

学校编码: 10384

分类号 \_\_\_\_\_ 密级 \_\_\_\_\_

学号: X2012156358

UDC \_\_\_\_\_

厦门大学

硕士学位论文

基于企业战略的投资者关系管理研究

The Research of Investor Relations Management Based on  
Corporate Strategy

李 勇

指导教师姓名: 孟林明 副教授

专业名称: 工商管理 (EMBA)

论文提交日期: 2014 年 1 月

论文答辩日期: 2014 年 月

学位授予日期: 2014 年 月

答辩委员会主席: \_\_\_\_\_

评 阅 人: \_\_\_\_\_

2014 年 1 月

## 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为（ ）课题（组）的研究成果，获得（ ）课题（组）经费或实验室的资助，在（ ）实验室完成。（请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。）

声明人（签名）：

年 月 日

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

## 摘 要

在中国证券市场发展二十多年历程里，之所以能够超常规发展、有了今天的证券市场，主要是由于投资者，尤其是广大中小投资者的广泛参与。有鉴于此，投资者关系管理越来越受到证券监管部门、企业经营者乃至整个资本市场的重视。投资者关系管理目标是实现企业价值最大化，主要运用金融学、市场营销学等方法来管理公司与其他金融机构和投资者之间的信息交流，它是市场经济发展和股权兴起的必然产物。

随着证券市场买方市场供求关系的形成以及市值管理作为新的上市公司考核手段的取向，投资者关系管理将成为上市公司创造价值、加强与投资者及中介机构交流与沟通的有效管理工具。在这样一个背景下，研究投资者关系管理与上市公司价值之间是非常具有理论价值和实践意义的。

本文从企业战略高度出发阐释了投资者关系管理的重要性，作为上市公司竞争战略的重要组成部分，它不仅为信息使用者提供信息，还将促使上市公司与投资者动态均衡发展。它跟企业战略同样是一种长期、持续的行为。随着企业战略的变化，上市公司为取得已有的和潜在的投资者对公司价值的认可，需要不断向他们沟通公司经营状况和战略规划。

本文通过研究认为我国资本市场大多数公司对投资者关系管理重要性的认识不足、实践水平较低、存在很多问题，与西方发达国家的情况差距较大。为了全面改进我国的投资者关系管理状况，本文提出需要从宏观和微观两个层面，制定和实施战略性投资者关系管理的发展策略。

**关键词：**投资者关系管理；战略管理；信息披露

## **Abstract**

Chinese securities market has been developing in the course of twenty years, the extraordinary achievement has been got in today's stock market, mainly due to the investors, especially the broad participation of medium and small investors. For this reason, more and more investor relations management has been paid more and more attentions by securities regulatory authorities, business owners and even the entire capital market. The goal of Investor relations management is to maximize the value of corporation. To manage the exchange of information between the other financial institutions and investors and corporations, mainly using the methods of finance and marketing and so on. It is the inevitable outcome of economic development and the rise of equity markets.

With the formation of supplying and demanding relation is been done between a buyer's market and the securities market, meanwhile, the management of the value of corporations is to be as a new means of assessment . The management of investors' relations will become a very effective management tool to create the value of the listed company and to strengthen exchanges and communication of the investors and intermediaries. In such a context, the research between the management of investors' relations and the value of listed companies is very important.

To explain the importance of the management of investors' relation, based on the perspective strategy of the corporations. As an important part of the listed company's competitive strategy, which not only provide information to the information users, but also promote the development of dynamic equilibrium between the listed companies and investors. It is also a long-term strategy, sustainable behavior. With the changes in business strategy, the listed companies want to acquire the acceptable of the existing and potential investors, they need to constantly communicate with them and talk about the company's operations and strategy.

Through the research we found that the importance of investor relations is not

been paid attention by majority of China's capital market companies, lower level of practice, lots of problems. To compare with the Western countries, it has a larger gap. In order to improve the overall situation of China's investor relations management, this paper suggests that to develop and implement a strategy about the management of investors' relations from the macro and micro levels.

**Keywords:** Investor Relations Management, Strategic Management, Information Disclosure

厦门大学博硕士论文摘要库

# 目录

<b>第一章 导论 .....</b>	<b>1</b>
<b>第一节 研究背景和意义 .....</b>	<b>1</b>
一、研究背景.....	1
二、研究意义.....	2
<b>第二节 文献综述 .....</b>	<b>3</b>
一、国外文献综述.....	3
二、国内文献综述.....	5
<b>第三节 研究目的及主要内容 .....</b>	<b>8</b>
一、研究目的.....	8
二、主要内容.....	8
<b>第二章 投资者关系管理 .....</b>	<b>10</b>
<b>第一节 投资者关系概念的界定 .....</b>	<b>10</b>
一、相关机构的界定.....	10
二、国外学者的界定.....	10
<b>第二节 投资者关系管理的理论演进与实践发展 .....</b>	<b>12</b>
一、投资者关系管理生成与演进.....	12
二、投资者管理关系的理论溯源.....	13
三、投资者关系管理的实施流程.....	15
<b>第三节 我国投资者管理关系的现状 .....</b>	<b>17</b>
<b>第三章 投资者关系管理与企业战略管理的关系 .....</b>	<b>19</b>
<b>第一节 战略管理 .....</b>	<b>19</b>
<b>第二节 投资者关系管理的战略作用 .....</b>	<b>20</b>
一、促进公司资本营销.....	20
二、化解公司治理危机.....	21
三、提高上市公司市值.....	22
四、小结.....	24

<b>第四章 基于企业战略角度的投资者关系管理</b> .....	<b>25</b>
<b>第一节 战略性投资者关系管理的基本内涵</b> .....	<b>25</b>
<b>第二节 我国投资者关系管理存在的问题</b> .....	<b>26</b>
一、缺乏专业的 IRM 服务机构 .....	27
二、企业没有独立的 IRM 部门 .....	27
三、投资者关系管理工作单向、消极并带有短期性.....	28
四、IRM 专业人才匮乏 .....	28
<b>第三节 战略性投资者关系管理的发展策略</b> .....	<b>29</b>
一、宏观层面策略.....	29
二、微观层面策略.....	30
<b>第五章 结论</b> .....	<b>33</b>
<b>第一节 主要研究结论</b> .....	<b>33</b>
一、投资者关系管理的战略作用.....	33
二、战略性投资者关系管理的策略.....	34
<b>第二节 未来研究展望</b> .....	<b>35</b>
一、深化“企业战略管理中投资者关系管理”的基本理论探索 .....	35
二、完善战略性投资者关系管理的企业实践对策.....	36
<b>参考文献</b> .....	<b>37</b>

## 第一章 导论

### 第一节 研究背景和意义

#### 一、研究背景

自我国证券市场诞生以来，整个资本市场有了长足的发展，上市公司为了融资大多采用发行股票的方式。在中国资本市场的发展进程中，社会公众投资者一直是最大的支持力量，为金融事业的发展壮大做出了重要贡献。在中国证券市场发展二十多年历程里，之所以能够超常规发展、有了今天的证券市场，主要是由于投资者，尤其是广大中小投资者的广泛参与。

但长期以来，在股权分置等制度缺陷下，在信息不对称的市场背景下，广大中小投资者一直都是市场的“弱势群体”，公众投资者也缺乏自我保护的手段和工具。事实上，投资者的投资决策行为是中国股市特征的函数。近几年大量损害中小投资者利益的案件，如操纵市场、虚假陈述、内幕交易等时有发生，严重打击了投资者对股市的信心，造成公司股价大幅下跌，上市公司陷入了空前的信任危机。

投资者关系管理 (Investor Relations Management, 简称 IRM) 是市场经济发展和股权兴起的产物。根据全美投资者关系协会(NIRI, 2001)的定义，投资者关系管理，或投资者关系 (Investor Relations) 是“投资者关系管理目标是实现企业价值最大化，主要运用金融学、市场营销学等方法来管理公司与其他金融机构和投资者之间的信息交流”。投资者关系管理作为现代企业的一种战略管理方式，其发展水平已成为资本市场走向成熟的一个重要标志。

在中国，熟悉投资者管理的人并不多，但随着中国证券市场不断走向成熟，投资者关系越来越引起监管机构的重视。2002 年中国证监会提出“推动投资者关系管理，把投资者关系管理作为公司治理的一项重要制度，在上市公司中加以全面推进和建立”，并于 2005 年 7 月 11 日发布了《上市公司与投资者关系工作指引》。在监管部门的推动下，众多上市公司纷纷制定并披露了 IR 制度、规定或规范，开展属于投资者关系范畴的工作，如公布年报、路演、公布咨询电话专门

服务股民、网上直播新股发行等。中国的投资者关系与西方成熟市场经济国家相比还有很大差距，由于我国证券市场本身并不完善、董事价值观念陈旧、理论研究深度不够专业投资者关系管理人才缺乏等原因，在我国并没有形成完善的投资者关系理念。很多公司不重视投资者关系的日常管理，一旦发生紧急事件，虽尽力挽救，仍不能恢复投资者的市场信心。其实，上市公司的投资者关系管理基本是被动的、应急式的，导致管理效果非常不理想。

随着证券市场买方市场供求关系的形成以及市值管理作为新的上市公司考核手段的取向，投资者关系管理将成为上市公司创造价值、加强与投资者及中介机构交流与沟通的有效管理工具。在这样一个背景下，研究投资者关系管理与上市公司价值之间是非常具有理论价值和实践意义的。

## 二、研究意义

投资者关系以及投资者关系管理，是伴随着资本市场形成和逐步发展而产生和深入的。它作为一种在有效信息沟通基础上增进公司价值的机制，是公司治理的一项前沿性课题。但是，目前对投资者关系的论述还主要停留在公司治理的层面，理论深度尚有待挖掘。另外，国内上市公司 IRM 普遍存在功利性重、目标不清、沟通不足、渠道单一、形式多于实质等特点，整体情况不容乐观。随着全流通时代的到来，国内 IRM 面临着越来越严峻的考验，在上市公司发展战略中的地位越来越重要。在上市公司发行股票、再融资由市场决定的时代，上市公司能否高效融资取决于 IRM 的好坏，而保持畅通的融资能力在上市公司发展过程中的核心竞争力之一。<sup>①</sup>

虽然投资者关系更加强调的是公司治理和企业绩效，但投资者关系不仅仅是公司治理和企业绩效问题，而是公司的战略管理行为。投资者关系管理不再是单纯的公司治理，而是兼有公司治理和市场沟通的功能。股价受投资者信心的影响，这种信心并非无源之水、无本之木，而是建立在公司管理层做出并遵守重要承诺的基础上，公司能够通过向投资者提供稳定性和预测性来有效地建立这种信心。上市公司不仅应该公布公司的人事、财务、规则、章程等基本信息，更应该在信息披露过程中客观、诚实、准确、及时地阐述公司的愿景和核心竞争力、发展潜

<sup>①</sup> 朱宇：《全流通时代 投资者关系管理将成为公司战略行为》，《中国证券报》2007 年 8 月 13 日第 A13 版。

力等信息以便投资者适时做出正确的投资决策,并增强投资者对公司进行长期战略投资的信心,从而形成忠诚的投资者群体。因此,我们在对投资者关系进行研究时更重要的是从公司战略、运营体系、规范治理、创造价值、利润最大化的高度加以把握,而不仅仅局限于基本的概念、作用、运作技能方面的了解。

## 第二节 文献综述

### 一、国外文献综述

投资者关系管理最早出现于 20 世纪 40 年代末 50 年代初的美国。下面我们着重介绍一下投资者关系管理在欧美国家的发展,无论是理论研究还是经验研究,都值得我们思考和学习。

1989 年 Pincus 提出投资者关系的四个目标:(1)合法;(2)可靠;(3)安抚;(4)股票支持,股价最大化。

1989 年 Lincoln 认为投资者关系的目标包括:(1)符合法律法规的规定;(2)使公司的股票或债券得到公平且真实的评价,使投资者事先了解公司相关事项;(3)参与股票期权的员工可以获得激励和保障。

1989 年 Rayder 和 Register 认为 IR 对于建立公司与投资者之间的关系具有战略意义。并且 IR 活动必须遵循三个原则:第一,为了满足公司利益必须取得和维持高股价;第二,为了降低融资成本必须提高投资者信心;第三,吸引国内、国外投资者投资公司的股票或债券,满足公司融资需求。

1989 年 Johnson 指出投资者关系主要是为了使公司的股票得到公平的市场价格。股票的市场价格往往不是由上市公司所决定的,而是由买卖双方互信的价格决定的,因此投资者的信心对公司极为重要。为了产生公平的市场价格,只有清晰准确地将有关股票现在的状况和未来发展情况传递给投资者。Johnson 认为股票代表的是股东拥有公司的部分所有权,它代表了权益、负债或两者的混合,而投资者购买的是未来的收益。

1991 年 Diamond 和 Verrecchia 指出公司为了降低筹资成本可以通过披露公共信息来降低信息不对称实现的,信息披露可以增加证券流动性从而吸引更多投资者,增加投资者对股票的需求。大公司通过披露更多的信息会从中获益。

1991年 Mahoney 提出投资者关系能够为股东及潜在投资者提供信息及基本需求。它也可以促进公司降低筹资成本、提高股价、增强股票流动性。另外，各个公司目的不同，例如提高投资者的兴趣、提高公司知名度、增加分析师的关注度、鼓励机构投资者参与等。

1993年 Lang 和 Lundholm 认为，上市公司通过投资者关系管理能够提高信息披露的质量，增强与股东之间的信任度，提高投资者的满意度、忠诚度从而降低融资成本。

1995年 Eccles 和 Mavrinac 研究发现提升投资者对于公司管理层的信心是公司信息披露最主要的利益，而准确透明的信息公开、清晰的策略、具有说服力的策略以及任何情况下都能诚实准确地公开信息能极大提高投资者对于公司管理层的信心。

1996年 Trueman 指出，跟踪公司的分析师的数量越多公司期望的股价越高，这样就会导致市场参与者无法观测市场有经验的交易者的数量。文章指出，管理层为了吸引有经验的交易者从而实施投资者关系管理。在市场上交易该公司股票的、有经验的投资者数量的信息不完全的前提下，每增加一个有经验的交易者都会潜在的提升股票价格。

2000年 Brennan 和 Tamaronski 经过一系列的论证后指出股票价格跟投资者关系政策存在直接联系。

2000年 Brennan 和 Kelly 提出，公司从事投资者关系为了重点实现三个目标：第一，通过让投资者了解所有信息、减少负面信息、降低投资者的不稳定性从而提高投资者信心，建立并维持最高的股价；第二，通过提高资本市场的信心，降低筹资成本，提高自己的议价能力；第三，对股东构成施加影响。

2000年 Clarke 和 Murray 问卷调查发现通过与个人投资者沟通可以建立投资者信心，提升投资者对公司良好的印象。

2002年希金斯对美国财务分析师协会随机抽取的 419 位证券分析师的邮寄调查问卷进行了实证检验，发现在 1984-1987 这三年间公司财经信息沟通的质量与市盈率之间的重大关联关系，即财经信息沟通比较好的公司其市盈率比财经信息沟通较差的公司增长更快。

2006年 Chang, Watson 和 Wee 指出成功的投资者关系可以提高公司信息披

露质量、增进投资者对公司的理解、提高分析师的关注度以及吸引各机构投资者。文章通过基于网站衡量投资者关系的方法,发现作为投资者关系政策的一个功能信息披露能对公司信息不对称产生影响。研究还发现公司持续披露高质量的信息可以从降低信息不对称及其较小波动中获益。

2007年 Bushee 和 Miller 通过观察 210 家中小公司增加投资者关系活动的情况发现公司在信息披露、媒体关注和跟踪的分析师数量等方面有所提升,并且公司机构投资者权益有所增加。公司价值在投资者关系部门成立之后得到快速提升。

## 二、国内文献综述

2004 年李心丹等指出,投资者关系管理是公司为了促进投资者对公司的了解和认同、实现公司价值最大化而自愿进行充分的信息披露,综合运用金融和市场营销的原理加强与投资界的沟通。

2004 年李胜楠等利用非对称信息理论对投资者关系管理的运作机理进行了研究,并根据我国实际情况,提出了从外部制度环境完善和公司主动向投资者传递信号两个角度完善投资者关系管理的建议,从而提高我国的公司管理水平,增强国际竞争力。

2004 年李建华等通过博弈论来研究公司投资者关系管理,研究发现不同利益相关者对信息沟通有不同的要求,上市公司经营者和投资者利益不同,从而存在博弈的需要。上市公司为了与投资者进行合作性博弈、实现双方合作共赢只能通过规范化的投资者关系管理来实现。

2005 年林斌等研究发现投资者关系管理与公司绩效之间存在着内生性关系,两者具有显著的正相关关系。投资者关系管理能够促进公司绩效,尤其是在控制了内生性问题之后表现尤为突出,同时公司绩效对投资者关系管理也存在着强烈的反馈作用。

2006 年王咏梅等提出投资者关系战略能够提高公司的核心竞争力,对上市公司战略管理具有重要意义。它具有提升公司长期战略利益、促进资本营销和化解公司危机的功能。它能够增强上市公司与投资者之间的沟通和交流、提高投资者信心、增强上市公司的知名度,从而实现投资者价值的最大化。

2006 年杨春华指出,良好的投资者关系管理既是上市公司管理发展和完善

治理结构的内在要求,又是上市公司获得持续低成本融资能力和提升自身投资价值的自发需求。在中国市场经济快速发展、监管机构推动、信息技术完备、专业化人才培养已经开展的情况下,我国实施投资者关系管理是可行的。

2006年徐刚通过对上市公司行为决定因素的回归分析后发现,规范化在IRM影响因素中位居首位、影响显著,其他因素如主观效用、市场化及信息化等都对IRM产生一定影响,但影响效果有限。

2006年由杨德明、辛清泉基于法学与金融学理论提出上市公司投资者关系与企业代理成本具有负相关的观点。长期以来消息闭塞性以及信息不吻合性存在于上市公司与投资者之间,而上市公司投资者关系极大缓解了这一情况,使得信息交互流通于上市公司与投资者之间。由网上上市公司投资者关系信息检测结论可很明显得出IR指数(即上市公司投资者关系指数)与大股东占款存在负相关关系,与资产周转率以及管理费用率无明显关系。与领导人的经营效率以及公司的运转效率也无显著关系。此种关系说明,从某种程度上说大股东受制于上市公司投资者关系,而小股东收益也被掠夺。

马连福于2005年以中国家族上市公司为样本,提出了现金流权比例与公司价值显著负相关;投资者关系管理与公司价值显著正相关。该结论是通过投资者关系管理嵌入效应与现金流权价值效应以及他们之间的调节机制进行分析研究得出。同时还发现中国上市家族公司的现金流权与控制权存在严重分离现象,极大降低了公司价值,表明公司的投资者关系管理水平极其的低。而内部大股东所占现金流权比例对掠夺公司利益相应降低,这在重视投资者关系管理上市家族公司尤为明显。

张婉君对首届和第二届中国投资者关系年会评选出的53家中国A股公司,IRM优秀公司和53家配比公司,共计106家上市公司的绩效考核机制与投资者管理水平进行研究,提出了投资者管理水平与公司考核绩效呈正相关关系。

李心丹,肖斌卿,张兵,朱洪亮对中国上市公司投资者关系管理的价值效应进行了研究。通过对实际运用案例的精准分析,结合相关理论机制,并以IR指数和体现公司价值相关指数为基础,检验数据,对比数据,根据理论解释,得出投资者关系管理水平与托宾Q值呈显著正相关关系;同时还发现投资者关系管理水平较高的上市公司,其主营产品收益率、每股净资产,每股收益,总体净资

产收益率也相对较高，具有明显的正相关关系。此验证结果表明，投资者关系—管理水平较好的上市公司，一般会拥有较高的收益率，较强的业务扩展能力，同时其资源整合，信息流通性也相对发达。上市公司的价值可通过管理好投资者关系得到提升，而投资者也乐意对管理良好并重视投资者关系的上市公司支付溢价。

肖斌卿，李心丹分别对机构投资者持股、外部股权、高管层持股、控制权分离、外部董事、公司规模、公司绩效、财务杠杆与 IRM 水平进行了考察研究。该研究以 IRM 指数和公司价值相关指标来度量上市公司 IRM 水平。研究结果说明，机构投资者持股和外部股权与 IRM 有很强的正相关关系。IRM 水平与高管层持股呈现 U 型关系。公司内部控制权分离与 IRM 水平正相关关系较弱。而外部董事并不能弥补投资者关系管理的不足，反而有可能取代 IRM。公司规模和公司绩效与 IRM 具有正相关关系，而财务杠杆与 IRM 存在负相关关系。研究还发现，IRM 水平与发行 B 股、公司海外上市存在显著的正相关关系。

陈德球通过理论解释和案例分析考察了 IRM 价值效应与相关公司治理因素的关系。为使更精准的分析他们之间的关系，构建联立方程组来验证上市公司网站 IRM 水平的影响作用。研究发现公司规模、业务扩张率、业绩好坏、流通股比重等因素对公司网站 IRM 影响作用非常大。公司规模大、业绩好的上市公司在网站上开展投资者关系管理更易于进行。中小投资者对公司的再融资也起到相当大的作用，不容小觑。公司管理者做好与中小投资者的关系，也显得至关重要，可通过内部激励、主动沟通交流，任何信息的知情权等拉近与中小投资者关系，以保证再融资方案的顺利实施。管理者也需及时对流通股股东进行沟通，这对流通股比重大的上市公司尤为重要。为满足机构投资者的需求，加之其对管理者的压力，上市公司会积极加强网上投资者关系管理。

冯彦杰，徐波通过调查统计分析，网站 IRM 发展水平在香港上市公司中总体上明显高于大陆上市公司。与网站投资者关系有关的种类，数量，质量等都远比不上香港。这在上海证券交易所和香港证券交易所上市的蓝筹公司的网站中与投资者关系有关的条目得到验证。

### 第三节 研究目的及主要内容

#### 一、研究目的

本文通过引入投资者关系管理概念，并追根溯源翻阅相关文献了解其起源与发展历程。深刻分析了优秀 IRM 案例在上市公司中运用，同时对 IRM 相关理论有了更进一步的理解。尽管国内上市公司投资者关系管理在理论研究和实际检验中有所进展，但是与国外相比，仍存在较大差距。其一，在投资者关系管理的理论研究上，多是对其概念及浅层面意义的介绍，深入透彻的理论研究和 IRM 指数、公司价值指标等相关数据检验分析方面的文献相对较少。其二，在投资者关系管理的实践上，很多上市公司对 IRM 知之甚少，并未意识到它给公司带来的价值以及它的重要性，所以对投资者关系管理不够重视；有些上市公司有了解投资者关系管理，但过于浅显。而有些开展投资者关系管理的上市公司缺乏一种长远策略性规划，仍是一种短期临时性行为。本文结合中国上市公司投资者关系管理在实际运作中存在的问题及缺陷，利用国内外现有的研究成果，集思广益，提出创新性建议，推进在上市公司 IRM 方面的研究。一方面先从理论解释进行深入探讨，让上市公司认识到投资者关系管理的重要性和必要性，让其自身感受到开展 IRM 工作的可行性及紧迫性。另一方面还对上市公司对投资者关系管理的实际操作进行实际检验及调查分析，深入探讨了投资者关系管理工作中的策略、方法和执行手段，给出战略性建议以供上市公司参考及操作。

#### 二、主要内容

本文在研究过程中，将投资者关系管理理论研究与实践的现实问题相结合，对研究主题进行分析和探讨。论文主要内容如下：

首先，论文研究了投资者关系管理的基本理论。在厘清基本概念的基础上，一方面通过梳理投资者关系理论的生成与演进，指出 IRM 及模式的理论源泉是关系营销理论和投资者保护理论，并较为系统地阐释了上述两种理论的基本内容；另一方面还研究了投资者关系管理具体实施过程，详细阐述了投资者关系管理的具体流程，即投资者关系管理的定位、设立投资者关系管理组织机构、制定投资者关系战略目标体系、实施良性双向信息沟通、提高公司透明度。本部分还概览

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

廈門大學博碩士論文摘要庫