

2025 年度金融消费者权益保护工作报告

为切实履行金融机构法定义务，严格落实监管部门相关工作要求，2025 年度公司围绕金融消费者权益保护工作全面统筹推进，持续完善消保相关制度体系、工作机制及处理流程，扎实履行金融消费者权益保护工作职责，各项工作取得阶段性成效。现将本年度工作开展情况报告如下：

一、公司基本情况

（一）截至 2025 年末，公司存续信托项目 470 个，实收信托规模 2,217.23 亿元，信托资产余额 2,220.58 亿元。

（二）截至 2025 年 12 月末，公司客户总数 12,541 个，其中自然人客户 12,329 个，占比约 98.3%，机构客户 154 个，占比约 1.2%，金融产品客户 58 个，占比约 0.4%。按客户来源渠道划分，直销客户 9,939 个，占比约 80%；代销客户 2,602 个，占比约 20%。

（三）公司注册地址位于广州，设立广州、北京双总部，在上海、武汉、福州、杭州设有分部；无营业网点及下属分支机构。

二、公司消保工作管理思路及具体做法

（一）管理思路

以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十届四中全会和中央经济工作会议精神，严格依照《2025 年国家金融监督管理总局广东监管局信托监管工作要求的通知》《关于加强监管防范风险推动信托业高质量

发展的若干意见》《金融机构产品适当性管理办法》等监管规定，强化消费者权益保护体制机制建设与制度落地执行，持续提升金融消费者风险防范意识和自我保护能力，切实维护金融消费者合法权益。

（二）具体做法

一是强化消保履职能力建设，提升公司高管人员消保履职意识，增强疑难问题处置能力。

二是完善消保机制，结合金融消费者适当性管理最新要求，修订《客户身份识别及合格投资者认定管理办法》《客户风险承受能力等级测评办法》《双录实施细则》等六项制度，统筹推进投诉综合治理、重复信访化解、投诉溯源治理等工作。

三是继续加强消保配套设施建设，优化消保审查流程，推进财富 APP、客户系统等平台的开发与运营，完善金融消费者权益保护突发事件应急处置管理体系。

四是深化金融知识宣传教育，强化金融风险提示，提升宣教影响力。

五是畅通投诉渠道，快速、有序处理客户各种诉求，提升纠纷化解和综合治理能力。

六是加强合规能力建设，规范产品营销推介行为，做好全流程信息披露工作。

三、2025 年公司金融消费者权益保护工作

（一）操作与服务情况

1.投资者适当性管理

公司已建立健全适当性管理制度，明确管理依据、标准、方法及流程；建立产品分类分级制度，严格落实评级标准、要素、主体等要求，规范开展产品风险评级；制定客户身份识别、合格投资者资质认定及风险承受能力等级测评的操作程序、标准及流程，审慎开展客户综合评估，坚决践行“将合适的产品卖给合适的投资人”原则，确保客户认购产品的风险等级不超过其自身风险承受能力等级。

公司通过财富 APP 实现适当性管理系统管控，客户风险测评结果与产品风险等级匹配方可预约认购；未完成测评或测评结果低于产品风险等级的，系统自动弹窗限制认购并提示完成或重新测评。

2025 年，公司依据《金融机构适当性管理办法》修订适当性管理相关内容，对六十五周岁以上客户销售高风险产品履行特别注意义务；修订合格投资者审核标准并明确资质有效期为两年。本年度，公司组织开展合格投资者资质全面排查，以全面质疑的审查态度，通过延伸核查、交叉核查等方式从严认定，对材料不规范问题逐项整改。对属地客户中存在问题的投资人，将认证状态调整为待重新认证，产品清算后，若继续认购须重新上传资料；对属地客户资质排查中发现的问题，依规开展内部严肃问责；对直销客户中长期不活跃、资料空白的合格投资人（不良项目持有者除外），统一调整为待重新认证状态。排查完成后，按照《适当性管理办法》将合格投资者认证期限统一适配两年有效期。自 2025 年 4 月收紧审核标准以来，公司合格投资者资质认证材料合

格率已接近 100%。

2.产品和服务营销宣传管理

公司建立健全营销宣传行为管理机制，明确各部门职责分工、行为规范及业务流程，将营销宣传管理纳入消保工作整体范畴。营销宣传内容触达投资者前须完成消保审查，相关营销宣传行为纳入消保内部监督和责任追究范围，金融营销宣传监督管理情况纳入消保工作评估评价体系。

公司坚守信托产品私募定位，严禁向不特定对象推介产品，严禁违规向金融消费者发送营销宣传信息，严禁以欺诈、引人误解的方式营销宣传金融产品或服务，严禁非法、超范围开展金融营销宣传活动。同时，切实保护投资者知情权，对限制金融消费者权利、加重金融消费者义务的事项，通过文字、符号、字体、颜色等醒目特别标识进行说明，或通过双录等易为消费者理解和接受的适当形式，充分披露告知警示、免责类相关信息。

公司自 2024 年 5 月设立互联网信息摸排专职岗位，每日开展信息筛查，累计形成 208 期日报、19 期月度/阶段性报告；累计排查出违规网址 16,500 余条、违规网站 19 家，均已完成投诉举报，相关网站均已无法登录。2025 年，公司持续开展互联网产品信息监测，1-12 月仅发现 2 例自媒体发布公司产品排期及额度信息的情况，均在 1 个工作日内完成投诉删帖，未造成不良影响；除此以外，公司未再排查到其他相关产品违规信息。

3.销售行为可回溯管理

公司切实履行金融机构消保主体责任，按照“合规、便捷、高效”原则，严格落实销售行为录音录像（双录）工作，防范违规销售、误导销售行为，保护投资者合法权益。目前，公司产品销售通过 APP 完成双录，资料不可人为更改、删除，文件的系统传输、备份、检索调阅均实现全流程程序化。

公司线上购买渠道仅限财富 APP，投资者未完成身份认证、合格投资者资质认定及风险承受能力等级测评的，无法查阅产品信息及开展产品预约。销售人员为客户办理信托产品认购手续前，须有效识别客户身份，介绍产品销售业务流程，充分了解客户风险承受能力、投资需求，提醒客户仔细阅读销售文件，重点关注风险申明书等核心内容，并按可回溯管理要求对销售全过程进行录音录像。

公司强化双录管理刚性要求：一是产品份额生效前，必须完成双录操作，拒绝双录的，不予办理产品认购；二是双录质量不达标的，限期完成整改；三是对双录造假情形，经内部核查认定后依规予以处罚，2025 年度，公司已按规定就 1 笔双录问题实施相关处罚措施。

4. 合作机构管理

公司将消保工作要求纳入合作机构管理制度，实施名单制管理，对代理销售机构开展持续跟踪评价，对违反消保要求的合作机构，予以清退并列入合作机构黑名单，情节严重的依规予以处罚。

自 2024 年 6 月起，公司停止非传统金融机构代销业务，未再委托任何非金融机构开展产品推介。2025 年度，公司与

吉林银行、华创证券开展代销合作；本年度，按监管要求开展代销业务全面排查，未发现体外安排代销机构募集资金的情形，亦未发现融资方及其相关方、信托计划受托人工作人员之间存在利益输送的相关线索。

5.信息披露

公司严格遵循真实性、准确性、完整性、及时性原则，建立健全产品和服务信息披露机制，实现售前、售中、售后全流程关键信息披露。其中，售前披露产品简介、推介材料、一页通、双录话术、信托合同、认购风险申明书、信托计划说明书等内容；售中披露发行公告、成立确认书等内容；售后按要求披露季度管理报告、产品净值、临时公告（按需）、终止/提前终止公告、清算报告等内容。信息披露全程使用通俗易懂的语言，采用便于消费者接受和理解的方式开展。

公司通过年报、社会责任报告、官方网站披露消保工作重大信息；对延期项目，除按信托合同约定发布临时公告外，定期发布不良项目处置月报，及时向委托人通报项目处置进展；以腾讯会议形式专项解答、定点沟通，满足延期项目客户个性化信息需求。2025 年全年，公司通过季报、月报等渠道累计发布产品处置信息 128 期，组织线上沟通 43 场次，召开不良项目处置信息集中沟通会议 12 期，严格按信托合同约定及时、全面披露信息，确保处置进度透明公开，有效防范舆情风险。

公司产品信息主要通过财富 APP 披露，延期项目处置月报由客户经理直接发送至客户，其余消保及产品相关信息主

要通过公司官网披露。

同时，公司切实压实主体责任，落实“部门负责人—财富总监—公司领导”三层级接待机制，及时回应客户诉求，防范矛盾进一步升级。截至2025年12月末，累计接待上门客户7批次、13人次，出具各类客户解答、监管报告材料等5份，开展客户回访20人次。各地职场没有出现群访、闹访等群体性事件。

（二）集中及常态化教育宣传情况

2025年，公司持续开展金融知识宣传及常态化消费者教育工作，以“3·15”金融消费者权益日、国家安全教育日反电诈宣传、普及金融知识万里行、金融教育宣传周、防非打非等金融宣教活动为抓手，普及非法金融诈骗、金融产品认购及理性维权等金融知识，提高消费者金融素养、加强消费者防范金融诈骗风险意识，累计触达客户超2,000人次。

公司建立常态化教育宣传机制，制定年度工作计划并将其纳入与消费者相关的经营业务全流程。2025年，在办公场所持续设立金融知识宣传教育区，张贴宣教海报、摆放宣传手册，方便客户查阅学习；在公司官网、官方微信公众号开设金融知识宣传教育专栏，不定期更新消保资讯，不定期发布“以案说险”等内容，开展线上常态化金融知识宣传。

（三）消费投诉管理工作情况

公司已建立完善的投诉处理工作制度，明确投诉登记、处理流程、统计分析、档案管理、信息披露等具体要求，搭建内部协同处置的投诉处理工作机制。通过官网、官微、双

录问答、合同文本等多渠道公示统一客服电话，在官网开设投诉建议专栏、设置投诉信箱，确保投诉渠道通畅、便捷。

公司严格落实监管投诉记录统计要求，对所有投诉台账登记、按客户建单立档，详细记录客户信息、诉求及处置结果，依规妥善处理投诉与建议。

2025 年度，公司共收到 11 笔投诉（同一客户多次投诉已剔重处理），均已办结。

一是按投诉渠道分类。自收投诉 7 笔，占比 64%，监管转办投诉 4 笔，占比 36%。

渠道	自收	监管转办	总数	办结数
数量	7	4	11	11
比例	64%	36%	100%	100%

二是按投诉原因分类。信托项目延期兑付相关投诉 5 笔，占比 45%；产品营销问题有关投诉 3 笔，占比 27%；产品分配清算问题有关投诉 2 笔，占比 18%；消费贷业务投诉 1 笔，占比 9%。

投诉问题	产品延期兑付	产品发行	分配清算	消费贷业务	汇总
数量	5	3	2	1	11
比例	45%	27%	18%	9%	100%

三是按照投诉区域分，分布在 8 个省市，其中重庆、山东和上海客户投诉量较多，分别有两笔，各占 18%。

区域	重庆	山东	上海	江苏	广东	辽宁	福建	安徽	汇总
数量	2	2	2	1	2	1	1	1	11
比例	18%	18%	18%	9%	9%	9%	9%	9%	100%

2025 年度纳入监管统计的 3 笔重复投诉，因客户 6 个月内未再投诉均按规定申请结案。

（四）消保评价情况

2024 年度公司消保评级结果维持三级 A 类，与 2023 年度持平。从 2024 年考评结果来看，公司在消费者权益保护体制机制建设、机制落地运行、操作与服务管理、宣传教育开展、纠纷化解处置等方面仍存在薄弱环节。针对考评暴露的问题，公司制定专项整改方案，已采取一系列整改措施，后续将持续推进整改落地，具体整改举措如下：

1.完善消保机制

（1）推动董事会及下设消费者权益保护委员会多途径履职，通过审议消保相关议案、开展实地调研、定期听取消保工作汇报等方式，丰富履职形式，提升履职实效。

（2）强化高级管理层消保履职责任，明确公司主要负责人出任消保工作领导小组组长，推动高管在管理会议中强调消保工作，落实“7 个 1”工作要求。在消保工作领导小组建立跨部门日常协调机制，明确消保审查、合作机构管控等议事内容。2025 年度，高管层切实履行职责，督促消保计划落地，聚焦投诉溯源治理，推动多部门协作解决难点问题，统筹推进合格投资人排查、代销业务排查等重点工作。

（3）通过专题培训、典型案例分析、一线实操处置等多种途径，全方位提升消保专职人员的业务能力和履职水平。

2.推动问题整改落地

（1）机制与运行方面。公司将消保审查纳入机构内控体系，更新消保审查要点，应审尽审，进一步细化审查机制落实情况。

（2）在信息披露、个人信息保护、合作机构管理方面：

定期开展信息披露行为管控，通过年报、社会责任报告真实完整披露投诉数量、投诉业务类别、投诉地区分布等信息；建立格式条款定期自检机制，及时整改问题。完善个人信息保护机制，建立信息删除、同意撤回等权利的受理处置流程，开展专项管控工作。持续开展互联网舆情监测，严厉处置产品违规宣传。2025 年度启动传统金融机构代销合作，修订代销管理制度，进一步明确合作标准和管理要求，确保全业务环节落实消保规定

（3）在教育宣传方面，公司本年度已常态化开展多形式消保宣教活动，对外积极开展“3·15”金融消费者权益保护教育宣传、9 月金融宣传教育周、国家安全教育日反诈宣传、广州地区金融防非志愿等活动，期间通过线上多渠道推送金融知识资讯，加大宣教力度；在官微、公众号持续发布“以案说险”“金融消费者权益保护秘籍”等科普内容。对内通过周例会、公司集中培训等形式，结合各岗位工作实际，组织财富人员学习《金融机构产品适当性管理办法》《商业银行代理销售业务管理办法》，统筹组织全体员工学习《银行保险机构消费者权益保护管理办法》《资产管理信托管理办法》《信托行业高质量发展与金融消费者权益保护》《中华人民共和国反电信网络诈骗法》《防范和处置非法集资条例》等消保相关制度文件，在公司内部营造浓厚的消保工作氛围。

（4）在纠纷化解方面，完善投诉管理制度，推进《消费投诉纠纷溯源治理方案》责任清单落地；有序推进不良项

目处置，强化信息披露、提升披露频率和质效；通过腾讯会议等形式满足客户个性化沟通需求，由营销总监（高管层指定/授权）不定期接待上门客户咨询投诉。本年度开展重大投诉应急演练并完成复盘总结，严格落实重大突发事件报告制度，妥善处置客户诉讼、仲裁等事项。2025 年度投诉纠纷数量较上年度持续下降，因不良项目处置具有长期性，积案处理进度相对缓慢，后续公司将进一步落实溯源治理案例报送，完善纠纷化解、调解、仲裁等全流程制度，提升纠纷处置能力。

四、下一步工作方向

后续，公司将严格按照监管要求，合理配置消保工作资源，切实履行金融消费者权益保护主体责任，持续推进上述整改措施落地见效，不断完善消保体制机制、提升消保服务水平、强化金融知识宣教、优化纠纷化解能力，确保公司金融消费者权益保护工作质效稳步提升，切实维护金融消费者合法权益。

以上，特此报告。

大业信托有限责任公司
二〇二六年二月二十六日