

守护岛城“烟火气” 筑牢权益“安全网”

——青岛金融业2026年“3·15”全方位护航消费者权益

■青岛财经日报/首页新闻记者 李雯

3月份以来,青岛金融业掀起了一场有温度、接地气、覆盖广的消费者权益保护教育宣传热潮。青岛各大金融机构紧扣“清朗金融网络 安心金融消费”主题,将金融知识普及从传统的营业大厅搬进了菜市场、庙会、历史文化街区,并深度融合政策引导与行业自律,构建起多元化、立体化的消保宣教新格局。

政策领航:让消保宣教“沉下去”

金融消费者权益保护不仅是行业发展的“压舱石”,更是关乎千家万户“钱袋子”的民生工程。今年,青岛金融监管局明确提出,要让金融知识“走进群众心里”,打破传统的距离感。

作为今年的创新举措,“菜场金融守护站”应运而生。3月6日清晨,活动在团岛农贸市场率先启动,并迅速推广至鞍山二路、镇江北路、海泊河等市内多家菜市场,实现了对市内重点菜市场的全覆盖。青岛金融监管局消保处负责人在现场表示:“我们希望通过场景化、生活化的宣传模式,将金融知识和风险提示送到群众身边,让消保服务更有温度、更具实效。”

在这一政策导向下,金融机构不再局限于发放传单,而是真正深入城市肌理。无论是大鲍岛文化街区的游园会,还是糖球会现场的吆喝声,都印证了青岛金融业“为人民服务”的初心,将专业术语转化为“家常话”,实现了政策引导与民生需求的精准对接。

行业聚力:跨界融合织密“防护网”

在监管部门的号召下,青岛金融行业展现出高度的协同性,各家机构各展所长,将消保宣传融入城市生活的毛细血管。

“3·15”期间,工商银行青岛市分行创新推出“消保+”场景化宣传,将金融知识送到菜市场、校园、外卖站点等民生一线。针对外卖骑手易成诈骗目标的特点,工行联合美团、饿了么定制金融安全课,在送餐箱张贴消保标签,更巧妙地将金融知识印在餐垫纸上,随外卖精准投送到市民餐桌,利用等餐碎片化时间普及防骗知识,以润物无声的方式织密金融权益保护网。

交通银行青岛分行则将消保宣传与传统文化深度融合。3月7日,交通银行青岛分行组织金融消保志愿服务队走进中山路大鲍岛文化街区,以“华灯映芳华 消保护万家”为主题举办消



交通银行青岛分行开展金融教育宣传活动。

保游园会。活动现场设置了答题抽红包、投壶纳福、巧手制香囊等互动区域,将防范电信诈骗、理性投资等核心知识巧妙融入游戏闯关与民俗手作之中,让市民在游玩中学习,在体验中谨记。

带着孩子前来参加活动的市民李女士感慨道:“以前觉得金融知识离自己很远,今天带着孩子一边玩一边学,才发现原来这些知识跟咱们的日常生活这么近。孩子玩得开心,我也学到了保护个人信息的方法,这样的活动应该多办!”

在胶州,农业银行胶州分行联合胶州市财政局,将宣传阵地搬进了热闹的糖球会庙会现场。工作人员设计了金融知识有奖问答,并主动走进商户中间开展“地毯式”普及,针对收款风险、网络贷款陷阱等实际问题进行耐心讲解。活动现场,两位大爷在参与活动后主动走上前来,就自己关心的社保卡应用、养老金发放等业务进行详细咨询。工作人员全程耐心倾听,用通俗易懂的语言给予了专业细致的解答。咨询完毕后,一位大爷满意地点点头:“以前对这些事儿总是一知半解,问了好几个地方都说不清楚。今天逛个庙会就把问题弄明白了,这下心里踏实多了!”

深耕生活场景,传递消保“烟火气”。3月6日,

中国太保产险青岛分公司将金融消保摊位直接搬进了人声鼎沸的团岛农贸市场。志愿者不仅准备了印有防骗标语的围裙、环保购物袋等实用礼品,还创新设计了“防诈视力表”小游戏。在特制的视力表上,写满了“刷单”“高额回报”“代理退保”等诈骗关键词。过往市民纷纷驻足“测视力”,每认清一行,志愿者便讲解一类骗局。

“哎哟,上次有人说投一万元,三个月就能翻倍,我差点就心动了!”一位阿姨指着视力表中间一行,恍然大悟道,“幸亏我当时多了个心眼,没把养老钱转出去。”志愿者笑着接过话茬:“对,阿姨,市场里能买到馅饼,天上可不会掉馅饼。咱们的视力要看清世界,金融‘视力’更要看清风险!”周围人听后连连点头,笑声和讨论声交织,原本严肃的金融知识变得生动易懂。

在太平人寿青岛分公司的“菜场金融守护站”前,憨态可掬的吉祥物“象保保”成为现场“人气王”,吸引了不少买菜路过的老人驻足合影。活动现场,买完菜的张大爷拿着刚领到的金融消保围裙笑着说道:“买菜还能学知识,这种形式太贴心了!”在轻松愉快的氛围中,市民通过手机扫描二维码参与消保知识问答,既学到了实用的金融知识,又领到了印有防骗标语

的实用礼品,让金融知识随着市民的“菜篮子”走进了千家万户。

联动新业态,拓宽宣传半径。浦发银行青岛分行则玩出了“跨界”新花样。在强化厅堂阵地宣传的基础上,该行开展了“流动金融驿站”活动,通过外卖骑手化身“金融知识传播者”,以“送餐+送知识”的创新形式,让市民足不出户就能学到金融知识。同时,针对社区老年居民,浦发银行青岛分行还开展了“老话新说护钱袋”活动,将防骗知识“翻译”成本土方言,通过“乡音故事汇”“乡音大喇叭”等方式,让金融安全像邻里唠家常一样融入老人日常生活。

企业担当:创新形式筑牢“防火墙”

在这场消保“战役”中,青岛各金融企业不仅比拼服务的广度,更在深度和创意上各显神通,切实履行社会责任。

深耕适老服务与特殊群体。太平人寿青岛分公司在全面启动“3·15”活动之际,除了依托营业网点和媒体平台进行广泛宣传外,还重点开展了“消保大使评选”“金融宣讲”等特色活动,并针对“代理退保”等金融网络乱象进行重点揭示解析,帮助消费者有效识别风险。

以案说险,强化风险警示。平安人寿青岛分公司则将重点放在了知识普及的警示性上。在活动期间,该公司通过一则真实的非法集资案例向公众发出强烈警示:广东某企业以“合作开发果园”为名,在6年内吸引5200余人参与,集资金额高达4.5亿余元,最终因资金被挥霍转移导致投资者血本无归。通过这种“以案说险”的方式,分公司提醒广大群众务必警惕以农业投资为幌子的非法集资陷阱,做到不轻信、不参与。同时,平安人寿青岛分公司还聚焦反洗钱教育,向公众普及什么是反洗钱、以及如何通过保护个人信息、选择正规机构等方式守护金融安全。

从大鲍岛的元宵灯火到团岛市场的叫卖声,从庙会里的知识问答到外卖箱上的防骗贴士,从一句句“这下心里踏实多了”的由衷感慨到“买菜还能学知识”的惊喜点赞——2026年青岛金融业的“3·15”画卷,是一场全员参与、全域覆盖、全心为民的生动实践。政策的有力引领、行业的积极响应、企业的创新作为,共同构筑起一道坚实的金融安全“防火墙”。

金融为民,消保先行。在这座充满“烟火气”的海滨城市,青岛金融业正以实际行动,将金融知识的种子播撒在每一个角落,守护人民群众的“钱袋子”,为营造清朗、和谐、安心的金融消费环境持续贡献力量。

中国银行青岛市分行

深耕细作消保田 用心用情护民生

■青岛财经日报/首页新闻 记者 李雯 通讯员 韩通川

从腊月里烟火升腾的乡村年货大集到春意渐浓的城市社区街巷,从春运繁忙的交通枢纽到书声琅琅的中小校园,中国银行青岛市分行(以下简称“青岛中行”)坚持将金融消费者权益保护工作贯穿金融服务全流程、全链条,以精准化的服务、创新化的形式、常态化的机制,织密织牢金融安全防护网,切实守护好千家万户的“钱袋子”,书写好践行社会责任、保障民生福祉的生动篇章。

常态长效: 构建全链条闭环式消保工作体系

金融消保重在久久为功。青岛中行始终坚持将消保工作融入经营发展全过程,不断完善常态化、制度化、体系化的消保工作机制,把集中宣传成效转化为长效工作举措,从源头守护金融消费者的合法权益。

以共建共享为抓手,持续深化银社、银村联动机制。青岛中行成立“社区金融消保服务站”,为共建社区、村庄配备金融顾问,实现金融消保宣传与便民服务的常态化、近距离覆盖,让群众在家门口就能享受到专业的金融服务。打造“固定服务日、定制化宣讲、上门便民服务”的全链条服务体系,实现群众需求响应、办结、反馈的全闭环管理。

以队伍建设为支撑,充分发挥青年生力军作用。青岛中行组建多支金融消保志愿服务队,将学雷锋志愿服务与金融消保工作深度绑定,持续推动金融知识进农村、进社区、进校园、进乡村、进商场,让青年力量成为消保工作一线的重要支撑。

以文化根植为根本,推动消保文化融入经营管理。青岛中行着力培育全员消保文化理念,通过开展消保知识竞赛、消保工作案例评选、经验分享会等多种形式的活动,营造“人人懂消保、人人重消保、人人做消保”的浓厚氛围,建立消保工作常态化复盘优化机制,定期对投诉处理、宣传成效等环节进行复盘分析,针对性制定优化举措,形成“发现问题、整改落实、优化提升”的良性循环,让消保理念从“制度要求”转化为“全员自觉”,为消保工作高质量发展注入源源不断的内生动力。

精准滴灌: 聚焦重点人群打通服务“最后一公里”

金融消保的核心,是让每一位金融消费者都能享受到均等、专业、贴心的服务。青岛中行坚持“因地制宜、精准施策”,针对老年群体、乡村居民、青少年、新市民等重点人群的金融需求痛点与风险薄弱点,打破传统金融宣教的地域壁垒,降低认知门槛,把消保服务送到群众最需要的地方。

统筹乡村振兴特色网点,组建专业宣讲队伍。青岛中行针对辖内乡村分布广、老年村民占比高、金融知识普及存在短板的特点,打造“接地气、冒热气”的本土化宣传体系。在平度市金沟子集市、南村大集等乡村人流密集场所,青岛中行搭建

流动式“维权反诈服务站”,针对村民关心的养老金支取、社保卡激活、手机银行安全使用等问题,现场手把手教学、一对一答疑。

深耕社区场景,打造“银龄守护”专属服务体系。在市南龙江路等社区,青岛中行联合社区居委会开展“银龄守护·金融同行”主题活动,打破“讲台+话筒”的传统宣讲模式,将非遗剪纸体验与反诈宣传深度融合,在指尖流转的温情中,把防骗知识潜移默化地送到老人心里,真正把金融消保的防线筑到了群众家门口。

聚焦青少年群体,将消保宣传阵地延伸至校园。青岛中行组织金融专员走进中小学课堂,开展“反诈小贴士”主题宣讲,用贴近学生认知的语言、生动的漫画案例,拆解游戏皮肤陷阱、校园贷骗局等青少年高发风险,引导孩子们树立正确的消费观与金融安全意识,把金融安全的种子播撒在青少年心中。

创新破圈: 让消保知识入脑入心、直抵人心

“高息保本、月息三分?这背后藏的全是陷阱!”“喜中头奖需先缴税?仿官设套先敛税,虚妄头彩莫当真!”春节期间,一套由青岛中行原创的“狄仁杰探案”系列反诈科普作品,在青岛市民的朋友圈广泛传播。该系列作品以长图文、趣味漫画为载体,借鉴传统文化元素,采用群众喜闻乐见的探案形式,拆解讲解了十余种高发金融诈骗套路,让专业硬核的金融知识“破圈”传播,让群

众对风险提示从“被动接收”变为“主动学习”。

在金融消保知识宣教方面,青岛中行跳出“发折页、念稿子”的传统宣教模式,打造了一系列有温度、有烟火气、群众喜闻乐见的宣传形式,让群众真正听得懂、记得住、用得上金融消保知识。在年货市集、社区广场等人流密集场所,设置金融知识宣传专区,推出互动体验小游戏、金融知识有奖竞赛等趣味活动,让群众在热闹的市集氛围中,实现“赶大集、学知识、守钱包”的宣传目标。在乡村振兴特色网点厅堂设置“乡村金融知识角”,利用群众办理业务的等候时段,开展“金融微课堂”,讲解养老金账户安全、借记卡使用等高频需求内容,让厅堂成为群众身边的固定消保宣传阵地。

线上线下双向发力,才能实现宣传全域覆盖。青岛中行持续深化“线上+线下”融合宣传矩阵,2025年线上累计开展主题宣传活动超350场次,发布原创科普作品超340件。充分借助主流媒体、政务平台的传播优势放大宣传声量,通过媒体矩阵的联动效应,大幅提升了金融消保知识的触达范围与传播深度。

黄海潮涌风正劲,金融为民步履铿锵。青岛中行将始终锚定“金融为民”的根本坐标,以制度建设为根本,完善全流程闭环消保工作体系,以精准服务为抓手,打通普惠便民的服务末梢,以内容创新为突破,深化全民金融安全宣教,全力营造安全清朗、公平有序的金融消费环境,为谱写金融强国建设的崭新篇章贡献坚实力量。

