

中国最受欢迎投资者关系互动平台

——第四届中国上市公司优秀网站评选



主办: 证券时报网, 中国

权威指导机构: 中国上市公司协会

特约财经网站支持: 全景网

东方财富网

特约门户支持: 和讯网

一、活动主题及背景

顺势发力, 打造网络时代的投资者关系全覆盖平台

根据中国上市公司网站评选研究中心连续多年的跟踪调查显示, 身处高速运行的互联网时代, 上市公司对建立投资者关系网站已经形成共识, 上市公司网站建设因此迎来了向更高层次发展的时期。当前, 在微信兴起、网络互动手段层出不穷的形势下, 如何跟上互联网发展的趋势, 实现对网民和所有投资者的全覆盖, 将是未来相当长时间里上市公司网站经营面临的巨大挑战和主要课题。

在今年上市公司网站评选中, 我们一方面欣喜地看到中国上市公司网站发展的良好趋势: 上市公司网站成为投资者关系建设的主要手段, 所有新上市公司都建立了自身的网站, 已建有网站的公司持续进行改版扩版, 适应与投资者的沟通要求。

另一方面, 中国互联网也出现新的趋势: 据中国互联网信息中心最新发布, 截至今年6月底, 我国网民达到5.88亿, 而手机上网用户3.88亿, 首次超过传统PC机上网用户成为主流; 此外, 微博用户接近过半。而在应用方面, 中国互联网网媒力量崛起, 影响深远。

针对中国互联网络出现的新趋势, 中国上市公司网站经营也在与时俱进; 就内容而言, 已有相当部分上市公司能实现与投资者的快速互动, 个别公司的信息能实现即时更新。在沟通手段方面, 如手机客户端, 已有金融业的银行、券商以及其他行业个别公司开通; 再如官方微博, 到去年8月31日的统计, 2000多家上市公司中, 有十多家开通了官方微博。

网络时代, 沟通无止境。上市公司网站建设经过几年的推动已卓有成效, 但仍需要持续发力, 顺势而为, 将上市公司网站建设向纵深发展, 才能担当投资者关系管理主流平台的重任。

二、评选原则

由证券时报、证券时报网主办的“第四届中国上市公司优秀网站评选”活动, 将继续秉承往届“公平、公开、公正”的原则, 坚持评选活动的专业性和广泛性, 力求评选结果的权威性和公正性。

本次评选活动将通过专业团队体验式访问评分筛选、上市公司及董秘自荐、社会公众网络投票、专家委员最终评审等环节, 选出那些对于投资者而言, 界面最为友好、访问最为方便、信息披露最为及时、披露非强制性信息最主动、与投资者互动交流最密切有效、不断创新沟通内容和方式以及商务功能强大的优秀网站。

本次评选活动在评出那些最受投资者欢迎的网站之外, 同时也将选出那些重视网站建设、重视利用网站及时沟通万千投资者的公司董秘。毋庸置疑, 网络时代, 上市公司网站是上市公司进行投资者关系管理维护的重要手段, 期间, 上市公司董秘在网站投资者关系经营中起着主导作用。主办方希望透过对网站以及主管上市公司投资者关系的董秘的评选, 树立并表彰上市公司网站的优秀典型, 推动上市公司网站的技术升级和沟通创新, 吸引投资者利用网络渠道增进对上市公司了解, 从而将上市公司网站真正打造成为网络时代的投资者关系主流平台。

三、评选对象

截至2012年8月31日, 已在沪深交易所上市的A、B股上市公司网站。

四、评选标准体系

本次评选设定了三十余项具体的评价指标, 这些指标主要考察以下方面:

- 1. 信息披露的及时性。**主要衡量上市公司网站是否及时将相关法定信息披露内容, 同步刊登于公司网站的相应栏目。是否及时更新公司资讯、媒体报道等其他有关信息。
- 2. 信息披露的主动性。**主要衡量法定披露信息以外的其他投资者关心的公司信息, 在公司网站上披露的频率和数量。包括并不限于公司经营动态、外部媒体报道、机构调研跟踪动态、企业社会责任报告、企业内部刊物报纸等。
- 3. 信息披露的充分性。**主要衡量公司网站投资者关系板块中相关信息栏目披露的充分和完备性。包括并不限于各类定期报告、临时报告、高管人员信息等。
- 4. 信息披露的公平性。**主要考量公司网站是否遵循信息披露的公平性原则, 未在网站各类形式的板块或文章中披露未经公告的重大信息。
- 5. 公司网站的互动性。**重点考察公司网站是否充分发挥网络的特殊优势, 利用网络平台, 回复投资者关心的问题, 实现在线互动。包括网络路演、投资者信息定制、投资者论坛等。
- 6. 公司网站的功能性。**主要考察除与投资者、客户沟通信息之外, 公司网站自身还具有哪些功能。
- 7. 公司网站的快捷性。**主要考察访问公司网站及下载相关资料的速度。
- 8. 公司网站的便利性。**主要考察公司网站模块设置是否便利投资者使用。比如是否设有专门的投资者关系板块, 是否设置有公司治理栏目、上市公司与集团公司信息是否区分明晰等。

9. 公司网站的开放度。考察公司网站与证监会、交易所、证券媒体、行业协会等相关网站链接的情况。

10. 公司网站的多媒体应用。考察公司网站是否能综合应用视频、音频、图像等多媒体手段来实现沟通和传播。

五、评选办法

本次评选通过“专业筛选+公司及董秘自荐+网络投票+专家评定”形式选出获奖者。

专业筛选:由中国上市公司优秀网站评选研究中心, 深圳市时报财经公关有限公司组成的专业团队基于上市公司网站评价体系, 对全部上市公司网站进行全面体验式评价, 并逐一给出评分。评分结果排名靠前者, 成为候选网站。

公司及董秘自荐:上市公司和董秘亦可结合自身网站特点, 向评选工作组委员会自荐。组委会将根据自荐情况, 对评分结果进行二次核查, 以免遗漏优秀网站及优秀网站董秘。

网络投票:公众及机构可在证券时报网及合作网站对组委会公布的候选网站进行网络投票。

专家评定:研究团队基于评价体系评定的分数, 将在上市公司网站最后得分中占有80%的权重。网络投票部分, 根据上市公司网站所得票数的多少, 将对应可以换算出投票得分, 这一部分得分也将占20%的权重。综合上述两项得分排出初始榜单, 交由专家评审团评定最终榜单。

六、活动流程

1. 上市公司网站评分筛选: 由专业研究团队依据评价标准体系, 对二千多家上市公司的网站进行全面访问研究, 得出描述性统计结果。
2. 投资者调查: 在证券时报、证券时报网等渠道对投资者进行调查, 了解投资者使用上市公司网站的现状。
3. 网站及董秘自荐: 上市公司及董秘可向组委会自荐。公司网站自荐, 可重点介绍公司网站的特色功能、成功沟通案例等; 董秘自荐, 可介绍在网站建设方面发挥的作用、独特的投资者关系网站建设经验等。组委会将根据自荐情况, 对评分结果进行二次核查, 以免遗漏优秀网站及优秀网站董秘, 确定入选资格。
4. 产生入围网站: 结合评分筛选、投资者调查及上市公司自荐等方面, 产生并发布最终入围候选之200家上市公司网站。
5. 社会网络投票: 公众投资者对候选网站进行网络投票。
6. 专家评审: 评审委员会专家对候选上市公司网站进行评定。
7. 确定排名: 整理、分析各网站的综合得分, 根据“专业评分+公众网络投票+专家评选”等评分, 确定最后各奖项获奖名单。
8. 颁发奖项: 公布评选结果, 给相关获奖公司网站颁奖。

七、评选的时间安排

1. 专业团队全面体验式评分: 9月中旬
2. 活动启动及产生入围网站: 11月初
3. 发布榜单: 12月

八、第四届中国优秀上市公司网站评选奖项设置

最受投资者欢迎上市公司网站
(拟设置100名)
按行业划分, 为综合评分大奖。

最佳投资者关系管理董秘
(拟设置100名)

最佳投资者关系互动平台
(拟设置20名)

最佳信息披露网站
(拟设置20名)

最佳创新沟通网站
(拟设置5名)

最佳商务平台网站
(拟设置10名)

最佳形象展示网站
(拟设置10名)

评审委员会

专家评审团



何龙灿

中国上市公司协会
综合业务负责人



杨欣

上海证券交易所投资者
教育部总监



刘裕辉

深圳证券交易所投资者
教育中心主任



王斌

中国互联网协会
网络版权联盟秘书长



张志勇

证券时报社副社长



高峰

证券时报社副总编辑、
证券时报网总编辑

评选观察团



郭向东

广深铁路副总经理、
董秘



高建柏

深天健副总经理、董秘



刘宁

招商地产董秘



杨利

新纶科技副总裁、
董秘



沈焰雷

齐心文具副总经理、
董秘



黄琳

美盈森副总经理、
董秘



吕宏

远望谷董秘



侯剑

深天地董秘



葛伟强

长城开发董秘



秦飞

深圳能源董秘

专业评估团队:
中国上市公司优秀网站评选研究中心

时报财经
特约互动支持:
证券时报网财苑社区
联系电话:
0755-83517806; 0755-83501739;
活动邮箱:
publicweb@sina.com