或判决获得了赔偿的现金或股票。

深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

第一部分：沟通创造价值

——投资者关系管理概述

一、投资者关系管理的概念

- 投资者关系管理（**Investor Relations Managementa**，英文缩写为**IRM**，有时也简称为投资者关系，**Investor Relations**，英文缩写为**IR**）诞生于美国**20**世纪**50**年代后期，这一名称包含相当广泛的意义，它既包括上市公司与股东、债权人和潜在投资者之间的关系管理，也包括在与投资者沟通过程中，上市公司与资本市场各类中介机构之间的关系管理。

一、投资者关系管理的概念

- 投资者关系管理是指运用特定操作方式，与财经界和其他各界进行信息沟通，以实现相关利益者价值最大化的一项战略性管理工作。它涉及金融、财经、大众传播、市场营销和公共关系等专业，旨在通过信息披露与交流，促进上市公司与投资者之间的良性关系，倡导理性投资，并在投资公众中建立公司的诚信度，实现公司价值最大化和股东利益最大化。

投资者关系管理的两个重要思想

- 第一，投资者关系是信息从公司传递到投资者或潜在投资者的活动，所以这个活动必须依据投资者的需求来考虑各种手段、方法的使用。

- 第二，投资者关系不是一个单向的信息传递过程，公司向投资者传递信息，同时在沟通的过程中也向投资者收集信息。

国外投资者关系管理案例

- **Adolph Coors公司的价值发现之旅**

在公关公司的建议下，分立新公司后，通过组织投资者会议、向多种投资者进行各种方式的推介、提供公关培训、组织分析师讨论、路演等多种方式，最终股价大涨，媒体关注并积极正面报道，分析师积极撰写报告推荐，确立了企业形象。

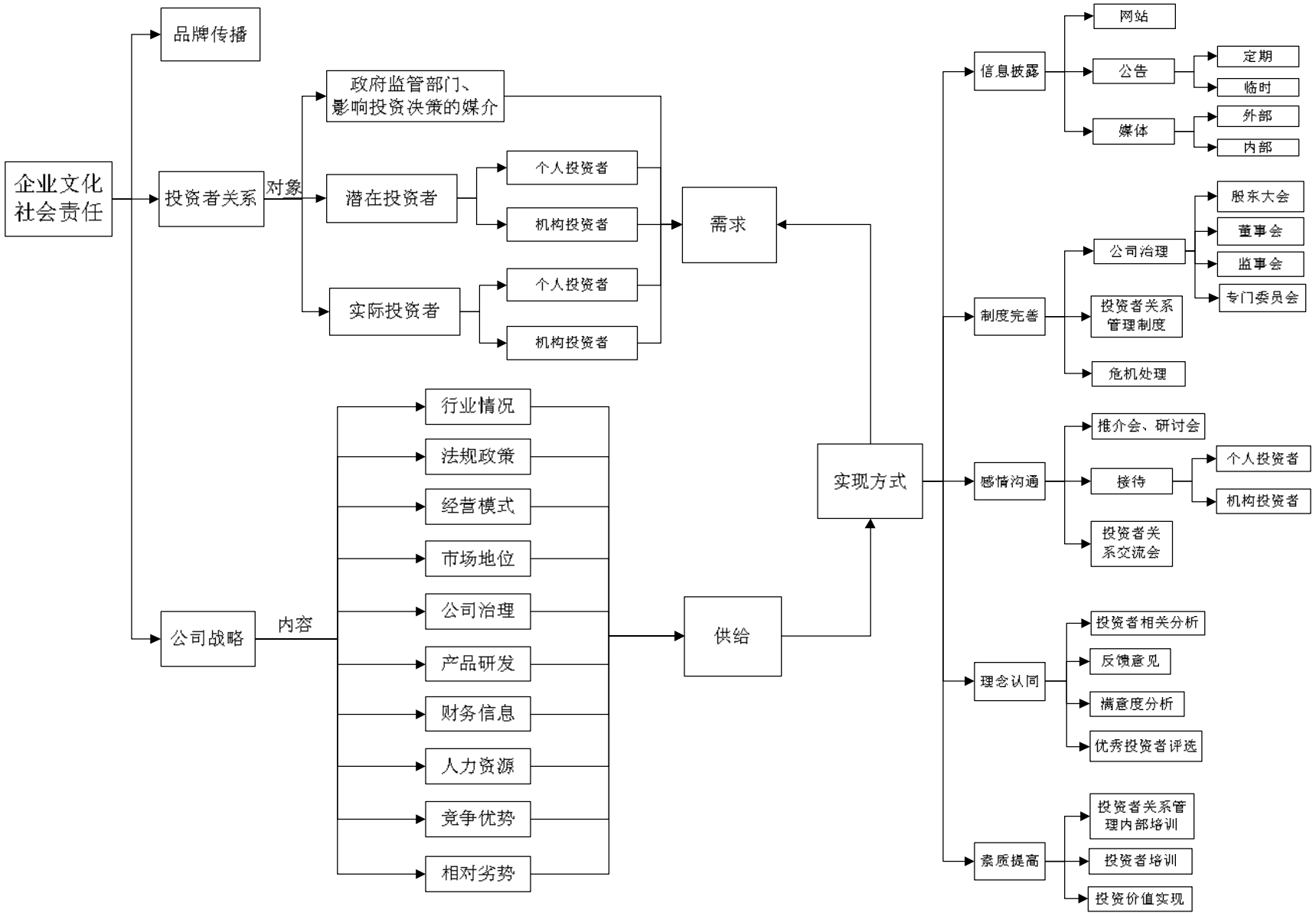
- **American Coin公司通过投资者公关成功实现资本运作**

通过锁定与该行业相关的分析师、经纪人和投资银行，以及国家级财经媒体，展开了一系列以重树企业形象，吸引广大投资人关注为核心的公关活动，企业取得了喜人成果：股价上涨**253**%；市值从**2550**万美元增长到**11460**万美元，增幅达**349**%；做市商从**1996**年末的**3**个增加到**1997**年末的**11**个；跟踪该公司的分析师从一人增加到四人；机构投资者从**5**个增加到**10**个，持股量从**120**万股增加到**163**万股；得到公众的广泛关注，多家国家级财经刊物给予报道；在**1997**年秋天成功增发**3570**万股。

投资者都在关注着哪些信息

- 公司新股发行、再融资、资本运作、并购重组、股权变更、高层变动、财务状况、经营管理、诉讼纠纷、投资和市场决策、高管减持增持、大小非解禁、股价波动、分红送股、……等等一系列重大事项，已经或者将会影响投资者权益和市场价格的信息，都是投资者关注的重点。这些也大都是投资者关系管理中需要重点处理和解决的内容。

投资者关系管理的框架图



深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

上市公司投资者关系管理的内容和工作

类别	内容	具体工作
信息披露	公告	在及时、准确披露的前提下，引入公告模版，将公司战略渗透于公告中，正确引导投资者
	证券媒体	每月向证券媒体至少发两篇宣传稿，重要活动宣传稿，并与媒体建立稳定合作，长期向证券媒体发送公司简讯
	网站	设立投资者关系管理子网，不仅公告、简报、产销快讯、问题解答、新闻稿和公司相关情况等要上网，还要召开网络视频会议等
制度完善	公司治理	积极借鉴国际经验，例如设立社会责任委员会以及独立监事制度，提高法人治理水平
	投资者关系	细化投资者关系管理办法，制定投资者关系操作手册
	危机处理	危机处理相关制度、流程
感情沟通	个人投资者接待	主动长期投资者发送政策、行业及公司情况分析资料
	机构投资者接待	定期组织机构投资者到福田公司现场调研、主动向行业研究员发送政策、行业及公司情况分析资料
	推介会、行业研讨会	每年开始每年上、下半年各一次推介会；每年一次汽车行业研讨会
	投资者关系交流大会	每年一次，旨在加强与监管部门、其他上市上市公司和投资者一起研讨如何进一步提高投资者关系管理水平
理念认同	投资者相关分析	开展年报受众分析、对投资者等的动态分析，每季度形成一份投资者分析报告
	投资者意见反馈	定期将投资者的合理化建议以报告的形式向经营层汇报
	满意度分析	每年第一季度调查分析投资者对上一年投资者关系工作的满意度
	优秀投资者评选	每年第一季度在上一年度热情关心福田的投资者中进行评优活动
素质提高	投资者关系管理培训	在对董监事培训中加入投资者关系管理的内容
	投资者培训课程	定期组织监管部门或投资专家为投资者讲课
	投资价值实现	实现公司价值稳步提升，投资者长期投资获益，并使公司获得投资者的全面支持

二、投资者关系管理内容及特点

- 1、充分的信息披露是投资者关系管理的前提和基础。
- 2、沟通是投资者关系管理的主要手段。
- 3、提高投资者对公司的认同度，进而提高公司价值是投资者关系管理的目标。

三、投资者关系管理的工作职责

- 第一，整合公司内部信息流程，通过建立适当的制度规范，跟踪研究公司的发展战略、经营状况、行业动态以及监管部门的法规，及时、准确、完整、合规地披露与投资者投资决策相关的信息。
- 第二，定期或针对重大事件组织分析师会、网络会议、路演等活动，与投资者进行沟通。

三、投资者关系管理的工作职责

- 第三，在公司网站中设立IRM专栏，在网上披露公司信息，方便投资者查寻和咨询。
- 第四，与机构投资者、证券分析师及中小投资者保持经常联系，提高市场对公司的关注度。
- 第五，加强与财经媒体的合作关系，引导媒体的报道，安排高级管理人员和其他重要人员的采访、报道。

三、投资者关系管理的工作职责

- 第六，与监管部门、行业协会、交易所等保持接触，形成良好的沟通关系。
- 第七，与其他上市公司的IRM部门、专业的IRM咨询公司、财经公关公司等保持良好的合作、交流关系。

四、投资者关系管理的意义

- 1、能够加强公司与投资者的有效沟通，增强公司与投资者之间的相互信任与支持。
- 2、有助于提升上市公司的投资价值。
- 3、投资者关系管理是上市公司治理的重要内容。

深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

第二部分：欲穷千里目，更上一层楼

投资者关系管理的具体实践：
路演和互动平台

一、管理层不断深化推动上市公司IRM工作的深化



随着国内证券市场日益规范，上市公司只有加强信息披露，重视与投资者的沟通，才能获得投资者的了解和认同。



我国证券市场的各级管理机构也在不断推动上市公司投资者关系管理工作的前进。

n 信息披露的概念：

信息披露主要是指上市公司以招股说明书、上市公告书以及定期报告和临时报告等形式，把公司及与公司相关的信息，向投资者和社会公众公开披露的行为。

上市公司应当披露的信息包括：

- 首次披露——招股说明书
- 上市公告书
- 定期报告：包括年度报告、中期报告、季度报告
- 临时报告

实际上围绕着这些具体形式而衍生的信息披露相关工作，早已突破了书面文本的格式而走向多渠道、多形式、多媒体化，以信息披露为核心的投资者关系管理工作实践，正是在这样的条件下展开。

信息披露需求者构成：

- 公司管理者及其职员
- 个人及机构投资者(当前、潜在、历史）
- 债权人（当前、潜在、历史）
- 媒体机构及从业记者
- 分析师机构及从业人员（买方分析师、卖方分析师）
- 财经咨询、中介机构
- 政府部门（监管机构、财政、工商、税务等）
- 客户
- 供应商
- 合作伙伴
- 社会公众

- 信息披露和投资者关系管理相关规定：

《深圳证券交易所上市公司投资者关系管理指引》

发布机构：深圳证券交易所

发布时间：2003 年10 月

第四章 投资者关系活动

第一节 股东大会

第二十一条 上市公司应努力为中小股东参加股东大会创造条件，在召开时间和地点等方面充分考虑便于股东参加。**在条件许可的情况下，可利用互联网络对股东大会进行直播。**

第二十三条 股东大会过程中如对到会的股东进行自愿性信息披露，公司应尽快在公司网站或以及其他可行的方式公布。

n 信息披露和投资者关系管理相关规定：

《深圳证券交易所上市公司投资者关系管理指引》摘要

发布机构：深圳证券交易所

发布时间：2003 年10 月

第二节 网站

第二十四条 **上市公司可以通过建立公司网站并开设投资者关系专栏的方式开展投资者关系活动。**

第三节 分析师会议、业绩说明会和路演

第三十二条 **分析师会议、业绩说明会和路演活动应采取尽量公开的方式进行，在有条件的情况下，可采取网上直播的方式。**

- 信息披露和投资者关系管理相关规定：

《深圳证券交易所上市公司投资者关系管理指引》摘要

发布机构：深圳证券交易所
发布时间：2003 年10 月

第十六条 上市公司可以采取以下措施加强投资者关系管理：

（三）在公司网站设立投资者关系管理专栏，并开设论坛；

（四）设立投资者关系管理专用信箱；

（五）进行各种形式的公开路演、分析师会议、投资者说明会等。

- 信息披露和投资者关系管理相关规定：

《关于加强社会公众股股东权益保护的若干规定》摘要

发布机构：中国证券监督委员

发布时间：2004年12月7日

三、加强投资者关系管理，提高上市公司信息披露质量

(四)上市公司应通过多种形式主动加强与投资者特别是社会公众投资者的沟通和交流，设立专门的投资者咨询电话，在公司网站开设投资者关系专栏，定期举行与公众投资者见面活动，及时答复公众投资者关心的问题。

二、法定信息披露是IRM工作的基石



投资者关系管理更加强调公司在信息披露中的主动性；投资者关系管理所披露的信息不仅包括经营和财务信息，还包括企业战略、企业文化等各方面的真实信息；同时，投资者关系管理披露的方式更为灵活，除法规规定必须在指定渠道披露的信息外，公司会利用报纸、网站、电视、会议等多种形式披露信息，使投资者获取的信息更加真实、及时、便利。随着信息时代的发展，我们发现，网络在上市公司法定信息披露工作中的作用越来越大。

1、网络推动上市公司适时信息披露发展

根据2001年4月10日 深交所《关于上网披露公司章程等事项的通知》规定，深交所上市公司自2001年5月1日起，除要按照中国证监会的要求在巨潮资讯网披露定期报告外，还要在巨潮资讯网披露所有临时公告，即目前巨潮资讯网信息披露范围已经完全涵盖了深交所上市公司全部法定信息披露内容。

2007年和2008年，深市中小企业板上市公司和主板上市公司分别在巨潮资讯网实施实时信息披露。

深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

2、网络投票让投资者参与上市公司的日常决策



网络投票系统为投资者提供了多种服务功能，更方便股东借助互联网、多媒体等高科技手段多角度、全方位了解会议议案，参与交流，获悉股东大会现场情况，有利于股东合理行使自身的投票表决权。

3、现场表决管理系统使股东大会流程自动化

根据《上市公司股东大会规则》相关条款规定，**上市公司股东大会必须以现场会议形式**召开，该上市公司股权登记日登记在册的所有股东或其代理人，均有权亲自出席股东大会并行使表决权。

会议召集人和律师应当登记出席现场股东大会的股东姓名及其所持有表决权的股份数，会议主持人应当在表决前宣布现场出席会议的股东和代理人数及所持表决权的股份总数。

会议主持人应当在会议现场宣布每一提案的表决情况和结果，并宣布提案是否通过。以上规定在一定程度上给上市公司股东大会召集人带来大量繁杂、细琐的会议管理工作。

加之现实环境中随着市场投资者的价值投资理念不断深入的趋势，越来越多的投资者将会主动参加到现场股东大会来，现场股东大会的规模将会越来越大，这势必将会大大增加会议召集人的会议管理工作。

3、现场表决管理系统使股东大会流程自动化

“上市公司股东大会现场表决管理系统”将传统用手工录入股东表决结果的繁琐流程用扫描表决单来替代，并在第一时间内自动统计出表决结果及明细，操作简单、快捷，统计准确，避免了人工录入及统计的误差。其强大的智能会议管理功能，使会议从前期准备工作到会议公告的发布都只需简单的录入点击即可轻松完成，使股东大会的会议管理更加规范化、人性化、自动化。

三、网上路演推介是投者关系管理工作的良好开端



上市公司的网上路演，是一项法定的投资者关系管理工作，是投资者关系管理工作的重要开端和表现形式，公司的投资价值、公司的品牌形象、公司对投资者的印象都将体现其中。



深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

网上路演——沟通创造价值

基本概念

上市公司在IPO、再融资、重大事项发生时，其高管人员在约定的时间内，就公司业务经营、市场竞争、行业前景、股票发行等信息，通过网上视频、网上文字交流、图片展示等形式，与广大投资者进行沟通交流，以达到充分信息披露、投资者教育、企业推介等目的。

核心价值

通过实时、开放、交互、快速的网上交流，使各类投资者认知企业的经营状况和发展战略，了解企业管理人员的专业素质及领导才能，以准确反映公司内在的投资价值，以保证公司股票价格保持稳定或者较高的溢价。

深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

n 上市企业信息披露方式比较：

媒体	保真度	速度	覆盖面	接受成本	日常习惯	媒体语言	分析	信息量
广播	中	快	大	低	符合	较丰富	不便	中
电视	高	快	大	高	符合	丰富	不便	中
报刊	高	快	大	高	符合	不丰富	不便	中
Internet	高	快	大	低	符合	丰富	方便	大
电话	中	快	大	中	不符合	不丰富	不便	小
传呼	低	中	中	中	不符合	不丰富	不便	小
邮寄	高	慢	大	高	符合	不丰富	不便	小

网上路演的特点

“多”—“快”—“好”—“省”

“多”——参与者多

“快”——时间快

“好”——效果好

“省”——省钱省精力

深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

路演和投资者互动平台，是上市公司进行日常投资者关系管理的最重要的方式。

●发行路演



●公司治理



●推介路演



●摇号抽签



●业绩说明



●视频点播



深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co.,Ltd.

路演和投资者互动平台，是上市公司进行日常投资者关系管理的最重要的方式。



网上路演模式之一 新股发行网上路演

由于监管部门有明文规定，该模式现在是应用最为广泛的，2001年3月，中国证监会发布《关于新股发行公司通过互联网进行公司推介的通知》，正式规定新股发行必须要进行网上路演，至此，网上路演成为IPO的一个法定环节，每家已上市公司都经历了新股发行网上路演的这一过程，也由此开始对网上路演有了一个直接的认识和体验。

网上路演模式之二 再融资推介路演

目前**50%**左右的公司在增发、发可转债、发配股等再融资过程中举办网上推介路演。



案例：万科董秘对网上路演的评价

负责投资者关系的万科董事会秘书肖莉表示，以前公司做业绩推广，请来各方媒体记者，而投资人所看到的仅是登在报纸上的“小豆腐块”。现在通过网上路演，股民可以直接与核心管理层对话，**两个小时中可提交300多条问题**，受众面明显提高了。

她提到，网上路演在经济上也更划算一些。目前做一场网上路演及报刊转载精彩内容回放，花不了多少钱，而在大酒店举办一场业绩推介会亦要几万块钱，但后者最多只能容纳百来人参与。

网上路演模式之三 网上业绩说明会

每次定期报告发布后向投资者举办业绩说明会，是发达资本市场上市公司的普遍做法，现在被国内众多业绩优良、发展规范的蓝筹公司以“网上业绩说明会”的形式加以发扬。

▲**案例**：宝钢股份等公司，每年季报、半年报、年报等定期业绩披露后，都会举办网上业绩说明会，一年四次，雷打不动，已经成为公司投资者关系管理活动的一项制度。

深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co.,Ltd.

网上路演模式之三 网上业绩说明会

这种方式，将上一报告期的业绩经营情况向投资者进行解释说明，业绩好是如何好的，业绩下滑是因为什么原因，从而打消投资者的疑虑，增强投资者的信心。目前这一模式被越来越多的公司所采用。



深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

网上路演模式之四 资产重组等重大事项

资产重组、收购兼并等事项对上市公司来讲意味着基本面的重大变化，将对公司的主营业务、业绩、股价都将产生根本性的影响。在此阶段举办网上路演，将有助于投资者深刻了解公司基本面的深刻变化，以及对公司未来成长的深远影响。

深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

案例：中国平安投资深发展网上交流会



针对市场非常关注的中国平安投资深发展一事，平安董事长马明哲先生专门举行了网上交流会，在会上他表示：本公司已于2009年6月12日披露了本公司拟投资深圳发展银行股份有限公司的相关交易事宜。若交易获得国家有关部门批准，中国平安将于交易完成后成为深圳发展银行的第一大股东。为了方便广大投资者了解具体情况，特别举办了此次网上交流会，回答大家有关这次交易的提问。

通过交流，让市场各方第一时间从当事人方面直接了解此次投资的各方面情况，消除了投资者的疑惑，6月15日中国平安和深发展复牌后，股价连续大涨，创下了上半年新高。

深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

网上路演模式之五 公司治理网上交流会

2007年，监管部门发起了的“公司治理专项活动”，其中的公众评议阶段，很多公司都通过互联网互动方式来征求投资者意见。大部分的公司，包括绝大部分的中小板上市公司，都纷纷举办“公司治理网上交流会”。



四、投资者关系互动平台是网上路演的有效延续

上市公司IRM应该是持续的，只有这样才能更好地和投资者进行交流，更好地树立公司的市场形象和信誉。投资者关系建设贯穿公司运营的全过程，包括公司首次发行股票、日常运营中的文化改善、公司定期或不定期的信息披露、公司的重组和并购等。投资者关系管理在公司股票的首次发行中非常重要，在公司上市后也不能忽略。



深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

投资者关系互动平台：7×24小时的沟通

“投资者关系互动平台”针对网上路演“一事一沟通”的短期性、分散性特点，通过技术手段为上市公司与投资者日常化、持续化的沟通提供了可行性，从而使上市公司更好的、更有效率、更节省的进行投资者关系管理。

该专网还集合上市公司法定披露文件、公司动态、股票行情、财务指标、公司产品、形象宣传等信息，对投资者进行集中展示。

该专网几乎涵盖了上市公司在资本市场的各种要素，可作为上市公司网站的“投资者关系”栏目，为上市公司节省了大量的网站建设和维护成本（或成为公司已有网站的重要补充）。



深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co.,Ltd.

投资者关系互动平台：7×24小时的沟通



深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

地域性互动平台：投资者关系管理的集群化效应

互动平台与地方监管部门紧密合作，推出以同一省份上市公司为主体的“地域性互动平台”，并利用该平台开展地区性的投资者交流活动。

▲ 案例：7月8日，宁夏证监局主办了“宁夏上市公司网上集体投资者接待日”活动，利用“互动平台”组织11家宁夏上市公司与投资者集中性的互动交流，并用文字、图片、视频对活动进行现场报道。活动历时3小时，页面访问量30万人次，页面点击率128万人次，收集投资者问题1365个，得到全国各地投资者和媒体单位的广泛关注。



深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

地域性互动平台：投资者关系管理的集群化效应



▲目前，共建立了包括福建、广东、吉林、宁夏、陕西、山西、河北、新疆、西藏、天津、四川、青岛、甘肃、宁波、贵州、河南、湖南、厦门等省市区互动平台及中关村互动平台，共计19个。

深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

案例：上市公司集体接待日活动

如今，网上路演的内容从单一的IPO说明介绍发展到就公司业务经营、市场竞争、行业前景、股票发行等信息的全面沟通，形式从简单的即时网上交流发展到随时可以通过网上视频、网上文字交流、图片展示、相关信息的专题型聚合等多媒体的互动平台形式，参与的公司数量也从1家、几家公司发展到十几家、几十家、以至整个一个地区的上市公司都来参与：地区上市公司集体宣传日暨投资者关系互动平台专网的设立，更是上述特色集大成之豪华体验。

目前，共计开展了28场集体接待日活动。





深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

第三部分：众口铄金；众人拾柴火焰高

——媒体关系与危机沟通

一、危机产生的根源

- 登陆资本市场，将为公司带来大量的募集资金以及潜在的各种竞争优势，各种力量处于各自目的都可能会给公司“揭短”，带来危机。

(一)公众了解一家公司的渠道和途径

- 产品
- 活动（包括赞助、冠名、协办等）
- 媒体（包括广告宣传、新闻报道、信息互动等）

平时顾客欢迎的、也是非常知名的产品，也有可能在特定情况下蒙受非常负面的评价；

▲案例：可口可乐、微软，由其产品曝光的负面影响；麦当劳等跨国品牌，由其“捐款门”引起的负面评价。

（在公司上市后...）

- 市场（发行上市、股价和投资者关系互动）

上市公司(拟上市公司)受到各方面的关注：

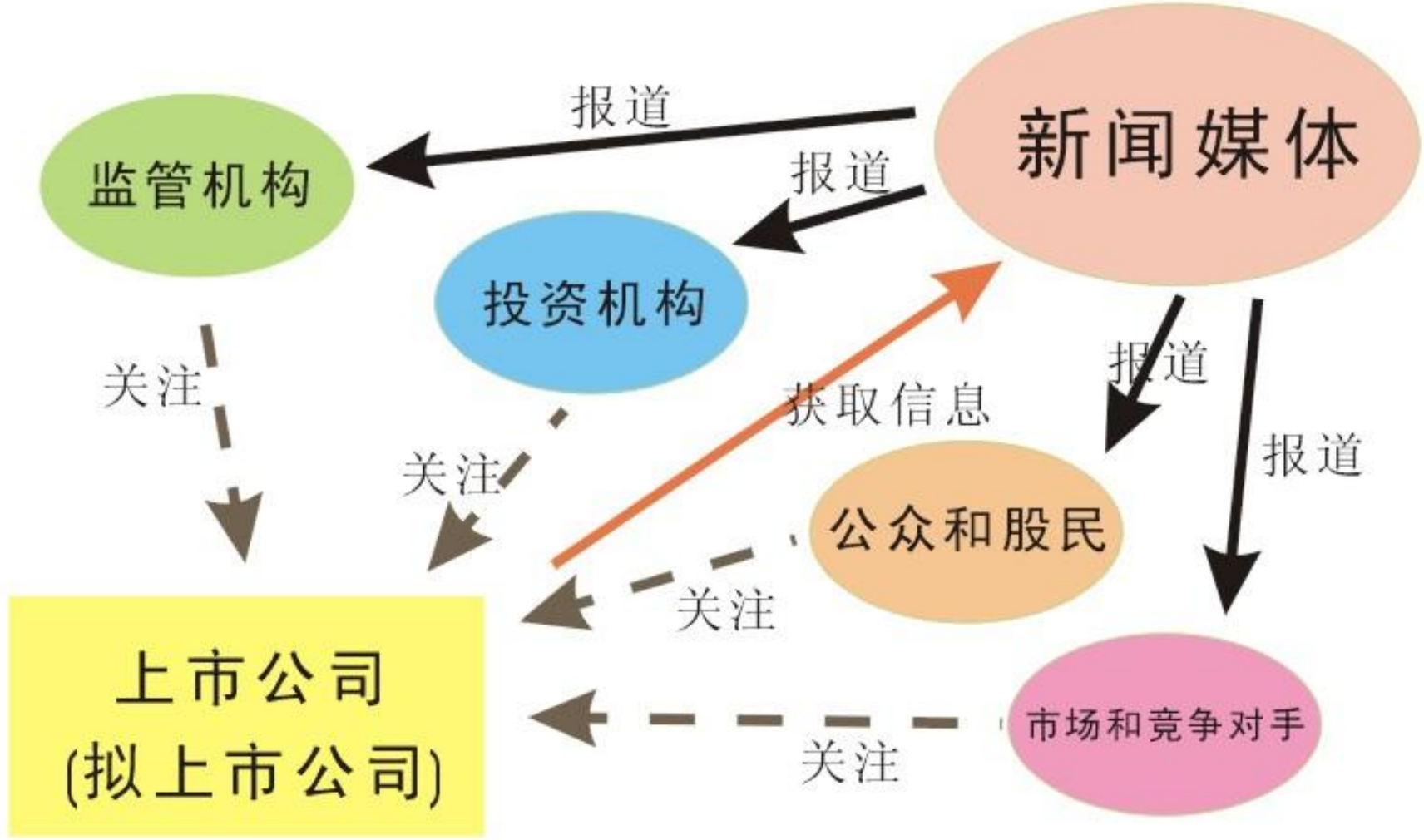
★监管机构重视

★投资机构重视

★公众和股民重视

★新闻媒体重视

★市场和竞争对手也重视


新闻媒体
报道
报道
监管机构
投资机构
关注
关注
获取信息
报道
报道
公众和股民
关注
上市公司
(拟上市公司)
市场和竞争对手
关注

监管机构

监管机构在企业申请发行、发行上市过程中以及上市后，会按照规定采取一系列的监管措施，防止企业出现违背“三公”原则的行为，维护市场的正常稳定运行。对于违反规定的行为，调查核实后将采取谴责、停牌、终止上市等一系列措施。

专业人士或公众

资本市场以“价值投资”为取向，部分投资者会深入研究公司相关披露文件，可能会发现部分问题，并利用网络等渠道，以个人身份发布出去，并利用个人影响力加以扩散。



竞争对手

处于竞争的压力，竞争对手会将业内竞争信息、产品投诉等信息扩大到资本市场领域。

媒体

有部分媒体可能出于新闻报道、扩大发行量或影响力、经营创收等目的，将部分问题曲解或故意扭曲，利用自身的媒体力量将问题扩大化。

(二)媒体舆论的影响不容忽视！

相比前面几类关注对象，媒体除了出于自身利益要求对企业保持高度关注，从而对企业产生影响外，还因其在信息市场的特殊地位，对企业信息的传播具有决定性的影响力！

(二)媒体舆论的影响不容忽视！

一旦当官方的声音不能主动在第一时间传播的时候，你要知道在传播上咱们是有一个规律的，任何声音当第一时间占据了人的脑海，不管它是正确的还是错误的，你后面想再用新的正确的声音去覆盖它是非常难的事情，你已经变得非常被动了。——白岩松

随着社会传播网络的日益健全和企业经营、市场的扩大化，任何企业无法避免随时都可能发生的危机事件。一条信息有时可能决定一个企业的生死！对于危机公关工作处理是否得当，关系到企业的存亡。

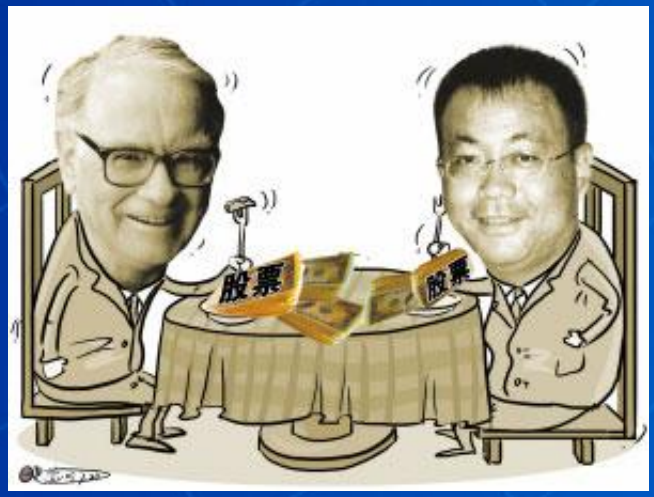


深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

(二)媒体舆论的影响不容忽视！

▲正面案例：赵丹阳花221万美元天价请巴菲特共进午餐，向巴菲特荐股。

纽约当地时间6月24日，去年以211万美元夺标的知名投资人赵丹阳在纽约与股神巴菲特共进午餐。赵丹阳还表示，他会带一些公司年报去赴宴。“我希望巴菲特看看这家公司（物美商业），”赵丹阳说，“这家公司的商业模式很好，管理也很成功。”



赵丹阳在午餐后对媒体表示：“这顿饭吃得很值”。

在赵氏的精心运作下，这一本来很“单纯”的午餐聚会被印上了深深的商业痕迹：物美商业（08277.HK）因此成为受益股，股价4个交易日大涨23.8%，赵丹阳在物美商业的投资不足一周已大赚1.3亿港元。

(二)媒体舆论的影响不容忽视！

▲正面案例：赵丹阳花221万美元天价请巴菲特共进午餐，向巴菲特荐股。

“有敬拜学习的成本，但主要是一场成功的炒作。”某私募人士表示，“如果资金实力许可，我也会去竞拍和巴菲特吃饭。”他分析说，1000万投广告基本等于打水漂。但吃一顿饭，巩固了赵丹阳私募界的江湖地位。因此，出于事业发展、品牌树立等多种需要，他都会去吃这顿午餐。而剩下的事全是媒体的免费追捧和宣传。



有业内人士表示，赵丹阳之所以愿意出天价结缘巴菲特，主要是看中巴菲特的影响力，“天价午餐之后，赵丹阳的影响力和名气显然都倍增了，这为他今后在私募界轻松募资奠定了基础。”而在接受媒体采访时，赵丹阳也透露出“赤子之心”下一步欲在华尔街发展的想法，并且已经在华尔街寻找办公室。一顿午餐为他东山再起，进军华尔街打开了缺口。

(二)媒体舆论的影响不容忽视！

▲正面案例：金牌董秘评选活动塑造企业形象。

伴随资本市场的发展，“新财富金牌董秘”评选已走过五年，市场影响力日益壮大。过去五届的评选中，共有**195**位“金牌董秘”从千余位上市公司董秘中脱颖而出，他们是中国董秘群体的杰出代表。

“新财富金牌董秘”评选致力于发掘优秀投资者关系管理者，促进上市公司治理结构优化、提升上市公司信息披露水平、推动中国资本市场的健康发展。



(二)媒体舆论的影响不容忽视！

▲反面案例：外资公司遭遇“捐款门”

在2008年汶川大地震发生后，许多外资企业的品牌形象发生了“大地震”。一些没有及时捐款的外企遭到网络舆论的强烈抨击，它们的产品也遭到了消费者的抵制。地震一周后，一个“国际铁公鸡排行榜”的短信广为流传，将对跨国企业的攻击推上顶峰。



5月27日，商务部研究院跨国公司研究中心召集“跨国公司积极应对中国大地震”恳谈会，组织者本打算只邀请10家跨国公司参加，但是传真发出去后，一下子来了40多家跨国公司。恳谈会变成了“澄清会”。不断有企业站出来向参加会议的媒体澄清，他们甚至抱怨商务部门没有向外界说明他们做了的事情，以至于商务部外资司官员向所有跨国公司道歉，表示外资司一些工作没有做好，让跨国公司蒙受了不公正的评论。

(二)媒体舆论的影响不容忽视！

▲反面案例：某公司天量融资

某上市公司于**2008**年**1**月**21**日发布公告称，拟向不特定对象公开发行不超过**12**亿股**A**股股票，发行价格则不低于公告招股意向书前**20**个交易日公司股票均价或前**1**个交易日的股票均价；与此同时，还决定向社会公开发行不超过**412**亿元分离交易可转债。

在**A**股上市近一年后，该公司再次开启融资"阀门"，以**1**月**18**日的收盘价测算，公开增发募集资金额将达到约**1178**亿元，再加上**412**亿分离债募资额度，其再融资规模将接近**1600**亿元。创**A**股史上最大再融资。

此次天量再融资计划甫一公布，市场即以"恐慌"回应，沪深股市连续两日恐慌性暴跌，金融股领跌市场，该公司股票则是连续两日跌停。其后，公众和媒体持续不断对此举进行质疑甚至口诛笔伐，最终再融资方案不了了之。



(二)媒体舆论的影响不容忽视！

▲反面案例：某公司电动汽车遭质疑

曾因巴菲特青睐而颇受股民关注的某**H**股公司将很快出现在**A**股市场上。据悉，发行**A**股所得资金将用于拨付锂离子电池生产、汽车研发、扩展汽车品种及汽车零部件以及太阳能电池项目，任何盈余将用作公司的营运资金。

从进入汽车行业就打出电动车概念的该公司，人们对其期望甚高，但作为该公司产品线上重中之重的电动车自发布后迟迟没有开启商业化的大门，使其电动车战略受到了越来越多人的疑问。加上“退车事件”、“电池召回”、“销量造假”等一系列负面报道，在其回归**A**股的消息出来后，许多媒体都发表文章和专题进行强烈质疑。



深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

(三)上市公司危机分析

公众公司危机主要成因

★透明度高

★公众性强

★明星人物多

★传播价值大

★社会监督严

上市公司信息传播特点

★强制信息披露

★行业中具有代表性

★市场影响广泛

★话题性突出

★受到多方监管

深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

(三)上市公司危机分析

上市公司常见危机

★业绩变脸
★财务造假
★重大损失公布
★并购活动失败
★管理层动荡
★股东诉讼
★大股东侵占利益
★高管薪酬和减持
★重大商业纠纷
★其他……

上市公司危机连锁反应

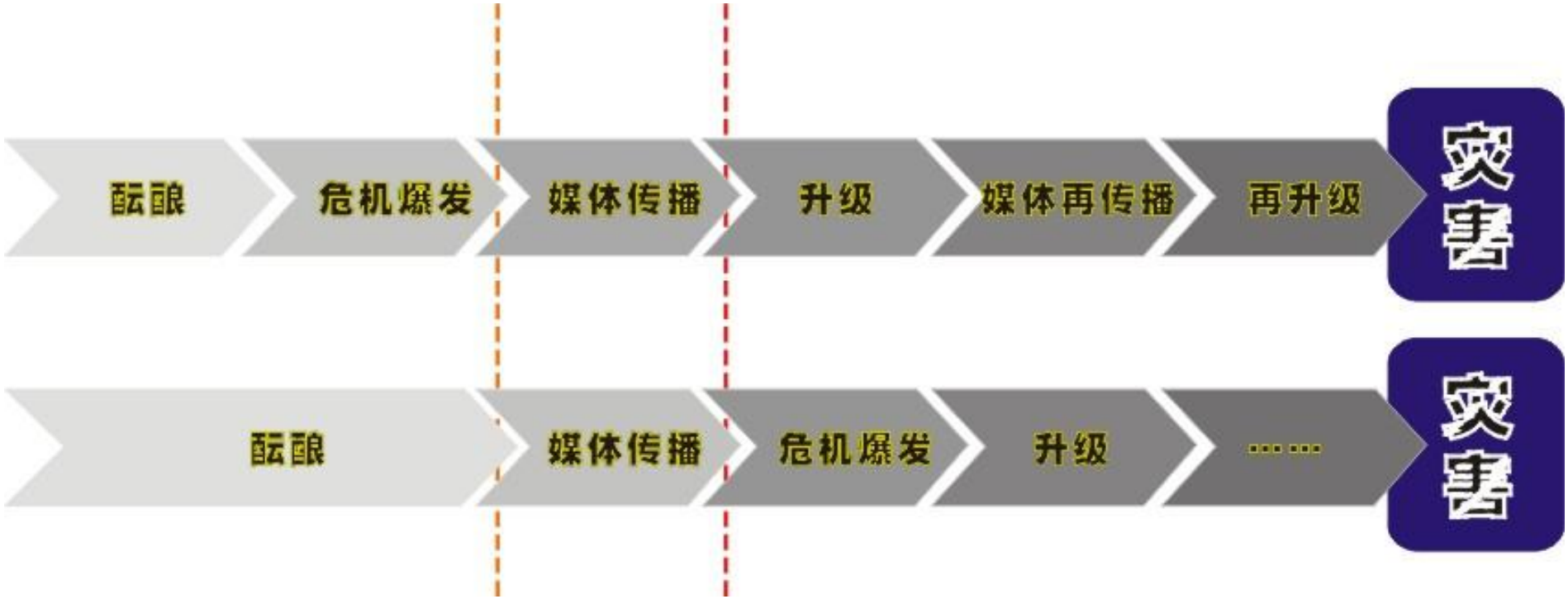
消费者信心下降→股价雪崩→产品/服务遭受抵制→品牌资产受到重大损失→资金链和生产出现问题→市场环境恶化→潜在管理危机爆发→限制法规出台→强制退市→宣布破产

深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

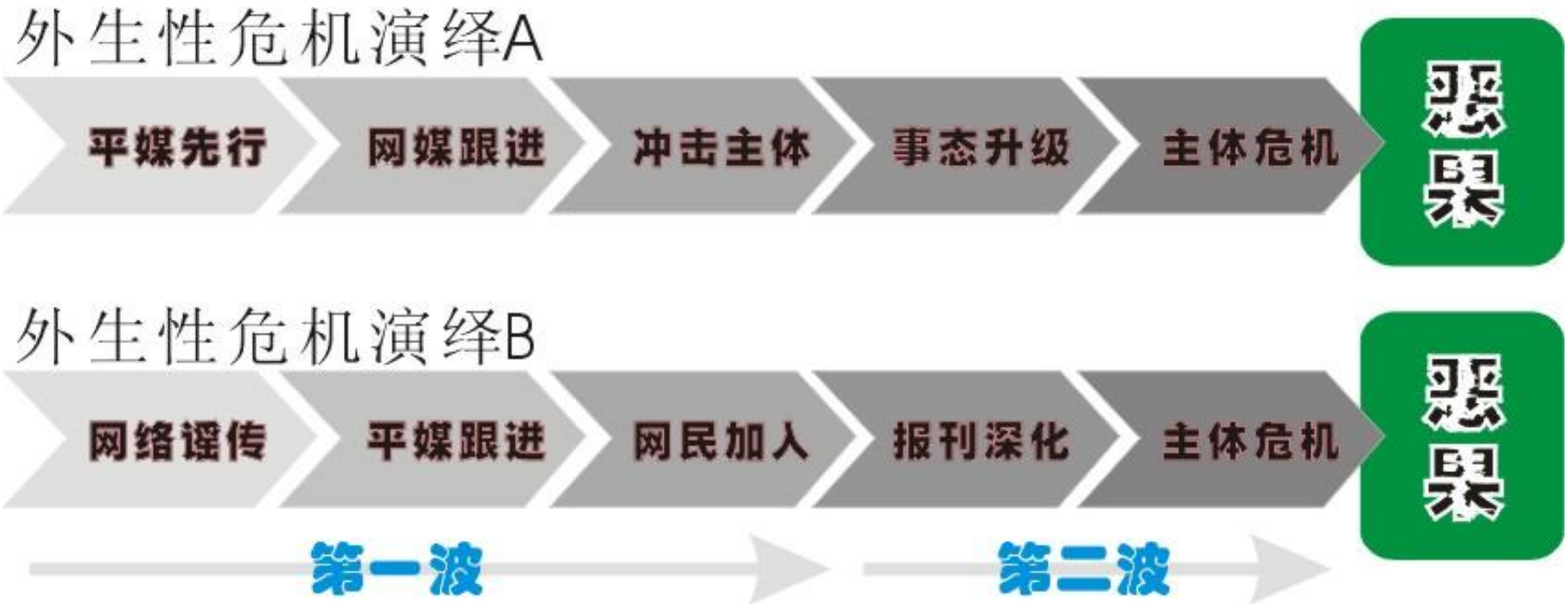
★信息市场消费链传导路径：



★危机的媒体传播图（内生性）：



★危机的媒体传播图（外生性）：



深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

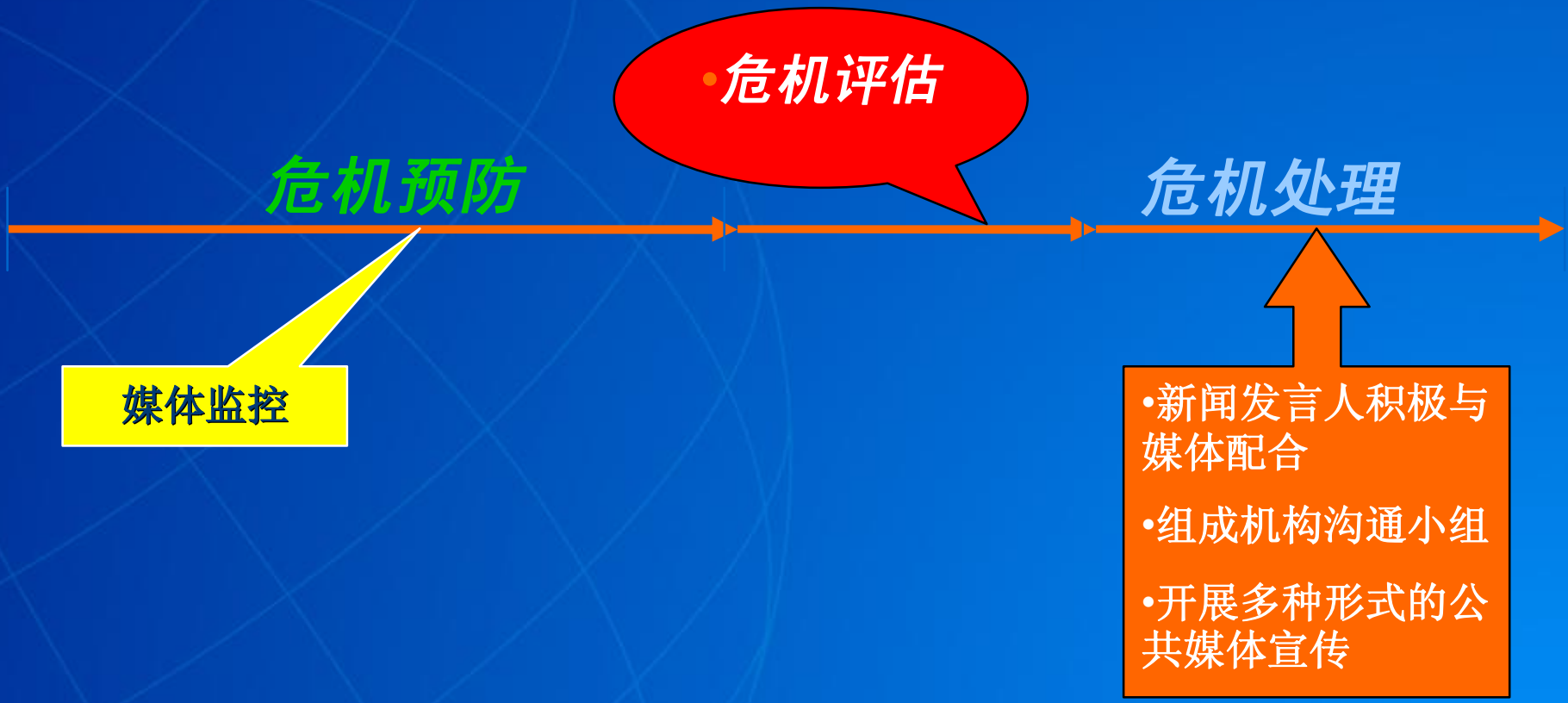
二、危机公关处理

态度：不主动、不拒绝、不负责



N O !

Constructiveness instead of Complaint !


危机预防
•危机评估
危机处理
媒体监控
•新闻发言人积极与媒体配合
•组成机构沟通小组
•开展多种形式的公共媒体宣传

1、危机预防——媒体监控

常见的危机预防手段包括，建立有效的媒介沟通、形成良好的媒介关系等等。但是现在的媒体众多，沟通所有的媒体是一件费时费力的事情，所以我们认为**媒体监控**是高效而精准地危机预防手段。

1、危机预防——危机防御系统

如何建立危机防御系统？

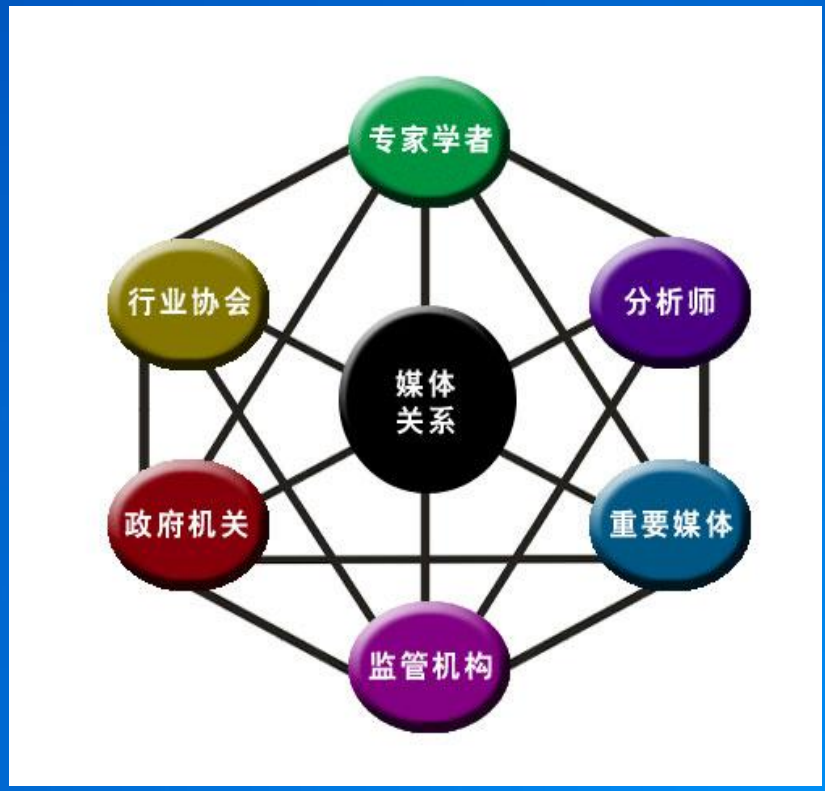
- 漏洞审查：环节排查、危机流程
- 现存危机隐患排查：建立备忘制度
- 设置危机反应小组：以下几点要求
  对流程熟悉、有相应权限、反应力
- 危机公关计划：以下几点要求
  制定预案、确定联络人、反馈系统
- 设立重点监测对象和跟踪支持网络
- 实时监测和预警
- 危机反应培训和模拟练习



1、危机预防——网络支持体系

如何构建网络支持体系？

- 建立完善的资料库
- 定期更新资料库
- 主动提供公司资料
- 日常沟通、节日问候
- 赞助、战略性合作
- 建立跟踪表，加强体系中重要人物观察
- 定期组织公关活动，如媒体见面会、分析师会议等
- 定期召开圆桌会议，讨论行业热点，向公众传达公司的意图和想法



2、危机评估

在问题被媒体曝光或因其他原因出现危机后，公司方应迅速组成“危机评估工作小组”，对危机的性质进行评估，分析危机的严重程度，同时确定危机的发生原因和传播途径，然后迅速制定公关方案。

- 定性（对危机的性质进行评估）
- 定量（分析危机的影响范围和损失）
- 定点（确定危机发生和传播的关键点）
- 定案（根据以上前提制定公关方案）



3、危机公关

“危机”意味着“危险”也意味着“机会”，应该运用积极有效的“危机公关”措施，化“风险”为“机遇”，通过危机的消除树立公司正面的企业形象，凸显公司规范的运作、良好的投资价值。

在经过危机评估及内外部沟通后，应针对危机制定统一的宣传口径，并通过多种方式对外发布，用“主流”的声音盖住“噪音”。

A、设立对外联系方式，培训内部人员，以统一口径接受投资者主动联系的咨询、质疑，设立专门的新闻发言人。

B、组成机构沟通小组，针对机构投资者进行“一对一”、“一对多”的沟通，争取机构投资者的理解、认可。

C、开展多种形式的公共媒体宣传。

媒体宣传内容上应该采取多个诉求点交叉进行，如：专门针对危机的释疑文章、公司管理层致投资者的一封信、公司管理层接受媒体采访、公司投资价值分析、公司企业形象宣传片等。

另外，从时效性、覆盖率等角度考虑，公司方在危机期间应充分利用新媒体（如网站、电视）更新速度快、传播范围光的特点，开展多种形式的公关活动。

*多种形式的公关活动

-投资者网上交流活动

树立公司不回避问题、勇于面对投资者的姿态，另一方面也通过在线交流，真正的消除投资者的误会，取得投资者的理解和支持。

结语

投资者关系管理是上市公司价值挖掘、展示和创造的过程。

真诚沟通，与投资者共享成功！

共同发展，共同进步，实现共赢、共创未来。

深圳证券信息有限公司
Shenzhen Securities Information Co., Ltd.

谢谢！

深圳证券信息有限公司