

# 加快发展机构间私募产品报价与服务系统

中证资本市场发展监测中心

经过二十多年的发展,我国资本市场各项改革和基础性建设工作不断推进,多层次资本市场体系初步形成。以交易所为中心的公募市场,形成了完备的市场支持体系和监管体系;2012年以来,证券行业积极呼吁发展私募市场以服务于实体经济,并在证券公司柜台市场、区域性股权交易市场等方面进行了有益尝试。但与公募市场相比,私募市场作为多层次资本市场的重要组成部分,发展仍然相对滞后,存在市场组织不健全,尚未形成完整市场体系;产品种类单一,财富管理链条不完备;市场参与主体不丰富,专业机构参与不足;市场基础设施薄弱等问题。

为落实国务院《新国九条》和中国证监会《创新十五条》,中国证券业协会在中国证监会的统一指导下,加速推进机构间私募产品报价与服务系统(以下简称“报价系统”)建设。8月15日,经中国证监会同意,中国证券业协会发布了《机构间私募产品报价与服务系统管理办法(试行)》,进一步为报价系统的规范发展奠定了基础。

## 一、五大目标,打造私募市场基础设施

《新国九条》指出,进一步促进资本市场健康发展,健全多层次资本市场体系,对于加快完善现代市场体系、拓宽企业和居民投融资渠道、优化资源配置、促进经济转型升级具有重要意义。报价系统即是在这样的大背景下建立起来的。它是为证券公司等报价系统参与者提供私募产品报价、发行、转让及相关服务的专业化电子平台,是私募市场的一项重要基础设施。加快建设报价系统,主要基于实现以下目标的需要:

**(一)服务实体经济**  
服务实体经济是私募市场发展的重要使命。私募市场是最接地气的市场。报价系统以服务于私募市场,服务私募产品的报价、发行、转让为己任,有利于丰富企业的融品种类,拓展融资渠道,是把资本市场融入实体经济中去,促进经济转型的重要途径。

**(二)支持创新创业企业发展**  
目前创投领域存在信息不对称的问题,一方面创投基金苦于找不到优质的投资项目,另一方面大量创投企业又面临资金紧张、难以找到投资方的困境。报价系统作为一个私募信息的汇集平台和私募产品的交易平台,拉近了资金需求方和供给方之间的距离,能够让资本与创新创业更便捷地结合,为企业发展、转型和事业腾飞插上翅膀。

**(三)满足财富管理需求**  
报价系统为参与者自主创设私募产品提供便利,有利于建立更加丰富的金融产品体系,为居民提供更加多样化的财富管理工具。

**(四)提高证券公司核心竞争力**  
一直以来,我国证券公司业务同质化严重,服务手段趋于单一。报价系统作为个性化、非标准化私募产品发行和交易的服务平台,可以推动证券公司“差异化、专业化、特色化”发展,提高证券期货服务业竞争力。包括证券公司在内的各类机构通过该市场可以快速创设私募产品、收集私募产品信息并找到交易对手方,从而可以推动其开展资本中介业务,拓宽自身融资渠道,丰富风险管理手段。同时,对于未能自建柜台市场的中小券商来说,可以直接利用这一平台开展柜台业务,低成本、高效率地起步,并打开业务创新、产品创新的广阔空间。

**(五)完善多层次资本市场**

私募市场作为多层次资本市场的重要组成部分,目前是发展最欠缺、实践经验最少的部分。报价系统作为私募市场一项重要的基础设施,有助于整合私募市场的各个要素资源,促进形成分层互动的市场体系,推动多层次资本市场体系形成。

基于上述目标,中国证券业协会于2013年初启动报价系统建设,并于2013年9月9日正式上线。为落实《新国九条》和中国证监会《创新十五条》中关于“加快建设机构间私募产品报价与服务系统”的具体要求,今年上半年以来,中国证券业协会根据中国证监会的统一部署,不断加快系统建设进度,丰富报价系统服务功能,推动市场互联互通。经过多次改造升级,目前报价系统的核心功能框架已经基本搭建完毕。

## 二、四大定位,把控报价系统建设发展方向

立足于我国多层次资本市场发展阶段和需要,报价系统确立了以下基本定位:

**(一)定位于私募市场**  
报价系统服务于私募产品的报价、发行和转让,是私募市场的基础设施。按照严格区分公募和私募的原则,报价系统中产品的发行、转让坚守私募底线,遵循相关法律法规在宣传推介、投资者适当性和持有人数量等方面的规定。

**(二)定位于机构间市场**  
报价系统服务于专业投资机构,参与人的准入遵循开放性原则。符合条件的中国证券业协会、中国期货业协会、中国证券投资基金业协会、中国上市公司协会或中国证券业协会认可的其他自律组织会员均可自愿申请注册成为报价系统参与者。个人合格投资者及非参与机构可以通过参与人间接参与报价系统。截至2014年8月18日,已有101家机构注册成为报价系统参与者。金融机构等专业投资者通过报价系统,开展机构间的私募产品交易,有利于其产品创新和业务转型。

**(三)定位于互联互通市场**  
报价系统致力于搭建市场中的市场。在自愿基础上,证券公司柜台市场、区域性股权交易市场等私募市场都可以与报价系统建立对接,实现信息和交易的联通。报价系统坚持开放、竞争的理念,不垄断、不取代证券公司单个柜台市场或区域性股权交易市场,而是通过搭建一个安全、高效的信息平台和报价、发行与转让平台,助推柜台市场和区域性股权交易市场等私募市场协同发展。

**(四)定位于互联网市场**  
报价系统以服务于参与者、便利参与人为目的,借鉴互联网金融的理念和技术,其服务具有以下特色:一是全网运营。报价系统采用先进的互联网技术,支持网上信息发布、网上发行、网上签约、网上报价转让等。二是自主开放。证券公司柜台市场发行、转让的产品,都可以将报价系统作为支持平台;只要建立开放的信息系统接口,各类私募市场都可以与报价系统联通。三是全时空。报价系统实行每周7天、每天24小时不间断运行,并提供互联网、移动设备等多介质、多途径的参与路径和工具,可实现市场业务活动的移动化、泛在化、摆脱时空限制。

## 三、五大功能,全面助力私募市场发展

报价系统作为我国多层次资本市场体系的底层架构之一,集私募市场互联互通、私募产品报价、发行与转让、私募产品登记结算、私募机构产品信息披露与投融资项目对接服务等功能于一身,致力于金融机构和专

业投资机构发展私募业务提供全方位、综合性的服务。

**(一)开放的互联互通功能**  
报价系统提供开放的市场互联互通功能,证券公司柜台市场、区域性股权交易市场等私募市场均可以自愿与报价系统对接,共享产品报价等数据信息,降低信息和交易的中间环节,提高市场效率。在信息汇集的基础上,报价系统还提供联网市场间的“路由交易”服务。参与者可以经由报价系统向联网私募市场发布报价和进行跨市场交易;达成交易的,联网私募市场将参与人的成交信息发送报价系统。通过“路由交易”,投资机构可以更方便地同时参与多个市场,进而解决目前各私募市场各自“孤立”,产品和参与主体相对单一等问题。

此外,报价系统为证券期货经营机构提供公共柜台功能。证券期货经营机构参与者可以自愿与报价系统建立系统对接,通过报价系统开展柜台市场业务,直接创设或承销私募产品并按规定事后备案。报价系统为其创设或承销的私募产品提供发行、销售、转让服务,证券期货经营机构参与者可以自行办理登记、托管、结算等业务。

目前,报价系统通过柜台产品交易数据日终联网以及共享产品报价等数据信息,已初步实现与15家柜台市场试点证券公司的信息联通,并正在紧密对接地与东方财富等32家证券公司柜台交易系统接口规范体系”,加快接口规范建设和与证券公司柜台互联互通的进度。

## (二)多样的私募产品报价、发行、转让功能

报价系统通过提供多样化的发行方式,着力构建机构投资者之间的私募产品发行市场。目前,报价系统可以为资产管理计划、收益凭证、私募投资基金等私募产品提供非公开发行服务。结合不同私募产品的特点,报价系统支持定价发行和针对特定对象的簿记建档、招标等多样化在线发行方式。发行人可以根据不同产品的特性以及潜在投资者的特点,选择合适的发行方式。

报价系统为参与者搭建了一个私募产品的报价转让平台,并配以在线即时沟通工具,为私募产品提供更多的流动性。根据私募产品非标准化和交易双方信息不对称等特性,报价系统支持包括协商成交、点击成交在内的协议交易方式,并辅之以做市、拍卖竞价、标购竞价等多样化的交易方式。证券公司等参与者可以针对市场需求和客户意向,在报价系统发布意向报价,直接与交易对手方进行询价,双方达成共识后同时向报价系统提交买卖方向相反的要约报价;也可以直接发布要约报价,等待对手方点击成交。

报价系统同时提供私募产品在线签约的交易辅助功能。资产管理计划、私募投资基金、金融衍生品等私募产品的合同均可以通过报价系统实现在线签约,并获得报价系统提供的电子合同管理服务。

## (三)适应私募市场需要的登记结算功能

在私募产品登记方面,报价系统首先支持由中国结算作为产品发行人提供登记服务。为适应私募产品种类丰富,非标准化和个性化特征明显的特点,报价系统同时支持证券公司等符合条件的参与者自行办理私募产品的登记业务,或委托报价系统登记结算机构办理私募产品登记业务。在产品账户体系方面,参与者可以在报价系统开立自有产品账户、名义持有产品

账户、受托产品账户,分别用于记载其自身持有、名义持有或管理的基金、资产管理计划等持有的私募产品。

在结算服务方面,报价系统采用分级结算原则,支持全额清算、净额清算等多种清算方式;支持货银对付、见券付款、见款付券、纯券过户等多种支付方式;支持日终实时交收、日终多批次交收、日终批次交收、自定交收期等多种交收期安排。在资金结算账户体系方面,参与者可以在报价系统开立自有资金结算账户、代理资金结算账户、受托资金结算账户和专用资金结算账户,分别用于记载参与者自有资金、合格投资者资金、参与人管理的基金、资产管理计划等的资金,在报价系统发行私募产品募集的资金及用于分红、付息兑付的资金。参与者可以通过中国结算、商业银行、第三方支付机构或中国证监会认可的其他机构向报价系统资金结算账户转账资金。此外,报价系统登记结算机构还可以为参与者提供托管服务等相关延伸服务及担保品管理服务。

## (四)多层次、多维度的信息展示功能

报价系统为参与者提供多层次、多维度的信息展示服务。证券公司、私募投资基金等参与者可以通过报价系统展示本机构相关信息,包括业务范围、投资领域、经营状况、管理团队、成功案例等;也可以通过报价系统发布私募产品信息。报价系统对这些展示信息实行分级、分类管理,除法律法规不能公开、必须定向披露的信息外,鼓励私募产品发行人或管理人对其他信息公开展示。

报价系统依托其私募产品数据库,为参与者提供私募产品检索信息服务,包括私募产品的分类检索、查询统计、信息披露、风险监控等。一方面,报价系统通过公示证券公司私募产品备案信息,便利投资者及时了解和查询私募产品相关信息,防范非法证券活动。另一方面,报价系统在信息互联的基础上集中展示私募产品信息,并汇聚其他私募市场的投融资项目信息,推动证券公司柜台市场、区域性股权交易市场等各私募市场实现高效率、低成本的信息交互,从而为投资者高效地获取私募产品信息,并为中小微企业提供高效、贯通的投融资信息渠道。目前,报价系统根据每个私募产品的不同特性,从基本信息、报价信息、成交信息、持有人数量等方面对私募产品进行多角度展示。

## (五)灵活的投融资项目对接功能

报价系统积极探索引导私募市场服务实体经济的途径,从线上、线下两方面为参与人和合作机构提供投融资项目对接服务,促进投融资双方的有效对接。

一是以信息服务为抓手,推动投融资双方信息对称,提高谈判效果。报价系统正在建设标准可检索的企业库与项目库,建立集中统一的企业发布标准,截至目前已实现近800余条企业项目信息集中展示,初步具备可供投资机构检索投资标的的基础功能。二是通过线下推介、融资对接等多种方式,为投融资双方服务,延伸报价系统OTC功能。据统计,目前约30家企业的项目在投资机构跟踪过程中。三是积极探索服务私募基金模式,整合场内场外资源,建设并购市场,搭建私募投资基金退出的服务平台。报价系统从私募基金募集发行、基金份额转让、投资项目转让三个方面,为私募基金拓宽资金募集渠道,提供份额持有人和基金投资项目的退出平台,努力增强私募基金流动性,积极对股权投资市场进行资源流动和重新整合。

## 四、五类产品,率先实行负面清单制度

报价系统在支持的私募产品种类方面,率先实行负面清单制度。除金融监管部门明确规定必须事前审批、备案的私

募产品外,证券公司在报价系统报价、发行、转让的私募产品直接实行事后备案,无须向中国证券业协会申请创新业务(产品)专业评价,为私募产品的创设提供了较大空间。按照私募产品的政策规则清晰度和条件成熟度,报价系统将逐步上线五类私募产品:

**(一)资产管理计划**  
集合和定向资产管理计划是目前证券公司规模最大、发展最快的私募产品。报价系统将资产管理计划纳入服务范围,既可以通过私募市场间的互联互通扩大产品的受众范围,使优秀的产品和管理人逐步脱颖而出,强化市场的竞争性;又可以通过二级市场的转让,使资产管理计划具有适当的流动性,从而增强其市场吸引力。目前,报价系统可以为资产管理计划提供发行、转让和登记结算等在内的全流程服务。

**(二)私募投资基金**  
报价系统为各类私募投资基金提供募集和转让服务,报价系统为私募基金提供跨市场的发行平台,各类私募投资基金均可以通过报价系统发行私募基金份额,增强私募基金的资金募集能力。同时,报价系统为私募基金份额持有人提供退出通道,提高私募投资基金份额的流动性,增强了私募投资基金的吸引力。此外,私募股权投资基金所投资的股权项目也可以通过报价系统进行转让,有利于盘活私募基金资产,提高私募基金投资效率。目前,报价系统已经为私募投资基金的募集以及私募基金份额和私募项目股权的转让做好了业务和技术准备。

## (三)场外金融衍生品

中国证券业协会正在依托报价系统推动建立证券、基金、期货等行业金融衍生品主协议联盟,以加强证券期货经营机构场外衍生品业务的能力建设,推动形成行业聚集效应,并推动实现衍生品交易的电子化和规范化。报价系统的“在线协商”和“在线签约”栏目可以为市场参与者提供衍生品交易的在线谈判;参与者可以通过报价系统在线签署中国证券市场金融衍生品交易主协议和交易确认书等多种协议,便捷开展场外金融衍生品交易。

## (四)私募债务融资工具

报价系统将为参与者发展私募债务融资工具业务提供较大的发展空间,这些工具可能包括非公开发行公司债券、收益凭证等品种。目前,部分证券公司已通过中国证券业协会收益凭证业务试点专业评价,并已开展此类业务,市场反映热烈。报价系统作为收益凭证的发行转让场所,将为金融机构开展收益凭证业务提供便利高效的服务。

## (五)资产支持证券

资产支持证券在融资证券化的金融大环境下应运而生,对提高资产流动性、分散信用风险、推动金融市场发展有积极作用,被众多成熟市场经济国家广泛采用。随着《新国九条》和《创新十五条》对私募产品“不设行政审批”和“实行事后备案”要求的明确,资产支持证券将会在推动私募市场服务实体经济中发挥更加重要的作用。中国证监会于2013年3月15日发布的《证券公司资产证券化业务管理规定》曾明确将报价系统列为资产支持证券的转让场所。资产支持证券在报价系统转让的技术开发工作已经完成,报价系统为资产支持证券的发行和转让提供系统平台,相关的业务规则亦已征求行业意见。

报价系统支持的产品种类是开放性的。报价系统还支持中国证监会或中国证券业协会认可的其他以非公开募集方式设立的产品,以及中国证监会《证券公司代销金融产品管理规定》允许代销的产品。

## 五、三层管理机制,加强风险监控

监控

报价系统从行政监管、自律管理、营运管理三个层面,积极探索适合私募市场特点的监管机制。

## (一)中国证监会的监督

报价系统是经中国证监会批准设立的机构间私募市场,是证券行业的基础金融基础设施,接受中国证监会的监督管理。报价系统是在中国证监会的指导和支持下建设起来的,体现了坚持顶层设计与尊重市场自主创新并重的监管理念。未来,报价系统还将在中国证监会的统一指导下,不断探索适合私募业务发展的监管机制,加强行政监管、自律管理和自身营运管理的协同配合。

## (二)中国证券业协会的自律管理

中国证券业协会是报价系统的自律管理机构。借鉴美国金融业监管局(FINRA)的经验,在私募业务领域,中国证券业协会重在引导专业金融机构发展私募业务,建立涵盖私募市场基本业务的自律规则体系,并进行自律管理。

经过广泛征求意见,中国证券业协会制定发布了《机构间私募产品报价与服务系统管理办法(试行)》,作为报价系统的基础性自律规则,《机构间私募产品报价与服务系统管理办法(试行)》确立了报价系统的基本定位和功能,并参与人、私募产品、报价发行转让、登记结算、信息披露、自律管理等多个层面对报价系统的业务进行了规范,为报价系统的规范运营奠定了制度基础。

## (三)中证资本市场发展监测中心的营运管理

中证资本市场发展监测中心有限责任公司(以下简称“市场监测中心”)是报价系统的营运管理机构,由上海证券交易所、深圳证券交易所、上海期货交易所、中国结算、中国金融期货交易所股份有限公司共同出资设立,注册资本为20亿元。市场监测中心由中国证监会批准设立,并授权中国证券业协会按照市场化原则管理。2014年6月,中国证监会批复了市场监测中心经营范围的变更,将全部工作重心转移到建设和管理报价系统上来。

为做好报价系统的营运管理,市场监测中心建立了一整套风险监控监控安排:为保障客户资金安全和风险监控可控,与中国结算建立证券公司柜台市场及报价系统产品交易、登记、结算数据的集中存储和共享机制,确保监测数据集中全面;为保证私募产品的投资者人数符合法律法规的限制性规定,参与者开立名义持有产品账户的,应当向报价系统登记结算机构报送投资者产品账户明细资料,实行“看穿”管理;在投资者适当性方面,除合同约定外,对参与者履行投资者适当性义务进行监督,确保投资者适当性制度得到有效执行;在风控体系方面,要求参与者建立健全内控与风控机制,加强自身管理,并通过报价系统报送业务数据与合规报告,市场监测中心将对相关业务情况进行跟踪分析和动态监测,有效防范并及时处置风险事件。

为进一步规范和促进报价系统发展,建立健全报价系统规则体系,市场监测中心根据相关法律法规、中国证监会规则、中国证券业协会自律规则以及《机构间私募产品报价与服务系统管理办法(试行)》,已经完成了参与者规则、发行转让规则以及资产管理计划、收益凭证、私募基金等业务指引的起草工作,并向部分参与者进行了意见征集,待修改完善后将于近期发布。业务规则体系的建立和完善,将对报价系统的规范运营、业务开展起到积极的促进作用。

随着《机构间私募产品报价与服务系统管理办法(试行)》及其配套规则的陆续出台,各类私募产品也将先后上线,报价系统将逐步发挥其应有的功能,切实为客户财富管理、服务实体经济和中小微企业做出积极的贡献。

## 信达澳银基金管理有限公司关于旗下基金所持华宇软件、华策影视、正海磁材股票估值调整的提示性公告

根据《关于进一步规范证券投资基金估值业务的指导意见》(证监会公告[2008]38号)、《中国证券业协会基金估值工作小组关于停牌股票估值的参考方法》、《关于发布中基协(AMAC)基金行业股票估值指数的通知》的相关规定和基金合同的约定,经与托管行协商一致,我公司决定自2014年8月18日起采用“指数收益法”对旗下基金所持华宇软件(证券代码:300271)、华策影视(证券代码:300133)、正海磁材(证券代码:300224)进行估值。

华宇软件股票估值调整对信达澳银领先增长股票型证券投资基金资产净值的影响分别为前一估值日该基金资产净值的0.21%、0.35%、0.35%;华策影视股票估

值调整对信达澳银领先增长股票型证券投资基金、信达澳银产业升级股票型证券投资基金资产净值的影响分别为前一估值日该基金资产净值的0.29%、0.31%;正海磁材股票估值调整对信达澳银消费优选股票型证券投资基金资产净值的影响为前一估值日该基金资产净值的0.27%。

本公司将综合参考各项相关影响因素并与托管行协商,自上述股票复牌且其交易体现了活跃市场交易特征后,恢复按市价估值法进行估值,届时不再另行公告。敬请投资者关注。

特此公告。

信达澳银基金管理有限公司  
2014年8月20日

## 上投摩根现金管理货币市场基金基金合同生效公告

公告送出日期:2014年8月20日

### 1.公告基本信息

基金名称	上投摩根现金管理货币市场基金
基金简称	上投摩根现金管理货币
基金代码	000685
基金运作方式	契约型开放式
基金合同生效日	2014年8月19日
基金管理人名称	上投摩根基金管理有限公司
基金托管人名称	中国建设银行股份有限公司
公告依据	上投摩根现金管理货币市场基金基金合同、上投摩根现金管理货币市场基金招募说明书及相关法律法规等

### 2.基金募集情况

基金募集申请经中国证监会核准的文号	中国证监会证监许可[2014]1366号
基金募集期间	自2014年7月28日起至2014年8月13日止
验资机构名称	普华永道中天会计师事务所有限公司
募集资金划入基金托管专户的日期	2014年8月15日
募集有效认购户数(单位:户)	272
募集期间认购金额(单位:元)	627,836,510.60
认购资金在募集期间产生的利息(单位:元)	38,650.99

募集份额(单位:份)	有效认购份额	627,836,510.60
	利息结转的份额	38,650.99
	合计	627,875,161.59
其中:募集期间基金管理人运用固有资金认购基金份额(单位:份)	占基金份额比例	0
基金认购本金额情况	其他需要说明的事项	无
其中:募集期间基金管理人的从业人员认购基金份额(单位:份)	占基金份额比例	700,996.18
认购本金额情况	占基金份额比例	0.1116%
募集期限届满基金是否符合法律法规规定的办理基金备案手续的条件	是	
向中国证监会办理基金备案手续获得书面确认的日期		2014年8月19日

### 备注:

1.本公司高级管理人员、基金投资和研发部门负责人持有本基金份额总量的数量区间为0万份至10万份(含)。

2.本基金的基金经理持有本基金份额总量的数量区间为0万份至10万份(含)。

上投摩根基金管理有限公司  
2014年8月20日