

八部门联合发布《金融产品网络营销管理办法》

9月30日起支付工具不得捆绑贷款

4月24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、国家外汇局等八部门联合发布《金融产品网络营销管理办法》（简称《办法》），自2026年9月30日起施行。

此次《办法》从营销内容规范、营销行为规范、营销合作行为规范、监督管理等多维度入手，对金融机构及第三方支付平台的金融产品网络营销活动作出系统性规范。

非银行支付机构不得为贷款、资管产品违规引流

《办法》第十二条特别规定，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，也不得为上述产品提供营销服务。这一条款直指部分支付平台在收银台页面混入“借钱”“贷款”等入口、以支付优惠为名诱导用户开通信贷产品的行为。

博通分析金融行业资深分析师王博认为，上述规定将彻底终结过去十几年行业普遍存在的支付场景引流金融变现的主流商业模式，短期内可能会导致头部支付机构的短期净流入和联合贷业务分润出现下滑，也会推动整个行业的收入结构进行深度调整。但长期来看，它不仅实现了支付业务与其他金融业务的彻底风险隔离，从源头上减少了消费者被诱导过度借贷的情况，更重要的是倒逼所有支付机构真正回归支付服务的本源，把精力从卖流量转移到提升支付效率、优化用户体验和服务实体经济上来，同时也让整个消费金融和资管行业的竞争回归到产品和服务本身。

监管分工方面，中国人民银行负责支付、征信、信用评级等领域，金融监管总局负责银行、保险等领域，

中国证监会负责证券、基金、期货等领域，国家外汇局负责外汇领域。市场监管总局负责广告监管、互联网收费监管、反垄断和反不正当竞争执法等。金融管理部门还将与网信部门、电信主管部门一起加强对金融机构和第三方支付平台金融产品营销信息的监管、数据安全和个人信息保护的监督。

第三方平台不得介入销售核心环节

《办法》明确，只有金融机构及其依法委托的第三方支付平台可以开展金融产品网络营销，金融机构、第三方支付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。第三方支付平台必须接受金融机构依法委托，不得超出金融机构委托范围，不得将委托业务转委托或变相转委托。

尤为关键的是，第三方支付平台为消费者购买金融产品提供转接渠道的，必须跳转至金融机构自营平台，不得跳转至其他第三方支付平台。第三方支付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。

在合作管理方面，金融机构应对第三方支付平台进行事前评估并签订书面合作协议，不得因委托而免除自身责任，并且应持续跟踪评估第三方支付平台的合规性、安全性以及协议履行情况。第三方支付平台须先核实金融机构的金融业务资质，建立监测机制，发现违规立即制止并将线索移交金融监管部门。

《办法》还明确提到，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，也不得通过第三方支付平台为上述两类产品开展网络营销。

诱导性营销话术被明令禁止

针对金融产品营销中长期存在的夸大宣传、误导消费者等行为，《办法》第十条列出了负面清单，明确不得使用“低风险”“低门槛”“秒到账”“高收益”“低利率”“无成本”等诱导性用语；涉及分期付款的，不得通过片面宣传首期费用优惠等方式诱导消费。

在资产管理产品、投资顾问或者咨询服务等领域，不得明示或暗示保本、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。保险营销中，不得夸大保险责任或保险产品收益，不得将保险收益与存款、资管产品等简单类比。

针对过度营销甚至一些骚扰消费者的营销行为，《办法》规定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；向消费者发送营销信息或拨打营销电话的，必须提供拒收或退订选择，不得在拒收或退订后以同样方式再次发送或者拨打营销电话。以弹窗广告形式开展网络营销的，必须显著标明关闭标志并提供一键关闭功能。组合销售金融产品不得将选项设定为默认同意。

给直播、短视频营销戴上“紧箍咒”

近年来，通过直播、短视频、公

众号等形式营销金融产品日益普遍，但大量无资质人员的“荐股”、非法代客理财等行为混杂其中。

《办法》第十六条要求，上述营销必须在金融机构自营平台或其第三方支付平台合法开设的账号进行，营销人员必须为金融机构从业人员，具备相关业务资格并获得金融机构授权。

金融机构应当对从业人员的网络营销行为承担管理责任，加强合规审查和可回溯管理，保存相关视频、音频、图文资料备查。第三方支付平台则须对营销账号进行资质、资格核验，一旦发现违规内容，应立即停止信息发布并向监管部门报告。

无资质不得使用“金融”“理财”等字样

为杜绝非法金融活动，《办法》对网站、APP、互联网用户账号名称及商标中的涉金融属性字样作出严格限制，规定未取得相应金融、金融信息服务业务资质或未经金融管理部门同意，任何机构和个人不得在账号名称中使用“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”等涉金融属性字样或者内容。商标中使用上述字样的，同样须有对应资质，除非商标整体具有其他含义且不易产生误认。

同时，《办法》规定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便利，包括非法集资、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、境外机构未经许可面向境内居民提供金融产品服务等。

据《21世纪经济报道》

多国抛售黄金 金价后市怎么走？

据央视财经援引当地媒体报道，阿塞拜疆主权财富基金——阿塞拜疆国家石油基金今年一季度出售了超过22吨黄金。这是该基金自2012年开始增持黄金以来，首次进行减持操作。

近年来，阿塞拜疆国家石油基金一直是全球黄金的主力买家之一，与多国央行和主权财富基金共同构成推动金价屡创新高的重要力量。

有分析称，目前尚无迹象表明阿塞拜疆国家石油基金将持续大规模减持黄金。本轮抛售主要源于其内部持仓规则的约束。

此前媒体还报道，为应对中东冲突引发的能源供应短缺以及土耳其里拉贬值压力，土耳其黄金储备在过去两周（截至3月28日）大幅减少近120吨，为2013年有相关记录以来最多两周降幅。据知情人士透露，上周土耳其减少的黄金储备中，出售的黄金约26吨，另有约42吨黄金用于掉期交易。

掉期交易的本质是“以金换汇，到期赎回”，也就是央行把黄金交给对手方，换取等值美元，同时签订远期合约，约定未来以略高价格买回黄金。这是一种短期融资行为，不是永久性清仓。

此外，波兰央行行长3月4日提出，拟通过出售部分黄金储备筹集约130亿美元用于国防开支；俄罗斯央行2月公布称，1月出售了30万盎司黄金，使其黄金总持有量降至7450万盎司，这也是俄罗斯自去年10月以来首次减少黄金储备。

值得一提的是，少数国家短期应急抛售、多数国家仍在增持。世界黄金协会最新发布的截至2026年3月

底全球官方黄金储备数据显示，当前，全球央行整体延续黄金配置趋势，黄金储备净增超215吨。

近期黄金价格波动加剧，但业内依旧看好黄金后市。中国人民大学教授、国际问题专家金灿荣4月24日在京东财富举办的第二届贵金属投资策略会上表示，美伊冲突等地缘政治风险持续发酵，全球市场对美元的信心显著下滑。加密货币虽热度居高不下，但天然具备高风险，相较之下，黄金成为资产避险的可靠选择。

针对近期金价自5000多美元高位回落的行情，金灿荣认为这只是短期波动：海湾国家受石油出口承压影响，难以通过石油换取美元，只能被动抛售黄金回笼现金，用以采购民生物资。他强调，本轮价格调整属于阶段性走势，不会扭转黄金长期上升趋势。

山东黄金集团交易中心首席分析师姬明则指出，黄金的核心价值在于对冲信用货币风险，其定价逻辑已不能简单套用美元指数或美联储货币政策框架。当前全球央行持续购金、实物黄金需求保持旺盛，黄金核心定价逻辑并未发生本质改变，行情核心驱动力已从传统货币政策，转向全球宏观秩序重构与去美元化进程。

对于后续价格走势，姬明复盘年初市场表现后分析，短期受高油价、美联储政策观望情绪制约，金价大概率维持震荡走势；待中东地缘冲突被市场充分消化后，配置型资金叠加央行持续购金需求将重新入场，预计未来6至12个月，金价有望突破5600美元/盎司的历史高点。

据《证券时报》

中国消费者协会中国市场监督管理学会消费提示：

警惕网络理财课程陷阱

近期，中国消费者协会依托全国消协智慧315平台对消费投诉数据分析发现，涉及网络理财课程的消费投诉呈现明显上升趋势。2020年至2025年间，相关争议数量持续增长，2025年10月以来投诉工单进一步增多。投诉集中反映部分培训机构以低价体验为名诱导付费、宣传内容与实际服务严重不符、退款渠道不畅等问题，且老年消费者受此困扰尤为突出。

为切实保护消费者合法权益，中国消费者协会、中国市场监督管理学会特发布以下消费提示。

认清常见营销套路，警惕虚假承诺诱导付费

涉诉机构往往通过短视频平台、社交软件、直播渠道等发布广告，以“免费学习”“一元体验”“限时特惠”等为诱饵吸引消费者关注。在获取消费者联系方式后，销售人员通过拉群听课、发送所谓“理财案例”等方式逐步建立信任，继而宣称“银行存款贬值”“理财改变命运”“稳赚不赔”“名师一对一指导”“学不会免费重学”“打卡全额退费”等，诱导消费者支付数千元乃至上万元课程费用。

从投诉情况看，消费者付费后获得的课程内容多与网络公开可查的基础知识汇编，与宣传中承诺的“实战技巧”“高收益策略”存在较大差距。部分机构在收取初始费用后，还会以“升级私教”“进阶实战”等名义二次甚至多次收费，属于典型的“割韭菜”行为。

老年消费者要特别警惕，避免落入各种坑老陷阱

数据分析显示，投诉网络理财课程的消费者中，老年人占比突出。不少老年消费者因信息获取渠道有限、对金融知识了解不足，更容易受到“保值增值”“子女负担减轻”等话术影响。老年消费者需对此保持警惕，务必加强防范，尽量不要参与大额投资理财，遇到拿不准的情况，一定多问子女

和身边亲友，切勿因一时心急独自仓促决定。凡是教你怎么赚钱的，大概率就是要赚你的钱。

留存证据及时维权，拒绝签署不合理退费协议

消费者在购买网络课程服务过程中，应注意保存广告宣传页面截图、聊天记录、付款凭证、课程回放链接等证据材料。若发现课程内容与宣传承诺严重不符、机构失联或拒绝履行退费义务，或者要求签署限制消费者权利、免除经营者责任、内容与事实不符的协议，消费者可依据《消费者权益保护法》及相关规定，首先与经营者协商解决；协商不成的，可通过全国消协智慧315投诉平台、各地消协组织或向有关行政主管部门投诉举报，也可依法向人民法院提起诉讼。

树立理性投资观念，正确认识理财教育价值

理财知识学习有助于提升个人财务管理能力，但消费者应保持理性认知：

任何投资均伴随风险，不存在“稳赚不赔”的理财捷径；正规的投资者教育不会以“高收益承诺”作为卖点。警惕无资质服务。未取得证券投资咨询服务资质，通过直播、自媒体、社交媒体等渠道向社会公众提供荐股服务属于违法违规，消费者需高度警惕。

提高辨别能力。对于网络上鼓吹“短期暴富”“跑赢通胀有秘诀”等内容，消费者应提高辨别能力，切勿将培训课程宣传等同于实际投资收益保障。

中国消费者协会提醒广大消费者，特别是老年消费者，面对花样翻新的理财课程营销，要牢记“免费体验多套路、高额回报多陷阱”，不轻信、不盲从、不冲动付费。如遇消费纠纷，请依法、理性维护自身权益。

中国消费者协会

首批银行一季报出炉

营收净利润全部实现正增长

2026年A股上市银行一季报披露大幕拉开。截至4月23日，已有7家地方性上市银行率先交出一季度“成绩单”，业绩整体表现再上台阶，营收、净利润全部实现正增长，资产质量也保持平稳。

7家上市银行业绩均实现正增长

一季度作为银行“开门红”关键阶段，其经营成效对全年业绩具有重要风向标意义。数据显示，7家上市银行一季度表现亮眼，营业收入和归母净利润全部实现同比增长。

营收方面，7家银行中，有4家实现两位数增长：西安银行增幅高达41.54%，贵阳银行、南京银行和齐鲁银行分别为14.60%、13.54%和13.02%。

净利润方面，有2家银行一季度增速实现两位数增长——齐鲁银行增速达14.01%，杭州银行增速达10.09%。

一季度，银行业基本面改善的确定性正在增强。中泰证券研究所所长戴志锋在研报中表示，预计一季度银

行业营收同比增长3.7%，息差渐稳，利息收入回暖确定性高，财富管理支撑手续费维持正增长。

从不同类型银行经营情况来看，戴志锋预计，城商行业绩增速依然领跑，大行得益于息差企稳，营收有望显著改善，净利润增速也好于2025年同期水平。

资产质量方面，不良贷款率保持在较低区间。一季报数据显示，南京银行、沪农商行、贵阳银行、成都银行和杭州银行不良贷款率与2025年末持平，齐鲁银行、西安银行则微降。

利息收入增长势头强劲

从一季报来看，利息收入已成为多家银行营收增长的重要支撑。今年一季度，南京银行实现利息净收入108.09亿元，同比增长39.44%，占营业收入的67.09%，同比上升12.46个百分点。

多家上市银行利息收入增长势头强劲。西安银行在一季报中表示，营业收入同比增长41.54%，主要原因

是利息净收入增加。齐鲁银行一季度实现利息净收入27.95亿元，同比增长16.89%。

上海证券报记者采访获悉，银行在息差管控方面的前瞻布局，正在带来经营业绩的实质性改善。“一季度，我行息差企稳回升，利息净收入增长对全行营收及利润形成稳定支撑，顺利实现‘开门红’。”一家上市城商行的负责人介绍，该行此前采取的扩规模、优结构、降成本等措施已见成效。

负债端的成本压降，是推动息差改善的关键因素。上述上市城商行人士表示，过去一段时间，该行在保持存款稳定的同时，实现了负债成本的有效压降。“后续，随着存量存款重定价效应的进一步释放，叠加新增存款成本的有效管控，存款成本有望进一步下降”。

银行股投资吸引力有望增强

随着上市银行基本面持续向好信号逐渐清晰，银行股迎来阶段性行情。

国有大行将迎注资

根据财政部发行安排，今年的中央金融机构注资特别国债分别于5月22日和6月12日发行，这也意味着国有大行第二轮特别国债注资即将落地。

吴志武表示，2025年，财政部发行首批特别国债5000亿元，支持中国银行、建设银行、交通银行、邮储银行补充核心一级资本。作为国有大型商业银行，2026年工商银行和农业银行有望获得特别国债注资。上述系统重要性银行陆续获得注资，将有力地支持实体经济、防范金融风险。

支持项目建设

除超长期特别国债和中央金融机构注资特别国债外，地方政府专项债也在靠前发力支持项目建设。

今年的政府工作报告提出，单列并提高用于项目建设的地方政府专

项债券额度。业内人士认为，这清晰地显示了“早发行、早使用”的政策导向。企业预警通数据表示，截至4月23日，新增专项债今年以来已发行12600亿元，较2025年同期增长12%，资金主要投向市政和产业园区基础设施、交通基础设施、保障性安居工程等领域。

随着政府投资项目审批制度进一步完善，政府债券资金支持项目建设的效能有望持续提升。国务院办公厅近日印发的《关于深化投资审批制度改革的意见》明确，优化政府投资项目审批权限配置，严格政府投资项目审批管理。

吴志武说，《意见》要求，加强对重点地区和重点领域政府投资项目的提级论证管理。此举对政府投资项目提升投资审批效能、规范招标投标管理、加强建设实施管理等方面提出更高要求，有利于加强对政府债券资金“借债管还”全链条监管，提升政府债券资金使用效益。

据《中国证券报》

今年超长期特别国债开始发行

合计1190亿元，占全年预计发行规模的9%

4月24日，财政部将发行今年首批超长期特别国债，首发时间与去年保持一致。同时，中央金融机构注资特别国债将于5月启动发行，全国系统重要性银行获得注资后，将有力夯实金融风险防控基础、增强服务实体经济能力。

资金高效落地

4月24日，财政部将发行20年期340亿元、30年期850亿元超长期特别国债，合计规模1190亿元，占全年预计发行规模的9%。今年的超长期特别国债整体分布在4月至10月发行，50年期品种首发安排于5月6日，较去年的5月23日有所提前。

“今年部分期限超长期特别国债提前发行，有利于资金尽早下达，保障项目顺利推进。同时，此次发行有利于缓解债券市场的‘资产荒’压力。”中证鹏元研发部高级董事吴志武告诉中国证券报记者，4月以来债券市场

呈现“小牛市”状态，尤其是超长期债表现较好。

期限结构方面，2026年将发行23只超长期特别国债，包括7只20年期、12只30年期、4只50年期国债，30年期国债较去年实际发行增加1期，总体保持稳定。

从规模来看，今年超长期特别国债总规模保持在高位。据预算安排，2026年拟发行超长期特别国债1.3万亿元，持续支持“两重”建设、“两新”推进等，规模和2025年持平，较2024年增加3000亿元。

从节奏来看，资金投放持续加快，有力支持经济发展。国家发展改革委近期表示，推动今年1万亿元超长期特别国债于6月底前基本下达完毕。截至目前，已累计安排“两重”建设资金6065亿元，占全年8000亿元预算规模的76%，进度明显快于去年。“两新”方面，已下达两批合计1250亿元超长期特别国债资金支持消费品以旧换新，安排936亿元支持设备更新。

分类/欢迎刊登分类广告

咨询热线：0662-3280289 3280809