|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **증권 발행 및 판매대행 관리방법**(2006년 9월 11일 중국증권감독관리위원회 제189차 위원장 사무회의에서 심사 통과, 2010년 10월 11일 중국증권감독관리위원회 《<증권발행 및 판매대행 관리방법> 개정에 대한 결정》에 따라 개정) **제1장 총  칙** **제1조** 증권의 발행 및 판매대행 행위를 규범화하고 투자자의 합법적 권익을 보호하기 위해 《중화인민공화국 증권법》, 《중화인민공화국 회사법》에 근거하여 이 방법을 제정한다. **제2조** 발행인이 국내에서 주식 또는 전환가능채권(이하 증권이라 칭함)을 발행하거나 증권회사가 국내에서 증권을 판매대행하거나 투자자가 국내발행 증권을 구매하는 경우 이 방법을 적용한다. 발행인, 증권회사와 투자자의 증권발행 참여는 또한 중국증권감독관리위원회(이하 중국증감회라 함)의 증권발행 관련 기타 규정 및 증권거래소와 증권등기정산기구의 업무규칙을 준수하여야 한다. 증권회사의 증권의 판매대행은 또한 중국증감회의 추천제도, 리스크통제제도와 내부통제제도의 관련규정을 준수하여야 한다. **제3조** 증권발행을 위해 관련 서류를 제출하는 증권서비스기구와 관계자는 본 업계에서 공인하는 업무기준과 도덕규범에 따라 법정 직책을 엄격히 이행하고 제출한 서류의 진실성, 정확성과 완벽성에 대해 책임을 져야 한다. **제4조** 중국증감회는 법에 따라 증권발행 및 판매대행 행위에 대해 감독 관리한다. **제2장 가격조회 및 가격확정** **제5조** 최초로 공개 발행하는 주식은 특정기구투자자(이하 가격조회대상이라 함)에게 가격을 조회하는 방식을 통해 주식의 발행가격을 확정한다. 가격조회대상이란 이 방법의 규정조건에 부합되는 증권투자기금관리회사, 증권회사, 신탁투자회사, 재무회사, 보험기구투자자, 적격 해외기구투자자, 주간사가 스스로 추천한 비교적 높은 가격확정능력과 장기투자 취향이 있는 기구투자자, 및 중국증감회의 인가를 받은 기타 기구투자자를 가리킨다.  주간사가 스스로 기구투자자를 추천하는 경우에는 명확한 추천표준을 제정하고 투명한 추천 의결메커니즘을 수립하는 동시에 중국증권업협회에 등기하여야 한다.**제6조** 가격조회대상과 그가 관리하는 증권투자제품(이하 주식 배당판매 대상이라 함)은 중국증권업협회에 등기하고 중국증권업협회의 자율화 관리를 받아야 한다. **제7조** 가격조회대상은 하기 조건에 부합하여야 한다. （1）법에 따라 설립되었고 최근 12개월간 중대한 법률 법규 위반행위로 관련 감독관리부문의 행정처벌, 감독관리조치 또는 형사처분을 받은 적이 없어야 한다.  （2）법에 따라 주식투자를 할 수 있어야 한다. （3）신용기록이 양호하고 독립적으로 증권투자에 종사하는 필요한 기구와 인력을 보유하여야 한다. （4）건전한 내부리스크 평가 및 통제시스템을 보유하고 있고 또한 시스템을 효과적으로 실행할 수 있어야 하며 리스크 통제지수가 관련규정에 부합되어야 한다. （5）이 방법의 규정에 따라 중국증권업협회에 의해 가격조회대상 명단에서 제외된 경우 제외일로부터 만 12개월을 경과하여야 한다. **제8조** 하기 기구투자자는 가격조회대상으로 제7조의 규정조건을 만족하는 이외 또한 하기 조건에 부합되어야 한다. （1）증권회사는 인가를 거쳐 증권의 자영업무 또는 증권자산관리업무를 경영할 수 있어야 한다. （2）신탁투자회사는 관련 감독관리부문을 통한 재등기가 이미 2년을 경과했고 등록자본금이 4억원 이상이며 최근 12개월간 활약한 증권시장 투자기록이 있어야 한다. （3）재무회사는 설립된 지 2년 이상이 되고 등록자본금이 3억원 이상이며 최근 12개월간 활약한 증권시장 투자기록이 있어야 한다. **제9조** 주간사는 가격 조회시 가격조회대상에게 투자가치 연구보고서를 제출하여야 한다. 발행인, 주간사와 가격조회대상은 그 어떤 형식으로도 투자가치 연구보고서의 내용을 공개 누설하지 못한다. 다만, 중국증감회가 별도 규정한 경우는 예외로 한다.**제10조** 투자가치 연구보고서는 판매대행업체의 연구인력이 독립적으로 작성하고 서명하여야 한다. 판매대행업체는 판매대행팀 이외의 타 기구에서 작성한 투자가치 연구보고서를 제공하여서는 아니된다. 투자가치 연구보고서를 제출하는 판매대행업체는 완벽한 투자가치 연구보고서 품질통제제도를 구축하여야 하며 투자가치 연구보고서 작성자는 증권회사의 내부통제제도를 준수하여야 한다. **제11조** 투자가치 연구보고서 작성은 하기 요구사항을 준수하여야 한다. （1）독립, 신중, 객관적이어야 한다. （2）인용한 자료의 진실성, 정확성, 완벽성, 권위성을 보장하고 자료원을 명시하여야 한다. （3）발행인 소재업계에 대한 평가는 일치성과 연관성을 유지하여야 한다. （4）허위 기록, 오도성 진술 또는 중대한 누락사항이 없어야 한다. **제12조** 투자가치 연구보고서는 발행인의 투자가치에 영향을 주는 요소에 대해 전반적으로 분석하여야 하며 적어도 하기 내용을 포함하여야 한다. （1）발행인의 업계유형, 업계정책, 발행인과 주요 경쟁자 비교 및 소재업계에서의 지위 （2）발행인의 경영상황 및 발전전망 분석 （3）발행인의 이익창출능력 및 재무상황 분석 （4）발행인 모집자금의 투자사업 분석 （5）발행인과 동일 업계의 비교 가능한 상장회사와의 투자가치 비교 （6）거시경제 추세, 주식시장 추세 및 기타 발행인의 투자가치에 중요한 영향을 미치는 요소. 투자가치 연구보고서는 상기 분석을 바탕으로 업계에서 공인하는 가치평가방법을 활용하여 발행인 주식의 합리적인 투자가치를 예측하여야 한다. **제13조** 발행인 및 해당 주간사는 발행주식 공모의향서와 발행공고를 최초로 공개한 후 가격조회대상에 로드쇼와 가격조회를 진행하며 또한 인터넷을 통해 공중투자자에게 설명하여야 한다. 가격조회는 초보적 가격조회와 누계 입찰 가격조회로 나눈다. 발행인 및 주간사는 초보적 가격조회를 통해 발행가격구간을 확정하고 발행가격구간에서 누계 입찰 가격조회를 통해 발행가격을 확정한다. **제14조** 최초 발행 주식이 중소기업시장, 차스닥에 상장하는 경우 발행인 및 주간사는 초보적 가격조회결과에 의해 발행가격을 확정하고 누계 입찰 가격조회를 더 이상 진행하지 아니한다. **제15조** 가격조회대상은 초보적 가격조회 참가여부에 대해 자주적으로 결정한다. 가격조회대상이 초보적 가격조회에 참가하려는 경우 주간사는 정당한 이유없이 이를 거부하지 못한다. 초보적 가격조회에 참가하지 않았거나 초보적 가격조회에 참가했으나 유효 가격제시가 없는 가격조회대상은 누계 입찰 가격조회와 오프라인 배당판매에 참여하지 못한다. **제16조** 가격조회대상은 독립, 객관, 성실실의 원칙에 따라 합리적으로 가격을 제시하여야 하며 가격을 협상하거나 가격을 고의적으로 낮추거나 높여서는 안 된다. **제17조** 주간사의 증권자영 계정은 금번 발행주식의 가격조회, 오프라인 배당판매와 온라인 발행에 참여하지 못한다. 발행인 또는 주간사와 실제적 통제관계를 유지하고 있는 가격조회대상은 금번 발행주식의 가격조회, 오프라인 배당판매에 참여하지 못하지만 온라인 발행에는 참여가 가능하다. **제18조** 발행인 및 주간사는 발행가격구간과 발행가격을 확정한 후 각각 중국증감회에 보고하여야 하며 또한 이를 공고하여야 한다. **제19조** 발행인 및 주간사는 로드쇼과정에 투자자를 오도해서는 아니되고 가격조회대상의 정상적 가격제시와 구매신청을 간섭하지 못하며 주식공모의향서 등 공개 정보를 제외한 발행인의 기타 정보를 누설하지 못한다. 로드쇼자료는 허위 기록, 오도성 진술 또는 중대한 누락사항이 있어서는 아니한다. **제20조** 가격조회대상은 연도 완료 1개월 이내에 지난 연도의 가격조회상황에 대해 총결하고 이 방법 규정조건에 계속 부합되는지 여부와 이 방법의 가격조회대상에 대한 감독관리 요구사항의 준수 여부에 대해 설명하여야 한다. 총결보고서는 중국증권업협회에 보고하여야 한다. **제21조** 상장회사의 증권발행은 가격조회방식을 통해 발행가격을 확정할 수 있고 또한 주간사와 합의하여 발행가격을 확정할 수도 있다. 상장회사 발행증권의 가격확정은 중국증감회의 상장회사 증권발행에 관한 규정에 부합되어야 한다. **제3장 증권의 발행 판매** **제22조** 최초 공개 발행하는 주식수량이 4억주 이상일 경우 전략투자자에게 주식을 배당판매할 수 있다. 발행인은 전략투자자와 사전에 배당 판매 합의를  체결하고 중국증감회에 보고하여야 한다. 발행인 및 주간사는 발행 공고에 전략투자자의 선정기준, 전략투자자에게 판매하려는 주식총량, 금번 발행주식에서 차지하는 비율 및 보유기간 규제 등에 대해 설명하여야 한다. **제23조** 전략투자자는 최초 공개 발행하는 주식의 초보적 가격조회와 누계 입찰 가격조회에 참여하지 못하며 또한 금번에 배당받은 주식을 12개월 이상 보유할 것을 수락하여야 한다. 보유기간은 금번 공개 발행한 주식의 상장일로부터 계산한다.  **제24조** 발행인 및 주간사는 오프라인 배당판매에 참여한 가격조회대상에게 주식을 배당판매하여야 한다. 공개발행 주식수가 4억주 미만일 경우 배당판매수량은 금번 발행총량의 20%를 초과하지 못하며 공개발행 주식수가 4억주 이상일 경우 배당 판매수량은 전략투자자에게 배당판매한 후 남은 발행수량의 50%를 초과하지 못한다. 가격조회대상은 금번 오프라인 배당을 취득한 주식의 보유기간을 3개월 이상으로 수락하며 보유기간은 금번 공개발행 주식의 상장일로부터 계산한다. 금번 발행 주식을 전략투자자에게 배당판매한 경우 발행 완성 후 보유기간 제한이 없는 주식수량은 금번 발행 주식수량의 25％ 이상이어야 한다. **제25조** 주식 배당판매대상은 하기 유형에 한정된다. （1）인가를 거쳐 모집하는 증권투자기금 （2）전국 사회보장기금 （3）증권회사의 증권자영계정 （4）인가를 거쳐 설립한 증권회사의 집합자산 관리계획 （5）신탁투자회사의 증권자영계정 （6）신탁투자회사가 설립한 관련 감독관리부문에 보고절차를 마친 집합 신탁계획 （7）재무회사의 증권자영계정 （8）인가를 받은 보험회사 또는 보험자산관리회사의 증권투자계정 （9）적격 해외기구투자자가 관리하는 증권투자계정 （10）관련 증권감독관리부문에 등기한 기업연금기금 （11）주간사가 스스로 추천한 기구투자자가 관리하는 증권투자 계좌(12) 중국증감회의 인정을 거친 기타 증권투자제품. **제26조** 가격조회대상은 그가 관리하는 주식배당판매대상을 위해 각각 자금계좌와 증권계좌를 지정하여 누계 입찰 가격조회와 오프라인 배당판매에 전문 사용하여야 한다. 지정한 계좌는 중국증감회, 중국증권업협회와 증권등기정산기구에 등기하여야 한다. **제27조** 주식 배당판매대상이 누계 입찰 가격조회 및 오프라인 배당판매에 참여하는 경우 구매신청자금을 전액 지급하여야 하며 단일 지정 증권계좌의 누계 구매신청수량은 금번 가격조회대상에게 배당판매하는 주식 총량을 초과해서는 안 된다.  **제28조** 발행인 및 주간사가 누계 입찰 가격조회를 통해 발행가격을 확정한 경우 발행가격 이상의 유효 구매신청총량이 오프라인 배당판매수량을 초과하면 발행가격 이상의 모든 유효 구매신청에 대해 동 비율로 배당판매하여야 한다. **제29조** 주간사는 가격조회대상과 주식 배당판매대상의 등기상황에 대해 검사하여야 한다. 하기 상황중의 하나가 있는 가격조회대상에게는 주식을 배당판매하지 못한다. （1）초보적 가격조회에 참가하지 않은 경우 （2）가격조회대상 또는 주식 배당판매대상의 명칭, 계정자료가 중국증권업협회에 등기한 사항과 일치하지 않을 경우 （3）규정기간내에 가격을 제시하지 않았거나 구매신청자금을 전액 이체하지 않은 경우 （4）가격조회과정에 법률법규 또는 성실신의원칙을 위반한 상황이 증거로 표명되는 경우. **제30조** 발행인 및 주간사의 오프라인 주식 배당판매는 온라인 발행과 동시에 진행하여야 한다. 온라인 발행 시 발행가격이 아직 확정되지 않은 경우 온라인 발행에 참여한 투자자는 가격구간의 상한으로 구매하여야 한다. 만약 최종 확정한 가격이 가격구간의 상한보다 낮을 경우 초과부분은 투자자에게 환급하여야 한다. 투자자의 온라인 발행 참여는 증권거래소와 증권등기정산기구의 관련 규정을 준수하여야 한다. **제31조** 최초의 주식 공개발행이 일정한 규모에 도달하는 경우 발행인과 주간사는 오프라인 배당판매와 온라인 발행간 상호조달 메커니즘을 구축하고 구매상황에 따라 오프라인 배당판매와 온라인 발행 비례를 조정한다. 온라인 구매가 부족시에는 기구투자자에게 오프라인 조달하여 구매하게 할 수 있으며, 그래도 구매 부족시에는 판매대행팀이 기타 투자자를 추천하여 오프라인 구매에 참여하게 할 수 있다. **제32조** 초보적 가격조회가 끝난 후 공개발행 주식수가 4억주 이하이고 유효가격을 제시한 가격조회대상이 20개 미만이거나 또는 공개발행 주식수가 4억주 이상이고 유효가격을 제시한 가격조회대상이 50개 미만일 경우 발행인 및 주간사는 발행가격을 확정하지 못하며 발행을 중지하여야 한다.오프라인 기구투자자가 이미 확정된 오프라인 판매비율 내에서의 유효 구매가 부족한 경우에는 온라인 조달을 할 수 없으며, 발행을 중지할 수 있다. 오프라인 가격제시상황이 발행인과 주간사의 기대이 미치지 않거나 온라인 구매가 부족하거나 온라인 구매 부족으로 오프라인 조달해도 여전히 구매 부족인 경우에는 발행을 중지하여야 한다. 발행을 중지하는 구체적 상황은 발행인과 주간사 지간에 협상하여 약정할 수 있으며, 아울러 이를 공개하여야 한다.발행을 중지한 후 인가서류 유효기간 내에 중국증감회에 등기한 후 발행절차를 다시 가동할 수 있다. **제33조** 상장회사가 증권발행시 이윤배분방안, 적립금을 출자액으로 전환하는 방안이 아직 주주총회 결의에 제출되지 않았거나 주주총회 결의에 통과했지만 아직 실시하지 않은 상황이 존재하면 방안 실시 후에 발행하여야 한다. 관련 방안 실시전 주간사는 상장회사에서 발행하는 증권을 판매 대행할 수 없다. **제34조** 상장회사에서 초기 주주에게 주식을 배당판매(이하 배당주식이라 함)하는 경우 주식권리등기일 명부에 등록된 주주에게만 배당 판매하여야 하며, 배당판매비례는 동일하여야 한다. **제35조** 상장회사가 비특정 대상으로부터 주식을 공개모집(이하 추가발행이라 함)하거나 전환가능 회사채권을 발행하는 경우 주간사는 오프라인 배당판매에 참여하는 기구투자자에 대해 분류하여 상이한 유형의 기구투자자에 대해 상이한 배당판매 비례를 정하고 동일 유형의 기구투자자에 대해 동일 비례를 정하여 배당판매하여야 한다. 주간사는 발행 공고에 기구투자자의 분류 기준을 명확히 규정하여야 한다. 주간사가 기구투자자에 대해 분류하지 않은 경우 오프라인 배당판매와 온라인 발행간에 상호조달 메커니즘을 구축하여야 한다. 상호 조정후 양자의 취득 배당 비례는 일치하여야 한다. **제36조** 상장회사가 주식을 추가발행하거나 전환가능 회사채권을 발행하는 경우 초기 주주에 전부 또는 일부를 우선배당할 수 있으며 우선배당비례는 발행 공고에 공고하여야 한다. **제37조** 상장회사가 비공개 발행하는 증권은 발행대상 및 해당 수량에 대한 선정이 중국증감회의 상장회사 증권발행에 관한 규정에 부합되어야 한다. **제4장 증권의 판매대행** **제38조** 증권회사는 증권을 판매대행하기 전에 중국증감회에 발행 및 판매대행 방안을 제출하여야 한다. **제39조** 증권회사의 증권 판매대행은 《중화인민공화국 증권법》 제28조의 규정에  따라 독점판매(Exclusive Sales) 또는 대리판매방식을 취하여야 한다. 상장회사가 비공개 발행하는 주식이 자체판매방식 또는 상장회사 주식배당방식을 택하지 않은 경우 대리판매방식을 취하여야 한다. **제40조** 주식발행에 대리판매방식을 취한 경우 발행 공고에 발행 실패후의 처리조치를 공개하여야 한다. 주식발행 실패 후 주간사는 발행인을 협조하여 발행가격에  은행의 동기 저금이자를 추가하여 주식 구매신청인에게 환급하여야 한다. **제41조** 법률, 행정법규의 규정에 따라 판매대행팀이 증권발행을 대행하는 경우 판매대행팀을 구성하는 판매대행업체는 판매대행팀 합의를 체결하고 주간사가 대행업무를 책임지고 조직한다. 2개 이상의 증권회사가 공동 주간사가 되는 경우 주간사를 담당하는 모든 증권회사는 주간사 책임을 공동으로 담당하고 관련 의무를 이행하여야 한다. 판매대행팀이 3개 이상 판매대행업체로 구성될 경우 부(vice) 주간사를 설치하여 주간사를 협조하여 대행활동을 진행하도록 할 수 있다. **제42조** 판매대행팀 멤버는 판매대행팀 합의 및 판매대행 합의의 규정에 따라 대행활동을 진행하여야 하며 허위 대행을 해서는 안 된다. **제43조** 판매대행 합의와 판매대행팀 합의는 발행가격을 확정한 후 체결할 수 있다. **제44조** 주간사는 전문 부서 또는 기구를 설치하여 회사의 투자은행, 연구, 판매 등 부서를 협조하여 정보공개, 로드쇼, 기장, 가격확정, 배당 판매와 자금 청산 등 업무를 공동으로 완성하여야 한다. **제45조** 증권회사는 대행과정에 가불, 리베이트 또는 중국증감회에서 확정한 기타 부당수단으로 타인의 주식 구매를 유인해서는 안 된다. **제46조** 상장회사의 증권발행기간 증권 거래중지 및 재개 관련 일정은 증권거래소의 관련 규칙을 준수하여야 한다. 주간사는 관련 규정에 따라 구매신청자금을 적시에 이체하고 이자를 동결하여야 한다. **제47조** 투자자가 구매 대금지불을 완성한 후 주간사는 증권업무 관련자격을 보유한 회계사사무소(이하 회계사사무소라 함)를 초빙하여 구매자금을 검정한 후 자금검정보고서를 제출하도록 하여야 한다. 최초로 주식을 공개 발행하는 경우에는 변호사사무소를 초빙하여 전략투자자, 가격조회대상의 가격조회와 배당판매행위가 법률, 행정법규 및 이 방법의 규정에 부합하는지 등에 대해 입증하고 전문 법률의견서를 제출하도록 하여야 한다. **제48조** 최초 공개 발행하는 주식수량이 4억주 이상일 경우 발행인 및 주간사는 발행방안에서 초액(超額) 배당 판매선택권을 채택할 수 있다. 초액 배당판매 선택권의 실시는 중국증감회, 증권거래소와 증권등기정산기구의 규정을 준수하여야 한다. **제49조** 증권을 공개 발행하는 경우 주간사는 증권상장 후 10일내 중국증감회에 판매대행 결과보고서를 제출하여 발행기간의 기본상황 및 신주 상장후의 상황에 대해 총괄적으로 설명하고 하기 서류를 제공하여야 한다. （1）자금모집설명서 단행본 （2）판매대행 합의 및 판매대행팀 합의 （3）변호사의 입증 의견서(최초 공대발행시  필요） （4）회계사사무소의 자금검정보고서 （5）중국증감회에서 요구하는 기타 서류. **제50조** 상장회사가 주식을 비공개 발행하는 경우 발행인 및 주간사는 발행 완성 후 중국증감회에 하기 서류를 제출하여야 한다. （1）발행상황보고서 （2）금번 발행과정 및 매수대상의 합법성에 대한 주간사의 보고서 （3）금번 발행과정 및 매수대상의 합법성에 관한 발행인 변호사의 입증의견서 （4）회계사사무소의 자금검정보고서 （5）중국증감회에서 요구하는 기타 서류. **제5장 정보공개** **제51조** 발행인과 주간사는 발행과정에 중국증감회가 규정한 절차, 내용과 양식에 따라 정보공개서류를 작성하고 정보공개의무를 이행하여야 한다. **제52조** 발행인과 주간사가 발행과정에 공개한 정보는 진실, 정확, 완벽하여야 하며 허위 기록, 오도성 진술 또는 중대한 누락이 있어서는 안 된다. **제53조** 발행인 및 주간사는 발행과정에서 공개할 정보를 적어도 일종의 중국증감회에서 지정한 간행물에 등재하여야 하며 또한 중국증감회가 지정한 인터넷 웹사이트에 발표하고 중국증감회가 지정한 장소에 비치하여 대중들이 열람하도록 하여야 한다. **제54조** 발행인이 공개하는 주식공모의향서는 발행가격, 모집금액을 제외하고 기타 내용과 양식은 주식공모설명서와 일치하여야 하며 주식공모설명서와 동등한 법률 효력을 가진다. **제55조** 발행인 및 주간사는 주식공모의향서 또는 주식공모설명서 적요를 등재하는 동시에 발행 공고를 발표하며 발행방안에 대해 상세한 설명을 진행하여야 한다. 발행인 및 주간사는 발행가격이 확정된 후 오프라인 구매상황, 구체적인 오프라인 자격제시 상황을 공개하여야 한다.**제56조** 발행인 및 주간사가 발행가격과 발행 주가이익률을 공개하는 경우 주당 수익은 발행 1년전 회계사사무소의 감사를 거친, 비경상손익 공제전과 공제후의 상대적으로 낮은 순이윤으로 발행 후의 주식원금을 나누어 계산하여야 한다. 이익예측을 제공하는 발행인은 이익예측 기반의 발행 주가이익률을 추가 공개하여야 한다. 주당수익은 발행 당해 회계사사무소의 확인을 거친, 비경상손익 공제전과 공제후의 상대적으로 낮은 순이윤 예측수로 발행 후의 주식원금을 나누어 계산하여야 한다. 발행인은 주가 순이윤률 등 발행인 소재 업계의 특징을 반영하는 발행가격지수를 동시에 공개할 수 있다. **제57조** 최초 공개발행 주식을 전략투자자에게 배당판매하는 경우 발행인 및 주간사는 오프라인 배당판매결과 공고에 전략투자자 명칭, 매수수량 및 약정 보유기간 등 상황을 공개하여야 한다. **제58조** 상장회사는 신주를 비공개적으로 발행한 후 중국증감회의 요구에 따라 발행상황보고서를 작성 및 공개하여야 한다. **제59조** 금번 발행한 주식이 상장하기 전에 발행인과 주간사는 증권거래소의 요구에 따라 정보공개서를 작성 및 공고하여야 한다. **제6장 감독관리 및 처벌** **제60조** 발행인, 증권회사, 증권서비스기구와 가격조회대상이 이 방법의 규정을 위반한 경우 중국증감회는 시정하도록 명령하고 직접책임이 있는 주관자와 기타 직접책임자에 대해 감독관리면담, 부적정 후보자로 인정 등 행정적 감독관리초치를 취할 수 있으며 성신기록카드에 기입하고 공포하여야 한다. **제61조** 발행인, 증권회사, 증권서비스기구, 가격조회대상 및 직접책임이 있는 주관자와 기타 직접책임자가 법률, 행정법규 또는 이 방법의 규정을 위반한 경우 법에 따라 행정처벌이 필요하면 관련 규정에 따라 처벌하고 범죄혐의가 있는 경우 법에 따라 사법기관에 이송하여 형사책임을 추궁하여야 한다. **제62조** 증권회사에 하기 행위중의 하나가 있을 경우 《증권법》에서 규정한 법률책임을 감당하는 동시에 중국증감회 확인일로부터 36개월간 증권 판매대행에 참여하지 못한다. （1）인가받지 않은 증권을 판매대행하는 경우 （2）판매대행과정에서 허위 또는 투자자를 오도하는 광고 또는 기타 홍보 활동을 진행하여 부당수단으로 타인의 주식구매를 유도하는 경우 （3）판매대행과정에 공개한 정보가 허위 기록, 오도성 진술 또는 중대한 누락이 있는 경우. **제63조** 증권회사에 하기 행위중의 하나가 있을 경우 《증권법》에서 규정한 법률책임을 감당하는 동시에 중국증감회 확인일로부터 12개월간 증권 판매대행에 참여하지 못한다. （1）증권발행 정보를 사전 누설한 경우 （2）부당 경쟁수단으로 판매대행업무를 수주한 경우 （3）판매대행과정에 규정에 따르지 않고 정보를 공개한 경우 （4）판매대행 실제 운영이 중국증감회에 제출한 발행방안과 불일치한 경우 （5）관련규정을 위반하여 투자가치 연구보고서를 작성하거나 발표한 경우. **제64조** 발행인 및 판매대행업체가 규정을 위반하여 매수에 참여한 투자자에게 재무 지원 또는 보상을 제공하는 경우 중국증감회는 시정을 명하며 사안이 엄중한 경우 경고, 벌금을 부과할 수 있다. **제65조** 가격조회대상에 하기 상황중의 하나가 있을 경우 중국증권업협회는 그를 가격조회대상 명단에서 제거한다. （1）이 방법에서 규정한 조건에 더 이상 부합하지 않을 경우 （2）최근 12개월 감독관리 관련 요구 위반으로 인해 감독관리면담 횟수가 3회 이상인 경우 （3）적시에 연도 총결보고서를 제출하지 않은 경우. **제7장 부  칙** **제66조** 이 방법에서 온라인 발행이라고 함은 증권거래소의 기술시스템을 통해 진행한 증권발행을 말한다. 이 방법에서 오프라인 배당판매라고 함은 증권거래소의 기술시스템을 통과하지 않고 주간사에서 조직, 실시한 증권 발행을 말한다. **제67조** 상장회사의 기타 증권의 발행 및 판매대행은 이 방법을 참조하여 시행한다. **제68조** 이 방법은 2006년 9월 19일부터 시행한다. 《증권경영기구의 주식 판매대행업무 관리방법》（證委發[1996]18호）, 《주식발행중 부당행위 금지에 관한 통지》（證監發字［1996］21호）, 《주식발행중 가불 등 행위의 철저한 저지에 관한 통지》（證監發字［1996］169호）, 《증권경영기구의 자체 판매대행주식 구매금지에 관한 통지》（證監機字［1997］4호）, 《증권경영기구의 주식대행업무의 감독관리 강화에 관한 통지》（證監機構字[1999]54호）, 《법인의 주식 배당판매 관련문제에 관한 통지》（證監發行字［1999］121호）, 《주식상장일정 관련문제에 관한 통지》 （證監發行字［2000］86호）, 《증권경영기구의 주식판매대행업무 감독관리사업에 관한 보충 통지》 （證監機構字[2000]199호）, 《신주 발행업체의 인터넷을 통한 회사 로드쇼에 관한 통지》 （證監發行字［2001］12호） 및 《최초 공개발행 주식의 가격조회제도 시범적 시행문제에 관한 통지》（證監發行字[2004]162호）는 동시에 폐지된다.  |  | **证券发行与承销管理办法**（2006年9月11日中国证券监督管理委员会第189次主席办公会议审议通过，根据2010年10月11日中国证券监督管理委员会《关于修改〈证券发行与承销管理办法〉的决定》修订）**第一章 总 则****第一条** 为了规范证券发行与承销行为，保护投资者的合法权益，根据《中华人民共和国证券法》、《中华人民共和国公司法》，制定本办法。**第二条** 发行人在境内发行股票或者可转换公司债券（以下统称证券）、证券公司在境内承销证券，以及投资者认购境内发行的证券，适用本办法。发行人、证券公司和投资者参与证券发行，还应当遵守中国证券监督管理委员会（以下简称中国证监会）有关证券发行的其他规定，以及证券交易所和证券登记结算机构的业务规则。证券公司承销证券，还应当遵守中国证监会有关保荐制度、风险控制制度和内部控制制度的相关规定。**第三条** 为证券发行出具相关文件的证券服务机构和人员，应当按照本行业公认的业务标准和道德规范，严格履行法定职责，对其所出具文件的真实性、准确性和完整性承担责任。**第四条** 中国证监会依法对证券发行和承销行为进行监督管理。 **第二章 询价与定价****第五条** 首次公开发行股票，应当通过向特定机构投资者（以下称询价对象）询价的方式确定股票发行价格。询价对象是指符合本办法规定条件的证券投资基金管理公司、证券公司、信托投资公司、财务公司、保险机构投资者、合格境外机构投资者、主承销商自主推荐的具有较高定价能力和长期投资取向的机构投资者，以及经中国证监会认可的其他机构投资者。主承销商自主推荐机构投资者的，应当制订明确的推荐标准，建立透明的推荐决策机制，并报中国证券业协会登记备案。**第六条** 询价对象及其管理的证券投资产品（以下称股票配售对象）应当在中国证券业协会登记备案，接受中国证券业协会的自律管理。**第七条** 询价对象应当符合下列条件：（一）依法设立，最近12个月未因重大违法违规行为被相关监管部门给予行政处罚、采取监管措施或者受到刑事处罚； （二）依法可以进行股票投资；（三）信用记录良好，具有独立从事证券投资所必需的机构和人员；（四）具有健全的内部风险评估和控制系统并能够有效执行，风险控制指标符合有关规定；（五）按照本办法的规定被中国证券业协会从询价对象名单中去除的，自去除之日起已满12个月。**第八条** 下列机构投资者作为询价对象除应当符合第七条规定的条件外，还应当符合下列条件：（一）证券公司经批准可以经营证券自营或者证券资产管理业务；（二）信托投资公司经相关监管部门重新登记已满两年，注册资本不低于4亿元，最近12个月有活跃的证券市场投资记录；（三）财务公司成立两年以上，注册资本不低于3亿元，最近12个月有活跃的证券市场投资记录。**第九条** 主承销商应当在询价时向询价对象提供投资价值研究报告。发行人、主承销商和询价对象不得以任何形式公开披露投资价值研究报告的内容，但中国证监会另有规定的除外。**第十条**  投资价值研究报告应当由承销商的研究人员独立撰写并署名，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。出具投资价值研究报告的承销商应当建立完善的投资价值研究报告质量控制制度，撰写投资价值研究报告的人员应当遵守证券公司内部控制制度。**第十一条** 撰写投资价值研究报告应当遵守下列要求：（一）独立、审慎、客观；（二）引用的资料真实、准确、完整、权威并须注明来源；（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、误导性陈述或者重大遗漏。**第十二条** 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的投资价值比较； （六）宏观经济走势、股票市场走势以及其他对发行人投资价值有重要影响的因素。投资价值研究报告应当在上述分析的基础上，运用行业公认的估值方法对发行人股票的合理投资价值进行预测。**第十三条** 发行人及其主承销商应当在刊登首次公开发行股票招股意向书和发行公告后向询价对象进行推介和询价，并通过互联网向公众投资者进行推介。询价分为初步询价和累计投标询价。发行人及其主承销商应当通过初步询价确定发行价格区间，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** 首次发行的股票在中小企业板、创业板上市的，发行人及其主承销商可以根据初步询价结果确定发行价格，不再进行累计投标询价。**第十五条** 询价对象可以自主决定是否参与初步询价，询价对象申请参与初步询价的，主承销商无正当理由不得拒绝。未参与初步询价或者参与初步询价但未有效报价的询价对象，不得参与累计投标询价和网下配售。**第十六条** 询价对象应当遵循独立、客观、诚信的原则合理报价，不得协商报价或者故意压低或抬高价格。**第十七条** 主承销商的证券自营账户不得参与本次发行股票的询价、网下配售和网上发行。与发行人或其主承销商具有实际控制关系的询价对象，不得参与本次发行股票的询价、网下配售，可以参与网上发行。**第十八条** 发行人及其主承销商在发行价格区间和发行价格确定后，应当分别报中国证监会备案，并予以公告。**第十九条** 发行人及其主承销商在推介过程中不得误导投资者，不得干扰询价对象正常报价和申购，不得披露招股意向书等公开信息以外的发行人其他信息；推介资料不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。**第二十条** 询价对象应当在年度结束后一个月内对上年度参与询价的情况进行总结，并就其是否持续符合本办法规定的条件以及是否遵守本办法对询价对象的监管要求进行说明。总结报告应当报中国证券业协会备案。**第二十一条** 上市公司发行证券，可以通过询价的方式确定发行价格，也可以与主承销商协商确定发行价格。上市公司发行证券的定价，应当符合中国证监会关于上市公司证券发行的有关规定。**第三章 证券发售****第二十二条** 首次公开发行股票数量在4亿股以上的，可以向战略投资者配售股票。发行人应当与战略投资者事先签署配售协议，并报中国证监会备案。发行人及其主承销商应当在发行公告中披露战略投资者的选择标准、向战略投资者配售的股票总量、占本次发行股票的比例，以及持有期限制等。**第二十三条** 战略投资者不得参与首次公开发行股票的初步询价和累计投标询价，并应当承诺获得本次配售的股票持有期限不少于12个月，持有期自本次公开发行的股票上市之日起计算。**第二十四条** 发行人及其主承销商应当向参与网下配售的询价对象配售股票。公开发行股票数量少于4亿股的，配售数量不超过本次发行总量的20%；公开发行股票数量在4亿股以上的，配售数量不超过向战略投资者配售后剩余发行数量的50%。询价对象应当承诺获得本次网下配售的股票持有期限不少于3个月，持有期自本次公开发行的股票上市之日起计算。本次发行的股票向战略投资者配售的，发行完成后无持有期限制的股票数量不得低于本次发行股票数量的25%。**第二十五条** 股票配售对象限于下列类别：（一）经批准募集的证券投资基金；（二）全国社会保障基金；（三）证券公司证券自营账户；（四）经批准设立的证券公司集合资产管理计划；（五）信托投资公司证券自营账户；（六）信托投资公司设立并已向相关监管部门履行报告程序的集合信托计划；（七）财务公司证券自营账户；（八）经批准的保险公司或者保险资产管理公司证券投资账户；（九）合格境外机构投资者管理的证券投资账户；（十）在相关监管部门备案的企业年金基金；（十一）主承销商自主推荐机构投资者管理的证券投资账户；（十二）经中国证监会认可的其他证券投资产品。**第二十六条** 询价对象应当为其管理的股票配售对象分别指定资金账户和证券账户，专门用于累计投标询价和网下配售。指定账户应当在中国证监会、中国证券业协会和证券登记结算机构登记备案。**第二十七条** 股票配售对象参与累计投标询价和网下配售应当全额缴付申购资金，单一指定证券账户的累计申购数量不得超过本次向询价对象配售的股票总量。**第二十八条** 发行人及其主承销商通过累计投标询价确定发行价格的，当发行价格以上的有效申购总量大于网下配售数量时，应当对发行价格以上的全部有效申购进行同比例配售。**第二十九条** 主承销商应当对询价对象和股票配售对象的登记备案情况进行核查。对有下列情形之一的询价对象不得配售股票：（一）未参与初步询价；（二）询价对象或者股票配售对象的名称、账户资料与中国证券业协会登记的不一致；（三）未在规定时间内报价或者足额划拨申购资金；（四）有证据表明在询价过程中有违法违规或者违反诚信原则的情形。**第三十条** 发行人及其主承销商网下配售股票，应当与网上发行同时进行。网上发行时发行价格尚未确定的，参与网上发行的投资者应当按价格区间上限申购，如最终确定的发行价格低于价格区间上限，差价部分应当退还给投资者。投资者参与网上发行应当遵守证券交易所和证券登记结算机构的相关规定。**第三十一条** 首次公开发行股票达到一定规模的，发行人及其主承销商应当在网下配售和网上发行之间建立回拨机制，根据申购情况调整网下配售和网上发行的比例。网上申购不足时，可以向网下回拨由参与网下的机构投资者申购，仍然申购不足的，可以由承销团推荐其他投资者参与网下申购。**第三十二条** 初步询价结束后，公开发行股票数量在4亿股以下，提供有效报价的询价对象不足20家的，或者公开发行股票数量在4亿股以上，提供有效报价的询价对象不足50家的，发行人及其主承销商不得确定发行价格，并应当中止发行。网下机构投资者在既定的网下发售比例内有效申购不足，不得向网上回拨，可以中止发行。网下报价情况未及发行人和主承销商预期、网上申购不足、网上申购不足向网下回拨后仍然申购不足的，可以中止发行。中止发行的具体情形可以由发行人和承销商约定，并予以披露。中止发行后，在核准文件有效期内，经向中国证监会备案，可重新启动发行。**第三十三条** 上市公司发行证券，存在利润分配方案、公积金转增股本方案尚未提交股东大会表决或者虽经股东大会表决通过但未实施的，应当在方案实施后发行。相关方案实施前，主承销商不得承销上市公司发行的证券。**第三十四条** 上市公司向原股东配售股票（以下简称配股），应当向股权登记日登记在册的股东配售，且配售比例应当相同。**第三十五条** 上市公司向不特定对象公开募集股份（以下简称增发）或者发行可转换公司债券，主承销商可以对参与网下配售的机构投资者进行分类，对不同类别的机构投资者设定不同的配售比例，对同一类别的机构投资者应当按相同的比例进行配售。主承销商应当在发行公告中明确机构投资者的分类标准。主承销商未对机构投资者进行分类的，应当在网下配售和网上发行之间建立回拨机制，回拨后两者的获配比例应当一致。**第三十六条** 上市公司增发股票或者发行可转换公司债券，可以全部或者部分向原股东优先配售，优先配售比例应当在发行公告中披露。**第三十七条** 上市公司非公开发行证券的，发行对象及其数量的选择应当符合中国证监会关于上市公司证券发行的相关规定。 **第四章 证券承销****第三十八条** 证券公司实施证券承销前，应当向中国证监会报送发行与承销方案。**第三十九条** 证券公司承销证券，应当依照《中华人民共和国证券法》第二十八条的规定采用包销或者代销方式。上市公司非公开发行股票未采用自行销售方式或者上市公司配股的，应当采用代销方式。**第四十条** 股票发行采用代销方式的，应当在发行公告中披露发行失败后的处理措施。股票发行失败后，主承销商应当协助发行人按照发行价并加算银行同期存款利息返还股票认购人。**第四十一条** 证券发行依照法律、行政法规的规定应当由承销团承销的，组成承销团的承销商应当签订承销团协议，由主承销商负责组织承销工作。证券发行由两家以上证券公司联合主承销的，所有担任主承销商的证券公司应当共同承担主承销责任，履行相关义务。承销团由3家以上承销商组成的，可以设副主承销商，协助主承销商组织承销活动。**第四十二条** 承销团成员应当按照承销团协议及承销协议的规定进行承销活动，不得进行虚假承销。**第四十三条** 承销协议和承销团协议可以在发行价格确定后签订。**第四十四条** 主承销商应当设立专门的部门或者机构，协调公司投资银行、研究、销售等部门共同完成信息披露、推介、簿记、定价、配售和资金清算等工作。**第四十五条** 证券公司在承销过程中，不得以提供透支、回扣或者中国证监会认定的其他不正当手段诱使他人申购股票。**第四十六条** 上市公司发行证券期间相关证券的停复牌安排，应当遵守证券交易所的相关规则。主承销商应当按有关规定及时划付申购资金冻结利息。**第四十七条** 投资者申购缴款结束后，主承销商应当聘请具有证券相关业务资格的会计师事务所（以下简称会计师事务所）对申购资金进行验证，并出具验资报告；首次公开发行股票的，还应当聘请律师事务所对向战略投资者、询价对象的询价和配售行为是否符合法律、行政法规及本办法的规定等进行见证，并出具专项法律意见书。**第四十八条**  首次公开发行股票数量在4亿股以上的，发行人及其主承销商可以在发行方案中采用超额配售选择权。超额配售选择权的实施应当遵守中国证监会、证券交易所和证券登记结算机构的规定。**第四十九条** 公开发行证券的，主承销商应当在证券上市后10日内向中国证监会报备承销总结报告，总结说明发行期间的基本情况及新股上市后的表现，并提供下列文件：（一）募集说明书单行本；（二）承销协议及承销团协议；（三）律师见证意见（限于首次公开发行）；（四）会计师事务所验资报告；（五）中国证监会要求的其他文件。**第五十条** 上市公司非公开发行股票的，发行人及其主承销商应当在发行完成后向中国证监会报送下列文件： （一）发行情况报告书；（二）主承销商关于本次发行过程和认购对象合规性的报告；（三）发行人律师关于本次发行过程和认购对象合规性的见证意见；（四）会计师事务所验资报告；（五）中国证监会要求的其他文件。 **第五章 信息披露****第五十一条** 发行人和主承销商在发行过程中，应当按照中国证监会规定的程序、内容和格式，编制信息披露文件，履行信息披露义务。**第五十二条** 发行人和主承销商在发行过程中披露的信息，应当真实、准确、完整，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。**第五十三条** 发行人及其主承销商应当将发行过程中披露的信息刊登在至少一种中国证监会指定的报刊，同时将其刊登在中国证监会指定的互联网网站，并置备于中国证监会指定的场所，供公众查阅。**第五十四条** 发行人披露的招股意向书除不含发行价格、筹资金额以外，其内容与格式应当与招股说明书一致，并与招股说明书具有同等法律效力。 **第五十五条** 发行人及其主承销商应当在刊登招股意向书或者招股说明书摘要的同时刊登发行公告，对发行方案进行详细说明。发行人及其主承销商应当在发行价格确定后，披露网下申购情况、网下具体报价情况。**第五十六条** 发行人及其主承销商公告发行价格和发行市盈率时，每股收益应当按发行前一年经会计师事务所审计的、扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以发行后总股本计算。提供盈利预测的发行人还应当补充披露基于盈利预测的发行市盈率。每股收益按发行当年经会计师事务所审核的、扣除非经常性损益前后孰低的净利润预测数除以发行后总股本计算。发行人还可以同时披露市净率等反映发行人所在行业特点的发行价格指标。**第五十七条** 首次公开发行股票向战略投资者配售股票的，发行人及其主承销商应当在网下配售结果公告中披露战略投资者的名称、认购数量及承诺持有期等情况。**第五十八条** 上市公司非公开发行新股后，应当按中国证监会的要求编制并披露发行情况报告书。**第五十九条** 本次发行的证券上市前，发行人及其主承销商应当按证券交易所的要求编制信息披露文件并公告。 **第六章 监管和处罚****第六十条** 发行人、证券公司、证券服务机构及询价对象违反本办法规定的，中国证监会可以责令其整改；对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员，可以采取监管谈话、认定为不适当人选等行政监管措施，记入诚信档案并公布。**第六十一条**  发行人、证券公司、证券服务机构、询价对象及其直接负责的主管人员和其他直接责任人员违反法律、行政法规或者本办法规定，依法应予行政处罚的，依照有关规定进行处罚；涉嫌犯罪的，依法移送司法机关，追究其刑事责任。**第六十二条** 证券公司有下列行为之一的，除承担《证券法》规定的法律责任外，自中国证监会确认之日起36个月内不得参与证券承销：（一）承销未经核准的证券；（二）在承销过程中，进行虚假或误导投资者的广告或者其他宣传推介活动，以不正当手段诱使他人申购股票；（三）在承销过程中披露的信息有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。**第六十三条** 证券公司有下列行为之一的，除承担《证券法》规定的法律责任外，自中国证监会确认之日起12个月内不得参与证券承销：（一）提前泄漏证券发行信息； （二）以不正当竞争手段招揽承销业务；（三）在承销过程中不按规定披露信息；（四）在承销过程中的实际操作与报送中国证监会的发行方案不一致；（五）违反相关规定撰写或者发布投资价值研究报告。**第六十四条** 发行人及其承销商违反规定向参与认购的投资者提供财务资助或者补偿的，中国证监会可以责令改正；情节严重的，处以警告、罚款。**第六十五条** 询价对象有下列情形之一的，中国证券业协会应当将其从询价对象名单中去除：（一）不再符合本办法规定的条件；（二）最近12个月内因违反相关监管要求被监管谈话三次以上；（三）未按时提交年度总结报告。 **第七章 附 则****第六十六条** 本办法所称网上发行，是指通过证券交易所技术系统进行的证券发行。本办法所称网下配售，是指不通过证券交易所技术系统、由主承销商组织实施的证券发行。**第六十七条** 上市公司其他证券的发行和承销比照本办法执行。**第六十八条** 本办法自2006年9月19日起施行。《证券经营机构股票承销业务管理办法》（证委发[1996]18号）、《关于禁止股票发行中不当行为的通知》（证监发字[1996]21号）、《关于坚决制止股票发行中透支等行为的通知》（证监发字[1996]169号）、《关于禁止证券经营机构申购自己承销股票的通知》（证监机字[1997]4号）、《关于加强证券经营机构股票承销业务监管工作的通知》（证监机构字[1999]54号）、《关于法人配售股票有关问题的通知》（证监发行字[1999]121号）、《关于股票上市安排有关问题的通知》（证监发行字[2000]86号）、《关于证券经营机构股票承销业务监管工作的补充通知》（证监机构字[2000]199号）、《关于新股发行公司通过互联网进行公司推介的通知》（证监发行字[2001]12号）及《关于首次公开发行股票试行询价制度若干问题的通知》（证监发行字[2004]162号）同时废止。 |