



中华人民共和国国家标准

GB/T 32313—2015

GB/T 32313—2015

商业银行个人理财服务规范

Personal financial business service specifications of commercial banks

中华人民共和国
国家标准
商业银行个人理财服务规范
GB/T 32313—2015

*

中国标准出版社出版发行
北京市朝阳区和平里西街甲2号(100029)
北京市西城区三里河北街16号(100045)
网址 www.spc.net.cn
总编室:(010)68533533 发行中心:(010)51780238
读者服务部:(010)68523946
中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷
各地新华书店经销

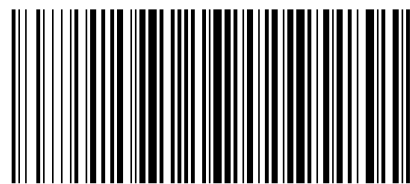
*

开本 880×1230 1/16 印张 1 字数 18 千字
2016年1月第一版 2016年1月第一次印刷

*

书号: 155066·1-53798 定价 18.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换
版权专有 侵权必究
举报电话:(010)68510107



GB/T 32313—2015

2015-12-28 发布

2016-06-01 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国国家标准化管理委员会 发布

参 考 文 献

- [1] 中国银行业监督管理委员会. 商业银行个人理财业务管理暂行办法(银监会令〔2005〕2号), 2005-09-24.
- [2] 中国银行业监督管理委员会. 关于印发《商业银行个人理财业务风险管理指引》的通知(银监发〔2005〕63号), 2005-09-24.
- [3] 中国银行业监督管理委员会. 商业银行理财产品销售管理办法(银监会令〔2011〕5号), 2011-08-28.
- [4] 中国银行业监督管理委员会. 中国银监会关于规范商业银行理财业务投资运作有关问题的通知(银监发〔2013〕8号), 2013-03-25.
- [5] 中国人民银行. 中国人民银行金融消费者权益保护工作管理办法(试行)(银办发〔2013〕107号), 2013-05-08.
- [6] 中国银行业监督管理委员会. 中国银监会关于印发银行业消费者权益保护工作指引的通知(银监发〔2013〕38号), 2013-08-30.
- [7] 中国银行业监督管理委员会. 中国银监会关于完善银行理财业务组织管理体系有关事项的通知(银监发〔2014〕35号), 2014-07-10.

目 次

前言 III

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 服务基本原则 2

 4.1 合规性 2

 4.2 完整性 2

 4.3 可靠性 2

 4.4 差异性 2

5 综合管理 2

 5.1 基本要求 2

 5.2 投资管理 3

 5.3 风险管理 4

 5.4 核算管理 4

6 销售管理 4

 6.1 销售系统 4

 6.2 销售文本 4

 6.3 销售人员 5

 6.4 营销宣传 5

7 售后服务 6

 7.1 文档保存 6

 7.2 信息披露 6

 7.3 咨询服务 7

 7.4 投诉处理 7

 7.5 突发事件 7

 7.6 客户权益保护 7

参考文献 8

6.4.3 宣传材料内容

宣传材料的内容应满足以下要求：

- a) 理财产品宣传材料应全面、客观反映理财产品的重要特性和与产品有关的重要事实,语言表述应真实、准确和清晰,不应有下列情形：
 - 1) 虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；
 - 2) 违规承诺收益或者承担损失；
 - 3) 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；
 - 4) 登载单位或者个人的推荐性文字；
 - 5) 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；
 - 6) 其他易使客户忽视风险的情形。
- b) 理财产品宣传材料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,同时应遵守下列规定：
 - 1) 引用的统计数据、图表和资料应真实、准确、全面,并注明来源,不得引用未经核实的数据；
 - 2) 真实、准确、合理地表述理财产品业绩和商业银行管理水平；
 - 3) 在宣传材料中应明确提示,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。如理财产品宣传材料中使用模拟数据的,应注明模拟数据。
- c) 理财产品宣传材料提及第三方专业机构评价结果的,应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。
- d) 理财产品宣传材料中出现表达收益率或收益区间字样的,应在文件中提供科学、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,则理财产品宣传材料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。
- e) 理财产品宣传材料应在醒目位置提示客户,“理财非存款、产品有风险、投资须谨慎”。

7 售后服务

7.1 文档保存

建立完善、明确的文档保存制度,根据监管部门的相关要求妥善保存理财产品销售环节涉及的所有文件、记录、录音、录像等相关资料,保证相关资料、文档的完整、保密。

7.2 信息披露

信息披露应满足以下要求：

- a) 有明确的信息披露处理部门,负责所售理财产品的信息披露及监控,跟踪理财产品生命周期内的全流程信息披露执行情况,并督促披露部门及时提供和披露应向客户披露的信息；
- b) 商业银行应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；
- c) 在投资顾问更换、产品投向变更、诉讼、重大风险事件等情况时披露理财产品的临时报告；

前 言

本标准按照 GB/T 1.1—2009 给出的规则起草。

本标准由中国人民银行提出。

本标准由全国金融标准化技术委员会(SAC/TC 180)归口。

本标准起草单位:中国金融电子化公司、中国工商银行、中国农业银行、交通银行、中国光大银行、招商银行、中国邮政储蓄银行。

本标准主要起草人:邬向阳、杨倩、邓琳莹、赵志兰、杨小琼、孟繁业、曹榕、杨皓凝、徐军鹏、陈元星、文彦娜、张沈荣、李卓凡、朱黎玮、陶仲伟。