

浙商银行 2022 年客户投诉分析报告

一、2022 年投诉总体情况

2022 年，本行全年共受理客户投诉 105340 笔。一季度受理客户投诉 6965 笔，第二季度受理客户投诉 34717 笔，第三季度受理客户投诉 14428 笔，第四季度受理客户投诉 49230 笔。

从业务分布来看，客户投诉集中于信用卡业务（57.1%）和个人贷款业务（10.4%）。从原因分布来看，引发客户投诉的主要原因是因管理制度、业务规则与流程引起的投诉（64%），因服务设施、设备、业务系统引起的投诉（9.8%），因服务态度及服务质量引起的投诉（9.6%）。

2022 年，本行受理的 105340 笔客户投诉均已办结，办结率为 100%。其中，处理结果为满意的投诉 104226 笔（含无异议），占比 98%，不满意 1114 笔，占比 2%。

二、客户投诉的具体构成

（一）投诉业务领域分布

2022 年，本行受理的 105340 笔客户投诉中，银行卡投诉 65200 笔（其中，信用卡投诉 60155 笔，占投诉总量的 57.8%）；贷款投诉 11692 笔，占投诉总量的 11%。此外，还包括支付结算投诉 6103 笔，债务催收投诉 4261 笔，自管理财投诉 4143 笔，银行代理业务投诉 1066 笔，个人金融信息

投诉 908 笔，其他中间业务投诉 655 笔，人民币储蓄投诉 653 笔，外汇投诉 364 笔，贵金属投诉 53 笔，人民币管理投诉 16 笔，其他投诉 10226 笔。

1.信用卡业务

信用卡业务投诉主要集中在以下几个方面：信用卡使用和还款 49499 笔，占比 82.2%；信用卡申请、开卡及换卡 2782 笔，占比 4.62%。此外，还包括信用卡个人信用信息 1784 笔，信用卡挂失及注销 1742 笔，信用卡市场活动、积分及增值服务 836 笔，信用卡账单服务 668 笔，信用卡盗刷 255 笔，其他投诉 714 笔等。

其中，“信用卡使用和还款”主要为部分客户希望申请减免其个人信用卡账单，部分客户对本行调整其信用卡额度有异议，部分客户因未及时还款导致逾期，申请调整其逾期征信记录等问题；“信用卡申请、开卡及换卡”相关投诉主要是部分客户对销卡、续卡业务流程进行询问及异议，或对新卡邮寄的信息和流程进行核实询问。

2.个人贷款业务

个人贷款投诉主要集中于以下方面：消费性贷款 3392 笔，占比 29%；个人生产经营性贷款 3255 笔，占比 27.8%；个人住房贷款 2979 笔，占比 25.4%；个人汽车消费贷款 43 笔，占比 0.36%；其他贷款相关投诉 2023 笔，占比 17.3%。

其中，客户投诉诉求相对集中，主要是要求协商还款或

要求调整协商还款方案、对逾期还款手续费异议、对贷款息
费异议和逾期影响征信异议等。

（二）投诉原因分布

从引发投诉的原因来看，由金融机构管理制度、业务规
则与流程引起的投诉 67502 笔，占比 64%；服务设施、设备、
业务系统引起的投诉 10406 笔，占比 9.9%，服务态度及服务
质量引起的投诉 10167 笔，占比 9.6%。此外，因债务催收方
式和手段引起的投诉 4444 笔，因合同条款引起的投诉 162
笔，因消费者信息安全引起的投诉 2561 笔，因产品收益引起
的投诉 2375 笔，因信息披露引起的投诉 2266 笔，因消费者
资金安全引起的投诉 1561 笔，因自主选择权引起的投诉 938
笔，因营销方式和手段引起的投诉 265 笔，因定价收费引起
的投诉 2693 笔。

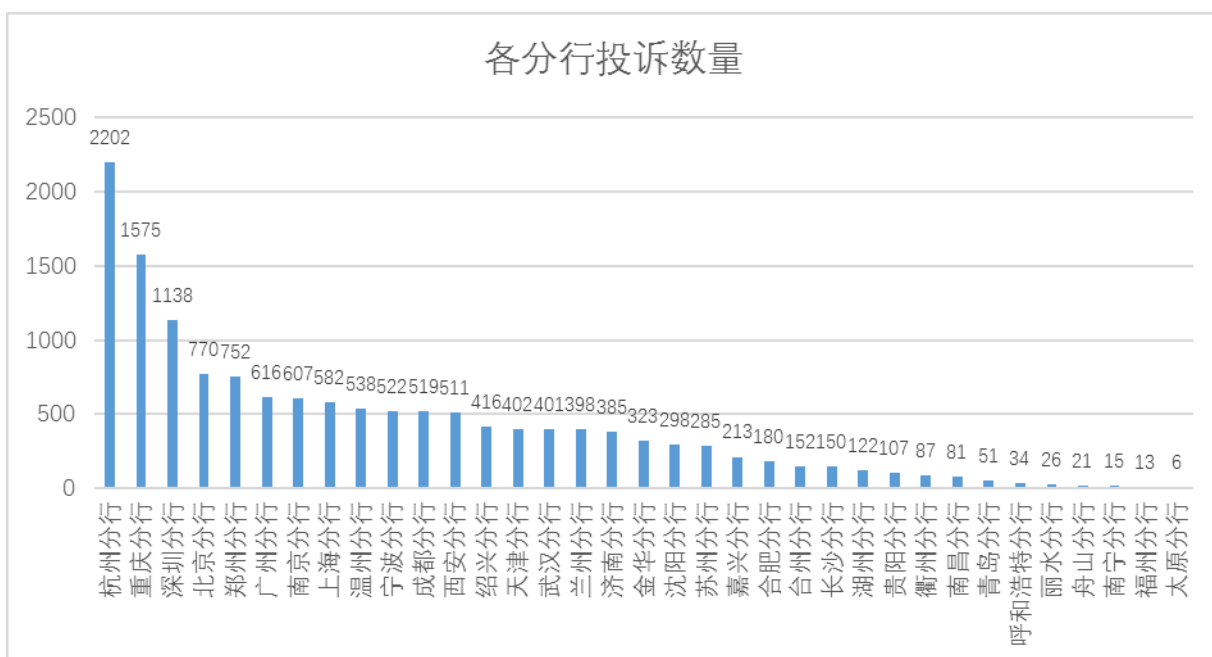
（三）投诉渠道分布

从投诉业务办理渠道来看，金融消费者通过本行前端
（包括营业现场、自助机具、电子渠道等）进行咨询或办理
业务发生的投诉共 38491 笔，占比 36.51%；金融消费者因为
本行产品涉及、业务规则或进行风险管理等操作引发的投诉
共 66849 笔，占比 63.46%。

从投诉来源来看，本行客服受理投诉 103244 笔，占比
98%；各渠道监管部门转办投诉 2096 笔，占比 1.99%。

（四）投诉层级分布

从投诉机构层级分布来看，涉及总行的投诉共有 90842 笔（主要为信用卡业务及涉及总行制度规则制定相关的投诉，该类投诉由总行集中处理），占比 86.2%。涉及分行的投诉共有 14498 笔，占比 13.8%。其中，投诉发生量较多的分行为：杭州分行 2202 笔，重庆分行 1575 笔，深圳分行 1138 笔。



三、监管转办投诉情况

（一）总体情况

2022 年，本行共受理银保监会及其派出机构（以下简称“银保监”）转办投诉 1779 笔，已办结投诉 1779 笔，办结率 100%。其中总行受理银保监会转办投诉 1052 笔，分行受理银保监会派出机构转办投诉 727 笔。银保监转办投诉涉及最多的业务领域为信用卡业务，共受理 853 笔，占比 47.9%。

（二）同业对比

2022年，本行坚持以人民为中心，高度重视投诉管理，行领导靠前指挥，各部门协同配合，总分支行统一行动，不断优化业务和产品流程，切实提高客户服务水平，按双周监测转办投诉趋势，实质性减少重复投诉和投诉升级。2022年，在整体银行业投诉量持续上升的大背景下，随着本行业务不断扩充和客户体量增大，本行受理银保监转办投诉总量与去年同比增幅67%。但从2022年银保监会前三季度投诉通报（截至报告日，第四季度投诉通报尚未发布）来看，与同业相比，本行投诉管理整体可控，投诉总量较少，“每千营业网点客户投诉量”等五项核心投诉指标在同业中属于最优序列。

（三）具体构成

2022年，本行受理的1779笔银保监转办投诉中，信用卡投诉853笔（含信用卡债务催收投诉），占比47.6%；个人贷款投诉661笔，占比37.1%；自管理财投诉81笔，占比4.5%；人民币储蓄投诉63笔，占比3.5%；债务催收投诉37笔，占比2%；银行代理业务投诉19笔，占比1%。此外，还包括借记卡投诉15笔，支付结算投诉10笔，个人金融信息投诉4笔，外汇投诉4笔，中间业务投诉2笔，其他业务投诉44笔（包括网点基础服务等）。

853笔信用卡投诉，从业务类类别看，信用卡使用和还款投诉718笔，占比84%；信用卡个人信用信息投诉52，占

比 6%；信用卡申请、开卡及换卡投诉 38 笔，占比 4.4%；催收投诉 14 笔，占比 1.6%；其他投诉 15 笔，占比 1%。还包括信用卡按账单服务投诉 8 笔，信用卡挂失及注销投诉 6 笔，信用卡活动、积分及增值服务投诉 2 笔。主要投诉原因及诉求为：逾期修改征信、协商还款、息费争议、对降额不满、催收态度及方式等。

661 笔贷款投诉，从具体业务领域看，消费贷款投诉 520 笔，占比 78.5%；个人住房贷款投诉 63 笔，占比 9.5%；个人生产经营性贷款投诉 60 笔，占比 9%；个人汽车消费贷款投诉 18 笔，占比 2%。从投诉原因及诉求看，主要集中在涉及协商还款、逾期修改征信、息费争议等。

四、投诉管理工作中存在的困难和问题

（一）“云联惠”平台相关信用卡投诉处理难度较大

2022 年，“云联惠”平台相关的信用卡协商还款投诉持续增加，仅银保监会转办投诉就达 76 笔，占转办投诉近 4%。投诉人反映其加盟注册的“云联惠”平台被公安机关查封，资金被冻结，导致其信用卡逾期，要求“停息挂账，延长还款时间，减免逾期利息”。本行监测发现，大量投诉人通过自媒体平台或按照职业投诉团队的“统一组织”，以相同的书面格式、统一的操作模式，持续向监管投诉。考虑到投诉人统一行动，本行一旦妥协协商，后续将产生较大不利影响，因此这部分投诉处理难度较大。

（二）部分互联网贷款投诉处理难度较大

本行一、二、三季度互联网贷款业务相关投诉递增，环比增长 17%--25%。这部分贷款客群由互联网公司线上发掘，属于典型的“长尾客户”，经济实力和信用资质普遍偏弱，且易受疫情等外部经济环境影响，投诉诉求主要集中于“延、减、免”。此外，当前社会面存在不良中介对消费者进行“投诉专业指导”的情况，导致本行这类投诉的处理、压降难度较大。

五、下一步工作措施

2023 年，本行将进一步提高消保工作政治站位，深入贯彻“人民为中心”的发展思想，践行“金融为民”理念，持续压紧压实金融机构投诉处理主体责任，积极稳妥化解矛盾纠纷，切实履行消费者权益保护的责任和义务。

（一）深挖客户投诉资源，持续改进产品和服务

本行将充分利用客户投诉大数据，围绕客户意见焦点和纠纷矛盾突出点，开展投诉数据的分析挖掘，从投诉中发现问题，开展源头治理，促进产品、服务、管理的迭代改进，积极回应消费者关心、关切的问题。同时，进一步完善投诉处理工作机制，打通屏障，整合资源，健全内部沟通协调、信息共享、协同处理、投诉处理考评、溯源整改等投诉管理流程，做到问题早预警、早发现、早处置。

（二）推进纠纷多元化解机制建设，妥善处理疑难投诉

本行将加强与各地调解组织的对接，积极配合调解组织工作，坚持问题导向、目标导向、结果导向，坚持“能调尽调”，把非诉纠纷化解机制挺在前面，不断完善工作机制、加强队伍建设，促进纠纷矛盾的高效处理，实质性压降重复投诉和缠访。

（三）加强合作机构管理，减少合作业务纠纷

本行将持续规范合作机构的准入和退出机制，强化合作机构总量控制、集中度和限额管理。在合作协议中明确约定双方在消费者权益保护方面的责任和义务，严格约束合作方的行为。同时，加大对合作机构信息披露、合规收费、外包催收等事项的检查和监督，不断提升客户满意度，降低投诉量。

（四）强化员工内部培训，不断提升消保工作能力

本行将持续加强消保知识教育，采取面对面培训、线上直播培训、在线知识竞赛、讲座沙龙、交流座谈会等各种形式，增加警示案例教育和实操性培训课程，将消费者权益保护理念深植在全行员工心中，不断提升本行消保工作质效。