

连日来，中国银行重庆市分行认真落实监管及总行关于“3.15”消费者权益保护宣传活动相关工作要求，各级机构共同发力，从“品牌端、媒体端、市场端”三个维度认真开展多渠道、多层次、多形式的金融知识宣传教育活动。

打造品牌端，让宣传更有温度。中行重庆市分行突出宣传教育特色化，推出金融知识“渝乐学”系列，结合市场热点，打造方言剧场、漫画剧场和互动剧场，以重庆方言、剧情互动的形式融入市民教育宣传；打造“消保妹妹”动漫形象品牌。发挥员工自创优势，让“消保妹妹”走进社区、企业、网红打卡地等，让宣传教育更生动更具吸引力；打造“迷糊先生明白账”系列。通过“迷糊与明白”的直观对比，用最通俗易懂的方式，讲好消费者权益保护相关案例。金融知识“渝乐学”以“刘爷爷差点要上当”的小故事，提示老年朋友警惕养老投资诈骗，“迷糊先生明白账”以房贷置换风险、出租银行卡等为风险提示内容。

做好媒体端，让宣传更有深度。中行重庆市分行加强与媒体的合作，积极营造教育宣传的活动氛围。在公众号上推出“金融为人民，消保我来说”宣传教育展播系列，辖属行各级员工积极投身金融知识的普及宣传。在主流媒体开展中国银行重庆市分行金融知识普及系列宣传，聚焦群众关心的贷款置换、账户管理、移动支付、理财投资等问题，特别针对新市民、老年、青年、创业务工等群体进行金融风险提示，扩大活动影响力，进一步彰显中国银行的社会责任担当。

深入市场端，让宣传更有广度。根据分行整体活动方案，开展“三个一”的现场活动宣传。辖属各行针对“一老一少一新”等重点群体，至少开展一次形式多样、具有特色的外出宣传活动，每个营业网点至少开展一次金融知识教育微沙龙活动，建有“1+2+N”或“1+5+N”普惠金融到村基地的分支行，至少针对性开展一次宣传活动。辖属各行积极行动，开展各类外出宣传活动。江北支行参与江北区3.15国际消费者权益日暨“放心消费在江北”宣传活动，北碚支行走进职业学院，合川支行走进普惠金融到村基地米坊村，渝中支行走进社区，两江分行走进协信星光天地商圈等，将金融知识普及工作向纵深推进，有效推动金融教育触达“最后一公里”。

走进群众心，让宣传更有效果。活泼可爱、辨识度高的金融知识宣传大使“消保妹妹”吸引群众纷纷打卡留念，简明实用的金融知识深入人心，群众也向宣传人员讲述了金融知识学习过程中的体会与感受。

“活到老、学到老！”王大爷在参加中行重庆渝中支行的“金融知识进社区”讲座后说，“社会在发展，电信诈骗的手段也在更新，我每年都会来听听银行的反诈骗讲座。”

“原来征信这么重要。”学生小李在参与中行重庆北碚支行“金融知识进校园”活

动时感叹道，“我自己也办理了国家助学贷款，以后一定要注意按时还款，珍爱个人征信”。

新市民赵大姐作为务工人员，在中行重庆江北支行的宣传活动中向宣传人员讲述，有一次收到诈骗短信让其转账，幸亏工作人员识别出圈套。“差点就上当了，所以还得多学金融知识。”

下一步，中国银行重庆市分行将持续聚焦重点人群、金融常识、热点问题，做实金融知识宣传教育工作，切实提高金融消费者自我保护能力，不断提升金融消费者的获得感、幸福感和安全感。(中行重庆市分行 供稿)