



践行金融为民初心，筑牢消保风险防线

——北京银行南京分行开展2026年“3·15”金融知识宣传系列活动

金融是国之重器，也是民之所依。北京银行南京分行深刻把握金融工作的政治性、人民性，以服务江苏经济社会高质量发展“五聚力五优化”行动部署为指引，紧扣“优化提振消费金融服务”的要求，于近日全面启动2026年“清朗金融网络，守护安心消费”“3·15”金融消费者权益保护教育宣传系列活动。通过接地气、有温度的金融知识普及，切实提升群众风险识别能力，筑牢消费安全防线，护航百姓安心消费。

宣教惠民生，互动零距离

3月11日，北京银行南京分行走进金陵style浪漫中心，积极参与南京市消费者协会组织的“提升金融消费品质——2026年第十八届金融消费者权益保护日专题活动”，与在宁各金融机构携手同行，共推金融知识普及和消保工作走深走实。活动现场，分行参与金融消费维权典型案例、《2026年金融知识普及蓝皮书》发布等重要环节，从典型经验中提炼风险防范要点，并与各参会单位共同宣誓，郑重承诺严格践行消保主体责任。

在消费者咨询环节，玄武支行组建的专业宣教团队搭台设点，成为现场一道亮眼的“京行风景线”。工作人员围绕防范电信网络诈骗、存款保险制度、个人征信保护、安全用卡、防范非法集资等核

心内容，面对面为市民答疑解惑，发放宣传资料。通过“零距离”沟通，他们将专业的金融知识转化为市民听得懂、记得住、用得上的实用技能，帮助市民扫除消费过程中的金融知识盲区，切实增强消费安全感。

服务进社区，便民暖邻里

以学雷锋纪念日为契机，银城街社区支行联合江滨新寓党群服务中心，在辰龙雅苑小区广场开展了便民服务进社区活动，将金融知识宣传与便民服务深度融合。

活动现场设置反诈宣传专区，与健康义诊、口腔会诊、爱心义卖等便民服务同步开展。支行工作人员结合社区居民的日常生活场景，用接地气的语言普及防范非法集资、电信诈骗等金融知识。其中，趣味有奖问答环节吸引了众多居民参与，大家在轻松的氛围中加深了对金融网络诈骗手法的识别能力。面对居民提出的各类金融问题，工作人员耐心解答，并讲解金融网络安全、合理理财等相关知识，让金融消保知识真正融入社区日常。

金融启蒙智，知识伴成长

为从源头培育青少年金融素养，无锡分行联合无锡报业党报小记者团，在惠山支行开展三场“小小银行家”金融知识宣传活动，以

寓教于乐的方式为孩子们开启金融启蒙之旅。

活动围绕钱币起源趣味知识、各国钱币探索等内容展开，通过生动有趣的讲解，帮助孩子们初步了解金融基础知识。在点钞比赛等互动环节，孩子们动手实践，亲身体验金融的独特魅力。活动最后，工作人员为参与的孩子颁发了“小小银行家”奖牌，鼓励他们主动学习金融知识。

活动中，宣教人员还结合儿童日常接触的网络场景，融入金融消保与网络安全知识，引导孩子们树立正确的金钱观、消费观和安全观，提醒他们警惕网络中的金融诈骗陷阱、保护好个人信息。同时，鼓励孩子们将学到的金融知识分享给家人，实现“教育一个孩子，带动一个家庭，辐射整个社会”的宣传效应。

情连阡陌间，共筑防骗网

针对农村地区金融知识相对薄弱、老年群体易成为金融网络诈骗侵害对象的特点，无锡江阴支行深入江阴市城东街道杨家宕，开展金融知识进农村专项宣传活动，让金融知识走进田间地头。

支行工作人员以走街串巷、发放宣传单的形式，用方言结合“大白话”的讲解方式，向农村群众普及存款保险、金融反电诈、安全用卡等核心知识，重点讲解针对农村

群体的金融网络诈骗常见套路、防范技巧以及网络金融消费的安全要点。工作人员提醒村民，要警惕陌生来电和陌生链接，不随意透露个人信息，保护好资金安全。对于部分行动不便的老年村民，工作人员主动上门讲解，帮助他们识别诈骗短信、检查手机中的不明软件，切实打通金融宣教的“最后一公里”。

温情护“天使”，合力守平安

南通分行营业部组织宣教小队走进南通某医院，将金融知识送到医护人员及后勤保障人员身边。活动现场，工作人员通过发放宣传折页、现场讲解等方式，重点普及存款保险制度，详细解读保障范围、偿付限额及偿付情形。针对当前非法金融广告频发的现状，工作人员结合典型案例，传授识别非法金融广告的技巧，提醒大家牢记“三不一多”原则，警惕“无风险、高回报”等话术陷阱。

内外强根基，消保提质效

消保工作，既要有刀刃向内的自律，也要有服务向外的温情。分行始终坚持内外兼修，以内控合规的“硬实力”夯实消保根基，以特色服务的“软实力”传递金融温度。

在“内修”层面，分行将合规理念贯穿业务全流程，从营销宣传的跨部门联合审查，到产品信息的多

渠道规范披露，再到个人信息的常态化风险排查，将消保要求嵌入每一个业务环节。通过将合规管理纳入绩效考核，从制度、流程、激励等多维度构建全方位的消保内控管理体系，以坚实的“内在根基”支撑起消保工作的“提质增效”。

在“外修”层面，分行将目光投向更广阔的金融服务场景，积极探索金融知识普及与提振消费的融合路径。老门东特色金融服务中心将货币文化展与数字人民币体验相融合，让市民在沉浸式金融教育中近距离感受数字文化消费新场景；大光路养老金融中心整合政银企资源，将金融知识宣教融入老年人的日常生活，以安全放心的金融环境护航银发消费需求。两个中心各有侧重，在提升不同群体金融素养的同时，也为金融教育赋能消费信心培育提供了生动实践。

从社区到田间，从校园到医院，从老年到青年，北京银行南京分行正以一场场润物无声的消保宣教，将“金融为民”的初心书写在江苏大地上。此次“3·15”系列活动不仅是一次金融知识的集中普及，更是分行服务“五聚力五优化”大局、助力提振消费信心的生动注脚。未来，分行将继续坚持内外兼修、标本兼治，以更坚实的合规屏障守护百姓“钱袋子”，以更温暖的金融服务点亮城市“烟火气”，让清朗、安全的金融环境成为老百姓提振消费、安心消费的坚实底色。 京文

百余名老人被“抽奖返还”忽悠

消协助力全额退款25.2万元

以“酒厂品鉴会”为幌子，用“抽奖返还”作“诱饵”，百余名老人不慎落入消费陷阱。常州市金坛区消费者协会接到求助后，迅速联合警方介入调查、依法处置，仅用数日便为133户老年消费者全额追回购酒款25.2万元，以高效维权守护老年人的“钱袋子”。

通讯员 苏消保 扬子晚报/紫牛新闻记者 徐毓
图源 视觉中国

【案例评析】

“抽奖返还”套路深 利用消费者心理牟暴利

本案经营者向老年消费者销售酒品，消费者并不是直接花钱购买产品酒，而是先花钱买抽奖券，最后中奖获得产品酒。去掉中间抽奖、中奖环节，其实就是消费者花钱购买产品酒的消费行为。主办方在里面搞了一个噱头，承诺中奖后退款，利用了消费者的心理，大量销售酒品，获得暴利。

根据《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》(以下简称《消费者权益

保护法实施条例》)第十二条“经营者以商业宣传、产品推荐、实物展示或者通知、声明、店堂告示等方式提供商品或者服务，对商品或者服务的数量、质量、价格、售后服务、责任承担等作出承诺的，应当向购买商品或者接受服务的消费者履行其所承诺的内容”，本案例中，经营者在活动期间向消费者承诺中奖后退款，但在消费者中奖后未履行承诺。金坛区消协尧塘分会要求该销售团队

清退全体老年消费者购酒款，老年消费者退还产品酒，处置较为合理。

消协提醒消费者，一些经营者以赠送小礼品吸引消费者参加所谓的产品展销会时，应当谨慎理性，增强防范意识，不要贪图小便宜贸然参加。同时，不要轻信一些经营者口头承诺，一定要保留好消费凭证、发票等相关证据，如有条件，可以录下现场视频影像，一旦发生问题便于向有关部门反映。

【案情简介】

酒厂品鉴会藏陷阱 消协联合警方追回25.2万元

2025年4月，近百名老年人向常州市金坛区消费者协会求助，称此前在当地酒店参加“江苏某酒厂团购品鉴会”时，被经营者以抽奖返还模式欺骗，希望消协协助退款。消协尧塘分会接到投诉后高度重视，立即开展调查，并联合尧塘派出所共同处置。

经查，该销售团队于4月16日至19日租用酒店场地，以赠送小礼品的方式吸引老年人参与，先用当场中奖全额退款的方式骗取信任，随后集中大量售卖抽奖券后只发酒、不退款且失联。在警方协助下，相关人员被召回配合调查。4月25日，消协与

派出所联合开展清退工作，当天完成133户老年群众的购酒退款，共计清退25.2万元，得到群众认可。



【律师提醒】

商家给“馅饼”时要提防可能是陷阱

江苏传兴律师事务所丁冬霞律师认为，从法律性质看，经营者以“抽奖返还”为噱头，其本质仍是商品买卖。其承诺“中奖退款”却拒不履行，直接违反了《消费者权益保护法实施条例》第十二条关于经营者应当履行承诺的规定，构成违约。本案处置

亮点在于消协与公安的“行刑衔接”机制，高效为受害人挽回了损失。这也警示消费者，“商家给你馅饼的时候，可能其实是陷阱”，老年人需理性消费、按需消费，对先送礼后推销的模式应保持高度警惕，并注意留存证据以便维权。