

国际上市指南

# 财务公共关 系 / 投资者 关系公司的 角色



## 关于Hugin

Hugin集团是纽约泛欧交易所集团下属公司，泛欧洲地区领先服务商，为公关专业人士与目标人群的连接提供创新服务和专业支持。

自从1995年成立以来，Hugin在监管和新闻发布服务业始终处于先驱位置，探索促进最佳实践的方法。Hugin为公司提供新闻发布和合规方面的服务。Hugin的发布渠道将公司与数以千计的记者、分析师和机构投资者，以及利益相关者直接连接。

Hugin是投资者关系和公共关系官员的首选合作伙伴，提供全面的服务，包括金融、监管和媒体新闻传播、在线服务、广播服务、学习服务和客户服务。

Hugin集团是一家国际集团，目前在11个国家设有12个办事处，分别设在比利时、法国、丹麦、芬兰、德国、挪威、波兰、瑞典、瑞士、荷兰和英国。Hugin为26个国家超过1900个客户提供服务。

除了活跃在欧洲，Hugin还在北美洲和亚洲发展了战略伙伴关系。Hugin集团帮助欧洲公司以当地语言向全球专业投资者和媒体发布新闻。

欲了解更多信息，请登录 <http://www.hugin.com>

成功进入股票市场对于公司未来的发展至关重要。这一运作的成功不仅取决于和机构投资者和财务分析师的有效财务沟通，同时包括和公众和媒体的沟通。

Matthias Erler, Hugin

市场营销及合作方开发部主任



# 目录

如何确保你的首次公开发行成功	3
监管新闻的发布	12
联系方式	14

# 如何确保你的首次公开发行成功

## 一个有着严格规则的复杂过程

首次公开发行在一家公司的发展过程中，是一个关键的阶段；它可以带来急需的资金，以确立关键的竞争优势、改善战略地位、以及确保未来增长。挑战是巨大的，而失误的代价同样巨大。要取得成功就要未雨绸缪，不能忽略任何细节。

启动首次公开发行就意味着进入一个受到高度监管的环境，其中提供给公众的金融信息扮演着中心角色，它们必须准确、具体、真实和及时。

金融市场主管部门在审查一家公司的首次公开发行申请时非常仔细，在众多事项中它要确保公司满足了所有相关披露规定。所以公开招股书（或上市通函）由公司及其合作伙伴一同起草；其中必须包含公司及其历史、业务活动、市场、战略定位、管理团队、竞争环境、潜在风险因素和增长前景等等的完整信息，以及首次公开发行的细节，和对公司股东造成的影响。市场主管部门\*将决定公司是否符合上市条件。一旦公开招股书被批准，其信息要向公众公布，让每一个人都能知道。

证券交易所是竞争极为激烈的市场——投资者被众人追求，交易每时每刻都在进行。为了说服投资者投资于你的公司，你需要建立知名度和信任感。法律规定的信息不足以创建知名度和说服投资者。为了推广宣传贵公司的实力，展示贵公司股票的吸引力，你也需要发展一个全面的金融沟通战略。

不容置疑，沟通对任何计划在股票市场上市的公司



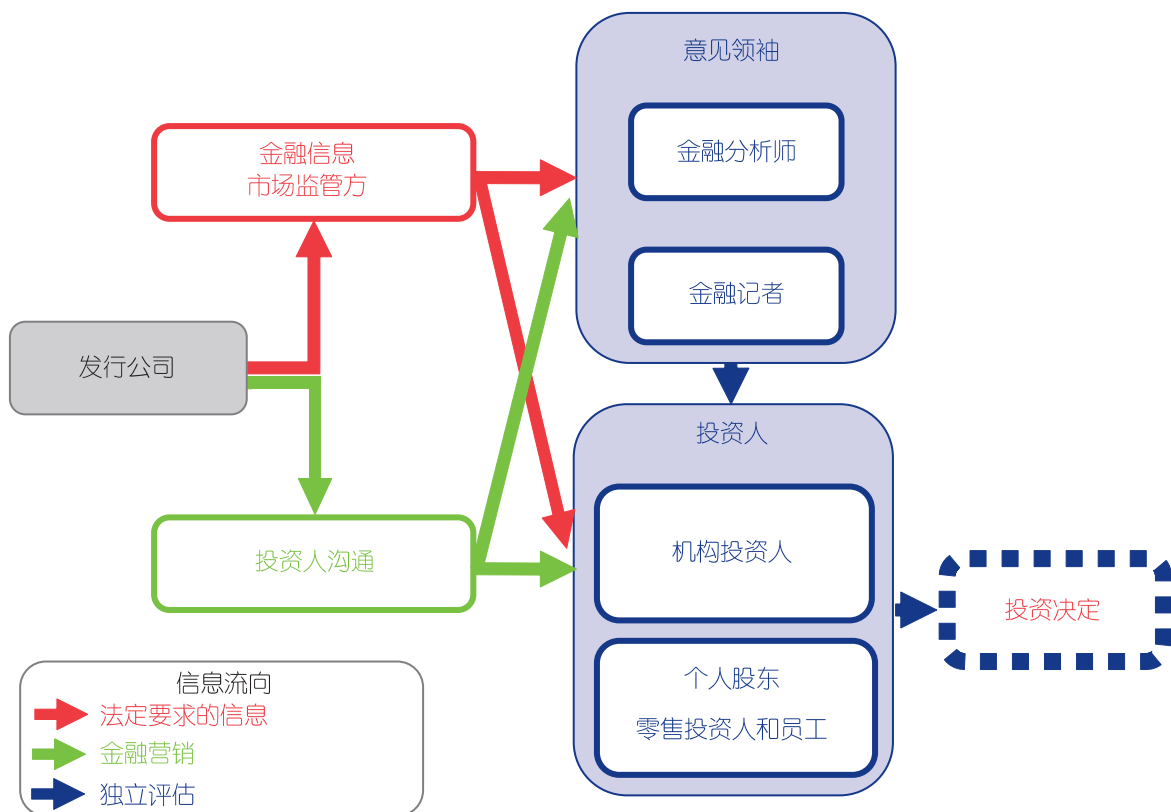
都至关重要。首次公开发行的成功很大程度上取决于有效的沟通。金融沟通代理可以帮助你在投资者中间塑造一个健康的形象，支持发行涉及的方方面面技术环节。

以下信息可以帮助你更好地了解首次公开发行涉及的问题，确保其成功。

\* 市场主管部门一般指欧盟监管部门，但纽约泛欧交易所创业板的私募上市由证交所批准，并由上市保荐人负责。

## 将投资者沟通放在你战略的核心位置

首次公开发行要经历一个漫长的过程、牵涉细致的决策过程、涉及众多公司合作伙伴，比如银行家、律师和审计师。这其中涉及大量的沟通、复杂的数据流和严格的规定。



将投资者沟通和市场主管部门要求的财务信息分开是非常重要的。监管规定的财务信息自有其考虑，而投资者沟通则强调重要的事项，以构建一个成功投资案例。金融市场主管部门，试图通过确保公司为潜在投资者作决策提供足够的信息，来保护股东的利益。投资者沟通将此信息向公众展示。

金融沟通代理将与首次公开发行的相关各方一同合作，形成一个有效的沟通战略，并帮助首次公开发行获得成功。这些专业的代理有着金融市场、不同主体、首次公开发行技术规定方面深入的知识。他们的专业知识，使得他们可以展示一个符合投资者标准和投资法则的公司。投资者沟通战略的目标是确保公众能看到公司的真实价值。这包括强调重要的不同之处，比如财务业绩、管理质量、竞争优势和未来前景。

## 从首次公开上市伊始便采用最佳实践

不仅财务信息的内容是重要的，基于监管要求，其发布也必须是实时地、同步地传播给最广大的受众，以确保对各方的公平对待。这意味着公司必须小心控制所有与首次公开发行人相关的沟通渠道。

从其准备首次公开发行人的一开始，公司就应该用必要的工具武装自己，以满足金融市场的期待，并完成目标。衡量沟通工具和内容的唯一标准就是最佳实践。

服务提供商，比如Hugin，用电子化的方式协助投资者关系和公关专业人士，实时、同步地向国际国内主要金融信息主体、媒体和网站，全文发布新闻发布稿。这些发布稿通过直通的处理系统发布给：

- 专业投资者利用的是专业金融信息系统、数据库、内容整合平台、信息媒体库和内联网。这些包括道琼斯路透商业资讯、Acquire Media、彭博、银福博萨、Markit、路透、泰勒克斯和汤姆森金融公司
- 个人股东是利用互联网服务提供商、信息门户、金融信息网站、银行和经纪人网站、媒体网站和移动解决方案。这些包括ADVFN、AOL、Barclays、BFM、BNP Paribas、Bolsamania、Capital、Cash、Challenges、Crédit Agricole、De Tijd、Dexia、El Mundo、FAZ、Ft.com、Google、La Repubblica、Le Figaro、Le Monde、MSN、Onvista、Orange、Skynet、Tiscali、T-Online、Yahoo。
- 数以千计的媒体包括新闻社、国家和地区性日报、杂志、网络杂志和专业交易杂志等。法新社、亚太金融新闻社、道琼斯通讯社、德国 DPA AFX 新闻机构、埃菲社、卢萨社、路透社。

公司也可以通过电子邮件、传真和短消息方式，按照自己的联系人名单（专业投资者、记者等）发布其更新的信息和新闻稿。



所有上市公司必须向公众提供完整配套的财务信息和沟通工具。市场主管部门一般要求这些信息在最少五年之内随时可以索要得到。由于互联网的便捷性、有效性和广泛的应用，公司网站已变成向公众提供财务信息的首选方法。

向新闻界和投资者公开的信息之透明性、全面性和互动性是协助评估网站质量的主要特色：好的网站应该提供关于公司的所有基本信息，尤其是其股票价格、财务报告文件、财务新闻发布和财务计划，这方面正是Hugin这样的服务提供商擅长的地方。网站也应该包括公司治理的部分，对管理机构的描述（董事会和行政管理）。网站应该是互动的。投资者希望公司文件（年度报告、中期报告、股东通讯、机构宣传册等）采用超文本链接html/flash的格式，这样阅读更加简便，信息更便于浏览。这些格式加快了文件打开的速度（不需要下载），简化了导航功能（互动索引、搜索引擎、缩放等），同时又符合公司网站的品牌形象。

互联网用户也喜欢浏览发行公司财务事件的网上音频/视频重播。互动解决方案对于上市公司来说，是有用的透明化工具，让其所有投资者可以在公司的网站上，实时地、或在稍后跟踪分析师会议、股东会议、首席执行官的采访等等。网站也可以向互联网用户发送电邮提示，譬如当有新闻发布时，或关于公司财务事件的通知。公司要考虑的另外一个重要因素是，在其网站上要提供多少信息，比如，经理人员的生平、股票市场交易、董事的薪酬等。绝大多数上市公司在网站上设有投资者关系部分。通过访问这些网站，并观察其使用的财务沟通工具和系统——尤其那些在同一行业的公司或甚至直接竞争者——你可以确定贵公司首次公开发行应该建立什么样的机制。以下是首次公开发行针对每类目标受众的最低财务沟通内容。

	分析师	投资者	记者	当前股东	管理层
吹风会	x	x	x		
路演		x			
幻灯片演示	x	x	x	x	x
财务出版物 (公开招股书、条款清单)	x	x	x	x	
投资者广告 (公开招股书、程序)	x	x	x	x	
网站 (投资者关系部分)	x	x	x	x	
Q&A					x
媒体培训					x

首次公开发行全过程中的这些沟通活动被市场主管部门密切关注

## 完成所有步骤

所有步骤必须按照监管标准和时间表完成。除了要满足首次公开发行的技术和财务标准，公司还必须积极组织公共关系活动，从而在投资者当中建立知名度。但是公关活动必须严格遵守行为准则，这要求首次公开发行要在相当长一段时间内保密。

这也是首次公开发行中的一个难点。如何才能在构建成功发行所需知名度的同时，将你的意图保持机密？最小的泄密也会危及整个交易。在公司内部，只有那些发行准备工作所需的经理才有必要知情；在公司之外，知情的人群应该限制在首次公开发行合作伙伴之内（比如银行、律师、注册会计师和财务沟通代理）。公司要负责确保没有泄密情况。



首次公开发行准备过程中，要经历一个特定过程，以建立沟通工具，并将成功的可能性最大化，也就是将成功的首次公开发行与投资者沟通联系起来，建立金融市场信心，并保持发行所带来的知名度。

从首次公开发行准备伊始到最后完成，要经历至少六个月、通常超过一年的紧张工作。这些准备工作可以分成以下四个阶段。





**第一阶段——选择你的首次公开发行合作伙伴，确信符合交易所上市的条件。**

- 在启动首次公开发行之前，你应该确定，在信息内容和发布时间表方面，贵公司满足所选市场——纽约泛欧交易所主板或创业板——的财务标准，并符合透明化规定。
- 一旦你决定上市，你应该小心选择你的合作伙伴——银行、投资服务提供商、律师、审计师、金融沟通代理，并衡量其首次公开上市方面的经验。但拥有熟练的伙伴本身并不能保证成功。所有各方都应该同意你的管理价值观，并能为共同的目标而努力。一旦建立起了团队，你可以开始发展投资者沟通战略，以及相应的沟通工具。

**注：**如果你决定将贵公司股票相当一部分留给零售投资者，你需要尽早启动公关行动，以建立必要的知名度。但在信息限制期中，**你的沟通绝对不可以涉及你的首次公开发行计划。**在此绝对保密期间，你的知名度的构建应该完全基于企业沟通的公司价值、市场位置和优势方面。

## 第二阶段——开发沟通工具

- **建立首次公开发行时间表**—与所有发行合作伙伴一起选择一个上市日期，当然还须经市场主管部门批准。以这一日期为起点倒推制定一个工作进度表。市场主管部门只有收到所有公开招股书要求的信息后，才会处理申请。
- **起草公开招股书**—市场主管部门将依据招股书做出是否批准公司首次公开发行的决定。该“信息圣经”应包含所有法律要求的首次公开发行信息，并与发行涉及的银行、投资服务提供商、律师和审计师共同完成。金融沟通代理可以确保招股书中法定要求的信息，与你的沟通战略中发布的信息一致，特别是针对吸引投资人兴趣方面。



## 第二阶段——开发沟通工具（承上页）

- **吸引投资人兴趣的案例营建**—应该在推广首次公开发行的公开会议上（获得批准当天的吹风会、发行合作伙伴主办的投资者路演、新闻发布会等），由管理人员以幻灯片或PowerPoint演示的方式说明。该演示应该以市场为导向，总结那些法律要求的信息，目的是向投资者通报贵公司所提供的可贵投资机遇。在每一次会议上散发打印的演示文件，这样与会者可以在随后作为参考。并将其贴在公司网站上，让那些不能参会的人有机会看到。**该演示是你最重要的投资者沟通工具之一。**
- **准备后勤和技术资源**—你将需要早早为数不清的首次公开发行相关事项做准备。当获得监管审批时，一切都应该就绪。准备好发布信息的资源（贵公司的网站、商务和财务报纸、专业的信息提供商等），和公开会议的后勤工作（吹风会、路演等）。
- **启动或强化你的公共关系活动**—绝对保密原则在第二阶段依然适用。沟通应该完全建立在贵公司的价值观和定位上。要注意的是，随着时间的推移，保守秘密将变得越来越困难，尤其涉及到贵公司自己的员工时。



## 第三阶段——向市场主管部门递交你的公开招股书

- **向市场主管部门提交公开招股书**—与你的首次公开发行合作伙伴一道，来确保申请文件的完整。如果申请文件完整，市场主管部门会出具一份属明日期和编号的递交通知。
- **部分披露首次公开发行**—在你收到递交通知后，你必须部分地披露你的首次公开发行，并向公众公开你的意图，首先从员工开始。要提到该递交通知，并说明首次公开发行还要取决于市场主管部门的批准，但不要披露发行日期或其中的技术细节（投资期、股票价格等）。在这些限制范围之内（比如广告、新闻发布、在意见领袖和投资者之间的知名度构建、员工意识等），逐渐提升公共活动的声势。
- **确定信息和沟通工具**—申请的审查过程可以持续长达20天，在此期间市场主管部门可能会要求澄清许多事项。所有发行合作伙伴必须准备好以最快速度提供这些额外信息。时间至关重要；事情可以进展很快，而最细微的延误都可能将首次公开发行的日期推后。显然，投资案例必须考虑到许多加到招股书里的信息。投资者沟通过程中的内容，在此时和获得上市批准的期间之内可能发生变化。

#### 第四阶段——确定你已经准备好了

- 获得批准—市场主管部门在首次公开发行授权之日将签发上市批准，并与金融市场监管部门确定时间表。投资期在获得批准的五到七天之后开始，首次公开发行日期确定。
- 加速推动你的公关工作—你有五到七天（即从获得批准之日到投资期开始）的时间来说服投资者。时间表已经确定，时间是宝贵的，规则是清楚的，一切都应该就绪了。

一旦获得审批通过——在全国性新闻媒体上宣布你的首次公开发行，发布公开招股书（打印版本、在公司网站上、市场主管部门的网站上），并在尽可能广的范围内发布关于公司和首次公开发行的新闻。

尽快——开始举办路演，以正式宣布首次公开发行的吹风会开场。这是一个正式的过程，有时大多参会的是分析师、投资者和记者。将幻灯片作为你演示的核心，并为得体的Q&A留出时间。吹风会之后，与其他需要说服的投资者举办会议。在每次会议当中散发包含幻灯片、招股书、财务分析、新闻稿和其他相关资料的宣传资料，其中的所有资料都必须上传到你的投资者关系网站上。

投资期过后——如果首次公开发行中所有的股票都被认购，该发行可以被认为是成功的。将股票分派和原始价格在财务新闻媒体上、和以新闻发布的形式宣布，并感谢那些信任你公司的人们。这是一个机会，应用投资者沟通的最佳实践，来保持首次公开发行过程中获得的知名度。

首次公开发行日——公司首次公开发行之日，标志着公司进入了一个新的发展阶段。现在的重点是通过应用上市过程中使用的投资者沟通最佳实践，在投资者中间构筑信任。



## 应用最高的披露标准

首次公开发行本身并非目的，而是一种必须经历的、进而推动公司增长和获得更广泛融资渠道的过程。一旦上市，贵公司将承担更多对股东的责任。为首次公开发行而设立的公共和投资者关系系统必须继续保留。你的财政年度里不时会有财务披露，这为进一步构筑关键的投资者信心提供机遇。同样的，你应该采用投资者关系战略来：

- 从时间和内容角度（收入、利润、股东会议等），满足持续的和一次性的披露规定。以及
- 基于最佳实践和金融界的期待提供信息和沟通工具。提供商们，如Hugin，发展出了具体的服务来满足最佳实践预期。

仅仅满足法定要求还不够，任何沟通方面的失误都可能代价惨重。金融沟通代理本身不能保证成功、一帆风顺的首次公开发行，但它无疑可以帮助将贵公司成功的机会最大化。



# 监管消息的发布

## 《透明化指令》在欧洲的变化

自从2007年1月20日，在欧洲监管市场上市的公司因为《透明化指令》的变化，有了新的财务信息义务。上市公司必须将其监管信息用电子化的方式向全欧洲的媒体发布。Hugin通过其欧洲监管消息服务（ERN），帮助上市公司完成所有这些义务。

所谓监管消息，是指要求发行公司向公众公开的、对股票报价（价格敏感信息）有影响的所有信息。媒体是指新闻社、面对专业人士的实时信息系统、搜索引擎、门户和网站。

另外，在发布之时，监管信息必须向当地主管部门以及证券交易所提交，并在正式指定的存储机构归档。

上市公司可以选择自行发布监管信息，或者如果他们希望更有效地全文发布的话，可以利用专业人士的服务。然而，绝大多数公司使用服务提供商来完成其财务报告的义务。



监管信息在全欧洲的有效全文发布应该：

- 是电子化和实时的

信息需要送达到尽可能多的受众，以最短的时间从发源地成员国送达至其他成员国。

- 全文发送

监管信息必须以原貌完整（全文）地发送。但是长篇的报告可以例外。公司可以在新闻发布稿中具体说明如何才能取得这些文件。

- 遍布欧盟所有国家

- 监管信息的格式要可以清楚地辨别，列出公司的名字、监管信息的主题、以及发布的日期和时间。

专业的发行人，如Hugin，必须履行以下义务：

- 安全性

检查每一个发来监管信息的人的身份，

保证数据向媒体的安全发布，

建立紧急技术预案。

- 可追溯性

发布全过程的自动保存和归档

检查发给媒体的信息已经被收到

- 有效性

发布平台每周七天，每天二十四小时的有效性

现在，欧洲将《透明化指令》转换成国家法律的国家，要遵守《指令》所带来的新的财务信息义务，这些国家分别是奥地利、丹麦、芬兰、法国、德国、冰岛、爱尔兰共和国、西班牙、瑞典、英国。该《指令》预计将于2008年在诸如荷兰、比利时、挪威和意大利等国家生效。

*Matthias Erler, Hugin*



## 联系方式

### 阿姆斯特丹

P.O. Box 19163  
1000 GD Amsterdam  
The Netherlands  
**Duco Wildeboer**  
Tel: +31 (0)20 550 4173  
d.wildeboer@euronext.com

### 纽约

11 Wall Street  
New York, NY 10005 USA  
**Gregg Krowitz**  
Tel: +1 212 656 5746  
gkrowitz@nyx.com

### 伦敦

Cannon Bridge House  
1 Cousin Lane London EC4R  
3XX United Kingdom  
**James Posnett**  
Tel: +44 20 7379 2577  
j.posnett@euronext.com

### 北京

1609 China World Tower 1,  
No. 1 Jianguomenwai Avenue  
Beijing 100004 PRC China  
杨戈  
首席代表, 纽约证券交易所  
北京代表处  
Tel: +86 10 6505 2188  
myang@nyse.com

### 巴黎

39, rue Cambon  
75039 Paris Cedex 01  
France  
**Martine Charbonnier**  
Head of European Listings  
Tel: +33 (0)1 49 27 15 86  
m.charbonnier@euronext.com  
**Yasmina Galle**  
Tel: +33 (0)149 27 16 51  
y.galle@euronext.com  
**Véronique Bouhier**  
Tel: +33 (0)1 49 27 11 49  
v.bouhier@euronext.com

纽约 | 纽交所高 | 纽约泛欧 | 纽约泛欧 | 伦敦国际金融  
证交所 | 增长市场 | 交易所 | 交易所创业板 | 期货交易所

■ 债券 ■ 股票 ■ 市场数据 ■ 期货/期权

[www.nyseeuronext.com](http://www.nyseeuronext.com)

©2008 NYSE Euronext, Inc. All Rights Reserved. 版权所有

阿姆斯特丹 布鲁塞尔 芝加哥 里斯本 伦敦 纽约 巴黎 旧金山