



顺应趋势，优化金融消费者 权益保护正当时





作者：曲向军、周宁人、黄婧、邹剑、章淑蓉、苏英男、台钊晨 和 王超

金融消费者权益保护是金融业可持续发展的一个重要议题，也是能给金融机构构成实质性影响的关键业务风险。如果金融机构在金融消费者权益保护领域表现不佳，将有可能引发监管惩处、品牌声誉受损等不良影响，并对业务造成实质性冲击。同时，机构在金融消费者权益保护领域的相关表现，也是其 ESG 评级的重要考量因素之一，做好金融消费者权益保护也是机构提升 ESG 评级的重要抓手。

一、全球趋势：强化金融消费者权益保护是大势所趋

金融消费者的权益保护是过去十几年全球政府和金融监管部门最关注的主题之一，尤其在金融危机发生后，随着各国对“行为监管”的强化而

逐渐成为全球主流。2008 年金融危机席卷全球，印证了仅仅靠审慎监管来监督各大金融机构的资本与风险状况是远远不够的。许多国家也因此赋予行为监管和审慎监管同等重要的地位，即在维护金融机构稳健经营、金融体系稳定和防范系统性风险的同时，实施行为监管，纠正部分金融机构的机会主义行为，防止欺诈和不公正交易，以保护消费者和投资者利益。

金融危机后，美国于 2010 年率先行动，引入金融审慎监管局与商业行为监管局，进一步扩大监管范围；并初次设立信贷类消费者金融保护局，改变了原本监管重叠和监管套利的现象。次年，G20 巴黎峰会通过了“二十国集团金融消费者权益保护高级原则”。而英国则在 2013 年正式颁布《金融服务法案》，成立了金融行为监管局（FCA），并将金融机构的行为监管职责纳入该局。此外，许多国家如澳大利亚、荷兰等均开始重视此类监管，并通过设立法规加强对金融机构的行为监管，保障金融消费者权益。








从金融消费者权益保护的发展历程来看，主要可以分为三个阶段，而全球主要成熟金融市场普遍进入了第三阶段（见图 1）。简单而言，第一阶段更注重基础的金融消费者教育，由监管机构、金融协会和各金融机构共同担当教育职责，帮助消费者理解基本金融概念。第二阶段则侧重于保障金融消费者的核心权益，保护消费者个人信息，帮助消费者理解正确的市场信息、知晓准确的产品信息及各项条款，以及在免受歧视环境下开展金融投资与消费行为。第三阶段的消费者权益保护则聚焦防止利益冲突、公平竞争反垄断两个方面。目前，欧美等较为成熟金融市场已经开始积极推

动相关法律法规的制定，致力打造充分、公平竞争的市场，为消费者提供更好的产品与服务，并降低系统性金融风险。

图 1 全球金融消费者权益保护的三个阶段

图1 全球金融消费者权益保护的三个阶段

举例，未穷尽

	主题	美国金融业监管局及 消费者金融保护局	英国金融服务管理局 及金融行为监管局	欧盟金融工具市场指 令II
第一阶段 基础：落 实金融消 费者教育	1 投资者教育 	<ul style="list-style-type: none"> 金融监管机构、协会等自律组织、交易所和其他金融机构承担教育职责 美国投资公司协会专门设立了投资者教育基金会 	<ul style="list-style-type: none"> 已经成为一项社会系统工程 英国财政部、FSA内部设有专门的财务能力战略项目部门，负责制订教育项目计划、调查分析和协调组织教育计划的实施 	<ul style="list-style-type: none"> NA
	2 消费者信息保护 	<ul style="list-style-type: none"> 坚持合法、正当、必要的原则，规定金融机构首次获得个人金融信息必须是基于业务关系，而且要明示收集 	<ul style="list-style-type: none"> FCA对金融机构以电子数据库或纸质档案形式，以及由第三方机构保存的顾客信息，进行检查 	<ul style="list-style-type: none"> 《关于个人资料处理及自由流通个人保护指令》对个人金融信息采取统一保护的规则，对各类个人金融信息实行同一水平的保护
	3 市场信息透明度 	<ul style="list-style-type: none"> 选择使用金融产品时可以得到明确的信息，同时杜绝隐藏费用掠夺性条款和欺骗性的行为 	<ul style="list-style-type: none"> 禁止误导性的金融产品和服务在市场上推广 在销售前、中、后向消费者提供明确的信息 	<ul style="list-style-type: none"> 保持客户指令执行的信息透明度 所有的交易者都将可以获得公开的报价和公开的市场信息
	4 公平营销 	<ul style="list-style-type: none"> 根据KYC所获信息，向客户建议交易或投资方案，其中涉及一项或多项金融产品 	<ul style="list-style-type: none"> 提高最低职业资格要求 理财顾问必须说明是独立顾问，且披露投资建议的基于广泛或是有限范围的金融商品等 给消费者适合的、符合他们自身情况的咨询建议 	<ul style="list-style-type: none"> 与英国相同，需揭露顾问的独立性 产品提供者及销售机构在产品销售循环的每一阶段均应负相当责任 金融机构应向客户揭露相关成本和费用的规范
第三阶段 进阶：促 进金融市 场可持续 发展	5 反歧视 	<ul style="list-style-type: none"> 2010年《多德-弗兰克华尔街改革和消费者保护法》保护消费者不受到不公平、欺诈或滥用行为以及歧视的损害 	<ul style="list-style-type: none"> 公平对待消费者，有义务向消费者提供其需要的信息，并且用清晰、公平、无误导的方式向消费者传达信息 	<ul style="list-style-type: none"> NA
	6 利益冲突 	<ul style="list-style-type: none"> N/A 	<ul style="list-style-type: none"> 禁止金融机构自产品发行者取得报酬，仅得向投资人收取顾问费，以使金融机构与投资人利益一致 不鼓励基于销售目标的员工激励 	<ul style="list-style-type: none"> 禁止金融机构接受或保留任何第三方利益，除非目的为提升客户服务品质，且未违反以客户最大利益的义务 荷兰AFM不鼓励基于个人销售的激励措施
	7 公平竞争反 垄断 	<ul style="list-style-type: none"> 美国司法部自金融危机以来一直在积极追究金融市场的反垄断案件，并计划继续积极执行反垄断法以监管金融市场 	<ul style="list-style-type: none"> 2014年，英国竞争与市场管理局（CMA）指出英国银行业间缺乏有效竞争，未能满足个人和小型企业的需要，因此大型银行 	<ul style="list-style-type: none"> NA

二、中国趋势：监管关注度与维权意识提升，共同推动金融消费者权益保护发展

中国金融消费者权益保护目前尚处于第二发展阶段，与全球成熟市场仍有一定差距，但近年来国内金融消费者权益保护的监管力度明显加大，相关法规逐渐趋严。自 2013 年以来，中国不断出台金融消费者权益保护的相关政策，涵盖了第一阶段与第二阶段的核心主题，包括消费者信息保护、公平营销、市场透明度、投资者教育与反歧视（见图 2）。尤其近几年，人民银行、银保监会等发布的多项政策进一步规范了市场透明度和公平营销，并对金融消费者权益保护工作的具体开展情况进行评价。此外，2021 年颁布的《中华人民共和国个人信息保护法》更是将个人信息安全保护提到前所未有的高度，切实贯彻了对金融消费者信息的合理收集、保存和使用。

图 2 中国金融消费者权益保护的不同阶段

图2 中国金融消费者权益保护的不同阶段

举例，未穷尽

	主题	中国人民银行/中国银保监会
第一阶段 基础：落实金融消费者教育	1 投资者教育	<ul style="list-style-type: none"> 需开展日常性金融知识普及与金融消费者教育活动 不得以营销金融产品或服务代替金融知识普及 通过方便获取的渠道公示本机构投诉受理方式 披露金融消费者投诉数据和相关分析报告
	2 消费者信息保护	<ul style="list-style-type: none"> 不得采取不正当方式收集消费者金融信息 禁止金融信息未经许可超范围使用 对消费者的金融信息严格保密 不得以金融消费者不同意处理其金融信息为由拒绝提供金融产品或者服务
第二阶段 核心：保障金融消费者权益	3 市场信息透明度	<ul style="list-style-type: none"> 保护消费者的知情权与自主选择权 进行信息披露时，应当使用有利于消费者接收、理解的方式 不得未披露贷款产品年化利率（如仅宣传月利率）
	4 公平营销	<ul style="list-style-type: none"> 不得强制或者变相强制金融消费者接受金融产品或者服务 不得强制搭售产品、擅自改变金融服务内容 禁止未经许可发送金融营销短信 禁止强制授权用于营销与金融 营销信息需提供拒接接收方式
	5 反歧视	<ul style="list-style-type: none"> 不得因金融消费者性别、年龄、种族、民族或者国籍等不同实行歧视性差别对待 不得使用歧视性或者违背公序良俗的表述 支持普惠金融，重点目标需获得必要及时的金融服务
第三阶段 进阶：促进金融市场可持续发展	6 利益冲突	<ul style="list-style-type: none"> N/A¹
	7 公平竞争反垄断	<ul style="list-style-type: none"> N/A

1. 中国法规中已经有相关披露利益冲突的要求，如在《公开募集证券投资基金销售机构监督管理办法》要求披露代销产品（基金）费用，包括可能产生利益冲突的销售服务费、客户维护费等

互联网的普及及居民财富的快速增长促进了消费者金融素养与维权意识的不断提升，监管部门和金融机构需要针对信息安全、权益保障、信息披露、财产安全等重要领域，制定更高的标准和要求。

过去 10 年，中国互联网普及率飞速增长，网民规模在 2021 年底已经超过了 10 亿，使得越来越多的信息（包括个人隐私信息），在网络等公共空间流动。同时，随着国内居民个人财富的快速累积与增长，财富管理需求也日益增长，各大金融机构纷纷响应数字化潮流，通过自建或合作方式打造互联网财富管理平台。在此背景下，随着消费者维权意识的逐步提升，广大金融消费者对信息透明化、隐私信息保护等方面提出了更高要求。

在政策法规方面，监管机构已经围绕消费者的财产安全权、知情权、自主选择权、公平交易权、依法求偿权、受教育权、受尊重权、信息安全权等八大权益，出台了一系列具体的管理要求；同时，针对监督权和安全权，也制定了相关法律制度予以保障。现行的《中华人民共和国消费者权益保护法》强调了国家对消费者合法权益的保护，同时对消费者组织、争议的解决以及相关法律责任也做了明确解释。2021 年起施行的《个人信息

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_46847

