

《鬼吹灯》里的“大粽子”（“僵尸”）抱着手机，并向前来“索命”的“摸金校尉”隆重介绍自己投资的P2P又赚钱了；《那年花开月正圆》里面的小丫鬟自豪地向同事们炫耀自己如何理财有方；你最熟悉的明星笑靥如花地出现在某互联网理财产品的硬广上，仿佛他的成功就是因为投资了这款理财产品……这些年来，明星代言的金融产品，尤其是互联网金融产品数不胜数，但“爆雷”的产品也不在少数。

近日，银保监会发布《关于警惕明星代言金融产品风险的提示》，提醒金融消费者要理性看待明星代言，切实防范金融陷阱。

“代言金融产品，本质上属于一种广告行为。虽然目前没有关于金融产品代言的专门性规定，但我国现有法律足以规范和制约相关的代言行为。明星代言金融产品，也应当对产品的真实性负责，不得以虚假、误导等不正当方式进行，且应当就可能的风险进行说明。”华北地区某律所主任律师对第一财经记者表示。

## 花样繁多的明星代言

代言过金融产品、为P2P站台的明星可真不少。

去年7月，互联网金融平台“爱钱进”爆雷，其背后涉及37万投资人近190亿资金，爱钱进APP被立案侦查。此事将湖南卫视知名主持人汪涵等人卷入舆论的风暴。汪涵曾在2016年到2018年间作为“爱钱进”的代言人，2019年2月，中国乒乓球队前总教练、奥运冠军刘国梁成为“爱钱进”的“幸福体验官”。最终，汪涵、刘国梁不得不就此发表道歉声明，表示将敦促平台解决问题。

几乎前后脚，湖南卫视另一名知名主持人杜海涛曾代言的理财产品“网元宝”也不能兑付。

过去十多年，金融碰上互联网，以P2P为代表的互联网金融业态迅速崛起，积聚了大量的财富，财大气粗的P2P平台，豪掷千金请来影视明星为其背书。不仅是代言、站台，形式也是花样百出。以“爱钱进”为例，2016年前后，卫视、网络最火爆的影视剧、综艺节目，几乎都能看到它的身影，比如《老九门》《那年花开月正圆》《鬼吹灯》等，“爱钱进”采用小剧场等形式，深度的广告植入，因此知名度大增。

据不完全统计，2014年以来，e租宝、中晋资产、紫马财行、鑫琦资产、理想宝、团贷网、网元宝、有利网、爱投资等多个风险平台“爆雷”，这些平台都有现役大牌明星为其代言，像黄晓明、范冰冰、朗朗、唐嫣、赵雅芝、唐国强、张铁林等，

几乎将各个年龄段的受众群体“一网打尽”。

中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉在接受第一财经记者采访时表示，互联网平台在发布金融产品时，应做好产品风险提示和信息披露，切勿利用明星过度宣传、误导性宣传等。同时，消费者要具备一定的金融知识，提高金融素养，维护好自己的合法权益。

银保监会提示“三看一防止”

至于代言金融产品的明星等公众人物，银保监会表示，应当遵守《中华人民共和国广告法》等法律法规，不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明，不得明知或者应知广告虚假仍作推荐、证明。接受代言前，应当查验所代言机构是否具有合法资质，所代言产品和服务是否内容真实、符合监管要求。

银保监会表示，消费者选择金融产品或服务时，不可盲信明星代言，应理性对待“明星代言”的产品或服务，做到“三看一防止”。

一看机构是否取得相应资质。金融行业属于特许经营行业，不得无证经营或超范围经营金融业务。消费者应选择有相应金融业务资质的正规机构、正规渠道获取金融服务。可以登录金融监管部门网站、行业协会网站查询机构有关信息，或者向当地金融监管单位核实机构资质。

二看产品是否符合自身需求和风险承受能力。消费者购买金融产品时，要了解产品类型、条款、风险等级、告知警示等重要信息，根据自身需求和风险承受能力选择适当的金融产品。要坚持理性投资、价值投资，不宜一味追求赚“快钱”，更要摒弃一夜暴富观念。

三看收益是否合理。投资理财风险和收益并存，消费者面对营销宣传时，要重点关注是否如实地披露了风险和收益，以防被误导或欺诈。对承诺高于平均收益率的金融产品要小心谨慎，不要轻信高回报无风险等虚假宣传。

“另外，防止过度借贷。理性看待借贷消费、理财投资等广告宣传，保持理性金融观念，不盲目跟风消费、借贷和投资。青少年尤其要对粉丝应援、借贷追星、集资追星等行为保持理智，谨防陷入非法集资等金融陷阱。”银保监会称。

对于金融产品供给主体，银保监会要求，应依法合规履行责任，未取得相应金融业务资质的市场经营主体，不得开展与该金融业务相关的营销宣传活动；不得以欺诈或引人误解的方式对金融产品或金融服务进行营销宣传；不得对资产管理产品未来效果、收益或相关情况做出保证性承诺，不得明示或暗示保本、无风险或保收益。

