

第七章证券投资基金的市场营销第七节、我国对证券投资基金市场营销的管理法规 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/39/2021\\_2022\\_\\_E7\\_AC\\_AC\\_E4\\_B8\\_83\\_E7\\_AB\\_A0\\_E8\\_c33\\_39793.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/39/2021_2022__E7_AC_AC_E4_B8_83_E7_AB_A0_E8_c33_39793.htm) (一)对基金销售人员的行为规范 1. 基金管理公司、基金代销机构及其工作人员，在基金的销售活动中，应当严格遵守法律法规和中国证券监督管理委员会(以下简称中国证监会)的有关规定，遵守本行业公认的行为规范和道德准则。 2. 在基金销售过程中，基金管理公司、基金代销机构及其工作人员禁止从事下列行为：(1)向投资人作虚假陈述、欺骗性宣传，误导投资人买卖基金；(2)违反法律法规和基金契约、基金招募说明书的规定，向投资人收取额外费用；(3)任何个人或者机构以强制、抽奖等不正当方式销售基金；(4)通过基金销售从投资人处获取或者给予投资人与基金销售无关的利益；(5)基金契约、基金招募说明书规定的情形外，拒绝投资人的认购、申购或者赎回申请。 3. 基金管理公司、基金代销机构向投资人提供专业基金投资咨询服务的工作人员应当具备相应的基金从业资格。(二)基金销售宣传活动开始时间规定 基金的设立申请获得中国证监会核准前，不得以任何形式宣传和销售该基金。(三)基金销售宣传活动方式的规定 基金的设立获得中国证监会批准后，基金管理公司可以直接或者委托其他机构通过公开出版物、广播、电视、电影、互联网、宣传手册、海报等方式向公众进行该基金的销售宣传。基金的销售宣传资料事后报中国证监会备案。(四)基金销售宣传的内容规定 基金管理公司应当确保基金销售宣传的内容真实、准确，并符合下列

规定：1. 不得有虚假记载、误导性陈述和重大遗漏；2. 不得出现与基金契约、基金招募说明书内容相抵触的陈述；3. 不得以任何形式向投资人保证获利或者承诺最低收益，经中国证监会批准设立的特殊品种的基金除外；4. 引用的数据和统计资料应当真实、准确，并注明出处。基金的销售人必须含有明确的风险提示和警示性文字，提醒投资人注意投资有风险，应仔细阅读基金的销售文件。引用基金过去业绩的，应同时声明过往业绩并不预示基金的未来表现。含有基金获得中国证监会核准的有关内容的，应同时声明中国证监会对基金的核准并不代表中国证监会对基金的风险和收益作出实质性的判断、推荐或保证。单纯登载有关基金管理公司、基金代销机构企业形象而不涉及任何基金产品的销售宣传，无须含有风险提示和警示性文字。

(五)对销售机构竞争行为的规定

1. 费用折扣的规定：营销机构在销售基金时给予投资人折扣、给予中间人佣金的，应当予以明示，给予投资人的折扣、给予中间人的佣金必须如实记帐。

2. 竞争行为的规定：基金管理公司、基金代销机构不得从事下列不正当竞争行为：(1)捏造、散布虚假事实，诋毁竞争对手的商业信誉或者损害行业声誉；(2)以排挤竞争对手为目的，恶意压低基金的服务收费；(3)中国证监会规定的其他行为。基金管理公司、基金代销机构应当建立和健全与基金销售业务有关的内部控制制度、员工行为规范和激励约束机制，加强基金销售人员的岗位培训和职业道德教育，加强对基金销售业务合规运作和员工行为规范的检查和监督，积极研究不同基金产品的风险收益特征，了解投资人的不同风险承受能力，不断提高基金投资咨询服务水平。

100Test 下载频道开通，各类考

试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)