



第 I 節： 重要通則部分



SECURITIES AND FUTURES COMMISSION
證券及期貨事務監察委員會

重要通則部分



目錄

第 1 章：序	1
第 2 章：行政安排	4
第 3 章：一般原則	5
第 4 章：產品提供者	6
一般職責及責任	6
利益衝突	6
第 5 章：一般規定	7
產品名稱	7
挑選分銷商	7
與對手方訂約及委任服務提供者	7
語言	7
第 6 章：披露規定	8
一般責任	8
銷售文件	8
產品資料概要	8
廣告	9
作出免責聲明	9
第 7 章：持續監察產品及向投資者提供資料	10
持續披露	10
發出廣告	10
投資者教育	10
處理查詢及投訴	10



第 I 節：重要通則部分

第 1 章：序

《手冊》引言

- 1.1 《手冊》是根據《證券及期貨條例》第 399 條所制訂，就所涵蓋的產品、其銷售文件及廣告的認可事宜訂定守則或指引。此等指引並非巨細無遺。
- 1.2 《手冊》第 I 節列明擬應用於所有產品的高層次原則和規定，至於更詳盡、適用於特定產品類別的具體規定則載於適用產品守則。
- 1.3 《手冊》就各適用產品守則所述產品的認可事宜提供一般指引。證監會在考慮產品的認可申請及產品應否繼續獲認可時，會顧及本重要通則部分第 3 章所載的一般原則的精神及具體條文。
- 1.4 所有產品、產品提供者及指定機構均須遵守《手冊》第 I 節列明的所有適用原則及規定，以及適用產品守則就特定類別的產品訂立的適用具體規定。
- 1.5 《手冊》並無法律效力，亦不應被詮釋為可以凌駕任何法律條文。

違反《手冊》的後果

- 1.6 任何人士如沒有遵守《手冊》內任何適用條文：
 - (a) 並不會僅因此而令該人士在任何司法或其他法律程序中被起訴，但如根據《證券及期貨條例》於任何法庭進行法律程序，《手冊》可獲接納為證據；如法庭覺得《手冊》的任何條文與法律程序中產生的任何問題有關，則在裁定該問題時可考慮該條文；
 - (b) 或會導致證監會考慮到，該項沒有遵守條文的行為會否對該人士的適當人選資格構成負面影響（僅限於該人士已根據《證券及期貨條例》獲發牌或註冊，而《手冊》已訂明其責任）；
 - (c) 或會導致證監會考慮到，該項沒有遵守條文的行為會否對該產品、銷售文件及／或廣告應否繼續獲認可，構成負面影響；
 - (d) 或會導致證監會考慮到，就維護投資大眾利益而言，該項沒有遵守條文的行為會否對應否認可該人士發行、管理及／或源自該人士的其他產品，及／或就此等產品發出的銷售文件及廣告，構成負面影響（即如該人士嚴重違反規定，證監會或會在指定期間內拒絕認可由該人士發行、管理及／或源自該人士的新產品，及／或就此等產品發出的銷售文件及廣告）；及
 - (e) 或會導致證監會施加額外的認可條件，可能包括限制向公眾進一步銷售該產品。

釋義

- 1.7 除非另有說明，否則以下詞彙在《手冊》第 I 節具以下涵義：



- (a) “適用產品守則”（**applicable product code**）分別指《單位信託守則》（如屬單位信託／互惠基金）、《投資壽險守則》（如屬與投資有關的人壽保險計劃）或《非上市結構性投資產品守則》（如屬結構性投資產品）；
- (b) “證監會”（**Commission** 或 SFC）指《證券及期貨條例》第 3(1)條提述的證券及期貨事務監察委員會；
- (c) “對手方”（**counterparties**）指（如適用）產品結構涉及的其他人士，包括保證人、其他承保人、掉期對手、主要經紀以及各適用產品守則內定義相近的人士；
- (d) “《手冊》”（**Handbook**）指《證監會有關單位信託及互惠基金、與投資有關的人壽保險計劃及非上市結構性投資產品的手冊》整本手冊，包括本重要通則部分、《單位信託守則》、《投資壽險守則》及《非上市結構性投資產品守則》；
- (e) “與投資有關的人壽保險計劃”（**ILAS**）指受《投資壽險守則》規範的與投資有關的人壽保險計劃；
- (f) “《投資壽險守則》”（**ILAS Code**）指由證監會執行並載於《手冊》第 III 節的《與投資有關的人壽保險計劃守則》；
- (g) “投資者”（**investor(s)**）包括（僅供參考之用）投資者（如有關產品屬單位信託／互惠基金及結構性投資產品）及計劃參與者／有意參與計劃人士（如有關產品屬與投資有關的人壽保險計劃）；
- (h) “銷售文件”（**offering document**）指（視情況而定）相關產品的適用產品守則所界定的銷售文件；
- (i) “產品”（**products**）指向香港公眾發售的任何單位信託／互惠基金、與投資有關的人壽保險計劃或結構性投資產品；
- (j) “產品提供者”（**Product Provider(s)**）在不同情況下分別指結構性投資產品發行人；單位信託／互惠基金的管理公司、單位信託／互惠基金及（如該單位信託／互惠基金屬互惠基金公司性質）其董事會；及發行與投資有關的人壽保險計劃的保險公司；
- (k) “服務提供者”（**service providers**）指就產品提供服務的人士，包括信貸評級機構、受託人／保管人、估值代理人、管理人、指數提供者及計算代理人；
- (l) “《證券及期貨條例》”（**SFO**）指《證券及期貨條例》（香港法例第 571 章）；
- (m) “《非上市結構性投資產品守則》”（**SIP Code**）指由證監會執行並載於《手冊》第 IV 節的《非上市結構性投資產品守則》；
- (n) “指定機構”（**Specified Entity**）指對手方或服務提供者。指定機構就相關產品肩負的角色和責任已於適用產品守則內訂明；
- (o) “結構性投資產品”（**structured investment products**）的涵義與《非上市結構性投資產品守則》所界定者相同；



- (p) “單位信託／互惠基金”（unit trust(s)/mutual fund(s)）指受《單位信託守則》規範、一般被視為單位信託或互惠基金的集體投資計劃；及
- (q) “《單位信託守則》”（UT Code）指由證監會執行並載於《手冊》第 II 節的《單位信託及互惠基金守則》。

證監會認可

1.8 《手冊》的內容不得被詮釋為會改變或限制證監會根據《證券及期貨條例》獲賦權行使的任何權力或酌情權。

1.9 證監會可隨時依據《證券及期貨條例》檢討其授予的認可，並在其認為適當的情況下修改、增加或撤回任何認可條件，或撤回認可。

1.10 如果產品被形容為已獲證監會認可，則必須同時在銷售文件、廣告或其他就該產品而發出的投資邀請中，於當眼處加入採用以下措辭的註釋，藉以聲明即使該產品獲得認可，亦不表示該產品獲得官方推介：

註釋：證監會認可不等如對該產品作出推介或認許，亦不是對該產品的商業利弊或表現作出保證，更不代表該產品適合所有投資者，或認許該產品適合任何個別投資者或任何類別的投資者。

1.11 證監會不會對所認可的銷售文件或廣告的內容承擔任何責任。產品提供者必須注意，證監會乃依據產品提供者及／或其代表或代理人為申請認可而作出的陳述及提供的資料來給予認可。如上述人士作出任何虛假或具誤導成分的陳述，及／或提供虛假或具誤導成分的資料，可構成《證券及期貨條例》所指的罪行。

1.12 產品提供者還須注意，獲證監會認可並不表示有關方面已遵守《證券及期貨條例》或任何其他法律或監管規定。證監會所授予的認可並不可被視為妨礙證監會向任何違反《證券及期貨條例》或其他法律或監管規定的人士採取法律行動。

1.13 證監會的政策意向是除非產品的銷售文件或廣告符合豁免規定，否則所有向香港公眾發售的產品均要先獲證監會認可。由於未經認可的產品無須遵守《手冊》的規定，在一般情況下，證監會認為不適宜根據《證券及期貨條例》第 105 條，對任何就未經認可產品發出的廣告、邀請或文件給予認可。

1.14 證監會根據《證券及期貨條例》認可某產品的同時，通常亦會根據《證券及期貨條例》第 105 條認可其銷售文件。一般情況下，證監會的政策是不會只根據《證券及期貨條例》認可某產品，而在同一時間認可其銷售文件。

註釋：為免生疑問，《手冊》內有關“產品的認可事宜”或意思相同的提述，概適用於可根據《證券及期貨條例》第 IV 部獲證監會認可的產品。證監會在 2009 年 10 月發表的《有關對〈公司條例〉的招股章程制度及〈證券及期貨條例〉的投資要約制度的可行性改革諮詢文件》提出的法例修訂一旦生效，該等產品將包括結構性投資產品。

1.15 若證監會認為在特殊情況下，嚴格應用本重要通則部分的某項規定會在施行上帶來過於沉重的負擔或不必要的限制，則證監會可修訂或放寬該項規定的應用。



第 2 章：行政安排

產品諮詢委員會

- 2.1 證監會根據《證券及期貨條例》第 8 條獲授權為徵詢意見或其他目的設立委員會。證監會將會設立產品諮詢委員會，以便就可能與《手冊》有關的事宜進行諮詢及提供意見。產品諮詢委員會的職權及成員將在其職權範圍內訂明。
- 2.2 為免生疑問，產品諮詢委員會只肩負諮詢職能。該委員會將不會獲賦予證監會根據《證券及期貨條例》的適用條文可行使的任何有關認可產品及其銷售文件和廣告的權力。

資料私隱

- 2.3 申請人可能因《手冊》要求提供的資料而須向證監會提供《個人資料（私隱）條例》所指的個人資料。證監會僅為執行職能而使用申請人所提供的個人資料。證監會在執行職能時，可就申請人提供的個人資料與證監會或香港或海外的任何政府機關、其他監管機構、法團、組織或個人所持有或所取得的資料進行核對、比較、轉移或交換，以便核實有關資料。在符合《證券及期貨條例》第 378 條載述的限制下，證監會可向其他監管機構披露個人資料。根據《手冊》向證監會提供資料的人士有權在《個人資料（私隱）條例》訂明的範圍內及按照規定的方式，要求查閱或改正曾經提供予證監會的個人資料。如有任何查詢，應向證監會個人資料私隱主任提出。



第3章：一般原則

- 3.1 證監會在制訂《手冊》第I節的原則時，已參考國際證券事務監察委員會組織所訂定的原則，以及證監會認為對《手冊》所涵蓋、向公眾發售的一般產品的監管工作至為重要的其他原則。
- 3.2 產品提供者在執行、管理或處理任何與發行產品、發出產品廣告及產品運作有關的事宜時，必須遵照有關原則的精神行事。

GP1. 公平處事

- 3.3 產品提供者必須以誠實、公平及專業的態度行事。

GP2. 信息披露

- 3.4 必須作出全面、準確及公正的披露，並以清晰、簡明、有效、投資大眾容易明白的方式撰寫及呈述有關資料。所提供的資料不得屬虛假或具誤導成分，亦不能以欺騙或不公正的手法呈述。如須持續披露資料，必須適時及有效率地發布相關資料。

GP3. 妥善保障資產

- 3.5 如適用產品守則明確規定必須為客戶的利益持有資產，必須妥善保障所有有關資產。

GP4. 避免利益衝突

- 3.6 產品提供者、對手方和服務提供者必須避免處於利益衝突位置而損害有關產品的投資者的利益。

GP5. 遵守法規

- 3.7 產品提供者必須確保所有適用的法律及監管規定均獲得遵從，並以開放和合作的態度回應監管機構的要求和查詢。

GP6. 勤勉盡責

- 3.8 產品提供者必須以應有的技能、謹慎和勤勉盡責的態度履行職能。

GP7. 市場推廣

- 3.9 產品廣告必須清晰、公正及以持平的觀點呈述產品資料，並附有充分及顯眼的風險披露，以符合所有適用規定。產品廣告不得屬虛假、偏頗、具誤導或欺騙成分。



第 4 章：產品提供者

一般職責及責任

4.1 產品提供者：

- (a) 必須遵守《手冊》的適用條文；
- (b) 必須以開放和合作的態度，盡快回應證監會就有關產品及相關事宜提出的任何查詢；
- (c) 遇有重大違反《手冊》的情況，必須即時通知證監會；及
- (d) 遇有違反《手冊》的情況，必須即時及盡力採取適當的補救措施糾正違規情況。

註釋：採取補救措施的主要目的，是要確保投資者不會因有關違規行為而處於不利的位置，並要維持市場的廉潔穩健。

利益衝突

4.2 產品提供者必須避免涉及利益衝突的情況，包括產品所涉各方之間可能產生的任何實際或潛在衝突。如無法避免上述衝突，在投資者利益可獲充分保障的前提下，必須透過適當的保障措施、方案及產品結構來管理及盡量減少利益衝突，並要向投資者妥善披露該等方案及保障措施。



第 5 章：一般規定

產品名稱

5.1 產品不得採用不恰當或具誤導成分的名稱。

註釋：發行人為產品命名時，先要考慮以下因素：

- (i) 名稱是否與產品的性質、其投資目標或政策不相符；
- (ii) 名稱會否令投資者以為產品能提供某種保證或保障，但其實該產品不足以提供有關保證或保障；
- (iii) 名稱會否令投資者以為產品提供者以外的人士必須為產品負責，或予人這印象；及
- (iv) 名稱會否令投資者以為產品提供者無須為產品負責，或予人這印象。

5.2 如產品名稱包括“保證”（guaranteed）、“保本”（principal protected）、“資本保障”（capital protected）或意思相近的字眼，則必須準確地反映該保證或資本／本金保障的性質及程度，並考慮到該描述可能會令投資大眾產生的印象。

挑選分銷商

5.3 產品提供者必須以合理的謹慎和勤勉盡責的態度挑選和委任產品分銷商，並應特別考慮分銷商是否具備合適的資格和能力，能妥善履行其職責。

與對手方訂約及委任服務提供者

5.4 產品提供者必須以合理的謹慎和勤勉盡責的態度挑選對手方和服務提供者。

5.5 產品提供者作出適當的查詢後，必須信納就產品而訂約或委任的各主要對手方和服務提供者均具備能力和資源，能夠：

- (a) 妥為履行其訂約或委任條款所訂明的責任；及
- (b) 遵守特定適用於此等對手方／服務提供者的適用產品守則所列明的一切相關規定。

語言

5.6 在不損害適用法例任何規定的情況下，除非證監會另行寬免是項規定，否則所有銷售文件必須以中文及英文撰寫。

註釋：就廣告而言，廣告發出人可因應其推廣對象，選擇只以一種語言發出廣告。



第 6 章：披露規定

一般責任

- 6.1 信息披露必須清晰、有效，且讓投資大眾容易明白。
- 6.2 如呈述供比較的資料，必須以公正持平的方式作出有意義的比較，並必須註明資料來源，同時說明比較資料時所採納的主要事實和假設。
- 6.3 信息披露必須清楚易讀。

銷售文件

- 6.4 銷售文件必須載有投資者所需的資料，讓他們能夠對投資項目作出有根據的判斷。此外，銷售文件必須符合適用產品守則的披露規定。

註釋：(1) 必須以顯眼及簡單明確的方式，向投資者重點說明產品所有主要特點和風險。

(2) 如以持續方式發售產品，必須按照適用產品守則的規定更新銷售文件。

產品資料概要

- 6.5 必須為所有產品編製產品資料概要，作為產品摘要。除非適用產品守則另有規定，否則產品資料概要必須為產品銷售文件的一部分，其內容必須清晰、簡明、讓投資者易於明白。
- 6.6 產品資料概要必須根據本章列明的原則編製。
- 6.7 產品資料概要必須以清晰、簡明和有效的方式，向投資者重點說明產品重要資料。產品資料概要必須以公正的方式編寫，不得載有任何虛假或具誤導成分的資料。

註釋：(1) 產品資料概要應載列有助投資者理解產品主要特點及風險的資料。

(2) 產品資料概要必須清晰明確，盡量簡短。作為最佳常規，產品資料概要不應超過四頁。

(3) 產品資料概要必須以簡單明確和淺白的語言撰寫，避免使用法律或財經術語。

(4) 為說明產品資料，可在產品資料概要加入簡單的例子、圖表和圖像，亦可考慮使用粗體標題和留白設計，令文件更容易閱讀和瀏覽。應避免以過於密集的方式呈列資料。

(5) 產品資料概要必須使用容易閱讀和清晰易辨的字款，而字體大小亦必須配合文件所採用的語言，務求在合理情況下清楚易讀。

(6) 產品資料概要採用的格式必須方便投資者就各類產品加以比照。



6.8 所有產品資料概要均必須在首頁的開首位置以顯眼的方式作出警告聲明，提醒投資者產品資料概要僅為銷售文件的一部分（如適用），因此不應純粹依據產品資料概要來作出投資決定。

廣告

6.9 所有產品廣告必須遵守適用的廣告指引。

6.10 產品廣告：

- (a) 不得屬虛假、偏頗、具誤導或欺騙成分；
- (b) 必須清晰、公正及以持平的觀點呈述產品，並附有充分及顯眼的風險披露；及
- (c) 必須載有適時及與產品的銷售文件一致的內容。

註釋：(1) 雖然廣告的本質為引起投資者對產品的興趣的推廣材料，但仍必須以持平的觀點呈述資料，不得屬虛假或具誤導成分。

(2) 如使用圖像，有關圖像不應誤導或轉移投資者的注意力，以致妨礙他們恰當地考慮產品。

(3) 如強調產品的優點／回報，必須同時說明可能出現的負面情況，務求持平。

6.11 廣告不得載有任何誇張失實、不當或與產品的性質和風險回報狀況不相符或不相關的標語。

作出免責聲明

6.12 只有在適用產品守則准許的情況下，才可作出免責聲明，而所採用的任何免責聲明必須合理。避免利用免責聲明來免除或限制相關人士在法例及／或其他適用規則、守則或指引下必須向投資者履行的責任。



第 7 章：持續監察產品及向投資者提供資料

持續披露

7.1 如適用產品守則規定產品提供者有責任持續通知投資者影響投資者的事宜，或定期發布產品相關資訊，則產品提供者必須確保：

- (a) 已制訂有效的措施，能適時發布相關資料；及
- (b) 會密切監察必須通知投資者的事宜。

發出廣告

7.2 廣告發出人必須確保每則產品廣告在發出之前，均經由廣告發出人的高級管理層所指定的合資格獲轉授職能者進行適當的審核，確保廣告遵守適用產品守則。此獲轉授職能者必須獲正式授權，以代表廣告發出人發出廣告。

投資者教育

7.3 證監會鼓勵產品提供者推行投資者教育工作，作為業界的最佳常規。尤其是當產品提供者在香港市場推出新發行或設計創新的產品，則更應提供投資者教育。

處理查詢及投訴

7.4 產品提供者應在銷售文件說明會如何處理投資者的查詢或投訴。