



## 個人資料收集聲明

1. 本個人資料收集聲明(“**本聲明**”)是按照個人資料私隱專員公署發出的指引編寫的。本聲明列出證監會收集你的個人資料<sup>1</sup>的用途、你就證監會使用你的個人資料而同意的事項，以及你根據《個人資料(私隱)條例》(第 486 章)(“**《私隱條例》**”)享有的權利。

## 收集資料的目的

2. 證監會可能會為以下其中一個或以上的目的，使用你就推廣材料指引草擬本向證監會提交的意見書中所提供的個人資料：
  - 執行有關條文<sup>2</sup>及依據證監會獲賦予的權力而刊發的守則及指引；
  - 根據有關條文執行證監會的法定職能；
  - 進行研究及統計；及
  - 法例所容許的其他目的。

## 轉移個人資料

3. 證監會就推廣材料指引草擬本的課題徵詢公眾意見時，可向香港及其他地區的公眾人士披露其所取得的個人資料。證監會亦可能會向公眾人士披露就推廣材料指引草擬本發表意見的人士的姓名／名稱及其意見書的全部或部分內容。證監會可以在諮詢期內或諮詢期結束後，將上述資料刊載於本會網站或由本會刊發的文件之內。

## 查閱資料

4. 根據《私隱條例》的規定，你有權要求查閱及修正你的個人資料。上述權利包括你有權索取你就推廣材料指引草擬本提交的意見書中所提供的個人資料的副本。證監會有權就處理任何查閱資料的要求收取合理的費用。

## 保留資料

5. 證監會會保留就回應推廣材料指引草擬本而提供予本會的個人資料一段必要的期間，直至本會妥為執行有關職能為止。

---

<sup>1</sup> 個人資料指《個人資料(私隱)條例》(第 486 章)所界定的個人資料。

<sup>2</sup> 根據《證券及期貨條例》(第 571 章)附表 1 所界定，有關條文指《證券及期貨條例》及根據該條例訂立的附屬法例的條文；及《公司條例》(第 32 章)第 II 及 XII 部的條文，但只限於該兩部中直接或間接關乎執行與下述事項有關的職能的範疇：招股章程，法團購買本身股份，或法團為收購本身股份而提供財務資助等。

## 查詢

6. 有關就推廣材料指引草擬本提交的意見書中所提供的個人資料的任何查詢，或查閱或修正個人資料的要求，請以書面形式向以下人士提出：

香港干諾道中 8 號  
遮打大廈 8 樓  
證券及期貨事務監察委員會  
個人資料私隱主任

# 香港衍生權證市場 — 未來路向

## 證監會六點方案的諮詢結果文件

### ... 第 II 章：回應及具體建議的未來路向

#### ... 建議 4：頒布新的推廣指引

50. 該報告建議頒布新的推廣指引，及可能的話將其納入《上市規則》。此建議的目的是制訂一套明確涵蓋各種推廣形式及媒體的較佳指引，採取以原則為本而非規範性的方針，並涵蓋一系列不同形式的推廣及推銷活動。

#### 收到的意見

51. 此建議獲得全面支持，無人表示反對。然而，回應者提出的主要論點是所採納的任何指引都必須充分地清晰，以供明智、合理地應用，並在採納前先進行諮詢。少數回應者亦就指引應涵蓋的內容提出具體建議，例如應准許或不准許哪些活動、哪些詞彙須予界定，以及哪些事宜須作澄清。

#### 本會的看法

52. 我們將會落實此建議，並對市場期望有機會在採納任何建議指引前發表意見表示歡迎。為此，我們已擬備並將建議指引的草擬本載於附件 II。該等指引旨在適用於所有結構性產品，而非僅限於衍生權證。

#### 未來路向

53. 我們歡迎公眾對附件 II 內的草擬本發表意見，並請於 2006 年 4 月 30 日前提交意見書。我們將會徵求廣播事務管理局對草擬本發表意見，並會在監控衍生權證的推廣及推銷方面繼續與該局緊密合作。

...

## 上市結構性產品推廣材料的指引

### 一般原則

涉及上市結構性產品<sup>3</sup>的推廣材料不應屬虛假、偏頗、具誤導性或欺騙性，並且應載有適當的風險警告。

### 推廣材料的定義

“推廣材料”(Marketing materials)指意圖或效果是推銷結構性產品的所有向在香港的公眾發出以便散發涉及結構性產品的信息的廣告、推廣、宣傳及披露材料。

1. 推廣材料<sup>4</sup>包括但不限於冊子、信件、通訊、通函、通知、通告、傳單、單張、海報、直銷郵件或報章、雜誌、電視、電台、印刷媒體、電子媒體(包括互聯網、自動櫃員機服務、電話熱線及任何形式的無線錄影或聲音傳送)上的特別宣傳內容，及在研討會或講座上的口頭講解。
2. 推廣材料包括致公眾的各種形式的通訊，不論是口頭作出的，或是以機械、電子、磁力、光學、人手或其他方式製作的，亦不論目標是否或只限於某群特定觀眾、聽眾或客戶。
3. 推廣材料不包括那些只推廣某家結構性產品發行人的專業知識或其提供的服務而沒有提述任何特定個別或組別的結構性產品的材料。

### 推廣材料的識別

推廣材料應被如此識別，並且應清楚地識別出對該等材料負有責任的實體。

4. 推廣材料不應有任何偽裝。例如：凡推廣材料載於報章上，該等材料不應令人覺得屬編者的評論。

<sup>3</sup> 對“結構性產品”的提述指上市結構性產品。

<sup>4</sup> 凡推廣材料屬於《證券及期貨條例》103(1)條所指的定義範圍內，該等推廣材料必須先獲證券及期貨事務監察委員會認可，但獲豁免的情況除外。

5. 凡結構性產品的發行人贊助涉及結構性產品的聲音或視聽項目、研討會或講座，或書面刊物，該發行人的參與的性質及有關材料的性質必須予以披露。
6. 當：
  - (a) 發行人的任何僱員；或
  - (b) 與發行人有可令人合理地懷疑該人能否就結構性產品給予客觀及獨立意見的商業或業務關係的人士，在任何聲音或視聽項目、研討會或講座上亮相，或製作書面材料談論或推銷結構性產品時，該發行人有責任確保該人在該項目、研討會或講座上或書面材料內作出適當披露。該項披露應包括：
  - (i) 該人的角色的性質，例如：該人是否以該發行人的代表或以其個人的身分亮相或撰稿；
  - (ii) 該人與該發行人之間的關係的性質；及
  - (iii) 可能會引致該人意見有所偏頗的任何其他事實。
7. 凡該發行人與上文第 6(b) 段所提述的人有任何商業或業務關係，該發行人應以書面通知證監會該關係的性質。

## 內容

### 推廣材料應該準確及不具誤導性。

8. 就某項結構性產品所作出的任何買賣建議都應該建基於對事實的分析。凡有關建議或提議採用的交易策略是建基於對相關證券的未來市場變動的某種預測或特定的看法，便應該在該推廣材料的內文適當地強調並清晰地列明該種預測或看法。
9. 就某項結構性產品所作的任何意見陳述均須合理。
10. 任何業績表現數字的比較應該是公平、準確和相關的，並且應按相同基準進行比較。若與其他結構性產品進行比較，應同時討論所有相關因素。

## 風險

推廣材料應載有適當的闡述，解釋結構性產品投資所涉及的風險及該推廣材料內提述的結構性產品所涉及的具體風險。

11. 上述風險闡述所需的詳細程度將會取決於：
  - (a) 有關風險的複雜性及性質；及
  - (b) 該等推廣材料的性質及形式。
  
12. 作為最起碼的要求，所有推廣材料都應該告知投資者：
  - (a) 有關結構性產品的所有詳情載列於該項結構性產品的上市文件內；
  - (b) 應自行評估風險和尋求專業意見(如有需要)；
  - (c) 結構性產品的價格可能會波動；
  - (d) 他們可能會損失全部或部分投資額(如適用)；
  - (e) 有時可能會沒有任何對手方，或有關發行人可能是在交易所內唯一提供報價的人士；
  - (f) 特別涉及該推廣材料內提述的結構性產品的重大風險；及
  - (g) 凡提述過往表現，過往表現並非未來表現的指標。

## 鋪陳方式

推廣材料應該就所提述的結構性產品提供持平的意見。

13. 推廣材料不應直接或間接地暗示投資結構性產品是安全或沒有風險的。
  
14. 推廣材料應該就投資有關結構性產品的潛在盈虧及所涉風險提供持平的意見。
  
15. 推廣材料不應載有不準確或與有關結構性產品的上市文件內容不符的文字、美術稿或圖案設計。

## 易讀性及顯眼程度

本指引規定須載入推廣材料的信息應適當地顯眼及易於閱讀或易於聽見。

16. 上文以“風險”為題的部分所規定的信息應該以下述方式鋪陳：

- (a) 文字的字型大小應該與推廣材料內主要字型大小的比例相稱，並不得以旨在減低其影響的方式鋪陳。有關文字必須能夠合理地易於閱讀；
- (b) 就聲音廣播(例如電台廣播)而言，該等信息應以旁白方式傳達，而該旁白須與該廣播的其餘內容有足夠的區別，以達致突出的效果；及
- (c) 就電視及其他以屏幕為基礎的媒體而言，該等信息應以下述任何一種方式鋪陳：
  - (i) 口頭方式，並須遵從上文 (b) 段的規定；或
  - (ii) 書面形式，而字型大小、鋪陳方式或時間的長度必須能夠令人合理地易於閱讀全文。有關文字不得以旨在減低其影響的方式鋪陳。