

信银理财 2024 年度消费者权益保护 工作年度报告

2024 年是全面贯彻落实党的二十大精神的关键之年，是深入实施“十四五”规划的攻坚之年，消保工作的重要性、复杂性和紧迫性不断凸显，保护金融消费者权益成为“国之大者”。在金融消保强监管、严监管的新形式下，信银理财持续站稳人民立场，努力提升金融消费者的获得感、幸福感、安全感，并在消保全流程管理、投诉处理、投资者长效服务机制等方面上取得了一定积极成效。

现将 2024 年金融消费者权益保护工作进行公示，请广大金融消费者监督指正。

一、强化履职，完善机制，夯实消保全流程管理

信银理财贯彻落实消保稳妥，将消保管理融入产品全生命周期和服务全流程。

1. 强化消保责任，积极履职担当

2024 年，信银理财在消费者权益保护方面持续强化履职担当。消费者权益保护办公室（以下简称“消保办公室”）积极向董事会消费者权益保护委员会及监事会各汇报四次工作进展，确保公司高层对消保工作的全面了解并接受其对消保工作的总体规划和指导。此外，消保办公室成功组织召开了两次消费者权益保护工作委员会会议，并首次列席中信银行

2024年消费者权益保护工作委员的第一次会议，按照公司对消保工作的要求并参照母行中信银行做法进行落实与改进，确保消费者权益保护目标和政策得到有效执行，有效推动各项消保工作的深入实施与落实。

2. 紧跟监管步伐，完善体制建设

信银理财严格落实外规内化，确保制度内容与监管要求保持高度一致。24年全年修订并印发消保工作基本规定、信息保护管理办法、消保全流程操作规程等4部制度，确保制度及时性、有效性，为各项消费者权益保护工作的顺利开展提供了坚实的制度支撑与操作指南。

3. 精细化消保审查，强化消保全流程管理

事前压实两级消保审查机制，全年累计开展消保审查约900笔，确保面客产品及服务合规、易读、易懂。实现消审系统刚性控制及闭环管理，从系统端进一步提升消保审查效力。事中动态开展月度检查，聚焦营销物料用语规范性、信息披露准确性等开展监督、检查工作。事后创新运用《消保提示函》等对全流程各环节的执行情况及时反馈、预警。

二、加强客服建设，稳妥处理客诉

信银理财积极稳妥处理客户投诉，全年未发生针对客服服务的重大投诉事件。

1. 优化投诉处理机制，开展“降诉行动”

2024年通过逐笔分析客户投诉情况，持续优化对客服务流程，

提升客户服务感受。消保办公室高度关注消费者的“急难愁盼”，根据客户咨询和投诉情况，形成日报、月报、季报和年报，及时将客户对产品及服务意见建议反馈至相关部门，深入挖掘客户需求，提升服务精准度。

2. 关注消保重点人群，畅通服务渠道

客户服务热线 950950 增设“敬老专线”，使得老年客户可一键接入人工专线服务，提升老年客户服务体验。畅通对客服务渠道，消保办公室通过 950 热线电话、直销 app、官网、公司微信公众号在线客服、客服邮箱、短信提醒等多种对客服务方式，接受客户咨询、建议和投诉等 4 万余次。

3. 提升一线服务能力，客情反馈体现价值循环

持续打造客服尖兵，制定“950 象心力学分计划”，系统规划一线坐席的必修和选修课程。客服中心共参加消保专题培训、行业机构专家培训、公司业务培训等 49 场，全年开展服务能力、业务流程优化等穿行培训，从业务能力和服务能力两方面，提升一线坐席的专业性和服务能力。

三、践行投资者长效服务机制，传递品牌温度

信银理财践行“国之大者，普惠金融服务为民”的初心，用心开展投资者服务与陪伴，传递品牌温度。

1. 创新打造线下投资者教育阵地“双第一”，筑牢线上投教阵地

建成国内理财行业首个“线下投资者教育阵地”，位列中银协《理财业务投资者同行陪伴基地案例选编》优秀案例榜首，本年度，阵地共举办面向理财爱好者的投教活动 30 场，成为公司理财服务为民的重要窗口。充分发挥集团协同资源，打造国内首家理财知识主题麦当劳餐厅，以投资者喜闻乐见的方式普及理财知识，推动投资者服务的场景化、互动化。上述两阵地均填补了国内理财行业投资者教育领域的空白，实现了与投资者的高频交互，传递中信温度。

筑牢线上投资者教育阵地。利用线上平台开展无差别投教活动，以高质量作品时时回应客户关切。2024 年抖音号、微信视频号保持日更频率，制作发布绿色金融、养老金融相关投教视频，辐射超 245 万粉丝，曝光量超 300 万次。

2. 第一个五年百场万里行圆满收官

全年公司各部门举办万里行投教活动 45 场，并于 2024 年 11 月在中信银行拉萨分行圆满完成第一个五年百场万里行收官活动。创新推出“童心同行”校园财商系列万里行，面向青少年群体传递普惠金融温度。于拉萨分行营业部建成首个投资者教育宣传角。

3. 严格落实监管要求，开展消保主题文化月活动

积极配合监管发声，内容落地掷地有声。结合 3、6、9 月集中宣传月投教主题，积极开展相关消保主题活动。“3.15”系列活动以“3”-三适当，“1”-一个阵地，“5”-五项活动为主节

奏，履行“高层率行、中层驱动、基层为本”根本方针，自上而下全面推动各项活动开展。此外，持续开展6月普及金融知识、守住‘钱袋子’、9月“三三得久”集中教育宣传月等主题活动。采用展板、漫画、口播、情景剧等老百姓喜闻乐见的方式开展投教。制作并发布投教漫画、专题情景剧，有关作品被中国银行业杂志、中信银行总行等平台转载发布。

4. 深化“小暖象”IP形象，致力于向远发声

按年度计划进行小暖象形象升级，持续丰富小暖象IP及周边种类，适应客户差异化需求，焕发小暖象品牌的生命力。创新投教形式与内容，累计面向总分行、各渠道部门共享小暖象周边、《投教系列百科丛书》近4万份，传递理财温度。开展心向远方夏日百拍活动第二季，配合13个二三线城市地铁、商圈铺设的广告，传递品牌温度。品牌建设方面，通过五个圈层，即向员工、总行、行业、客户、社会层层传播，配合营销活动推广，持续扩大小暖象品牌影响力。

5. 探索客户预期管理，实现消保前移

在事中及事后环节，通过定期报告《信银理财客户数据分析报告》对公司客户数据进行整合，初步形成客户画像；通过第三方神秘人调研监督客户适当性落实情况，压实各条线主体责任，为代销、直销渠道因地制宜的适当性管理方法提供思路参考。

以上为 2024 年信银理财消费者权益保护工作年报，衷心感谢每一位金融消费者的信任与陪伴！路虽远，行则将至；事虽难，做则必成。展望未来，信银理财将继续秉持专业精神与人文关怀，与广大投资者并肩同行，共创价值。

信银理财有限责任公司
消费者权益保护办公室

2025 年 2 月 5 日