

中国建设银行洛阳分行： 多渠道、多方式用心做好消保宣传 做有温度的银行



天不言而四时行，又是一轮春夏秋冬。2020年中国建设银行洛阳分行（以下简称“建行洛阳分行”）坚持党建引领发展深入融合，聚焦社会难点、痛点、热点，奋力攻坚克难，各项业务逆势增长，业务稳健发展。连续三年超额完成省分行年度已核销贷款回收计划，现金回收额逐年提升。

春风拂面，万物复苏。一年一度的3·15消费者权益日即将来临，今年的消费维权年主题是“守护安全 畅通消费”。在这样的背景下，金融保险行业又是如何践行消费者权益保护的呢？今天，让我们走进建行洛阳分行，看一看他们是如何切实维护消费者权益。

□东方今报·猛犸新闻记者 张超飞 实习生 龙沛芝

多渠道、多方式 开展金融消费者权益知识宣传

2020年，是极其艰难的一年，也是极不平凡的一年。

人们对于2020年的回望，“艰难”成为“热词”之一，2020年世界格局的变化，银行的经营方式也在不断探索中前行。

2020年，建行洛阳分行以“3.15”消费者权益保护日为契机，通过在全行各网点门头LED显示屏、营业大厅电视屏幕，统一设置宣传语并滚动播放，拍摄消费者权益宣传视频片，开专栏进行消费者权益专题宣传。

特别是针对新冠肺炎疫情，通过直播、微信、抖音等新媒体，多渠道宣传，有效防控疫情传播，并实现市民、客户的互动交流，既增强消费者权益保护相关知识，又找到消费者欢迎的银行产品。

通过“线上金融课堂”进行金融知识普及和产品推介，让每一位金融消费者明白消费，合理维权，让消费者权益保护知识和建行产品走进千家万户。

用金融优势 为企业复工复产贡献力量

受新冠肺炎疫情影响，面对企业复

工复产资金难题，建行洛阳分行紧盯重要医用物资、重要生活物资的骨干企业，专门开辟绿色通道，保障其合理信贷需求。

位于宜阳县境内的洛阳富隆特体育用品有限公司，紧急接到河南省疫情防控指挥部下达的批量生产医用护目镜指令，因时间紧迫，生产量大，企业资金周转受阻。

建行洛阳分行获悉后迅速启动“绿色通道”，组成业务攻坚小组，省、市、县三级信贷部门在线完成授信方案会商，最大限度简化流程全速推进，仅用1个小时就完成了受理、审查和审批，向企业投放贷款500万元，为抗疫小微企业雪中送炭，得到了企业、地方政府的认可和赞许。

疫情期间，建行洛阳分行为企业量身定制推出新产品“云义贷”，针对医疗等新型冠状病毒肺炎疫情防控全产业链以及受疫情影响的小微企业及企业主、个体工商户等群体的普惠金融服务，具有产品额度高（单户贷款额度最高3000万元）、利率低的优势，分行抓产品优势，主动与目标企业进行对接，迅速转变模式，开启线上营销。

通过微信群、朋友圈、直播等方式，

广泛宣传和倡导客户通过线上渠道办理贷款，通过“建行惠懂你”APP、手机银行、网上银行等渠道实时审批、实时放款，加大对小微企业客户信贷投放力度，加速为小微企业客户提供更优质的金融服务。目前，建行洛阳分行共计为73户小微企业办理了“云义贷”业务，授信额度5515万元。

数字赋能、科技助力 副中心建设立新功

随着时代的发展，银行的经营方式也在不断探索中前行。建行洛阳分行紧扣“建生态、搭场景、扩用户”九字要义，主动应对形势变化，积极探索创新打法，坚持在“形似上更规范、神似上再提升”上下工夫，数字化经营能力初步锻造，分行的数字化经营效果初显锋芒。

目前，建行洛阳分行已搭建政府消费券、哈啰出行、古都夜八点、金鑫珠宝消费、白云山“智慧景区”电子票务系统、新融高速“E建通”等BCG三端场景28个，其中C端场景14个，B端场景8个，G端场景6个。

一路探索，一路实践，一路收获。数字化经营不断推进，从战区架构搭建，数字意识持续传导，到生态场景有序搭建，建行洛阳分行数字化经营渐入佳境。2020年分行的战机综合排名稳居系统第一梯队，零售战机连续5旬排名全省首位，分战区先后六次作典型发言。

围绕数字化经营，建行洛阳分行紧跟洛阳加快副中心城市建设战略步伐，从地方经济建设中寻找发展机遇，发挥金融优势，密切银证、银企合作。2020年建行洛阳分行在基建领域投放贷款17.4亿元，着力优化营商环境。向中信重工、一拖集团、中航光电、中铝洛铜等先进装备制造制造业大中型企业投放流贷35.53亿元，助力企业转型升级。累计实现8个核心企业平台的网络供应链贷款投放，投放金额合计7.3亿元，贷款余额7.5亿元，较年初新增1.6亿

元，惠及核心企业上游330户供应商。“民工惠”累计投放4.3亿元，惠及农民工4万余人。

2020年初，洛阳市人民政府以洛政一号文，专门对洛阳分行支持地方经济建设进行表彰；同年4月24日，市长刘宛康再次做出批示，对洛阳分行支持洛阳副中心城市建设给予充分肯定。

用心开展消保宣传 做有温度的银行

新的一年，建行洛阳分行将继续相伴。以3.15为契机开展消费者权益专项活动。组织开展消费者八项权利、反洗钱、个人金融信息、防范非法集资、个人征信等综合宣传活动。以网点公众教育区为主阵地，发送宣传折页、开展网点消保小课堂。同时借力经营活动，插播营销直播间；以产品说明会、客户答谢会、投资报告会和金融课堂为平台，开展与客户互动宣传消保知识，提升客户消费者权益的认识，提高维权能力。

开展“金牛踏春来、消保伴您行”消费者权益保护专项宣传活动，线上、线下同时开展，通过宣传海报和折页以网点为主阵地进行宣传，与客户进行互动；通过员工生成有专属的宣传海报，发朋友圈、同学群、家长群、战友群等线上渠道进行宣传；通过在“中国建设银行洛阳分行”微信公众号及“建行龙支付”微信公众号等线上渠道进行宣传。

宣传形式多样化，有“消保知识大考验”“消保智慧课堂”“消保从娃娃抓起”微电影等内容，面对多层面的消费群体开展有趣味性的宣传活动，让客户增加消保知识，增强防范意识，提升消费者维权和保护意识。

除此之外，还有“魅力女神 消保同行”消费者权益保护专项宣教活动。以此来体现洛阳分行的担当和情怀，切实达到消费者权益保护工作对内赋能、向外输出的目的。

