

# 浙商银行 2018 年金融消费者权益保护工作 报告及 2019 年工作计划

2018 年，我行高度重视金融消费者权益保护工作（以下简称“消保工作”），按照监管最新要求，重点围绕投诉管理、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，妥善处理信访投诉，消保工作水平得到进一步提升。在 2018 年 6 月份银保监会通报的各银行金融机构 2017 年度消保工作考核评价中，我行位列 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 2018 年 3 月份中国人民银行杭州中心支行通报的辖内金融机构 2017 年度消保考核中，我行获得 A 级评价；在中国银行业 2018 年度“普及金融知识万里行”活动中，我行被中国银行业协会评为“最佳成效单位”（仅 4 家全国性股份制银行获评）；我行还被《中国消费者报社》、中国消费网评为全国“2018 年度消费者至上示范企业”（仅 4 家金融机构获评）。现将我行 2018 年消保工作开展情况报告如下：

## 一、2018 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）》（浙商银办〔2018〕268号）。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《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，将消保工作不足作为扣分项直接纳入风险控制卡（R卡）评价体系。对分行，一是将消保基础工作纳入综合绩效内控合规管理正向评分体系；二是将消保工作质量纳入综合绩效内部控制卡（I卡）考核，可直接倒扣分。

## （三）高度重视，及时启动投诉分类及编码标准实施工作

2018年四季度，我行收到人总行和银保监会联合下发的《投诉统计分类及编码行业标准》应用实施相关文件后，及时采取了以下措施：一是积极参加培训，并做好转培训工作，全面了解该项工作的要求和关键问题；二是组建由内控合规与法律部、零售银行部、金融科技部相关人员组成的总行项目组，主办部门为内控合规与法律部；三是组织项目小组成员赴试点银行（杭州银行）现场学习，掌握了项目整体情况，

了解了投诉系统的组成和相关操作；四是倒排时间表，制订了《实施进度表》，详细部署了从2018年12月至2019年底每阶段需完成的工作任务及部门分工；五是拟订了金融消费者投诉管理系统开发需求。

#### （四）强化投诉督导，提高投诉处理效率

一是高效处理监管转办投诉。总行直接受理监管转办投诉两百多起，第一时间了解情况并提出解决方案，促使第一落地单位高度重视，尽快解决，防范重大投诉进一步升级发酵。

二是加大对重大投诉的督导力度。总行针对有关单位处理客户投诉不及时或不恰当的问题，及时发出督办通知，有效地促进了客户投诉的高效解决。针对问题比较突出的客户投诉，及时向有关单位下发投诉类工作提示，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；撰写半年度、年度《客户投诉分析报告》，分析客户投诉较为集中的问题和原因。特别是对有责投诉进行分类分解，从投诉中提炼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。根据中国银保监会2018年上半年下发的投诉新规，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，严肃投诉数据报送纪律。

五是上收客户投诉有责认定权限。上手客户投诉的有责认定权限，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，提高了有责认定的科学性。

#### （五）改进工作流程，提升消保审查效力

一是全面完成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，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。

二是助力业务部门做好消保风险把控，助力业务合规开展。

#### （六）围绕宣传主题，持续做好金融宣教

全年组织开展了“金融知识进万家”等十多项专项及大型金融知识宣教活动，创新思路开展了多项特色宣教活动。2018年，全行共组织开展活动480多次，受众客户60多万人次，媒体报道220多次。在中国银行业“普及金融知识万里行”活动中，被中国银行业协会评为“最佳成效单位”（仅

4 家全国性股份制银行获评)。

## 1. 结对共建“金融宣教乡村根据地”——金融知识“农村进万家”

我行精心组织“金融知识‘农村进万家’，结对共建‘金融宣教乡村根据地’”主题活动。在该活动中，我行将金融宣教活动重点放到了广大乡村。各分支机构积极送金融知识下乡，与村组开展一对一结对活动，建立金融知识宣传教育共育共建关系，培育“金融宣教乡村根据地”，做到三个“定”：一是定点设立金融课堂。通常在乡村礼堂建立固定的金融课堂，提供大量金融书籍、杂志、折页，营造较好的金融学习氛围；二是定人提供咨询解答。每个“金融宣教乡村根据地”确定一名定向联系员工，留有电话和微信，随时接受村民金融问题咨询；三是定期开展宣讲培训。主要讲解目前电信网络诈骗、P2P 平台风险事件、银行卡管理、密码安全、ATM 操作、POS 刷卡、网上支付等，并以 9 月份主题活动为契机，建立农村金融宣教工作长效机制。

## 2. 组织开展“少年强则中国强——青少年金融知识第一课”活动

我行金融宣教队重点打造青少年金融知识第一课，强调金融知识普及从学校抓起。比如泰州分行宣教队走进泰州城东小学，以沙画视频的方式为同学们送上金融知识第一课：“我国的金融树”。又如义乌分行走进义乌工商学院，向在

校学生普及金融消费常识，增强在校大学生的风险防范意识；杭州玉泉支行走进浙江工商大学积极宣教非法金融广告识别、个人金融信息保护、理财产品选择等内容；济南潍坊分行联合潍坊学院开展进校园宣传，为在校师生讲解非法金融广告基本特征、常见手段及如何防范、救济途径等热点问题。

### **3. 精心组织“公益赠饮凉爽一夏，传播知识守护一生”活动**

我行开展了以“公益赠饮凉爽一夏，传播知识守护一生”为代表的公益主题金融知识宣教活动。各分支机构用“赠饮”的方式向一线交警、环卫工人、市政维修人员、快递小哥、建筑工人等“城市守护者”致敬，呈上精心准备的金融知识普及手册，用通俗易懂的语言、鲜明生动的案例，给他们讲防范电信网络诈骗相关知识，讲“金融好网民”理念，帮助他们树立正确的理财观念，告诉他们选择正规的理财机构和途径，提醒他们不制造、不传播金融谣言，自觉抵制非法金融广告、非法集资，防范电信诈骗及现金贷等，受到“城市守护者”的热烈欢迎。

### **4. 常年开展“四类群体”的特色主题宣传活动**

我行关注不同年龄、不同知识水平群体消费者的金融需求，设计差异化的金融知识普及方案，开展层次鲜明、各具特色的主题宣传活动，提高宣传教育的实用性和针对性。针对老年人群体，开展“多一份金融了解，多一份养老本钱保

障”主题宣传活动；针对进城务工群体，开展“多一份金融了解，保值增值奔小康”主题宣传活动；针对青少年群体开展，“多一份金融了解，培养一代人影响三代人”主题宣传活动；针对高校师生群体，开展“象牙塔里防诈骗，保障未来好起点”主题宣传活动。引导消费者正确运用金融知识，选择正规金融服务渠道，增强风险意识和防范意识，避免受到不法金融活动的侵害。

## （七）完善产品业务，提升消费者满意度

### 1. 产品方面

一是根据消费者需求持续创新个人业务，推出“快利加”、“鑫利加”、“微联贷”、借呗联合贷款、花呗联合贷款、浙商银行起点卡、青荷公益联名卡等产品，培养金融消费者良好的信用习惯，助力社会公益事业；二是盘活小微企业流动性资产，推出“点易融”产品，对接小微企业发展平台，加大对“个转企”“小升规”的信贷支持力度；大力推广三年贷、循环贷、到期转、连续贷等业务，减少小微企业对高成本转贷、过桥贷款的需求，节约其转贷、过桥等融资成本。三是上线“零花钱”“本地活动积分兑换票券”等业务，推出移动展业客户端“一对多”申请功能，新增人脸识别模块，提升用户体验并加强风险防控。

### 2. 收费方面

一是继续严格收费管理。我行按照“七不准”“四公开”

的要求，统一收费管理，严格履行服务收费告知义务。截止2018年末，我行对外公示政府定价、政府指导价个人类8项；市场调节价个人（非银行卡）类24项，银行卡类20项，分支行特色16项；政府规定免费项目个人类28项；我行自行免费个人类47项。

二是提高服务收费信息透明度。通过在营业大厅设立服务价格公告牌、LED显示屏播放收费标准、银行网站公布收费资讯等多种形式、通过多种渠道履行服务收费告知义务，充分尊重消费者知情权和选择权。

三是做好减免费用工作。2018年，我行在借记卡年费、工本费、ATM交易手续费、柜面通服务、代发工资服务、个人理财产品转让服务费等项目实行了费用减免或优惠；在信用卡年费、短信通知费、补/换卡费、补账单费、开具证明费等项目实行了费用减免或优惠政策；积极满足小微企业客户的短期资金融资需求，依法承担贷款业务及其他服务中产生的尽职调查、押品评估等相关费用，不转嫁客户；对小型、微型企业免收贷款承诺费、资金监管手续费等8项费用；推出小企业客户“生意金·结算赢”服务套餐，免费提供小微特色结算产品组合、减免网银结算费用。

### 3. 柜面服务方面

一是开展“最多跑一次”服务。创新线上预办、就近办、一次办等业务模式，同时借助持续跟进、排查与优化循环机



制，深入开展“一次、一窗、限时”办理活动，目前所有柜面业务支持一次办，主要业务基本实现限时办。

二是做好防范电信网络诈骗工作。2018年成功堵截疑似网络电信诈骗事件17起，为客户减少资金损失200.5万元。同时，积极掌握客户在营业网点突发疾病、遭受意外人身伤害等应急处理方法，全力保障客户人身安全，如我行宁海支行集体营救噎食小孩获客户送锦旗嘉奖。

三是进一步加强客户信息安全保护。将“严禁获取客户密码”等作为会计营业基础工作十大禁止事项；系统控制未经授权柜员无法查询存款余额、客户联系方式等重要客户信息；引入柜外清设备，在密码输入、交易确认等环节让消费者明确知晓业务类型及交易金额，杜绝内部作案，有效保障个人客户资金安全。

四是提供特殊消费者服务和便民服务。网点通过提供手语服务、完善无障碍服务设施、开立特殊人群绿色通道、提供上门延伸服务等方式，为残疾人等特殊消费者提供更为便利及温馨的服务。

#### **4. 非柜面服务方面**

一是推进农村金融服务工作。持续加大涉农贷款投放，重点支持涉农企业、农民合作社、种养大户、家庭农场等新型农业经营主体的融资需求，进一步促进“造血式”金融精准扶贫。截至11月末，我行农房抵押贷款余额3.05亿元、户

数 482 户；本年累计发放金额 1.88 亿元，发放户数 279 户。

二是对产品信息平台查询路径进行优化，提升了产品信息查询的便利性、显著性。

三是做好信用卡非柜面服务，优化信用卡 APP，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，优化线上申请渠道信息填写，提升客户体验。

四是将金融消费者信息安全保护要求融入金融产品设计与开发，对互联网应用、交易系统、重点项目等全面开展应用安全测评，确保我行金融产品支撑系统具有良好的人机交互与安全性，让客户用得舒心、用得放心。

## **二、2019 年消费者权益保护工作规划**

### **（一）进一步建立健全消保制度体系**

2019 年，我行将根据金融消费者权益保护最新监管要求，进一步健全完善金融消费者权益保护规章制度，明确消保专项工作原则、标准、措施和程序。适时开展现有消保制度后评价工作，根据监管新要求和市场新变化，创新工作思路和工作方法，改进消保工作流程，完善消保工作机制，逐步形成和完善对内工作有效、对外保护有力的消保制度、机制。

### **（二）重点落实监管要求的统计分类及编码系统工作**

针对 2018 年底中国人民银行和中国银行保险监督管理委员会对金融消费者投诉统计分类及编码行业标准提出的新要求，积极学习试点行先进经验，启动新系统开发项目，

确保按照监管文件落实统计分类、编码、统计分析、投诉系统等方面的要求。

### （三）进一步优化消保考核机制

2019年，继续将消费者权益保护工作作为分行综合绩效评价内部控制卡和总行部室综合绩效评价风险控制卡的重要组成部分，在保障权重不低于2018年的基础上，尝试将消费者权益保护在强化负面扣罚的同时强化正向激励，以进一步引导分行提升消费者权益保护工作的质量。

### （四）做好客户投诉分析结果运用

及时总结客户投诉或情况反映较为集中的问题，分析原因并制定切实可行的措施，切实提升服务水平和风险防范能力，避免类似情况再次发生。同时，发挥投诉管理的积极作用，将投诉管理中发现的问题，作为改进流程、产品和服务的重要依据。定期进行投诉事件统计、梳理、分析，及时查找薄弱环节和风险隐患，减少和预防投诉事件发生，力争将消费者投诉事项化解在第一责任单位。同时，对较为集中的投诉问题进行专项优化整改，升级服务，减少同类问题的重复发生。加强对投诉事件的系统化分析，剖析投诉事件发生的深层次原因，以《消保工作提示单》等形式督促相关部门和分支机构改进工作，进一步促进我行合规展业。

### （五）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

机构及我行金融消费者保护工作各项要求，以客户权益为核心，致力于提升各类客户的满意度和忠诚度。二是加强专项培训、细化服务标准。要求员工加强本职业业务学习，提升自身业务素质。通过组织专项培训，如分享、借鉴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。对于投诉集中点如信用卡、理财营销活动，将对营销行为进行统一规定与管理，严格规范营销话术，提高服务意识与服务水平，提升客户满意度。

#### （六）强化金融宣传教育工作

加大宣传教育力度，一方面深入社区、校园，让客户充分了解各种金融知识，指导客户安全使用各种金融工具，尤其针对投诉较多的信用卡、电子银行等业务，将晦涩难解的合同条款、计息方式等以通俗的方式向群众进行告知并解释，充分披露银行各类业务风险与收费标准。另一方面在全行内部进行宣传教育，提升员工对投诉问题的重视，自觉树立“以客户为中心”的服务理念，提高服务水平，同时聘请专家教授就投诉处理、应急公关等技能有针对性地加强员工培训。

#### （七）持续做好消费者满意度调查

2019年，我行将持续开展消费者满意度调查，依托消费者意见，统计客户诉求的问题类型和比重，分析我行在产品和服务上的优势和不足之处，分析网点服务的短板和提升潜

力，有针对性地提出改进和优化意见，以此对我行产品服务改进以及整体形象的提升提供助力。