

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

46份样本上市公司网站调研分析

今年的上市公司网站调查中,工商银行、苏宁电器、中国神华等46家主板、中小板、创业板公司回复了包含标准化内容和开放式内容的调查问卷,非常具有典型意义,以下是对这46份问卷的统计分析。

一、六成公司网站建设投入资金在10万-100万元

1、问卷调查的样本统计显示,在网站建设一次性投入资金方面,不同公司之间差异较大。在对该问题回复的公司里,投资资金在6000到10万之间的网站占30%;投资资金在10万到100万之间的网站占60%;投资资金在100万到800万之间的网站占10%。

2、投入金额低于10万元的公司网站服务器类型一般采用租用空间的方式,开发方式则是委托开发。租用空间服务器类型价格优惠,可以降低网站建设成本,但如果涉及到公司重要数据会出现安全隐患,安全系数低。

3、投入金额高于10万元的公司网站,一小部分采用服务器托管的类型,大部分则是自建机房,其开发方式是由自主开发和委托开发不定。服务器托管和自建机房的安全系数较租用空间要高,但资金需求量大,对网站投入金额要求高。

4、网站投入资金还与公司所处行业有关。如银行类网站、旅游类网站等商务型网站投入资金较一般上市

公司网站高出许多。如中青旅投入资金800万元建设“遨游网”,并于今年耗资150万元对网站进行改版。

二、网站更新频率与日均访问量成正比

1、样本问卷的分析显示,上市公司的网站更新频率与网站访问量成正比关系:随时更新内容的网站日均访问量较大,人气较高,即使是网站建设时间较短的公司,网站总访问量也有高速增长的趋势。

2、样本公司中,三成的公司力求做到每日更新网站内容,保持网站的活跃度,两成的公司一周更新两到三次,剩下的公司基本上一周更新一次网站内容。而更新量前五名的栏目依次为:公司行业新闻、投资者信息披露、股票行情、产品信息、招聘信息。

三、七成样本公司网站今年改版

样本数据显示,七成的上市公司网站今年都进行了或大或小规模的改版,投入资金从1600元到150万元不等。改版公司表示,通过网站改版能更好地适应公司发展,跟上互联网的发展变化。网站改版相当于对网站的二次重建,弥补旧版网站的不足,给用户更好的体验。

四、改版效果差异较大

1、许多公司通过改版提升了网

站速度、完善了网站的独有的特色元素、合并冷门栏目、去除了用处较小功能,使得网站有了更好的用户体验,更适应公司的发展。

2、但也有一部分公司由于投入资金的不足,或由于改版目标的混乱,最终造成改版成效甚微。网站改版成果只是设计或者是功能上的改变,对于以前的网站进行一下改头换面。所以上市公司在改版过程中应该注重改版的成效而不是只注重改版本身。

五、过半样本公司拥有投资者关系互动平台

目前各上市公司网站提供的进行投资者关系互动的手段主要是设立投资者关系管理栏目,也就是投资者关系管理互动平台。

半数公司在网站的投资者关系栏目中独立设置专门的投资者互动平台。投资者可通过公司网站投资者关系互动平台与公司进行互动,或通过网站挂出专用于投资者关系的联络邮箱或者公司配备专门电话和传真等联络方式与公司这方面的负责人直接沟通。

另外半数公司(主要为中小板和创业板的公司)则是通过链接深交所“互动易”平台,接受投资者的各种咨询。深交所“互动易”平台尤其受中小投资者的青睐,被称为让中小投资者跨越信息鸿沟的有效渠道。

六、2/3网站开通了官方微博

1、样本公司中,2/3的上市公司开通了官方微博,有些没有开通官方微博的上市公司也表示未来不排除开拓这种互动方式。

部分公司表示,由于微博大大提高了信息交流、传播速度,拓宽了与投资者交流的渠道,提高了信息的时效性,上市公司开通官方微博是大势所趋。一部分公司已经十分重视对微博互动的运用,如潮宏基同时开通了三个官方微博,还有一些公司如齐心文具等,除了开通官方微博之外,公司高管也开通了相关微博进行投资者关系互动。

2、另外数据表明,也有1/3的公司认为微博虽然运载信息量比较大且效率比较高,但是难以操作和控制,所以只愿意在公司网站或交易所指定的媒体开辟投资者互动平台,并不考虑微博作为媒体。

3、微博的维护对于上市公司而言也是一个重要课题。有些公司通过内部配备专人进行微博更新和维护,有些公司则是与第三方合作,邀请第三方维护微博。

七、部分网站尝试手机客户端应用

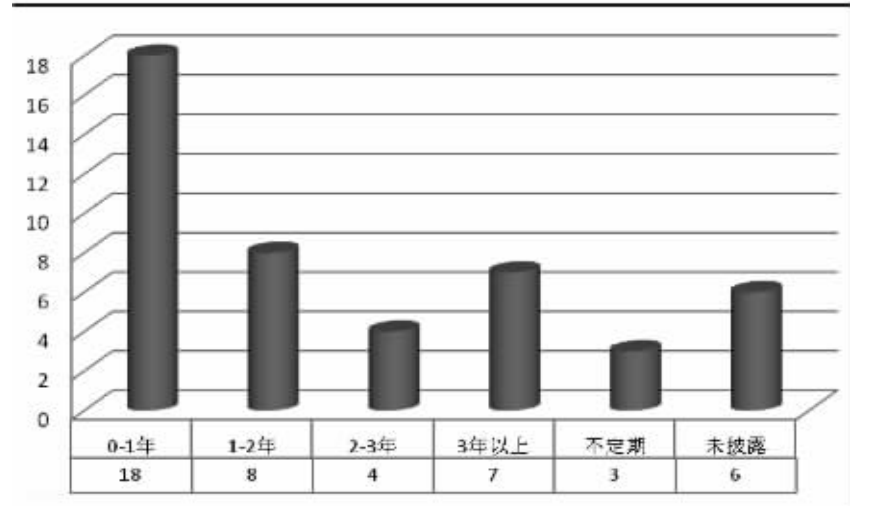
利用手机上网功能的一般为一些大型商务性网站,通过对手机客户端的开

发,为用户交易提供便利服务。如中青旅遨游天下手机客户端,又如招商银行等开发了手机银行等业务,方便客户通过手机进行网上交易。

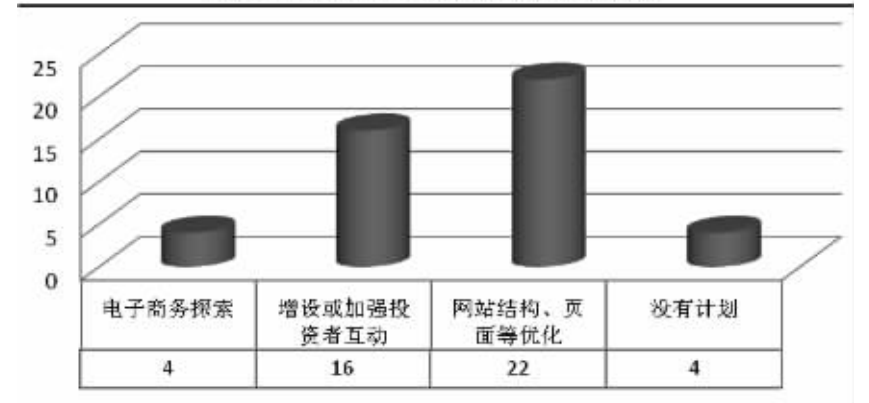
随着移动互联网技术的发展,手机上网等也成了新媒体应用的一种重要趋

势。但由于手机客户端操作的困难性和资金投入量较大的原因,大部分上市公司网站并没有使用。而手机浏览网页的局限性可能会造成投资者对公司信息的误读,也是一些公司对网站手机客户端开发望而却步的原因。

46家上市公司网站样本改动频率情况 (单位:家)



46家上市公司网站样本未来改版目标



港股网站信披水平较高 深沪网站互动优势独具

一、香港上市公司网站信息披露水平较高

中国上市公司网站评选研究中心通过对访问香港联交所上市公司网站发现:长江实业、中电控股、香港中华、太古股份、数码香港等香港上市公司网站,设置普遍简单实用,投资者关系栏目中,信息披露公告可追溯到1998年,而其他上市公司历年的公告都可在网站投资者栏目中查询。通过与国内上市公司比较也发现,A+H股上市公司网站上的信息披露相比纯A股和B股上市公司则要更新、更全面、更系统,内容更新方面也较持续。

据香港联交所上市营运科主管李国强介绍,香港联交所对上市公司网站建设的要求晚于国内深沪交易所,该所是从2008年6月25日起,要求上市发行人必须有自设网站供刊发公告或其他监管文件之用。同时香港联交所《上市规则》规定,发行人必须确保其信息披露的文件在其自己网站持续刊载至少五年。此外,要求公司

网站即时对信息披露进行更新。

横向对比发现,现国内上市公司网站的信息披露略有差距,首先,信息披露刊登面已达到样本公司的80%以上;其次,上市公司网站及时更新的比率不到一半,与港股公司差距较大。

此外,在是否拥有网站方面据香港联交所统计,截至2012年12月14日,香港所有上市发行人均建有网站,网站总数为1552家,其中主板公司1364家,创业板公司179家,房地产投资信托基金为9家。

在持续上线和网络安全方面,为严格管控上市公司网站信息披露,李国强介绍,香港联交所还要求发行人确保公司网站在一般情况及紧急情况下均须全天候运作,因必须进行维修而停止运作除外;同时,信息披露文件必须能让其网站访客可以轻易查阅;在所有合理步骤下,确保网站登载信息披露文件均属安全,以防止任何人未经授权而擅自篡改;确保在网站登载的信息披露文件与其他发行人不属监管方面的公司数据清楚分隔;确保网站登载的信息披露文件持续在

监控之下。

二、国内上市公司网站与投资者互动较活跃

中国上市公司网站评选研究中心通过国内上市公司与港股上市公司网站比较发现,国内上市公司在网上与投资者互动相比港股要活跃,国内上市公司网站功能集成性也较高。通过访问九龙建业、合和实业、九龙仓集等港股上市公司网站,投资者关系栏目普遍偏重于信息披露,而国内上市公司包括A+H股上市公司大多数网站上除披露法定信息公告、公司新闻、公司产品等信息之外,不少上市公司在投资者关系栏目中披露了网络会议、路演、留言板、论坛等与投资者及大众比较关注的互动性信息。

中国上市公司网站评选研究中心对中国上市公司网站调查问卷中的分析表明,上市公司普遍将公司网站作为投资者及潜在投资者与上市公司交流的重要官方平台。除电子邮件、留言板、论坛等传统互动形式之外,还

链接了深交所的互动易、投资者关系互动平台,近年来互动性也相对较活跃,而部分上市公司还开通了官方微博等新媒体互动工具。

2012年12月7日,深交所网站发布信息,深交所近期已在“互动易”网站推出“投资者关系”栏目,该栏目将上市公司接待机构投资者调研、接受媒体采访、路演活动等向特定对象举办的投资者关系活动情况,通过“互动易”网站及时向市场公开。上交所日前也透露,将积极研究开发上市公司投资者关系互动平台。

此前,据横店东磁在调查问卷中介绍,投资者关系互动手段主要有互动平台、网上路演、网上业绩说明会、接待机构投资者来访、参加证券公司主办的策略报告会、走访机构投资者、电话、邮件、微博等。

此外,雏鹰农牧、春晖股份、黑牛食品、健康元、荣之联、中国神华等上市公司也表示,公司下一步计划将完善、细化投资者关系栏目,增强与投资者交流并及时更新公司在投资者互动平台、互动易及线下投资者接待活动的文字记录,供广大投资者参考。

存在的问题及诊断

一、持续在线问题

本次体验式调研发现,部分上市公司网站无法实现对投资者的全天候开放。本次调研的2477家公司中,有100多家公司无法一次登录成功,需要反复登录或延后时间登录,不能一次登录成功的原因主要有以下几种:

- (1) 公司因故对部分网站进行阶段性关闭,如重组、改版升级等。
- (2) 网站能登录,但其中的投资者关系栏目暂停上线,原因一般为改版。
- (3) 网站服务器不稳定,有的公司网站在某个时间段可以登录,过后又显示为网址过期。
- (4) 公司改版新建后重新上网,期间公司网站暂停。

诊断: (1) 对于因改版而暂停的网站或者是重点栏目,可以做新旧网站的衔接。在本次体验式访问中,很多公司也做到了一边筹建新版,一边维护旧版运作,实现了改版前后很平滑的过渡。

(2) 对于因重组而暂停上线的公司,仍需要对投资者提供持续服务,才能给予市场正常运作的良好形象。

(3) 因服务器不稳定等技术因素影响网站持续服务的,需要在网站建设上加大投入。随着互联网技术的发展和普及,当前支持上市公司网站持续运营的费用也在逐步降低,在本次上市公司网站评选中入选前十强的数字改通,其网站一次性投入费用只有5万元,就是一个很好的例证。

二、休眠网站问题

很多上市公司网站虽然能够上线,但内容已陈旧,没有更新,由于种种原因处于休眠状态。

状态一: 上市后休眠网站。上市数月或一年后,上市公司网站的首页仍显示为上市庆贺条幅、礼花等广告,内容更新截至上市日,如信息披露只更新到上市公司公告书,动态消息更新到上市新闻,之后没有更新。

状态二: 重组期间或其他原因休眠网站。网站所有内容在某一时点不再更新,一般为业绩下滑或进入重组。

诊断: 对于前两类公司需要改变观念,重视网站门面,才能赢得投资者的尊重。而对于重组公司,可以主动披露公司网址的变更。

三、日常维护不足

在体验式访问中发现,日常维护不足的问题依然存在。

很多公司网站的栏目为空白,建站以来一直没有充实;有些公司有新闻、信息披露等栏目,但长时间没有更新;有公司提供电子期刊,但内容陈旧;有公司在数年前春节对投资者致辞后,不再做更新。我们对新闻栏目的统计中显示,有789家公司的新闻栏目更新不及时,超过两个月未更新状态;对视频统计显示,有28家公司网站虽然提供了视频,但由于缓冲时间过长,无法观看。

诊断: 维护不足的公司网站需要对网站建设给予重视,借鉴优秀网站的经验,制定网站运营流程,对网站更新要有制度保障,及时吸收新技术,对网站存在的影响投资者上线问题给予及时解决。

四、独立的投资者关系网站及栏目设立问题

按照证监会和深沪两个交易所的要求,上市公司应该有自身独立的网站。在本次体验式访问能够登录的网站中,仍有16家公司有网站存在不能独立访问或者附属集团网站等情况。

此外,这些网站在对投资者提供的网站服务还存在其他一些重大问题:有的是访问受到限制,有的公司网站主要是网上商城没有任何公司内容的介绍,也有的公司只有全英文网站,不便投资者浏览互动等。

本次调查中还发现,有的公司没有设立投资者关系栏目,有的公司虽然有投资者关系栏目的设置,但没有独立运作,而寻求链接交易所或者其他机构的个股平台,使得上市公司网站完全失去了投资者关系管理的平台。

未来发展中需要关注的问题

通过本次调查,我们认为,随着上市公司网站的影响力提升,以下两大问题应该得到重视或者给以探讨厘清。

一、上市公司网站安全性问题

1、恶性攻击和篡改信息问题。安全性是网络的生命,对于上市公司网站的安全性更应该得到重视,当前对上市公司网站安全性的考察主要体现在网络被攻击或信息被篡改。

对于网络攻击问题,很多公司网站已做好了防范。有公司在问卷调查显示,其后台管理同时在整个信息传递过程中采用新技术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。

而对信息篡改问题,香港联交所有关负责人认为,无论是自建机房还是托管方式建立的网站,后台管理都

要受到很好的监管,这样才能使信息的输出得到有力保障。

2、假冒网站问题。假冒上市公司网站事件近年来时有发生,一般银行、保险等金融服务公司网站会被不法分子假冒。对于该类假冒,中国上市公司网站专家评委、中国互联网版权协会秘书长王斌提出,可以通过起诉搜索引擎公司达到正本清源的目的。她说,首先将上市公司确认的网址交给搜索公司,以确保搜索引擎抓取正确的网址。此外,如果发生有上市公司发现假网址在搜索引擎的事件出现,还可以通过给搜索公司发律师函的方式,将假网站从搜索引擎中清除。

二、是否将微博等新互动方式纳入法定渠道问题

与境外上市公司尤其是香港上

市公司网站比较,国内上市公司网站具有信息披露渠道和投资者互动平台的法定双功能。在当前的上市公司互动平台中,由于中国特色的微博强势,很多上市公司已经把微博列入互动手段,并在危机事件中积极采用,因而,在未来的上市公司网站建设中,有必要探讨是否将上市公司官方微博、微电影、微访谈等新互动方式纳入法定互动渠道问题。

在2005年中国证监会发布的《上市公司与投资者关系工作指引》中,以及深沪两个交易所有关的投资者关系规范中,不仅要求开设投资者关系专栏、发布投资者关系信息,更赋予网站对投资者提出的问题和建议给予及时答复”的法定功能。在中国的微博强势环境下,今年上市公司网站积极推介官方微