

《期货公司互联网营销管理规定（征求意见稿）》起草说明

为规范期货公司互联网营销活动，指导期货公司合规有序展业，更好保护期货交易者合法权益，中国证监会起草了《期货公司互联网营销管理规定（征求意见稿）》（以下简称《征求意见稿》）。现说明如下：

一、起草背景

近年来，随着信息技术快速发展，各行业加速与互联网融合，形成新的业态。期货公司通过互联网进行营销，在一定程度上提升了信息传递效率，拓宽了服务半径，增加了获客渠道。与此同时，个别期货公司在开展期货经纪业务互联网营销活动中存在不当宣传、诱导交易、变相居间等违法违规行为，损害了交易者的合法权益和期货行业的整体声誉。为此，中国证监会拟对期货公司经纪业务互联网营销活动进行规范。

二、主要内容

《征求意见稿》共二十条，聚焦期货公司互联网营销活动出现的问题与风险隐患，从以下方面提出具体监管要求：

（一）界定营销范围。明确本规定所称互联网营销活动，是指通过互联网对期货经纪业务进行商业性宣传推介的活动；规定期货公司开展互联网营销活动不得与其它业务活动混同；涉及期货行情分析等信息传播活动的，应当遵守期

货交易咨询业务管理的相关规定。

（二）明确营销部门。规定期货公司应当在总部设置或指定具体部门统一开展互联网营销活动，不得以分支机构名义或者员工个人名义开展。

（三）健全营销管理制度。要求期货公司建立健全互联网营销内部管理制度，将互联网营销活动纳入合规管理体系，对互联网营销活动进行全流程留痕等。

（四）加强营销人员管理。要求开展营销活动的人员应为获得期货公司授权的期货从业人员，在公司统一管理下开展活动，并要加强营销人员培训、监督和检查。

（五）强化营销内容审核。要求期货公司对营销内容进行统一审核管理，确保合法合规，不得发布或转载未经公司统一审核的营销内容等。

（六）规范营销账号使用。要求期货公司对营销账号统一管理，营销活动明确标识、明确风险提示，并与投资者教育活动在内容、人员等方面明确区分。

（七）加强对第三方机构的管理。要求期货公司依法审慎选择第三方机构并订立书面协议，明确协议内容等；明确不得向第三方机构支付与客户开户量、交易量、手续费、资金量等业务指标挂钩或者变相挂钩的费用。

（八）加大客户保护力度。要求期货公司增加客户回访频次，加强风险提示，建立监测机制，公示手续费收取标准并按公示标准收取手续费等。

（九）不得欺诈或者误导客户。要求期货公司及其从业

人员不得以欺诈或者误导客户的方式开展互联网营销，明确欺诈或误导客户的具体行为。

（十）禁止损害公平竞争。要求期货公司及其从业人员不得以损害公平竞争的方式开展互联网营销，明确损害公平竞争的具体行为。

（十一）监督管理和法律责任。明确中国证监会及派出机构可以采取非现场监管或者现场检查等方式，对期货公司互联网营销活动实施监督管理，并明确法律责任。