

银行未经授权擅开电子账户，罚！

金融监管总局公布金融消费者权益保护典型案例

案例 1 管理制度落实不严 客户信息遭到泄露

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。

该案中，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，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。

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】

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。

案例 2 未经消费者授权同意 擅自开设电子账户

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、

未严格落实管理制度导致客户信息泄露，银行及相关员工会遭到什么处罚？
银行电话销售人员说贵金属“确保 100%不会亏”的话能相信吗？
近日，金融监管总局联合中国人民银行、中国证监会发布金融消费者权益保护典型案例 28 起，覆盖银行、证券、保险、支付等领域。其中，中国人民银行发布了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、金融机构未经消费者授权同意擅自办理业务等八个典型案例，以此推动相关行业进一步规范经营行为，提升消费者权益保护工作水平和金融服务质效。本版选取部分案例，帮助读者了解相关规定，提高金融安全意识，依法维护自身权益。



资料图片

III 类银行账户。

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。上述案件中，该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。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】

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，针对存有疑问的事项，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。

案例 3 买贵金属等保本无风险？ 违规营销宣传

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。

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。该案中，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。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】

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。

案例 4 未充分保障消费者权益 银行被警告罚款

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。

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、第三十条、第二十一条第二款、第十六条等规定。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】

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。
(整理自国家金融监督管理总局网站、新华社)