附件：

**南京银行个人理财产品销售管理办法**

# 总 则

1. 为规范南京银行股份有限公司（以下简称“本行”）的个人理财产品销售业务，提高本行理财产品销售服务水平，维护本行和客户合法利益，根据《商业银行理财产品销售管理办法》、《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》等有关法规，结合本行实际，制定本办法
2. 本办法所称个人理财产品 (以下简称理财产品)销售是指本行营业机构将本行开发设计的理财产品向个人客户（以下简称客户）宣传推介、销售、办理申购、赎回等活动。
3. 本办法所称理财产品，系指本行在对潜在目标客户群进行分析、研究的基础上，针对特定目标客户群开发、设计并销售的，冠以本行名义的本外币资金投资和管理计划。
4. 本行分支机构及营销服务人员开展理财产品销售，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、本行和客户合法权益。
5. 本办法适用于本行开展理财产品销售的部门、分支机构和销售服务及管理人员。

# 组织职责

1. 总行个人业务部是理财产品销售管理部门。结合本行实际，本行理财产品销售组织架构是以总行各职能管理部门为管理机构，各分支机构为销售机构，负责辖内客户经理(理财类)团队，本行或本行认可的第三方（外部）服务机构为智囊团，稳步推进本行私人银行服务工作。
2. 理财产品销售管理职责涉及：总行个人业务部、风险管理部、金融市场部、人力资源部、营运管理部等职能管理部门。

（一）总行个人业务部是本行理财产品面向个人客户销售的主管部门，负责制定各项管理制度，对销售工作、相关风险管理提出意见和要求，并对管理制度及规定执行情况，进行监督、检查和组织落实。

（二）总行风险管理部为全行理财业务风险管理的牵头部门，负责对每期理财计划进行风险评估，出具《风险意见书》，明确列示相关理财产品的风险等级，并监督销售机构进行适宜销售。

（三）总行金融市场部是本行理财资产配置部门，负责理财计划资产配置、资金运作、市场交易及产品信息提供、收益分配等工作。

（四）总行人力资源部是本行理财产品销售人力资源管理部门，根据监管部门相关要求，负责本行审核和批准理财产品销售专职人员的配置、培训和考核。

（五）总行营运管理部是本行理财产品资金清算部门，具体负责各类理财计划业务系统的资金清算，理财计划发行和兑付的资金清算和划付。

1. 理财产品销售经营机构。

本行各分支机构。

（1）负责执行全行理财产品营销计划，依据当地实际进行必要的调整，并负责组织、协调和推进理财产品销售在辖内的实施；

（2）负责辖内营销管理工作，包括制定辖内理财产品营销任务目标及考核计划、指导辖内各理财工作室开展营销工作、统计分析营销业绩等；

（3）负责分析、研究辖内理财客户需求，提出满足客户需求的解决方案、建议，并负责协调、整合各方资源丰富理财产品与服务，包括协助理财产品开发、洽谈开发理财客户增值服务等；

（4）负责辖内理财经理岗位的垂直管理、加强对理财经理的培训，提升理财营销服务水平；

（5）负责提出辖内理财产品宣传推广需求并配合相关部门实施。

# 理财产品销售基本原则

1. 本行销售理财产品，应当遵循诚实守信、勤勉尽责、如实告知原则。
2. 本行私人银行客户准入标准为具有等值600万人民币可投资金融资产的客户。可投资金融资产包括现金、银行存款、基金、股票、理财产品等，客户的金融资产不局限于本行。
3. 本行销售理财产品，应当遵循公平、公开、公正原则，充分揭示风险，不得对客户进行误导销售。
4. 本行销售理财产品，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。
5. 本行销售理财产品，应当做到成本可算、风险可控、信息披露充分。
6. 本行销售理财产品，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。

风险匹配原则是指客户只能购买风险等级等于或低于自身风险承受能力评级的理财产品。

1. 销售理财产品，应当加强客户风险提示和投资者教育。

# 理财产品宣传销售文本管理

1. 本办法所称宣传销售文本分为两类。

一类是宣传材料，指本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、电子或其他介质的信息，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、互联网等以及其他音像、通讯资料；

（四）其他相关资料。

一类是销售文件，指需要客户签字确认的文件，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，本行和客户双方均应留存。

1. 理财产品宣传销售文本由本行总行统一管理、设计、制作和授权使用，各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。
2. 理财产品宣传销售文本应当全面、如实、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）其他易使客户忽视风险的情形。

1. 理财产品宣传销售文本只能登载本行开发设计的风险等级相同的同类理财产品过往平均业绩及最好、最差业绩，但应当遵守下列规定：

（一）引用的统计数据、图表和资料应当真实、准确、全面，并注明来源；不得引用未经核实的数据；使用模拟数据的，必须注明模拟数据；

（二)真实、准确、合理地表述理财产品业绩和本行管理水平；

（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。

1. 理财产品宣传销售文本提及第三方（外部）专业机构评价结果的，应当列明第三方（外部）专业评价机构名称及刊登或发布评价的日期。

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。

1. 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”。
2. 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，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、预期收益、风险等级、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至少包含以下内容：根据理财产品风险等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。

1. 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）本行向客户进行信息披露的方式、渠道和频率等；

（四）客户向本行投诉的方式和程序；

（五）本行及理财客户经理联络方式及其他需要向客户说明的内容。

1. 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。

本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。

1. 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。

本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。

1. 本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。
2. 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。

当理财产品名称含有拟投资资产的名称时，拟投资该资产的规模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，当名称含有挂钩资产的名称时，需要在名称中明确挂钩资产比例。

# 风险等级

1. 本行应在科学分析的基础上，根据每期理财计划运作方式与投资范围，及理财计划所承担各类风险的程度，对其进行综合风险评估，并确定其风险等级。
2. 本行理财计划风险等级由低到高分为五个等级，分别为低（一级）、中低（二级）、中（三级）、中高（四级）和高（五级）。
3. 本行应当根据风险匹配原则在理财产品风险等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，并应当在销售系统中设置销售限制。
4. 本行对理财产品进行风险等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）自主研发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。

# 客户风险承受能力评估

1. 本行应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，包括五级，分别为：低（一级）、中低（二级）、中（三级）、中高（四级）和高（五级）。
2. 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。

本行对超过65岁（含）的客户进行风险承受能力评估时，充分考虑到客户年龄、相关投资经验等因素，其风险承受能力上限限定为：中（三级）。

本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。

1. 本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持续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，应当在本行行网点或本行网上银行完成风险承受能力持续评估，评估结果应当由客户签名确认；未进行持续评估，不能再次购买理财产品。

1. 本行应制定统一的客户风险承受能力评估书。

本行应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况，再次购买理财产品时应当主动要求本行对其进行风险承受能力评估。

1. 本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资产达到600万元人民币及以上的银行客户；本行在提供服务时，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本行客户：

（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。

1. 本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。
2. 本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。

# 理财产品销售管理

1. 本行不得销售无市场分析预测、无风险管控预案、无风险等级、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。
2. 本行及本行工作人员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。
3. 本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。

本行及本行工作人员不得承诺或变相承诺除保证收益以外的任何可获得收益。

1. 不得将存款单独作为理财产品销售，不得将存款与理财产品强制性搭配销售。

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。

1. 本行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）将理财产品与其他产品进行捆绑销售；

（三）采取抽奖、回扣或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他情形。

1. 本行应根据理财产品风险等级、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。

风险等级为一级和二级（低、中低）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；风险等级为三级和四级（中、中高）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；风险等级为五级（高）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。

1. 本行及分支机构不得通过电视、电台等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，本行不能再通过此种方式向客户开展理财产品宣传。
2. 通过本行网上银行销售理财产品时，应当遵守本办法第三十五条规定；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。
3. 通过本行电话银行销售理财产品时，应当遵守本办法第三十五条规定；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。

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。

1. 本行销售风险等级为四级（含）以上理财产品时，除非与客户约定，否则销售应当在本行网点进行。
2. 本行向私人银行客户销售专门为其设计开发的理财产品时，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国家相关法律法规规定。
3. 对于单笔投资金额较大的客户，理财客户经理应当在完成销售前将包括销售文件在内的认购资料上报所在分支机构销售部门负责人审核或经其授权的业务主管人员审核；单笔金额标准和审核权限，由本行根据理财产品特性和本行风险管理要求制定。

对已经完成销售的理财产品销售文件，本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定期审核。

1. 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，否则本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，本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，由本行根据理财产品特性和本行风险管理要求制定。

1. 本行不得将其他商业银行或其他金融机构开发设计的理财产品标记放在本行标识后作为自有理财产品销售。

本行代理销售其他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。

1. 本行应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）本行超过约定时间进行资金划付；

（四）其他应当关注的异常情况。

# 销售人员管理

1. 本办法所称销售人员是指本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。
2. 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）遵守监管部门和本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。

1. 销售人员从事理财产品销售活动时，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等级情况；

（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。

1. 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，并应当尊重客户意愿，不得在客户不愿或不便的情况下进行宣传销售。
2. 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，并应当特别注意以下事项：

（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。

1. 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） 诋毁其他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）从事其它任何可能有损客户合法权益和所在机构声誉的行为。

1. 本行应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。

1. 本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、误导销售以及其他违规行为纳入考核指标体系。

本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。

对于被客户频繁投诉且投诉事实经查实的销售人员，应当将其调离销售岗位，情节严重的应按照本办法规定承担相应法律责任。

# 销售内控制度

1. 本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。
2. 本行除明确规定理财产品销售的管理部门，还应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。
3. 本行应当建立包括理财产品风险等级、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。
4. 本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。

1. 本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。
2. 本行应当制定理财产品销售业务基本规程，对开户、销户、资料变更等账户类业务，认购、申购、赎回、转换等交易类业务做出规定。
3. 本行应当建立全面、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。

1. 本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。
2. 本行应建立文档保存制度，妥善保存理财产品销售环节涉及的所有文件、记录、录音等相关资料。
3. 本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。
4. 本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、合同和其他材料等基础上，重点检查是否存在不当销售的情况。

# 监督管理

1. 销售理财产品实行报告制。报告材料应当经本行主管理财业务的高级管理人员审核批准，并应当在销售前10日，由总行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：

（一）理财产品的可行性评估报告，主要内容包括：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，包括销售协议书、产品说明书、风险揭示书等需要客户进行签字确认的销售文件；

（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他材料。

1. 本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、风险揭示书等需要客户签字确认的销售文件；

（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他材料。

1. 本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。
2. 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）投资交易对手或其他信用关联方发生重大信用违约事件，可能会造成理财产品重大亏损；

（四）理财产品出现重大亏损 ；

（五）销售中出现的其他重大违法违规行为。

1. 本行应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。
2. 本行应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月底前报中国银监会及其派出机构。

# 附 则

1. 本办法中的“日”指工作日。
2. 本办法由南京银行股份有限公司负责制定、解释和修改。
3. 本办法自发布之日起施行。