



浙商金汇信托股份有限公司

2024 年金融消费者权益保护工作报告

2024 年，以《银行保险机构消费者权益保护管理办法》为指导，围绕保护金融消费者合法权益与培育“卖者尽责、买者自负”投资理念两大目标，公司系统推进消费者权益保护体制机制建设。通过优化业务流程和构建数字化客服体系平台，精准提升服务管理质效与纠纷化解响应速度；依托常态化培训，持续强化员工权益保护意识与履职能力；通过深入开展投资者宣传教育，进一步提升消费者金融知识水平，切实保障消费者权益。

现将 2024 年主要工作情况汇报如下：

一、建立健全工作机制，压实主体管理责任

1. 构建立体式消费者权益保护工作管理体系。严格贯彻全员消保理念，形成董事会、高级管理层、消保职能部门、全体员工协同联动的组织架构。公司董事会高度重视消费者权益保护工作，将其纳入公司治理、企业文化和经营发展战略，制定金融消费者权益保护工作的总体战略、政策和目标，对年度工作报告进行审议；消保工作领导小组负责统一规划、统筹部署公司消费者权益保护工作；财富运营部作为公司消保职能部门，配备消保经费与专职人员，牵头组织、协调、落实公司消费者权益保护工作开展；其他相关部门协同配合、分工履职，形成纵向到底、横向到边的立体式消费者权益保护管理体系。



2. 持续完善消费者权益保护制度规范与工作计划。本年度，公司制定了《2024 年金融消费者权益保护工作计划》、《2024 年金融消费投诉处理工作计划》、《2024 年投资者教育计划》和《2024 年金融消费权益保护员工培训计划》，完善消保考核办法，前移消保审查风控，考核纠纷多元化解机制落实情况。本年对《信托业务投资者适当性管理办法》、《财富企业微信管理办法》、《财富企业微信平台信息发布细则》、《财富客户积分管理办法》、《审计管理办法》、《特殊资产信托业务管理办法》、《资产管理信托业务操作风险管理办法》、《资产管理信托业务存续期管理操作细则》、《慈善信托业务管理办法》和《风险资产处置管理暂行办法》等制度进行新增或修订，进一步理顺工作流程，明确各部门工作职责。

3. 持续发挥考评指挥棒作用。公司将消费者权益保护工作纳入内部综合考核评价体系、机构问责体系和人力资源管理体系，在绩效考核中合理分配消费者权益保护相关指标的占比和权重，并覆盖前、中、后台各个条线和相关部门，充分发挥指挥棒作用。对在展业过程中的消费者权益保护工作情况（包括但不限于合规销售、双录、信息披露、投诉处理、投资者教育等内容）进行评级打分，有效提升公司全员对消费者权益保护工作的重视程度，确保消费者权益保护工作各项要求落到实处。

4. 加强各部门横向联动。本年度，财富运营部作为消保职能部门，积极强化与办公室（安全生产监督办公室）、法



律合规部、内部审计部、数字与信息化部、人力资源部和风险管理部等相关部门的沟通协作，有效加强各部门间的横向沟通，针对消保工作存在的问题进行系统分析，专题研究，找准症结，强化问题导向，群策群力，提升相关部门消保重视意识和工作能力。

二、强化日常内控监督，防范展业合规风险

1. 加强产品消保审查与营销合规管理。公司制定并印发实施《资产管理信托计划发行管理办法》、《信托业务投资者适当性管理办法》、《特殊资产信托业务管理办法》、《资产管理信托业务操作风险管理办法》和《慈善信托业务管理办法》，确保在产品的设计开发、定价管理、协议制定等环节嵌入消费者权益保护要求。立足消费者保护角度，就产品政策、业务规则、信托合同、推介材料等开展合规性审查，对重大信用风险和市场风险等进行监控和管理，并提出明确、具体的审查意见。严格执行合格投资者认定标准、私募产品推介规范，落实资金穿透核查要求，强化适当性管理，切实履行“卖者尽责”义务。建立双录及系统留痕机制，确保销售行为全流程可追溯。建立客户回访机制，通过定期抽样回访监测理财经理展业规范性，定期评估客户满意度。搭建数字化客服体系，建立“企业微信”营销平台，系统内嵌合规营销敏感词库，通过企微合规质检工具，能够及时触发提醒，引导理财经理优化营销话术，进一步加强合规营销监督管理。

2. 建立代销业务合作机构名单管理机制。对拟合作的金融机构进行准入评价，经审批通过后纳入公司代销准入名单，



并在后续合作过程中实施持续监督。2024 年完成 6 家金融机构的代销准入工作，推动 4 家代销机构代销业务的落地。

3. 完善全流程信息披露机制。根据《信息披露管理办法》、《资产管理信托业务存续期管理操作细则》、《电子渠道销售操作细则》等制度，在售前、售中、售后全流程披露产品和服务关键信息。售前，在信托文件中详细载明产品要素、风险等级等重要信息；售中，要求销售人员全面揭示产品风险收益特征，对销售过程实施录音录像，确保产品销售透明度和适当性管理原则。售后，采取现场查阅、书面邮寄、电子渠道等方式及时有效地披露信托产品运行情况。针对证券类信托产品，额外建立月度净值短信推送机制，切实保障投资者的知情权。

4. 加强个人金融信息保护。公司已建立了《客户信息安全保护管理办法》、《信息安全实施办法（修订）》等多个与消费者金融信息保护相关的制度，涵盖信息收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开各环节，明确信息处理的合法、正当、必要原则。对消费者个人信息实施分级分类管控，限制信息查询人员和查询范围，对敏感客户信息做部分字段脱敏处理，切实做好客户信息安全保护工作。

5. 开展员工培训和专项考试。公司制定并下发了《2024 年度金融消费者权益保护员工培训计划》，全年按照计划有序开展消保培训工作。本年度，共组织开展 13 场内部消保专项培训，内容涵盖消保政策学习、防范非法集资和电信诈骗、网络信息安全、反洗钱、消费者知情权、合规销售等多



个方面。培训多次邀请内外部专家前来授课，多维度深入普及金融知识、法律法规和各类案例，助力加强公司员工金融知识储备，提升消费者权益保护能力。为进一步强化学习效果，公司组织全体员工开展了 1 次消费者权益保护专项考试，考试范围涵盖了销售行为管理、投资者适当性管理、客户信息保护、电子渠道销售行为管理、金融消费投诉处理、录音录像要求等多个方面，考试平均分达 97.25 分，及格率达 100%，考试结果记入员工综合绩效考评，有效督促员工将消费者权益保护意识牢记于心。

6. 落实员工自查工作。本年度，公司对员工开展了 7 次消费者权益保护自查工作。自查要求员工对本年度营销推介行为、公司治理和创新业务开展、私募基金管理机构合作、非法集资、反洗钱等方面进行认真回顾梳理，填写自查表留档，并计入员工综合绩效考评，自查未发生违规销售等不当行为。

7. 落实内部审计工作。公司充分发挥内部审计对消费者权益保护工作的监督作用，采取信托业务专项审计与消保专项审计相结合的方式，针对消费者权益保护工作情况，建立常态化、规范化的内部审计工作机制，发挥事后监督作用，对发现的问题采取有效措施，督促落实整改。

8. 认真落实报告管理工作。根据监管部门要求，按时上报监管月报、季报和各活动总结 40 余篇。

三、增强金融知识普及，提升消保宣教实效

1. 加强活动组织领导。公司高度重视投资者教育活动，



制定了《2024 年度投资者教育宣传工作计划》，并召开专题会议明确活动安排，明确消费者权益保护工作小组作为投资者教育宣传活动领导小组；财富运营部作为活动主导部门，负责专项教育宣传方案的制定，宣教材料的编辑制作以及宣教活动的组织实施；各财富中心作为金融消费者的直接接触者负责开展适当的教育宣传工作；其他相关部门协同配合活动开展。

2. 立足职场阵地宣传。公司积极准备活动宣教物料，将杭州总部、异地营业场所作为宣教的主要阵地，统一张贴横幅和海报，摆放易拉宝、投放宣教视频。在客户接待区、销售专区陈列摆放宣传读本，供金融消费者参阅。

3. 多渠道线上宣传。持续在公司官网消保专栏、微信公众号“财金视点”与“信托课堂”专栏、视频号和手机 APP 宣导金融政策、普及金融知识、提示金融风险，内容多样，覆盖面广。全年共推送和转发文章 100 余篇，视频号播放“做金融明白人”系列视频 70 余个，覆盖金融消费者 8000 余人；积极参加防范非法集资短视频征集大赛，制作《警防非法集资 守护幸福晚年》原创动画短视频。

4. 积极开展金融宣教走出去活动。公司积极参加监管部门组织开展的“3·15”消费者权益保护、“5·15 全国投资者保护宣传日”、“普及金融知识万里行”、“防范非法集资宣传月”、“全民反诈在行动集中宣传月”、“金融教育宣传月”、践行新时代“枫桥经验”等多个专题宣传活动，有节奏、有重点地开展宣教活动。在 3 月、6 月、9 月集中



宣传月，公司员工组成志愿服务队，联合社区、金融机构等多家单位，走进社区、学校等场所，共开展金融知识宣传活动 8 场，覆盖金融消费者 1 万余人，分发宣传折页 3000 余份。通过专题讲座、案例讲解、室外宣传等形式为消费者普及金融知识，助力提升社会公众金融素养，增强金融安全意识，传递金融为民使命。

四、聚焦特殊人群关怀，提高金融服务质量

公司制定了《老年人及残障人士金融服务规范》，聚焦老年客群服务痛点难点，坚持“多想一步、多做一步”，持续落实“亲老适老”金融服务机制。对营业场所软硬件进行适老性升级改造，设置“适老服务专区”，配置不同度数的老花镜、放大镜、助听器、医疗箱等助老便民设备。对网站和 APP 进行适老化改造，“浙金财富汇”APP 推出“长辈模式”，官网和网上信托增设“无障碍辅助浏览”功能，提供字体放大、语音朗读、语速调节、辅助浏览功能等功能，为老年人及残障人士提供可视化、可听化的网络服务。在信托合同等法律文件中，对风险揭示、注意事项等重要条款采用标注颜色、字体加粗等特别方式提示老年人注意。理财经理接待时，采取放慢语速、服务上门等手段，悉心解答老年客户对业务上的疑惑，手把手教老年客户使用财富 APP，便于其查询资产持仓情况。公司财富 400 热线采用人工接听模式，便于识别老年客群，主动为老年人提供业务咨询服务，为老年人提供更有温度的金融服务。



五、抓实客户投诉处理，提升纠纷化解水平

1. 金融消费投诉机制建设情况。公司已制定并下发《金融消费者权益保护工作管理办法》、《金融消费投诉处理管理办法》、《信访工作管理办法》、《应急维稳预案》、《2024年度金融消费投诉处理工作计划》等管理制度和工作计划。成立金融消费投诉处理工作小组、信访维稳及舆情处置工作小组，并指定专人专岗负责金融消费投诉的“转、受、办”，有效做好投诉事件升级、扩散的防控。

2、金融消费投诉工作开展情况。通过信托合同、推介材料、官方网站、微信公众号及财富 APP 等媒介公示 400 客服热线和客服邮箱，在营业场所设立投诉处理流程图公示牌，畅通金融消费者投诉渠道。定期召开项目情况沟通会，妥善做好延期地产项目客户维稳工作和客户来访接待工作，避免发生事件升级。积极建设投诉处理信息化系统，搭建“消费投诉处理流程”，全面覆盖接诉、受理、报告、处理等各个环节，实现信息化管理。建立健全金融消费投诉公司内部定期晾晒机制，定期晾晒消费投诉的来源渠道、投诉客户所在财富部门、投诉客户专属理财经理、认购产品情况、投诉重复率和协商一致率，将金融消费投诉责任压实到部门，落实到专人。

3. 本年金融消费投诉处理情况。2024 年，公司共受理金融消费投诉 59 件，剔除重复投诉 32 件，最终形成有效投诉 27 件。其中，反映延期地产项目兑付问题的投诉 25 件，反映事务管理类业务流程问题的投诉 2 件；省内客户占比 100%。



2025 年，将继续贯彻健全消费者权益保护工作长效机制，深化内控合规机制建设，拓深投资者宣教模式，构建纠纷多元化解机制，以实际行动不断加大消费者权益保护工作力度。并通过优化完善数字化客服体系与业务流程优化升级，在推进业务转型拓量的过程中同步强化适当性管理，切实保障金融消费者的合法权益。

财富运营部

2025 年 3 月