

浙商银行股份有限公司金融消费者保护政策

制度要点（2025年版）

一、目的

为保护金融消费者（以下简称“消费者”）合法权益，规范消费者权益保护工作，浙商银行股份有限公司（以下简称“浙商银行”“本行”）根据《中华人民共和国商业银行法》《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中国人民银行金融消费者权益保护实施办法》（中国人民银行令〔2020〕第5号）、《中国银保监会关于银行保险机构加强消费者权益保护工作体制机制建设的指导意见》（银保监发〔2019〕38号）等相关监管要求，制定《浙商银行消费者权益保护工作管理办法（2021年版）》《浙商银行客户投诉管理办法（2020年版）》《浙商银行消费者权益保护评估审查办法（2023年版）》等消费者保护管理制度，切实保护金融消费者合法权益。

二、管理架构

本行秉持“金融向善，消保为民”的使命担当，坚持以人民为中心的价值取向，建立完善的消保管理体系，明确职责分工，落实产品服务和营销宣传管理、消费者权益保护评估审查、消费者信息保护、特殊消费者保护、员工和消费者教育宣传、投诉管

理与应急响应、内外部监督检查、信息披露与报告等工作机制与要求，推动实现消费者在与本行发生业务往来的各个阶段始终得到公平、公正和诚信的对待。

（一）董事会及专门委员会

本行董事会负责制定消费者权益保护工作战略、政策及目标，审议相关工作，对消费者权益保护工作进行总体规划及指导，监督高级管理层履行消费者权益保护职责情况。

本行在董事会下设立消费者权益保护委员会，指导和督促消费者权益保护工作管理制度体系的建立和完善，向董事会提交消费者权益保护工作报告及年度报告，对高级管理层和消费者权益保护部门工作的全面性、及时性、有效性进行监督。

（二）高级管理层

本行在高级管理层设立消费者权益保护工作委员会（消费者权益保护工作领导小组），指导本行建立消费者权益保护管理体系，明确各分支机构及相关部门的工作职责，落实董事会关于消费者权益保护工作相关决议，统筹、制定、审查消费者权益保护工作计划、方案和任务，定期向董事会及消费者权益保护委员会报告消费者权益保护工作开展情况。

（三）执行层

社会责任与消费者权益保护部是本行消费者权益保护工作

牵头部门，其他相关部门积极配合协同。各分行、各支行应当参照总行成立消费者权益保护工作委员会或消费者权益保护工作领导小组，落实消费者权益保护工作的相关要求。

三、产品和服务审查

本行不断完善产品和服务审查机制建设，明确董事会和管理层在当前业务及产品和服务的审查方面的监督职责。本行在产品和服务的设计开发、定价管理、协议制定、营销宣传等环节，主动评估和审查产品和服务是否保障了消费者的财产安全权、知情权、自主选择权、公平交易权、依法求偿权、受教育权、受尊重权、信息安全权等权利，严格落实消费者权益保护工作要求。

（一）管理架构

本行董事会是消费者权益保护工作的最高决策机构，下设消费者权益保护委员会，负责监督包括提供的产品和服务审查的有效执行和落实；管理层设立消费者权益保护工作委员会，负责推动将消费者权益保护审查要求融入业务经营全流程。本行消保审查职能部门和业务主管部门具体承担金融产品和服务的消费者权益保护审查职责。

（二）审查范围

本行在新产品和服务推出市场前或者现有产品和服务涉及消费者利益的条款发生重大变化时开展消保审查。消保审查范围

包括个人客户产品和服务相关的政策、制度、合同协议、业务规则、通知公告、交互界面、营销宣传材料等。

（三）审查原则

本行消保审查应遵循以下原则：

1.依法合规原则。本行主要依据与金融消费者权益保护相关的法律、法规、规章、规范性文件等开展消保审查工作。

2.关口前置原则。本行消保审查应当在产品和服务设计初始阶段即行介入，从源头上防范侵害消费者合法权益事件发生。

3.全面审查原则。本行消保审查应当全面覆盖《国务院办公厅关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》中规定的消费者八项权利；全面覆盖所有涉及金融消费者权益的业务、产品及服务；全面覆盖涉及金融消费者权益的政策、制度、业务规则、合同文本、营销宣传材料等。

4.独立审查原则。本行消保审查不同于法律审查、合规审查，是着重从消费者权益保护的角度出发，发现产品和服务设计、推广过程中可能存在的不足和缺陷，避免侵害消费者合法权益的问题发生。

5.平等适当原则。本行消保审查应以公平、公正、诚信对待消费者为落脚点，在风险合规与业务发展并重的基础上提出审查意见。消保审查不对业务可行性及送审事项的真实性、完整性进

行审查。

（四）审查要点

本行围绕产品和服务开展消保审查，审查要点包括但不限于以下方面：

1.是否与法律、法规、规章、规范性文件以及监管通报指出问题等相抵触；

2.是否尊重消费者人格尊严和民俗风俗习惯，是否存在使用歧视性、违背公序良俗的表述；

3.收集消费者个人信息的，是否按规定告知信息收集使用的目的、方式和范围等规则并经消费者同意，是否按规定对消费者个人信息、隐私或商业秘密给予合理保护；

4.是否保障了消费者公平交易权、自主选择权和知情权；

5.是否使用通俗易懂的语言和有利于消费者接收、理解的方式进行产品和服务的信息披露和风险提示，是否对产品和服务信息的专业术语进行解释说明，电子形式的格式条款是否可被识别且易于获取；

6.收费内容是否清晰，是否存在“有收费无服务”“有收费少服务”或“质价不符”等问题，新设服务项目或者提高服务价格是否提前公告；

7.是否对产品和服务的风险及专业复杂程度实施合理评估

和审批程序，是否分级动态管理产品和服务，是否建立合理的消费者风险偏好、风险认知和风险承受能力测评，是否将合适的产品和服务提供给合适的客户；

8.营销宣传是否存在欺诈、隐瞒、虚假或者引人误解的内容；

9.营销信息是否向消费者提供拒收或者退订选项；

10.其他需要进行消保审查的事项。

本行结合产品和服务相关投诉、诉讼、舆情、满意度调查等情况，持续完善消保审查要点，并定期或不定期予以更新。

四、客户投诉管理

本行所称客户投诉（以下简称“投诉”）是指自然人、法人或其他组织（以下简称“投诉人”）因购买本行产品或接受本行相关服务，与本行或本行从业人员（包括正式员工及劳务派遣员工，下同）产生纠纷，并向本行主张其民事权益的行为。投诉人以“建议”“咨询”“举报”等形式反映，但内容符合“投诉”概念的，均视为“投诉”。本行注重客户投诉管理，明确投诉受理渠道和投诉处理流程，落实投诉督查和检查工作要求。本行投诉受理专员负责受理客户投诉，投诉处理专门机构负责处理客户投诉，投诉人对投诉处理结果有异议的，由被投诉部门的上级部门进行核查。总行社会责任与消费者权益保护部、分行合规部对投诉处理流程、投诉处理情况开展检查，董事会消费者权益保护

委员会负责监督客户投诉的审查机制流程。

（一）投诉受理渠道

本行畅通投诉渠道，在官方网站、移动客户端及营业场所醒目位置公布本行投诉电话、投诉邮箱、官方网站网址、通讯地址等投诉渠道信息和投诉处理流程；在产品或者服务合约中提供投诉电话或者其他投诉渠道信息，投诉人可通过现场投诉、电子渠道投诉和来信投诉的方式与本行沟通。

1.现场投诉：投诉人可在本行营业网点现场和各级行机关本级现场以口头或书面形式提出投诉。

2.电子渠道投诉：投诉人可通过本行全国统一客服电话95527、投诉邮箱95527@czbank.com、官方网站<http://www.czbank.com>、网上银行、手机银行APP、微信公众号等电子渠道提出投诉。

3.来信投诉：投诉人可以纸质信件的形式直接向本行提出投诉。

（二）投诉处理流程

本行处理客户投诉的流程包括：受理登记、调查核实、据实处理、答复反馈。

1.受理登记

投诉人通过投诉受理渠道对本行产品或服务提出异议时，投

诉受理专员认真倾听投诉人诉求，耐心进行解释安抚，并做好记录。对于可以当场答复的事项，投诉受理专员应及时答复投诉人；无法当场解决的，应就处理期限与投诉人约期或转交有权机构处理，并告知投诉人。

2.调查核实

对于无法当场解决的投诉，由总、分行相应业务主管部门安排人员进行调查核实。核查内容包括但不限于投诉人的基本情况、被投诉人（机构）的情况、投诉经过、投诉人诉求等。核查方式包括进入事件发生现场调查取证，调阅视频、音频等资料，向本行有关当事人了解，查看客户办理业务的凭证或后台数据，与投诉客户进行现场或非现场交流等。

3.据实处理

根据调查核实情况，属于有责投诉的，责任单位应向投诉人致歉，并尽快帮助客户解决问题，满足客户的合理诉求；属于无责投诉的，应向投诉人作出解释，耐心安抚，并在符合法律法规、监管规定及本行规章制度的前提下为客户提供合理的解决方案。确有需要的，可以适当方式给予投诉人安慰。

4.答复反馈

投诉处理结论作出后，投诉处理人应及时告知投诉人投诉事项的核实情况、投诉处理结果、作出决定的依据和理由，争取投

诉人满意；如投诉人对处理结果不满意，应进一步解释安抚，并告知投诉人可以采取的申请核查、调解、仲裁、诉讼等救济途径，必要时可提请上级投诉牵头部门协调处理。

投诉人对投诉处理结果有异议而提出核查申请的，应按照回避原则，变更直接处理人员，由投诉处理部门的上级部门在收到核查申请之日起 30 日内进行核查并将核查结果告知投诉人。

（三）投诉监督检查

总行社会责任与消费者权益保护部、分行合规部对投诉处理流程、投诉处理情况开展检查，并将投诉管理工作纳入消费者权益保护考核评价体系和综合绩效考核指标体系。董事会消费者权益保护委员会定期听取投诉管理情况工作报告，监督客户投诉的审查机制流程。

五、公众金融教育

本行切实承担金融知识普及和消费者教育的主体责任，提高消费者对金融产品和服务的认知能力，提高消费者金融素养、金融风险防范技能和诚实守信意识，帮助消费者掌握符合自身需求的金融知识，理性选择适合自己的金融产品和服务，增强风险防范意识和责任意识，远离非法金融活动，主动预防和化解潜在矛盾，构建和谐金融消费环境。本行建立“线上+线下”“集中性+阵地化”多渠道、多层次的金融教育宣传全网格，通过多种

形式、面向不同人群提供金融教育服务，并与外部金融教育机构建立合作机制，积极开展金融知识普及和教育活动。

（一）金融教育主要内容

1.宣传国家金融法规政策、消费者权益保护法律法规，提高消费者合法合规意识。

2.普及基础金融知识，包括但不限于个人征信、银行卡安全、支付工具使用、存款保险制度、投资理财知识以及防诈骗知识等，注重提升消费者金融素养。

3.面向青少年、老年人、大学生、新市民、乡村居民、残障人士、拆迁户、高知人士等重点群体，结合其自身特点做好风险提示，注重培养理性、诚信金融理念，提高特殊消费者群体使用银行服务的程度。

4.宣传消费者投诉维权的渠道、方法和流程等，引导消费者合法、合规、理性维权。

5.其他根据政府部门、监管部门、行业协会、消费者组织要求或结合消费者需求认为应予以宣传的金融知识。

（二）金融教育宣传形式

1.线上宣传。通过官方自媒体、外部媒体、微信朋友圈或微信群、抖音等在线渠道推送文稿、长图、视频、微电影、直播等。

2.线下宣传。包括营业网点阵地宣传、户外宣传活动等，通

过面对面交流或者书面阅读材料直接向消费者提供金融教育服务，活动形式包括但不限于金融教育进社区、进学校、进工地、进商圈等。

3.其他政府部门、监管部门、行业协会、消费者组织等认证机构要求的教育宣传形式，或利于扩大教育宣传覆盖面、提升质效的创新形式，旨在通过多渠道向消费者提供认证机构的金融教育服务。

（三）面向重点人群和特殊群体

本行要求，各级行每年至少自行组织开展一次公益性金融知识教育宣传活动，包括但不限于针对青少年、老年人、大学生、新市民、乡村居民、残障人士、拆迁户、高知人士等重点群体的金融知识教育宣传活动。

1. 青少年

本行注重面向青少年等年轻消费者开展金融知识教育宣传活动，重点普及合理借贷、理性消费等金融知识，引导年轻消费者树立负责任的借贷意识，加强校园贷典型案例教育宣传，引导年轻消费者防范校园贷、套路贷等非法借贷。

2. 老年人

本行注重面向老年人开展金融教育宣传活动，重点普及理性投资理念，将教育宣传与推动金融服务适老化相结合，聚焦老年

人常用的金融产品以及专门针对老年人的金融服务进行教育宣传，促进金融服务更平等地惠及老年人。针对易对老年人造成侵害的非法金融活动，加强提示和宣传，提高老年人防骗意识和自我保护能力。

3. 大学生

本行注重面向大学生开展金融教育宣传活动，重点介绍侵害公平交易权、自主选择权的常见陷阱，避免因信息不对称、捆绑销售导致的决策失误，助力其能充分了解产品条款。加强征信知识普及，提示非法“征信修复”风险；重点揭示“校园贷”“培训贷”“美容贷”等平台借贷陷阱套路。

4. 新市民

本行注重面向新市民开展金融教育宣传活动，重点普及储蓄、理财、保险等基础金融知识，介绍适用于新市民的普惠金融政策及正规金融服务渠道。重点宣传防范租房押金诈骗、求职保证金诈骗、“高额回报”“快速致富”等投资项目骗局等。

5. 乡村居民

本行注重面向乡村地区及偏远地区群众开展金融知识教育宣传活动，重点普及基础金融账户安全、普惠金融工具使用、涉农金融风险防范等知识。加强涉农诈骗和土地权益相关金融风险的提示宣传，提升乡村地区及偏远地区群众的金融风险识别能力

和自我保护意识，助力乡村振兴。

6. 残障人士

本行注重面向残障人士开展金融教育宣传活动，重点推动金融服务的无障碍化和信息获取的便利性。提供适配不同残障类型的教育宣传方式，普及金融基础服务流程和风险防范知识。针对易因沟通障碍或代理操作引发的侵权风险，加强权益保障宣传和自我保护指引，促进金融服务更公平、更便捷地惠及残障人士。

7. 拆迁户

本行注重面向拆迁户开展金融教育宣传活动，重点讲解理财、保险等金融工具，帮助其合理规划资金，提升家庭理财能力。重点提示防范“投资返利”等骗局，避免盲目投资，保障其财产安全。

8. 高知分子

本行注重面向高知分子开展金融知识教育宣传活动，重点解读复杂金融产品的风险要点，强调要根据自身风险承受能力选择金融产品，避免过度投资或盲目跟风。

（四）外部合作机制

本行积极探索金融教育模式创新，与外部金融教育机构开展合作，持续提升消费者金融素养和风险防范能力。本行联合学校、社区、青少年宫、养老院、商圈、企业等多方力量，聚焦青少年、

老年人、新市民等重点人群，推进金融知识普及工作，帮助消费者提升金融素养。本行与政府部门、监管部门、行业协会、消费者组织等机构合作，整合优势资源，为消费者提供专业金融教育。在网点金融教育宣传工作开展方面，本行与当地青少年活动中心、周边社区、学校等机构，建立持续稳定的合作关系，将温暖驿站开辟为官方认证的第二课堂打卡点。如杭州分行城东支行在杭州市少工委的指导下，积极创建“杭州市红领巾争章基地”，面向小学生开设“金融知识第二课堂”公益活动，成为杭州市首家获此称号的金融机构。

六、员工消保培训

（一）培训对象

本行积极开展员工消费者权益保护教育和培训，要求每年至少开展一次面向全体一线员工的金融消费者保护专项培训，帮助员工强化消费者权益保护意识，理解行内消费者权益保护政策和程序，提高服务技能，丰富专业知识，提升消费者权益保护能力。

本行加强对中高级管理人员、基层业务人员、新入职人员的消费者权益保护培训，针对投诉多发、风险较高的业务岗位提高培训频次和培训的有效性。

（二）培训方式与内容

本行通过线上视频培训和浙银智慧云、线下授课等渠道开展

员工金融消费者保护培训，培训内容主要包括重点法律规范和监管规定、内部制度和要求、典型案例分析解读等类型，覆盖个人信息保护、金融知识教育宣传、投诉处理、营销宣传、操作规范、消保审查等消保重点内容。

七、金融可及性

本行深入贯彻中央经济、金融会议精神，认真践行金融工作“人民性、政治性、专业性”精神，始终将普惠小微作为全行战略业务板块予以重点发展，举旗善本金融，为小微企业市场主体提供高质量金融服务，2020-2023年连续四年荣获金融监管总局（原中国银保监会）小微企业金融服务监管评价一级行。本行致力于提升金融服务渠道的可及程度，不断拓展服务覆盖范围，尤其是针对较难服务到的群体和社区，包括老年人、残障人士、小微企业、个体户等人群，以及乡村、偏远山区等地区。截至2025年6月末，本行普惠小微贷款余额超3,500亿元，占各项贷款比重居全国性商业银行领先地位。本行自开展小微业务以来，至今已累计投放小微贷款超2万亿元，惠及小微企业近77万户。

（一）移动/线上服务渠道的创新

1.个人手机银行：本行个人手机银行基于移动通信运营商，利用移动电话等通讯设备和无线网络，为客户提供账户管理、转账汇款、投资理财、缴费支付等移动金融服务。

为提升老年人、困难人群等服务较难覆盖人群使用手机银行的便利性，本行在适老化及无障碍服务方面进行多项创新。2025年上半年长辈版登录人数同比增长 4.60%。

- 针对验证码、非文本链接与控件，提供替代表现形式，适配不同残疾人群使用；
- 实现大字版优化，以图文视觉结合展示信息要素；
- 持续优化语音搜索和语音呼起等适老便捷服务，为老年人提供自然流畅的智能语音对话技术，辅助视觉能力下降的老年客户操作；
- 支持一键转账、一键求助、一键锁卡等快捷操作，降低老年、残疾人群的操作门槛；
- 强化老年客群转账交易安全措施和风控策略，保护老年人的“钱袋子”；
- 针对视障视弱人群优化密码键盘、人脸识别活体动作策略，有效解决了特殊人群遇到的问题，提升了服务能力；
- 打造一站式养老金融服务，提供一键直达专属客户经理或电话银行专属服务、适老产品推荐、语音播报等服务，全渠道提升大龄客户使用体验。

2.线上化普惠贷款产品：本行通过汇聚工商、司法、反欺诈、征信等数据，创新性推出“数易贷”“数科贷”等线上化普惠贷

款产品，为个体户、小微企业提供“申贷快、智能批、循环用、方便提”的极简贷款服务；持续深化银政合作，加强与市场监管局、税务局及金综平台等合作与数据共享，针对“名特优新”“最美劳动者”“先进个体户”等小微客群提供专属融资支持，大幅提高个体户等小微市场主体融资覆盖面和便利度。

（二）线下非网点服务渠道创新

1.本行以金融工作室为载体，联合政府相关部门、金融机构和中介机构，推进乡镇金融服务，为强村富民提供全方位综合金融服务。截至2025年6月末，本行共设立15家村镇金融工作室。

案例：设立金融顾问工作室，助力乡村治理

本行向衢州市龙游县席家村派驻驻村第一书记，发挥党对基层金融工作的领导作用。在席家村设立综合金融生态建设金融顾问工作室，第一书记与金融顾问协作，深入基层了解村情民情，推动产业升级、强村富民和金融普惠，探索可持续特色发展路径。同时，开展村银党建联建活动，签署党建联建协议，共同推进党建工作。为促进乡村善治，推动慈善信托项目落地，席家村与慈善企业签署合作意向书，助力乡村治理。

2.上门服务，特事特办。坚持以客户为中心，按照事项真实、灵活服务和防范风险的原则，创造条件为特殊客户开辟绿色通道，对患病、遭遇意外事件无法亲临营业网点办理业务的客户，积极

上门。

3.通过线下课堂提供综合金融服务。本行联合组织“浙商大讲堂”线下培训课堂，为省内小微主体提供集融资、税务、法律、知识产权、反诈于一体的综合金融服务渠道。

（三）助力乡村振兴

本行积极响应乡村振兴战略，持续加大“三农”领域信贷资源投放力度，不断探索金融服务乡村振兴新模式。截至2025年6月末，本行涉农贷款余额1,856.51亿元，较年初增加155.51亿元、增幅9.14%；普惠型涉农贷款余额487.41亿元，较年初增加35.01亿元、增幅7.74%。

案例：普惠金融服务乡村特色产业

浙商银行以“一县一策”“一业一品”思路，聚焦浙江省山区县特色优势产业金融场景需求，定制推出三门青蟹、龙游生猪、淳安茶叶等特色产业集群项目，专项支持各县发展支柱产业；同时将大数据和人工智能技术应用融入金融服务，实现“客户掌上申、合同无纸签、模型自动审、要素套餐配、线上自助提、贷款循环用”等服务功能，大幅提升普惠金融服务的覆盖率、可得性和满意度，助力当地个体户、农户、新型农村经营主体、微型企业等普惠市场主体“好货出山”，提升区域“造血”能力，在当地形成较好的市场口碑和品牌效应。截至

2025年6月末，已在本行19家山区县机构开发推出超60个特色产业场景集群项目，授信金额超57亿元，累计服务小微客户近2,500户，并开始将该模式复制推广至省外，结合区域农业产业发展的场景资金需求，开发“金乡大蒜仓单质押”“洛川苹果贷”等具有地域特色的信贷产品。

八、贷款变更管理

本行在与客户签订贷款合同或合约的过程中高度关注消费者权益保护，着重评估客户主体财务水平与履约能力，为客户提供合理适宜的贷款合同要素变更选项，在充分理解并积极帮助客户解决实际问题的基础上，合理调控客户授信水平并支持其获得更便捷、高效的贷款产品与服务。

本行在客户履约过程中充分关注客户财务状况变化，及时识别分析其还款能力，针对因严重灾难或事故、重大健康问题、经营情况不佳、失业、经济特别困难、极端恶劣天气影响等原因导致还款困难的客户，允许在双方协商一致的情况下，结合可变更贷款要素选项提供专项支持。本行将综合评估客户身份合规性、征信表现、收入稳定性及担保情况等因素，根据客户实际还款能力，在保证客户保持良好还款意愿，具备持续收入来源的前提下，提供包括调整还款计划、延长贷款期限、变更还款方式、提升授信额度等在内的差异化支持方案，确保在风险可控的前提下帮助

客户纾困解难。

本行建立快速响应处理机制，高效回应客户变更需求，提供专业咨询解答，切实保障客户权益。采用线上自动审批与线下人工审核相结合的服务模式，业务办理流程规范严谨。