

媒体注意力会引起股票的异常收益吗?----来自中国股票市场的经验证据

饶育蕾,彭叠峰,成大超

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 通过考察媒体注意力与股票月度收益之间的关系,发现媒体对上市公司的关注度越高,在接下来一个月中,其股票的平均收益率越低.以2000年8月到2008年1月为样本区间,通过买入低关注度股票、卖出高关注度股票构建的零投资套利策略具有显著的超额收益,月平均溢价为0.46%,经Fama和French的三因素模型及Carhart的四因素模型调整后仍然显著,并且具有行业调整后的稳健性,这与Fang和Peress的结论一致.但我们认为这种异常收益主要来源于高关注度股票组合的弱势表现,而不是低关注度股票的“未报道信息溢价”,这一点与Fang和Peress所提出的信息补偿假说相悖,却与基于有限注意的“过度关注弱势假说”一致.此外,月历效应对媒体效应的影响,媒体效应与规模、波动率和换手率以及前一期的股票收益之间的交互关系从某种程度上支持所提出的研究假设.

关键词 [媒体效应](#) [有限注意](#) [异常收益](#) [过度关注弱势](#)

分类号

DOI:

对应的英文版文章: [2010020287](#)

通讯作者:

作者个人主页: 饶育蕾;彭叠峰;成大超

扩展功能

本文信息

▶ [Supporting info](#)

▶ [PDF](#) (833KB)

▶ [\[HTML全文\]](#) (0KB)

▶ [参考文献\[PDF\]](#)

▶ [参考文献](#)

服务与反馈

▶ [把本文推荐给朋友](#)

▶ [加入我的书架](#)

▶ [加入引用管理器](#)

▶ [引用本文](#)

▶ [Email Alert](#)

相关信息

▶ [本刊中包含“媒体效应”的相关文章](#)

▶ 本文作者相关文章

· [饶育蕾](#)

· [彭叠峰](#)

· [成大超](#)