



International Swaps and Derivatives Association, Inc.
24 Raffles Place
#24-02A Clifford Centre
Singapore 048621
Telephone: 65 6538 3879
Facsimile: 65 6538 6942
email: isdaap@isda.org
website: www.isda.org

零售结构性产品：管理供货商与销售商关系的原则¹

简介

本原则寻求解决金融服务业者在实际操作上所面对的问题，有助他们考虑履行作为供应或销售商把零售结构性产品卖到零售投资者过程中所扮演的角色。

使用本原则者必须注意到**本原则是没法律约束性的，仅协助提供业者信息作为参考**。赞助开发本原则的几个交易商协会相信，市场参与者应能在所在国的法律和监管条例没有要求时，按照不同个案的需求自由决定他们之间关系及相对责任。本原则尽可能在应用上为全球的零售结构性产品市场提供一个广泛的管理供应和销售商之间关系的参考框架。

本原则是一个由业者组成全球化工作小组的产品，收集了供应商、销售商的意见并由一些交易商协会联合支持，如欧洲证券化论坛（ESF）、国际资本市场协会（ICMA）、国际掉期及衍生产品工具协会（ISDA）、伦敦投资银行协会（LIBA）和证券业与金融市场协会（SIFMA）。还有，这些协会都曾公开本原则让公众发表意见并从其它商会和市场参与者取得建设性的回馈。

结构性产品包含了种类繁多的金融产品，它结合了现金资产和衍生产品来提供一个市场上一般上不存在的特定风险与回报特性。每一个产品的风险与回报特性都不一样。

买卖双方的安排，适用的监管框架，结构性产品结合了多种不同成分之事实，这几种因素在实践中可能导致不同的金融服务方须对不同的相关监管义务负责（即使综合性银行模式可能需要一个自营产品销售安排）。特别是，销售商通常都会直接与零售投资者接触而供货商却没有这样的介面。因此本原则最主要专注在如何解决这个问题，不管问题发生在那里，所有在这个销售链上的各方都有一个共同的目标：确保投资者从他们的投资的合法期望中得到满足。

¹ 由 ISDA 提供中文翻译, 仅供参考。中、英文内容有歧异时, 以英文内容为解释依据。

在这里，零售投资者指的是自然人而且包括拥有高净资产的个人。本原则除非有特别声明，不涉及那些只纯粹发出产品的机构的角色。

本原则不是为任何一个特定的国家地区所撰写的，正好相反的，本原则是为全球机构能够宏观使用而备的。那些特定的和更细致的程序（在经过合适的成本效应分析后）被任何机构实际上采用来管理供应与销售商之间的关系将会是由以下各个因素所决定：如所涉及的地区，采用的销售渠道，产品的确切性质和各方的实质关系等等。

某一产品的监管待遇可能会按其组成部分的性质而定；例如在不同的国家和地区，结构性存款及投资者采用“反向询问”的方式通过券商买入的交易所内交割的债券可能需要另外的分析。在众多的事项中，双方必须对售后安排如二级市场做市活动和信息的提供，有更深入的考虑。赞助开发本原则的各个交易商协会敦请本行业内的所有机构，在适当的情况下对本原则做出调整以考虑这些特定的因素。

B. 原则

这些原则应与以上概括本原则性质与范围的简介一起阅读。此外，这些原则应被作为一个整体而非将某一项分割开来理解。

1. 在很多(但并非全部)市场中,向零售投资者销售结构性产品是通过一个中介机构(如私人银行)而非直接由产品供货商(有时又被称为"制造者")来进行的。
2. 当一个产品供应商与一家私人银行(或其它面对个人投资者的业务部门)属于同一机构时,它们运作方式可能有着明显不同;它们甚至可能会受不同的法律监管;或有不同的报告和管理结构。这些正式的职能分隔通常是强健的并取决于法律、监管、保密和其它要求。因而,即使某个产品制造和销售由同一个机构来进行,在实践中也会有本原则中提及的产品制造和销售职能的分离。
3. 产品供货商应考虑怎样的内部审批程序对零售结构性产品而言是适当的;这些程序应考虑产品批准、设计、风险与回报及销售等问题。
4. 在产品销售中通常是销售商与个人投资者接触,并且这些个人投资者通常是销售商的客户。在此情况下,鉴于投资者适格性必须参照特定客户提供给销售商的保密信息来判定,(按所在市场决定的)投资者适格性问题应完全是销售商的责任。
5. 销售商必须了解其销售的产品。在销售商不仅向其客户提供发行机构的产品发行书而且提供产品说明书或其它销售资料(例如产品介绍)的地区,销售商应确保其销售资料的准确和完整,即使这些资料包括了产品供货商提供的资料;销售商必须满意这些销售资料并对这些资料在当地法律下的合规性负责。
6. 产品供货商应当确保其产品说明书准确、公正、平衡及清楚(同时适当尊重某一地区特别的规定);并按与销售商议定的应付义务一致的方式来表述。(例如,当双方理解产品会出售给拥有高净资产的个人时,产品说明书不应包含产品并不适合零售投资者的提示)。当供货商同意提供信息以协助销售时,提供的信息应清晰并按销售商在为其客户准备产品说明书或描述时的要求来提供,这些信息可能包括情境分析和产品的相关风险。
7. 当产品供货商与销售商进行交易时,供货商应考虑销售商就特定产品而言是否是适当的销售者,并且当供货商认为必要、可行和适当时,应进行“了解你的销售商”的审批程序。这一程序应视情况而定并无固定格式,供货商可以有几种方式来对销售商程序的健全与否取得信心。通常应考虑的问题包括销售商的典型客户种类(并且销售商是否直接联系客户或通过分销商来和客户接触)、投资者适格性决定的程序、监管状况、名声和遵守

销售法律的情况；虽然考虑的细节问题随销售情况、特定产品和所在地区的不同而定，但是每一方应承担各自依法应负之义务，任何一方均不承担对方依法应负之义务或监督对方遵守这些义务。

8. 销售商也应当评价产品供应商（“了解你的供应商”），特别是供应商关于以上第6项的执行情况。

9. 当法律和法规并不显著区分供应商和销售商的角色时，可能会对各方应负的法律和监管责任造成不确定性。销售商和供应商应注意这一点及其后果。

10. 产品供应商和销售商应当就其针对投资者的角色和责任达成一致并书面纪录这些责任。