



泰康人寿践行商业向善 助力绘就金融消保“同心圆”

日前,泰康人寿积极响应监管号召,全面启动2026年“3·15”金融消费者权益保护教育宣传活动。本次活动以“清朗金融网络,守护安心消费”为主题,将在全国范围内通过一系列扎实举措,切实守护消费者合法权益。



党建引领,全员落实,筑牢消保根基

泰康人寿坚持党建引领。公司党委高度重视消保工作,要求全体党员和员工强化政治担当,高管带头,全员落实教育,积极履行消费者教育主体责任,站稳金融教育为人民的立场。并强调各机构要提高站位,认真落实监管要求,高标准组织推进,确保教育宣传目标达成,用实际行动践行“金融为民”理念。

为民办实事,服务显温度,守护安心消费

今年是泰康成立三十周年,泰康始终践行“商业向善”的价值观,积极拥抱新寿险,推进高质量发展,助力长寿时代医养供给侧改革,将消费者权益保护贯穿于为客户提供的每一项实实在在的产品服务中,以人为本,以客户为中心,做“服务好”的企业,做大民生工程的核心骨干企业,造福于民。

本次“3·15”活动,泰康人寿将通过线上宣传与线下

活动,重点展示与推广一系列“为民办实事”的金融服务。

理赔服务加速度:持续推广“健保通”住院免押金、出院一站式理赔服务,以及重大突发事件的应急理赔机制,体现保险的保障价值与服务温度。

健康管理暖人心:介绍“泰康医生”在线健康咨询、“泰康绿通”重疾就医协助等服务,展现公司“保险+健康+养老”大健康生态的协同优势。

养老服务担责任:积极宣传在多地参与承办的长期护理保险服务,以及“溢彩千家”公益项目资助养老机构的成果,彰显企业社会责任。

同时,公司将在健康财富体验中心组织线下金融消保宣传的沙龙、讲座,持续加强对“一老一少一新”等特殊群体的关怀:针对老年人,将结合“柜面适老化‘三心’服务标准”,在活动中推广“泰生活APP关怀版”;面向青少年,计划开展“金融知识进校园”公益活动,助力提升青少年金融素养;活动也将关注来华外籍人士、残障人士等群体的金融服务需求,确

保金融教育的公平性与普惠性。

多元教育,精准触达,建设“清朗”空间

本次“3·15”活动期间,泰康人寿组织开展“精准提示进万家,金融风险防到家”风险提示全域达活动,即以物为媒介,组织分支机构联系合作商户、外卖公司、快递驿站,将金融消保风险提示嵌入高频接触的生活场景和日常物品中,达到“润物细无声”的效果。

泰康人寿健康财富规划师(HWP)团队,作为绩优销售队伍的代表,以实际行动诠释消费者权益保护的重要意义,本次“3·15”活动期间继续开展“HWP:我为消保代言”活动,在行业内树立起高品质服务的标杆形象。全国各地的HWP将继续深度参与到消保宣传和服务工作中,致力于让广大人民群众更便捷地享受高品质的金融服务,收获更多金融服务带来的实惠。

同时,公司将依托公司官方微信公众号、泰生活

APP、官方网站等线上自有平台矩阵,作为宣传教育的主战场,通过风险提示、长图文、短视频、金融知识问答等形式,宣传推广数字金融服务保障民生的成果成效,提醒提示防范金融网络乱象侵害。

2026年,泰康人寿将继续强化“适当性管理”体系的全面落地执行,确保将合适的产品销售给合适的客户。同时,深化代理人“诚信档案”与“服务标准”建设,将消保要求融入销售队伍的日常管理与考核,持续提升销售行为的规范性与透明度,构建与消费者之间长期、稳固的信任关系。泰康人寿将以每年“3·15”活动为契机,不断巩固和深化常态化金融教育宣传成果,将消费者权益保护理念深度融入公司治理、经营管理和企业文化的方方面面,广大消费者同心同行,共同绘制金融消保的“同心圆”,为提振金融消费信心、维护金融安全与稳定、服务人民美好生活贡献坚实力量。

扬文

定制木门“货不对板”终担责

消协支持诉讼,法院判决“退一赔三”

随着个性化家装需求不断增长,定制类家居产品逐渐走进千家万户。然而,定制产品“货不对板”引起的消费纠纷也时有发生。日前,扬州市宝应县消费者协会支持消费者诉讼,法院结合全案证据,判经销商“退一赔三”。

通讯员 苏消保
扬子晚报/紫牛新闻记者 路叶
图源 视觉中国



【案例评析】 依法判决“退一赔三” 弘扬诚信经营理念

经营者相对于消费者具有信息差距的优势,且负有查验进货来源、资质、品牌、标签标识及产品合格(包括等级、规格)等的法定义务,而本案经营者事先不审核把关、事中(交付货物时)不查验、事后亦不能证明无欺骗、误导消费者的故意,且消费者定制木门的厂家与实际提供产品的厂家地址不同,二者在交易价格、品牌影响力上有较大的差距。本案依法判决经营者“退一赔三”,打击了不诚信经营行为,弘扬了诚信经营的理念。

在实际案例中,往往难以直接证明经营者有故意欺诈的主观意图,需要通过其行为表现来推定。消费者主张受欺诈时,需提供初步证据,而经营者依照举证责任分配原则,需提供反证,证实已尽告知义务、不存在欺诈故意。本案中,法院审理认为,结合全案证据及事实,已经达到民事诉讼要求的高度盖然性证明标准。市场经济既是法治经济,也是信用经济。在此建议,经营者应加强合规经营意识,重视消费

者诉求,尊重和保障消费者合法权益,以品质和信誉赢得市场,诚信守法方可行稳致远。

【律师提醒】 定制类消费个性化明显 避免口头约定的举证难

江苏圣典(江宁)律师事务所合伙人陈露表示,定制类商品交易具有明显的个性化特征,消费者在签订合同时应格外注意产品品牌、型号、材质、规格以及交付标准等关键条款,并尽量在合同或订单中明确载明相关信息,避免口头约定带来的举证困难。同时,消费者应妥善保存订单合同、付款凭证、聊天记录及安装验收记录等证据,以便在发生争议时能够有效维护自身权益。

从法律角度看,根据《消费者权益保护法》相关规定,经营者在提供商品或服务时,不得实施欺诈行为。一旦经营者存在虚假宣传、以次充好或提供与约定不符产品等行为,消费者有权依法要求退货退款,并可主张相应赔偿。特别是在认定构成消费欺诈的情况下,法律明确规定经营者应承担“退一赔三”的责任,以强化对消费者权益的保护力度。

定制木门“货不对板”引争议 诉调对接消费者终获赔偿

2025年4月,消费者章女士向宝应县消协投诉:2024年12月她在当地某家具卖场订购8套木门,国补后价格为12536元,章女士付了定金10000元。2025年3月章女士收货安装后发现并非约定产品,要求退赔被拒。

接诉后,消协人员随即

展开调查。据调查,经销商通过中间人冯某订货,冯某并非品牌区域经理,事发后冯某失联;经销商称自身也受骗、属沟通失误,仅同意换货,章女士则认定属于欺诈,调解未果。宝应县消协一方面启动诉转案程序,当地市场监管局依据相关法律法规

对经销商进行了行政处罚。另一方面,章女士在消协的支持下,对经销商提起了诉讼。最终,法院结合全案证据,支持了章女士主张消费欺诈的认定,判决解除销售合同,责成经销商如数退还购门定金10000元,并按三倍标准赔偿37608元。

【案情简介】