

证券期货业数据产品及服务规范化研究

【摘要】

证券期货业在展业过程中积累了丰富的数据资源。作为数据密集型行业，证券期货业近年来在各业务线涌现出多样化的数据产品，为客户提供丰富的金融数据服务。本文尝试对证券期货业现行的数据产品及服务进行分类，梳理了每类数据产品及服务涉及的合规要求、技术规范、数据管理规范，分析了数据产品及服务的典型定价方案，提出了每类数据产品及服务的质效评价模型。

关键词：数据产品；数据服务；数据资产；价值评估；
质效评价

正文

一、引言

证券期货业作为连通资本市场和服务实体经济的枢纽，是我国金融体系的重要组成部分。作为数据密集型行业，行业具有数据规模大、数据应用场景广泛、数据使用频率高等特征，其丰富的数据资源对于资本市场资源配给、定制化金融服务、行业稳健发展、综合风险管理等领域有着极高的价值。随着证券期货业数字化转型的深入，数据已成为驱动行业创新的核心生产要素，提供优质的数据产品和服务已经成为了行业的核心竞争力。

（一）研究背景

在宏观政策方面，党和国家高度重视发挥数据要素价值，创新数据产品和服务。2022年国务院印发《“十四五”数字经济发展规划》中明确指出“鼓励市场主体探索数据资产定价机制，逐步完善数据定价体系”；2024年国家发展改革委印发《关于促进数据产业高质量发展的指导意见》中提出“到2029年，数据产品和服务供给能力大幅提升，催生一批数智应用新产品新服务新生态”的发展目标；2024年国家发展改革委等部门印发的《国家数据标准体系指南》指出，应以数据“供得出、流得动、用得好、保安全”为指引，构建数据标准体系。其中数据流通标准重点聚焦数据产品、资源定价、流通交易等环节的标准支撑。

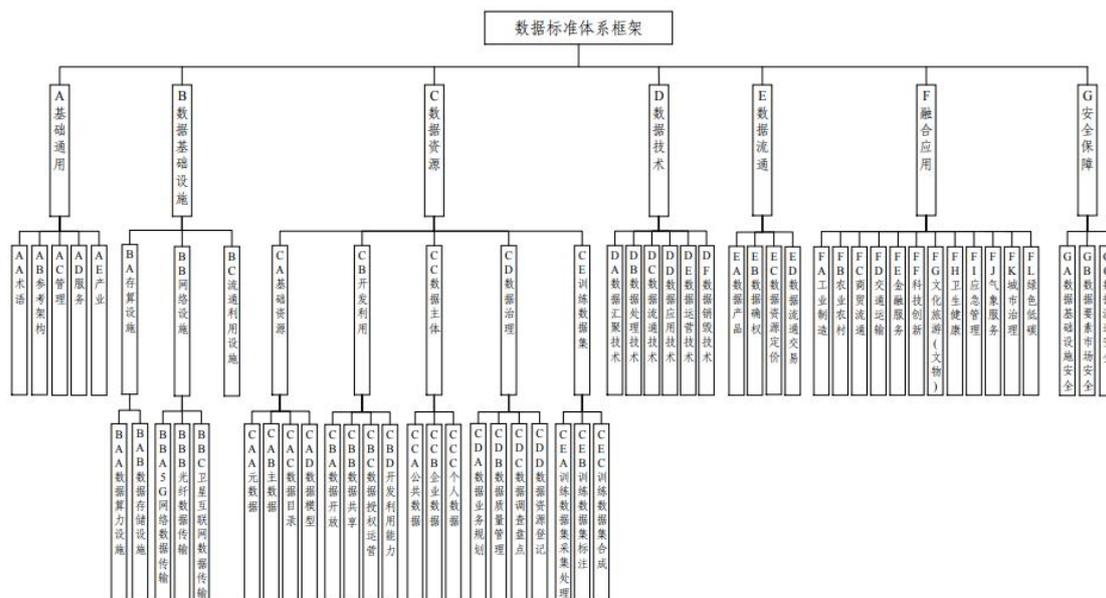


图 1 数据标准体系框架图

在行业应用方面，证券期货业在业务开展过程中积累了丰富的数据资源。近年来在投资银行、财富管理、机构服务等业务条线涌现出大批优秀的数据产品，为多方主体提供研究数据、投资策略等内容服务。

然而，行业在数据产品和服务的应用方面仍然面临诸多挑战。如尚未从业务服务中提炼数据产品及服务，对数据产品及服务缺乏规范管理认知，在数据产品及服务的资产化方面的成熟案例较少，对数据产品和服务的质效缺少体系化的评价，价值实现方式受限等。

因此，通过细化行业数据产品及服务分类，总结提炼差异化管理要求，探究数据产品价值评估方式，建立数据服务质效评价体系，保障数据产品及服务在符合法律法规、监管要求、行业规范的前提下发挥数据要素价值，成为行业重点关注的研究领域。

（二）研究目标

本项目旨在通过对证券期货业数据产品及服务的管理方式进行系统性分析，形成一套科学、合理且具备操作性的体系标准：

1. **数据产品及服务分类：**明确行业数据产品及服务的种类和特点，提供清晰的分类标准。

2. **数据产品及服务规范性研究：**梳理数据产品及服务在业务和技术两方面的规范性要求，确保数据产品和服务的可靠性和合规性。

3. **数据产品及服务定价方法：**解析各类数据产品及服务的定价依据，归纳总结现有的产品定价方法，有利于促进数据产品及服务的市场化。

4. **数据产品及服务质效评价方法：**构建行业数据产品及服务的质效评价体系，从质量和效果两方面设置评价指标。产品质量是所有数据产品及服务取得长期发展的基础。产品应用效果是数据产品及服务获得市场认可和价值兑现的核心竞争力。对数据产品及服务进行质效评价能够促进产品设计、开发、管理团队从市场需求角度持续提升水平。

（三）研究意义和价值

在数字化转型的大背景下，本研究不仅有助于提升行业的核心竞争力，更有助于帮助行业机构将数据资源封装为产品和服务，用新质生产力为广大实体经济和个人客户提供更便捷、有深度的服务。从理论层面上看，本研究有助于进一步丰富金融数据治理的理论体系，为后续学术研究提供较为专业的视角和方法。从实践层面上看，通过建立行业通用的规范化体系，能够为监管机构培育行业数据产品及服务能力，

强化监督管理提供参考，同时，有助于行业机构通过管控产品质量、聚焦产品效果，打造面向市场的优质数据产品及服务，助力行业健康、蓬勃发展。

二、研究方法

本课题综合采用文献研究法、问卷调查法、比较分析法、案例研究法开展研究，总结归纳了行业数据产品及服务的分类，梳理了行业数据产品及服务应遵循的合规要求、技术规范、数据管理规范，探讨了行业数据产品及服务的定价方式，设计了一套质效评价标准。

课题组首先采用了问卷调查法，向各参研单位及同业券商发放调研问卷，统计具备代表性的数据产品及服务样例，并结合业务规划，将行业数据产品及服务归纳为九大类。课题组采用案例研究法深入了解每类数据产品及服务的代表性成果案例，纳入研究报告。

其次，课题组采用文献研究法收集了行业监管文件、行业标准、地方标准、企业内部管理要求等多层级文件，梳理了生产、管理、使用数据产品及服务需要遵循的合规要求、技术规范和数据管理规范。

第三步，课题组采用了比较分析法对成本法、收益法、市场法进行深入分析，通过具体案例探讨了行业数据产品及服务的定价方式和收费模式。

最后，课题组采用了案例研究法，聚焦每类数据产品的质效评定案例，设计了一套应用于证券期货业数据产品及服务的质效评价标准。

三、研究结果

(一) 数据产品及服务分类

根据国家数据局 2024 年 12 月发布的《数据领域常用名词解释（第一批）》内容，数据产品和服务是指基于数据加工形成的，可满足特定需求的数据加工品和数据服务。参考上述定义，证券期货业数据产品及服务可定义为基于证券期货行业数据加工形成的，可满足证券期货业特定业务需求的数据加工品和数据服务。

按照数据产品及服务提供的数据内容不同，本课题将证券期货业数据产品及服务分为产品展示、资讯行情、研究服务、投资顾问、策略交易支持、消息推送、知识库服务、账户服务、投资者教育九大类。这些数据产品及服务会通过 APP 集成、PC 客户端、微信小程序、微信公众号、信息系统平台、API 接口、插件等各种渠道触达用户。

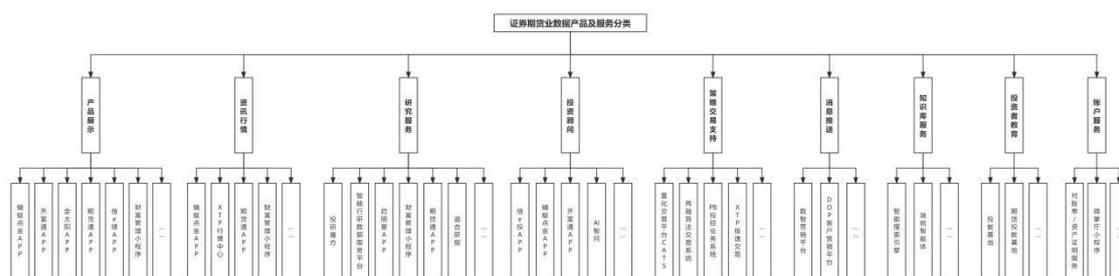


图 2 证券期货业数据产品及服务分类

1. 产品展示类数据产品及服务

该类数据产品及服务是指根据投资者适当性管理要求，向不同风险承受能力、投资目标的客户展示不同风险等级证

券期货业金融产品具体信息的产品及服务。

产品样例 1：中信建投证券通过“蜻蜓点金”APP 向符合适当性管理要求的客户差异化展现基金、衍生品、资管产品的详细信息，包括持仓情况、投资报告等；中泰证券的“齐富通”APP、国信证券的“金太阳”APP 也都属于同类产品。

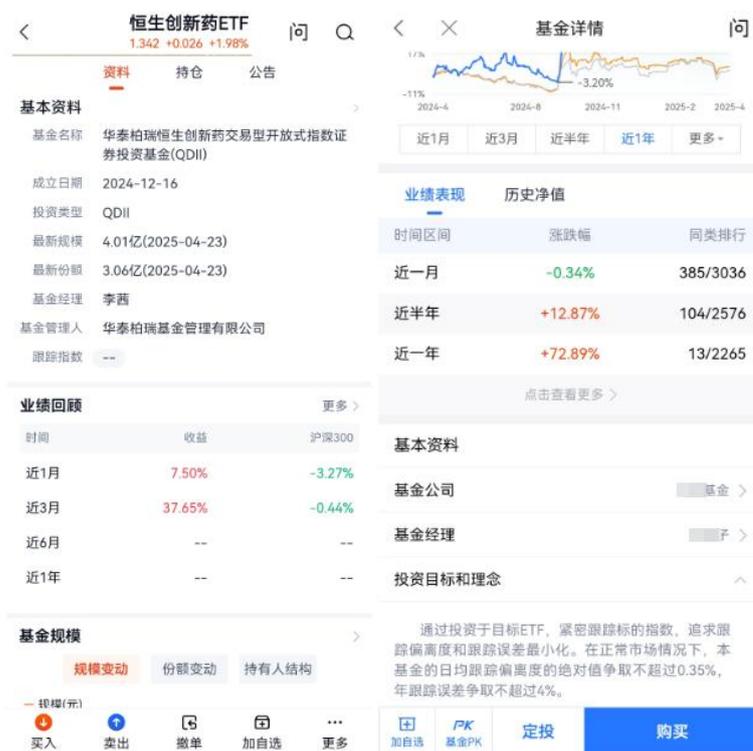


图 3 产品展示类数据产品及服务 APP 示例

产品样例 2：“中信建投财富管理”小程序中，包含产品资料包、ETF 兵器谱等模块，用以展示产品信息。其中，ETF 兵器谱可根据投资范围、主题、行业等维度筛选 ETF 产品；“中信建投研究机构服务平台”小程序包含晨会个股、月度金股等产品介绍模块，符合适当性管理要求的客户可通过微信小程序获知产品信息。



图 4 产品展示类数据产品及服务微信小程序示例

产品样例 3：中信建投证券通过资方服务平台向客户提供产品数据服务，从产品规模、净值表现、风险指标、持仓分析等多个维度分析基金表现，详细列示基金产品和管理人相关信息；中信建投证券通过基金评估与组合配置系统，向机构投资者提供投前研究、基金详情、基金经理及基金公司详情展示。

产品样例 4：中信建投期货通过“期货通”APP 向符合适当性管理要求的客户差异化动态展现期货的信息，包括期货产品的简介、持仓量、成交量等。

中信期货通过“信 e 禄”APP 向符合适当性管理要求的客户差异化展示期货市场洞察信息，包括期货日涨幅、日跌幅、成交量、持仓量等信息。

同花顺通过“期货通”APP 向符合适当性管理要求的客户差异化展示期货行情信息，包括名称、涨幅、涨跌等信息。



图 5 产品展示类数据产品及服务 APP 示例

2. 资讯行情类数据产品及服务

该类数据产品及服务是指对基于证券期货市场的相关信息收集、整理、分析和加工，为投资者、金融机构、研究人员等提供专业资讯和行情服务的数据产品及服务。

产品样例 1：中信建投证券在“蜻蜓点金”APP 中集成交易行情数据、最热内参、两融日报、盘中宝、今日大盘等资讯行情服务，为客户提供全面及时的资讯信息；中泰证券在“齐富通”APP 中集成了资讯掘金、风口研报、中泰早知道、九点特供、电报解读、公告全知道等资讯行情服务；国信证券通过“企明星”APP 为客户提供资讯专题数据服务，帮助客户紧跟市场风向，把握发展机遇。



图 6 资讯行情类数据产品及服务 APP 示例

产品样例 2：“中信建投财富管理”小程序为客户提供资产配置报告、基金一周报、宏观数据汇等资讯数据服务；“中信建投证券金融”小程序提供最新资讯、两融数据、行业融资融券榜单、个股融资融券榜单、两融预警等数据服务；“中信建投场外衍生品”小程序提供衍生品简报等资讯数据；“国信小店”小程序提供股票行情、个性化资讯等数据服务。



图 7 资讯行情类数据产品及服务微信小程序示例

产品样例 3: 中信建投期货通过微信小程序展示市场动态信息，实时更新 7×24 小时快讯，帮助用户第一时间掌握全球市场动态、政策变动与行情异动。“中信建投期货通”APP 向客户提供宏观经济、商品期货、国债期货、股权期货等多种类资讯信息。

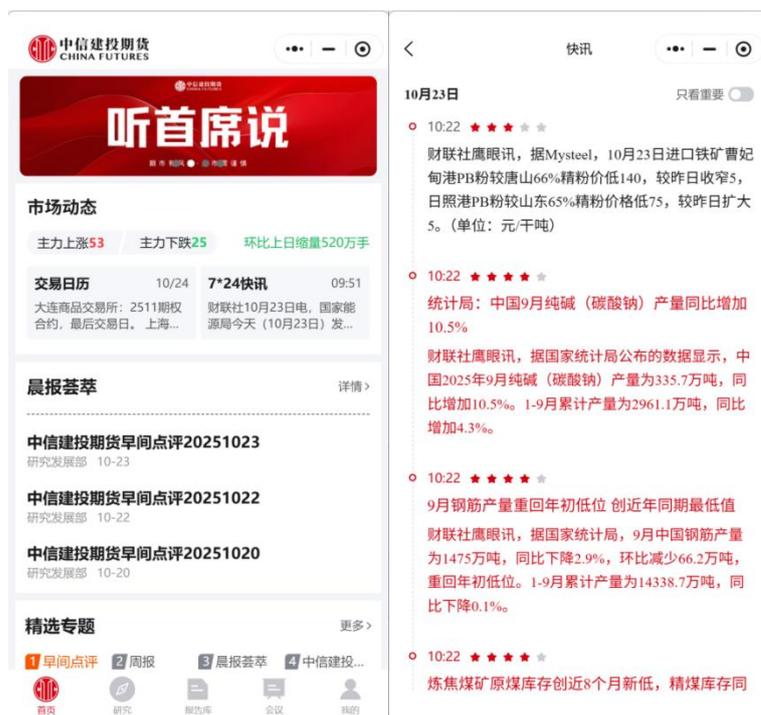


图 8 资讯行情类数据产品及服务微信小程序示例

3. 研究服务类数据产品及服务

该类数据产品及服务是指全面、深入地剖析一个国家、市场或特定行业、企业的现状、发展动态、规模结构、竞争格局、优劣势、未来机遇和风险，为决策者提供有价值的参考信息的服务。一般是由研究人员根据投资者需求对指定行业或市场的信息进行收集、整理和分析，形成具有专业价值的报告，以提供数据产品或咨询服务的方式服务投资者。

产品样例 1：中信建投证券在“蜻蜓点金”APP 中设置“内参”模块，提供了首席观势、策略速递等研究数据服务；国信证券在“企明星”APP 中提供深度产业链研究报告，助力企业洞察行业动态，把握市场脉搏。



图 9 研究服务类数据产品及服务 APP 示例

产品样例 2：“中信建投财富管理”小程序中，提供研究总结视频、研究文章汇等数据服务；“中信建投场外衍生品小程序”以“洞悉市场”模块提供衍生品市场的报告分享、报告下载等数据服务；“中信建投研究机构服务平台”小程序按行业、专题提供最新研报、深度报告等数据服务。



图 10 研究服务类数据产品及服务微信小程序示例

产品样例 3: 中信证券通过“投研魔方平台”，以个股深度报告和行业研究为核心，构建了财务模型+ESG 评级+投研图谱+行研数据的集群多维分析视角，配以超过 3000 场次的独家专家会议，打造一站式投研数据服务平台；中信建投证券通过“智能行研数据服务平台”，对合法取得的第三方原始行研数据进行深度定制加工，形成机构客户所需的一站式行研数据服务产品，以 API、SDK、Excel 插件形式提供行研数据服务；中信建投证券通过“大类资产配置系统”为机构客户提供包括基金研究、ETF 研究、策略研究、因子库、投研工具箱等在内的数据服务。

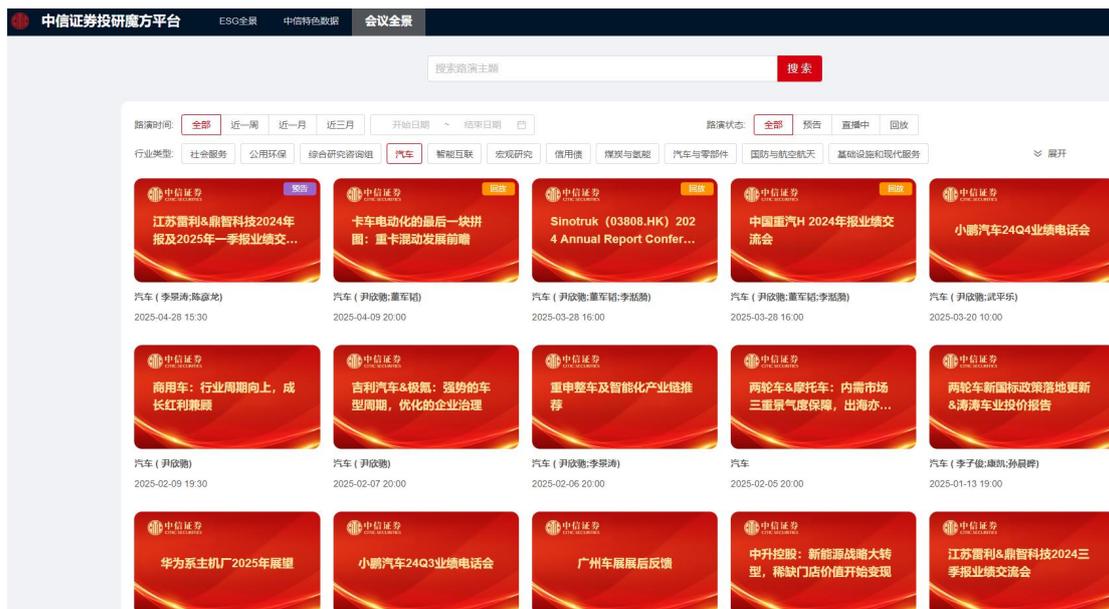


图 11 研究服务类数据产品及服务系统平台示例

产品样例 4: 国泰海通通过“道合研报”提供十二类研报，包含宏观研究、策略研究、行业研究、公司研究、债券研究、基金研究、期货研究、金融工程、大类资产、新股研究、产业专题研究、政策报告，满足用户多元化、专业化的需求。

4.投资顾问类数据产品及服务

该类数据产品及服务是指利用先进的信息技术和数据分析算法，为投资者提供智能化投资顾问服务的数据产品。它通过整合多源数据，运用量化模型和人工智能技术，对投资者的风险偏好、投资目标、资产状况等进行评估和分析，进而生成个性化的投资策略和建议。

产品样例 1: 中信建投证券通过“蜻蜓点金”APP，集成短线宝、尾盘掘金、筹码掘金、北上资金策略等智能选股产品，并集成神奇九转、神奇电波、主力密码等择时策略工具，同时配备了安心投、沪深港资金、高级诊股等数据支持服务，为投资者提供包括智能选股、交易策略、资产配置等

数据服务。此外，“蜻蜓点金”APP 收纳了基金投顾数据产品，为客户提供专属基金投资方案数据服务。

中信证券通过“信 e 投”APP，以智能投顾系统为客户提供专业，全面，透明，便捷的投资策略服务，助力包括财富管理，自营交易，资产管理，股票销售等在内的业务开展。

中泰证券通过“齐富通”APP，集成锦囊、投资大师、涨泰宝、智盈主力、智力盈先机、筹码分布等智能选股产品，并集成超级电波相似 K 线、资金动能等择时策略工具，同时配备投资图谱、历史回看等数据支持工具，为投资者提供智能选股、交易策略、资产配置等数据服务。此外，“齐富通”APP 收纳了理财工具，提供基金定投、报价回购、新客理财数据策略服务。



图 12 投资顾问类数据产品及服务 APP 示例

产品样例 2: 中信建投证券通过“AI 智问”提供全方位的投研支持，其中包括智能市场噪音过滤、关键投资逻辑提炼、行业动态快速把握、潜在机会智能挖掘，帮助金融从业者快速学习金融知识，支持客户实时咨询。

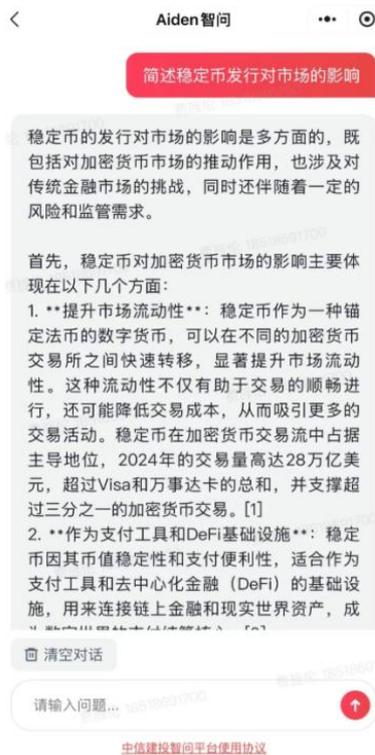


图 13 投资顾问类数据产品及服务 APP 示例

5.策略交易支持类数据产品及服务

该类数据产品及服务是指集成策略研究、投资管理、交易执行等功能，为量化投资交易策略研发、回测、仿真、实盘提供全生命周期服务的数据产品。

产品样例 1：中信证券量化交易平台，是集数据服务、策略研发、算法及策略交易、产品风控和算法绩效分析等为一体的量化交易全业务链数据产品，提供成熟的算法和策略服务。

中信建投证券两融算法交易系统为高净值、交易型客户提供包括多交易算法和交易策略在内的专业数据服务。

中泰证券“XTP 极速交易”通过“算法超市”提供自研算法总线，对接市场上主流的算法交易厂商，为专业投资者提供性能强大、种类丰富的各类算法交易策略数据服务。



图 14 策略交易支持类数据产品及服务系统平台示例

产品样例 2：中信建投期货研究公众号定期发布策略早报，系统梳理前日市场脉络，并对当日国内外宏观形势、政策动向及核心品种，如：股指、贵金属、能化、农产品等，进行深度剖析与趋势预判，提供清晰的策略参考。帮助用户获得经过专业研究的交易逻辑与点位研判，从而有效规避市场噪音。

光大期货微资讯公众号按照金融类、矿钢焦煤类、有色金属类、能源化工类、农产品类等进行分类，每日推送行业期货策略，帮助用户理解市场逻辑。



图 15 策略交易支持类数据产品及服务系统平台示例

6.消息推送类数据产品及服务

该类数据产品及服务是指利用大数据、人工智能、机器学习等先进技术，对证券期货市场的相关数据以及客户画像进行深度挖掘和分析，从而为客户提供精准的消息推送的数据产品。

产品样例 1：中信建投证券打造数智营销平台、中泰证券打造 DOP 客户营销平台，为客户精准推送产品和服务数据。借助智能技术手段和业务内容，建设客户全生命周期的获客运营、新手投教、熟手指导及安抚挽留机制，搭建海量智能化服务场景，通过 APP、PC 客户端、微信等多渠道触达客户。

7.知识库服务类数据产品及服务

该类数据产品及服务是指利用大数据、人工智能、机器学习等先进技术，对证券期货市场的公开数据、行业研究报告、政策法规、历史交易数据、客户行为数据等进行采集、清洗、整合、结构化处理及深度分析后，构建成系统化的知识体系，并以数字化形式为客户提供知识检索、信息查询等

服务的数据产品。

产品样例 1: 中信建投证券在“蜻蜓点金”APP 中集成了智能搜索引擎, 支持客户在线提问并智能化提供涵盖股票、基金、ETF、债券、指数等多种标的的行情数据及其他问题解答服务。

产品样例 2: 国信证券在“金太阳”APP 中融合端侧智能体“小艺”“Siri”, 支持客户在线提问并智能化提供行情数据服务。



股票代码	公司简称	行业类别名称	股票代码	收盘价 (20250423)	滚动市盈率 (20250423)
601899.SH	紫金矿业	黄金	601899.SH	17.79	
600547.SH	山东黄金	黄金	600547.SH	31.34	
600489.SH	中金黄金	黄金	600489.SH	14.3	
000975.SZ	山金国际	黄金	000975.SZ	20.56	
600988.SH	赤峰黄金	黄金	600988.SH	28.17	
002155.SZ	湖南黄金	黄金	000988.SH	28.17	
601069.SH	西部黄金	黄金	002155.SZ	23.59	
002237.SZ	恒邦股份	黄金	601069.SH	18.73	
001337.SZ	四川黄金	黄金	002237.SZ	11.48	
000506.SZ	*ST中润	黄金	001337.SZ	25.9	
			000506.SZ	6.56	
			300139.SZ	19.33	
			600807.SH	2.57	

图 16 知识库服务类数据产品及服务 APP 示例

8. 账户信息查询类数据产品及服务

该类数据产品及服务是指基于证券期货投资者账户数据整合分析, 为投资者提供账户资产查询、交易记录核对、对账单生成、账户信息变更等服务的数数据产品及服务。

产品样例 1: 中信建投证券在“蜻蜓点金”APP 中提供对账单、资产证明服务等。客户在线提交申请后, 该数据产品会将指定账户、指定时间范围的对账单、资产证明发送到客户邮箱。



图 17 账户服务类数据产品及服务 APP 示例

产品样例 2：中信建投期货在“中信建投期货微掌厅”小程序中提供资料变更、账户管理等服务，包含找回资金账号、适当性评估、重置监控密码、重置交易及资金密码等功能。

国信证券 PB 投控业务系统为客户提供查询委托成交结果、资金流水、融资融券明细等服务。



图 18 账户服务类数据产品及服务 APP 示例

9. 投资者教育类数据产品及服务

该类数据产品及服务是指以提升投资者对证券期货市场的认知、理解和投资能力为目标，通过收集、整理、分析和呈现相关数据，为投资者提供政策法规、投资知识等教育服务和知识传播的数据产品。

产品样例 1：中信建投证券、中泰证券、国信证券通过各自微信公众号“投教基地”，定期更新投教文章，向广大投资者提供专业、友好、深度的公益性投教服务。



图 19 投资者教育类数据产品及服务微信公众号示例

产品样例 2：中信建投期货通过微信公众号“中信建投期货投教基地”定期发布文章和视频号内容，打造了一个及时、易懂的投资者教育平台，帮助用户提升金融素养、构建理性投资思维体系。

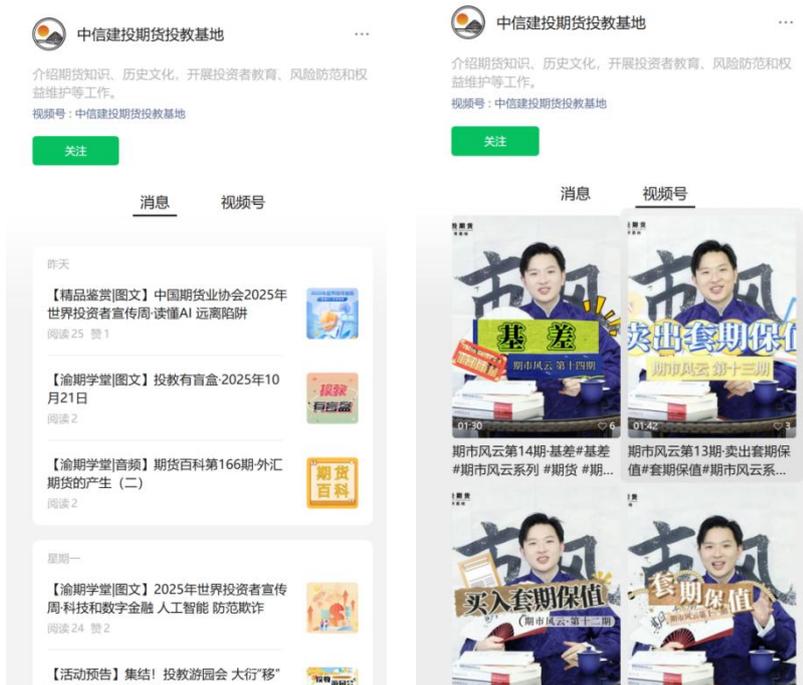


图 20 投资者教育类数据产品及服务微信公众号示例

产品样例 3：“中信建投期货通”APP 以在线直播的方式帮助用户系统学习交易期货期权的必备知识，包括期货入门、开户须知、交易必读、技术分析、软件功能介绍等。



图 21 研究服务类数据产品及服务 APP 示例

（二）数据产品及服务应遵循的管理规范

首先，证券期货行业数据产品及服务是为了适应金融服务模式线上化和无纸化转变，将以往的线下业务过程转移到线上而逐步发展起来的，因此所有的数据内容和服务过程都必须满足业务的合规要求。其次，数据产品和服务都需要以信息系统作为载体触达客户，因此必须要满足建设、运维信息系统的相关规范要求。最后，由于证券期货行业的一部分数据产品会包含客户账户信息和资产信息，涉及客户隐私，因此对数据和服务通道的安全性管理都提出较高要求。经过梳理归纳，课题组总结出“合规性要求”、“技术规范”和“数据管理规范”三类规范性要求。

1. 合规性要求

（1）数据来源合法性

证券期货业应对数据产品及服务的用数来源进行合法性穿透管理，确保“源头可追溯、责任需共担”。一方面，所有服务提供者均应建立健全数据来源管理制度，通过明确的审查流程、岗位职责和内部控制机制，实现数据来源管理的规范化和系统化。另一方面，服务提供者作为数据使用和传播主体，应对数据来源合法性承担最终责任，确保所提供数据的真实、准确和完整。如果确认是数据来源有问题，服务者应在对客担责后，向数据供给方追究责任。

（2）风险揭示强制性

风险揭示已内化为数据产品及服务全链条都应强制遵循的底线。这一强制性体现在三个层面：一是呈现形式的强制性，要求风险揭示必须以“醒目、明确”的方式展示，产

品展示类服务应在显著位置注明“市场有风险，投资需谨慎”等提示语。投资顾问类服务应使用标准化风险揭示书模板。二是呈现内容的强制性，呈现内容中必须包含关键风险指标，如投资顾问业务必须展示波动率、最大回撤等量化风险参数，使用人工智能算法应向用户充分提示 AI 算法的固有缺陷和使用风险等。三是禁止展示误导性信息，包括禁止使用“业绩稳健”“高收益无风险”等诱导性语言，不得以误导投资者为目的的选择性展示部分业绩。

（3）投资者适当性管理要求

证券期货业数据产品及服务应将投资者适当性管理作为贯穿业务全生命周期的核心要求，实现客户风险偏好与产品的风险等级相匹配的全流程管控。金融机构应当勤勉尽责、审慎履职，全面了解投资者情况并深入分析产品信息，禁止向不符合准入要求的投资者销售产品，禁止主动向普通投资者推介高于其风险承受能力的产品或服务。同时需建立动态评估机制，在客户准入、产品推介、服务提供等环节持续识别适配性，将适当的产品或服务销售给适合的投资者。

2.技术规范

（1）系统技术安全可控性

建设和运行提供数据产品及服务的信息系统应充分考虑系统技术的安全性和可靠性。一是要求系统建设遵循安全性、可靠性、稳定性和健壮性原则。二是将开发环境、测试环境与生产环境进行隔离管理，开发与运维岗位应做职责分离。三是对外包或外购软件须建立质量保证体系并进行安全审查，严禁采购曾为违法违规行为提供技术支持的开发商的产品。

（2）业务连续性与应急处置能力

提供数据产品及服务的信息系统应建立健全业务连续性保障机制与应急处置体系。一是系统应具备有效的应急处置功能，制定突发事件应急预案。二是应建立全流程风险监控机制，保障备用服务渠道具备足够的性能容量，确保在系统故障、网络攻击等突发事件下实现业务平稳切换与快速恢复。

3.数据管理规范

（1）数据安全治理

数据产品及服务的提供者应建立数据分类分级管理制度，在数据产品及服务中基于分类分级结果落实安全管理要求。

（2）数据留痕和可追溯

数据产品及服务的提供者应确保对数据内容做到有留痕、可溯源。一是建立本地与异地相结合的备份机制，业务数据在线保存不少于1年，离线备份保存不少于20年，并定期进行可恢复性验证。二是所有业务环节须实施留痕管理，通过录音、录像、电子或纸质文档等方式完整记录操作过程，留痕资料不少于原数据保存期限要求。三是算法模型须具备可追溯性，完整记录训练数据来源、时间、量级及采样方法。

（3）第三方数据管控

数据产品及服务的提供者在使用第三方数据时要对数据进行有效管控。一是必须验证来源合法合规，可要求服务商以合同或承诺形式明确数据合规责任，不得超范围转载或使用未经核实的信息。二是与第三方平台合作须自主生成并全程管理相关内容，客户数据须在自主控制的信息系统中处

理，采取独立于第三方的安全措施保障数据传输保密性与完整性，禁止将业务处理逻辑封装在第三方平台，防止任何机构或个人截留、获取有关数据。

除此之外，不同类型的数据产品及服务还应满足符合其特性的管理规定（见附录）。

（三）数据产品及服务定价方法

数据产品及服务的提供者应综合使用成本法、收益法、市场法评判其价值。

成本法：是按照该项数据资产所发生的成本作为确定数据资产价值的基础，并对重置成本的价值进行调整，以此确定数据资产价值的评估方法。证券期货业数据产品及服务的成本一般包括原始数据采购费、数据加工费、数据合规确权费、数据产品及服务核心功能开发费用等。

收益法：是通过测算该项数据资产所产生的未来预期收益并折算成现值，进而确定被评估数据资产的价值。证券期货业数据产品及服务的收益通常包含订阅费、服务费、佣金等。

市场法：是在具有公开并活跃的交易市场的前提下，选取近期或往期成交的可比参照物价格作为参考，并调整有特异性、个性化的因素，从而得到数据产品及服务价值的方法。证券期货业数据产品及服务通常参考同业近似产品作为价值衡量的参照。

在定价时，除了上述三种方法所考虑因素，还应综合考虑监管要求、服务方式、客群定位、收益方式、预期回本周期限、收益目标、市场同类竞品情况等，以期覆盖成本并带来

正向盈利。以下是证券期货业不同种类的数据产品及服务的常见的定价方式：

1. 产品展示类数据产品及服务

该类数据产品及服务主要是披露产品基本信息。为提升客户粘性，证券期货行业机构一般将该类数据产品及服务作为金融综合服务的一部分，通过其他业务（如资产管理、投顾服务等）的收益间接覆盖成本，不单独向客户收费，不独立定价。

2. 资讯行情类数据产品及服务

该类数据产品及服务通常采用市场法和收益法相结合方式进行定价。市场上常见的服务功能和组合可参考同类产品进行定价，对于具有个性化的服务内容或具有一定市场稀缺性的数据采用收益法进行定价。在收费方式上，一般按照年费收取或者数据使用频率收取。

例如，可将资讯行情类数据产品及服务划分为基础版、专业版、机构版。其中基础版主要服务个人投资者，专业版主要服务中小机构和高净值个人，机构版主要服务银行、基金和券商等。

基础版仅提供基础行情数据、公开资讯摘要等内容，基本满足个人投资者的数据需求，一般以包月/包年模式定价，例如某资讯网站“Level-2 实时行情”收费标准约为 300 元/年。

专业版提供实时行情、深度数据分析等服务，满足了中小机构、高净值个人投资者的深层次数据需求，一般以阶梯式月费/年费，有时辅以功能模块组合方式定价。例如，某厂商的专业版资讯数据服务产品包含实时行情、产业链数据及

基础分析功能，收费标准约为 1.5 万元/年。

机构版提供高频数据调用 API 接口、特需数据、定制分析模型等高阶资讯数据服务，一般以协商定价方式，会参考日均数据请求量、用户数量、定制化成本等因素计算收费标准。例如，某厂商金融终端机构版年费超百万元，按终端数量及是否包含附加模块（主要指是否包含债券估值、期权定价工具等）给出个性化报价。

在有的情况下，资讯厂商会根据资讯行情数据更新频率、市场竞品情况、客户反馈等情况在原价格的基础上进行调整。

3.研究服务类数据产品及服务

由于该类数据产品及服务涉及领域知识沉淀、算法模型构建、合规风控投入，具有高附加值特征，通常会综合使用成本法和收益法，围绕数据产品和服务的生产成本、客户需求的个性化程度、复杂度、急迫性和预期收益等因素，由数据提供者和客户协商定价。可考虑纳入的成本包括原始数据采集或采购成本、加工成本、数据清洗、特征工程、模型训练的人力投入成本、专家资源等级与服务形式、服务时长等客服成本。

在收费方式上多采用“基础服务阶梯式定价”和“定制化服务差异化定价”两种模式。

例如：

（1）某厂商每月提供 3-4 场专题路演及配套路演记录，用户需通过购买厂商平台账号获取服务权限。收费采用阶梯报价模式：5 个以内账号，费用区间为 15-30 万元；10 个以内账号，费用区间为 30-50 万元，按账号数量阶梯定价。

（2）某厂商提供专家电话访谈、线下交流、会议演讲

等多种形式的定制化服务，收费标准结合专家级别与服务形式确定，多采用“按小时报价、按分钟计费”模式，最终根据实际服务时长折算费用。

4.投资顾问类数据产品及服务

该类数据产品及服务通常采用市场法和收益法相结合的方式定价。市场上常见的服务功能和组合可参考同类产品定价，投资操作指导型的服务有时也按照为客户带来的收益成效和交易规模定价。

在收费方式上，一般以“订阅模式”按月度、季度、年度收费，有的提供者也会采用“免费订阅 + 后端盈利收费”模式进行定价。例如：某公司股票投顾类产品签约时免费，股票交易盈利才会收取超额收益的 0.3%。还有的投顾产品按照客户尾随交易的笔数收费，每笔交易收取固定金额投顾费，

5.策略交易支持类数据产品及服务

目前市场上同类数据产品较多，该类数据产品及服务多采用市场法定价。一般参照市场同类竞品的性能、价格进行定价。在收费方式上，多采用“平台免费，交易收费”的方式。例：部分券商会为客户免费提供交易平台，但如果客户使用交易策略，则基于不同场景，适当提高交易佣金的提取比例。

6.消息推送类数据产品及服务

作为一种获客手段，该类数据产品及服务通常免费。

7.知识库服务类数据产品及服务

作为一种获客手段，该类数据产品及服务通常免费，向客户提供高质量信息检索服务或精准回答服务。

8.投资者教育类数据产品及服务

作为券商服务投资者的责任，该类数据产品及服务通常免费。

9.账户信息查询类数据产品及服务

按照行业要求，券商均免费为客户提供标准、规范的基础账户信息查询服务，对客户的定制化服务要求酌情收费。

（四）数据产品及服务质效评价方法

主要从“质量评价”和“效果评价”两个方面对证券期货业数据产品及服务质效进行评价。其中，采用“效果评价”时对不同类型数据产品及服务采用不同的评价维度。

1.质量评价

数据产品及服务的质量评价维度是基线要求，主要体现了其完整性、准确性、可靠性、安全性等管理要求，是各类数据产品及服务都应当遵循的通用管理要求，其评价指标可以划分为以下几种类型：

（1）准确性-数据准确率

定义：在统计期内，数据产品输出的关键业务数据与权威数据源或真实值相吻合并符合监管要求的比率。

公式： $X = \text{准确数据记录数} / \text{总数据记录数} \times 100\%$

其中，准确数据记录数 $= (1 - \text{抽样中问题记录数} / \text{总抽样数}) \times \text{总数}$

目标：达到 100%。

执行建议：需要明确关键业务数据范围，以监管认可的权威信源或实际业务数据为基准，抽样核查数据记录的正确情况，按公式计算准确率，抽样比例不低于一定比例。例如：不得低于总数据量的 5%。

（2）完整性-数据完整率

定义：在统计期内，产品提供的信息的完整性的比率，如：风险等级标识、费用明细、投资者适当性分类等信息。

公式： $X = (1 - \text{监管要求数据项中的未提供数量} / \text{监管要求数据总量}) \times 100\%$

目标：达到 100%。

执行建议：需要梳理监管要求的强制披露信息清单，逐一核查数据产品及服务实际包含的信息项，按公式计算完整率，清单应根据监管政策更新及时调整。

（3）安全性-数据适当率

定义：在统计期内，为客户提供的数据产品及服务与其风险偏好匹配的比率。

公式： $X = (1 - \text{为客户提供的与其风险偏好不匹配的数量} / \text{为客户提供的数据产品及服务总量}) \times 100\%$

目标：达到 100%。

执行建议：统计周期通常建议不少于 3 个月，为客户提供的数据产品及服务不得超出监管要求提供的范畴，核心原则是产品风险等级不得高于客户风险承受能力等级。

（4）可靠性-数据产品及服务稳定率

定义：在统计期内，有效为客户提供数据产品及服务的在线时间。

公式 1： $X = \text{实际在线时长} / \text{应在线时长}$

此公式适用于以在线方式提供的数据产品及服务。

公式 2： $X = \text{实际提供服务的次数} / \text{申请总次数}$

此公式适用于按批次提供服务的数据产品。

目标：达到 100%。

执行建议：统计周期通常建议不少于 3 个月。

2.效果评价

效果评价主要从“应用成效”、“易用性”、“数据时效性”以及“数据生产能力”四个维度进行，不同类型的数
据产品及服务有其适合的评价维度与指标，其适用范围如下
表所示：

表 1：证券期货业数据产品及服务效果评价维度表

评价维度	产品分类								
	产品 展示	资讯 行情	研究 服务	投资 顾问	策略交 易支持	消息 推送	知识库 服务	账户信 息查询	投资者教 育
应用成效			√	√	√	√	√		√
易用性		√		√				√	
数据时效性	√	√	√		√		√		
数据生产能力	√		√			√			

(1) 产品展示类

产品展示类数据产品及服务的核心特点在于为客户提供直观、交互式的视觉呈现，因此选择“易用性”和“数据
生产能力”作为核心评价维度更加贴合其特性。

①数据时效性评价维度

指标 1：产品展示响应效率

定义：在统计期内，用户从发起请求到完整加载产品信息
的平均耗时。

公式： $X = \text{avg}(\text{用户得到服务的时间} - \text{用户发起服务的时间})$

目标：平均耗时趋近于 0。用户服务响应时间越短，其
易用性越高，X 越接近于 0 越好。

②数据生产能力评价维度

指标 1: 产品覆盖完整度

定义: 在统计期内, 展示的金融产品类型占全市场金融产品的比例。

公式: $X = \text{展示金融产品种类} / \text{全市场金融产品种类总数} \times 100\%$

目标: 达到 100%。提供的数据产品种类越丰富, 数据生产能力越强, X 越接近 1 越好。

(2) 资讯行情类

资讯行情类数据产品及服务的核心特点是将海量、动态的市场数据高效地提供给投资者, 其价值高度依赖用户能否快速理解并应用数据, 因此选择“易用性”和“数据时效性”作为核心评价维度。

① 易用性评价维度

指标 1: 资讯行情数据加载效率

定义: 在统计期内, 用户从发起资讯行情数据请求到页面完全加载的平均耗时。

公式: $X = \text{avg}(\text{用户得到服务的时间} - \text{用户发起服务的时间})$

目标: 平均耗时趋近于 0。相同测试环境下, 用户服务响应时间越短, 其易用性越高, X 越接近于 0 越好。

② 数据时效性评价维度

指标 1: 行情体验指数

定义: 在统计期内, 行情体验指数用于比较多个行情数据推送产品的实时性。

公式: $SQE = \prod_{i=1}^n V_i$

目标：达到 1。V 值是指在相同测试环境下，实时采集多个数据产品的行情刷新数据和行情刷新标准时间，统计一定时长内（默认为 1s）每个产品能够达成的成交额，按成交额从大到小对产品进行排序，默认排最前的产品在本周期权值 V 为 1，其他产品则按名次依次递减 0.01，每个产品每次测试获得一个 V 值，如 V_1 、 V_2 、 V_3 等。SQE 指数取值范围在 0~1 之间，数值越大代表行情及时性越好。

指标 2：行情正常率

定义：行情中断或数据异常后的恢复时间。

公式： $X = (1 - \text{行情中断或数据异常时长} / \text{行情发布时长}) \times 100\%$

目标：越接近于 100%越好。

（3）研究服务类

研究服务类数据产品及服务的核心特点在于通过专业分析将金融市场数据转化为可执行的投资决策支持，其价值高度依赖研究成果对实际投资的指导效果。这类服务需同时满足研究深度、研究广度与市场时效性的要求，因此选择“应用成效”“数据时效性”和“数据生产能力”作为核心评价维度。

①应用成效评价维度

指标 1：客户满意度

定义：统计期内，用户明确反馈“内容直接辅助投资决策，研究服务内容有效”的比率。

公式： $X = \text{反馈有效用户数} / \text{调研用户总数} \times 100\%$

目标：达到 100%。通过用户调研的方式获取用户反馈，

评价为有效的可视为用户认可数据产品对投资决策的支撑作用，可作为反馈有效用户，X 越大越好。

②数据时效性评价维度

指标 1: 突发事件响应效率

定义: 在统计期内，重大政策、事件发生至解读报告推送的平均时间差。

$$\text{公式: } X = \prod_{i=1}^n V_i$$

目标: 达到 1。V 值是指在相同测试环境下，统计一定周期内研究服务对重大政策、事件的响应耗时，在研究服务质量近似的条件下，按耗时从少到多排序，默认耗时最短的 V 为 1，其他产品则按名次依次递减 0.01，每个产品每次测试获得一个 V 值，如 V_1 、 V_2 、 V_3 等，未响应的产品 V 为一个给定值（如：0.01）。X 数值越大证明响应程度越好。

③数据生产能力评价维度

指标 1: 产品覆盖完整度

定义: 研究覆盖的金融产品类型占全市场金融产品的比率。

公式: $X = \text{研究覆盖金融产品种类数量} / \text{全市场金融产品种类总数} \times 100\%$

目标: 达到 100%。提供的数据覆盖产品种类越丰富，数据生产能力越强，X 越接近 1 越好。

(4) 投资顾问类

投资顾问类数据产品及服务的核心特点在于通过专业分析工具、个性化策略为投资者提供适当的投资建议，其价值高度依赖实际投资效果的达成和用户的操作体验，因此选

择“应用成效”和“易用性”作为核心评价维度更加贴合其特性。

①应用成效评价维度

指标 1: 客户跟投超额收益率

定义: 签约投顾服务的客户跟投收益情况。

公式: $X = \text{客户按照投顾产品指导进行的投资收益率} - \text{投顾产品可比基准收益率}$

目标: 客户投资超额收益率体现了投顾产品为客户带来的实际成效, 超额收益率越高证明应用成效越好, X 越大越好。

指标 2: 投顾客户触达率

定义: 指在统计期内, 使用投顾服务的客户在公司全量合格客户中的比率。

公式: $X = \text{使用投顾服务数据产品的客户数} / \text{公司全量合格客户数}$

目标: 达到 100%。其中, 合格客户数指满足投顾服务适当性的客户。

②易用性评价维度

指标 1: 产品易用度

定义: 统计期内, 用户明确反馈“投顾产品及服务易用、好用”的比例。

公式: $X = \text{反馈有效用户数} / \text{调研用户总数} \times 100\%$

目标: 达到 100%。通过用户调研的方式获取用户反馈, 评价为易用、好用可视为用户认可数据产品使用便捷性, 可作为反馈有效用户, X 越大越好。

(5) 策略交易支持类

策略交易支持类数据产品及服务的核心特点在于通过提供专业工具和平台、数据、策略资源帮助投资者实现从策略研发到实盘落地的全流程闭环。这类产品需同时满足策略有效性、操作便捷性以及市场响应速度的要求，因此选择“应用成效”和“数据时效性”作为核心评价维度。

①应用成效评价维度

指标 1: 客户满意度

定义: 统计期内，用户明确反馈“策略交易直接辅助投资决策”的比例。

公式: $X = \text{反馈有效用户数} / \text{调研用户总数} \times 100\%$

目标: 达到 100%。通过用户调研的方式获取用户反馈，评价为有效的可视为用户认可数据产品对投资决策的支撑作用，可作为反馈有效用户，X 越大越好。

②数据时效性评价维度

指标 1: 策略响应效率

定义: 统计期内，衡量从信号触发到执行指令的平均耗时。

公式: $X = \text{avg}(\text{交易执行时间} - \text{信号触发时间})$

目标: 平均耗时趋近于 0。相同测试环境下，用户服务响应时间越短，其时效性越高，X 越接近于 0 越好。

(6) 消息推送类

消息推送类数据产品及服务的核心特点在于通过数据整合以及算法模型为客户提供精准的产品和服务推荐，实现“在合适场景向合适用户推送合适内容”这一目标。这类服务需同时满足策略有效性、操作门槛可控性及数据支撑能力的要求，因此选择“应用成效”和“数据生产能力”作为核

心评价维度更加贴合其特性。

①应用成效评价维度

指标 1: 消息推送客户触达率

定义: 在统计期内, 成功收到消息推送的客户在公司全量合格客户中的比率。

公式: $X = \text{成功收到消息推送的客户数} / \text{公司全量合格客户数} \times 100\%$

目标: 达到 100%。其中, 合格客户数指该消息应该触达的满足适当性要求的所有客户。

指标 2: 消息推送客户转化率

定义: 在统计期内, 点击消息的客户在全量收到消息的客户数中的比率。

公式: $X = \text{点击消息的客户数} / \text{公司全量收到消息的客户总数} \times 100\%$

目标: 达到 100%。

②数据生产能力评价维度

指标 1: 产品覆盖完整度

定义: 在统计期内, 支持消息推送的金融产品类型占数据产品及服务提供者金融产品总数的比例。

公式: $X = \text{支持消息推送的金融产品种类} / \text{提供者金融产品总数} \times 100\%$

目标: 达到 100%。支持消息推送的数据产品种类越丰富, 数据生产能力越强, X 越接近 100%越好。

(7) 知识库服务类

知识库服务类数据产品及服务的核心在于将分散的数据转化为知识资源, 向客户提供问答服务, 其价值实现高度

依赖实际业务问题的解决效率与用户操作的便捷性，因此选择“应用成效”和“数据时效性”作为核心评价维度。

①应用成效评价维度

指标 1：问题回复率

定义：统计期内，客户、员工使用了知识库服务之后有效解决的问题数量在总问题中的占比。

公式： $X = \text{有效解答问题数量} / \text{问题总数量} \times 100\%$

目标：达到 100%。问题有效解答率体现了知识库类数据产品及服务的使用成效，X 越接近 100%越好。

指标 2：用户满意度

定义：在统计期内，用户明确反馈“知识库回复质量为优”的比例。

公式： $X = \text{反馈有效用户数} / \text{调研用户总数} \times 100\%$

目标：达到 100%。通过用户调研的方式获取用户反馈，评价为知识库质量为优，可视为用户认可数据产品好用，即为反馈有效用户，X 越大越好。

(8) 投资者教育类

投资者教育类数据产品及服务的核心在于将复杂的金融知识转化为可理解、可操作的内容，提高投资者对于金融市场的理解水平，这类服务需同时满足知识转化效果与用户操作友好性的目标，因此选择“应用成效”作为核心评价维度。

①应用成效评价维度

指标 1：投资者理解率

定义：在统计期内，投资者完成教育内容后，标准化测试题目的平均正确率。

公式： $X = (\text{答对题数} / \text{总题数}) \times 100\%$

目标：达到 100%。在知识点覆盖度达到相同水平下，采用调查问卷的方式检测投资者对于投资者教育类内容的理解程度，X 越大越好。

指标 2：投资者问题发生率

定义：在统计期内，投资者完成教育内容后，仍发生不符合监管要求的违规行为的比率。

公式： $X = \prod_{i=1}^n V_i$

目标：达到 1。在相同测试环境下，针对统计期内完成投资者教育的客户发生违规行为的次数，从小到大对产品进行排序，默认排最前的产品在本周期权值 V 为 1，其他产品则按名次依次递减 0.01，每个产品每次测试获得一个 V 值，如 V_1 、 V_2 、 V_3 等。X 取值范围在 0~1 之间，数值越大代表投资者教育效果越好。

(9) 账户信息查询类

账户信息查询类数据产品及服务的核心在于安全、高效地展示投资者资产、身份等信息，因此选择“易用性”作为核心评价维度更加贴合其特性。

① 易用性评价维度

指标 1：账户信息自助查询率

定义：在统计期内，用户无需经过人工辅助，自助完成账户信息查询的数量在全部账户信息查询总量中的比率。

公式： $X = \text{用户自助查询数量} / \text{用户查询总量} \times 100\%$

目标：达到 100%。在相同测试环境下，用户无需依赖数据产品及服务提供者人工协助，自主完成账户信息查询的

比率越高证明数据产品及服务的易用性越好，X 越大越好。

四、研究结论与建议

本课题将证券期货业现行的数据产品及服务分为了产品展示、资讯行情、研究服务、投资顾问、策略交易、消息推送、知识库服务、投资者教育、账户信息查询共九类，梳理了每类数据产品及服务涉及的合规要求、技术规范、数据管理规范，分析了每类数据产品及服务的典型定价方案，提出了每类数据产品及服务的质效评价模型。为行业提升数据产品和服务管理水平，深化应用，更好服务广大用户提供依据。

课题负责人:	许立芳	中信建投证券股份有限公司	数据管理部行政负责人
课题成员:	刘树国	中信建投证券股份有限公司	数据管理部总监
	李佳林	中信建投证券股份有限公司	数据治理组负责人
	郝宏宇	中信建投证券股份有限公司	数据治理组高级经理
	王桂强	中信证券股份有限公司	技术中心总监
	陈辉华	中信证券股份有限公司	技术中心高级副总裁
	张越然	中信证券股份有限公司	技术中心副总裁
	刘宇清	中泰证券股份有限公司	大数据中心副总经理
	高长胜	中泰证券股份有限公司	大数据中心数据治理组组长
	黎峰	证通股份有限公司	副总裁

附录:

1、产品展示类数据产品及服务

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
1	《公开募集证券投资基金宣传推介材料管理暂行规定》	证监会公告[2020]59号 强制规定	<p>第四条 基金宣传推介材料可以登载该基金、基金管理人管理的其他基金的过往业绩，基金合同生效不足6个月的除外。</p> <p>基金宣传推介材料登载过往业绩的，应当同时登载基金业绩比较基准的表现，展示的任意业绩区间均应当超过6个月，且符合以下要求：</p> <p>（一）基金合同生效6个月以上但不满1年的，应当从合同生效之日起计算业绩；</p> <p>（二）基金合同生效1年以上但不满5年的，应当包含自合同生效当年开始所有完整会计年度的业绩；</p> <p>（三）基金合同生效5年以上的，应当包含最近5个完整会计年度的业绩；</p> <p>（四）业绩登载期间基金合同中投资目标、投资范围和投资策略发生改变或者基金经理发生变更的，应当予以特别说明。</p>	合规要求
			<p>第五条 基金宣传推介材料登载该基金、基金管理人管理的其他基金的过往业绩，应当遵守下列规定：</p> <p>（一）按照有关法律法规的规定或者行业公认的准则计算基金的业绩表现数据；</p> <p>（二）引用的统计数据 and 资料应当真实、准确，并注明出处，不得引用未经核实、尚未发生或者模拟的数据；对于推介定期定额投资业务等需要模拟历史业绩的，应当采用我国证券市场或者境外成熟证券市场具有代表性的指数，对其过往足够长时间的实际收益率进行模拟，同时注明相应的复合年平均收益率；此外，还应当说明模拟数据的来源、模拟方法及主要计</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			算公式，并进行相应的风险提示； (三) 真实、准确、合理地表述基金业绩和基金管理人的管理水平。基金业绩表现数据应当经基金托管人复核或者摘取自基金定期报告。	
			第六条 基金宣传推介材料 登载基金过往业绩的 ，应当以显著方式特别声明，基金的过往业绩并不预示其未来表现，基金管理人管理的其他基金的业绩并不构成基金业绩表现的保证，不得以明示、暗示或其他任何方式承诺产品未来收益。基金宣传推介材料登载基金经理过往业绩的，应当客观、准确登载该基金经理与产品投资相关的任职情况。相关过往业绩原则上应当覆盖该基金经理管理的全部同类产品的过往业绩，不得片面选取特定或部分产品、特定或部分区间过往业绩进行宣传。	合规要求
			第七条 基金宣传推介材料 对不同基金的业绩进行比较的 ，应当使用可比的数据来源、统计方法和比较期间，并且有关数据来源、统计方法应当公平、准确，具有关联性。	技术规范
			第八条 基金宣传推介材料 附有统计图表的 ，应当清晰、准确。	技术规范
			第九条 基金宣传推介材料 提及基金评价机构评价结果的 ，应当符合中国证监会关于基金评价结果引用的相关要求，列明基金评价机构的名称及评价结果发布日期。应当注重基金评价结果的时效性，不得仅引用距离发布日期超过两年的评价结果。	合规要求
			第十条 基金宣传推介材料 登载基金管理人股东背景时 ，应当特别声明基金管理人与股东之间实行业务隔离制度。	合规要求
			第十一条 基金宣传推介材料中 推介特殊基金品种的 ，应当对投资范	技术规范

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			围、投资策略、风险收益特征等进行专门揭示。	
			<p>第十二条 基金宣传推介材料有足够平面空间的，应当加入风险揭示书。其他情况下，基金宣传推介材料的风险提示和警示性文字必须醒目、明确，方便投资人阅读。风险揭示书的格式文本由中国证券投资基金业协会负责发布和更新。电视、电影、动态互联网资料等形式的宣传推介材料应当包括为时至少 5 秒钟的影像显示，提示投资人注意风险并参考该基金的销售文件。电台广播应当以旁白形式表达上述内容。</p>	技术规范
			<p>第十三条 基金产品的募集上限、比例配售等安排，可以在宣传推介材料中作为风险提示事项予以列示说明，但不得以不同字体、加大字号等方式进行强调，不得作为销售主题进行营销宣传。</p>	合规要求
			<p>第十四条 基金宣传推介材料含有基金获中国证监会注册内容的，应当特别声明中国证监会的注册并不代表中国证监会对该基金的风险和收益做出实质性判断、推荐或者保证。</p>	合规要求
			<p>第十五条 基金宣传推介材料必须使用清晰的语言表述，不得存在以下情形：</p> <p>（一）在未提供客观证据的情况下，使用业绩稳健、业绩优良、名列前茅、位居前列、唯一等表述；</p> <p>（二）违规使用安全、保证、承诺、保险、有保障、高收益、无风险、坐享财富增长、安心享受成长、尽享牛市等可能使投资人认为没有风险或者忽视风险的表述；</p> <p>（三）使用欲购从速、申购良机等片面强调集中营销时间限制的表述；</p> <p>（四）诋毁、贬低其他基金管理人、基金托管人或者基金销售机构，或者其他基金管理人管理的基金；</p> <p>（五）夸大或者片面宣传基金管理人、基金经理或者其管理的基金的过往</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			业绩； （六）使用或者登载单位、个人的推荐性文字； （七）使用广告法、反不正当竞争法、反垄断法禁止的内容； （八）中国证监会规定的其他情形。	
2	《资产管理产品介绍要素第2部分：证券期货资产管理计划及相关产品》	JR/T 215.2-2021 推荐性标准	本文件规定了证券期货资产管理计划及相关产品介绍的通用要求、各级要素及内容要求，并给出了《证券期货资产管理计划及相关产品介绍》模板的样式。 本文件适用于契约型证券公司及其子公司资产管理计划、期货公司及其子公司资产管理计划、基金管理公司及其子公司私募资产管理计划、公募基金、私募证券投资基金等资产管理产品介绍文件的编制。 本文件不适用于收益凭证产品、私募股权产品。	技术规范
			一级要素：重要提示、产品概要、产品具体信息、产品风险收益、产品费用、购买和退出安排、投资者权益维护、信息披露、其他信息、管理人免责声明。文件中包含二级要素概要。 文件中包含内容展示要求、页面展示要求	技术规范
			《证券期货资产管理计划及相关产品介绍》模板	技术规范
3	《证券期货投资者适当性管理办法》	证监会令【第130号】 强制规定	第三条 向投资者销售证券期货产品或者提供证券期货服务的机构（以下简称经营机构）应当遵守法律、行政法规、本办法及其他有关规定，在销售产品或者提供服务的过程中，勤勉尽责，审慎履职，全面了解投资	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			者情况，深入调查分析产品或者服务信息，科学有效评估，充分揭示风险，基于投资者的不同风险承受能力以及产品或者服务的不同风险等级等因素，提出明确的适当性匹配意见，将适当的产品或者服务销售或者提供给适合的投资者，并对违法违规行承担法律责任。	
			<p>第二十三条 经营机构向普通投资者销售产品或者提供服务前，应当告知下列信息：</p> <p>（一）可能直接导致本金亏损的事项；</p> <p>（二）可能直接导致超过原始本金损失的事项；</p> <p>（三）因经营机构的业务或者财产状况变化，可能导致本金或者原始本金亏损的事项；</p> <p>（四）因经营机构的业务或者财产状况变化，影响客户判断的重要事由；</p> <p>（五）限制销售对象权利行使期限或者可解除合同期限等全部限制内容；</p> <p>（六）本办法第二十九条规定的适当性匹配意见。</p>	合规要求
			<p>第二十四条 经营机构对投资者进行告知、警示，内容应当真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，语言应当通俗易懂；告知、警示应当采用书面形式送达投资者，并由其确认已充分理解和接受。</p>	合规要求
4	《证券期货经营机构私募资产管理业务管理办法》	证监会令【第 203 号】 强制规定	<p>第六章 信息披露</p> <p>第四十八条 证券期货经营机构、托管人、销售机构和其他信息披露义务人应当依法披露资产管理计划信息，保证所披露信息的真实性、准确性、完整性、及时性，确保投资者能够按照资产管理合同约定的时间和方式查阅或者复制所披露的信息资料。</p>	技术规范

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>第四十九条 资产管理计划应向投资者提供下列信息披露文件：</p> <p>（一）资产管理合同、计划说明书和风险揭示书；</p> <p>（二）资产管理计划净值，资产管理计划参与、退出价格；</p> <p>（三）资产管理计划定期报告，至少包括季度报告和年度报告；</p> <p>（四）重大事项的临时报告；</p> <p>（五）资产管理计划清算报告；</p> <p>（六）中国证监会规定的其他事项。前款第（四）项、第（六）项信息披露文件，应当及时报送中国证监会相关派出机构。</p> <p>信息披露文件的内容与格式指引由中国证监会或者授权证券投资基金业协会另行制定。</p>	技术规范
			<p>第五十条 证券期货经营机构募集资产管理计划，除向投资者提供资产管理合同外，还应当制作计划说明书和风险揭示书，详细说明资产管理计划管理和运作情况，充分揭示资产管理计划的各类风险。</p> <p>计划说明书披露的信息应当与资产管理合同内容一致。销售机构应当使用证券期货经营机构制作的计划说明书和其他销售材料，不得擅自修改或者增减材料。</p> <p>风险揭示书应当作为资产管理合同的附件交由投资者签字确认。</p>	技术规范
			<p>第五十一条 资产管理计划运作期间，证券期货经营机构应当按照以下要求向投资者提供相关信息：</p> <p>（一）投资标准化资产的资产管理计划至少每周披露一次净值，投资非标准化资产的资产管理计划至少每季度披露一次净值；</p> <p>（二）开放式资产管理计划净值的披露频率不得低于资产管理计划的开放频率，分级资产管理计划应当披露各类别份额净值；</p> <p>（三）每季度结束之日起一个月内披露季度报告，每年度结束之日起四个</p>	技术规范

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>月内披露年度报告；</p> <p>（四）发生资产管理合同约定的或者可能影响投资者利益的重大事项时，在事项发生之日起五日内向投资者披露；</p> <p>（五）中国证监会规定的其他要求。资产管理计划成立不足三个月或者存续期间不足三个月的，证券期货经营机构可以不编制资产管理计划当期的季度报告和年度报告。</p> <p>第五十二条 披露资产管理计划信息，不得有下列行为：</p> <p>（一）虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；</p> <p>（二）对投资业绩进行预测，或者宣传预期收益率；</p> <p>（三）承诺收益，承诺本金不受损失或者限定损失金额或比例；</p> <p>（四）夸大或者片面宣传管理人、投资经理及其管理的资产管理计划的过往业绩；</p> <p>（五）恶意诋毁、贬低其他资产管理人、托管人、销售机构或者其他资产管理产品；</p> <p>（六）中国证监会禁止的其他情形。</p>	
5	《私募证券投资基金运作指引》	中基协发〔2024〕5号 强制规定	<p>第六条 私募基金管理人、基金销售机构应当按要求披露私募证券投资基金及其业绩相关信息，披露的基金业绩信息包括但不限于存续期间完整的历史净值、历史规模、投资策略、投资经理等。</p> <p>除已履行特定对象确定程序的合格投资者、符合规定的基金评价机构外，私募基金管理人不得向不存在私募证券投资基金销售委托关系的机构或者个人提供基金净值等业绩相关信息。除私募基金管理人、与其签署该基金代销协议的基金销售机构外，任何机构和个人不得展示和传递基金净值等业绩相关信息，中国证监会、协会另有规定的除外。私募基金管理人、与其签署该基金代销协议的基金销售机构应当按照客观、真实、准确、完整</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			的原则展示私募证券投资基金过往业绩，不得将规模小于1000万元、成立期限少于6个月的私募证券投资基金过往业绩用作宣传、销售、排名，不得以误导投资者为目的的选择性展示部分私募证券投资基金业绩、私募证券投资基金部分运作周期的业绩，不得展示未经私募基金托管人复核的基金业绩，不得对少于6个月周期的基金业绩进行排名。基金投资者仅为私募基金管理人或者其股东、合伙人、实际控制人、员工的，私募基金管理人、基金销售机构在基金宣传、销售、排名时，应当一并披露该情况。	
6	《衍生品交易监督管理办法（二次征求意见稿）》	中国证监会文件	第四十二条 衍生品市场基础设施、衍生品经营机构等应当妥善保存与衍生品交易相关的信息和资料，包括但不限于与交易、结算、交割相关的数据、账目、文件和原始资料等。衍生品市场基础设施、衍生品经营机构的信息和资料的保存期限不得少于20年。	合规要求
7	《金融产品网络营销管理办法（征求意见稿）》	人民银行、工业和信息化部、银保监会、证监会、国家网信办、外汇局、知识产权局七部委联合发文	第十条【分区展示】 对于存款、贷款、资产管理产品、保险、支付、贵金属等不同类别、不同风险等级的金融产品，应当分别设立宣传展示专区。	合规要求

2、资讯行情类数据产品及服务

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
----	------	------	------	----

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
1	《互联网新闻信息稿源单位名录》	国家网信办文件强制规定	<p>名单涵盖中央新闻网站、中央新闻单位、行业媒体、地方新闻网站、地方新闻单位和政务发布平台等共 1, 358 家稿源单位。</p> <p>自 2021 年 10 月 20 日起,互联网新闻信息服务提供者转载新闻信息时,必须依据最新版《互联网新闻信息稿源单位名录》执行,对超范围转载的,将依法依规予以处罚。下一步,国家网信办将对稿源单位实行全程动态管理,依据“有进有出”原则,对符合要求的,及时增补纳入;对违反法律法规、出现信息安全责任事故的,及时冻结、移除。</p>	合规要求
2	《中信建投证券股份有限公司关于规范新媒体资讯来源及内容的合规提醒》	企业内部规定参考要求	<p>1. 外购资讯合规管理。外购资讯的维护单位应要求资讯服务商以合同或承诺书形式,明确其提供的资讯信息来源及内容合法合规,不向我司提供违反最新版的《互联网新闻信息稿源单位名录》及“清朗行为”重点打击情形的资讯内容。资讯维护单位在资讯维护过程中也应履行审查责任,发现来源或内容不合规的,应及时删除并反馈资讯服务商,必要时可联合法律合规部追究资讯服务商法律责任。</p>	合规要求
			<p>2. 全网搜索合规管理。全网搜索仅向客户提供网络服务,不提供具体资讯内容,是否违法违规应具体问题具体分析。根据《民法典》第一千一百九十五条:网络用户利用网络服务实施侵权行为的,权利人有权通知网络服务提供者采取删除、屏蔽、断开链接等必要措施。通知应当包括构成侵权的初步证据及权利人的真实身份信息。网络服务提供者接到通知后,应当及时将该通知转送相关网络用户,并根据构成侵权的初步证据和服务类型采取必要措施;未及时采取必要措施的,对损害的扩大部分与该网络用户承担连带责任。第一千一百九十七条:网络服务提供者知道或者应当知道网络用户利用其网络服务侵害他人民事权益,未采取必要措施的,与该网络用户承担连带责任。若公司提供的搜索服务链接到最新版《互联网新闻信息稿源单位名录》范围之外的网站、或链接到有胡评妄议、造谣传</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>谣、小道消息等清朗行动打击的内容、或者知道第三方网站内容侵犯他人权益，仍提供链接服务的，则涉嫌违法违规。该服务的维护单位应做到如下几点：一是规范链接范围，通过技术手段将链接范围限定在最新版《互联网新闻信息稿源单位名录》范围内的网站，并关注国家网信办通知，对链接单位名录实时调整；二是规范链接内容，应定期排查所链接的内容，发现链接目录中存在或可能存在违法违规内容的，应及时断开链接；三是接到有关链接内容侵权的举报或投诉时，及时采取措施断开链接。</p> <p>按规定履行必要的审核工作。</p>	合规要求
3	《互联网弹窗信息推送服务管理规定》	国家互联网信息办公室、工业和信息化部、国家市场监督管理总局联合发布文件强制规定	<p>第五条 提供互联网弹窗信息推送服务的，应当遵守下列要求：</p> <p>（一）不得推送《网络信息内容生态治理规定》规定的违法和不良信息，特别是恶意炒作娱乐八卦、绯闻隐私、奢靡炫富、审丑扮丑等违背公序良俗内容，不得以恶意翻炒为目的，关联某一话题集中推送相关旧闻；</p> <p>（二）未取得互联网新闻信息服务许可的，不得弹窗推送新闻信息，弹窗推送信息涉及其他互联网信息服务，依法应当经有关主管部门审核同意或者取得相关许可的，应当经有关主管部门审核同意或者取得相关许可；</p> <p>（三）弹窗推送新闻信息的，应当严格依据国家互联网信息办公室发布的《互联网新闻信息稿源单位名单》，不得超范围转载，不得歪曲、篡改标题原意和新闻信息内容，保证新闻信息来源可追溯；</p> <p>（四）提升弹窗推送信息多样性，科学设定新闻信息和垂直领域内容占比，体现积极健康向上的主流价值观，不得集中推送、炒作社会热点敏感事件、恶性案件、灾难事故等，引发社会恐慌；</p> <p>（五）健全弹窗信息推送内容管理规范，完善信息筛选、编辑、推送等工作流程，配备与服务规模相适应的审核力量，加强弹窗信息内容审核；</p> <p>（六）保障用户权益，以服务协议等明确告知用户弹窗信息推送服务的具</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>体形式、内容频次、取消渠道等，充分考虑用户体验，科学规划推送频次，不得对普通用户和会员用户进行不合理地差别推送，不得以任何形式干扰或者影响用户关闭弹窗，弹窗信息应当显著标明弹窗信息推送服务提供者身份；</p> <p>（七）不得设置诱导用户沉迷、过度消费等违反法律法规或者违背伦理道德的算法模型；不得利用算法实施恶意屏蔽信息、过度推荐等行为；不得利用算法针对未成年人用户进行画像，向其推送可能影响其身心健康的信息；</p> <p>（八）弹窗推送广告信息的，应当具有可识别性，显著标明“广告”和关闭标志，确保弹窗广告一键关闭；</p> <p>（九）不得以弹窗信息推送方式呈现恶意引流跳转的第三方链接、二维码等信息，不得通过弹窗信息推送服务诱导用户点击，实施流量造假、流量劫持。</p>	

3、研究服务类数据产品及服务

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
1	《发布证券研究报告执业规范》	中国证券业协会文件	第三条 经营机构发布证券研究报告，应当建立健全研究对象覆盖、信息收集、调研、证券研究报告制作、质量控制、合规审查、证券研究报	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
		自律规则	告发布以及相关销售服务等关键环节的管理制度， 加强流程管理和内部控制 。建立健全证券分析师发表公开言论前的内部报备程序。	
			第五条 以经营机构的名义发布研究观点、提供研究服务的人员必须是公司正式员工。	合规要求
			第七条 经营机构应当建立证券研究报告的信息来源管理制度，加强信息收集环节的管理，维护信息来源的合法合规性。	合规要求
			第八条 证券研究报告可以使用的 信息来源 包括： （一）政府部门、行业协会、证券交易所等机构发布的政策、市场、行业以及企业相关信息； （二）上市公司按照法定信息披露义务通过指定媒体公开披露的信息； （三）上市公司及其子公司通过公司网站、新闻媒体等公开渠道发布的信息，以及上市公司通过股东大会、新闻发布会、产品推介会等非正式公告方式发布的信息； （四）经营机构通过上市公司调研或者市场调查，从上市公司及其子公司、供应商、经销商等处获取的信息，但内幕信息和未公开重大信息除外； （五）经营机构从信息服务机构等第三方合法取得的市场、行业及企业相关信息； （六）经公众媒体报道的上市公司及其子公司的其他相关信息； （七）其他合法合规信息来源。	数据管理规范
			第九条 经营机构发布证券研究报告，应当审慎使用信息，对引用信息和数据来源进行核实，不得将无法确认 来源 合法合规性的信息写入证券研究报告，不得将无法认定真实性的市场传言作为确定性研究结论的依据。	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>第十条 经营机构发布证券研究报告，不得以任何形式使用或者泄露国家保密信息、内幕信息以及上市公司未公开重大信息。经营机构应当建立保密制度。</p>	合规要求
			<p>第十二条 经营机构制作证券研究报告应当秉承专业的态度，采用严谨的研究方法和分析逻辑，重点围绕宏观经济形势、资本市场走势、行业发展、上市公司投资价值等进行深入分析，并基于合理的数据基础和事实依据，审慎提出研究结论。</p>	合规要求
			<p>第十三条 经营机构制作证券研究报告应当坚持客观原则，避免使用夸大、低俗、诱导性、煽动性的标题或者用语，不得对证券估值、投资评级作出任何形式的保证。</p> <p>经营机构应提示投资者自主作出投资决策并自行承担投资风险，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。</p>	合规要求
			<p>第十四条 证券研究报告中对证券及证券相关产品提出投资评级的，应当披露所使用的投资评级分类及其含义。</p>	合规要求
			<p>第十五条 经营机构应当建立发布证券研究报告工作底稿制度。工作底稿包括必要的信息资料、调研纪要、分析模型等内容，纳入发布证券研究报告相关业务档案予以保存和管理。</p>	合规要求
			<p>第十七条 经营机构应当建立健全证券研究报告发布前的质量控制机制，细化质量控制的目标、程序和岗位职责，建立清晰的质量审核清单和工作底稿，列明审核工作应当涵盖的内容。通过合理的流程安排避免审核工作流于形式，并确保审核意见得到回应和有效落实。</p> <p>证券研究报告应当由登记为证券分析师的专职质量审核人员进行质量审核；证券分析师数量少于10人的可以由署名证券分析师之外的证券分</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>析师进行质量审核。</p> <p>质量审核应当严格按照公司规定的标准进行认真审查，涵盖信息处理、分析逻辑、研究结论等内容，重点关注研究方法和研究结论的专业性和审慎性。</p>	
			<p>第十八条 经营机构应当建立健全证券研究报告发布前的合规审查机制，细化合规审查的目标、程序和岗位职责，建立清晰的审查清单和工作底稿，列明审查工作应当涵盖的内容。通过合理的流程安排避免审查工作流于形式，并确保审查意见得到回应和有效落实。</p> <p>证券研究报告应当由公司合规部门或者研究部门、研究子公司的专职人员进行合规审查。</p> <p>合规审查应当涵盖人员资质、信息来源、风险提示等内容，重点关注证券研究报告可能涉及的利益冲突事项。</p>	合规要求
			<p>第二十一条 经营机构的证券研究报告应当通过发布证券研究报告平台统一发送给公司约定的证券研究报告发布对象，以保障发布证券研究报告的公平性。发布证券研究报告的平台应由公司指定，且必须是以公司名义注册或拥有。</p>	合规要求
			<p>第二十三条 证券分析师可以将已经在公司证券研究报告发布平台上统一发布过的证券研究报告，通过在公司报备后的微信群、微信公众号、微博、云共享平台、邮箱等其他形式提供给客户并进行解读。</p> <p>经营机构应当定期安排质量审核和合规审查人员对客户服务档案进行跟踪检查，安排合规审核人员进入证券分析师开展客户服务的聊天群、关注其自媒体平台 and 云共享平台等方式对其内容进行随时抽查，如发现问题应及时汇报并处理。</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>第三十条 经营机构授权公众媒体及其他机构刊载或者转发涉及具体上市公司的证券研究报告、评论意见，应当慎重评估，充分论证必要性，并符合以下要求：</p> <p>（一）严格按照《发布证券研究报告暂行规定》等有关规定，与相关公众媒体及其他机构作出协议约定，明确由被授权机构承担相关刊载或者转发责任，强化媒体合作管理。</p> <p>要求授权转发或刊载研究报告、评论意见的媒体机构注明研究报告的发布人和发布日期、评论意见的发表者和发布时间，提示使用研究报告或评论意见的风险等，要求媒体机构不得自行对公司所提供材料的标题或者内容作实质性修改；</p> <p>（二）采取有效措施提供证券研究报告相应的后续解读服务，防止误导公众投资者；</p> <p>（三）通过公司网站等途径披露本公司授权公众媒体及其他机构刊载或者转发证券研究报告有关情况，提醒公众投资者慎重使用未经授权刊载或者转发的本公司证券研究报告；</p> <p>（四）具备相应的应对措施，妥善处理投资者投诉。</p>	合规要求
			<p>第三十二条 经营机构应当对证券分析师服务客户的方式、内容、渠道进行统一规范管理，覆盖各种形式的服务客户行为，包括与客户举行座谈会、交流会、路演活动，为客户解读其撰写的证券研究报告，使用互联网工具等传播媒介向客户提供服务等。应针对发布证券研究报告业务及转载、提供、解读证券研究报告，使用新媒体工具制定相应的内部管理规范。</p> <p>经营机构应当建立证券分析师向客户发布信息和言论的事前报备程序，拟发布的主要内容应当经所在部门负责人或公司分管高管人员签批同意，并报合规部门备案。</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>证券分析师使用互联网工具等传播媒介向客户提供投资分析意见，依法属于发布证券研究报告行为的，应当按照发布证券研究报告的要求履行发布程序，遵守本执业规范等相关要求。</p> <p>第三十六条 经营机构宏观研究报告和产业研究报告的发布应参照发布证券研究报告的要求执行。</p>	合规要求
2	《中信建投证券股份有限公司关于规范新媒体资讯来源及内容的合规提醒》	企业内部要求 参考要求	<p>(三) 研究报告引用信息来源及内容应合法合规</p> <p>根据《发布证券研究报告暂行规定》及公司相关制度，发布研究报告应注明信息及资料来源，研究报告可引用的信息资料来源包括从第三方合法获取、公众媒体上报道的相关信息。</p> <p>研究报告引用第三方提供或公众媒体报道的信息时，应注意信息来源应符合最新版《互联网新闻信息稿源单位名录》的规定，信息内容不能存在“清朗行为”打击的违规情形。</p>	数据管理规范
3	《中信建投证券股份有限公司研究发展部智能行研数据服务管理规范》	企业内部要求 参考要求	<p>第十条 【服务内容】智能行研数据服务内容包括：</p> <p>(一) 经研究人员筛选，经科技金融支持组清洗、整理、加工并体现智力成果的精品行研数据库；</p> <p>(二) 研究人员创作的行业知识图谱；</p> <p>(三) 工具定制服务（获取数据的Excel插件定制和API定制）；</p> <p>(四) 数据定制服务（研究数据定制和研究量化模型定制）。</p> <p>服务内容不得包含未通过证券研究报告正式发布或与研究发展部已正式发布的证券研究报告不一致的预测性数据。</p> <p>第十五条 【数据保密要求】从事行业研究数据服务的人员，不得以任何方式直接或间接向公司内外无关人员透露未经脱敏、未经授权的敏感数据。</p>	数据管理规范/合规要求
			<p>第十五条 【数据保密要求】从事行业研究数据服务的人员，不得以任何方式直接或间接向公司内外无关人员透露未经脱敏、未经授权的敏感数据。</p>	合规要求

4、投资顾问类数据产品及服务

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
1	《关于加强对利用“荐股软件”从事证券投资咨询业务监管的暂行规定》	中国证券监督管理委员会公告〔2012〕40号 强制规定	<p>三、证券投资咨询机构利用“荐股软件”从事证券投资咨询业务，应当遵循客观公正、诚实信用原则，不得误导、欺诈客户，不得损害客户利益。</p>	合规要求
			<p>四、证券投资咨询机构利用“荐股软件”从事证券投资咨询业务，必须遵守《证券法》、《证券、期货投资咨询管理暂行办法》、《证券投资顾问业务暂行规定》等法律法规和中国证监会的有关规定，并符合下列监管要求：</p> <p>（一）在公司营业场所、公司网站、中国证券业协会网站公示信息，包括但不限于：公司名称、住所、联系方式，投诉电话，证券投资咨询业务许可证号，证券投资咨询执业人员姓名及其执业资格编码；同时还应当通过公司网站公示产品分类、具体功能、产品价格、服务收费标准和收费方式等信息。</p> <p>（二）将“荐股软件”销售（服务）协议格式、营销宣传、产品推介等材料报住所地证监局和中国证券业协会备案。</p> <p>（三）遵循客户适当性原则，制定了解客户的制度和流程，对“荐股软件”产品进行分类分级，并向客户揭示产品的特点及风险，将合适的产品销售给适当的客户。</p> <p>（四）公平对待客户，不得通过诱导客户升级付费等方式，将相同产品以不同价格销售给不同客户。</p> <p>（五）建立健全内部管理制度，实现对营销和服务过程的客观、完整、全面留痕，并将留痕记录归档管理；相关业务档案的保存期限自相关协议终止之日起不得少于5年。</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>(六) 通过网络、电话、短信方式营销产品、提供服务的, 应当明确告知客户公司的联系方式, 并提醒客户发现营销或者服务人员通过其他方式联系时, 可以向本公司反映、举报, 也可以向中国证监会及其派出机构投诉、举报。</p> <p>(七) 不得对产品功能和服务业绩进行虚假、不实、夸大、误导性的营销宣传, 不得以任何方式向客户承诺或者保证投资收益。</p> <p>(八) 产品销售、协议签订、服务提供、客户回访、投诉处理等业务环节均应当自行开展, 不得委托未取得证券投资咨询业务资格的机构和个人代理。</p>	
			<p>五、证券投资咨询机构利用“荐股软件”从事证券投资咨询业务, 应当在合同签订、产品销售、服务提供、客户回访、投诉处理等各个业务环节中, 加强投资者教育和客户权益保护。证券投资咨询机构应当主动告知客户公司及执业人员的证券投资咨询业务资格及其查询方式; 客观、准确告知客户“荐股软件”的作用, 全面揭示“荐股软件”存在的局限和纠纷解决方式; 主动向客户提示非法证券投资咨询活动的风险和危害。</p>	合规要求
2	《公开募集证券投资基金投资顾问业务管理规定(征求意见稿)》	中国证监会文件	<p>第五条 基金投资顾问机构及其基金投资顾问人员开展基金投资顾问业务的宣传推介, 应当真实、准确、完整陈述其服务能力和经营业绩, 充分揭示风险, 注重对满足客户财富管理目标以及改善客户投资体验能力的展示, 不得以任何方式承诺或者保证投资收益。</p> <p>基金投资顾问机构在为客户匹配基金组合策略前, 不得展示基金组合策略的历史业绩。匹配后展示基金组合策略历史业绩的, 应当为基金组合策略过往1年以上的整体业绩, 同时以显著方式披露波动率、最大回撤等风险指标, 并提示过往业绩并不预示其未来表现, 为其他客户创造的收益并不构成业绩表现的保证。</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>基金投资顾问机构在宣传推介过程中以概率分布等方式展示基金组合策略风险收益特征的，应当充分披露使用的假设、数据范围和模型，提示展示内容不是对未来业绩的预测或者保证，同时以显著方式展示波动率、最大回撤、亏损概率等风险指标。</p>	
			<p>第六条 基金投资顾问机构应当与客户签订服务协议。向《证券期货投资者适当性管理办法》规定的普通投资者提供服务的，应当使用标准化模板签订服务协议，标准化模板由基金业协会制定。与普通投资者签订的服务协议应当至少包括下列内容：</p> <ul style="list-style-type: none"> （一）当事人的权利义务； （二）基金投资顾问机构及其人员的职责和禁止行为； （三）基金投资顾问服务内容和方式，包括资金规划、资产配置等投资规划方案，以及不同投资目标、投资期限对应的基金组合策略； （四）履行持续注意义务的具体方式； （五）信息披露的内容和方式； （六）费用收取的项目、标准，以及支付方式等； （七）服务终止的情形、程序等； （八）可能影响基金投资顾问业务开展和客户权益的其他事项。 	技术规范
			<p>第七条 基金投资顾问机构应当要求客户以纸质或者电子形式签署风险揭示书，确认了解基金投资顾问业务特征和相关风险。基金投资顾问机构应当提供充足时间供客户阅读、了解风险揭示书的内容。风险揭示书应当以显著方式提示客户基金投资顾问服务及基金组合策略与单只基金存在差异，充分揭示管理型基金投资顾问服务风险。风险揭示书模板由基金业协会制定。</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>第八条 基金投资顾问机构应当为每个基金组合策略制定基金组合策略说明书，对基金组合策略的投资目标、投资范围、资产配置、投资策略、风险收益特征等内容进行详细说明。基金投资顾问机构在提供基金投资顾问服务过程中，应当允许客户随时查阅、保存基金组合策略说明书。</p>	技术规范
			<p>第九条 基金投资顾问机构应当以基金组合策略的形式向客户提供具体基金品种投资建议。基金投资建议的生成和调整应当有专业研究和合理依据支撑。</p>	技术规范
			<p>第十条 基金投资顾问机构应当建立并履行集中统一的投资决策管理制度，明确投资决策委员会、策略经理等投资决策主体的职责和权限划分。下列事项应当经投资决策委员会审议决策：</p> <ul style="list-style-type: none"> （一）生成基金组合策略； （二）调整基金组合策略的风险等级、目标资产配置比例、目标风险收益等重要属性； （三）决策基金出、入基金备选库； （四）调整基金组合策略具体基金品种、数量； （五）根据本规定第十二条授权策略经理调整基金组合策略具体基金品种、数量； （六）确定基金组合策略说明书内容； （七）其他基金投资顾问业务投资决策的重大事项。 <p>基金投资顾问机构因下列情形调整基金组合策略具体基金品种、数量的，无需经投资决策委员会审议决策：</p> <ul style="list-style-type: none"> （一）根据已确定的目标资产配置比例对基金组合策略实施再平衡； （二）因基金暂停交易改配其他既定备选基金； （三）中国证监会允许的其他情形。 	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>第十三条 基金组合策略设置一定锁定期,或者包含定期开放基金等流通受限基金的,基金投资顾问机构应当向客户特别提示风险,取得客户同意。锁定期安排应当与客户投资期限、投资目标等情况相匹配,不得长于客户目标投资期限或者违背客户投资目标。</p> <p>基金投资顾问机构应当坚持长期投资理念,有效控制基金组合策略的换手率。</p>	技术规范
			<p>第十八条 基金投资顾问机构向客户提供基金投资顾问服务过程中,应当向客户提供本机构有效联系方式,谨慎勤勉履行持续注意义务,服务内容包括但不限于:</p> <p>(一)持续关注客户风险承受能力的变化,及时评估投资规划方案的有效性和基金组合策略风险收益特征的稳健性,监测基金投资顾问服务内容与客户投资目标、风险承受能力的匹配程度,对不匹配的情况予以及时处理;</p> <p>(二)积极开展投资者教育,科学设置投资者教育内容和方式,帮助基金投资者树立长期、科学的投资理念和理性、客观的风险意识;</p> <p>(三)建立健全客户回访机制,明确客户回访程序、内容和要求,通过定期、不定期回访了解业务运行情况和效果;</p> <p>(四)建立健全客户投诉处理机制,在明显位置公布投诉方式、渠道等信息,及时、妥善处理客户投诉;</p> <p>(五)其他有助于提高基金投资顾问服务质量和保护客户权益的服务内容。</p>	合规要求
			<p>第十九条 基金投资顾问机构为客户提供养老相关的财富管理规划服务的,应当全面了解客户的养老需求,综合运用资金规划、资产配置、基金研究等能力,提供科学、稳健和长期的专业服务。</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>第二十条 基金投资顾问服务费收取应当合理,向客户充分揭示并协议约定收费项目、收费标准和收费办法。基金投资顾问机构不得以明显低于市场一般收费水平或者低于成本的价格开展服务。</p> <p>管理型基金投资顾问服务费可以按照服务协议约定,从客户授权账户中支取,服务协议应当以显著方式充分揭示收费标准及收费方式。</p>	合规要求
			<p>第二十六条 基金投资顾问机构应当建立与基金投资顾问业务相匹配的信息技术系统,至少满足以下要求:</p> <p>(一) 处理能力与基金投资顾问业务规模和服务复杂程度相匹配;</p> <p>(二) 可以实现基金投资顾问业务的集中、统一管理;</p> <p>(三) 可以按本规定第二十九条要求实现留痕功能;</p> <p>(四) 可以按本规定第十八条第(一)项要求实现监测功能;</p> <p>(五) 具备与基金投资顾问业务规模、服务复杂程度和风险状况相适应的风险管理系统,对风险进行识别、监控、预警和干预;</p> <p>(六) 具备完善的信息安全防护功能,能够保障经营数据和客户信息的安全、完整;</p> <p>(七) 具备符合要求的备份能力及配套的运维管理能力,能够保障所有信息技术系统安全、平稳运行;</p> <p>(八) 按照中国证监会的有关规定与有关监管平台对接,满足中国证监会使用相关监管工具监控、检查、调取留痕资料和信息,实施非现场检查等要求。在保障安全的前提下,基金投资顾问机构可以根据《证券投资基金经营机构信息技术管理办法》规定,使用信息技术服务机构提供的技术系统专业服务。基金投资顾问机构应当与信息技术服务机构签订详细的商业协议,明确约定责任义务。</p>	技术规范

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>第二十八条 基金投资顾问机构开展管理型基金投资顾问业务的,应当按照下列要求实施投资管理:</p> <p>(一)单一客户持有单只基金的市值不得高于该客户委托资产市值的 20%,货币市场基金、宽基指数及宽基指数增强基金、养老目标基金、基金中基金产品及中国证监会认可的其他品种除外;</p> <p>(二)单一基金投资顾问机构所有管理型基金投资顾问业务客户持有单只基金份额合计不得超过该基金总份额的 50%,持有单只货币市场基金、开放式债券基金份额合计不超过该基金总份额的 20%。</p> <p>因证券市场波动、基金规模变动等因素导致不符合上述要求的,基金投资顾问机构应当在 3 个月内或者最近一次开放时采取措施调整,经中国证监会认定的情形除外。对单一基金投资顾问机构的管理型业务客户持有占比较高的基金,基金管理人应当加强监控监测,做好流动性风险管理。持有货币市场基金、开放式债券基金占比达到 15%,或者持有其他基金占比达到 45%的,应当在 2 个工作日内告知基金投资顾问机构,基金投资顾问机构应采取必要措施,配合基金管理人做好流动性风险管理。</p>	合规要求
			<p>第二十九条 基金投资顾问机构应当建立健全留痕管理制度,对基金投资顾问全部业务环节实施留痕管理,留痕方式包括录音、录像、纸质留痕或者电子留痕等。留痕资料应当完整保存,保存期限不少于 10 年。基金投资顾问机构应当确保基金投资顾问人员使用统一的具有留痕功能的系统提供服务。提供互联网在线服务的,系统应当具备供客户记录、保存、下载等留痕功能;提供电话或者现场服务的,基金投资顾问人员应当在首次向客户提供服务前,提示客户可以通过录音、录像等方式记录服务过程或者留存相关资料。</p>	数据管理规范

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			第三十三条 客户终止基金投资顾问服务的,基金投资顾问机构应当按照与客户在服务协议中的约定办理业务了结,解除委托关系。开展管理型基金投资顾问业务的,应当取消对授权账户的授权。	合规要求
3	《证券投资顾问业务暂行规定》	证监会公告〔2010〕27号 强制规定	第十一条 证券公司、证券投资咨询机构向客户提供证券投资顾问服务,应当按照公司制定的程序和要求,了解客户的身份、财产与收入状况、证券投资经验、投资需求与风险偏好,评估客户的风险承受能力,并以书面或者电子文件形式予以记载、保存。	合规要求
			第十二条 证券公司、证券投资咨询机构向客户提供证券投资顾问服务,应当告知客户下列基本信息: (一)公司名称、地址、联系方式、投诉电话、证券投资咨询业务资格等; (二)证券投资顾问的姓名及其证券投资咨询执业资格编码; (三)证券投资顾问服务的内容和方式; (四)投资决策由客户作出,投资风险由客户承担; (五)证券投资顾问不得代客户作出投资决策。	技术规范
			第十四条 证券公司、证券投资咨询机构提供证券投资顾问服务,应当与客户签订证券投资顾问服务协议,并对协议实行编号管理。协议应当包括下列内容: (一)当事人的权利义务; (二)证券投资顾问服务的内容和方式; (三)证券投资顾问的职责和禁止行为; (四)收费标准和支付方式; (五)争议或者纠纷解决方式; (六)终止或者解除协议的条件和方式。 证券投资顾问服务协议应当约定,自签订协议之日起5个工作日内,客户	技术规范

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			可以书面通知方式提出解除协议。证券公司、证券投资咨询机构收到客户解除协议书面通知时，证券投资顾问服务协议解除。	
			第二十四条 证券公司、证券投资咨询机构应当规范证券投资顾问业务推广和客户招揽行为，禁止对服务能力和过往业绩进行虚假、不实、误导性的营销宣传，禁止以任何方式承诺或者保证投资收益。	合规要求
			第二十七条 以软件工具、终端设备等为载体，向客户提供投资建议或者类似功能服务的，应当执行本规定，并符合下列要求： （一）客观说明软件工具、终端设备的功能，不得对其功能进行虚假、不实、误导性宣传； （二）揭示软件工具、终端设备的固有缺陷和使用风险，不得隐瞒或者有重大遗漏； （三）说明软件工具、终端设备所使用的数据信息来源； （四）表示软件工具、终端设备具有选择证券投资品种或者提示买卖时机功能的，应当说明其方法和局限。	技术规范
			第二十八条 证券公司、证券投资咨询机构应当对证券投资顾问业务推广、协议签订、服务提供、客户回访、投诉处理等环节实行留痕管理。向客户提供投资建议的时间、内容、方式和依据等信息，应当以书面或者电子文件形式予以记录留存。 证券投资顾问业务档案的保存期限自协议终止之日起不得少于5年。	数据管理规范
			第三十二条 证券投资顾问不得通过广播、电视、网络、报刊等公众媒体，作出买入、卖出或者持有具体证券的投资建议。	合规要求
4	《网络数据安全管理条例》	国务院令 第 790 号 强制规定	第十九条 提供生成式人工智能服务的网络数据处理者应当加强对训练数据和训练数据处理活动的安全管理，采取有效措施防范和处置网络数据安全风险。	数据管理规范

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
5	《人工智能算法金融应用信息披露指南》	JR/T0287—2023 推荐性标准	文件规范了信息披露条件、方式、维度、内容等	技术规范
6	《公开募集证券投资基金证券交易费用管理规定》	中国证券监督管理委员会公告 (2024) 3 号 强制规定	<p>第四条 基金管理人应当与提供证券交易服务的证券公司签订协议，约定双方的权利义务，明确服务内容、收取交易佣金的价格标准与计算方式。</p> <p>基金管理人管理的被动股票型基金的股票交易佣金费率原则上不得超过市场平均股票交易佣金费率，且不得通过交易佣金支付研究服务、流动性服务等其他费用；其他类型基金可以通过交易佣金支付研究服务费用，但股票交易佣金费率原则上不得超过市场平均股票交易佣金费率的两倍，且不得通过交易佣金支付研究服务之外的其他费用。</p> <p>市场平均股票交易佣金费率由中国证券业协会定期测算并向行业机构通报。基金管理人与证券公司约定的股票交易佣金费率高于前款规定的，应当在三个月内完成交易佣金费率调整。</p>	合规要求

5、策略交易支持类数据产品及服务

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
----	------	------	------	----

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
1	《证券市场程序化交易管理规定（试行）》	证监会公告（2024）8号 强制规定	<p>第十一条 证券交易所对程序化交易实行实时监测监控，对下列可能影响证券交易所系统安全或者交易秩序的异常交易行为予以重点监控：</p> <p>（一）短时间内申报、撤单的笔数、频率达到一定标准，或者日内申报、撤单的笔数达到一定标准；</p> <p>（二）短时间内大笔、连续或密集申报并成交，导致多只证券交易价格或交易量出现明显异常；</p> <p>（三）短时间内大笔、连续或密集申报并成交，导致证券市场整体运行出现明显异常；</p> <p>（四）证券交易所认为需要重点监控的其他情形。</p> <p>程序化交易异常交易监控标准由证券交易所规定。</p>	合规要求
			<p>第十二条 证券公司接受客户程序化交易委托的，应当与客户签订委托协议，约定双方的权利、义务等事项，明确证券公司对客户的管理责任和风险控制要求。</p> <p>中国证券业协会应当就程序化交易制定并及时更新委托协议范本，供证券公司参照使用。</p>	合规要求
			<p>第十三条 证券公司应当加强客户程序化交易行为的监控，严格按照证券交易所规定进行程序化交易委托指令审核，及时识别、管理和报告客户涉嫌异常交易的行为，并配合证券交易所采取相关措施。</p>	合规要求
			<p>第十五条 投资者进行程序化交易，因不可抗力、意外事件、重大技术故障、重大人为差错等突发性事件，可能引发重大异常波动或影响证券交易正常进行的，应当立即采取暂停交易、撤销委托等处置措施。证券公司的客户应当及时向其委托的证券公司报告，其他程序化交易投资者应当及时向证券交易所报告。</p> <p>证券公司发现客户出现前款情形的，应当立即按照委托协议的约定，采取</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>暂停接受其委托、撤销相关申报等处置措施，并及时向中国证监会派出机构和证券交易所报告。</p> <p>证券交易所应当明确针对前款情形采取技术性停牌、临时停市、取消交易、通知证券登记结算机构暂缓交收等措施的具体程序和要求。</p>	
			<p>第十六条 用于程序化交易的技术系统应当符合证券交易所的规定，具备有效的验资验券、权限控制、阈值管理、异常监测、错误处理、应急处置等功能，保障安全持续稳定运行。</p>	技术规范
			<p>第十七条 证券公司应当按照规定对交易单元进行统一管理，按照公平、合理原则为各类投资者提供相关服务，不得为程序化交易投资者提供特殊便利。</p>	合规要求
			<p>第十九条 证券公司通过交易信息系统接入等技术手段为客户程序化交易提供服务的，应当纳入合规风控体系，建立健全尽职调查、验证测试、事前审查、交易监测、异常处理、应急处置、退出安排等全流程管理机制。与证券公司系统对接的程序化交易客户不得利用系统对接非法经营证券业务，不得违规招揽投资者或者处理第三方交易指令，不得违规转让、出借自身投资交易系统或者为第三方提供系统接入。</p> <p>实施交易信息系统接入的证券公司、与证券公司系统对接的程序化交易客户应当遵守有关规定。</p>	合规要求
			<p>第二十一条 本规定所称高频交易是指具备以下特征的程序化交易：</p> <p>（一）短时间内申报、撤单的笔数、频率较高；</p> <p>（二）日内申报、撤单的笔数较高；</p> <p>（三）证券交易所认定的其他特征。</p> <p>证券交易所应当明确并适时完善高频交易的认定标准。</p>	合规要求
			<p>第二十四条 证券交易所对高频交易行为实施重点监管。高频交易投</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			资者发生异常交易行为的，证券交易所按规定从严管理。	

6、消息推送类数据产品及服务

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
1	《互联网弹窗推送服务管理规定》	国家互联网信息办公室、工业和信息化部、国家市场监督管理总局联合发布文件 强制规定	<p>第五条 提供互联网弹窗信息推送服务的，应当遵守下列要求：</p> <p>（一）不得推送《网络信息内容生态治理规定》规定的违法和不良信息，特别是恶意炒作娱乐八卦、绯闻隐私、奢靡炫富、审丑扮丑等违背公序良俗内容，不得以恶意翻炒为目的，关联某一话题集中推送相关旧闻；</p> <p>（二）未取得互联网新闻信息服务许可的，不得弹窗推送新闻信息，弹窗推送信息涉及其他互联网信息服务，依法应当经有关主管部门审核同意或者取得相关许可的，应当经有关主管部门审核同意或者取得相关许可；</p> <p>（三）弹窗推送新闻信息的，应当严格依据国家互联网信息办公室发布的《互联网新闻信息稿源单位名单》，不得超范围转载，不得歪曲、篡改标题原意和新闻信息内容，保证新闻信息来源可追溯；</p> <p>（四）提升弹窗推送信息多样性，科学设定新闻信息和垂直领域内容占比，体现积极健康向上的主流价值观，不得集中推送、炒作社会热点敏感事件、恶性案件、灾难事故等，引发社会恐慌；</p> <p>（五）健全弹窗信息推送内容管理规范，完善信息筛选、编辑、推送等工</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>作流程，配备与服务规模相适应的审核力量，加强弹窗信息内容审核；</p> <p>（六）保障用户权益，以服务协议等明确告知用户弹窗信息推送服务的具体形式、内容频次、取消渠道等，充分考虑用户体验，科学规划推送频次，不得对普通用户和会员用户进行不合理地差别推送，不得以任何形式干扰或者影响用户关闭弹窗，弹窗信息应当显著标明弹窗信息推送服务提供者身份；</p> <p>（七）不得设置诱导用户沉迷、过度消费等违反法律法规或者违背伦理道德的算法模型；不得利用算法实施恶意屏蔽信息、过度推荐等行为；不得利用算法针对未成年人用户进行画像，向其推送可能影响其身心健康的信息；</p> <p>（八）弹窗推送广告信息的，应当具有可识别性，显著标明“广告”和关闭标志，确保弹窗广告一键关闭；</p> <p>（九）不得以弹窗信息推送方式呈现恶意引流跳转的第三方链接、二维码等信息，不得通过弹窗信息推送服务诱导用户点击，实施流量造假、流量劫持。</p>	
2	《互联网信息服务算法推荐管理规定》	国家互联网信息 办公室 中华人民共和国 工业和信息化部 中华人民共和国 公安部	<p>第七条 算法推荐服务提供者应当落实算法安全主体责任，建立健全算法机制机理审核、科技伦理审查、用户注册、信息发布审核、数据安全和个人信息保护、反电信网络诈骗、安全评估监测、安全事件应急处置等管理制度和技术措施，制定并公开算法推荐服务相关规则，配备与算法推荐服务规模相适应的专业人员和技术支撑。</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
		国家市场监督管理总局 令 第9号 强制规定	第八条 算法推荐服务提供者应当定期审核、评估、验证算法机制机理、模型、数据和应用结果等，不得设置诱导用户沉迷、过度消费等违反法律法规或者违背伦理道德的算法模型。	合规要求
			第九条 算法推荐服务提供者应当加强信息安全管理，建立健全用于识别违法和不良信息的特征库，完善入库标准、规则和程序。发现未作显著标识的算法生成合成信息的，应当作出显著标识后，方可继续传输。 发现违法信息的，应当立即停止传输，采取消除等处置措施，防止信息扩散，保存有关记录，并向网信部门和有关部门报告。发现不良信息的，应当按照网络信息内容生态治理有关规定予以处置。	合规要求
			第十条 算法推荐服务提供者应当加强用户模型和用户标签管理，完善记入用户模型的兴趣点规则和用户标签管理规则，不得将违法和不良信息关键词记入用户兴趣点或者作为用户标签并据以推送信息。	数据管理规范
			第十一条 算法推荐服务提供者应当加强算法推荐服务版面页面生态管理，建立完善人工干预和用户自主选择机制，在首页首屏、热搜、精选、榜单类、弹窗等重点环节积极呈现符合主流价值导向的信息。	数据管理规范
			第十二条 鼓励算法推荐服务提供者综合运用内容去重、打散干预等策略，并优化检索、排序、选择、推送、展示等规则的透明度和可解释性，避免对用户产生不良影响，预防和减少争议纠纷。	技术规范

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>第十三条 算法推荐服务提供者提供互联网新闻信息服务的，应当依法取得互联网新闻信息服务许可，规范开展互联网新闻信息采编发布服务、转载服务和传播平台服务，不得生成合成虚假新闻信息，不得传播非国家规定范围内的单位发布的新闻信息。</p>	合规要求
3	《金融产品网络营销管理办法（征求意见稿）》	中国人民银行会同工业和信息化部、国家网信办、银保监会、证监会、外汇局、知识产权局发布公开征求意见的通知	<p>第四条【基本原则】开展金融产品网络营销，应当遵守相关法律法规制度和社会公序良俗，诚实守信，公平竞争，保障金融消费者知情权、自主选择权和个人信息安全，不得损害国家利益、社会公众利益和金融消费者合法权益。</p>	合规要求
			<p>第五条【营销资质】金融机构应当在金融管理部门许可的业务范围内开展金融产品网络营销。除法律法规、规章和规范性文件明确规定或授权外，金融机构不得委托其他机构和个人开展金融产品网络营销。</p>	合规要求
			<p>第六条【禁止网络营销产品】任何机构和个人不得为非法金融活动提供网络营销服务，包括但不限于非法集资、非法发行证券、非法放贷、非法荐股荐基、虚拟货币交易、外汇按金交易等；不得为私募类资产管理产品、非公开发行证券等金融产品开展面向不特定对象的网络营销。</p>	合规要求
			<p>第七条【审核责任】金融机构应当对网络营销宣传内容的合法合规性负责，建立内容审核机制，落实金融消费者权益保护有关要求，有关审核材料应当存档备查。</p> <p>第三方互联网平台应当使用经金融机构审核确定的网络营销宣传内容对金融产品进行宣传推介，不得擅自变更营销宣传内容。</p> <p>金融机构从业人员通过直播、自媒体账号、互联网群组等新型网络渠道宣传推介金融产品的，口径应与金融机构审核的网络营销宣传内容保持一致。</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>第八条【内容标准】网络营销宣传内容应当与金融产品合同条款保持一致，包含产品名称、产品提供者和销售者名称、产品备案或批复信息、产品期限、功能类型、利率收费、风险提示、限制金融消费者权利和加强金融消费者义务的事项等关键信息，不得有重大遗漏。</p> <p>网络营销宣传内容应当准确、通俗，符合社会主义精神文明建设的要求，践行社会主义核心价值观，倡导正确的投资理念和健康的消费观。</p>	合规要求
			<p>第九条【禁止内容】网络营销宣传不得含有以下内容：</p> <p>(一)虚假、欺诈或引人误解的内容；</p> <p>(二)引用不真实、不准确或未经核实的数据和资料；</p> <p>(三)明示或暗示资产管理产品保本、承诺收益、限定损失金额或比例；</p> <p>(四)夸大保险责任或保险产品收益，将保险产品收益与存款、资产管理产品等金融产品简单类比；</p> <p>(五)利用国务院金融管理部门的审核或备案为金融产品提供增信保证；</p> <p>(六)法律法规、规章和规范性文件禁止的其他内容。</p>	合规要求
			<p>第十条【分区展示】对于存款、贷款、资产管理产品、保险、支付、贵金属等不同类别、不同风险等级的金融产品，应当分别设立宣传展示专区。</p>	合规要求
			<p>第十一条【精准营销】开展精准营销，应当遵守适当性管理要求，将金融产品推介给适当的金融消费者。根据金融消费者兴趣爱好、消费习惯等开展精准营销的，应当同时提供不针对个人特征推送的选项或便捷的拒绝方式。</p>	合规要求
			<p>第十二条【禁止骚扰性营销】开展营销宣传不得影响他人正常使用互联网和移动终端。以弹出页面等形式开展营销的，应当显著标明关闭标志，</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			确保一键关闭。不得欺骗、误导用户点击金融产品营销内容。	
			第十三条【组合销售】 采用组合方式营销金融产品，应当以显著方式提醒金融消费者注意，不得将组合销售金融产品的选项设定为默认或首选。	技术规范
			第十四条【新型网络营销】 通过直播、自媒体账号、互联网群组等新型网络渠道营销金融产品，营销人员应当为金融机构从业人员并具备相关金融从业资质。金融机构应当加强事前审核，指定合规人员审看直播或访问相关自媒体账号、互联网群组；加强营销行为可回溯管理，保存有关视频、音频、图文资料以供查验	合规要求
			第十五条【嵌套销售】 非银行支付机构不得为贷款、资产管理产品等金融产品提供营销服务，不得在支付页面中将贷款、资产管理产品等金融产品作为支付选项，以默认开通、一键开通等方式销售贷款、资产管理产品等金融产品。	技术规范
			第十六条【禁止代言】 不得利用学术机构、行业协会、专业人士的名义或者形象作推荐、证明。 金融机构应当遵守金融管理部门有关规定，不得利用演艺明星的名义或形象作推荐、证明。	合规要求
4	《网络数据安全条例》	国务院令 第 790 号 强制规定	第四十二条 网络平台服务提供者通过自动化决策方式向个人进行信息推送的，应当设置易于理解、便于访问和操作的个性化推荐关闭选项，为用户提供拒绝接收推送信息、删除针对其个人特征的用户标签等功能。	数据管理规范

7、知识库服务类数据产品及服务

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
1	《人工智能算法金融应用评价规范》	JR/T 0221—2021 推荐性标准	<p>6.1 目标函数：</p> <p>1. 目标函数不应存在偏见歧视：设计文档有目标函数的说明，目标函数设计上不存在肤色、性别、国籍、年龄、健康等偏见歧视。</p>	技术规范
			<p>6.4 算法可追溯性：</p> <p>6.4.1 训练数据可追溯性：应记录训练数据获取时间、训练数据来源、训练数据量、数据存储介质的标识以及采样方法。训练数据应有完整签名或校验码。</p>	数据管理规范
			<p>6.5.2 风险控制</p> <p>2. 应向用户充分提示 AI 算法的固有缺陷和使用风险：（1）管理文档有对 AI 算法的固有缺陷和使用风险的说明。（2）系统或应用已向用户提示 AI 算法的固有缺陷和使用风险。</p> <p>3. 应建立风险赔偿机制：管理文档中有建立风险赔偿机制的相关说明，明确因违法违规或者管理不当等造成用户损失，依法承担损害赔偿责任。</p> <p>4. 应具备AI 算法道德风险防范机制：设计文档中有 AI 算法道德风险防范机制的相关说明。</p>	技术规范
			<p>7.3.1.5 集成学习和深度学习算法</p> <p>应对所使用的集成学习和深度学习算法进行必要性说明：系统提供业务场景使用集成模型或深度学习模型的必要性说明。</p>	技术规范

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>7.3.2 参数可解释性</p> <p>7.3.2.1 参数定义</p> <p>1. 应对算法参数和超参数应有明确定义：系统中每个算法中的算法参数和超参数在算法程序文件中有明确定义。</p> <p>2. 基于业务的参数定义应符合业务逻辑要求：设计文档中有对基于业务实现的算法参数明确定义，且定义符合业务逻辑要求。</p>	技术规范
2	《投资者适当性管理办法》	证监会令第 130 号 强制规定	<p>第二十二条 禁止经营机构进行下列销售产品或者提供服务的活动：</p> <p>（一）向不符合准入要求的投资者销售产品或者提供服务；</p> <p>（二）向投资者就不确定事项提供确定性的判断，或者告知投资者有可能使其误认为具有确定性的意见；</p> <p>（三）向普通投资者主动推介风险等级高于其风险承受能力的产品或者服务；</p> <p>（四）向普通投资者主动推介不符合其投资目标的产品或者服务；</p> <p>（五）向风险承受能力最低类别的投资者销售或者提供风险等级高于其风险承受能力的产品或者服务；</p> <p>（六）其他违背适当性要求，损害投资者合法权益的行为。</p> <p>第三十三条 投资者购买产品或者接受服务，按规定需要提供信息的，所提供的信息应当真实、准确、完整。投资者根据本办法第六条规定所提供的信息发生重要变化、可能影响其分类的，应当及时告知经营机构。投资者不按照规定提供相关信息，提供信息不真实、不准确、不完整的，应当依法承担相应法律责任，经营机构应当告知其后果，并拒绝向其销售产品或者提供服务。</p>	<p>合规要求</p> <p>合规要求</p>

8、投资者教育类数据产品及服务

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
1	《中国证券业协会会员投资者教育工作指引（试行）》	中证协发〔2007〕58号 强制规定	<p>第十条 会员单位应当多渠道、多层次地开展投资者教育工作，以丰富多彩、喜闻乐见的方式创造性地开展各种宣传教育活动，切实提高投资者教育的效果。会员单位应当采取以下方式开展投资者教育活动：</p> <p>（一）在营业场所设立投资者园地。</p> <p>（二）在本单位网站设立投资者教育专栏；在交易委托系统中设置风险提示的有关内容；通过电子信箱等方式解答投资者的问题；为投资者开通短信服务。</p> <p>（三）与新闻媒体合作，举办各类宣传教育活动。</p> <p>（四）在营业场所举办投资者教育讲座、培训。</p> <p>（五）在营业场所张贴标语、宣传画、风险揭示书等宣传资料，向投资者发放各类宣传材料。</p> <p>（六）参加协会、各地方证券业协会（以下简称地方协会）组织的各类投资者教育活动。</p> <p>（七）其他合规有效的方式。</p>	技术规范
			<p>第十一条 各证券经营机构类会员单位各项业务和产品的宣传册、说明书、协议、研究报告等材料上必须有风险揭示的内容，并在醒目位置注明“市场有风险，投资需谨慎”。各证券经营机构类会员单位不得为了自身利益对投资者进行诱导性宣传。</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>第二十条 证券公司应当了解自己的客户。证券公司及其营业网点应当根据本单位投资者的不同类别和层次，有针对性地作好各类投资者尤其是新入市的中小投资者的教育工作。对新开户的客户原则上至少要通知其参加一次投资者教育讲座或培训，提高其在以下方面的认识：</p> <p>（一）对证券市场的认识：包括证券市场基础知识、政策法规、账户管理要求和程序、各种交易方式和操作方法；各类证券投资产品的市场风险和收益特点等。</p> <p>（二）对证券公司的认识：包括但不限于证券公司的基本情况、法定业务范围，主要业务合同、协议及双方的权利和义务，员工守则要点，客户服务准则，收费标准，投诉的渠道和方式等。</p> <p>（三）对投资风险的认识：要让投资者了解和区分不同产品和不同业务的风险特征，理解“买者自负”的原则。</p>	合规要求
			<p>第二十六条 基金管理公司应当通过短信平台、电子邮件、对账单和公司直邮刊物等方式，向基金投资者及时传递市场和客户资产等信息，提示投资者关注投资风险。</p>	合规要求

9、账户服务类数据产品及服务

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
1	《证券公司融资融券业务管理办法》	证监会令第 117 号 强制规定	<p>第三十三条 证券登记结算机构受证券发行人委托以证券形式分派投资收益的，应当将分派的证券记录在证券公司客户信用交易担保证券账户内，并相应变更客户信用证券账户的明细数据。</p>	技术规范

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>证券登记结算机构受证券发行人委托以现金形式分派投资收益的，应当将分派的资金划入证券公司信用交易资金交收账户。证券公司应当在资金到账后，通知商业银行对客户信用资金账户的明细数据进行变更。</p> <p>第四十四条 证券公司应当按照融资融券合同约定的方式，向客户送交对账单，并为其提供信用证券账户和信用资金账户内数据的查询服务。证券登记结算机构应当为客户提供其信用证券账户内数据的查询服务。负责客户信用资金存管的商业银行应当按照客户信用资金存管协议的约定，为客户提供其信用资金账户内数据的查询服务。</p>	
2	《证券公司客户资金账户管理规则》	中国证券业协会文件 强制规定	第二十四条 证券公司应当按照协议约定向客户提供资金账户信息查询服务，保证客户在证券公司营业时间和约定的其他时间内能够查询其账户、资金、资产余额及变动明细信息	合规要求
3	《证券经纪业务管理办法》	证监会令第 204 号 强制规定	第三十条 ……证券公司应当按照协议约定向投资者提供对账单，保证投资者在证券公司营业时间和约定的其他时间内能够查询其委托记录、交易记录、资金和证券余额等信息。	合规要求
4	《证券公司监督管理条例》	国务院令第 522 号 强制规定	第三十一条 证券公司从事证券资产管理业务、融资融券业务，应当按照规定编制对账单，按月寄送客户。证券公司与客户对对账单送交时间或者方式另有约定的，从其约定。	合规要求
			第三十二条 证券公司应当建立信息查询制度，保证客户在证券公司营业时间内能够随时查询其委托记录、交易记录、证券和资金余额，以及证券公司业务经办人员和证券经纪人的姓名、执业证书、证券经纪人证书编号等信息。	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>第四十五条 证券公司应当按照规定向客户提供对账单，并建立信息查询制度，保证客户在证券公司营业时间和约定的其他时间内能够随时查询其账户信息、委托记录、交易记录、证券和资金余额，以及证券公司业务经办人员和证券经纪人的姓名、执业登记编号等与接受服务或者购买产品有关的重要信息。</p> <p>客户认为有关信息记录与实际情况不符的，可以向证券公司或者国务院证券监督管理机构投诉。证券公司应当指定专门部门负责处理客户投诉。国务院证券监督管理机构应当根据客户的投诉，采取相应措施。</p>	合规要求

10、证券期货业数据产品及服务通用性规范

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
1	《证券公司信息技术管理规范》	JR/T0023-2004 推荐性标准	<p>7.1 系统软件</p> <p>7.1.1 系统软件的选用应充分考虑安全性、可靠性、稳定性和健壮性，应使用符合安全要求的正版软件。</p> <p>7.1.2 操作系统软件的使用应遵循最小功能原则及最小权限策略，关闭不必要的服务和端口。</p> <p>7.1.3 在经过充分测试的前提下，应及时安装操作系统的补丁程序。</p> <p>7.1.1 系统软件的选用应充分考虑安全性、可靠性、稳定性和健壮性，应使用符合安全要求的正版软件。</p>	技术规范

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>7.1.2 操作系统软件的使用应遵循最小功能原则及最小权限策略，关闭不必要的服务和端口。</p> <p>7.1.3 在经过充分测试的前提下，应及时安装操作系统的补丁程序。</p>	
			<p>7.2 应用软件</p> <p>7.2.1 应用软件应符合业务运作的合法性和合规性，</p> <p>7.2.2 重要应用软件系统宜采取在线备份措施。</p> <p>7.2.3 信息揭示与分析系统应保证信息揭示的完整、准确和及时。</p>	技术规范
			<p>7.3 软件管理</p> <p>7.3.1 应用软件开发过程应符合 GB/T8566。</p> <p>7.3.2 应加强对外包或外购应用软件的质量控制，选择已建立软件质量保证体系的开发商进行合作，具体要求可参照 CMM 的二级标准进行。同时在选择过程中，应高度重视其信誉和品牌，不宜选择曾为证券公司违规、违法业务行为提供技术服务或技术支持的开发商。</p> <p>7.3.3 在软件总体设计时，应根据应用软件的实际用途，同步进行安全保密设计。</p> <p>7.3.4 在软件开发过程中，应同步完成相关文档手册的编写工作，保证相关资料的完整性和准确性。</p> <p>7.3.5 开发维护人员与操作人员应实行岗位分离。</p> <p>7.3.6 开发环境应与生产环境隔离。</p> <p>7.3.7 应用软件在正式投入使用前应经过内部评审，确认技术文档齐全，系统功能、测试结果和试运行结果均满足设计要求。</p> <p>7.3.8 软件使用人员应接受操作培训 and 安全教育。</p> <p>7.3.9 建立应用软件文档管理、版本管理及软件分发制度。</p> <p>7.3.10 应建立规范的软件维护和系统参数调整流程。</p>	技术规范

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>8.1 数据管理</p> <p>8.1.1 数据是指证券公司在经营和管理中产生的信息资源，主要包括业务数据、系统数据和管理数据等</p> <p>8.1.2 应建立数据管理制度，达到以下基本要求：</p> <p>a)重要数据分密级管理；</p> <p>b)建立数据访问控制机制；</p> <p>c)建立数据防篡改和防窃取机制；</p> <p>d)建立数据备份措施和异地存放措施。</p> <p>8.1.3 业务数据的管理应达到以下要求：</p> <p>a)对业务数据实施严格的安全保密管理；</p> <p>b)在线系统所保存的业务数据不少于一年；</p> <p>c)建立业务数据的离线备份制度，数据应定期、完整、准确地转储到可靠的介质上，并要求实现集中、异地存放，保存期限至少 20 年</p> <p>d)备份数据不得更改，并定期进行完整性和可恢复性校验；</p> <p>e)备份数据指定专人负责保管，严格执行数据交接管理规定和登记管理规定。</p> <p>8.1.4 系统数据应以电子文档和书面文档两种形式加以保存，并实行专人管理</p> <p>8.1.5 证券公司应统一内部数据标准，并遵循行业数据标准。</p>	数据管理规范
			<p>8.2 数据安全</p> <p>8.2.1 证券公司应充分利用成熟的安全技术确保数据的保密性、完整性、可用性和可控性。</p> <p>8.2.2 信息系统设计时应同步进行数据安全设计，对重要数据在采集、传输、使用和存储过程中进行加密。</p>	数据管理规范

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			8.2.3 应使用经国家密码管理机构认可的加密产品和加密算法。	
2	《证券公司租用第三方网络平台开展证券业务活动管理规定（试行）》 （征求意见稿）	中国证监会文件	<p>第六条【业务独立】证券公司租用第三方网络平台开展证券业务活动，应当自主生成、全程管理在第三方网络平台发布的相关内容，并以清晰、醒目的方式展示证券公司名称或相关标识，明确提示投资者已进入证券公司服务范围，不得允许第三方网络平台通过虚假或误导性宣传等方式，混淆证券公司与第三方机构间的服务边界。</p> <p>证券公司租用第三方网络平台开展证券业务活动，应当切实履行投资者适当性管理、反洗钱等法定义务；使用第三方机构提供数据协助开展上述工作的，应当确保相关数据来源合法合规。</p>	合规要求
			<p>第七条【技术备份】证券公司应当保障充足、稳定的信息技术投入，确保公司其他服务渠道的信息系统具备足够的性能和容量，在第三方网络平台发生技术故障等突发事件时，可以有效满足相关投资者的证券账户开立、交易权限开通、网上交易、信息查询等需求。</p>	技术规范
			<p>第八条【数据保密】证券公司租用第三方网络平台开展证券业务活动，应当直接接收投资者的个人信息及交易、查询等指令，并向投资者返回交易回报、查询结果等信息，相关数据应当在证券公司自主控制的信息系统中处理并存储。</p> <p>前款所称自主控制，是指证券公司应当自主运营、自主管理相关信息系统及功能模块，不得将相关安全管理及运维管理工作交由第三方机构独立实施；除安全防护、设备调用等辅助模块外，不得通过软件开发工具包、动态链接库等方式将业务处理逻辑封装在第三方网络平台上，或者通过第三方机构控制的其他信息系统处理并存储相关业务数据。</p> <p>证券公司应当采取独立于第三方机构的安全措施，保障第三方网络平台客户端与证券公司相关信息系统服务器端间数据传输的保密性、完整性，防范包</p>	数据管理规范

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			括第三方机构在内的任何机构或个人截留、获取有关数据。	
			<p>第十条【投资者保护与服务】证券公司租用第三方网络平台开展证券业务活动，应当在租用的网络空间经营场所中设置醒目的客户服务访问入口，并充分揭示潜在风险，以适当方式告知投资者风险防范及应对措施。</p> <p>证券公司租用第三方平台开展证券业务活动，其客户服务能力应当与展业规模相适应。使用技术手段提供智能客户服务的，还应配备充足的人工客服及其他必要资源，辅助解答客户咨询并受理、反馈客户诉求。</p>	技术规范
3	《证券期货业移动应用软件备案工作指引（试行）》	中 证 协 发 〔2024〕278 号 强制规定	<p>第六条 移动应用软件提供机构应当通过指定的备案及报送系统向行业协会在线申请移动应用软件备案并提交备案材料，保证所提供材料和信息的真实性、准确性、完整性。备案材料包括但不限于：</p> <p>（一）移动应用软件提供机构信息；</p> <p>（二）移动应用软件信息；</p> <p>（三）移动应用软件安全内控管理制度；</p> <p>（四）个人信息保护策略；</p> <p>（五）移动应用软件安全证明材料；</p> <p>（六）监管部门、行业协会要求的其他相关材料。</p>	技术规范
			<p>第七条 移动应用软件发生新增或重大变更已经发布的，移动应用软件提供机构应当在发布后次月 10 个工作日内完成备案报送；</p> <p>移动应用软件发生一般变更已经发布的，移动应用软件提供机构应当在发布后下季度首月 10 个工作日内完成备案报送；</p> <p>移动应用软件提供机构提交的备案材料不齐全或者不符合要求的，应当在收到行业协会通知后 10 个工作日内补充或更改材料。</p> <p>移动应用软件提供机构应当及时登录系统查询结果并更新备案信息。</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>第八条 移动应用软件备案后发生的重大变更包括但不限于以下情形： (一) 移动应用软件名称、软件图标、主要功能、技术架构、应用权限等发生重大变更的； (二) 可能对客户资金安全产生重大影响的； (三) 可能对客户个人信息保护产生重大影响的； (四) 可能对社会秩序或公共利益产生重大影响的； (五) 监管部门、行业协会认定的其他情形。</p>	技术规范
			<p>第十一条 移动应用软件名称或软件图标中应当包含移动应用软件提供机构名称。</p>	技术规范
			<p>第十三条 对于移动应用软件提供机构主动停止服务或撤销发布的移动应用软件，移动应用软件提供机构应当在服务停止或撤销发布实施前提交移动应用软件注销备案申请，行业协会在收到申请后 10 个工作日内注销其备案并撤销其移动应用软件公示。</p>	合规要求
4	《网络数据安全条例》	国务院令 第 790 号 强制规定	<p>第二十一条 网络数据处理者在处理个人信息前，通过制定个人信息处理规则的方式依法向个人告知的，个人信息处理规则应当集中公开展示、易于访问并置于醒目位置，内容明确具体、清晰易懂，包括但不限于下列内容： (一) 网络数据处理者的名称或者姓名和联系方式； (二) 处理个人信息的目的、方式、种类，处理敏感个人信息的必要性以及对个人权益的影响； (三) 个人信息保存期限和到期后的处理方式，保存期限难以确定的，应当明确保存期限的确定方法； (四) 个人查阅、复制、转移、更正、补充、删除、限制处理个人信息以及注销账号、撤回同意的方法和途径等。 网络数据处理者按照前款规定向个人告知收集和向其他网络数据处理者提</p>	合规要求

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>供个人信息的目的、方式、种类以及网络数据接收方信息的，应当以清单等形式予以列明。网络数据处理者处理不满十四周岁未成年人个人信息的，还应当制定专门的个人信息处理规则。</p>	
			<p>第二十二条 网络数据处理者基于个人同意处理个人信息的，应当遵守下列规定：</p> <p>（一）收集个人信息为提供产品或者服务所必需，不得超范围收集个人信息，不得通过误导、欺诈、胁迫等方式取得个人同意；</p> <p>（二）处理生物识别、宗教信仰、特定身份、医疗健康、金融账户、行踪轨迹等敏感个人信息的，应当取得个人的单独同意；</p> <p>（三）处理不满十四周岁未成年人个人信息的，应当取得未成年人的父母或者其他监护人的同意；</p> <p>（四）不得超出个人同意的个人信息处理目的、方式、种类、保存期限处理个人信息；</p> <p>（五）不得在个人明确表示不同意处理其个人信息后，频繁征求同意；</p> <p>（六）个人信息的处理目的、方式、种类发生变更的，应当重新取得个人同意。</p> <p>法律、行政法规规定处理敏感个人信息应当取得书面同意的，从其规定。</p>	合规要求
			<p>第二十三条 个人请求查阅、复制、更正、补充、删除、限制处理其个人信息，或者个人注销账号、撤回同意的，网络数据处理者应当及时受理，并提供便捷的支持个人行使权利的方法和途径，不得设置不合理条件限制个人的合理请求。</p>	合规要求
			<p>第二十四条 因使用自动化采集技术等无法避免采集到非必要个人信息或者未依法取得个人同意的个人信息，以及个人注销账号的，网络数据处理者应当删除个人信息或者进行匿名化处理。法律、行政法规规定的保存期</p>	技术规范

序号	文件名称	文件性质	条款内容	标签
			<p>限未届满，或者删除、匿名化处理个人信息从技术上难以实现的，网络数据处理者应当停止除存储和采取必要的安全保护措施之外的处理。</p>	
			<p>第二十五条 对符合下列条件的个人信息转移请求，网络数据处理者应当为个人指定的其他网络数据处理者访问、获取有关个人信息提供途径：</p> <p>（一）能够验证请求人的真实身份；</p> <p>（二）请求转移的是本人同意提供的或者基于合同收集的个人信息；</p> <p>（三）转移个人信息具备技术可行性；</p> <p>（四）转移个人信息不损害他人合法权益。</p> <p>请求转移个人信息次数等明显超出合理范围的，网络数据处理者可以根据转移个人信息的成本收取必要费用。</p>	技术规范
			<p>第二十六条 中华人民共和国境外网络数据处理者处理境内自然人个人信息，依照《中华人民共和国个人信息保护法》第五十三条规定在境内设立专门机构或者指定代表的，应当将有关机构的名称或者代表的姓名、联系方式等报送所在地设区的市级网信部门；网信部门应当及时通报同级有关主管部门。</p>	合规要求