

华夏银行公平营销与广告规范制度要点 (2026 年版)

一、目的

本政策依据《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《国务院办公厅关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》《银行保险机构消费者权益保护管理办法》《中国人民银行 中国银行保险监督管理委员会 中国证券监督管理委员会 国家外汇管理局关于进一步规范金融营销宣传行为的通知》等相关规定，旨在规范华夏银行股份有限公司（以下简称“华夏银行”“本行”）金融营销宣传行为与广告活动，切实保护金融消费者合法权益。

二、组织与管理

营销宣传与广告内容在交付设计、制作、代理和发布前，须对信息发布内容和表现形式、相关证明文件或材料进行审查，未经审查不得对外发布。总、分行业务管理部门对本部门及所辖业务的金融营销宣传行为与广告活动的开展及管理承担主要责任，执行情况纳入专业检查与监督考评，确保管理有效开展。

三、基本行为规范

（一）公平营销

1. 不得以虚假、欺诈、隐瞒或引人误解的方式对金融产品或金融服务进行营销宣传。金融营销宣传不得引用不真实、不准

确的数据和资料；不得隐瞒限制条件；不得对过往业绩或收益进行虚假或夸大表述；不得对资产管理产品未来效果、收益或相关情况作出保证性承诺，明示或暗示保本、无风险或保收益；不得使用偷换概念、不当类比、隐去假设等不当营销宣传手段；不得存在对各种费用的收取条件、方式和标准说明的重大遗漏；不得存在实际承担的义务低于在营销宣传活动中对金融消费者所承诺的标准情形；营销宣传文本不得含有虚假记载、违规承诺收益或损失承担、夸大业绩、易使客户忽视风险的误导性表述；不得出现强制捆绑搭售、误导销售等贷款违规营销行为。

2. 不得以损害公平竞争的方式开展金融营销宣传活动。金融营销宣传不得以捏造、散布虚假事实等手段恶意诋毁竞争对手，损害同业信誉；不得通过不当评比、不当排序等方式进行金融营销宣传；不得冒用、擅自使用与他人相同或近似等有可能使金融消费者混淆的注册商标、字号、宣传册页。

3. 不得利用政府公信力进行金融营销宣传。金融营销宣传不得利用国务院金融管理部门或地方金融监管部门对金融产品或金融服务的审核或备案程序，误导金融消费者认为国务院金融管理部门或地方金融监管部门对该金融产品或金融服务提供保证，并应当提供对该金融产品或金融服务相关信息的查询方式；不得对未经国务院金融管理部门或地方金融监管部门审核或备案的金融产品或金融服务进行预先宣传或促销；相关法律、法规、规章另有规定的，从其规定。

4. 不得损害金融消费者知情权。金融营销宣传应当通过足以引起金融消费者注意的文字、符号、字体、颜色等特别标识对限制金融消费者权利和加重金融消费者义务的事项进行说明；通过视频、音频方式开展金融营销宣传活动的，应当采取能够使金融消费者足够注意和易于接收理解的适当形式披露告知警示、免责类信息；对影响消费者决策的关键信息，遵循简明性和易得性，用规范、标准化的格式进行披露。

5. 不得开展法律法规和国务院金融管理部门认定的其他违法违规金融营销宣传活动。

（二）广告规范

1. 广告发布内容管理须严格按照国家法律法规和监管部门的相关法律法规执行。

2. 广告发布内容不得违反国家、监管部门相关法律法规以及本行相关规定。

3. 广告发布须遵循科学传播规律，集中优质媒体渠道，提高传播有效性。

4. 利用自媒体互联网渠道发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络。以弹出等形式发布的广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。禁止利用本行自媒体渠道发布平台发送、发布违法广告和其它违法信息。

5. 广告内容涉及商标、标识、品牌理念等知识产权要素的，应严格遵守相关法律法规及本行内部管理规定，确保不侵犯他人

合法权益，同时依法保护本行自有知识产权。

四、员工培训与意识建设

本行持续加强金融营销宣传与广告规范的常态化教育与培训，包含相关法律法规、内部制度、审核流程及违规后果等培训内容。业务管理部门结合部门工作和人员岗位特点，组织开展包括但不限于产品销售规范、营销规范话术、广告规范认知、人员行为规范等内容的培训。通过业务培训、入职培训、日常警示教育等方式，提高员工负责任营销意识，确保员工了解广告内容审核、发布规范及合规要求，健全金融营销宣传与广告规范管理长效机制。