

随着金融创新的不断发展与深化，金融消费者权益保护正面临着一个又一个新的“考题”。为了答好这些“必答题”，上海银行主动向前，与时俱进，在充分倾听消费者声音的基础上创新金融服务，做好普惠金融，推出多项消费者权益保护举措，为上海国际金融中心建设、“四大品牌”打响贡献了自己的力量。

重源头，构建事前事中“组合拳”

2019年第四季度以来，银保监会发布了一系列金融消费者权益保护政策，进一步加强金融消保工作的监管力度。在《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》中，银保监会特意强调要压实银行保险机构的主体责任，将消费者权益保护融入公司治理的各环节。

因时而动，上海银行行动了起来。为了深入推进“全流程金融消费者权益保护体系”建设，2018年，上海银行将消费者权益保护部升格为总行一级部门，推动全行进一步把消费者权益保护融入经营发展，积极培育消费者权益保护的企业文化。通过优化顶层设计，上海银行建立了“横向到边、纵向到底”覆盖所有总行相关部门和各级经营机构的全行消保专岗或联系人队伍，并构建了“纲领性文件+多项管理制度”的消保制度保障体系，落成《上海银行消费者权益保护管理办法》等10余项消保相关文件的制定或修订。

考虑到我国金融体系正处于快速发展与变革过程中，金融交易的复杂性、专业程度在不断提高，为了更好地保护消费者的合法权益，上海银行主动将消费者权益保护关口前移，将重心从“事后处理”转向“事前的产品审核和事中的行为控制”，建立了事前事中“组合拳”工作法。在事前预防阶段，上海银行在业内尚无统一标准的情况下先行先试，以消费者八大权益为蓝本，构建消保评审要点、实施独立评审程序；在事中管控阶段，上海银行也将“风险评估”环节纳入“双录”，准确记录并保存消费者在购买金融产品时的真实风险承受能力及意愿态度。

“我们在今年4月正式印发了《上海银行消费者权益保护审查工作规程》，并且也已把消保评审工作纳入全行产品审核委员会，对于损害消费者权益保护的产品和服务具有一票否决权。”上海银行工作人员表示。

变思路，以用户思维提升金融服务

进入互联网时代，上海银行也在思考着如何将互联网的理念融入于工作之中，以互联网思维赋能金融服务创新。

用户思维，成为了破题之道。所谓用户思维，即从用户的角度出发，以用户为中心，做好服务。想用户之所想，急用户之所急，于是，上海银行搭建了全行客户之声

诉求管理平台，全面采集客户对银行产品设计、服务体验、业务流程等有价值的意见或建议，形成系统化的客户体验收集、编撰、反馈、督办和评价机制，强化问题分析与溯源改进，助力产品、服务、流程体验优化。同时，针对用户的投诉，上海银行也完成《上海银行消费投诉管理规程》修订，健全全行“分类统计、分级预警、分层处理”的投诉管理，通过多元化调解，在为用户排忧解难。

在实际的工作中，上海银行发现，由于金融对于专业素养要求较高，许多用户对于专业知识并不了解与熟知。为了提升社会公众金融素养，进一步从源头保护消费者合法权益，上海银行开展各类常态化、多元化、属地化的公众宣教活动，并基于受众特色打通线上线下，有的放矢地开展通俗易懂的宣传活动，引导金融消费者增强自我保护意识和风险防范能力。

据了解，今年6月，上海银行以“普及金融知识万里行”“普及金融知识，守住‘钱袋子’”活动为契机，结合当前疫情形势，就金融消费者关心、关切的个人信息保护、防范电信网络诈骗、支付安全等热点问题相关知识，进行多层面、深层次的普及宣教。未来，上海银行将继续推动业务经营与消费者保护协调发展，加强对金融消费者保护工作的研究，密切关注新时代金融消费者保护工作面临的问题，不断深化机制、强化管理、推动产品、服务、流程改进优化，提升金融消费者满意度。