

评级业务承揽制度

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，根据中华人民共和国金融行业标准 JR/T0030《信贷市场和银行间债券市场信用评级规范》《银行间债券市场非金融企业债务融资工具中介服务规则》《非金融企业债务融资工具信用评级机构自律公约》《证券资信评级机构执业行为准则》《非金融企业债务融资工具信用评级业务自律指引》和《银行间债券市场非金融企业债务融资工具信息披露规则》等规则规定，以及公司相关制度制定本制度。

一、市场部门设置和工作机制

评级业务承揽工作由市场部门负责。

1. 根据评级产品类型，公司设置工商市场、结构和金融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。

2. 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。

3. 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。

二、评级业务承揽流程

1. 信息收集和分类

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。

2. 挖掘潜在客户

在充分掌握客户信息和分类的基础上，主动挖掘负责区域内或业务领域内的



潜在客户。

3. 利益冲突审查

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的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。

4. 客户拜访

客户拜访前,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。

拜访客户时,应准备相应资料,包括公司情况介绍、相关产品介绍、《信用评级研究》等公司出版物,应确保递交资料的真实、准确、完整和合规,拜访过程重视客户需求与客户做好全面、详细的营销沟通。

拜访结束后,应完成工作日志,更新客户信息档案等。

5. 项目招标

项目投标具体要求详见《评级业务投标工作规范》。

6. 签订评级委托协议

依据监管规定和公司制度要求,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,并正式签订《信用评级委托协议》。

7. 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支付评级费用。

8. 整理报备材料

市场研发部将《信用评级委托协议》、收款凭证、《集团企业认定函》(如需要)整理后,转交信息披露人员完成进场前材料报备。

9. 业务承揽流程结束

项目报备完成后,评级业务承揽过程结束。

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。

三、评级业务承揽管理规则

1. 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。



2. 不得以明示或默示方式承诺、保证级别，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。

3. 不得在评级委托协议签订前与委托方或相关机构探讨信用级别或级别区间，包括通过预评估级别或级别区间等方式参与营销、以直接或间接方式向委托方或相关机构反馈级别区间等行为。

4. 严禁以礼金、回扣等方式输送或接受不正当利益。

5. 不得承揽与信用评级业务有利益冲突的相关业务；在开展信用评级业务期间，不得向受评级机构或受评级债券发行人提供管理咨询或财务顾问方面的服务或建议。

6. 不得以个人名义接受委托、承办业务，在与委托人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、受评债券能否成功发行等相联系的约定。

7. 严格遵守公司信息保密制度，履行保密义务，不得利用相关信息为任何机构或个人谋取不当利益。

四、本制度经总裁办公会会议审议通过，自发布之日起执行。

