

上海银行

Bank of Shanghai

智慧金融·专业服务

上海银行：全球银行百强

上海银行在英国《银行家》2017“全球前1000家银行”排名中，位列全球银行业第85位。

(上接 6 版)

7 “上海奥莱商城”利用社交平台销售涉嫌假冒产品

2017 年 11 月，60 余名消费者联名投诉称，他们通过“上海奥莱商城”（账号主体为上海依曙电子商务有限公司）微博网页链接及微信端，购买各类运动鞋，商家宣称所售产品均正品保证、专柜发票、假一赔三、

8 辛航旅行利用欺骗手段销售机票

2017 年 11 月，消费者宋女士反映，她于 6 月花费 2040 元，通过某平台向上海辛航旅游咨询有限公司（辛航旅行）购买一张 11 月 26 日东京至上海的机票。但在出行前夕，宋小姐却被辛航旅行告知“航班有变动”，无法按照原定时间乘机。在协商后，宋小姐接受辛航旅行为其重新出票的方案。由于辛航旅行给出的解释无法自圆其说，引起宋女士怀疑。因此，宋女士投诉希望消保委帮她查明真实原因。经市消保委深入调

9 京米数码专营店涉嫌旧机冒充新机销售

市消保委在 2017 年投诉大数据分析中，发现一条侵权线索，有十余件消费投诉均指向上海京米贸易有限公司（京米数码专营店）。虽然这些消费者从不同网购平台购买手机，消费时间也较为分散，但都反映在该公司购买的手机存在激活日期远早于购买日期的问题。如消费者刘女士投诉称，她于 2017 年 3 月 27 日通过某平台在京米数码专

支持七日无理由退货等。消费者收到货物后，发现疑似假货。但是消费者要求行使“七日无理由退货”权利时，却无法得到有效回复。消保委多方查询，也无法找到该公司。

查，辛航旅行一系列瞒天过海的操作被揭开面纱。虽然宋女士支付的是现金，但辛航旅行出的第一张机票却是积分兑换票。而据承运航空公司反馈，该机票使用的积分还是辛航旅行采用非法手段获取的。正是这个原因，这张机票被航空公司锁定，导致宋女士无法乘机。而所谓重新出票的第二张机票也存在猫腻，其航段与宋女士的行程也存在不一致。如果宋女士有退改签需求，同样会出现问题。

营店网购一部新手机。但经手机厂商授权维权部检测，发现该部手机于 2016 年 1 月已有销售和激活记录。鉴于京米数码涉嫌旧机冒充新机销售，可能涉及众多消费者，市消保委联系并要求该公司提供相关手机进货来源材料，而京米数码不予配合。近日，市消保委已将该线索通报相关部门并抄告相关网络平台。

【点评】

当下，利用微信、微博等社交平台从事商品或服务营销的情况有所增多。但消费者通过该方式购物具有很大风险，因为社交平台营销存在隐蔽性强、主体身份模糊、售后服务缺失等问题。一些不法经营者利用这些特点逃避监管，销售假冒伪劣产品，侵害消费者权益。在此，消保委提醒消费者，谨慎对待社交平台购物。

【点评】

目前,机票背后“套路”很多。一些不法票务代理采用积分兑换票冒充正常机票，打折机票冒充全价机票，伪造行程单冒充消费凭证等手段牟取不当之利。普通消费者很难察觉。而这些不法票务代理还会编造新的谎言继续欺骗消费者。由于票务代理行业门槛较低，监管缺失，侵害消费者合法权益的行为屡禁不止。消保委在此敦促各大从事机票销售的网络平台严把票代商户入驻关，采取有力措施，关停存在侵害消费者权益不良记录的票代商户。同时，消保委建议消费者，通过票务代理购买机票后，最好及时联系承运航空公司核实规则、航段、价格等信息，保护自己的合法权益。

【点评】

经营者是商品和服务的提供者，价格的制定者和服务方式的操控者，客观上处于优势地位。而消费者受信息分布不合理的影响，通常要依赖经营者提供的信息来判断商品和服务的价值，客观上处于劣势地位。因此，《中华人民共和国消费者权益保护法》第七条、第十条、第二十条等规定，明确要求经营者在向消费者提供商品或服务时，要全面、真实提供有关商品或服务的价格、产地、生产日期、有限期限、性能等内容，并确保商品或服务质量。

上海银行：以智慧和专业推进消保全流程体系建设

评审,按照监管要求直观易懂地向客户提供收益测算、风险提示、到期清算等公示内容。

把好合规销售关 合适的产品卖给合适的客户

上海银行重视产品适配性管理，坚持稳健原则进行理财产品设计开发，针对合适的目标客户群体特性开发产品，满足个性化需求。对于自主开发产品，由产品服务审核委员会从产品市场前景评估、同业情况、销售预测、现有系统是否足以支持、销售客户对象是否与其风险承受能力相对应等因素，综合评估产品是否适合目标客户群体。

在产品销售方面，上海银行重视将合适的产品销售给合适的客户，把好合规销售关。以个人理财及代理产品销售为重点，进一步完善个人代销业务销售管理的制度规定，加强个人代销业务销售流程管理、信息披露、网点管理和人员管理，确保制度先行并强化执行力，加强销售人员行为规范。

具体到各个环节，细化代销业务流程管理，售前环节抓好销售人员资质管理、产品培训和产品手册准备；售中环节要求出示产品列表、标准话术揭示、合同当场阅读，规范产品销售话术，严格执行客户风险评估制度，实施理财及代销业务分区销售和同步录音录像；售后环节，做好门户网站上个人产品信息查询平台的信息披露，做到让客户掌握产品运作动态，了解产品风险属性，尊重消费者的知情权、自主选择权和公平交易权。

此外，建立全行理财代销季度自查制

度，结合“两个加强、两个遏制”回头自查整改工作推进，开展全行理财和代销业务合规销售专项检查。

在养老金融领域精耕细作 打造有温度的为老服务

上海银行是国内最先参与养老金社会化发放的商业银行之一。二十年来，上海银行从养老金代发起步，以服务的温度提升服务的广度和深度，初步构建了拥有专属服务队伍、专门服务渠道和全线金融产品的养老金融服务体系，管理养老客户资产逾1800亿元，服务超过上海逾三分之一的老年人群。

上海银行围绕“安心养老”，打造“简、便、稳”的养老专属产品体系，推出专属理财、贵金属等产品；提升线下线上多渠道适老服务水平，推出业界首款养老APP，试点远程养老“E理财”；围绕“精致生活”，打造“康、乐、享”的养老主题增值服务平台；同时宣扬敬老文化，打造“美好生活”养老金融品牌形象。

长期以来，上海银行始终坚持客户至上，以有温度的服务赢得社会各界的认可，成为国内为老服务领域唯一并获“全国敬老文明号”、“全国敬老模范单位”两项国家级殊荣的金融机构。

金融知识宣传教育 行内行外多渠道“发力”

每年，上海银行都会在行内行外开展全面的金融知识宣传与教育活动。在内部学习和培训方面，上海银行组织开展全行

性消保条线人员专题培训，邀请监管机构解读银行业消保工作政策方针及要求，并以此为契机，进一步增强全行金融从业人员消费者权益保护理念及技能。

在日常性教育活动开展方面，上海银行注重发挥营业网点在金融知识宣传教育中的阵地作用，在业务开展过程中强化消费金融知识教育及风险提示，充分发动三支队伍（银行柜员、客服人员、理财及大堂经理），全面统筹三网（网点电子屏、网点门头滚动条、银行网页公共微信）、综合统筹三工具（自助机具、网银/手机银行移动终端、各种对账信息）等宣传教育资源，将防范打击非法集资、电信网络新型诈骗、安全用卡、理财常识等知识传导融入到日常消保宣传中，形成金融消费者教育的常态化机制。同时不断加深金融知识普及力度，提升对弱势群体的金融服务水平。针对理财代销、安全用卡和防范电信诈骗等社会热点问题，该行专门印制了系列宣传折页，并投入经费资源，通过公共媒体渠道，对公众进行金融知识宣传。

不仅如此，上海银行还积极承担金融知识普及责任，参与政府部门、监管机构、行业协会等组织的消费者教育活动。先后开展“3·15国际消费者权益日宣传周”活动、“3·15为民咨询服务活动”、“普及金融知识万里行”、“金融知识普及月”以及“金融知识进万家”等系列主题活动，受到了客户的热烈欢迎。

上海银行认为，通过自身及全社会的共同努力，能够有效帮助消费者拥有与当代金融发展相适应的金融知识和技能，便捷安全地利用金融服务提高生活质量，享受现代金融带来的便利。

Bank of Shanghai

上海银行

智慧金融·专业服务

客户是商业银行业务发展的基石。作为发源于上海的本地金融企业，近年来，上海银行致力打造服务专业、品质卓越的精品银行，在为客户提供优质金融产品的同时，不断推进和深化客户权益保护工作，持续加强消费者权益保护全流程体系建设，将消费者权益保护落实到日常经营管理中，融入社会责任的履行中，打造诚信无忧的金融服务。

新产品审核流程 加入消费者权益保护评审环节

上海银行对接上海银监局关于全面推进金融消费者权益保护全流程体系建设的政策要求，建立健全覆盖产品及服务全流程的消保协调和管控机制，加强产品引入端的消保工作力度。

在新产品审核流程中加入消费者权益保护评审环节，增加由该行消费者权益保护委员会推荐的专家评审人，参与产品和服务审核的全流程；此外，将“消费者权益保护”作为审批的必要条件，在申报材料中增加“消费者权益保护”的自评估内容，督促申报部门在产品和服务的设计开发过程中融入消费者权益保护的理念，将消费者权益保护的条款预设其中。

同时，在审核环节重点突出“消费者权益保护”的相关要求，确保在产品和服务定价管理、协议制定及审批准入过程中充分征求并采纳消费者权益保护职能部门意见。规范产品合同、协议等文本，充分揭示风险，不向客户承诺法律、法规和政策许可之外的或不可能实现的收益。对于准入的代销产品，严格进行项目与产品