中国证券监督管理委员会
证监会公告[2010]26 号

 按照新股发行体制改革的统一安排，我会制定了《关于深化新股发行体制
改革的指导意见》，现予公布，自 2010 年 11 月 1 日起施行。

附件：关于深化新股发行体制改革的指导意见

 中国证券监督管理委员会
 二○一○年十月十一日

 1

关于深化新股发行体制改革的指导意见

为了进一步健全新股发行体制、强化市场约束机制，2009 年 6 月 10 日，我
会发布《关于进一步改革和完善新股发行体制的指导意见》，推出了新股发行体
制改革。在具体实施方式上，改革采取分步实施、逐步完善的方式，分阶段逐步
推出各项改革措施。第一阶段新股发行体制改革的各项措施已得到落实，市场化
的改革方向得到了社会的普遍认同，把发行体制改革向纵深推进成为市场共识，
推出下一步改革措施的市场条件已基本具备。经深入研究并广泛听取市场各方意
见，按照改革的统一部署，现提出第二阶段改革措施如下：
一、进一步完善报价申购和配售约束机制。在中小型公司新股发行中，发行
人及其主承销商应当根据发行规模和市场情况，合理设定每笔网下配售的配售
量，以促进询价对象认真定价。根据每笔配售量确定可获配机构的数量，再对发
行价格以上的入围报价进行配售，如果入围机构较多应进行随机摇号，根据摇号
结果进行配售。
二、扩大询价对象范围，充实网下机构投资者。主承销商可以自主推荐一定
数量的具有较高定价能力和长期投资取向的机构投资者，参与网下询价配售。
主承销商应当制订推荐机构投资者的原则和标准，包括最低注册资本、管理
资产规模要求，专业技能、投资经验要求，市场影响力、信用记录要求，业务战
略关系要求，鼓励长期持股等。主承销商应当建立透明的推荐决策机制。推荐标
准、决策程序以及最终确定的机构投资者名单应当报中国证券业协会登记备案。
中国证券业协会可制订指引指导登记备案工作。
三、增强定价信息透明度。发行人及其主承销商须披露参与询价的机构的具
体报价情况。主承销商须披露在推介路演阶段向询价对象提供的对发行人股票的
估值结论、发行人同行业可比上市公司的市盈率或其他等效指标。
四、完善回拨机制和中止发行机制。发行人及其主承销商应当根据发行规模
和市场情况，合理设计承销流程，有效管理承销风险。
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。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。
证券交易所和证券登记结算机构应当创造条件，进一步缩短新股发行结束后
到上市的时间。
新股发行体制改革需要市场参与各方密切配合，市场各方应当按照新股发行
体制改革精神，统一理念、提高认识，精心部署、周密安排，切实将各项改革要
求和措施落到实处。

 3