## 关于发布《关于修改〈首次公开发行股票承销业务规范〉的决定》、《首次公开发行股票网下投资者备案管理细则》、《首次公开发行股票配售细则》的通知

　 　中证协发[2014]77号

各证券公司：

　　为配合《证券发行与承销管理办法》修订实施，规范首次公开发行股票承销业务活动,保护投资者合法权益,协会组织修订了《首次公开发行股票承销业务规范》,起草了《首次公开发行股票网下投资者备案管理细则》、《首次公开发行股票配售细则》，经第五届常务理事会表决通过,现予发布,自发布之日起实施。

　　针对市场关注和容易误读的内容，我会起草了《首次公开发行股票承销业务规范（2014年修订）相关问题解答》，与上述规则一同发布。

　　附件：1.关于修改<首次公开发行股票承销业务规范>的决定

　　 2. 首次公开发行股票网下投资者备案管理细则

　　 3．首次公开发行股票配售细则

　　 4. 《首次公开发行股票承销业务规范（2014年修订）》相关问题解答

中国证券业协会 二零一四年五月九日

目录

[关于发布《关于修改〈首次公开发行股票承销业务规范〉的决定》、《首次公开发行股票网下投资者备案管理细则》、《首次公开发行股票配售细则》的通知 1](#_Toc390159555)

[首次公开发行股票承销业务规范 3](#_Toc390159556)

[首次公开发行股票网下投资者备案管理细则 21](#_Toc390159557)

[首次公开发行股票配售细则 27](#_Toc390159558)

## 首次公开发行股票承销业务规范

第一章 总则

第一条 为规范证券公司承销首次公开发行股票行为，保护投资者的合法权益，根据《证券发行与承销管理办法》制定本规范。

第二条 在首次公开发行股票时，承销商路演推介、询价、定价、配售、撰写并发布投资价值研究报告、信息披露等业务活动和网下投资者报价行为适用本规范。

第三条 根据《证券发行与承销管理办法》及本规范的相关规定，中国证券业协会（以下简称“协会”）对首次公开发行股票的承销商和网下投资者实施自律管理。

第四条 承销商应当建立健全承销业务制度和决策机制，制定严格的风险管理制度和内部控制制度，加强定价和配售过程管理，落实承销责任。

承销商应当对承销业务决策人、执行人等信息知情人行为进行严格管理，不得泄露相关信息。

第五条 承销商应当在合规管理中明确对询价、定价、配售等承销业务活动的要求。

承销商应当聘请律师事务所对发行及承销全程进行即时见证，并对网下投资者资质、路演推介、询价、定价、配售、资金划拨、信息披露等的合规有效性发表明确意见。

第二章 路演推介

第六条 在路演推介时，承销商可以和发行人向投资者介绍公司、行业及发行方案等与本次发行相关的内容。

承销商的证券分析师可以向网下投资者推介其撰写的投资价值研究报告。

第七条 承销商可以和发行人采用现场、电话、互联网等合法合规的方式进行路演推介。采用公开方式进行路演推介的，应当事先披露举行时间和参加方式。

路演推介期间，承销商和发行人与投资者任何形式的见面、交谈、沟通，均视为路演推介。

第八条 承销商应当和发行人至少采用互联网方式向公众投资者进行公开路演推介。在通过互联网等方式进行公开路演推介时，不得屏蔽公众投资者提出的与本次发行相关的问题。

第九条 采用现场方式路演时，除承销商、发行人与投资者之外，其他与路演推介工作无关的机构与个人，不得进入路演现场，不得参与承销商和发行人与投资者的沟通交流活动。

第十条 承销商和发行人推介内容不得超出招股意向书及其他已公开信息的范围，不得对投资者报价、发行价格提出建议或对二级市场交易价格做出预测。

承销商的证券分析师的路演推介应当与发行人的路演推介分别进行，推介内容不得超出投资价值研究报告及其他已公开信息的范围，不得对投资者报价、发行价格提出建议或对二级市场交易价格做出预测。承销商应当采取有效措施保障证券分析师路演推介活动的独立性。

第十一条 承销商和发行人应当以确切的事实为依据，不得夸大宣传或以虚假广告等不正当手段诱导、误导投资者；不得以任何方式发布报价或定价信息；不得阻止符合条件的投资者报价或劝诱投资者报高价；不得口头、书面向投资者或路演参与方透露未公开披露的财务数据、经营状况、重要合同等重大经营信息。

承销商和发行人相关工作人员出现上述情形的，视为相应机构行为。

第十二条 承销商不得自行或与发行人及与本次发行有关的当事人共同以任何方式向投资者发放或变相发放礼品、礼金、礼券等，也不得通过其他利益安排诱导投资者。

第三章 定价与配售

第一节 发行定价

第十三条 主承销商和发行人可以采用向网下投资者询价的方式确定股票发行价格。

主承销商和发行人应当根据初步询价结果确定发行价格或发行价格区间。确定发行价格区间的，应当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 主承销商在与发行人协商制定网下投资者具体条件时，应当遵循协会相关自律规则，并在相关发行公告中预先披露。网下投资者报价时应当持有不少于1000万元市值的非限售股份，机构投资者持有的市值应当以其管理的各个产品为单位单独计算。

主承销商应当对网下投资者是否符合预先公告的条件进行核查，对不符合条件的投资者，应当拒绝或剔除其报价。主承销商无正当理由不得拒绝符合条件的网下投资者参与询价。

第十五条 网下投资者报价应当包含每股价格和该价格对应的拟申购股数，每个投资者只能有一个报价。非个人投资者应当以机构为单位进行报价，报价对应的拟申购股数应当为拟参与申购的投资产品拟申购数量总和。

网下投资者报价后，主承销商和发行人应当剔除拟申购

总量中报价最高的部分，剔除部分不得低于所有网下投资者拟申购总量的10%。

首次公开发行股票价格（或发行价格区间）确定后，提供有效报价的投资者方可参与申购。

前款所称有效报价，是指网下投资者所申报价格不低于

主承销商和发行人确定的发行价格或发行价格区间下限，且符合主承销商和发行人事先确定且公告的其他条件的报价。

第十六条 承销商、发行人及其他知悉报价信息的人员不得出现以下行为：

（一）投资者报价信息公开披露前泄露投资者报价信息；

（二）操纵发行定价；

（三）劝诱网下投资者抬高报价，或干扰网下投资者正常报价和申购；

（四）以提供透支、回扣或者中国证券监督管理委员会（以下简称“证监会”）认定的其他不正当手段诱使他人申购股票；

（五）以代持、信托持股等方式谋取不正当利益或向其他相关利益主体输送利益；

（六）直接或通过其利益相关方向参与认购的投资者提供财务资助或者补偿；

（七）以自有资金或者变相通过自有资金参与网下配售；

（八）与网下投资者互相串通，协商报价和配售；

（九）接受投资者的委托为投资者报价；

（十）收取网下投资者回扣或其他相关利益；

（十一）未按事先披露的原则剔除报价和确定有效报价。

第十七条 主承销商应当对网下投资者的报价进行簿记建档，记录网下投资者的申购价格和申购数量，并根据簿记建档结果确定发行价格或发行价格区间。主承销商和发行人不得擅自修改网下投资者的报价信息。

第十八条 主承销商应当选定专门的场所用于簿记建档。簿记场所应当与其他业务区域保持相对独立，且具备完善可靠的通讯系统和记录系统，符合安全保密要求。

第十九条 主承销商应当对簿记现场人员进行严格管理，维持簿记现场秩序:

（一）簿记建档开始前，主承销商应当明确簿记现场人

员，相关人员进入簿记现场应当签字确认；

（二）簿记建档期间，除主承销商负责本次发行簿记建

档的工作人员、合规人员及对本次网下发行进行见证的律师外，任何人员不得进入簿记场所。簿记建档工作人员不得使用任何对外通讯工具，不得对外泄露报价信息。

簿记建档期间，投资者咨询工作应当集中管理，咨询电话应当全程录音。负责咨询工作的相关人员不得泄露报价信息。

第二十条 主承销商应当和发行人合理确定剔除最高报价部分后的有效报价投资者数量。首次公开发行股票数量在4亿股（含）以下的，有效报价投资者的数量不少于10家；首次公开发行股票数量在4亿股以上的，有效报价投资者的数量不少于20家。剔除最高报价部分后有效报价投资者数量不足的，应当中止发行。

第二十一条 主承销商应当和发行人及拟公开发售股份的发行人股东合理确定本次发行承销费用及分摊原则，不得损害投资者的利益。

第二节 配 售

第二十二条 机构投资者应当以其管理的投资产品为单位参与申购、缴款和配售。

第二十三条 主承销商应当和发行人事先确定配售原则，于招股意向书刊登的同时在相关发行公告中披露，并按已确定且公告的原则和方式确定网下配售结果。

确定网下配售原则时，综合考虑的因素可以包括但不限于：投资者报价、报价时间、申购价格、申购数量、投资者类型、独立研究及评估能力、长期持股意愿、风险承受能力、历史申购情况、与发行人和主承销商长期战略合作情况和协会对网下投资者的评价结果。

第二十四条 主承销商应当和发行人安排不低于本次网下发行股票数量的40%优先向通过公开募集方式设立的证券投资基金和社保基金投资管理人管理的社会保障基金（以下简称“公募社保类”）配售。

主承销商应当和发行人安排一定比例的股票向根据《企业年金基金管理办法》设立的企业年金基金和符合《保险资金运用管理暂行办法》等相关规定的保险资金（以下简称“年金保险类”）配售。

公募社保类、年金保险类有效申购不足安排数量的，主承销商和发行人可以向其他符合条件的网下投资者配售。

第二十五条 同类配售对象获得配售的比例应当相同。公募社保类、年金保险类投资者的配售比例应当不低于其他投资者的配售比例。主承销商和发行人对承诺12个月及以上限售期投资者单独设定配售比例的，公募社保类、年金保险类投资者的配售比例应当不低于其他承诺相同限售期的投资者。

第二十六条 主承销商对网下投资者进行分类配售的，应当符合预先披露的配售原则，分类依据充分，相关工作底稿完备。

第二十七条 向网下投资者配售股票时，主承销商应当和发行人保证发行人股权结构符合交易所规定的上市条件，并督促和提醒投资者确保其持股情况满足相关法律法规及主管部门的规定。

第二十八条 主承销商和发行人应当对获得配售的网下投资者进行核查，确保不向下列对象配售股票：

（一）发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员和其他员工；发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员能够直接或间接实施控制、共同控制或施加重大影响的公司，以及该公司控股股东、控股子公司和控股公司控制的其他子公司；

（二）主承销商及其持股比例5%以上的股东，主承销商的董事、监事、高级管理人员和其他员工；主承销商及其持股比例5%以上的股东、董事、监事、高级管理人员能够直接或间接实施控制、共同控制或施加重大影响的公司，以及该公司控股股东、控股子公司和控股股东控制的其他子公司；

（三）承销商及其控股股东、董事、监事、高级管理人员和其他员工；

（四）本条第（一）、（二）、（三）项所述人士的关系密切的家庭成员，包括配偶、子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母；

（五）过去6个月内与主承销商存在保荐、承销业务关系的公司及其持股5%以上的股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员，或已与主承销商签署保荐、承销业务合同或达成相关意向的公司及其持股5%以上的股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员。

（六）通过配售可能导致不当行为或不正当利益的其他自然人、法人和组织。

本条第（二）、（三）项规定的禁止配售对象管理的通过公开募集方式设立的证券投资基金除外，但应当符合证监会的有关规定。

第二十九条 主承销商应当要求参与本次配售的战略投资者就以下事项出具承诺函：

（一）其为本次配售股票的实际持有人，不存在受其他投资者委托或委托其他投资者参与本次战略配售的情形；

（二）其资金来源为自有资金，且符合该资金的投资方向；

（三）不通过任何形式在限售期内转让所持有本次配售的股票。

第三十条 首次公开发行股票网上投资者有效申购倍数超过50倍、低于100倍（含）的，应当从网下向网上回拨，回拨比例为本次公开发行股票数量的20%；网上投资者有效申购倍数超过100倍的，回拨比例为本次公开发行股票数量的40%；网上投资者有效申购倍数超过150倍的，回拨后网下发行比例不超过本次公开发行股票数量的10%。

主承销商和发行人将网下发行部分向网上回拨时，回拨比例的计算基数应当为扣除设定12个月及以上限售期部分后的本次公开发行股票数量。

第四章 投资价值研究报告

第三十一条 主承销商可以向网下投资者提供投资价值研究报告，但不得以任何形式公开披露或变相公开投资价值研究报告或其内容，证监会另有规定的除外。

主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。

主承销商不得在刊登招股意向书之前提供投资价值研究报告或泄露报告内容。

第三十二条 投资价值研究报告应当由主承销商及承销团其他成员的证券分析师独立撰写并署名。

第三十三条 承销商应当从组织设置、人员职责及工作流程等方面保证证券分析师撰写投资价值研究报告的独立性。撰写投资价值研究报告相关人员的薪酬不得与相关项目的业务收入挂钩。

第三十四条 投资价值研究报告撰写应当遵守以下原则：

（一）独立、审慎、客观；

（二）资料来源具有权威性；

（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。

第三十五条 投资价值研究报告应当对影响发行人投资价值的因素进行全面分析，至少包括下列内容：

（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（如有）的投资价值比较；

（六）其他对发行人投资价值有重要影响的因素。

投资价值研究报告内容不得超出招股意向书及其他已公开信息的范围。

第三十六条 投资价值研究报告应当按照证监会有关上市公司行业分类指引中制定的行业分类标准确定发行人行业归属，并说明依据，不得随意选择行业归属。

投资价值研究报告选择可比公司应当客观、全面，并说明选择可比公司的依据，不得随意选择可比公司。

投资价值研究报告使用的参数和估值方法应当客观、专业，并分析说明选择参数和估值方法的依据，不得随意调整参数和估值方法。

第三十七条 投资价值研究报告可以提供发行人整体市值区间和市盈率等估值区间，不得对每股估值区间、发行价格进行建议或对二级市场交易价格作出预测。

第三十八条 证券分析师应当在投资价值研究报告中显著位置进行充分的风险提示。

证券分析师应当对所披露的风险因素做定量分析，无法进行定量分析的，应当有针对性地作出定性描述。

证券分析师应当在投资价值研究报告中醒目位置提示投资者自主作出投资决策并自行承担投资风险。

第三十九条 证券分析师参与撰写投资价值研究报告相关工作，需事先履行跨墙审批手续。

承销商实施跨墙管理时，应当保证跨墙人员的相对稳定，维护跨墙工作流程的严肃性，保证信息隔离制度的有效落实。参与跨墙的证券分析师一经确认，不得随意调整。

跨墙期间，证券分析师应当严格遵守信息保密的要求，将跨墙参与的工作与其它工作有效隔离。

第五章 信息披露

第四十条 主承销商应当与发行人共同确保在首次公开发行股票过程中披露的信息真实、准确、完整、及时，无虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。首次公开发行股票过程中发布的公告应当由主承销商和发行人共同落款。

第四十一条 公开披露的信息应当按照证监会的规定，刊登在指定的报刊和互联网网站，并置备于指定场所，供公众查阅。公开披露的信息也可以刊登于其他报刊和网站，但不得早于在上述指定报刊和网站的披露时间。

主承销商对信息披露的内容应当进行严格的质量控制，确保在不同载体上披露的信息保持一致性，并对可能出现的疏漏承担责任。

第四十二条 首次公开发行股票发行与承销过程中，主承销商应当和发行人公开披露以下信息：

（一）招股意向书刊登首日在相关发行公告中披露发行定价方式、定价程序、参与网下询价投资者条件、股票配售原则、配售方式、有效报价的确定方式、中止发行安排、发行时间安排和路演推介相关安排等信息；实施老股转让的，还应当披露预计老股转让的数量上限，老股转让股东名称及各自转让老股数量，并明确新股发行与老股转让数量的调整机制。

（二）网上申购前披露每位网下投资者的详细报价情况，包括投资者名称、申购价格及对应的拟申购数量；剔除最高报价有关情况；剔除最高报价部分后网下投资者报价的中位数和加权平均数以及公募基金报价的中位数和加权平均数；有效报价和发行价格（或发行价格区间）的确定过程；发行价格（或发行价格区间）及对应的市盈率；网下网上的发行方式和发行数量；回拨机制；中止发行安排；申购缴款要求等。已公告老股转让方案的，还应当披露老股转让和新股发行的确定数量，老股转让股东名称及各自转让老股数量，并应当提示投资者关注，发行人将不会获得老股转让部分所得资金。按照发行价格计算的预计募集资金总额低于拟以本次募集资金投资的项目金额的，还应当披露相关投资风险。

（三）如拟定的发行价格（或发行价格区间上限）对应的市盈率高于同行业上市公司二级市场平均市盈率，主承销商和发行人应当在网上申购前三周内连续发布投资风险特别公告，每周至少发布一次。投资风险特别公告中明示该定价可能存在因估值过高给投资者带来损失的风险，提醒投资者关注，内容至少包括：

1.比较分析发行人与同行业上市公司的差异及该差异对估值的影响，提请投资者关注发行价格与网下投资者报价之间存在的差异；

2.提请投资者关注投资风险，审慎研判发行定价的合理性，理性做出投资决策。

发行人应当依据《上市公司行业分类指引》确定所属行业，并选取中证指数有限公司发布的最近一个月静态平均市盈率为参考依据。

（四）在发行结果公告中披露获配机构投资者名称、个人投资者基本信息以及每个获配投资者的报价、申购数量和获配数量等，并明确说明自主配售的结果是否符合事先公布的配售原则；对于提供有效报价但未参与申购，或实际申购数量明显少于报价时拟申购量的投资者应当列表公示并着重说明；实施老股转让的，应当披露最终确定的新发行股票及老股转让的具体数量、公开发售股份的股东名称及数量等信息；发行后还应当披露保荐费用、承销费用、其他中介费用等发行费用信息，其中，新股部分承销费率不能高于老股部分承销费率。

（五）向战略投资者配售股票的，应当于招股意向书刊登首日在相关发行公告中披露配售方案；在网下配售结果公告中披露战略投资者的名称、认购数量及持有期限等情况。采用超额配售选择权的，应当于招股意向书刊登首日在相关发行公告中披露其实施方案；在网下配售结果公告中披露超额配售选择权部分的发售情况；在上市公告中披露拟实施的后市稳定计划。

（六）根据证券交易所的规定，及时准确披露网上配售的相关信息，包括配售安排、网上中签率、摇号及中签结果等。

第六章 自律管理

第四十三条 协会建立对承销商和网下投资者的跟踪分析和评价体系，并根据评价结果采取奖惩措施。

第四十四条 协会建立首次公开发行股票网下投资者黑名单（以下简称“黑名单”）制度。

第四十五条 网下投资者在参与网下询价时存在下列情形的，主承销商应当及时向协会报告：

（一）使用他人账户报价；

（二）投资者之间协商报价；

（三）同一投资者使用多个账户报价；

（四）网上网下同时申购；

（五）与发行人或承销商串通报价；

（六）委托他人报价；

（七）无真实申购意图进行人情报价；

（八）故意压低或抬高价格；

（九）提供有效报价但未参与申购；

（十）不具备定价能力，或没有严格履行报价评估和决策程序、未能审慎报价；

（十一）机构投资者未建立估值模型；

（十二）其他不独立、不客观、不诚信的情形。

第四十六条 网下获配投资者存在下列情形的，主承销商应当及时向协会报告：

（一）不符合配售资格；

（二）获配后未恪守持有期等相关承诺的；

（三）协会规定的其他情形。

第四十七条 网下投资者或配售对象出现第四十五条和第四十六条情形的，主承销商向协会报告时应当报送相关材料。相关材料包括但不限于：

（一）网下投资者名称或配售对象名称；

（二）违规行为简述；

（三）相关证明材料；

（四）相关网下投资者或配售对象的解释说明。

协会在收到相关材料的五个工作日内审核主承销商报送材料的完备性。

第四十八条 协会应当按照以下规定将违规网下投资者或配售对象列入黑名单，并将黑名单在中国证券业协会网站公布：

（一）网下投资者或配售对象首次出现第四十五条和第四十六条所规定的一种情形的，协会将其列入黑名单六个月；

（二）网下投资者或配售对象同时出现第四十五条和第四十六条所规定的两种至五种情形或出现单种情形累计两次至五次的，或被证监会采取行政监管措施的，协会将其列入黑名单十二个月；

（三）网下投资者或配售对象同时出现第四十五条和第四十六条所规定的六种至九种情形或出现单种情形累计六次至九次的，协会将其列入黑名单二十四个月；

（四）网下投资者或配售对象同时出现第四十五条和第四十六条所规定的十种至十三种情形或出现单种情形累计十次至十三次的，或被证监会予以行政处罚的，协会将其列入黑名单三十六个月；

（五）网下投资者或配售对象同时出现第四十五条和第四十六条所规定的十四种至十五种情形或出现单种情形累计十四次至十五次的，协会将其永久列入黑名单。

网下投资者或配售对象被列入黑名单期满后，应当重新备案；被证监会采取市场禁入措施的，禁入期满后三十六个月内不能重新备案。

第四十九条 被列入黑名单的网下投资者或配售对象可以在中国证券业协会网站公布相关黑名单后的五个工作日内书面提出申诉。协会在收到申诉材料后的十个工作日内进行审核，并作出决定。

第五十条 主承销商应当认真履行报告义务。证监会和协会相关检查中发现主承销商存在瞒报、欺报或应报未报等情形的，协会将对其采取自律惩戒措施。

第五十一条 承销商应当保留承销过程中的相关资料并存档备查，相关资料至少保存三年。

承销过程中的相关资料包括但不限于以下资料：

（一）路演推介活动及询价过程中的推介或宣传材料、投资价值研究报告、路演记录、路演录音等；

（二）定价与配售过程中的投资者报价信息、申购信息、获配信息。获配信息包括但不限于投资者名称、获配数量、证券账户号码及身份证明文件等；

（三）确定网下投资者条件、发行价格或发行价格区间、配售结果等的决策文件；

（四）信息披露文件与申报备案文件；

（五）其他和发行与承销过程相关的文件或承销商认为有必要保留的文件。

第五十二条 协会采取现场检查、非现场检查等方式加强对承销商询价、定价、配售行为和网下投资者报价行为的监督检查。检查内容包括：

（一）路演推介的时间、形式、参与人员及内容；

（二）询价、簿记、定价、配售的制度建立与实施；

（三）投资价值研究报告的撰写、提供及其信息隔离制度的建立与实施；

（四）信息披露内容的真实性、准确性、完整性和及时性；

（五）存档备查资料的完备性；

（六）协会认为有必要的其他内容。

承销商应当配合协会进行检查，不得以任何理由拒绝、拖延提供有关资料，或者提供不真实、不准确、不完整的资料。

第五十三条 承销商及其相关业务人员违反本规范规定的，协会将根据《中国证券业协会自律管理措施和纪律处分实施办法》采取自律惩戒措施，并记入协会诚信信息管理系统。

承销商及其相关业务人员违反法律、法规或有关主管部门规定的，协会依法移交证监会或其他有权机关查处。

第七章 附则

第五十四条 发现承销商及其相关业务人员违反本规范的，可向协会举报或投诉。

第五十五条 其他证券的承销比照本规范执行。首次公开发行股票配售规则和首次公开发行股票网下投资者备案管理规则由协会另行制定。

第五十六条 本规范由协会负责解释。

第五十七条 本规范自发布之日起施行。《关于首次公开发行股票询价对象及配售对象备案工作有关事项的通知》（中证协发[2012]150号）、《首次公开发行股票询价和网下申购业务实施细则》（中证协发[2012]177号）、2013年12月27日发布的《首次公开发行股票承销业务规范》（中证协发[2013]231号）同时废止。

## 首次公开发行股票网下投资者备案管理细则

第一章 总则

第一条 为了规范首次公开发行股票（下称首发股票）网

下投资者的备案和自律管理工作，根据《证券发行与承销管理办法》（下称《承销办法》）和《首次公开发行股票承销业务规范》（下称《业务规范》）的相关规定，制定本细则。

第二条 本细则适用于：

（一）网下投资者参与首发股票询价和网下申购业务。

（二）具有证券承销业务资格的证券公司开展网下投资

者推荐工作。

（三）担任首发股票项目主承销商的证券公司（下称主

承销商）开展网下投资者选定和管理工作。

第三条 中国证券业协会（下称协会）依据《承销办法》、《业务规范》以及本细则的相关规定，对网下投资者实施自律管理。

第二章 网下投资者备案

第四条 参与首发股票询价和网下申购业务的投资者应在协会备案。

网下投资者备案，需满足以下基本条件：

（一）具备一定的股票投资经验。机构投资者应当依法设立、持续经营时间达到两年（含）以上，开展A股投资业务时间达到两年（含）以上；个人投资者应具备五年（含）以上的A股投资经验。

（二）具有良好的信用记录。最近12个月未受到刑事处罚、未因重大违法违规行为被相关监管部门给予行政处罚、采取监管措施。

（三）具备必要的定价能力。机构投资者应具有相应的研究力量、有效的估值定价模型、科学的定价决策制度和完善的合规风控制度。

（四）监管部门和协会要求的其他条件。

网下投资者指定的股票配售对象不得为债券型证券投资基金或信托计划，也不得为在招募说明书、投资协议等文件中以直接或间接方式载明以博取一、二级市场价差为目的申购首发股票的理财产品等证券投资产品。

股票配售对象是指网下投资者所属或直接管理的，已在协会完成备案，可参与首发股票网下申购业务的自营投资账户或证券投资产品。

第五条 证券公司、基金公司、信托公司、财务公司、保险公司以及合格境外投资者等六类机构投资者可自行在协会备案。

第六条 除本细则第五条所述六类机构投资者外，其他机构投资者或个人投资者可由具有证券承销业务资格的证券公司向协会推荐备案。证券公司应负责对所推荐网下投资者进行核查，保证所推荐的网下投资者符合本细则第四条规定的基本条件。

第七条 向协会申请备案，应当提交以下备案文件：

（一）网下投资者备案信息表（附表1）。

（二）网下投资者资质证明文件（附表2）。

属于本细则第六条所述证券公司推荐备案情形的，还应提交网下投资者推荐名单及股票配售对象推荐名单。

网下投资者的每个股票配售对象均应指定两个证券账户（上海、深圳证券交易所各指定一个）和一个银行账户，用于参与首发股票网下申购业务。当指定证券账户信息和银行账户信息发生变更时，应于三个工作日内向协会提交变更备案申请。

第八条 协会自受理备案文件之日起十个工作日内完成备案工作，符合备案条件的，在协会网站予以公示；不符合备案条件的，向报备方书面说明不予备案的原因。

受理日期自受理回执发出之日起计算。

第九条 首发股票项目的发行人和主承销商可以设置网下投资者的具体条件，并在相关发行公告中预先披露。具体条件不得低于本细则第四条规定的基本条件。

发行人和主承销商应要求参与该项目网下申购业务的网下投资者指定的股票配售对象，以该项目初步询价开始前两个交易日为基准日，其在项目发行上市所在证券交易所基准日前二十个交易日的非限售股票的流通市值日均值应为1000万元（含）以上。

主承销商应在已完成协会备案的网下投资者和股票配售对象范围内，对其是否符合首发股票项目的预先披露条件进行核查，选定可参与该项目询价和网下申购业务的网下投资者和股票配售对象，对不符合条件的，应当拒绝或剔除其报价。

第三章 网下投资者行为

第十条 网下投资者在参与首发股票询价和网下申购业务时，应审慎选择参与项目，认真研读招股资料，深入分析发行人信息、理性报价、合规申购。

第十一条 网下投资者为机构的：

（一）应制定专项内控制度，规范其业务人员或研究人员参与首发股票项目推介活动的行为，避免发生有悖职业道德的情形。

（二）应坚持科学、独立、客观、审慎的原则开展首发股票的研究工作，要认真研读发行人招股说明书等信息，建立必要的估值定价模型。

（三）应建立健全必要的投资决策机制，通过严格履行决策程序确定最终报价。

（四）应按照公司内部业务操作流程提交报价，并建立报价信息复核机制。

（五）应制定申购资金划付审批程序，根据申购计划安排足额的备付资金，确保资金在规定时间内划入结算银行账户。

（六）应针对首发股票询价和网下申购业务的开展情况进行合规审查，对公司是否与项目发行人或主承销商存在《业务规范》第二十八条所述关联关系、报价与申购行为是否符合《承销办法》、《业务规范》以及公司内部制度要求等进行审查。

（七）应建立健全员工业务培训机制，定期或不定期组织员工开展有针对性的业务法规培训，持续提升执业水平。

（八）应将相关业务制度汇编、工作底稿等存档备查。

第十二条 网下投资者为个人的，应当自觉避免参与与发行人或主承销商存在《业务规范》第二十八条所述关联关系首发股票项目的询价和网下申购业务。

第十三条 主承销商应在首发股票上市交易后的十五个工作日内，将项目发行承销工作的基本信息、网下投资者报价信息、网下配售结果信息以及网下投资者违规行为信息（见附表3）提交协会。

第十四条 获配首发股票的网下投资者，应当在获配首发股票上市后的十五个工作日内分别就其获配首发股票于上市首日、第三日和第十日收盘时的股票余额情况向协会备案。

第十五条 网下投资者应当在每年1月31日前向协会填报年度总结表（附表4），对全年的报价和网下申购业务进行总结，对是否持续符合网下投资者条件进行说明。

第四章 网下投资者评价

第十六条 协会建立网下投资者跟踪分析和评价体系，对网下投资者的定价能力进行综合评价（附表5）。协会于每年一季度对网下投资者上年度参与首发股票询价和网下申购业务进行综合评分，并依据评价结果实行分类管理。

第十七条 评价体系包括网下投资者的机制完备性、报价合理性、展业合规性和投资理性度等指标。

（一）机制完备性。是指网下投资者在评价期间是否已根据《承销办法》、《业务规范》和本细则的相关规定，建立健全了参与首发股票询价和网下申购业务的公司内部机制。

（二）报价合理性。是指网下投资者在评价期间所提交报价是否审慎、合理。

（三）展业合规性。是指网下投资者在评价期间参与首发股票询价和网下申购业务时是否遵守《承销办法》、《业务规范》、本细则和公司内部规则的规定，是否发生过违规行为。

（四）投资理性度。是指网下投资者在评价期间对获配股票的交易处理是否基于长期、理性的投资理念。

第十八条 综合评分位居前30%的网下投资者为A类网下投资者；位居31%-80%的网下投资者为B类网下投资者；位居后20%的网下投资者为C类网下投资者。

评价结果为A类网下投资者的，主承销商在开展投资者选择和股票配售工作时应予以优先考虑。

评价结果为B类网下投资者的，可正常参与首发股票询价和网下申购业务。

评价结果为C类网下投资者的，主承销商在开展投资者选择和股票配售工作时应予以谨慎对待。

评价结果确定后，于每年第一季度的最后一周在协会网站公示。

第五章 自律管理

第十九条 协会对网下投资者日常业务的开展情况进行跟踪监测，并组织开展不定期现场检查，发现异常情形的，将采取自律管理措施。

第二十条 协会建立首发股票网下投资者黑名单（下称黑名单）制度，将主承销商、协会、证券交易所、监管部门在业务开展和监测检查中发现存在《业务规范》第六章所述违规行为的网下投资者列入黑名单，并在协会网站公示。

第二十一条 除《业务规范》第六章第四十五条、第四十六条所述情形外，网下投资者未按本细则要求报送信息、瞒报或谎报信息、不配合协会检查工作的，协会将其列入黑名单。

第二十二条 具有证券承销业务资格的证券公司在网下投资者推荐工作中，主承销商在网下投资者选定和管理工作中存在违反本细则规定情形的，协会将依照《中国证券业协会自律管理措施和纪律处分实施办法》采取相应措施。

第二十三条 网下投资者在参与首发股票询价和网下申购业务时涉嫌违法违规的，协会将移交监管部门处理。

第六章 附则

第二十四条 本细则由中国证券业协会负责解释

第二十五条 本细则自发布之日起实施。

附表：1.网下投资者备案信息表

2.网下投资者资质证明文件明细

3.主承业务信息报备

4.网下投资者年度总结表

5. 网下投资者评价标准明细表

## 首次公开发行股票配售细则

第一章 总则

第一条 为规范首次公开发行股票配售行为，根据《证券发行与承销管理办法》（以下简称《承销管理办法》）、《首次公开发行股票承销业务规范》（以下简称《业务规范》）和《首次公开发行股票网下投资者备案管理细则》（以下简称《备案管理细则》）的相关规定，制定本细则。

第二条 境内首次公开发行股票时，主承销商配售行为和网下投资者申购行为适用本细则。

第三条 中国证券业协会（以下简称“协会”）依据《承销管理办法》、《业务规范》、《备案管理细则》及本细则的相关规定，对主承销商配售行为和网下投资者申购行为实施自律管理。

第二章 内部制度

第四条 主承销商应当建立健全组织架构和配售制度，加强配售过程管理，在合规管理相关制度中明确对配售工作的要求。

配售制度包括决策机制、配售规则和业务流程，以及与配售相关的内部控制制度等。

第五条 主承销商应当有负责配售决策的相关委员会（以下简称“委员会”）。

委员会具体职责应当包括制定配售工作规则、确定配售原则和方式，履行配售结果审议决策职责，执行配售制度和程序，确保配售过程和结果依法合规。

第六条 委员会应当以表决方式对配售相关事宜做出决议。表决结果由参与决策的委员签字确认，并存档备查。

委员会委员应当依照规定履行职责，独立发表意见、行使表决权。

第七条 委员会组成人员应当包括合规负责人。

主承销商的合规部门应当指派专人对配售制度、配售原则和方式、配售流程以及配售结果等进行合规性核查。

主承销商其他内控部门应当与合规部门共同做好配售行为的内控管理。

第八条 主承销商应当聘请律师事务所对网下发行过程、配售行为、参与配售的投资者资质条件及其与发行人和主承销商的关联关系、资金划拨等事项进行见证，并出具专项法律意见书。

第三章 配售对象

第九条 在网下申购和配售时，除满足《备案管理细则》规定的基本条件外，主承销商和发行人可以结合项目特点，设置配售对象的具体条件。配售对象条件应当在相关发行公告中事先披露。

第十条 首次公开发行股票时，主承销商应当按照事先披露的配售原则和配售方式，在有效申购的网下个人投资者和机构投资者中选择股票配售对象。

配售对象是指网下投资者所属或直接管理的，已在协会完成备案，可参与网下申购的自营投资账户或证券投资产品。

第十一条 首次公开发行股票时，主承销商不得向下列对象配售股票：

（一）发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员和其他员工；发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员能够直接或间接实施控制、共同控制或施加重大影响的公司，以及该公司控股股东、控股子公司和控股公司控制的其他子公司；

（二）主承销商及其持股比例5%以上的股东，主承销商的董事、监事、高级管理人员和其他员工；主承销商及其持股比例5%以上的股东、董事、监事、高级管理人员能够直接或间接实施控制、共同控制或施加重大影响的公司，以及该公司控股股东、控股子公司和控股股东控制的其他子公司；

（三）承销商及其控股股东、董事、监事、高级管理人员和其他员工；

（四）本条第（一）、（二）、（三）项所述人士的关系密切的家庭成员，包括配偶、子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母；

（五）过去6个月内与主承销商存在保荐、承销业务关系的公司及其持股5%以上的股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员，或已与主承销商签署保荐、承销业务合同或达成相关意向的公司及其持股5%以上的股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员。

（六）通过配售可能导致不当行为或不正当利益的其他自然人、法人和组织。

（七）主承销商或发行人就配售对象资格设定的其他条件。

本条第（二）、（三）项规定的禁止配售对象管理的公募基金不受前款规定的限制，但应当符合证监会的有关规定。

第十二条 网下配售时，主承销商应当对配售对象进行核查。对于不符合条件的配售对象，主承销商应当拒绝对其进行配售。

第四章 配售原则

第十三条 首次公开发行股票时，主承销商应当协商发行人自主确定配售原则和配售方式，并按照相关规定事先披露。

第十四条 主承销商和发行人应当根据以下因素确定清晰、明确、合理、可预期的配售原则：

（一）投资者条件，包括投资者类型、独立研究及评估

能力、锁定期安排和长期持股意愿等；

（二）报价情况，包括投资者报价、报价时间等；

（三）申购情况，包括投资者申购价格、申购数量等；

（四）行为表现，包括历史申购情况、网下投资者与发

行人和主承销商的战略合作关系等；

（五）协会对网下投资者的评价结果。

第五章 配售方式

第十五条 主承销商对配售对象进行分类的，应当明确配售对象分类工作机制，按照事先披露的配售原则，对配售对象进行分类。

第十六条 主承销商对配售对象进行分类的，应当对通过公开募集方式设立的证券投资基金和社保基金投资管理人管理的社会保障基金（以下简称“公募社保类”）单独分为一类；对根据《企业年金基金管理办法》设立的企业年金基金和符合《保险资金运用管理暂行办法》等相关规定的保险资金（以下简称“年金保险类”）单独分为一类。

主承销商可以根据投资者报价、报价时间、申购价格、申购数量、投资者类型、独立研究及评估能力、锁定期安排和长期持股意愿、风险承受能力、历史申购情况、与发行人和主承销商长期合作情况、协会对网下投资者的评价结果等对其他配售对象进行分类。

第十七条 同类配售对象获得配售的比例应当相同。公募社保类、年金保险类投资者的配售比例应当不低于其他投资者的配售比例。

主承销商和发行人对承诺12个月及以上限售期投资者单独设定配售比例的，公募社保类、年金保险类投资者的配售比例应当不低于其他承诺相同限售期的投资者。

第十八条 主承销商和发行人在实施配售时，应当优先满足下列条件：

（一）公募社保类的配售比例应当不低于本次网下发行股票数量的40%；

（二）安排一定比例的股票向年金保险类进行配售，具体配售比例由主承销商协商发行人确定；

公募社保类、年金保险类有效申购不足安排数量的，主承销商和发行人可以向其他符合条件的网下投资者配售。

第六章 信息披露和资料留存

第十九条 主承销商和发行人在配售过程中应当履行信息披露义务。主承销商和发行人在配售过程中披露的信息，应当真实、准确、完整、及时，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

第二十条 主承销商在配售过程中应当按照要求编制信息披露文件，公开披露以下信息：

（一）在披露招股意向书同时在相关发行公告中披露配售原则、配售方式；

（二）在发行结果公告中披露获配机构投资者名称、个人投资者个人信息以及每个获配投资者的报价、申购数量和获配数量等，并明确说明配售结果是否符合事先公布的配售原则；

（三）在发行结果公告中列表公示并着重说明提供有效报价但未参与申购，或实际申购数量明显少于报价时拟申购数量的网下投资者。

（四）向战略投资者配售股票的，应当于招股意向书刊登首日在相关发行公告中披露配售方案；在网下配售结果公告中披露战略投资者的名称、认购数量及持有期限等情况。

第二十一条 主承销商应当保留配售工作底稿，工作底稿至少保存三年。工作底稿应当包括：

（一）网下投资者报价及申购信息；

（二）配售对象基本信息：获配投资者为自然人的，应

至少取得其姓名、证券账户号码、身份证或护照号码、联络方式、住址等信息；获配投资者为法人或其他组织的，应至少取得其名称、证券账户号码、身份证明号码、联络方式、办公地址等信息。

（三）配售决策过程文件；

（四）法律意见书；

（五）协会规定的其他材料。

第七章 自律管理

第二十二条 协会建立主承销商配售行为跟踪分析和评价体系，对主承销商配售行为进行综合评价。综合评价结果将作为对主承销商分类管理的依据。

第二十三条 综合评价体系包括制度完备性、配售过程合规性、禁止性行为、信息披露合规性、资料留存完整性和配售行为诚信情况等指标。

（一） 制度完备性。是指主承销商是否按照《承销管理

办法》、《业务规范》和本细则的相关规定，建立健全配售制度。

（二） 配售过程合规性。是指主承销商实施配售的过程

是否符合《承销管理办法》、《业务规范》和本细则对合规、优先配售、配售比例等方面的相关规定。

（三） 禁止性行为。是指主承销商在实施配售过程中是否存在违反《承销管理办法》、《业务规范》和本细则规定的行为。

（四） 信息披露合规性。是指主承销商是否按照《承销管理办法》、《业务规范》和本细则规定真实、准确、完整、及时披露相关信息。

（五）资料留存完整性。是指主承销商是否完整保存了

网下投资者报价及申购信息、配售对象基本信息、配售决策过程文件、法律意见书等配售工作的相关资料。

（六）配售行为诚信情况。是指主承销商是否按照事先披露的配售原则和方式对网下投资者进行分类和配售。

第二十四条 主承销商应当按照《主承销商配售行为自评表（附表）》（以下简称《自评表》）对每个项目进行自评，并于首次公开发行股票上市15个工作日内将《自评表》报送至协会。

第二十五条 协会根据上一年度主承销商单个项目自评得分计算得出综合评价得分。综合评价得分为：上一年度各个项目得分总和/项目数量。

第二十六条 根据综合评价得分，主承销商分为A、B、C类。综合评价得分90分（含）以上的，为A类；71分至89分的，为B类；70分（含）以下的，为C类。

第二十七条 上一年度及综合评价期间存在以下情形的主承销商为C类：

（一）主承销商因涉嫌犯罪正被司法机关立案侦查或者受到刑事处罚的；

（二）主承销商被采取责令关闭、暂停或者撤销证券服务业务许可行政处罚措施的，或者被采取临时接管监管措施的；

（三）主承销商的保荐业务被采取责令整改的；

（四）主承销商因涉嫌违反证监会行政规章等规范性文件被调查的；

（五）协会执业检查发现主承销商自评结果存在弄虚作假，或实施配售但未报送《明细表》的。

第二十八条 协会每年对上一年度主承销商配售行为进行综合评价。实施配售的主承销商应当参与综合评价。协会于每年4月30日前完成综合评价工作，并在网站公示上一年度综合评价结果。

第二十九条 在网下申购和配售过程中，主承销商发现配售对象存在违法违规或违反《备案管理细则》行为，以及存在以下情形的，应当及时报告协会：

（一） 不符合配售资格的；

（二） 获配后未恪守持有期等相关承诺的；

（三） 协会规定的其他情形。

在收到主承销商报告后，协会将其列入首次公开发行股票网下投资者黑名单中。

第三十条 协会可以采取现场检查、非现场检查等方式对主承销商配售行为进行定期或不定期检查。检查内容包括：

（一） 配售制度的建立和执行情况；

（二） 配售工作流程的合规性；

（三） 配售工作底稿的完整性、合规性和存档情况；

（四） 配售信息披露的真实性、准确性、完整性和

及时性；

（五） 主承销商自评结果报送的及时性、真实性和准确性；

（六） 协会认为必要的其他内容。

第三十一条 主承销商及其相关业务人员和配售对象应当配合检查工作，不得以任何理由拒绝、拖延提供有关资料，或者提供不真实、不准确、不完整的资料。

第三十二条 主承销商及其相关业务人员和配售对象违反本细则规定，协会将根据《中国证券业协会自律管理措施和纪律处分实施办法》采取相关自律惩戒措施，并记入协会诚信信息管理系统。

主承销商及其相关业务人员和配售对象违反法律、法规或监管部门规定的，协会将移交监管部门或其他有权机关处理。

第八章 附则

第三十三条 主承销商及其相关业务人员和配售对象的申购和配售行为接受社会监督。协会接受对违反本细则规定行为的举报或投诉。

第三十四条 本细则由协会负责解释。

第三十五条 本细则自发布之日起施行。

附表：主承销商配售行为自评表