

財經公關如何為企業建立信譽

對上市公司而言，確保公眾和投資者對其充滿信心是非常重要的。這一點就涉及到公共關係當中的重要一環：財經公關（或更專門一點，投資者關係）。如能做好財經公關的相關工作，上市公司可以和各持份者建立穩定互信的關係，推進公司的長遠發展。然而，對於大多數人來說，財經公關一詞可能並不陌生，對其真正的工作內容卻未必十分了解。因此，香港浸會大學傳播系教授陳家華和香港浸會大學傳播系講師曾良倫對縱橫公共關係顧問集團的創始人兼主席曾立基先生進行關於財經公關的專訪。

曾立基先生曾在各個領域獲得過多種榮譽，包括 2003 年 DHL / 南華早報香港商業獎頒發的「青年企業家」獎、《亞洲週刊》及世界華商組織聯盟頒發 2009「世界傑出青年華商」榮譽及於 2012 年成為首個華人獲得 SABRE Awards 個人成就獎。他還被推選為全球規模最大及歷史最悠久之國際獨立公關網路——國際公關聯盟（「PROI」）之亞太區副會長及環球發展委員會的亞太區主席。

掌握專業知識

就財經公關而言，最重要的就是對財經受眾的管理和對財經方面的專業知識的掌握。只有做好這兩點，才能夠為客戶提供優質的服務。財經公關日常工作的重點是如何與投資者建立關係。和其他公關一樣，財經公關從業員需要和記者打交道，組織企業參觀、採訪、接待、業績發佈會等形形色色的媒體活動，同時亦需要關注投資者關係這一範疇，安排週年大會、組織路演、安排與機構投資者（分析員及

基金經理）會議、準備企業宣傳資料、撰寫管理層演講稿件、撰寫年報中的主席報告書及管理層討論與分析等。當遇到收購、合併、兼併等情況時，常常需要超時工作。比之其他公關領域，財經公關有著更嚴格的「限期及死線」。若不能按期完成工作—例如趕不上寄出年報—將會給企業客戶帶來災難般的損失。

對於上市公司而言，不同的發展階段有不同的工作重心。在 IPO（首次公開招股，Initial Public Offering）階段，最重要的就是讓企業從寂寂無名，推廣到廣為人知，讓大家瞭解你的公司是從事什麼業務，你的股東有什麼背景及履歷等。在這之後是更為重要的 IR 階段，即投資者關係（Investor Relations）的管理階段。基金經理、財經分析師、證券經紀人等專業投資者和散戶投資者是兩個完全不同的群體，必須用不同的方式與他們進行交流。同時，你還要和證監會、交易所等監管機構進行溝通，嚴格遵守相關的規章制度。上市公司的終極目標，是通過各種渠道達致公平估值（fair valuation）。

上市公司必須嚴格遵循上市規章，而這些規章制度中最基礎的一條是不能發佈對未來走勢的具體盈利或虧損預測，這使得財經公關從業員和投資者溝通時有一定的限制。畢竟，投資者最看重的是企業的未來而不是過去的表現，但估計未來盈利的數字在這一行卻是禁區。因此，樹立上市公司的信譽，以及贏取投資者的信心便顯得格外重要，出於對企業「品牌」的信任和忠誠，投資者將會願意投資在你的業務上。

深刻印象的個案

曾先生從事財經公關工作以來，對兩個個案的印象最為深刻。第一個個案是十多年前金融危機時，他們的一家上市公司客戶遭遇到流言攻擊，股價於一個下午間就跌了百分之九十一。在那種非常時期，一聽到什麼風吹草動，投資者就會拋售股票。曾先生的工作團隊與各大投資銀行及媒體積極聯繫，組織了各種活動並作出澄清，藉以擊破流言。整整一周的辛苦工作之後，股價終於開始回升，收復了大



部份失地。

另一個案例則是關於幾年前大陸乳品業出現三聚氰胺危機，整個產業的元氣受到沉重打擊時，他的公關公司如何協助一家大型乳製品公司順利渡過危機，重振雄風。三聚氰胺事件發生時，那家公司正準備宣佈年度業績，曾先生的團隊很清楚沒有人會在那種情況下關心企業業績。他們迅速撤換了報告內容，並準備了大量持份者將在週年大會中提出的問題，與企業領導商討如何回答。他們還準備了大量的資料及聲明，向公眾及投資者解釋企業營運出現了什麼問題，他們如何改善對供應商的監察以及定期交代進展。接著的一年營商艱難環境持續，財政業績錄得虧損。由於各種糾正及恢復措施的有效實施，以及保持強而有力的廣告和宣傳策略，即使在那一年，企業仍能給予投資者信心。與股價相比，生意本身及產品永遠是更重要的。只有經營好企業，做好生意，才能取得相應的出色財政表現。這一間乳製品公司經歷過風雨之後得見彩虹，品牌進一步茁壯，股價亦一路上升，因此，這是個十分成功的個案。

危機處理策略

在危機發生時，針對公司的具體情況做出及時應對是非常重要的。就上述的乳製品公司個案為例，企業的優勢在於當時的董事長是個投資界很信賴的人，投資者及公眾相信這間公司亦是事件的受害者，因為原料是企業從不同的供應商處購得的，而非他們自己生產。公司承認了自己的過失，並努力去完善相應的監察系統，因而最終得到了公眾的諒解。塑造值得信賴的企業形象非一朝一夕之功，需要持之以恆。即使市場環境相對平靜，也要不遺餘力地告訴投資者你是誰，你在做什麼，你的服務和產品有什麼優點，還要打造企業領袖的個人形象。這種個人形象可以成為公司的一種標誌，比如喬布斯之於蘋果。如此，樹立了值得信賴的品牌形象，培養出了消費者忠誠度，公司也就更能經得住雨打風吹。

現時公關從業員積極利用新媒體平台，但

是因為相關的規章制度，財經公關從業者對於新媒體的運用遠低於其他公關類別，畢竟若是不慎在互聯網發佈了錯誤訊息，帶來的負面後果要遠遠高於其他公關類別。

曾立基先生表示，財經公關從業員必須著眼於本地及全球形勢，同時牢固掌握公共關係和財經的相關知識，根據客戶的具體情況，度身打造合適的形象及危機處理策略，始能發展持續而良好的投資者關係。

行業的生力軍

財經公關這一行業最希望招聘到什麼樣的人才呢？曾先生認為，同時掌握了優秀的溝通交流能力等相關公關技巧以及有著扎實的財經知識功底的畢業生，是這一行業最渴望吸納的理想新力軍。

語言能力、溝通交流能力是一個公關從業員所必備的基本能力，但是基於財經公關的行業特殊性，僅有這些能力是難以立足的。一名優秀的財經公關從業員，同時還要對會計、財經等知識瞭如指掌。這是財經公關比之一般公關更有難度的地方。曾先生提及，他在一些大學授課時，會專門為學生講解財經公關的相關詞彙並要求學生掌握，借此提高學生對於財經公關的認識和理解。就財經公關這個行業來說，財經相關專業畢業的學生若有著好的溝通交流技巧，將和對財經知識有一定瞭解的公關專業畢業生一樣有競爭力。公關專業的畢業生可能在學校時學到了比較系統的公關知識，建立及擁有了一定程度的人脈資源，這對於財經公關的工作是很有用的，但若是疏於對財經知識的學習，必將輸給努力學習公關知識的財經專業畢業生。在這個行業，最重要的是工作熱忱，願不願意去學習和努力。好的公司在認定了你是適合他們的人才之後，往往都會為你提供一系列的訓練，以幫助你更好的完成工作。

【+】 陳家華

香港浸會大學傳理學院傳播系教授

【+】 曾良倫

香港浸會大學傳理學院傳播系講師