

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

金规〔2025〕6号

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間保持風險隔離。

第二十二條 商業銀行的股東、由商業銀行直接或者間接控制的金融機構或者商業銀行所在集團其他金融機構等關聯方為代銷業務合作機構的，商業銀行對其在合作機構管理和代銷產品准入等方面的要求應當不低於其他合作機構。

第二十三條 商業銀行和合作機構在开展代銷業務過程中如有違反有關法律、行政法規和本辦法規定的行為，商業銀行和合作機構應當依法承擔相應法律責任。

第四章 代銷產品准入管理

第二十四條 商業銀行應當對代銷產品實行准入制管理，根據客群類別、客戶風險承受能力和需求等因素，明確代銷產品准入標準，建立並有效實施對代銷產品的盡職調查和審批制度。

第二十五條 商業銀行應當由其總行承擔代銷產品的審批職責，並根據分支機構的基本條件、內部管控能力、專業銷售人員、客群特徵等情況以書面形式對分支機構代銷產品範圍進行差異化授權。確有必要由一級分支機構審批的，一級分支機構應當事先獲得總行授權，並報總行備案。

第二十六條 商業銀行應當確認合作機構具備產品發行資格，產品由監管部門或者其授權機構審批、註冊、備案、登記或者取得符合規定的登記編碼。

第二十七條 商業銀行應當對代銷產品开展盡職調查，全面了解產品情況，對產品信息的真實性、準確性、

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xx机构（合作机

构) 发行与管理, xx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。

国家金融监督管理总局有关司局负责人就 《商业银行代理销售业务管理办法》答记者问

金融监管总局近日发布《商业银行代理销售业务管理办法》（以下简称《办法》），有关司局负责人就《办法》相关问题回答了记者的提问。

一、《办法》制定的背景和主要内容是什么？

近年来，商业银行代销业务快速发展，代销产品数量和类型日益丰富，客户覆盖面日益广泛。在相关监管制度不断压实金融产品发行人、管理人责任的基础上，有必要进一步明确商业银行作为代销机构的义务。为此，总局制定《办法》，旨在推动商业银行代销业务规范有序发展。

《办法》共八章 54 条，主要包括以下内容：

第一章总则,明确商业银行开展代销业务应当具备的条件、基本原则。第二章代销业务内部管理制度,明确商业银行开展代销业务需建立健全管理制度、业务系统、内部管理、消费者保护等机制。第三章合作机构管理,强化商业银行对合作机构的管理责任,明确合作机构准入审查要求和退出机制,明晰商业银行和合作机构的法律责任。第四章代销产品准入管理,强化商业银行对代销产品的准入管理责任,明确尽职调查要求。第五章销售管理,对商业银行宣传推介和代理销售行为作出规范。第六章代销产品存续期管理,明确存续期内商业银行应尽的义务。第七章监督管理,明确对商业银行开展代销业务的报告要求和监管措施。第八章附则,规定《办法》的施行时间等。

二、在合作机构管理和产品准入管理方面,《办法》对商业银行提出哪些要求?

《办法》从合作机构的准入要求、退出机制、代销协议的签订程序和内容、关联交易管理、责任归属等方面强化了商业银行对合作机构的管理责任。对于已经准入的合作机构,要求定期审查评估。对于实施退出的机构,要求做好存量产品客户服务。

在代销产品准入方面,分类别规定了尽职调查要求。从强化风险控制角度,对部分产品在准入流程上要求商业银行相关部门综合评估,并获得本行高级管理层批准。

三、《办法》对商业银行推介销售代销产品的行为作出哪些规范?

《办法》要求商业银行建立健全代理销售全流程监测和管理机制，对宣传资料、信息查询、产品展示、适当性管理、销售人员管理、可回溯管理等作出具体规定，包括应当针对同类产品制定一致的代销产品展示规则，应当审慎评估客户购买产品的适当性，对老年人、限制民事行为能力人等客群的销售管理提出针对性要求，应当加强销售人员资质和行为管理等。

四、在代销产品存续期内，商业银行应当履行哪些义务？

《办法》规定，在代销产品存续期内，商业银行应当持续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，督促合作机构履行主动管理责任；督促合作机构按照规定披露代销产品相关信息；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。

五、关于《办法》施行时间有何考虑？

为保障政策平稳实施，《办法》定于 2025 年 10 月 1 日起施行。商业银行将根据《办法》要求做好各项准备工作。《办法》施行时，对于不符合第二十八条规定的存续产品，可以按照原有协议约定通过自然到期等方式逐步完成存量化解。