

《金融消费者权益保护工作报告（2021 年度）》

2019 年 11 月 08 日，中国银保监会发布了《中国银保监会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》（银保监发〔2019〕38 号），就银行保险机构应将消费者权益保护融入公司治理各环节、明确部门履行消费者权益保护职责、强化消费者权益保护决策执行和监督机制、建立消费者权益保护审查机制、完善消费者权益保护内部考核机制、加强和完善消费者权益保护信息披露机制、加强对银行保险机构消费者权益保护工作体制机制建设的监督管理、成立消费者权益保护专业委员会等八个方面提出了具体的工作要求。

后续，中国银保监会出台了《银行业保险业消费投诉处理管理办法》（银保监会令 2020 年第 3 号）、《中国银保监会关于印发银行保险机构消费者权益保护监管评价办法的通知》（银保监发〔2021〕24 号）、中国银保监会办公厅关于银行保险机构切实解决老年人运用智能技术困难的通知（银保监办发〔2021〕40 号）、广东银保监局出台了《广东银保监局关于进一步强化银行保险分支机构消费者权益保护体制机制建设的通知》（粤银保监发〔2021〕48 号），就金融机构落实投诉处理、消费者权益保护监管评价、金融适老化、加强消费者权益保护体制机制建设等工作分别提出了具体的工作要求。

为履行金融机构义务，落实监管要求，公司围绕金融消费者权益保护广泛开展工作。经过近六年的努力，公司已经基本搭建完成消费者权益保护工作相关的制度、机制及处理流程等，实践中较好地履行了金融消费者权益保护工作职责，并取得一定成效。现将有关情况报告如下：

一、公司金融消费者权益保护工作总体要求及总目标

（一）总体要求：严格依法合规。

1. 坚持依法合规经营，及时、准确执行各项监管要求，忠实维护金融消费者合法权益，这是公司一贯的宗旨。

2. 公司从管理、制度、流程、人员、经费、内控、IT 等方面入手，着力开展工作，确保金融消费者权益保护工作稳妥实施。

(二) 总目标：严格保障消费者各项权益。

1. 保障金融消费者财产安全权。依法维护金融消费者在购买信托产品和接受金融服务过程中的财产安全。公司建立严格的内控措施和科学的技术监控手段，严格区分自有资产与客户资产，禁止挪用、占用客户资金。

2. 保障金融消费者知情权。公司以通俗易懂的语言，及时、真实、准确、全面地向金融消费者披露可能影响其决策的信息，充分提示风险，不发布夸大产品收益、掩饰产品风险等欺诈信息，不作虚假或引人误解的宣传。

3. 保障金融消费者自主选择权。公司在法律法规和监管规定允许范围内，充分尊重金融消费者意愿，由消费者自主选择、自行决定是否购买信托产品或接受金融服务，不强买强卖，不违背金融消费者意愿搭售产品和服务，不附加其他不合理的条件，不采用引人误解的手段诱使金融消费者购买产品。

4. 保障金融消费者公平交易权。公司不设置违反公平原则的交易条件，在格式合同中不加重金融消费者责任、限制或者排除其合法权利，不限制金融消费者寻求法律救济途径，不减轻、免除公司损害金融消费者合法权益应当承担的民事责任。

5. 保障金融消费者依法求偿权。公司切实履行金融消费者投诉处理主体责任，在机构内部建立一定层级的投诉处理机制，完善投诉处理程序，建立投诉办理情况查询系统，提高金融消费者投诉处理质量和效率，接受社会监督。

6. 保障金融消费者受教育权。公司进一步强化金融消费者教育，积极组织或参与金融知识普及活动，开展广泛、持续的日常性金融消费者教育，帮助金融消费者提高对金融产品和服务的认知能力及自我保护能力，提升金融消费者金融素养和诚实守信意识。

7. 保障金融消费者受尊重权。公司尊重金融消费者的人格尊严和民族风俗习惯，不因金融消费者的性别、年龄、种族、民族或国籍等不同而进行歧视性差别对待。

8. 保障金融消费者信息安全权。公司采取有效措施加强对第三方合作机构管理，明确双方权利义务关系，严格防控金融消费者信息泄露风险，保障金融消费者信息安全。

二、2021 年度工作情况

(一) 公司基本情况。

1. 截至 2021 年末，公司管理的信托资产余额约 570 亿元（最终以年报数据为准）。

2. 截至 2021 年 12 月 31 日，公司客户总数 14,873 个。其中：按客户来源渠道划分，直销客户 5,987 个（自然人 5,274 个、机构 713 个），占比 40%；代销客户 8,886 个（自然人 7,858 个、机构 1,028 个），占比 60%。

3. 公司总部设在广州，在北京、上海、武汉、福州和杭州设有分部。公司无营业网点，无下属分支机构。

(二) 公司消保工作三个特点及管理思路。

1. 公司消保工作三个特点。

(1) 产品及服务比较单一。一是尽管信托产品区分为财产信托和资金信托，资金信托再根据委托人/受益人数量又区分为单一和集合两类，但从委托人认购信托份额及享受对应服务而言，各产品是同质的。二是信托公司消保工作主要服务于信托产品资金端（上游）的委托人/受益人客户（含自然人及机构）；其中，以自然人为重中之重。

(2) 客户数量较少。公司的客户来自代销渠道占比较高，这些客户主要经由银行等代销金融机构提供服务；公司 2021 年新增客户 2,500 个，其中新增直销客户约 707 人，由公司直接提供服务。与其他行业金融机构相比，公司服务客户数量处于较低水平。公司消保工作主要服务于信托产品资金端（上游）的委托人/受益人客户（含自然人及机构）；其中，以自然人为重中之重。

(3) 客户服务专属化。公司对直销客户均配备专属客户经理，提供一对一服务。其优点是可随时响应客户需求，反应迅速；缺点是对客户经理的个人素质及行为规范要求较高。

2. 公司消保工作管理思路及具体做法。

(1) 管理思路。大力推进包括制度、流程、系统、双录、考核、内审等基础建设，规范销售行为，加强信息披露，理顺消保投诉渠道，杜绝损害消费者权益行为发生，切实保障及维护消费者的正当、合法权益。

(2) 具体做法。一方面，为客户经理提供共享信息平台，支持其营销，开拓及服务客户；另一方面，同步信息给客户，以便客户充分掌握产品及服务信息，自主决策消费，同时甄别、监督客户经理的不规范行为。

(三) 2021 年金融消费者权益保护工作。

2021 年度，公司搭建完成消费者权益保护工作相关的制度、机制、机构及流程等，基本履行了金融消费者权益保护工作义务。具体如下：

1. 建立消费者权益保护规章制度。

(1) 2015 年度，公司主要以《客户投诉与建议管理办法》、《客户信息保密管理办法》以及《合同面签与合同原件管理实施细则》等作为消费者权益保护工作的总体制度安排。

(2) 2016 年度，公司补充新增《金融消费者权益保护管理办法》、《金融消费者权益保护实施细则》及《大业信托有限责任公司双录实施细则》、《双录问答》等，初步形成消费者权益保护工作制度体系。

(3) 2017 年度，公司新增《金融知识宣传教育工作管理办法》，修订《大业信托有限责任公司双录实施细则》等文件，进一步完善了消费者权益保护工作制度体系。

(4) 2018 年度，公司将原《客户投诉与建议管理办法》修订为《客户投诉处理实施细则》，新增《消费者权益保护专项考核实施细则》，修订《双录实施细则》。

(5) 2019 年度，公司修订《金融消费者权益保护实施细则》等基础制度；修订客户信息管理、产品开发准入及消保考核等配套制度。

(6) 2020 年度，公司修订《金融消费者权益保护实施细则》等基础制度；修订客户投诉、客户信息管理及消保考核等配套制度。

(7) 2021 年度，公司修订《金融消费者权益保护管理办法》、《金融消费者权益保护实施细则》、《双录实施细则》、《金融知识宣传教育工作管理办法》；新增《金融产品与服务价格管理实施细则》、《产品及服务消费者权益保护审查指引》、《金融消费者权益保护信息披露指引》、《信托产品信息查询指引》、《客户身份识别及合格投资者认定管理办法》、《客户风险承受能力等级测评办法》、《产品和服

务营销宣传管理办法》、《品牌推广工作管理规范》、《销售管理规范》、《三方合作机构消费者权益保护管理指引》、《客户信息保密管理规定》、《客户投诉处理实施细则》、《400 电话接听规范》、《负责人接待日实施细则》、《金融消费者权益保护专项考核实施方案》、《消费者权益保护内部监督及责任追究实施细则》、《消费者权益保护突发事件应急处置管理指引》。

2. 设置机构。

(1) 公司董事会承担金融消费者权益保护工作的最终责任，负责制定金融消费者权益保护工作的原则、政策和目标，监督、评价金融消费者权益保护工作的全面性、及时性和有效性，并督促经营管理层有效执行和落实金融消费者权益保护工作，定期听取工作开展情况报告。

(2) 公司提升金融消费者权益保护工作层级，推动成立金融消费者权益保护委员会。金融消费者权益保护委员会根据董事会授权行使职责，定期向董事会提交消费者权益保护工作报告，根据董事会授权开展相关工作、讨论决定相关事项，研究消费者权益保护重大问题和重要政策，向董事会提供消费者权益保护工作领域专业意见；指导建立消费者权益保护管理体系，督促建立完善消费者权益保护工作决策执行机制和考核评价机制等。

(3) 公司成立金融消费者权益保护工作领导小组，原则上每半年度召开一次金融消费者权益保护专题会议，统一规划、统筹部署、协调指导金融消费者权益保护工作（含金融消费者权益保护相关的投诉、舆情、突发事件应急处置等）。

领导小组成员包括：

①组长：财富管理中心分管领导或协管领导。

②副组长：营销总监。

③成员：客服中心、各直销部门、综合管理部等相关部门负责人。其中，客服中心为金融消费者权益保护工作领导小组的日常办事部门。

(4) 公司指定客服中心履行消费者权益保护职能部门工作职责（根据业务需要设立消保专职岗位），负责牵头开展涉及消费者权益保护的各项工作，组织、协调、督促、指导相关部门开展消费者权益保护工作。客服中心配备具有相应的专业能力和综合工作能力的人员并独立开展消费者权益保护工作。

3. 建立消费者权益保护体制机制。

(1) 由于公司属于小型非银行类金融机构，以及信托行业高端私募的特性，在消费者权益保护工作安排上注重提高服务效率和服务质量，提升客户满意度，规范客户投诉建议处理程序，及时、公正、合理地处理客户投诉与建议，以维护公司良好品牌形象。

(2) 公司对于客户投诉建议处理遵循“依法合规、公平公正、便捷高效、标本兼治和多元化解”的工作原则，认真解决客户提出的问题，改进工作流程，优化服务管理，及时发现客户纠纷潜在风险和不稳定因素，维护公司信誉和合法权益。

(3) 根据属地管理、分级负责的要求，公司投诉管理体系纵向由“银行保险机构投诉处理四级联系人”组织组成，即公司总经理、分管客服中心的高级管理人员、客服中心负责人、客服专员，确保纵向传导和执行机制有效运行。

根据“谁主管、谁负责”的要求，公司投诉管理横向形成金融消费者权益保护委员会决策、客服中心牵头、相关部门各司其职履行主体责任的体系，确保横向信息共享以及工作协调配合机制有效运行。客服中心对公司客户投诉的处理和改进等进行监督和管理，确保符合外部法规及内部处理流程要求。

①投诉内容涉及客户服务质量方面的，客服中心直接处理。

②投诉内容涉及业务方面，则由客服中心转交相关业务部门处理，客服中心负责统一协调，督促检查，并于处理完毕后登记备案。业务部门主要负责解决与业务有关的和与本部门有关的涉及法律纠纷的投诉和建议，并将处理结果反馈客服中心。

③投诉内容涉及法律纠纷甚至诉讼程序，由客服中心转交合规与风险管理部处理，客服中心及相关业务部门配合完成。

④投诉涉及财务划款转账的，由信托财务部处理，并将处理结果反馈客服中心。

4. 消费者权益保护工作开展情况。

(1) 产品与服务管理情况。公司的主营业务为信托业务，主要产品为公司发行的各类信托产品。各阶段管理情况如下：

①产品设计期：由业务部门、合规与风险管理部主导，信托运营部、信托财务部等配合，历经尽调、立项、设计产品方案、初审、落实初审意见、终审、落实终审意见等多个环节而诞生。其中，涉及产品发行和金融消费者权益的相关问题会征求财富管理中心意见。

②产品发行期：由财富管理中心主导，业务部门、合规与风险管理部、信托财务部等配合，通过客户经理向金融消费者全面、完整提供有关金融产品或者服务的真实信息，对复杂产品、关键条款或者交易条件以通俗易懂的语言向消费者说明，进行必要的风险提示，不夸大产品收益或者掩饰产品风险信息，不作引人误解的虚假宣传，将不同风险类型的产品推荐给合适的投资人。

③产品存续期：由业务部门、财富管理中心主导，合规与风险管理部、信托运营部、信托财务部等配合，及时通过公司网站发布各类公告（发行公告、成立公告、管理公告等），定期派息，到期清算；同时，通过 400 客服电话等解答客户关于产品的各类咨询或诉求。

（2）金融知识宣传与教育工作情况。

①2021 年度，公司积极响应监管部门要求，3 月，已组织落实“3.15”银行业保险业消费者权益保护教育宣传活动；6 月，已开展防范非法集资主题宣传月、金融知识万里行、守住“钱袋子”等宣教活动；9 月，已开展“金融知识普及月金融知识进万家”宣教活动；10 月，组织开展平安金融健步走活动；11 月，参与“我为群众办实事——金融产业链大讲堂活动”。

线上宣传形式主要以官网、微信公众号形式对外宣教披露，通过生动有趣的以案说险文章、小视频、宣传册、宣传海报等，向消费者普及金融知识。线下宣传形式主要以客户分享沙龙活动进行，邀请行业专家向消费者讲解最新消保资讯、金融政策等；通过走近社区，大力普及如手机 APP 等金融智能技术运用知识，推动反洗钱、防范非法集资、防范电信网络诈骗等新型诈骗手段和方式的宣传普及，增强老年人对智能技术的了解和信任，提高金融适老化服务水平。

②公司不定期开展投资者服务活动，主要采取线下模式，如客户交流与分享沙龙、客户答谢活动等，普及金融知识，加强与客户的沟通与交流，认真听取客户的意见和建议，优化客户体验，升级服务细节，不断提高金融服务质量。

③公司定期举行金融知识培训工作，内容涵盖宏观政策、金融改革、监管法

规、反洗钱、征信、风险控制、平安金融、金融理财、产品营销、客户服务、投诉处理等方面，并展开专题考试和知识竞赛，评估培训效果。

(3) 投诉应对、处理情况。

①内部投诉处理应对机制：接收客户投诉→相关部门按照内部职能分工限期办理投诉→反馈投诉处理结果。

②2021 年度全年共收到 2 笔客户投诉，均为银保监转办投诉，无自收投诉。

(4) 2021 年度重点问题发生情况及说明。

①直接受理投诉数量：无。

②配合监管部门处理投诉数量：2 笔（已处理完毕）。

③负面舆情或重大突发事件数量：无。

④已生效诉讼及仲裁数量：无。

(5) 推行手机财富端 APP 的使用。2021 年 10 月，公司手机财富端 APP 已上线使用。结合资管新规的要求，在 APP 上推行适当性管理风险测评及合格投资人认证，投资者可以通过 APP 进行产品预约认购、电子合同签约、双录、文档查询等操作，截至 2021 年末，累计直销自然人客户使用量为 560 人次。

(6) 多措施稳定客户预期。主要工作包括：一是积极通过客户经理、400 客服电话耐心解答客户的各类咨询、疑惑及信息查询等，及时发布产品到期兑付信息，稳定投资人情绪；二是在各季度收益集中分配期间，加强与客户的沟通、互动，确保收益及时、准确划付至客户账户；三是持续关注市场舆情，做好重大不利舆情的信息报送及应急管理预案。

(7) 其他消费者权益保护相关工作开展情况。

①推动在董事会层面将消费者权益保护纳入企业文化建设和经营发展战略之中。

②已经全面落实双录工作，稳步推进信托登记工作。

③已将消费者权益保护工作纳入公司年度内部考核评价体系中。

④已经落实消费者权益保护工作的内部检查及审计安排。

三、2022 年度工作重点

(一) 2015-2021 年度考核评价情况。

1. 2015 年度，公司消费者权益保护工作考核评价为三 A，结果不理想（同期粤财信托考核评价为三 C）。主要原因：一是公司虽然开展了相关工作，但未建立完整的制度目录，未设立相应机构；二是部分事项因监管要求滞后尚未落实，但考核评价中已有相关内容。

【注】根据《银行业金融机构消费者权益保护工作考核评价办法（修订版）》第十条的规定，消费者权益保护工作考核评价结果共分为 4 个等级。包括：

得分在 90 分（含）以上者为一级。

得分在[75，90）区间者为二级；其中，得分在[85，90）区间者为二 A，得分在[80，85）区间者为二 B，得分在[75，80）区间者为二 C。

得分在[60，75）区间者为三级，其中，得分在[70，75)区间者为三 A，得分在[65，70）区间者为三 B，得分在[60，65）区间者为三 C。

得分在 60 分以下者为四级。

2. 2016-2017 年度消费者权益保护考核评价工作结果均为二 C，2018 年度为二 B，均较 2015 年度有一定的提升，2019 年度未进行考评，2020 年度为三 B。

3. 2021 年度消费者权益保护考核评价工作正在进行中（最终结果有待监管部门公布）。

考评工作显示，公司在消费者权益保护制度体系完备性、制度执行保障度、工作开展有效性、内部考核与合作机构管理等四个方面均存在一些问题。针对考核评价过程中暴露出的薄弱环节，公司已经采取及后续即将采取一系列整改措施。

（二）信托行业新态势。

1. 加快产品净值化管理转型进程，推动施《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》、《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》在信托行业的有效贯彻落实。

2. 加快由非标业务向标品业务的转型。传统的非标业务逐渐萎缩，信托公司正大力落实基金化、证券化、资产管理化发展战略要求，全力推进战略转型，大力发展资产证券化业务、基金化标品投资业务、服务信托业务，着力提高二级市场权益投资能力与业务覆盖率。

（三）2022 年度消费者权益保护工作规划。

为配合好产品净值化管理及标品业务转型需要，2022 年度金融消费者权益保护工作将重点围绕以下两个维度展开。

1. 落实监管部门消保工作体制机制实施要求。具体包括：

（1）完成组建董事会消费者权益保护委员会及高级管理层金融消费者权益保护工作领导小组。

（2）将消保审查引入产品全流程中。

（3）严格落实客户适当性管理、产品信息披露、营销推介、客户信息保密等工作要求。

（4）落实三方合作机构金融消费者权益保护相关的准入、评估、监测工作，从源头杜绝侵害行为发生。

（5）进一步提升金融服务质量（含客户投诉处理、建立多元化纠纷化解机制、400 电话接听规范、负责人接待活动、应急管理、APP 推广应用、金融适老化安排等事项）。

（6）继续做好金融知识宣传教育工作。

（7）按时报送各类监管数据，积极配合其他各类监管需求（如工作调研、人员支持等）。

2. 强化内部管理。具体包括：

（1）加强内部学习与培训。制定详细的消费者权益保护相关员工培训计划，开展有关消费者权益保护内容的培训，内容涵盖宏观政策、金融改革、监管法规、反洗钱、征信、风险控制、平安金融、金融理财、产品营销、客户服务、投诉处理等方面，受众覆盖但不限于产品和服务设计、文本制定、营销推介等部门人员，并展开专题考试以评估培训效果。培训内容有效体现消费者权益保护理念和要求，并通过建立考核、考试机制确保落实。

（2）强化内部考评。定期开展有关消费者权益保护工作的内部考评；考评指标设置应全面、完整，覆盖消费者权益保护工作全部相关领域；内部考评结果纳入年度整体综合绩效考评体系中。

（3）加强内部审计。稽核审计部门牵头开展消费者权益保护内审工作；内审内容应全面，覆盖消费者权益保护工作的各个环节；内审应就发现的问题提出

有针对性、可操作的整改建议及措施。

(4) 加强报告。按时向监管部门提交半年及年度报告，且内容详实完整；按时向监管部门报送内部考评和内审结果；主动与监管部门沟通，提交有关消费者权益保护工作的重要进展或标志性事件报告。

(5) 加强应急管理。完善消费者权益保护工作的应急体系，包括：应急预案应符合消费者权益保护工作的特征，应对措施可行，以及报告路线清晰；着力减少或消除引发负面舆情或重大突发事件的风险点；落实重大突发事件报告制度；妥善处理诉讼或仲裁等重大情况。

(6) 杜绝各种侵权行为。对侵害消费者基本合法权益的各种行为采取一票否决制。

①落实适当性原则。在产品和服务的销售环节对消费者的风险偏好、风险认识 and 风险承受能力等进行严谨测评，将合适的产品卖给合适的客户。

②保证客户财产安全权。严格区分自身资产与客户资产，杜绝挪用、占用客户资金。

③保护客户知情权。全面披露信息，充分提示风险，不作虚假或引人误解的宣传。

④保证客户自主选择权。不得违背客户意愿搭售产品和服务或附加其他不合理条件，强买强卖。

⑤保证客户公平交易权。不得设置违反公平交易的条件，加重消费者责任、限制或排除消费者合法权利，减轻或免除本机构损害消费者合法权益应当承担的民事责任。

⑥保障客户依法求偿权。切实履行消费者投诉处理主体责任，在公司内部建立多层次投诉处理机制，完善投诉处理程序，建立投诉办理情况查询系统，提高金融消费者投诉处理质量和效率，接受社会监督。

⑦保障客户受教育权。进一步强化金融消费者教育，积极组织或参与金融知识普及活动，开展广泛、持续的日常性金融消费者教育，帮助金融消费者提高对金融产品和服务的认知能力及自我保护能力，提升金融消费者金融素养和诚实守信意识。

⑧保障客户受尊重权。不得因客户性别、年龄、种族或国籍等不同而进行歧

视性差别对待。

⑨保护客户信息安全权。不得收集与业务无关的消费者个人信息，或者采取不正当方式收集消费者个人信息，或者篡改、违法违规使用消费者个人信息，或者在未经消费者授权或同意的情况下向第三方提供消费者个人信息。

公司将按照监管要求，合理配置资源，切实履行金融机构消费者权益保护工作职责，积极落实以上措施，确保消费者权益保护工作质效得到稳步提升。

以上，特此报告。

大业信托有限责任公司

2022年04月04日