



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

零售結構性產品：管理供應商與銷售商關係的原則¹

簡介

本原則尋求解決金融服務業者在實際操作上所面對的問題，有助他們考慮履行作為供應或銷售商把零售結構性產品賣到零售投資者過程中所扮演的角色。

使用本原則者必須注意到本原則是沒法律約束性的，僅協助提供業者資訊作為參考。贊助開發本原則的幾個交易商協會相信，市場參與者應能在所在國的法律和監管條例沒有要求時，按照不同個案的需求自由決定他們之間關係及相對責任。本原則盡可能在應用上為全球的零售結構性產品市場提供一個廣泛的管理供應和銷售商之間關係的參考框架。

本原則是一個由業者組成全球化工作小組的產品，收集了供應商、銷售商的意見並由一些交易商協會聯合支援，如歐洲證券化論壇（ESF）、國際資本市場協會（ICMA）、國際掉期及衍生產品工具協會（ISDA）、倫敦投資銀行協會（LIBA）和證券業與金融市場協會（SIFMA）。還有，這些協會都曾公開本原則讓公眾發表意見並從其他商會和市場參與者取得建設性的回饋。

結構性產品包含了種類繁多的金融產品，它結合了現金資產和衍生產品來提供一個市場一般上不存在的特定風險與回報特性。每一個產品的風險與回報特性都不一樣。

買賣雙方的安排，適用的監管框架，結構性產品結合了多種不同成分之事實，這幾種因素在實踐上中可能導致不同的金融服務方須對不同的相關監管義務負責（即使綜合性銀行模式可能需要一個自營產品銷售安排）。特別是，銷售商通常都會直接與零售投資者接觸而供應商卻沒有這樣的介面。因此本原則最主要專注在如何解決這個問題，不管問題發生在那裏，所有在這個銷售鏈上的各方都有一個共同的目標：確保投資者從他們的投資的合法期望中得到滿足。

¹ 由 ISDA 提供中文翻譯，僅供參考。中、英文內容有歧異時，以英文內容為解釋依據。

在這裏，零售投資者指的是自然人並且包括擁有高淨資產的個人。本原則除非有特別聲明，否則不涉及那些只純粹發出產品的機構的角色。

本原則並不是為任何一個特定的國家地區所撰寫的，相反的，本原則是為全球機構能夠宏觀使用而備的。那些特定的和更細緻的程序（在經過合適的成本效應分析後）被任何機構實際上採用來管理供應與銷售商之間的關係將會是由以下各個因素所決定：如所涉及的地區，採用的銷售途徑，產品的確切性質和各方的實質關係等等。

某一產品的監管待遇可能會按其組成部分的性質而定；例如在不同的國家和地區，結構性存款及投資者採用“反向詢問”的方式通過券商買入的交易所內交割的債券可能需要另外的分析。在眾多的事項中，雙方必須對售後安排如二手市場做市活動和資訊的提供，有更深入的考量。贊助開發本原則的各個交易商協會敦請本行業內的所有機構，在適當的情況對本原則做出調整以考慮這些特定的因素。

B. 原則

這些原則應與以上概括本原則性質與範圍的簡介一起閱讀。此外，這些原則應被作為一個整體而非將某一項切割開來理解。

1. 在很多(但並非全部)市場中,向零售投資者銷售結構性產品是通過一個中介機構(如私人銀行)而非直接由產品供應商(有時又被稱為"製造者")來進行的。
2. 當一個產品供應商與一家私人銀行(或其他面對個人投資者的業務部門)屬於同一機構時,它們運作方式可能有著明顯不同;它們甚至可能會受不同的法律監管;或有不同的報告和管理結構。這些正式的職能分隔通常是強健的並取決於法律、監管、保密和其他要求。因而,即使某個產品製造和銷售由同一個機構來進行,在實踐中也會有本原則中提及的產品製造和銷售職能的分離。
3. 產品供應商應考慮怎樣的內部審批流程對結構性零售產品而言是適當的;這些流程應考慮產品批准、設計、風險與回報及銷售等問題。
4. 在產品銷售中通常是銷售商與個人投資者接觸,並且這些個人投資者通常是銷售商的客戶。在此情況下,鑒於投資者適格性必須參照特定客戶提供給銷售商的保密資訊來判定,(按所在市場決定的)投資者適格性問題應完全是銷售商的責任。
5. 銷售商必須瞭解其銷售的產品。在銷售商不僅向其客戶提供發行機構的產品發行書而且提供產品說明書或其他銷售資料(例如產品介紹)的地區,銷售商應確保其銷售資料的準確和完整,即使這些資料包括產品供應商提供的資料;銷售商必須滿意這些銷售資料並對這些資料在當地法律下的合規性負責。
6. 產品供應商應當確保其產品說明書準確、公正、平衡及清楚(同時適當尊重某一地區特別的規定);並按與銷售商議定的應付義務一致的方式來表述。(例如,當雙方理解產品會出售給擁有高淨資產的個人時,產品說明書不應包含產品並不適合零售投資者的提示)。當供應商同意提供資訊以協助銷售時,提供的資訊應清晰並按銷售商在為其客戶準備產品說明書或描述時的要求來提供,這些資訊可能包括情境分析和產品的相關風險。
7. 當產品供應商與銷售商進行交易時,供應商應考慮銷售商就特定產品而言是否是適當的銷售者,並且當供應商認為必要、可行和適當時,應進行“瞭解你的銷售商”的審批程序。這一程序應視情況而定並無固定格式,供應商可以有幾種方式來對銷售商程序的健全與否取得信心。通常應考慮的問題包括銷售商的典型客戶種類(並且銷售商是否直接聯繫客戶或通過分銷商來和客戶接觸)、投資者適格性決定的程序、監管狀況、名聲和遵守

銷售法律的情況；雖然考慮的細節問題隨銷售情況、特定產品和所在地區的不同而定，但是每一方應承擔各自依法應負之義務，任何一方均不承擔對方依法應負之義務或監督對方遵守這些義務。

8. 銷售商也應當評價產品供應商（“瞭解你的供應商”），特別是供應商關於以上第6項的執行情況。

9. 當法律和法規並不顯著區分供應商和銷售商的角色時，可能會對各方應負的法律和監管責任造成不確定性。銷售商和供應商應注意這一點及其後果。

10. 產品供應商和銷售商應當就其針對投資者的角色和責任達成一致並書面紀錄這些責任。