

法讯参考

L e g a l r e f e r e n c e

5

整
月

总第七十三期

上海市律师协会银行专业委员会





目录

行业动态

- 03 国务院常务会议讨论《中华人民共和国中国人民银行法（修订草案）》
- 04 国家金融监督管理总局发布2026年一季度银行业保险业主要监管指标数据情况
- 06 中国人民银行发布2026年第一季度中国货币政策大事记
- 09 上海金融监管局发布2026年4月辖内银行业保险业主要监管指标数据情况

【主编】

周 昕

【副主编】

赵文梅 戚诚伟 邹梦涵

【编委】

行业新规

- 10 国家金融监督管理总局办公厅发布关于做好2026年小微企业金融服务工作的通知
- 15 中国人民银行作出关于修改部分规章的决定
- 18 中国人民银行发布《中国人民银行管理领域严重失信主体名单管理办法（征求意见稿）》

卜颖雯 陈蓓芬 崔伯鸣
程 栋 陈 刚 陈 健
蔡莉敏 陈明明 曹 燕
杜 华 丁 毅 范文菁
高万泉 高 远 花泽鹏
纪虹珊 姜 昀 金 源
蒋玉林 李金芳 刘 莉
罗琳芝 林兴盛 林政男
潘东岳 石红卫 宋文祺
邵永劼 王文利 王晓雪
许 诚 薛呈旻 徐 炯
许建添 辛亚杰 夏玉婷
杨 轶 张 顶 郑 刚
张 浩 朱群峰 张晓辉
朱小路 朱晓宇 周 毅
朱以林

研究文章

- 24 金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界---详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

【执行编辑】

赵文梅



国务院常务会议讨论《中华人民共和国中国人民银行法（修订草案）》

国务院总理李强5月21日主持召开国务院常务会议，研究推进全国统一大市场建设有关工作，审议通过《现代化应急体系建设“十五五”规划》，讨论《中华人民共和国中国人民银行法（修订草案）》。

会议指出，建设全国统一大市场是构建新发展格局、推动高质量发展的需要。近年来，全国统一大市场建设取得积极成效和重要进展，但仍需持续用力、久久为功。要纵深推进相关制度建设，进一步完善产权保护、市场准入、公平竞争、社会信用、市场退出等制度，做到有章可循、有法可依。要纵深推进市场设施高标准联通，畅通经济循环，有效降低全社会物流成本。要纵深推进重点领域市场统一，以点带面、点面结合，让群众和企业更加可感可及。要以更大力度打通卡点堵点，破除各种显性和隐性壁垒，充分释放市场活力和潜能。

会议指出，应急管理关乎人民群众生命财产安全，关乎改革发展稳定大局。要适应新形势新要求，加快建设现代化应急体系，深化应急管理改革创新，完善协同应对机制，推动构建大安全大应急格局。要突出风险源头管控，加强监测预报预警，提升本质安全水平，加快治理模式向事前预防转型。要优化应急力量布局，强化全要素支撑，夯实基层应急基础，统筹落实好人防、技防、工程防、管理防等措施。要全链条推动重点行业领域安全整治，压紧压实各级各方面责任，切实形成齐抓共管、协同联动的良好局面。

会议讨论并原则通过《中华人民共和国中国人民银行法（修订草案）》，决定将草案提请全国人大常委会审议。会议指出，修订中国人民银行法是完善我国金融法律体系的基础工程。要加强金融法治建设，加快完善中央银行制度，依法全面履行好中央银行职责。

会议还研究了其他事项。



国家金融监督管理总局发布2026年一季度银行业保险业 主要监管指标数据情况

一、银行业和保险业总资产保持增长

2026年一季度末，我国银行业金融机构本外币资产总额494.7万亿元，同比增长8.0%。其中，大型商业银行本外币资产总额219.5万亿元，同比增长10.6%，占比44.4%；股份制商业银行本外币资产总额79.6万亿元，同比增长5.4%，占比16.1%。

2026年一季度末，保险公司和保险资产管理公司总资产42.5万亿元，较年初增长2.8%。其中，财产险公司3.3万亿元，较年初增长5.9%；人身险公司37.3万亿元，较年初增长2.6%；再保险公司8591亿元，较年初下降0.2%；保险资管公司1524亿元，较年初增长4.7%。

2026年一季度末，金融控股公司合并总资产28.3万亿元，合并总负债25.5万亿元，合并净资产2.9万亿元。

二、银行业和保险业金融服务持续加强

2026年一季度末，银行业金融机构普惠型小微企业贷款余额38.8万亿元，同比增长9.9%。普惠型涉农贷款余额15万亿元，同比增长9.5%。

2026年一季度，保险公司原保险保费收入2.3万亿元，同比增长6.2%；赔款与给付支出8893亿元，同比增长7.5%；新增保单件数321亿件，同比增长29%。

三、商业银行信贷资产质量总体稳定

2026年一季度末，商业银行（法人口径，下同）正常贷款余额239.2万亿元；不良贷款余额3.7万亿元，较上季末增加1742亿元；不良贷款率1.51%，较上季末上升0.02个百分点。

四、商业银行风险抵补能力整体充足



国家金融监督管理总局发布2026年一季度银行业保险业 主要监管指标数据情况

2026年一季度，商业银行累计实现净利润6323亿元。2026年一季度末，平均资本利润率为7.97%，较上季末上升0.19个百分点；平均资产利润率为0.60%，较上季末基本持平。

2026年一季度末，商业银行贷款损失准备余额为7.5万亿元；拨备覆盖率为203.14%，贷款拨备率为3.07%。

2026年一季度末，商业银行（不含外国银行分行）资本充足率为15.00%，一级资本充足率为12.05%，核心一级资本充足率为10.71%。

五、商业银行流动性指标保持平稳

2026年一季度末，商业银行流动性覆盖率为151.65%，较上季末下降6.34个百分点；净稳定资金比例为127.70%，较上季末下降0.13个百分点；流动性比例为79.75%，较上季末下降1.21个百分点；人民币超额备付金率1.47%，较上季末下降0.17个百分点；存贷款比例（人民币境内口径）为79.74%，较上季末下降0.33个百分点。

六、保险业偿付能力充足

2026年一季度末，保险公司平均综合偿付能力充足率为181%，核心偿付能力充足率为131.9%，高于100%和50%的监管标准。其中，财产险公司分别为242.6%、210.6%，人身险公司分别为170.7%、118.1%，再保险公司分别为207.4%、179.8%。



中国人民银行发布2026年第一季度中国货币政策大事记

1月10日，中国人民银行与加拿大银行续签规模为2000亿元人民币的双边本币互换协议。

1月15日，中国人民银行印发《关于下调再贷款、再贴现利率的通知》（银发〔2026〕9号），决定自1月19日起下调再贷款、再贴现利率0.25个百分点。调整后，3个月、6个月和1年期支农支小再贷款利率分别为0.95%、1.15%和1.25%，再贴现利率为1.5%，抵押补充贷款利率为1.75%，专项结构性货币政策工具利率为1.25%。

1月15日，中国人民银行决定增加支农支小再贷款额度5000亿元，将支农支小再贷款额度与再贴现额度打通使用。

1月15日，中国人民银行决定增加科技创新和技术改造再贷款额度4000亿元。增加后，科技创新和技术改造再贷款总额度为1.2万亿元。适当拓展政策支持领域，自2026年起，将研发投入水平较高的民营中小企业纳入科技创新和技术改造再贷款政策支持领域。

1月16日，中国人民银行会同金融监管总局印发《关于调整商业用房购房贷款最低首付款比例政策的通知》（银发〔2026〕14号），将商业用房（含商住两用房）购房贷款最低首付比例调整为不低于30%。

1月20日，中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布贷款市场报价利率（LPR），1年期LPR为3.0%，5年期以上LPR为3.5%，均与前次持平。

1月20日，中国人民银行与斯里兰卡中央银行签署了在斯里兰卡建立人民币清算安排的合作备忘录。

1月27日，中国人民银行向全国人大财经委员会汇报2025年货币政策执行情况。



中国人民银行发布2026年第一季度中国货币政策大事记

1月27日，中国人民银行印发《关于优化碳减排支持工具管理有关事宜的通知》（银发〔2026〕25号），将节能改造、绿色升级、能源绿色低碳转型等具有直接碳减排效应的项目纳入碳减排支持工具支持领域。

1月27日，中国人民银行印发《关于设立民营企业再贷款有关事宜的通知》（银发〔2026〕27号），在支农支小再贷款项下设立民营企业再贷款，额度1万亿元，引导地方法人金融机构进一步聚焦重点，加力支持民营中小微企业。

1月29日，中国人民银行授权中国银行股份有限公司伦敦分行担任英国人民币业务清算行。

2月13日，中国人民银行、金融监管总局发布2025年我国系统重要性银行名单。

2月13日，中国人民银行联合金融监管总局、中国证监会、农业农村部印发《关于统筹建立常态化金融支持机制 助力防止返贫致贫和乡村全面振兴的意见》（银发〔2026〕43号）。

2月24日，中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布贷款市场报价利率（LPR），1年期LPR为3.0%，5年期以上LPR为3.5%，均与前次持平。

2月26日，中国人民银行授权中国银行股份有限公司科伦坡分行担任斯里兰卡人民币业务清算行。

2月26日，中国人民银行印发《关于银行业金融机构人民币跨境同业融资业务有关事宜的通知》（银发〔2026〕51号），支持境内银行业金融机构与境外机构开展人民币跨境同业融资业务，发展人民币离岸市场，完善跨境资本流动宏观审慎管理。



中国人民银行发布2026年第一季度中国货币政策大事记

3月20日，中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布贷款市场报价利率（LPR），1年期LPR为3.0%，5年期以上LPR为3.5%，均与前次持平。

3月20日，中国人民银行发布《境内企业境外放款管理办法》（银发〔2026〕63号），进一步支持和规范境内企业开展境外放款业务。

3月26日，中国人民银行货币政策委员会召开2026年第一季度例会。



上海金融监管局发布2026年4月辖内银行业保险业主要监管指标数据情况

一、上海银行业资产负债情况

2026年4月末，上海辖内银行业金融机构本外币总资产余额30.93万亿元，同比增长14.95%。商业银行本外币总资产余额27.39万亿元，同比增长15.77%，其中大型商业银行本外币资产余额12.15万亿元，同比增长23.28%；股份制商业银行本外币资产余额7.25万亿元，同比增长14.65%。

2026年4月末，上海辖内银行业金融机构本外币总负债余额29.65万亿元，同比增长15.27%。商业银行本外币总负债余额26.63万亿元，同比增长16.06%，其中大型商业银行本外币负债余额12.06万亿元，同比增长23.31%；股份制商业银行本外币负债余额7.22万亿元，同比增长14.60%。

二、上海银行业资产质量情况

2026年4月末，上海辖内银行业金融机构本外币不良贷款余额1327.83亿元，不良贷款率1.03%，其中，商业银行本外币不良贷款余额1121.47亿元，不良贷款率1.02%。

三、上海保险业主要经营数据

2026年1—4月，上海辖内保险公司原保险保费收入累计1232.88亿元，其中财产险公司原保险保费收入299.97亿元，人身险公司原保险保费收入932.91亿元。

2026年1—4月，上海辖内保险公司原保险赔付支出累计409.44亿元，其中财产险公司原保险赔付支出140.95亿元，人身险公司原保险赔付支出268.49亿元。



国家金融监督管理总局办公厅发布关于做好2026年小微企业金融服务工作的通知

各金融监管局，各政策性银行、大型银行、股份制银行、外资银行，各保险公司：

为深入贯彻落实中央经济工作会议和全国金融系统工作会议精神，引导金融机构加力支持小微和民营企业经营发展，提升金融服务质量，实现“十五五”开好局、起好步，经金融监管总局同意，现就有关工作事项通知如下：

一、总体要求

坚持稳中求进工作总基调和“两个毫不动摇”，深刻把握金融工作的政治性和人民性，树立和践行正确政绩观，充分发挥支持小微企业融资协调工作机制作用，推动小微企业金融服务“稳投放、优结构、提质量、可持续”，提升民营企业金融服务水平，助力经济持续稳中向好，激发高质量发展的动力活力。

二、深化支持小微企业融资协调工作机制

（一）巩固工作机制成果。各级派出机构要积极推动当地深化支持小微企业融资协调工作机制，依托全国一体化融资信用服务平台网络，完善常态化线上对接渠道，因地制宜组织线下集中走访活动，提升金融服务直达性、可得性。加强与行业主管部门协作，开展重点领域小微企业融资对接，更好服务经济社会发展大局。推动完善跨部门“联合会诊”机制，协同解决小微企业融资困难。

（二）增强服务精准度。金融机构要主动融入各地工作机制，加强金融政策宣传，推介产品服务，拓宽客户覆盖面。聚焦科技、外贸、消费、养老、绿色、农业等领域，加大精准走访对接力度，提供多元化综合金融服务。依法合规用好融资信用服务平台归集的信用信息，完善授信审批模型，为企业准确画像，更好支持诚信经营、信用良好小微企业



国家金融监督管理总局办公厅关于做好2026年小微企业金融服务工作的通知

融资。结合各地产业集群特点，提供针对性金融服务方案，着力促进地方经济发展。

三、促进信贷业务高质量发展

（三）完善信贷供给体系。银行业金融机构要结合自身特点，找准定位、错位发展，维护市场公平竞争秩序，健全多层次、差异化的小微企业金融供给体系。大中型商业银行要增强小微企业金融供给的区域协调性，强化对服务薄弱地区的支持。地方法人银行要坚守服务中小企业的定位，提升服务能力和风险管理能力，积极支持当地小微企业发展。银行业金融机构要认真贯彻实施民营经济促进法，一视同仁向民营企业提供信贷服务，不得在授信、信贷管理、风控管理、服务收费等方面设置针对所有制的差别化条件。

（四）稳定信贷投放。银行业金融机构要着力提供与经济发展相适应，与小微企业、民营企业需求相匹配的信贷供给，实现贷款质的有效提升和量的合理增长。各金融监管局要结合当地经济发展实际和小微企业融资需求，加强对辖内银行业金融机构的统筹指导，合理确定普惠型小微企业贷款投放力度。

（五）优化信贷结构。银行业金融机构要围绕发展新质生产力，加强科技和创新型小微企业金融服务，助力高水平科技自立自强。创新优化消费领域小微和民营企业金融产品，支持构建多元化消费场景，助力提振消费扩大内需。加大重点产业链上下游小微企业信贷投放，助力扩大民间投资。强化小微和民营外贸企业金融服务，支持内外贸一体化发展。增加小微企业法人贷款投放，做好首贷、信用贷、中长期贷款支持，有效落实续贷政策，更好满足小微企业金融需求。鼓励开发适合“两司两员”等新就业群体实际融资需求、财务状况和风险水平的信贷产品。



国家金融监督管理总局办公厅关于做好2026年小微企业金融服务工作的通知

（六）提升资产质量。银行业金融机构要坚持线上、线下并重，加强科技赋能，提升小微企业信贷业务尽职调查、授信评审及风险管理水平。加强信贷资金流向监控，确保贷款资金用于企业生产经营。强化资产质量监测分析，做实贷款风险分类。加强续贷管理，真实、准确反映续贷资产质量。保障和倾斜核销等处置资源，提高不良贷款处置效率。

（七）增强可持续发展能力。银行业金融机构要拓展“信贷+”综合服务能力，积极满足小微和民营企业多样化金融需求。加强贷款利率定价管理，根据贷款市场报价利率、资金成本、风险成本等因素，合理确定普惠型小微企业贷款利率水平，增强业务发展可持续性。积极参与“银税互动”，充分挖掘涉税数据价值，加强数据多维交叉核验，及时迭代贷款模型，提升纳税诚信企业金融服务效能。坚持自主经营，严格规范、审慎开展与第三方机构合作，落实自主风控要求，不得将核心环节外包，切实增强自主服务能力。

（八）强化资源保障。银行业金融机构要保持对小微企业信贷业务内部资源适当倾斜，在信贷配置、绩效考核、人员配备、内部资金转移定价等方面给予充分保障。强化对小微企业贷款投放力度大、风险管控较好分支机构的奖励激励，有效调动基层机构和员工积极性。切实落实普惠信贷尽职免责政策，细化尽职标准和免责情形，完善实施细则，加强政策宣贯，对于无确切证据证明失职或履职不到位的信贷人员，原则上免除相应责任。指定专门部门牵头负责民营企业金融服务工作，将民营企业信贷业务纳入内部绩效考核。

四、加大保险服务供给



国家金融监督管理总局办公厅关于做好2026年小微企业金融服务工作的通知

（九）健全管理机制。保险公司要完善专业化服务机制，立足自身优势特点，加强战略规划，加大内部资源投入，建立专业的人才队伍，有序有效推进业务发展。改进风险管理和产品定价模型，提升精细化管理水平，开发条款简便、价格合理、投保便捷、理赔便利的产品，增强小微企业保险服务的可及性、可负担性。进一步夯实数据统计基础，明确数据管理归口部门及责任人，加强系统建设，全面反映小微企业保险业务情况。

（十）拓宽服务领域。保险公司要开发适合小微企业经营发展特点的财产保险产品，帮助其应对生产经营、科技研发等环节中的自然灾害和意外事故等风险，为小微企业提供稳定预期和安全保障。发展适合小微企业的人身保险产品，满足小微企业主、员工在意外、健康、养老等方面的保障需求，筑牢风险防护网。推动对“两司两员”等新就业群体普惠保险试点工作。支持结合地方经济特色推出专属保障方案。各级派出机构要积极推动优化保险供给，扩展保险服务覆盖面。

五、发挥金融政策效能

（十一）强化监管引领。各级派出机构要加强内外部数据和科技手段运用，强化数据思维，增强技术力量，提升数智化分析能力。定期分析辖内小微企业、民营企业金融服务情况，强化风险研判，做到底数清、情况明。加强现场检查，督促金融机构落实各项监管政策要求，合规稳健经营。做好数据抽查核实，指导金融机构加强数据治理，提升数据质量。



国家金融监督管理总局办公厅关于做好2026年小微企业金融服务工作的通知

（十二）凝聚协同合力。各级派出机构要用足用好各项改革举措，积极争取地方党委政府和相关部门支持，推动完善风险分担、补偿等政策。抓好政策传导落实，指导银行业金融机构充分用好中小微企业固定资产贷款贴息、民间投资专项担保计划等财政金融协同促内需一揽子政策。加强与行业主管部门的联动，协同做好各类支持小微企业、民营企业、个体工商户的服务行动。深入推进信用信息共享，推动深化“银税互动”工作落实，利用区块链、隐私计算等技术依法合规开展“银税互动”模式创新。发挥促进民间投资资金和要素保障工作机制作用，协同推动建设投融资综合服务平台，及时推送辖内重点民间投资项目清单，引导辖内银行业金融机构加大投融资对接服务力度。发挥行业自律组织作用，规范市场竞争秩序。各级派出机构、金融机构要加大成效总结和宣传，推动金融服务渠道和惠企政策应知尽知、应享尽享。



中国人民银行作出关于修改部分规章的决定

为加强金融法治建设，根据市场发展实际完善银行间市场制度，中国人民银行决定对三件部门规章的部分条款予以修改：

一、将《全国银行间债券市场金融债券发行管理办法》（中国人民银行令〔2005〕第1号）第八条、第十三条、第二十五条删除。

将第二条第二款修改为“本办法所称金融机构法人，包括政策性银行、商业银行及其他金融机构”。

将第二十六条中“中央结算公司”的表述修改为“债券中央存管机构”。

将第二十八条修改为“发行人应在金融债券发行前和存续期间履行信息披露义务。”

将第三十六条修改为“发行人应将相关信息披露文件提交至金融债券发行管理信息系统。金融债券发行管理信息系统由中国人民银行指定的服务支持机构负责维护。服务支持机构应同步将信息披露文件发送至债券中央存管机构等金融基础设施运营机构，并及时将违反信息披露规定的行为向中国人民银行报告并公告。

“金融基础设施运营机构应通过官方网站及时、准确、完整披露发行人所提交信息。”

将第四十条中“托管机构”的表述修改为“债券中央存管机构”。

二、将《银行间债券市场非金融企业债务融资工具管理办法》（中国人民银行令〔2008〕第1号）第五条修改为“债务融资工具在债券中央存管机构登记、托管、结算。”

将第十五条、第十八条中“中央结算公司”的表述修改为“债券中央存管机构”。



中国人民银行作出关于修改部分规章的决定

三、将《银行间债券市场债券登记托管结算管理办法》（中国人民银行令〔2009〕第1号）第二条第二款删除。

将第五条修改为“本办法所称债券登记托管结算机构是指在银行间债券市场办理债券登记、托管和结算业务的法人。

“中央国债登记结算有限责任公司、银行间市场清算所股份有限公司是中国人民银行指定的债券登记托管结算机构。”

将第六条修改为“中央国债登记结算有限责任公司和银行间市场清算所股份有限公司（以下统称债券中央存管机构）承担债券中央登记、存管及结算职能；柜台交易承办银行承担商业银行柜台记账式国债等债券二级托管职能。”

将第七条修改为“债券中央存管机构在债券登记、托管和结算业务中履行下列职能：

- “（一）设立和管理债券账户；
- “（二）债券登记；
- “（三）债券存管；
- “（四）债券结算；
- “（五）代理拨付债券兑付本息和相关收益资金；
- “（六）跨市场交易流通债券的总托管；
- “（七）提供债券等质押物的管理服务；
- “（八）代理债券持有人向债券发行人依法行使债券权利；
- “（九）依法提供与债券登记、托管和结算相关的信息、查询、咨询、培训服务；
- “（十）监督柜台交易承办银行的二级托管业务；
- “（十一）中国人民银行规定的其他职能。”



中国人民银行作出关于修改部分规章的决定

将第九条、第十条、第十五条、第二十五条、第二十八条、第二十九条、第三十条、第三十二条中“债券登记托管结算机构”的表述修改为“债券中央存管机构”。

将第十七条第二款修改为“债券登记托管结算机构应当按照中国人民银行有关规定和交易商协会、全国银行间同业拆借中心等建立信息和数据共享机制，共享有关统计信息及明细数据，有效支持宏观调控和穿透式监管”。

将第二十四条第一款修改为“一个投资者在一家债券中央存管机构只能开立一个自营账户，中国人民银行另有规定的除外”。

将第三十一条修改为“债券登记托管结算机构可依法为债券持有人提供债券质押登记服务，或依照法律法规对债券进行冻结。债券被质押和冻结时，债券登记托管结算机构应当在相应债券账户内加以明确标记，以表明债券权利受到限制。”

此外，对相关规章中的条文序号作相应调整。

本决定自2026年7月1日起施行。



中国人民银行发布《中国人民银行管理领域严重失信主体名单管理办法（征求意见稿）》

第一章 总则

第一条 【目的依据】为积极培育中国特色金融文化，加强对金融领域失信行为的约束和惩戒，切实防范化解金融风险，优化金融信用环境，规范严重失信主体名单管理，依据《中华人民共和国中国人民银行法》《中华人民共和国票据法》《非银行支付机构监督管理条例》《中华人民共和国人民币管理条例》《征信业管理条例》等有关法律、行政法规，制定本办法。

第二条 【适用范围】中国人民银行管理的票据、支付、人民币流通、征信等领域中，机构及个人的严重失信主体名单管理适用本办法。

本办法所称严重失信主体名单管理是指中国人民银行及其分支机构依法将严重失信的机构或个人列入、移出严重失信主体名单，实施失信惩戒、信用修复，并记录、共享、公示相关信息等管理活动。

本办法所称中国人民银行及其分支机构是指中国人民银行以及中国人民银行上海总部，各省、自治区、直辖市及计划单列市分行、各地市分行。

第三条 【职责分工】中国人民银行及其分支机构按照“谁管理、谁决定、谁负责、谁修复”的原则，由作出认定决定的本级机构负责严重失信主体名单管理工作。

中国人民银行相关业务管理部门要按照标准统一、过罚相当的原则，统筹指导中国人民银行分支机构相关业务领域严重失信主体名单管理工作；中国人民银行分支机构归集和管理辖区内严重失信主体名单，并及时向上级行报告名单列入、移出和信用修复情况。

第二章 列入条件和管理措施



中国人民银行发布《中国人民银行管理领域严重失信主体名单管理办法（征求意见稿）》

第四条 【列入条件】当事人发生下列违法违规行为，情节特别严重、影响特别恶劣的，应当列入严重失信主体名单：

（一）未经依法批准，擅自设立票据交易机构的。

（二）未经依法批准，擅自设立非银行支付机构或变相从事支付业务的。

（三）非银行支付机构实际控制人操纵支付机构挪用、占用、借备付金，涉案金额特别巨大的。

（四）签发空头支票，涉案金额特别巨大的。

（五）拒收人民币现金，经处罚后仍多次违法违规的。

（六）违规使用人民币图样，经处罚后仍多次违法违规的。

（七）未经依法批准，擅自设立经营个人征信业务的征信机构或从事个人征信业务活动的。

（八）非法出售征信信息，涉案金额特别巨大的。

（九）以“征信修复”等为名实施诈骗活动的。

（十）法律、行政法规规定的应当列入的其他情形。

第五条 【管理措施】中国人民银行及其分支机构对被列入严重失信主体名单的对象（以下称被列入对象）可以采取下列管理措施：

（一）纳入重点监管范围，提高执法检查频次。

（二）依法依规向有关部门共享相关信息。

（三）按照国家有关规定公示严重失信主体名单信息。

（四）依据法律、行政法规和党中央、国务院政策文件，在审查行政许可、资质、资格、委托承担政府采购项目、工程招投标时作为重要考量因素。



中国人民银行发布《中国人民银行管理领域严重失信主体名单管理办法（征求意见稿）》

（五）法律、行政法规和党中央、国务院政策文件规定的其他管理措施。

第六条 【信用监管】中国人民银行及其分支机构要加强严重失信主体名单应用，将金融机构管理等工作与信用监管相结合，对被列入对象依法依规实施惩戒。

第三章 列入和移出程序

第七条 【认定告知】当事人发生应当列入严重失信主体名单行为的，中国人民银行或其分支机构应当依据行政处罚决定、司法判决作出认定，并在作出认定之日起5个工作日内制作严重失信主体认定告知书并送达当事人。

认定告知书应当包括认定事由、依据、后果，以及当事人享有的陈述申辩权利等内容。

第八条 【陈述申辩】当事人自收到严重失信主体认定告知书之日起10个工作日内，有权向作出列入认定的中国人民银行或其分支机构提交书面陈述申辩及相关材料。

作出列入认定的中国人民银行或其分支机构应当自收到陈述申辩意见之日起15个工作日内进行核实并作出决定。陈述申辩理由被采纳的，不认定为严重失信主体。

第九条 【列入决定】当事人未在规定时间内提交陈述申辩意见或陈述申辩意见未被采纳的，作出列入认定决定的中国人民银行或其分支机构应当将其列入严重失信主体名单，制作严重失信主体认定决定书，并送达当事人。



中国人民银行发布《中国人民银行管理领域严重失信主体名单管理办法（征求意见稿）》

认定决定书应当包括主体名称、统一社会信用代码或身份证号、列入时间、认定事由、依据、后果、信用修复条件和程序、申诉途径等内容。

第十条 【申诉方式】被列入对象对列入决定不服的，可以依法申请行政复议或者提起行政诉讼。

第十一条 【信息归集与共享】中国人民银行统一归集、管理中国人民银行管理领域严重失信主体名单信息；并按照公共信用信息共享的有关规定，与国家有关信用信息共享平台共享严重失信主体名单。

第十二条 【信息保护】中国人民银行及其分支机构对严重失信主体名单相关信息，应当做好信息安全和个人隐私、商业秘密的保护工作。

第十三条 【管理期限】严重失信主体名单管理期限为3年；管理期满后，应当将被列入对象移出严重失信主体名单。法律、行政法规和党中央、国务院政策文件对严重失信主体名单管理期限另有规定的，依照其规定执行。

被列入对象自列入严重失信主体名单之日起满12个月，可以申请提前移出；依照法律、行政法规或者国家规定不能提前移出的除外。

第十四条 【移出程序】管理期满或作出移出严重失信主体名单决定之日起5个工作日内，作出列入严重失信主体名单认定决定的中国人民银行或其分支机构应当将被列入对象移出严重失信主体名单，并解除管理措施。

中国人民银行按照公共信用信息共享的有关规定，将移出信息共享至国家有关信用信息共享平台。



中国人民银行发布《中国人民银行管理领域严重失信主体名单管理办法（征求意见稿）》

第十五条 【依据变化】列入严重失信主体名单的依据发生变化的，作出列入决定的中国人民银行或其分支机构应当重新进行认定。

经认定，不符合列入严重失信主体名单情形的，作出列入决定的中国人民银行或其分支机构应当撤销原列入决定，并在撤销原列入决定之日起5个工作日内将当事人移出严重失信主体名单，并解除管理措施。

中国人民银行按照公共信用信息共享的有关规定，将撤销信息共享至国家有关信用信息共享平台。

第四章 信用修复

第十六条 【信用修复条件】鼓励被列入对象积极纠正失信行为，进行信用修复。被列入对象列入严重失信主体名单满12个月且符合下列条件的，可以向作出列入决定的中国人民银行或其分支机构提出提前移出申请：

- （一）已经履行行政处罚决定或司法判决中规定的义务。
- （二）危害后果和不良影响外溢性得到有效防控。
- （三）未再发生本办法第四条规定的严重失信行为。

第十七条 【申请要求】被列入对象申请提前移出严重失信主体名单的，应当向作出列入决定的中国人民银行或其分支机构提出申请。申请材料包括申请书和符合本办法第十六条规定的相关材料。

作出列入决定的中国人民银行或其分支机构应当在收到提前移出严重失信主体名单申请后5个工作日内作出是否受理的决定。申请材料齐全、符合条件的，应当予以受理。

第十八条 【核实要求】作出列入决定的中国人民银行或其分支机构自受理提前移出严重失信主体名单申请之日起30个工作日内进行核实，作出是否准予提前移出的决定。



中国人民银行发布《中国人民银行管理领域严重失信主体名单管理办法（征求意见稿）》

经核实，申请人符合信用修复条件的，应当将其移出严重失信主体名单，并解除管理措施。经核实，不予提前移出的，应当告知当事人并说明理由。

第十九条 【虚假申请惩戒措施】中国人民银行或其分支机构发现被列入对象申请提前移出严重失信主体名单存在隐瞒真实情况、弄虚作假情形的，应当撤销提前移出决定，恢复列入。名单管理期重新按3年计算，自恢复列入之日起算。

第五章 附则

第二十条 【法律衔接】法律、行政法规和党中央、国务院政策文件对严重失信主体名单管理另有规定的，依照其规定执行。

第二十一条 【外汇适用】金融机构工作人员主谋或教唆他人实施逃汇、骗购外汇行为，情节特别严重、影响特别恶劣的，国家外汇管理局及其分支机构纳入外汇管理领域严重失信主体名单实施管理的，参照本办法执行。

第二十二条 【工作协调】中国人民银行牵头强化金融领域严重失信主体名单工作协调，推动各部门标准统一、执行力度一致，按年度汇总包括中国人民银行、国家金融监督管理总局、中国证券监督管理委员会、国家外汇管理局管理领域在内的金融领域严重失信主体名单并及时依法共享。

第二十三条 本办法由中国人民银行负责解释。

第二十四条 本办法自2026年XX月XX日起施行。



金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

作者：锦天城律师事务所 林先海 陆滢伊

一、引言

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、国家外汇局于2026年4月21日联合发布《金融产品网络营销管理办法》（以下简称“《营销办法》”），《营销办法》自2026年9月30日起实施。

《营销办法》出台的背景是在金融业数字化转型的数字经济环境下，明晰金融机构与第三方互联网平台的业务合规边界，将第三方互联网平台营销等各类金融活动全部纳入监管，从而实现保护金融消费者和投资者合法权益的目的。

就互联网贷款业务而言，《营销办法》统一了互联网贷款业务的网络营销监管标准，明确了保障金融消费者合法权益是互联网贷款业务的合规边界。

二、《营销办法》的适用范围

1、业务模式：互联网助贷及联合贷

《营销办法》不仅适用于金融机构与第三方互联网平台合作开展的互联网助贷业务的网络营销，还适用于金融机构与金融机构合作开展的互联网助贷业务及联合贷款业务的网络营销。

对于联合贷款业务模式而言，其金融机构之间的合作业务模式仍适用《商业银行互联网贷款管理暂行办法》、《国家金融监督管理总局关于加强商业银行互联网助贷业务管理提升金融服务质效的通知》等项下联合贷款相关规定。例如，联合贷款业务模式项下在其中一方自营平台申请联合贷款，该模式不违反《营销办法》。



金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

2、业务环节：限于互联网贷款的网络营销环节

互联网贷款业务流程包括营销获客、贷款发放、贷款管理、贷后催收等。其中，金融机构与合作机构合作的业务范围包括营销获客、共同出资发放贷款、支付结算、风险分担、信息科技、逾期清收等。

对于互联网贷款业务而言，《营销办法》明确规定其规范的业务环节限于互联网贷款的网络营销环节，而不是互联网贷款业务全部业务流程。

对于除了网络营销获客之外的其他互联网贷款业务流程以及金融机构与合作机构开展的其他相关合作而言，仍适用《商业银行互联网贷款管理暂行办法》、《国家金融监督管理总局关于加强商业银行互联网助贷业务管理提升金融服务质效的通知》等关于互联网贷款业务的相关规定。但《营销办法》对于网络营销获客环节的部分限制也确实会影响到互联网贷款业务其他环节的合作。例如，《营销办法》要求跳转到金融机构自营平台申请贷款，这明显会影响到第三方互联网平台提供客户咨询沟通相关服务。

3、规范对象：金融机构及第三方互联网平台

《营销办法》的规范对象不仅包括金融机构，而且包括第三方互联网平台。

互联网贷款业务项下此前发布的《商业银行互联网贷款管理暂行办法》、《国家金融监督管理总局关于加强商业银行互联网助贷业务管理提升金融服务质效的通知》等相关规定均是由金融机构的监管部门国家金融监督管理总局发布及制定，其规范对象为金融机构，相关违规处罚对象也是金融机构。



金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

《营销办法》则是由金融机构的监管部门以及第三方互联网平台的监管部门联合发布的监管规定，其规范对象不仅包括金融机构，而且包括第三方互联网平台。相关违规处罚对象也根据不同的监管部门和不同的违规行为区分为金融机构和第三方互联网平台。

4、互联网贷款金融机构类型：商业银行、消费金融公司、信托公司以及小额贷款公司

《营销办法》不仅适用于银行、信托公司、消费金融公司等银行业金融机构开展的互联网贷款业务，而且适用于地方金融监督管理局监管的小额贷款公司开展的互联网贷款业务。

《营销办法》明确要求包含小额贷款公司在内的地方金融组织参照适用《营销办法》，但各地地方金融管理机构是否会单独出具参照适用的相关细则以及实操中的参照适用标准如何把握均存在不确定性。

三、《营销办法》对互联网贷款业务模式的十大影响1、网络营销转接渠道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

（1）原文条款

第三条……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。

第五条……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。



金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

（2）主要影响

《营销办法》明确要求互联网贷款业务网络营销转接渠道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。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。

按照该规定，互联网贷款业务项下通过网络营销获客后，应当引导借款人跳转到金融机构自营平台进行贷款申请相关操作，并且金融机构自营平台需由金融机构独立运营并享有完整数据权限。

对于金融机构自营平台的准确界定将决定着互联网贷款业务网络营销流程的合规性。笔者认为，互联网平台的组成部分包括：（1）平台入口：用于借款人查找和第三方跳转的网址等；（2）平台前端用户界面：用于借款人登录使用的网页页面、小程序页面、公众号页面等；（3）平台后端管理系统：用于平台开发、管理、维护等用途的系统；（4）服务器：用于存储金融产品数据、用户交互数据等用途的存储设备。

对于独立运营的合规要求而言，金融机构应对平台入口、平台前端用户界面、平台后端管理系统、服务器有独立的运营控制权。对于享有完整数据权限的合规要求而言，平台产生及收集的相关数据的访问、使用等完整权限应归属金融机构。具体而言：（1）平台入口使用的网址、域名等使用权应归属金融机构；（2）平台前端用户界面的相关代码等知识产权使用权、用户界面设置等管理权限应归属于金融机构；（3）平台后端管理系统的相关代码等知识产权使用权、设置等管理权限应归属于金融机构；（4）相关服务器使用权应归属金融机构，相关服务器内存储的金融产品数据、借款人个人信息数据、借款人申请信息数据、合同数据、支付数据、平台操作数据等数据的访问、使用等完整权限应归属金融机构。



金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

按照以上标准，目前金融机构与第三方互联网平台合作的互联网助贷业务基本不符合《营销办法》。在目前的互联网贷款业务模式项下，互联网贷款平台基本都是基于网络营销获客的便利而内嵌在第三方互联网平台的APP内，其运营权和数据权限均归属于第三方互联网平台。基于此逻辑，第三方互联网平台需要对其收集借款人个人信息的行为获得借款人的个人信息相关授权，因此，互联网贷款业务项下的相关个人信息授权文件不仅包含对于金融机构的授权，而且包含对于第三方互联网平台的授权。若按照《营销办法》进行整改操作，则第三方互联网平台在互联网贷款业务项下不会接触到借款人个人信息，应该也不需要相关授权，这也在一定程度上体现了金融消费者权益保护的目。

此外，对于小程序、公众号等内嵌在APP中的页面或者板块而言，其是否满足金融机构自营平台的要求，不能一概而论。这种情形需要根据各个具体APP开发者对于小程序、公众号等页面或板块的权限设置技术逻辑进行判断。如可以实现金融机构独立运营并享有完整数据权限，则可以认定为金融机构自营平台。否则，不能认定为金融机构自营平台。

（3）举例说明

① 不合规示例

某网站具有直接申请借款界面，其运营主体明确披露为某科技公司，而非金融机构，不符合《营销办法》。



金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

最高可借 **10000** 元

起，年化利率(单利) **10.00** % (以审批结果为准)

输入您的手机号

请输入短信验证码 | [获取验证码](#)

☐ 阅读并同意 《注册服务协议》 及 《隐私政策》

[获批领最长30天免息](#)

我要借款

应用名称：[模糊] | 开发者：[模糊] 贷款[模糊]公司
运营者：[模糊] 科技[模糊]公司 | 大小：66.4M | 版本号：[模糊]
[权限详情](#) [隐私政策](#) [产品功能](#)

②合规示例

某银行在微信平台的自营小程序和公众号平台（小程序和公众号的技术标准需要满足要求）。





金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

2、第三方支付机构不得将互联网贷款产品列入支付工具

（1）原文条款

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。

《金融产品网络营销管理办法》答记者问：“支付机构的收银台页面中支付工具必须与贷款等金融产品区隔展示，不得误导用户混淆支付工具与贷款产品”。

（2）主要影响

《营销办法》明确要求第三方支付机构不得将互联网贷款产品列入支付工具。参照《金融产品网络营销管理办法》答记者问的具体表述“支付机构的收银台页面中支付工具必须与贷款等金融产品区隔展示，不得误导用户混淆支付工具与贷款产品”。笔者倾向认为，《营销办法》明确禁止第三方支付机构将互联网贷款产品列入支付工具，但并未禁止第三方支付机构将互联网贷款产品单独作为贷款产品进行展示。例如，在支付页面选项中不能将互联网贷款产品与银行卡支付工具一并列示为支付工具，但可以将互联网贷款产品与银行卡支付工具区别列示并明确提示为贷款产品。

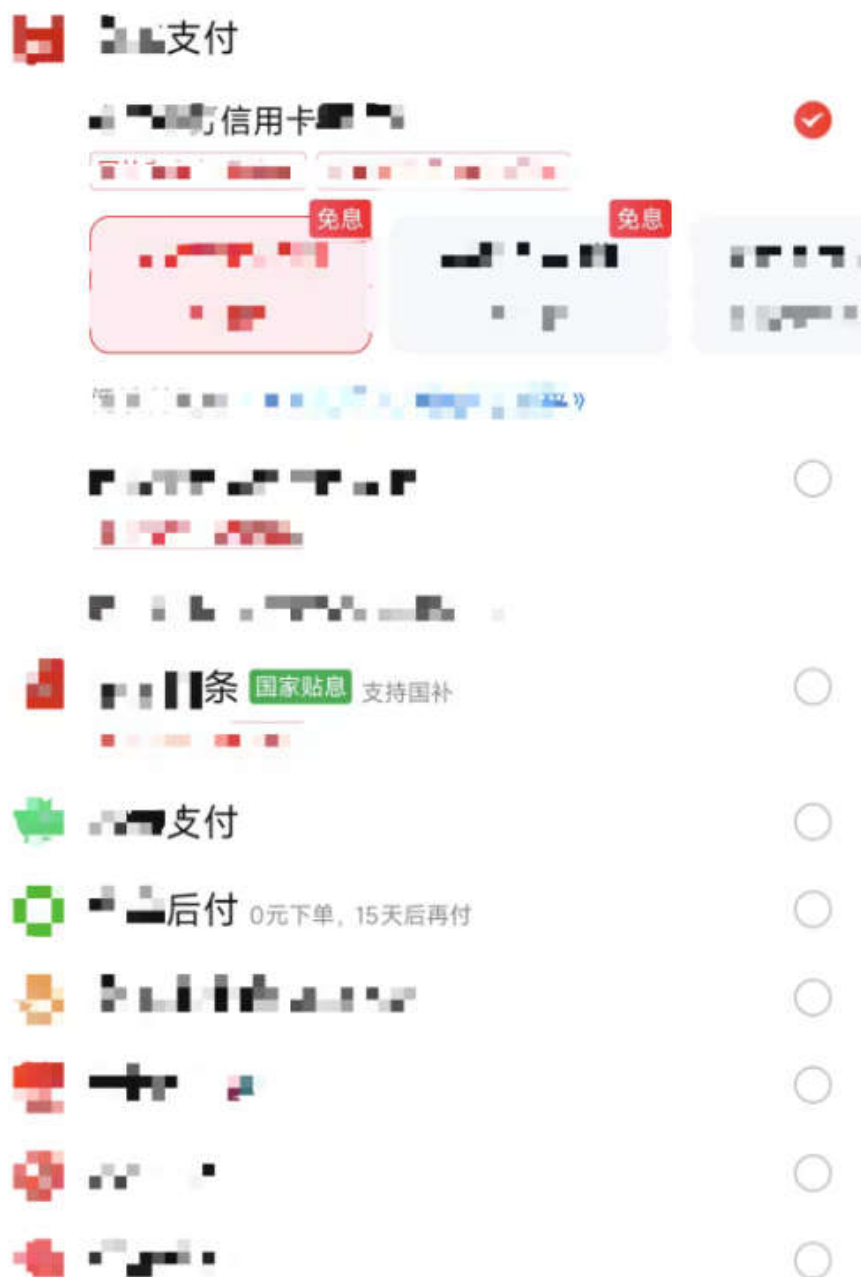
目前金融机构与第三方互联网平台合作的互联网助贷业务中，常规操作会将互联网贷款产品作为支付方式之一供用户选择使用，这种操作安排既方便通过支付流程环节进行营销获客，也方便用户在付款时快捷使用互联网贷款产品。上述操作对于提高互联网贷款产品使用率起到了重要作用，但也因容易导致用户误操作（即没有借款意愿的用户误操作借了一笔互联网贷款）而侵害了金融消费者权益。《营销办法》的上述规定体现了金融消费者权益保护的目。



金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

（3）举例说明

某商城购物支付界面将互联网贷款产品与信用卡、银行卡等支付方式并列展示，而未区隔展示。





金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

3、第三方支付机构不得为互联网贷款产品提供营销服务

(1) 原文条款

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。

(2) 主要影响

《营销办法》明确禁止第三方支付机构为互联网贷款产品提供营销服务。参照《金融产品网络营销管理办法》答记者问的具体表述“支付机构的收银台页面中支付工具必须与贷款等金融产品区隔展示，不得误导用户混淆支付工具与贷款产品”。

笔者倾向认为，《营销办法》禁止第三方支付机构为互联网贷款产品提供营销服务，而未禁止第三方支付机构为互联网贷款产品的使用提供相关服务。金融消费者通过金融机构获得授信额度后具体使用贷款服务的行为不属于营销。金融消费者通过金融机构自营平台获得授信额度后，第三方支付机构根据支付业务代收付业务要求将互联网贷款产品与银行卡支付工具区别列示并明确提示为贷款产品的操作，属于为互联网贷款产品的使用提供相关服务，而非为互联网贷款产品提供营销服务，不违反《营销办法》规定。

但也有消息称，已有个别监管窗口指导部分支付机构关停小贷、融资担保等“7+4”类地方金融组织的支付通道。因此，对于这一条规定的具体影响还需以具体监管意见为准。

(3) 举例说明

某商城支付界面将用户未开通授信额度的互联网贷款产品直接列示在支付工具中，该操作属于营销。



金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响



4、第三方互联网平台的网络营销服务范围限于技术服务本位，不得变相开展金融业务活动，不得介入或变相介入贷款额度测评等金融业务环节，不得与金融消费者进行互动咨询

（1）原文条款

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。



金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

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。

（2）主要影响

①《营销办法》明确要求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。鉴于《营销办法》的适用范围为网络营销活动，该规定限定的范围也是网络营销服务范围，笔者倾向认为，第三方互联网平台根据《商业银行互联网贷款管理暂行办法》、《国家金融监督管理总局关于加强商业银行互联网助贷业务管理提升金融服务质效的通知》等互联网贷款相关规定开展的贷款管理等服务以互联网贷款相关规定为准，不属于《营销办法》禁止的范围。但基于金融机构自营平台的相关要求，第三方互联网平台可提供的贷款管理相关服务范围可能也会因此受到一定的限制。

②《营销办法》明确要求第三方互联网平台不得介入或变相介入贷款额度测评等金融业务环节。这个要求与《商业银行互联网贷款管理暂行办法》、《国家金融监督管理总局关于加强商业银行互联网助贷业务管理提升金融服务质效的通知》等互联网贷款相关规定项下“核心风控环节应当由商业银行独立有效开展”的相关要求逻辑一致。但《营销办法》从规范第三方互联网平台的角度强调了不得变相介入贷款额度测评



金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

等金融业务环节，按照“实质大于形式”的监管逻辑，不排除目前部分业务模式被认定为违反上述规定。例如，第三方互联网平台先行对借款人的贷款额度进行测评，然后将贷款额度测评结果推送给一个或多个金融机构，该交易安排不符合《营销办法》规定。

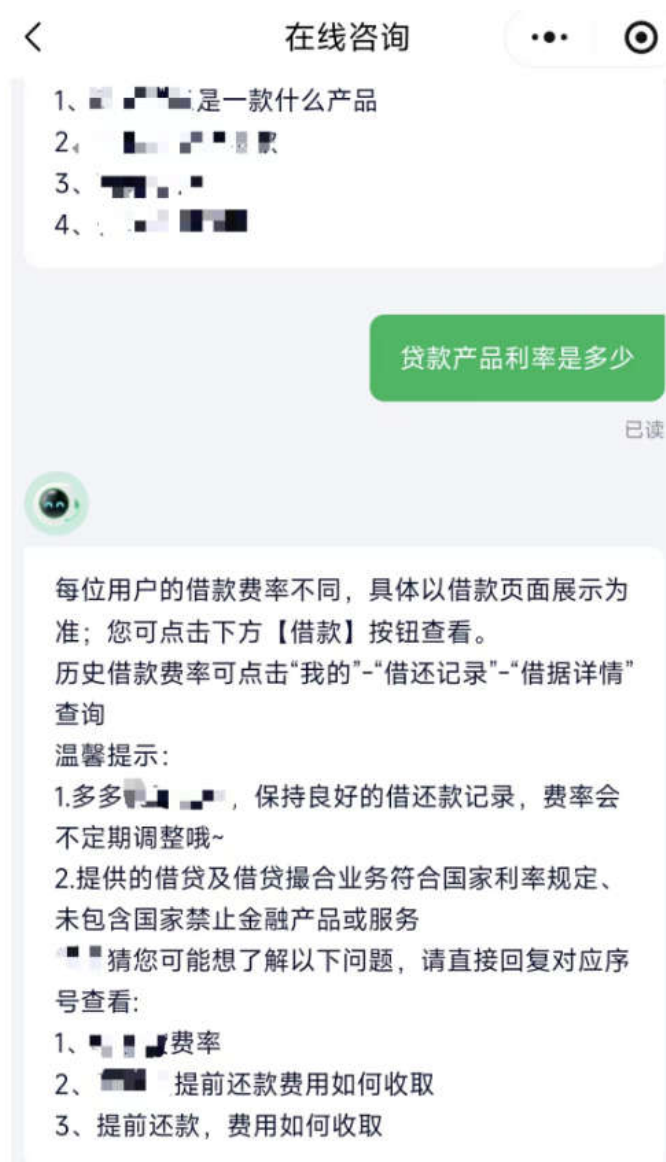
③《营销办法》明确要求第三方互联网平台不得与金融消费者进行互动咨询。鉴于《营销办法》的适用范围为网络营销活动，该规定限定的范围也是网络营销服务范围，笔者倾向认为，该规定明确禁止第三方互联网平台在网络营销环节与金融消费者进行互动咨询，网络营销环节的互动咨询应由金融机构与金融消费者进行。对于金融消费者通过金融机构获得授信额度后的贷款管理环节而言，第三方互联网平台可根据《商业银行互联网贷款管理暂行办法》、《国家金融监督管理总局关于加强商业银行互联网助贷业务管理提升金融服务质效的通知》等互联网贷款相关规定代表金融机构与金融消费者进行互动沟通。例如，第三方互联网平台在互联网贷款产品网络营销环节就金融产品的具体要素接受借款人的沟通咨询，该交易安排违反《营销办法》规定。第三方互联网平台基于提供催收服务而向借款人发送还款提醒等进行沟通，该交易安排不违反《营销办法》规定。

（3）举例说明

在第三方互联网平台咨询借款利率等信息，不符合《营销办法》。



金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响



5、第三方互联网平台使用贷款、借钱等涉金融字样或内容或相关商标的，应取得相关业务资质或金融管理部门同意

（1）原文条款

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



金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

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。

（2）主要影响

《营销办法》明确要求第三方互联网平台使用贷款、借钱等涉金融字样或内容或相关商标的，应取得相关业务资质或金融管理部门同意。按照该规定，第三方互联网平台在APP等页面展示“XX借钱”等产品及使用相关注册商标，均需取得相关业务资质或金融管理部门同意。

就金融业务资质而言，是指金融许可证等金融机构业务资质。

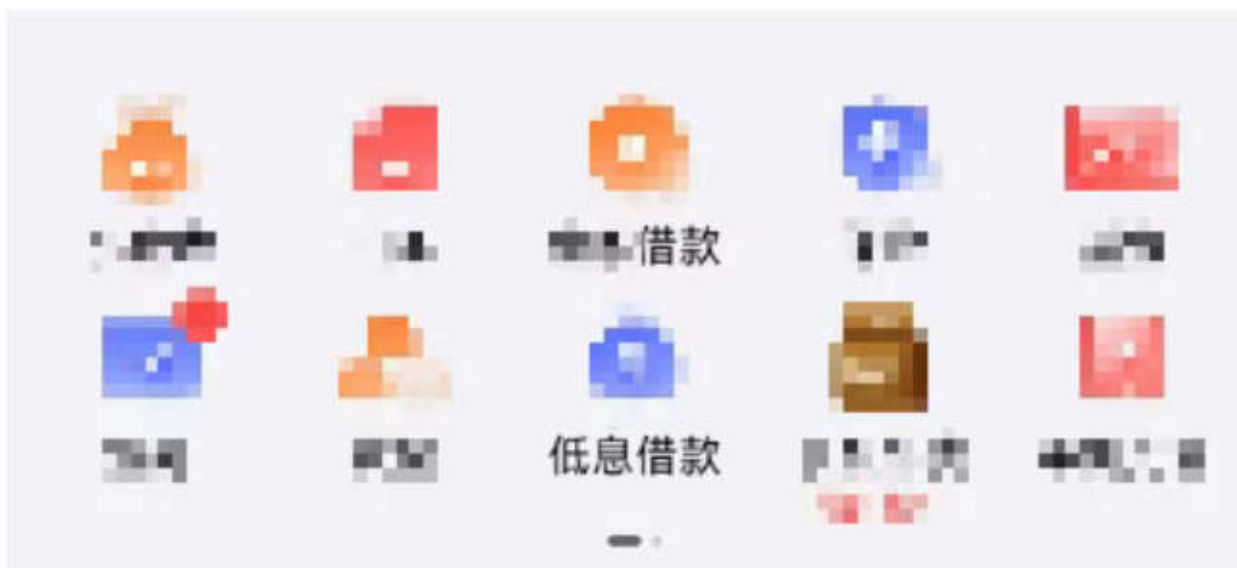


金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

就金融信息服务业务资质而言，国家互联网信息办公室于2018年12月26日发布《金融信息服务管理规定》（2019年2月1日实施），国家互联网信息办公室于2022年1月28日发布《国家互联网信息办公室关于开展境内金融信息服务报备工作的通知》。境内机构可按照“自愿申报、统一标准、两级核验”的原则提交报备申请，境内机构商事登记所在地的省级互联网信息办公室初核后，提交国家互联网信息办公室复核。国家互联网信息办公室会定期发布境内金融信息服务机构报备编号。第三方互联网平台进行互联网贷款产品营销可参考上述金融信息服务报备的流程获得金融信息服务业务资质，但具体应以监管部门意见为准。

（3）举例说明

某互联网平台界面展示“借款”字样，该互联网平台应取得金融信息服务业务资质或经金融管理部门同意。





金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

6、不得将网络营销服务转委托

(1) 原文条款

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。

(2) 主要影响

《营销办法》明确要求不得将金融机构委托的网络营销业务向其他机构转委托或变相转委托。按照该规定，助贷机构通过其他互联网平台进行引流的业务模式均属于转委托，将不得继续开展，需要金融机构直接委托其他互联网平台提供网络营销服务。例如金融机构与A互联网平台合作的A贷款产品，不得由A互联网平台委托B互联网平台进行网络营销，但可以由金融机构直接委托B互联网平台进行网络营销。

(3) 举例说明

某贷款超市平台展示多个贷款产品，如借款人点击链接后先跳转到第三方互联网平台，而不是直接跳转到金融机构自营平台，则可能涉及转委托，不符合《营销办法》。



金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响



7、第三方互联网平台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

(1) 原文条款

第三条……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。

(2) 主要影响



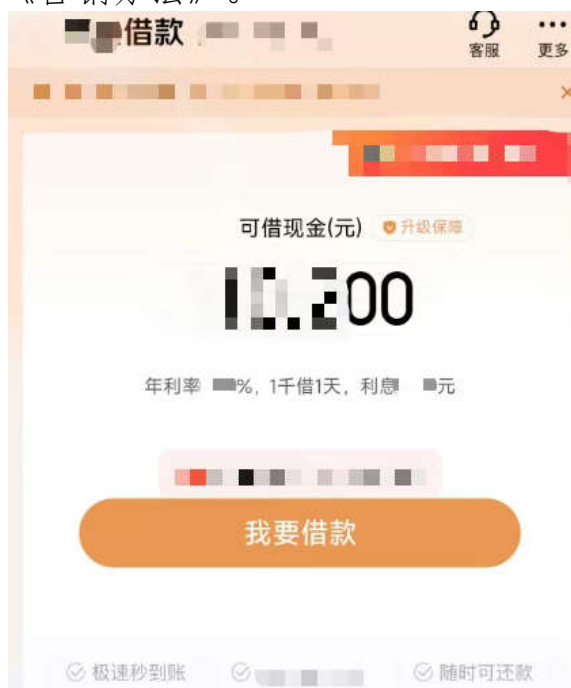
金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

《营销办法》明确规定，网络营销的具体范围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。但发布产品信息的行为，应当由金融机构以自身名义进行。对于除了发布产品信息之外的其他网络营销行为，可以由第三方互联网平台根据委托进行。

在目前的主流互联网助贷业务模式下，互联网贷款产品往往会以第三方互联网平台的名义在第三方互联网平台发布，借款人往往难以辨识提供贷款服务的主体。《营销办法》上述规定旨在改变第三方互联网平台与贷款产品品牌混淆的现状。在实践操作中，应从这个角度把握具体标准，对于第三方互联网平台在网络营销过程中可以展示的信息范围边界尚需进一步与监管部门进行探讨。

（3）举例说明

①不合规示例某商城平台在网络营销环节直接展示贷款金额、利率等信息，不符合《营销办法》。

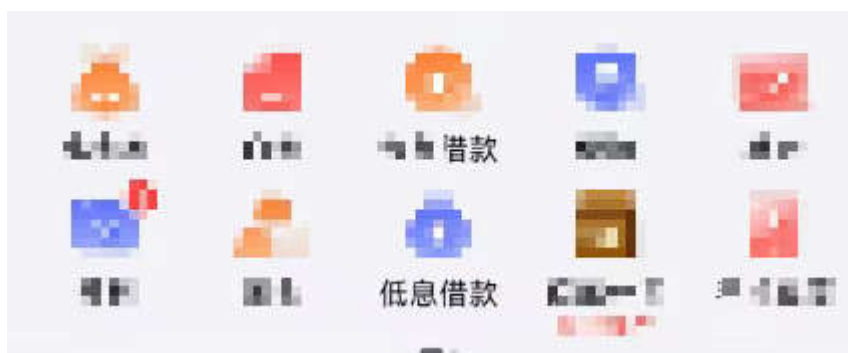




金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

②合规示例

某商城平台在网络营销环节仅展示贷款产品点击链接，不违反《营销办法》。



8、在由营销环节跳转至互联网贷款服务使用环节时，应进行显著提醒并设置强制阅读时间

（1）原文条款

第五条……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。

（2）主要影响

《营销办法》明确要求互联网贷款转接渠道跳转至金融机构自营平台时，应进行显著提醒并设置强制阅读时间。这个规定将类似于互联网贷款合同的强制阅读要求也提前到网络营销环节，其目的在于明确提醒金融消费者即将操作的是互联网贷款，避免引诱误导金融消费者在不明知的情况下申请借款，充分体现了保障金融消费者合法权益的目的。

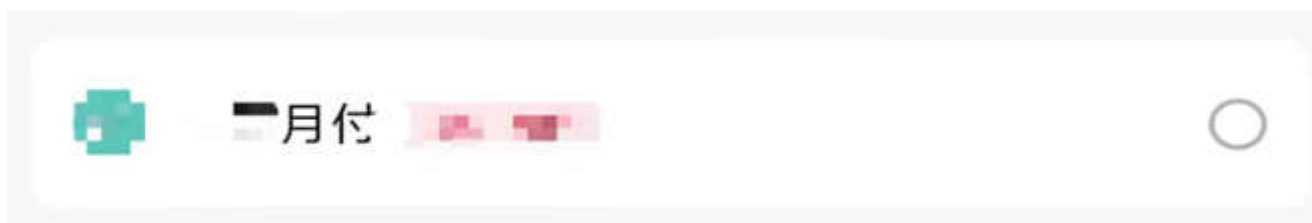


金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

鉴于《营销办法》的适用范围为网络营销活动，该规定限定的范围也是网络营销服务范围。笔者倾向认为，对于受托支付模式的互联网贷款业务项下，借款人获得授信额度后将贷款产品选择为支付方式，该支付方式类似于信用卡获得授信额度后的支付方式，不需要在逐笔放款前再次单独进行强制阅读提示，但在相关前期授信环节应对此进行明确提示。

（3）举例说明

某商城支付界面将用户开通授信额度后的互联网贷款产品区隔列示在支付工具中，每次使用时不单独进行强制阅读提示，不违反《营销办法》规定。



9、在网络营销时不得使用“低利率”等误导性方式进行宣传

（1）原文条款：

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；



金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

（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。

（2）主要影响

《营销办法》明确要求网络营销内容不得使用“秒到账”、“低利率”等诱导性用语。第三方互联网平台需要根据最新要求合规制作网络营销宣传内容。

（3）举例说明

某商城平台使用“极速秒到账”进行网络营销，不符合《营销办法》。





金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

10、通过公众号、直播、短视频营销互联网贷款产品的，仅限于具备业务资格的金融机构从业人员自行进行营销

（1）原文条款

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。

（2）主要影响

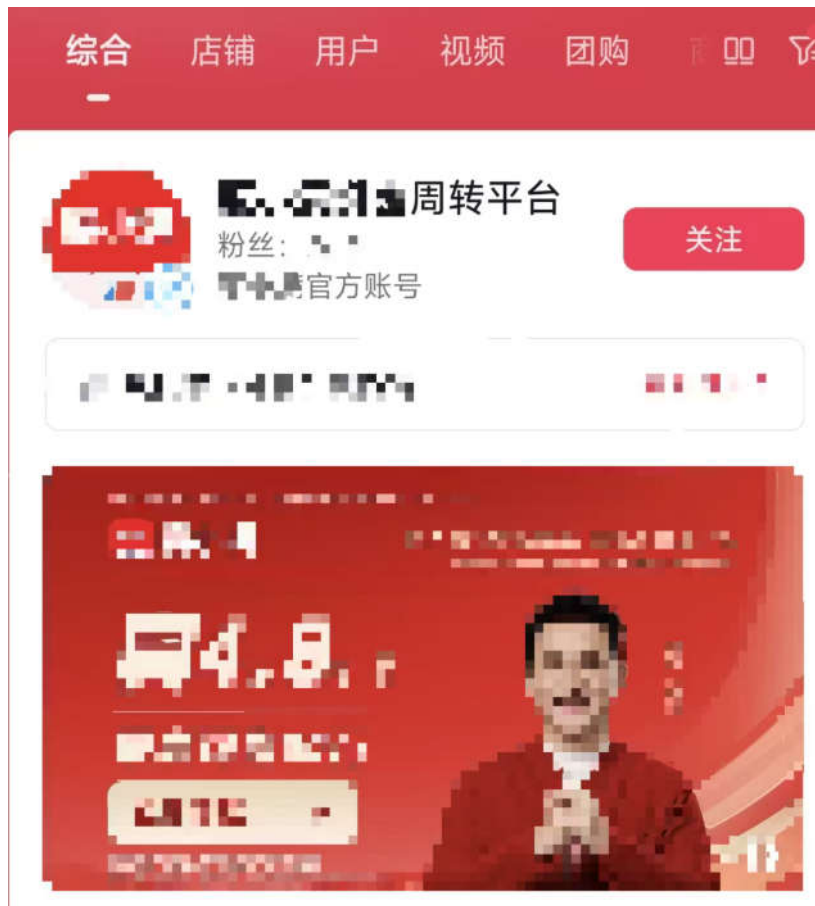
《营销办法》明确规定，通过公众号、直播、短视频营销金融产品的，应当在金融机构自营平台或金融机构在第三方互联网平台合法开设的账号进行，营销人员应当为金融机构从业人员，具备从事相关业务的资格。对于公众号、直播、短视频三种营销方式，不可由第三方互联网平台进行营销。

（3）举例说明

第三方互联网平台在抖音等直播平台开设账号并聘请不是金融机构从业人员的明星进行代言营销宣传的操作，不符合《营销办法》。



金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响



四、结语：

金融消费者权益保护是互联网贷款业务的合规边界2024年召开的中央经济工作会议将“大力提振消费”列为2025年经济工作的首要任务。2025年召开的中央经济工作会议继续提出深入实施提振消费专项行动。2025年3月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》的通知。2025年4月，国家金融监督管理总局发布《关于发展消费金融助力提振消费的通知》。2025年12月，商务部办公厅、中国人民银行办公厅、金融监管总局办公厅发布《关于加强商务和金融协同 更大力度提振消费的通知》。



金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

提振消费是近年来拉动经济增长的重要动力，消费金融是提振消费的重要工具。保护金融消费者权益对于发展消费金融具有重要作用。

根据国务院办公厅于2015年11月4日发布的《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），“金融消费者是金融市场的重要参与者，也是金融业持续健康发展的推动者。加强金融消费者权益保护工作，是防范和化解金融风险的重要内容，对提升金融消费者信心、维护金融安全与稳定、促进社会公平正义和社会和谐具有积极意义。”

在互联网贷款等涉众型金融业务中，金融消费者权益保护显得更为重要。

高利贷、暴力催收、多头借贷、个人信息滥用被称为侵害金融消费者权益的消金四恶。近年来，监管部门在逐步从上述角度加强金融消费者权益保护。例如，国家金融监督管理总局于2025年4月发布的《关于加强商业银行互联网助贷业务管理提升金融服务质效的通知》（金规〔2025〕9号）明确规定“将增信服务费计入借款人综合融资成本”、“确保借款人就单笔贷款支付的综合融资成本符合《最高人民法院关于进一步加强金融审判工作的若干意见》等有关规定”。2025年12月，中国人民银行与国家金融监督管理总局联合发布了《小额贷款公司综合融资成本管理工作指引》（银发〔2025〕247号），要求地方金融管理机构指导小额贷款公司逐步将新发放贷款综合融资成本降至1年期贷款市场报价利率的4倍以内。2026年1月30日，中国银行业协会发布《金融机构个人消费类贷款催收工作指引（试行）》，要求会员单位要深刻把握金融工作的政治性和人民性，切实落实金融消费者权益保护，落实对合作外部催收机构的行为规范管理责任，切实维护健康的催收市场秩序。



金融消费者权益保护：互联网贷款业务的合规边界——详解《金融产品网络营销管理办法》对互联网贷款业务的十大影响

《营销办法》则是从金融产品网络营销的角度进一步加强金融消费者权益保护，《营销办法》中涉及互联网贷款产品及其他金融产品的相关规范逻辑均是以保护金融消费者权益为目的。金融机构及第三方互联网平台落实《营销办法》进行相关业务整改的合规边界及标准也是保护金融消费者权益。金融机构及第三方互联网平台应从金融消费者权益保护的角度确定具体业务操作方案及与监管部门沟通具体整改方案。