

2012 中国上市公司网站调查报告

中国上市公司优秀网站评选研究中心

法定信披高度重视 主动披露数量增加

一、988家上市公司网站法定披露能做到完整及时

(1) 体验式访问显示, 2269 家样本中, 1827 家提供了法定信息披露信息, 其中, 至少有 988 家公司能提供上市以来较全的定期报告、临时报告, 并且更新及时。有 50 多家公司的信息披露不仅及时全面, 而且拥有检索、订阅等服务功能。当然也还有 79 家公司公告缺失严重, 或需要通过链接其他网站获取公告。

(2) 今年的上市公司网站对信息披露的更新速度加快, 如招商银行等 A+H 公司能做到即时更新, 不少电子、电信设备的中小型企业也能做到网站信息披露的即时上线。

二、主动性披露公司数量增加

(1) 据不完全统计, 今年有 71 家公司单独披露月度、季度生产和销售数据, 行业范围从原来的房地产、电信等领域扩展到采矿、建筑建材等行业领域。

(2) 此外, 部分公司主动在新闻频道披露大单或重大项目的进展作为法定信披的补充。如兴蓉投资在主动信息披露规定, “对于投资者高度关注的对外投资项目, 即使未达到监管部门要求的披露标准, 公司也要主动发布公告, 详细披露项目基本情况和进展等”。该公司网站对公司的深圳龙华委托运营项目、巴中市第二污水处

理厂、西安市第一污水处理厂二期工程 BOT 项目等未达到披露标准的大型投资也进行了主动性的披露。

三、951家网站能提供快捷的公司新闻

(1) 体验式访问显示, 有 951 家上市公司网站的新闻栏目能提供快捷的公司新闻和行业新闻。

(2) 体验式访问中发现, 有个别公司甚至可以在新闻栏目中做到同步播报, 大大提高了新闻的时效性。

(3) 大型上市公司网站的新闻栏目门类齐全, 通过浏览这样的新闻栏目, 能迅速了解公司的现状和行业背

景。中国神华的新闻栏目是此类的典型, 该公司新闻栏目包括: 公司热点新闻栏目, 主要报道公司动态; 行业新闻栏目, 介绍国家权威机构发布的煤炭、电力行业相关信息及国家行业政策变化; 煤价走势栏目, 介绍秦皇岛现货煤价及库存、澳大利亚 BJ 煤价等煤炭市场信息。

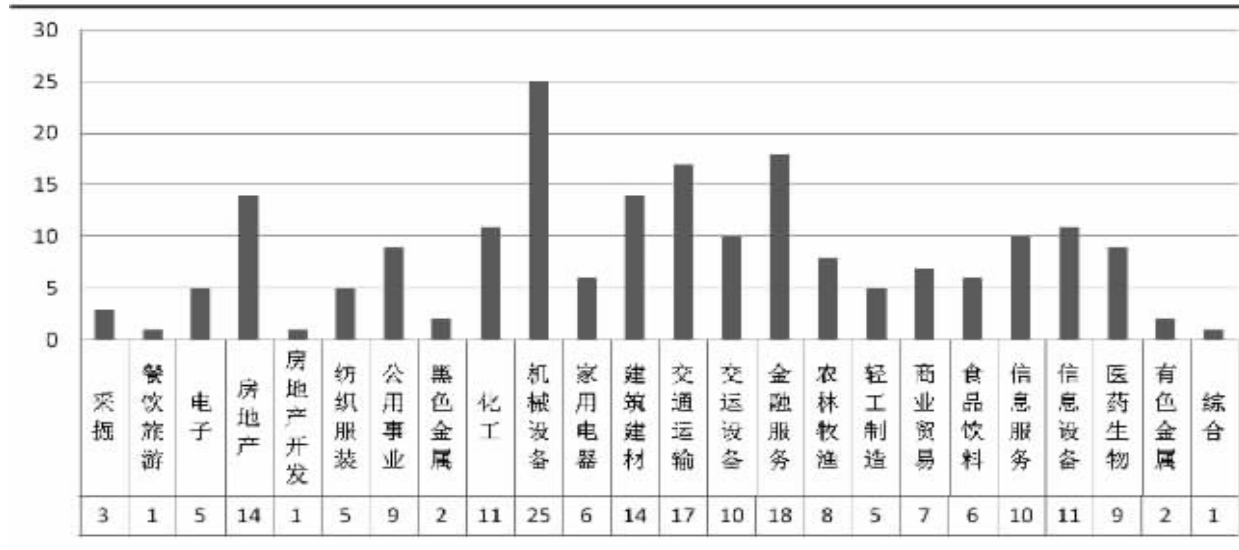
四、互动形式多样

(1) 调查显示, 2269 家公司中, 有 821 家公司网站拥有独立的或者是链接交易所等网站的互动平台, 112 家公司能做到对互动平台上的投资者提问在三天内给予回复。

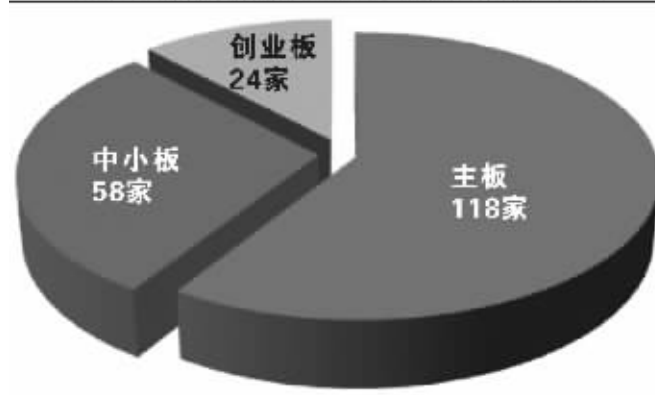
(2) 调查还显示, 有 417 家公司网站有路演回放视频等内容。这些公司或有独立的路演内容展示, 或通过链接路演网站。

(3) 互动形式多样。除网上互动平台外, 上市公司还努力实现与投资者互动呈现多样性。工商银行的互动主要通过业绩发布、电话会议、投资者见面会、路演与反向路演、参加投资者论坛、投资者关系网站、财经媒体、投资者邮箱、投资者热线等方式辅以留言板、官方微博等方式实现与投资者更加便捷的互动和交流。健康元 2011 年 3 月策划了 2010 年年度报告网上说明会暨投资者交流活动。

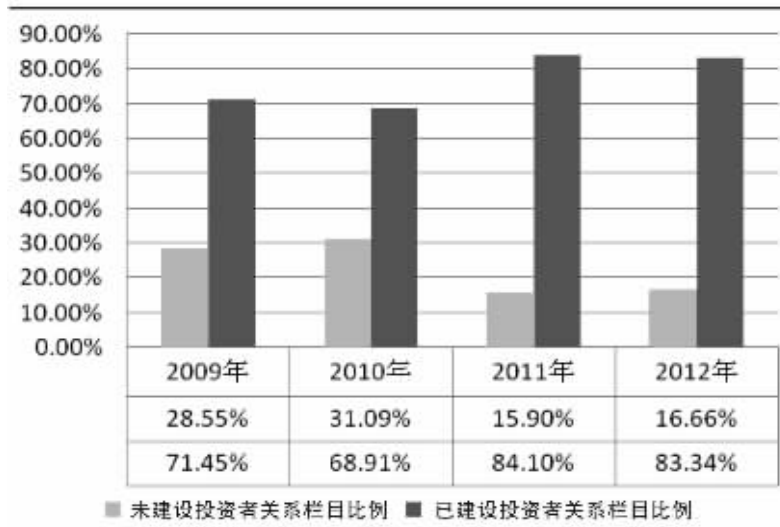
本届评选入围候选的200家上市公司行业分布情况 (单位:家)



本届评选入围候选的200家上市公司板块分布情况



历届评选上市公司网站投资者关系栏目设置情况



在危机公关中 网站互动作用凸显

一、微博互动不可逾越相关法律法规

除传统的社区、留言板、论坛、邮箱等互动手段之外, 新媒体工具的应用较往年明显增多, 主要体现在上市公司在其网站中设置链接了官方微博。微博具有时效性、灵活性, 同时也过于分散、随意。

近年来关于意见领袖及上市公司高管微博提前披露或透露上市公司相关重大信息不在少数, 广深铁路董秘郭向东认为, 有些上市公司境内外多地上市, 法定信息披露一般会用中、英文两种语言, 而目前对于上市公司来讲, 微博不是一个法定的信息披露渠道, 其灵活性、受众广泛性、时效性易于传播, 容易造成不公平披露。

中国上市公司优秀网站评选研究中心建议, 上市公司在运用官方网站或微博等新媒体工具进行投资者互动时, 因微博等新媒体工具不是法定的信息披露与互动工具, 上市公司在应用新媒体等互动平台发布信息时, 应当审慎, 切不可游离于信息披露监管法规之外。

中国上市公司优秀网站评选研究中心建议, 上市公司在运用官方网站或微博等新媒体工具进行投资者互动时, 因微博等新媒体工具不是法定的信息披露与互动工具, 上市公司在应用新媒体等互动平台发布信息时, 应当审慎, 切不可游离于信息披露监管法规之外。

二、运用新媒体工具可提升上市公司形象

通过调查发现, 尽管新媒体不是法定信息披露渠道工具, 但从公众属性来看, 上市公司运用新媒体工具一般用于提升公司形象。

苏宁电器在调查问卷中称, 公司网站作为一个对外沟通的官方网络窗口, 及时发布企业最新动态, 展示企业品牌形象, 同时让用户通过苏宁官网第一时间查找和了解所需的信息, 向用户展示一个有责任心、透明化的社会企业。中工国际也表示, 公司网站用于信息发布, 为投资者提供最准确的公司信息, 展示公司形象、最新业绩、企业文化等。

一家上市公司如何, 其高管团队起着决定作用。以万科、华远地产为代表的中国房地产上市公司董事长王

石、任志强的微博耳熟能详, 他们以个人的形象及价值观, 引领着公司在投资者心目中的形象。TCL 董事长李东生、海航集团董事长陈峰、时代出版董事长王亚非、美邦服饰董事长周成建、世联地产董事长陈劲松、远航软件董事长陈利浩、七匹狼董事长周少雄、用友软件董事长王文京、汉王科技董事长刘迎建、探路者董事长盛发强等上市公司高管微博也比较活跃, 聚集了不少网友关注。

中国上市公司优秀网站评选委员会、中国互联网协会网络版权联盟秘书长王斌认为万科的微博互动作出了表率, 作为备受关注的中国房地产公司的互动, 一定程度上缓解了部分人的负面情绪。

美盈森董秘黄琳认为, 丰富与投资者的互动形式, 减少双方信息不对称产生的系列问题, 可以很好地树立上市公司透明的市场形象。

三、投资者互动是投资者关系管理的重要环节

中国上市公司网站评选研究中心统计, 在公司官方网站上体现了投资者互动方式的有 821 家。同时也发现部分上市公司存在咨询电话、传真和电子信箱无人接听、回复等情况。

对于投资者互动在投资者关系管理工作中的重要作用, 上市公司董秘表现得相当积极。广深铁路董秘郭向东称最关注互动平台和研究报告两部分。一方面, 互动平台主要反映中小股东的心声, 他们与机构投资者相比有着不同的关注角度; 另一方面, 研究报告则反映大机构、大投资者对公司的看法和建议, 这些报告对中小投资者来说, 相当于多了一个视角看公司, 小股东看到后可能会更加理性投资。

对此, 深天地董秘侯剑认为, 通过网站及互动平台展示公司的真实情况, 有助于投资者全面了解公司情况, 从而对公司做出更为准确的价值判断。美盈森董秘黄琳认为, 上市公司网站、微博等互动平台便于投资者了解更多的信息, 丰富投资者与公司开

展互动的渠道, 利于上市公司更多地了解投资者疑虑、诉求等, 增强投资者管理工作力度, 提高上市公司投资者关系管理整体工作水平。

四、投资者互动是危机管理中的重要手段

新媒体时代, 面对更复杂的互联网舆论环境, 上市公司投资者关系管理工作面临着诸多问题, 尤其对危机管理能力提出了新的挑战。通过调查发现, 上市公司今年比往年更加重视投资者互动在危机管理中所体现的公关能力。上市公司网站作为公司第一官方互联网传播平台, 在遇到危机事件时, 上市公司通过及时、公开地发布真实、透明、有效的信息, 真诚地与社会各阶层交流, 帮助上市公司很好地处理了危机事件。

此前, 双汇发展一度陷入舆论沼泽, 随后双汇集团全新网站于 8 月 1 日上线, 最令人瞩目的是一条标题为“中央电视台《新闻直播间》专访双汇冷鲜

肉”的简讯, 单条新闻浏览次数最高的为近 3800 次, 而像“蛆虫事件”及相关声明、信函等其他新闻受到了比较高的关注, 这些新闻、公告、声明都有助于投资者了解事件, 缓解情绪。

日前爆发的“塑化剂”事件, 让酒鬼酒原本于今年 3 月 2 日之后未更新的微博, 一下热闹起来。11 月 21 日至 23 日, 酒鬼酒都在晚上及时发布了相关澄清声明及整改信函、文件, 其中标题为“有关部门负责人就酒鬼酒中检出塑化剂问题答记者问”的微博已被网友转发了三千多条。

对此, 新纶科技副总裁董秘杨利认为, 新媒体时代, 想要堵住信息是不现实的, 也不符合上市公司的监管要求和广大投资者的利益诉求。上市公司利用新媒体收集采集信息, 并发布和管理信息, 更好地与投资者进行沟通互动, 从而实现了向投资者传递企业经营理念和长期投资价值, 引导合理的股票价值评估, 并挽留更多投资者的最终目的。

上市公司网站新技术应用增多

一、页面设计应便于搜索引擎收录

随着技术的发展, 上市公司网站承载的功能也越来越丰富, 如链接官方微博、电子期刊、信息订阅、一对多客服咨询、flash 动画等。但不少公司网站的这些功能华而不实, 电子期刊未能及时更新, 信息无法订阅, flash 动画则打不开或信息已经过时等。而很多公司网站没有创建网站地图等浏览功能, 网站地图可以让投资者或潜在投资者方便访问网站页面, 让搜索引擎能清晰辨别网站构造, 便于搜索引擎收录, 降低搜索难度。

同时建议上市公司网站在注重美观的页面设计时, 考虑信息更新及加载速度, 可适当将动态页面静态化。搜索引擎收录网站和文章只能识别文字内容, 图片和动画不易于识别, 所以要想网站被搜索引擎更好地收录就得有尽量多的文字内容, 同时, 搜索引擎还喜欢经常有内容更新的网站。

据介绍, 长城开发公司网站将加强 SEO 推广, 提高公司网站的可见度及关键词排名。中国神华、中煤能源、中青旅等上市公司也表示, 公司下一步将更加规范地梳理网站各个板块, 同时丰富网站的内容, 进一步改善后台操作系统, 提升内容更新效率, 在浏览和使用障碍及搜索等方面提升网站用户体验。

二、网站首页加强投资者教育

中国上市公司网站评选研究中心发现, 部分上市公司在投资者教育与提醒方面做得比较好, 在公司网站上发布一些声明或具法律效应的公告, 及时告知广大投资者、消费者, 让其免遭不必要的蒙骗以及损失。

根据中国证监会网站介绍, 通过其他国家和地区投资者教育的理论和实践, 投资者教育主要包含三方面的主题内容: 投资决策教育、个人资产管理教育和市场参与教育。三者相辅相成, 缺一不可。除金融服务行业上市公司之外, 山推股份、中远航运、泛海建设、亚宝药业、星网锐捷等非金融类上市公司的网站上也建立了投

资者教育或投资者提醒, 但大部分上市公司没有建设投资者教育或提醒栏目。

三、公司网站技术应用有所进步

近年来, 上市公司在维护网站运行及管理上, 在技术方面有了不少进步。中青旅在问卷调查中介绍, 对公司的数据中心, 实施虚拟化与云计算方案。

中粮屯河公司整个网站采用流行的开发框架, 采用了 Web2.0 的技术实现。操作系统则采用了 FreeBSD 最新版本, 性能更加稳定, Web server 采用了高性能的 Nginx, 开发语言采用了 php5.0 和数据库 mysql 5.0, 性能也有很大提高。

苏宁电器则开设了社会化媒体分享功能。苏宁电器介绍, 作为企业网站, 在官网开发应用社会化媒体功能的并不多, 该可以让用户更加方便快捷地分享公司各类信息。

浙大网新公司网站通过内容聚合、SNS 社区营销等新技术应用使网站更具交互性和传播性, 成为公司整合协同创新业务的展示平台和业务推广平台。

兴蓉投资公司网站在整个信息传递过程中采用 MD5 加密方式有效避免有害信息的传播, 降低恶意攻击事件的发生。

除上述技术以外, 上市公司网站还应用 J2EE、ajax 等技术增强用户体验, 加强网站的交互功能。同时, 随着手机用户的增多, 不少上市公司还运用二维码、APP 等手机技术增加以扩大业务需求及品牌形象展示。

互联网技术的不断发展, 上市公司网站建设运用互联网新技术也越来越多, 然而, 上市公司网站在建设过程中, 应当考虑优化网站结构, 做到层次分明, 栏目设置简单而内容详实, 避免页面错综复杂、无效栏目及空栏目出现。中国上市公司网站评选研究中心发现, 作为企业官方网站, 因公司业务不同, 所展示的形象、产品及功能运用有很大差别, 上市公司在网站建设及功能设置过程中因事制宜, 优化网站, 提升了网站的用户体验。受行业因素影响, 金融服务、信息服务、交通运输、建筑建材等行业的上市公司网站建设水平整体较高, 实用价值也较高。

上市公司电子商务运用带动网站建设

中国上市公司网站评选研究中心在体验式访问中发现, 涉足电子商务的上市公司已达四百多家, 在公司官方网站中体现电子商务应用和功能的有 90 余家。

随着上市公司网站中电子商务功能的不断改进、完善, 其网站的页面设计及栏目设置、功能也有很大的提升。金融、银行、保险、航空、商业贸易、家电等行业的上市公司网站在电子商务方面的应用已经较为成熟, 而像纺织、医药、房地产、化工、钢铁等行业通过官方网站应用电子商务的上市公司则越来越多。上市公司围绕电子商务应用, 以及受众性与实用性, 网站设计水平整体较高, 页面也较美观。

在中国上市公司网站评选研究中心的问卷调查中, 苏宁电器表示官方网站下一步将增加与用户的互动沟通功能, 增强用户粘性, 同时将增加像私享家、优立方等这类更多服务产品的信息介绍, 更好地服务消费者。

工商银行介绍, 公司网站作为工面向全球客户和投资者开展宣传、营销、服务的企业门户, 是整合产

品+资讯+交易”一站式服务的营销平台。该行半年报显示, 公司将积极推进境外电子银行产品创新, 陆续推出海外网银支持多浏览器、海外电子密码器、海外手机银行等重点创新产品, 投产于多国语言服务。

中青旅介绍, 基于在线旅游度假电子商务平台的定位, 公司网站建立了完善的集旅游产品展示、搜索、预订、在线签约、在线支付一体化的旅游产品在线销售体系。公司官方网站同时又是电子商务平台, 中青旅透露接下来将在产品展示标准、搜索便捷精确、预订简单快捷、支付安全方便等方面提升网站用户体验。

根据中国上市公司网站评选研究中心调查, 东凌粮油、杭汽轮 B、五矿发展等上市公司也表示将对公司网站在电子商务方面进行下一步探索。

中国电子商务研究中心主任曹磊认为, 一些上市公司借助自身网站平台涉足电子商务的战略不排除炒作的嫌疑, 但电子商务作为上市公司实实在在的产业, 实现电子商务战略对上市公司来讲也是大势所趋。