专题报告之三：
2016 年机构间私募产品报价与服务系统发展综述

在中国证监会的统一指导下，中国证券业协会借鉴国际经验，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”），由中证机构间报价系统股份有限公司（以下简称“中证报价”）负责建设与管理。中证报价坚决贯彻中国证监会依法从严全面监管的要求，在严控业务风险的前提下稳步推进各项业务发展，坚守风险防控底线，努力更好地支持和服务实体经济发展。报价系统经历了 2014 年的市场初步建设与 2015 年的业务快速成长之后，在 2016 年，报价系统功能日臻完善，市场平稳运行，市场融资规模稳步增长，未出现产品违约等风险事件，在多层次资本市场中的地位得到提升。

第一章
报价系统的定位

报价系统以“多元、竞争、开放、包容”为发展理念，旨在发展私募证券市场，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，为企业融资、财富管理提供新的合法渠道，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。

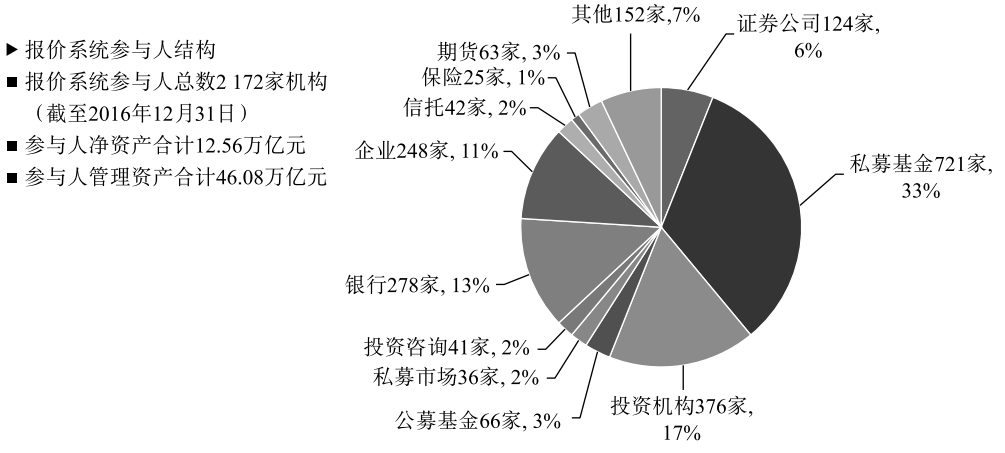
一、定位于私募市场

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。

二、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，报价系统是市场中的市场，通过报价系统互联互通可以形成一个联通的、跨行业、跨领域、强互动的机构间市场体系。

2014 年 8 月 18 日报价系统正式上线运行以来，报价系统作为机构间市场有效运转。截至 2016 年 12 月 31 日，报价系统参与人共有 2 172 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、投资咨询以及保险等各类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 6%，银行占比上升至 13%，多元化参与人结构基本形成（见图专 3－1）。报价系统已建立了联接机构投资者及其合格投资者的巨大交易网络。



图专 3－1　报价系统参与人结构

三、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、清算支付互联，促进共赢发展。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，节约社会成本与市场资源。

2016 年报价系统发布了《机构间私募产品报价与服务系统互联互通业务管理规则（试行）》，通过互联互通，机构能够代理其客户认购报价系统的产品乃至互联互通整个市场的产品，同时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 2016 年 12 月 31 日，报价系统共与 668 家机构进行了互联互通测试，已上线 193 家，包括中证柜台、95 家自建柜台和 97 家云柜台，同比增加 47 家，其中 177 家已发行产品。其中，自建柜台包括 86 家证券公司、4 家区域股权交易中心、4 家基金公司、1 家投资机构。通过互

联互通方式接入的二级投资者账户有719.18万户。

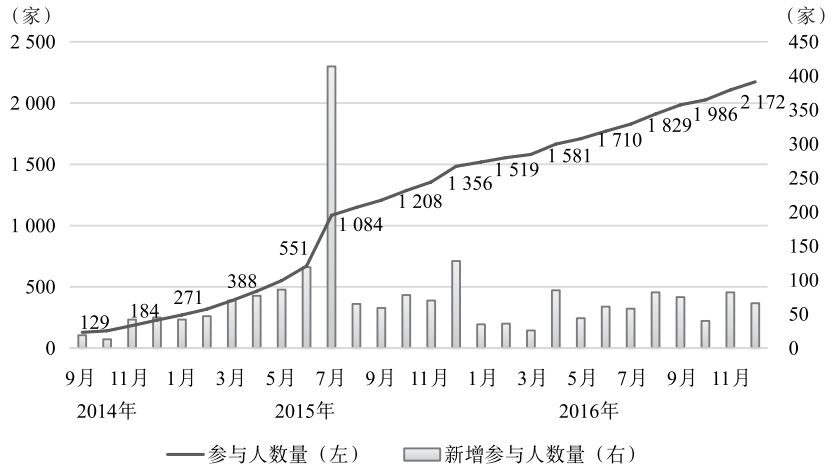
四、定位于互联网市场

报价系统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、渠道多样、投资便捷的互联网金融服务，实现“互联网+”效应。报价系统是互联网的市场组织：一是全网运营。报价系统以证联网、深证通、互联网等为链路，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，为风险控制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、登记结算等功能的机构间市场，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，报价系统（3.0）建设也已列入国家发改委“互联网+”重大保障工程项目。

第二章
报价系统总体运营情况

一、参与人数量快速增长，结构持续优化

2016 年，报价系统参与人延续了 2015 年的快速增长趋势，全年新增参与人 688 家，增长幅度达 46.4%。同时，各个类型的机构在报价系统参与人中所占比重更加趋于合理，除证券公司以外，银行、信托、保险、公募基金、私募基金等各类参与人数量不断增加，进一步促进了跨行业、跨领域合作，增强了报价系统对各类资本的吸引力，为报价系统机构间合作生态体系的构建夯实了基础。截至 2016 年 12 月 31 日，报价系统参与人达到 2 172 家（见图专 3－2）。



图专 3－2　报价系统参与人数量增长情况

二、私募产品发行市场稳步增长，转让交易发展迅速

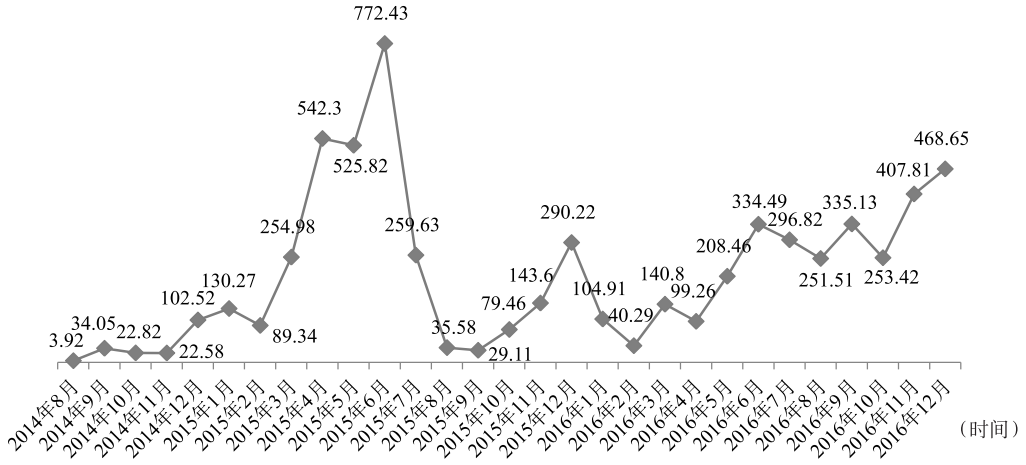
（一）产品发行规模

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

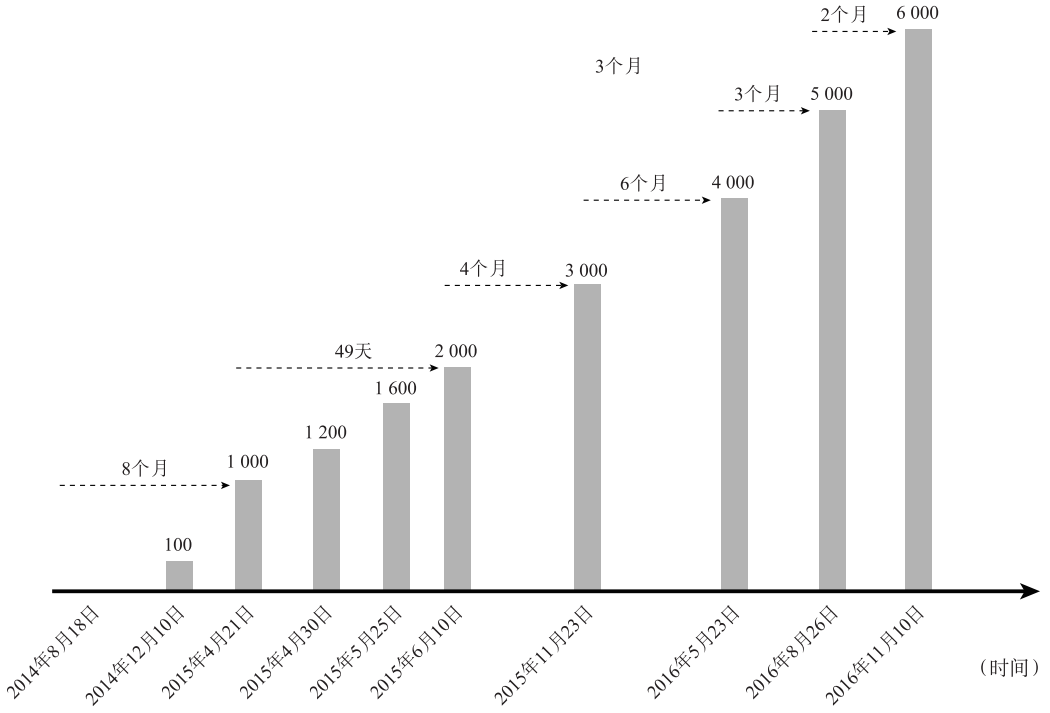
额、月度累计发行金额屡创新高。截至 2016 年 12 月 31 日，报价系统累计发行产品 6 817 只，累计募集资金 6 304.54 亿元。从参与人认购方式看，参与人直接通过报价系统认购金额占比达 77.20%，报价系统销售能力已初步形成。

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，百亿元规模发行量时间间隔不断缩短，2014 年 12 月 10 日发行量突破第一个 100 亿元，2015 年 4 月 21 日发行量突破 1 000 亿元，2016 年 11 月 10 日发行量突破 6 000 亿元，报价系统发行规模稳步增长（见图专 3－3、图专 3－4）。



图专 3－3　报价系统月度发行统计（单位：亿元）

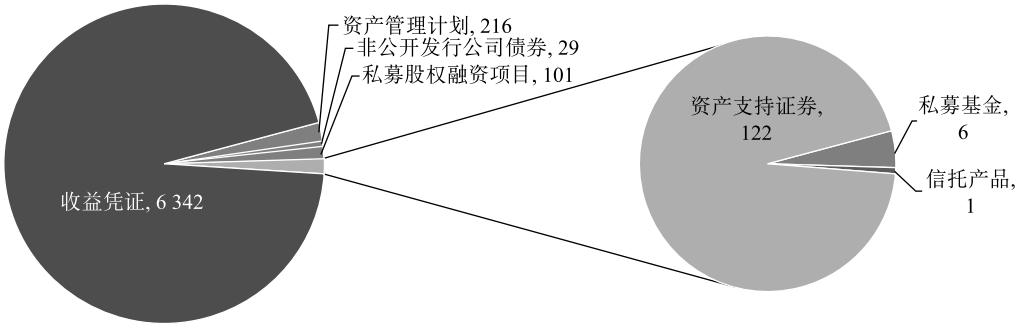


图专 3－4　报价系统发行规模增长图（单位：亿元）

报价系统作为行业基础设施，为中小微企业提供了私募债券、股权等工具直接融资，服务实体经济的能力不断提升。虽然起步较晚，但截至 2016 年 12 月 31 日，已有 29 只债券通过报价系统非公开线上发行，总计融资 137.02 亿元；101 家企业通过报价系统进行私募股权融资，募集金额总计 1.91 亿元。

2. 产品种类逐渐丰富

报价系统正式上线初期发行的产品主要包括资产管理计划、收益凭证、次级债以及私募股权投资基金。经过两年多的建设，报价系统发行的产品类型不断丰富，已涵盖资产管理计划，收益凭证，非公开发行私募债券（含证券公司短期债、可交换债、永续债、次级债），资产支持证券，私募股权投资基金，私募证券投资基金，信托产品等多元化品种。截至 2016 年 12 月 31 日，共 178 家参与人在报价系统发行 6 817 只产品，其中 6 493 只发行成功，301 只发行失败，23 只处于募集期（见图专 3－5）。



图专 3－5　报价系统私募产品累计发行数量（单位：只）

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。总体来看，收益凭证在报价系统发行业务运行平稳，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，报价系统已成为银行等机构投资收益凭证的“指定场所”。

随着报价系统收益凭证发行规模的不断增长，为满足参与人在报价系统面向自身所代理的投资者发行产品的需求，同时兼顾报价系统跨柜交易和互联互通的功能，报价系统于 2016 年 7 月推出了收益凭证的配额发行方式，允许参与人向自身代理的投资者预留一定认购额度，剩余产品认购额度面向报价系统全部参与人发行。通过配额发行这种新发行方式，一方面能够满足参与人自身的产品发行需求，另一方面也大大促进了报价系统交易的活跃性，私募市场发展的整体利益得到支持和平衡，且进一步推动了私募市场的互联互通，实现了多方共赢。

（二）产品交易规模

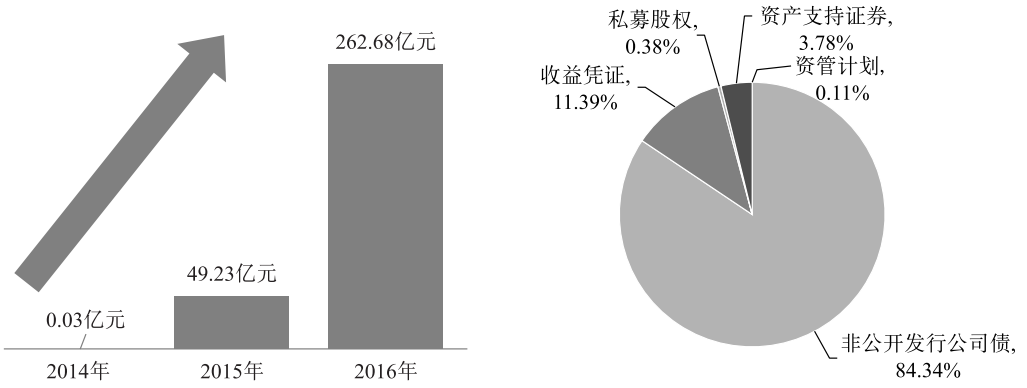
为满足私募产品转让需求，提高私募产品流动性，促进私募发行，报价系统积极构建一个基于互联网的开放式、全网运行的报价转让平台，为私募产品提供了丰富的转让方式以及

质押融资交易机制。

1. 转让市场交易增速明显

报价系统支持证券公司资产管理计划、私募基金、非公开发行公司债券、收益凭证、私募股权等私募产品转让，提供协议转让、做市转让、拍卖竞价和标购竞价等多元化转让方式。2014 年转让规模较小，交易金额仅为 310.01 万元；2015 年报价系统转让交易规模快速增长，交易金额共计 49.23 亿元；2016 年转让交易额再创新高，全年转让交易金额达到 262.68 亿元。

从产品类型上来看，截至 2016 年 12 月底，共 1 265 只私募产品（包括 1 050 只收益凭证、14 只资产管理计划、5 只私募股权、93 只非公开发行公司债、103 只资产支持证券）在报价系统挂牌转让，其中非公开发行公司债产品转让成交金额达到 84.34%，成为报价系统转让交易最为活跃的产品（见图专 3－6）。



图专 3－6　报价系统年度转让交易金额与各类产品转让成交金额占比

2. 完善做市商机制，提供流动性支持

为进一步提高报价系统私募产品流动性，满足投资者交易需求，中证报价积极推进报价系统做市商机制建设，着力培育私募产品做市商队伍。报价系统支持做市商采用双边报价做市、回应询价做市等做市方式。截至 2016 年 12 月底，共有 13 家证券公司获得报价系统做市商资格，其中已有 7 家做市商在报价系统对收益凭证、资产管理计划等产品提供双边报价，做市交易累计成交 167 笔，交易金额 3 402.48 万元。

3. 申购与赎回

截至 2016 年 12 月 31 日，共计 120 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 255 笔，申购金额共计 28.20 亿元；共收到赎回申请 3 302 笔，赎回金额共计 18.76 亿元。

（三）创新交易机制

1. 建设私募产品质押融资交易机制，满足参与人资金需求

为活跃报价系统产品交易，满足报价系统参与人融资需求，报价系统为参与人提供了私

募产品质押融资交易机制，参与人及投资者可以将收益凭证、资产管理类产品、非公开发行公司债券、资产支持证券以及私募股权等产品为质押标的在报价系统进行质押融资。此外，参与人可以采用协议成交与回购竞价等方式达成交易，并通过报价系统实现资金管理等全流程服务。通过在报价系统开展质押融资业务，有利于联通报价系统各类参与人，满足不同投资者需求，盘活私募产品，提高资金利用率。截至 2016 年 12 月底，报价系统质押式回购交易累计成交 2 笔，该笔交易的质押品分别为收益凭证、非公开发行公司债，回购期限分别为 7 天与 14 天，质押品折算比例分别为 97% 与 99%，融资金额分别为 970 万元与 3 077 万元。

2. 单次资产转让平台上线运行，有效促进资产流通

为进一步促进各类资产尤其是金融资产的高效和有序流转，2016 年 4 月报价系统发布《机构间私募产品报价与服务系统单次资产转让业务指引（试行）》，单次资产转让平台于同年 6 月上线运行。单次资产转让平台是与报价系统相对独立的资产转让平台，支持非报价系统登记、托管的资产进行转让交易，为多种类型的资产提供报价发布、交易支持、资金冻结与交收等服务，涉及的资产移交和过户则由转让双方自行办理。截至 2016 年 12 月 31 日，单次资产转让平台已经实现了 4 笔交易，其中有 3 笔私募基金，1 笔期货资产管理产品份额转让，交易金额共计 839 万元。

三、固定收益业务蓬勃发展，服务实体经济再上台阶

（一）非公开发行公司债券发行规模实现快速增长[①]

2016 年报价系统债券业务规模迅速增长，截至 2016 年 12 月 31 日，报价系统已受理非公开发行公司债券超过 1 200 亿元，累计发行债券 110 只，总规模达 680.03 亿元。2016 年新增发行债券 77 只，新增发行规模较 2015 年增长 266%。

（二）资产证券化业务快速成长[②]

2016 年报价系统资产证券化业务快速成长，具体表现在：一是发行规模快速增长。2016 年发行资产证券化产品 35 单，发行规模 651.47 亿元，此外，已出具无异议函待发行项目规模约 365 亿元。发行规模较 2015 年增长了近 9 倍，市场影响力显著提升。二是服务实体经济发展能力增强。报价系统积极探索利用资产证券化业务服务实体经济发展，并有一批符合国家政策导向的项目在报价系统落地，包括绿色 ABS 以及基础设施证券化项目。

四、股权市场建设稳步推进，应用场景不断丰富

2016 年，报价系统围绕中小企业实际需求，依托展示、报价、融资、转让四大功能，

① 非公开发行公司债券发行规模包含线下发行数据。

② 资产证券化业务发行规模包含线下发行数据。

根据不同应用场景打造了一系列内容丰富而又各具特色的私募股权市场板块。经过近两年的发展，报价系统目前已初步形成“以报价为基础、以估值为核心、以融资为目的”的私募股权市场架构。

（一）完善私募股权市场功能，开展场外股权报价业务

估值问题一直是制约场外股权业务开展的瓶颈问题之一。为提高场外股权流动性，报价系统积极探索了私募股权报价业务。通过组织专业的第三方机构，为企业提供报价、估值等服务，着力解决私募股权估值难、专业估值机构少等问题，奠定了场外股权估值体系的基础，为场外私募股权融资、转让、质押等业务的开展提供价格参考依据，有助于私募股权市场功能的完善。报价系统私募股权报价业务于 2016 年 8 月 18 日正式上线，截至 2016 年 12 月 31 日，已有 39 家机构为 87 家企业提供了报价服务。

（二）助力中小企业发展，丰富企业直接融资渠道

私募股权融资是报价系统私募股权市场的重要功能之一，自 2015 年 1 月 28 日正式开展业务至今，通过两年多的探索，逐步形成了完善的服务体系，为中小企业对接资本市场提供了有效途径，通过股权融资的方式，助力中小微企业发展。报价系统结合企业所处的不同阶段、企业自身需求及特点，针对不同行业组织专场路演及论坛活动，推动平台上线项目与投资机构进行对接。截至 2016 年 12 月 31 日，累计上线项目 103 个，推荐机构 57 家，线上融资金额近 2 亿元。

（三）服务青年创新创业，提供“双创”综合金融服务

为响应党中央、国务院“大众创业、万众创新”的政策号召，中国证券业协会与共青团中央合作，依托报价系统搭建了中国青年创新创业金融综合服务平台，为青年创业企业提供信息展示、项目宣传、创业融资、孵化培育、信用评级等服务。“双创”服务平台于 2016 年 10 月 15 日在“全国双创周”上正式启动，截至 2016 年 12 月 31 日，“双创”服务平台共有展示企业及项目 41 个，融资项目 22 个。

（四）推动证券行业精准扶贫，切实履行社会责任

为落实国家及中国证监会相关扶贫政策，推动证券行业发挥自身优势开展扶贫工作，报价系统搭建了中国金融扶贫综合服务平台，为贫困地区及行业扶贫提供宣传展示、产业扶贫、消费扶贫等服务，该平台于 2016 年 9 月 12 日正式上线运行。金融扶贫平台与中国证监会定点帮扶县、证券公司结对帮扶县、山西临汾等贫困片区建立联系，集中为贫困片区提供资本市场服务。同时在中国证券业协会指导下，报价系统依托金融扶贫平台搭建证券行业扶贫信息报送系统，及时跟踪、汇总各证券公司扶贫工作进展，适时总结典型案例，为证券行业履行社会责任提供数据依据。为了进一步推动贫困地区的特色农产品销售，中证报价子公

司中证互联股份有限公司搭建了消费扶贫平台，通过中证普惠 App 实现移动互联网运行。

五、场外衍生品市场基础功能持续优化，交易规模持续稳步提升

（一）场外衍生品市场基础功能持续优化

2016 年报价系统场外衍生品市场已建立覆盖交易前、中、后全流程的服务体系，系统整体功能框架完整，符合国际成熟市场发展电子化交易的发展趋势。报价系统场外衍生品市场的服务覆盖交易的前、中、后全流程，主要包括询价报价、在线签约、双边清算、交易报告四大基本功能。

（二）场外衍生品交易快速增长

截至 2016 年底，报价系统衍生品在线签约平台共签署主协议 411 笔，参与主协议在线签约的参与人共 191 家，签署交易确认书共 1 038 笔，参与交易确认书签约的参与人共 123 家；累计初始名义本金为 231. 35 亿元。其中，权益类收益互换 632 笔，累计初始名义本金 154. 75 亿元，未了结交易 372 笔，未了结名义本金 93. 12 亿元；场外期权 406 笔，累计初始名义本金 76. 6 亿元，未了结交易 69 笔，未了结名义本金 16. 50 亿元。

（三）场外衍生品服务实体经济能力增强

场外衍生品交易标的逐步丰富，由沪深 300 指数、上证 50 指数、中证 500 指数、个股等，逐步拓展至螺纹钢期货、玉米期货、焦炭期货等相关商品指数，场外衍生品交易密切贴近实体经济领域。在报价系统平台上涌现“农业保险 + 期权”等新兴业务模式，进一步提升了场外衍生品交易服务实体经济能力。

六、场外市场登记结算体系日益完善，运行平稳

2016 年报价系统登记结算运营管理能力不断提升，为各类业务的开展提供了坚实的基础与保障。一是逐步完善以登记结算业务规则为核心的报价系统登记结算制度体系，为登记结算业务的开展奠定了制度基础。二是稳步推进账户管理、参数管理及清算交收等工作。截至 2016 年 12 月 31 日，报价系统累计为参与人开立产品账户 1 746 个、资金结算账户 2 322 个；累计收到参与人报送的合格投资者账户信息 7 191 828 个；累计为 6 551 只产品提供登记结算服务，募集资金合计 6 304. 54 亿元。三是持续推进中证 TA 系统、资金结算系统等各类技术系统相关功能的不断优化。四是持续拓展资金结算渠道，报价系统于 2016 年先后开通了中国工商银行、中信银行、交通银行、上海银行、浙商银行、平安银行、中原银行等结算渠道。截至 2016 年 12 月 31 日，报价系统结算渠道共计 14 家，包括 12 家结算银行、1 家三方支付机构以及中国证券登记结算有限公司深圳分公司。

第三章
报价系统风险控制情况

风险管理是报价系统建设和发展的重中之重，报价系统全面推进并完善“上下一致、全员参与”的全方位、立体式风险控制体系，从完善全面风险管理机制、强化参与人准入与管理、严控重点业务风险等方面强化业务管理与风险管理工作。目前报价系统整体运行平稳，未发生违约风险。

一、实行全面风险管理

中证报价实行分级分层的全面风险管理，搭建了贯穿董事会、执委会及下属风险管理委员会、风险管理部门、其他各部门及控股公司的全面、独立、垂直的风险管理组织架构，建立了较为完善的风险防控机制：由业务部门负责具体业务的一线风险管理；注册管理部门负责产品与业务复核；风险管理部门对前述部门风险管理进行监督并组织实施风险管理工作；风险管理委员会负责组织领导全面风险管理工作，受理风险报告、统筹风险应对与处置；执委会负责公司风险管理战略的执行，搭建和完善全面风险管理体系。

在全面风险管理制度体系方面，中证报价逐步建立了“由上至下、层次清晰、全面覆盖”的风险管控制度体系，按照“总体风险管理办法、应急管理体系、三信体系、常规风险控制流程与业务操作指引”这四个层次对产品或业务准入、事中跟踪、舆情监测、压力测试、风险预判、风险应对与处置等各个环节进行风险管控；同时依托参与人制度，由参与人负责其发行、管理或推荐的产品的风险评级、风险管理、风险对冲，并负责控制、处置由此引起的风险。

在全面风险管理文化建设方面，根据公司全面风险管理的要求，为全面落实全员参与的风险管理文化和配套机制，各部门和控股公司设立风险管理岗，并初步建立了一套针对风险管理岗的岗位建设及管理机制；为促进风险管理文化的形成，公司开展了一系列针对风险管理文化的学习及培训，加强对监管新规的学习和理解。

二、规范参与人业务准入

中证报价要求在报价系统开展场外证券业务的各类机构遵守中国证监会相关规定、中国

证券业协会自律规则和相关业务所涉监管机构的要求，并取得相应业务资格核准或业务备案。根据《机构间私募产品报价与服务系统管理办法（试行）》（以下简称《管理办法》），中证报价对报价系统参与人开展场外证券业务实行权限管理，包括展示类权限、投资类权限、创设类权限、推荐类权限与代理交易类权限。《管理办法》针对每类权限均设置了相应的准入标准。在业务权限管理的基础上，中证报价还对每类产品的权限应用进行了规定，如开展债券发行业务需要有债券承销资格，开展资产证券化产品发行业务需要有资产管理业务资格等。此外，中证报价对参与人业务资格进行持续管理，对不再符合标准的参与人予以终止相应业务权限。

三、加强产品与业务注册管理

中证报价对私募产品发行与转让进行注册管理。为把好“准入关”，切实维护参与各方的合法权益，中证报价对产品进行注册审查时重点关注四个方面：一是发行人是否按照法律法规和自律规则要求建立健全投资者适当性管理制度，是否根据投资者的风险承担能力向其推荐适当的私募产品；发行人制作的营销材料是否客观简明，符合产品的实际情况。二是发行人是否建立完善的内部授权体系和内控制度，申请注册的私募产品是否符合有关法律法规和自律规则对其创设程序的规定，报价转让及登记托管结算安排是否符合报价系统的合规性要求。三是对于部分产品和项目实行预沟通审查机制，在产品注册发行前参与人提前与中证报价进行业务沟通，提供产品材料或者交易结构、基础资产情况等，中证报价及时向参与人反馈意见，确保产品发行符合相关法律法规和自律规则的规定，防范风险。同时，中证报价在全面梳理监管/自律要求和现有实践的基础上不断推动业务一线风险识别的标准化和规范化，编制标准化审核底稿，提高审核效率和审核质量。在业务推进过程中充分重视档案管理工作，不断提升业务档案管理水平。四是发行人是否严格履行信息披露义务，真实、准确地向相关投资者和当事人披露该私募产品的基本信息、产品特征及投资风险。

四、严控重点业务风险

结合各类产品和业务特点，中证报价形成了事前预防、事中控制和事后监督的全流程风险管理机制。事前由两个独立的部门对产品申请材料的完备性及合规性进行审查，业务部门负责具体业务的一线风险管理，注册管理部门负责产品与业务复核，风险管理部门对各类新产品、新业务的首单业务进行风险控制审核，并负责协调各部门在业务预沟通等环节风险控制意见不一致的事项。事中通过构建舆情监测机制，对项目重要参与方的信息进行动态监测，同时为有效控制报价系统产品积累风险，根据产品的不同特性，初步建立了收益凭证、非公开发行公司债券及资产支持证券三类产品的风险控制指标与模型体系。事后建立违约信息诚信档案，明确违约处置程序和报告制度。对于重要业务加强信息共享和协同监管，例如

根据中国证监会下发的《公司债券日常监管工作规定》要求，建立报价系统公司债券监管信息系统，共享高风险及违约债券相关信息。

五、通过“私募账户一户通”账户体系防控风险

账户体系是风险控制的基础。统筹考虑私募产品个性化特点和场外业务开展需要，中证报价建立了具有场外市场特色的报价系统账户体系，通过统一的账户编码规则管理账户，实现场外业务一户通。报价系统采用“3 +9”（3 位机构码 +9 位账户号码）的编码模式，初步实现了投资者通过一个产品账户便可完成在各互联互通市场的交易，这种账户体系即私募账户一户通。在便利交易的同时，私募账户一户通还可以实现看穿投资者在各互联互通市场上全部交易的作用，进而支持全面监控业务风险，并促进投资者适当性管理工作更好落地。

六、建立报价系统信用支撑体系

为提高市场效率，缓释业务风险，中证报价以报价系统产品和业务为基础，搭建了报价系统信用支撑体系，通过征信和增信等工具和手段防范信用风险，并在业务开展过程中不断优化。主要思路如下：一是充分利用征信，对发行人进行资信核实，为参与人提供征信信息对接及报价系统业务征信服务，辅助参与人判断风险；二是鼓励和引导业务增信，引入信用缓释工具在报价系统发行与转让，缓释基础资产风险。结合外部监管与市场现状，目前中证报价正逐步引入增信、担保、保险等机构作为报价系统风险缓释机构在报价系统提供外部风险缓释工具，并结合现有监管与市场环境，做好增信产品业务落地的准备工作，同时建立并每周定期更新市场交易主体违约、监管处罚等损失数据库。

七、建立诚信管理机制

中证报价根据报价系统业务开展情况，及时关注各类参与主体的信用情况以及在报价系统是否存在违约情形，建立报价系统诚信管理机制：一是对业务过程中发现的发行人、产品管理人、推荐机构、融资方等各类业务主体的重大违法违规事项、处理情况等，建立记录与报告机制；二是建立对违约参与人在报价系统范围内采取通报批评、暂停或终止其部分或全部业务权限等管理措施的机制。

八、加强适当性管理

中证报价高度重视投资者适当性管理机制建设工作，按照中国证券业协会《证券公司投资者适当性制度指引》，将投资者适当性管理标准贯穿于各项业务之中，建立了报价系统

投资者适当性管理机制，严守私募底线，从产品分类机制、风险等级评估、合格投资者标准、客户匹配流程控制等多个方面进行投资者适当性管理。一是报价系统作为机构间市场，参与人均是符合私募产品适当性要求的机构投资者。二是对于开展代理交易的参与人，严格要求参与人做好投资者适当性管理，确保代理的客户符合相关产品的投资者适当性标准，履行投资者适当性管理义务，并承担相关责任。三是在管理手段方面，中证报价以合规为前提、投资者适当性管理为基础，支持“买者自担风险、卖者承担责任”，除了要求销售机构做好投资者风险评估、风险测评和风险揭示，中证报价还要求投资者自身进行适当性申明，确立投资者自身的适当性管理责任。四是中证报价严格按照产品有关法律法规和自律规则的规定，执行投资者适当性管理标准。

九、为场外证券业务领域提供监测监控服务

根据《场外证券业务备案管理办法》和《非公开发行公司债券备案管理办法》等自律规则的规定，中证报价接受中国证券业协会授权委托负责管理场外证券业务报告系统。场外证券业务报告系统提供存储和管理相关场外证券业务相关数据的服务，同时为监管部门对市场进行监测监控提供数据的统计分析服务。场外证券业务报告系统业务涵盖场外证券的销售与推荐、场外衍生品、收益凭证、非公开发行公司债券等领域。中证报价与中国证券业协会联合对外发布《场外证券业务开展情况报告》，披露证券公司开展场外证券业务的总体情况，2016 年全年对外发布 12 期。