落实《金融产品网络营销管理办法》问答（一）

一、金融机构如何判定客户所在区域？

有经营区域限制的金融机构应当结合客户常住地、主要业务经营地、身份证地址、手机号码归属地、设备位置定位信息等5项信息，根据相关规定，综合判定客户所在区域，面向注册地及设有分支机构区域的客户提供金融产品。

二、第三方互联网平台如何落实不得转委托和跳转至其他开展金融产品网络营销的第三方互联网平台的规定？

第三方互联网平台不得以自身名义在其他互联网平台上进行金融产品网络营销。如果第三方互联网平台有下属金融机构，该下属金融机构可以自身名义在其他互联网平台上进行营销宣传，但获得的客户只能由该金融机构提供金融服务，不得推荐给任何第三方互联网平台及其他金融机构。

三、第三方互联网平台为购买金融产品提供转接渠道应当如何跳转至金融机构自营平台？

金融消费者和投资者在第三方互联网平台点击申请贷款、开立证券账户、购买资产管理产品等购买金融产品的链接后，应当从第三方互联网平台跳转至金融机构运营的网站、APP、小程序、快应用、H5页面等信息服务载体。

采用API（应用程序编程接口）模式进行跳转的，金融机构与第三方互联网平台应当共同评估，并通过合作协议和技术手段确保：**一是金融机构独立运营。**金融机构对跳转后的页面拥有独立的控制能力，能够自主开展并实质控制金融业务。**二是金融机构拥有完整数据权限。**金融机构能够独立

访问、调取和核验其业务所需的完整数据，第三方互联网平台不得修改、截留复用、转移金融消费者和投资者的个人信息、金融机构业务数据，仅可传输客户授权同意的个人信息，或展示金融机构提供的业务数据。**三是金融消费者和投资者个人信息安全。**第三方互联网平台向合作金融机构传输个人信息前，应当取得金融消费者和投资者的充分授权，不得采取一次性概括授权方式。**四是金融消费者和投资者充分知情并具备自主选择权。**同一金融产品由多家金融机构提供的，应当以显著方式列举提供服务的各金融机构，由金融消费者和投资者自主选择。在金融消费者和投资者点击转接渠道链接后，应当提示即将进入金融机构服务环节，并在跳转后页面显著位置标识金融机构名称和标志。

四、如何在支付页面规范展示金融产品？

金融产品（包括贷款、资产管理产品等）作为支付机构支付页面中付款资金来源选项的，金融产品与支付工具（如银行卡等）应当显著区隔展示，避免客户产生混淆。金融产品在支付页面展示的，应明示产品性质和提供产品的主体名称。对于客户未预先开通的金融产品，不得在支付页面中予以展示，不得通过任何方式在支付页面诱导用户开通。

金融产品在电商、外卖、出行等互联网平台商品服务购买环节的收银页面作为付款资金来源选项的，金融产品与支付工具应分开列示，并明示产品性质和提供产品的主体名称。对于客户未预先开通的金融产品，不得在收银页面中予以展示，不得通过任何方式在收银页面诱导用户开通。

五、金融机构从业人员使用企业微信发布金融产品信息是否违规？

金融机构从业人员通过企业微信号发布金融产品信息的，应发布金融机构已审核的营销内容。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。

六、应当如何避免第三方互联网平台与金融机构产生品牌混同？

第三方互联网平台为合作金融机构提供网络营销服务，应当以显著方式宣传展示金融产品类型、产品名称和金融机构名称，不得造成误导。

“花呗”“白条”“月付”“拿去花”“借呗”“放心借”“金条”“余额宝”“零钱通”“小金库”“生意人贷”等应当作为金融机构的专属金融产品，由金融机构提供，与相应互联网平台实现品牌隔离。如蚂蚁消费金融公司提供的贷款服务可以“花呗”“借呗”进行营销宣传，与蚂蚁集团相关主体合作的金融机构提供的贷款服务不得以“花呗”“借呗”进行营销宣传。