

光大银行青岛分行：筑牢金融“安全线” 守护百姓“钱袋子”

一直以来，中国光大银行青岛分行高度重视消费者权益保护工作，始终坚持“以人民为中心”的发展思想，积极践行金融工作的政治性、人民性，承担金融知识教育宣传的主体责任，切实提升社会公众金融素养，保护金融消费者合法权益，营造和谐健康金融环境。

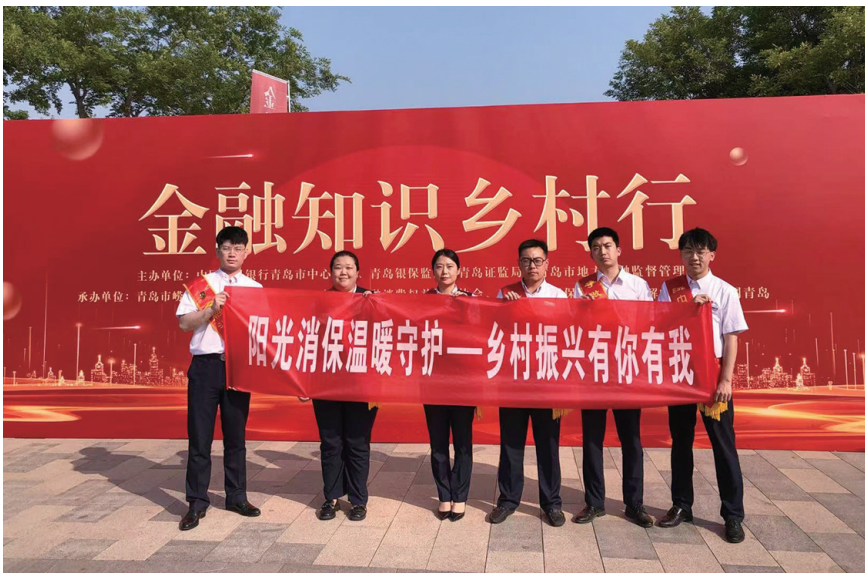
创新宣传多维度 构筑守护新生态

2020年，光大银行创新推出“阳光消保”服务品牌，以“多一色·更温暖”理念开启金融惠民新篇章。历经多年深耕，该品牌通过守正创新的服务实践，在精准对接消费者多元化需求的过程中持续迭代升级，实现民生温度与金融专业的深度融合。

在总行战略指引下，青岛分行以“排头兵”姿态纵深推进，构建起“网点+社区+云端”三维联动的长效化宣教体系，创新打造“月月有主题、季季有亮点”的金融知识普及工程，让“阳光消保”成为总行战略在齐鲁大地的生动注脚。

2024年，该行以“金融消保在身边 保障权益防风险”和“阳光消保美好陪伴”主题为全年金融教育宣传工作总基调，围绕“新小老乡+”重点人群，积极围绕“阳光消保”品牌，秉承“统一时间、统一原则、统一重点、形式多样”的原则，制定《青岛分行2024年度金融知识普及宣传教育活动工作计划》，开展了一系列有创意、有意义的金融教育宣传活动，推动社会形成“学金融、懂金融、信金融、用金融”的良好氛围，建立金融知识普及长效机制，加大宣传力度。

该行通过集中式与常态化相结合的方式，按照每月的宣传主题，在全辖范围内借助各单位的“金融消费者权益保护宣传站”，开展形式多样的金融知识普及宣传教育活动，不断扩大“阳光消保”品牌的影响力。有效通过各种形式、渠道开展日常性的金融知识普及与金融消费者教育活动，各营业网点均设立公益性金融知识宣传教育



▲光大银行青岛分行启动金融知识乡村行活动。

区，并配备报纸、折页、书刊等充足的教育宣传资料。高度重视特殊群体，光大银行青岛分行特别配置专项设施，定向定期地开展有针对性的宣传教育，以实际行动践行社会担当。

光大银行青岛分行相关负责人表示，为积极贯彻落实监管部门教育宣传活动相关要求，

光大银行青岛分行每年精心组织策划3·15、6月、9月的集中教育宣传活动，统一制定专项教育宣传活动方案，集中举办覆盖范围广、宣传内容实、影响程度深的教育宣传活动，引导消费者学金融、懂金融、信金融、用金融，不断提高自身权益保护能力。

民生银行青岛分行：金融为民护权益 绘就幸福“民生”图

在金融业高质量发展新征程中，民生银行青岛分行以“服务大众，情系民生”为行动纲领，创新构建消费者权益保护与实体经济发展双轮驱动新格局。

2024年，该行通过消保体系革新与供应链金融创新双线并举，全年开展金融宣教活动1311场次，触达836万余人次，同步以“民生E链”品牌服务链上企业超1700家，实现消费者权益保护与经营质效的同步跃升，绘就了金融为民的温暖图景。

这不仅是对“金融为民”初心的践行，更展现了金融机构的责任担当。

民生为本 构建权益保护的制度堡垒

消费者权益保护是金融机构高质量发展的核心命题。民生银行青岛分行将消保工作纳入公司治理体系，构建起全流程、多维度的管理体系，为工作开展提供制度保障。

顶层设计引领战略落地。民生银行青岛分行以六西格玛管理法为蓝本，建立“界定、测量、分析、改进、控制”的闭环管理机制。2025年初由行长办公会统筹制定全年消保规划，明确目标与任务分工；分管行长牵头细化零售条线、多维度的管理体系，为工作开展提供制度保障。

共建机制破解纠纷难题。该行创新打造新时代“枫桥经验”金融样板，与青岛金融监管局、法院、公安等部门签署共建协议，设立“金法E站”调解工作站。通过“监管指导+专业调解+司法确认”模式，构建多元化纠纷化解



■民生银行工作人员在景区举办金融消费者权益教育活动。

科技赋能强化风险防控

依托线上渠道与数据平台，民生银行青岛分行精准识别风险高发领域。2024年累计向客户发送风险提示短信47万余条，在手机银行、微信公众号等平台布防反诈警示。针对老年客户、新市民等重点群体，通过智能系统实时监测异常交易，帮助客户规避电信网络诈骗风险，切实守护资金安全。

民生为先 创新宣教传递金融的温暖

民生银行青岛分行以“贴近需求、精准触达”为导向，打造“线上+线下”“集中+网格”的立体宣教体系，通过文化融合与科技赋能，让金融知识普及更具吸引力与实效性。

传统文化赋能知识传播。民生银行青岛分行将金融宣教与传统元素深度融合，推出《对对联·学金融》互动活动，以楹联形式传递理性投资理念；原创长图《中国特色金融文化》结合“徙木立信”典故，诠释金融诚信

文化内涵。此外，拍摄古装反诈穿越剧《防骗衙门》，通过“AI换脸诈骗”“刷单返利陷阱”等情景剧再现骗局手法，视频被多方转载，形成广泛传播效应。

数字创新拓展传播半径。线上开发“财而不谜”金融知识竞答小程序，结合节日热点设计趣味互动；制作《民生之光》消保主题MV，由员工自编自演，以歌声传递金融正能量；微信公众号开设“画说消保”专栏，发布原创漫画长图、风险提示动画等作品，全年推送图文视频500余篇次，总浏览量超811万人次。线下则依托63家网点打造宣传阵地，通过厅堂展板、LED屏滚动播放宣教内容，并设计顶顶IP形象“水果”风险提示牌，将知识普及融入服务场景。

精准聚焦重点人群需求。民生银行青岛分行针对“一老一少一新”群体开展差异化宣教——面向老年人举办“厅堂微沙龙”、社区讲座516场次，揭露“以房养老”等骗局；联合高校开展“金融第一课”192场次，以《对当韭菜说NO!》等漫画长图引导学生理性消

费；为新市民定制“安家金融包”，涵盖反诈指南、征信知识等内容，举办专项活动270场次。通过分众化、场景化策略，实现金融知识“精准滴灌”。

民生为重 “链”动经济高质量发展

作为全国股份制商业银行的重要一员，民生银行青岛分行始终站稳人民立场，强化使命担当，将消费者权益保护的理念深植于企业经营的每一寸土壤。以行动铸就信任，以责任守护期望。

在庞大的经济网中，供应链金融如同一根坚韧的纽带，将平台、金融机构、核心企业以及供应链上下游企业紧密相连。链条交织，跨链融合，构建起一个资源共享、协同发展的产融生态圈。在这个生态圈中，民生银行青岛分行发挥着不可或缺的作用。

洞察实体产业的需求，民生银行青岛分行精准发力，推出“民生E链”品牌，以科技之力赋能经营，推动高质量发展。借助人工智能、大数据、区块链等前沿技术，“民生E链”正逐步实现供应链的去中心化与平台化，打破了传统依赖单一核心企业的模式，让每一个参与者都能成为链上的主人，共同构建一个互补且无边界的生态体系。

“民生E链”的创新之路，不仅在于技术的突破，更在于对产业供应链全流程的深刻理解和整合。通过推出确认支付、预付款融资和应收账款融资等灵活多样的供应链融资产品，民生银行青岛分行有效降低了企业在供应链中的融资门槛，提升了资金流转效率，为中小微企业的发展注入了强大动力。

民生银行青岛分行的金融实践，生动诠释了“金融为民”的价值追求。站在新的起点，分行将持续深化“大消保”格局，以更智慧的机制、更温暖的宣教、更极致的服务，守护岛城百姓的金融获得感、幸福感、安全感，为行业高质量发展树立“民生标杆”。徐晶



现人民群众对美好生活的向往。

淬炼消保先锋队 筑牢阳光服务网

在创新宣教形式掀起全民共学热潮的同时，光大银行青岛分行深知，消费者权益保护的深层根基，始终在于锻造一支专业过硬、服务暖心的“阳光卫士”队伍。如果说创意活动是金融知识传播的“扩音器”，那么系统性、常态化的消保服务能力建设，则是守护消费者权益的“压舱石”。

聚焦“3·15”教育宣传周，该行以“内外兼修”为着力点，在持续输出惠民宣教精品的同时，更将目光投向服务能力的源头活水——通过多层次、实战化的消保培训体系，让“阳光服务”的专业素养渗透至每一个服务触点，为消费者权益保护筑牢“人”的防线。

根据总行、分行年初制定的阳光服务及消保培训计划，结合监管部门的相关要求，光大银行青岛分行全面完成全年消保培训工作，累计组织全行阳光服务及消保工作培训18次，受训1800余人，参与率100%，通过培训有效提升了全行员工的消费者权益保护意识和能力。

线上通过“阳光学院”消费者权益保护知识在线学习考试及消保知识PK大赛，对全行的消保意识和消保水平有了较大提升；线下通过阳光服务及消费者权益保护的相关政策法规、客户投诉处理技巧、消保审核等进行专项培训，有效提升了全行干部员工的消费者权益保护的专业性。

在人人融入消保、人人参与消保的氛围中，不仅要“走出去”，更要“请进来”。光大银行青岛分行通过将外部专家“请进来”的方式，对全行进行全方位讲解和培训，围绕“服务创造价值”核心理念，建立可持续的长效服务考评管理机制，全面推进服务管理工作标准化、规范化和制度化建设，提升全行整体服务水平 and 核心竞争力，进一步树立“阳光消保”品牌。

向光而立，美好同行。未来，中国光大银行青岛分行将继续坚守金融央企的职责和使命，全面落实党的二十大精神和中央金融工作会议、中央经济工作会议部署要求，以消费者为中心强化消费者权益保护工作，建立健全金融消费者教育宣传长效机制，不断增强人民群众满意度和获得感，持续推动消费者教育工作服务经济社会发展大局。

曲志媛