

《银行业金融消费者权益保护、舆情管理以及“黑灰产”（非法代理维权）的识别与应对解码》

陈德胜 博士/教授/博士生导师

擅长：经济金融分析与政策解读；战略经营规划与管理实务。

课程背景：

近年来，金融领域非法职业代理灰产现象日益呈现出专业化、组织化、规模化、产业化的发展趋势，损害广大消费者的合法权益，严重影响金融行业的正常经营秩序，引起金融监管的高度重视。

为进一步保护会员银行合法权益，维护正常的金融市场秩序，斩断“代理维权”黑灰产利益来源，中银协组织制定了《中国银行业应对“代理维权”灰产识别标准（征求意见稿）》（下称“《标准》”）《中国银行业应对“代理维权”灰产工作指引（征求意见稿）》（下称“《指引》”）。

全面解析如何保障金融消费者八大权益，促使银行员工在营销产品和提供服务时，要充分考虑消费者的需求，切实维护消费者利益，让消费者获得满意服务，才能有利于银行业的持续发展，实现双赢。

为此，本课程围绕银行业金融消费者权益保护及舆情管理进行解码，重点涉及金融行业“黑灰产”（非法代理维权）的识别与应对，为银行安全保卫部老总及负责人、舆情管理部老总及负责人提供参考和借鉴。

授课老师近 30 年的经济金融管理理论政策学习研究和工作实践经验，逻辑严谨，思路清晰通过深入浅出的理论与案例分析相结合，通俗易懂。

课程收益：

- 1.掌握金融消费者权益保护、舆情管理以及“黑灰产”（非法代理维权）的识别与应对的相关专业知识和要求。
- 2.提高对金融消费者权益保护、舆情管理以及“黑灰产”（非法代理维权）的识别与应对重要性认知和主动意识。
- 3.通过案例分析、演练、讨论掌握投诉处理、舆情管理的原则、流程、技巧。

课程对象：

银行安全保卫部老总及负责人、舆情管理部老总及负责人

课程时间：

0.5 天

课程方式：

主题讲授+视频欣赏+情景模拟+案例研讨+学员分享+落地工具+头脑风暴

课程大纲

一、银行业金融消费者权益保护解码

(一) 《银行保险机构消费者权益保护管理办法》(新九号令) 出台背景

(二) 《银行保险机构消费者权益保护管理办法》四大新要求

1.明确主体责任，建立机制建设要求

2.统一标准原则，加大行政处罚力度

3.治理乱象问题，明确划定行为红线

4.规范信息处理，保护个人信息安全

(三) 《银行保险机构消费者权益保护管理办法》三大核心

1.建立消费者权益保护体制机制，董事会承担最终责任

2.保护消费者八大权利，明确提出不得“驻点销售”等

3.设立纠纷调解组织，违反办法将被采取7大措施

(四) 正确理解消费者权益保护的八大基本权利

(1) 知情权：用客户听得懂看得见的方式信息披露

(2) 自主选择权：关于自主选择的六项禁止性行为

(3) 公平交易权：公平交易的三大基本原则

(4) 财产安全权：确保客户财产安全的十个不得

(5) 依法求偿权：商业银行代位求偿与客户依法求偿的关系

(6) 受教育权：对客户教育双重认知--你以为的只是你以为的

(7) 受尊重权：老年化及残障人士的友好型消保

(8) 信息安全权：商业银行营销的禁止性行为及涉刑红线

案例1：银行卡默认开通免密免签服务导致侵权

① 案情简介

② 投诉处理

③ 案例启示

案例2：柜面定期存款业务办理收发客户收益争议案

① 案情简介

② 投诉处理

③ 案例启示

案例3：客户不满还款审批超出合同时间引发投诉

① 案情简介

② 投诉处理

③ 案例启示

案例4：柜员业务差错客户要求所赔

① 案情简介

② 投诉处理

③ 案例启示

(四) 变诉为金--客户投诉处理技巧

1 投诉对银行经营的意义(情景带入)

2 投诉客户需求分析

3 如何避免投诉和处理技巧

4 日常管理投诉的四个关键

二、银行业“黑灰产”(非法代理维权)的识别与应对

(一) 灰产主要形式

1 反催收联盟

2 羊毛党

3 恶意投诉

(二) 灰产识别手段

1 以金融消费者名义进行非法“代理维权”

2 代理人陪同客户进行投诉与举报

3 经灰产指使，缠诉闹访、反复投诉举报

4 提供虚假证据且消费者本人拒绝沟通

5 个人（非黑灰产）违反投诉秩序

(二) 银行业“黑灰产”（非法代理维权）的识别

1 煽动逾期客户，尝试激怒或诱导催收员说出违规话术，试图虚构暴力催收的事实或造成催收员违规催收的假象，并将通话录音后向监管部门投诉

2 向客户传授减免息费、延期还款等“技巧”，教唆客户或直接代客户向监管机构投诉

3 指导逾期客户开具或者伪造贫困证明、收入证明、住院证明等，获取息费减免或延长还款期限的服务

4 其他教唆客户逃废债等行为。

(三) 银行业“黑灰产”（非法代理维权）的应对

1 坚定不移走高质量发展道路

2 切实落实消保合规经营

3 系统化推进投诉举报实名制建设

4 积极共建行业防范机制

5 联合开展消保宣传教育

三、银行业舆情管理

(一) 消费者权益保护的监管红线：从投诉到声誉风险

1、银行业消费者权益制保护的的红线行为

(1) 虚假宣传、误导销售、捆绑搭售、霸王条款

(2) 恶意欺诈、定价过高、泄露客户信息

2、商业银行消费者权益保护的操作与服务

(1) 营销宣传、适当性管理、销售行为管控、合作机构管理、服务质量与收费

(2) 银行从业人员的禁止性行为

案例：一张罚单暴露的七个风险点

3、消费者权益制保护教育宣传

案例：消费者权益保护宣传的三个融合

(1) 将消费教育融入维权热点，揭示本质，宣传理念，弘扬主张

(2) 将消费教育融入法律和制度建设，形成体系，建立机制，推动发展

(3) 将消费教育融入行业规范，倡导诚信经营，以维稳促进和谐

4、正确理解消保危机公关的五大基本原则

(1) 先解决情绪再解决问题

(2) 基于框架思维表述问题

(3) 用领导视角看待问题，用既得利益视角解决问题

(4) 从制度的遵循者到规则的运用者

(5) 以维稳和不扩大为预设的满意解

(二) 以应对投诉为核心的消费者权益保护管理建议

1、银保监会消保监管体系的顶层设计

(1) 《银行保险机构消费者权益保护管理办法》——全面规范；

(2) 《银行保险机构消费者适当性管理办法》——适当性管理；

(3) 《银行保险机构加强消费者权益保护工作体制机制建设的指导意见》——机制建设；

(4) 《银行保险机构消费者权益保护监管评价办法》——监管评价。

2、消费者权益保护的两大核心职能：内外两道防线的建立

- (1) 底线：不发生恶性投诉，不出现群发性事件
- (2) 要求：一把手躬身入局
- (3) 预案：防止堡垒在内部崩溃
- (4) 目标：提供超出客户预期的服务

3、银行客户投诉的两大原因及应对策略

- (1) 钱少了：防止事态扩大化
- (2) 心委屈了：建立同理和共情

4、银行客户诉讼的三大自身原因及解决方案

- (1) 缺乏金融知识：客户育成
- (2) 缺乏契约精神：客群选择
- (3) 缺乏风险防范意识：金融风险教育

5、客户投诉的应对策略

- (1) 你听到的和你看到的，都不一定是真实的
- (2) 不在立场上纠结，用双赢思维保证安全边界和安全感
- (3) 对事不对人，用同理心融化心理防线
- (4) 设置波动区间，用利益链让对方自觉自发

6、拓展课题：《个人信息保护法》对消保的影响

- (1) 用好“告知-同意”个人信息保护规则
- (2) 正确认知人脸识别的边界感
- (3) 互联网企的合规成本及违规代价

案例：金融单位业务人员的信访反向调查