

# 2018臺灣財務金融學會年會 暨國際研討會

學術場紀錄

記錄人: 吳保婷

**5/25 Keynote Speech**

**Topic: IQ from IP : Simplifying Search  
in Portfolio Choice**

**Speaker: Lauren H. Cohen**

**(L.E. Simmons Professor, Harvard University)**



Pro. Cohen於5/25在政治大學商學院玉山國際廳進行演講。

主題為IQ from IP : Simplifying Search in Portfolio Choice

由於共同基金期望降低其投資組合選擇的問題，共同基金經理人會收集一些特定公司及內部人資訊，此做法對其投資組合選擇及其資訊內容具有強大影響。



根據SEC資料，若一基金經理人上一季下載某一公司內部人資料，則當季下載此公司的可能性超過41.3%。基金經理人主要追蹤的內部人包含CEOs, CFOs、董事會成員等。這些內部人交易有近八成為股票賣出。



買進此追蹤股票能獲得較大的超額報酬（一季約3.54%），因內部人買進股票的雜訊遠小於賣出股票。然一家機構出的平均追蹤股票可得到7.5%的年化DGTW-adjusted alpha，而出售平均未追蹤股票則趨近於零。且此跟踪交易的表現持續多個季度，在樣本期間內無反轉。總體而言，這些結果表示，追蹤交易中的資訊對於公司基本面價值非常重要，且只有在內部人士和相關機構進行資訊豐富的雙重交易之後才會顯示。

**5/26 Keynote Speech**

**Topic: Buying the Verdict**

**Speaker: Lauren H. Cohen**

**(L.E. Simmons Professor, Harvard University)**



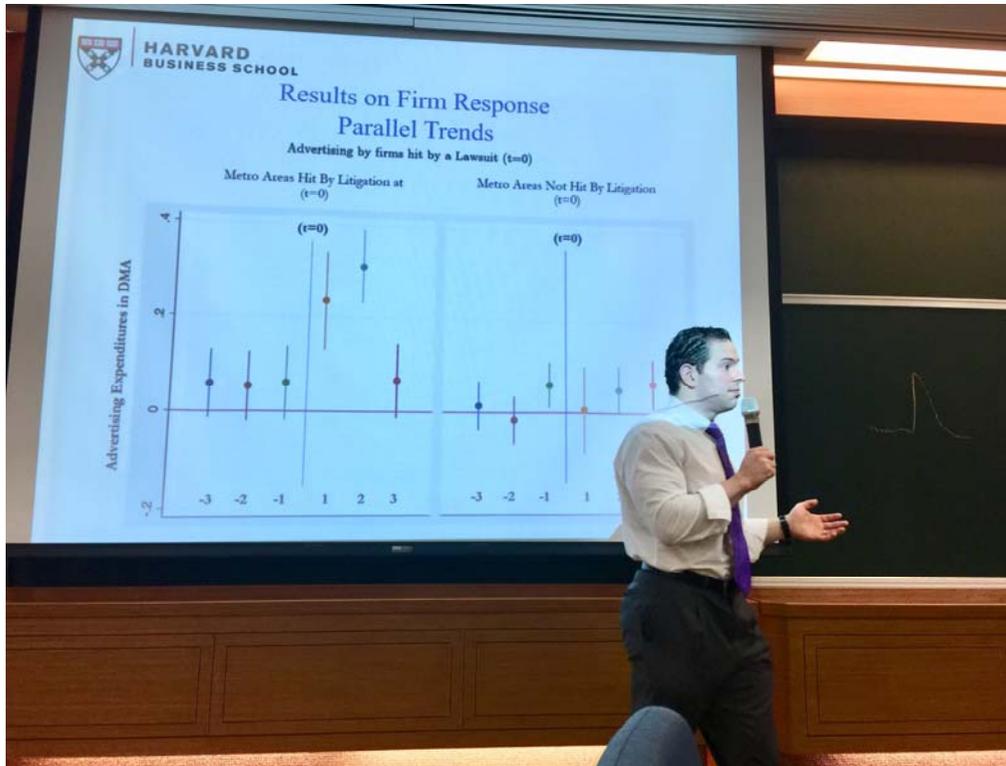
Pro. Cohen 5/26在政治大學商學院元大講堂進行演講  
主題為: Buying the Verdict  
演講開始前Pro. Cohen與台下聽眾進行簡單互動



研究美國公司在行銷廣告方面的投入與公司被起訴的關聯。  
由於美國法院的陪審團制度，在初次訴訟結束之後公司會針對當地進行一系列的廣告行為，透過各種管道以期望對於陪審團成員產生影響，進而影響最終判決。



一間公司在該地點接受審判後，會恰好在訴訟開始後大幅增加專門的，針對該地區的廣告，並且這些暴增的行銷廣告費用會突然出現在初次訴訟後，而非訴訟前。此種增長並非來自當地城市突然繁榮成為值得被行銷的地方，因為此種行為在小城鎮中依然存在，且在小城市發現此現象的比例更高。此行為也出現在位處產業中上游的公司，即一些並未直接接觸一般大眾、較不需要追求商譽的公司，故可合理推測此行為與訴訟有極大關連。



公司的廣告行銷並非針對公司產品，而是公司本身的品牌。此種廣告花費約在三年後回歸正常。  
由於網路平台像FB並不願意透露廣告相關資訊，故成為研究限制。