

国家金融监管总局发布一季度投诉通报

多家保险公司
投诉排名居前

李锐

日前,国家金融监管总局发布通报,数据显示一季度接收并转送保险消费投诉 26188 件,同比下降 1.3%。其中,涉及财产保险公司的消费投诉 11398 件,占投诉总量的 43.5%;涉及人身保险公司的消费投诉 14790 件,占投诉总量的 56.5%。而从单项投诉数据来看,众惠相互保险、复星联合健康等多家公司,投诉量排名较为靠前。

数据显示,投诉量较多的财产保险公司为:众惠相互保险 1900 件,占财产保险公司投诉总量的 16.7%;人保财险 1723 件,占比 15.1%;众安在线财险 1537 件,占比 13.5%。而从亿元保费投诉量情况来看,2023 年第一季度,财产保险公司亿元保费投诉量中位数为 3.66 件/亿元。其中,亿元保费投诉量较高的财产保险公司为:众惠相互保险 664.87 件/亿元;众安在线财险 25.62 件/亿元;太平洋财险 16.11 件/亿元。

再看万张保单投诉量情况,财产保险公司万张保单投诉量中位数为 0.26 件/万张。其中,万张保单投诉量较高的财产保险公司为:众惠相互保险 14.99 件/万张;阳光农险 1.69 件/万张;太平洋财险 1.38 件/万张。

在涉及财产保险公司投诉中,理赔纠纷 9621 件,占财产保险公司投诉总量的 84.4%。理赔纠纷投诉量较多的财产保险公司为:众惠相互保险 1859 件,占众惠相互保险

投诉总量的 97.8%;众安在线财险 1400 件,占比 91.1%;太平洋财险 1329 件,占比 96.9%;人保财险 1308 件,占比 75.9%。

在涉及财产保险公司投诉中,理赔纠纷 9621 件,占财产保险公司投诉总量的 84.4%。在涉及财产保险公司投诉中,机动车辆保险纠纷 3603 件,占比 31.6%。

人身保险公司投诉量情况显示,投诉量较多的人身保险公司为:平安人寿 3625 件,占人身保险公司投诉总量的 24.5%;太平洋人寿 1309 件,占比 8.9%;中国人寿 1299 件,占比 8.8%;泰康人寿 1298 件,占比 8.8%。从亿元保费投诉量情况来看,2023 年第一季度,人身保险公司亿元保费投诉量中位数为 1.00 件/亿元。

其中,亿元保费投诉量较高的人身保险公司为:复星联合健康 19.20 件/亿元;太平洋养老 4.29 件/亿元;太平洋健康 3.18 件/亿元。而在万张保单投诉量显示,2023 年第一季度,人身保险公司万张保单投诉量中位数为 0.19 件/万张。其中,万张保单投诉量较高的人身保险公司为:复星联合健康 0.71 件/万张;渤海人寿 0.70 件/万张;富德生命人寿 0.47 件/万张。

再看万人次投诉量情况,2023 年第一季度,人身保险公司万人次投诉量中位数为 0.09 件/万人次。其中,万人次投诉量较高的人身保险公司为:渤海人寿 0.56 件/万人次;复星联合健康 0.47 件/万人次;富德生命人寿 0.27 件/万人次;国华人寿 0.24 件/万人次。

泰隆银行上海分行科技赋能打出普惠金融“组合拳”

为积极响应“增强金融普惠性”和“加快数字化发展”的要求,泰隆银行上海分行始终将发展数字普惠金融作为发展重点方向,牢牢坚持“服务小微,服务大众”的初心使命,深入落实数字化发展理念,不断拓宽金融服务触达能力,以实际行动支持普惠金融发展。

■科技赋能产品,打出普惠金融“组合拳”

加强科技型小微企业支持力度,积极推进知识产权质押贷款融资,推出“专利贷”和“标贷通”,有效盘活企业专利权、商标权等无形资产。同时充分利用外部第三方公司提供专利、融资、人才等数据形成企业技术和研发情况画像,嵌入信贷业务贷前准入和贷后风控阶段,筛选目标中小微企业金融贷款客群,提升一线信贷服务主动性。大力支持绿色金融发展,创新推出绿色金融特色产品。针对低碳高效产业发展、高碳高效产业绿色转型,借助科技手段,有效利用企业碳征信报告中碳排放总量、强度和评价贴标结果等数据,配套制定授信政策。

■聚焦“小微+科技”,打造科创金融服务新模式

聚焦“小微+科技”的市场定位,为初创期科技型小微企业提供定制化、立体式的综合服务,持续提升科创金融服务水平。针对科技型小微企业“高成长、高风险、轻资产”的特征,持续创新科技型小微企业的金融服务工具,拓宽融资渠道,降低综合成本。组建专营团队,创新提出“看专利、评技术,看股权、评发展,看市场、评前景”的“三看三评”信贷技术。创新“定量评分+定性画像”的企业信用评级模式,五大维度对企业进行评级,解决了科技型小微企业信息不对称,银行“看不懂、不敢贷”的融资堵点。探索“小股权+小债权”模式,与专业投资机构合作开展投资联动,帮助科技型小微企业更好突破初期的资金瓶颈。通过金融科技的技术优势,开发针对科技型小微企业的管理软件,提供有温度的“融智”服务。

■以数字化为引擎,提升乡村振兴服务效能

紧跟数字化转型步伐,大力建设数字普惠工程,提升涉农金融数字化水平。针对农村地区有效信贷覆盖不足、有效金融服务不够深入的现状,泰隆银行上海分行借助数字化手段,搭建农村客户画像,依托“人人可贷”项目,全面推广“一次授信、随借随还、循环使用”的小额信贷模式,推动普惠金融触达农村“神经末梢”,打通农村金融服务“最后一公里”。建设智慧社区平台数字普惠工程,依托“小鱼管家”系统,将乡村“政务信息、商务信息、农户信息”数字化,提高乡村治理和金融服务的智慧化程度。推广“移动开户”“云上厅堂”“无感贷款”三项应用,赋能乡村存贷汇等基础金融服务场景,提升乡村振兴服务效能。

■加强数字化转型,优化用户金融体验

围绕银行网点数字化转型,提升基础服务的便利性。泰隆银行上海分行在辖内的各网点均配备具有人脸识别功能的智能现金柜台和超级柜台,具备条件的 ATM 机成功升级刷脸取款功能,为办理现金业务带来更大便利。同时,推出“温情版”手机银行。“温情版”采用大字体、大模块凸显转账汇款、账户查询、生活缴费等常用功能,并提供远程座席、专属人工热线等多种服务方式,为有特殊需求的用户提供适老化、无障碍化服务。优化个人网银体验,完善个人网银无障碍建设,通过中国互联网协会无障碍测评,可实现语音播报、字体放大等,提供更便利、更人性化的网银服务。(文力)

江苏银行股份有限公司上海分行离职声明

金言(先生)自 2023 年 5 月 23 日起不再担任江苏银行股份有限公司上海嘉定支行行长助理(挂职)职务,自该日起其在外从业行为均不代表本银行。

江苏银行股份有限公司上海分行
2023 年 6 月 20 日

建行龙卡信用卡二十年:创新赋能促消费 打造品牌生命力

2003 年,中国建设银行发行符合国际标准的龙卡双币种信用卡。二十年来,龙卡信用卡从独树一帜的信用卡产品到丰富多样的信贷支付服务,从规模壮大到精细化发展,从行业先行者到行业领军品牌,走出了一条高质量发展新路径。一张张四四方方的龙卡信用卡,承载了无数人的美好生活愿景,也见证了中国消费经济的转型与变迁。

时至今日,“龙卡信用卡”这一品牌早已深入人心,成为信用卡行业一面亮丽的旗帜。据建行 2022 年报数据,建设银行信用卡累计发卡量 1.4 亿张,累计客户量 1.05 亿户,贷款余额 9248.73 亿元,贷款余额、分期付款余额居同业第一。在这些成绩的背后,是建设银行信用卡二十年来不断开拓创新、用心为民的长久实践。

从开疆拓土到多场景融合
始终坚守美好生活服务初心

龙卡信用卡发卡二十年这一路,是持续创新,深度融入客户美好生活之路。二十年来,龙卡信用卡服务民生的领域无限拓展,其间始终可以看到一条坚守初心“一心一意,建设美好”的不变主线。

2004 年,建设银行率先推出以私家车主为服务对象的生活方式型信用卡龙卡汽车卡,这标志着建设银行在创新打造差异化、个性化信用卡产品方面迈出了重要一步。2007 年,建设银行面向高端个人客户推出白金信用卡,2018 年,产品升级为尊享白金卡,进一步为持卡人品质生活提供高价值体验,被持卡人亲切地称为“网红大山白”。面向年轻客户,建设银行聚焦青年消费者的行为偏好,不断延伸丰富年轻客群产品线,研发推出龙卡 JOY 卡、LINE FRIENDS 粉丝信用卡、芭比美丽卡、变形金刚卡、QQ 音乐卡、Bilibili 卡等充满年轻活力的产品。聚焦持卡人的境外消费需求,建设银行首发具有行业突破性意义的“全币种免兑换”龙卡全球支付信用卡,随后又陆续推出全球热购卡、龙卡优享卡、畅享 MUSE 卡等一系列拳头产品,并持续深耕以境外消费返现为主打的用卡优惠活动,打造“龙卡信用卡玩转世界”境外活动品牌。如今,“玩转世界”已成为建行“线下场景+线上海淘”全渠道境外用卡王牌活动。

在信用卡分期业务领域,建设银行既是

多个业务领域的开创者,也是多个消费生活场景的领先服务者。早在 2007 年,建设银行信用卡领先同业推出信用卡购车分期服务;着眼于人民群众的住房安居梦想,建设银行于 2016 年推出信用卡装修分期服务,在全国广泛开展“建行家装节”,“要装修,找建行”的口碑不断深入人心。截至 2023 年 4 月末,建设银行信用卡购车分期累计交易投放超 9000 亿元,装修分期累计交易投放超 5000 亿元,服务覆盖千家万户。

一直以来,建行信用卡深耕新消费场景拓展,通过推出各类优惠活动,持续打造建行特色消费金融“生态圈”。2021 年,建行信用卡全新升级推出“龙卡信用卡 优惠 666”主题活动品牌,并根据不同地域特色,在各地因地制宜开展“龙卡购物节”活动,活动覆盖区域广,涵盖场景多,优惠力度大,在为全国各地消费者带去优质用卡体验的同时,也持之以恒为扩大内需、促进消费贡献建行力量。

从虚拟卡片到数字化经营
科技创新带来发展恒久动能

积极运用金融科技手段,深度融入时代经济发展,是龙卡信用卡二十年来不断开辟信用卡市场新格局的重要基因。早在 2007 年,建设银行就在网点渠道上线信用卡预审批系统,强化网点赋能,助力工作人员精准有效服务客户。随后在 2011 年,建行开通信用卡线上受理渠道,不断简化和优化信用卡申请流程,开启线上化经营的新路径。

随着数字信息技术快速发展,互联网时代推动线上渠道成为业务拓展的第二增长点,建设银行致力创新先行,早在 2015 年即推出首款专注于互联网客户群体及用卡体验的虚拟信用卡“龙卡 e 付卡”,为客户提供“即申即办”、“线上线下一体化全网络交易”、“自主设置交易开关和交易限额”和“全币种支付”等在当时具有开拓性意义的互联网服务体验,开启无卡支付新时代。

顺应数字经济发展趋势,建设银行进一步基于虚拟信用卡产品和线上服务的发展经验,启动信用卡产品全流程数字化改造,并结合“建行生活”App 推出特色数字信用卡产品——建行生活卡。该产品为客户提供极速申请、极速出卡的便捷体验。与“建行生活”App 深度融合,信用卡客户可以在线上获得支付、查账、还款、管理等一站式自助服务,同时还可参与一系列专属优惠活动。

在龙卡信用卡数字化经营快速发展的背后,是建设银行持续打磨底层系统建设,保障科技自主可控的“硬实力”。2022 年,建行实现全量 1.4 亿信用卡客户切换至信用卡国产化系统生产运行,使建行贷记卡系统成为业内首个用户量过亿的全栈国产化信用卡核心系统,在真正意义上实现了核心系统的自主可控。

从爱心奉献到以人民为本
勇担使命彰显大行责任担当

二十年春华秋实,在产品服务的不断创新变革之中,龙卡信用卡始终不变的是“以人民为中心”的金融为民初心。早在 2012 年,建行信用卡开创了积分慈善捐赠项目“爱心 100 分”,秉持“安老、扶幼、助学、济困”的爱心宗旨,为持卡人积极参与社会公益搭建了一个金融平台。

丝丝奉献,融汇满满的关爱,点滴积分,演绎爱心的篇章。“爱心 100 分”所募集积分转化的公益基金主要应用于突发事件捐赠、希望工程图书室、积分助学、扶贫及乡村振兴

等方面,为偏远山区改建基础设施、为孤寡老人送去温暖、为莘莘学子启智圆梦、为贫困地区送去产业扶贫。截至 2022 年 12 月末,“爱心 100 分”已累计募集积分超过 65 亿分,参与捐赠人次超过 77 万,共开展 33 期捐赠活动,受助对象近万名。

秉持着金融为民的责任担当,龙卡信用卡始终紧跟国家政策导向,将服务国家战略部署与自身业务发展紧密融合。为服务国家乡村振兴战略,建设银行推出龙卡裕农通信信用卡,满足乡村县域居民对美好生活的向往和日益多元化的消费金融需求;紧跟国家“双碳”战略,建设银行大力发展信用卡新能源购车分期业务,打造零售业务绿色金融新亮点。2022 年,建行信用卡新能源购车分期交易规模突破百亿元,同比保持两位数增长。

在金融风险防控方面,建设银行信用卡稳健有为,切实守护好人民群众的“钱袋子”。建行信用卡建立起了覆盖客户全生命周期、全流程的风险经营管理机制,在业内率先探索标准化、自动化、线上化风控手段,全面防控治理跨境赌博、电信网络诈骗风险,阻断非法资金链路,将银行账户管控从“被动执行”向“主动作为”转变,有效保障了人民群众的财产安全。

二十年来,建设银行龙卡信用卡作为行业的先行者,坚持金融为民,守正创新,应势而为,从而不断拓展新赛道,塑造新动能、焕发新生机,发展成为当下信用卡市场高质量发展的领跑者。建设银行信用卡有关负责人表示,站在新的起点,建设银行信用卡将把握新时代新征程所赋予的历史新机遇,融入新发展格局,推进新金融行动,践行新发展理念,传承和发扬好过去二十年的积累和沉淀,继续守初心、筑同心、持恒心、秉匠心,“一心一意,建设美好”,为谱写信用卡高质量发展新篇章,服务中国式现代化作出新的贡献。(文力)