

首页 >> 管理学

“理财直播”应重视合规风险

2020年07月08日 10:19 来源：经济日报 作者：郭子源

打印 推荐

关键词：直播;理财;网络平台;金融机构;金融消费者

近日，在支付宝平台上举行的“理财直播节”搅动了市场的敏感神经。数据显示，目前已有近40家金融机构在支付宝上开设了107场理财直播，累计覆盖3419万人次，其中不乏基金公司、保险机构，甚至出现了国有大行的身影，有的直播间当晚交易金额更是达到了15.5亿元。

笔者认为，作为一种互联网销售模式创新，通过短视频、网络直播等渠道开展的理财直播具有诸多优势，如有助于金融机构更便捷地与客户交流，进而了解客户需求、减少理财产品代销中间环节及费用等。但需要注意的是，在鼓励创新的同时，也应高度重视其中隐含的合规风险，务必把保障金融消费者合法权益作为重中之重。

目前，理财直播市场“鱼龙混杂”。有的金融机构将线上、线下理财业务相混淆，图谋监管套利，有的直播主体不具有合法资质，有的直播内容存在误导宣传。那么，究竟应该如何保障合法合规呢？

首先，需要厘清理财直播中的四个主体，即发布主体、运营主体、主播主体和互动人群，严格规范各类主体行为。从发布主体看，目前以抖音、快手、淘宝、微信等网络平台为主；从运营主体看，涉及通过网络平台或借助直播软件开展直播活动的各类机构、个人等；从主播主体看，理财直播过程中的主播往往由金融机构的从业人员、明星、知名主播等组成；互动人群则多为观看理财直播的金融消费者。为了有效防范合规风险，必须严格规范相关主体，促使各主体切实履行相应义务、充分保证合法合规。

其中，金融机构不得委托未取得合法资格的机构从事理财产品销售活动；金融机构还需严格管理从业人员的个人理财直播行为，确保其营销信息合规准确。

特别要注意的是，对于保险机构来说，其发布的保险短视频、直播内容，应规范使用机构简称，避免出现保险公司与保险专业中介机构、保险机构与第三方网络平台等相混淆的情况，更不能违反规定以打折、红包、抽奖等形式变相给予保险合同约定以外的利益。同时，对于第三方网络平台来说，由于其为金融机构提供了营销服务，营销内容需要经过金融机构审核，以确保内容符合有关监管规定，金融机构则需要对营销内容的真实性、准确性和合规性承担责任。

其次，要厘清理财直播不同销售模式间的区别与界限，进而强化监管的针对性。

以保险直播营销为例，其销售模式通常分为两种，即提供可点击的网络链接直接投保和线上引流到线下销售场景转化。

笔者认为，如果金融消费者可以通过视频提供的投保链接自主完成在线投保，那么这属于互联网保险业务，应当符合《互联网保险业务监管暂行办法》的有关规定；如果保险机构及其从业人员在网络平台注册账号、发布保险普及知识或产品测评等内容、引导消费者私信联络并完成线下保险销售，那么就应该符合所属渠道类型及相关保险产品销售的监管要求。

再次，应严格管理理财直播的相关内容。金融机构要遵守相关监管政策，不得出现不实陈述或误导性描述、不得片面或夸大宣传、不得违规承诺收益或承担损失。

最后，由于理财直播仍处于发展初期，容易存在“业务创新跑在监管前面”等问题。接下来，监管部门应持续关注理财直播市场的新形势新变化，不断加大对理财直播销售行为的监管力度，切实保护金融消费者合法权益。

分享到：

转载请注明来源：[中国社会科学网](#)（责编：闫琪）

相关文章

为国际社会注入更多正能量
著作权直播讲座助力文学事业健康发展
在新职业的风口翱翔
涂成林：文化产业政策制定讲究长效性
第二期名家直播课六一开播
北京书市：线上直播热 线下书香浓
“万物皆可直播”时代到来



今日热点

李梅委员：重视戏曲传承发展 提升学生艺术素养
王勇超代表：保护传承民间艺术 助力乡村文化建设
李梅委员：重视戏曲传承发展 提升学生艺术素养
王勇超代表：保护传承民间艺术 助力乡村文化建设
【社科专访】全国人大代表王勇超：保护传承民间艺术 助力乡村文化建设
【社科专访】全国政协委员李梅：重视戏曲传承发展 提升学生艺术素养

[回到频道首页](#)

值班电话：010-65393398 E-mail: zgshkxw_cssn@163.com 京ICP备11013869号

中国社会科学网版权所有，未经书面授权禁止使用
Copyright © 2011-2022 by www.cssn.cn. all rights reserved

