

# 大业信托有限责任公司

## 2023 年度金融消费者权益保护工作报告

为履行金融机构义务，落实监管要求，2023 年度公司围绕金融消费者权益保护广泛开展工作，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、公司基本情况

（一）截至 2023 年末，公司管理的信托资产余额约 781 亿元（最终以年报数据为准）。

（二）截至 2023 年末，公司客户总数 18,476 个。按客户来源渠道划分，直销客户 7,055 个（自然人 6,265 个、机构 790 个），占比 38%；代销客户 11,421 个（自然人 10,379 个、机构 1,042 个），占比 62%。其中，有存续份额的活跃客户约 6,000 个（直销约 1,800 个、代销 4,200 个），以自然人为主。

（三）公司注册地址在广州，在广州、北京设置双总部，在上海、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、公司消保工作管理思路及具体做法

#### （一）管理思路

依照《2023 年广东银保监局消费者权益保护工作要点》文件要求，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指

导，深入贯彻落实党的二十大和中央经济工作会议精神，强化消费者权益保护体制机制建设，加强金融消费者风险防范意识和自我保护能力，维护金融消费者合法权益。

## （二）具体做法

一是强化高管消保履职能力建设，提升公司高管人员消保履职意识和履职能力；二是加强体制机制建设，推动《银行保险机构消费者权益保护管理办法》贯彻落实；三是提高消保配套设施建设，如流程、APP、系统等开发建设；四是深化金融知识宣教，强化消保风险提示，提升宣教影响力；五是畅通投诉渠道，快速、有序处理客户各种诉求，提升纠纷化解和综合治理能力。

## 三、2023 年公司金融消费者权益保护工作

### （一）操作与服务情况

#### 1. 投资者适当性管理

公司已建立消费者风险评估机制，严格落实投资者适当性管理要求，开展金融产品和服务的风险评估分级，根据《产品评级管理办法》，公司金融产品划分为低风险（PR1 级）、中低风险（PR2 级）、中风险（PR3 级）、中高风险（PR4 级）、高风险（PR5 级）五个等级。客户的风险承受能力评级分五级，从低到高分别为 A（保守型）、B（稳健型）、C（平衡型）、D（成长型）、E（进取型），分别对应 PR1 至 PR5 级产品。

公司审慎设置评估操作程序、评估内容，根据投资者不同的风险承受能力及产品的不同风险等级，提出明确的匹配意见，向其销售与其风险承受能力等级相匹配的信托产品，

不存在向低风险承受能力的客户销售高风险产品的情况。

## 2. 产品和服务营销宣传管理

公司营销宣传行为管理制度明确各部门职责分工、行为规范、业务流程等内容，将营销宣传管理纳入消费者权益保护工作范围，营销宣传内容在触达投资者前进行消费者权益保护审查，相关营销宣传行为列入消费者权益保护内部监督和责任追究工作范围，金融营销宣传监督管理情况纳入消费者权益保护评估评价中。

公司坚持信托产品私募定位，明确不得向不特定对象进行推介，不得违规向金融消费者发送金融营销宣传信息，不得以欺诈或引人误解的方式对金融产品或金融服务进行营销宣传，禁止非法或超范围开展金融营销宣传活动。公司保护投资者的知情权，金融营销宣传通过足以引起消费者注意的文字、符号、字体、颜色等特别标识对限制金融消费者权利和加重金融消费者义务的事项进行说明或通过双录等方式能够使金融消费者足够注意和易于接收理解的适当形式披露告知警示、免责类信息。

## 3. 销售行为可回溯管理

公司切实履行金融机构维护消费者合法权益的职责，贯彻落实产品销售专区管理和全程录音录像要求，按照“合规、便捷、高效”三原则贯彻落实双录工作，防范违规销售和误导销售行为，有效保护投资者合法权益。

公司建立营业场所“双录”销售专区，制度已明确专区设置、专区标识，风险提示，产品查询途径、咨询举报电话、

销售人员资质及其他信息公示，录音录像操作流程控制、资料保存、风险防控等要求，双录管理能够实现资料的系统传输、备份和检索调阅。

#### 4. 合作机构管理

公司将消保要求纳入合作机构管理制度，明确规定违反消保要求的机构将被予以清退。合作协议按照收益和风险相匹配的原则，明确约定合作范围、合作期限、操作流程、业务存续期管控要求、各方权责（含免责事由）、收益分配、风险承担、客户权益保护、数据保密、信息披露、争议解决、合作事项变更或终止的过渡安排、退出情形、违约责任、公司与合作机构在金融营销宣传中的责任等内容，严格约束合作方的行为，落实金融消费者权益，强化消费者权益保护，促进公司业务健康发展。

#### 5. 信息披露

公司遵循真实性、准确性、完整性、及时性原则，建立产品和服务信息披露机制，在售前、售中、售后全流程披露产品和服务的关键信息，内容涵盖产品和服务的风险等级、产品投向、业绩比较基准、合同主要条款等，使用通俗易懂的语言和有利于消费者接收、理解的方式进行产品和服务信息披露。公司按照监管要求，每年定期通过年报方式在官方网站对消费者权益保护工作信息进行披露。

#### （二）常态化教育宣传情况

公司建立常态化教育宣传机制，制定本年度教育宣传工作计划并纳入与消费者有关的经营业务全流程工作体系。本

年度内按照监管部门组织发起的“3·15 宣传周”“集中教育宣传月”等各项金融知识宣传活动要求，积极开展各项集中式教育宣传活动，充分利用网站、微信、APP 等丰富渠道，拓展线上宣传范围，推送各类金融知识信息，对消费者开展以案说险等消费提示，提升消费者风险识别能力。

### （三）消费投诉管理工作情况

公司已建立较为完善的投诉处理工作制度，明确投诉登记要求、处理流程、统计分析、档案管理、信息披露等要求，建立内部沟通协调、信息共享、协同处理的投诉处理工作机制。公司在官网、官微、双录问答、合同文本等渠道均设有统一的客服电话提示；在官网开设投诉建议专栏，设置投诉信箱，投诉渠道通畅、便捷。我司严格落实“客观、真实、完整、准确”记录和统计客户投诉的监管要求，对公司投诉进行台账登记，以客户为单位建单立档，记录客户的基本信息、诉求、答复内容等，合理答复、处理客户投诉与建议，维护公司良好品牌形象。

2023 年度，公司共收到 29 笔投诉（重复及多头投诉均按照 1 笔统计），其中自收投诉 11 笔，监管转办投诉 18 笔。投诉主要原因是受宏观环境、监管政策、房地产市场持续低迷、新冠疫情等综合因素影响，信托计划期限届满时，债务人无法按期偿还全部信托投资款项，导致信托财产无法于信托计划届满前变现，客户对处置和解决方案不满引发的投诉激增。

### （四）消保评价情况

2022年度消费者权益保护考核评价结果为三级B，考评结果显示，公司在消费者权益保护制度体系完备性、监督检查机制、产品和服务营销宣传管理等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。

1.在机制与运行方面，公司建立健全消费者权益保护内控机制，建立完备的消费者权益保护工作报告体系、考核评价体系、信息披露、投诉纠纷处理、金融知识宣教等基础性工作机制，根据监管提出问题，及时充实、更新和完善消费者权益保护相关重点领域的业务流程、操作标准和员工行为规范，加强业务经营行为管理，满足日常运转要求。

2.在操作与服务方面，公司已对个人信息保护、适当性管理、营销宣传、双录管理、合作机构等开展监督检查，完善事后监督机制，确保在产品或服务的设计开发、营销推介及售后管理等业务环节有效落实金融消费者权益保护工作的相关规定和要求。

3.在投诉处理方面，加强信息披露及客户沟通。一是按照信托合同约定及时、全面披露信息，定期发布项目处置信息（周报、月报等），及时向委托人通报项目进展，通过专项解答、定点沟通等方式，积极满足客户个性化信息获取需求。二是畅通投诉及接访机制，优化办理流程，每季度安排公司高级管理层指定或授权的人员不定期接待上门客户的问询或投诉，对客户诉求展开答疑，着力安抚客户，做好维稳工作。

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

二〇二四年三月二十日