

深视监管第五十二期 | 业绩说明会：传递上市公司价值的桥梁

高质量业绩说明会的基础必须是立足上市公司实际情况，实事求是解读公司年报，依法合规开展交流，既不是信口开河，把公司说的天花乱坠，甚至“蹭热点”或发布虚假、误导性信息；也不会只报喜不报忧，对公司的困难和风。

又到了一年一度的年报季。截至3月22日，已有308家A股上市公司披露了2020年年度报告。

作为对过去一年经营成果的全面总结，年报准备往往历时几个月，不少公司在披露年报后也不免长舒一口气，认为已经“大功告成”。

其实不然。

面对上市公司动辄百余页的年报，很多投资者往往不知从何读起，也无法快速、准确地抓取重点，难以把握公司财务数据的内在逻辑，获得公司经营状况的直观感受。

作为一家负责任的公众公司，在年报披露后，还应该主动帮助投资者加深对公司的理解和认识。年报业绩说明会作为补充解读公司经营业绩、战略规划的重要途径，近年来越来越受到市场各方的重视。

本期深市监管即想探究，如何使业绩说明会真正成为公司传递价值、投资者发现价值的桥梁。

架桥梁：激发热情

为帮助投资者及时获取有价值的公司信息，近年来，监管部门鼓励引导上市公司自主召开业绩说明会，并提供技术、信披等相应支持。

说是鼓励引导，但从业绩说明会召开情况看，上市公司表现出很高的热情。

如去年深市公司的业绩说明会呈现出明显的“三高”特点。

首先是“比例高”。深市有近 1600 家公司召开了 2019 年度业绩说明会，占深市公司总数的近七成，当中既有沪深 300 公司、市场化蓝筹代表，也有创新创业龙头、细分行业排头兵。

其次是“效率高”。受新冠肺炎疫情影响，去年举办的业绩说明会全部以网络形式召开，打破空间限制，受众面更广，还有一些公司在微信中开发“投资者关系”、“约调研”等小程序，让投资者能够更为便捷地参会，进一步拉近公司与投资者之间的距离。为深入了解投资者关切，中国广核等 159 家公司还提前通过发布公告等方式向投资者征集问题，做足准备工作。

再次是“规格高”。召开会议的公司中，近 1300 家公司的董事长出席业绩说明会，占比 81%；超过 1400 家公司的独立董事出席业绩说明会，占比 90%。与此同时，投资者提问也十分踊跃，平均每家公司回答投资者问题 35 个，荣盛发展、正邦科技、鱼跃医疗等公司回答投资者提问分别达到 511 个、277 个和 265 个。

在众多业绩说明会中，有一些公司给人留下深刻的印象。

比如平安银行，公司在 2020 年 2 月 14 日召开 2019 年度业绩说明会，会议召开当天恰逢情人节，公司通过一封用业绩书写的“情书”来表达对投资者满满的尊重；会议当天通过视频展示疫情最前线武汉分行直面危机、迎难而上履行社会责任的故事。董监高团队也颇为重视此次说明会，公司董事长，行长，零售、公司、资金同业三大业务条线负责人，风控、财务负责人和董事会秘书，共 9 名董监高出席会议。

该场交流会也创下 A 股最多人次参与记录，最高峰时参会人数突破 27 万人

次。

看亮点：效果各异

同样是业绩说明会，有的公司门庭若市，投资者满载而归，有的公司则门可罗雀，投资者败兴而归。

除公司自身受关注程度存在差异外，与业绩说明会的“含金量”也存在莫大干系。

对比不难发现，有些业绩说明会不仅召开时间一拖再拖，出席会议的董监高也寥寥无几，而且交流内容也仅仅停留在通报年报数据的“表层”，缺乏对公司经营情况和战略规划의深入分析和探讨，抓不住投资者真正关注的点。

从上市公司实践情况看，一场精彩的业绩说明会可能形式各异、亮点不同，但至少满足“及时、高效、充实”三项基本要求。

资本市场瞬息万变，“及时”的重要性无需赘言，深交所即鼓励上市公司在年报披露后十五个交易日内召开业绩说明会。

所谓“趁热打铁”，如果召开时间过晚，投资者可能以自己的理解“先入为主”，上市公司也错失了向投资者解读公司情况的良机，业绩说明会的效果将会大打折扣。

“高效”的业绩说明会，往往能够较好地保障各方便捷参与其中并高质量地开展沟通，当然，这离不开精心的准备和有序的组织。

具体而言，会前提前做好问题征集，收集整理相关材料，确定合适的答复口径，才能在会上给出“真材实料”。会中则需要借助直播、视频、语音等多种形式充分保障中小投资者参会互动的权利，留足时间与投资者交流互动，认真答复投资者提问，充分满足投资者知情权。会后，还需及时梳理总结情况，全面如实

地公开会议内容，让没有参会的投资者也能及时获取有价值的信息。

业绩说明会是否“充实”，则取决于公司重视的程度、分析的深度和交流的广度，其“牛鼻子”在于公司的“关键少数”。

高质量的业绩说明会，一般由公司董事长、总经理亲自率领主要高管参与互动，同时独立董事、保荐代表人也积极参与，共同对公司所处行业状况、发展战略、生产经营、新产品和新技术开发、财务状况、风险因素等投资者关心的内容进行充分说明，并作专业深入的探讨，使业绩说明会真正成为公司传递价值、投资者发现价值的桥梁。

比如，在去年的业绩说明会中，某制造业公司的董事长结合公司发展定位对公司 2019 年度的研发费用和专利申请情况进行了解读，同时就投资者关心的控股股东破产重整进度和对公司的具体影响进行了说明，还对公司积极应对新冠肺炎疫情全力争取复产复工情况作详细介绍，增强了投资者信心，稳定了市场预期。

需要注意的是，高质量业绩说明会的基础必须是立足上市公司实际情况，实事求是解读公司年报，依法合规开展交流，既不是信口开河，把公司说的天花乱坠，甚至“蹭热点”或发布虚假、误导性信息；也不会只报喜不报忧，对公司的困难和风险三缄其口或闪烁其词；更不能任性地“一吐为快”，泄漏公司内幕信息或未公开重大信息。

守初心：共享共赢

2020 年是极为特殊的一年，新冠肺炎疫情对世界经济影响广泛深远。回首这一年，上市公司如何应对疫情，如何开源节流，如何抢抓发展机遇、积极开拓新业务？展望来年，国内外宏观经济形势依然存在诸多不确定性，上市公司又将如何应对？这都是投资者迫切关注的问题。

2020 年年报披露后，业绩说明会已经成为众多上市公司与投资者进行坦诚沟通的“必选动作”。据不完全统计，截至目前，已披露 2020 年年报的公司中，超八成已发布召开业绩说明会的相关公告，预计今年召开业绩说明会的公司比例将超过去年。

TCL 科技、招商蛇口等公司已经率先举办了业绩说明会，吸引了知名公募基金、险资机构以及 QFII 等数百家机构和为数不少的个人投资者参与其中。作为创业板改革后首批上市的公司，锋尚文化在问答环节介绍了公司行业地位、市场竞争格局、市场规模及占比、2020 年的重点研发工作、2021 年的市场布局以及长期发展规划等。

业绩说明会受到各方重视，表明在注册制背景下，以信息披露为核心、将选择权交给市场的理念日渐深入人心。

目前，A 股票上市公司家数已突破 4200 家，涵盖国民经济各行各业。

所谓“酒香也怕巷子深”，一场成功的业绩说明会作为上市公司信息披露的有益补充，不仅是上市公司与投资者之间“我说你评”、“你问我答”的双向沟通共享平台，更能打开“相互促进”、“相得益彰”的共赢局面。

从实践情况看，不少认真筹划业绩说明会、重视投资者关系管理的公司，其价值往往更能受到市场认同，同时，投资者也因公司业绩和市场价值的增长而获益，并进一步形成良性互动的局面。

业绩说明会展现的不只是上市公司发展壮大的一个个图景，更是资本市场快速健康发展的生动画卷。