

期货公司互联网营销管理规定

(征求意见稿)

第一条 【立法目的与依据】 为了规范期货公司互联网营销活动，保障期货交易者合法权益，根据《中华人民共和国期货和衍生品法》《期货交易管理条例》《期货公司监督管理办法》《证券期货投资者适当性管理办法》，制定本规定。

第二条 【概念定义】 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。

第三条 【基本原则】 期货公司开展互联网营销活动，应当诚实守信，公平竞争，保障期货交易者知情权、自主选择权和个人信息安全，不得损害期货交易者和其他经营者的合法权益。

第四条 【监管职责】 中国证券监督管理委员会（以下简称中国证监会）及其派出机构依法对期货公司互联网营销活动实行监督管理。

中国期货业协会对期货公司互联网营销活动实行自律管理。

中国期货市场监控中心根据监管需要对期货公司互联网营销活动进行监测监控。

第五条 【营销范围】 期货公司开展互联网营销活动，不得与其他业务混同。期货公司及其从业人员在互联网营销

活动过程中涉及期货行情分析等信息传播活动的，应当遵守中国证监会关于期货交易咨询业务管理的相关规定。

第六条 【营销部门】期货公司应当在总部设置或者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互联网营销活动。

第七条 【营销管理制度】期货公司应当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公司合规管理体系。期货公司应当对互联网营销活动进行全流程留痕，相关资料保存期限自形成之日起不得少于二十年。

第八条 【营销人员管理】期货公司开展互联网营销活动的人员应当为获得公司授权的期货从业人员，并在公司统一管理下开展营销活动。期货公司应当加强对互联网营销人员行为的培训、监督和检查。

第九条 【营销内容管理】期货公司应当对互联网营销内容进行统一审核管理，确保营销内容合法合规。期货公司及其从业人员不得在互联网账号上发布、转载未经公司统一审核的营销内容。营销内容以直播形式传播的，期货公司应当实时监控。

第十条 【营销账号管理】期货公司应当对开展互联网营销活动的各类账号进行统一管理，不得通过非经公司统一管理的互联网账号开展活动。营销活动应当明确标识、明确风险提示，并与通过互联网开展的投资者教育活动在内容、人员等方面作出明确区分。

第十一条 【第三方机构-事前评估】期货公司利用第三方机构提供的服务开展互联网营销活动的，应当建立事前评估机制，对第三方机构的业务资质、技术实力、服务质量、业务合规情况等方面进行全面评估。

第十二条 【第三方机构-订立协议】期货公司利用第三方机构提供的服务开展互联网营销活动的，应当根据相关法律法规，明确划分双方权利和义务，并签订书面协议。协议应当包含合作内容、双方权责、收费标准、数据安全、争议解决、合作事项变更和终止安排、违约责任、第三方机构行为要求等内容。

协议应当明确第三方机构在为期货公司互联网营销活动提供服务时不得有下列行为：

- （一）通过非法手段获取客户信息；
- （二）违规开展期货居间活动；
- （三）介入或者变相介入期货公司业务活动任一环节；
- （四）利用技术手段规避或者帮助期货公司规避监管；
- （五）法律法规禁止的其他行为。

第十三条 【第三方机构-持续跟踪】期货公司应当持续跟踪评估第三方机构的合规性、安全性以及协议履行情况，及时识别、评估、防范因第三方机构违反法律法规、违反协议约定或者经营失败等情形引发的风险。

期货公司发现第三方机构在合作中违反法律法规或者违反协议约定的，应当要求其及时整改；情节严重或者未按

要求及时整改的，应当立即终止合作。期货公司发现上述情况的应当及时向中国证监会派出机构报告。

第十四条 【第三方机构-费用规范】期货公司不得直接或者间接向不具备居间资格的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。

第十五条 【客户保护】期货公司应当依法对通过互联网营销开发的客户进行适当性管理，增加客户回访频次，加强风险提示，并对从业人员与客户的沟通内容进行留痕。

期货公司应当建立对客户异常交易和异常操作的监测机制，并对异常情况及时依法处理。

期货公司应当在公司网站、营业场所、客户端等公示客户手续费收取标准，并按公示标准收取手续费。

第十六条 【不得欺诈或者误导客户】期货公司及其从业人员不得以下列欺诈或者误导客户的方式开展互联网营销活动：

- （一）提供交易建议或者诱导客户频繁交易；
- （二）引用不真实、不准确、未经核实或者未经授权的数据和资料；
- （三）使用夸大、虚假的营销内容；
- （四）以承诺或者夸大收益，限定损失金额或者比例，明示或者暗示保本、无风险、保收益等形式进行营销；
- （五）使用混淆概念、不当类比、片面宣传等不当营销手段；

(六) 其他欺诈或者误导客户的行为。

第十七条 【禁止损害公平竞争】期货公司及其从业人员不得以下列损害公平竞争的方式开展互联网营销活动：

(一) 以捏造、散布虚假信息等手段诋毁竞争对手，损害同业信誉；

(二) 通过不当评比、不当排序等方式进行营销；

(三) 通过直接或者间接向搜索引擎平台等购买包含其他期货公司名称等关键词，干扰用户正常搜索结果，为本公司引流；

(四) 其他损害公平竞争的行为。

第十八条 【监督检查】中国证监会及其派出机构可以依法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行监督管理。

第十九条 【法律责任】期货公司及其从业人员开展互联网营销活动违反本规定的，依照国家相关法律法规以及《期货公司监督管理办法》《证券期货投资者适当性管理办法》等规定处理。

第二十条 【附则】本规定自 X 年 X 月 X 日¹起施行。

¹ 施行日期拟定为规定发布之日起满 1 个月。