8--中国银行业监督管理委员会关于印发  
《商业银行外部营销业务指导意见》的通知  
（银监发〔2005〕20号）

各银监局，各国有商业银行、股份制商业银行：

现将《商业银行外部营销业务指导意见》印发给你们。请各银监局将本指导意见转发至辖内各银监分局，各城市商业银行、外资独资银行、中外合资银行和外国银行分行；各商业银行要将本指导意见转发至各分支机构。

二00五年四月二十五日

**商业银行外部营销业务指导意见**

**一、为了规范发展商业银行外部营销业务，保障银行合法合规经营，防止外部营销活动中不规范的推介行为损害银行声誉，有效保护消费者权益，特制定本指导意见。**

二、本指导意见所称商业银行（以下简称银行）是指在中华人民共和国境内依法设立的商业银行，包括国有商业银行、股份制商业银行、城市商业银行、外资独资银行、中外合资银行和外国银行分行。

**三、本指导意见所称外部营销是指银行在经监管部门批准的固定营业场所以外，由银行外部营销人员向消费者推介个人银行业务或零售银行业务的各类产品和服务的活动，包括：设立临时性摊位或路演地点、租用相对固定场所进行银行产品和服务介绍，外部营销人员上门造访与本银行尚无业务关系的客户等非实际交易性活动。不包括通过电话、互联网等渠道进行的实际销售活动或其他交易行为。**

四、本指导意见所称外部营销人员是指银行负责招聘及用工管理的从事外部营销业务的银行内部员工，以及银行使用外部人力资源管理代理机构负责用工管理的外聘外部营销人员。银行应严格按照本指导意见的有关规定使用和管理外聘外部营销人员。

**五、银行采取外部营销方式推介银行产品和服务，必须遵循以下原则：**

（一）外部营销推介的产品及服务必须在银行的业务范围之内。外部营销的业务范围仅限于银行综合信息的介绍，推介银行产品，寻找和开拓客户资源，分发空白的金融产品与服务的申请文件。不得收取已经消费者填写的金融产品与服务的申请文件，不得接触现金及其他银行业务凭证和法律文件。

银行产品和服务的每个处理环节必须在经监管部门批准的银行固定营业场所内完成。

（二）银行从事外部营销业务应向所在地银监会派出机构报告，报告内容应至少包括拟推介产品的种类、操作程序、内控制度、培训计划、外部营销人员的聘用方式、管理架构、薪酬计算方法、监督检查机制、外部营销人员资质等级分类制度等。

（三）采取设立摊位或路演地点、租用相对固定场所开展外部营销活动的地域范围仅限于银行注册地址所在城市的行政区域。

（四）外部营销场所不得长期持续存在，摊位使用或租用时间一个季度累计不得超过15天；连续使用或租用时间不得超过48小时。银行参加外部组织的大型会展活动的，经向所在地银监会派出机构报告，可将连续使用或租用时间延长至展销会期限。

（五）外部营销人员在从事外部营销业务时，必须佩戴所属银行的标识，并出示载有本人姓名、所属银行、客户投诉电话等相关信息的名片。

（六）银行必须对产品进行充分的信息披露和风险揭示，确保消费者对银行所提供的产品和服务做出正确的评价，确保消费者在购买该产品之前已知晓并理解相关风险。

（七）银行不得采用不正当方式促销。银行在推介产品和服务时，向消费者提供的赠品或免费发放物品的价值应控制在合理范围之内。

**六、银行应加强对外部营销人员资质的管理。**

（一）银行应建立严格的聘用制度。在聘用外部营销人员时，应有严格的录用程序，确保外部营销人员具备必要的相关知识和能力。

（二）银行应建立外部营销人员资质考核制度、资质等级分类制度。对外部营销人员的资质和能力进行考核、分类，保证推介不同风险等级产品的外部营销人员具备相应的专业知识和经验。分类制度应包括资质分类标准、资质分类与推介产品之间的对应关系，以及外部营销人员分类名单等。银行应将资质分类制度在外部营销过程中以适当的方式披露给消费者。

（三）银行应对外部营销人员的人数进行一定控制，以保证银行有足够的能力实施对外部营销人员的有效管理。

（四）外部营销人员不得兼任本银行以外的任何职务；银行聘用外部营销人员时应要求其出具原所在机构的推荐信或者无不良记录的确认书。

（五）银行应建立完整的外部营销人员档案。

**七、银行应建立完善的培训机制。对外部营销人员的培训应包括岗前培训和在职培训。**

（一）外部营销人员上岗前，银行应对其进行系统规范的业务培训和职业道德培训。培训内容至少包括金融行业特点、银行产品知识、风险控制、客户服务礼仪、相关法律法规和职业道德等。银行应通过适当方式测试培训效果，作为上岗资格认证的依据。

（二）银行应编写相应培训资料，并由具有丰富银行从业经验的培训师来完成培训任务。

（三）在职培训应定期实施，内容至少包括更新业务知识及重申合规要求等。

**八、银行应加强外部营销内部管理、内部控制制度的建设。**

（一）银行应针对外部营销业务制定详细严格的操作程序和内部控制制度。内控制度至少包括外部营销行为规范、培训计划以及监督检查机制等内容。

（二）银行应建立客户投诉处理和差错处理程序，确保客户投诉和差错能够得到妥善处理，并能够迅速采取适当的补救措施。银行应定期向监管部门上报投诉情况和处理情况、内部监督检查结果等。

（三）银行在外部营销人员的考核、奖励制度建设方面，不应以推介业绩为惟一指标，还应设置合规性和客户满意度等指标。

（四）银行应建立完整的外部营销宣传材料的文档记录。

**九、银行应加强保护消费者权益的管理措施。**

（一）银行应规范外部营销活动中的推介行为。外部营销人员不得向客户进行误导性及欺骗性的宣传解释，不得虚假预测或夸大陈述产品的风险和收益。对由于外部营销人员的违法违规行为造成客户损失的，银行必须承担相应的责任。

（二）银行应规范外部营销的宣传推介材料。宣传推介材料必须真实、准确，应由消费者承担的费用、佣金的详情必须公开、透明。对于价格浮动或收益浮动产品的推介，银行必须在相关材料中以易于理解的方式明示。不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；不得有夸大或者片面的宣传。

（三）对通过外部营销推介的产品，银行应进行充分的风险提示。风险提示应以明显的和易于理解的文字表达在宣传材料和产品与服务的申请文件中，提示内容的表述应真实、清晰、充分，示范的案例应具有代表性。

（四）外部营销人员应严格遵循对客户资料保密的原则。

（五）银行在外部营销活动中，如遇到消费者对外部营销推介的材料或信息的可靠性和安全性有任何疑问，应能够向消费者提供直接查询服务。

**十、银行用于外部营销宣传的传媒工具不受限制，可以包括发放产品手册，在杂志、报刊、电台、电视及网站上刊登广告等多种方式。但对外宣传应当避免夸张、虚假的内容，保障宣传的真实性，并应满足本指导意见中有关营销范围、信息披露、保护消费者权益的相关要求。**

**十一、对违反本指导意见规定的银行及有关责任人员，按照有关法律法规进行处罚。**

十二、本指导意见由中国银行业监督管理委员会负责解释。

**十三、本指导意见自发布之日起施行。**