

# 监管部门稳妥有序推动私募风险化解 投资者保护长效机制日趋完善

■本报记者 昌校宇

3月14日晚,中国证券投资基金业协会(以下简称“中基协”)发布第四十九批疑似失联私募机构的名单,北京劲杉投资管理有限公司等5家私募机构名列其中。

监管层对“带病”私募机构从未放松关注并频繁“亮剑”,最大限度保护投资者合法权益。伴随着“3·15国际消费者权益日”的到来,私募基金行业的投资者保护事宜也备受市场关注。接受《证券日报》记者采访的专家表示,私募基金行业已初步形成一套比较有效的自律监管体系,多数私募机构也坚持以“保护投资者合法权益、坚守合法合规谋发展”的宗旨来开展业务。

## 自律监管体系逐步完善 成投资者保护长效机制

私募基金行业形成的自律监管体系,已成为投资者保护长效机制。

上海锦天城(广州)律师事务所合伙人许瀚对《证券日报》记者表示,2012年底《证券投资基金法》修订,私募基金行业的合法地位被首次确定。在此后的10多年时间里,证监会陆续出台《私募投资基金监督管理暂行办法》等规章,中基协也陆续发布相关自律规则,已形成覆盖“募投管退”全流程的监管体系。通过引导私募基金管理人规范运作、及时信披,最终实现保护投资者权益的目的。

上海蒙玺投资管理有限公司(以下简称“蒙玺投资”)有关负责人认为,随着私募基金行业发展遇到新情况,常态化的自律监管体系不断优化、调整。长远来看,私募机构及投资者均将受益。自律监管体系对行业参与者,特别是私募机构提出了更严格的要求,有利于切实保护投资者合法权益;同时,规范是行业持续健康发展的“生命线”,也为机构提供了良好的发展环境。

“常态化的自律监管体系对广大私募机构和投资者来说,是一种双向的约束与保护。”北京信弘天禾资产管理中心(有限合伙)(以下简称“信弘天禾”)总经理章毅在接受《证券日报》记者采访时分析称,对私募机构来说,无形中形成了对机构及其从业人员的合规约束,要求大家主动树立合规意识、

## 私募基金行业已初步形成一套比较有效的自律监管体系

多数私募机构也坚持以“保护投资者合

法利益、坚守合法合规谋发展”

的宗旨来开展业务

崔建岐/制图

建立合规文化、提升合规水平。只有合规为本,企业方能行稳致远。在形成约束的同时,对私募机构也是一种保护。对投资者来说,有法可依可以有效建立投资者对私募行业的信任。另外,完善的自律监管体系可以帮助投资者在投资过程中,更加充分、全面的享受信息披露权利,做好风险监测。

## 风险机构稳妥有序清理 投资者保护持续强化

在自律监管体系的作用下,风险机构稳妥有序清理,投资者保护持续强化。

根据中基协公布的数据统计,截至2023年3月15日记者发稿,中基协对外公示的疑似失联私募机构共49批;已注销私募基金管理人超2万家,年内已注销私募基金管理人达1625家。

另据中基协公布的信息显示,2022年,中基协办理投诉信访事项2908件,以多元方式帮助投资者解决投资纠纷71件、挽回损失1.66亿元。2022年,中基协对803家机构启动自律检查,通过异常经营程序对251家私募

基金管理人注销登记,对71家私募基金管理人采取自律管理措施,对48家私募基金管理人及78名责任人员采取纪律处分措施,检查、处分数量创新高;该年度被采取“取消会员资格、撤销管理人登记”的“双撤销”措施的机构占总纪律处分数量的48%,为历年最高。

华商律师事务所高级合伙人齐梦林对《证券日报》记者表示,投资者保护是市场良性发展的基石。“伪、劣、乱”私募的存在严重侵害投资者利益,影响私募基金市场公信力的建立。监管部门积极作为推动风险化解,强化投资者保护,净化市场环境,有利于推动私募基金行业高质量发展。

章毅预计,未来私募基金行业的两极分化将更加明显。规模效应可以帮助头部机构加大合规投入,招揽更多专业人才,为业务发展提供强有力保障。

私募基金多措并举  
做好投教活动

不仅监管部门加强了对投资者保

护的制度建设,私募机构也不断提升投资者教育水平。

蒙玺投资有关负责人介绍,内部制度建设方面,为保证投资者能够获得可持续性的稳健收益,蒙玺投资在加强技术升级和策略迭代的同时,持续强化风控合规制度建设,如将合规贯穿到数据安全、量化交易策略制定、算法交易和风险控制等整个链条的始终,防患于未然。在投资者沟通方面,蒙玺投资提倡公开、透明、全面的理念,尽可能地将相关投资信息详细、完整地告知投资者,为其理性决策提供更多依据。在投资者教育方面,一方面,蒙玺投资配合行业监管机构,在相关节点开展线上线下的投教活动;另一方面,还自建相关投资者教育栏目,针对投资者切身利益相关的行业知识进行科普。

章毅表示,投教活动是公司业务的重要组成部分。每年重大时间节点,公司都会开展相关投资者教育宣传,帮助投资者做好预期引导,进一步树立理性投资、价值投资、长期投资的理念,这也有利于帮助公司与客户建立起长期、稳定的合作关系。

## 上交所举办 “全面注册制,改革向未来”投保主题活动 启动2023年度“投资者服务周”

■本报记者 邢萌

3月15日,上交所举办“全面注册制,改革向未来”投保主题活动,对2022年度会员投资者教育和保护工作评选获奖单位和个人进行表彰,启动2023年度上交所“投资者服务周”,并开展“走进上交所”投教基地开放日活动。

在全面实行股票发行注册制改革有序推进之际,上交所建立了会员投资者教育和保护评选宣传机制,旨在加大会员激励力度,交流行业先进经验,进一步整合行业内投教资源,增强“大投保”工作合力。

此次2022年度会员投资者教育和保护评选表彰交流活动,是上交所首次就会员投教投保工作进行评选和表彰。

为进一步做好全面实行股票发行注册制下的投资者教育和保护工作,上交所联合上海证监局、中证中小投资者服务中心、会员代表、媒体代表以及投资者代表,共同启动了2023年度上交所“投资者服务周”品牌活动。据悉,今年的上交所“投资者服务周”活动将以“全面注册制,改革向未来”为主题,依托会员联合投教合作形式,整合主题宣讲、走进沪市上市公司、走进社区、走进营业部、走进高校、走进上交所等投教活动内容,为投资者提供一站式综合服务,引导投资者对全面注册制与沪市高质量发展形成正确认识与合理预期。启动仪式上,上交所开展了投教基地开放日活动,组织投资者和相关

人员参观了上交所投教基地,并听取对投教基地运营的意见建议。上交所相关业务负责人介绍说,在证监会统一领导下,在系统各单位、各会员机构大力支持下,近年来上交所不断深化中国特色投资者保护实践,取得了一些积极进展,集中体现为“五个更加”。一是提高政治站位,夯实市场监管政治性人民性的思想认识基础,投资者保护工作的政治意识更加牢固。二是优化业务规则,推进简友好规则体系建设,推动各类自律监管标准公开,2022年制定修订业务规则、指南117件,废止183件。投资者保护的制度体系更加健全。三是强化自律监管,优化投资者回报。2022年发出纪律处分决定186份,采取自律监管措施3969次;2017年至2021年间,沪市公司累计分红5.6万亿元,投资者获得感更加显著。四是深化改革创新,稳妥发展债券和公募REITs市场,推动ETF和衍生品创新,扩大指数和指数化产品规模,投资者财富管理手段更加丰富。五是深化投资者服务,丰富投资者教育产品和活动,理性投资、价值投资和长期投资理念更加深入人心。

上交所表示,下一步投教工作将深入贯彻上交所“开门办审核、开门办监管、开门办服务”服务理念和措施要求,持续提高投保工作政治站位,完善投保制度机制体系,提升一线自律监管效能,推动产品业务创新发展,引导理性价值长期投资,为广大投资者拥抱注册制,共享高质量发展提供有力有效的服务。

## 深交所开展 “3·15”投资者保护系列活动 助力全面注册制平稳落地

■本报记者 邢萌

为贯彻落实党的二十大精神,中央经济工作会议精神,深入践行“以人民为中心”的发展思想,按照中国证监会统一部署,深交所联合相关单位开展“3·15”投资者保护系列活动,通过举办形式多样的线上线下专项教育,主动贴近投资者,积极服务投资者,加强全面实行股票发行注册制改革宣传,倡导价值投资、理性投资,进一步凝聚改革共识,增强投资者获得感,为平稳推进全面实行注册制营造良好环境。

3月15日,在证监会投教局指导下,深交所联合相关单位在京举办第四届全国投教动漫大赛启动仪式,指导单位及主办方相关负责人、中国美协漫画艺术委员会相关负责人、大赛评委、漫画家及相关艺术工作者50余人参加本次启动仪式。

## 聚焦全面注册制改革 传递资本市场改革好声音

为帮助投资者及时、准确理解全面实行注册制的制度要点,深交所联合相关单位形成投教合力,持续开展形式多样、内容丰富的投教活动,把注册制知识送到投资者身边,引导投资者客观看待和理解全面实行注册制的意义和作用,进一步弘扬理性投资、价值投资、长期投资理念,助力全面注册制改革平稳落地。

一是开展“学思践悟二十大,投教服务启新程”活动,联合地方证监局等,深入基层一线开展“三个走进”活动,将学习宣传贯彻二十大精神与全面实行注册制投教活动有机结合,开展互动有奖问答激发学习热情,为人民群众提供在身边的注册制知识“加油站”。

二是及时推出“全面实行注册制”专栏,充分运用官网、“两微一端”等投教宣传平台,发布图文解读、视频课程、投资者问答等投教产品,第一时间向市场提供权威解读。

三是举办“投教服务进社区”活动,联合深圳市金融监管局、深圳证监局及深圳市居民金融素养提升工程办公室等单位,在深圳市中心书城、向深圳市民发放全面实行注册制有关书籍、折页,面对面提供知识讲解,开展互动有奖问答激发学习热情,为人民群众提供在身边的注册制知识“加油站”。

四是开展“全面注册制,改革向未来”主题投教活动,联合北京证监局、浙江证监局、宁波证监局在北京、杭州、宁波、绍兴等地,深入各地辖区基层举办“走进注册制上市公司”、投教大讲堂、投资者座谈会等活动11

## 金融诈骗套路多 山寨App背后暗藏猫腻

■本报记者 李冰

近年来,山寨版金融App及虚假金融客服等诈骗手段层出不穷,令投资者防不胜防。《证券日报》记者连日来多方采访调查,揭示这类金融诈骗背后的套路。

## 山寨金融App真假难辨

近日,王先生在某App上申请了30万元额度的贷款,但“客服”告知他,因“借款人账户信息不符”,贷款被冻结,需要提供银行卡卡号进行解冻。王先生输入卡号后,“客服”又以输入卡号错误为由要求他用App向指定账户转账支付6万元用以解冻贷款。幸运的是,期间银行机构工作人员发现并截断了该骗局,避免了王先生出现6万元的损失。

上述案例是山寨金融App诈骗的典型手法。据记者调查,山寨金融App一般与官方正版App使用相近的字、图

标设计也十分相似,一时让人难以分辨,但进入界面后却“别有洞天”,山寨App界面混乱,弹窗满屏,小额返利、低息贷款等均是常用诱导套路。

通过多家持牌机构及官方通报案例综合来看,山寨金融App套路大致分为以下几步:第一步,用户在网络上浏览贷款信息后,常常会有陌生人通过电话或是聊天软件等形式添加好友;第二步,以“秒到账”“无利息”等幌子向用户推荐App或者发送链接下载,并让用户填写各项基本信息;第三步,以放款需要“手续费”“押金”等名义,诱导用户缴纳一定额度的费用;第四步,以“信用不良”等名义煽动用户继续交钱。

某持牌金融机构相关负责人表示,“下载金融App要认准正规渠道,且正规机构不会在为客户办理贷款过程中冻结客户银行账户,不会收取保证金、认证金等费用。如果用户收到以机构名义要求点击不明链接、下载不明软件而预先收取任何费用,大概率

为金融诈骗。”

## 虚假金融客服骗局引关注

除山寨App外,虚假金融客服等诈骗手段同样多发。陆女士曾接到自称某金融平台客服电话,称陆女士在网上有违规借贷需要处理,如不及时处理会影响征信。陆女士对虚假客服的话深信不疑,并按照指示一步步被骗超10万元。

某金融类公司相关负责人对记者表示,该类骗局通常以两种形式出现,第一种是冒充产品客服告知用户将本期还款金额打至虚假对公账户,骗取当期还款金额;第二种是冒充客服告知用户一次性还款则可减免全部贷款息费,引导消费者将全部还款金额一次性打入对公账户。

“骗子在社交媒体、网页发布大量虚假客服电话,导致该类诈骗频发,给用户、企业都造成了不少损失。”上述

公司相关负责人告诉《证券日报》记者,为更好保护消费者,很多机构目前已针对金融诈骗成立专项团队,遏制此类诈骗。

多位受访者认为,对于虚假金融客服诈骗套路的应对方式主要有三方面:第一,接到所谓的“客服”电话,应第一时间通过官方平台进行核实确认;第二,不要开启屏幕共享,屏幕共享会同步手机屏幕显示的全部内容,比如弹窗显示的短信验证码、银行账户、密码等;第三,身份信息、银行账户、验证码、各类密码要妥善保管。

易观分析金融行业高级咨询顾问苏筱芮建议,用户应增强网络安全保护意识,不要访问不正规的网站及点击来历不明的邮件和链接。相关部门在通过线下巡查等方式加大监测力度的同时,也应加强金融科技手段的运用,力争早发现、早处置,并及时对外披露相关金融诈骗套路及案例,以提高民众的警惕性。

## 价格战背景下 车企更应扼守质量底线

■龚泽洋

2023年,降价竞争成为汽车市场的主题。然而历史经验告诉我们,“降价年”过后随之而来的往往就是“质量年”。站在这个节点上,呼吁全行业提高警惕就变得十分重要。

笔者认为,“降价潮”是车市发展的必然,在电动车和燃油车充分竞争的时候自然会涌现。今年开年,乘用车市场同比下滑,但新能源车市场仍在增长。有专家测算,目前全国燃油车库存存330万台左右,一边是海量的积压库存,一边是新能源车的强势崛起,燃油车只能靠降价来获得短暂的流量、抑制份额下滑趋势。但也要清醒地认识到,大幅降价无

法改变能源技术的革新进程,更无法穿越周期。从中国新能源汽车行业的整体发展来看,这次降价甚至会起到催化作用,推动“油转电”的进程。

于行业而言,部分品牌的市场定位和定价策略本就有待纠正,降价实际上就是“市场之手”在发挥效用;于民众而言,部分品牌降价,不仅能够培养和转化更多潜在消费群体,也能让消费者更加轻松地享受汽车带来的便利。

然而,行业长期发展的“蜜糖”,可能也会成为企业短期经营的“砒霜”。如果车企为追求短期销售而忽略品质和售后服务,对汽车行业也会带来不良影响,进而影响长远发展。因此,车企需要在降价促销和品质服务之间找到平

衡点,确保短期和长期利益的统一。

对此,笔者有几点建议:一是应持续保持创新,打好价值战才是穿越周期之本。价格战不仅会导致品牌间的市场份额重新分配,还会加速汽车行业的洗牌进程。创新能力是车企在市场竞争中脱颖而出的重要因素,只有不断加强创新能力,才能推出具有市场竞争力的产品。从长远看,市场还是要回归到价值层面。因此,打价格战不如打价值战,穿越新老交替周期,需要通过价值的创造和提升来推动高质量发展。

二是应坚持差异化经营,筑牢品牌形象。价格战,来得快去得也快。品牌形象是车企在中的重要资产,车企在降价竞争中不能舍弃品牌形象的维

护和建设。同时,还要注重产品和服务的差异化,满足不同消费者的需求和期望,提升品牌的美誉度和口碑。历史经验告诉我们,高端品牌在市场竞争中往往可以最大程度抵消价格战的影响。

三是应开展多位一体协同作战,加强企业间联合。市场波动下,厂商之间应加强合作,比如联合研发新技术、共享供应链资源和市场营销资源等,以此来应对竞争压力与市场变化。通过合作,车企可以充分利用彼此优势,共同打开市场,扩大市场份额。

记者观察