

# 北方铜业(山西)股份有限公司

## 市值管理制度

(2022年8月19日经第九届董事会第八次会议审议通过)

### 第一章 总则

**第一条** 为加强上市公司市值管理工作,进一步规范北方铜业(山西)股份有限公司(下称“公司”)的市值管理行为,维护公司、投资者及其他利益相关者的合法权益,积极响应《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》中关于鼓励上市公司建立市值管理制度的号召,根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》及其他有关法律法规,制订本制度。

**第二条** 本制度所称市值管理是上市公司基于公司市值信号,综合运用多种科学、合规的价值经营方式和手段,以达到公司价值创造最大化、价值实现最优化的一种战略管理行为。其中价值创造是市值管理的基础,价值经营是市值管理的关键,价值实现是市值管理的目的。

**第三条** 市值管理是上市公司的战略管理的重要内容,只要上市公司持续经营,就要持续保障市值管理工作的开展,市值管理是董事会的核心工作内容之一。

### 第二章 市值管理的目的与基本原则

**第四条** 市值管理的主要目的是通过制定正确发展战略、完善公司治理、改进经营管理、培育核心竞争力,实实在在地、可持续地创造公司价值,以及通过资本运作工具实现公司市值与内在价值的动态均衡。

**第五条** 市值管理的基本原则:

(一) 系统性原则。影响上市公司市值的因素有很多,市值管理必须按照系统思维、整体推进的原则,改善影响公司市值增长的各大关键要素。

(二) 科学性原则。上市公司的市值管理有其规律,必需依其规律科学而为,不能违背其内在逻辑恣意而为。公司必须通过制定科学的市值管理制度,以确保市值管理的科学与高效。

(三) 规范性原则。公司的市值管理行为必须建立在国家各项法律、法规的基础上。

(四) 常态性原则。上市公司的市值成长是一个持续的和动态的过程，因此，公司的市值管理应是一个持续、常态化的管理行为。

### 第三章 市值管理的机构与职责

**第六条** 市值管理工作由董事会领导，董事会办公室、证券部和财务管理部牵头执行，公司各职能部门积极配合。

**第七条** 董事会参与公司市值管理战略规划和对落实市值战略进行监督。

**第八条** 证券部负责做好资本市场沟通、舆情监测、定期市值表现跟踪分析，以及合法合规做好对外信息的发布。

**第九条** 财务管理部负责资本运作的有效开展。

### 第四章 市值管理的方法与计划

#### 第一节 资本运作

**第十条** 通过收购优质资产，实现公司资产规模、盈利能力和整体估值的提升。公司应积极配合产业战略，通过内生与外延式发展相结合的发展路径，适时开展兼并收购，强化主业核心竞争力，发挥产业协同效应，拓展业务覆盖范围，获取关键技术和市场，从而提升公司质量和价值。

**第十一条** 必要时通过剥离不良资产，实现公司资产质量和资源有效配置的提升。公司应通过剥离不适于企业长期战略、没有成长潜力或影响企业整体业务发展的部门、产品生产线或单项资产，使资源集中于经营重点，从而提升公司竞争力，使企业资产获得更有效的配置、提高企业资产的质量和资本的市场价值。

**第十二条** 积极灵活运用再融资策略，充实公司资本金，满足公司产业布局中大规模投资的资金需求；扩张公司业务，提升竞争力，增强创利能力，实现公司市值有效率的增长。根据市场牛熊变化周期规律，结合公司实际需求，牛市时适时开展定向增发、公开增发、配股等股权融资；熊市时适时开展发行企业债、发行公司债、发行中期票据、发行短期融资券等债权融资。

#### 第二节 权益管理

**第十三条** 积极引入长期战略投资者，优化股权结构。通过资本运作适当引入长期战略投资者，借助其丰富的管理经验和信息渠道，获取资金支持，提高并购成功率以及后续资产的有效整合，同时助力稳定市场表现。

**第十四条** 适时开展股权激励，实现公司高管及核心团队成员的利益和公司股东利益的捆绑，共同推进公司发展，帮助公司改善经营业绩，提升盈利能力和风险管理能力，创造企业的内在价值，尽可能多地获得市场溢价，同时向资本市场传递公司价值，使得资本市场了解并反映公司的内在价值，从而促进企业的市值管理。

**第十五条** 适时开展股份回购和股东增持。公司应根据市场环境变化进行相应的权益管理，避免股价剧烈波动，促进市值稳定发展。市值形势持续低迷时，采取回购、大股东增持等方式，增强投资者信心，维护市值稳定。

**第十六条** 制定每年最低的分红比例，积极实施分红并适当提升分红次数和比例。通过提升股东回报，让长线投资者有明确的预期，培养投资者对公司长期投资理念，吸引长线投资资金。

### 第三节 预期管理

**第十七条** 投资者关系管理：

（一）制定投资者管理年度计划。

（二）加强投资者关系日常维护工作，及时、准确、完整、合规地披露投资者进行投资决策相关的信息。

（三）通过主动开展分析师会议、业绩说明会和路演、线上/线下或一对一/一对多沟通等投资者关系活动，加强与买方机构投资者和卖方分析师的交流，争取价值认同，形成投资决策和主动推介。

（四）通过建立、优化和维护投资者关系交流平台，引导中小投资者对企业价值的正确认知。

**第十八条** 媒体关系管理：

（一）建立日常媒体关系网络（主要信披媒体、主流市场财经媒体、个别地方媒体、行业媒体、主要门户/财经网站等），加强与财经媒体的合作，保障财经媒体渠道的畅通，引导媒体的报道。

（二）制定媒介关系管理制度，包括：新闻发言人制度、新闻审核制度、信息归口管理制度等。同时明确媒介关系管理机制，包括：媒介关系管理的部门和职能，相

关人员的分工和职责等。

与政府部门、监管部门、行业协会、交易所等经常保持接触，形成良好的沟通关系。

与其他上市公司的投资者关系管理部门、专业的投资者关系管理咨询公司、财经公关公司等保持良好的合作、交流关系。

**第十九条 资本品牌管理与价值传播：**

（一）明确公司资本市场定位，树立资本市场品牌，作为公司在资本市场上的价值标签，发挥资本市场品牌优势，延伸公司价值，促进公司发展，为公司带来溢价。

（二）制定年度价值传播计划，通过梳理公司发展战略、经营成果、投资亮点、社会责任、企业文化等各个方面的价值亮点，开展主动价值传播，引导市场对公司发展的认知，提升市场关注度。

**第二十条 舆情与危机管理：**

建立及时全面的舆情监测与危机预警机制，保证内外部信息沟通流畅，强化危机的预防和应对能力。

建立舆情数据库，定期跟踪分析公司舆情环境，二级市场表现和同业可比公司表现，及时发现市场和舆情关注热点，及时高效的调整相应工作重心。

## 第五章 附则

**第二十一条** 本制度未尽事宜，按有关法律、行政法规、中国证监会和深圳证券交易所的有关规定执行。

**第二十二条** 本制度自公司董事会审议通过之日起实施。

**第二十三条** 本制度的制定、修改、解释权归公司董事会。