

公开募集证券投资基金宣传推介材料管理暂行规定

现公布《公开募集证券投资基金宣传推介材料管理暂行规定》，自2020年10月1日起施行。
中国证监会
2020年8月28日

第一条

为了保护公开募集证券投资基金（以下简称基金）投资人的合法权益，规范基金宣传推介活动，根据《证券投资基金法》《公开募集证券投资基金销售机构监督管理办法》（以下简称《销售办法》）及相关法律法规，制定本规定。

第二条

基金管理人、基金销售机构制作、使用基金宣传推介材料，应当遵守本规定。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）另有规定的，从其规定。

第三条

基金宣传推介材料应当加强对投资人的教育和引导，积极培养投资人的长期投资理念，注重对行业公信力及公司品牌、形象的宣传。

第四条

基金宣传推介材料可以登载该基金、基金管理人管理的其他基金的过往业绩，基金合同生效不足6个月的除外。

基金宣传推介材料登载过往业绩的，应当同时登载基金业绩比较基准的表现，展示的任意业绩区间均应当超过6个月，且符合以下要求：

- （一）基金合同生效6个月以上但不满1年的，应当从合同生效之日起计算业绩；
- （二）基金合同生效1年以上但不满5年的，应当包含自合同生效当年开始所有完整会计年度的业绩；
- （三）基金合同生效5年以上的，应当包含最近5个完整会计年度的业绩；
- （四）业绩登载期间基金合同中投资目标、投资范围和投资策略发生改变或者基金经理发生变更的，应当予以特别说明。

第五条

基金宣传推介材料登载该基金、基金管理人管理的其他基金的过往业绩，应当遵守下列规定：

- （一）按照有关法律法规的规定或者行业公认的准则计算基金的业绩表现数据；
- （二）引用的统计数据 and 资料应当真实、准确，并注明出处，不得引用未经核实、尚未发生或者模拟的数据；对于推介定期定额投资业务等需要模拟历史业绩的，应当采用我国证券市场或者境外成熟证券市场具有代表性的指数，对其过往足够长时间的实际收益率进行模拟，同时注明相应的复合年平均收益率；此外，还应当说明模拟数据的来源、模拟方法及主要计算公式，并进行相应的风险提示；
- （三）真实、准确、合理地表述基金业绩和基金管理人的管理水平。基金业绩表现数据应当经基金托管人复核或者摘取自基金定期报告。

第六条

基金宣传推介材料登载基金过往业绩的，应当以显著方式特别声明，基金的过往业绩并不预示其未来表现，基金管理人管理的其他基金的业绩并不构成基金业绩表现的保证，不得以明示、暗示或其他任何方式承诺产品未来收益。

基金宣传推介材料登载基金经理过往业绩的，应当客观、准确登载该基金经理与产品投资相关的任职情况。相关过往业绩原则上应当覆盖该基金经理管理的全部同类产品的过往业绩，不得片面选取特定或部分产品、特定或部分区间过往业绩进行宣传。

第七条

基金宣传推介材料对不同基金的业绩进行比较的，应当使用可比的数据来源、统计方法和比较期间，并且有关数据来源、统计方法应当公平、准确，具有关联性。

第八条

基金宣传推介材料附有统计图表的，应当清晰、准确。

第九条

基金宣传推介材料提及基金评价机构评价结果的，应当符合中国证监会关于基金评价结果引用的相关要求，列明基金评价机构的名称及评价结果发布日期。应当注重基金评价结果的时效性，不得仅引用距离发布日期超过两年的评价结果。

第十条

基金宣传推介材料登载基金管理人股东背景时，应当特别声明基金管理人与股东之间实行业务隔离制度。

第十一条

基金宣传推介材料中推介特殊基金品种的，应当对投资范围、投资策略、风险收益特征等进行专门揭示。

第十二条

基金宣传推介材料有足够平面空间的，应当加入风险揭示书。其他情况下，基金宣传推介材料的风险提示和警示性文字必须醒目、明确，方便投资人阅读。风险揭示书的格式文本由中国证券投资基金业协会负责发布和更新。

电视、电影、动态互联网资料等形式的宣传推介材料应当包括为时至少5秒钟的影像显示，提示投资人注意风险并参考该基金的销售文件。电台广播应当以旁白形式表达上述内容。

第十三条

基金产品的募集上限、比例配售等安排，可以在宣传推介材料中作为风险提示事项予以列示说明，但不得以不同字体、加大字号等方式进行强调，不得作为销售主题进行营销宣传。

第十四条

基金宣传推介材料含有基金获中国证监会注册内容的，应当特别声明中国证监会的注册并不代表中国证监会对该基金的风险和收益做出实质性判断、推荐或者保证。

第十五条

基金宣传推介材料必须使用清晰的语言表述，不得存在以下情形：

- (一) 在未提供客观证据的情况下，使用业绩稳健、业绩优良、名列前茅、位居前列、唯一等表述；
- (二) 违规使用安全、保证、承诺、保险、有保障、高收益、无风险、坐享财富增长、安心享受成长、尽享牛市等可能使投资人认为没有风险或者忽视风险的表述；
- (三) 使用欲购从速、申购良机等片面强调集中营销时间限制的表述；
- (四) 诋毁、贬低其他基金管理人、基金托管人或者基金销售机构，或者其他基金管理人管理的基金；
- (五) 夸大或者片面宣传基金管理人、基金经理或者其管理的基金的过往业绩；
- (六) 使用或者登载单位、个人的推荐性文字；
- (七) 使用广告法、反不正当竞争法、反垄断法禁止的内容；
- (八) 中国证监会规定的其他情形。

第十六条

基金管理人、基金销售机构应当建立健全基金宣传推介材料的合规审查机制。相关审查材料应当存档备查。

基金管理人制作的基金宣传推介材料，应当事先经基金管理人负责基金销售业务的高级管理人员和合规负责人检查，出具合规意见书。

基金销售机构应当集中统一制作、使用宣传推介材料，制作、使用的基金宣传推介材料，应当事先经基金销售业务负责人和合规风控负责人（或者合规风控人员）检查，出具合规意见书。

第十七条

中国证监会及其派出机构可以对基金宣传推介材料的制作、内容、内部合规审查等进行定期或者不定期检查，基金管理人、基金销售机构应当予以配合。

第十八条

基金管理人、基金销售机构违反本规定的，中国证监会及其派出机构根据《销售办法》等规定，可以对其采取责令改正、监管谈话、出具警示函等行政监管措施；对相关主管人员和其他直接责任人员，采取监管谈话、出具警示函、认定为不适当人选等行政监管措施。

第十九条

基金投资顾问机构展业过程中登载基金、投资组合过往业绩、历史模拟业绩的，参照适用本规定。

第二十条

本规定自2020年10月1日起施行。《关于证券投资基金宣传推介材料监管事项的补充规定》（证监会公告〔2008〕2号）同时废止。