

每经记者：肖世清 每经编辑：廖丹

央行网站12月31日消息，人民银行、工业和信息化部、银保监会、证监会、国家网信办、外汇局、知识产权局就《金融产品网络营销管理办法（征求意见稿）》（下称《办法》）公开征求意见。

《办法》聚焦非法金融产品营销、虚假和误导宣传、违背社会公序良俗、适当性管理缺失、不正当竞争等五方面突出问题，从基本原则和资质要求、内容和行为规范、合作行为管理、监管措施和法律责任等方面提出三十四条具体要求。

其中，《办法》指出，任何机构和个人不得为非法金融活动提供网络营销服务，包括但不限于非法集资、非法发行证券、非法放贷、非法荐股荐基、虚拟货币交易、外汇按金交易等；不得为私募类资产管理产品、非公开发行证券等金融产品开展面向不特定对象的网络营销。

上述七部门在起草说明书中表示，从近年来互联网金融监管实践看，向金融消费者销售违法违规的金融产品，或诱导金融消费者购买和其财务状况、风险承担能力不相匹配的金融产品等问题较为突出，侵害人民群众财产安全。防范和处置相关风险关乎金融消费者切身利益，必须从金融产品营销这一源头环节加强对金融机构、互联网平台企业的监管。

不得利用演艺明星的名义或形象作推荐、证明

《办法》所称金融产品，是指金融机构设计、开发、销售的产品和服务，包括但不限于存款、贷款、资产管理产品、保险、支付、贵金属等。

在营销宣传行为规范方面，《办法》要求，对于存款、贷款、资产管理产品、保险、支付、贵金属等不同类别、不同风险等级的金融产品，应当分别设立宣传展示专区。

开展精准营销，应当遵守适当性管理要求，将金融产品推介给适当的金融消费者。根据金融消费者兴趣爱好、消费习惯等开展精准营销的，应当同时提供不针对个人特征推送的选项或便捷的拒绝方式。

开展营销宣传不得影响他人正常使用互联网和移动终端。以弹出页面等形式开展营销的，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。不得欺骗、误导用户点击金融产品营销内容。

采用组合方式营销金融产品，应当以显著方式提醒金融消费者注意，不得将组合销售金融产品的选项设定为默认或首选。

对于新型网络营销，《办法》提出，通过直播、自媒体账号、互联网群组等新型网络渠道营销金融产品，营销人员应当为金融机构从业人员并具备相关金融从业资质。金融机构应当加强事前审核，指定合规人员审看直播或访问相关自媒体账号、互联网群组；加强营销行为可回溯管理，保存有关视频、音频、图文资料以供查验。

此外，非银行支付机构不得为贷款、资产管理产品等金融产品提供营销服务，不得在支付页面中将贷款、资产管理产品等金融产品作为支付选项，以默认开通、一键开通等方式销售贷款、资产管理产品等金融产品。

《每日经济新闻》记者注意到，《办法》还强调，不得利用学术机构、行业协会、专业人士的名义或者形象作推荐、证明。金融机构应当遵守金融管理部门有关规定，不得利用演艺明星的名义或形象作推荐、证明。

第三方互联网平台经营者不得介入金融产品销售业务环节

在营销合作行为规范方面。《办法》指出，金融机构委托第三方互联网平台经营者开展金融产品网络营销的，应当作为业务主体承担管理责任。

未经金融管理部门批准，第三方互联网平台经营者不得介入或变相介入金融产品的销售业务环节，包括但不限于就金融产品与消费者进行互动咨询、金融消费者适性测评、销售合同签订、资金划转等，不得通过设置各种与贷款规模、利息规模挂钩的收费机制等方式变相参与金融业务收入分成。

此外，第三方互联网平台经营者在网站、移动互联网应用程序、小程序、自媒体名称中使用“金融”“交易所”“交易中心”“信托公司”“理财”“财富管理”“财富投资管理”“股权众筹”“贷款”“资产管理”“支付”“清算”“征信”“信用评级”“外汇（汇兑、结售汇、货币兑换）”等金融相关字样或者内容，应当取得相应金融业务资质或金融信息服务业务资质。

央行等七部门在起草说明书中表示，制定《办法》是落实党中央关于反垄断和防止资本无序扩张决策部署的重要举措，是贯彻以人民为中心理念的必然要求，也是完善互联网金融监管制度的迫切需要。

起草说明书指出，随着数字经济的蓬勃发展，社会生产生活方式正由生产导向转变为需求导向，客户与数据资源成为数字经济时代实施垄断的重要凭借。部分互联网

平台企业利用线上场景和触达客户的优势通过参控股金融机构或与金融机构合作开展金融业务，在金融产品营销方面存在一些违规问题，侵害金融消费者权益，排斥和限制公平竞争，亟需制定政策制度规范金融产品网络营销行为。

此外，近年来，金融管理部门不断探索加强对金融产品网络营销的监管，相关行为规范和管理措施散见于互联网贷款、互联网保险、互联网基金销售等领域的监管制度中，目前还缺乏相对系统的、统一的管理制度。

每日经济新闻