

附件2：特色主承销商评价标准（2024年版）

评价维度	评价内容	评价指标	分值权重	排序方式
价值发现型主承销商	市场化发行能力	市场化发行金额 ¹	30%	按照评价指标的加权分数对所有主承销商进行排序，排名靠前的机构进行专项展示。
		分销机构家数 ²	20%	
	做市能力	主承债券双边报价只数或占比 ³	30%	
		主承债券做市成交量 ⁴	20%	
普惠型主承销商	普惠能力	普惠金融产品主承只数 ⁵	50%	
		主承销民企业家数	50%	
开创型主承销商	拓客能力	引入首发企业家数	50%	
	创新能力	创新产品主承只数 ⁶	50%	
开放型主承销商	服务境外发行人能力	熊猫债主承销金额 ⁷	50%	
		主承销境外发行人家数	50%	

注：

1. 市场化发行金额是指剔除余额包销后的主承销金额。
2. 分销机构家数是指发行环节作为簿记管理人或承销商对外分销的机构数量。
3. 主承债券双边报价只数是指评价期内本机构主承的有效双边报价债券的平均只数。其中有效双边报价是指在主要交易时间段内，满足一定点差范围、报价量和报价持续时间标准的双边报价。标准不低于交易平台规定的做市义务要求；主承债券双边报价只数占比是指主承债券双边报价只数与评价期内本机构主承债券存续只数的比例。
4. 主承债券做市成交量是指评价期内主承债券的各做市成交方式合计的做市成交量。
5. 普惠产品包括：乡村振兴票据、民企资产担保债务融资工具（CB）、消费类资产支持票据（含资产支持商业票据）。
6. 创新产品包括：科创票据（含资产支持票据）、知识产权资产支持票据、“两新”债务融资工具。
7. 熊猫债发行人类型包括境外非金融企业、外国政府类机构和国际开发机构。