金融产品网络营销管理办法

第一章　总　则

第一条　为规范金融产品网络营销活动，保障金融消费者和投资者合法权益，促进互联网金融健康有序发展，根据《中华人民共和国中国人民银行法》、《中华人民共和国银行业监督管理法》、《中华人民共和国证券法》、《中华人民共和国证券投资基金法》、《中华人民共和国保险法》、《中华人民共和国信托法》、《中华人民共和国期货和衍生品法》、《中华人民共和国广告法》、《中华人民共和国反垄断法》、《中华人民共和国反不正当竞争法》、《中华人民共和国数据安全法》、《中华人民共和国个人信息保护法》、《中华人民共和国外汇管理条例》、《防范和处置非法集资条例》、《互联网信息服务管理办法》、《网络数据安全管理条例》等法律法规规定，制定本办法。

第二条　金融机构开展金融产品网络营销以及第三方互联网平台接受金融机构委托为金融产品网络营销提供服务（以下统称开展金融产品网络营销），适用本办法。

金融机构、第三方互联网平台外的其他组织或者个人，不得开展或者变相开展金融产品网络营销。

法律法规和国家有关规定对金融产品网络营销另有规定的，从其规定。

第三条　本办法所称金融机构是指经国务院或国务院金融管理部门（以下简称金融管理部门）批准，在中华人民共和国境内设立的从事金融业务的机构。

本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、证券、资产管理产品、保险、贵金属（不含实物贵金属，下同）、外汇产品、期货、衍生品、支付服务、投资顾问或咨询等。

本办法所称金融机构自营平台是指金融机构独立运营并享有完整数据权限的网站、移动互联网应用程序等。本办法所称第三方互联网平台是指非金融机构自营的，为金融产品网络营销提供服务的网站、移动互联网应用程序等。

本办法所称金融产品网络营销是指通过互联网对金融产品进行商业性宣传推介的活动，包括但不限于展示介绍金融产品相关信息或金融机构业务品牌，为金融消费者和投资者购买金融产品提供转接渠道等。

第四条　开展金融产品网络营销，应当遵守相关法律法规制度和社会公序良俗，诚实守信，公平竞争，不得损害国家利益、社会公共利益、金融消费者和投资者合法权益。

第五条　金融机构应当在金融管理部门许可的业务范围内开展金融产品网络营销，并应当以醒目的方式提示金融产品仅面向许可的区域客户提供。有经营

区域限制的金融机构应当按照金融管理部门制定的标准对客户所在区域进行识别审核，面向注册地及设有分支机构区域的客户提供金融产品。

第三方互联网平台为金融产品网络营销提供服务应当接受金融机构依法委托，符合金融管理部门相关监管要求，不得超出金融机构委托范围，不得将金融机构委托业务向其他机构转委托或变相转委托。

第三方互联网平台为金融消费者和投资者购买金融产品提供转接渠道的，应当跳转至金融机构自营平台，不得跳转至其他开展金融产品网络营销的第三方互联网平台；在金融消费者和投资者即将进入金融产品购买、金融服务使用环节时，应进行显著提醒并设置强制阅读时间。

第六条　任何机构和个人不得为非法金融活动提供网络营销服务或者便利。非法金融活动是指未经金融管理部门依法许可或者违反国家金融管理规定，实质从事货币、支付、吸收存款、放贷、保险、证券、基金、期货、外汇等各类业务活动的行为，包括但不限于非法集资、非法证券期货活动、非法吸收存款、非法放贷、虚拟货币发行交易、非法外汇保证金交易、境外机构未经许可面向境内居民提供金融产品服务等。

金融机构不得为私募类产品、场外衍生品开展面向不特定对象的网络营销，不得通过第三方互联网平台对私募类产品、场外衍生品开展网络营销。

第二章　网络营销内容规范

第七条　金融机构应当对网络营销内容的合法合规性负责，建立由总部统筹管理、审批备案及合规审查的审核机制，落实金融消费者和投资者权益保护有关要求。有关审核材料应当存档备查。

第三方互联网平台应当使用经金融机构审核确定的网络营销内容，不得擅自变更。

营销人员通过公众号、直播、短视频营销金融产品的，应当使用经金融机构审核确定的网络营销内容。

第八条　网络营销内容应当以金融产品合同为准，涉及产品名称、产品提供者和销售者名称、产品类别、利率费率、风险提示等关键信息的，应当与金融产品合同相关条款内容保持一致，并以清晰、醒目的方式进行展示，不得有重大遗漏、刻意隐瞒或误导。

网络营销内容应当真实准确、通俗易懂，符合社会主义精神文明建设的要求，践行社会主义核心价值观，倡导理性的投资观和健康的消费观。

第九条　金融机构应当通过官方渠道披露并及时更新本机构通过互联网进行营销的金融产品基本信息及其委托的第三方互联网平台信息、营销使用的通信

码号资源等，并通过客服热线或自营平台为金融消费者和投资者提供金融产品信息查询和核实渠道。

第三方互联网平台应当以清晰、醒目的方式真实、准确披露委托其为金融产品网络营销提供服务的金融机构基本信息，并为金融消费者和投资者提供金融机构的官方网站网址、客服热线等联系方式。

第十条　制作网络营销内容不得有以下行为：

（一）使用虚假或者引人误解的内容；

（二）引用不真实、不准确或未经核实的数据和资料；

（三）明示或暗示资产管理产品、投资顾问或者咨询服务保本、承诺收益、限定损失金额或比例，简单依据短期、非常态的业绩比较基准或者过往业绩高低对资产管理产品、投资顾问或者咨询服务进行展示排序，预测未来业绩，或者利用模拟业绩、部分客户或者个别有利时段的表现等方式误导投资者；

（四）夸大保险责任或保险产品收益，将保险产品收益与存款、资产管理产品等金融产品简单类比；

（五）利用金融管理部门、行业自律组织对金融产品的审核或备案程序，误导金融消费者和投资者认为金融管理部门、行业自律组织对该金融产品提供保证；

（六）涉及分期付款的，通过片面宣传首期费用优惠等方式诱导消费；

（七）使用“低风险”“低门槛”“秒到账”“高收益”“低利率”“无成本”等诱导性用语；

（八）法律法规、国家有关规定禁止的其他行为。

第三章　网络营销行为规范

第十一条　网络营销存款、贷款、证券、资产管理产品、保险、贵金属、外汇产品、期货、衍生品、支付服务、投资顾问或咨询等多类别金融产品，应当为各类金融产品分别设立宣传展示专区。

第十二条　非银行支付机构不得将贷款、资产管理产品等金融产品列入支付工具选项，不得为贷款、资产管理产品等金融产品提供营销服务。

第十三条　应用算法推荐技术开展网络营销的，不得设置诱导金融消费者和投资者过度消费的算法模型。向金融消费者和投资者发送营销信息或者拨打营销电话的，应当提供拒收或者退订选择。金融消费者和投资者拒收或者退订的，不得以同样方式再次发送营销信息或者拨打营销电话。

应用算法推荐技术向金融消费者和投资者进行营销的，应当同时提供不针对其个人特征的选项，或者提供便捷的关闭算法推荐服务的选项。

第十四条　开展网络营销不得影响他人正常使用互联网和移动终端。

以弹窗广告形式开展网络营销的，应当显著标明关闭标志并提供一键关闭功能。

第十五条　组合销售金融产品应当以显著方式提醒金融消费者和投资者注意，不得违法搭售金融产品，不得将组合销售金融产品的选项设定为默认同意。

第十六条　通过公众号、直播、短视频营销金融产品的，应当在金融机构自营平台或金融机构在第三方互联网平台合法开设的账号进行，营销人员应当为金融机构从业人员，具备从事相关业务的资格，并获得金融机构授权同意。

金融机构应当承担对其从业人员网络营销行为的管理责任，要求其不通过金融机构自营平台或金融机构在第三方互联网平台合法开设的账号之外的渠道开展网络营销；加强合规审查，及时审看公众号、直播、短视频等第三方互联网平台账号，保障营销宣传内容符合法律法规要求和本办法第七条、第八条、第十条规定；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。

第三方互联网平台应当加强对从事金融产品营销及相关信息内容生产活动主体的资质、资格核验，并在金融产品营销类账号主页展示其金融业务资质或职业资格等认证材料名称，对于不符合本条第一款规定的，及时采取暂停提供相应领域信息发布服务、关闭相关账号等处置措施。

第三方互联网平台应当加强巡查、监测，发现金融产品营销宣传内容违反本办法规定的，应当立即停止信息发布服务，并向有关监管部门报告。

第十七条　金融机构利用学术机构、行业协会、专业人士以及演艺明星等社会公众人物的名义或者形象作推荐、证明，应当遵守广告代言有关规定。

第十八条　任何机构和个人未取得相应金融、金融信息服务业务资质或未经金融管理部门同意，不得在网站、移动互联网应用程序及互联网用户账号名称中使用“金融”“融资”“贷款”“借钱”“典当”“银行”“交易所”“交易中心”“资产管理”“基金”“理财”“财富管理”“投资顾问或咨询”“证券”“期货”“股权众筹”“保险”“商业保险年金”“信托”“财务公司”“支付”“清算”“结算”“征信”“信用评级”“外汇”“货币兑换”等涉金融属性字样或者内容。

开展金融产品网络营销的机构和个人在网站、移动互联网应用程序及互联网用户账号名称中使用涉金融属性字样或者内容，应当与获得的金融、金融信息服务业务资质保持一致。

第十九条　任何机构和个人未取得相应金融、金融信息服务业务资质或未经金融管理部门同意，不得使用包含“金融”“融资”“贷款”“借钱”“典当”“银行”“交易所”“交易中心”“资产管理”“基金”“理财”“财富管理”“投资顾问或咨询”“证券”“期货”“股权众筹”“保险”“商业保险年金”“信托”“财务公司”“支付”“清算”“结算”“征信”“信用评级”“外汇”“货币兑换”等涉金融属性字样的商标，但商标整体具有其他含义，不易使金融消费者和投资者对其金融业务资质产生误认的除外。

第四章　营销合作行为规范

第二十条　金融机构委托第三方互联网平台为金融产品网络营销提供服务，应当根据有关法律法规、国家金融管理规定，明确划分双方责任和义务。第三方互联网平台不得违反法律法规、国家金融管理规定介入或变相介入销售合同签订、资金划转、金融消费者和投资者适当性测评、贷款额度测评等金融产品销售环节，不得就金融产品与消费者和投资者进行互动咨询。第三方互联网平台收取网络营销服务费用，应当合理定价、质价相符。

金融机构不得因委托第三方互联网平台为金融产品网络营销提供服务而免除自身对金融产品应当承担的责任。第三方互联网平台未按照规定开展金融产品网络营销，损害金融消费者和投资者合法权益或者造成其他不良影响的，依法承担相应责任。

金融机构委托第三方互联网平台为金融产品网络营销提供服务，应当督促第三方互联网平台加强风险管理，保障业务独立、技术安全、数据和个人信息安全。第三方互联网平台应当恪守技术服务本位，不得变相开展金融业务活动，不得借助技术手段帮助合作金融机构规避监管。

第二十一条　金融机构委托第三方互联网平台为金融产品网络营销提供服务，应当建立事前评估机制，按照互联网平台资质能力和承担责任相匹配的原则，从业务资质、经营情况、技术实力、服务质量、业务合规和声誉等方面进行评估。

金融机构及其员工不得委托第三方互联网平台以“投资者教育”“课程培训”等形式变相开展金融产品网络营销，并支付费用。

第二十二条　金融机构应当与第三方互联网平台经营者签订书面合作协议。合作协议应当包含合作范围、操作流程、各方权责、客户权益保护、数据安全、争议解决、合作事项变更或终止的过渡安排、违约责任等内容。

第二十三条　金融机构应当持续跟踪评估第三方互联网平台的合规性、安全性以及协议履行情况，及时识别、评估、防范因第三方互联网平台违规展业、违约或经营失败等导致的风险。如发现第三方互联网平台违反法律法规、国家有关规定和协议约定的，应当要求其及时整改，情节严重的，立即终止合作，并将有关违法违规问题线索移交相关管理部门。

第二十四条　金融机构委托第三方互联网平台为金融产品网络营销提供服务，应当保障金融产品品牌独立。第三方互联网平台应当以清晰、醒目的方式展示金融产品提供者名称或相关标识，避免金融消费者和投资者产生品牌混同；为贷款产品网络营销提供服务的，应当由金融机构以自身名义发布产品信息。

第二十五条　第三方互联网平台接受金融机构委托为金融产品网络营销提供服务，应当事先核实其金融业务资质，并建立经营行为监测机制，发现非法金融活动或者违规金融业务，应当立即采取措施予以制止，并将线索移交金融管理部门。

第二十六条　第三方互联网平台经营者参与金融产品网络营销应当遵循平等自愿、公平合理、诚实守信的原则，不得实施垄断和不正当竞争行为，不得损害公平竞争以及金融消费者和投资者合法权益。

第二十七条　第三方互联网平台开展金融产品网络营销需要提供客户信息和数据的，应当取得客户授权同意，并采取必要措施，保障数据传输的保密性、完整性，防止有关数据泄露、篡改和丢失。第三方互联网平台不得非法获取、非法使用金融机构的客户信息和数据。涉及个人信息的，还应当遵守有关法律法规的规定。

第五章　监督管理

第二十八条　金融管理部门依法依职责，采取非现场监管或者现场检查等方式，实施对本领域金融机构金融产品网络营销活动的监督管理，制定金融机构客户所在区域的认定标准。中国人民银行依职责负责支付、征信、信用评级等领域，金融监管总局依职责负责银行、保险等领域，中国证监会依职责负责证券、基金、期货等领域，国家外汇局依职责负责外汇领域。

金融机构、第三方互联网平台经营者应当配合金融管理部门检查，及时、准确、完整提供信息、资料。

市场监管部门依法依职责开展金融产品网络营销活动中的互联网收费监管、广告监管、反垄断和反不正当竞争监管执法，必要时加强与金融管理部门沟通，商请金融管理部门协助调查。法律、行政法规规定由其他部门负责的，依照其规定。

金融管理部门、网信部门、电信主管部门依法依职责，加强对金融机构和第三方互联网平台金融产品营销信息内容、数据安全管理和个人信息保护监管。

第二十九条　金融管理部门、网信部门、电信主管部门、市场监管部门按职责分工加强对非法金融活动网络营销的监测、线索通报和处置。涉嫌犯罪的，依法移送司法机关追究刑事责任。

第三十条　金融管理部门会同网信部门、电信主管部门加强对第三方互联网平台和账号名称涉及本领域字样的监测和管理。对违反本办法第十八条规定的，

经金融管理部门认定，网信部门、电信主管部门责令其限期整改，拒不整改或者未按要求整改的，依法依职责予以处罚。

金融管理部门会同知识产权管理部门、市场监管部门加强在商标中使用涉及本领域字样的监测和管理。对违反本办法第十九条规定的，经金融管理部门认定，知识产权管理部门、市场监管部门责令其限期整改。

第三十一条　有关金融行业协会依照相关法律法规和本办法规定，制定金融产品网络营销相关行业标准和自律规范，依法实施自律惩戒。建立金融产品网络营销集中披露平台，加强金融类移动互联网应用程序备案管理，配合金融管理部门开展金融产品网络营销日常监测，及时移送有关问题线索。加强金融知识普及教育，引导理性投资、健康消费，完善金融消费者和投资者举报制度。

第六章　法律责任

第三十二条　金融机构违反本办法规定开展金融产品网络营销的，由金融管理部门依法依职责采取出具警示函、监管谈话、责令整改、行政处罚等监管措施。

第三十三条　第三方互联网平台违反本办法第十三条、第十四条规定的，由网信部门、电信主管部门依法依职责予以处罚。

第三方互联网平台违反本办法第十四条第二款规定的，由市场监管部门依法依职责予以处罚。

第三方互联网平台违反本办法第二十六条规定，构成垄断和不正当竞争等违法行为的，由市场监管部门依法依职责予以处罚。

第三十四条　金融机构和第三方互联网平台违反本办法第十条规定的，由金融管理部门、市场监管部门、网信部门依法依职责核查处置。涉嫌犯罪的，依法移送司法机关追究刑事责任。

金融机构和第三方互联网平台违反本办法第二十七条规定的，由金融管理部门、网信部门、电信主管部门依法依职责予以处罚。

第三十五条　任何机构和个人违反本办法第五条、第六条、第十六条、第二十条、第二十五条规定，为非法金融活动或者违规金融业务开展网络营销的，经金融管理部门认定后，由金融管理部门、网信部门、电信主管部门依法依职责予以处罚。

第七章　附　则

第三十六条　私募基金管理机构、经营本外币兑换特许业务的机构开展金融产品网络营销参照本办法相关规定执行，承担相应法律责任。地方金融组织自行或与第三方互联网平台合作开展金融产品网络营销，由地方金融管理机构参照本办法相关规定管理。

第三十七条　金融机构与其他金融机构合作开展金融产品网络营销，合作行为应当遵守本办法第四章规定。

第三十八条　本办法由中国人民银行、工业和信息化部、市场监管总局、金融监管总局、中国证监会、国家知识产权局、国家网信办、国家外汇局负责解释。

第三十九条　本办法自2026年9月30日起施行。