



景德镇农商银行 2024 年度 金融消费者权益保护工作报告

2024 年度以来，景德镇农商银行（以下简称“本行”）持续践行以人民为中心的发展思想，深入贯彻落实金融消费者权益保护工作要求，通过加强机制体制建设、提升服务质量、开展金融知识普及宣传等多项措施，全面提升金融消费者权益保护工作水平。现将金融消费者权益保护工作及客户投诉情况披露如下：

一、总体情况

2024 年，本行坚持深入贯彻落实习近平总书记重要讲话精神，牢牢把握金融消保工作的政治性、人民性，提高专业性，强化“两全三头”消保工作机制，一是强化机制建设，建立健全了各项消保制度，有力保障在业务经营方面实现全流程融入消保因素、全员承担消保工作任务；二是强化金融为民，大力发展普惠金融服务，建立多元纠纷化解机制，不断提升金融服务水平和质效；三是强化金融宣教，坚决贯彻落实“服务暖行”战略，扎实开展各项金融知识宣传，多点发力推进金融消费者权益保护工作向深向实。

二、消费者权益保护工作情况

（一）机制建设情况。本行董事会承担金融消费者权益保护工作的最终责任，董事会下设消费者权益保护委员会，制定相应的议事规则和工作程序，协助董事会履行职责，指定法律合规部为本行消费者权益保护工作牵头部门，全行各部门、各支行按照

具体工作职能开展金融消费者权益保护具体工作。

本行始终将消费者权益保护作为企业文化和经营发展战略的重要内容，不断完善和建立健全金融消费者权益保护的内部控制制度，本年以来制定了《景德镇农商银行突发流动性风险应急预案》《景德镇农商银行存款保险标识使用管理工作方案细则（试行）》《景德镇农商银行数据治理管理办法（试行）》，金融消保制度体系不断健全；全行各个条线不断丰富金融产品服务体系，全年共完善制度 35 条，其中新增制度 19 条，修订制度 16 条，有效健全了本行金融消费者服务产品体系，有力保障在业务经营方面实现全流程融入消保因素、全员承担消保工作任务。

为进一步强化金融消保内部管理，2024 年度共编发 20 期金融消保投诉管理提示，内容涵盖投诉处理优化建议、热点投诉问题分析及对策、投诉处理典型案例等；同时本行定期和不定期召开金融消保协调会，加强内部沟通与协作，推动金融消保工作水平不断提升。

（二）培训教育情况。为不断提升全行员工的业务素养和服务水平，本行结合员工岗位类别和工作需求，对投诉多发性问题、风险较高的业务开展有针对性的培训，培训对象覆盖中高级管理人员、消费者权益保护岗位人员、基层业务人员和新入职人员。本行于 2024 年 3 月 14 日组织召开金融消费者权益保护和客户投诉处理工作质效提升会；于 2024 年 4 月 18 日、9 月 10 日及 11 月 28 日分别开展金融消费者权益保护培训及消保投诉处理专题培训，培训内容涵盖消费者权益保护政策、内部消费者权益保护

制度和要求等，同时在各项会议中，本行持续传达金融消保工作要求，确保全员参与、全面提升。

（三）金融宣教情况。本行持续落实“金融为民”的服务理念，坚持通过常态化、多元化的金融消费者宣传教育活动不断提升消费者的金融素养和风险意识。2024 年度本行制定了详细的《2024 年金融消费者宣传教育工作计划》，通过明确工作目标、责任分工和具体措施，确保教育宣传工作的有序开展。

1. 特色旅游融合金融宣教，短视频亮点纷呈

本行积极响应监管部门发起的“315 宣传周”“集中教育宣传月”等各项金融知识宣传活动要求，有重点、创新性开展各项集中教育宣传活动。本行结合景德镇特色城市资源，以瓷都著名景点为媒介，以金融知识为主题，精心组织拍摄《消保瓷都行 精彩“3.15”》《存款保险“瓷”力无限》《“项目”的诱惑》等原创宣传短视频，系列短视频将景德镇的陶瓷文化与金融消保理念巧妙融合，将金融安全知识寓教于乐，增强人民群众金融服务的便利性、可得性和获得感。

2. 陶瓷创意设计作品大赛，润泽瓷都文化瑰宝

在《存款保险条例》实施九周年之际，本行举办了陶瓷创意设计作品大赛，吸引了众多陶瓷艺术家和景漂陶瓷爱好者参与，大赛以陶瓷为载体，将存款保险理念融入其中，通过创意设计作品提升公众对存款保险制度的认知，展现陶瓷艺术创新魅力，助力景德镇陶瓷文化传承与发展，彰显金融服务地方经济的活力与创新精神。本次大赛活动创新性地将金融知识宣传与陶瓷创意设计

结合起来，得到了“江西日报”“中国经济新闻网”“中国农村信用合作报”“中国艺术报”等新媒体的报道，进一步推动了存款保险的宣传。

3. 特色活动缤纷多彩，寓教于乐中深化金融消保

在“金融高管讲消保”活动中，总行领导及支行负责人带头抓消保、讲消保，形成良好的金融消保教育宣传氛围；在“金融知识 city walk”活动中，带领公众走进瓷都著名景点，将金融安全知识融入讲解之中，让公众在游览美景的同时，也能学习到实用的金融知识；在线上“答题领红包”活动中，设计了与百姓日常生活紧密相关的金融知识题库，让公众在轻松愉快的氛围中提升自我保护能力；此外，还推出了趣味乡村大喇叭活动，用地方方言传播金融知识，让金融消保理念“声”入县域，更加贴近基层群众的生活；在防范电诈专题教育中，走进社区和校园，通过生动案例剖析、互动问答等形式，提升公众的防骗意识与能力。

4. 巩固金融消保根基，构建常态化金融宣教体系

一是用好金融知识的移动课堂，充分利用微信公众号这一新媒体平台，定期发布金融知识普及文章，内容涵盖存款保险、反洗钱、防范电信诈骗、个人征信等多个方面，帮助公众更好地理解金融政策，提高金融素养；二是打造金融知识的“第一课堂”，在厅堂服务中，本行充分利用 LED 屏滚动播放金融知识宣传视频和标语，同时摆放宣传折页，供客户随时取阅，将厅堂打造成为金融知识普及的“第一课堂”，营造金融宣教的浓厚氛围；三是“金融夜校”点亮基层群众金融之光，利用“金融夜校”为基层

群众进行金融知识讲座和培训，打通金融宣教的“最后一公里”，帮助农村客户提升金融知识素养；四是“五进入”面对面传递金融温暖，组织各支行网点深入企业、学校、商圈、社区、乡村等基层一线，开展金融知识宣讲和咨询服务，努力将金融消保理念传递至每一位金融消费者。

三、金融消费投诉情况

本行 2024 年共收到有效投诉事件 285 件，同比增长 45.41%，其中：按投诉渠道划分，省联社客服 96268 投诉工单 179 件、占比 62.81%，其他渠道投诉工单 106 件、占比 37.19%。

（一）投诉业务办理渠道分析

2024 年本行通过营业现场渠道受理的投诉 185 件，占投诉总量的 64.91%；通过短信渠道受理的投诉 21 件，占投诉总量的 7.37%；通过中、后台渠道受理的投诉 36 件，占投诉总量的 12.63%；通过电话渠道受理的投诉 25 件，占 8.77%；通过其他渠道受理的投诉 18 件，占投诉总量的 6.32%。

（二）投诉业务类别分析

2024 年本行受理银行卡类投诉 113 件，占投诉总量的 39.65%；贷款类投诉 91 件，占投诉总量的 31.93%；个人金融信息类投诉 25 件，占投诉总量的 8.77%；债务催收类投诉 21 件，占投诉总量 7.37%；支付结算投诉 10 件，占投诉总量的 3.51%；其他类投诉 20 件，占投诉总量的 7.02%；人民币储蓄类投诉 5 件，占投诉总量的 1.75%。

（三）投诉地区分析

2024 年本行受理景德镇地区投诉 89 件，占投诉总量的 31.23%；乐平地区投诉 125 件，占投诉总量的 43.86%；浮梁县地区投诉 71 件，占投诉总量的 24.91%。

（三）投诉产生原因分析

2024 年本行受理因金融机构管理制度、业务规则与流程引起的投诉 77 件，占投诉总量的 27.02%；因服务态度、业务差错、业务操作及效率引起的投诉 102 件，占投诉总量的 35.79%，同比增长 61.9%；因金融机构服务设施、设备、业务系统引起的投诉 27 件，占投诉总量的 9.47%；因定价收费引起的投诉 21 件，占投诉总量的 7.37%；其他原因产生的投诉 58 件，占投诉总量的 20.35%。

四、2025 年度消保工作计划

2025 年，本行将深入贯彻省联社及监管要求，坚持“以客户为中心”，持续提升消保工作质效，重点将围绕完善消保制度、加强投诉处理、创新金融宣传方式等方面深化服务提升，推动消保工作提质增效，依法维护金融消费者的合法权益，切实推进金融消费者权益保护工作。

（一）持续优化金融消保制度

本行将对现有消保制度进行全面梳理和评估，针对存在的问题和不足进行修订和完善，形成更加科学、合理、高效的消费者权益保护制度框架。同时，加强制度执行力度，确保各项制度得到有效落实，切实提升消费者权益保护工作的质量和效率。通过

不断完善消保制度，为消费者提供更加安全、便捷、高效的金融服务，营造更加公平、透明、和谐的金融消费环境。

（二）持续推进投诉处理工作

一是搭建纵横联合的投诉处理体系，纵向上建立完善从支行到总行的多层级投诉处理机制，横向上加强消保部门与各业务部门之间的协调联系机制，确保投诉得到及时有效处理，避免投诉升级，明确投诉处理工作流程及各部门职责，建立投诉快速反应机制，确保消费者投诉的问题能够在第一时间得到有效控制和处理；二是强化投诉重点领域治理，针对集中投诉事项，快速增长投诉事项、重复投诉事项等指标进行持续监测，深入分析成因，准确查找服务短板，严格进行落实整改；三是持续提升客户服务水平，在投诉问题集中的业务类问题方面，加大对业务办理人员的培训，从源头上杜绝因服务态度、业务办理不规范引发的投诉。

（三）持续创新消保宣传方式

2024年本行以“瓷都文旅+金融宣教”的形式深入开展特色金融宣传；2025年，本行将继续发扬优势，打造多元化、立体化的宣教体系，结合线上线下、常态与专题相结合的方式，提高金融教育的覆盖面和影响力。



