

数字化背景下金融行业“以人为本”问题研究

——以银行消费者权益保护为例

任玉洁

(首都经济贸易大学马克思主义学院 北京 100070)

[摘要]在科技革命的推动下,随着人工智能、大数据、云计算、区块链等新技术的应用,金融行业的产品模式和服务模式都有了翻天覆地的变化。科技与金融深度融合对银行的消费者权益保护也形成了新的挑战。本文从数字化背景下银行消费者权益保护面临的主要问题入手,积极分析其应对措施。

[关键词]金融为民;以人为本;消费者权益保护

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.06.2724

一、数字化背景下银行消费者权益保护面临的主要问题:

(一) 产品、服务信息披露问题

在数字化背景下,通过数字设备披露适当的相关信息会存在一定问题和障碍,由于没有银行工作人员的介入,部分消费者在自行使用数字金融服务时可能不愿花时间阅读和理解产品或服务信息。例如在通过线上渠道购买理财产品或获取消费贷款,需要在购买产品前阅读产品协议或服务协议,部分消费者认为协议内容较长,通常不会去仔细阅读,只是简单勾选同意产品协议或服务协议,导致对产品或服务的细节或重点风险没有充分了解,极易引发纠纷。

(二) 客户信息保护的问题

一是过度收集客户信息。数字化背景下,银行为了对客户精准画像,往往需要获得更多的客户信息,容易倾向于过度采集用户数据并加以使用。按照现行监管要求,应遵循信息采集最小化的原则,但很多APP不仅要用户上传个人身份信息和生物特征,用户的消费、支付行为等数据也会被APP从后台收集,有些APP还会要求授权获得用户的照片库、通讯录、录音机等访问权限,严重侵害了消费者的权益;二是信息安全,主要涉及数字风险欺诈和滥用个人金融数据,数据隐私和安全漏洞以及网络犯罪等。如消费者对个人金融信息和账户密码的处理不当,或者银行对消费者个人信息保护不严格,可能会出现泄露消费者个人信息的情况。这些都会导致典型欺诈行为出现。

(三) 数字鸿沟问题

在服务使用环节,老人、农村居民等弱势群体因理解能力弱、接受度低、适应性慢,无法及时灵活掌握各类智能产品与服务,在数字生活中逐渐被淘汰。比如:消费者由于自身认识和理解不到位可能对数字金融服务、金融体系和技术创新缺乏信任 and 安全感、消费者缺乏风险防范意识可能会遭受网络钓鱼、社交诈骗、黑客攻击、数据盗窃等。因此,在获取和持续使用数字金融服务的过程中,金融消费者保护对构建消费者信任和信心必不可少,尤其是对于那些承担损失能力有限的消费者。

二、“金融为民”相关主要措施:

第一,将消费者权益保护工作上升到战略高度,将消保理念融入企业文化。在组织架构上要明确消费者权益保护部门的工作职责、管理范围和权限,赋予消保部门足够的权力。

第二,在产品或服务设计过程中要融入客户分层分级机制,最大程度上保护其权益不受侵害。充分利用大数据技术对客户进行分层分级,实现精准营销、合理推送。在开展数字化金融服务前,要对客户的风险承受能力进行测评,根据学历和工作信息、个人收入或家庭收入情况、投资经验、负债情况以及风险承受能力的差异,推送符合其风险承受能力的产品,通过科技化手段实时关注其风险承受能力、收入状况、负债情况、信用情况等变化,对其分层分级情况进行动态调整。

第三,及时、主动、全面地在各类应用、平台上多渠道披露产品信息。全面提升数字金融服务的透明度,通过信息披露、产品登记、风险提示等措施,保障使用数字化金融消费者的知情权和自主选择权。

第四,加强个人金融信息保护的重视程度。一是收集客户信息遵循“用户授权、最小够用、专事专用、全程防护”原则,充分评估潜在风险,加强数据全生命周期安全管理,综合

国家安全、公众权益、个人隐私和企业合法利益等因素做好数据分类分级,实现数据的精细化管理与差异化防护,把好安全关口,严防数据泄露、篡改和滥用。重视数据安全和隐私保护,提升数据治理、安全管理的能力,不能以开展业务为由过度采集客户数据,更不能出现“一次授权,重复使用”等违规行为;二是加强科技力量,充分利用科技手段,增加信息存储的安全性。加强内部人员教育,做好内部风险控制,通过警示教育、分级授权制度,保障个人客户信息安全。

第五,加强对重点人群的关注和教育,全面做好金融消费者的培训教育。一是针对学生群体,该群体基本上容易熟悉各类数字化产品和服务,在线下产品、服务和数字化产品、服务的选择过程中,更倾向于使用数字化产品和服务,因此要加强对该群体消费理念和法律知识的教育,深入开展“金融知识进校园”活动,通过播放金融知识宣传短视频、银行人员现场以案说法讲解、张贴宣传海报、印发金融知识宣传手册、课堂互动教学游戏等方式加强其金融知识教育,以引导为主,使其树立正确、理性的消费观念,认识非法借贷的危害性,增强其自我保护能力。二是针对老年人群体,该群体在使用数字设备上存在一定的数字鸿沟,接受新事物的能力与年轻人相比相对较弱,因此金融机构可采取联合社区、街道的形式,开展“金融知识进社区”活动,将老年人集中起来,通过现场讲解、印发手册、宣传海报等方式,让老年人及时了解金融政策和简单的数字产品服务,以及数字设备的基本使用方法,同时要重点对老年人揭示电信网络诈骗案件的风险特征等信息,帮助其建立理性、稳妥的投资观念,加深老年人正确理解、认识到金融产品风险和收益的关系,防范各类新型电信网络诈骗,真正起到守护老年人“钱袋子的作用”。

第六,规范宣传工作,金融机构通过互联网媒体开展宣传,要做到合法、合规,不对消费者进行不适当引导和干预,特别是通过微信朋友圈宣传时,金融机构员工在措辞上“自由发挥”很容易夸大产品收益率或未能充分揭示产品风险。微信朋友圈虽是私人社交工具,但以金融机构员工身份进行发布,将被认定为代表金融机构进行的线上宣传营销行为。违规营销宣传不仅会误导消费者,也会给银行带来投诉进而引发声誉风险。应由金融机构消保管理部门牵头带领各业务部门加强对互联网宣传广告的监测,在广告发布前开展相关内容的审核,对微信朋友圈的宣传也应尽量做到统一规范化管理。

第七,投诉处理机制时充分利用数字化银行的便利条件,畅通投诉渠道,提升处理效率。通过电话、邮箱、公众号、手机银行APP等多种渠道接收、反馈投诉信息。特别是在疫情背景下,对于投诉内容较为复杂、客户又不能到网点来进行沟通时,可通过视频面对面与客户进行沟通交流,把投诉处理工作变得更有温度。

参考文献

[1] 颜海虹. 电信诈骗犯罪应对探析[J]. 法制博览, 2020(17): 174-175.

[2] 尹优平. 金融科技时代要更加注重金融消费者权益保护[J]. 金融电子化, 2017(10): 11-13.

作者简介:

任玉洁(1998.7-),女,汉族,在读硕士,研究方向:中国近现代史基本问题研究。