

上市公司如何处理负面舆情—我国股上市公司权存在的问题，如何改善-股识吧

一、如何应对公司危机公关的几点体会

在我的职业生涯中，见过不少企业由盛而衰，也参与过几家公司的危机救助工作，这些公司陷入困境的原因各不相同，有的是公司负责人涉案，公司信誉受到极大影响，各项业务陷入停顿；

有的是具体操作人员对所做的事情根本未弄清楚，公司又没有设立监督机制，导致投资失误，产生了重大亏损。

在应对公司危机的过程中，我有几点体会：

一是一个公司产生危机基本与风险和内部体制不健全有关系。

很多企业是家族式管理，一个人说了算，公司内部缺乏制衡“一把手”的机制，正如朱小黄在本书中所讲——“越是有才华的领导者，越需要制衡”；

有的公司决策层工作浮夸，内部没有明确授权，做了大量高风险的衍生产品交易，管理层竟然不知道，没有控制措施。

因此，设计独立、专业的风险管理机制是解决上述问题的关键措施。

在危机应对过程中，强调风险管理、建立健全制度与内控机制，对重新鼓舞社会各方对公司的信心十分重要。

二是每一个危机都是长时间积累的。

俗话说，冰冻三尺非一日之寒，书中讲“今天的措施已经解决不了昨天的问题，而只能承受，因为昨天的事情是不可改变的”。

解决危机必须正视危机形成的过程，并从中总结经验和教训，要“治未病”，亡羊补牢。

三是摊子过大，管理效率较低是危机的共同原因。

比如中信泰富公司，有很多优质资产，但战线过长。

在公司整合中，已下决心专注核心业务，如特种钢、铁矿石和内地房地产及与之相关的上下游业务，给投资者以清晰、明确的定位。

商业银行同样如此，要专业、专注，不能一味扩张规模，拉长战线，要“一心一意办好商业银行”。

四是资产负债率不能太高。

小黄同志提出发放审批贷款要坚持“五项基本原则”，其中一个就是资产负债率不能太高，很多企业陷入危机就是因为高负债。

在香港，综合类公司如和记黄埔的负债率一般在30%~40%左右，内地企业动辄60%~70%，甚至80%以上，这是非常危险的。

2008年金融危机中，金融机构同样是因为杠杆率过高而陷入危机。

五是提高执行力。

有时理论是对的，但实战中却得不到Cye*.cn有效贯彻，这就是执行力不够。

办企业更是如此，有时候项目是好的，但执行时失败了；

有时候项目不怎么样，最后结果却不错。

作为一个企业，需要经常综合各方面的情况进行分析论证，最后作出相应的决策，就像围棋的形势判断。

如果形势判断出了问题，决策就可能出现错误，这种失误将是致命的。

中国建设银行在重组上市的过程中，在国内大型银行中率先设立了首席风险官职位，小黄同志就是在这个关键时刻出任首席风险官，开始了风险管理体系的重构探索工作。

犯错误并不可怕，可怕的是重复犯同样的错误。

小黄同志这本书认真总结了2008年金融危机的经验教训，归纳了经营管理银行的原则和标准，言简意赅，一针见血，对我国银行业的长远发展具有参考价值。

书中观点简洁明快，很有见地，我深有同感。

我欣赏简练的行文方式，单刀直入的管理风格，这本书就有这个特点。

二、关于企业的负面报道应该怎么处理最合适？

删除不是最好的办法、应该建立一个舆情监测平台首先事前对于未形成危机的舆情做一个分析研判其次建立设立相应的部门或者新闻发言人处理这些负面舆情相应的你可以看看乐思舆情监测相关平台建设以及应对方面的资料记住了第一时间发现危机信息；

第一时间发布准确信息；

第一时间补救企业证明形象。

。

。

三、北京本果微博舆情监测系统怎么样？能解决那些问题？

本果微博舆情监测与分析系统在行业内知名度比较好，是一款集微博监测、分析为一体的网络舆情专业应用软件；

（1）第一时间发现敏感信息在微博中的传播微博有着庞大的用户群，相关统计显示，微博用户日均发布量约为2亿条，信息更新快。

如何打破运营公司屏蔽措施和搜索限制，在第一时间获得全面的信息，这是微博监

测首要解决的问题。

(2) 敏感信息的关注度理清粉丝关系，原创、转发、评论、话题，分析微博符号，归纳传播关系和影响力，是微博分析的关键环节。

本果微博舆情监测系统是各级政府、网络监督部门、品牌企业上市公司掌握微博舆情的好帮手，是在乱象丛生的微博世界里分辨是非、去伪存真的好工具。

四、公司负面危机处理大概需要多长时间?

快的3-4天，周期长的1-2个月。

不一定，要根据平台难易程度和数量看。

瑞津文化认为，危机预警和管理的企业开展互联网传播管理的重要组成部分。

在如今的互联网时代，负面信息可能来源于一条微博、一篇新闻、一则论坛帖子，甚至是一条电商网站上的评论。

对于公司来说，某个不起眼的负面事件有可能在一夜之间传遍整个互联网，造成难以想象和估算的后果和影响，一件看似不大的负面消息，可能导致公司涌现危机。

当负面信息出现，就需要及时处理，避免负面信息扩散和爆发。

负面危机处理的时间一来是根据负面数量以及负面信息来源与处理难易程度。

二来也很考验公关公司技术经验瑞津文化有稳定合作的媒体和专业人士，会根据公司具体情况来选择最快速有效的方法清除、压制住负面。

五、我国股上市公司权存在的问题，如何改善

我国上市公司股权激励存在的问题 1.公司内部：股权激励的实施存在缺陷

(1)对股权激励实施的根本目的和作用认识不足，导致实施效果发生偏差 实施股权激励的目的是为了使公司高管能够以股东的身份参与企业决策、分享利润、承担风险，从而勤勉尽责地为公司的长期发展服务，起到降低公司代理成本、提升管理效率，增强公司凝聚力和市场竞争力的作用。

为此，公司的股权激励计划应从战略出发，为公司的战略和愿景的实现服务，鼓励公司高管执行长期化战略，致力于公司的长期价值创造。

但部分上市公司缺乏长远眼光，股权激励仅局限于近几年的发展，行权等待期和限售期大都定得很短，使得激励作用受限。

部分公司股权激励计划所涉及的股票总数已用尽国家规定的额度（不超过公司股本总额的10%），也就是说，公司可实施股票激励的额度已被现有的管理层全部用完

，以后的管理人员不可能再搞股权激励，这种激励显然不利于公司的长远发展。部分上市公司甚至把股权激励当作一种对高管人员的奖励，公司绩效考核达标条件设置得过低，使行权轻易实现。

多数公司的股权激励缺乏约束机制和退出机制，一些公司的高管通过股权激励，变成了千万、亿万富翁，成天密切关注股价，缺少动力去想公司该如何发展。

公司实施股权激励事与愿违，没有起到激励高管人员的作用。

(2)股权激励由公司经营管理层控制，对激励计划的实施缺乏有效监控 目前，许多上市公司的真正控制者或掌握实际控制权者是公司的经营管理者，股东大会的职能弱化，国有股所有者缺位。

在这种情况下股权激励的决策往往受管理层控制，实施股权激励往往是“自己激励自己”。

为实现管理层的利益，公司降低股票激励的行权条件，甚至隐藏未来的规划和增长潜力，在设计激励方案去除利好预期，从而轻易行权。

这种激励计划不能代表股东的真实意图，并可能被公司管理层所滥用，甚至出现管理者在制定激励计划时损害股东利益的情形。

另一方面，我国上市公司内部普遍缺乏有效的内部监督机制，对于公司财务核算、经营管理者业绩的评价缺乏监控，对经营管理层缺乏必要的监督和约束，公司高管“自己激励自己，自己考核自己”，导致了上市公司大量的短期行为以及控股股东之间的不正当关联交易。

公司高管为了实现自己的利益，往往会损害企业长远利益，采取短期行为，如减少长期的研发费用、提高当期利润，高价套现持有的股票。

极端的情况是，激励受益人会粉饰报表、调节利润、操纵股价。

这不仅不利于公司的长期可持续增长，甚至有可能给公司和股东利益造成损害，给投资者带来较大的市场风险。

(3)股权激励方案中的公司绩效考核体系不够健全

绩效考核是实施股权激励制度的基本前提和重要内容。

目前我国上市公司业绩考核标准使用最频繁的为净资产收益率和净利润增长率，侧重于传统的业绩评价标准，财务指标体系不够全面、细致，非财务指标涉及较少。

过于简单的财务指标使股权激励的行权条件易于实现，无法全面、准确、客观地评估激励对象的工作成效，并会带来诸多负面影响，包括短期行为、高风险经营，甚至人为篡改财务结果。

2.公司外部：实施股权激励的环境有待改善

六、网络不实负面信息，舆情监控能有效遏制负面影响吗？应该怎么处理减少危害？

科盾清朗舆情监测系统在舆情事件发展之前提供发展趋势分析并及时预警，发送专

业的舆情简报及解决方案，并跟踪舆情的后续发展。

七、如何应对公司危机公关的几点体会

参考文档

[下载：上市公司如何处理负面舆情.pdf](#)

[《男友借钱炒股怎么办》](#)

[《股票软件红线代表什么数字》](#)

[《原始股东的股票什么时间能交易》](#)

[《为什么不要和股票谈恋爱》](#)

[下载：上市公司如何处理负面舆情.doc](#)

[更多关于《上市公司如何处理负面舆情》的文档...](#)

声明：

本文来自网络，不代表

【股识吧】立场，转载请注明出处：

<https://www.gupiaozhishiba.com/chapter/41048606.html>