

CEO Twitter Use and Firm Disclosure Quality

Rui-Xiang Zhai

Department of Money and Banking,
National Kaohsiung University of Science and Technology

Ming-Che Hu

Department of Finance, Chung Yuan Christian University

Chih-Yung Lin

Department of Information Management and Finance,
National Yang Ming Chiao Tung University

Thi Khanh Ha Ngo

College of Management, Yuan Ze University

In this study, we investigate whether a CEO's Twitter use influences the disclosure quality of a firm in the S&P1500 from 1992 to 2016. We find that CEO tweets have a significantly positive relation to disclosure quality. We also identify information asymmetry and market competition as channels through which the effect of these tweets becomes stronger. Further, we use a two-stage least-squares regression (2SLS) analysis and find consistent results. Overall, we find that CEO tweets can enhance disclosure quality that thus reduces the information asymmetry between firm managers and the public in the capital market.

Key Words: Disclosure quality, CEO Twitter, social network, information asymmetry, market competition.

JEL: G32, G34, G40.

「政策與管理意涵」

本文章探討經理人推特使用是否會影響公司的揭露品質。研究樣本選自美國標普 1500 成分股自 1992 年至 2016 年。我們發現經理人推特推文對於公司的揭露品質有正向的幫助。而且資訊不對稱與市場競爭程度是此現象存在的可能管道。總而言之，我們發現經理人推特的使用可以強化公司的揭露品質並降低公司經理人與一般投資人之間的資訊不對稱。

經理人推特使用與公司揭露品質

翟瑞祥 胡銘哲 林智勇 Thi Khanh Ha Ngo

本文章探討經理人推特使用是否會影響公司的揭露品質。樣本選自美國標普 1500 成分股自 1992 年至 2016 年止。我們發現經理人推特推文對於公司的揭露品質有正向的幫助。我們也發現資訊不對稱與市場競爭程度是可能的管道去解釋此經理人推特效果。除此之外，我們也使用兩階段最小平方法得到一致的結果。總而言之，我們發現經理人推特的使用可以強化公司的揭露品質並降低公司經理人與一般投資人之間的資訊不對稱。

關鍵詞：揭露品質、經理人推特、社會網絡、資訊不對稱、市場競爭程度。

JEL: G32, G34, G40.

翟瑞祥：國立高雄科技大學金融系；胡銘哲：中原大學財務金融學系；林智勇：國立陽明交通大學資訊管理與財務金融學系；Thi Khanh Ha Ngo：元智大學管理學院。