

《金融消费者权益保护工作报告（2020 年度）》

2015 年 11 月 13 日，国务院办公厅发布纲领性文件《关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》（以下简称指导意见），首次从国家层面对金融消费者权益保护工作进行部署，明确保障金融消费者的八项权利。后续，人民银行、银监会（现银保监会）等监管部门就金融机构落实指导意见分别提出了具体的工作目标。

为履行金融机构义务，落实监管要求，公司围绕金融消费者权益保护广泛开展工作。经过近四年的努力，已经基本搭建完成消费者权益保护工作相关的制度、机制、机构及处理流程等，实践中较好地履行了金融消费者权益保护工作职责，并取得一定成效。现将有关情况报告如下：

一、公司金融消费者权益保护工作总体要求及总目标

（一）总体要求：严格依法合规。

1. 坚持依法合规经营，及时、准确执行各项监管要求，忠实维护金融消费者合法权益，这是公司一贯的宗旨。

2. 公司从管理、制度、流程、人员、经费、内控、IT 等方面入手，着力开展工作，确保金融消费者权益保护工作稳妥实施。

（二）总目标：严格保障消费者各项权益。

1. 保障金融消费者财产安全权。依法维护金融消费者在购买信托产品和接受金融服务过程中的财产安全。公司建立严格的内控措施和科学的技术监控手段，严格区分自有资产与客户资产，禁止挪用、占用客户资金。

2. 保障金融消费者知情权。公司以通俗易懂的语言，及时、真实、准确、全面地向金融消费者披露可能影响其决策的信息，充分提示风险，不发布夸大产品收益、掩饰产品风险等欺诈信息，不作虚假或引人误解的宣传。

3. 保障金融消费者自主选择权。公司在法律法规和监管规定允许范围内，充分尊重金融消费者意愿，由消费者自主选择、自行决定是否购买信托产品或接

受金融服务，不强买强卖，不违背金融消费者意愿搭售产品和服务，不附加其他不合理的条件，不采用引人误解的手段诱使金融消费者购买产品。

4. 保障金融消费者公平交易权。公司不设置违反公平原则的交易条件，在格式合同中不加重金融消费者责任、限制或者排除其合法权利，不限制金融消费者寻求法律救济途径，不减轻、免除公司损害金融消费者合法权益应当承担的民事责任。

5. 保障金融消费者依法求偿权。公司切实履行金融消费者投诉处理主体责任，在机构内部建立一定层级的投诉处理机制，完善投诉处理程序，建立投诉办理情况查询系统，提高金融消费者投诉处理质量和效率，接受社会监督。

6. 保障金融消费者受教育权。公司进一步强化金融消费者教育，积极组织或参与金融知识普及活动，开展广泛、持续的日常性金融消费者教育，帮助金融消费者提高对金融产品和服务的认知能力及自我保护能力，提升金融消费者金融素养和诚实守信意识。

7. 保障金融消费者受尊重权。公司尊重金融消费者的人格尊严和民族风俗习惯，不因金融消费者的性别、年龄、种族、民族或国籍等不同而进行歧视性差别对待。

8. 保障金融消费者信息安全权。公司采取有效措施加强对第三方合作机构管理，明确双方权利义务关系，严格防控金融消费者信息泄露风险，保障金融消费者信息安全。

二、2020 年度工作情况

（一）公司基本情况。

1. 截至 2019 年末，公司管理的信托资产余额约 696 亿元（最终以年报数据为准）。

2. 截至 2020 年 12 月 31 日，公司客户总数 12,373 个。其中：

1. 按客户属性划分，自然人客户 10,895 个，占比 88%；机构客户 1,478 个，占比 12%。

2. 按客户来源渠道划分，直销客户 5,280 个（自然人 4,830 个、机构 450 个），占比 43%；代销客户 7,093 个（自然人 6,065 个、机构 1,028 个），占比 57 %。

3. 公司总部设在广州，在北京、上海、武汉和福州设有分部。公司无营业网点，无下属分支机构。

（二）公司消保工作三个特点及管理思路。

1. 公司消保工作三个特点。

（1）产品及服务比较单一。一是尽管信托产品区分为财产信托和资金信托，资金信托再根据委托人/受益人数量又区分为单一和集合两类，但从委托人认购信托份额及享受对应服务而言，各产品是同质的。二是信托公司消保工作主要服务于信托产品资金端（上游）的委托人/受益人客户（含自然人及机构）；其中，以自然人为重中之重。

（2）客户数量较少。公司的客户来自代销渠道占比较高，这些客户主要经由银行等代销金融机构提供服务；公司 2020 年新增客户 1,308 个，其中新增直销客户约 190 人，由公司直接提供服务。与其他行业金融机构相比，公司服务客户数量处于较低水平。公司消保工作主要服务于信托产品资金端（上游）的委托人/受益人客户（含自然人及机构）；其中，以自然人为重中之重。

（3）客户服务专属化。公司对直销客户均配备专属客户经理，提供一对一服务。其优点是可随时响应客户需求，反应迅速；缺点是对客户经理的个人素质及行为规范要求较高。

2. 公司消保工作管理思路及具体做法。

（1）管理思路。大力推进包括制度、流程、系统、双录、考核、内审等基础建设，规范销售行为，加强信息披露，理顺消保投诉渠道，杜绝损害消费者权益行为发生，切实保障及维护消费者的正当、合法权益。

（2）具体做法。一方面，为客户经理提供共享信息平台，支持其营销，开拓及服务客户；另一方面，同步信息给客户，以便客户充分掌握产品及服务信息，自主决策消费，同时甄别、监督客户经理的不规范行为。

（三）2020 年金融消费者权益保护工作。

2020 年度，公司搭建完成消费者权益保护工作相关的制度、机制、机构及流程等，基本履行了金融消费者权益保护工作义务。具体如下：

1. 建立消费者权益保护规章制度。

(1) 2015 年度，公司主要以《客户投诉与建议管理办法》、《客户信息保密管理办法》以及《合同面签与合同原件管理实施细则》等作为消费者权益保护工作的总体制度安排。

(2) 2016 年度，公司补充新增《金融消费者权益保护管理办法》、《金融消费者权益保护实施细则》及《大业信托有限责任公司双录实施细则》、《双录问答》等，初步形成消费者权益保护工作制度体系。

(3) 2017 年度，公司新增《金融知识宣传教育工作管理办法》，修订《大业信托有限责任公司双录实施细则》等文件，进一步完善了消费者权益保护工作制度体系。

(4) 2018 年度，公司将原《客户投诉与建议管理办法》修订为《客户投诉处理实施细则》，新增《消费者权益保护专项考核实施细则》，修订《双录实施细则》。

(5) 2019 年度，修订《金融消费者权益保护实施细则》等基础制度；修订客户信息管理、产品开发准入及消保考核等配套制度。

(6) 2020 年度，修订《金融消费者权益保护实施细则》等基础制度；修订客户投诉、客户信息管理及消保考核等配套制度。

2. 设置机构。

(1) 公司董事会承担金融消费者权益保护工作的最终责任，负责制定金融消费者权益保护工作的原则、政策和目标，监督、评价金融消费者权益保护工作的全面性、及时性和有效性，并督促经营管理层有效执行和落实金融消费者权益保护工作，定期听取工作开展情况报告。在必要时，董事会可以下设专门的金融消费者权益保护工作委员会。

(2) 公司成立金融消费者权益保护工作领导小组，统一规划、统筹部署金融消费者权益保护工作。领导小组成员包括：

①组长：营销工作分管领导或协管领导。

②副组长：营销总监。

③成员：客服中心、各直销部门、综合管理部等相关部门负责人。

(3) 公司指定客服中心具体实施金融消费者权益保护工作，牵头组织、协调、督促、指导其他部门开展工作，并可直接向董事会、总经理办公会报告。

3. 建立消费者权益保护体制机制。

(1) 由于公司属于小型非银行类金融机构，以及信托行业高端私募的特性，在消费者权益保护工作安排上注重提高服务效率和服务质量，提升客户满意度，规范客户投诉建议处理程序，及时、公正、合理地处理客户投诉与建议，以维护公司良好品牌形象。

(2) 公司对于客户投诉建议处理遵循“热情接待、耐心了解、及时处理、积极答复、争取客户满意”的工作原则，认真解决客户提出的问题，改进工作流程，优化服务管理，及时发现客户纠纷潜在风险和不稳定因素，维护公司信誉和合法权益。

(3) 根据业务特点，公司确定财富管理中心为客户投诉与建议处理的牵头部门（全面负责记录客户投诉与建议详细信息）。

①投诉内容涉及客户服务质量方面的，财富管理中心直接处理。

②投诉内容涉及业务方面，则由财富管理中心转交相关业务部门处理，财富管理中心负责统一协调，督促检查，并于处理完毕后登记备案。业务部门主要负责解决与业务有关的和与本部门有关的涉及法律纠纷的投诉和建议，并将处理结果反馈财富管理中心。

③投诉内容涉及法律纠纷甚至诉讼程序，由财富管理中心转交合规与风险管理部处理，财富管理中心及相关业务部门配合完成。

④投诉涉及财务划款转账的，由信托财务部处理，并将处理结果反馈财富管理中心。

4. 消费者权益保护工作开展情况。

(1) 产品与服务管理情况。公司的主营业务为信托业务，主要产品为公司发行的各类信托产品。各阶段管理情况如下：

①产品设计期：由业务部门、合规与风险管理部主导，信托运营部、信托财务部等配合，历经尽调、立项、设计产品方案、初审、落实初审意见、终审、落

实终审意见等多个环节而诞生。其中，涉及产品发行和金融消费者权益的相关问题会征求财富管理中心意见。

②产品发行期：由财富管理中心主导，业务部门、合规与风险管理部、信托财务部等配合，通过客户经理向金融消费者全面、完整提供有关金融产品或者服务的真实信息，对复杂产品、关键条款或者交易条件以通俗易懂的语言向消费者说明，进行必要的风险提示，不夸大产品收益或者掩饰产品风险信息，不作引人误解的虚假宣传，将不同风险类型的产品推介给合适的投资人。

③产品存续期：由业务部门、财富管理中心主导，合规与风险管理部、信托运营部、信托财务部等配合，及时通过公司网站发布各类公告（发行公告、成立公告、管理公告等），定期派息，到期清算；同时，通过 400 客服电话等解答客户关于产品的各类咨询或诉求。

（2）金融知识宣传与教育工作情况。

①2020 年度，按照监管部门的要求，公司积极协助监管部门举办金融知识宣传服务月、预防电信诈骗等专项金融知识宣传教育活动（有充足的经费保障，下同），创新活动形式，取得较好的社会反响。

②公司不定期开展投资者服务活动，一方面普及金融知识（特别是信托产品知识），同时也开展产品营销。

③公司定期举行金融知识培训工作，内容涵盖宏观政策、金融改革、监管法规、反洗钱、征信、风险控制、平安金融、金融理财、产品营销、客户服务等方面。

（3）投诉应对、处理情况。

①内部投诉处理应对机制：接收客户投诉→相关部门按照内部职能分工限期办理投诉→反馈投诉处理结果。

②2020 年度全年共收到 3 笔客户投诉。

（4）2020 年度重点问题发生情况及说明。

①直接受理投诉数量：无。

②配合监管部门处理投诉数量：3 笔（已处理完毕）。

③负面舆情或重大突发事件数量：无。

④已生效诉讼及仲裁数量：无。

(5) 推行投资人适当性评测。结合资管新规的要求，公司正式推行新版《投资者调查问卷评分表》。截至 2020 年末，已经累计对直销自然人客户开展评测 750 余人次。

(6) 多措施稳定客户预期。主要工作包括：一是积极通过客户经理、400 电话耐心解答客户的各类咨询、疑惑及信息查询等，及时发布产品到期兑付信息，稳定投资人情绪；二是在各季度收益集中分配期间，加强与客户的沟通、互动，确保收益及时、准确划付至客户账户；三是持续关注市场舆情，做好重大不利舆情的信息报送及应急管理预案。

(7) 其他消费者权益保护相关工作开展情况。

①推动在董事会层面将消费者权益保护纳入企业文化和经营发展战略之中。

②已经全面落实双录工作，稳步推进信托登记工作。

③已将消费者权益保护工作纳入公司年度内部考核评价体系中。

④已经落实消费者权益保护工作的内部审计安排。

三、2021 年度工作重点

(一) 2015-2020 年度考核评价情况。

1. 2015 年度，公司消费者权益保护工作考核评价为三 A，结果不理想（同期粤财信托考核评价为三 C）。主要原因：一是公司虽然开展了相关工作，但未建立完整的制度目录，未设立相应机构；二是部分事项因监管要求滞后尚未落实，但考核评价中已有相关内容。

【注】根据《银行业金融机构消费者权益保护工作考核评价办法（修订版）》第十条的规定，消费者权益保护工作考核评价结果共分为 4 个等级。包括：

得分在 90 分（含）以上者为一级。

得分在[75，90）区间者为二级；其中，得分在[85，90）区间者为二 A，得分在[80，85）区间者为二 B，得分在[75，80）区间者为二 C。

得分在[60，75）区间者为三级，其中，得分在[70，75)区间者为三 A，得分在[65，70）区间者为三 B，得分在[60，65）区间者为三 C。

得分在 60 分以下者为四级。

2. 2016-2017 年度消费者权益保护考核评价工作结果均为二 C，2018 年度为二 B，均较 2015 年度有一定的提升，2019 年度未进行考评。

3. 2020 年度消费者权益保护考核评价工作正在进行中（最终结果有待监管部门公布）。

考评工作显示，公司在消费者权益保护制度体系完备性、制度执行保障度、工作开展有效性、内部考核与管理适当性等四个方面均存在一些问题。针对考核评价过程中暴露出的薄弱环节，公司已经采取及后续即将采取一系列整改措施。

（二）信托行业消保工作形势分析。

1. 信托行业消保工作面临的挑战主要来自资管新规实施的影响，核心是打破刚性兑付（信托行业最大一个未落地的靴子）：何时打破？什么产品打破？具体到哪家公司率先打破？这是目前行业关注的三个焦点问题。

2. 随着各项措施的逐步展开，资管新规对资产管理业务的影响日渐显现，信托公司作为受托人不可避免地要与包括委托人在内的业务相关方展开博弈。站在委托人即客户角度，其诉求及焦虑明显增多。主要表现：

（1）对产品收益预期的关注度呈现下降态势，取而代之的是对投资本金安全性的担忧。

（2）开始关注产品的质地，迫切希望掌握产品的真实状况，以便对投资安全性做出合理的判断或估计。

（3）与专属客户经理基于产品信息的互动更趋频繁，特别是当产品相关的融资方出现重大不利舆情时更加明显。

（三）2021 年度消费者权益保护工作规划。

1. 继续夯实基础工作。

（1）进一步规范公司的金融服务行为。经过 10 年的发展，公司已经建立较为完善的内控体系，部门分工明确，人员配备到位，各项工作有序开展，能够为客户提供全方位、周到、细致的服务。但随着金融监管环境的变化及客户服务需求的演化，我们仍需不断调整、优化、改进公司的各项制度、流程，以为客户提供更加优质、高效的服务。

(2) 着力提升服务质量。由于信托行业高端私募性质，公司十分重视客服工作，为每位客户配备专属客户经理，提供一对一的专门服务；公司将继续强调服务的规范化及专业化，定期对客户经理进行考核监督，杜绝各类不规范的销售行为。

(3) 加强宣传教育活动。包括：积极按照监管部门的要求举办专项金融知识宣传教育活动；不定期开展投资者服务活动；定期举行金融知识培训工作。

(4) 积极落实双录及信托登记。一是以双录工作为抓手提升消费者权益保护工作。双录作为一项基本的监管制度安排，公司将常抓不懈，贯彻执行。二是做好信托登记工作。信托登记制度也属于基本的行业制度，其贯彻落实有助于消费者权益保护。公司正在银保监、信托登记公司的指导下稳步推进各项登记工作。

2. 落实监管部门消保工作体制机制建设要求。具体包括：

(1) 在公司治理方面，明确董事会对消保工作的最终责任，在董事会下设消费者权益保护委员会，提升董事会履职效果。

(2) 推动高级管理层有效履职，确保消保目标和政策有效执行。

(3) 设置或指定职能部门（保证独立性），配备专业人员，落实消保职责。

(4) 强化决策执行和监督机制。

(5) 建立消保审查机制。

(6) 完善消保内部考核机制。

(7) 加强内部学习与培训。

(8) 尝试建立消保工作应急预案。

(9) 完善产品营销推介和信息披露机制。

(10) 积极配合监管工作等。

3. 认真开展“信托文化教育年”活动。为有效落实“信托文化教育年”活动，公司已制定工作方案，明确活动领导小组成员、确定活动重点及宣传方式、活动总结等内容，拟通过月度定期宣传、季度集中宣传及半年度现场活动三种方式，持续、深入、广泛开展投资者主题教育活动，帮助投资者逐步认识“卖者尽责、买者自负”理念，为打破刚性兑付奠定基础。

大业信托有限责任公司

二〇二一年二月十九日