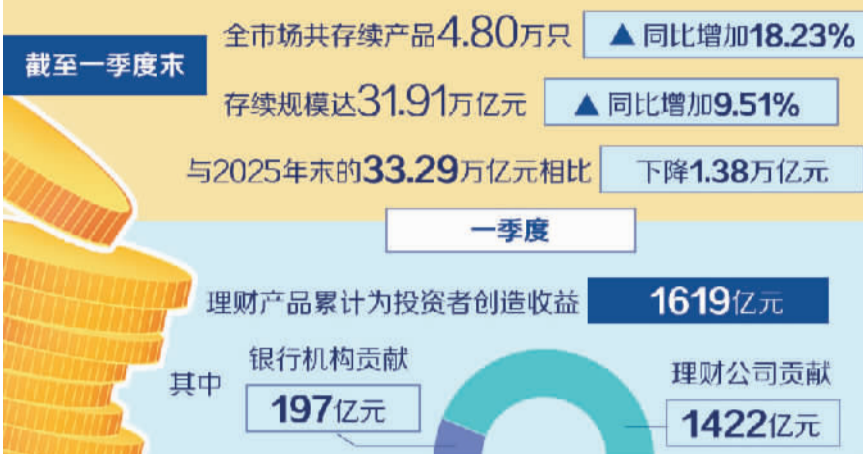


# 理财产品亏损谁该担责

《中国银行业理财市场季度报告（2026年一季度）》显示



江苏泗洪农村商业银行虹口支行内，银发主题特色银行服务有序开展。张连华摄(中经视觉)

投资者在选购理财产品时，因信息不对称、销售不规范等问题，容易引发争议与诉讼纠纷。由此造成的损失谁来担责？日前，《金融机构适当性管理办法》正式施行，既为金融机构合规展业筑牢防火墙，也为投资者合法权益织密保护网。近期，北京金融法院审结了多起涉金融机构适当性义务履行的案件，明确银行须对未履行投资者适当性义务致使客户遭受的损失承担相应责任。

风险承受能力等，将适当的产品通过适当的渠道销售给适合的客户，禁止向不匹配者推荐高风险产品。”中央财经大学法学院教授邢会强说，金融机构的部分销售人员为片面追求业绩，经常在销售时夸大收益、隐瞒风险，“只卖贵的、不卖对的”。如果将高风险产品卖给风险承受能力低的客户，如老年人、保守型投资者等，极易导致本金亏损、超出支付能力的损失，甚至引发家庭财务危机。适当性管理是将金融消费者权益保护的“关口”前移，规范金融机构行为。

或服务推荐给合适的投资者，导致投资者在遭受投资损失后，要求金融机构赔偿损失。这些纠纷通常围绕卖方是否充分履行了“了解客户、了解产品、适当匹配”这三大核心义务展开。

根据金融机构的过错程度，判定其承担与其过错相适应的赔偿责任。

## 并非全是“买者自负”

65岁的尚某在某银行工作人员刘某的推荐下，认购了风险等级为R3—中风险的理财基金A产品，交易金额120万元。此后，刘某又将尚某的A基金份额转换到风险等级为R4—较高风险的基金B产品中。事后查明，尚某的风险承受能力评级不符合购买该产品的条件。尚某在赎回B产品份额时，发现亏损了70多万元。法院最终判决：案涉银行对尚某因基金转换产生的损失承担70%的赔偿责任。该案中，法院认为，对于新转入的基金，销售者需要重新对投资者进行风险提示、风险警示及风险确认，银行在基金转换过程中存在履行适当性义务不当的行为。

## 源头压实“卖者尽责”

司法案例揭示，不少纠纷因金融机构瑕疵履行适当性义务而引发。有的未充分了解客户，如风险测评流于形式、被测评人身份存疑、事后补做测评等；有的未充分了解产品，如产品未评级、风险认识不足、销售人员对产品特征和风险理解有误，导致向投资者作出错误说明。

“未做到适当匹配是违反适当性义务最典型、最核心的纠纷类型，这是指金融机构向投资者推荐了与其风险承受能力不匹配的产品。”北京金融法院审判庭法官赵佳分析，具体表现如错配销售，明知投资者的风险承受能力较低，仍向其推荐高风险产品；风险揭示不充分，未能以显著、必要的方式向投资者特别说明产品的重大风险。

赵佳认为，履行适当性义务引发的纠纷，核心在于金融机构未能将合适的产品

北京市隆安(深圳)律师事务所合伙人、律师方俊表示，实施适当性管理，从源头避免“错配”，有助于弥补投资者专业能力鸿沟，压实金融机构“卖者尽责”主体责任，倒逼金融机构规范销售行为，同时有助于平衡“买者自负”与“卖者尽责”，培育理性投资文化，具有较强的现实针对性。

## 审慎防范风险

对于权益受损后如何维权，《办法》作出规定，明确要求金融机构应当及时、妥善处理适当性相关投诉，积极主动与客户协商解决矛盾纠纷，在协商不成的情况下，通过调解、仲裁、诉讼等方式促进矛盾纠纷化解。

《办法》规定：“专业投资者之外的投资者为普通投资者。金融机构必须严格按照本办法规定，对普通投资者进行风险承受能力评估，对其适当购买或者交易的产品作出判断，提出明确的适当性匹配意见，充分履行告知义务，及时进行风险提示。”

据此，方俊建议，投资者可以选择协商、投诉、调解、仲裁、诉讼等多种方式依法维护自身权益，在维权的过程中，注意收集和保存有关证据，理性维权。如投资者自身也存在一定过错，也应当就投资损失承担与自身过错相对应的责任。

“投资者应谨记不懂不投、不熟不投，审慎防范风险，守好自己的钱袋子。”赵佳建议，购买前如实完成风险测评，不配合代填、不参与合格投资者造假，拒绝“保本保收益”等违规承诺；投资时仔细阅读合同文件，不随意签字，不允许他人代操作，全程留存宣传材料、聊天记录等证据；购买后密切关注产品动态，发现异常及时固定证据。

对于金融机构合规展业，陈广辉建议，严格落实产品风险分级与投资者分类制度，动态更新产品评级与客户风险评估，杜绝风险错配，从源头把好准入关；做实售前尽调、售中告知提示、售后回访，强化录音录像与可回溯管理，杜绝代填测评、诱导销售、隐瞒风险等行为；落实特殊群体特别保护，对65岁以上老年人销售高风险产品，要增设专门程序，强化风险提示、设置合理冷静期，线上渠道同步满足适老、易用、安全要求；建立快速投诉处理与先行协商机制，主动纠正不当销售行为，切实承担“卖者尽责”主体责任。

4月21日，来自土耳其的旅客卡利加里斯在位于北京市东城区的王府井银泰影石 Insta360 专卖店通过“一键智能退税”服务顺利完成退税申请。从扫码采集信息到拿到退税款，全程不到2分钟。体验结束，他不禁感叹速度之快。

## 即买即退北京离境退税更便利了

## 服务全国推广

这一场景，是北京离境退税“即买即退”服务持续升级的缩影。作为全国率先全面落地离境退税“即买即退”服务的城市，特别是国家税务总局2025年4月向全国推广“即买即退”服务措施以来，北京市税务局持续推出系列举措，不断优化境外旅客购物退税体验。

“即买即退”集中退付点，并逐步扩展至目前的7个。境外旅客在全市任意一家退税商店购物后，凭《离境退税申请单》即可在集中退付点现场办理退税。

“退税款即时到账，打破了传统‘哪里购物、哪里退税’以及‘离境才能退税’的限制。”王府中环副总经理尹霞表示，截至2026年3月底，该退付点已累计办理业务228笔，带动退税消费额达510万元，有力激活了境外游客的消费潜力。

为进一步提升政策红利，北京市税务局积极推行“一提一延”举措，不断优化旅客“即买即退”体验。一方面大幅提升退税限额。将境外旅客当日办理离境退税“即买即退”服务的退税物品金额限额由5万元提升到22万元，惠及北京市95%以上办理离境退税业务的旅客。另一方面延长离境期限，将“即买即退”服务离境期限从17天延长至28天，为深度游旅客和商务旅客提供更加充裕的行程安排空间。

从提升现金退税限额到延长离境时限，从推出多语种《北京离境退税指南》到上线“离境退税商店电子地图”，从“退税商店进景区”到助力老字号出海，从“柜台办理”到“自助办理”重塑开单流程……北京市税务局将持续优化退税商店空间布局与服务模式。刘丽表示，北京市税务局将持续聚焦提升离境退税便利化、智能化水平，持续增设市内集中退付点，探索更多“无感”退税场景，推动更大范围的跨区域互认，让更多境外旅客愿意来、乐意买，让旅客消费退税体验更便捷、更友好、更加国际范儿。

## 多家机构密集修订理财产品说明——

# 不是免责声明，而是责任清单

本报记者 勾明扬

“每次买理财，看到字又小又密还是足足有十几页甚至二三十页的说明书时，我一般就看一眼门槛和收益率，其他条款实在懒得细看。”29岁的陈琪是刚接触理财两年的新手，她告诉记者，去年买了一款现金管理类理财产品，遇到市场波动净值跌了，才知道产品的估值方法和与自己以往的不一样，说明书里虽简单提了一句，但她根本没看懂。

为了让理财产品真正“说真话、讲实情”，最近一段时间，多家银行、理财机构纷纷行动，密集启动理财产品说明书修订工作。上海金融与发展实验室主任曾刚分析，这些理财说明书的修订，核心是围绕信息补齐、基准规范、风险明晰等方面进行优化。此次修改主要补齐管理人、销售方、托管方等主体信息，明确权责边界；调整业绩比较基准，弱化固定高收益表述，新增测算依据与风险提示；细化风险揭示、估值方法、收费标准等内容，让产品信息更完整规范。

以齐鲁银行近期发布的《关于修订理财产品说明书的公告》为例，该行修订了4项内容，一是“第二部分 产品说明”增加了“产品管理人、销售机构、托管机构的主要职责”“单一投资者持有比例上限”；二是“第三部分 理财客户权益须知”增加了“产品管理人、销售机构、托管机构的名称、住所、联系方式等基本信息”；三是“现金管理类理财产品增加披露核算方法及其可能对产品净值波动带来的影响，以及估值与影子定价偏离度超过规定比例的有关情形及其处理方法”；四是部分理财产品业绩基准及超额提取比例调整。

“近期不少银行和理财公司集中修订理财产品说明书，主要是为了应对将于今年9月1日正式实施的《银行保险机构资产管理产品信息披露管理办法》。”普益标准研究员张璟晗表示，该办法对资产管理信托产品、银行理财产品、保险资管产品的信息披露行为作出了系统规范，并按照产品募集、存续、终止的全生命周期进行全面规范，引导行业实现产品信息“看得清、厘得清、算得清”的目标。目前距其正式施行不足5个月，机构正利用过渡期抓紧整改，补齐信息披露短板，使产品运作、条款表述、信息披露全面符合监管要求。

在产品募集环节，《办法》重点规范产品说明书、产品合同内容，明确业绩比较基准要求，让产品销售“看得清”。作为投资者接触产品的第一入口，张璟晗认为，理财产品说明书在此次集中修订之前，主要存在几方面共性问题。首先，各方主体责任表述笼统，管理人与销售机构、托管机构之间的权责边界不够清晰，不利于责任界定。其次，业绩比较基准的设定与调整缺乏统一约束，部分产品基准虚高或频繁变动，测算依据亦不够明确，对投资者预期形成一定干扰。与此同时，风险提示与风控条款披露不足，风险提示较为笼统，单一投资者持仓集中度上限等关键流动性管理指标较为模糊。此外，信息呈现方式友好性有待提升，部分关键运作规则表述模糊，重要信息夹杂在冗长文本之中，且存在披露信息更新不及时等情况，投资者难以快速获取核心要素。

记者注意到，规范并调整业绩比较基准也是部分

商务服务业作为服务业的重要组成部分，是知识密集型、高附加值的生产性服务行业，涵盖企业管理、商业管理、供应链管理、法律、咨询、会计审计、市场调研、广告、会议展览等细分领域，是连接生产与消费、国内与国际市场的重要桥梁，也是国家软实力的重要体现。近年来，我国商务服务业发展取得长足进步，但与发达国家相比仍存在明显短板。

在专业化深度与知识密度上，我国商务服务业处于同质化竞争发展阶段，产业层次有待提升。普通代理记账、基础人力资源服务、低端广告制作等领域中小企业数量多，依靠价格竞争抢占市场的情况较多；跨国并购咨询、国际税务筹划、复杂商业纠纷解决等高附加值领域，由于人才储备不足、技术支撑不够，市场供给不足，缺乏具有国际竞争力的龙头企业。

在产业集聚与辐射能力上，我国商务服务业以物理集聚为主，产业内融合不足，辐射效应未能充分发挥。近年来，我国各地纷纷建设中央商务区(CBD)，但多数CBD仅实现了企业的地理集聚，缺乏像伦敦金融城、纽约曼哈顿那样深度的产业链上下游联动和知识外溢效应。

在品牌影响力与国际化程度上，商务市场仍以国际巨头主导，本土企业竞争力不足。在我国高端法律服务领域，外资律所市场占有率仍保持优势；在IPO审计领域，特别是在港股IPO市场，四大会计师事务所占据主导地位；在顶级管理咨询领域，麦肯锡、波士顿咨询、贝恩等国际巨头占据了大部分高端市场份额。相比之下，我国本土商务服务机构的全球化网络布局滞后，出海能力较弱。

为此，我们有必要深入实施服务业开放行动，通过政府引导和市场化运作相结合，培育具有全球竞争力的商务服务企业，持续增强我国商务服务业的国际竞争力。

一是培育本土龙头企业，促进品牌跃升。鼓励本土商务服务机构通过兼并重组、联盟合作等方式做大做强，打造知识密集度高、服务能力强的专业商务服务机构。同时，加大对本土机构国际化布局的支持力度，对在境外设立分支机构、并购境外同行的中国机构，给予外汇管理便利、企业所得税和信贷支持。

二是打造高能级产业集聚平台，提升辐射能级。在京津冀、长三角、粤港澳大湾区等地，打造集法律、仲裁、会计、咨询、广告等于一体的一站式国际专业服务港。推动区域协同发展，建设区域性商务服务业产业集群，扶持中小型专业机构在细分领域形成专精特新优势，促进资源共享、优势互补，提升整体辐射带动能力。

三是强化人才培养与引进，突破智力瓶颈。聚焦高端人才短缺问题，推动校企联合培养人才，设立商务服务实验班，增加专业人才国际经验，提高跨文化服务能力。依托行业协会等组织，建立国家级实训基地，完善职业技能培训和认证体系，建立与国际接轨的职业资格认证和继续教育体系。

四是推动商务服务创新转型，抢占未来赛道。鼓励商务服务与科技、金融、制造等产业深度融合，创新服务模式。鼓励商务服务机构利用AI、大数据、区块链等技术提升服务效率和质量。重点培育远程在线审计、云端法律服务、数字化营销咨询等新业态，提升商务服务业数字化渗透率。

五是优化制度型开放环境，激发市场活力。有序放宽市场准入，在风险可控前提下扩大专业服务领域对外开放，营造公平竞争的市场环境。鼓励国际合作，支持中外机构合资合作，共同开发第三方市场，便利跨国业务开展。支持商务服务机构“走出去”，为中国企业全球化提供配套专业服务支持。

(作者系商务部研究院流通与消费研究所研究员)

本版编辑 孟飞 辛自强 美编 倪梦婷  
来稿邮箱 jrbgz@163.com