

四、业务承袭规划

1.1 业务承袭规划

1.1.1 业务承袭规划

1.1.1.1 根据评级广而尖窄，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。

1.1.1.2 市场部实行客户属地化管理，一人/双人负责制。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、企业各品种的营销

1.1.1.3 市场部实行客户属地化管理，一人/双人负责制。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、企业各品种的营销

1.1.1.4 市场部实行客户属地化管理，一人/双人负责制。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、企业各品种的营销

1.1.1.5 市场部实行客户属地化管理，一人/双人负责制。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、企业各品种的营销

1.1.1.6 市场部实行客户属地化管理，一人/双人负责制。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、企业各品种的营销

1.1.1.7 市场部实行客户属地化管理，一人/双人负责制。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、企业各品种的营销

1.1.1.8 市场部实行客户属地化管理，一人/双人负责制。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、企业各品种的营销

1.1.1.9 市场部实行客户属地化管理，一人/双人负责制。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、企业各品种的营销

1.1.1.10 市场部实行客户属地化管理，一人/双人负责制。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、企业各品种的营销

2.4 客户拜访

2.4.1 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。

2.4.2 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。

2.4.3 拜访结束后，应完成工作日志，更新客户信息档案等。

2.5 项目投标（如需）

2.5.1 项目投标具体要求详见《评级业务投标工作规范》。

2.6 签订评级委托协议

2.6.1 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，并签订《信用评级委托协议》。

2.7 收取评级费用

2.7.1 《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



2.4 不得在任职期间私自接受其他单位或个人的聘任或兼职，不得在任职期间私自从事或参与任何可能影响本职工作或与公司利益相冲突的活动。

2.5 不得在工作时间内从事与工作无关的活动，不得在工作时间内擅自离岗或从事与工作无关的活动，且不得作出任何损害公司利益的行为。

2.6 不得在工作时间内从事任何可能损害公司利益的活动，包括但不限于从事任何可能损害公司利益的活动。

2.7 不得在工作时间内从事任何可能损害公司利益的活动，包括但不限于从事任何可能损害公司利益的活动。

2.8 不得在工作时间内从事任何可能损害公司利益的活动，包括但不限于从事任何可能损害公司利益的活动。

2.9 不得在工作时间内从事任何可能损害公司利益的活动，包括但不限于从事任何可能损害公司利益的活动。



第五条 本制度由公司总裁办负责解释、修订。

第六条 本制度自2024年6月1日起生效，原《评级业务承揽制度》(2019年7月制定)自本制度生效之日起自动废止。

