

中国人民银行金融消费者权益保护典型案例

(文章来源: 国家金融监督管理总局网站)

典型案例 1: 跨域线上调解巧解助农贷款纠纷

云南省某县 B 社区村民孙某、蒲某作为该社区带头创业党员于 2015 年 12 月 7 日与 A 银行签订《助农创业贷款合同》，贷款 100 万元用于发展养殖业，并约定于 2018 年 12 月 7 日偿还本金，但截至 2022 年 6 月 7 日仅偿还了 8 万元本金，欠息（含罚息）55 万元。双方就还款事宜多次协商未果而产生纠纷。A 银行遂向法院提起诉讼。法院立案后发现原、被告双方均有调解解决意愿，遂将该案件分流至当地金融纠纷调解委员会进行调解。接到案件后，调解员发现孙某因多次协商未果，已对该县金融机构产生了严重抗拒心理，故迅速反应，与邻县金融纠纷调解委员会携手合作，确定纠纷类别，指定委派邻县对该业务熟悉的调解员与该县调解员组队采用“背靠背”方式分别定向对不同当事人开展沟通。经了解，调解员发现被告是当地带头创业的党员，曾带动当地 42 户农户就业脱贫，但对金融业务了解不多。调解员向当事人普及了相关金融知识，让当事人理解了逾期带来的影响。随后，调解员通过线上调解平台将调解室“搬”到当事人家门口进行调解。最终，双方当事人达成一致意见。

经验启示：普惠金融重点人群一直以来是金融消费权益保护工作的重中之重。灵活运用多元解纷工具，切实化解涉农金融纠纷中的难点问题，才能将金融纠纷化解机制深入田间地头。本案中，调解组织充分权衡纠纷双方的实际情况和调解意愿，找准人民群众面临的实际困难，坚持运用法、理、情相结合的方式，推动矛盾纠纷就地发现、就地调处、就地化解，实现“零距离”服务群众，打通了金融纠纷多元化解“最后一公里”。

典型案例 2: 在线诉调对接巧解储蓄存款合同纠纷

汤某于 2014 年携带 5 万元前往 A 银行办理定期存款业务，2021 年欲提取此笔存款时却被告知 5 万元存款一直按照活期计息，至今仅产生 1000 多元孳息，汤某认为由于 A 银行柜台工作人员过失造成其遭受经济损失，要求 A 银行赔偿其应得利息。A 银行根据存款凭证表示客户未办理定期存款，损失属客户自身行为所致，为此引发纠纷。由于纠纷双方多次交流协商未能达成一致，汤某于 2021 年 5 月 25 日将 A 银行诉至法院。法院对该纠纷进行立案，并将该纠纷委派至当地金融消费纠纷人民调解委员会进行调解，促进纠纷双方在诉前调解化解纠纷。调解开始前，调解员与纠纷双方进行沟通并详细了解整体案件情况以及纠纷争议点。考虑到汤某年近六旬，家庭生活困难，调解员多方协调沟通，制定了解决方案。最终，调解员通过“总对总”在线诉调对接方式依托在线调解平台开展调解，成功促成双方达成一致，并线上签署调解协议书。达成调解协议后，调解员督促双方履行协议内容，妥善、高效化解了该纠纷。

经验启示：金融消费纠纷专业性强，在金融机构与消费者之间易因理解偏差而产生纠纷，难以得到妥善解决。本案中，调解组织坚持以人民为中心，助力法院化解金融消费纠纷，丰富了金融消费者权益救济渠道，降低金融消费者解纷成本，切实帮助老百姓解决急难愁盼问题，切实提升人民群众获得感、幸福感、安全感。

典型案例 3: 浙江绍兴打造“枫桥式”金融服务站

近年来，中国人民银行绍兴市分行积极推动打造 87 个“枫桥式”金融服务站，着力化解农村金融供需矛盾，真正打通农村金融服务“最后一公里”。

一是强化基础金融服务，打造一站式便农服务平台。每天连续提供 14 小时不间断支付结算服务，方便村民取现、转账、缴费、寄提。依托公共财政服务模式，为村民一站式办理市民卡激活、社保缴费、生活缴费、行政罚没等业务。在原助农服务点基础上加强互联网功

能，加载电商服务、物流、红十字“博爱驿站”等便民服务，帮助农户销售旺季农产品、寄收各类快递。二是创建“三员”助贷服务，发挥“三农”金融桥梁作用。联合当地村级便民服务中心，创建农村金融特派员、指导员、联络员“三员”助贷服务机制，打造农村信贷需求收集站和信贷产品推荐点，农户信贷业务平均审批时间从 5 天缩短至 3 天。三是搭建共建共享“三大中心”，疏通乡村治理“最后一公里”。联合所在地村委，实现金融矛盾调处中心、“三农”政策落地中心、反诈宣传教育中心共建共享、共同治理，实现矛盾就地解决，方便村民享受基础公共服务，提升村民金融风险防范意识，构建新时代乡村治理新模式。

经验启示：绍兴市“枫桥式”金融服务站发挥村级组织优势，创新“三员”助贷模式，在满足偏远地区取现、缴费等金融及政务服务需求的同时，融入助农补贴发放、信贷需求收集、矛盾纠纷调解、反诈宣传教育等功能，既提升农村群众风险防范意识和金融素养，又促进“三农”电商的发展，实现矛盾就地解决，取得了“银行愿意、商户乐意、农民如意、政府满意”的良好效果，实现了“基础服务不出村、信贷申请不出镇、综合矛盾不上交”，走出了一条乡村“金融+”治理的新路子。

典型案例 4：重庆万州区开展“普惠金融 五心助残”活动为残疾人提供金融关怀

中国人民银行万州分行多措并举践行普惠金融造福残疾人群，以“五心”助力提升残疾人金融获得感。

一是爱心办证，实现残疾人办证、换证“少跑路”。指导金融机构开发残疾证核发线上绿色通道，实现“村居申请，区残联审核”的无缝对接，以减材料、减跑动、减时限、减环节实现“一次办”“快速办”。二是热心宣传，开展针对性金融知识普及活动。联合各政府部门及金融机构先后走进敬老院、养老院及残联中心送金融知识、金融服务，通过选配手语老师现场授课、播放金融知识宣传片、现场答疑等方式，提升残疾人金融素养。三是暖心热线，畅通残疾人金融消费维权渠道。联合万州区残联搭建金融消费维权渠道，依法公正调解残疾人金融消费纠纷。在各残联中心、敬老院及养老院公布 12363 投诉电话及主办行政策咨询电话，实行调解员上门受理、上门调解、上门回访，“零门槛”助力残疾人群体维权“无障碍”。四是贴心服务，丰富“驿站”便民举措。引导金融机构进一步丰富延伸助残服务内容，向广大市民特别是残疾人士提供“歇歇脚”“喝口水”“充充电”等便民惠民服务。五是诚心助贷，强化贫困残疾人就业金融支持。鼓励金融机构推出残疾人专属贷款产品，加大对残疾人创业贷款资金支持力度，以小额创业就业贷款的方式解决资金难题，支持残疾人自谋职业、自主创业。

经验启示：应高度关注和重视残疾人群体日益增长的金融需求，要紧贴残疾人金融需求特点，围绕金融消费维权共治、金融知识普及宣传、助残信贷产品创新、助残服务设施优化升级等，多方联动建立全方位、常态化的残疾人群体普惠金融协作机制，打造“暖心热线”、举办“热心宣讲”、提供“贴心服务”、开展“诚心助贷”、倡导“爱心帮扶”，助力形成“理解、尊重、关心、帮助”残疾人的良好社会风尚。

典型案例 5：金融机构未严格落实消费者金融信息使用管理制度导致客户信息泄露

2022 年，人民银行发现 A 银行 B 分行和 C 银行 D 信用卡分中心存在个别员工涉嫌非法贩卖金融消费者账户信息的情形后，迅速对涉事银行启动立案调查。

调查发现，A 银行 B 分行和 C 银行 D 信用卡分中心未严格有效落实消费者金融信息保护相关法律法规和内控制度，业务系统权限设置不合理，导致涉案员工得以利用职务便利，在未经授权审批且没有合法、正当事由的情况下，通过银行主要业务系统私自查询、记录客户个人信息，并将相关信息对外贩卖。同时，涉事银行日常消费者金融信息保护排查、风险监测、教育培训工作不到位，在发生上述重大事件时亦未及时向当地金融监管部门报告。

人民银行相关分支机构依法对 A 银行 B 分行和 C 银行 D 信用卡分中心给予警告并处以

罚款，对其中负有直接责任的管理人员给予个人处罚，责令相关银行积极落实整改并进行全面自查。

监管提示：本案中，相关涉案员工因为贩卖客户信息而触犯刑法，并被以侵犯公民个人信息罪判刑。同时，根据《中国人民银行金融消费者权益保护实施办法》（中国人民银行令〔2020〕第5号）第三十三条“银行、支付机构应当建立以分级授权为核心的消费者金融信息使用管理制度，根据消费者金融信息的重要性、敏感度及业务开展需要，在不影响本机构履行反洗钱等法定义务的前提下，合理确定本机构工作人员调取信息的范围、权限，严格落实信息使用授权审批程序”的规定，A银行B分行和C银行D信用卡分中心未能合理设置系统权限，严格落实信息使用授权审批程序，致使发生个别员工非法查询并贩卖消费者金融信息的情形，侵害了金融消费者信息安全权，应当依据《中国人民银行金融消费者权益保护实施办法》（中国人民银行令〔2020〕第5号）第六十条第（五）项、《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十六条第一款第（九）项进行处罚。

金融机构应当完善消费者金融信息保护制度和机制，健全完善以分级授权为核心的消费者金融信息使用管理制度，综合考虑消费者金融信息的重要性、敏感度及业务开展需要，合理确定工作人员调取信息的范围、权限，严格落实信息使用授权审批程序。应当不断强化人员管理和教育，对接触消费者金融信息的岗位人员，全面开展员工业务培训和警示教育工作，培养消费者金融信息安全红线“不能碰、不想碰”的底线思维。应当加大对辖属机构网点消费者金融信息保护管理规定落实情况的监督检查力度，开展专项排查整治，杜绝此类问题再次发生。

典型案例 6：金融机构未经消费者授权同意擅自办理业务

2021年，人民银行通过舆情监测发现E银行F支行存在涉嫌未经消费者授权同意擅自为消费者开设电子账户的情形后，及时对涉事银行启动立案调查。

经查，E银行F支行为扩大业务规模、冲高业绩指标，违反业务规定和内控制度，擅自使用多年前代收学费时收集到的某高等专科学校已毕业学生个人信息，在缺失客户有效身份证件以及单位证明材料等资料的情况下，通过行内系统以批量方式为1000余人开立Ⅱ类、Ⅲ类银行账户。

人民银行相关分支机构依法对E银行F支行给予警告并处以罚款，责令E银行F支行积极落实整改并进行全面自查。

监管提示：根据《中国人民银行金融消费者权益保护实施办法》（中国人民银行令〔2020〕第5号）第十五条“银行、支付机构应当尊重金融消费者购买金融产品或者服务的真实意愿，不得擅自代理金融消费者办理业务，不得擅自修改金融消费者的业务指令，不得强制搭售其他产品或者服务”的规定，本案中，该银行网点为消费者开立账户未取得授权，侵害了金融消费者自主选择权，应当依据《中国人民银行金融消费者权益保护实施办法》（中国人民银行令〔2020〕第5号）第六十二条第（二）项进行处罚。

金融机构在业务开展过程中，应当进一步规范操作流程，严格执行客户授权程序，针对特殊群体单独制定授权方案，确保在充分尊重金融消费者真实意愿的前提下为消费者提供金融产品和服务。在日常经营活动中，金融机构应树立正确的业绩导向，严格遵循公平原则，充分尊重消费者的真实意愿，在提供金融产品或服务时不断优化业务操作流程，向消费者及时披露并充分提示业务办理情况及产品重要信息，充分保障消费者的自主选择权。

金融消费者在业务办理过程中，应当认真查看并充分理解金融产品和服务协议中的重要内容，针对存有疑义的事项，及时向金融机构业务人员询问、沟通，确保在充分了解利率、费用、收益及风险等重要信息的前提下，按照自身真实意愿理性选择金融产品或服务。应当提升安全风险防范意识，发现非本人办理的金融业务时，及时与相关金融机构进行沟通或向

金融监管部门反映，避免自身合法权益遭受侵害。

典型案例 7：金融机构违规开展贵金属及纪念币册装帧套装营销宣传

人民银行在执法检查中发现，G 银行在通过电话渠道代销贵金属及纪念币册装帧套装产品过程中，存在虚假或引人误解的宣传。该行电话销售人员对贵金属及纪念币册装帧套装产品的销售宣传用语包括“确保 100%不会亏”“每三个月有一个固定的升级涨幅”“每一年都会升值，只会增值不会贬值”“这相当于银行短期的投资理财，但是它没有风险”“到明年的时候，市面上同档次的价格不会低于 3.2 万”“一年过后，这个作品大概会给你带来 1.6 万这样的一个收益”“今年下半年它的升值幅度不会低于 30%”“到国庆节的时候，传统作品是有一个 1.3 至 1.5 倍的增幅在里边的”等表述。

针对 G 银行电话营销中存在的违法违规行为，人民银行依法对其给予警告并处罚款，并责令其积极落实整改，全面开展自查，进一步规范金融营销宣传行为。

监管提示：根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十条“经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传”以及《中国人民银行金融消费者权益保护实施办法》（中国人民银行令〔2020〕第 5 号）第二十三条“银行、支付机构在进行营销宣传活动时，不得有下列行为：

（一）虚假、欺诈、隐瞒或者引人误解的宣传。……（四）明示或者暗示保本、无风险或者保收益等，对非保本投资型金融产品的未来效果、收益或者相关情况作出保证性承诺”的规定，本案中，G 银行的宣传用语涉及对贵金属及纪念币册装帧套装明示或者暗示保本、无风险或者保收益等，易引发金融消费者误解，应当依据《中国人民银行金融消费者权益保护实施办法》（中国人民银行令〔2020〕第 5 号）第六十一条第（四）项、《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十六条第一款第（六）项进行处罚。

金融机构应当进一步规范金融营销宣传行为，认真落实各项金融营销宣传行为法律法规要求，及时发现并立即停止不当金融营销宣传活动。应当审慎开展产品代销和服务推广，规范代销业务中金融营销宣传，严格审核营销宣传文本，充分保障金融消费者知情权、自主选择权等合法权益。应当建立健全全流程管控机制，有效落实事中管控机制，切实履行营销宣传中须遵循的程序和标准，加强对营销宣传行为的监测与管控。

典型案例 8：金融机构未严格落实金融消费者权益保护相关规定

人民银行对 H 非银行支付机构开展执法检查发现，该机构未能充分保障金融消费者信息安全权、公平交易权、自主选择权、知情权等合法权益，存在未有效明示收集、使用消费者金融信息的目的、方式和范围的情形，该机构隐私政策中对其“关联公司”的说明为不完全列举，易导致消费者金融信息共享范围不明确；在收集消费者金融信息用于营销、用户体验改进等目的时，未按规定向金融消费者提供事前选择权；存在未按要求使用格式条款的情形，个别格式条款存在减轻、免除自身责任或排除、限制金融消费者权利的不公平、不合理内容；存在未按要求向金融消费者披露与金融产品和服务有关重要内容的情形，如未明示收费规则、电子形式的格式合同不易于获取等。

人民银行依法对 H 非银行支付机构给予警告并处以罚款，要求该机构认真自查自纠，全面落实整改，切实履行金融消费者权益保护主体责任。

监管提示：本案中，H 非银行支付机构相关问题分别违反《中国人民银行金融消费者权益保护实施办法》（中国人民银行令〔2020〕第 5 号）第三十一条第二款中“银行、支付机构通过格式条款取得消费者金融信息收集、使用同意的，应当在格式条款中明确收集消费者金融信息的目的、方式、内容和使用范围”、第三十条中“银行、支付机构收集消费者金融信息用于营销、用户体验改进或者市场调查的，应当以适当方式供金融消费者自主选择是否同意

银行、支付机构将其金融信息用于上述目的”、第二十一条第二款中“银行、支付机构不得以通知、声明、告示等格式条款的方式作出含有下列内容的规定：（一）减轻或者免除银行、支付机构造成金融消费者财产损失的赔偿责任。……（五）其他对金融消费者不公平、不合理的规定”、第十六条中“银行、支付机构应当依据金融产品或者服务的特性，及时、真实、准确、全面地向金融消费者披露下列重要内容：（一）金融消费者对该金融产品或者服务的权利和义务，订立、变更、中止和解除合同的方式及限制……”等规定，应当依照有关规定予以处罚。

金融机构应当坚持以人民为中心的发展思想，牢固树立负责任金融理念，积极践行金融为民、金融惠民、金融便民，切实履行保护金融消费者合法权益的主体责任，充分保障金融消费者知情权、自主选择权、公平交易权、信息安全权等合法权益。不断健全完善金融消费者权益保护组织体制和制度机制，严格遵守金融消费者权益保护行为规范，持续强化消费者金融信息保护，不断提升金融纠纷化解和溯源治理能力，同时加强金融知识宣传和金融消费者教育，助力构建和谐金融消费环境，促进提振金融消费信心，助力行业健康发展。