

“大服务”见于细微 “强消保”护民心安

浦发银行青岛分行立足金融教育宣传周 深化金融消费者权益保护

一支箭矢轻轻落入投壶，欢声笑语间，一个反诈要点随之落进市民心里。这是2026年青岛金融教育宣传周启动仪式上，浦发银行青岛分行“反诈投壶”趣味课堂的一幕。热闹的场景只是开端，真正的功夫，藏在日复一日的坚持里。

今年以来，浦发银行青岛分行着眼“大服务体系”建设，把消费者权益保护作为检验服务成色的重要一环，嵌入每一项制度、每一笔业务、每一次与客户的对话。一次次精准拦截、一场场贴心宣教、一条条刚性制度，把“金融为民”的初心，转化为守护民生安全的坚实防线。

把知识种进生活里

把风险挡在门外，靠的是银行的警觉；让风险意识入脑入心，靠的是群众自己的判断。后者更难，也更有价值。浦发银行青岛分行所做的，正是把金融知识种进生活场景，让它在烟火气里生根发芽。

2026年青岛金融教育宣传周启幕之前，浦发银行青岛分行辖内各支行已陆续把宣教工作做在了前头。厅堂里、骑手歇脚点、超市门口，小而实的金融知识普及活动接连展开。

青岛金家岭支行把宣传台搬到了骑手休息的地方。那里正在举办“骑士节”公益活动，骑手们听一段“冒充客服退款”的拆解，走的时候再拿一副印着反诈口诀的冰袖。一位跑了三年单的师傅说：“平时接单太忙，根本没空去网点，没想到银行主动上门，又教防骗又帮忙解决问题，真贴心。”城阳区长春路支行的宣传点设在超市门口，工作人员手把手教老年人核对保单真伪。一位买菜路过的中年妇女拉着工作人员问了大半个钟头，临走把宣传单塞进购物袋：“拿回去给老伴儿也看看。”威海荣成支行



▲浦发银行青岛分行工作人员向市民讲解金融风险。

▲浦发银行青岛分行开展投壶互动，普及金融知识。

的大厅屏幕上滚动着“适合自己的才是最好的”。工作人员趁着客户等候的间隙，讲风险测评、讲产品适配。一位中老年客户听完，把宣传单折好放进口袋：“以前光看收益高，现在知道了，适合自己的才牢靠。”

青岛市北区某社区里，一面“方言故事墙”吸引了不少老人驻足。墙上是一段段用青岛话录制的风险故事：“老李啊，那个‘代理退保’的电话可白信……”地道的乡音、熟悉的腔调，把非法代理退保、个人信息保护这些事讲得明明白白。老人们围在墙边听着、笑着、议论着，金融安全知识就这样“溜”进了耳朵，“住”进了心里。

细看这些做法，背后是对受众需求的仔细琢磨。老年人听不懂专业术语，就用方言讲故事；年轻人喜欢互动，就设计投壶游戏、有奖问答；外卖骑手时间碎片化，就把宣传台搬进配送站点。

今年以来，浦发银行青岛分行累计开展集中金融教育活动近100场、日常金融教育249场，线上线下覆盖人次达1168万。数字的背后，是一群银行人把金融知识的“书面语”翻译成“家常话”的功夫。他们笃信知识只有活在生活中，

群众才能用得上、防得住。

把防线筑在风险前

网络金融乱象花样翻新，防范功夫须下在风险发生之前。2026年青岛金融教育宣传周期间，浦发银行青岛分行将个人信息过度索取、互联网金融陷阱、非法虚拟货币交易等新型风险作为重点，组织各网点在厅堂滚动播放提示，向来办业务的客户讲清识别方法。

不久前，在浦发银行青岛高新科技支行，一位客户行色匆匆来到柜面，要求办理大额转账，收款人是“久未联系的朋友”。工作人员多问了几句：对方微信文字联系、拒绝电话核实、反复催促转账、还叮嘱“别告诉家人”。听到这里，柜员心里一紧，警觉起来，这正是伪装熟人借贷诈骗的典型特征。她停下操作，先给客户倒了杯水，等他情绪平复，再把骗局套路一五一十讲给客户听。客户起初将信将疑，直到工作人员逐条拆解，他才如梦初醒：“差点就把养老钱转出去了！”

警觉一旦成为习惯，便会在更多窗口自然生长。威海分行营业部里，一位市民在短视频

平台刷到“零门槛跨境网店”广告，正欲扫码支付1080元“启动垫资”，被大堂经理一眼识破，及时叫停；在威海高区支行，一位个体商户想私下出借收款码“躺赚佣金”，工作人员耐心讲解“跑分洗钱”背后的法律风险，商户连连道谢；在威海分行，一名在校学生被“高薪客服兼职”吸引前来办卡调额，工作人员察觉异常，一番普法后，学生主动放弃了开户想法。从柜面到厅堂，从商户到学生，骗局的面孔在变，银行的警觉不变。

那些散落在日常里的“止损时刻”，背后有一套不断前移的风险防控体系在默默运转。2026年上半年，浦发银行青岛分行建立了“主办机构、业务管理部门、消保中心”三级联动的消保全流程审查闭环，累计完成100余笔业务审查，提出150余条优化整改意见，将合规瑕疵挡在产品和宣传材料“出门”之前。与此同时，发布11期风险提示、完成7期投诉复盘、回听500余笔录音……一项项“笨功夫”，织成了一张越收越紧的防护网。

“消保需要把功夫下在事外，在风险发生前就替客户多想一步。”该行消保工作负责人这样理解这份职责。

党建引领践初心 消保守护暖岛城

——泰康人寿青岛分公司开展关爱“两司两员”公益消保活动

党建引领消保路 实干担当惠民生

——中国太保产险青岛分公司积极开展2026年金融教育宣传周活动

金融是国之大本，消保是民生之本。为深入贯彻党建引领金融发展工作要求，扎实推进金融消费者权益保护常态化。近日，泰康人寿青岛分公司组建党员先锋队、金融消保志愿服务队走进市北区美团骑手驿站、市南区顺丰服务网点，面向外卖骑手、快递员等“两司两员”新就业群体开展公益消保活动。本次活动累计为56名一线劳动者赠送“骑手安心保”意外伤害保险，提供风险保障累计560万元，并同步开展金融消费者权益保护知识宣讲。这是青岛分公司坚持党建引领，深入践行金融工作的政治性、人民性，推动消保服务向新就业形态劳动者延伸的一次生动实践。

聚焦重点群体，筑牢民生保障防线

货车司机、网约车司机、外卖员、快递员——“两司两员”是保障城市运转的重要力量，也是新就业形态群体的重要组成。该群体长期高强度户外奔波、职业风险高、金融认知相对薄弱，是金融风险防范与保障的重点服务对象。

立足群众急难愁盼，青岛分公司组织金融消保志愿服务队伍精准对接新就业群体保障缺口，现场为一线劳动者逐一讲解保障内容、指导投保流程、解读理赔须知，确保公益保障“送得到、看得懂、用得上”。专项赠险聚焦意外身故、意外伤残责任，针对交通风险高的职业特点筑牢基础保障防线，有效发挥保险风险兜底、防返困、稳民生的社会价值。

精准宣教赋能，守护群众金融“钱袋子”

本次活动坚持宣教先行，防患未然，活动同步设置“明明白白买保险”咨询服务台，围绕新就业群体高频遭遇的诈骗套路开展以案说险，普及“不轻信、不透露、不转账”的反诈理念，引导新就业群体树立理性金融消费观念、提升自主风险防范能力。

同时，分公司还为一线劳动者送上安“新”计划健康关爱物资包以及生活补给物资，配套提供线上就医绿色通道等健康服务权益，帮助常年奔波在外、就医不便的群体实现在线问诊，缓解“看病难”痛点，切实解决户外劳动者就医不便、保障不足的现实难题，将暖心



■泰康人寿青岛分公司工作人员指导外卖员激活意外险。

服务与金融温度送到基层一线。

深化党建赋能，构建长效惠民体系

此次公益消保活动是青岛分公司“党建+消保+公益”深度融合的生动实践。此前，分公司已在莱西市院上镇落地“村村通”金融消保服务站，常态化将消保知识宣传、保险咨询服务送到村民家门口，持续下沉乡镇基层开展金融消保知识宣教。依托金融教育宣传周契机，分公司组织各分支机构持续开展系列活动，聚焦新就业群体、老年人等重点人群，结合不同群体的认知特点开

展精准化金融知识普及与风险提示，把400余份保险保障及线上绿通服务延伸至全市更多区域，将志愿服务经验复制到更多基层一线，以惠民生、暖民心

的具体举措，增强人民群众的获得感、幸福感、安全感。

下一步，泰康人寿青岛分公司将坚持党建引领高质量发展，坚守金融为民初心，健全“为民办实事”长效机制，持续深化金融消保与公益服务落地，依托专业保险保障与医养健康服务资源，用专业守护城市奋斗者，用行动温暖岛城千家万户，书写金融为民、服务民生的泰康答卷。

徐 晶

2026年金融教育宣传周活动期间，中国太保产险青岛分公司以党建引领消保，高管带头，推动金融教育宣传与消费者权益保护深度融合，积极开展形式多样的金融教育宣传活动。

坚持党建引领，服务官带头开展教育宣传

中国太保产险青岛分公司深入践行金融工作的政治性、人民性，坚持党建引领，推动“党建+消保”模式常态化。金融教育宣传周期间，中国太保产险青岛分公司党委书记、总经理、服务官朱国强带领各机构一把手主动参加行业集中宣教活动，在活动现场化身“金融消保志愿者”，向广大消费者普及金融知识，帮助消费者提升风险防范意识。

同时，积极开展“总经理接待日”活动，面对面听取客户对产品与服务的评价，精准回应合理诉求，将客户声音梳理提炼为服务优化的具体举措，以省心、放心、安心的“三心”服务持续驱动服务体验改进和迭代，真正将“问题清单”转化为“满意答卷”。

聚焦特群需求，守护“老少新乡”金融权益

中国太保产险青岛分公司坚持“分众施策、靶向发力”，将消保宣教落到实处。

情暖夕阳，走进养老社区。针对老年群体风险识别能力较弱、易受电信诈骗侵害的特点，公司走进“太保家园”养老社区，由消保志愿服务队成员担任“金融讲师”，将风险提示变成与银发族深度互动的“防骗实战演练”，揭露“以房养老”“保健品神药”“高回报理财”等常见骗局，手把手教会老年人使用智能设备查询正规金融信息，用有温度的陪伴帮助老年人守护好“养老钱”。

致敬行者，走进交警队与集卡中心。聚焦“两司两员”（货车司机、网约车司机、外卖员、快递员）群体，中国太保产险青岛分公司金融消保志愿服务队走进青岛市公安局交通管理支队市南区大队及山东省规模最大、功能最全的货车司机机综服务区“西海岸新区开拓集卡中心”，围绕支付安全、反电信诈



■中国太保产险青岛分公司金融消保志愿服务队参与2026金融教育宣传周启动仪式。

骗、合理借贷、理性投资、个人信息保护等主题，结合运输行业高发的“套路运”“车辆统筹假冒保险”“ETC失效”“运单诈骗”等典型案例，用通俗易懂的语言拆解诈骗套路，帮助“两司两员”群体在奔波路上筑牢金融安全防线。

呵护未来，走进校园课堂。走进青岛恒星科技学院，普及基础金融知识，重点针对“校园贷”“刷单诈骗”等陷阱进行案例警示，并设立学生专属反诈消费观和信用观，让金融素养的种子在校园里生根发芽。

扎根乡土，点亮乡村消保服务站。公司依托设在莱西、平度、胶州、黄岛等地的金融消保“村村通”服务站，将教宣触角延伸至田间地头，用乡音土话解读惠农保险政策和反诈常识，现场受理村民咨询与诉求，真正打通农村金融服务与教育的“最后一公里”。

心系民生福祉，创新产品服务惠及人民群众

瞄准人民群众“急难愁盼”，中国太保产险青岛分公司结合自身主业特点和专业优势，持续推出惠民生、暖民心、顺民意的务实举措。

2026年，公司蛋鸡收入保险创新实践获央视《朝闻天下》权威报道，产品突破传统农险仅保产量的局限，创

把“为民”刻进制度里

本能反应的养成，靠的是一线员工的责任心；而这份责任心的持久，需要制度的坚实支撑。在浦发银行青岛分行，消保早已成为全行上下共同参与的系统工程。

今年年初，该行陆续制定《消费者权益保护工作计划》《金融消费者教育工作计划》等多项制度，并修订《金融产品适当性管理实施细则》，用制度为消保工作划出清晰的“路线图”。更有分量的是考核体系的变革：消保工作质效被纳入全行年度考核考核，平衡计分卡占比5%，考核结果直接与部门绩效、员工薪酬及高管履职评价挂钩，“消保考核排名后三位的机构，取消主要负责人评优资格”，这条刚性约束，让“软指标”有了“硬杠杠”，也倒逼各层级把消保责任真正扛在肩上。

考核只是手段，服务才是目的。浦发银行青岛分行坚持“一把手”牵头抓总，常态化落实行长接访机制，组织支行行长下沉一线现场办公，把客户的急难愁盼解决在当下。针对“已故存款人小额存款提取难”这一民生痛点，该行积极推进线上提取系统，让数据多跑路、群众少跑腿。在威海高区支行，一位瘫痪在床的老人急需支取救助金，却因新卡未激活、手机号未更新而无法操作。支行接到求助后，立即启动上门服务，工作人员带着设备赶到老人家中，细心办完所有手续。家属握着工作人员的手，反复说着“谢谢”。

专业能力的提升，离不开持续的培训赋能。上半年，浦发银行青岛分行面向中高层管理人员、一线员工、新入职员工分层开展消保培训8场，并结合投诉工单暴露的问题，主动下沉网点帮扶指导。在内部，诚信文化与合规服务培训依托晨会、专题学习常态化推进，引导员工规范营销宣传行为、严守合规底线。

一位基层网点负责人分享说：“消保做得好不好，最终要看每位员工面对客户时的第一反应。这种反应，靠的是长期浸润出来的专业本能。”

海风依旧，潮汐往复。浦发银行青岛分行的消保实践，就写在一件件小事、一次次提醒、一项项制度里，这些寻常细节，传递着金融的温度与责任，也把守护群众“钱袋子”的初心，融入了每一位员工的职业本能。

徐 晶

唐秀珍