

《银行保险机构消费者权益保护管理办法》下 理财公司投资者保护工作新要求

作者：黎明 | 陆奇 | 狄家璐

在公开征求意见的七个多月后，《银行保险机构消费者权益保护管理办法》(以下简称“《管理办法》”)正式落地，并将作为银保监会在银行业保险业消费者权益保护领域制定的纲领性文件，统一银行保险机构消费者权益保护的行为监管框架，系统地引导消费者权益保护体系“四梁八柱”的建设。

自 2015 年国务院办公厅发布《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》(以下简称“《指导意见》”)后，银行保险领域金融消费者保护的立法脚步不断加快；《关于银行保险机构加强消费者权益保护工作体制机制建设的指导意见》《中国银保监会办公厅关于开展银行保险机构侵害消费者权益乱象整治工作的通知》《中国人民银行金融消费者权益保护实施办法》(以下简称“《实施办法》”)、《银行业保险业消费投诉处理管理办法》《中国银保监会关于开展银行业保险业市场乱象整治“回头看”工作的通知》《银行保险机构消费者权益保护监管评价办法》等监管政策的发布，既显示了金融消费者保护工作的长足进步，也让行业高质量发展的政治性和人民性底色愈发鲜明。

2019 年 11 月 8 日最高人民法院印发的《全国法院民商事审判工作会议纪要》(以下简称“《九民纪要》”)以专门章节“关于金融消费者权益保护纠纷案件的审理”对卖方机构的适当性义务、告知说明义务、赔偿标准等问题进行了阐述，特别是将金融监管部门的监管规则作为确定卖方机构适当性义务的参照适用依据，将监管规定中的适当性义务上升到了法律义务层面，既从司法角度实现了金融机构适当性的合规义务与法律义务的统一，也同时向金融机构警示了遵守监管规定对于防范法律风险的重要性。

.....
如您需要了解我们的出版物，
请联系：

Publication@llinkslaw.com

随着投资者理财意识的觉醒，投资渠道的不断丰富也使投资者暴露在更多的风险中。在理财业务领域，不当宣传、误导销售、信息披露不到位等现象时有发生。针对理财公司这类在《资管新规》和《商业银行理财业务监督管理办法》(以下简称“《理财办法》”)发布后开始蓬勃发展的新型资管机构，近年陆续出台了《理财办法》《商业银行理财子公司管理办法》《理财公司理财产品销售管理暂行办法》(以下简称“《销售办法》”)、《理财公司理财产品流动性风险管理办法》《理财公司内部控制管理办法》等规范；除了要求理财公司建立投资者保护机制、配备人员岗位外，这些监管规则还涉及理财产品投资要求、交易管理、营销规范、信息披露、适当性管理业务规范，以及包括风金计提、业务隔离、风险管理等机构内控要求在内的管理规定，综合体现了对理财产品投资者权益全角度、多纵深的保护。本次《管理办法》亦明确所适用的银行业金融机构包括理财公司，本文将重点从理财公司的投资者保护合规要求角度对《管理办法》进行解读。

一. 内部控制体系建设

各家理财公司均已基本建立投资者保护机制，因而目前需要开展的工作是在现有机制基础上，检视包括架构设置情况、职责分配安排、机制落实程度等在内的投资者保护工作内部控制现状，并相应健全完善。就《管理办法》提出的新要求而言，建议重点关注的四个方面如下：

1. 明确“两会一层”消保职责

《管理办法》对机构内部包括董事会、管理层、监事会、内部部门等在内的各职责主体消保管理责任进行了规定，将消费者权益保护纳入公司治理，大幅提升了消保管理工作的重要程度。相关要求包括：搭建由董事会进行总体规划和指导并承担最终责任、高级管理层建立管理体系并执行目标与政策、监事会进行监督的消保管理架构，同时董事会应专门下设消费者权益保护委员会，机构还应在内部指定承担消保职责并牵头开展相关各项工作的部门。

2. 增强审查机制

理财业务本身具备极强的特殊性、复杂性和专业性，理财产品管理人和销售机构与投资者之间存在信息不对称。同时，考虑到理财业务整体的系统性、关联性和复杂性，投资者保护审查机制应当贯穿理财业务的全流程。

此前，《实施办法》对产品设计开发、营销推介及售后管理等各个业务环节所涉及的投资者权益保护全流程管控机制进行了明确规定，《销售办法》亦提出了理财产品销售的事前协调、事中管控和事后监督的投资者权益体系化保护要求。结合《理财公司内部控制管理办法》第十三条规定的理财产品发行前内部审批程序，理财公司需要在理财产品发行及后续管理的过程中(包括产品设计、费用收取、协议制定、营销宣传等环节)进行投资者权益保护审查，并在推出新产品和服务或现有产品和服务涉及消费者利益的条款发生重大变化时相应开展审查。

本次《管理办法》进一步提出的新要求是对已有消费者权益保护全流程管控机制的强调与细化，与现行规则协同构成了操作性强、可落实的框架性规范。

3. 内部审计覆盖

在《销售办法》规定的至少每半年开展一次投资者投诉处理情况自查和投资者权益保护工作评估之外，《管理办法》要求将消保工作纳入年度审计范围，并以五年为一个周期全面覆盖机构各部门和一级分支机构。对投资者权益保护工作的定期内审将促使理财公司检视评价本机构投资者权益保护情况、督促各部门及人员有效履职、及时发现薄弱环节并加以完善，由此有效监测和控制投资者权益受损的风险。

4. 完善考核指标体系

《管理办法》要求各机构完善消保内部考核机制，与《银保监会关于银行保险机构加强消费者权益保护工作体制机制建设的指导意见》《实施办法》《银行业保险业消费投诉处理管理办法》共同形成了①覆盖全部门、分支机构及人员；②囊括全业务环节；③权重分配合理；④挂钩人力资源管理体系和问责体系的消保考核机制构建要求。理财公司应按照该等要求，将投资者保护工作开展情况纳入内部考核绩效管理体系，促使各机构及人员从思想上重视投资者保护，并在日常业务开展过程中落实各项投资者保护举措。《管理办法》的征求意见稿中消保考核权重占比原则上不低于总分值的5%的细化规定在正式稿中被删除，因而各家理财公司可视消保工作开展的具体情况，自行合理设置该考核项的权重。

二. 强化各业务环节管理

《管理办法》从金融消费者知情权、自主选择权、公平交易权、信息安全权、受教育权、受尊重权等方面对银行保险机构提出了具体的展业要求，从业务角度而言建议关注的重点包括以下方面：

1. 信息披露的真实、准确、完整、及时

就理财产品的信息披露工作，在建章立制的层面，理财公司需关注和完善信息披露管理制度；在披露内容的完备性方面，应确保理财产品的信披文件已以显著方式向投资者披露了产品和服务的性质、收益、费用、费率、主要风险、违约责任、免责条款等可能影响投资者重大决策的关键信息；在信披管理流程方面，应在售前、售中、售后全流程披露产品和服务关键信息，保障投资者的知情权。

与《指导意见》《实施办法》一脉相承地，《管理办法》再次强调应当使用通俗易懂的语言和有利于消费者接收、理解的方式进行产品和服务信息披露，并对专业术语进行解释说明。该等要求与《九民纪要》中“人民法院应当根据产品、投资活动的风险和金融消费者的实际情况，综合理性人能够理解的客观标准和金融消费者能够理解的主观标准来确定卖方机构是否已经履行了

告知说明义务”的规定相呼应。理财公司需考虑在销售业务流程中对投资者的教育程度、投资经验进行充分了解以确认投资者对理财产品文件的理解能力，并对理财产品文件的核心条款进行说明解释以实现“通俗易懂”之效果。

《管理办法》要求银行保险机构将消保工作开展情况定期向公众披露，形式可为年度报告等但未进行强制规范，理财公司可以自行选择合理披露形式；办法亦未明确规定披露频率，考虑到第十条以“年报”形式为例，因而一年一次或更密集的披露频率在合规层面都是可行的。

2. 规范自动营销宣传方式

《管理办法》再次强化了电话呼叫、信息群发、网络推送等自动营销手段的管理要求，与《广告法》《互联网广告管理暂行办法》《关于进一步规范金融营销宣传行为的通知》等法律法规一道构筑了自动营销的规范框架：

尊重投资者意愿	未经投资者同意或请求，不得向其发送营销信息
	明确发送者的真实身份和联系方式
	向投资者提供拒收或者退订选择
	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
不得干扰投资者	不得影响投资者正常使用互联网和移动终端
	弹出广告应当显著标明关闭标志，确保一键关闭
	不得提供或利用限制他人合法经营的广告干扰投资者自主选择
强化内容管理	不得允许人员自行编发或转载未经审核的营销信息

3. 投资者个人信息保护

2015年发布的《指导意见》强调金融机构应保障金融消费者信息安全权，之后《个人信息保护法》作为个人信息保护领域的基础性法律在2021年出台，建立起个人信息保护领域的基本制度体系，翻开了我国个人信息保护法治事业的新篇章。与之同时推进的，还有各个行业监管部门的个人信息保护机制建设，包括《实施办法》对收集、使用、管理消费者金融信息的规定，《理财办法》要求建立投资者信息管理制度和保密制度、信息共享规范等，《管理办法》则强调了消费者个人信息处理的“合法、正当、必要、诚信”原则，并从内部机制建设、信息系统控制、个人信息管控、人员行为规范、合作机构管理五方面提出了保护消费者信息安全的专项要求。对于理财公司和理财产品代销机构，投资者基本信息和交易信息的处理紧密存在于开户、风测、持续服务全业务环节，各机构应对照确认目前内部投资者个人信息管理安排与监管要求之间是否存在差距：

内部机制建设	针对投资者个人信息保护完善内部管理制度、分级授权审批和内部控制措施
信息系统控制	对于处理和使用个人信息的业务和信息系统, 遵循权责对应、最小必要原则设置访问、操作权限, 落实授权审批流程, 实现异常操作行为的有效监控和干预
个人信息管控	收集投资者个人信息应当向投资者告知收集、使用的目的、方式和范围等规则, 并经投资者同意; 投资者不同意的, 不得因此拒绝提供不依赖于其所拒绝授权信息的产品或服务
	使用书面形式征求个人信息处理同意的, 应当以醒目的方式、清晰易懂的语言明示与投资者存在重大利害关系的内容
	不得采取变相强制、违规购买等不正当方式收集使用投资者个人信息
	对投资者个人信息实施全流程分级分类管控
人员行为规范	禁止违规查询、下载、复制、存储、篡改投资者个人信息, 禁止超出自身职责和权限非法处理和使用投资者个人信息
合作机构管理	在投资者授权同意的基础上与合作方处理投资者个人信息, 合作协议中应当约定数据保护责任、保密义务、违约责任、合同终止和突发情况下的处置条款
	严格控制合作方行为与权限, 防范数据滥用或者泄露风险
	督促和规范合作互联网平台企业有效保护投资者个人信息, 未经投资者同意, 不得在不同平台间传递投资者个人信息

4. 落实可回溯功能

《管理办法》第十二条再次提及了销售行为的记录规范, 要求做到关键环节可回溯、重要信息可查询、问题责任可确认。对于理财业务而言, 2017 年《银行业金融机构销售专区录音录像管理暂行规定》对专区销售过程的录音录像进行了详细规定, 2021 年《销售办法》亦延续了该等精神, 要求销售机构完整客观记录营销推介、产品风险和关键信息提示、投资者确认和反馈等重点销售环节, 确保能够满足回溯检查和核查取证的需要。目前, 各家理财公司的线上销售渠道大多处于建设和完善阶段, 理财产品销售关键环节如何实现可回溯的法规要求, 还有待成熟信息技术解决方案的落地。

5. 检视格式条款

在投资交易活跃、专业性强的金融领域, 格式合同的广泛使用确实提高了金融服务的效率, 但也可能导致不公平不合理地增加金融消费者责任、减轻金融机构义务的情形存在, 这不仅损害了金融消费者的合法权利, 也给金融机构带来了潜在的法律风险。《指导意见》及《实施办法》等法律法规对格式合同进行了详细规范, 《管理办法》亦增补了相应的管理规定。为避免日常业务中对客使用的合同文件内容(例如《产品说明书》、《销售服务协议》等)被认定为“霸王条款”, 理财公司应对现行使用的合同条款进行梳理, 并重点注意以下方面:

- 以显著方式提请投资者注意理财产品的费用安排、注意事项、风险提示、纠纷解决等与投资者有重大利害关系的内容，并按照投资者的要求予以说明
- 采用电子形式的，应当可被识别且易于获取

同时，对不符合规定的条款、设计进行修订或调整，要点包括：

- 不得包含对投资者不公平、不合理的规定，不得设置违反公平原则的交易条件
- 不得加重投资者责任、限制或者排除投资者合法权利，不得限制投资者寻求法律救济途径
- 不得排除或者限制投资者依法对其金融信息进行查询、删除、修改的权利
- 不得排除或者限制投资者选择同业机构提供的理财产品或者服务的权利
- 不得不合理地减轻或者免除本机构义务或者损害投资者合法权益应当承担的责任
- 通过线上渠道使用格式条款获取个人信息授权的，不得设置默认同意的选项
- 不得规定投资者承担超过法定限额的违约金或者损害赔偿金

6. 积极履行社会责任

普惠金融、多元化供给、适老化改造是近年金融行业宣传引导的重点，银保监会连续发布了《关于银行保险机构切实解决老年人运用智能技术困难的通知》《关于防范短信钓鱼诈骗的风险提示》《关于警惕“投资养老”“以房养老”金融诈骗的风险提示》等一系列通知，《管理办法》也明确要求银行保险金融机构优化服务品质，提升服务质量，满足老年人、残障人士等特定人群的金融服务需求。对于提供资产管理服务、理财产品销售服务的理财公司而言，可以考虑结合各类群体的金融需求针对性地开发设计、推荐提供理财产品，为老年人、残障人士等提供业务引导、人工服务，提升线下金融服务的可获得性，并通过专题宣讲、风险提示等方式增强金融知识薄弱的群体对理财业务及其风险的认知。

《管理办法》同时强调了投资者教育义务的履行，包括开展消费者日常教育与集中教育活动、在官方网站、移动互联网应用程序、营业场所设立公益性金融知识普及和教育专区。理财公司可定期制定投资者教育活动开展计划，并在线上线下平台的建设过程中打造投资者教育专区，实现对理财产品投资者连贯、长效的教育，帮助投资者提高对理财产品和相关服务的认知能力及自我保护能力，长此以往亦能提升客户黏性。

7. 收费安排

《管理办法》要求银行保险机构在醒目位置公示服务项目、服务内容和价格等信息，新设收费服务项目或者提高服务价格的还需提前公示。相比其他银行/保险业务，理财业务存在其特殊性：按照《理财办法》《销售办法》的要求，理财公司根据相关法律和国家政策规定需要对已约定的收费项目、条件、标准和方式进行调整时，应当进行信息披露后方可调整，并应当允许不接受该等调整的投资者按照销售协议的约定提前赎回理财产品。

8. 合作机构管控

对于包括理财投资合作机构、代销机构、代销产品的发行机构、信息技术服务机构等在内的合作机构，理财公司应当进行名单制管理，若合作事项涉及投资者权益保护环节，理财公司还须相应设定合作机构准入和退出标准并持续跟踪、监督。理财公司应当与合作机构在协议中明确双方关于消保的责任和义务，覆盖信息安全管控、费用管理、服务连续性、信息披露、纠纷解决机制、违约责任承担和应急处置等安排。

三. 禁止行为

《管理办法》从金融消费者权益保护角度出发，聚焦业务开展场景存在的多发问题，明确强调了机构禁止行为，包括：

- 不得侵害消费者自主选择权、公平交易权
- 不得允许第三方合作机构在营业网点或者自营网络平台以银行保险机构的名义向消费者推介或者销售产品和服务
- 不得组织、诱导多个消费者采取归集资金的方式满足购买私募资产管理产品的条件
- 不得强制捆绑、强制搭售产品或者服务
- 不得未经消费者同意，单方为消费者开通收费服务
- 不得利用业务便利，强制指定第三方合作机构为消费者提供收费服务
- 不得采用不正当手段诱使消费者购买其他产品
- 不得对具有同等交易条件或者风险状况的消费者实行不公平定价
- 不得在协议约定的产品和服务收费外，以向第三方支付咨询费、佣金等名义变相向消费者额外收费
- 不得限制消费者寻求法律救济

结尾

投资者合法权益“保护网”的架设不仅有益于投资者，亦能为行业机构带来积极的正面影响，包括与投资者之间信任感和联结感的增强、理财公司及行业声誉的提升，由此形成预防和化解金融风险的软性基础设施。随着银行保险领域投资者保护规范体系网络的逐步织密，以下工作成为了各家理财公司的当务之急：

- 整合资源，统筹合力。理财公司应当将现有客户、产品、服务、渠道等资源进行整体统筹，明确规划投资者保护目标，梳理机构内部各层级、各部门、各岗位的投资者保护职能，并确保投资者保护目标实现所必需的人员、系统等资源的落实。
- 建立机制，筑牢防线。将投资者保护的法规要求、内部目标落实为可操作的制度规范，通过日常业务开展、内部监督检查及跟踪反馈改善，建成整体性、系统性、连贯性的投资者保护框架。

- 打造团队，渗透理念。加强人员培训，提高从业人员整体素质和职业道德水准，确保从业人员谨守职业底线，树立投资者保护理念，将投资者保护意识渗透入执业的各个环节，营造切实保护投资者权益的职场氛围。
- 加强投教，培育意识。在对客业务活动中增强投资者的投资活动安全感、金融服务获得感，在投资者教育环节形成连贯、系统、长效的沟通形式，促使投资者树立理性投资意识，提高风险识别与防范能力，同时，这也是起步不久、处于净值化转型理念培育期的理财行业需要着重发力的环节。

如您希望就相关问题进一步交流, 请联系:



黎明
+86 21 3135 8663
raymond.li@llinkslaw.com



陆奇
+86 21 3135 8695
qi.lu@llinkslaw.com

如您希望就其他问题进一步交流或有其他业务咨询需求, 请随时与我们联系: master@llinkslaw.com

上海

上海市银城中路 68 号
时代金融中心 19 楼
T: +86 21 3135 8666
F: +86 21 3135 8600

北京

北京市朝阳区光华东里 8 号
中海广场中楼 30 层
T: +86 10 5081 3888
F: +86 10 5081 3866

深圳

深圳市南山区科苑南路 2666 号
中国华润大厦 18 楼
T: +86 755 3391 7666
F: +86 755 3391 7668

香港

香港中环遮打道 18 号
历山大厦 32 楼 3201 室
T: +852 2592 1978
F: +852 2868 0883

伦敦

1/F, 3 More London Riverside
London SE1 2RE
T: +44 (0)20 3283 4337
D: +44 (0)20 3283 4323



www.llinkslaw.com



Wechat: Llinkslaw

本土化资源 国际化视野

免责声明:

本出版物仅供一般性参考, 并无意提供任何法律或其他建议。我们明示不对任何依赖本出版物的任何内容而采取或不采取行动所导致的后果承担责任。我们保留所有对本出版物的权利。

© 通力律师事务所 2023