

# 证券期货投资者教育基地监管指引

**第一条** 为规范证券期货投资者教育基地（以下简称投教基地）监管工作，充分发挥其功能，提高投资者教育服务水平，根据《关于加强证券期货投资者教育基地建设的指导意见》（以下简称《指导意见》）、《首批投资者教育基地申报工作指引》、《第二批证券期货投资者教育基地申报工作指引》（以下统称申报指引）及其他相关法律、行政法规、部门规章、规范性文件，制定本指引。

**第二条** 本指引适用于中国证监会及其派出机构按照规定分别命名的国家级和省级投教基地。投教基地按照载体形式不同，分为实体投教基地和互联网投教基地。

**第三条** 中国证监会指导派出机构监管所命名的省级投教基地，以及国家级基地中地址在本辖区内的实体基地和申报主体所在地在本辖区内的互联网基地。

**第四条** 投教基地应当在基地的显著位置摆放或者展示中国证监会或者其派出机构颁发的投教基地牌匾证书，实体基地还应当在入口处显著位置以及基地的互联网宣传载体中，公示基地开放的时间、方式和联系电话等方便投资者来访的信息。

投教基地应当在开展公益性活动中使用基地命名。

**第五条** 投教基地要主动开展投资者教育工作，确保持续符

合《指导意见》、申报指引规定的建设标准，积极参与证券期货监管机构、自律组织开展的投教活动，加强与社会各方的交流合作，不断提高基地的质量和影响力。

**第六条** 投教基地单位应当完善基地管理的组织机构和工作机制，明确分管领导、基地负责人和联系人，为基地配备的专职投教人员应当具备较高的政治素质和专业水平，有较为丰富的从业经验，认真负责，勤勉尽职，态度热情，服务周到。

**第七条** 投教基地应当按要求定期向监管机构如实报送服务投资者、投放投教产品、开展投教活动等情况；基地名称、地址或网址、实体基地咨询电话、基地单位分管领导、基地负责人和联系人等情况发生变更的，应当自变更之日起 10 个工作日内报告监管机构，对基地名称、地址或网址、实体基地咨询电话的变更，还应当以适当形式向社会公开。

**第八条** 中国证监会及其派出机构根据重要突发事件、媒体负面报道、线索明确的投诉举报等情况，对投教基地是否持续符合建设标准，开展全面检查或者专项检查。

中国证监会可以自行或者组织派出机构对投教基地进行检查，派出机构负责所管辖基地的检查工作并根据中国证监会的部署和工作需要进行检查。派出机构自行开展检查的，应当将检查情况及时报送中国证监会。

**第九条** 检查方式包括实地考察、体验基地的投教设备，在线浏览、测试互联网基地或实体基地的互联网宣传载体，查阅资

料，访问投资者、询问基地工作人员等。

检查人员可以对有关情况、资料和发现的问题进行记录、录音、录像、照相和复制。检查人员应当忠于职守，依法办事，廉洁自律，严格执行有关法规政策规定的回避制度。

**第十条** 投教基地相关工作人员应当协助和配合检查，如实反映情况，保证提供资料真实、准确、完整、及时，对检查发现的问题按要求认真整改。

投教基地应当建立健全内部检查制度，每半年开展一次自查，形成自查报告。发现不符合《指导意见》、申报指引以及本指引规定的问题，应当及时处理并主动报告监管机构。

**第十一条** 投教基地应当完整记录开展的各项工作，妥善保存相关资料并以纸质或电子形式建档备查，保存期限不少于三年。

**第十二条** 投教基地考核原则上每年进行一次，中国证监会可以视情况调整。

设定正常运行的投教基地基准分为 100 分，根据投教基地在考核期内服务投资者、投放投教产品、开展投教活动、投教人员配备、投教经费投入、满意度调查、推动投资者教育纳入国民教育、所获奖励以及持续合规状况等情况，相应加分或扣分以确定投教基地的考核计分。

**第十三条** 投教基地应当对照考核指标表（见附件），如实填写自评情况，并按要求及时报送监管机构。监管机构根据日常

监管检查等情况，对自评结果进行核查。

中国证监会及派出机构每年根据投教基地建设运行情况，结合以前年度考核结果，事先确定优秀、良好的投教基地的相对比例，并根据考核计分的分布情况，具体确定各类别、各级别投教基地的数量，其中优秀、良好的投教基地考核计分应当高于基准分，考核计分低于 60 分的基地，认定为不合格。

投教基地在自评时不得存在隐瞒重大事项或者报送、提供有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的信息和资料，被发现查实的，将视情节轻重下调其考核等级结果。对于在考核期内发现出现重大违法违规行为，并严重侵害投资者利益的投教基地及其单位，考核结果将直接认定为不合格。

**第十四条** 中国证监会鼓励各类主体积极参与投教基地建设，可以采取以下措施：

（一）证券期货交易所、行业协会以及受中国证监会管理、为证券期货市场提供公共基础设施或者服务的专门机构（以下统称会管单位）申报投教基地的命名与考核情况，以及各辖区市场主体申报投教基地的命名与监管情况，将分别作为中国证监会评价会管单位和派出机构投资者保护工作的重要参考；

（二）证券公司、期货公司及两者的分支机构申报投教基地的命名与考核情况，将持续纳入证券公司、期货公司的分类监管，作为评价投资者保护相关指标的加分或者扣分项；

（三）中国证监会及其派出机构、会管单位在选择投资者教

育及相关培训、研究、宣传工作的承办或者合作单位时，优先考虑受命名投教基地的申报主体，特别是考核结果优秀的投教基地；

（四）中国证监会及其派出机构、会管单位可以为基地特别是国家级基地提供投教产品、投教活动、师资力量、业务培训等方面的支持服务，组织基地交流共享投教信息和成果，表彰宣传先进基地；

（五）中国证监会及其派出机构、会管单位在相关业务培训中将投教基地工作人员纳入培训范围，并积极开展针对投教基地工作人员的专项培训；

（六）中国证监会在评审国家级投教基地时，优先考虑考核结果优秀的省级投教基地。

**第十五条** 对于存在不符合《指导意见》、申报指引以及本指引规定要求或者考核不合格的投教基地，中国证监会及其派出机构应当要求其限期改正并提交整改报告，情节严重、逾期不改正或者改正不到位的，取消命名并向社会公布。被取消命名的申报单位三年内不得再次申报。派出机构取消省级投教基地命名后，应当自取消之日 10 个工作日内报中国证监会备案。

**第十六条** 本指引自公布之日起施行。

附件：证券期货投资者教育基地考核指标表

## 附件

(实体) 证券期货投资者教育基地考核指标表

编号	指标类别	指标名称	指标统计口径	计分标准
1	开放要求	接待人次	投教基地实际接待人次	国家级基地平均每月多于 500 人次，省级基地平均每月多于 200 人次；且排名前 10%、11%-20%、21%-50%的，分别加 2 分、1 分、0.5 分
2	投教人员	专职投教人数和从业资格人数	投教基地配备的专职投教工作人员数量，以及其中具备证券、期货或基金从业资格的人数（有变化的，以平均每月人数为准）	人数多于 1 名，且排名前 10%、11%-20%、21%-50%的，分别加 2 分、1 分、0.5 分
3	投教产品	投教产品考核期初种数，新增的种数、数量和原创产品覆盖面	基地期初投放的投教产品种数，新投放的投教产品种数、数量以及原创投教产品的点击量（包括微信阅读量）加总	国家级基地不少于 20 种且每年新增不少于 10 种，省级基地不少于 8 种且每年新增不少于 4 种；且排名前 10%、11%-20%、21%-50%的，分别加 2 分、1 分、0.5 分
4	投教活动	投教活动场次和参与人次	投教基地组织公益性投教活动的场次总数，以及参与人次总数	排名前 10%、11%-20%、21%-50%的，分别加 2 分、1 分、0.5 分
5	满意度调查	参与人次和满意度	参与投教基地满意度调查的总人次，对投教基地表示满意或较为满意的人次占比	调查人次：国家级基地平均每月多于 300 人次，省级基地平均每月多于 120 人次；满意度：所有基地 80%以上为满意或者较为满意；且排名前 10%、11%-20%、21%-50%的，分别加 2 分、1 分、0.5 分
6	经费要求	经费投入	为保障投教基地正常运行实际发生的经费投入	排名前 10%、11%-20%、21%-50%的，分别加 2 分、1 分、0.5 分
7	宣传要求	宣传信息更新量	宣传投教基地工作的网站或者专栏、微博、微信或者 APP 实际刊发的宣传基地工作的材料合计篇数（在不同载体刊发的内容相同或相似的宣传材料不重复计算）	国家级基地平均每月多于 5 篇，省级基地平均每月多于 2 篇；且排名前 10%、11%-20%、21%-50%的，分别加 2 分、1 分、0.5 分

8	推动投资者教育纳入国民教育	教材课件、覆盖学生和师资培训	基地投放的适用在校学生的原创教材、课件、游戏等投教产品种数，针对在校学生开展的教育活动覆盖的学生人次，以及针对在校老师开展的培训活动参与人次	排名前 10%、11%-20%、21%-50%的，分别加 0.5 分、0.3 分、0.2 分
9	所获奖励		投教基地及其建设运行单位所获投教方面的奖励，以考核期内相关部门颁发的证书、发布的文件为准	国家级、省级部门的奖励，每个分别加 1 分、0.4 分
10	扣分项目		在场地、开放、投教设备和人员、投教产品、投教活动、满意度调查、运行保障、宣传、命名使用、日常运行、报告、检查、留痕、考核等方面，考核期内被发现查实存在不符合《指导意见》、申报指引以及本指引规定要求的情形	涉及量化指标的，查实 1 项未达到规定标准 100% 但达到 70% 及以上的扣 1-3 分，达到 30% 及以上但未达到 70% 的扣 4-7 分，未达到 30% 的扣 8-10 分； 涉及非量化指标的，综合考虑主观过错、行为性质和后果、对投资者的不利影响或损害等因素，查实 1 项扣 1-3 分，情节严重的扣 4-7 分，情节特别严重的扣 8-10 分； 同一事项不重复扣分

备注：

1. 指标统计口径，均为本考核期内的数据；填写的所有数据应当有纸质或电子记录留痕证明。
2. “投教”为投资者教育的简称，包括证券期货知识普及、风险提示、法规政策咨询等投资者教育服务，不能涉及具体投资建议。
3. 排名范围为基地所属级别或辖区的所有实体基地（既是国家级又是省级的基地，在国家级基地中排名，省级基地在本辖区基地中排名），按比例计算的基地家数四舍五入取整；第 2-5、8 项的各细项分别排名，分别加分；第 1-9 项加分的前提是相关基地的指标高于申报指引规定的标准，且高于排名范围内所有基地指标的均值。
4. 在填写“3.投教产品”时：
  - （1）投教产品种类包括音像、电子、纸质以及用品类（具有投教功能的历史实物、办公用品、学习用品或日用品等）投教产品。计算投教产品种数时，原创产品和非原创产品种数分别乘以 5 和 1 后加总计算。
  - （2）内容不同的两个投教产品，算两种。内容相同或相似的两个投教产品，以相同形式存在的，算一种，以不同形式存在的，算两种，例如，在不同报刊中发表的内容相同或相似的两篇投教文章，算一种；但相同或相似内容的投教产品，以出版物和非出版物，或者纸质和电子等两种形式展现的，算两种。
5. 在填写“4.投教活动”时，投教基地外出举办的、参与或联合其他主体举办的公益性投教活动都计入该投教基地开展的活动。
6. 在填写“5.满意度调查”时，可以包括聘请第三方评价机构或招募志愿者等调查方式涉及的参与人次及满意度情况。
7. 在填写“7.宣传要求”时，投教基地的工作包括投放投教产品、开展投教活动等，有关宣传均可计入宣传材料。

(互联网) 证券期货投资者教育基地考核指标表

编号	指标类别	指标名称	指标统计口径	计分标准
1	网站要求	网站信息量和信息更新率	考核期初的网站信息量，以 G 为单位，以及信息更新率，以%为单位	网站信息量：国家级基地多于 2G，省级基地多于 0.8G；信息更新率：所有基地信息更新率月均不低于 1%；且排名前 10%、11%-20%、21%-50%的，分别加 2 分、1 分、0.5 分
2	开放要求	访问量、点击量和独立 IP 数	网站及其衍生的微博、微信或者 APP 等的访问量、点击量和独立 IP 数量	访问量：国家级基地多于 3 万人次/月，省级基地多于 1.2 万人次/月；点击量：国家级基地多于 2 万人次/月，省级基地多于 0.8 万人次/月；独立 IP 数量：国家级基地多于 1 万个/月，省级基地多于 0.4 万个/月；且排名前 10%、11%-20%、21%-50%的，分别加 2 分、1 分、0.5 分
3	投教人员	专职投教人数和从业资格人数	投教基地配备的专职投教工作人员数量，以及其中具备证券、期货或者基金从业资格的人数（有变化的，以平均每月人数为准）	人数多于 1 名，且排名前 10%、11%-20%、21%-50%的，分别加 2 分、1 分、0.5 分
4	投教产品	投教产品考核期初种数，新增的种数、数量和原创产品覆盖面	基地期初投放的投教产品种数，新投放的投教产品种数、数量以及原创投教产品的点击量（包括微信阅读量）加总	国家级基地不少于 20 种且每年新增不少于 10 种，省级基地不少于 8 种且每年新增不少于 4 种；且排名前 10%、11%-20%、21%-50%的，分别加 2 分、1 分、0.5 分
5	投教活动	投教活动场次和参与人次	投教基地组织公益性投教活动的场次总数，以及参与人次总数	排名前 10%、11%-20%、21%-50%的，分别加 2 分、1 分、0.5 分
6	满意度调查	参与人次和满意度	参与投教基地满意度调查的总人次，对投教基地表示满意或较为满意的人次占比	调查人次：国家级基地平均每月多于 300 人次，省级基地平均每月多于 120 人次；满意度：所有基地 80%以上为满意或者较为满意；且排名前 10%、11%-20%、21%-50%的，分别加 2 分、1 分、0.5 分
7	经费要求	经费投入	为保障投教基地正常运行实际发生的经费投入	排名前 10%、11%-20%、21%-50%的，分别加 2 分、1 分、0.5 分



8	宣传要求	宣传信息更新量	宣传投教基地工作的网站或者专栏、微博、微信或者 APP 实际刊发的宣传基地工作的材料合计篇数（在不同载体刊发的内容相同或相似的宣传材料不重复计算）	国家级基地平均每月多于 5 篇，省级基地平均每月多于 2 篇；且排名前 10%、11%-20%、21%-50%的，分别加 2 分、1 分、0.5 分
9	推动投资者教育纳入国民教育	教材课件、覆盖学生和师资培训	基地投放的适用在校学生的原创教材、课件、游戏等投教产品种数，针对在校学生开展的教育活动覆盖的学生人次，以及针对在校老师开展的培训活动参与人次	排名前 10%、11%-20%、21%-50%的，分别加 0.5 分、0.3 分、0.2 分
10		所获奖励	投教基地及其建设运行单位所获投教方面的奖励，以考核期内相关部门颁发的证书、发布的文件为准	国家级、省级部门的奖励，每个分别加 1 分、0.4 分
11		扣分项目	在网站、开放、投教设备和人员、投教产品、投教活动、满意度调查、运行保障、宣传、命名使用、日常运行、报告、检查、留痕、考核等方面，考核期内被发现查实存在不符合《指导意见》、申报指引以及本指引规定要求的情形	涉及量化指标的，查实 1 项未达到规定标准 100%但达到 70%及以上的扣 1-3 分，达到 30%及以上但未达到 70%的扣 4-7 分，未达到 30%的扣 8-10 分； 涉及非量化指标的，综合考虑主观过错、行为性质和后果、对投资者的不利影响或损害等因素，查实 1 项扣 1-3 分，情节严重的扣 4-7 分，情节特别严重的扣 8-10 分； 同一事项不重复扣分
<p>备注：</p> <p>1.指标统计口径，均为本考核期内的数据；填写的所有数据应当有纸质或电子记录留痕证明。</p> <p>2.“投教”为投资者教育的简称，包括证券期货知识普及、风险提示、法规政策咨询等投资者教育服务，不能涉及具体投资建议。</p> <p>3.排名范围为基地所属级别或辖区的所有互联网基地（既是国家级又是省级的基地，在国家级基地中排名，省级基地在本辖区基地中排名），按比例计算的基地家数四舍五入取整；第 1-6、9 项的各细项分别排名，分别加分；第 1-9 项加分的前提是相关基地的指标高于申报指引规定的标准，且高于排名范围内所有基地指标的均值。</p> <p>4.在填写“4.投教产品”时： （1）投教产品种类包括音像、电子、纸质以及用品类（具有投教功能的历史实物、办公用品、学习用品或日用品等）投教产品。计算投教产品种数时，原创产品和非原创产品种数分别乘以 5 和 1 后加总计算。 （2）内容不同的两个投教产品，算两种。内容相同或相似的两个投教产品，以相同形式存在的，算一种，以不同形式存在的，算两种，例如，在不同报刊中发表的内容相同或相似的两篇投教文章，算一种；但相同或相似内容的投教产品，以出版物和非出版物，或者纸质和电子等两种形式展现的，算两种。</p> <p>5.在填写“5.投教活动”时，投教基地在线下举办的、参与或联合其他主体举办的公益性投教活动计入该投教基地开展的活动。</p> <p>6.在填写“6.满意度调查”时，可以包括聘请第三方评价机构或招募志愿者等调查方式涉及的参与人次及满意度情况。</p> <p>7.在填写“8.宣传要求”时，投教基地的工作包括投放投教产品、开展投教活动等，有关宣传均可计入宣传材料。</p>				