



保险法讯

2026年 4月刊

上海市律师协会保险专业委员会

上海律协第12届保险专业委员会

《保险行业法讯》编写组

【主编】

阎冰

【副主编】（排名不分先后）

刘丽娜 沈荣华 王民 燕妮 雷春波

【顾问】（排名不分先后）

孙宏涛 郑睿 沈小军

【编委】（排名不分先后）

王 尊 顾樱樱 沈立宸 王泽恬 吴婷婷
班晓英 曾 慧 陈 晓 段红娜 范海涛
高 源 韩 风 刘 斌 刘 春 李 飞
梁述磊 李 庭 屈建军 施 雪 沈 蔚
吴超然 文宏祥 王 亮 魏 梁 魏晓雷
吴亚男 王羽中 王 政 向福斌 肖 晗
徐剑锋 谢盼云 虞磊珉 俞 戎 于小峰
殷跃平 朱从容 郑凯艺 张 兰 朱梦迪
赵婉璐 范志刚 朱宇峰 张昱昆 臧燕妮
曹 佳 江杰慧 刘 伟 李文成 柳晓林
廖宇晖 苗亚琼 石国送 朱勇刚 宋 尧

【本期责编】

戈韵仪 张歆怡

目录

监管动态

新版人身险产品负面清单剑指医疗险、分红险：禁止医疗险“高免赔、低赔付”， 分红险销售监管再升级	1
公安部、国家金融监督管理总局联合部署新一轮金融领域“黑灰产”违法犯罪集群 打击工作	5

行业资讯

保险业以精准保障推进服务业扩能提质	6
中国保险行业协会发布“保险业 2025 年度十件大事”	9

业务研究

行业首份“保险+服务”生态融合白皮书发布：平安好车主践行金融为民，打造“保 险+服务”实践范本	16
一季度保险业经营数据看点拆解！42.5 万亿背后，藏着哪些新趋势？	20

政策新规

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 国家外汇局有关负责人就《金融产品网络营销管理办法》 答记者问	22
国家金融监督管理总局发布《关于做好 2026 年金融支持乡村全面振兴工作的通 知》	34

新版人身险产品负面清单剑指医疗险、分红险：禁止医疗险“高免赔、低赔付”， 分红险销售监管再升级

来源：新浪财经 发布时间：2026-04-09

近日，国家金融监管总局人身保险监管司正式发布《人身保险产品“负面清单”（2026版）》。

2026年版“负面清单”在延续2025版“条款表述—责任设计—费率精算—报送管理”基本框架的基础上，共新增2条内容，优化完善7条内容。

综合来看，2026版“负面清单”修改的内容释放了明确的监管信号：“消保”工作进一步嵌入产品设计环节，保险的保障职能持续强化，产品报送行为也被全面纳入规范化轨道。

01

聚焦医疗险，压实险企医疗险处方审核责任，挤压“高费用、低赔付”医疗险生存空间

医疗险近10年持续快速增长，保费规模甚至超过重疾险，保单件数的暴涨、低端投流业务占比较高，再加上医疗险条款相对复杂等，导致其投诉率一直居高不下，持续强化医疗险，尤其是互联网医疗险业务监管，正成为大势所趋。

2026版人身保险产品负面清单新增2条内容之一，即针对医疗险展开：

“新增条款原文（二十七）：医疗保险产品条款处方审核约定不合理，约定处方审核主体为第三方服务商，而非保险机构，未明确列明保险公司应当承担的审核责任。”

近年来，商业医疗保险为防范药品滥用与医疗成本虚高导致的理赔资源浪费，逐步引入处方审核机制。部分保险机构为降低运营成本，将处方审核责任外包至第三方服务商，致使自身在审核环节实质缺位，为后续责任认定与承担埋下隐患。

若保险机构对第三方审核行为缺乏有效监督，消费者可能因责任主体模糊而面临理赔结果不当等风险。该新增条款的纳入，意味着处方审核的最终责任须由保险公司承担，保险公司作为处方审核第一责任主体的地位得到进一步压实。

除此之外，医疗险保障功能也被进一步强化。负面清单第 33 条原来针对医疗险的表述为“医疗保险产品仅承担医疗服务责任”，新版则改为“医疗保险设置过高的免赔额或过低的赔付比例；定额给付型医疗津贴产品保险金额过低”。

这一调整具有双重意义：对免赔额的约束杜绝保险公司通过设置过高免赔额来降低赔付率；对津贴底线的划定防止定额给付型产品沦为“象征性赔付”，确保津贴金额在医疗补偿中发挥实际作用。这意味着医疗险的免赔额、赔付比例、津贴金额等核心参数都将面临更严格的合理性审查。

其指向性也相当明显，高费用、低赔付的医疗险一直占据相当比例，险企高价引流，产品却无保障之实，更重要的是，大量的“1 元保 600 万”的广告充斥网络平台，造成了实质性的销售误导，招致大量投诉，也败坏了行业形象。最新的产品负面清单，表面是要求提高医疗险的保障水平，实际却是要以此倒逼产品升级，挤压那些高费用、低赔付的医疗险生存空间，中端医疗险的或许将更多出现在市场上。

02

强化分红险管控，严禁产品说明书红利分配承诺高于实际演示利率

近年，分红险成行业主流，作为一类很容易出现销售误导的产品，监管在鼓励其发展的同时，也密切关注其中可能存在的销售误导问题，在预定利率不变的情况下，不断要求险企降低演示利率上限，以防止给予消费者过高期待，造成普遍销售误导。

在最新版人身险产品“负面清单”中，对于分红险的要求仍在增加：

“新增条款原文（八十六）：分红型保险的产品说明书中红利分配政策承诺的红利分配比例，超过利益演示的分配比例水平。”

该条款直指分红险销售过程中常见的误导行为。部分保险机构在产品说明书中以较高的红利分配比例吸引消费者，而在利益演示中采用较低比例，这种做法易误导消费者对预期收益产生不合理判断，进而影响投保决策。

03

疾病险责任需聚焦核心保障

2025 版负面清单，禁止“疾病险同时包含生存金给付责任或意外身故责任”，2026 版删除了“意外身故责任”的限制，仅保留对“生存金给付责任”的禁止性规定。

这意味着，未来新的疾病险的保障范围可以进一步扩展，除疾病身故外，也可以将意外身故纳入保障范围。

显然，面对疾病险的发展颓势，监管又一次放宽约束，以激励疾病险发展。上一次，监管对于疾病险的重要激励还在于解除了对于分红型重疾险的限制。

04

禁止针对“非终身型护理险”进行增额化设计

国家力推政策性长护险，趁此东风，不少险企都加码商业长护险的发展，与此同时，一些专业健康险公司因为自身不能销售增额终身寿等寿险产品，又开始将长护险设计成储蓄型产品，这导致一些长护险偏离了其风险保障的本质。

负面清单第 49 条，在原有限制年金保险、两全保险增额化设计的基础上，新增了“保险期间非终身的护理保险”，将非终身护理保险异化为储蓄险的路彻底堵死。这对于一些专业健康险公司影响最大。

05

生命表更新，要求产品设计考虑医疗费用通胀

负面清单第 74 条，将参照生命表从 2010—2013 版更新为 2025 版（第四套生命表），并在负面清单中首次要求考虑医疗费用通胀因素。

这一调整虽然表面上是精算技术层面的变化，但其本质是对“保障本源”的坚守。只有采用更审慎的精算假设，才能确保产品在长期维度上具备可持续的保障能力。

06

禁止同一产品同时报送多个销售渠道，意在切断利用渠道费用差异进行套利

“（一百零四）长期险销售渠道同时报送‘个人代理、互联网代理、银邮代理、经纪代理’中的多个，不符合‘报行合一’相关要求。”

该条款将监管范围精准限定为“长期险销售渠道”。长期险因缴费期长、佣金结构复杂，导致渠道费用差异尤为突出。2026 版明确禁止同时报送多个销售渠道，意在切断利用渠道费用差异进行的套利路径，压实渠道合规责任，确保备案渠道与实际销售渠道严格对应。这一调整不仅强化了“报行合一”的可执行性，也进一步维护了市场竞争的公平性与保险公司经营的稳健性。

公安部、国家金融监督管理总局联合部署新一轮金融领域“黑灰产”违法犯罪集群打击工作

来源：国家金融监督管理总局 发布时间：2026-04-03

4月2日，公安部经济犯罪侦查局、国家金融监督管理总局稽查局召开视频会议，联合部署开展新一轮金融领域“黑灰产”违法犯罪集群打击工作，进一步整治金融非法中介乱象，坚决维护金融管理秩序，切实保护金融消费者合法权益，努力以高水平安全护航金融高质量发展。

会议指出，要以更高标准统筹抓好集群打击工作，既要通过强有力的刑事打击遏制犯罪高发势头，也要推动完善金融服务，最大限度消除金融“黑灰产”的滋生土壤。要在上一轮集群打击工作基础上，进一步发挥“专业+机制+大数据”新型警务运行模式优势，推动工作提档升级。要强化实战导向、问题导向、基层导向、效果导向，坚持什么犯罪突出就打击什么犯罪，锚定金融黑灰产“重灾区”，全力“追源头、摧网络、破案件”。

会议强调，要提升打击质效，深挖犯罪链条和犯罪团伙，分类制定打击策略，延伸打击幕后实际操控黑手，确保集群打击取得新突破。要突出打击重点，聚焦非法存贷款中介、非法网贷平台和助贷机构、非法保险代理中介、信用卡不正当“反催收”中介等，探索创新打击治理新策略、新路径、新手段。要强化部门协作、警种协作和区域协作，进一步健全线索通报等长效机制，确保打深打透打全。要严格依法办案，坚持以打促治、以打促防，加大防范宣传力度，提高社会公众防范意识。

保险业以精准保障推进服务业扩能提质

来源：金融时报 时间：2026-04-30

作为现代金融服务业的重要支柱，我国保险业深度锚定国家战略，紧扣“扩能提质”主线，在科技保险、绿色保险、长期护理保险等关键领域持续深化产品迭代与服务升级，以精准保障赋能实体经济、以暖心服务守护民生福祉，为服务业高质量发展注入源源不断的金融活水。

日前，国务院印发《关于推进服务业扩能提质的意见》（以下简称《意见》）明确提出，到2030年，服务业总规模迈上100万亿元台阶。

作为现代金融服务业的重要支柱，我国保险业深度锚定国家战略，紧扣“扩能提质”主线，在科技保险、绿色保险、长期护理保险等关键领域，持续深化产品迭代与服务升级，以精准保障赋能实体经济、以暖心服务守护民生福祉，为服务业高质量发展注入源源不断的金融活水。

科技保险护航创新全链条

《意见》明确要求，扩大产品研发责任险覆盖范围，推广中试服务险，落实首台（套）保险补偿政策。

科技创新是服务业升级的核心引擎，而研发投入大、技术壁垒高、风险不确定性强痛点长期制约着科研成果从实验室走向产业化。对此，保险业加速构建覆盖研发、中试、产业化全链条的风险保障体系，多措并举精准打通科技成果转化“最后一公里”。

针对单一机构难以承接高风险科技项目的难题，“共保体”模式精准破局。2025年6月，全国首个药品研发中试共保体在武汉成立，填补国内药品前端研发风险保障空白；今年4月，四川省首个生物医药中试综合保险共保体在成都高新区落地，健进制药联合人保财险、锦泰财险、太平财险、太平洋产险4家险企，为生物医药中试环节筑牢风险防线。

中试环节始终是保险业攻坚重点。2025年7月，中国人保联合中国银行发布《“中试保融通”综合金融服务方案》，承诺未来3年提供1000亿元银行综合授信与1000亿元保险保障，全链条护航中试项目落地。在高端制造领域，保险保障精准发力。2025年，大连科德数控作为国家级专精特新“小巨人”企业，获

保险公司量身定制 3000 万元首台（套）重大技术装备保险保障，有效破解高端设备“不敢用、用不起”的困境。

数据显示，2025 年，我国科技保险为科技创新提供保险保障约 8 万亿元，保费同比增长 44%，为应对科技创新投入大、周期长、风险高的特点，有效发挥减震器、稳定器作用。“十四五”以来，首台（套）、首批次保险已支持创新应用项目 3600 个，覆盖高端数控机床、航空航天关键部件、深海装备等大国重器领域。

今年 3 月，科技部、金融监管总局等四部门联合对外发布《关于加快推动科技保险高质量发展 有力支撑高水平科技自立自强的若干意见》，出台 20 项硬核举措，明确为科技成果概念验证、中试验证、首试首用等全环节，提供质量责任、费用损失等保险保障，全力推动首台（套）、首批次综合保险落地见效。这将有效推动科技保险高质量发展，发挥科技保险对科技创新的减震器和稳定器作用，切实解决科技保险发展与创新实际需求的适配性不足问题，全面提升科技保险服务高水平科技自立自强和科技强国建设的能力与水平。

绿色保险绘就生态新画卷

在绿色低碳转型浪潮下，《意见》明确提出“探索开展碳保险业务”“拓展节水评估、环境监测、污染保险等服务”。

2026 年 3 月，《中华人民共和国生态环境法典》正式通过，其中明确了“环境污染责任强制保险制度的具体实施办法，由国务院金融监督管理机构会同国务院生态环境主管部门制定”。保险业立足“双碳”目标，推动绿色保险从“事后理赔”向“事前预防、事中控制、事后修复”的全周期风险减量服务转型。

《金融时报》记者注意到，今年以来，碳保险与生态治理领域“首单”频出，创新活力持续迸发。例如，人保财险在福建三明签发全国首单钢铁、水泥、铝冶炼行业碳超排费用损失保险，为高耗能企业低碳转型保驾护航；国任保险在深圳创新推出“能效保”节能保险，以罗湖管理中心大厦为试点，通过光伏储能、空调照明系统升级等节能改造，预计实现降低能耗成本 20% 以上。

从当前保险业实践来看，风险防控关口持续前移，“保+防”融合模式落地生根。江西新余仙女湖曾面临水质污染隐忧，2024 年底，中国人寿财险新余市中

心支公司为仙女湖量身定制专属保险，提供 1000 万元风险保障。该保单突破传统理赔局限，不仅覆盖污染清理、生态修复等事后费用，更建立“专人巡湖+无人机监测+第三方预警”的常态化防控机制，用金融手段为生态环境装上“监控器”、系上“安全带”。截至目前，中国人寿绿色保险风险保额已突破 1.8 万亿元，努力构筑守护绿水青山的金融屏障。

长护险兜牢民生养老底线

服务业扩能提质，离不开民生保障的坚实支撑。《意见》明确提出，丰富发展养老金融产品，推行长期护理保险。根据今年 3 月中办、国办印发的《关于加快建立长期护理保险制度的意见》，到 2028 年底，长护险制度将在全国范围基本实现全覆盖，为应对人口老龄化、完善社会保障体系提供重要遵循。

自 2016 年试点以来，长护险制度建设成效显著，成为守护失能群体的民生底线。截至 2025 年底，我国长护险已覆盖约 3 亿人，累计惠及超 330 万失能群众，基金支出超千亿元。在制度落地过程中，商业保险公司发挥专业优势，深度参与财务对接、失能评估、服务监管、待遇发放全流程管理，成为长护险经办的主力军。

在试点过程中，多种创新模式为长护险发展提供了可供借鉴的经验。例如，中国人寿先后参与全国超 70 个长护险试点项目，组建专业化服务团队，构建全链条承办能力；人保财险在 32 个试点城市基础上，向海南、江苏、广东等地拓展困难群众政策性补充护理保险，打造多层次养老保障体系；太保寿险深度参与全国近 50% 的长护险试点城市，经办 66 个项目，服务近 8500 万参保人，累计给付超过 53 亿元。

从护航前沿科技突破，到守护绿水青山常在，再到织密养老民生保障网，我国保险业始终践行金融的政治性与人民性，以产品创新响应国家战略，以精准服务赋能产业升级。面向 2030 年服务业百万亿元规模的宏伟蓝图，保险业将持续深化供给侧结构性改革，在科技赋能、绿色转型、民生保障等领域持续发力，充分发挥经济减震器和社会稳定器功能，为服务业扩能提质、实体经济高质量发展贡献更大保险力量。

中国保险行业协会发布“保险业 2025 年度十件大事”

来源：新浪财经 时间：2026-04-28

4月28日金融一线消息，中国保险行业协会日前召开2026年度第一次例行新闻发布会，会上公开发布“保险业2025年度十件大事”。

一、2025年，党的二十届四中全会胜利召开，全会审议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》。保险业迅速掀起学习宣传贯彻全会精神热潮，将全会精神转化为推动行业高质量发展的具体行动。

概述：2025年10月20日至23日，中国共产党第二十届中央委员会第四次全体会议在北京举行。这次全会是在我国即将胜利完成“十四五”主要目标任务，进入基本实现社会主义现代化夯实基础、全面发力的关键时期召开的一次重要会议。全会审议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》，首次将“加快建设金融强国”写入五年规划建议。

10月24日，国家金融监督管理总局召开党委（扩大）会议，传达学习党的二十届四中全会精神。11月11日，举行学习贯彻党的二十届四中全会精神专题宣讲电视电话报告会。11月下旬，国家金融监督管理总局组织召开贯彻党的二十届四中全会精神座谈会，听取保险业关于落实会议精神、推动高质量发展的意见建议。11月25日，中国保险行业协会组织召开第六届理事会第三次会议，向全体理事和监事宣讲党的二十届四中全会精神。

“十四五”时期保险业实现规模和质量共同发展，全球第二大保险市场地位更加稳固。2025年，保险公司和保险资产管理公司总资产41.3万亿元，保险公司原保险保费收入6.1万亿元，赔款与给付支出2.4万亿元。落实“十五五”规划目标任务，保险业将深入学习贯彻党的二十届四中全会精神，聚焦国家重大战略、重点领域和薄弱环节，发挥经济减震器和社会稳定器功能，为建设中国式现代化提供高质量保险服务。

二、2025年，保险业坚决贯彻习近平总书记关于防灾减灾救灾的重要指示精神，迅速应对西藏定日县6.8级地震、华东华北东北等地洪涝和地质灾害、香港新界大埔区住宅楼重大火灾事故等重大灾害，全力筑牢灾害防控网。

概述：2025年1月，西藏日喀则市定日县发生6.8级地震，造成重大人员伤亡和房屋大面积受损；7月，华东、华北、东北等地持续遭遇强降雨，引发洪

涝和地质灾害，给广大人民群众的生命财产安全带来严重威胁；9月，超强台风“桦加沙”先后影响我国台湾、香港、澳门和广东、广西、海南等地；11月，我国香港大埔区宏福苑发生大火，造成重大人员伤亡和财产损失。面对重大灾害，国家金融监督管理总局印发指导性文件，中国保险行业协会发布倡议书，保险机构迅速启动应急响应，坚持“能赔快赔、应赔尽赔、合理预赔”原则，全力做好灾害应对和保险理赔服务工作。

2025年，“保险+再保险+巨灾债券”等多层次风险转移机制不断完善，有效分散极端灾害造成的巨额损失。3月，国家金融监督管理总局等七部委联合印发《安全生产责任保险实施办法》，构建多方参与的安全生产社会化治理体系。9月，国家金融监督管理总局印发《关于境内保险公司在香港市场发行有关保险连接证券事项的通知》，丰富巨灾保险风险分散渠道，提升保险公司巨灾风险管理水平。据中国保险行业协会统计，2025年，保险行业针对重大自然灾害的赔付约346.72亿元，投入防灾减灾资金4.53亿元，投入防灾减灾人力18.81万人次，发送预警信息2.10亿条，排查企业客户风险19.18万次，协助救援受灾人员10.26万人次。

三、2025年，农业保险“精准投保、精准理赔”，为黄淮等地连阴雨天气给秋粮造成的损害提供保险保障，扎实服务国家粮食安全和乡村振兴战略。

概述：2025年1月，中共中央国务院发布《中共中央 国务院关于进一步深化农村改革 扎实推进乡村全面振兴的意见》。4月，国家金融监督管理总局办公厅印发《关于扎实做好2025年“三农”金融服务工作的通知》，推动保险公司在农业生产、乡村基础设施、农村家庭财产等领域创新产品，服务农民稳产增收和农村公共风险防范。保险业落实国家金融监督管理总局、财政部、农业农村部、国家林草局联合印发的《关于推进农业保险精准投保理赔等有关事项的通知》精神，农业保险“精准投保、精准理赔”取得显著成效。7月，中国保险行业协会发布《农业保险遥感技术应用规范》系列标准，减少农业保险承保理赔争议，推动农业保险向科技化、精准化方向发展。

9月以来，黄淮地区遭遇持续阴雨天气，给秋粮收获和秋冬种工作带来严峻挑战。保险业投入8500多万元抢险救灾资金，按照“应赔尽赔、能赔快赔、合

理预赔”原则，迅速开通秋粮理赔服务绿色通道，快速支付秋粮各类损失赔款超过 129 亿元。

国家金融监督管理总局统计数据显示，2025 年，全国农业保险保费规模已达 1555.5 亿元，同比增长 4.83%，为农户提供了 5.32 万亿元风险保障，充分发挥农业保险在乡村振兴中的基础保障作用。

四、2025 年，《关于推动中长期资金入市工作的实施方案》等一系列政策发布，保险资金作为耐心资本的力量不断壮大，有效助力资本市场稳定健康发展。

概述：2025 年 1 月，经中央金融委员会审议同意，中央金融办、证监会、财政部、人力资源社会保障部、人民银行、国家金融监督管理总局联合印发《关于推动中长期资金入市工作的实施方案》，重点引导商业保险资金等中长期资金进一步加大入市力度。4 月和 12 月，国家金融监督管理总局先后印发《关于调整保险资金权益类资产监管比例有关事项的通知》《关于调整保险公司相关业务风险因子的通知》，进一步拓宽保险资金的权益投资空间，培育壮大耐心资本。

2025 年，第二批、第三批保险资金长期股票投资试点相继获批。长期股票投资试点的实施，有助于提升保险资金配置权益资产的积极性，优化保险公司资产负债匹配。截至 2025 年末，长期股票投资试点共批复三期，金额合计 2220 亿元，涉及中国人寿、新华保险、太保寿险、泰康人寿等多家大型保险公司及保险资管公司。有 10 只保险系私募证券投资基金完成备案并投入运作，这些基金聚焦二级市场，普遍采取长期投资策略，有利于更好发挥保险资金的市场稳定器作用，助力资本市场平稳运行，推动资本市场与保险资金良性互动。2025 年，保险公司资金运用余额近 38.5 万亿元，较年初增长 15.70%。

五、2025 年，保险业坚守金融工作政治性、人民性，按照市场化、法治化原则，建立高赔付风险分担机制，搭建“车险好投保”平台，切实解决高赔付风险车辆投保难问题。

概述：2025 年 1 月，国家金融监督管理总局、工业和信息化部、交通运输部、商务部发布《关于深化改革加强监管促进新能源车险高质量发展的指导意见》，通过综合施策系统化解新能源车险需求高速增长过程中产生的矛盾和问题，有效满足人民群众车险保障需求，更好服务新能源汽车产业高质量发展。

在国家金融监督管理总局的统一部署下，中国保险行业协会坚持市场化、法治化原则，组织财产险公司建立高赔付风险分担机制，在上海保险交易所搭建“车险好投保”平台，于2025年1月25日正式上线，为高赔付风险的新能源汽车提供有效保险保障。

针对高赔付风险燃油营运车辆投保难问题，中国保险行业协会优化完善高赔付风险分担机制，于2025年10月28日完成“车险好投保”平台系统升级，为使用性质为出租（含预约出租客运）营业客车、租赁营业客车、营业货车和非营业货车的高赔付风险燃油营运车辆增设投保入口。

“车险好投保”平台上线运行以来，累计承保车辆数超130万辆，保险保障金额超1.3万亿元。作为一项创新性制度安排，高赔付风险分担机制既体现了金融工作的政治性和人民性，又为坚持“双碳”目标引领、推动全面绿色转型提供保险方案。

六、2025年，预定利率与市场利率挂钩及动态调整机制落地实施，保险公司积极降本增效提质，夯实稳健经营基础，维护保险消费者权益。

概述：2025年1月，国家金融监督管理总局发布《关于建立预定利率与市场利率挂钩及动态调整机制有关事项的通知》，引导保险行业强化资产负债联动，科学审慎定价。

全年，中国保险行业协会共组织召开4次人身保险业责任准备金评估利率专家咨询委员会会议，公开发布4期普通型人身保险产品预定利率研究值，分别为2.34%、2.13%、1.99%和1.90%，与市场预期高度一致。

7月，保险公司按照市场化原则对产品预定利率作出首次动态调整。中国人寿等保险公司发布预定利率调整公告，将新备案的普通型人身保险产品预定利率最高值由2.5%调整为2.0%，新备案的分红型保险产品预定利率最高值由2.0%调整为1.75%，新备案的万能型保险产品最低保证利率最高值由1.5%调整为1.0%。预定利率与市场利率挂钩及动态调整机制实施以来，在强化资产负债联动、引导管理市场预期和维护消费者权益等方面取得积极成效。

七、2025年，国家金融监督管理总局出台《关于推动健康保险高质量发展的指导意见》等文件，推动我国健康保险高质量发展。

概述：2025年7月，国家金融监督管理总局出台《关于推动城市商业医疗险高质量发展的通知》，突出城市商业医疗险的普惠定位，要求坚守商业保险基本属性，按照市场化、法治化原则和客观规律开展业务，标志着城市定制型商业医疗险走向规范、可持续发展的新阶段。

9月，国家金融监督管理总局印发《关于推动健康保险高质量发展的指导意见》，在健康保险发展的关键阶段，进一步明确健康保险在国家健康保障体系中的功能定位，支持将医疗新技术、新药品纳入保障，健全长期医疗保险费率调节机制，支持开展分红型长期健康险，鼓励保险机构通过布局健康服务生态延伸服务链条，推动行业进一步深化改革，牢固树立以人民为中心的发展思想，向精细化、专业化转型，丰富产品供给，更好服务健康中国战略。

八、2025年10月，中国精算师协会发布《中国人身保险业经验生命表(2025)》，是我国人身保险业的一次重大基础工具更新。

概述：2025年10月，中国精算师协会发布《中国人身保险业经验生命表(2025)》（以下简称第四套生命表），是我国人身保险业重大基础工具更新。国家金融监督管理总局同步发布《关于做好〈中国人身保险业经验生命表(2025)〉发布使用有关事项的通知》，对人身保险业科学规范使用第四套生命表提出具体要求。

生命表是保险产品定价、准备金评估和风险管理的重要基础工具，基于被保险人历史保单数据编制而成，反映保险人群的生存和死亡概率分布规律。第四套生命表编制过程中采集了我国保险业近10年全量保单数据，数据样本量居全球保险市场第一，客观科学反映行业当前和今后一段时期保险人群生存和死亡概率。

第四套生命表包括四类表：养老类业务表、非养老类业务一表、非养老类业务二表、单一生命体表。第四套生命表显示：保险人群预期生命持续提升，第四套生命表的预期寿命较第一套生命表增长了约10岁；保险人群中少儿死亡率显著改善，体现我国儿童医疗卫生服务体系不断健全；经济欠发达地区的保险人群死亡率明显降低，彰显脱贫攻坚、乡村振兴等国家战略取得巨大成功。

九、2025年，国家金融监督管理总局印发《关于推动深化人身保险行业个人营销体制改革的通知》，中国保险行业协会组织开展销售人员保险销售能力资质分级工作，推动保险销售队伍向高素质、专业化、职业化方向转型升级。

概述：2025年4月，国家金融监督管理总局印发《关于推动深化人身保险行业个人营销体制改革的通知》，发挥监管部门、行业组织等合力，推动保险销售人员专业化、职业化发展，建立有中国特色保险销售人员职业荣誉评价体系，共同推动个人代理渠道转型升级。

8月，中国保险行业协会印发《推进社会信用体系建设工作实施方案》提出，将进一步加强保险机构、保险销售环节以及保险相关机构的商务诚信建设，制定信用信息采集标准和信息分类标准。同时，中国保险行业协会组织开展销售人员保险销售能力资质分级工作，推动制定《保险销售从业人员人身保险销售能力资质等级标准（试行）》《保险销售从业人员人身保险销售能力资质等级标准培训与测试大纲（试行）》《人身保险产品销售授权管理自律规则（试行）》等自律文件，助力人身保险行业构建能力结构清晰、考核评价科学、发展路径明确、销售授权规范的销售人员能力分级管理体系。保险公司通过优化管理机制和激励制度，加强销售人员的专业化培训和职业化建设，更好满足人民群众日益增长的保险保障和财富管理需求。

十、2025年，政策、机构和资本协同发力，上海国际再保险中心建设取得阶段性成果，外资机构加大投资力度，我国保险市场对外开放更具活力。

概述：2025年6月，国家金融监督管理总局与上海市人民政府联合印发《关于支持上海国际金融中心建设行动方案》，安盛环球再保险、汉诺威再保险等大型国际再保险公司在上海国际再保险登记交易中心设立运营中心。截至2025年12月31日，该中心151家机构开通交易权限，包含境内机构100家、境外机构51家，覆盖19个国家和地区，成为连接全球再保险资源与中国市场的重要枢纽。

国家金融监督管理总局先后印发《关于香港、澳门金融机构入股保险公司有关事项的通知》《关于境内保险公司在香港市场发行有关保险连接证券事项的通知》，取消港澳金融机构入股境内保险公司“最近一年末总资产不低于二十亿美元”要求，支持境内保险公司在港发行“侧挂车”保险连接证券。印发《关于开展保险资金投资黄金业务试点的通知》，支持试点保险公司开展上海黄金交易所相关黄金现货合约等试点投资业务，进一步优化保险资金配置结构，分散保险资金投资风险，助力我国黄金市场高质量发展。

1月，安联投资2.2亿元增资国民养老，成为其首家外资股东，开辟外资参与国内养老保险新路径；6月，友邦人寿、荷兰全球人寿获批在上海筹建保险资管公司；7月，汇丰保险（亚洲）、忠利保险分别向汇丰人寿、中意财险增资3.62亿、3.92亿元；8月，史带财险由合资变更为外资独资；9月，首家境外金融机构直接发起设立的保险资管公司-美国保德信保险资管公司开业；10月，法巴天星财险获批开业，充分体现外资对中国保险市场的坚定信心。

行业首份“保险+服务”生态融合白皮书发布：平安好车主践行金融为民，打造“保险+服务”实践范本

来源：财联社 时间：2026-04-30

当前，我国正迈上全面建设社会主义现代化国家的新征程。金融工作要始终坚持以人民为中心的价值取向，精准把握人民群众对金融服务的新期待。服务正成为评价金融机构发展成色的重要标尺。从保险保障、财富增值，到健康管理、医疗养老，消费者金融需求的内涵不断丰富，层次更加多元。这一深刻变化，也推动着金融保险业加速转型。

2026年是平安集团“服务年”。在平安集团的引领下，平安产险坚持“以客户为中心”的发展理念，旗下平安好车主平台联合益普索发布《保险+服务生态融合白皮书》（以下简称《白皮书》），从四大生活场景切入，系统阐述了“保险+服务”的用户洞察与企业落地路径，为行业从“风险补偿”迈向“服务生态”提供了完整实践范本。

洞察民生期盼

推动“保险+服务”全生命周期管理

伴随居民收入结构优化与消费理念升级，人们对生活品质的追求正持续深化。用户的消费需求已从单一的产品功能满足，转向对全场景覆盖与高品质体验的系统化追求。在“金融为民”导向下，保险保障不再只是风险补偿工具，而逐步成为生活方式的重要组成部分。

在此背景下，《白皮书》立足对保险与生活服务市场的深度理解，从用户全生命周期的关键生活场景出发，聚焦健康、出行、居家、宠物四大核心赛道，系统梳理行业趋势与用户行为变化，力图为行业参与者提供兼具洞察深度与实践指引的系统参考，助力保险与服务融合迈向更具确定性的增长路径。

《白皮书》指出，健康、出行、居家、宠物四大核心赛道分别对应健康保障、移动场景、家庭生活与情感消费四类核心需求维度，既是品质消费升级最具代表性的典型场景，也共同构成当代用户生活的风险结构图谱，为洞察未来保险与服务融合趋势提供了重要窗口。

《白皮书》透过多元场景的实践探索，揭示了三大共性趋势：

第一，用户风险意识正在前置化，保障需求从“事后补偿”加速转向“事前预防与主动管理”；

第二，单一产品的竞争空间持续压缩，跨场景的生态整合与协同能力逐步成为核心壁垒；

第三，服务体验正成为影响投保决策与续保行为的关键变量，决定用户是否愿意“买、用、留”。

《白皮书》认为，保险行业已进入服务驱动增长的新阶段。未来保险行业的核心竞争，将不再局限于条款设计与价格层面的比拼，而是转向场景覆盖能力、资源整合能力与服务兑现能力的综合较量。从健康到出行，从居家到宠物，四大赛道所呈现的并非孤立的市场机会，而是整个保险行业向服务化转型的生动缩影。

锚定四大高频场景

打造可触可感的民生服务网络

在服务驱动增长的背景下，平安产险依托平安好车主，以四大高频民生场景为切口，推动“保障+服务”一体化解决方案落地。面对用户在服务获取中的现实痛点，平安好车主着力打破传统保障“重赔付、轻服务”的路径依赖，通过整合社会优质资源、建立标准化履约体系，将金融保障深度嵌入群众日常生活。

在健康方面，平安好车主紧扣“健康中国”战略与多层次医疗保障体系建设要求，通过构建覆盖不同人群、不同阶段的产品体系，整合医疗服务资源，将体检筛查、慢病管理、在线问诊等嵌入保险产品，形成贯穿“预防—干预—保障”的服务闭环，有效呼应《白皮书》调研中超八成用户对健康管理服务的价值认可，推动健康保障向全周期主动管理升级。

在出行方面，《白皮书》指出群众对出行保障的核心诉求已从“事后补偿”转向“全过程确定性守护”。平安好车主构建覆盖境内外、自驾及多元交通方式的保障体系，依托全国道路救援服务网络，叠加“打车、租车、门票”等服务资源，形成贯穿行前、行中、行后的守护闭环。



图片来源：《保险+服务生态融合白皮书》

在居家方面，随着群众对居住品质要求提升，平安好车主将家电清洗、家政保洁等高频需求纳入服务体系，通过统一标准与质量管控，推动分散服务向规范化网络转型。这一举措精准回应了《白皮书》揭示的市场痛点：超两成用户长期面临“价格不透明、靠谱服务难寻”的难题。

在宠物方面，《白皮书》洞察显示，养宠家庭正面临医疗费用不可控与服务响应滞后等痛点。为切实缓解养宠家庭高额医疗费用的压力，以及对全链路顺畅服务的期盼，平安好车主构建覆盖医疗、出行、托运等环节的多元化服务矩阵，并整合洗护、诊疗、体检等服务资源打造一站式养宠生态。

站在“十五五”新起点，平安产险将以“服务年”为引领，始终牢记“金融为民”初心，以科技赋能和生态整合推动“保险+服务”一体化纵深发展，通过深耕健康、出行、居家、宠物四大高频场景，切实将金融高质量发展的成果转化为群众身边可感、可及、可享的日常守护，为健全多层次社会保障体系、不断增强人民群众的获得感、幸福感与安全感贡献坚实的平安力量。

一季度保险业经营数据看点拆解！42.5 万亿背后，藏着哪些新趋势？

来源：中国银行保险报 发布时间：2026-04-27

4月24日，金融监管总局公布了2026年3月保险业经营情况。

数据显示，截至一季度末，我国保险业总资产达42.5万亿元，同比增长12.2%。其中，财产险公司、人身险公司、再保险公司、保险资产管理公司总资产分别为3.3万亿元、37.3万亿元、8591亿元、1524亿元。

2026年一季度，我国保险业原保险赔付支出8893亿元，同比增长7.5%；原保险保费收入2.3万亿元，其中，财产险原保险保费收入3815亿元，人身险原保险保费收入1.9万亿元。

分公司来看，一季度，财产险公司赔付支出2582亿元，原保险保费收入5302亿元。其中，车险、责任险、农险、健康险、意外险保费收入分别为2226亿元、455亿元、443亿元、1327亿元、160亿元。车险占财产险公司总保费的42%。

一季度，人身险公司原保险保费收入1.8万亿元，赔付支出6311亿元，新增保险金额366.1万亿元。其中，寿险、意外险、健康险保费收入分别为1.5万亿元、105亿元、2663亿元。

同日，中国保险行业协会组织召开人身保险业利率研究专家咨询委员会2026年一季度例会，提出当前普通型人身保险产品预定利率研究值为1.93%，较上季度的1.89%有所回升。

相关业内专家认为，人身保险业持续优化结构调整和产品供给，继续深化“报行合一”和降本增效，大力推动养老金融和商业健康保险高质量发展，不断强化资产负债管理，稳步提升服务经济和民生保障质效，进一步完善产品适当性管理，切实保护消费者合法权益。

东吴证券研报分析，综观负债端，人身险方面，一季度分红险在新单保费中占比显著提升，利好保险公司负债成本持续优化，利差损压力将有所缓解；财产险方面，由于新能源车单均保费较传统燃油车更高，伴随新能源汽车渗透率的提升，亦将增强车险保费增长动力。而在资产端，近期十年期国债收益率回落至1.76%左右，预计未来伴随国内经济复苏，长端利率若继续修复上行，保险公司

新增固收类投资收益率压力将有所缓解。

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 国家外汇局有关负责人就《金融产品网络营销管 理办法》答记者问

来源：国家金融监督管理总局 时间：2026-04-24

近日，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、国家外汇局联合印发《金融产品网络营销管理办法》（以下简称《办法》）。有关负责人就《办法》相关问题回答了记者提问。

一、《办法》出台的背景是什么？

近年来，随着数字经济的蓬勃发展，金融业数字化转型进程不断加快，互联网逐渐成为金融产品营销的重要渠道，降低了金融服务成本，提高了金融服务效率和覆盖面。与此同时，存在一些风险问题，比如进行虚假和误导宣传、营销行为涉嫌垄断和无序竞争、营销宣传内容违背社会公序良俗。

党中央、国务院高度重视平台经济健康发展工作，多次指出要建立健全平台经济治理体系，明确规则、划清底线、加强监管、规范秩序。党的二十大报告明确提出，要加强和完善现代金融监管，依法将各类金融活动全部纳入监管。2023年中央金融工作会议提出，要统一线上线下同类业务监管标准，加强互联网金融监管。为规范金融产品网络营销活动，保护金融消费者和投资者合法权益，中国人民银行会同工业和信息化部、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、国家外汇局联合制定了《办法》。后续，国务院金融管理部门（以下简称金融管理部门）可对各自管理的细分领域金融产品网络营销活动另行明确网络营销监管要求。

二、《办法》的适用范围是什么？

《办法》对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的行为进行全面规范。其中，金融机构是指经国务院或金融管理部门批准设立的从事金融业务的机构，地方金融组织由地方金融管理机构参照《办法》规定管理。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。

三、《办法》对于营销资质有哪些规定？

《办法》贯彻落实“依法将各类金融活动全部纳入监管”的要求，规定金融机构及其委托的第三方互联网平台开展金融产品网络营销，必须在金融管理部门许可的业务范围内进行，不得为非法集资、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 etc 等非法金融活动提供网络营销服务或便利。第三方互联网平台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，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。

四、《办法》对于营销内容和行为有哪些规定？

《办法》压实金融机构主体责任，要求其对网络营销内容的合法合规性负责，建立审核工作机制。要求第三方互联网平台加强信息披露，便于金融消费者和投资者查询和核实合作金融机构和营销金融产品的基本信息。要求网络营销内容应当使用准确通俗的语言介绍金融产品关键信息，不含有虚假或者引人误解的内容。针对算法推荐、直播营销等新模式，以及强制搭售、骚扰营销、违规使用金融字样等问题，提出相应的规范要求。

按照《办法》要求，贷款产品将不得使用“低门槛”“秒到账”“低利率”等营销话术；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；未取得金融、金融信息服务业务资质的机构在其运营的 APP 和注册商标中不得使用金融字样；非金融机构从业人员不得通过直播、短视频、公众号等形式营销金融产品，特别是以荐股形式开展的非法证券投资咨询。

五、《办法》对于金融机构与第三方互联网平台合作有哪些规定？

《办法》着重厘清金融机构与第三方互联网平台的权责边界，要求金融机构应当确保业务独立、技术安全，加强对合作平台的事前评估和持续管理，要求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，不得就金融产品与金融消费者和投资者进行互动咨询，不得与金融机构产生品牌混同，应当以清晰、醒目的方式展示实际提供金融产品的金融机构名称或相关标识。

《办法》定于 2026 年 9 月 30 日起实施，在此之前金融机构、第三方互联网平台应主动加快整改清理与《办法》要求不一致的营销内容和行为。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、国家外汇局将依法履职，协同督促指导金融机构、第三方互联网平台落实《办法》要求，查处各类违法违规的金融产品网络营销活动。

**附：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 国家外汇局公告（2026）第 9 号**

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，促进互联网金融业务健康有序发展，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、国家外汇局制定了《金融产品网络营销管理办法》，现予以公布，自 2026 年 9 月 30 日起实施。

附件：金融产品网络营销管理办法

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
2026 年 4 月 21 日

附件

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。

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。

国家金融监督管理总局发布《关于做好 2026 年金融支持乡村全面振兴工作的通知》

来源：国家金融监督管理总局 发布时间：2026-04-08

近年来，金融监管总局深入贯彻落实党中央、国务院推进乡村全面振兴战略部署，持续强化监管引领，引导银行保险机构聚焦农业农村现代化重点领域，合理倾斜政策资源，为推进乡村全面振兴提供有力金融支撑。截至 2026 年 2 月末，全国普惠型涉农贷款余额 14.52 万亿元，同比增长 10.34%；2026 年前两个月新发放的普惠型涉农贷款平均利率 4.05%，同比下降 0.46 个百分点。2026 年 1—2 月，农业保险为 2100 万户次农户提供风险保障 0.9 万亿元，有效支持了农业生产。

为深入贯彻落实中央农村工作会议精神，按照《中共中央 国务院关于锚定农业农村现代化 扎实推进乡村全面振兴的意见》有关部署，金融监管总局近日发布《国家金融监督管理总局办公厅关于做好 2026 年金融支持乡村全面振兴工作的通知》（以下简称《通知》）。

《通知》强调，银行业保险业要坚持农业农村优先发展和城乡融合发展，深入学习运用“千万工程”经验，不断健全农村金融服务体系，扎实做好常态化金融精准帮扶，提高农村金融服务质效，为推进乡村全面振兴、实现农业农村现代化提供有力支撑。

《通知》要求，持续强化重点领域金融供给，聚焦稳定粮油生产、“菜篮子”产业提质增效、农业科技创新等持续加大金融支持力度。积极助力培育壮大县域富民产业，坚持投资于物和投资于人紧密结合，助力发展各具特色的县域经济，助力培育农村消费新业态新模式新场景。有效支持乡村建设和城乡融合发展，加大对乡村振兴片区建设支持力度，鼓励银行机构出台专项信贷优惠政策。扎实实

施常态化精准帮扶，健全常态化金融帮扶机制，聚焦防止返贫致贫对象和欠发达地区，进一步巩固提升金融帮扶的力度、精度和实效，助力守牢不发生规模性返贫致贫底线。

《通知》明确，2026年农业发展银行、大中型商业银行要继续单列涉农信贷计划，努力实现同口径涉农贷款余额较年初持续增长目标。引导大中型银行积极发展农业产业链金融，拓展首贷户，以改革促农村中小银行支农支小能力提升，合理确定普惠型涉农贷款内部倾斜政策，坚决防止并纠正“内卷式”竞争行为。优化涉农信贷产品和服务，结合“三农”特点提供更为适配的信贷产品，依法依规加大对涉农企业和农户贷款展期、续贷支持力度。强化稻谷、小麦、玉米、大豆保险保障，因地制宜发展地方优势特色农产品保险。发挥农业保险在防灾减灾中的作用。

《通知》指出，要着力优化农村金融服务环境，推动农村信用体系建设，加强涉农信息归集共享，充分发挥现代农事综合服务中心作用，加强农村金融与乡村治理深度融合。持续加强涉农信用风险监测，切实防范涉农贷款用于非农领域。严禁以涉农金融名义违规新增地方政府隐性债务。严禁与不法中介内外勾结、骗取贷款和保险理赔等行为。银行机构要加强对农村普惠金融服务点的日常监督和管理，切实防范非法集资等非法金融活动风险。