

# 浙商银行 2018 年金融消费者权益保护 半年度工作总结

今年上半年，我行在金融消费者权益保护工作（以下简称“消保工作”）方面，高度重视监管最新要求，围绕投诉管理、金融宣教、消保审查三大主线，完善消保体制机制建设，优化消保考核管理，我行消保工作的水平得到进一步提升。在今年上半年银保监会对各银行金融机构消保工作的考核评价通报中，我行考评位列 12 家全国性股份制银行第一名，并且是唯一获评二级 A 的全国性股份制银行；在中国人民银行杭州中心支行对辖内金融机构 2017 年消保考核通报中，我行获得 A 级评价。现将我行 2018 年上半年消保工作开展情况报告如下：

## 一、2018 年上半年消保工作开展情况

### （一）紧跟监管动态，落实监管最新要求

针对今年上半年中国银保监会和人总行对消保工作提出的新要求，我行高度重视，认真分析，逐条对照，制定了 43 项工作计划，明确责任单位，下发工作要点，将各项监管要求内化为我行的具体部署。

### （二）加强考核引领，优化消保考核工作

1. 修订《浙商银行消费者权益保护工作考核实施细则（2018 年版）》。针对监管新要求、新趋势，重新修订了针对

总行部室和针对分行的两张《浙商银行消费者权益保护工作考核评价表》，评价细项更有针对性，也更为量化、可操作。

2. 强化消保工作在总行部室、分行综合绩效评价中的考核力度。对总行部室考核来说，一是将消费者权益保护工作存在的不足作为扣分项纳入风险控制卡(R卡)评价体系，二是将内控合规管理指标在风险控制卡(R卡)权重定为50%，内控合规管理指标考核将充分考虑总行部室消保工作考核评价情况。对分行考核来说，将消保工作中存在的问题作为扣分项纳入内部控制卡(I卡)。

### (三) 改进工作流程，提升消保审查权威

一是全面完成了消保审查无纸化改造。下发《关于消保审查流程无纸化改造的通知》，将总行消保审查由线下转至线上，便于各个节点及时审查和高效流转。同时，通过办公室《关于进一步提升公文质效的通知》，进一步明确个人类产品、业务的制度发文必须经过消保审查，未经消保审查的，可将发文流程退回拟稿部门。

二是全力助力业务部门做好消保风险把控。比如在增金宝业务规则发生较大改变期间，多次研究修订业务公告、回答客户的话术；及时提供多类净值型理财产品《产品说明书》、《销售协议书》、《权益须知》、《风险揭示书》消保修改建议，助力业务合规开展。

### (四) 强化投诉督导，提高投诉处理效率

一是做好监管沟通，高效处理监管转办投诉。上半年，合规部直接处理监管转办投诉 30 起和总行现场投诉 6 起，第一时间了解情况，防范了这些重大投诉进一步升级发酵。通过督办和全程跟踪，确保监管转办投诉两日内处理完毕，客户基本满意。此外，对于集中时段频发的客户投诉，如上半年增金宝业务规则变化引发的客户集中投诉、上海红酒交易平台带来的客户频繁投诉、投融资 P2P 资金存管牵连的客户投诉、天津宋女士两个月持续缠访闹访等，我行主动与监管部门沟通汇报，提前争取监管部门的理解 and 解决建议。

二是加大对重大投诉的督导力度。半年来，总行针对有关单位处理客户投诉不及时或不恰当的，及时发出《假冒开卡怠于办理客户投诉督办单》、《信用卡 APP 还款不成功客户投诉督办单》等督办通知，有效地促进了有关客户投诉的高效解决。针对问题比较突出的客户投诉，如对郑州地区集中发生不良中介集中组织客户办卡事项、对客户吕洋商卡被盗刷要求赔偿事件、对营销短信未经客户同意事项，及时向有关单位下发了投诉类工作提示，促进相关单位重视并解决。

三是统计分析客户投诉。按月统计全行客户投诉，涵盖 95527 电话类、现场投诉类、信件投诉类、监管转办投诉等，针对上半年发生的 1111 件客户投诉撰写《客户投诉分析报告》，分析客户投诉较为集中的问题的领域和原因，特别是针对 79 件有责客户投诉，进行分类分解，有助于从投诉中

吸取改进产品服务的有益建议，提升服务水平和风险防范能力，避免类似情况再次发生。

四是遵照监管要求重定投诉口径。上半年，根据《中国银监会办公厅关于印发银监会机关银行业消费者投诉处理规程的通知》和《中国银行保险监督管理委员会办公厅关于做好消费者投诉处理有关事宜的通知》要求，我行下发了《关于按照监管投诉新规开展客户投诉管理的通知》和《关于下发使用〈客户咨询建议表扬工作联系单〉的通知》，将全行关于客户投诉的口径统一到监管要求上来，严格区分客户投诉与客户咨询、表扬、建议，并进一步明确不得以“无责投诉”、“客户已撤诉”为由，人为剔除某些客户投诉，严肃投诉数据报送记录，杜绝迟报、漏报、瞒报投诉数据情况的发生。

五是上收客户投诉有责认定权限。考虑到去年部分分行处于“地方保护”对投诉有责认定不客观、不科学，今年上半年，我行将客户投诉的有责认定权限统一上收，明确第一落地单位为支行或分行的，由总行专业部门复核认定；第一落地单位为总行专业部门的，由总行投诉牵头管理部门复核认定，进一步统一了标准，提高了有责认定的科学性。

#### （五）围绕宣传主题，持续做好金融宣教

今年上半年，根据监管部门的要求，结合年度宣传计划，我行分别组织开展了“3.15 金融消费者权益日活动”“防范非法集资宣传教育工作”“普及金融知识，守住‘钱袋子’”

等金融宣传教育活动，活动形式多样，覆盖群体广泛，活动效果理想。一是开展“少年强则中国强——少年金融知识第一课”主题活动，强调金融知识普及从学校抓起。宣教队为小同学们介绍了金融基本知识，深入浅出，寓教于乐。二是开展“把课堂摆到穹庐之下——城市广场金融宣讲”主题活动，主要在人口聚集的城市广场进行宣讲，提倡消费者“多问、多想、多学”，防范非法金融活动。三是开展“在笑声中记住泪点——金融知识小剧场”活动，通过防诈骗小品、情景剧等生动形式，让消费者随着剧中人物被骗后的哭声，记住了防诈骗的要点。四是开展“那是一道流动的风景区——金融知识骑行队”活动，一路骑行，在社区、广场、公园、学校、医院、商业街区等停留宣传。五是开展“您爱玩哪儿我来哪儿——金融宣教‘新六进’”活动，紧密契合新时代消费者的新需求，推动3·15金融宣教进茶楼，进农场，进乐园，进影院，进菜场，进酒店。六是开展“用知识温暖世界——金融知识送温暖系列”主题活动，把关爱送到福利院、老年人群体、残障人群，答疑解惑，耐心细致地讲解非法金融活动的识别技巧，提高特殊消费者群体的风险识别能力。七是开展“响应中央号召服务实体经济——为企业送金融知识”活动，介绍了手机银行、网银等使用注意事项，特别提醒消费者注意防范P2P金融产品风险。八是开展“入村到户助力社会主义新农村——金融知识下乡村”活动，提升

农村居民的风险防范意识和保护个人信息、安全使用第三方支付工具、防范电信诈骗的能力。

## （六）完善产品业务，提升消费者满意度

### 1. 零售产品方面

个人业务上，不断丰富“加”系列存款产品，先后研发“快利加”、“升利加”等个人特色存款产品，推出人民币个人结构性存款业务，与京东金融合作推出小金卡业务；大力引进包括保险、基金、资管、信托等在内的代销产品，启动储蓄国债代销业务，丰富客户投资理财产品选择；不断完善线上线下销售渠道及产品升级换代，做好增金宝产品改造上线并跟进客户维护工作。

信用卡业务上，推出浙商银行起点卡，培养大学生良好的信用习惯；推出青荷公益联名卡，助力社会公益事业；打造信用卡权益包，维护持卡人的权益自主选择权；开展“趣发现”主题营销活动，提升客户用卡体验。

小企业业务上，大力推广全线上“点易贷”、随易贷、便利贷等业务，提高小微企业贷款获得率；继续推广到期转、连续贷等业务，有效解决小微企业贷款无缝周转问题。

### 2. 销售管理方面

全面加强营业网点销售专区录音录像（简称“双录”）管理工作，出台了“专区”“双录”管理的实施细则，启用了覆盖销售产品和流程的销售话术，制订了防范系统事故的

应急预案，提出“双录”系统三期优化需求，完善了“双录”系统功能。开展“双录”执行现场、非现场检查，严格执行内控管理处罚，进一步提升“双录”操作水平。此外，加强网点智能机具理财产品销售管理，完善理财板块功能。

### **3. 费率管理方面**

继续实行减费让利，降低客户金融服务门槛。对通过我行网上银行跨行转账汇款、代发工资、ATM取款转账等，继续实行免收手续费、年费的政策。申购我行指定基金的继续享受费率优惠。对通过我行财市场转让理财产品的，为出让人和受让人双方提供信息中介服务并免收转让服务费。免收12个月内信用卡纸质对账单补制费，免收信用卡补发卡/损坏卡/提前换卡手续费、溢缴款领回费、开具证明费、纸质对账单补制费（12个月外）、短信通知费、银联卡预借现金境内跨行手续费、银联卡外币兑换服务费等多项费用。

### **4. 服务管理方面**

柜面服务方面：一是积极推进智能网点建设，通过数字化流程、智能设备与技术管控的方法，在降低运营成本与资源耗用的同时，强化风险刚性管控，提高服务效率。二是全行实行“最多跑一次”活动，改进业务流程，完善系统功能，积极推进网点柜面业务一次办理，下一步将深化开展全行柜面业务“一次、一窗、限时”办理。三是积极组织参加银行业协会“千佳”网点评优创先活动。四是持续推进服务规范

化管理，强化服务监督，施行“神秘客户”暗访检查，严格规范服务行为。五是积极推行上门延伸服务，关爱特殊客户群体，保障消费者财产及人身安全。

非柜面服务方面：一是开发并上线了借记卡不保号换卡及借记卡保号换卡预约功能，实现让大部分借记卡换卡客户“只跑一次”。二是持续做好浙+银行对外输出，通过非面核类 II、III 类账户的对外输出，实现批量引流和获客，满足客户需求。三是对手机银行、网银、微信银行、财富云、财市场、银保通等系统新增多项功能。四是优化批量开卡业务办理流程，试点批量开卡新模式，提升和完善客户服务功能。五是对 CIF 系统及浙+银行等进行优化，提升反洗钱功能，保障客户权益。六是优化信用卡 APP，上线零花钱、本地活动积分兑换票券、零头金等业务，并推出信用卡 APP 与手机银行、网银登陆用户体系“一户通”登陆功能；七是优化线上申请渠道信息填写，通过后台信息调用减少客户填写项，提升客户申卡体验；八是推出移动展业客户端“一对多”申请功能，新增人脸识别模块，加强风险防控。九是全面推广小企业线上化新一代流程。

## 二、存在的问题

（一）P2P 公司或交易平台公司业务合作引发的投诉需密切关注

上半年，由于与我行有资金存管业务关系的 P2P 公司爆

雷，引发较多关联客户投诉和客户咨询，比如投融家实际控制人失联后，我行接到上百起客户咨询或投诉，被监管部门正式受理并转办总行的客户投诉有五起。此外，与我行有资金存管业务关系的交易平台公司引发的投诉也显著增加，比如部分在红酒交易中心投资发生损失的客户，指责我行存在资金存管责任履行不到位的问题，需引起我行的关注。

## （二）产品销售管理过程中还存在一些问题

上半年，银保监会通报了对我行 2017 年度消费者权益保护工作的考核评价情况，指出我行产品销售主要存在以下问题：一是宣传材料上未作风险提示和代销产品特别声明，宣传销售话术较简单，未对产品风险、收费标准等重点事项说明形式作强制规范等；二是产品信息查询的便利性、显著性待加强，自有产品和代销产品查询路径需整合优化；三是部分网点存在销售专区标示不显著、未作风险提示和销售人员资质、产品查询平台信息公示，个别网点存在专区环境嘈杂、通过高柜录音录像等现象。

## （三）“双录”管理尚需进一步规范

银保监会在上述考核评价中指出我行“双录”管理存在以下问题：一是营销推介及风险测评环节未明确纳入“双录”过程，部分录像未包括客户确认反馈环节，销售人员存在规避“双录”或使用话术不规范等行为，少数机构录音录像质量较差；二是“双录”系统存在销售人员可删除上传录像、

理财销售系统未强制关联“双录”、信息检索不便等问题，部分分行检查时尚未对“双录”信息管理、考核等作出明确的可操作性规定。

#### （四）投诉热线客服人员数与咨询投诉量匹配度较低

随着我行个人业务的发展，客户的咨询、投诉量持续处于高位，较多客户反映我行 95527 客服热线难以拨通连线，出现语音提示前面有六七十位客户在等待的情况时有发生。甚至有客户反映连打一小时或连打多日，仍然不能拨通。特别是今年上半年增金宝业务发生变更、理财产品秒抢、投融家 P2P 管理人失联等特殊情况的发生，进一步加剧了客户不能成功连线我行在线客服引发的矛盾。

#### （五）部分分行客户经理的责任感不强

个别分行或网点的客户经理，对于客户的合理诉求存在拖延、推诿、怠慢的情况，导致客户反复跑网点、一而再再而三地催促客户经理，造成较差的客户体验，影响了客户的忠诚度和我行声誉。比如某分行发生他人冒名开卡，客户提供的证明非本人开卡的笔迹鉴定已通过该分行的认可，但该分行在承诺为客户撤销不良征信记录后半年内，仍不断上门催收。期间，客户多次向客户经理反映无果，转而向监管部门投诉。虽然本次事件在总行的督办下得到较快解决，相关责任人员也受到了处罚，但事件本身已造成较为不良的影响。

#### （六）电子渠道客户体验有待进一步提升

随着手机银行、网上银行等电子渠道客户业务量的逐年增加，电子渠道界面数据是否完整、提示是否到位、使用是否便捷、是否有较强的亲和力都是新形势下服务客户的重要内容。从上半年的投诉来看，上述工作还有一定的提升空间。比如部分客户对我行信用卡 APP 的提示不到位提出投诉，表现为信用卡 APP 上手动还款后屏幕仅提示“提交成功”，是否还款成功没有通过合理方式主动告知客户；再比如针对刷信用卡预授权，有投诉指出对于未成功预授权的，我行缺少相应的提示，客户不能及时掌握预授权失败的情况。

### 三、下半年工作计划

#### （一）积极整改，落实监管考核要求

坚持问题导向，高度重视银保监会消保考核指出的问题，及时梳理分析，落实责任部门，确定整改方案，积极改善提升。特别对于产品销售环节和“双录”环节，要对标优秀同业，制定产品宣传材料规范和销售宣传话术格式，优化产品信息查询平台，加强销售专区建设，研究专区标准化要素规范，明确将营销推介及风险测评环节纳入“双录”过程；更新系统，限制销售人员删除上传录像权限，加强网点“双录”工作检查。

#### （二）进一步提升员工服务意识和服务水平

一是传导合规经营理念、强化服务意识。坚决落实监管机构及我行消保工作各项要求，以客户权益为核心，致力于

提升各类客户满意度和忠诚度。二是加强专项培训、细化服务标准。要求员工加强本职业务学习，提升自身业务素质。通过组织专项培训，借鉴、分享投诉及服务典型案例，提高员工息诉息访能力。定期学习行为规范，确保服务实现统一化、标准化、规范化。对于投诉集中的业务领域如信用卡、理财营销活动，要严格规范营销话术，提高服务意识与服务水平。

### （三）持续加强客户投诉管理

持续提高客户投诉处理的效果，总结投诉中发现的我行产品服务的不足，将投诉管理与业务经营、产品改进、流程优化、服务提升深度融合，及时制定策略，争取主动化解，防范舆情和声誉风险。要特别关注与我行开展存管业务的P2P公司爆雷对我行的波及，以及托管业务中管理人失联对我行的影响，积极做好解释和投诉化解工作。

### （四）持续做好消费者金融宣传教育工作

今年下半年，我行将以“金融知识万里行”、“金融知识进万家”等金融宣教活动为载体，特别对校园贷、电信诈骗、非法集资等非法金融活动进行风险提示和宣传教育，提高广大消费者识别、防范不法侵害的能力，提升我行专业、有社会责任感的形象。同时，以金融宣教为切入点，助力分支行产品营销进企业、进学校、进商业中心等，力争取得金融宣教与产品营销双丰收。

总行内控合规与法律部

2018年8月10日