

中国银监会印发《商业银行理财产品销售管理办法》

近日，经向社会公开征求意见，中国银监会正式印发了《商业银行理财产品销售管理办法》（以下简称《办法》），自 2012 年 1 月 1 日起施行。

2005 年以来，中国银监会制定颁布了《商业银行个人理财业务管理暂行办法》和《商业银行个人理财业务风险管理指引》等一系列监管规章和规范性文件，初步建立了商业银行理财业务监管框架，对规范商业银行理财业务初期运行，保护投资者合法权益，促进理财业务健康发展发挥了重要作用。

近年来，面对大众日益增长的投资理财需求，我国商业银行积极回应，提供丰富多样的银行理财产品以满足投资者投资需求，提高居民的财产性收入，为投资者管理资产、优化资产配置提供灵活便利的选择，成为社会投资和银行服务的重要组成部分。特别是最近几年，商业银行理财业务快速发展，产品设计、营销手段、营销方式和投资管理不断创新。但同时也暴露出发展中存在的问题和薄弱环节，甚至出现误导销售和错误销售，损害了客户合法权益和银行声誉。为进一步加强理财业务的监督管理，更好地保护投资者合法权益，提高商业银行理财业务风险管理水平，中国银监会在分析总结我国商业银行理财业务发展状况的基础上，依据我国现行金融法律制度，借鉴国内外理财业务监管实践经验，制定《办法》。

《办法》于 2011 年 6 月 29 日正式向社会公众征求意见，截至 2011 年 8 月 1 日，共收到反馈意见 137 条。银监会对反馈意见进行了认真研究分析，采纳了其中大部分意见，包括：增加充分保护客户合法权益的规定，增加挂钩性结构化产品中收益部分挂钩资产的名称规定，将私人银行客户和高资产净值客户规定中“金融资产”修改为“金融净资产”，增加报告期间不得对报告的理财产品开展宣传销售活动的规定。基于立法的专业性和可行性，同时也考虑实际业务的可操作性，对于部分意见没有采纳。

修改和完善后的《办法》共 11 章，80 条。第一章总则，明确立法依据、监管范围和监管职责。第二章基本原则，提出商业银行在理财产品销售过程中应遵循的基本原则。第三章宣传销售文本管理，规范理财产品宣传和销售文本的内容和制作方式。第四章理财产品风险评级，建立理财产品风险等级制度。第五章客户风险承受能力评估，明确影响客户风险承受能力的因素，风险评估频率和方式，以及客户分类标准。第六章理财产品销售管理，对理财产品的销售提出具体规范要求。第七章销售人员管理，对销售人员从业资格、销售行为、考核机制、职业操守等提出规范性要求。第八章销售内控制度，规范销售环节的内控制度、风险管理制度。第九章监督管理，对理财产品发售前和发售后的报告制度、现场和非现场监管规定以及年度发展报告做出规定。第十章法律责任，明确法律责任和处罚措施。第十一章附则，对其它相关问题做出规定。

《办法》的实施将有助于进一步加强对商业银行理财业务的监督管理，促进商业银行理财业务合规、健康和持续发展。

中国银行业监督管理委员会令

2011 年 第 5 号

《商业银行理财产品销售管理办法》已经中国银行业监督管理委员会第 109 次主席会议通过。现予公布，自 2012 年 1 月 1 日起施行。

主 席 刘明康

二〇一一年八月二十八日

商业银行理财产品销售管理办法

第一章 总 则

第一条 为规范商业银行理财产品销售活动，促进商业银行理财业务健康发展，根据《中华人民共和国银行业监督管理法》、《中华人民共和国商业银行法》及其它相关法律、行政法规，制定本办法。

第二条 本办法所称商业银行理财产品（以下简称理财产品）销售是指商业银行将本行开发设计的理财产品向个人客户和机构客户（以下统称客户）宣传推介、销售、办理申购、赎回等行为。

第三条 商业银行开展理财产品销售活动，应当遵守法律、行政法规等相关规定，不得损害国家利益、社会公共利益和客户合法权益。

第四条 中国银监会及其派出机构依照相关法律、行政法规和本办法等相关规定，对理财产品销售活动实施监督管理。

第二章 基本原则

第五条 商业银行销售理财产品，应当遵循诚实守信、勤勉尽责、如实告知原则。

第六条 商业银行销售理财产品，应当遵循公平、公开、公正原则，充分揭示风险，保护客户合法权益，不得对客户进行误导销售。

第七条 商业银行销售理财产品，应当进行合规性审查，准确界定销售活动包含的法律关系，防范合规风险。

第八条 商业银行销售理财产品，应当做到成本可算、风险可控、信息充分披露。

第九条 商业银行销售理财产品，应当遵循风险匹配原则，禁止误导客户购买与其风险承受能力不相符合的理财产品。风险匹配原则是指商业银行只能向客户销售风险评级等于或低于其风险承受能力评级的理财产品。

第十条 商业银行销售理财产品，应当加强客户风险提示和投资者教育。

第三章 宣传销售文本管理

第十一条 本办法所称宣传销售文本分为两类。

一是宣传材料，指商业银行为宣传推介理财产品向客户分发或者公布，使客户可以获得的

书面、电子或其它介质的信息，包括：

- （一）宣传单、手册、信函等面向客户的宣传资料；
- （二）电话、传真、短信、邮件；
- （三）报纸、海报、电子显示屏、电影、互联网等以及其它音像、通讯数据；
- （四）其它相关数据。

二是销售文件，包括：理财产品销售协议书、理财产品说明书、风险揭示书、客户权益须知等；经客户签字确认的销售文件，商业银行和客户双方均应留存。

第十二条 商业银行应当加强对理财产品宣传销售文本制作和发放的管理，宣传销售文本应当由商业银行总行统一管理和授权，分支机构未经总行授权不得擅自制作和分发宣传销售文本。

第十三条 理财产品宣传销售文本应当全面、客观反映理财产品的重要特性和与产品有关的重要事实，语言表述应当真实、准确和清晰，不得有下列情形：

- （一）虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；
- （二）违规承诺收益或者承担损失；
- （三）夸大或者片面宣传理财产品，违规使用安全、保证、承诺、保险、避险、有保障、高收益、无风险等与产品风险收益特性不匹配的表述；
- （四）登载单位或者个人的推荐性文字；
- （五）在未提供客观证据的情况下，使用“业绩优良”、“名列前茅”、“位居前列”、“最有价值”、“首只”、“最大”、“最好”、“最强”、“唯一”等夸大过往业绩的表述；
- （六）其它易使客户忽视风险的情形。

第十四条 理财产品宣传销售文本只能登载商业银行开发设计的该款理财产品或风险等级和结构相同的同类理财产品过往平均业绩及最好、最差业绩，同时应当遵守下列规定：

- （一）引用的统计数据、图表和数据应当真实、准确、全面，并注明来源，不得引用未经核实的数据；
- （二）真实、准确、合理地表述理财产品业绩和商业银行管理水平；
- （三）在宣传销售文本中应当明确提示，产品过往业绩不代表其未来表现，不构成新发理财产品业绩表现的保证。如理财产品宣传销售文本中使用仿真数据的，必须注明仿真数据。

第十五条 理财产品宣传销售文本提及第三方专业机构评价结果的，应当列明第三方专业评价机构名称及刊登或发布评价的渠道与日期。

第十六条 理财产品宣传销售文本中出现表达收益率或收益区间字样的，应当在销售文件中提供科学、合理的测算依据和测算方式，以醒目文字提醒客户，“测算收益不等于实际收益，投资须谨慎”。如不能提供科学、合理的测算依据和测算方式，则理财产品宣传销售文本中不得出现产品收益率或收益区间等类似表述。向客户表述的收益率测算依据和测算方式应当简明、清晰，不得使用小概率事件夸大产品收益率或收益区间，误导客户。

第十七条 理财产品宣传材料应当在醒目位置提示客户，“理财非存款、产品有风险、投资须谨慎”。

第十八条 理财产品销售文件应当包含专页风险揭示书，风险揭示书应当使用通俗易懂的语言，并至少包含以下内容：

(一) 在醒目位置提示客户，“理财非存款、产品有风险、投资须谨慎”；

(二) 提示客户，“如影响您风险承受能力的因素发生变化，请及时完成风险承受能力评估”；

(三) 提示客户注意投资风险，仔细阅读理财产品销售文件，了解理财产品具体情况；

(四) 本理财产品类型、期限、风险评级结果、适合购买的客户，并配以示例说明最不利投资情形下的投资结果；

(五) 保证收益理财产品风险揭示应当至少包含以下表述：“本理财产品有投资风险，只能保证获得合同明确承诺的收益，您应充分认识投资风险，谨慎投资”；

(六) 保本浮动收益理财产品的风险揭示应当至少包含以下表述：“本理财产品有投资风险，只保障理财资金本金，不保证理财收益，您应当充分认识投资风险，谨慎投资”；

(七) 非保本浮动收益理财产品的风险揭示应当至少包含以下内容：本理财产品不保证本金和收益，并根据理财产品风险评级提示客户可能会因市场变动而蒙受损失的程度，以及需要充分认识投资风险，谨慎投资等内容；

(八) 客户风险承受能力评级，由客户填写；

(九) 风险揭示书还应当设计客户风险确认语句抄录，包括确认语句栏和签字栏；确认语句栏应当完整载明的风险确认语句为：“本人已经阅读风险揭示，愿意承担投资风险”，并在此语句下预留足够空间供客户完整抄录和签名确认。

第十九条 理财产品销售文件应当包含专页客户权益须知，客户权益须知应当至少包括以下内容：

- (一) 客户办理理财产品的流程；
- (二) 客户风险承受能力评估流程、评级具体含义以及适合购买的理财产品等相关内容；
- (三) 商业银行向客户进行信息披露的方式、渠道和频率等；
- (四) 客户向商业银行投诉的方式和程序；
- (五) 商业银行联络方式及其它需要向客户说明的内容。

第二十条 理财产品销售文件应当载明投资范围、投资资产种类和各投资资产种类的投资比例，并确保在理财产品存续期间按照销售文件约定比例合理浮动。市场发生重大变化导致投资比例暂时超出浮动区间且可能对客户预期收益产生重大影响的，应当及时向客户进行信息披露。商业银行根据市场情况调整投资范围、投资品种或投资比例，应当按照有关规定进行信息披露后方可调整；客户不接受的，应当允许客户按照销售文件的约定提前赎回理财产品。

第二十一条 理财产品销售文件应当载明收取销售费、托管费、投资管理费等相关收费项目、收费条件、收费标准和收费方式。销售文件未载明的收费项目，不得向客户收取。商业银行根据相关法律和国家政策规定，需要对已约定的收费项目、条件、标准和方式进行调整时，应当按照有关规定进行信息披露后方可调整；客户不接受的，应当允许客户按照销售文件的约定提前赎回理财产品。

第二十二条 商业银行应当按照销售文件约定及时、准确地进行信息披露；产品结束或终止时的信息披露内容应当包括但不限于实际投资资产种类、投资品种、投资比例、销售费、托管费、投资管理费和客户收益等。理财产品未达到预期收益的，应当详细披露相关信息。

第二十三条 理财产品名称应当恰当反映产品属性，不得使用带有诱惑性、误导性和承诺性的称谓以及易引发争议的模糊性语言。理财产品名称中含有拟投资资产名称的，拟投资该资

产的比例须达到该理财产品规模的 50%（含）以上；对挂钩性结构化理财产品，名称中含有挂钩资产名称的，需要在名称中明确所挂钩标的资产占理财资金的比例或明确是用本金投资的预期收益挂钩标的资产。

第四章 理财产品风险评级

第二十四条 商业银行应当采用科学、合理的方法对拟销售的理财产品自主进行风险评级，制定风险管控措施，进行分级审核批准。理财产品风险评级结果应当以风险等级体现，由低到高至少包括五个等级，并可根据实际情况进一步细分。

第二十五条 商业银行应当根据风险匹配原则在理财产品风险评级与客户风险承受能力评估之间建立对应关系；应当在理财产品销售文件中明确提示产品适合销售的客户范围，并在销售系统中设置销售限制措施。

第二十六条 商业银行对理财产品进行风险评级的依据应当包括但不限于以下因素：

- （一）理财产品投资范围、投资资产和投资比例；
- （二）理财产品期限、成本、收益测算；
- （三）本行开发设计的同类理财产品过往业绩；
- （四）理财产品运营过程中存在的各类风险。

第五章 客户风险承受能力评估

第二十七条 商业银行应当对客户风险承受能力进行评估，确定客户风险承受能力评级，由低到高至少包括五级，并可根据实际情况进一步细分。

第二十八条 商业银行应当在客户首次购买理财产品前在本行网点进行风险承受能力评估。风险承受能力评估依据至少应当包括客户年龄、财务状况、投资经验、投资目的、收益预期、风险偏好、流动性要求、风险认识以及风险损失承受程度等。商业银行对超过 65 岁（含）的客户进行风险承受能力评估时，应当充分考虑客户年龄、相关投资经验等因素。商业银行完成客户风险承受能力评估后应当将风险承受能力评估结果告知客户，由客户签名确认后留存。

第二十九条 商业银行应当定期或不定期地采用当面或网上银行方式对客户进行风险承受能力持续评估。超过一年未进行风险承受能力评估或发生可能影响自身风险承受能力情况的客户，再次购买理财产品时，应当在商业银行网点或其网上银行完成风险承受能力评估，评估结果应当由客户签名确认；未进行评估，商业银行不得再次向其销售理财产品。

第三十条 商业银行应当制定本行统一的客户风险承受能力评估书。商业银行应当在客户风险承受能力评估书中明确提示，如客户发生可能影响其自身风险承受能力的情形，再次购买理财产品时应当主动要求商业银行对其进行风险承受能力评估。

第三十一条 商业银行为私人银行客户和高资产净值客户提供理财产品销售服务应当按照本办法规定进行客户风险承受能力评估。私人银行客户是指金融净资产达到 600 万元人民币及以上的商业银行客户；商业银行在提供服务时，由客户提供相关证明并签字确认。高资产净值客户是满足下列条件之一的商业银行客户：

- （一）单笔认购理财产品不少于 100 万元人民币的自然人；
- （二）认购理财产品时，个人或家庭金融净资产总计超过 100 万元人民币，且能提供相关

证明的自然人；

(三) 个人收入在最近三年每年超过 20 万元人民币或者家庭合计收入在最近三年内每年超过 30 万元人民币，且能提供相关证明的自然人。

第三十二条 商业银行分支机构理财产品销售部门负责人或经授权的业务主管人员应当定期对已完成的客户风险承受能力评估书进行审核。

第三十三条 商业银行应当建立客户风险承受能力评估信息管理系统，用于测评、记录和留存客户风险承受能力评估内容和结果。

第六章 理财产品销售管理

第三十四条 商业银行不得销售无市场分析预测、无风险管控预案、无风险评级、不能独立测算的理财产品，不得销售风险收益严重不对称的含有复杂金融衍生工具的理财产品。

第三十五条 商业银行不得无条件向客户承诺高于同期存款利率的保证收益率；高于同期存款利率的保证收益，应当是对客户有附加条件的保证收益。商业银行向客户承诺保证收益的附加条件可以是对理财产品期限调整、币种转换等权利，也可以是对最终支付货币和工具的选择权利等，承诺保证收益的附加条件所产生的投资风险应当由客户承担，并应当在销售文件明确告知客户。商业银行不得承诺或变相承诺除保证收益以外的任何可获得收益。

第三十六条 商业银行不得将存款单独作为理财产品销售，不得将理财产品与存款进行强制性搭配销售。商业银行不得将理财产品作为存款进行宣传销售，不得违反国家利率管理政策变相高息揽储。

第三十七条 商业银行从事理财产品销售活动，不得有下列情形：

- (一) 通过销售或购买理财产品方式调节监管指标，进行监管套利；
- (二) 将理财产品与其它产品进行捆绑销售；
- (三) 采取抽奖、回扣或者赠送实物等方式销售理财产品；
- (四) 通过理财产品进行利益输送；
- (五) 挪用客户认购、申购、赎回资金；
- (六) 销售人员代替客户签署文件；
- (七) 中国银监会规定禁止的其它情形。

第三十八条 商业银行应当根据理财产品风险评级、潜在客户群的风险承受能力评级，为理财产品设置适当的单一客户销售起点金额。风险评级为一级和二级的理财产品，单一客户销售起点金额不得低于 5 万元人民币；风险评级为三级和四级的理财产品，单一客户销售起点金额不得低于 10 万元人民币；风险评级为五级的理财产品，单一客户销售起点金额不得低于 20 万元人民币。

第三十九条 商业银行不得通过电视、电台渠道对具体理财产品进行宣传；通过电话、传真、短信、邮件等方式开展理财产品宣传时，如客户明确表示不同意，商业银行不得再通过此种方式向客户开展理财产品宣传。

第四十条 商业银行通过本行网上银行销售理财产品时，应当遵守本办法第二十八条规定；销售过程应有醒目的风险提示，风险确认不得低于网点标准，销售过程应当保留完整记录。

第四十一条 商业银行通过本行电话银行销售理财产品时，应当遵守本办法第二十八条规

定；销售人员应当是具有理财从业资格的银行人员，销售过程应当使用统一的规范用语，妥善保管客户信息，履行相应的保密义务。商业银行通过本行电话银行向客户销售理财产品应当征得客户同意，明确告知客户销售的是理财产品，不得误导客户；销售过程的风险确认不得低于网点标准，销售过程应当录音并妥善保存。

第四十二条 商业银行销售风险评级为四级（含）以上理财产品时，除非与客户书面约定，否则应当在商业银行网点进行。

第四十三条 商业银行向私人银行客户销售专门为其设计开发的理财产品或投资组合时，双方应当签订专门的理财服务协议，销售活动可按服务协议约定方式进行，但应当确保销售过程符合相关法律法规规定。

第四十四条 商业银行向机构客户销售理财产品不适用本办法有关客户风险承受能力评估、风险确认语句抄录的相关规定，但应当确保销售过程符合相关法律法规及本办法其它条款规定。商业银行向机构客户销售专门为其设计开发的理财产品，双方应当签订专门的理财服务协议，销售活动可以按服务协议约定方式执行，但应当确保销售过程符合相关法律法规规定。

第四十五条 对于单笔投资金额较大的客户，商业银行应当在完成销售前将包括销售文件在内的认购数据至少报经商业银行分支机构销售部门负责人审核或其授权的业务主管人员审核；单笔金额标准和审核权限，由商业银行根据理财产品特性和本行风险管理要求制定。已经完成销售的理财产品销售文件，应至少报经商业银行分支机构理财产品销售部门负责人或其授权的业务主管人员定期审核。

第四十六条 客户购买风险较高或单笔金额较大的理财产品，除非双方书面约定，否则商业银行应当在划款时以电话等方式与客户进行最后确认；如果客户不同意购买该理财产品，商业银行应当遵从客户意愿，解除已签订的销售文件。风险较高和单笔金额较大的标准，由商业银行根据理财产品特性和本行风险管理要求制定。

第四十七条 商业银行不得将其它商业银行或其它金融机构开发设计的理财产品标记本行标识后作为自有理财产品销售。商业银行代理销售其它商业银行理财产品应当遵守本办法规定，进行充分的风险审查并承担相应责任。

第四十八条 商业银行应当建立异常销售的监控、记录、报告和处理制度，重点关注理财产品销售业务中的不当销售和误导销售行为，至少应当包括以下异常情况：

- （一）客户频繁开立、撤销理财账户；
- （二）客户风险承受能力与理财产品风险不匹配；
- （三）商业银行超过约定时间进行资金划付；
- （四）其它应当关注的异常情况。

第七章 销售人员管理

第四十九条 本办法所称销售人员是指商业银行面向客户从事理财产品宣传推介、销售、办理申购和赎回等相关活动的人员。

第五十条 销售人员除应当具备理财产品销售资格以及相关法律法规、金融、财务等专业知识和技能外，还应当满足以下要求：

- （一）对理财业务相关法律、法规和监管规定等有充分了解和认识；

- (二) 遵守监管部门和商业银行制定的理财业务人员职业道德标准或守则；
- (三) 掌握所宣传销售的理财产品或向客户提供咨询顾问意见所涉及理财产品的特性，对有关理财产品市场有所认识和理解；
- (四) 具备相应的学历水平和工作经验；
- (五) 具备监管部门要求的行业资格。

第五十一条 销售人员从事理财产品销售活动，应当遵循以下原则：

- (一) 勤勉尽职原则。销售人员应当以对客户高度负责的态度执业，认真履行各项职责。
- (二) 诚实守信原则。销售人员应当忠实于客户，以诚实、公正的态度、合法的方式执业，如实告知客户可能影响其利益的重要情况和理财产品风险评级情况。
- (三) 公平对待客户原则。在理财产品销售活动中发生分歧或矛盾时，销售人员应当公平对待客户，不得损害客户合法权益。
- (四) 专业胜任原则。销售人员应当具备理财产品销售的专业资格和技能，胜任理财产品销售工作。

第五十二条 销售人员在向客户宣传销售理财产品时，应当先做自我介绍，尊重客户意愿，不得在客户不愿或不便的情况下进行宣传销售。

第五十三条 销售人员在为客户办理理财产品认购手续前，应当遵守本办法规定，特别注意以下事项：

- (一) 有效识别客户身份；
- (二) 向客户介绍理财产品销售业务流程、收费标准及方式等；
- (三) 了解客户风险承受能力评估情况、投资期限和流动性要求；
- (四) 提醒客户阅读销售文件，特别是风险揭示书和权益须知；
- (五) 确认客户抄录了风险确认语句。

第五十四条 销售人员从事理财产品销售活动，不得有下列情形：

- (一) 在销售活动中为自己或他人牟取不正当利益，承诺进行利益输送，通过给予他人财物或利益，或接受他人给予的财物或利益等形式进行商业贿赂；
- (二) 诋毁其它机构的理财产品或销售人员；
- (三) 散布虚假信息，扰乱市场秩序；
- (四) 违规接受客户全权委托，私自代理客户进行理财产品认购、申购、赎回等交易；
- (五) 违规对客户做出盈亏承诺，或与客户以口头或书面形式约定利益分成或亏损分担；
- (六) 挪用客户交易资金或理财产品；
- (七) 擅自更改客户交易指令；
- (八) 其它可能有损客户合法权益和所在机构声誉的行为。

第五十五条 商业银行应当向销售人员提供每年不少于 20 小时的培训，确保销售人员掌握理财业务监管政策、规章制度，熟悉理财产品宣传销售文本、产品风险特性等专业知识。培训记录应当详细记载培训要求、方式、时间及考核结果等，未达到培训要求的销售人员应当暂停从事理财产品销售活动。

第五十六条 商业银行应当建立健全销售人员资格考核、继续培训、跟踪评价等管理制度，不得对销售人员采用以销售业绩作为单一考核和奖励指标的考核方法，并应当将客户投诉情况、

误导销售以及其它违规行为纳入考核指标体系。商业银行应当对销售人员在销售活动中出现的违规行为进行问责处理，将其纳入本行人力资源评价考核系统，持续跟踪考核。对于频繁被客户投诉、查证属实的销售人员，应当将其调离销售岗位；情节严重的应当按照本办法规定承担相应法律责任。

第八章 销售内控制度

第五十七条 商业银行董事会和高级管理层应当充分了解理财产品销售可能存在的合规风险、操作风险、法律风险、声誉风险等，密切关注理财产品销售过程中各项风险管控措施的执行情况，确保理财产品销售的各项管理制度和风险控制措施体现充分了解客户和符合客户利益的原则。

第五十八条 商业银行应当明确规定理财产品销售的管理部门，根据国家有关法律法规及销售业务的性质和自身特点建立科学、透明的理财产品销售管理体系和决策程序，高效、严谨的业务运营系统，健全、有效的内部监督系统，以及应急处理机制。

第五十九条 商业银行应当建立包括理财产品风险评级、客户风险承受能力评估、销售活动风险评估等在内的科学严密的风险管理体系和内部控制制度，对内外部风险进行识别、评估和管理，规范销售行为，确保将合适的产品销售给合适的客户。

第六十条 商业银行应当建立健全符合本行情况的理财产品销售授权控制体系，加强对分支机构的管理，有效控制分支机构的销售风险。授权管理应当至少包括：

- （一）明确规定分支机构的业务权限；
- （二）制定统一的标准化销售服务规程，提高分支机构的销售服务质量；
- （三）统一信息技术系统和平台，确保客户信息的有效管理和客户资金安全；
- （四）建立清晰的报告路线，保持信息渠道畅通；
- （五）加强对分支机构的监督管理，采取定期核对、现场核查、风险评估等方式有效控制分支机构的风险。

第六十一条 商业银行应当建立理财产品销售业务账户管理制度，确保各类账户的开立和使用符合法律法规和相关监管规定，保障理财产品销售资金的安全和账户的有序管理。

第六十二条 商业银行应当制定理财产品销售业务基本规程，对开户、销户、数据变更等账户类业务，认购、申购、赎回、转换等交易类业务做出规定。

第六十三条 商业银行应当建立全面、透明、快捷和有效的客户投诉处理体系，具体应当包括：

- （一）有专门的部门受理和处理客户投诉；
- （二）建立客户投诉处理机制，至少应当包括投诉处理流程、调查程序、解决方案、客户反馈程序、内部反馈程序等；
- （三）为客户提供合理的投诉途径，确保客户了解投诉的途径、方法及程序，采用本行统一标准，公平和公正地处理投诉；
- （四）向社会公布受理客户投诉的方式，包括电话、邮件、信函以及现场投诉等并公布投诉处理规则；
- （五）准确记录投诉内容，所有投诉应当保留记录并存档，投诉电话应当录音；

（六）评估客户投诉风险，采取适当措施，及时妥善处理客户投诉；

（七）定期根据客户投诉总结相关问题，形成分析报告，及时发现业务风险，完善内控制度。

第六十四条 商业银行应当依法建立客户信息管理制度和保密制度，防范客户信息被不当使用。

第六十五条 商业银行应当建立文档保存制度，妥善保存理财产品销售环节涉及的所有文件、记录、录音等相关数据。

第六十六条 商业银行应当具备与管控理财产品销售风险相适应的技术支持系统和后台保障能力，尽快建立完整的销售信息管理系统，设置必要的信息管理岗位，确保销售管理系统安全运行。

第六十七条 商业银行应当建立和完善理财产品销售质量控制制度，制定实施内部监督和独立审核措施，配备必要的人员，对本行理财产品销售人员的操守资质、服务合规性和服务质量等进行内部调查和监督。内部调查应当采用多样化的方式进行。对理财产品销售质量进行调查时，内部调查监督人员还应当亲自或委托适当的人员，以客户身份进行调查。

内部调查监督人员应当在审查销售服务记录、合同和其它材料等基础上，重点检查是否存在不当销售的情况。

第九章 监督管理

第六十八条 中国银监会及其派出机构根据审慎监管要求，对商业银行理财产品销售活动进行非现场监管和现场检查。

第六十九条 商业银行销售理财产品实行报告制，报告期间，不得对报告的理财产品开展宣传销售活动。商业银行总行或授权分支机构开发设计的理财产品，应当由商业银行总行负责报告，报告材料应当经商业银行主管理财业务的高级管理人员审核批准。商业银行总行应当在销售前10日，将以下材料向中国银监会负责法人机构监管的部门或属地银监局报告（外国银行分行参照执行）：

（一）理财产品的可行性评估报告，主要包括：产品基本特性、目标客户群、拟销售时间和规模、拟销售地区、理财资金投向、投资组合安排、资金成本与收益测算、含有预期收益率的理财产品的收益测算方式和测算依据、产品风险评估及管控措施等；

（二）内部审核文件；

（三）对理财产品投资管理人、托管人、投资顾问等相关方的尽职调查文件；

（四）与理财产品投资管理人、托管人、投资顾问等相关方签署的法律文件；

（五）理财产品销售文件，包括理财产品销售协议书、理财产品说明书、风险揭示书、客户权益须知等；

（六）理财产品宣传材料，包括银行营业网点、银行官方网站和银行委托第三方网站向客户提供的理财产品宣传材料，以及通过各种媒体投放的产品广告等；

（七）报告材料联络人的具体联系方式；

（八）中国银监会及其派出机构要求的其它材料。商业银行向机构客户和私人银行客户销售专门为其开发设计的理财产品不适用本条规定。

第七十条 商业银行分支机构应当在开始发售理财产品之日起5日内，将以下材料向所在地中国银监会派出机构报告：

- （一）总行理财产品发售授权书；
- （二）理财产品销售文件，包括理财产品协议书、理财产品说明书、风险揭示书、客户权益须知等；
- （三）理财产品宣传材料，包括银行营业网点、银行官方网站和银行委托第三方网站向客户提供的产品宣传材料，以及通过各种媒体投放的产品广告等；
- （四）报告材料联络人的具体联系方式；
- （五）中国银监会及其派出机构要求的其它材料。商业银行向机构客户和私人银行客户销售专门为其开发设计的理财产品不适用本条规定。

第七十一条 商业银行应当确保报告材料的真实性和完整性。报告材料不齐全或者不符合形式要求的，应当按照中国银监会或其派出机构的要求进行补充报送或调整后重新报送。

第七十二条 商业银行理财业务有下列情形之一的，应当及时向中国银监会或其派出机构报告：

- （一）发生群体性事件、重大投诉等重大事件；
- （二）挪用客户资金或资产；
- （三）投资交易对手或其它信用关联方发生重大信用违约事件，可能造成理财产品重大亏损；
- （四）理财产品出现重大亏损；
- （五）销售中出现的其它重大违法违规行为。

第七十三条 商业银行应当根据中国银监会的规定对理财产品销售进行月度、季度和年度统计分析，报送中国银监会及其派出机构。商业银行应当在每个会计年度结束时编制本年度理财业务发展报告，应当至少包括销售情况、投资情况、收益分配、客户投诉情况等，于下一年度2月底前报送中国银监会及其派出机构。

第十章 法律责任

第七十四条 商业银行违反本办法规定开展理财产品销售的，中国银监会或其派出机构责令限期改正，情节严重或者逾期不改正的，中国银监会或其派出机构可以区别不同情形，根据《中华人民共和国银行业监督管理法》第三十七条规定采取相应监管措施。

第七十五条 商业银行开展理财产品销售业务有下列情形之一的，由中国银监会或其派出机构责令限期改正，除按照本办法第七十四条规定采取相关监管措施外，还可以并处二十万元以上五十万元以下罚款；涉嫌犯罪的，依法移送司法机关：

- （一）违规开展理财产品销售造成客户或银行重大经济损失的；
- （二）泄露或不当使用客户个人数据和交易记录造成严重后果的；
- （三）挪用客户资产的；
- （四）利用理财业务从事洗钱、逃税等违法犯罪活动的；
- （五）其它严重违反审慎经营规则的。

第七十六条 商业银行违反法律、行政法规以及国家有关银行业监督管理规定的，中国银

监会或其派出机构除依照本办法第七十四条和第七十五条规定处理外，还可以区别不同情形，按照《中华人民共和国银行业监督管理法》第四十八条规定采取相应监管措施。

第十一章 附 则

第七十七条 本办法中的“日”指工作日。

第七十八条 农村合作银行、城市信用社、农村信用社等其它银行业金融机构开展理财产品销售业务，参照本办法执行。

第七十九条 本办法由中国银监会负责解释。

第八十条 本办法自 2012 年 1 月 1 日起施行。

银监会有关部门负责人

就《商业银行理财产品销售管理办法》（征求意见稿）答记者问

为加强对商业银行理财业务的监督管理，促进商业银行理财业务健康发展，中国银监会起草了《商业银行理财产品销售管理办法》（以下简称《办法》），向社会各界公开征求意见。银监会有关部门负责人就相关问题回答记者提问。

1.制定《办法》的背景是什么？

答：2005 年以来，中国银监会颁布实施了《商业银行个人理财业务管理暂行办法》等一系列理财业务监管规章和规范性文件，对规范商业银行理财业务初期运行，保护客户合法权益，促进商业银行理财业务健康发展发挥了重要作用。实践证明，商业银行理财业务近年来的快速发展，有助于为金融消费者提供更丰富的投资工具，增加居民的财产性收入，有利于改善商业银行较为单一的存贷款业务结构，完善商业银行金融服务功能，提高综合竞争能力。

但是，部分商业银行理财业务在宣传销售文本管理、产品风险评级、客户风险承受能力评估、销售管理、销售人员管理、销售内控制度等方面还存在一些薄弱环节，甚至存在误导销售和错误销售等情况，使客户合法权益和商业银行声誉受到损害，不利于商业银行理财业务的健康发展。

中国银监会从保护客户合法权益的角度出发，在分析总结我国商业银行理财业务发展状况的基础上，依据我国现行金融法律制度，借鉴国内外理财业务监管实践经验，起草了《商业银行理财产品销售管理办法》，要求商业银行进一步加强理财业务风险管理，提高合规销售水平，防止误导销售，最终实现“将适合的产品卖给适合的客户”，真正为客户创造价值和财富。

2.制定《办法》的基本思路和《办法》的主要框架是什么？

答：制定《办法》的基本思路是强化对商业银行理财产品销售环节的规范，要求商业银行做好风险提示和信息披露，真正做到“卖者有责”，并在此基础上实现“买者自负”，最终实现“将适合的产品卖给适合的客户”，实现合规销售，充分保护客户的合法权益。

《办法》共 11 章，80 条。第一章总则，明确立法依据、监管范围和监管职责。第二章基

本原则，提出商业银行在理财产品销售过程中应遵循的基本原则。第三章宣传销售文本管理，规范理财产品宣传和销售文本的内容和制作方式。第四章理财产品风险评级，建立理财产品风险等级制度。第五章客户风险承受能力评估，明确影响客户风险承受能力的因素，风险评估频率和方式，以及客户分类标准。第六章理财产品销售管理，对理财产品的销售提出具体规范要求。第七章销售人员管理，对销售人员从业资格、销售行为、考核机制、职业操守等提出规范性要求。第八章销售内控制度，规范销售环节的内控制度、风险管理制度。第九章监督管理，对理财产品发售前和发售后的报告制度、现场和非现场监管规定以及年度报告做出规定。第十章法律责任，明确法律责任和处罚措施。第十一章附则，对其他相关问题做出规定。

3.《办法》如何有利于保护客户合法权益？

答：《办法》从三个方面做出明确规定：一是要求商业银行必须在理财产品销售文件中制作专页风险揭示书，内容至少应包括风险提示语句、产品类型、产品风险评级及适合购买的客户评级、示例说明最不利投资情形和结果、客户风险承受能力评级、风险确认语句抄录等。二是要求商业银行必须在理财产品销售文件中制作专页客户权益须知，内容至少应包括办理理财产品的业务流程、客户风险承受能力评估流程、商业银行进行信息披露的方式、渠道和频率等内容。三是要求商业银行按规定对理财产品进行风险评级，对客户进行风险承受能力评估，按照风险匹配原则，将适合的产品卖给适合的客户。

4.为什么要规定“风险匹配原则”？

答：《办法》要求商业银行开展理财产品销售应遵循风险匹配原则，主要原因有两个方面。一是从保护客户合法权益角度，要求商业银行按照风险匹配原则审慎尽责开展理财产品销售，客户只能购买风险评级等于或低于其自身风险承受能力评级的理财产品。二是为防止误导销售和错误销售，商业银行应对理财产品进行评级，对客户风险承受能力进行评级，按照风险匹配原则的目的就要求银行做到“将适合的产品卖给适合的客户”。

5.为什么要对产品和客户进行风险评级？

答：“按照风险匹配原则，将适合的产品卖给适合的客户”是制定《办法》的基本指导思想。要做到风险匹配就必须有标准和尺度。我们认为，按照一定标准对理财产品 and 客户进行风险评级，将某一风险级别的理财产品卖给同一风险承受能力级别或更高风险承受级别的客户，才能实现真正意义上的风险匹配，避免出现误导销售的情形。因此，《办法》提出要对客户和产品分别进行评级。

6.为什么要建立客户风险承受能力持续评估制度？

答：根据客户风险承受能力评估依据，例如客户年龄、财务状况、投资经验等，我们可以看到，当这些因素发生变化时，客户风险承受能力将会受到影响。例如，随着客户财务状况和实力不断增强，其风险承受能力也会相应提高；随着客户年龄变化，其风险承受能力可能会发生变化。如果客户风险承受能力发生了变化，但没有及时进行风险承受能力再评级，就可能会导致误导销售。

为避免此类事件的发生，《办法》明确要求：“商业银行应当在客户风险承受能力评估书中明确提示，如客户发生可能影响其自身风险承受能力的状况，再次购买理财产品时应当主动要求商业银行对其进行风险承受能力评估。”

7.如何体现风险可控、成本可算、信息披露充分的原则？

答：风险可控、成本可算、信息披露充分的原则具体体现在：商业银行必须事先制定有针对性的风险管理措施和应急预案（“风险可控”），必须清楚产品的风险收益特性（“成本可算”），必须在产品销售之时进行充分的风险揭示，在产品存续期间和终结之时进行充分的信息披露（“信息充分披露”）。例如，《办法》规定，商业银行不得销售无市场分析预测、无风险管控预案、无风险评级、不能独立测算的理财产品。再如，为强化信息披露要求，《办法》对理财产品宣传销售文本和相关制度等做出了一系列详细规定，对产品风险揭示、投资信息、收费、投诉等提出了一系列信息披露的具体要求。

8.对宣传销售材料如何进行规范？

答：《办法》对宣传销售材料的规范要体现在三个方面：一是按照宣传材料和销售文件分别进行了明确界定。二是对宣传销售材料制作和发放进行管理。三是对宣传销售材料的内容及语言表述做出规定。

9.对销售人员的管理如何规范？

答：《办法》对销售人员的规范主要体现在，一是明确了销售人员应具备的知识技能；二是对商业银行对销售人员的考核奖励提出监管规范要求；三是销售人员在销售环节应注意的基本事项；四是销售环节不得出现的易造成不当销售的情形。

10.《办法》对高端客户如何界定？

答：银监会根据我国商业银行理财业务发展实际，参考其它国家和地区的经验，在广泛听取中外资银行意见的基础上，在《办法》中将个人高端客户分为私人银行客户和高资产净值客户。其中：私人银行客户是指金融资产达到 600 万元人民币及以上的商业银行客户。高资产净值客户是满足下列条件之一的商业银行客户：（1）单笔认购理财产品份额不少于 100 万元人民币的自然人；（2）认购理财产品时，个人或家庭金融资产总计超过 100 万元人民币的自然人；（3）个人收入在最近三年每年超过 20 万元人民币或者夫妻双方合计收入在最近三年内每年超过 30 万元人民币的自然人。高资产净值客户标准与国内集合信托计划合格客户标准基本保持一致。

11.针对私人银行客户和机构客户，《办法》有什么特别规定？

答：考虑到私人银行客户特点，对其作了专门规定。商业银行向私人银行客户销售专门为其设计开发理财产品的，双方应当签订专门的理财服务协议，销售活动可按服务协议约定方式执行，但要确保销售过程符合国家相关法律法规的规定。

针对机构客户的特点，《办法》也做出专门规定。（1）商业银行向机构客户销售理财产品不适用《办法》有关客户风险承受能力评估、风险确认语句抄录的相关规定，但要确保销售过程符合国家相关法律法规及《办法》其他条款要求。（2）商业银行向机构客户销售专门为其设计开发理财产品的，双方应当签订专门的理财服务协议，销售活动可按服务协议约定方式执行，但要确保销售过程符合包括《办法》在内的监管规定。

12.如何使客户投诉能够得到有效处理？

答：《办法》要求商业银行应当建立全面、透明、快捷和有效的客户投诉处理体系。同时对于建立客户投诉处理体系的具体要求也做出了明确规定。

13.《办法》与现行的相关规定是什么关系？适用范围是什么？

答：《办法》为部门规章。已发布的理财业务监管规章和规范性文件中相关内容中与《办法》

有冲突和矛盾的地方，将以《办法》为准。农村合作银行、城市信用社、农村信用社等其他银行业金融机构开展理财产品销售，将参照《办法》执行。考虑到部分商业银行需要根据《办法》的规定进行系统改造和修改内部规章制度，《办法》拟自 2012 年 1 月 1 日起施行。