

构筑金融安全屏障 守护群众钱袋子

——建行江苏省分行“3·15”消保宣传亮点纷呈

在“3·15国际消费者权益日”来临之际，建设银行江苏省分行紧扣“清明金融网络，守护安心消费”主题，全面启动金融消费者权益保护教育宣传周活动。聚焦重点人群、深耕特色场景、创新宣教模式，以金融为民初心，筑牢区域金融安全屏障，让金融安全知识走进千家万户。



工作人员在“裕农通”服务点普及金融知识



工作人员在街头开展反诈宣传



建行网点内工作人员向客户讲解消保知识

流动宣教全域覆盖，打造移动安全防线

建行江苏省分行创新将宣传触角延伸至交通物流场景，整合快递车、外卖车、民航客机等流动载体，打造特色“消保宣传车队”。面向快递员、外卖员、货车司机、网约车司机等新就业群体开展靶向宣讲，鼓励一线从业者化身“金融宣传员”；将反诈提示贴在包裹上、贴在车上，让金融知识随物流流转、伴出行送达，实现“人到哪里、宣传到哪里”的无死角覆盖。

里”的无死角覆盖。

精准守护重点群体，温情服务直抵人心

聚焦“一老一少一新”，开展分层分类精准宣教。面向老年人，开设厅堂“数字讲堂”，普及大字版手机银行、反诈防骗技巧，走进社区与老年活动点，拆解养老诈骗套路；面向青少年，打造全省同业首家县域金融教育示范基地——宜兴市“金钥学堂”，以钱币文化、财商绘本、情景剧等形式，提升学生风险防范意识；积极承办无锡市“第二届大学生金融文化节”，通过设立咨询台、开展互动游戏、发放风险提示书等形式，揭露“套路贷”“代理退保”“征信修复”等骗局，倡导理性消费与诚信借贷。

属地社区、人才公寓发起信用保护倡议，推动金融知识进社区、入家门。依托“裕农通”服务点，开展金融知识下乡活动，把宣教课堂搬到田间地头，为乡村群众讲解反诈、账户安全等实用知识，打通金融宣教“最后一米”，助力提升城乡居民金融素养。

阵地下沉延伸服务，金融知识直达基层

立足网点厅堂主阵地，设立金融知识宣教专区与劳动者港湾，提供一站式宣教服务；联动

多元形式，构建“线下贴、线上发、上门讲”的立体化宣传体系。同时将典型案例、风险提示、消保知识以通俗化、场景化方式呈现，让群众听得懂、记得住、用得上，切实增强风险识别与自我保护能力。

线上线下同频共振，构建立体宣教格局

坚持线上线下联动，通过海报张贴、厅堂宣讲、社区活动等

下一步，建行江苏省分行将持续践行金融工作的政治性、人民性，不断提升金融宣教精准性、覆盖面与感染力，把消保服务融入日常、做在经常，以专业与温度守护金融消费者合法权益，为营造清朗有序的金融环境贡献建行力量。

建文

14岁少女豪掷1.9万元买化妆品

消协妥善化解未成年人网购纠纷

14岁女孩在网课期间化身“职场女性”，瞒着家长购买近两万元化妆品。网络交易过程中，她始终用成年人人口吻沟通，销售人员无法获知其实际年龄。这种情况下要怎样退款？南京市秦淮区消协提出的调解方案，得到双方认可。

通讯员 苏消保 扬子晚报/紫牛新闻记者 朱君贤

【案情简介】 少女冒充成年人网购 消协介入分情况退款

2025年4月，消费者孙女士向南京市秦淮区消费者协会投诉称，其14周岁的女儿在用手机上网课期间，瞒着自己通过网络平台添加了某化妆品销售人员联系方式，多次购买香水、口红、身体乳等产品，共计花费19000余元，并删除了支付记录。孙女士发现问题后联系化妆品公司要求退货退款，遭到拒绝。

接到投诉后，秦淮区消协工作人员第一时间联系该化妆品公司了解核实，该未成年人在2025年3月至4月期间，前后6次购买了化妆品，其间均未提及年龄，并使用“下班后联系购买”“4月9日发工资”“送16岁妹妹生日礼物”等成年人人口吻表述，因消费比较频繁，销售人员曾主动劝导其理性消费。

本案中，未成年人短期内累计消费金额巨大，显然超出了未成年人的认知和判断能力，其家长明确表示不知情、不同意、拒绝追认，前述交易属于无效行为。本案网络交易过程中，该未成年人始终使用成年人的口吻与销售人员沟通，销售人员无法获知对方的实际年龄，且家长未完全尽到监管责任，部分商品已拆封使用，工作人员提出“将未拆封、不影响二次销售的商品全部退货退款，已使用商品不予退货退款”的调解方案，双方均表示认可。

【案例评析】 八周岁以上的未成年人 属于限制民事行为能力人

依据《中华人民共和国民法典》（以下简称《民法典》）第十九条和第一百四十五条的规定，八周岁以上的未成年人属于限制民

事行为能力人，其实施的民事法律行为需经法定代理人同意或追认方为有效，但纯获利益的行为或与其年龄、智力相适应的行为除外。此外，《民法典》第一百五十七条规定，民事法律行为无效、被撤销或者确定不发生效力后，行为人因该行为取得的财产应当予以返还，不能返还或者没有必要返还的，应当折价补偿。因此，本案中，退货退款需综合考虑商品损耗、双方过错等因素。

特别提醒：家长作为未成年人的监护人，应履行好监护职责，监督未成年人合理使用互联网；家长应保管好支付账号和支付密码，谨慎设置免密支付，定期检查网络交易记录，查看是否存在异常。经营者应当重视未成年人权益保护，加强行业自律，严禁发布诱导性营销内容，商品页面应显著标注“未成年人需监护人同意购买”提示，切实履行社会责任。

【律师提醒】

未成年人高额消费属“效力待定” 本案采取的补偿方案合理

江苏刘洪律师事务所刘洪律师据《民法典》分析，对未成年人而言，购买小额文具通常是有效交易，但近两万元的高额消费，在法律上属于“效力待定”状态。这意味着，如果家长不予追认，该买卖原则上不发生法律效力。本案中，女孩刻意模仿成年人误导商家，且家长监管不力。消协采取的“未拆封退还、已使用不退”方案，

是一种合理的折价补偿，既保护了未成年人权益，也兼顾了商家的正当经济损失。

刘洪建议，家长应教育引导孩子树立正确的消费观，明确大额消费必须事先商量的规则；经营者面对大额异常消费时，不要忽略对消费主体的审查；相关平台也可利用AI技术，对异常高频、高额的消费行为进行主动识别预警。

图源 视觉中国