

2015 年 1 季度机构间私募产品报价与服务 系统运行情况报告

中证机构间报价系统股份有限公司

2015 年 4 月 10 日

2015 年 1 季度机构间私募产品报价与服务系统 运行情况报告

目 录

一、 报价系统定位	3
（一）定位于机构间市场	4
（二）定位于互联互通市场	5
（三）定位于移动互联市场	7
（四）定位于私募市场	8
二、 报价系统运营情况	8
（一）参与人数量快速增加、结构持续优化	9
（二）私募产品发行市场规模快速增长	9
（三）多层次股权市场建设稳步推进	15
（四）场外衍生品市场稳妥发展	17

(五) 场外市场登记结算体系日益完善	20
三、 报价系统运行特色与实践意义	22
(一) 移动互联	22
(二) 参与人制度	23
(三) 前中后台一体化	24
(四) 行业公共平台	24
(五) 市场中的市场	25
(六) 分层分类风险管理	25

在证监会的统一指导下，中国证券业协会（以下简称“协会”）借鉴国际经验，建立了机构间私募产品报价与服务系统（以下简称“报价系统”）。2014年6月4日，证监会批复中证资本市场发展监测中心有限责任公司变更经营范围，专门负责建设和管理报价系统，并授权协会按照市场化原则管理。为进一步优化市场机制，2015年2月16日，经证监会同意，市场监测中心进行了公司改制，更名为“中证机构间报价系统股份有限公司”（以下简称“中证报价”）并启动了增资扩股工作。自2014年8月18日发行第一只产品以来，报价系统功能不断丰富、完善、优化，为证券公司、基金公司、期货公司、私募基金以及商业银行等金融机构规范发展场外业务提供了全方位服务，已成为多层次资本市场的重要组成部分。

一、 报价系统定位

报价系统以“多元、竞争、开放、包容”为发展理念，旨在实现证券公司柜台市场等私募市场的互联互通，为证券公司等各类金融机构开展场外业务提供全方位、专业性、平台化服务，是多层次资本市场的有机组成部分，是重要的资本市场基础设施。

（一）定位于机构间市场

报价系统实行参与人制度，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、中国上市公司协会会员以及中国证券业协会认可的其他机构均可以注册成为报价系统参与人，并通过报价系统开展业务。参与人制度的设计符合互联网思维特点，体现了报价系统业务主体的多元化与业务需求的多样性。报价系统为不同市场、不同行业的专业机构提供信息平台、业务平台，打破了金融行业的自我封闭，可以有效推进跨界业务的发展，有利于不同行业的资源、优势的集聚与共享，构建互联互通的场外市场格局。报价系统参与人不是孤立的个体，其身后大多有大量的合格投资者和产业客户，参与人本身就是市场组织者。因此，报价系统是一个市场中的市场，以之为中心推动形成一个通过报价系统联通的、跨行业、跨领域、强互动的机构间市场体系。

2014 年 8 月 18 日以来，报价系统作为机构间市场有效运转，截至 2014 年底，报价系统共有参与人 229 名，并以证券公司为主，占比近 41%。经过一季度的努力，截至 2015 年 3 月 31 日，报价系统参与人发展至 388 名，除证券公司外，已覆盖了银行、私募基金、信托公司、期货公司、独立基金销售机构以及证券公司直投子公司等所有从事私募业务的市场参与主体，证券公司在绝对数量增长的同时，相对占比已下降至 26%，多元化参与人结构基本形成。报价系统

已建立了链接机构投资者及其合格投资者的巨大交易网络。

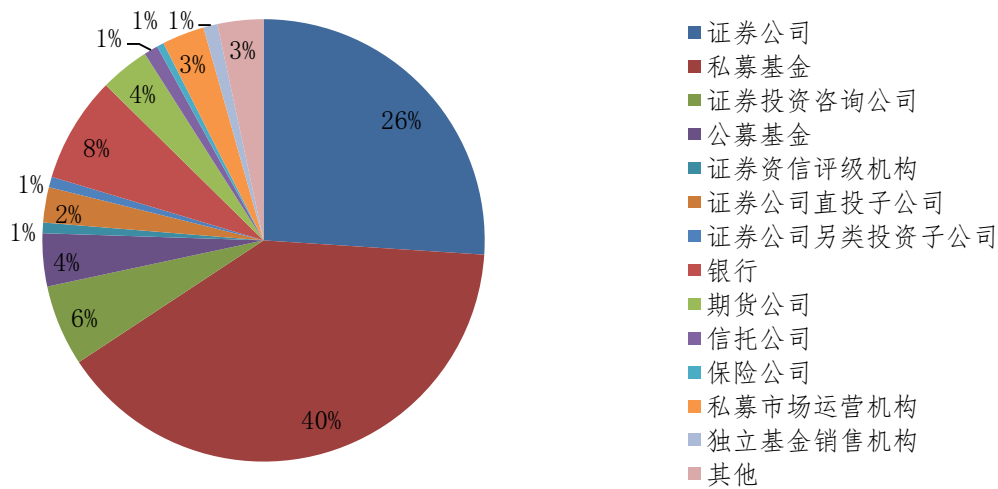


图 1. 报价系统参与者结构图

（二）定位于互联互通市场

报价系统是各类私募市场的联通市场，通过打破各私募市场之间的信息隔离与交易壁垒，实现私募市场之间信息互联、交易互通，促进其共赢发展。与此同时，报价系统不取代任何一个私募市场，而是通过搭建一个全面、高效的信息互联和报价、发行、转让平台，打通私募市场发行与转让业务的各环节，助力各类私募市场拓展业务空间，扩大产品推送范围、提升单个市场投资者量级，提高市场效率。报价系统作为证券行业基础设施还承担证券行业公共柜台职能，为未建柜台系统的中小证券公司、证券投资咨询公司和私募基金公司等提供中后台服务，有助于节约了社会成本与资源。

依托报价系统与各类私募市场互联互通，报价系统建立了规则统一的“一户通”账户体系，投资者能够使用一个私

募账户完成所有联通市场的交易，同时支持投资者对其所有私募业务信息进行查询、管理，大大提升了场外私募业务的便捷性和高效性，实现了“一户在手、场外畅游”。通过互联互通，报价系统能够汇集全部联通市场的报价、成交等市场信息，有利于监管部门和自律组织通过报价系统持续了解私募市场运行情况，并为私募市场监测监控提供支持。截至2015年3月31日，报价系统共与82家机构进行了互联互通测试，其中78家证券公司已实现柜台直联。此外，报价系统还为没有自建柜台系统的参与人提供“云柜台”，截至2015年3月31日，共有8家机构使用“云柜台”。通过柜台直联和“云柜台”，共有49.89万名投资者开立了私募“一户通”，市场互联互通作用逐渐显现。

根据证监会“稳步推进各区域性股权市场互联互通”的工作安排，报价系统与区域市场在尊重彼此市场规则和管理制度的基础上，尝试推进互联互通和业务协作，实现私募业务数据信息的共享以及区域市场风险分层管理与风险缓释，扩展中小微企业的融资渠道，丰富证券经营机构参与区域市场的途径，提升区域市场专业化、规范化服务水平。截至2015年3月31日，共有辽宁股权交易中心、青海股权交易中心、广东金融高新区股权交易中心、海峡股权交易中心、重庆股份转让中心、甘肃股权交易中心等6家区域市场成为报价系统参与人。

（三）定位于移动互联市场

自建设之初，报价系统就充分利用互联网技术、借鉴互联网思维，力图打造场外市场的互联网金融平台，为合格投资者提供信息全面化、渠道多样化、投资便捷化的互联网金融服务，实现“互联网+”效应。报价系统是互联网的市场组织：一是纯网络运营，报价系统以证联网、深圳通、互联网等为链路支持，利用互联网技术，支持网上信息发布、网上发行、网上签约、网上报价、网上转让等业务，并实现全程电子化操作。二是提供开放式运用平台服务，报价系统为各类私募业务提供平台支持，同时各业务模块可拆分，由参与人根据业务需要自主设定，报价系统提供平台与规则支持、参与人自主开发运用。三是7×24小时不间断交易，报价系统支持每周7天、每天24小时交易，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，并实现数据网络留痕，统一保存，为风控和监管提供数据支持。目前，报价系统已构建了可支持产品发行、转让、信息展示、登记结算等功能的私募市场网（www.interotc.com），并开发了满足手机移动端投资需要、支持IOS系统和安卓系统的APP，报价系统已成为互联网金融的实践基地。

（四）定位于私募市场

报价系统作为我国多层次资本市场的有机组成部分，定位于私募市场，按照严格区分公募和私募的指导思想，在产品发行、转让中均坚守私募底线，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，形成了对公募市场的有效补充，完善了多层次资本市场架构。报价系统通过为各类私募产品构建一个可平行扩展、全网运行的交易平台，将现有各类私募市场通过市场化、电子化的方式予以整合，有助于防范非法证券业务，推动私募市场健康、持续发展。

自 2014 年 8 月 18 日至 2014 年底，报价系统累计发行产品 361 只，募集资金 185.89 亿元；截至 2015 年 3 月 31 日，累计发行产品 1189 只，包括收益凭证、资产管理计划、私募债券、私募基金、股权众筹项目等，累计募集资金 660.46 亿元。

二、 报价系统运营情况

自 2014 年 8 月 18 日首只产品上线以来，报价系统参与人数量和业务均呈现快速增长的态势。截至 2015 年 3 月底，报价系统可支持各类私募产品发行与转让，并提供多样化的交易方式。

（一）参与人数量快速增加、结构持续优化

报价系统参与人包括证券公司、银行、私募基金、信托公司、期货公司、独立基金销售机构以及证券公司直投子公司等各类机构。从参与人结构看，结合报价系统机构间市场定位，报价系统参与人结构从证券公司占据“半壁江山”持续优化至各类型机构参与人“百花齐放”，形成了跨行业、跨领域的合作、共赢格局。报价系统自运行以来，受到市场各方面的广泛关注，吸引了大量资本实力和资产管理能力较强的参与人。截至2015年3月底，388家参与人净资产规模共计3.01万亿元、管理资产22.15万亿元。

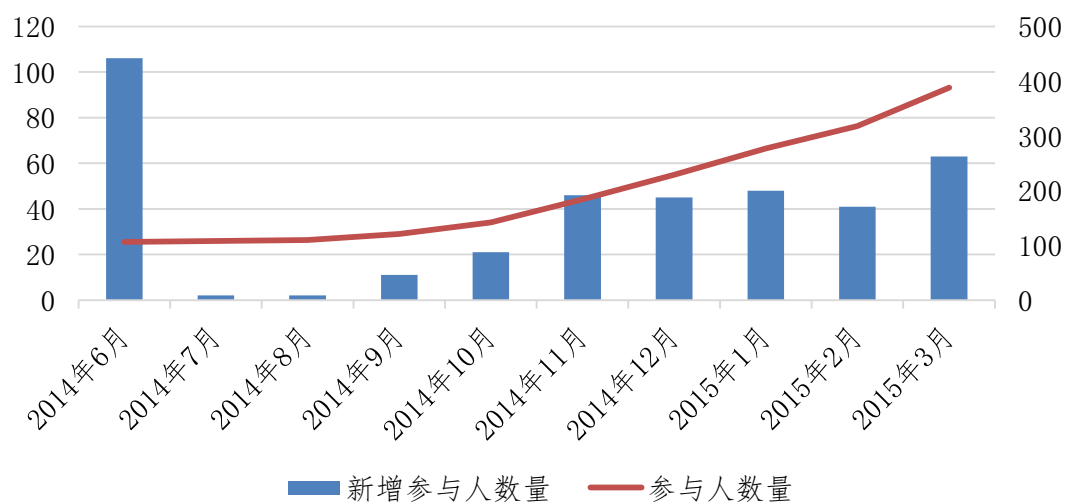


图2. 报价系统参与人数量增长情况

（二）私募产品发行市场规模快速增长

自运营以来，报价系统产品发行数量和规模持续增长，日均发行规模、单日最大成交金额、月度累计交易金额屡创

新高。

1. 发行规模迅速增长

报价系统私募产品发行规模迅速增长，并呈现以下特征：一是百亿规模时间间隔不断压缩，2014 年 12 月 10 日发行量突破第一个 100 亿元，2015 年 3 月 26 日发行量突破 600 亿元，在此期间，突破百亿的记录不断被刷新，每百亿发行量所需时间缩短，平均间隔天数为 13 天。二是日均交易量不断攀升，2014 年 8 至 11 月，日均交易量为 1.24 亿元；2014 年 12 月，日均交易量为 4.46 亿元；2015 年 3 月日均交易量已达到 11.59 亿元。此外，单日最大交易量达到了 31.69 亿元，明显高于同类市场。

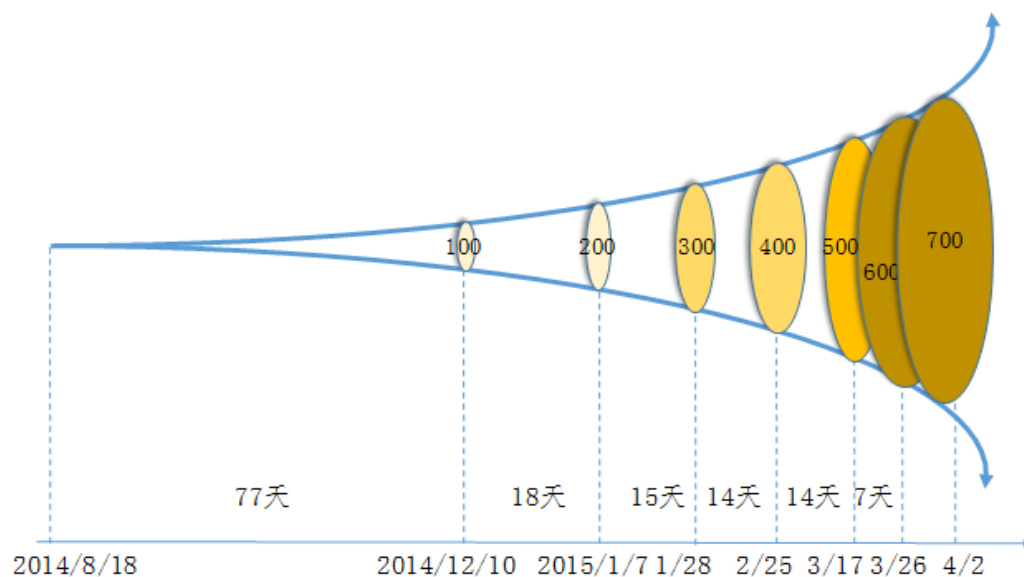


图 3. 报价系统每百亿规模实现时间

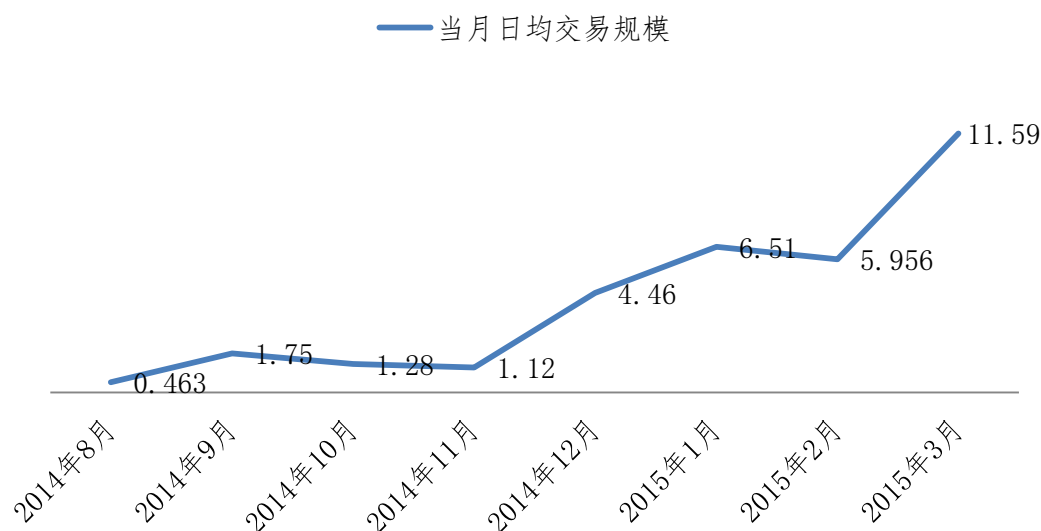


图 4. 报价系统月度日均交易规模

从单月发行规模看，报价系统产品发行量也逐月递增，并从 2014 年 12 月起开始加速，2015 年 3 月发行量已达 254.96 亿元。

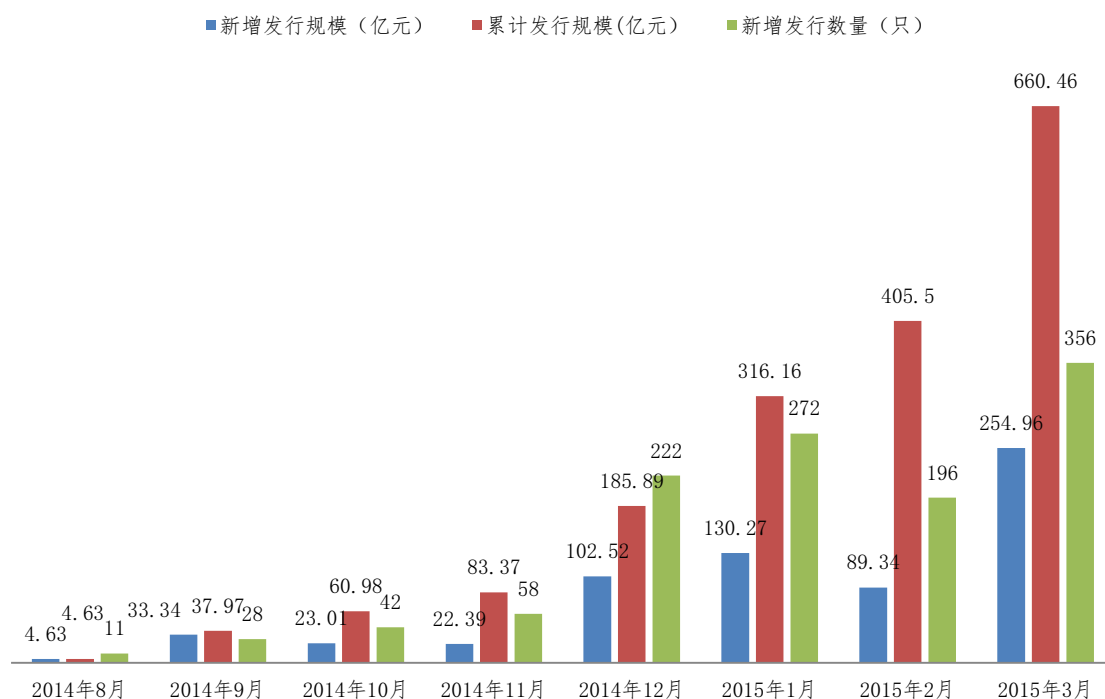


图 5. 报价系统月度发行统计

2. 产品种类逐渐丰富

报价系统发行的产品类型不断丰富，目前已涵盖资产管理计划、收益凭证、证券公司短期债、私募股权投资基金、私募证券投资者基金、可交换债、永续债、次级债等品种。截至 2015 年 3 月 31 日，共 83 家参与人在报价系统发行 1189 只产品，1167 只发行成功，26 只发行失败。26 家证券公司发行 34 只资产管理计划产品，募集规模共 21.12 亿元；66 家证券公司发行 1123 只收益凭证，募集规模共 598.94 亿元；2 家参与人发行 2 只私募基金，募集规模共 1.2 亿元；3 家参与人非公开发行 4 只公司债券，募集规模共 39 亿元；26 项股权众筹项目在报价系统募集发行，6 个项目募集成功，募集规模共 0.2 亿元。

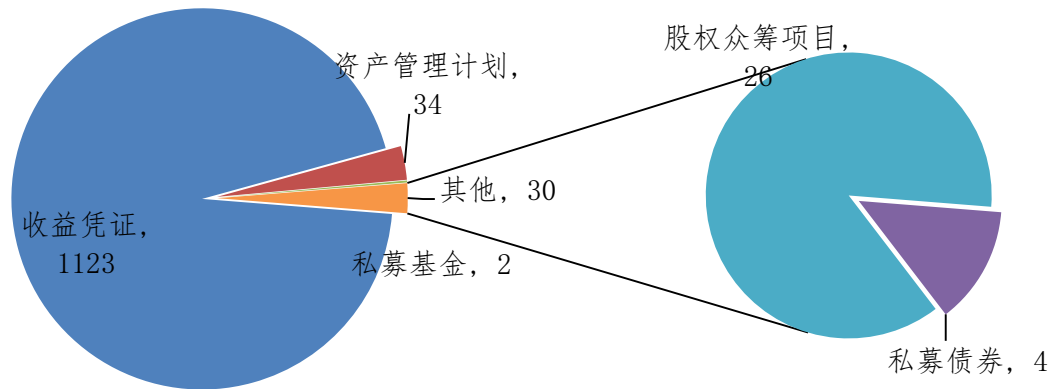


图 6. 报价系统私募产品发行数量

其中，收益凭证作为产品发行“领头军”在报价系统发行市场大放异彩，成为了证券公司融资的新路径，同时也丰富了投资者选择。截至 2015 年 3 月 31 日，报价系统共发行

收益凭证 1123 只，募集资金 598.94 亿元。66 家发行收益凭证的证券公司中，26 家证券公司发行较多，并形成了序列化、常态化的发行模式。总体来看，收益凭证在报价系统发行取得了良好开局，业务运行平稳，风险可控，广受投资者青睐，尤其是吸引了大量银行参与人在报价系统定向投资收益凭证，收益凭证已成为报价系统当前的“明星产品”，报价系统也成为了银行等机构投资收益凭证的“指定场所”。

表 1. 报价系统收益凭证系列化产品

证券公司	系列化产品名称	发行数量（只）
方正证券	金添利 e 系列	86
	金添利 C 系列	23
	金添利 F 系列	17
	金添利 D 系列	20
	金添利 G 系列	5
东莞证券	月月鑫系列	83
招商证券	磐石系列	79
华龙证券	金智汇系列	66
江海证券	稳盈系列	38
中投证券	中投金汇系列	37
申万宏源证券	金樽系列	30
长江证券	长江宝系列	28
国盛证券	国盛收益系列	28
浙商证券	浙商汇银系列	25
华泰证券	华泰聚金系列	12
	华泰融益系列	11
华鑫证券	鑫鑫汇系列	24
华林证券	风信子系列	22
财通证券	财运通系列	12
	财鑫通系列	8
中原证券	金易系列	16
	融易系列	3
安信证券	安益乐享系列	19
兴业证券	兴贵系列	19
安信证券	安益乐享系列	19

日信证券	向日葵系列	18
中信证券	安泰系列	18
中航证券	中航添富系列	16
中航证券	中航添富	16
东方证券	金鳍系列	6
	金鹏系列	9
第一创业	心安利得系列	10
	步步高升系列	5
南京证券	快乐阳光系列	15
万联证券	鑫联鑫系列	13

在收益凭证大放异彩的同时，报价系统始终坚持服务创新，发挥多层次资本市场的基础设施作用，为包括证券期货机构在内的各类参与人提供业务创新支持，实现了首只证券公司短期债券线上发行（即通过交易场所发行），募集资金 13 亿元；私募债券备案管理制度实施后，首只可交换公司债券发行，募集资金 5 亿元。

3. 转让市场平稳运行

报价系统可以支持证券公司资管计划、私募基金、非公开发行公司债券、收益凭证、私募基金项目股权等私募产品转让。目前报价系统产品以收益凭证为主，期限较短，市场转让需求不大。截至 2015 年 3 月 31 日，共 36 只私募产品（包括 18 只收益凭证、7 只资产管理计划、1 只私募债券、10 只私募股权）在报价系统挂牌转让，实际达成 7 笔交易，交易金额共计 1,546.82 万元。

4. 产品申购、赎回与正常终止情况

截至 2015 年 3 月 31 日，共计 11 只产品在报价系统进

行申购与赎回。报价系统共收到申购申请 48 笔，申购金额共计 0.74 亿元；共收到赎回申请 67 笔，赎回份额共计 1.06 亿份，赎回金额共计 1.09 亿元。

从产品到期终止的情况来看，截至 2015 年 3 月 31 日，共有 325 只收益凭证及 7 只资管产品清盘，报价系统根据清盘方案共生成兑付记录 35,803 笔，兑付金额共计 95.41 亿元。

（三）多层次股权市场建设稳步推进

促进“大众创业、万众创新”是资本市场支持实体经济发展，促进“调结构、惠民生”的重要任务。根据证监会 2015 年重点工作安排，继续发展证券公司柜台市场与机构间私募产品报价与服务系统。出台股权众筹管理办法，开展公开、小额股权众筹融资试点，是加快多层次股权市场体系建设的重要举措。作为场外市场的基础设施，报价系统始终以推进多层次股权市场建设为己任，以服务小微、三农、创新创业和民族地区作为重要使命，协助证券期货经营机构提升对实体经济的服务能力和水平，打通金融资本与产业资金的“任督二脉”，促进资金向实体经济回流。

一是重点建设与完善中证股权众筹公共平台（以下简称“中证众筹平台”）。中证众筹平台为报价系统参与人作为中介机构开展股权众筹业务提供交易管理和后台运维等公共

服务，是平台中的平台，也是众筹行业的创新实践基地。通过建设中证众筹平台为中小微企业众筹融资提供多样化的融资服务，实现报价系统与普惠金融业务的有益融合。截至2015年3月31日，共计26个项目在中证众筹平台挂牌融资，6个项目募集成功，实现融资1,986.9万元，企业项目融资成功率为22%，在同类业务中成功率最高。为配合中证众筹平台建设，便利合格投资者安全、高效投资，报价系统开发与完善中证“云柜台”系统以及手机移动终端，打造互联网金融客户投资的专属利器，集约社会成本。

二是响应证监会有关积极发展私募市场的政策，加速与私募基金的对接。报价系统建立私募基金投资项目股权转让平台，为私募基金项目股权转让提供平台支持，拓展私募基金退出渠道，盘活私募基金资产，提高私募基金投资效率，推进私募基金与实体经济对接，促进资本与创业创新对接，支持中小微企业股权融资。截至2015年3月底，共计8只项目股权在报价系统挂牌转让，挂牌金额11亿元。

三是稳步推进报价系统与区域市场互联互通。目前，报价系统已与广州股权交易中心实现了系统对接，共有18家企业实现了“双挂牌”，并完成了首单跨市场交易；萍乡经济开发区也有19家企业在报价系统实现挂牌，为报价系统探索为园区企业服务奠定了基础。

（四）场外衍生品市场稳妥发展

为推动场外衍生品市场电子化、平台化发展，提升场外衍生品交易效率，加强场外衍生品风险管理，报价系统搭建了场外衍生品交易平台与场外衍生品交易报告库，旨在把报价系统建设成为我国重要的场外衍生品交易平台和报告平台。

1. 搭建场外衍生品交易平台

报价系统场外衍生品交易平台是为场外衍生品交易提供在线签约、交易报价、清算估值、担保品管理、资金交收等服务的电子化、全流程服务平台，可以显著提高场外衍生品交易效率，有效降低交易成本，减小衍生品交易参与方违约风险，对于构建多层次资本市场体系具有重要意义。2014年11月13日，报价系统场外衍生品在线签约平台正式上线，并于同日完成首单场外衍生品主协议的在线签约，报价系统可支持场外衍生品交易报价。

目前，报价系统场外衍生品交易平台主要支持收益互换和场外期权等衍生品交易，并在推进开发定制化合约产品，支持衍生品交易商与产业实体开展大宗商品类合约等其他衍生品交易。截至2015年3月31日，共计112家参与人签署《机构间私募产品报价与服务系统电子签名约定书（试行）》；28家参与人通过报价系统签订了场外衍生品交易主协议61份；27家参与人在报价系统签订补充协议50份；17

家参与人在报价系统签订交易确认书，共计 25 笔，涉及名义本金 4.42 亿元。自报价系统场外衍生品在线签约平台上线以来，报价系统衍生品业务取得了良好开端，在线签署的主协议及其补充协议、达成的场外衍生品交易均呈现出稳步增长的态势。

表 2. 截至 2015 年 3 月底在报价系统达成的衍生品交易统计表

衍生品类型	累计数量	初始名义本金（亿元）	了结数量	了结名义本金（亿元）	存续数量	存续名义本金（亿元）
互换	17	1.88	11	1.18	6	0.7
期权	8	2.54	8	2.54	0	0
合计	25	4.42	19	3.72	6	0.7

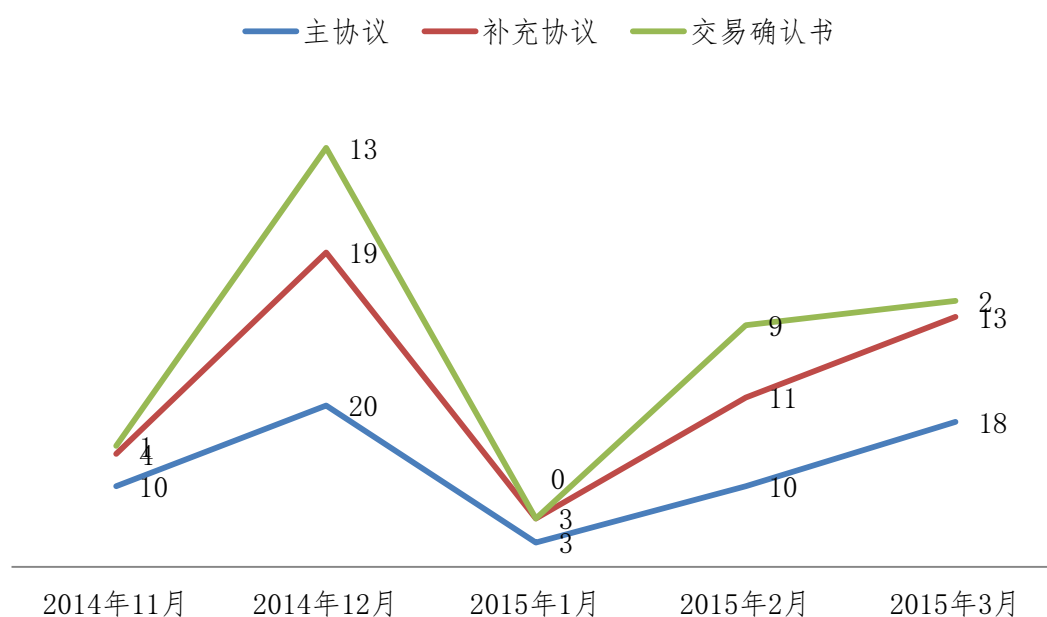


图 7. 每日在报价系统签署的场外衍生品交易相关协议

2. 建设场外衍生品交易报告库

为落实证监会《关于进一步推进证券经营机构创新发展的意见》（以下简称“创新十五条”）中有关“研究衍生品交易的集中结算、交易信息报告等制度”的政策，防范场外衍

衍生品市场风险，报价系统在借鉴境外场外衍生品交易报告管理机制的基础上，建立了场外衍生品交易报告库，为证券公司场外衍生品市场的风险监测与管理提供了有力支撑。截至2015年2月底，场外衍生品交易报告库涵盖了全部证券公司开展权益类衍生品业务的交易报告，并成为多层次资本市场的基础设施之一，可以为监管部门提供准确、全面、及时的场外衍生品数据信息。截至2015年3月底，共29家证券公司通过场外衍生品交易报告库进行场外衍生品交易报告，累计报告场外衍生品交易14,082笔，涉及初始名义本金6,830.64亿元。

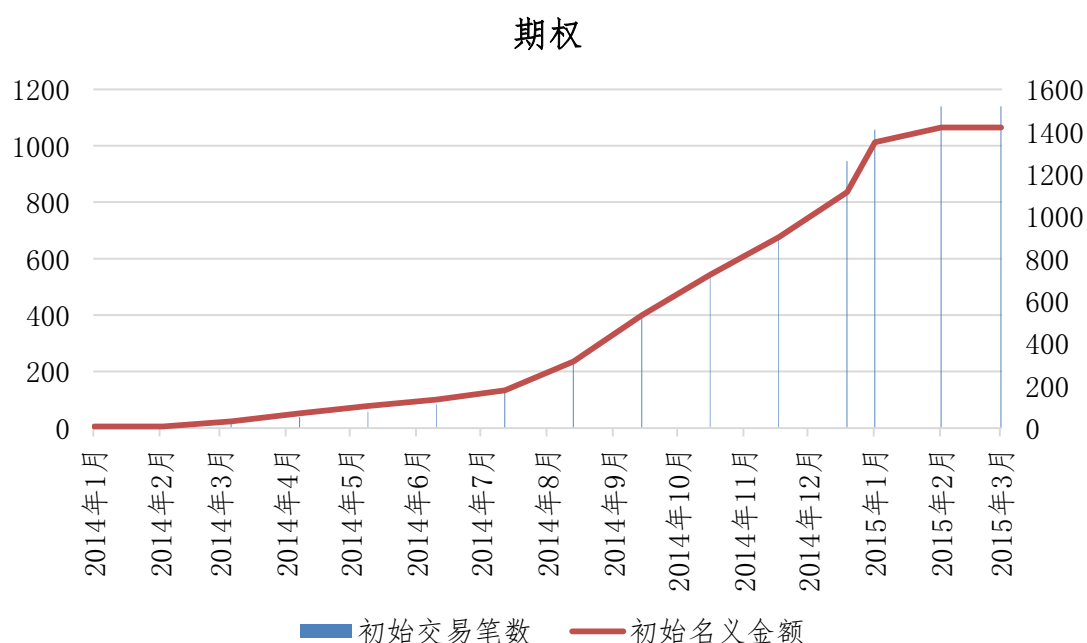


图8. 证券公司开展场外期权业务情况

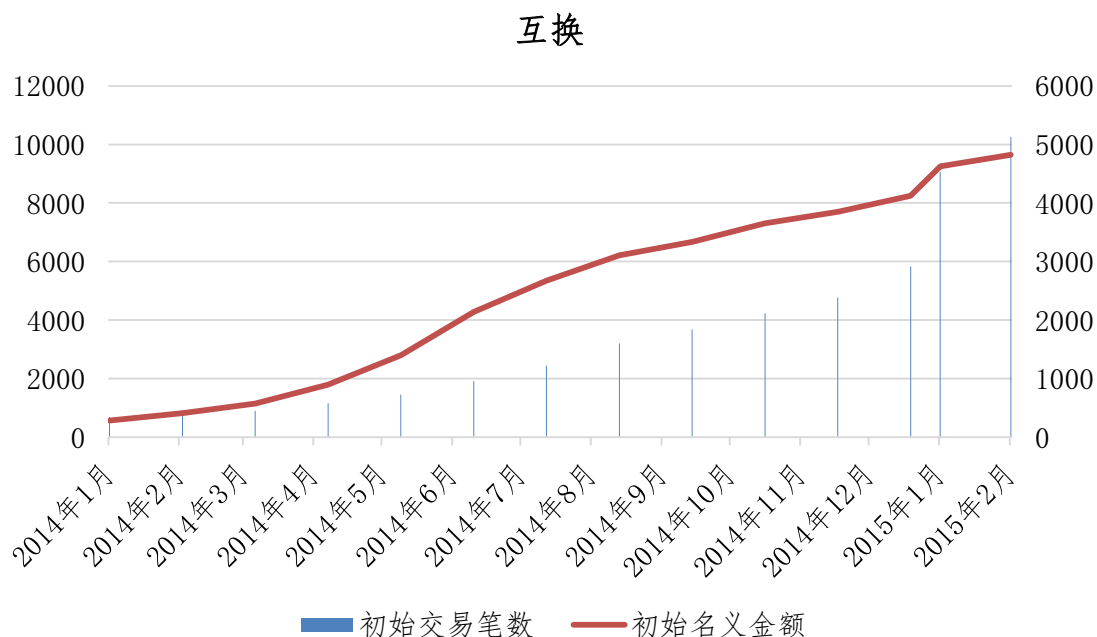


图 9. 证券公司开展场外期互换业务情况

（五）场外市场登记结算体系日益完善

报价系统结合私募产品灵活性、多样性、便捷性等特性，充分借鉴国际市场先进做法，结合我国实际与行业诉求，建立了“多元选择、双轨开户、账户联通、混合持有、滚动结算”的私募市场登记结算体系。一是提供多元选择的登记结算方式与支付渠道。秉承参与人自愿选择、服务主体适度竞争的原则，报价系统支持证券公司等具备条件的参与人自办登记结算或者委托中国结算等登记结算服务机构为其提供服务，同时报价系统自建登记结算系统为参与人提供登记结算服务；在结算资金支付方面，报价系统为参与人提供商业银行支付、第三方支付以及中国结算的备付金支付等多样化支付渠道。二是实现双轨开户的账户开立机制，参与人可以

通过报价系统直接开立账户，也可以通过证券公司柜台系统为投资者开立账户，并实现与报价系统的账户信息对接。截至2015年3月31日，报价系统为投资者开立账户共498,854个，其中包括个人开户数497,669个、机构开户数1,185个。

三是建立统一的报价系统参与人账户体系，实现与其他私募市场的账户互联互通。四是支持混合持有制度，在建立场外市场名义持有账户体系的基础上，结合部分产品不适宜名义持有的特性，支持名义持有与直接持有并存。五是开启滚动结算的交收模式，支持单个交收日多批次交收，目前报价系统已实现每个交收日12:00和18:00两个批次交收，提高了报价系统场外市场清算效率。

截至2015年3月31日，报价系统共为1161只产品提供登记结算服务，交收资金758.10亿元。此外，报价系统与相关登记结算机构共同存储、共享登记结算信息，以提高私募市场的透明度，为私募市场监管提供支持。

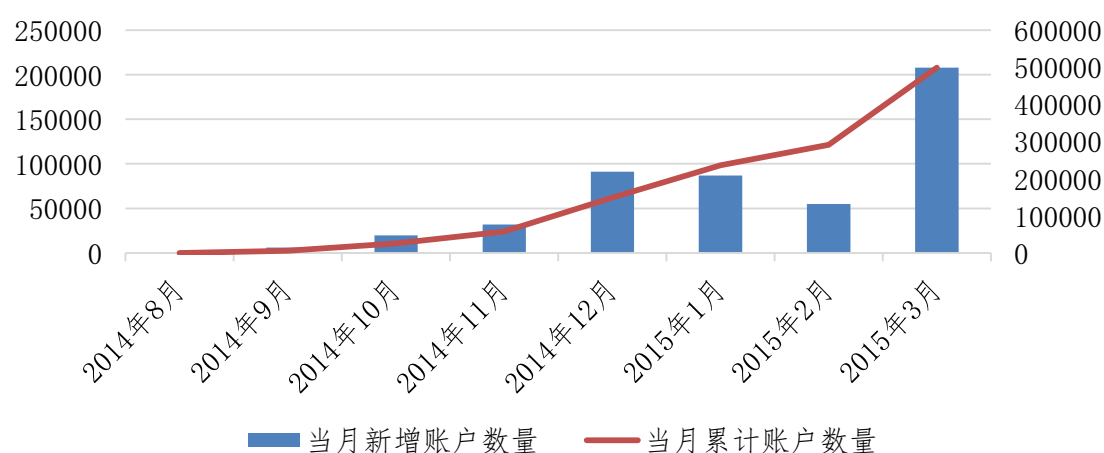


图 10. 参与人为合格投资者开立的账户数量统计

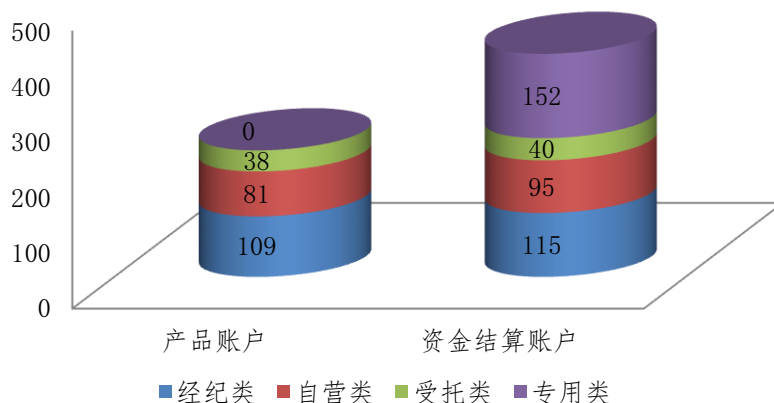


图 11. 参与人在报价系统开立的账户统计

三、 报价系统运行特色与实践意义

经过一年多的建设运营，报价系统功能已日趋完善，基于互联网的金融交易平台框架已经形成。同时，报价系统充分调动各类机构的积极性，有效发挥资源配置功能、投融资功能、财富管理功能和风险管理功能，主动对接实体经济特别是中小微企业，支持创业创新，已成为“最接地气”的市场之一，并呈现以下特色：

（一）移动互联

报价系统基于互联网运营，可 7×24 小时发行与交易，支持日间多批次滚动结算。在交易模式上，报价系统为参与人提供全程网上的服务，各参与人在报价系统开展业务的过程中，对于报价系统全程网上、高效便捷的服务大为赞赏。

与此同时，报价系统不断利用互联网技术推陈出新，优化系统功能，随着报价系统手机终端 APP 等各类应用的推出，报价系统可以为广大个人投资者提供更为高速、便捷的服务，报价系统为投资者提供场外交易“极速达”服务的形象逐渐丰满。报价系统利用先发优势，融合传统金融与互联网精神，将互联网技术与证券期货行业创新紧密结合，为参与人提供包容、开放的平台，已成为了互联网金融的典型代表之一。

（二）参与人制度

与以证券公司为主的公开市场不同，报价系统出生于证券行业，但又不拘泥于证券行业，积极推行参与人制，并致力于实现参与人多样性。同时，报价系统以参与人需求为出发点，不事先设定业务种类，充分调动参与人的业务积极性，形成了参与机构投融互补、风险对冲、业务类型自然交织的业务生态：发行人可以及时、高效地完成产品创设与创新，投资者可以随时随地获得产品的全面信息，实现了需求信息的快速传递并促成业务便利对接。通过发挥参与人机制的特性，参与人需求得到有效挖掘与释放，激发了市场活力，加速了报价系统从互联网证券市场向互联网金融市场的升华。如收益凭证的投资者已从证券公司客户拓展到商业银行，反过来进一步激发了参与人的发行热情，促进了交易量螺旋上升。

（三）前中后台一体化

在多元可选的基础上报价系统建设了信息发布平台、发行转让交易平台、登记结算系统，应参与人需要，可以提供全流程、一体化服务。自报价系统运行以来，各参与人充分利用报价系统前后台一体化的优势积极创设发行产品，在报价系统发行产品的同时使用报价系统登记结算服务，显著提高了参与人业务效率，将产品的注册发行周期最快压缩到一天，资金则实现了 T+0 交收。同时，通过私募业务一户通，投资者可以通过一个账户完成各联通市场的交易。参与人和投资者的业务效率都得到了有效提升。

（四）行业公共平台

报价系统作为重要的市场基础设施，为各类证券期货机构场外业务提供可分可合的外包服务。报价系统的交易、登记结算以及支付功能等均作为可独立使用的服务功能，参与人根据自身需求可以在报价系统获得定制化的外包服务，不仅可以提高业务效率，还避免了市场重复建设，节约社会成本。自报价系统运行以来，部分参与人根据自身系统建设与业务需求情况，选择报价系统相应功能开展业务，如通过报价系统开展开放式基金同柜转让业务，甚至部分柜台市场试点公司都将其交易、登记结算等后台支持委托给报价系统，报价系统已经成为证券行业的公共平台。

（五）市场中的市场

报价系统通过与证券公司柜台市场、区域性市场等各类场外市场互联互通，并依托私募账户一户通，构建了市场中的市场。通过报价系统，每个参与人成为了报价系统市场的一个“金融商店”，除自身原有客户外，还能覆盖与报价系统互联互通的主体所代表的海量客户，实现产品信息的全市场覆盖；对于投资者而言，则通过报价系统这个“金融产品超市”及时、全面获得各类产品的信息，并通过报价系统私募账户一户通高效、畅通地进行产品交易。从市场反映来看，报价系统互联互通的功能得到了参与人和投资者的肯定和欢迎，通过报价系统发行产品或投资正在成为潮流。

（六）分层分类风险管理

风险管理是报价系统建设、发展的重中之重。一直以来，报价系统高度重视风险管理机制的建设和能力的提升，并已形成了多层次、全方位的风险管理体系。在机制建设方面，一是建立了双层风险防控机制，参与人负责业务风险管理，中证报价负责平台风险管理；二是全方位风险管理，中证报价前台、中台、后台业务相互隔离，并分层履行风险管理职能。在管理手段方面，报价系统以合规为前提、投资者适当性管理为基础、信息披露为手段，落实买者自负、卖者有责，做好具体业务风险管理；同时，按照分步走原则，在积累经

验的基础上，对交易规模超过 50 亿元的每项业务均制定专项风险监控指标，以动态监测、管理业务整体性风险。在实现方式上，报价系统充分利用互联网、大数据技术，以报价系统账户体系为基础，实现数据与信息留痕与记录，依托信息关联，将散点信息整理为具有逻辑关系的网状信息，以数据分析支持风险管理。

经过一年多的努力，报价系统作为重要的市场基础设施的作用已经显现，并已成为了业务创新的“试验田”，在推动证券行业创新方面作出了贡献。一是推动统一私募市场相关标准，为证券期货行业创新发展提供有力支持，包括制定了柜台交易系统接口规范行业标准，提高了柜台市场信息互联互通的时效性和便捷度；建立了统一的私募市场账户体系，并形成了“3+9”的行业统一私募账户编码规则，为场外业务一户通奠定了基础；规范了私募产品编码，提高了私募市场的管理效率，促进了私募市场信息统一管理。二是在境内首创了场外市场名义持有账户体系，促进了证券公司基础功能恢复，并提高了市场效率。三是支持定制化产品与类标准化产品在报价系统发行，丰富了场外市场产品结构，激发了市场主体活力，有力推动了行业创新发展。

回望报价系统的发展历程，报价系统顺应了行业创新发展的大势，并站在了“互联网+”风口之上。报价系统已成为多层次资本市场的重要组成部分，联通了私募产品发行与

转让各环节，在优化金融生态、推进实体经济发展方面的作用已逐步显现。2015 年，根据国务院关于“大力发展普惠金融，让所有市场主体都能分享金融服务的雨露甘霖”、“发展金融衍生品市场”的部署，报价系统将进一步提升系统功能和对实体经济的服务能力，积极完善股权众筹平台建设、为实体经济量身定做“最优融资计划”、加快推进私募股权发行与转让体系建设、大力发展私募债券市场、开展私募产品质押融资、继续推进场外衍生品市场建设，为参与人和投资者提供优质服务，支持参与人创新发展，服务实体经济，助力实现资本市场“中国梦”。

报价系统网址: www.interotc.com.cn

中证众筹网址: <http://cf.cmdm.org.cn>

APP:



中证互联 iOS 客户端



中证互联 Android 客户端