

# 消费者权益保护心得体会(通用8篇)

军训心得是我们在军事训练过程中总结出来的宝贵经验，对于个人的成长和发展具有重要意义。小编为大家整理了一些优秀的学习心得范文，供大家参考学习。

## 消费者权益保护心得体会篇一

周四，又是一年一度的“3.15”消费者权益保护纪念日，这几天，全国人民都在关注消费者的权益保护问题，央视也会一如既往的举办“3.15”晚会，曝光一些没有良心、没有公德心的企业和事件。经营者这两天也很注意，也在尽力避免自己被投诉，避免自己的商品上了工商局的黑名单。当然，各地工商局及工商行政管理人员、消费者协会工作人员这两天对消费者权益保护工作也很重视，也在加强市场检查力度，避免自己的辖区出现大的损害消费者合法权益事件，及时处理消费者的投诉，查处损害消费者合法权益，尤其是损害消费者合法权益的违法行为。

当然，每一位工商执法人员都知道，保护消费者合法权益是一项长期的工作，仅靠工商局单干很难做到。昨天和一位同事谈起此事，同事说：不知道消费者如何想。

在平时，除了工商局，有哪个单位会想到消费者？消费者投诉时，谁会看到他们？“3.15”到了，突然会冒出很多单位，他们都在抢着宣传自己在保护消费者权益上的职能，大有高过工商局之势。同事的话反映了当前我国保护消费者合法权益的一部分现状。消费者投诉时，除了想到工商局，恐怕想到的就剩下到法院提起诉讼了。《消费者权益保护法》提到的到“有关行政部门申诉”，除了工商局在不折不扣的落实，不知道还会有那个部门也在落实。

我也希望自己的认识是片面的，毕竟，处理消费者投诉的部

门越多，消费者的合法权益也会得到更大的保障。保护消费者合法权益是不是只能靠处理投诉来实现？如何才能更好地保护消费者合法权益？我想，处理消费者投诉，是一种被动行为。保护消费者合法权益，工商部门更应该主动。实际上，工商部门、工商行政执法人员只要切实履行法律法规赋予的市场监管和行政执法职责，就是对保护消费者合法权益做出的最大的贡献。

法律法规宣传、打击商标违法行为，打击市场违法行为、广告违法行为、打击无照经营违法行为等工作，有哪一项与保护消费者合法权益无关？经营者主体资格合法、市场经营行为合法有序，经营者与消费者消费纠纷会减少，消费者投诉事件也会减少。一旦遇到投诉，经营者与消费者达成和解、能够依法作出赔偿或者补偿，工商局的处理投诉工作量也会减少，消费者合法权益也会得到最大程度的保障。

如果各个负有保护消费者合法权益的部门都能依法履行职责，会是怎样的情况呢？

## 消费者权益保护心得体会篇二

为纪念20\_\_年“3.15”国际消费者权益日活动，扎鲁特旗消费者协会决定开展以“凝聚你我力量”，放心消费在扎旗，为主题的消费者维权系列宣传活动，保护消费者的合法权益，提升素质，理性消费，增强消费自身维权意识，以督促企业。

### 一、提升素质，理性消费。

指导思想贯彻落实党中央，国务院和通辽市党委，政府以及自治区市场监督管理局各项决策部署，坚持以人民为中心的发展思想积极倡导，围绕20\_\_年“凝聚你我力量”，消费维权为主题，大力宣传“守住安全底线，聚焦民主关切，服务发展大局”和抗击疫情的成效和经验，强化市场监督职能共同营造安全放心的消费环境和公平有序的营商环境进步推进“放心消费在扎鲁

特旗”创建活动,努力实现企业守法,行业自律,百姓放心,消费舒心的消费环境,助力全旗经济社会高质量发展。通过参加教育宣传活动,关注网络平台消费教育信息,及时了解消费政策,获取更多消费知识,养成科学,健康,绿色,理性,消费的良好习惯。

## 二、主动参与,依法维权。

我们呼吁广大消费者积极参加放心消费创建活动,谏言献策,坚决抵制假冒伪劣商品,发挥消费者在消费环境治理中的积极作用树立法律意识,学法,知法,守法,用法。把诚信经营理念贯穿网上交易全过程,提升服务水平,推动消费环境的持续改善。在这次活动中,联合旗内各媒体单位,以“网络+媒体”“线上为主,线下为辅”。在各大超市发放宣传单500余份,宣传小册1000余份,现场销毁不合格食品2吨;销毁西药、中成药、中药饮片、医疗器械等125个不合格药械,价值合计3.3万余元。切实保护广大消费者合法权益,服务扎鲁特旗经济发展大局,“凝聚你我力量”创建更加诚信,放心的消费环境。

## 消费者权益保护心得体会篇三

新修订的消保法针对近年来消费领域的热点问题作出了相应规定,加强了对消费者权益的保护。但是,法律的全面贯彻实施仍然存在一些问题,主要有以下四个方面:

(一)法律规定的一些内容还没有真正“落地”,比如消保法规定了耐用商品和装饰装修服务由经营者承担举证责任的制度经营者承担举证责任范围太窄、举证责任时限短等问题。

(二)一些新的消费领域缺乏有效规制,网络消费、服务领域和预付卡消费成为消费维权案件集中的新领域。

（三）消协组织的作用发挥不够。在实践中存在着登记管理不明确、编制经费不到位、履职能力不适应的情况。

（四）消费者维权渠道需要进一步理顺。

从检查的情况来看，消保法实施一年多来，对于改善市场环境，维护市场诚信，保障消费维权，拉动经济增长，起到了积极促进作用。但在贯彻实施中仍然存在着一些问题，尤其是近年来，我国电子商务发展迅猛，网络消费成为消费侵权案件的多发领域。据商务部反映，互联网领域侵犯消费者合法权益、制售假冒伪劣商品等违法犯罪行为十分突出，已经成为侵权假冒的重点环节。

一是质量不合格和假冒现象比较严重□xx年，质检总局开展了5类4种电子商务产品质量的国家监督抽查，合格率只有73.9%。据国家工商总局抽查□xx年的网购正品率只有58.7%。

二是投诉和案件增长迅速□xx年全国工商部门共受理网络购物投诉7.78万件，同比增长356.6%；在消协组织受理的xx年来，每年都会有一些品牌的产品因为各种原因发生问题，但在对待消费者方面各个企业却差异很大。有的比较冷漠百般狡辩，拖延处理。在座的都是消费者，我想大家都会有不同的体会。有的企业一再拖延，使事态一再扩大，最终引发全面的危机。也有的企业正视问题，积极表态，及时与消费者和消费者组织沟通，积极有效的推出合理解决措施，最终合理的化解了矛盾。之所以产生这种差异，关键在于理念不同，我们希望众多企业能够真正树立保护消费者的理念，时刻从消费者本位思考和处理问题，惟有如此才能在市场竞争的大潮中立于不败之地。

第二、健全消费维权机制，是提升企业品牌形象的重要渠道。

近年来，全国各地消协相继在企业推动建立了一批消协联络站，这些企业自愿接受消协组织领导，健全处理消费纠纷的

机制，妥善处理消费纠纷，在保护消费者权益方面做了积极的贡献。最近中消协召开了全国消协企业联络站工作会议，在这个会上大家交流了保护消费者权益的经验和体会，其中不少做法值得借鉴。比如说在企业内部建立消费维权专门机构，明确职责、定期培训、组织比赛、提升水平，制定有利于消费维权的制度、规则，推行质量担保、先行赔付，建立消费者维权保障基金，引进冷静期制度，实行无理由退换货，发生消费纠纷用买家申诉卖家举证的制度等。综合各个企业介绍，强化消费维权机制，是赢得消费者信任和支持的共同法宝。我们也希望今后能有更多企业在这方面作出更大的成绩，同时我也希望更多的家居企业在这方面不断创新，作出更大的成绩。

## 消费者权益保护心得体会篇四

（一）法律规定的一些内容还没有真正“落地”，比如消保法规定了消保法规定了耐用商品和装饰装修服务由经营者承担举证责任的制度经营者承担举证责任范围太窄、举证责任时限短等问题。

（二）一些新的消费领域缺乏有效规制，网络消费、服务领域和预付卡消费成为消费维权案件集中的新领域。

（三）消协组织的作用发挥不够。在实践中存在着登记管理不明确、编制经费不到位、履职能力不适应的情况。

（四）消费者维权渠道需要进一步理顺。

从检查的情况来看，消保法实施一年多来，对于改善市场环境，维护市场诚信，保障消费维权，拉动经济增长，起到了积极促进作用。但在贯彻实施中仍然存在着一些问题，尤其是近年来，我国电子商务发展迅猛，网络消费成为消费侵权案件的多发领域。据商务部反映，互联网领域侵犯消费者合法权益、制售假冒伪劣商品等违法犯罪行为十分突出，已经

成为侵权假冒的重点环节。

一是质量不合格和假冒现象比较严重□20xx年，质检总局开展了5类14种电子商务产品质量的国家监督抽查，合格率只有73.9%。据国家工商总局抽查□20xx年的网购正品率只有58.7%。

二是投诉和案件增长迅速□20xx年全国工商部门共受理网络购物投诉7.78万件，同比增长356.6%；在消协组织受理的20135件远程购物投诉中，网络购物占到了92.3%。根据最高法院提供的数字，北京市朝阳区法院自消保法施行以来，共受理消费者网购合同纠纷107件，同比增长3.7倍。针对这一问题，在完善以消保法为龙头的消费维权法律体系的基础上，应当加快电子商务的立法进程，完善电子商务监管体制，明确经营者、消费者的权利义务，规范落实电子商务平台和企业的主体责任。同时依法充分发挥消协组织的作用，并协调和理顺消费维权机制。

消费者权益保护工作永远在路上，消费者权益保护工作永远与全面深化改革和全面推进依法治国同行，检查组自此认真检查《中华人民共和国消费者权益保护法》实施情况，必将更全面的推动消费者权益保护法的贯彻实施，更好的保障消费者的合法权益。

## 消费者权益保护心得体会篇五

### （一）本行基本情况

我行自xx年x月x日经浙江省银监局批准开业，分行下设办公室、计划财务部、风险管理部、运营管理部四个管理部门，以及营业部、公司业务部、小企业部、个金业务部、国际业务部五个业务部门。先后开通了个人储蓄业务、个人贷款业务、个人中间业务、各类企业存款业务、结算业务、贷款业务、理财业务、基金业务、电子银行业务等普通业务，又开

办了以“年审工厂”、船舶抵押贷款、渔捷贷、无还本续贷等符合地方经济特色的创新业务。

## （二）组织机制及制度建设情况

从成立之始，我行就十分重视金融消费者权益保护工作，成立了以行长为组长，分管行长为副组长，各部门负责人为组员的金融消费者权益保护工作领导小组。建立健全了金融消费者权益保护的工作制度，梳理了金融消费者投诉处理工作流程，明确规定我行运营管理部在职责范围内负责分行客户投诉处理工作的跟踪、监督和考评，协调分行其他相关部门形成金融消费者保护的联动机制。我行在营业厅墙壁醒目位置公布了本行受理金融消费者投诉的专门机构、投诉方式、投诉处理流程等事项，并做到积极、妥善、快速处理金融消费者的投诉或者建议，及时告知金融消费者处理结果并接受金融消费者的监督。机构负责人是客户投诉处理工作的第一责任人，我行运营管理部运营管理岗和网点营业厅主任是服务投诉的管理人员，网点会计主管为指定的投诉处理人员、负责职责范围内的客户投诉处理工作。对客户投诉处理工作采取“统一管理、分级处理、专人负责、逐级上报”的管理模式，建立了以电话、网络、意见簿（箱）、上门、信件等形式的多种投诉渠道，对客户投诉的处理流程进行了明确规定，且应对不同渠道的投诉设定了处理实效，要求在规定时间内将客户投诉进行化解。

## （三）权益保护情况

把消费者权益保护工作前置渗透到各项具体的业务中，向金融消费者全面、完整提供有关金融产品或者服务的真实信息，制定了固定的风险提示和信息披露格式，对复杂产品、关键条款或者交易条件以通俗易懂的语言向消费者说明，进行充分的信息披露和必要的风险提示。对产品与服务的性质、主要风险、收费标准、金融产品表现情况以及其他影响产品预期收益的重要事实等的介绍说明负责做到全面、真实，不夸

大产品收益或者掩饰产品风险的信息，不作虚假宣传。

在客户购买金融产品、接受金融服务时，对客户购买的金融产品、接受的金融服务进行如实告知，让客户自主选择金融产品、金融服务，努力维护金融消费者的知情权和选择权。特别是随着我行业务品种的逐步齐全，在基金、理财等新业务的推广中，特别强调客户风险提示工作，践行保护金融消费者权益的职责。

金融消费者在接受我行的金融服务时，我行遵守为客户保密的原则，对atm机、网银系统、征信系统、账户管理系统、客户管理系统等系统采取了设置访问权限、增加身份识别功能等措施保护客户个人金融信息，办理司法查询时验看协查通知书、相关司法文书、留存查询人员身份证件等措施确保金融消费者的个人隐私及信息安全。建立了相应的内部控制制度及安全的信息系统保护金融消费者的财产不受侵害。

#### （四）开展宣传培训情况

我行积极响应监管分局、人民银行及上级分管行的号召，面向广大平普通消费者开展了“提升信用品质，普及金融知识万里行”活动，“普惠公众 诚信服务，切实保护金融消费者权益”，“弘扬枫桥经验、金融知识进万家”为主题的金融消费者权益保护日专题活动，“3.15消费者权益保护宣传周”活动，“5.13绍兴市金融消费者权益保护日”活动等形式多样的专题活动。每次专题活动期间，营业网点利用网点门楣led显示屏滚动播放宣传标语，营业大厅等宣传点摆放宣传展架，设立“金融消费者”咨询台，抽调业务上经验丰富、沟通能力强的业务骨干担任现场咨询员，负责接待相关咨询、投诉，充分发挥便民便利服务站的有利优势。在活动日期间，各设咨询台的网点重点围绕银行卡用卡安全、残损券零币兑换办法、假币防伪知识、电子银行使用技巧、银行免费及收费项目、理财产品、个人信贷业务等与消费者息息相关的金融知识，并结合本网点自身特点，开展形式多样的宣传活动，



向广大消费者发放资料，宣传介绍金融消费者权益保护常识，同时积极征求消费者对改进金融服务、提高服务质量的意见和建议，力求最大限度满足金融消费者的合理需求。

为加强员工的培训教育，做好保密承诺工作，年初制定培训教育计划。充分利用周三学习日的平台，多次组织员工有针对性地开展关于金融消费权益保护的培训，根据学习内容的多样性，采取统一集中学习和分散自学相结合的方式，培训之余并组织交流学习心得。

根据《指引》，结合我行的自身实际情况，虽制定了相关的制度文件，但在具体的实施过程中，也存在着一定的问题。

### （一）部分员工对金融消费权益保护存在认识上的不足

随着金融经济的不断发展，金融消费已然成为一项重要的消费活动，然而保护消费者的措施相对薄弱，导致了部分员工缺乏这方面的意识，在对金融消费者权益保护的重要性在认识上还存在很大不足。

### （二）相关制度还需进一步完善

由于我行目前开展的业务还是比较单一，相对应的系统也不够完善。随着日后业务的不断开展，金融产品及金融服务的不断创新，也会带了更多金融消费权益保护方面的问题。这必将使我行拓宽金融消费保护领域，加大金融消费权益保护的工作重点，规范新业务的操作流程，出台新的制度并完善原有的关于消费权益保护方面的制度。

### （三）金融业信息安全宣传不够到位

我行虽积极做好日常的金融知识宣传，却忽视了金融业信息安全的宣传。金融业信息化的快速发展，对信息技术的要求越来越高，对金融信息安全的保障难度也在不断加大，在平

时的工作中，我行对信息安全工作的指导还处于初级阶段，缺乏完整的认识。

提升全体员工的维权意识，引导客户强化风险意识，以进一步推动消费者权益保护工作的深入开展。

（一）强化金融消费权益保护意识，提高服务水平 进一步加强员工的教育培训，树立维护金融消费者权益的服务意识，提高服务水平。从自身价值与履行社会责任的角度，高度认识和关注金融消费权益保护问题，让消费者享受到优质的金融服务。

（二）进一步完善制度，切实保护金融消费者权益 把消费者权益保护工作落实到业务管理制度和业务流程中去，进一步完善各项内控制度，制定相应的考评制度，实现全员全方位的管理机制。结合各种消费者权益保护活动，认真组织各部门、各岗位、各类人员中开展个人金融信息保护专项自查。自查重点包括遵守法律、法规、规章和规范性文件的规定，依法合规收集、保存、使用和对外提供个人金融信息等方面。通过自查，使全行内部权限管理规范，责任落实明确，有效降低个人金融信息被盗的风险，确保个人金融信息不泄露、不滥用。

（三）加大宣传力度，提高公众维权意识

把金融消费教育贯穿于金融消费者的日常金融活动中，加大对社会公众的金融宣传力度，提升全体公民的整体金融水平，提高金融消费者的金融知识和风险防范意识，增强金融消费者的保护能力。

## 消费者权益保护心得体会篇六

新《消费者权益保护法》目前的重点难点问题从消费者个人信息保护问题，非现场购物七日无理由退货问题，医疗、教

育行业是否应该纳入消费者权益保护范围，预付款消费问题，四个方面分别加以论述。

### （一）消费者个人信息保护问题

新《消费者权益保护法》第29条规定，“经营者收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经消费者同意。经营者收集、使用消费者个人信息，应当公开其收集、使用规则，不得违反法律、法规的规定和双方的约定收集、使用信息。”新消法首次将个人信息保护作为消费者权益确认下来，对于保护消费者权益具有积极的意义。

但是在具体实施过程中，由于没有配套的法规和措施的出台，面临防范难、举证难、索赔难等问题，消费者在行使权力过程中面临举证困难等情况。在目前阶段，新消法对于消费者保护个人信息的帮助仍十分有限。消费者最实际有效的做法就是可以拒绝商业信息的推送，在一定程度上缓解商业性信息或其他垃圾信息所带来的烦恼。管理部门需要尽快从制度、法律、措施、企业责任、消费者自我防范等多方面予以解决。

### （二）非现场购物七日无理由退货问题

新《消费者权益保护法》第29条规定，经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由（部分商品除外）。但在实际实施中出现了一系列问题：对不适用“无理由退货”的商品标注不明显；购物过程中缺乏“一对一”的确认程序；退货标准过于严苛，导致退换货投诉增多；无理由退货是否等同于无条件退货；商品是否完好如何界定；由谁来界定；所谓七日起始终止日该如何计算等等，管理部门需要对此进一步完善，让广大消费者真正在“非现场购物七日无理由退货”上受益。

### （三）医疗、教育行业是否应该纳入消费者权益保护范围

医疗行业消费问题主要是过度检查治疗费、医院药品价格高于普通药房、专科医院收费普遍高于综合医院；而教育行业消费问题主要集中在学习资料收费、节假日补课费和搭车收费泛滥上。对于医疗、教育行业是否纳入消费者权益保护范围的问题，《消费者权益保护法》明确规定，消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务，其权益受“消法”保护。对于医院的患者而言，不仅仅是医生的治疗对象，也是消费主体即消费者，接受医疗服务的行为显然是消费行为。对于在校学生，同样缴纳学杂费和书本费，也是一种消费行为。尽管医疗和教育服务相对于一般的商品买卖确有其特殊性，但就其服务性而言，医疗、教育服务应当属于消法的调整范围。医疗、教育行业在国家社会保障体系中具有特殊位置和公益色彩，但是不能以公益属性掩饰其本质上的服务属性。接受服务就是广义上的消费行为。因此，医疗、教育行业可以纳入消费者权益保护范围内。但是需要一定的明文规定，哪些消费在消费者权益保护范围内，哪些不在范围内。

### （四）预付款消费问题

近年来，在美容美发、洗浴、健身、洗车、网吧、餐饮等行业以及一些大型的商场、超市盛行预付款式消费。通过给消费者办一张会员卡，再预先往卡里充入数百甚至数千元现金，在消费结帐时直接通过刷卡就行了。通过办卡既稳定了客源，同时因其能减少支付现金的麻烦、价格优惠、方便快捷等优点，也受到了消费者青睐。

但是，随着这种消费模式的盛行，也出现了一系列的问题。

#### 1、商家的诚信问题。

一部分商家一旦通过发放“会员卡”取得了固定客源后，就会存在服务打折的现象，造成消费者的不满。

## 2、霸王条款屡见不鲜。

在许多预付式消费卡上，让消费者防不胜防的“最终解释权属本店”、“此卡丢失，本店概不负责”、“有效期满卡内余额一律作废”等格式条款屡见不鲜。

## 3、消费者的隐私权难以得到保障。

电话、住址等个人信息常常被泄露，给自己的生活带来了不必要的麻烦。四是消费者维权比较困难。有的消费者在购卡后发现商家没有兑现之前许诺的服务，给后期维权工作带来了困难。

对此解决预付款式消费问题的对策，一是完善法律法规。建议国家出台专门的法律法规或部门规章，明确监管部门和监管职能，出现纠纷时有相应的监管部门可以有法可依。二是把好准入关，加强预付式消费的行业规范。工商部门要严格市场准入，积极推行预付式消费合同示范文本，防止以不平等格式条款损害消费者利益。三是强化消费引导，增强消费者自我保护意识。通过报刊、电视、网络等媒体发布消费警示。消费者在预付款时，首先要了解清楚商家的市场信誉和经营状况；其次要认真阅读会员细则，详细了解自己的权利和义务，不要被经营者的各种促销优惠所迷惑；最后办卡时要理性冷静，签订书面协议，对双方权利、义务、履约时间及违约责任等进行详细约定。

## 消费者权益保护心得体会篇七

为了全面提升公司品牌形象，进一步加强消费者权益保护工作，认真做好20\_\_年3·15国际消费者权益日宣传活动，按照分公司、漯河市保险行业协会《关于开展20\_\_年“3·15国际消费者权益日”宣传活动的通知》要求，我公司进行了周密的安排布署，紧紧围绕“保险、让生活更美好”的活动主题，以“简约、高效、专业、价值”为天安客服品牌，以客户反

映、社会关注的问题为重点，开展了一系列形式多样、行之有效的宣传活动，现将活动开展情况汇报如下：

## 一、精心策划、周密部署。

(1) 为了切实保护消费者的合法权益，进一步提高服务质量，努力营造公司放心、客户满意的消费环境，我中支从今年元月初就将20\_\_年“3·15”宣传活动安排纳入公司上半年工作重点之一，广泛宣传，为活动提供了有力的组织保障和意识保障，为活动的顺利开展夯实了基础。

(2) 全面发动，认真做好“3·15”宣传月活动。按照分公司、市行业协会通知精神，我公司将整个宣传活动分为三个阶段，本站站第一阶段动员宣传，营造活动氛围。第二阶段各部门落实具体工作，倡导“优秀团队、优秀服务、优秀品质”的“三优”服务，设立总经理接待日以及宣传报导“3·15”期间的申诉受理。第三阶段做好宣传活动的总结工作。由于措施得力，安排详实，宣传活动取得圆满成功。

## 二、活动内容丰富多彩，特色活动异彩纷呈。

3·15活动期间开展“领导接待日”活动，由公司领导负责亲自接待客户以展示公司维护消费者权益的信心和决心。

三、深入开展“客户至上、诚信为本；严守时效、品质优先；关爱客户、贴心理赔；沟通便捷、彰显个性、专业服务”的宣传教育活动。

## 四、\_\_\_\_\_统一宣传展板、海报，展示公司的良好形象；

五、认真做好客户的投诉、受理、调处工作。3·15期间是消费者投诉较集中的时间，为认真做好消费者的投诉受理工作，我公司在3月15日和3月15日安排专人进行值班，随时接受客户的投诉、咨询，并做到快速反应，快速处理。

## 六、认真总结、完善服务。

在今后的工作中，我们将继续在总、分公司以及行业协会的正确领导和支持下，进一步建立健全服务体系，大力开展消费维权法律法规的宣传，密切关注消费维权方面的热点、难点问题，不断拓展消费维权服务领域，努力践行“守信用、担风险、重服务、合规范”的行业核心价值理念，展示我公司“规范经营、提升服务”的信心和决心，努力促进我公司在维护客户权益保护工作方面再上新台阶。

## 消费者权益保护心得体会篇八

对普通消费者来说，每年“3.15”就像乡下的赶集日一样热闹非凡。我常常抱着看客的心态，猜测着哪家无良厂商又将被媒体曝光。

2015年11月4日国务院国办发[2015] 81号文件发布，明确了加强金融消费者权益保护工作的目标，这意味着金融消费者的保护力度将逐渐加强。责任意识告诉我，作为银行从业人员，我们即将走上为广大金融消费者积极维权的道路。

金融消费者属于消费者范畴，他们是购买金融产品或接受金融服务的消费者。为什么要把金融消费者单列出来成为“保护动物”呢？随着市场经济的发展，老百姓的“钱袋子”越来越鼓，丰衣足食后，百姓选择把钱存放在金融机构或购买金融产品。于是，金融机构无形中便成了老百姓“钱袋子”的守护神。而随着金融市场改革发展不断深化，金融产品与服务日趋丰富，银行理财产品、信托产品等新型商品较之储蓄、保险、股票等传统金融商品而言，在结构上更为复杂、风险更大，因而围绕着银行服务收费、理财费纠纷不断攀升。数不胜数的“钱存银行却不翼而飞”等案例表明金融消费者受害问题日益突显，金融消费者的“钱袋子”越来越不安全了。

因此，维护金融消费者权益问题日渐凸显，金融消费者权益

保护的问题变得越来越刻不容缓。假如日益爆发的金融消费者权益受损事件未能得到及时解决，将会影响银行在广大金融消费者心中的公信力。金融消费者合法权益，主要包括八大权益，即财产安全权、知情权、自主选择权、公平交易权、依法求偿权、受教育权、受尊重权和信息安全权。

由于信息不对称、认知偏差、外部效应等原因，加上金融消费者权益保护意识不强，金融消费者难以依靠自身的力量来维护其合法权益，保护金融消费者权益的社会责任自然而然落在了金融机构一方。作为金融机构的邮储银行，应义不容辞地主动担起保护金融消费者权益的重担。我个人认为，对于金融消费者的权利保护，事前预防是重中之重。只有不断增强工作责任心，最终才能达到切实保护消费者合法权益的目的。在日常工作中，坚持“预防为先教育为重、依法维权、协调处置”的原则，在营销过程、服务质量、内控管理上进行优化，保证每位银行员工深刻理解、充分认识消费者权利保护工作的重要性，从而提升邮储银行在公众心目中的地位和形象。对银行来说，广大的金融消费行之有效的办法就是金融机构采取主动出击的方式，广泛而持续地开展金融知识普及活动，并建立长效机制，从而提高金融消费者正确识别风险、自我保护的意识和能力，增强公众对金融体系的信心。其实在国务院还未加强金融消费者权益保护工作指导意见之前，邮储银行就已经通过开展各种金融知识普及活动，逐渐形成了金融知识普及长效机制。今年以来，我行开展了形式多样的金融消费者主题宣传活动，包括“3.15”金融消费者权益日、“金融知识进万家”、“金融知识普及月”、“普及金融知识万里行”网点阵地宣传、进社区等多种方式为广大金融消费者提供实用性强的金融知识。通过多渠道的积极宣传，加大了宣传教育的渗透率和金融消费者参与度，提升了金融消费者的自我保护意识和金融素养。

一方面，我行加大了营业网点的宣传引导力度。在辖内营业网点，我行设立了贷款业务咨询台、服务窗口、服务热线、意见箱等，及时为金融消费者答疑解惑。另一方面，我行积极



开展现场宣传。通过在集市设立宣传点、设立宣传栏、挂贴横幅标语、发放宣传资料等方式广泛宣传金融知识。我行还因地制宜,制定了契合广大农村的金融知识宣传方案。抓住农闲时,组织宣传员走村进户、深入农家院坝、田间地头讲解宣传存贷款、银行卡、网上银行、投资理财以及预防假币、抵制非法集资等金融知识。在金融知识宣传活动中,我行通过细分服务受众人群,提高宣传服务实效。宣传服务活动针对不同对象确立了不同的宣传重点。根据年龄和知识结构的不同细分受众人群,做到因材施教,提高服务效果。对大中专学生重点宣传创业贷款、银行卡、防范金融诈骗等知识;对小学生进行基础性金融知识趣味讲解;对老年人群重点宣传打击非法集资、防范金融诈骗;对青年人群重点宣传金融理财、贷款知识。同时,行还结合当前社会关注的“热点”问题,循序渐进地介绍邮储银行的新业务、新产品。在活动中,重点传、推广本行提供的'便捷、多样化的金融服务、创新产品。在此基础上,向对金融服务达到一定认知程度的消费群体介绍收费政策,包括账户管理费的收取以及免收费、低收费政策,引导客户理性选择银行服务,强化风险意识,规范零售业务的宣传与销售。

在金融服务过程中,我们不仅要采取主动走出去的方针,加大金融服务宣传力度,还要通过建立金融消费者投诉机制,主动迎接金融消费者走进来,解除金融消费者的后顾之忧。营业网点作为金融消费者的直接接触者,是金融消费者权益保护的前沿阵地。我行建立了金融消费者员,负责职责范围内的客户投诉处理工作。对客户投诉处理工作采取“统一管理、分级处理、专人负责、逐级上报”的管理模式,及时维护金融消费者的正当诉求。其实,无论社会环境如何复杂,也不管金融知识如何变化,只要我们以不断提升服务为经营宗旨,就能做到想客户之所想,急客户之所急,以无形的优质服务帮助金融消费者守护“钱袋子”的安全。有了金融机构的倾情守护,过上好日子的金融消费者再也不用担心自己的“钱袋子”不翼而飞了。相反,金融消费者将回报金融机构一份信赖。最终,双方会共同奏响和谐社会的美丽乐章。