

**Provided by**  
**Academy of Professional Accounting (APA)**

## 基金从业资格考试

科目一：基金法律法规、职业道德与业务规范

第三讲：教材（下册）第20、21、22章 --- 考点回

顾

Lecturer: HangJian

欢迎加入ACCAspace基金从业考  
试QQ群：364480357  
主讲老师微信号：czhj1220516





## 科目一2016考试大纲：教材（上册）第20章

对应教材章名	节名	编号	学习目标(掌握/理解/了解)
20. 基金的信息披露	1. 基金信息披露概述	20.1.a	掌握基金信息披露的作用、原则和内容
		20.1.b	掌握基金信息披露的禁止性行为
		20.1.c	了解我国基金信息披露体系及XBRL的应用
	2. 基金主要当事人的信息披露义务	20.2.a	理解基金管理人信息披露的主要内容
		20.2.b	理解基金托管人信息披露的主要内容
	3. 基金募集信息披露	20.3.a	理解基金合同、托管协议等法律文件应包含的重要内容
		20.3.b	理解招募说明书的重要内容
	4. 基金运作信息披露	20.4.a	掌握基金净值公告的种类及披露时效性要求
		20.4.b	理解货币市场基金信息披露的特殊规定
		20.4.c	理解基金定期公告的相关规定
		20.4.d	理解基金上市交易公告书和临时信息披露的相关规定
	5. 特殊基金品种的信息披露	20.5.a	理解QDII信息披露的特殊规定及要求
		20.5.b	理解ETF信息披露的特殊规定及要求



## 学习目标 20.1：基金信息披露的作用、原则和内容

1. ( ) 要求披露可能影响投资者决策的某一具体信息时，必须对该信息的所有重要方面进行充分的披露。

A. 真实性原则    B. 规范性原则

C. 及时性原则    D. 完整性原则

- 重要考点：基金信息披露的原则
- 解析：D。完整性原则要求披露可能影响投资者决策的某一具体信息时，必须对该信息的所有重要方面进行充分的披露，不仅披露对信息披露义务人有利的信息，更要披露对信息披露义务人不利的各种风险因素。



## 学习目标 20.1 重要考点

- 基金信息披露的作用：有利于投资者的价值判断，有利于防止利益冲突与利益输送，有利于提高证券市场的效率，能有效防止信息滥用
- 基金信息披露的原则
  - 披露内容方面：真实性，准确性，完整性，及时性，公平性。
  - 披露形式方面：规范性，易解性，易得性。
- 基金信息披露的禁止行为
  - 虚假记载，误导性陈述或者重大遗漏
  - 对证券投资业绩进行预测
  - 违规承诺收益或者承担损失
  - 诋毁其他基金管理人、托管人或者基金销售机构
  - 登载任何自然人、法人或者其他组织的祝贺性、恭维性或者推荐性的文字。



## 学习目标 20.2：基金主要当事人的信息披露义务

1. 基金管理人应当在上半年结束之日起（ ）日内，编制完成基金半年度报告。

A. 15    B. 30    C. 45    D. 60

- 重要考点：基金管理人的信息披露义务

- 解析：D。基金管理人应当在上半年结束之日起60日内，编制完成基金半年度报告，并将半年度报告正文登载在网站上，将半年度报告摘要登载在指定报刊上。

2. 基金托管人的基金托管部门主要业务人员在1年内变动超过（ ）时，托管应当在变化发生之日起2日内编制并披露临时报告书，并报中国证监会及其派出机构备案。

A. 30%    B. 50%    C. 15%    D. 5%

- 重要考点：基金托管人的信息披露义务

- 解析：A。当基金发生涉及基金托管人及托管业务的重大事件时，例如基金金托管人的专门基金托管部门的负责人变动、该部门的主要业务人员在1年内变动超过30%等等，托管人应当在事件发生之日起2日内编制并披露临时公告书，并报中国证监会及地方监管局报案。



## 学习目标 20.2 重要考点

- 基金管理人的信息披露义务
  - 在基金份额发售3日前，将招募说明书、基金合同摘要登载在指定报刊和管理人网站上。
  - 开放式基金合同生效后每6个月结束之日起45日内，登载更新的招募说明书)；在公告的15日前，报送中国证监会。
  - 每年结束后90日内，披露年度报告；每半年结束后60日内，披露半年度报告；每季度结束后15个工作日内，披露季度报告。披露的第2个工作日，报中国证监会。合同生效不足2个月，可不编制。
- 基金托管人的信息披露义务
  - 在基金份额发售的3日前，将基金合同、托管协议登载在托管人的网站上。
  - 托管人及托管业务发生重大事件时，如1年内人员变动超30%，住所变更等，自发生之日起2日内编制并披露临时公告书，并报中国证监会及地方监管局备案。



## 学习目标 20.3：基金募集信息披露

1. 基金合同所包含的重要信息不包括（ ）。

- A. 基金的投资基本要素    B. 基金的运作方式  
C. 当事人的权利义务    D. 基金的持有人结构

● 重要考点：基金合同应包含的重要内容

● 解析：D。基金合同包含以下两类信息：①基金投资运作安排和基金份额发售安排方面的信息，例如基金运作方式，运作费用，基金发售、交易、申购、赎回的相关安排，基金投资基本要素，基金估值和净值公告等事项，此类信息一般也会在基金招募说明书中出现；②基金合同特别约定的事项，包括基金当事人的权利义务、基金持有人大会、基金合同终止等方面的信息。



## 学习目标 20.3 重要考点

- 基金合同所包含的重要信息
  - 基金投资运作安排和基金份额发售安排方面的信息：运作方式、运作费用、基金发售、交易、申购、赎回的相关安排等等。
  - 基金合同特别约定的事项：基金当事人的权利义务、基金持有人大会、基金合同终止等方面的信息。
- 基金招募说明书包含的重要信息：基金运作方式；从基金资产中列支的费用的种类、计提标准和方式；基金份额的发售、交易、申购、赎回的约定；基金投资目标、范围和策略等；净值的计算方法和公告方式；风险提示；招募说明书摘要。
- 基金托管协议包含的重要信息
  - 互相监督和核查
  - 事关持有人权益的重要事项





## 学习目标 20.4：基金运作信息披露

1. ( ) 是指货币市场基金于每个开放日的次日在中国证监会指定报刊和管理人网站上披露开放日每万份基金净收益和最近7日年化收益率。

A. 封闭期的收益公告 B. 开放日的收益公告

C. 节假日的收益公告 D. 工作日的收益公告

- 重要考点：货币市场基金信息披露
- 解析：B。按照披露时间的不同，货币市场基金收益公告可分为三类：封闭期的收益公告、开放日的收益公告和节假日的收益公告。其中，开日的收益公告是指货币市场基金于每个开放日的次日在中国证监会指定报刊和管理人网站上披露开放日每万份基金净收益和最近7日年化收益率。



## 学习目标 20.4 重要考点

- **基金净值公告的种类及披露时效性要求**：普通基金净值公告；货币市场基金收益公告；偏离度公告（偏离度信息）。
- **货币市场基金信息披露的特殊规定**：封闭期的收益公告、开放日的收益公告、节假日的收益公告。
- 上市交易公告书：封闭式基金，LOF，ETF，分级基金子份额。
- 基金临时信息披露
  - 重大性标准：影响投资者决策标准，影响证券市场价格标准。
  - 基金临时报告：重大事件发生2日内编制并披露临时报告。



## 学习目标 20.5：特殊基金品种的信息披露

1. 基金管理人关于ETF基金份额参考净值的计算方式，一般需经（ ）认可后公告。

A. 中国证监会      B. 中国基金业协会

C. 中国证券业协会    D. 证券交易所

- 重要考点：ETF信息披露的特殊规定和要求
- 解析：D。基金管理人关于ETF基金份额参考净值的计算方式，一般需经证券交易所认可后公告，修改ETF基金份额参考净值的计算方式，也需经证券交易所认可后公告。



## 学习目标 20.4 重要考点

- QDII基金的特殊披露要求
  - 基金合同、基金招募说明书中的特殊披露要求：境外投资顾问和境外托管人信息；投资交易信息；投资境外市场可能产生的风险信息。
  - 净值信息的披露频率要求：申购赎回前，每周一次；申购赎回后，每日一次。
  - 定期报告中的特殊披露要求：境外投资顾问和境外资产托管人信息；境外证券投资信息；外币交易及外币折算相关的信息。
- ETF的信息披露
  - 基金合同和招募说明书
  - 基金上市交易后
  - 定期报告



## 科目一2016考试大纲：教材（下册）第21章

对应教材章名	节名	编号	学习目标(掌握/理解/了解)
21. 基金客户和销售机构	1. 基金客户的分类	21.1.a	理解基金投资人类型、基金客户构成现状、目标客户选择
	2. 基金销售机构	21.2.a	掌握基金销售机构的主要类型和现状
		21.2.b	了解各类基金销售机构的发展趋势
		21.2.c	掌握基金销售机构准入条件
		21.2.d	掌握基金销售机构职责规范
	3. 基金销售机构的销售理论、方式与策略	21.3.a	了解基金管理人及代销机构销售方式
		21.3.b	理解基金市场营销的特殊性及主要销售策略



## 学习目标 21.1：理解基金投资人类型、基金客户构成现状、目标客户选择

1. 营销人员在开发客户中运用最多的方法是（ ）。

- A. 介绍法    B. 陌生拜访法  
C. 缘故法    D. 广告宣传法

● 重要考点：目标客户的选择

● 解析：B。陌生拜访法针对陌生关系型群体，是营销人员通过主动自我介绍与陌生人认识，交流，把陌生人发展成为潜在客户的方法，是营销人员在客户开发中运用最多的方法。

2. 个人投资者和机构投资者的不同点不包括（ ）

- A. 投资来源    B. 投资目标  
C. 投资方向    D. 投资本质

● 重要考点：基金投资人类型

● 解析：D。机构投资者的性质和个人投资者不同，在投资来源、投资目标、投资方向等方面都与个人投资者有很大的区别。



## 学习目标 21.1 重要考点

- 产品目标客户选择策略
  - 明确目标客户市场：对基金市场进行市场细分和选择相应的目标市场。
  - 市场细分的原则：易入原则，可测原则，成长原则，识别原则，利润原则。
  - 客户寻找：缘故法，介绍法，陌生拜访法（运用最多的）



## 学习目标 21.2：基金销售机构

1. 随着基金销售市场状况和外部环境的改变，各类基金销售机构在未来发展方向上呈现的趋势不包括（ ）

- A. 提升服务的层次化    B. 提升服务的综合化  
C. 提升服务的专业化    D. 深度挖掘互联网销售的效能

- 重要考点：基金销售机构的发展趋势
- 解析：B。随着基金销售市场状况和外部环境的改变，各类基金销售机构在未来发展方向上呈现以下趋势：深度挖掘互联网销售的效能；提升服务的专业化和层次化。





## 学习目标 21.2 重要考点

- 基金销售机构的主要类型：主要类型包括直销机构和代销机构。
- 基金销售机构的趋势：深度挖掘互联网销售的效能；提升服务的专业化和层次化。
- 基金销售机构的准入条件：相关制度健全；财务状况良好；营业设施齐备；技术设施符合标准；资金清算流程完善；具有评价方法体系；内部控制符合要求；反洗钱制度；其他。
- 基金销售机构的职责规范
  - 签订销售协议，明确权利与义务
  - 基金管理人应制定业务规则并监督实施
  - 建立相关制度
  - 禁止提前发行
  - 严格账户管理
  - 基金销售机构反洗钱



## 学习目标 21.3：基金销售机构的销售理论、方式与策略

1. 基金销售机构在销售基金和相关产品时，应根据投资者的风险承受能力销售不同风险等级的产品。这体现的是4Ps理论的（ ）。

A. 规范性 B. 持续性 C. 适用性 D. 服务性

- 重要考点：基金销售机构的销售理论
- 解析：C。证券投资基金属于金融服务行业，其市场营销不同于有形产品营销，在运用4Ps理论时有其特殊性：规范性、服务性、专业性、持续性和适用性。

2. 基金的营销组合策略不包括（ ）。

A. 价格策略 B. 人员策略 C. 促销策略 D. 人员策略

- 重要考点：基金销售机构的策略
- 解析：A。基金的营销组合策略包括：产品策略；分销策略；促销策略和人员策略。



## 学习目标 21.3 重要考点

- 基金销售机构的销售理论
  - 4Ps理论：产品，价格，渠道，促销。
  - 营销组合策略：产品策略，分销策略，促销策略，人员策略
  - 运营4Ps理论的特殊性：规范性，服务性，专业性，持续性，适用性。
- 销售方式
  - 直销与代销的不同点：基金产品方面，销售人员方面，销售网络方面，客户关系方面，营销成本方面。
- 销售策略：产品策略，价格策略，渠道策略，促销策略。



## 科目一2016考试大纲：教材（下册）第22章

对应教材章名	节名	编号	学习目标(掌握/理解/了解)
22. 基金销售行为规范及信息管理	1. 基金销售机构人员行为规范	22.1.a	理解基金销售人员的资格管理、人员管理和培训
		22.1.b	掌握基金销售人员行为规范
	2. 基金宣传推介材料规范	22.2.a	理解宣传推介材料的范围和报备流程
		22.2.b	掌握宣传推介材料的原则性要求和禁止性规定
		22.2.c	理解宣传推介材料业绩等在规范和其他规范
	3. 基金销售费用规范	22.3.a	掌握销售费用内容
		22.3.b	掌握销售费用其他规范
	4. 基金销售适用性	22.4.a	掌握基金销售适用性的指导原则、管理制度和实施保障
		22.4.b	理解基金销售适用性渠道审慎调查的要求
		22.4.c	掌握基金销售适用性产品风险评价要求
		22.4.d	掌握基金销售适用性基金投资人风险承受能力调查和评价要求
	5. 基金销售信息管理	22.5.a	了解基金销售业务信息、客户信息和渠道信息管理



## 学习目标 22.2：基金宣传推介材料规范

1. 关于基金宣传推介材料，下列说法中正确的是（ ）。

- A. 可以预测基金的投资业绩
- B. 可以登载单位的推荐性文字
- C. 可以使用“坐享财富增长”“欲购从速”等表述
- D. 可以通过电视、广播进行公布

- 重要考点：基金宣传推介材料的禁止性规范
- 解析：D



## 学习目标 22.2 重要考点

- 宣传推介材料的原则性要求：保证宣传材料的合规性与一致性。
- 宣传推介材料的禁止性规定
  - 虚假记载、误导性陈述或重大遗漏
  - 预测基金的投资业绩
  - 违规承诺收益或承担损失
  - 诋毁其他市场主体
  - 夸大或者片面宣传基金
  - 登载单位或个人的推荐性文字
  - 语言表述



## 学习目标 22.4：基金销售适用性

1. 基金管理公司内部控制机制是指（ ）。
    - A. 公司内部组织结构及其相互之间的运作制约关系
    - B. 公司为防范金融风险而制定的各种业务操作程序
    - C. 公司为促进各项经营活动的有效实施而制定的各种业务操作程序
    - D. 公司为防范和化解风险而制定的各种业务操作程序、管理与控制措施的总称。
- 重要考点：基金销售机构的管理制度
  - 解析：A。内部控制机制，简称内控机制，是指公司的内部组织结构及其相互之间的运作制约关系，即一个企业组织为了实现计划目标，防范和减少风险的发生，由全体员工共同参与，对内部组织机构业务流程进行全过程的介入和监控，采取权力分配、相互制衡手段你，制定出系统的、制度保证的运作过程。



## 学习目标 22.4重要考点

- 基金销售渠道审慎调查
  - 基金代销机构对基金管理人进行审慎调查
  - 基金管理人对基金代销机构进行审慎调查
  - 基金销售机构在审慎调查中应保持客观准确
  - 优先根据被调查方的公开披露的信息进行
- 基金产品风险评价
  - 三个等级：低风险等级，中风险等级，高风险等级
  - 四个因素：投资方向、范围和比例；基金历史数据；过往业绩；有无违规行为。
- 基金投资人风险承受能力调查和评价
  - 三个类型：保守型，稳健型，积极型
  - 基金投资人的情况：投资目的、期限、经验、财务状况、短期风险承受水平、长期风险承受水平。



# ACCAspace

Professional Accounting Education

**Provided by**  
**Academy of Professional Accounting (APA)**



# Thank You!

