

財經媒體的專業操守與使命

企業管治



何顯文

香港股市散戶投資者知識不足，主要靠個人直覺經驗和貼士消息作炒賣，未能真正了解股市的原理和遊戲規則。

根據去年渣打公司管治研究中心督註冊財務策劃師協會進行的一項調查，本地投資者利用媒體消息多於僱用專業投資理財顧問，以取得建議作投資決定。又根據今年底證監會委託渣打完成的一個散戶投資者行為調查，發現只有約兩成投資者在過去兩年曾使用專業投資顧問。

香港作為金融中心，資訊特別發達，有多種收費或免費報章、電視、電台、手機及互聯網等媒體訊息平台，提供各式各樣財經消息。除兩份財經報外，綜合報章財經版過去十年飛躍發展，由最初只有兩頁發展到十多頁自成一套。交易所和證監會向上市公司披露要求增加，上市公司當有重大或關連交易時都曾在財經版上作公布，因此也大大提升了上市公司的透明度。最近除有線電視外，NOW TV和無線收費電視成立專線新聞財經台，令財經傳媒人才一時成為市場爭奪對象（有關媒體市場競爭狀況可參閱今期《信報月刊》）。

股評人製造橫財夢

本地傳統綜合報章及免費電視台一向給人感到水平仍舊。收費電視的興起和盛行，反映部分市民願意付錢收取較高質素的新聞和財經資訊，因此有關內容和市場空間仍很大。有線新聞台過去幾年已受到廣大市民的認同和讚賞，也發揮了一定的影響力（如觀眾收看新聞習慣和增加新聞分析深度）。近期收費電視財經台以打造財經資訊權威的姿態出現，特別是NOW TV以香港首家二十四小時播放的財經電視台出現，令人耳目一新，有所期望。

但話說回來，目前本港大多數的媒體財經平台都是以發放最新市場價位行情、公司消息、分析意見及炒股貼士（如止賺或止蝕位）

專欄為主，其重要對象為短線炒家，內容流於表面化，甚至有鼓動炒風之嫌。相對較少量基本分析及投資者教育功能。特別在上市公司資產與營運狀況、管治質素、策略、風險及前景因素等方面，都缺乏深入獨立研究分析。

財經媒體股評欄一般投資者所好，為其製造一些橫財夢，免費提供買賣貼士。相比於財經媒體資訊的增加和質素提高，股評專欄的水平就顯得遜色得多。

甚至有評股人以所謂「買錢」形式自行炒賣，經常告訴觀眾自己「威士忌」的戰績，但究竟有幾多這些「開倉」炒股股的作用者真實買賣，令人懷疑。假如這些炒股欄作者真的那麼厲害，又何須每天花時間寫股評貼士？真正有買賣而賺錢的，也可能是炒即日市（早上買，下午賣），以最低價買入高價即時沽出。但一般股民無法也無時間跟從這些專賣炒家作買賣，看專欄消息後跟風已買了貴貨甚至被騙。

主動避嫌減少依賴廣告

媒體評股人的獨立性近期也受到關注。近年上市公司高層對分析員或媒體披露消息時也特別小心，以免被監管組織追究。至於對評股人的監管，證監會只能直接監管持牌分析員，要求其在專欄或節目內交代個人利益資料和自己買賣是否與所作推薦一致。但對非持牌評股人，為了尊重媒體言論自由，證監會無法作出監管，只有請評股人自律及媒體管理層作出監禁。

在過去被揭發的造市案中，能影響股價消息的人卻被視為有一種特殊權力。事實上，財經傳媒編輯、記者、分析員和評股人都有機會擁有這些權力。一些傳媒機構已引入一套機制，讓有關人士主動申報個人利益（但未必在媒體作公布），包括個人持股及投資買賣紀錄。如有關財經新聞報導或分析涉及該股份，有潛在利益衝突的編採人員或作者為公債力或公眾利益一般會主動避嫌，盡量避免參與編採或寫作有關事件或公司，即便人手關係必須參與，其部門主管或主編也會特別留意所報導的內容是否有偏倚。這些機制是假設傳媒人是自律有

專業操守的，但不能確保沒有「濶綫」或虛報。萬一「出事」還有關單位調查時，自律的編採人員或評股人亦可還自己一個清白。

近年市場流行所謂IR（即投資者關係），但不少上市公司把PR包裝為IR，其高層主動與傳媒人打好關係，出錢贊助個別節目或專欄，有意或無意嘗試影響編採人員或評股人的報導。

另一方面，市場流傳有些媒體為了保障其廣告收益，一直不敢向一些客戶公司作出負面的報導或分析。這可從這些媒體絕少提及某隻股份可以推想得到。解決這些問題的大前提仍是靠傳媒組織文化和個人專業操守。另外，財經版應盡量減少對廣告收入的倚賴。無論如何，長期盲目吹捧或避免報導某企業股份，最後還是逃不了讀者或觀眾的雪亮眼睛。

事實上，筆者一直認為財經媒體有監管企業和教育大眾投資者的使命。財經資訊產品與一般消費品不同，從業員有維護公眾利益的社會責任和專業良知，而非只是為了收視率和盈利。本港財經媒體必須盡快轉型，除滿足用戶的資訊需求外，也要提升他們的個人智慧。作為投資者，亦應提升自己的眼光和獨立判斷力，以能有效選擇和運用有關資訊。

浸會大學工商管理學院院長



上月啟播的NOW財經台，是本港首家二十四小時播放的財經資訊台，令人耳目一新。