

证券发行与承销管理办法(征求意见稿)

第一章 总则

第一条 为了规范证券发行与承销行为,保护投资者的合法权益,根据《证券法》、《公司法》,制定本办法。

第二条 中国证券监督管理委员会(以下简称中国证监会)依法对证券发行和承销行为进行监管。

第三条 发行人在境内发行股票或可转换公司债券(以下统称证券),证券公司在境内承销证券以及投资者认购境内发行的证券,适用本办法。

发行人、证券公司和投资者参与证券发行,还应当遵守中国证监会有关证券发行的其他规定,以及证券交易所及证券登记结算机构的业务规则。证券公司承销证券,还应当遵守中国证监会有关保荐制度、风险控制制度和内部控制制度的相关规定。

第四条 为证券发行出具有关文件的证券服务机构和人员,应当按照本行业公认的业务标准和道德规范,严格履行法定职责,对其所出具文件的真实性、准确性和完整性承担责任。

第二章 询价与定价

第五条 首次公开发行股票,应当通过向特定机构投资者(以下称询价对象)询价的方式确定股票发行价格。

询价对象是指符合本办法规定条件的证券投资基金管理公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者以及经中国证监会认可的其他机构投资者。

第六条 询价对象及其管理的证券投资产品(以下称股票配售对象)应当在中国证券业协会登记备案,接受协会的自律管理。

第七条 询价对象应当符合以下条件:

(一)依法设立,最近12个月未因重大违法违规行为被相关监管部门采取监管措施或进行行政处罚;

(二)经相关监管部门批准,可以进行股票投资;

(三)信用良好,拥有独立从事证券投资所必需的机构和人员;

(四)拥有健全的内部风险评估和控制系统并能够有效执行,风险控制指标符合有关规定。

第八条 下列机构投资者作为询价对象除应当符合第七条规定的条件外,还应当符合以下条件:

(一)证券公司经批准可以经营证券自营或证券资产管理业务;

(二)信托投资公司经过相关监管部门重新登记两年以上,注册资本4亿元以上,最近12个月有活跃的证券市场投资记录;

(三)财务公司成立两年以上,注册资本3亿元以上,最近12个月有活跃的证券市场投资记录。

第九条 主承销商应当在询价时向询价对象提供投资价值研究报告。发行人、主承销商和询价对象不得以任何形式公开发表或披露投资价值研究报告的内容。

第十条 投资价值研究报告应当由承销商的研究人员独立撰写并署名,承销商不得提供承销团以外的机构撰写的投资价值研究报告。出具投资价值研究报告的承销商应当建立完善的研究报告质量控制制度,撰写人员应当遵守证券公司内部控制制度。

第十一条 撰写投资价值研究报告应当遵循以下原则:

(一)独立、审慎、客观;

(二)引用的资料真实、准确、权威并须注明来源;

(三)对发行人所在行业的评估具有一致性和连贯性;

(四)无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

第十二条 投资价值研究报告应当对影响发行人投资价值因素进行全面分析,应至少包括以下内容:

(一)发行人的行业分类、行业政策,发行人与主要竞争者的比较及其在行业中的地位;

(二)发行人经营状况和发展前景分析;

(三)发行人盈利能力和财务状况分析;

(四)发行人募集资金投资项目分析;

(五)发行人与同行业可比上市公司的投资价值比较;

(六)宏观经济走势、股票市场走势以及其他对发行人投资价值有重要影响的因素。

投资价值研究报告应当在上述分析的基础上,运用行业公认的估值方法对发行人股票的合理投资价值区间进行预测。

第十三条 发行人及其主承销商应当在刊登首次公开发行股票招股意向书和发行公告后向询价对象进行推介和询价,还应当通过互联网向公众投资者进行推介。

询价分为初步询价和累计投标询价两个阶段。发行人及其主承销商应当通过初步询价确定发行价格区间,在发行价格区间内通过累计投标询价确定发行价格。

第十四条 本次发行的股票在中小企业板上市的,发行人及其主承销商可以根据初步询价结果确定发行价格,不再进行累计投标询价。

第十五条 询价对象可以自主决定是否参与初步询价,主承销商不得拒绝询价对象参与报价。未参与初步询价并有效报价的询价对象,不得参与累计投标询价和网下配售。

第十六条 初步询价结束后,提供有效报价的询价对象不足20家(公开发行股票数量在4亿股以上,提供有效报价的询价对象不足50家)的,发行人及其主承销商不得确定发行价格,并应中止发行。

发行人及其主承销商中止发行后重新启动发行工作的,应当向中国证监会报告。

第十七条 询价对象应当根据发行人的内在投资价值和市场状况合理报价。询价对象的报价应当遵循独立、客观、诚信的原则。

第十八条 主承销商的自营业务不得参与本次发行股票的询价、网下配售和网上发行;主承销商管理的集合资产管理

关于《证券发行与承销管理办法(征求意见稿)》公开征求意见的通知

为规范证券发行与承销行为,保护投资者的合法权益和社会公共利益,根据《证券法》、《公司法》,中国证监会起草了《证券发行与承销管理办法(征求意见稿)》。欢迎投资者和社会各界积极参与讨论研究,并提出建设性意见或建议。

有关意见或建议请以书面或电子邮件的形式于2006年9月15日前反馈至中国证监会。

联系方式如下:

传真:8610-88061252

电子邮箱:fxb0609@csrc.gov.cn

通讯地址:北京市西城区金融大街19号富凯大厦A座附件:《证券发行与承销管理办法(征求意见稿)》

中国证券监督管理委员会

2006年9月11日

计划等证券投资产品可以参与网上发行,但不得参与询价和网下配售。

与发行人或主承销商存在实际控制关系的询价对象,不得参与本次发行股票的询价、网下配售,可以参与网上发行,法律法规另有规定的除外。

第十九条 发行人及其主承销商在发行价格区间和发行价格确定后,应当分别报中国证监会备案,并公告。

第二十条 发行人及其主承销商在推介过程中不得误导投资者;不得干扰询价对象正常的报价和申购;不得披露招股意向书等公开信息以外的发行人其他信息;推介资料不得存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

第二十一条 询价对象应当在年度结束后一个月内对上年度参与询价的情况进行总结,并就其是否符合本办法规定的条件以及是否遵守本办法对询价对象的监管要求进行说明。总结报告应当报中国证券业协会备案。

第二十二条 上市公司发行证券,可以通过询价的方式确定发行价格,也可以与主承销商协商确定发行价格。

上市公司发行证券的定价应当符合中国证监会关于上市公司证券发行的有关规定。

第三章 证券发售

第二十三条 首次公开发行股票数量在4亿股以上的,可以向战略投资者配售股票。发行人应当与战略投资者事先签署配售协议,并报中国证监会备案。

发行人及其主承销商应当在发行公告中披露战略投资者的选择标准,向战略投资者配售的股票总量、占本次发行股票的比例以及持有期限限制等。

第二十四条 战略投资者不得参与首次公开发行股票的初步询价和累计投标询价,并应当承诺持有本次配售的股票不少于12个月,持有期自本次公开发行的股票上市之日起计算。

第二十五条 发行人及其主承销商应当向参与网下配售的询价对象配售股票。公开发行股票数量在4亿股以下的,配售数量应当不超过本次发行总量的20%;公开发行股票数量在4亿股以上(含4亿股)的,配售数量应当不超过向战略投资者配售后剩余发行数量的50%。询价对象应当承诺持有本次网下配售的股票不少于3个月,持有期自本次公开发行的股票上市之日起计算。

本次发行的股票向战略投资者配售的,发行完成后无持有期限限制的股票数量不得低于本次发行股票数量的25%。

第二十六条 股票配售对象限于以下类别:

(一)经批准设立的证券投资基金;

(二)全国社会保障基金;

(三)证券公司证券自营账户;

(四)经批准的证券公司集合资产管理计划;

(五)信托投资公司证券自营账户;

(六)信托投资公司已经设立并已履行向相关监管部门报告程序的集合信托计划;

(七)财务公司证券自营账户;

(八)保险公司或保险资产管理公司经批准的证券投资账户;

(九)合格境外机构投资者管理的证券投资账户;

(十)在相关监管部门备案的企业年金基金;

(十一)经中国证监会认可的其他证券投资产品。

第二十七条 询价对象应当为其管理的股票配售对象分别指定资金账户和证券账户专门用于累计投标询价。指定账户应当在中国证监会、证券业协会和证券登记结算机构登记备案。

第二十八条 股票配售对象参与累计投标询价和网下配售应当全额缴付认购资金,单一指定证券账户的累计认购数量不得超过本次向询价对象配售的股票总量。

第二十九条 发行人及其主承销商通过累计投标询价确定发行价格的,当发行价格以上的有效认购总量大于网下配售数量时,应当对发行价格以上的全部有效申购进行同比例配售。

初步询价后定价发行的,当网下有效申购总量大于网下配售数量时,应当对全部有效申购进行同比例配售。

第三十条 主承销商应当对询价对象和股票配售对象的登记备案情况进行核查。对存在下列情形的询价对象不得配售股票:

(一)未参与初步询价;

(二)询价对象或股票配售对象的名称或账户资料与在中国证券业协会登记的不一致;

(三)未在规定时间内报价或足额划拨申购资金;

(四)有证据表明在询价过程中存在违法违规或违反诚信原则的行为。

第三十一条 发行人及其主承销商网下配售股票,应当与网上发行同时进行。

网上发行时发行价格尚未确定的,参与网上发行的投资者应当按价格区间上限认购,如最终确定的发行价格低于价格区间上限,差价部分应当退还给投资者。

投资者参与网上发行应当遵守证券交易所和证券登记结算机构的相关规定。

第三十二条 首次公开发行股票达到一定规模的,发行

人和主承销商应当在网下配售和网上发行之间建立回拨机制,根据申购情况调整网下配售和网上发行的比例。

第三十三条 上市公司发行证券,存在尚未提交股东大会表决或尚未实施的利润分配方案或公积金转增股本方案的,应当在方案实施后发行。相关方案实施前,主承销商不得承销上市公司发行的证券。

第三十四条 上市公司向原股东配售股票(以下简称配股),应当向股权登记日登记在册的股东配售,且配售比例应当相同。

第三十五条 上市公司向不特定对象公开募集股份(以下简称增发)或可转换公司债券,主承销商可以对参与网下配售的机构投资者进行分类,对不同类别的机构投资者设定不同的配售比例,对同一类别的机构投资者应当按相同的比例进行配售。主承销商应当在发行公告中明确机构投资者的分类标准。

主承销商未对机构投资者进行分类的,应当在网下配售和网上发行之间建立回拨机制,回拨后两者的获配比例应当一致。

第三十六条 上市公司增发股票或发行可转换公司债券,可以全部或部分向原股东优先配售,优先配售比例应在发行公告中披露。

第三十七条 上市公司非公开发行证券的,发行对象及其数量的选择应当符合中国证监会关于上市公司证券发行的相关规定。

第四章 证券承销

第三十八条 证券公司实施承销业务前,应当向中国证监会报送发行与承销方案。

第三十九条 证券公司承销证券,应当依照《证券法》第二十八条的规定采用包销或代销方式。上市公司配股或上市公司非公开发行股票未采用自行销售方式的,应当采用代销方式。

第四十条 股票发行采用代销方式的,应当在发行公告中披露发行失败后的处理措施。股票发行失败后,主承销商应当协助发行人按照发行价并加算银行同期存款利息退还股票认购人。

第四十一条 证券发行依照法律、行政法规的规定应当由承销团承销的,组成承销团的承销商应当签订承销团协议,由主承销商负责组织承销工作。

证券发行由一家以上证券公司联合主承销的,所有担任主承销商的证券公司应当共同承担主承销责任,履行相关义务。承销团由三家以上承销商组成的,可以设副主承销商,协助主承销商组织承销活动。

第四十二条 承销团成员应当按照承销团协议及承销协议的规定进行承销活动,不得进行虚假承销。

第四十三条 承销协议和承销团协议可以在发行价格确定后签订。

第四十四条 主承销商应当设立专门的部门或机构,协调公司投资银行、研究、销售等各部门共同完成信息披露、推介、簿记、定价、配售和资金清算等工作。

第四十五条 证券公司在承销过程中,不得以提供透支、回扣或中国证监会认定的其他不正当手段诱使他人认购股票。

第四十六条 上市公司发行证券期间相关证券的停牌安排,应当遵守证券交易所的相关规则。

主承销商应当按有关规定及时划付申购资金冻结利息。

第四十七条 投资者认购缴款结束后,主承销商应当聘请具有证券从业资格的会计师事务所对认购资金进行验证,并出具验资报告;首次公开发行股票的,还应当聘请律师事务所对向战略投资者、询价对象的询价和配售行为是否符合法律、行政法规及本办法的规定等进行见证,并出具专项法律意见书。

第四十八条 首次公开发行股票数量在4亿股以上的,发行人及其主承销商可以在发行方案中采用超额配售选择权。超额配售选择权的实施应当遵守中国证监会的相关规定,并遵守证券交易所和证券登记结算机构的业务规则。

第四十九条 公开发行证券的,主承销商应当在证券上市后十日内向中国证监会报备承销总结报告,总结说明发行期间的基本情况以及新股上市后的表现,并提供以下文件:

(一)募集说明书单行本两份;

(二)承销协议及承销团协议;

(三)律师见证意见(限于首次公开发行);

(四)会计师事务所验资报告;

(五)中国证监会要求的其他文件。

第五十条 上市公司非公开发行股票的,主承销商应当在发行完成后向中国证监会报送下列文件:

(一)发行情况报告书;

(二)主承销商关于本次发行过程和认购对象合规性的报告;

(三)发行人律师关于本次发行过程和认购对象合规性的见证意见;

(四)会计师事务所验资报告。

(五)中国证监会要求的其他文件。

第五章 信息披露

第五十一条 发行人和主承销商在发行过程中,应当按照中国证监会规定的程序、内容和格式,编制信息披露文件,履行信息披露义务。

第五十二条 发行人和主承销商在发行过程中披露的信息,应当真实、准确、完整,不得有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

第五十三条 发行人及其主承销商应当将发行过程中披露的信息刊登在至少一种中国证监会指定的报刊,同时将其刊登在中国证监会指定的互联网网站,并置备于中国证监会指定的场所,供公众查阅。

第五十四条 发行人披露的招股意向书除不含发行价格、筹资金额以外,其内容与格式应当与招股说明书一致,并与招股说明书具有同等法律效力。

第五十五条 发行人及其主承销商应当在刊登招股意向书或招股说明书摘要的同时刊登发行公告,对发行方案进行详细说明。

第五十六条 发行人及其主承销商公告发行价格和发行市盈率时,每股收益应当按发行前一年经会计师事务所审计的、扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以发行后总股本计算。

提供盈利预测的发行人还应当补充披露基于盈利预测的发行市盈率。每股收益按发行当年经会计师事务所审核的、扣除非经常性损益前后孰低的净利润预测数除以发行后总股本计算。

发行人还可以同时披露市净率等反映发行人所在行业特点的价格评价指标。

第五十七条 首次公开发行股票向战略投资者配售股票的,发行人及其主承销商应当在网下配售结果公告中披露战略投资者的名称、认购数量及承诺持有等情况。

第五十八条 上市公司非公开发行新股后,应当按中国证监会的要求编制并披露发行情况报告书。

第五十九条 本次发行的证券上市前,发行人及其主承销商应当按证券交易所的要求编制信息披露文件并公告。

第六章 监管和处罚

第六十条 发行人、证券公司、证券服务机构及询价对象违反本办法规定的,中国证监会可以责令其整改;对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员,可以采取监管谈话、认定为不适当人选等监管措施,并记入诚信档案及公布。

第六十一条 发行人、证券公司、证券服务机构、询价对象及其直接负责的主管人员和其他直接责任人员违反法律、行政法规或本办法规定,依法应当予以行政处罚的,依照有关规定进行处罚;涉嫌犯罪的,依法移送司法机关,追究其刑事责任。

第六十二条 证券公司有下列行为之一的,除承担《证券法》规定的法律责任外,中国证监会36个月内不接受其参与证券承销:

(一)承销未经核准的证券;

(二)在承销过程中,进行虚假或误导投资者的广告或其他宣传推介活动,以不正当手段诱使他人认购股票;

(三)在承销过程中披露的信息存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

第六十三条 证券公司有下列行为之一的,除承担《证券法》规定的法律责任外,中国证监会12个月内不接受其参与证券承销:

(一)提前泄露证券发行信息;

(二)以不正当竞争手段招揽承销业务;

(三)在承销过程中不按规定披露信息;

(四)在承销过程中的实际操作与报送中国证监会的发行方案不一致;

(五)违反相关规定撰写或发布投资价值研究报告。

第六十四条 发行人及其承销商违反规定向参与认购的投资者提供财务资助或补偿的,中国证监会可以责令改正;情节严重的,处以警告、罚款。

第六十五条 询价对象存在以下情形之一的,中国证券业协会应当将其从询价对象名单中去除:

(一)不再符合本办法规定的条件;

(二)过去12个月内因违反相关监管要求被监管谈话三次以上;

(三)未能按时提交年度总结报告。

询价对象被除名12个月后,可以按规定条件重新申请登记为询价对象。

第七章 附则

第六十六条 本办法所称网上发行是指通过证券交易所技术系统进行的证券发行。本办法所称网下配售是指不通过证券交易所技术系统,由主承销商组织实施的证券发行。

第六十七条 上市公司其他证券的发行和承销比照本办法执行。中国证监会另有规定的,从其规定。

第六十八条 本办法自2006年月日起施行。《证券经营机构股票承销业务管理办法》(证委发[1996]18号)、《关于禁止股票发行中不当行为的通知》(证监发字[1996]21号)、《关于坚决制止股票发行中透支等行为的公告》(证监发字[1996]169号)、《关于禁止证券经营机构申购自己承销股票的通知》(证监机构字[1997]4号)、《关于加强证券经营机构股票承销业务监管工作的通知》(证监机构字[1999]54号)、《关于法人配售股票有关问题的通知》(证监发行字[1999]121号)、《关于股票上市安排有关问题的通知》(证监发行字[2000]86号)、《关于证券经营机构股票承销业务监管工作的补充通知》(证监机构字[2000]199号)、《关于新股发行公司通过互联网进行公司推介的通知》(证监发行字[2001]12号)及《关于首次公开发行股票试行询价制度若干问题的通知》(证监发行字[2004]162号)同时废止。