

《公开募集证券投资基金销售机构监督管理办法》重点内容解读

作者：安冬 | 孙睿

历时1年半，在充分汲取各方意见之后，修订后的《公开募集证券投资基金销售机构监督管理办法》(以下简称“《销售办法》”)及其配套规则(以下合称“基金销售新规”)于2020年8月28日公布，并将于2020年10月1日起施行。本次中国证监会对基金销售规则的修订，体现了监管机构推动基金销售机制向更加符合投资人利益的方向转型的态度，对基金销售业务将有重大影响。本文分别从公募基金管理人(以下简称“基金管理人”)和各类基金销售机构的共性视角及独立基金销售机构(以下简称“独销机构”)的个性视角来简要评述基金销售新规的重点内容。

一. 对基金管理人和基金销售机构开展基金销售业务的共性影响

基金销售新规中的“基金销售机构”不包括直销机构(基金管理人)，但《销售办法》的附则规定，直销业务的“业务规范、内部控制和风险管理”适用《销售办法》，对应《销售办法》第三章和第四章第一节。即这两个章节中除明显无法适用于直销的条款外，其余内容作为业务规范均普适于基金直销和委托销售。基于此，我们总结了基金销售新规中普适于直销、代销的重要新内容如下：

1. 规范利用非持牌互联网平台开展基金销售业务。

基金管理人和基金销售机构时常会利用拥有大量客户资源的非持牌第三方机构平台来导入互联网流量销售基金，常见的方式包括采用广告链接、系统嵌入等，这类合作被泛称为引流。过往实践中，在这些引流业务合作模式下，基金投资人可能无法识别谁才是真正的基金销售服务方，第三方机构平台通常也都会在引流的过程中大量留存投资人的基金交易信息，将其变成

.....
如您需要了解我们的出版物，
请联系：

Publication@llinkslaw.com

第三方机构平台的“大数据”。针对这一情况，基金销售新规要求基金管理人和基金销售机构通过第三方网络平台向投资人提供基金销售业务服务的，应当向投资人有效揭示实际承担基金销售业务的主体，不得以过度包装服务平台、服务品牌等方式模糊上述重要信息，同时要求第三方机构不得介入基金销售业务的任何环节，不得收集、传输、留存投资人任何基金交易信息，对于不符合前述要求的，基金销售新规给予1年过渡期进行整改或调整。

另外，在规范引流业务的同时，一些细节问题值得进一步考虑：例如与引流平台间的费用可以如何安排、如何设计流程以确保平台只“展示”而不“介入”基金销售业务等。

2. **首设客户维护费(尾随佣金)的比例上限。**基金销售新规首次对客户维护费的收取设置上限，即对于向个人投资者销售所形成的保有量，客户维护费占基金管理费的约定比率不得超过50%；对于向非个人投资者销售所形成的保有量，客户维护费占基金管理费的约定比率不得超过30%。值得注意的是，从《销售办法》配套实施规定第二十八条的首款来看，前述有关客户维护费上限的规定自2020年10月1日起，很可能将适用于原有的基金销售合作。

另外，为了使基金客户维护费收取情况更加透明化、便于投资者评估其所接受到的服务水平，基金销售新规要求基金销售机构在投资人购买基金前以书面形式向投资人揭示所购基金客户维护费水平，同时为落实向投资人揭示客户维护费水平要求涉及信息技术系统改造或基金销售文件调整的，基金销售新规给予1年的过渡期进行整改或调整。

3. **构建基金销售业务的长期考核机制。**长期以来，基金销售的业务驱动主要源自基金的销售收入，导致部分销售渠道并未遵从投资者利益优先原则销售基金，鼓励、诱导腾挪资金、赎旧买新的现象屡见不鲜。为构建健康、有序发展的基金销售市场，坚持投资人利益优先原则与长期投资理念，基金销售新规要求基金管理人和基金销售机构应将基金销售保有规模、投资人长期投资收益等纳入基金销售业务人员考核评价指标体系，并不得将基金销售收入作为主要考核指标，不得实施短期激励，不得针对认购期基金实施特别的考核激励。
4. **细化向投资人提供的持续信息服务。**其中，基金管理人、基金销售机构应提供有效途径供投资人实时查询其所持基金的基本信息，包括基金名称、管理人名称、基金代码、风险等级、持有份额、单位净值、收益情况等；至少每年度向投资人主动提供其基金保有情况信息，包括基金名称、基金代码、持有份额等。

对于尚未实现或无法提供前述持续信息服务的基金管理人和基金销售机构，基金销售新规给予1年过渡期进行整改或调整。另外，该内容也是未来基金销售协议的必备内容，即要求基金管理人、基金销售机构对此做好分工(该内容在当前常见的基金销售协议中虽有体现，但或过于原则化)。

5. **宣传推介材料取消备案但对其内容有更严格的合规要求。**对于开展基金销售业务所使用的宣传推介材料，基金销售新规不再要求事前备案，但基金管理人和基金销售机构仍需内部审查并存

档备查。另外，此次基金销售新规中的宣传推介专项规定综合了2019年以来监管机构、自律组织对基金宣传推介的多项新要求(如基金经理同类产品业绩展示、禁止展示短于6个月业绩等)，凡关注基金宣传推介监管的从业人员对此次宣传推介材料的新要求应不陌生，关于宣传推介材料的具体要求本文不再赘述。

另外，还需留意基金销售新规继续保留了“基金业绩表现数据应当经基金托管人复核或者摘取自基金定期报告”的要求。同时对于宣传推介材料提出了禁止“使用广告法、反不正当竞争法、反垄断法禁止的内容”的新要求，这将意味着宣传推介材料如果违反广告法(如使用最高级用语、使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象)、反不正当竞争法(如混淆行为、商业贿赂)、反垄断法(如搭售)，中国证监会可依据基金销售新规采取行政监管措施甚至行政处罚。

6. **历史业绩展示规范的变化。**一方面，基金销售新规要求基金宣传推介材料登载基金过往业绩时，对于基金合同生效1年以上但不满5年的，应包含自合同生效当年开始所有完整会计年度的业绩；基金合同生效5年以上的，应包含最近5个完整会计年度的业绩。另一方面，基金投顾服务涉及历史业绩展示的，应适用基金销售新规中有关宣传推介材料管理的相关规定。此前一段时间内，基金投顾业务(如投顾业务中的基金组合)的历史业绩展示缺乏统一规范，此次基金销售新规则确定了“宣推投顾组合如同宣推基金”的基本规范思路，尽管其细节、尺度仍需实践检验，但确是进一步规范基金投顾业务的重要方面。
7. **明确基金销售子公司性质、准入条件的变化。**不同于过往基金销售子公司申请注册基金销售业务资格时参照适用独销机构准入条件的操作，此次基金销售新规明确规定基金销售子公司与商业银行、证券公司、期货公司、保险公司、保险经纪公司、保险代理公司、证券投资咨询机构在申请注册基金销售业务资格时适用相同的准入条件。相应地，我们认为，基金销售新规中有关独销机构的特殊规定应不适用于基金销售子公司。
8. **基金销售机构向基金管理人提供客户法定身份基本信息等反洗钱必要信息的义务。**根据《金融机构客户身份识别和客户身份资料及交易记录保存管理办法》，自然人客户的“身份基本信息”包括客户的姓名、性别、国籍、职业、住所地或者工作单位地址、联系方式，身份证件或者身份证明文件的种类、号码和有效期限；客户的住所地与经常居住地不一致的，登记客户的经常居住地。法人、其他组织和个体工商户客户的“身份基本信息”包括客户的名称、住所、经营范围、组织机构代码、税务登记证号码；可证明该客户依法设立或者可依法开展经营、社会活动的执照、证件或者文件的名称、号码和有效期限；控股股东或者实际控制人、法定代表人、负责人和授权办理业务人员的姓名、身份证件或者身份证明文件的种类、号码、有效期限。基金销售新规的规定有利于基金管理人和基金销售机构协同做好反洗钱工作，更好地匹配人民银行对基金管理人反洗钱工作的要求。
9. **若干新增的禁止行为值得注意。**基金销售新规新增了若干禁止要求，其中如“歧视性、排他性、绑定性销售安排”、“对认购期基金实施特别的考核激励”等。事实上，这些要求在过去两年的机

构监管通报等文件中均有提及，此次正式写入了《销售办法》并有配套罚则。因此，基金管理人和基金销售机构应当在签订基金营销的各类合作协议、制定内部考核制度时给予充分重视。

10. **对新注册的销售机构引入牌照续展制度。**基金销售新规首次引入牌照续展制度，规定基金销售业务许可证原则上自动续期，每次延续的有效期为3年，但监管机构可以在换发业务许可证时对基金销售机构予以审查，对不满足监管要求的基金销售机构(包括基金公司销售子公司)可做出不予续期的决定，其中最重要的续展条件是最近一个会计年度非货币基金销售日均保有量不得低于5亿元人民币。

二. 对独立基金销售机构及其业务的特殊影响

除第7项外，上文第一部分提及的相关规定同样适用于独销机构。此外，基金销售新规亦强化了对独销机构的监管，从牌照准入要求、股权管理与内部治理、合规风控、分支机构管理、展业范围、自有资金运用等方面着手，对独销机构提出了一系列针对性要求，包括：

1. **提高牌照准入要求。**比如在独销机构资本金方面，由注册资本不低于2000万元人民币调整到净资产不低于5000万元人民币；人员配置方面，具有基金从业资格的人数由不少于10名调整到不少于20名。此外，独销机构需要在公司章程内明确合规风控负责人为其高级管理人员，并对其职责、任免条件和程序作出规定。同时，对标公募基金管理公司的准入监管，独销机构的股东分为控股股东、持有5%以上股权的股东、境外股东三类，适用不同的股东条件。
2. **实行一参一控的牌照监管。**即独销机构股东以及股东的控股股东、实际控制人参股独销机构的数量不得超过2家，其中控制独销机构的数量不得超过1家。对在基金销售新规实施前已入股独销机构的股东，不符合一参一控要求的，基金销售新规给予2年的过渡期进行整改。
3. **实行股权锁定期。**即独销机构取得基金销售业务资格3年内不得发生控股股东、实际控制关系的变更。但对于在基金销售新规实施前已取得基金销售业务资格的独销机构股东来说，我们理解，按照法不溯及既往的规则，并不受限于3年股权锁定期。
4. **将独销机构实际控制人纳入监管。**对于独销机构实际控制人受到重大行政处罚、发生已经影响或者可能影响公司正常运作的重大诉讼、仲裁等事项，或者存在涉嫌刑事犯罪的其他情形的，独销机构应当报告公司住所地中国证监会派出机构。
5. **引入员工持股平台机制。**基金销售新规在股东组织形式上给员工持股平台作为独销机构的股东预留了空间，并对员工持股平台豁免了股东净资产的要求。
6. **完善公司治理方面的要求。**基金销售新规明确独销机构应设立专门的合规风控管理部门，且需配备足够的、具备与履行合规风控管理职责相适应的专业知识和技能的合规风控人员；成立产品准入委员会或者专门小组负责研究制定销售产品准入标准，审议确定销售产品范围等。

7. **限制独销机构的展业范围。**基金销售新规明确规定独销机构仅可以销售公募基金和私募证券投资基金,除中国证监会另有规定外,不得从事其他业务。对于独销机构从事法定以外产品销售业务的,基金销售新规给予2年的过渡期,在过渡期内,相关产品销售保有规模应当有序压降。此外,除前述基金销售新规明文允许独销机构销售的两类产品外,由于投资标准化资产的私募资产管理计划亦具有“私募证券投资基金”的性质,我们倾向于认为,独销机构仍可以继续销售投资于标准化资产的私募资产管理计划,而能否销售全部或部分投资于非标准化资产的私募资产管理计划存有疑问。
8. **提高独销机构新设分支机构的条件。**这包括独销机构需连续开展基金销售业务3个完整会计年度以上,最近一个会计年度基金销售日均保有量不低于100亿人民币;此外,独销机构原则上不得跨省、自治区、直辖市设立分支机构。
9. **明确自有资金运用。**基金销售新规允许独销机构可以运用自有资金进行金融资产投资,但不得进行股权投资,不得向关联方提供借款、资金垫付或者担保等。
10. **部分重要事项变更从事前备案调整为事后备案。**比如新增持有5%以上股权的股东、变更控股股东的事项。

如您希望就相关问题进一步交流, 请联系:



安冬
+86 21 3135 8725
desmond.an@llinkslaw.com



孙睿
+86 21 3135 8661
sue.sun@llinkslaw.com

如您希望就其他问题进一步交流或有其他业务咨询需求, 请随时与我们联系: master@llinkslaw.com

上海

上海市银城中路 68 号
时代金融中心 16/19 楼
T: +86 21 3135 8666
F: +86 21 3135 8600

北京

北京市建国门北大街 8 号
华润大厦 4 楼
T: +86 10 8519 2266
F: +86 10 8519 2929

深圳

深圳市南山区科苑南路 2666 号
中国华润大厦 18 楼
T: +86 755 3391 7666
F: +86 755 3391 7668

香港

香港中环皇后大道中 5 号
衡怡大厦 27 楼
T: +852 2592 1978
F: +852 2868 0883

伦敦

1/F, 3 More London Riverside
London SE1 2RE
T: +44 (0)20 3283 4337
D: +44 (0)20 3283 4323



www.llinkslaw.com



Wechat: Llinkslaw

本土化资源 国际化视野

免责声明:

本出版物仅供一般性参考, 并无意提供任何法律或其他建议。我们明示不对任何依赖本出版物的任何内容而采取或不采取行动所导致的后果承担责任。我们保留所有对本出版物的权利。

© 通力律师事务所 2020