第一图书网, tushu007.com

<<中国私募证券法律规制研究>>

图书基本信息

书名：<<中国私募证券法律规制研究>>

13位ISBN编号：9787509334607

10位ISBN编号：7509334608

出版时间：2012-3

出版时间：中国法制出版社

作者：杨柏国

页数：249

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

内容概要

鉴于金融压抑与管制的普遍存在，在中国，风生水起的私募融资在过去十年里一直游走于事实与规范之间。
法律作为一项制度安排，必须回应来自社会和市场的“呼唤”。
就私募证券而言，则需在融资需求、市场效率和投资者保护之间找寻均衡点。
本书是国内首次从制度背景、发行、转售、法律责任等方面对中国私募证券法律规制进行的系统性研究。

作者简介

杨柏国，安徽定远人，复旦大学经济学硕士，华东政法大学法学博士。
从事财经新闻工作逾十年，先后供职于《解放日报》报业集团、《第一财经日报》，并在《法学》、《南方金融》、《证券法苑》、《证券市场周刊》、《第一财经日报》等发表学术文章、财经时评数十篇。

第一图书网, tushu007.com

<<中国私募证券法律规制研究>>

书籍目录

前 言
导 论
一、选题背景与意义
二、文献综述
三、研究思路与方法
第一章 中国私募证券制度背景解读
第一节 争论中的证券与私募
一、证券内涵与外延
二、溯源私募
三、私募与相关概念辨析
第二节 自发生长的私募证券.
一、美国私募证券新近趋势
二、中国私募证券三种形式
第三节 私募证券的制度背景
一、分析进路：新制度经济学
二、并非偶然：私募证券的社会经济基础
第四节 私募证券法律规制必要性分析
一、理论基础
二、事实基础
三、法律基础
第二章 私募证券发行法律制度构造
第一节 私募证券发行内涵剖析
一、证券发行制度一般性分析
二、私募证券发行之独特性
第二节 合格投资者：财富，智识，关系
一、美国“获许投资者”标准演变
二、填补中国立法缝隙之建议
第三节 审核制度：豁免注册vS．事后备案
一、注册制VS．核准制
二、中国私募发行宜采用备案制
第四节 信息披露：强制与自愿
一、私募发行信息披露域外经验
二、规制路径：强制与自愿并举
第五节 非公开方式：互联网的挑战
一、美国对“非公开方式”之界定
二、来自互联网的挑战
三、中国私募证券发行方式立法思考
第三章 私募证券转售：限制与流通之平衡
第一节 私募证券转售分析框架
一、证券交易制度基本理论
二、私募证券转售限制必要性
第二节 美国私募证券转售制度演变
一、Rule 144：“承销商”之安全港规则
二、第4( )豁免：来自实践的智慧
三、Rule l44A：QIB的“特权”

第一图书网, tushu007.com

第三节　中国私募证券转售规制检讨与思考
一、现行制度梳理
第五章　私募证券立法：以《证券投资基金法》修订为样本
结语
参考文献
后记
二、立法反思及制度构想
第四节 中国私募证券转售市场路在何方
一、美国经验——以POR了AL为核心
二、若隐若现的中国私募证券转售市场
三、多层次资本市场视角下的设想
第四章 私募证券法律责任：救济与惩戒
第一节 理念冲突：“ 民 ”“ 行 ”孰重?
一、从“ 重行轻民 ”到“ 民行并重 ”
二、语焉不详的私募证券法律责任

章节摘录

但是在立法上也存在如下亟待解决的问题：　　1.对何为“公开方式”、何为“非公开方式”缺乏细致的规定，对如何认定“公开”和“非公开”往往选择了避而不谈，具体是以人数多少来判定，还是以信息发布的方式来判定？

2.对互联网可否以及如何在私募发行中使用的问题，一方面既缺乏规定，另一方面又存在与禁止采用“公开方式”相冲突的情形。

譬如，基金管理公司“一对多”业务可以通过自身网站推介，鉴于互联网的开放性特征，加之互联网搜索技术的发展，在一家基金管理公司网站发布的信息可以很快地为普通公众获悉，实际上成为公开的方式。

而且，从中国目前的现状来看，各种私募基金产品信息在互联网上可以说是随手可得，这一点笔者将在私募基金立法章节详细论述。

3.现有规定中有的实际上是允许采用“公开方式”进行“私募发行”，有悖常理。

譬如，在证券公司集合资产管理业务中，现行规定要求“集合资产管理合同文本和推广材料置备于营业场所”，“置备于营业场所”实际上构成了公开方式，因为到营业场所的人很多可能就是普通投资者。

4.对私募发行后的持续信息披露方式有所规定，但披露内容和披露方式均比较模糊，譬如，有的规定持续信息披露不得在公众媒体上进行，但有的则语焉不详。

（三）立法思考　　中国现行法规对私募发行方式已经有了初成体系的规定，既有原则性规定，又有具体的实施措施。

笔者借鉴美国私募发行方式的有关规定和SEC多年来的经验教训，对完善中国私募证券发行方式的规定提出如下建议：　　1.在明确规定私募发行不能采用“公开方式”的基础上，对构成“公开方式”的情形进行更为细致地列举，除了广告外，还包括在公开发行的报刊、杂志上刊登的任何文章，以及在广播、电视等公众媒体上的任何推介等。

2.以合格投资者制度为基础，明确规定发行人“只能向其合理地相信的合格投资者发出要约或销售信息”。

至于发行人如何证明“合理地相信”，其可以自身进行问卷调查，也可以借助独立第三方提供的信息、调查、资格认定等。

也就是说，发行人要事先通过某种措施对其拟发出要约或销售信息的人进行筛选后，才能进行正式的私募发行推介。

3.对互联网在私募发行中如何使用作出规定。

互联网对私募发行的便利不言自明，笔者认为可借鉴美国SEC上述两个不行动函的做法，一方面对网站设置密码保护，另一方面规定只对“合理地相信”是合格投资者的潜在投资者授予网站进入密码。

……

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com