

金融成果共分享 金融知识进万家

2022“金融知识普及月”主题活动特别报道

指导单位:

中国人民银行厦门市中心支行 厦门银保监局



暖心服务 让金融宣传更温情

厦门国寿积极开展金融教育宣传活动,帮助消费者树立防范金融风险意识

为提升社会公众金融素养,强化公民金融风险防范意识,中国人寿保险股份有限公司厦门市分公司(以下简称“厦门国寿”)积极开展“金融知识普及月,金融知识进万家”活动,通过线下面对面宣传、线上多样化传播等方式,聚焦“一老一少”、新市民等重点人群金融需求,开展金融教育宣传活动,引导金融消费者正确使用金融产品和服务,自觉抵制网络金融谣言和金融负能量,有效防范非法金融风险,共享金融改革发展成果。

晨报记者 白若雪
通讯员 黄菲



▲厦门国寿走进商圈开展新市民金融知识宣传活动。

◀厦门国寿工作人员正在为市民讲解金融知识。

充分利用网点 日常宣教有声有色

一直以来,厦门国寿积极履行央企担当,高度重视消费者权益保护工作。在现有的“线上+线下”网格化、常态化金融知识教育宣传基础上,厦门国寿立体化、多角度、多层次、广覆盖、全方位开展集中性教育宣传活动。

据悉,厦门国寿充分利用网点分布广泛、服务队伍与销售队伍庞大的优势,让金融知识触手可得,不断提高广大金融消费者的参与度和满意度。统一在网点电子屏上滚动播放“提升公众金融素养 促进国民金融健康 共建清朗网络空间 涵养良好金融生态”的口号,并在醒目位置摆放宣传易拉宝和相关宣传折页。

门店还特别增设多样化的适老服务措施,改进传统金融服务,让金融宣传更有温情。大厅设置了老年人优先服务窗口,摆放老花镜和放大镜等,提升老年客户服务体验;更新了投诉处理流程图,公示投诉渠道,保障消费者合法权益。此外,工作人员还主动向前来办理业务的客户同步讲解防金融诈骗知识,营造良好的宣传教育氛围。

聚焦重点人群 拓展金融服务深广度

为了满足不同金融消费者的知识需求,厦门国寿不断提升金融保险知识教育宣传力度、广度和深度,通过进社区、进公园、进校园、进乡村等多种渠道面向广大金融保险消费者持续普及金融保险知识,传播理性金融消费理念,着力打造消费者权益保护教育宣传“普及性、专业性、时代性”特色。厦门国寿还着重加大对老年群体、青少年群体、新市民、困难户、偏远辖区居民等重点人群的教育宣传力度,贴近社会公众需求,让人民群众“听得懂、记得住、用得上”。

让暖心服务护航幸福生活,关爱“一老一少”。除了在厅堂为老年人进行金融知识普及外,厦门国寿还持续走进社区、老年人常聚集的公园等场所,通过进行“手把手”的手机使用指导、浅显易懂的解说,帮助老年人提高金融风险防范意识和运用智能设备的能力。近日,厦门国寿还走进南洋学校,为师生们带来了一场丰富多彩的金融知识宣传活动。金融知识宣传队以案例分享的形式,讲解个人信息安全保护知识、防止“校园贷”以及电信网络诈骗等金融知识,帮助同学们丰富金融知识储备,树立金融安全意识。此外,厦门国寿还组织多个金融宣传队走进偏远辖区以及不同辖区困难计生特殊家庭进行关爱慰问,现场发放金融知识普及宣传折页和讲解

金融知识,并为每户家庭送上慰问品,用实际行动传递温暖。

新市民是城市建设的重要参与者,为城市发展注入了新鲜力量,也为经济社会发展做出了突出贡献。为进一步开展新市民金融知识普及宣传,守护好新市民的金融安全,厦门国寿走进多个商圈组织开展了“金融知识进万家 此心安处是吾乡”新市民金融知识宣传活动,免费为新市民发放矿泉水,为鹭岛的建设者们送去清凉和补给。现场吸引了大量的外卖骑手、安保人员、保洁人员等各行业新市民的围观,工作人员细心为群众讲解了金融防诈骗知识,并将宣传材料与矿泉水统一发放给路过的一些骑手,建议他们在休息空闲的时候仔细阅读,提升风险防控能力,避免个人利益受到损失。同时,厦门国寿重点聚焦新市民聚集较多的家政人员群体,安排各区营业机构主动对接,助推本市政服务企业为家政从业人员投保意外伤害保险、意外医疗保险等契合家政服务的保险产品。截至目前,累计服务家政企业8家,为从事家政服务的14656位新市民提供保险保障,保障金额62.28亿元,为新市民在本市安居乐业提供坚强的后盾。此外,厦门国寿还定制专属产品,提高新市民安全保障。一系列活动的开展提高了新市民金融素养,优化了新市民服务体验,切实增强了新市民的获得感、幸福感和安全感。

延伸线上平台 扩大金融知识覆盖面

活动期间,厦门国寿借助微信公众号、国寿APP、抖音、朋友圈等线上传播平台,大力开展正面宣传引导,带动广大网民学金融、懂金融,扩大金融知识普及月宣传覆盖面,提升公众网络防护技能,引导广大金融消费者提升风险防范能力,守护人民群众美好生活。

聚焦社会热点,引导理性消费观念。厦门国寿在多个线上平台定期发布“金融知识普及”消费风险提示,提示广大消费者维护金融消费者八项权利,远离非法“代理退保”、金融诈骗等非法金融活动,帮助消费者提升风险防范意识;在“中国人寿寿险”APP首页、公司办公云助理设置弹窗宣传口号、在户外大型广告牌投放“金融知识普及月 金融知识进万家”宣传标语,从内到外,广泛宣传,提高群众风险防范意识,谨防上当受骗。厦门国寿的

柜面人员还在工作之余,拍摄了“反诈骗手语”,利用全体员工朋友圈广泛宣传,并通过公众号、抖音等线上平台发布,扩大金融知识普及月宣传覆盖面。

值得一提的是,厦门国寿还充分利用销售队伍发展的影响力、感染力,发挥诚信文化对销售人员诚信合规的引导作用,积极组织全辖销售人员制作诚信海报,通过朋友圈转发等多元形式,以点带面、以面促全地推动消费者权益保护宣传活动。

未来,厦门国寿将会进一步肩负起责任,合规经营,立足专业,把满足人民群众保险需求、提升人民群众保险服务体验作为公司的发展动力,推进公司高质量发展。坚持打造“简捷、品质、温暖”的金融保险服务,持续开展多种形式的金融知识宣传活动,携手广大金融保险消费者共同描绘美好的生活画卷。



厦门国寿走进校园为学生宣讲金融知识。