



工行合肥分行

践行金融为民 做好消费者权益保护

2023年以来,中国工商银行合肥分行全面贯彻党的二十大精神,坚持以人民为中心的发展思想,扎实做好监管部门及总省行关于金融消费者教育与金融知识普及工作部署,加强组织领导,落实责任分工,通过线上和线下相结合的方式组织开展形式多样的金融知识教育宣传活动,向金融消费者提供获取金融知识的途径和防范风险的技能,增强金融消费者的风险识别能力、自我保护意识和责任担当意识。将金融教育宣传工作与提升金融服务、防范金融风险、服务实体经济相结合,充分展现国有大行的责任担当和良好社会形象。

坚守初心 持续强化消费者权益保护

为深入践行金融的政治性、人民性,积极履行消费者权益保护责任,该行主动适应内外部形势变化,完善消保工作机制流程,专门成立了消费者权益保护工作委员会,由一把手行长任主任,分管行长任副主任,相关部门负责人任委员。消费者权益保护工作委员会秘书处设在消费者权益保护工作办公室(法律事务中心),并根据相关领导和人员变动情况,适时调整了消费者权益保护工作委员会成员。着力强化消费者权益保护工作的研究规划、组织推动、沟通协调、监督检查、总结报告等,在全辖统筹部署开展消费者权益保护工作。

为切实加强消费者权益保护管理工作,科学评估全辖各支行消费者权益保护宣传教育工作开展情况和客户投诉管理工作质效,推动消费者权益保护工作有序有效开

展,该行根据监管部门及上级行消费者权益保护工作的相关要求,制定了消费者权益保护工作考核评价办法,评价结果纳入对支行和市行专业部门的经营绩效考评。

金融为民 扎实开展形式多样的消费者教育

面对客户日益多样化的金融服务需求,该行明确责任,建立常态化消保宣传机制。每年初即着手布置“3·15”消费者权益保护教育宣传工作,制定了教育宣传活动方案,明确了教育宣传活动的目的、时间、主题、内容和方式等,成立了活动领导小组,由消费者权益保护工作办公室(法律事务中心)牵头,各相关部门密切配合、周密规划,齐抓共管,将教育宣传活动与国家应对老龄化、助力乡村振兴、防范化解金融风险等主题有机融合,与打造第一个个人金融银行、城乡联动发展等战略深度结合,提高活动触及率、客户参与度和品牌影响力。

线下,该行在全辖各网点门楣和LED屏滚动播放“理性投资消费 防范金融风险”活动口号,在电子屏幕播放“3·15”电子宣传海报,在公众教育区、消保专区等显著区域摆放宣传折页、宣传手册等材料,并提供必要的适老设施。各网点主动与周边村(居)委会、学校、特殊教育机构等对接,通过“进农村、进社区、进校园、进企业、进商圈”等形式,积极开展贴近群众生活的户外宣传教育活动。2023年3月15日,工行安徽省分行刘华副行长参加了合肥分行“送金融知识进社区”宣传活动,并亲自现场解答群众相关问题,同时提醒广大居民要安全用卡,防范各类金融诈骗。2023年3月12日,该行所辖新汇支行和蜀山支行分别组织志愿者走进绿怡居社区和大溪地1912社区,积极开展金融知识宣传普及活动。据统计,该行2023年累计开展线下宣传活动429次,参与宣传3899人次,发放宣传资料10万份,受教消费者数量约40余万人次。

线上,该行充分利用微信工作群,并在《市场星报》等报刊以及合肥热线(合肥论坛)、万家热线、安徽生活网、合肥财经网等网络媒体,全方位、多角度地普及金融知识,宣传金融消费者拥有的“八项权利”等知识,高效务实地开展形式多样的宣教活动。

通过扎实开展形式多样、内容丰富的宣传教育活动,该行主动回应了消费者关切和社会热点问题,切实履行社会责任,不断提高金融消费者和广大市民的自我保护意识、辨识能力和抗风险能力,助力经济社会高质量发展。

健全机制 推动金融纠纷化解机制

为切实履行保护金融消费者合法权益,提高金融纠纷化解质效,该行提高站位,高度重视,充分运用金融纠纷的多元化解机制,坚持动态授予、异地授予、及时应调、快速审批的要求,全行协同推进、落地运用。法律事务中心牵头推动落实全行消费者权益保护和金融纠纷多元化解工作;相关业务部门是消费者权益保护的第一道防线,承担消费者权益保护和金融纠纷多元化解的主体责任;内控合规部将消费者权益保护纳入内控评价体系,打通调解、仲裁、中立评估等非诉讼方式处理金融消费纠纷的“最后一公里”,协同推进多元化解机制落地运用,提升纠纷化解质效,保障消费者合法权益。

该行还将金融消费纠纷多元化解工作与提升金融服务、服务实体经济相结合,将金融纠纷多元化解工作开展情况纳入对分支机构、专业部门的消费者权益保护考核评价体系,加强与当地人民法院、金融纠纷调解委员会的沟通交流,牢固树立通过多元化解机制主动处理投诉纠纷的意识,全力避免投诉纠纷升级,充分展现了大行责任担当和良好社会形象,以实际行动践行金融为民、金融惠民、金融便民。

龚轩

