

金融产品网络营销禁用诱导性话术

记者 张千千



新华社发 商海春 作

新华社北京9月30日电 贷款产品“低利率”“秒到账”？理财产品“高收益”“低风险”？即日起，金融产品的这些网络营销话术正式被叫停。

中国人民银行等8部门联合印发的《金融产品网络营销管理办法》9月30日起正式实施。办法将网络营销内容的标准设定为“真实准确、通俗易懂”，诱导性用语、话术将不能再使用。同时，不论是明示或暗示，都不能宣传资产管理产品、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。

这意味着，金融产品网络营销活动将被进一步规范，更好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。

近年来，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，但同时也存在虚假和误导宣传、营销行为涉嫌垄断和不正当竞争、营销宣传内容违背社会公序良俗等风险问题，办法在这一背景下应运而生。

从适用范围看，办法贯彻“依法将各类金融活动全部纳入监管”的要求。一方面，规范金融机构开展金融产品网络营销；另一方面，也对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。

对于直播、算法推荐等新型营销形式，办法划定监管红线——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；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。

针对电话、短信营销扰民问题，办法设立硬性要求——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。

围绕老百姓日常支付消费，办法规范展

示规则——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。

此前，有人将这条规定误读为“平台月付将退出支付选项”“零钱通、余额宝将无法再直接用于付款”等。事实上，这条规定是要求支付机构的收银页面中支付工具必须与贷款等金融产品“区隔展示”，不得通过并列展示误导用户混淆、模糊“花自己的钱”和“借钱花”的界限。消费者仍可以正常使用零钱通、余额宝、月付等金融产品和支付工具。

“总体来看，办法并不是禁止开展金融产品网络营销，而是划定边界，给出一整套可落地的执行框架，推动金融机构、第三方互联网平台规范、透明开展网络营销，让金融产品和用户的真实需求相匹配，减少误导性宣传，切实做好消费者权益保护。”博通咨询金融行业资深分析师王蓬博说。

19项举措出炉 促进金融资源投向服务业重点领域

于典

9月28日，中国人民银行等八部门联合印发《关于金融支持服务业扩能提质的指导意见》(以下简称《意见》)，围绕促进金融资源更多投向服务业重点领域和薄弱环节等核心目标，从提升金融机构支持服务业的专业能力、加大对生产性和生活性服务业金融支持、做强做优金融服务业等方面，提出19项务实的工作举措。

国家统计局数据显示，2025年我国服务业增加值突破80万亿元，占GDP比重达57.7%，连续11年占据国民经济“半壁江山”。服务业对国民经济增长的贡献率达61.4%，是扩内需、稳就业、促转型的关键支撑。

有分析人士指出，长期以来，服务业的中小微企业普遍呈现“轻资产、缺抵押、快周转”特征，与传统金融服务“重资产、重抵押、长周期”的授信逻辑存在错配。受制于此，服务业的知识产权、品牌价值、运营流水等核心经营要素往往难以转化为融资信用，成为制约服务业扩能提质的突出堵点。

在招联首席经济学家、上海金融与发展实验室执行主任董希淼看来，《意见》的亮点在于转变服务业金融服务逻辑：一是理念转向，明确要求金融机构摒弃“重资产重抵押”传统，着力破解轻资产企业融资难题；二是信贷创新，鼓励首贷、信用贷款、中长期贷款，并健全知识产权质押融资机制，提升无形资产质押放贷能力；三是渠道拓宽，支持企业上市融资、并购重组，并首次明确运用REITs盘活现代物流、文旅康养等存量资产；四是体系覆盖，构建覆盖全生命周期的风险评估体系，兼顾生产性与生活性服务业的差异化需求。

在支持方向上，《意见》明确了生产性服务业、生活性服务业两大主攻方向。其中，生产性服务业聚焦科技服务、现代物流、软件和信息技术、节能环保、商务服务五大赛道；生活性服务业则围绕住宿餐饮、居民服务、养老托育、文旅旅游等多个民生场景展开。

对此，南开大学金融学教授田利辉认

为，科技服务领域应优先突破，其轻资产、长周期特征与知识产权质押、风险补偿、直接融资等工具已较适配，金融基础设施就绪度高，容易形成可复制的投放模式；养老托育、居民服务则因回收期长、信用数据薄、质押处置难，适合长期培育。

《意见》不单点聚焦于信贷政策，而是搭建了一整套多层次的金融支持体系。《意见》强调，要构建多层次组织服务体系，加大生产性服务业金融支持力度；提高生活性服务业金融服务水平；做强做优金融服务业，持续完善支付、征信等服务，加强金融消费和投资权益保护。

田利辉认为，这套多层次体系的核心优势，在于从补贴式提高可得性转向构建风险定价能力，破解服务业轻资产与重抵押之间的错配。它的落地抓手集中在信用画像实质化、首贷户主动授信、贴息与信贷同步办理三个方面，让末端主体可识别、敢授信、快受益。

(来源:经济参考报)

国务院安委办部署 下阶段全国烟花爆竹 安全监管重点工作

新华社北京9月29日电(记者 黄韬铭)

记者29日从应急管理部获悉，国务院安委会办公室当日召开全国烟花爆竹安全生产工作视频会议，总结上一阶段烟花爆竹安全生产工作，分析问题，研判形势，部署下阶段特别是旺季安全监管重点工作。

会议强调，今年烟花爆竹旺季安全生产形势复杂严峻，安全监管任务艰巨。各地区各有关部门要扎实开展“打非治违”专项行动，抓实抓细烟花爆竹生产、储存、经营、运输、燃放各环节安全风险管控和事故防范工作，加密检查频次，加大执法力度，严厉整治“三超一改”、生产经营超标准禁产品、非法生产经营运输烟花爆竹等非法违法行为。

会议指出，要强化公众宣传，鼓励群众积极举报非法违法行为，营造良好社会氛围；要强化协同联动，全链条深挖彻查，形成监管合力；要强化执法处罚，行刑衔接，发挥警示震慑作用；要强化压力传导，逐级压实责任，持续跟踪问效，从严责任追究，确保各项任务措施取得实效。

9月份我国制造业 PMI升至50.1%

新华社北京9月30日电(记者 王雨萧)

国家统计局服务业调查中心、中国物流与采购联合会30日发布数据显示，9月份，我国制造业采购经理指数(PMI)为50.1%，比上月上升0.3个百分点，升至扩张区间。在调查的21个行业中有12个行业PMI高于临界点，比上月增加4个，制造业行业景气面有所扩大。

9月份，制造业生产指数为51.7%，比上月上升1.3个百分点，新订单指数为50.5%，比上月略降0.1个百分点，两个指数均高于临界点，制造业企业生产和市场需求继续改善。

受近期国际大宗商品价格上涨、部分行业需求增加等因素影响，主要原材料购进价格指数和出厂价格指数均连续两个月回升，制造业市场价格总体水平上涨明显。9月份，制造业主要原材料购进价格指数和出厂价格指数分别为60.8%和54.0%，比上月上升4.2个和3.6个百分点。从行业看，随着国际原油价格大幅上升，石油煤炭及其他燃料加工、化学原料及化学制品等行业两个价格指数均升至600%以上高位。

三大重点行业较快扩张。9月份，装备制造、高技术制造业和消费品行业PMI分别为51.0%、52.5%和50.7%，均高于临界点，相关行业企业生产经营总体较为活跃。高耗能行业PMI为48.0%，比上月上升0.1个百分点，景气水平有所改善。

9月份，非制造业商务活动指数为50.2%，比上月上升1.2个百分点，重返扩张区间，非制造业景气水平明显改善。

今年2500亿元 超长期特别国债支持消费品以旧换新资金已全部下达

新华社北京9月30日电(记者 魏玉坤)

记者30日从国家发展改革委获悉，近日，国家发展改革委会同财政部，向地方下达了今年第四批625亿元超长期特别国债支持消费品以旧换新资金。至此，全年2500亿元消费品以旧换新资金已全部下达。

今年以来，各有关部门认真贯彻落实党中央、国务院决策部署，优化消费品以旧换新支持范围、补贴标准、实施方式，指导地方扎实做好政策实施，推动消费品以旧换新政策取得积极成效。1至8月份，以旧换新相关商品销售额达到1.55万亿元，补贴惠及2.08亿人次。其中，汽车以旧换新535.3万辆，6类家电以旧换新91.458万台，数码和智能产品购新1.08亿件。在消费品以旧换新政策带动下，通讯器材类设备、高效节能家电、可穿戴智能设备等零售额保持高速增长，新能源乘用车在乘用车新车零售量中的占比已连续5个月超过60%。

据悉，下一步，各有关部门将继续指导地方合理把握工作节奏，优化资金使用计划，规范高效做好补贴审核兑付，严厉打击骗补套补等违法违规行为，有效发挥消费品以旧换新政策效能。