

评级业务承揽制度

第一章 总则

第一条 为规范市场人员业务承揽行为，加强和规范市场营销工作管理，提高营销工作效率，保护投资者、发行人、委托人及市场相关参与方的合法权益和社会公共利益，依据国家法律法规、监管规定与自律规则，结合公司实际情况，制定本制度。

第二条 本制度所称的业务承揽，是指公司市场营销人员获得委托评级业务需求，完成对客户主体资格审查后，进行的项目承接工作。

第二章 市场部门设置和工作机制

第三条 公司评级业务的市场开发、承揽和评级合同签署、回收等工作由公司的市场部及人员负责。根据评级产品类型，公司设置区域市场、核心市场两个市场一级部门，分别负责工商企业、结构与金融类业务的市场承揽工作。根据区域、业务属性及工作需要，在一级部门下分设二级部门。

第四条 市场部实行客户属地化管理，和专人/双人营销负责制。各部门对本区域、本业务领域的市场承揽工作负责，实现对客户全口径、全业务品种的营销。

第五条 市场人员需遵守公司各项规章制度，及时了解市场动态，不断提高专业素质和营销技能，熟练掌握评级业务流程和评级理论与业务知识，做好行业自律，努力提高客户满意度，提升承揽工作的质量和效果。

第三章 承揽流程及项目派发

第一节 承揽流程

第六条 信息收集和分类。市场人员通过对公开市场客户、信息进行收集整理，确定各类客户类型，分析评级需求，把握营销时机。

第七条 挖掘潜在客户。在充分掌握客户信息和分类的基础上，市场人员应主动挖掘负责区域内或业务领域内的潜在客户。



第八条 利益冲突审查。合规质量管理部对拟营销企业进行利益冲突审查，在确定不存在公司制度规定应回避情形的前提下，市场人员应主动联系企业，预约拜访企业。

第九条 拜访客户

(一) 拜访前，市场人员应认真做好前期准备工作，全面收集、分析客户信息，确定营销方向。

(二) 拜访时，市场人员应准备相应资料，包括公司情况介绍、相关产品介绍、《信用研究》等公司出版物，并确保递交资料的真实、准确、完整和合规，拜访过程中应重视客户需求与客户做好全面、详细的营销沟通。

(三) 拜访后，市场人员应按公司要求及时完成工作日志，更新客户信息档案等。

第十条 项目投标（如需）。市场人员应当严格按照公司有关投标活动的工作规范具体执行。

第十一条 签订评级委托协议。依据监管规定和公司制度要求，市场人员与客户洽谈评级事宜，沟通《信用评级委托协议》相关条款内容，并签订《信用评级委托协议》。

第十二条 收取评级费用。《信用评级委托协议》正式签订后，市场人员应督促委托方按照协议约定支付评级费用。

第二节 项目派发

第十三条 整理报备材料（如需报备）。市场部将《信用评级委托协议》、收款凭证、《集团企业认定函》（如需）等监管要求的报备材料整理后转交信息披露人员，由信息披露人员完成进场前材料报备。

第十四条 项目派发。项目报备完成后，市场人员应与业务部门做好项目衔接，业务部门应及时启动评级程序。

第四章 禁止行为与廉洁从业

第十五条 业务承揽中，市场人员应遵守国家有关法律、法规和监管部门、自律组织的规定，遵守公司制度和内控要求，不得从事国家法律、法规及监管部门规定的禁止行为。



第十六条 不得以承诺分享投资收益或者分担投资损失、承诺或保证信用等级，或通过参与级别竞标、低于合理成本的价格、诋毁同行等不正当竞争手段承揽业务。

第十七条 不得以个人名义接受委托、承办业务，在与委托方签订的评级委托协议中应明确执行评级收费标准，且不得做出收费标准、费用支付与评级对象的评级结果等相联系的约定。

第十八条 市场部门与其他部门设置防火墙，在人员、业务、职能上进行隔离，与评级、合规、财务部门人员不得相互兼职。

第十九条 不得与招标人或其他投标人相互串通投标，禁止以向招标人或者评标委员会成员行贿的手段谋取中标。

第二十条 市场人员应严格遵守有关法律法规及公司制度有关廉洁从业管理的相关规定，不得与评级委托方、受评级机构、受评级证券发行人或者相关第三方存在不正当交易或者商业贿赂。

第二十一条 不得有违反相关法律法规或监管要求，损害投资人、评级对象合法权益，损害资信评级业声誉的其他行为。

第五章 附则

第二十二条 本制度未尽之处，依照国家法律法规、监管部门及行业自律组织规定执行。

第二十三条 本制度由公司市场管理委员会负责解释、修订，公司总裁办公会议审议通过。

第二十四条 本制度自发布之日起施行，原《评级业务承揽制度》（2024年5月修订）同时废止。


联合资信评估股份有限公司
2026年3月修订