



# 社会公共服务专业委员会

法律资讯

2026年 第5月期

# 目录

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 国务院办公厅关于深化投资审批制度改革的意见····· | 3  |
| 关于推进互助性养老服务发展的意见·····      | 9  |
| 金融产品网络营销管理办法·····          | 14 |

# 国务院办公厅关于深化投资审批制度改革的意见

国办发〔2026〕13号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

为进一步优化投资审批权限配置、提升投资服务便利度、强化投资项目全过程监管，着力扩大有效投资，经国务院同意，现就深化投资审批制度改革提出以下意见。

## 一、优化政府投资项目审批权限配置

按照权责一致、监督有效并与事权相匹配的原则，优化政府投资项目审批权限，厘清中央政府投资项目审批权限和职责边界。各省级政府综合考虑事权层级、项目性质、资金来源、政府投资能力和监管能力等，完善本地区政府投资项目审批权限规定，合理划分省、市、县级项目审批权限。加强对重点地区和重点领域政府投资项目的提级论证管理，防范地方政府债务风险。

## 二、严格政府投资项目审批管理

除党中央、国务院有明确要求或者法律法规有明确规定外，政府投资项目均应严格履行项目建议书、可行性研究报告、初步设计和投资概算审批程序。规范实行审批管理的项目范围，对应由政府采取直接投资、资本金注入方式投资和实质性承担偿还责任的项目，严禁通过国有企业等以企业投资项目核准或备案形式规避政府投资项目审批。坚持实事求是、量力

而行，强化对项目需求、建设内容、资金筹措方案、运营管理模式等的审核把关。完善项目建设标准和投资概算核定标准体系，强化可行性研究报告审批部门对投资概算的核定管理，严格项目概算约束。项目审批部门要加强对投资咨询评估机构及其专家的一体化管理，避免简单以评估评审意见代替投资决策。实行政府投资项目决策终身负责制，对违规决策造成重大损失、恶劣影响的领导人员和直接责任人员要严肃追究责任。

### 三、规范企业投资项目核准和备案管理

根据投资管理和宏观调控需要，动态修订政府核准的投资项目目录，对关系国家安全、涉及全国重大生产力布局、战略性资源开发和重大公共利益等的企业投资项目实行核准管理。对市场竞争充分、风险可控的领域，在取消或下放项目核准权限前，应明确建设规划、安全管理、技术标准、产业政策等监管要求和监管措施。各省级政府要根据项目性质、市县承接能力等，合理确定本地区企业投资项目核准权限。国家规定由省级政府核准的项目，核准权限不得下放。企业投资的主题公园、大型文化场馆和旅游设施等文旅项目，以及公共体育场馆、会展场馆等项目由地市级以上地方政府核准，按照规定由国务院核准的项目，由国家发展改革委审核后报国务院核准。对地方接不住、管不好的领域，要上收项目核准权限。推进项目备案信息和备案证明标准化，加强备案信息完整性、产业政策符合性核查。严格限定项目备案信息变更频次，完善长期未开工项目备案撤销机制。

### 四、强化企业投资管理政策和产业政策、要素资金管理政策的协同联

动

根据产业发展阶段、产能监测预警情况等，按权限动态调整企业投资项目核准或备案权限层级，或报国务院同意后将备案管理调整为核准管理。对无序竞争问题突出的产业领域，经国务院同意可实行暂停核准、备案等临时性调控措施，并明确具体要求、时限、操作方式等。强化企业投资项目核准、备案管理政策和要素资金管理政策的协同，对国家禁止建设的项目，依法依规不予提供用地、用海、用能、用水、环评等保障，不得安排政府投资或提供融资支持等。加强要素审批与项目核准权限层级的衔接，除法律法规有明确规定外，项目核准权限上收时，相关要素审批权限同步上收。

#### 五、进一步提升投资审批效能

深入推进“固定资产投资项目审批一件事”，逐步纳入用地、用海、用林、用草、文物保护等事项，实现统一受理、协同高效办理。进一步精简投资项目报建审批事项，对同一部门并联审批的报建事项实行合并办理，并推动整合为一个审批事项。各地方要及时修订完善投资审批事项办事指南，依法明确办理程序、时限、要求，切实解决审批事项互为前置、层层嵌套等问题；强化地方层面重大项目要素保障，优化用地、环评等审批流程。优化建设项目开工许可管理，保障项目依法合规建设实施。强化投资审批管理信息系统集约化建设，新增系统建设需求应通过优化拓展投资项目在线审批监管平台功能实现，已建相关投资审批管理信息系统应与投资项目在线审批监管平台实现互联互通。制定投资管理数据共享标准，

依托固定资产投资项目代码实现项目基本信息、审批信息、建设实施信息、资金支付信息等常态化共享。

## 六、规范项目招标投标管理

推动修订招标投标法，强化制度刚性约束。加强项目招标事项审核把关，督促项目单位科学合理确定项目招标范围、方式、组织形式并严格执行。项目单位要综合考虑项目全生命周期成本、运营维护、质量安全等因素，科学确定评标方法、设置评标标准，避免投标企业低价无序竞争。深化招标投标领域数智技术应用，大力推广网络远程异地评标。对交通、能源、水利等领域经营性项目积极推行项目法人招标。行业主管部门要落实招标投标分业监管主体责任，严厉打击规避招标、围标串标、弄虚作假等违法违规行为。

## 七、加强项目建设实施管理

完善投资项目建设实施信息填报制度，项目审批（核准、备案）机关应督促指导项目单位履行信息填报义务；项目单位应依法依规通过投资项目在线审批监管平台及时如实报送项目开工、建设、竣工等信息，作为各级投资主管部门、行业主管部门等加强项目监管、投资调控、行业管理的重要依据。依法依规将不及时如实报送项目信息等行为纳入企业信用记录，通过“信用中国”网站向社会公示，并实施联合惩戒。完善政府投资项目验收制度，确保项目完成批复建设内容并符合工程质量管理等要求。推行非经营性政府投资项目代建制，通过竞争方式选择专业机构负责项目建设实施。

## 八、压实项目全过程监管责任

按照“谁审批谁监管、谁主管谁监管”的原则，厘清项目监管责任。投资主管部门履行综合监管责任，通过开展项目抽查检查、编制投资监管报告等方式，会同有关部门加大对违法违规审批（核准）、批建不符、政府投资项目违规超概算等问题的监督检查力度，强化监管震慑和问题督促整改。行业主管部门履行行业监管责任，加强对本行业领域项目的监督检查。地方政府有关部门履行属地监管责任，发挥好就近就便监管作用。加强项目监管统筹和监管信息共享，避免重复检查，切实减轻基层负担。

## 九、健全投资项目评价体系

建立与高质量发展要求相适应的投资项目决策综合评价和绩效评价制度，有效支撑投资决策和项目管理。立足项目全生命周期管理，坚持定性和定量相结合，建立健全以规划政策符合性、建设方案可行性、资源投入产出经济性、运营可持续性等重点，涵盖经济、社会、生态、安全等方面效益的投资项目决策综合评价标准规范。完善政府投资项目绩效评价制度规范，加强对项目需求和建设目标实现情况的评价。强化项目后评价结果运用，作为规划制定、投资决策、项目管理等的参考依据。

## 十、增进改革协同衔接

加强投资审批制度改革与项目投融资机制改革、重点领域价费改革等的协同配合，更好发挥叠加效应。推进基础设施竞争性领域向各类经营主体公平开放，支持民营企业参与国家重大项目建设，进一步激发民间投资活力。依托投资项目在线审批监管平台打造国家投融资综合服务平台，

促进项目投融资联动，提升项目融资便利化水平。创新经营性项目投融资模式，拓宽权益型、股权类融资渠道，通过发行基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）等方式积极盘活存量资产。进一步健全基础设施和公用事业价费机制，保障项目可持续运行。

各地区、各有关部门要按照职责分工抓好本意见贯彻落实，强化协同配合，形成工作合力，共同推动改革措施落地见效。国务院投资主管部门要加强统筹协调指导，按程序修订完善政府投资项目审批权限规定和政府核准的投资项目目录，对违法违规增设投资审批环节、评估评审事项等予以清理规范。重大事项及时按程序请示报告。

[原文链接](#)

# 关于推进互助性养老服务发展的意见

民发〔2026〕11号

互助性养老服务是指通过邻里或村（社区）居民间的互相帮扶，为老年人提供自愿性、非营利性养老服务的活动。发展互助性养老服务，是实施积极应对人口老龄化国家战略的重要要求，是深化养老服务改革发展、构建适合我国国情养老服务体系的重要内容。为推进互助性养老服务发展，现提出如下意见。

## 一、总体要求

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻党的二十大和二十届历次全会精神，弘扬守望相助、和衷共济中华民族优秀传统文化美德，倡导积极老龄观、健康老龄化理念，尽力而为、量力而行，因地制宜、就近就便，大力推进互助性养老服务，融入城乡社区治理体系，探索机制化、可持续、形式多样的发展模式，逐步形成政府引导、基层群众性自治组织支持、老年人自愿互助、社会广泛参与的互助性养老服务发展格局，更好满足老年人多样化养老服务需求。

到2030年，具备互助服务功能的城乡社区养老服务设施覆盖率不低于70%，乡镇（街道）特殊困难老年人探访关爱服务工作机制全面建立，互助性养老服务广泛开展，服务可持续性明显增强。到2035年，互助性养老服务组织化程度进一步提高，服务支持体系进一步健全，老年人探访关爱、社会参与、精神慰藉等服务需求得到更好满足。

## 二、建立完善互助服务模式

（一）发展社区支持的居家互助服务。支持以村干部、社区工作者、村（居）民小组长、楼门长等为骨干，以低龄健康老年人为主体，积极吸

纳社会组织、社会工作专业人员等力量参与，组建互助服务队伍，摸排需求和供给情况，重点提供助餐、助洁、助行、助医、助急、助康和疾病防治宣传等服务，让特殊困难老年人“平时有人问、难时有人帮、病时有人管”。支持通过设立“中心户+互助员”、组建志愿服务队、分片区服务等方式，开展互助性养老服务。鼓励培养专业化互助性养老服务运营团队，提升服务质量和可持续性。深入开展特殊困难老年人探访关爱服务，指导乡镇（街道）落实履职事项清单，建立独居、空巢、失能、重残等特殊家庭老年人探访关爱服务台账。有条件的地方探索制定互助性养老服务项目清单。

（二）因地制宜开展农村互助服务。各地通过邻里互助、多户搭伙、结对帮扶等方式，积极开展农村互助性养老服务。探索推广“幸福里”互助社区、互助幸福院等模式，整合优化乡镇敬老院、农村幸福院、闲置学校等，改扩建为适宜老年人居住的互助养老社区。以自愿为原则，引导特殊困难老年人或居住偏远、相关公共服务难以覆盖的老年人，集中搬迁居住在符合建筑、消防等安全条件的同一社区、院落、楼宇等聚居生活，开展互助性养老服务。有条件的地方可组织养老服务机构、物业企业等提供服务。人口较少、自然灾害多发、生活环境恶劣的自然村（组）可按规定集中搬迁居住，组织开展互助性养老服务。有条件的地方积极依托乡镇卫生院、村卫生室开展康复护理、健康教育、传染病预防等服务；支持乡镇卫生院、村卫生室为乡镇（街道）区域养老服务中心、村养老服务站点开展签约合作、提供服务。

（三）积极探索互助服务新模式。各级老龄办推动将互助性养老服务纳入“银龄行动”内容，组织以“互助养老”为主题的老年人志愿服务活动。有条件的地方依托养老服务信息系统、县级综合养老服务管理平台等，建立统一的互助服务时间（积分）管理系统；鼓励建立跨区域通存通兑平台；探索建立时间（积分）转让机制，将本人服务时间（积分）转让给直

系亲属使用；创新互助性养老服务价值转化机制，支持将互助性养老服务时间（积分）兑换为养老服务、社会实践学分等。鼓励在村（社区）设立“互助物资共享站”，配置老年人常用的助行、助视等康复辅助器具，开展非营利性康复辅助器具租赁服务。鼓励有条件的地方按规定开发设置农村助老岗位，支持开展互助性养老服务。

### 三、统筹建设互助服务阵地

（四）加强互助服务设施建设。统筹布局建设邻里互助点、农村幸福院等互助性养老服务设施。支持已建养老服务设施的村（社区）增加互助性养老服务功能。未建养老服务设施的村（社区），可根据老年人实际需求，按照“宜建则建、宜改则改、宜租则租”原则，建设互助性养老服务设施。积极拓展多样化互助性养老服务活动空间，鼓励在确保安全前提下，改造利用闲置房屋、村（社区）空余场地等开展服务。加强互助性养老服务设施无障碍、适老化建设和改造。

（五）利用公共服务设施开展服务。统筹基层公共服务设施或场所，利用村（社区）服务综合体、新时代文明实践站等，广泛开展互助性养老服务，深化针对老年人的文明实践活动。引导小型商超、村（社区）便利店、餐饮企业、村卫生室等场所进行无障碍、适老化改造，为互助性养老服务提供支持。

（六）引导养老服务机构等积极参与。鼓励各类养老服务机构积极融入“养联体”建设，采取开放机构设施资源、设立服务站点、提供专业指导等方式，为互助性养老服务提供活动平台、技术指导和服务保障。探索“物业+互助养老”，发挥物业企业常驻社区、贴近居民优势，对互助性养老服务给予便利，鼓励有条件的物业企业参与互助性养老服务。

### 四、强化互助服务要素支持保障

（七）加强服务资源链接。将互助性养老服务纳入城乡三级养老服务网络建设，发挥县级综合养老服务管理平台、乡镇（街道）区域养老服务

中心作用，积极链接人员、设施、资金、服务、技术等，统筹整合区域内互助性养老服务资源，推动精准对接、高效配置。互助性养老服务站点应加强对参与互助服务人员的培训，针对专业化程度较强、风险较高的服务需求，及时向相关养老服务机构转介，并做好服务衔接。支持利用互联网、物联网、人工智能等开展互助性养老服务，提升服务信息化、智能化水平。

（八）完善支持发展措施。鼓励探索“政府补一点、集体出一点、家庭付一点、社会捐一点”的方式，支持互助性养老服务可持续发展。地方留成福利彩票公益金用于养老服务的资金，可用于支持开展互助性养老服务。集体经济组织可依法将相关收益用于支持开展互助性养老服务。将互助性养老服务纳入老年友好型社区建设重点内容和老年大学志愿服务活动范围。有条件的地方可为参与互助性养老服务的人员购买意外伤害保险。

（九）发挥基层老年协会等功能。鼓励基层老年协会、老年人体育协会等涉老组织开展“养老顾问”服务，通过提供专业咨询、技能培训、资源链接等为互助性养老服务提供专业化引导和支持。支持基层老年协会组织低龄健康老年人为高龄、失能、残疾老年人提供代买代办、寻医送药、探访关爱、助餐助洁、精神慰藉等服务。支持各地创新社区、社会组织、社会工作专业人员、社区志愿者联动机制，促进供需对接、资源共享。鼓励和引导公益慈善组织、爱心企业和人士以慈善捐助等方式参与互助性养老服务。

## 五、加强组织实施

（十）发挥村（居）民委员会作用。村（居）民委员会根据需要设老年人和妇女儿童工作委员会，积极组织或者引导村（社区）居民开展互助性养老服务，预防和协调处理矛盾纠纷，对积极参与的组织或个人可采取适当方式给予表扬激励。支持将互助性养老服务相关内容纳入村规民约、居民公约，培育互助文化。

(十一) 促进互助服务规范化发展。地方各级民政部门积极引导互助性养老服务发展，帮助提升服务规范化、机制化水平。组织和参与互助性养老服务的单位和个人应当遵守有关法律法规，保护老年人合法权益。鼓励参与互助性养老服务的各方主体签订书面协议，明确权利义务、纠纷处理方式等。研究制定互助性养老服务相关标准规范。

(十二) 加强宣传引导。积极宣传互助性养老服务理念，弘扬孝亲敬老、守望相助传统美德。结合重阳节、敬老月等开展主题宣传、政策解读、案例分享等活动。鼓励各地组织开展“互助养老主题日”等活动，增强老年人互助意识。

(十三) 强化督促指导。各级民政、老龄工作部门要将发展互助性养老服务作为老龄和养老服务工作的主要内容，加强支持引导，组织开展好新时代“银龄行动”，将互助性养老服务纳入全国示范性老年友好型社区创建工作任务范围，指导基层老年协会积极开展互助性养老服务，并联合工业和信息化部门提升互助性养老服务信息化、智能化水平。发展改革部门负责结合职能加强对养老服务设施建设的指导力度。自然资源部门负责指导各地依法依规利用集体土地或者盘活利用闲置土地支持开展互助性养老服务。住房城乡建设部门负责指导物业服务企业积极参与互助性养老服务。农业农村部门负责推动将互助性养老服务纳入乡村振兴战略重要内容。卫生健康部门负责指导基层医疗卫生机构为互助性养老服务提供便利，并支持通过互助方式加强对计划生育特殊家庭老年人的关爱帮扶。广播电视管理部门负责积极开展互助性养老服务宣传活动。体育部门指导老年人体育协会以体育活动为纽带促进老年人互助，助力完善互助性养老服务。残联负责支持通过互助方式做好残疾老年人关爱服务工作。

民政部、全国老龄办会同有关部门加强跟踪指导，总结推广经验做法，推动本意见落地落实。

[原文链接](#)

# 金融产品网络营销管理办法

## 公告〔2026〕第9号

### 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》、《网络数据安全管理办法》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。

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。

[原文链接](#)



# 感谢阅览



---

上海律协社会公共服务专业委员会编制

---

主编：                    庞亦翡

编委：                    张磊 王洪成 吕璇璇