

2022年9月29日
星期四
责编/林玉蓉
美编/传明

数说

打造特色“消保港湾”
累计触达2500多人次

近年来,厦门建行依托“劳动者港湾”品牌,融入消保教育宣传,成立“爱心驿站 消保港湾”,开展一系列“港湾+消保”宣传活动,打造具有建行特色的“港湾+消保”教育宣传模式,让市民享受到更公平、更高效的金融服务。

自2021年以来,在厦门银保监局的指导下,厦门建行成立“i鹭金融宣传志愿联盟 厦门建行金融宣传志愿队”。长青路支行、湖滨北支行、文灶支行作为首批志愿队成员单位,通过“请进来+走出去”的方式,每月均开展消保“厅堂微沙龙”“移动消保港湾”志愿宣传活动。在此基础上,依托“劳动者港湾”品牌,分行将上述3个网点打造成特色“消保港湾”,整合劳动者港湾及消保教育宣传资源,增强网点服务社会、承担金融教育宣传功能的能力。“消保港湾”建成以来,累计开展消保教育宣传线下活动45场,参与志愿者超135人次,累计触达消费者2500多人次。



厦门建行员工走入海沧嵩屿街道整冠社区,开展金融知识宣传。

小贴士

玩一玩趣味游戏
学一学实用知识

“造福季-奋斗季-财富季”消保分会场活动在厦门建行如火如荼地开展。通过云工作室裂变海报,该活动在微信群、朋友圈广泛传播。同时,通过厦门地铁屏蔽门海报、公交车身广告、候车亭广告、社区电梯广告等渠道,让活动走进千家万户。趣味游戏、实用知识以及丰富的可兑换礼品,让市民了解消保、亲近消保、提升消保意识。



9月25日,厦门晚报小记者团打卡厦门建行长青路支行,开启金融知识探究之旅。

金秋融情万家
九月

2022
金融知识普及月

特别报道

如何让金融知识宣传普及更亲民、更具趣味性,让金融消费者愿意学、学得会、用得上?这是这些年厦门建行一直在摸索的。近年来,该行大力创新消费者权益保护教育宣传模式,搭建基于“VR(虚拟现实技术)、3D及AI(人工智能)技术”的数字化线上教育宣传展厅。在建行总行标准馆基础上,厦门建行积极建设分行特色馆。今年6月上线的厦门建行特色馆,用科技手段进一步为我市金融消费者教育宣传赋能。

文/记者 郭舒晨
通讯员 林慧琪
图/记者 刘东华



厦门建行创新推出多彩消保3D数字化展厅。

数字科技赋能
智慧消保启航

厦门建行创新推出多彩消保3D数字化展厅,提高教育宣传的质量和效果

受新冠疫情影响,近年来开展线下宣传活动的不确定因素增多。如何及时满足金融消费者日益增长的金融受教育需求呢?厦门建行多彩消保3D数字化展厅的推出,让消费者足不出户便能沉浸式逛展,获取自己需要的金融知识。

记者体验后发现,3D展厅应用裸眼3D技术,给人身临其境的逛展体验——运用VR技术,实现在展厅自由行走、360°任意观看的美好体验。同时,引入消保小游戏,极大提高互动性和可玩性,让消费者在玩中学、学中玩,进一步提高教育宣传的质量和效果。

在3D展厅里,消费者还可以看到人民银行厦门市中心支行“特区金融四十载”金融主题成就展、“消保闽南之声”,厦门银保监局“消保风

险提示”、主题宣传视频,厦门建行特色系列教育宣传视频、漫画展和“以案说险”等金融知识科普文章。

值得一提的是,基于流媒体融合图文、音视频、Flash动画等多种媒体形式,用户可享受即时传输影音的沉浸式逛展体验。

记者了解到,自上线以来,建行多彩消保3D数字化展厅累计用户访问量已突破30万人次。厦门建行创新的数字化宣传方式让金融知识飞入寻常百姓家,扩大了金融消保教育宣传的深度和广度。业内普遍认为,厦门建行多彩消保3D数字化展厅通过广泛的线上宣传,触达不同客群,极大地提高金融消保教育宣传的影响力,值得肯定。

链接 宣传普及金融知识 建行一直不遗余力

●关爱老人:今年以来,厦门建行开展了“舞动最美银龄”社区老年人健身操公益比赛、“共话幸福晚年”老年人讲消保故事比赛、“我眼中的温暖消保故事”老年人摄影比赛等一系列公益活动,关注银发族、残障人士等群体,让消费者权益保护理念深入人心。

●走进校园:厦门建行通过“金蜜蜂”宣传活动、校园知识讲座等多种方式,开展金融知识进校园活动。各网点员工走进幼儿园、中小学、大学校园,将反假币、反赌反诈、预防电信诈骗、

防范非法校园贷等消保知识送到学生手中。

●爱心助考:厦门建行立足“劳动者港湾”,以温馨举措服务中高考考生及家长,准备“助考爱心包”、开辟备考休息服务区、准备能量饮料、提供资料打印及复印服务,并将数字金融消保知识宣传融入助考活动中。

●创新宣传:近年来,厦门建行拍摄了一系列消保科普视频,比如《e鹭反诈金侦社》、“成语新说”反诈视频、《大榕树下》消保微电影等,让金融消费者看得懂、愿意学、用得上。