

中国人民银行 中国银行保险监督管理委员会
中国证券监督管理委员会 国家外汇管理局
关于进一步规范金融营销宣传行为的通知

银发〔2019〕316号

为贯彻落实党中央、国务院决策部署和全国金融工作会议要求，进一步规范市场主体金融营销宣传行为，保障金融消费者合法权益，促进金融行业健康平稳发展，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》、《国务院办公厅关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》（国办发〔2015〕81号）等相关规定，现就有关事项通知如下：

一、金融营销宣传资质要求

银行业、证券业、保险业金融机构以及其他依法从事金融业务或与金融相关业务的机构（以下统称金融产品或金融服务经营者）应当在国务院金融管理部门和地方金融监管部门许可的金融业务范围内开展金融营销宣传，不得开展超出业务许可范围的金融营销宣传活动。

金融行业属于特许经营行业，不得无证经营或超范围经营金

融业务。金融营销宣传是金融经营活动的重要环节，未取得相应金融业务资质的市场经营主体，不得开展与该金融业务相关的营销宣传活动。但信息发布平台、传播媒介等依法接受取得金融业务资质的金融产品或金融服务经营者的委托，为其开展金融营销宣传活动的除外。

二、监管部门职责分工

国务院金融管理部门及其分支机构或派出机构应当按照法定职责分工，切实做好金融营销宣传行为监督管理工作。国务院金融管理部门分支机构或派出机构应当以金融产品或金融服务经营者住所地为基础，以问题导向为原则，对违法违规金融营销宣传线索依法进行甄别处理，并将金融产品或金融服务经营者的金融营销宣传监督管理情况纳入金融消费者权益保护评估评价中。国务院金融管理部门对属地监督管理另有明确规定的，从其规定。

国务院金融管理部门分支机构或派出机构要与地方政府有关部门加强合作，建立健全协调机制，并根据各自的法定职责分工，监管辖区内的金融营销宣传行为。对于未取得相应金融业务资质以及未依法作为受托人的市场经营主体开展与金融业务相关的营销宣传活动的，根据其所涉及的金融业务，相关国务院金融管理部门分支机构或派出机构应当与地方政府相关部门加强沟通配合，依法、依职责做好相关监测处置工作。

对于涉及金融营销宣传的重大突发事件，按照相关国务院金融管理部门和地方政府的应急管理制度要求进行处置。

三、金融营销宣传行为规范

本通知所称金融营销宣传行为，是指金融产品或金融服务经营者利用各种宣传工具或方式，就金融产品或金融服务进行宣传、推广的行为。

(一) 建立健全金融营销宣传内控制度和管理机制。金融产品或金融服务经营者应当完善金融营销宣传工作制度，指定牵头部门，明确人员职责，建立健全金融营销宣传内控制度，并将金融营销宣传管理纳入金融消费者权益保护工作，加强金融营销宣传合规专题教育和培训，健全金融营销宣传管理长效机制。

(二) 建立健全金融营销宣传行为监测工作机制。金融产品或金融服务经营者应当对本机构金融营销宣传活动进行监测，并配合国务院金融管理部门相关工作。如在监测过程中发现金融营销宣传行为违反本通知规定，金融产品或金融服务经营者应当及时改正。

(三) 加强对业务合作方金融营销宣传行为的监督。金融产品或金融服务经营者应当依法审慎确定与业务合作方的合作形式，明确约定本机构与业务合作方在金融营销宣传中的责任，共同确保相关金融营销宣传行为合法合规。金融产品或金融服务经

营者应当监督业务合作方作出的与本机构相关的营销宣传活动。除法律、法规、规章另有规定外，金融产品或金融服务经营者不得以业务合作方金融营销宣传行为非本机构作出为由，转移、减免应承担的责任。

(四) 不得非法或超范围开展金融营销宣传活动。金融产品或金融服务经营者进行金融营销宣传，应当具有能够证明合法经营资质的材料，以便相关金融消费者或业务合作方等进行查验。证明材料包括但不限于经营许可证、备案文件、行业自律组织资格等与金融产品或金融服务相关的身份资质信息。金融产品或金融服务经营者应当确保金融营销宣传在形式和实质上未超出上述证明材料载明的业务许可范围。

(五) 不得以欺诈或引人误解的方式对金融产品或金融服务进行营销宣传。金融营销宣传不得引用不真实、不准确的数据和资料；不得隐瞒限制条件；不得对过往业绩进行虚假或夸大表述；不得对资产管理产品未来效果、收益或相关情况作出保证性承诺，明示或暗示保本、无风险或保收益；不得使用偷换概念、不当类比、隐去假设等不当营销宣传手段。

(六) 不得以损害公平竞争的方式开展金融营销宣传活动。金融营销宣传不得以捏造、散布虚假事实等手段恶意诋毁竞争对

手，损害同业信誉；不得通过不当评比、不当排序等方式进行金融营销宣传；不得冒用、擅自使用与他人相同或近似等有可能使金融消费者混淆的注册商标、字号、宣传册页。

(七)不得利用政府公信力进行金融营销宣传。金融营销宣传不得利用国务院金融管理部门或地方金融监管部门对金融产品或金融服务的审核或备案程序，误导金融消费者认为国务院金融管理部门或地方金融监管部门对该金融产品或金融服务提供保证，并应当提供对该金融产品或金融服务相关信息的查询方式；不得对未经国务院金融管理部门或地方金融监管部门审核或备案的金融产品或金融服务进行预先宣传或促销。相关法律、法规、规章另有规定的，从其规定。

(八)不得损害金融消费者知情权。金融营销宣传应当通过足以引起金融消费者注意的文字、符号、字体、颜色等特别标识对限制金融消费者权利和加重金融消费者义务的事项进行说明。通过视频、音频方式开展金融营销宣传活动的，应当采取能够使金融消费者足够注意和易于接收理解的适当形式披露告知警示、免责类信息。

(九)不得利用互联网进行不当金融营销宣传。利用互联网开展金融营销宣传活动，不得影响他人正常使用互联网和移动终端，不得提供或利用应用程序、硬件等限制他人合法经营的广告，

干扰金融消费者自主选择；以弹出页面等形式发布金融营销宣传广告的，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭；不得允许从业人员自行编发或转载未经相关金融产品或金融服务经营者审核的金融营销宣传信息。

(十)不得违规向金融消费者发送金融营销宣传信息。未经金融消费者同意或请求，不得向其住宅、交通工具等发送金融营销信息，也不得以电子信息方式向其发送金融营销信息。以电子信息方式发送金融营销信息的，应当明确发送者的真实身份和联系方式，并向接收者提供拒绝继续接收的方式。

(十一)金融产品或金融服务经营者不得开展法律法规和国务院金融管理部门认定的其他违法违规金融营销宣传活动。

四、其他规定

金融产品或金融服务经营者开展金融营销宣传活动违反上述规定但情节轻微的，国务院金融管理部门及其分支机构或派出机构可依职责对其进行约谈告诫、风险提示并责令限期改正；逾期未改正或其行为侵害金融消费者合法权益的，可依职责责令其暂停开展金融营销宣传活动。对于明确违反相关法律规定的，由国务院金融管理部门及其分支机构、派出机构或相关监管部门依法采取相应措施。

本通知由人民银行、银保监会、证监会、外汇局负责解释。

本通知自 2020 年 1 月 25 日起执行。

请人民银行上海总部，各分行、营业管理部、省会（首府）城市中心支行、副省级城市中心支行会同所在地省（区、市）银保监会、证监会派出机构将本通知转发至辖区内相关机构。

中国人民银行

中国银行保险监督管理委员会

中国证券监督管理委员会

国家外汇管理局

2019 年 12 月 20 日