

辽宁辖区上市公司投资者关系 管理状况研究

郝勇博*

摘要:2022年5月15日,《上市公司投资者关系管理工作指引》正式实施。为反映辖区上市公司投资者关系管理现状及存在的问题,推动辖区上市公司充分理解《上市公司投资者关系管理工作指引》要求,有的放矢加强投资者关系管理,辽宁证监局以问卷调查等方式收集相关资料,对辖区51家上市公司投资者关系管理保障、网站投资者关系管理、开展投资者关系管理活动以及互动情况进行了分析评价。结果显示,辽宁辖区上市公司投资者关系管理工作总体上收获了较好成效,但在投资者关系管理活动形式和网站专栏内容等方面有待进一步优化。对此,建议相关公司进一步丰富活动形式、优化网站功能、完善配套制度及加强协作联动,从而扎实做好投资者关系管理各项工作,加强上市公司与投资者之间的有效沟通。

关键词:上市公司 投资者关系管理 互动沟通

投资者关系管理是指上市公司通过便利股东权利行使、信息披露、互动交流和诉求处理等工作,加强与投资者及潜在投资者之间的沟通,增进投资者对上市公司的了解和认同,以提升上市公司治理水平和企业整体价值,实现尊重投资者、回报投资者、保护投资者目的的相关活动。2004年以来,中国证券监督管理委员会(以下简称证监会)和行业自律组织相继出台相关文件指导及规范上市公司开展投资者关系管理。2022年4月15日,《上市公司投资者关系管理工作指引》(以下简称《指引》)正式发布。为引导辖区上市公司提升投资者关系管理水平和质量,辽宁证监局依据《指引》

* 辽宁证监局投资者保护工作处三级主任科员。

中相关要求,采用问卷调查、非现场检查、调取相关数据^①等方式,对辖区上市公司投资者关系管理状况进行了评价,分析存在的问题并提出改进建议。

一、辽宁辖区上市公司投资者关系管理现状

(一) 辖区总体情况

调查发现,辽宁辖区上市公司投资者关系管理保障情况较好,与全国上市公司平均水平进行比较(见图1),辖区公司在相关基础制度建设、投资者专线电话和邮箱设置等方面基本落实到位,业绩预披露方面表现较好;网站投资者关系管理情况及与投资者互动情况较一般;在上市公司业绩说明会、投资者说明会、线上线下与投资者沟通方面还需要进一步提升满足投资者实际需要。辖区公司在按照《指引》要求做好制度和沟通渠道建设的同时,在网站投关专栏内容安排、投资者关系管理活动组织、对“董监高”开展投资者关系管理培训、积极支持配合投资者维护合法权益等方面还存在较大提升空间。

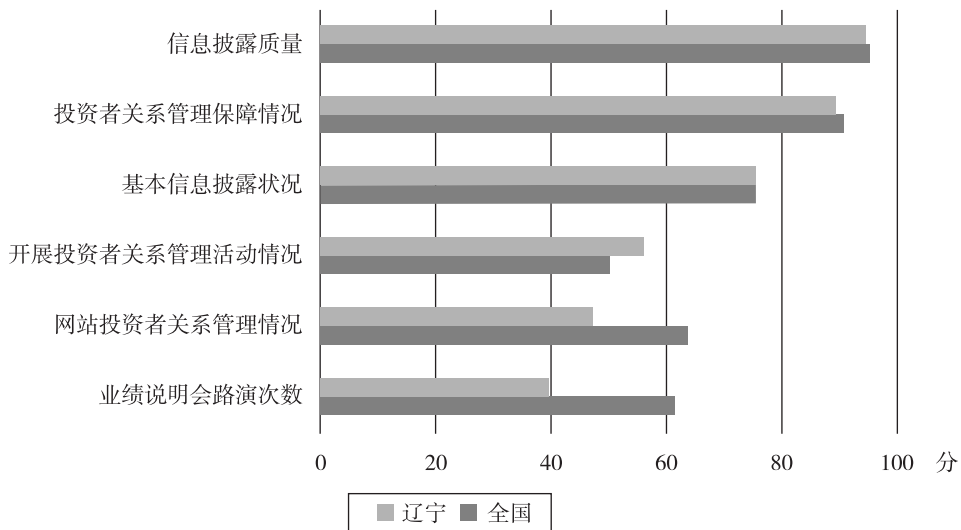


图1 辽宁辖区上市公司投资者关系管理保障情况部分指标得分全国上市公司平均水平对比

(资料来源:投保基金公司《中国资本市场投资者保护状况蓝皮书》中《上市公司评价报告(2021)》)

^① 查阅《中国资本市场投资者保护状况蓝皮书》,并商请中国证券投资者保护基金有限责任公司(以下简称投保基金公司)提供相关数据。

(二) 投资者关系管理保障情况

问卷调查结果显示(见图2),辖区上市公司设置“投资者热线”和“投资者联系邮箱”的比例较高,分别达到100%和94%;2019年至今,^①辖区共有12家公司的联系方式发生了13次变更,均通过公司公告、交易所网站、权威媒体等渠道及时进行了披露。制度保障方面,辖区47家上市公司共制定了《投资者关系管理制度》《投资者关系管理人员行为规范》《投资者接待及推广制度》等50项制度,占比达92.16%,显著高于全A股70.37%的平均水平。人员保障方面,辖区51家上市公司全部设有专职部门开展投资者关系管理工作,其中专职人员达到2人及以上的公司约占61%。同时,辖区共有45家上市公司完成了投资者关系管理档案数据库的建设,已留存547份电子或纸质档案。辖区上市公司在投资者关系管理的渠道、制度等各项保障方面工作较好。

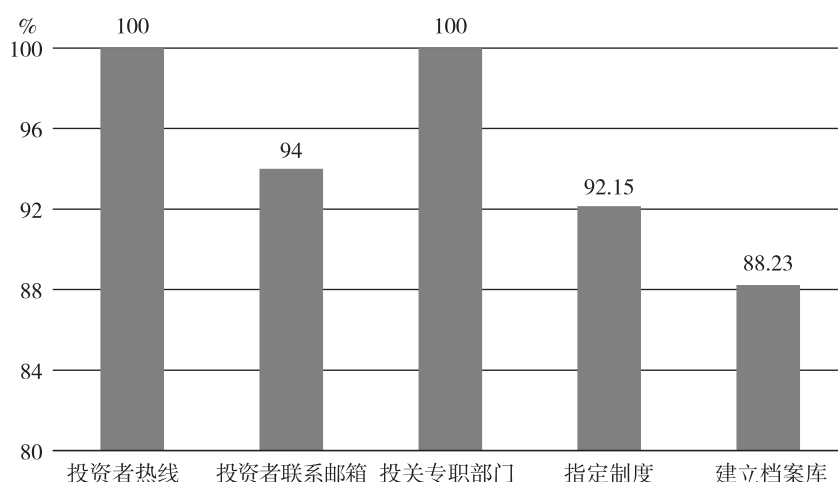


图2 辽宁辖区上市公司投资者关系管理保障情况

(三) 投资者网络沟通渠道建设情况

截至目前,辖区共有42家上市公司建有官方网站,并全部开设独立的IR(投资者关系管理)专栏,占比超80%,与A股上市公司整体水平相当。上述42家公司从2019年至今共更新IR专栏2869次,发布信息6752篇(见图3)。除此之外,使用交易所、登记结算机构的网络基础设施平台开展投资者关系管理的公司有50家,2019年至今累计发布信息430篇;辖区11家公司在微信、东财、雪球、同花顺等

^① 统计时间截至2022年5月15日,下同。

新媒体平台开通账号共 15 个,其中 6 家公司及时通过官网对其新媒体平台进行公示。

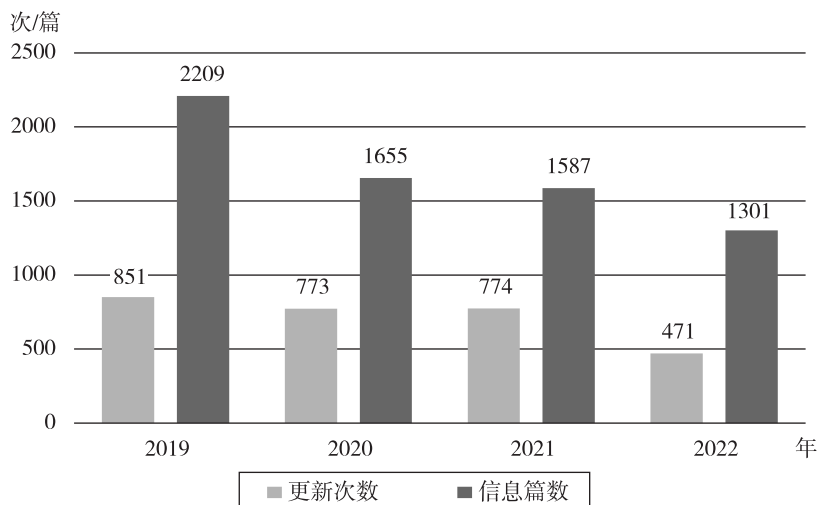


图 3 辽宁辖区上市公司 IR 专栏更新情况

(四) 开展投资者关系管理活动情况

辖区公司广泛采取业绩说明会、网上投资者集体接待日、接待投资者来访调研、线上线下路演活动、分析会议等方式,开展投资者关系管理活动。2019 年至 2021 年,辖区有 42 家公司共召开 116 次业绩说明会;年均 1 次以上的公司有 23 家,单一公司在一个会计年度内最多曾举办 7 次业绩说明会;从未召开业绩说明会的公司有 9 家,占比 17.65%,远低于同期全部 A 股上市公司中未举办的占比 52.32%。同时,在定期报告披露前,上市公司主动披露业绩快报的情况较好,一个会计年度内披露业绩快报 4 次、3 次、2 次和 1 次的公司分别有 10 家、8 家、8 家和 14 家,近年来一直领先于全国平均水平,在投保基金开展的上市公司投资者保护状况评价中得分较高(见图 4)。

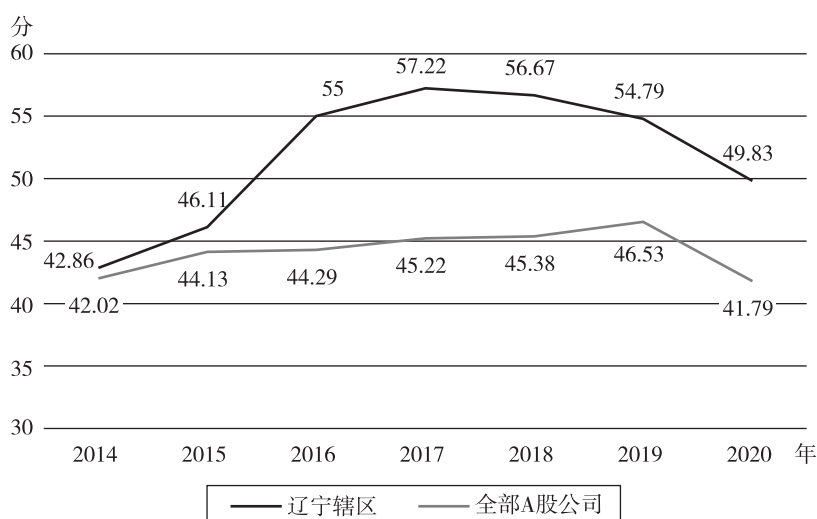


图4 辽宁辖区与全部A股上市公司业绩与披露得分走势对比

(资料来源:投保基金公司数据库)

辖区公司通过接待来访调研、举办“投资者网上集体接待日”(见表1)及线上线上路演等方式畅通中小投资者的沟通渠道。2019年以来,辖区公司接待投资者来访调研545次,其中年平均接待12次以上的公司有3家,9家公司举办了分析师会议,没有接待过投资者的有20家,占39.22%。2019年至今,48家上市公司开展网上集体接待日或单独召开网上接待日,总计211次;18家公司3年累计通过305次路演加强与投资者之间的联系。

表1 辽宁辖区上市公司2019至2022年开展投资者关系管理部分活动情况 单位:次

活动类型	2019年	2020年	2021年	2022年
接待来访调研	148	139	181	77
投资者网上集体接待日	49	53	72	37

注:统计时间截至2022年5月15日,下同。

(五)投资者互动情况

辖区公司与投资者互动情况总体较好。其中,为确保投资者联系电话等渠道畅通,辖区全部上市公司均指定熟悉情况的专人负责接听投资者电话。在2020年、2021年的测试中,分别有3家、7家公司存在未及时接听电话的情况,经调查发现主要原因为更新电话号码(已及时公告,测试时拨打的是年报中披露的号码),辖区公司投资者热线畅通情况总体良好。此外,辖区共有47家上市公司积极通过交易所“e

互动”等平台对投资者的问题进行“点对点”回复。2019 年至今累计回答问题 12,101 次(见图 5),其中排名前三的是机器人、航锦科技、华锦股份,分别回答 1453 次、1008 次和 720 次。值得注意的是,辖区公司在过去一年中回复投资者邮件的情况不甚理想,仅 8 家公司做到及时有效回复邮件,占比约为 15%,略低于全部 A 股公司 18% 的平均水平。

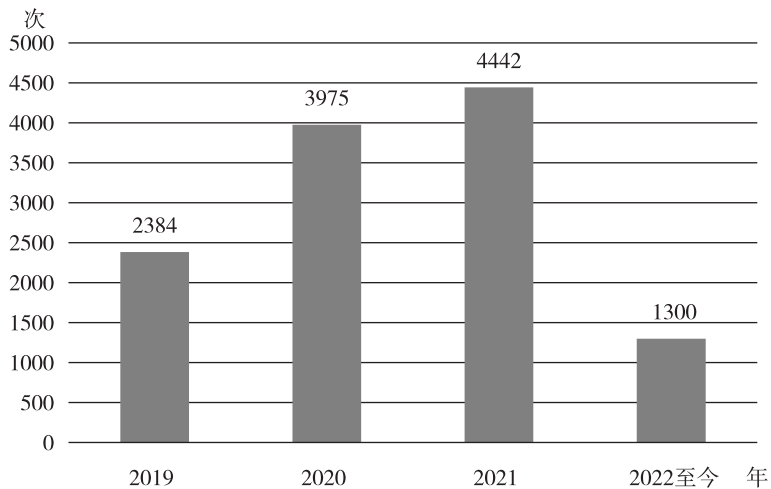


图 5 辽宁辖区上市公司通过交易所平台回复问题次数

二、辖区公司投资者关系管理主要问题分析

(一) 投资者关系管理活动形式不够丰富

一方面,辖区公司通过“投资者网上集体接待日”活动,有效建立与投资者的沟通渠道,但是也存在过于依赖该活动,自主开展活动的积极性不足的问题。在参与“投资者网上集体接待日”活动的 48 家上市公司中,仅有 11 家公司在活动外单独通过网上接待日方式与投资者进行沟通,总计 211 次的网上接待日活动中集体接待共 155 家次,占比为 73.46%。由此可见,在网上集体接待日集中接待投资者后,辖区大部分公司缺少在全年其他时间与投资者进行网上沟通的实践。2020 年以来,辖区公司运用中国投资者网或对接投教基地开展的投关活动较少,辖区仅 2 家公司曾运用中国投资者网,有 4 家公司对接投教基地开展 7 次活动。

另一方面,新实施的《指引》要求公司应当积极召开投资者说明会,并明确规定了相关要求。本次调查对辖区公司 2019 年至今召开说明会的情况进行了统计(见表

2)。结果显示,辖区大部分公司召开投资者说明会时符合《指引》相关要求,但也存在2家公司因临时召开说明会而未做到事先公告的问题。同时在《指引》实施之前,辖区存在个别公司在相关重大事件受到市场高度关注或质疑、披露重组预案或重组报告书后,终止重组时未召开投资者说明会的情形。在后续开展投资者关系管理活动须更加重视投资者说明会及相关工作,积极向投资者介绍情况、回答问题、听取建议。

表2 辽宁辖区上市公司召开投资者说明会情况

年份	情形 A ¹		情形 B ²		情形 C ³		情形 D ⁴		情形 E ⁵	
	发生次数	说明会次数	发生次数	说明会次数	发生次数	说明会次数	发生次数	说明会次数	发生次数	说明会次数
2019	2	3	2	2	0	0	1	0	14	14
2020	2	2	2	1	0	0	0	0	17	18
2021	3	3	1	1	0	0	1	0	31	31
2022	3	3	0	0	0	0	2	1	24	25

注:1. 当年现金分红水平未达相关规定,需要说明原因。

2. 在披露重组预案或重组报告书后终止重组。

3. 证券交易出现异常波动,公司核查后发现存在未披露重大事件。

4. 相关重大事件受到市场高度关注或质疑。

5. 其他应当召开投资者说明会的情形。

(二) 网站投资者关系管理专栏建设有待完善

目前,辖区共有9家公司尚未建设自身网站,已经建设投资者关系管理专栏的42家公司,尽管积极在网站上更新信息,但部分公司存在内容不够完善等问题,个别公司的专栏中内容单一,不利于投资者获取信息。本次问卷调查重点统计了9项投资者较关注的信息在公司投资者关系管理专栏中的披露情况(见表3)。其中公司基本情况、公司公告等信息披露情况较好,分别占到78.57%和88.10%;历年分红情况、路演及业绩说明会回放、社会责任等信息披露较少,均不足1/5。同时,辖区上市公司在召开业绩说明会、投资者说明会时,利用网站征集投资者关注的问题不够。此外,辖区开设新媒体平台账号的公司较少,占比约为21%,主要依赖交易所互动平台与投资者进行即时性沟通。

表3 辽宁辖区上市公司投资者关系专栏披露情况

序号	投资者关注内容	在网站披露的公司家数	占比/%
1	股票行情	22	52.38
2	公司基本情况,高管简历,制度建设	33	78.57
3	公司公告、财务报告	37	88.10
4	投资者咨询、投诉和建议	13	30.95
5	投资者关系管理信息	13	30.95
6	历年分红状况说明	13	14.29
7	常见 Q&A、互动问答	6	23.81
8	路演及业绩说明会文字、视频回放	10	14.29
9	高层演讲,社会责任	6	16.67

(三)开展投资者关系管理的主动性不足

本次问卷调查中,辖区公司建议监管机构、交易所、行业协会等增加投资者关系管理相关培训的呼声最高。根据统计显示,辖区48家公司定期对董事、监事、高级管理人员和工作人员开展投资者关系管理相关培训,其中仅18家公司曾自主开展培训,其余公司均参与监管机构、行业协会等开展的培训。2019年至今,辖区公司对“董监高”开展投资者关系管理培训329次,其中237次为参与外部培训(见图6),占比达到60.92%,公司自主开展培训的程度不够。

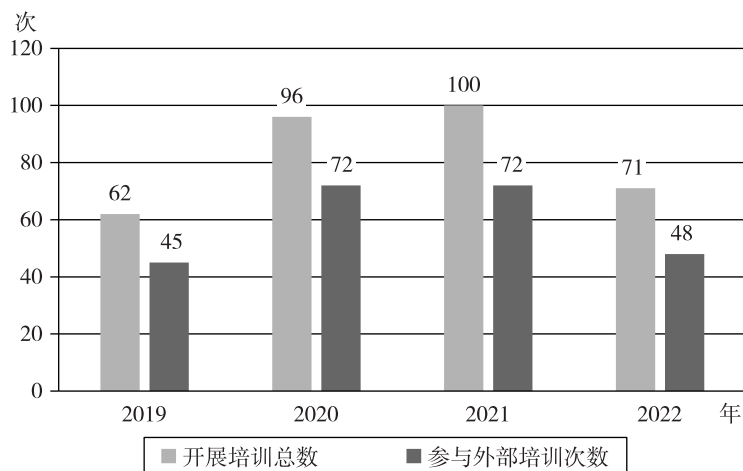


图6 辽宁辖区上市公司开展投资者关系管理培训情况对比

(四) 维护和保障投资者合法权益工作仍需加强

辖区公司在召开股东大会时,基本做到充分考虑股东大会召开的时间、地点和方式,为股东特别是中小股东参加股东大会提供便利。绝大部分公司召开股东大会均符合《指引》标准,但仍有1家公司在召开股东大会时未提供网络投票的方式;3家公司没有为投资者发言、提问以及与公司董事、监事和高级管理人员等交流提供必要的时间;12家公司在股东大会召开前,未做到与投资者充分沟通并广泛征询意见。

本次调查对辖区公司支持配合投资者维护合法权益的情况进行了统计(见表4)。统计结果显示,辖区有23家公司公开表示已开展相关工作,但其中切实维护投资者合法权益超过50人次的公司仅8家,其余公司尚未在相关工作中收获成效。在已有相关实践的公司中,抚顺特钢总计支持投资者维护合法权益3324人次,排名第一,比第二名多约3000人次,辖区其他公司需在相关工作中着力改进。

表4 辽宁辖区上市公司支持配合投资者维护合法权益情况

支持配合投资者维护合法权益举措	人次
积极支持配合投资者依法行使股东权利的行为	3281
积极支持配合投资者保护机构持股行权、公开征集股东权利、纠纷调解、代表人诉讼等各项活动	111
投资者与上市公司发生纠纷时,投资者向调解组织申请调解后,公司积极配合调解工作	814
投资者向公司提出的诉求,公司承担处理的首要责任,依法处理、及时答复投资者	393

三、提升投资者关系管理质效的建议

(一) 增加投资者关系管理活动的多样性

投资者关系管理活动是上市公司与投资者进行深度交流的最直接有效途径,通过线上、线下面对面沟通,上市公司能够集中、直接地对投资者的咨询进行反馈。目前,辖区通过“网上投资者接待日”这一方式,由行业协会组织公司在每年集中开展投资者关系管理活动,然而部分公司存在“搭便车”心理,每年一次的集体接待日外不再自主开展公司的投资者接待日、业绩说明会等其他投资者关注的重要活动。本文建议监管部门、行业协会、证券交易所加大引导力度,提供更多便利条件,发布典型案例,提高上市公司自觉开展投资者关系管理活动的积极性,丰富活动形式,积极开展

“云走进”上市公司、线上“数字发布会”、投资者关系管理月等特色活动,使上市公司在全年各时段保持与投资者的常态化紧密联系。

(二) 优化网站及新媒体平台的交互功能

随着移动互联网技术的发展,网站和微信、微博等新媒体平台成为投资者获取公司信息的重要媒介,成为上市公司面向投资者的窗口。通过网站及新媒体平台向投资者公示信息,具有覆盖面大、时效性强、内容丰富、便于检索等优势,然而大多数公司在应用互联网开展投资者关系管理工作时忽视投资者需求,内容匮乏且与交易所等其他权威网站重复,投资者难以了解更多公司信息。为优化在网站及新媒体平台的交互功能,一是需要从投资者需求角度出发,进一步完善网站投资者关系管理专栏的内容建设,切实利用网站将有用的信息展示给投资者;二是可以尝试将公告、直播活动回放等通过交易所、全景网及其他权威平台能够查询到的“重复”内容,以“外部链接”的形式放置在专栏中,发挥网站窗口功能的同时避免增加后期维护成本造成资源浪费,可将更多重心放在其他直接与投资者互动的内容上;三是考虑到各公司对新媒体平台账号的实际需求不同,对于单独开设账号有困难的公司,可借鉴“投资者网上接待日”的形式,由行业协会组织各公司共同建设“投关联盟”形式的集体账号,由辖区公司共同维护,根据实际需要交替应用其开展活动。

(三) 完善并严格执行投资者关系管理相关制度

投资者关系管理工作是一项系统化工程,需要从长期发展的角度予以重视,有必要制定、完善细致且行之有效的制度来保障。从调查情况来看,多数公司都完成了基础制度建设,但是一些公司的制度内容不够全面,存在未涉及投资者接待或投诉处理等规范细则,或认为相关内容已规定在公司章程等其他文件中,不必在投资者关系管理制度中单独体现等问题。为做好投资者关系管理工作,一方面,上市公司需要结合《指引》各项要求,对公司投资者关系管理制度重新进行系统梳理和编制,进一步优化制度建设。另一方面,对于定期开展针对“董监高”的投资者关系管理培训、支持配合投资者保护机构维护中小股东权益、股东大会前充分征集中小股东意见建议等目前落实不到位的事项,上市公司须结合自身实际情况,制定有针对性的措施对相关工作予以保障,切实以制度建设为抓手提升投资者关系管理工作质效。

(四) 加强在投资者教育领域的合作交流

以证监会开展的“读懂上市公司报告”等投资者教育专项活动为契机,开展各类投资者教育活动,是拉近公司与投资者之间距离的有效手段。从长远看,投资者关系

管理工作需要上市公司积极与交易所、投资者保护机构、行业协会、投资者教育基地、证券经营机构等各方共同推动,联合开展走进上市公司、走进投资者教育基地等线下活动;合作开发覆盖投资者适当性、证券基础交易规则、警示退市风险以及维护投资者合法权益等方面的投资者教育产品;对接媒体通过各大平台以开设专栏、线上直播等方式提振宣传声量。促进广大中小投资者树立理性投资、价值投资、长期投资的投资理念,培育与全市场注册制相适应的投资者队伍,切实为投资者办实事、办好事。