

A11 《银行保险》

补充资料

近年来，加强监管、防范风险、推动保险业高质量发展的政策文件和监管规定密集出台。持续学习最新保险政策与监管要求，是保险从业人员履行岗位职责的必要条件，也是提升专业能力与服务水平的重要途径。为此，CICE 项目梳理与各科课程内容相关的现行有效政策文件，作为各科考试补充学习资料，以标准化单项选择题形式纳入相应课程的考试范围。

补充资料分值规则如下：单科补充资料为 1 项的，该科补充资料分值不超过 5 分；2—4 项的，不超过 10 分；5 项及以上的，不超过 15 分。

目录

国家金融监督管理总局关于商业银行代理保险业务有关事项的通知	2
保险销售行为管理办法	3
商业银行代理销售业务管理办法	16
金融机构产品适当性管理办法	28
《关于进一步加强银行代理渠道费用管理有关事项的通知》（金寿险函〔2026〕65 号）	39

国家金融监督管理总局关于商业银行代理保险业务有关事项的通知

各监管局，各保险公司，各政策性银行、大型银行、股份制银行、外资银行：

一、保险公司和商业银行开展保险代理业务合作，应当本着互利共赢、共同发展、保护消费者利益的原则，共同促进商业银行代理保险业务的持续健康发展。

二、商业银行代理互联网保险业务、电话销售保险业务和其他保险业务，各级分支行及网点均不限制合作保险公司数量。保险公司应当确保在合作区域内具备线下服务能力。

三、保险公司与商业银行开展保险代理业务合作，原则上应当由双方法人机构签订书面委托代理协议，确需由一级分支机构签订委托代理协议的，该一级分支机构应当事先获得其法人机构的书面授权，并在签订协议后，及时向其法人机构备案。同时，委托代理协议约定的佣金率不得超过保险公司法人机构产品备案的佣金水平。

四、自本通知发布之日起，《中国银保监会办公厅关于印发商业银行代理保险业务管理办法的通知》（银保监办发〔2019〕179号）第三十九条第二款废止。

国家金融监督管理总局

2024年4月28日

（此件发至监管分局与地方法人银行保险机构）

附：国家金融监督管理总局发布《关于商业银行代理保险业务有关事项的通知》

<http://www.nfra.gov.cn/cn/view/pages/ItemDetail.html?docId=1160961&itemId=917&generaltype=0>

保险销售行为管理办法

(2023 年 9 月 20 日国家金融监督管理总局令 2023 年第 2 号公布 自 2024 年 3 月 1 日起施行)

第一章 总 则

第一条 为保护投保人、被保险人、受益人的合法权益，规范保险销售行为，统一保险销售行为监管要求，根据《中华人民共和国保险法》《国务院办公厅关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》等法律、行政法规和文件，制定本办法。

第二条 保险公司为订立保险合同所开展的销售行为，保险中介机构、保险销售人员受保险公司委托或者与保险公司合作为订立保险合同所开展的销售行为，应当遵守本办法的规定。

本办法所称保险公司不包括再保险公司。

本办法所称保险中介机构包括：保险代理机构和保险经纪人。保险代理机构包括专业代理机构和兼业代理机构。

本办法所称保险销售人员包括：保险公司中从事保险销售的员工、个人保险代理人及纳入销售人员管理的其他用工形式的人员，保险代理机构中从事保险代理的人员，保险经纪人中从事保险经纪业务的人员。

第三条 除下列机构和人员外，其他机构和个人不得从事保险销售行为：

- (一) 保险公司和保险中介机构；
- (二) 保险销售人员。

保险公司、保险中介机构应当为其所属的保险销售人员办理执业登记。

第四条 保险销售行为应当遵循依法合规、平等自愿、公平适当、诚实守信等原

则，尊重和保障投保人、被保险人、受益人的合法权益。

第五条 本办法所称保险销售行为包括保险销售前行为、保险销售中行为和保险销售后行为。

保险销售前行为是指保险公司及受其委托或者与其合作的保险中介机构、保险销售人员为订立保险合同创造环境、准备条件、招揽保险合同相对人的行为。

保险销售中行为是指保险公司及受其委托或者与其合作的保险中介机构、保险销售人员与特定相对人为订立保险合同就合同内容进行沟通、商谈，作出要约或承诺的行为。

保险销售后行为是指保险公司及受其委托或者与其合作的保险中介机构、保险销售人员履行依照法律法规和监管制度规定的以及基于保险合同订立而产生的保单送达、回访、信息通知等附随义务的行为。

第六条 保险公司、保险中介机构应当以适当方式、通俗易懂的语言定期向公众介绍保险知识、发布保险消费风险提示，重点讲解保险条款中的专业性词语、集中性疑问、容易引发争议纠纷的行为以及保险消费中的各类风险等内容。

第七条 保险公司、保险中介机构应当按照合法、正当、必要、诚信的原则收集处理投保人、被保险人、受益人以及保险业务活动相关当事人的个人信息，并妥善保管，防止信息泄露；未经该个人同意，保险公司、保险中介机构、保险销售人员不得向他人提供该个人的信息，法律法规规章另有规定以及开展保险业务所必需的除外。

保险公司、保险中介机构应当加强对与其合作的其他机构收集处理投保人、被保险人、受益人以及保险业务活动相关当事人个人信息的行为管控，在双方合作协议中明确其他机构的信息收集处理行为要求，定期了解其他机构执行协议要求情况，发现其他机构存在违反协议要求情形时，应当及时采取措施予以制止和督促纠正，并依法

追究该机构责任。

第八条 保险公司、保险中介机构应当履行销售管理主体责任，建立健全保险销售各项管理制度，加强对与其有委托代理关系的保险销售人员身份和保险销售业务真实性管理，定期自查、评估制度有效性和落实情况；应当明确各级机构及其高级管理人员销售管理责任，建立销售制度执行、销售管控和内部责任追究机制，不得违法违规开展保险销售业务，不得利用开展保险销售业务为其他机构或者个人牟取不正当利益。

第九条 具有保险销售业务合作关系的保险公司、保险中介机构应当在相关协议中确定合作范围，明确双方的权利义务。保险公司与保险中介机构的保险销售业务合作关系应当真实，不得通过虚假合作套取费用。

保险中介机构应当依照相关法律法规规定及双方业务合作约定，并以相关业务开展所必需为限，将所销售的保险业务相关信息以及投保人、被保险人、受益人信息如实完整及时地提供给与其具有保险销售业务合作关系的保险公司，以利于保险公司与投保人订立保险合同。

保险公司应当支持与其具有保险销售业务合作关系的保险中介机构为投保人提供专业服务，依照相关法律法规规定及双方业务合作约定，并以相关业务开展所必需为限，将该保险中介机构所销售的保险业务相关保单存续期管理信息如实完整及时地提供给该保险中介机构，以利于该保险中介机构为投保人提供后续服务。

保险公司应当加强对与其具有保险销售业务合作关系的保险中介机构保险销售行为合规性监督，定期了解该保险中介机构在合作范围内的保险销售行为合规情况，发现该保险中介机构在从事保险销售中存在违反法律法规及合作协议要求情形时，应当及时采取措施予以制止和督促纠正，并依法追究该保险中介机构责任。

具有保险销售业务合作关系的保险公司、保险中介机构应当通过技术手段，实现

双方业务信息系统的互联互通、数据对接。

第十条 国家金融监督管理总局（以下简称金融监管总局）依据《中华人民共和国保险法》，对保险销售行为履行监督管理职责。

金融监管总局派出机构依据授权对保险销售行为履行监督管理职责。

第二章 保险销售前行为管理

第十一条 保险公司、保险中介机构不得超出法律法规和监管制度规定以及监管机构批准核准的业务范围和区域范围从事保险销售行为。保险销售人员不得超出所属机构的授权范围从事保险销售行为。

第十二条 保险公司、保险中介机构开展保险销售行为，应当具备相应的业务、财务、人员等信息管理系统和核心业务系统，确保系统数据准确、完整、更新及时，并与监管机构要求录入各类监管信息系统中的数据信息保持一致。

第十三条 保险公司应当依法依规制订保险合同条款，不得违反法律法规和监管制度规定，确保保险合同双方权利义务公平合理；按照要素完整、结构清晰、文字准确、表述严谨、通俗易懂等原则制订保险合同条款，推进合同文本标准化。

保险合同及相关文件中使用的专业名词术语，其含义应当符合国家标准、行业标准或者通用标准。

第十四条 保险公司应当按照真实、准确、完整的原则，在其官方网站、官方 APP 等官方线上平台公示本公司现有保险产品条款信息和该保险产品说明。保险产品说明应当重点突出该产品所使用条款的审批或者备案名称、保障范围、保险期间、免除或者减轻保险人责任条款以及保单预期利益等内容。

保险产品条款发生变更的，保险公司应当于变更条款正式实施前更新所对外公示的该保险产品条款信息和该保险产品说明。

保险公司决定停止使用保险产品条款的，除法律法规及监管制度另有规定的外，应当在官方线上平台显著位置和营业场所公告，并在公示的该保险产品条款信息和该保险产品说明的显著位置标明停止使用的起始日期，该起始日期不得早于公告日期。

第十五条 保险公司应当建立保险产品分级管理制度，根据产品的复杂程度、保险费负担水平以及保单利益的风险高低等标准，对本机构的保险产品进行分类分级。

第十六条 保险公司、保险中介机构应当支持行业自律组织发挥优势推动保险销售人员销售能力分级工作，在行业自律组织制定的销售能力分级框架下，结合自身实际情况建立本机构保险销售能力资质分级管理体系，以保险销售人员的专业知识、销售能力、诚信水平、品行状况等为主要标准，对所属保险销售人员进行分级，并与保险公司保险产品分级管理制度相衔接，区分销售能力资质实行差别授权，明确所属各等级保险销售人员可以销售的保险产品。

第十七条 保险公司、保险中介机构应当建立保险销售宣传管理制度，确保保险销售宣传符合下列要求：

（一）在形式上和实质上未超出保险公司、保险中介机构合法经营资质所载明的业务许可范围及区域；

（二）明示所销售宣传的是保险产品；

（三）不得引用不真实、不准确的数据和资料，不得隐瞒限制条件，不得进行虚假或者夸大表述，不得使用偷换概念、不当类比、隐去假设等不当宣传手段；

（四）不得以捏造、散布虚假事实等手段恶意诋毁竞争对手，不得通过不当评比、不当排序等方式进行宣传，不得冒用、擅自使用与他人相同或者近似等可能引起混淆的注册商标、字号、宣传册页；

（五）不得利用监管机构对保险产品的审核或者备案程序，不得使用监管机构为

该保险产品提供保证等引人误解的不当表述；

（六）不得违反法律、行政法规和监管制度规定的其他行为。

第十八条 保险销售人员未经授权不得发布保险销售宣传信息。

保险公司、保险中介机构对所属保险销售人员发布保险销售宣传信息的行为负有管理主体责任，对保险销售人员发布的保险销售宣传信息，应当进行事前审核及授权发布；发现保险销售人员自行编发或者转载未经其审核授权发布的保险销售宣传信息的，应当及时予以制止并采取有效措施进行处置。

第十九条 保险公司决定停止销售某一保险产品或者调整某一保险产品价格的，应当在官方线上平台显著位置和营业场所公告，但保险公司在经审批或者备案的费率浮动区间或者费率参数调整区间内调整价格的除外。公告内容应当包括停止销售或者调整价格的保险产品名称、停止销售或者价格调整的起始日期等信息，其中起始日期不得早于公告日期。

前款公告的停止销售或者调整价格的起始日期经过后，保险公司应当按照公告内容停止销售相应保险产品或者调整相应保险产品价格。

在保险公司未就某一保险产品发出停止销售或者调整价格的公告前，保险销售人员不得在保险销售中向他人宣称某一保险产品即将停止销售或者调整价格。

第二十条 保险公司、保险中介机构应当加强保险销售渠道业务管理，落实对保险销售渠道业务合规性的管控责任，完善保险销售渠道合规监督，不得利用保险销售渠道开展违法违规活动。

第三章 保险销售中行为管理

第二十一条 保险公司应当通过合法方式，了解投保人的保险需求、风险特征、保险费承担能力、已购买同类保险的情况以及其他与销售保险产品相关的信息，根据前

述信息确定该投保人可以购买本公司保险产品类型和等级范围，并委派合格保险销售人员销售该等级范围内的保险产品。

保险中介机构应当协助所合作的保险公司了解前款规定的投保人相关信息，并按照所合作保险公司确定的该投保人可以购买的保险产品类型和等级范围，委派合格保险销售人员销售该等级范围内的保险产品。

第二十二条 保险公司、保险中介机构销售人身保险新型产品的，应当向投保人提示保单利益的不确定性，并准确、全面地提示相关风险；法律、行政法规和监管制度规定要求对投保人进行风险承受能力测评的，应当进行测评，并根据测评结果销售相适应的保险产品。

第二十三条 保险公司、保险中介机构及其保险销售人员不得使用强制搭售、信息系统或者网页默认勾选等方式与投保人订立保险合同。

前款所称强制搭售是指因保险公司、保险中介机构的原因，致使投保人不能单独就某一个保险产品或者产品组合与保险公司订立保险合同的情形，以及自然人、法人、非法人组织在购买某一非保险类金融产品或者金融服务时，在未被告知保险产品或者保险服务的存在、未被提供自主选择权利行使条件的情况下，被要求必须同时与指定保险公司就指定保险产品订立保险合同的情形。

第二十四条 保险公司、保险中介机构以互联网方式销售保险产品的，应当向对方当事人提示本机构足以识别的名称。

保险销售人员以面对面方式销售保险产品的，应当向对方当事人出示执业证件；以非面对面方式销售保险产品的，应当向对方当事人说明本人姓名、所属保险公司或者保险中介机构全称、本人执业证件编号。

第二十五条 订立保险合同，采用保险公司提供的格式条款的，保险公司或者受其

委托及与其合作的保险中介机构、保险销售人员应当在投保人投保前以适当方式向投保人提供格式条款及该保险产品说明，并就以下内容向投保人作出明确提示：

（一）双方订立的是保险合同；

（二）保险合同的基本内容，包括保险产品名称、主要条款、保障范围、保险期间、保险费及交费方式、赔偿限额、免除或者减轻保险人责任的条款、索赔程序、退保及其他费用扣除、人身保险的现金价值、犹豫期、宽限期、等待期、保险合同效力中止与恢复等；

（三）提示投保人违反如实告知义务的后果；

（四）保险公司、保险中介机构服务电话，以及咨询、报案、投诉等的途径方式；

（五）金融监管总局规定的其他提示内容。

保险公司、保险中介机构在销售保险产品时，经投保人同意，对于权利义务简单且投保人在三个月内再次投保同一保险公司的同一保险产品的，可以合理简化相应的提示内容。

第二十六条 订立保险合同时，保险公司及受其委托及与其合作的保险中介机构、保险销售人员应当对免除或者减轻保险人责任的条款，以足以引起投保人注意的文字、字体、符号或者其他明显标志作出提示，并对有关免除保险人责任条款的概念、内容及其法律后果以书面或者口头形式向投保人作出明确的常人能够理解的解释说明。

免除或者减轻保险人责任的条款包括责任免除条款、免赔额、免赔率、比例赔付或者给付等。

第二十七条 订立保险合同，保险公司应当提示投保人履行如实告知义务。

保险公司及受其委托及与其合作的保险中介机构、保险销售人员应当就保险标的或者被保险人的有关情况提出有具体内容的询问，以投保单询问表方式进行询问的，

投保单询问表中不得有概括性条款，但该概括性条款有具体内容的除外。

投保人的如实告知义务限于保险公司及受其委托的保险中介机构、保险销售人员询问范围和内容，法律法规另有规定的除外。

第二十八条 保险公司、保险中介机构、保险销售人员在销售保险时，发现投保人具有下列情形之一的，应当建议投保人终止投保：

（一）投保人的保险需求与所销售的保险产品明显不符的；

（二）投保人持续承担保险费的能力明显不足的；

（三）投保人已购买以补偿损失为目的的同类型保险，继续投保属于重复保险或者超额保险的。

投保人不接受终止投保建议，仍然要求订立保险合同的，保险公司、保险中介机构应当向投保人说明有关风险，并确认销售行为的继续是出于投保人的自身意愿。

第二十九条 保险公司、保险中介机构应当按照有关法律法规和监管制度规定，要求投保人以书面或者其他可保存的形式，签署或者确认投保声明、投保提示书、免除或者减轻保险人责任条款的说明等文件，以及监管规定的相关文书材料。通过电话销售保险的，可以以签署投保单或者电话录音等方式确认投保人投保意愿。通过互联网开展保险销售的，可以通过互联网保险销售行为可回溯方式确认投保人投保意愿，并符合监管制度规定。

投保文书材料应当由投保人或者其书面委托的人员以签字、盖章或者其他法律法规认可的方式进行确认。保险销售人员不得代替保险业务活动相关当事人在订立保险合同的有关文书材料中确认。

第三十条 保险公司、保险中介机构应当严格按照经金融监管总局及其派出机构审批或者备案的保险条款和保险费率销售保险产品。

第三十一条 保险公司、保险中介机构应当按照相关监管制度规定，根据不同销售方式，采取录音、录像、销售页面管理和操作轨迹记录等方法，对保险产品销售行为实施可回溯管理。对可回溯管理过程中产生的视听资料及电子资料，应当做好备份存档。

第三十二条 保险公司、保险中介机构应当加强资金管理，建立资金管理机制，严格按照相关规定进行资金收付管理。

保险销售人员不得接受投保人、被保险人、受益人委托代缴保险费、代领退保金、代领保险金，不得经手或者通过非投保人、被保险人、受益人本人账户支付保险费、领取退保金、领取保险金。

第三十三条 投保人投保后，保险销售人员应当将所销售的保险业务相关信息以及投保人、被保险人、受益人信息如实完整及时地提供其所所在的保险公司、保险中介机构，以利于保险公司与投保人订立保险合同。

第四章 保险销售后行为管理

第三十四条 保险公司在核保通过后应当及时向投保人提供纸质或者电子保单，并按照相关政策提供发票。电子保单应当符合国家电子签名相关法律规定。保险公司应当在官方线上平台设置保单查询功能。

第三十五条 保险合同订立后，保险公司应当按照有关监管制度规定，通过互联网、电话等方式对金融监管总局规定的相关保险产品业务进行回访。回访内容包括确认投保人身份和投保信息的真实性、是否完整知悉合同主要内容以及其他应当披露的信息等。在回访中，保险公司工作人员应当如实与投保人进行答问，不得有误导、欺骗、隐瞒等行为，并如实记录回访过程。

保险公司在回访中发现存在销售误导的，应当按照规定及时予以处理。

按照相关监管制度规定，对保险产品销售行为实施可回溯管理，且对有关信息已确认的，可以根据监管规定合理简化回访要求。

第三十六条 保险公司、保险中介机构与其所属的保险销售人员解除劳动合同及其他用工合同或者委托合同，通过该保险销售人员签订的一年期以上的人身保险合同尚未履行完毕的，保险公司、保险中介机构应当在该保险销售人员的离职手续办理完成后的 30 日内明确通知投保人或者被保险人有关该保险销售人员的离职信息、保险合同状况以及获得后续服务的途径，不因保险销售人员离职损害投保人、被保险人合法利益。

保险公司与保险中介机构终止合作，通过该保险中介机构签订的一年期以上的人身保险合同尚未履行完毕的，保险公司应当在与该保险中介机构终止合作后的 30 日内明确通知投保人或者被保险人有关该保险公司与该保险中介机构终止合作的信息、保险合同状况以及获得后续服务的途径，不因终止合作损害投保人、被保险人合法利益。

保险销售人员因工作岗位变动无法继续提供服务的，适用上述条款规定。

第三十七条 保险销售人员离职后、保险中介机构与保险公司终止合作后，不得通过怂恿退保等方式损害投保人合法利益。

保险公司、保险中介机构应当在与保险销售人员签订劳动、劳务等用工合同或者委托合同时，保险公司应当在与保险中介机构签订委托合同时，要求保险销售人员或者保险中介机构就不从事本条第一款规定的禁止性行为作出书面承诺。

第三十八条 行业自律组织应当针对本办法第三十六条、第三十七条的规定建立行业自律约束机制，并督促成员单位及相关人员切实执行。

第三十九条 任何机构、组织或者个人不得违法违规开展保险退保业务推介、咨

询、代办等活动，诱导投保人退保，扰乱保险市场秩序。

第四十条 保险公司应当健全退保管理制度，细化各项保险产品的退保条件标准，优化退保流程，不得设置不合法不合理的退保阻却条件。

保险公司应当在官方线上平台披露各项保险产品的退保条件标准和退保流程时限，并在保险合同签订前明确提示投保人该保险产品的退保条件标准和退保流程时限。

保险公司应当设立便捷的退保渠道，在收到投保人的退保申请后，及时一次性告知投保人办理退保所需要的全部材料。

第四十一条 保险公司、保险中介机构应当建立档案管理制度，妥善保管业务档案、会计账簿、业务台账、人员档案、投保资料以及开展可回溯管理产生的视听资料、电子数据等档案资料，明确管理责任，规范归档资料 and 数据的保管、保密和调阅程序。档案保管期限应当符合相关法律法规及监管制度规定。

第五章 监督管理

第四十二条 保险公司、保险中介机构应当按照金融监管总局及其派出机构的规定，记录、保存、报送有关保险销售的报告、报表、文件和资料。

第四十三条 违反本办法第三条、第三十九条规定的，由金融监管总局及其派出机构依照《中华人民共和国保险法》等法律法规和监管制度的相关规定处理。

第四十四条 保险公司、保险中介机构、保险销售人员违反本办法规定和金融监管总局关于财产保险、人身保险、保险中介销售管理的其他相关规定，情节严重或者造成严重后果的，由金融监管总局及其派出机构依照法律、行政法规进行处罚；法律、行政法规没有规定的，金融监管总局及其派出机构可以视情况给予警告或者通报批评，处以一万元以上十万元以下罚款。

第四十五条 保险公司、保险中介机构违反本办法规定和金融监管总局关于财产

保险、人身保险、保险中介销售管理的其他相关规定，情节严重或者造成严重后果的，金融监管总局及其派出机构除分别依照本办法有关规定对该单位给予处罚外，对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员依照法律、行政法规进行处罚；法律、行政法规没有规定的，金融监管总局及其派出机构对其直接负责的主管人员和其他直接责任人员可以视情况给予警告或者通报批评，处以一万元以上十万元以下罚款。

第四十六条 违反本办法第三十六条、第三十七条规定的，金融监管总局及其派出机构可以视情况予以通报并督促行业自律组织对相关人员、保险公司、保险中介机构给予行业自律约束处理。

第六章 附 则

第四十七条 保险公司、保险中介机构开展保险销售行为，除遵守本办法相关规定外，应当符合法律法规和金融监管总局关于财产保险、人身保险、保险中介销售管理的其他相关规定。

第四十八条 相互保险组织、外国保险公司分公司、保险集团公司适用本办法。

第四十九条 本办法由金融监管总局负责解释。

第五十条 本办法自 2024 年 3 月 1 日起施行。

金融监管总局发布《保险销售行为管理办法》

<http://www.nfra.gov.cn/cn/view/pages/ItemDetail.html?docId=1129961&itemId=915>

金融监管总局就《保险销售行为管理办法》答记者问

<http://www.nfra.gov.cn/cn/view/pages/ItemDetail.html?docId=1129959&itemId=915>

国家金融监督管理总局关于印发《商业银行代理销售业务管理办法》的通知

各金融监管局，各政策性银行、大型银行、股份制银行、外资银行、直销银行：

为加强对商业银行代理销售业务监督管理，促进代理销售业务健康有序发展，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》《中华人民共和国保险法》《中华人民共和国信托法》等有关法律法规，国家金融监督管理总局制定了《商业银行代理销售业务管理办法》，现予印发，请遵照执行。

国家金融监督管理总局

2025 年 3 月 21 日

（此件发至金融监管分局与地方法人银行机构、外国银行分行）

商业银行代理销售业务管理办法

第一章 总则

第一条 为加强对商业银行代理销售业务监督管理，促进代理销售业务健康有序发展，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》《中华人民共和国保险法》《中华人民共和国信托法》等有关法律法规，制定本办法。

第二条 本办法所称代理销售业务（以下简称代销业务）是指商业银行接受由国务院金融监督管理机构依法实施监督管理并持有金融牌照的金融机构（以下简称合作机构）委托，向客户推介、销售由合作机构依法发行的金融产品（以下简称代销产品）的代理业务活动。

第三条 商业银行开展代销业务，应当遵守法律、行政法规和国务院金融监督管理机构的相关规定，不得损害国家利益、社会公共利益，严格代销业务管理，防范代销业务风险。

第四条 商业银行开展代销业务，应当符合国务院金融监督管理机构关于代销有关金融产品的资质要求，具备基本条件、管理制度、信息系统、内部管控能力、专业销售人员等。

第五条 商业银行应当通过适当程序和措施，在代销业务全过程公平、公正和诚信对待客户。

第六条 商业银行开展代销业务应当坚持“了解产品”和“了解客户”的经营理念，加强适当性管理，充分揭示代销产品风险，向客户销售与其相匹配的金融产品。

第七条 商业银行应当在代销业务与其他业务之间建立风险隔离制度，确保代销业务与其他业务在账户、资金和会计核算等方面严格分离。

第二章 代销业务内部管理制度

第八条 商业银行总行应当对代销业务实行集中统一管理，并根据国务院金融监督管理机构或者其授权机构规定，建立健全代销业务管理制度，包括合作机构管理、代销产品管理、销售管理、信息披露、投诉和应急处理、客户信息保护等。

第九条 商业银行原则上应当通过代销业务管理系统进行销售。商业银行总行应当定期对代销业务管理系统实施技术评估，确保其基础设施和网络系统承载能力、技术人员保障和运营服务能力与所开展的代销业务性质和规模相匹配，保护系统的网络和数据安全。

第十条 商业银行对代销业务实施绩效考核，不得仅考核销售业绩指标，考核标准应当包括但不限于销售行为和程序的合规性、客户投诉情况和内外部检查结果等。

第十一条 商业银行应当明确履行代销业务管理职责的部门，由其牵头组织并督促指导相关部门开展代销工作。内部审计、内控管理、合规管理职能部门和业务部门应当根据职责分工，建立并有效实施代销业务的内部监督检查和跟踪整改制度。

第十二条 商业银行应当在合作机构准入、代销产品准入、宣传推介和销售等环节开展消费者权益保护审查，从源头上防范侵害金融消费者合法权益行为发生。

第十三条 商业银行应当建立代销业务内部责任追究制度，对违反代销业务管理制度的相关负责人和销售人员，视情节严重程度给予相应处分、追究上级管理部门的责任。

第十四条 商业银行应当会同合作机构建立代销业务客户投诉和应急处理机制，明确受理和处理客户投诉的途径、程序和方式，根据法律、行政法规、国务院金融监督管理机构的相关规定和合同约定妥善处理投诉、突发事件和其他重大风险事件。仅涉及商业银行自身责任的，应当直接处理；涉及合作机构责任的，应当协助客户联系合作机构，并督促合作机构依法妥善处理。

商业银行应当加强投诉统计分析，及时发现和处理侵害金融消费者合法权益的问题。对于投诉处理中发现的违规行为，商业银行要依照相关规定追究直接责任人员和管理人员责任，发现涉嫌违法犯罪的，应当及时移送司法机关处理。

第十五条 商业银行应当提升客户信息保护工作规范性，落实合法、正当、必要、诚信原则，合理收集、使用客户信息，不得非法买卖、提供或者公开客户信息。确需与合作机构共享客户信息的，应当事先以醒目方式征得客户书面同意或者通过电子方式确认，并通过合同或者协议要求合作机构履行客户信息保护义务。

第三章 合作机构管理

第十六条 商业银行总行应当对合作机构实行名单制管理，确定合作机构资质审

查标准，明确准入条件和程序，建立并有效实施对合作机构的尽职调查、评估和审批制度。对于已经准入的合作机构，商业银行应当加强日常管理，定期对其进行审查评估。

商业银行对资产管理机构进行准入审查时，应当对其信用状况、投资管理能力、风险管控能力、信息披露情况等进行审查。商业银行对保险公司进行准入审查时，应当对其偿付能力状况、风险管控能力、信息披露情况等进行审查。

第十七条 商业银行应当建立合作机构退出机制，及时对存在严重违规行为、重大风险或者其他不符合持续合作标准的机构实施退出，并平稳有序做好存量产品的客户服务。

第十八条 商业银行开展代销业务，原则上应当由其总行与合作机构总部签订代销协议。确需由一级分支机构（含省、自治区、直辖市和计划单列市分行等）签订代销协议的，一级分支机构应当事先获得总行授权，并在报总行备案后与合作机构总部签订代销协议；总行与合作机构一级分支机构签订代销协议的，应当确认合作机构一级分支机构已经取得其总部授权，报总部备案。国务院金融监督管理机构另有规定的除外。

第十九条 商业银行与合作机构签订的代销协议应当约定双方的权利和义务，包括但不限于以下内容：

（一）合作机构提供代销产品和产品宣传资料的合规性承诺，国务院金融监督管理机构另有规定的除外；

（二）双方在信息披露、风险揭示、风险承担、适当性管理、客户资料传递及信息保护、后续服务安排、投诉和应急处理等方面的责任和义务；

（三）双方业务管理系统职责边界、网络和数据安全保护责任划分和运营服务接

口；

（四）合作机构有义务配合开展对代销业务管理系统的接入、投产变更测试和应急演练等活动。

第二十条 商业银行应当与合作机构建立定期对账机制，明确代销资金结算账户，不得委托其他机构或者通过其他账户存放和管理代销结算资金，确保代销结算资金的安全性和双方客户交易明细的一致性。

第二十一条 商业银行总行应当对合作机构的系统接入或者托管实施统一管理，制定开发、运维、安全、业务连续性等分类技术规范 and 接口标准，实施技术与安全评估，并在本行与合作机构的网络和信息系統之间保持风险隔离。

第二十二条 商业银行的股东、由商业银行直接或者间接控制的金融机构或者商业银行所在集团其他金融机构等关联方为代销业务合作机构的，商业银行对其在合作机构管理和代销产品准入等方面的要求应当不低于其他合作机构。

第二十三条 商业银行和合作机构在开展代销业务过程中如有违反有关法律、行政法规和本办法规定的行为，商业银行和合作机构应当依法承担相应法律责任。

第四章 代销产品准入管理

第二十四条 商业银行应当对代销产品实行准入制管理，根据客群类别、客户风险承受能力和需求等因素，明确代销产品准入标准，建立并有效实施对代销产品的尽职调查和审批制度。

第二十五条 商业银行应当由其总行承担代销产品的审批职责，并根据分支机构的基本条件、内部管控能力、专业销售人员、客群特征等情况以书面形式对分支机构代销产品范围进行差异化授权。确有必要由一级分支机构审批的，一级分支机构应当事先获得总行授权，并报总行备案。

第二十六条 商业银行应当确认合作机构具备产品发行资格，产品由监管部门或者其授权机构审批、注册、备案、登记或者取得符合规定的登记编码。

第二十七条 商业银行应当对代销产品开展尽职调查，全面了解产品情况，对产品信息的真实性、准确性、完整性进行核实，结合本机构的客群特征、销售渠道、销售人员、信息系统等情况，形成独立、客观的准入意见。

对资产管理产品的尽职调查应当综合考虑产品结构、投资标的、投资策略、投资管理团队、风险管控措施、本产品或者同类产品过往业绩水平等因素。

对保险产品的尽职调查应当综合考虑产品类型、产品保障责任、保单利益水平等因素。

商业银行应当加强甄别，防范合作机构让渡主动管理职责，为其他机构、个人或者资产管理产品规避监管要求提供便利。

第二十八条 商业银行在对资产管理产品进行准入审查时，如该产品投向非标准化债权类资产、未上市企业股权、私募投资基金，或者聘请私募基金管理人担任投资顾问，商业银行应当由代销业务管理、风险管理、法律合规、金融消费者保护等部门进行综合评估，并获得本行高级管理层批准。

对于前款所提投向私募投资基金，或者聘请私募基金管理人担任投资顾问的代销产品，商业银行产品准入标准应当包括但不限于：其私募基金管理人管理的私募股权投资基金规模合计不低于五亿元、管理的私募证券投资基金规模合计不低于三亿元，在中国证券投资基金业协会登记不少于三年，近三年内未受到行政处罚和中国证券投资基金业协会纪律处分，符合法律、行政法规和国务院金融监督管理机构关于私募基金管理人的其他要求。政府出资产业投资基金可不受登记年限的限制。

第二十九条 商业银行应当独立、审慎地对代销的资产管理产品进行风险评级，确

定适合购买的客群范围。产品风险评级结果与合作机构不一致的，应当按照孰高原则采用评级结果。

第三十条 商业银行不得代销本办法规定范围以外的机构发行的产品，不得代销未列入总行合作机构审批名单的机构发行的产品。

债券、实物贵金属以及国家金融监督管理总局另有规定的除外。

第五章 销售管理

第三十一条 商业银行应当建立健全代理销售全流程监测和管理机制。

第三十二条 商业银行仅限于在本行营业网点、官方网站及互联网应用程序（APP）等本行自主运营且不依赖于其他机构的渠道设专区销售代销产品，不得通过外包业务流程、让渡业务管理权限、将全部或者部分销售环节嵌入其他机构应用场景等方式违规开展代销业务。

代销私募资产管理产品的，应当通过本行面向合格投资者的专门渠道以非公开方式宣传推介和销售。

第三十三条 商业银行应当使用合作机构提供的实物或者电子形式的代销产品宣传资料和销售合同，全面、客观地揭示代销产品风险。国务院金融监督管理机构另有规定的除外。

代销产品宣传资料首页显著位置应当标明合作机构名称，并配备以下文字声明：“本产品由××机构（合作机构）发行与管理，××银行作为代销机构不承担产品的投资和兑付责任”。

第三十四条 商业银行应当在本行渠道提供代销产品信息查询服务，建立代销产品分类目录，明示代销产品的代销属性、产品类型、发行机构、客群类别范围等信息，不得将代销产品与存款及自身发行的产品混淆销售。

第三十五条 商业银行应当针对同类产品制定一致的代销产品展示规则。对于资产管理产品，应当综合考虑产品业绩比较基准（如有）过往达成情况、风险状况、信息披露、市场反馈等因素，不得简单依据业绩比较基准或者过往业绩高低进行展示排序，不得宣传预期收益率，不得使用合作机构未说明选择原因、测算依据或者计算方法的业绩比较基准。展示成立以来年化收益率的，应当明示产品成立时间。

第三十六条 商业银行向客户宣传推介代销产品，应当审慎评估客户购买产品的适当性。

商业银行代销资产管理产品的，应当对客户进行风险承受能力评估，并合理管控评估频次，对同一客户进行评估单日不得超过二次，年度累计不得超过八次。风险承受能力评估结果有效期原则上为一年。商业银行只能向客户销售风险评级等于或者低于其风险承受能力等级的代销产品，国务院金融监督管理机构另有规定的除外。

商业银行代销私募资产管理产品的，应当按照相关法律法规及监管规定，严格开展合格投资者资质审查，并履行合格投资者签字确认程序。

第三十七条 商业银行应当以显著方式提示客户关注代销业务规则和收费标准，代销产品的发行机构、产品属性、主要风险和风险评级情况，以及商业银行与合作机构各自的责任和义务等信息。

第三十八条 商业银行应当向客户提供并提示其阅读相关销售文件，包括风险提示，以请客户抄写风险提示等方式充分揭示代销产品的风险，销售文件应当由客户签字逐一确认，国务院金融监督管理机构另有规定的除外。

对于六十五周岁以上的老年人、限制民事行为能力人等特殊客群，商业银行应当制定更为审慎的销售流程，加强宣传推介和销售行为管理，强化风险提示。

第三十九条 商业银行应当加强销售人员资质和行为管理，对销售人员及其代销

产品范围进行明确授权，并在营业网点公示。

销售人员应当具备与所销售产品对应的销售资质，遵守国务院金融监督管理机构、行业协会和商业银行制定的销售人员行为准则和职业道德标准，并充分了解所代销产品的属性和风险特征。

第四十条 商业银行应当会同合作机构为销售人员持续提供专业培训，确保销售人员每年的培训时间符合国务院金融监督管理机构或者其授权机构的要求。代销新产品的，需开展销售前培训；未接受培训或者未达到培训要求的销售人员不得销售该类产品。

商业银行应当采取有效方式加强教育管理，提高员工合规意识，培养诚实守信的职业操守。

第四十一条 商业银行通过营业网点开展代销业务的，应当根据国务院金融监督管理机构的相关规定实施录音录像，完整客观地记录营销推介、风险和关键信息提示、客户确认和反馈等重点销售环节。

通过自助终端等电子设备向个人客户销售产品的，商业银行应当提示客户如有销售人员介入宣传推介，则需停止自助终端购买操作，转至销售专区内购买。

通过官方网站及互联网应用程序（APP）等互联网渠道向个人客户销售产品的，商业银行应当采取有效措施和技术手段完整客观地记录宣传推介、风险和关键信息提示、客户反馈和确认等重点销售环节，实现关键环节可回溯、重要信息可查询、问题责任可确认。

第四十二条 商业银行应当依法妥善保管与代销业务有关的各种文档，如实记载向客户推介、销售产品的情况。文档保存年限应当符合法律、行政法规和国务院金融监督管理机构的相关规定，并在银行内部管理制度中予以明确。

第四十三条 商业银行及其工作人员从事代销业务，不得有以下情形：

（一）未经授权或者超越授权范围开展代销业务，假借所属机构名义私自推介、销售未经审批的产品，或者展示未经审批的产品销售文件和资料；

（二）将代销产品以自营产品的名义进行销售，或者采取虚假、夸大、片面等宣传方式误导客户购买产品；

（三）违背客户意愿将代销产品与其他产品或者服务进行捆绑销售；

（四）违规代替客户签署代销业务相关文件，或者代替客户进行代销产品购买等操作、代替客户持有或者安排他人代替客户持有代销产品；

（五）为代销产品违规提供直接或者间接、显性或者隐性担保，包括承诺本金或者收益保障；

（六）诱导客户购买与其风险承受能力不匹配的产品；

（七）为谋取不当利益，诱导客户进行频繁购买、赎回、退保或者其他同类操作；

（八）利用代销业务向合作机构及其工作人员、客户及相关人员收取、索要或者提供协议约定以外的利益；

（九）通过公共传播媒介，本行营业网点、官方网站、互联网应用程序（APP）或者其他方式向不特定对象宣传推介和销售私募资产管理产品；拆分私募资产管理产品份额或者受（收）益权，突破私募资产管理产品非公开发行人数量限制，以多人集合等方式变相降低投资门槛；

（十）非本行人员在营业网点从事产品宣传推介、销售等活动；

（十一）国务院金融监督管理机构禁止的其他情形。

第四十四条 商业银行应当加强对员工行为的监督和排查，建立员工异常行为举报、查处机制，及时发现和处置违法违规行为。

第四十五条 商业银行应当按照相关监管要求对营业网点的代销业务进行抽样回访，回访团队要独立于销售团队。

第六章 代销产品存续期管理

第四十六条 代销产品存续期内，商业银行应当关注产品风险收益特征、风险评级变动情况、信息披露等重要信息，督促合作机构尽责履职，按照合同约定履行主动管理责任。

第四十七条 代销产品存续期内，商业银行应当督促合作机构按照规定披露代销产品相关信息。

对于公募资产管理产品，商业银行应当督促合作机构在官方网站或者通过便于客户获取的方式披露产品评级结果、产品净值或者投资收益情况，并定期披露其他重要信息。开放式产品按照开放频率披露，封闭式产品和处于封闭期的定期开放式产品至少每周披露一次。

对于私募资产管理产品，商业银行应当督促合作机构按照监管规定和合同约定，及时披露必要信息，至少每季度向客户披露产品净值和其他重要信息。

对于保险产品，商业银行应当督促合作机构定期对分红型保险产品分红水平、万能型保险产品结算利率、投资连结型保险产品投资账户单位价格等信息进行披露。

第四十八条 代销产品存续期内，出现可能对客户权益或者投资收益有重大影响的风险事件，产品资料概要信息发生变更等情形时，商业银行应当督促合作机构按照监管要求及时向客户进行披露。

第四十九条 代销产品存续期内，商业银行应当持续加强客户服务。客户要求了解代销产品相关信息的，商业银行应当向客户告知合作机构提供的产品相关信息，或者协助客户向合作机构查询相关信息。

第七章 监督管理

第五十条 商业银行应当于每年度结束后两个月内向国家金融监督管理总局或者其派出机构报送代销业务年度报告，内容包括但不限于：代销业务发展规划和基本情况、主要风险分析和风险管理情况、合规管理和内部控制情况、投诉处理情况以及代销业务管理系统运行情况等。遇有突发情况的，应当及时报告。

第五十一条 商业银行违反本办法规定开展代销业务的，国家金融监督管理总局或者其派出机构应当责令其限期改正，并根据《中华人民共和国银行业监督管理法》等法律、行政法规及有关规定，采取相关监管措施或者依法实施行政处罚。

第八章 附则

第五十二条 政策性银行、农村合作银行、农村信用社、村镇银行、外国银行分行等其他银行业金融机构开展代销业务，邮政企业代理营业机构接受邮储银行的委托开展代销业务，参照本办法执行。

商业银行代销债券和实物贵金属，按照有关规定执行。

第五十三条 本办法由国家金融监督管理总局负责解释。

第五十四条 本办法自 2025 年 10 月 1 日起施行。不符合本办法第二十八条规定的存量代销产品应当平稳过渡，逐步完成存量化解。《中国银监会办公厅关于商业银行开展代理销售基金和保险产品相关业务风险提示的通知》（银监办发〔2008〕274 号）、《中国银监会关于规范商业银行代理销售业务的通知》（银监发〔2016〕24 号）同时废止。

金融机构产品适当性管理办法

(2025 年 7 月 11 日国家金融监督管理总局令 2025 年第 7 号公布 自 2026 年 2 月 1 日起施行)

第一章 总则

第一条 为规范金融机构产品适当性管理，保护金融消费者合法权益，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》《中华人民共和国保险法》《中华人民共和国信托法》等法律法规，制定本办法。

第二条 本办法所称适当性管理，是指金融机构根据产品的基本属性、风险特征等，结合客户金融需求、财务状况、风险承受能力等因素，开展识别、提示、匹配、销售、交易等活动。

第三条 金融机构发行或者销售、交易的收益具有不确定性且可能导致本金损失的投资型产品，以及保险产品，其适当性管理适用本办法。

金融机构开展银行间市场业务，按照国务院金融管理部门关于银行间市场的有关规定执行，销售证券投资基金期货经营机构发行的投资型产品，按照国务院金融管理部门关于证券投资基金期货投资者适当性的有关规定执行。

本办法所称“金融机构”是指国家金融监督管理总局监管的持有金融牌照的金融机构。

第四条 金融机构应当依法依规、勤勉尽责、审慎履职，对所销售或者交易的产品承担适当性管理主体责任，将适当的产品通过适当的渠道销售或者提供给适合的客户。

第五条 客户应当在了解产品，听取金融机构适当性匹配意见的基础上，根据自身情况自主选择、审慎决策，并承担风险。

金融机构的适当性匹配意见不表明其对产品的风险及收益作出实质性判断或者保证。

第二章 基本规则

第六条 金融机构应当建立健全适当性管理制度，明确适当性管理的具体依据、标准、方法和流程等。

第七条 金融机构应当具备符合适当性管理要求的信息系统等设施，保障网络和信息系统安全、高效、可持续服务，保障数据安全。对不符合适当性管理要求的，信息系统应当具备识别、提示、限制交易等功能。

第八条 金融机构在设计开发产品时，应当充分考虑目标客户群体需求，开展消费者权益保护审查。

第九条 金融机构应当清晰界定产品的属性特征、风险水平、权利义务关系和适合的客户范围。

第十条 金融机构应当在合理范围内收集客户信息，评估客户情况。

客户应当遵守诚实信用原则，真实、准确、完整地提供购买产品所必需的信息。客户拒绝按照上述要求提供信息的，金融机构可以拒绝向其销售或者与其交易该产品。

金融机构应当履行客户信息保护义务，确保客户信息安全。

第十一条 金融机构在销售、交易特定产品或者开展特定市场业务时，应当按照制度规定的准入要求，明确客户资格审查标准、流程，严格开展客户资格审查。

第十二条 除本办法第三十八条规定的情形外，金融机构不得向客户销售不具备适当性的产品。

具有下列情形之一的，应当认定客户与相关产品不具备适当性：

（一）产品风险等级高于客户风险承受能力的；

(二) 购买产品所需资金与客户财务支付水平明显不匹配的；

(三) 其他应当认定客户与产品不具备适当性的情形。

第十三条 金融机构在推介、销售或者交易过程中，禁止下列行为：

(一) 代替客户进行评估，进行不当提示，先销售或者交易后评估，或者通过其他形式影响评估结果真实性、有效性；

(二) 对客户进行告知、风险提示时，内容存在虚假、误导或者重大遗漏，包括但不限于混淆存款、理财、基金、信托、保险等产品，违规承诺保本保收益，夸大产品收益或者保障范围等；

(三) 主动推介风险等级高于客户风险承受能力的产品，欺骗、误导客户购买或者交易不具备适当性的产品；

(四) 通过操纵业绩或者不当展示等方式误导或者诱导客户购买有关产品；

(五) 其他违反适当性要求，损害客户合法权益的行为。

第十四条 金融机构通过互联网等线上方式销售或者交易产品的，应当将适当性管理嵌入流程，充分履行适当性义务，保障客户的知情权、自主选择权等合法权益。

第十五条 金融机构与第三方机构合作开展营销的，应当严格履行营销管理主体责任，加强对第三方机构的监督管理，确保营销内容、方式合法合规。

第十六条 金融机构应当强化销售人员资质管理，确保销售人员具备相应的产品销售资质。

金融机构应当对销售人员持续开展培训，确保销售人员充分了解所销售或者交易产品的属性特征及风险水平。

金融机构应当构建科学合理的销售人员激励约束机制，考核标准应当包括但不限于销售行为和程序的合规性、客户投诉情况等，不得以销售业绩作为唯一考核指标。

第十七条 金融机构应当客观完整地记录适当性管理的重点环节，妥善保存相关信息资料，包括但不限于产品评级结果、客户评估结果、告知提示资料、录音录像资料等，确保适当性管理过程可回溯。相关资料保存期限不得低于机构与客户合同关系终止后五年，国务院金融管理部门对保存期限另有规定的，从其规定。

第十八条 金融机构向六十五周岁以上的客户销售或者与其交易高风险产品的，应当履行特别的注意义务，可以包括制定专门的销售或者交易程序、追加了解相关信息、强化告知和风险提示、给予更多考虑时间、及时进行回访等。通过互联网等线上方式销售或者交易的，流程设计应当具备适老性、易用性和安全性。

第十九条 金融机构不得向无民事行为能力人销售或者与其交易产品。经法定代理人同意，可以向限制民事行为能力人销售或者与其交易低风险产品。

第二十条 金融机构应当及时、妥善处理适当性相关投诉，积极主动与客户协商解决矛盾纠纷，在协商不成的情况下，通过调解、仲裁、诉讼等方式促进矛盾纠纷化解。

第二十一条 金融机构委托其他机构代理销售的，应当确认代理销售机构具备销售相关产品的资格及落实适当性义务的人员、内控制度、技术设备等条件。委托机构应当提供相关产品的适当性管理标准和要求、产品分类分级考虑因素等信息。代理销售机构应当履行客户评估、适当性匹配等适当性义务。

委托机构和代理销售机构应当在委托销售合同中明确双方适当性管理的责任和义务。对在委托销售中违反适当性义务的行为，委托机构和代理销售机构应当依照法律法规及合同约定承担相应法律责任。

第三章 适当性规则

第二十二条 金融机构应当对本机构发行和销售的投资型产品统一划分风险等级。产品风险等级由低到高至少包括一级至五级。涉及投资组合的产品，应当按照产品整

体风险情况进行风险等级划分。发行机构与销售机构的产品风险评级结果不一致的，销售机构应当按照孰高原则采用并披露评级结果。

发行机构应当根据市场变化对产品风险等级进行动态管理，并将变动情况及时告知销售机构。销售机构应当及时披露风险等级变动情况，并根据产品及投资者信息变化情况，主动调整适当性匹配意见，及时告知投资者。在产品开放期，投资者可以自主决定是否持有存量产品。

第二十三条 金融机构划分投资型产品风险等级时应当综合考虑以下因素：

- （一）投资方向、投资范围、投资比例、投资资产的流动性；
- （二）到期时限、申购和赎回安排；
- （三）杠杆情况；
- （四）结构复杂性；
- （五）募集方式；
- （六）发行人等相关主体的信用状况；
- （七）同类产品的过往业绩、历史波动程度；
- （八）其他因素。

第二十四条 投资型产品风险评级工作应当由专门部门或者团队负责；金融机构可以委托符合相关资质要求的第三方专业机构为其风险评级工作提供服务，金融机构承担其产品风险评级的最终责任。

第二十五条 金融机构销售投资型产品时，应当了解投资者与适当性管理相关的必要信息，包括：

- （一）自然人的姓名、职业、年龄、联系方式，法人或者其他组织的名称、性质、资质、联系方式等基本信息；

- (二) 收入来源及数额、资产、负债等反映财务状况的信息；
- (三) 投资相关的学习、工作经历经验等反映风险识别能力的信息；
- (四) 投资目的、投资期限、期望收益等反映投资需求和意愿的信息；
- (五) 风险偏好、可承受的损失等反映风险承受能力的信息；
- (六) 法律法规、产品规则或者合同约定需要了解的信息。

当投资者为本办法第二十七条规定的专业投资者时，金融机构可以视情况收集其与适当性管理相关的必要信息。

第二十六条 投资型产品的投资者分为专业投资者与普通投资者，金融机构对两者进行差异化的适当性管理。

第二十七条 符合下列条件之一的是专业投资者：

(一) 银行业金融机构、保险业金融机构、金融控股公司、证券投资基金期货经营机构、私募基金管理人；

(二) 上述机构面向投资者发行的金融产品，信托公司管理的资产服务信托、公益慈善信托；

(三) 社会保障基金、企业年金、职业年金等养老基金，慈善基金等社会公益基金，合格境外机构投资者（QFII）、人民币合格境外机构投资者（RQFII）。

金融机构向专业投资者销售投资型产品时，可以视情况简化或者免于进行风险承受能力评估、开展可回溯管理。

第二十八条 专业投资者之外的投资者为普通投资者。金融机构必须严格按照本办法规定，对普通投资者进行风险承受能力评估，对其适合购买或者交易的产品作出判断，提出明确的适当性匹配意见，充分履行告知义务，及时进行风险提示。

第二十九条 投资者风险承受能力评估等级由低到高应当至少包括一级至五级。

投资者在同一金融机构进行风险承受能力评估单日不得超过两次，十二个月内累计不得超过八次。投资者风险承受能力评估等级与最近一次结果不一致的，金融机构应当对其进行提示，请投资者对变动情况再次确认。

风险承受能力评估结果有效期原则上为十二个月，超过十二个月未评估或者投资者主动告知存在可能影响风险承受能力情况的，金融机构向投资者销售或者与其交易时，应当对其风险承受能力重新进行评估。

第三十条 金融机构销售私募产品的，应当按照相关法规及监管制度明确私募产品投资者认定标准，以有效方式对投资者资产规模、收入水平、投资经验、风险承受能力等进行评估，并以非公开方式销售。不得通过拆分产品份额或者收（受）益权等方式变相降低投资门槛，不得通过公共传播媒介、金融机构营业网点、官方网站、互联网应用程序（APP）或者其他方式向不特定对象宣传推介私募产品。

第三十一条 金融机构应当严格履行信息披露义务。投资型产品销售前，还应当使用便于接受和理解的方式向普通投资者告知以下信息：

- （一）产品的基本信息，特别是产品类型、产品管理人、投资范围及比例、募集方式、收益分配方案等；
- （二）产品的风险等级，以及存续期内风险等级可能会进行调整的情况；
- （三）产品的相关风险，重点是本金亏损可能；
- （四）购买产品需要支付的相关费用或者费率；
- （五）本办法规定的适当性匹配意见；
- （六）其他应当告知的信息。

产品存续期内，金融机构还应当按照相关规定或者协议约定，及时、准确、完整披露产品投资运作情况、杠杆水平、风险状况、可能对投资者权益产生重大影响的风

险事件等信息。

第三十二条 金融机构销售保险产品的，应当综合考虑以下因素，对保险产品进行分类分级：

- （一）保险产品类型；
- （二）产品保障责任；
- （三）保单利益是否确定；
- （四）其他因素。

第三十三条 金融机构销售保险产品的，应当加强对销售人员、销售行为、销售渠道的管理，建立保险销售资质分级管理体系，以销售人员的保险知识、合规记录、销售履历等为主要标准，对其进行分级，并与保险产品分级管理制度相衔接，区分销售资质实行差别授权，明确不同资质可以销售的保险产品类别。

第三十四条 金融机构应当根据保险产品特征，了解投保人与适当性管理相关的必要信息，包括：

- （一）自然人的姓名、职业、年龄等基本信息；
- （二）保险保障需求、产品期限需求、已购买补偿损失为目的的同类险种的情况等信息；
- （三）收入、资产等反映保费承担能力的信息；
- （四）风险偏好、可承受的损失等反映风险承受能力的信息；
- （五）法律法规、产品规则或者合同约定应当了解的信息。

第三十五条 金融机构应当在了解投保人相关信息的基础上，对投保人进行需求分析及财务支付水平评估，提出明确的适当性匹配意见，向投保人提供适当的保险产品。

第三十六条 金融机构销售投资连结型保险等可能导致本金损失产品的，还应当按照本章关于投资型产品的相关要求，开展产品风险评级和投保人风险承受能力评估。

第三十七条 金融机构销售保险产品时，应当根据产品特征，使用便于接受和理解的方式向投保人告知以下信息：

- （一）产品的基本信息，包括产品名称、保障范围、保险期限、交费期限、赔偿限额、索赔程序、保单现金价值、续保条件、减轻或者免除保险人责任的条款等；
- （二）保单利益的不确定性、可能导致保费损失或者保单利益不及预期的事项；
- （三）犹豫期及投保人在犹豫期内的权利；
- （四）退保可能遭受的损失；
- （五）需要投保人支付的保费总额、保单初始费用、保单管理费等各项费用；
- （六）本办法规定的适当性匹配意见；
- （七）其他应当告知的信息。

第三十八条 保险合同订立前，金融机构判断投保人与保险产品不具备适当性的，应当建议投保人终止投保。

投保人不接受终止投保建议，仍然要求订立保险合同的，金融机构应当充分说明有关风险，并书面确认是投保人基于充分了解产品信息后的自主选择。

第三十九条 金融机构销售分红型、万能型、投资连结型、变额型等保单利益不确定的人身保险产品，存在以下情况之一的，应当在取得投保人签名确认的投保声明后方可承保：

- （一）趸交保费超过投保人家庭年收入的四倍；
- （二）年期交保费超过投保人家庭年收入的百分之二十；
- （三）保费交费年限与投保人年龄数字之和达到或者超过七十五；

（四）保费额度大于或者等于投保人保费预算的百分之一百五十。

在投保声明中，投保人应当表明投保时了解保险产品情况，并自愿承担保单利益不确定的风险。

第四十条 销售财产保险产品、一年期以下人身保险产品的，可以免于开展投保人需求及财务支付水平评估，按需收集投保人、保险标的等相关信息。

团体保险可以免于开展投保人需求及财务支付水平评估；涉及可能导致本金损失产品的团体保险，应当对拟交纳保费的自然人开展风险承受能力评估。

第四章 监督管理

第四十一条 国家金融监督管理总局及其派出机构依据相关法律法规和本办法的规定，对金融机构履行适当性义务实施监督管理，可以依法开展非现场监管、现场检查、现场调查等。

国家金融监督管理总局及其派出机构针对涉嫌违反适当性管理规定的事项，可以依据相关法律法规及监管制度，对与金融机构合作的第三方机构和个人开展调查，并加强与其他监管部门的监管协作。

第四十二条 金融机构违反适当性管理相关规定的，国家金融监督管理总局及其派出机构可以按照相关法律法规及监管制度，对机构及责任人员采取监管措施。

第四十三条 金融机构及相关责任人员违反本办法规定，情节严重或者造成严重后果的，由国家金融监督管理总局及其派出机构依据《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》《中华人民共和国保险法》等法律法规进行行政处罚；法律法规没有规定，但违反本办法的，国家金融监督管理总局及其派出机构可以视情况予以警告、通报批评、一万元以上十万元以下罚款。

第四十四条 国家金融监督管理总局及其派出机构将金融机构产品适当性管理情

况，纳入年度金融消费者权益保护监管评价。

第四十五条 中国银行业协会、中国信托业协会、中国保险行业协会、中国保险资产管理业协会等行业自律组织应当依法依规建立健全行业适当性管理自律规范，对金融机构履行适当性义务进行自律管理。

第五章 附则

第四十六条 本办法所称“以上”“以下”均含本数。

第四十七条 保险代理机构、保险经纪人适用本办法。

第四十八条 本办法由国家金融监督管理总局负责解释。

第四十九条 本办法自 2026 年 2 月 1 日起施行。

国家金融监督管理总局发布《金融机构产品适当性管理办法》

<https://www.nfra.gov.cn/cn/view/pages/ItemDetail.html?docId=1217123&itemId=915&generaltype=0>

国家金融监督管理总局有关司局负责人就《金融机构产品适当性管理办法》答记者问

<https://www.nfra.gov.cn/cn/view/pages/ItemDetail.html?docId=1217129&itemId=915&generaltype=0>

《关于进一步加强银行代理渠道费用管理有关事项的通知》（金寿险函〔2026〕65号）

各金融监管局办公室，各人身保险公司：

为深入贯彻《关于规范人身保险公司银行代理渠道业务有关事项的通知》（金办便函〔2024〕66号）要求，进一步落实保险公司银行代理渠道“报行合一”（以下简称“报行合一”）管理责任，规范市场秩序，持续推进降本增效，现就有关事项通知如下：

一、保险公司报送银行代理渠道产品备案，要按照人身保险产品智能检核系统要求，分别报送向银行支付的佣金、银保专员的薪酬激励、培训及客户服务费、分摊的固定费用等水平。

二、保险公司开展银行代理渠道业务，要按照经备案的产品精算报告执行费用政策，发生费用支出应取得真实、合法、有效的凭证。

三、保险公司要强化费用真实性、合规性和精细化管理，将“报行合一”合规管理纳入内部考核与问责机制。保险公司董事会每年至少一次专题听取“报行合一”情况报告。总经理对“报行合一”工作负责，总精算师对产品设计负责，财务负责人对财务管理相关事项负责，分管银行代理渠道的高级管理人员对银行代理渠道费用支出、业务推动活动开展真实性、合规性管理负责。各级分支机构主要负责人对相关分支机构“报行合一”工作负责。

四、各金融监管局持续开展“报行合一”现场检查，有力有效规范市场秩序。监管部门建立“报行合一”违规问题和典型案例行业通报机制，并及时向保险总公司及其法人机构监管部门通报相关情况。

特此通知。

附件：《银行代理渠道费用管理有关事项问答（一）》

金融监管总局人身险司

抄送：银保信公司，保险业协会、精算师协会

银行代理渠道费用管理有关事项问答（一）

一、保险公司如何向银行代理渠道支付佣金费用？

答：保险公司要按照相关监管规定，依法合规向银行代理渠道支付佣金费用，不得直接或间接以出单费、信息费、技术服务费等名义向银行代理渠道支付除佣金以外的、与银行代理销售活动相关的各项费用。

二、保险公司如何加强银保专员薪酬激励管理？

答：银保专员的薪酬激励（以下统称薪酬）是保险公司按规定向银保专员支付的报酬，其结构及水平要符合管理制度要求，与其银行代理渠道岗位职责、工作内容和成效相匹配。保险公司要切实维护银保专员正当权益，原则上以银行转账方式支付薪酬。保险公司要以适当方式确保银保专员知悉相关薪酬无指定用途，可自行支配。

三、保险公司如何制定和管理临时激励方案？

答：保险公司要建立内部管理制度，明确临时激励方案（以下简称激励方案）的制定流程、管理权限等要求。保险公司要据实列支激励方案各项费用支出，其中，向银保专员支付的报酬和奖励要纳入银保专员的薪酬管理。保险公司各级机构要规范制定激励方案，经省级机构主要负责人或总公司负责人批准后，省级及以下分支机构方可实施激励方案；经总经理批准后，总公司方可实施激励方案。

四、保险公司如何做好业务推动活动管理？

答：保险公司各级机构要对业务推动活动实施台账管理，逐项记录时间、地点、机构、人员等信息，并附相关凭证。保险公司要按照财经纪律等规定支付各项费用，

取得真实、合法、有效的凭证，将业务推动活动费用计入培训及客户服务费。保险公司不得要求或暗示银保专员将薪酬用于开展业务推动活动。保险公司要据实列支银保专员为提供银行代理渠道服务而垫付的费用，并计入培训及客户服务费，不得将相关款项以银保专员薪酬名义发放。

五、保险公司如何管理银行代理渠道与其他销售渠道联合开展业务推动活动等发生的共同费用？

答：保险公司要按照“谁受益、谁承担”的原则，根据相关制度规定，将多渠道联合开展业务推动活动等发生的共同费用合理分摊至银行代理渠道，不得以不分摊或少分摊等方式向其他渠道转嫁费用。

六、对于分摊的固定费用，如何落实“报行合一”要求？

答：保险公司向银行代理渠道分摊的固定费用，要按照经备案产品的精算报告执行。固定费用的项目、定义、分摊原则、范围、方法等，可参照精算师协会《人身保险产品费用分摊指引》执行，相关事项一经确定不得随意调整。

七、保险公司可否将调剂使用费用结余？

答：保险公司要按照经备案的产品精算报告执行费用政策，不得将佣金、培训及客户服务费等结余的费用，调剂用于发放银保专员薪酬。