

2023年银行消费者权益保护权益工作总结 银行消费者权益总结(实用8篇)

总结的选材不能求全贪多、主次不分，要根据实际情况和总结的目的，把那些既能显示本单位、本地区特点，又有一定普遍性的材料作为重点选用，写得详细、具体。总结怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编带来的优秀总结范文，希望大家能够喜欢！

银行消费者权益保护权益工作总结 银行消费者权益总结 篇一

总结是把一定阶段内的有关情况分析研究，做出有指导性的经验方法以及结论的书面材料，它可以促使我们思考，为此我们要写一份总结。那么我们该怎么去写总结呢？以下是小编收集整理银行消费者权益日工作总结，欢迎大家分享。

借助“3.15国际消费者权益日”活动，开展以维护保险消费者权益为主的宣传教育活动，帮助保险消费者理解自身的各项法定权利和义务，告知维权的各种正当渠道和方式，引导保险消费者更加合理的维护自身的合法权益，营造稳定和谐的金融环境。

(一)以“新消法”为准，大力宣传安全权、知悉权、选择权、公平交易权、索赔权、受教育权等消费者合法权益。在公司内网，通过发布新消法，传达最新消防知识，促使每一位员工掌握并遵守新消法的相关知识；通过悬挂条幅及电子屏滚动及时播放本次宣传口号，让广大市民及时了解本次宣传活动的主题及途径；在3.15宣传日活动日上，通过展板、发放宣传折页等资料，向广大市民讲解如何通过正当渠道，如投诉电话，第三方(监管部门、行业协会、消费者、仲裁机构、法院等)投诉受理渠道及报警途径，进一步维护及明确自身的合法权益和义务。

(二)深入开展各项专项整治活动。开展“销售误导”和“理赔难”专项整治，着力解决服务群众“最后一公里”的问题。加强对营销人员和出单人员的销售话语培训，严格落实客户回访制度，不断地提高销售人员的职业道德和职业素养。深入基层一线，主动听取乡村干部、协保员和承保农户的意见。在承保、理赔环节设立意见箱，继续发挥理赔监督服务卡的作用，多渠道的听取客户意见。

这次保险宣传咨询活动通过保险各环节人员现场面对面接待消费者咨询和投诉，让广大消费者明明白白消费保险产品。锡盟人保财险咨询现场搭起车险、非车险、电销咨询台三个，竖起纠纷调解、仲裁规则、电销保险等展板5块，摆放“致广大消费者的一封信”以及和谐家园、商业车险等各类财产保险产品和索赔须知、理赔流程等宣传单20000多份，悬挂“畅通维权渠道，保护金融消费者合法权益”等大型横幅1条，提供了接受保险咨询的良好环境。前来咨询的人员络绎不绝、人头攒动，有的咨询和谐家园、电销等产品怎么保，有的咨询出险怎么索赔，还有的对我司快速理赔已收到理赔款前来表示感谢，大家均给了系统化、专业化的回答。同时，我们创新咨询方式，变被动咨询为主动接受咨询，派出两个小分队，深入其他展区流动发放保险宣传单，回答消费者咨询，进一步扩大化了保险咨询范围。短短1小时，共接受各类咨询100多人，发放各类宣传单150多份，取得了较好的宣传效果，得到了消费者的好评。

银行消费者权益保护权益工作总结 银行消费者权益总结 篇二

我行卢湾打浦路支行、徐汇大木桥路支行、浦东联洋支行、分行营业部大众客户服务团队、南京西路支行作为五家重点网点，参与全市百家网点设摊宣传活动。各活动单位在收到相关通知后非常重视，按照活动要求第一时间组织、安排工作人员，准备齐全各种宣传资料。

3月15日上午9:30-11:30，我行五家重点网点选择网点门口或者人流量更集中地露天广场，设立了户外“金融知识普及宣传台”，树立“和谐金融、诚信服务”的易拉宝宣传板，同时摆放了涉及电讯诈骗风险防范、银行卡、理财产品等多方面的宣传资料，向过往群众进行现场知识辅导，解答客户疑问，接受客户投诉和建议。

活动现场除了“防范金融风险”、“银行卡”、“个人理财”金融知识折页，各网点还准备了防范电信诈骗知识折页、卡片、宣传海报，货币反假知识宣传手册，防范非法集资宣传折页等。卢湾斜土路支行、徐汇大木桥路支行等网点周边是居民区，中老年居民居多，且为网点的主要客户群。鉴于许多中老年客户对各种诈骗分子的作案手法不太警觉，同时又对各种产品的概念模糊，所以在具体介绍宣传内容时，我行员工着重介绍了宣传折页里的内容外，还提醒客户仔细阅读、平时多注意了解相关知识。分行营业部、静安南京西路支行和浦东连阳支行因地处闹市，均选择了人流量较大的商区或网点周边，接受过往客户的现场咨询和解答，效果显著。个别顾客拿出自己收到的不明诈骗短信询问，我行员工立即提示客户坚决不能相信，不能转账到所谓“安全帐户”，提示之余更为其准备宣传资料以供学习了解，并提示客户要在日常生活中多学习多了解多多防范。

我行全辖近百家网点也同样通过走马灯、宣传单页和网点宣传点的设立，向客户进行金融风险防范、账户安全、货币反假等知识的宣传。南汇等部分支行更是结合“三进”活动，通过走进居民社区、商圈、小微企业，向广大群众客户宣传现代金融知识，普及金融产品、服务、法律，运用生动的案例，讲解等形式加强居民反电信诈骗等犯罪的警惕性。生动鲜活的案例讲解、精美有益的宣传单页发放都让客户在活动现场深深感受到了我行工作人员的服务热情，拉近与消费者之间的关系，巩固我行百年品牌。

经过一天的活动宣传，我行共向客户发放“个人理

财”、“金融风险防范”、“银行卡”以及我行反假币、防诈骗等宣传资料共计1.5万余份、接待客户人次超5000人次，收集服务满意度调研问卷800余份，并且将生活必备的金融知识、金融技能以浅显易懂的方式传授给消费者，全面展现了中国银行竭诚为客户服务的形象，受到广大客户的一致好评。

后续，我行将贯彻长效机制，持续加强此方面的相关知识普及，不断提高我行服务水平和质量，真正使我行业务、服务更贴近客户、符合客户需求，以实际行动为**国际金融中心的建设、和谐金融消费环境的构建贡献力量！

银行消费者保护权益工作总结 银行消费者权益总结 篇三

敬的各位领导、评委：大家下午好！

如果仅仅作为普通的消费者，我想能让在座的各位一下子就想起头顶国徽、肩戴红盾的工商执法人员，肯定是每年的“3.15”消费者权益保护日了。是的，“3.15”每年只有一天，但是对于今天的老百姓来说，任何关于消费方面的投诉都会得到及时答复，任何关于消费方面的疑问都有人给你解释，因为群众的身后，站着一支依法执政的队伍，站着一支让百姓天天过“3.15”的工商队伍！今天，就让我以《严执法、怀深情，要为“红盾”添光彩》为题，讲一讲我们xx县的工商人。

近几年来，随着城市化进程的加快，我们xx县的房地产开发热火朝天，建筑市场十分活跃，但在一片欣欣向荣的城市建设景象中，却出现了不和谐的音符。建筑队伍鱼龙混杂，各种无资质、无证照的设计，施工队伍掺杂其间，兴风作浪，获取暴利，直接导致了房产消费纠纷的增加，消费者合法权益受到严重损害，建筑市场公平竞争的环境遭到破坏。房子可是百姓化钱最多的大件商品啊，面对这种情况□xx工商局的

一班人坐不住了，“明知山有虎，偏向虎山行”。

局经检大队派出精兵强将，排除重重阻力，通过艰苦的调查取证工作，去年11月份至今已成功查处了x起涉案金额在x万元以上无照施工、无照设计的大要案，罚款150余万元，这下，如同捅了马蜂窝，非法的建筑商和包工头乱了。有的包工头千方百计给执法人员送礼、请吃，都被一一挡了回去。软的不行来硬的，有人扬言要出50万元买大队长徐金华的命，徐大队长知道后正气凛然，毫不屈服，我就一家三口，你们啥时候来我都等着，想要我徇私枉法，门儿都没有！也有不服处罚向法院起诉的，但经法院一审、二审，工商局案件事实清楚，证据确凿，程序完备，定性准确，处罚恰当，判定工商局胜诉。迫于法律的威严和执法者的气势，案件当事人最后都乖乖地接受了处罚。xx县的建筑市场秩序得到了有力的规范。

都说法不容情，可是服务型的工商队伍却是怀着对百姓的一腔深情！今年上半年，在一次无照经营整治活动中，xx工商执法人员查到了一家无证经营的钢材店，而且所销售的钢材存在质量问题。当执法人员准备查扣那些劣质钢材时遭到店主的强烈抗拒、谩骂，围观群众也跟着起哄，说“工商干部不给下岗职工活路，要把他们逼上绝路”。

原来经营这家钢材店的是一对下岗夫妻，虽然依法查扣并没有错，但执法人员立即停止了查扣，而是责令店主停止销售，并和店主一起抽检钢材送到有关部门检验。得知商品确实存在质量问题时，当事人一下子瘫软了，连连责怪自己和老婆不该匆忙开店，这下血本无归，全完了！执法人员见时机成熟，就及时向他宣传了国家的法律法规，并为他提供了一些正规厂商的地址，同时及时帮他和送货地的工商部门取得联系，找到那家经销商退回了劣质钢材，拿回了成本。事情到此本可以结束了，但为了表示对下岗职工自谋出路的支持，工商部门为他们办好了执照，并为他们送照上门。

当这对下岗职工用颤抖的手接过执照时，感动得要跪在工商干部面前，说：“如果上次你们硬要没收我的货，我就真的倾家荡产，没法活了！是你们让我有了再创业的信心，我一定要向下岗工人宣传你们”。精诚所至，金石为开，从此，这位曾经要和工商干部拼命的下岗职工真的成了工商部门的义务宣传员，在他的动员下，许多无照经营者主动补办了执照。

类似的事情还有很多□xx工商人手中握着公平剑，心中装着老百姓，用他们所特有的“公心、诚心、爱心”，大力营造公平竞争的经济环境，全力推动县域经济健康发展。就让我以消费者的名义向所有的工商干部道声谢谢吧，让我们向工商执法队伍致以深深的敬意！

银行消费者保护权益工作总结 银行消费者权益总结 篇四

今天我演讲的主题是“知法、懂法，遵法”。

今天是“3·15”消费者权益日，主题是“消费与服务”。1983年，为了扩大消费者权益保护的宣传，使之在世界范围内得到广泛重视，促进各个国家、地区消费者组织的合作与交往，更好地开展保护消费者权益工作，国际消费者联盟组织确定每年3月15日为“国际消费者权益日”。

1991年3月15日，中央电视台经济部的编导们在激情和探索欲的鼓动下推出现场直播“‘3.15’国际消费者权益日消费者之友”专题晚会。首届“3.15晚会”虽然曝光力度还不够大，形式也并不完善，但为消费者正确维护自身权益起到很好的启蒙作用，消费者们的维权意识被唤醒了。

古代中国是“人治”社会，人们的法律意识特别是维权意识很淡薄，梁启超说：“我国成文法之起源不可确指，然以数千年之思想往往视法律与命令同为一物。”没人喜欢命令，

然而随着社会的发展和进步，法律却让人拥护，它给社会发展提供了一定的秩序和保障，但同时更要求人们首先能自我约束，就像西方某位著名思想家曾说的那样，“你首先得约束你自己，然后才能获得更大的自由”“一个人”生活在“人们”中，而“人们”不会让“一个人”为所欲为，所以必得加以约束，剔除为“人们”所不能容忍的行为，思想才能自由地穿梭其中做一切想做的事。

柏拉图认为，对于有意志的公民来讲，法律的统治并不具有强迫性，而是体现了国家的良善愿望。“如果法律能完全导致至善或至少是能部分地达到这样的目的，这些法律我们都应该执行。”而由上面“3·15”晚会的事实也可以看出，我国法律体现了国家“让人民当家做主”的良善愿望。

作为有意志、有思想、追求自由和民主的青年公民，我们是需要维权，但同时也必须知法、懂法、守法，才能遵照法律维护自己的权益。

我的演讲完了，谢谢大家！

银行消费者保护权益工作总结 银行消费者权益总结 篇五

- 1、诚信经营，守法经营，是企业的社会责任。
- 2、科学消费从小抓起，依法维权从我做起。
- 4、普及和提高消费者自我保护意识和能力，引导消费者科学、合理、文明消费。
- 5、加强宣传引导，提振消费信心。
- 6、放心消费，诚信先行，依法维权。

- 7、倡导诚实守信，共铸消费和谐。
- 8、宣传消费政策，提振消费信心，促进消费需求。
- 9、保护消费者的合法权益，是全社会的共同责任。
- 10、建立消费者权益保护机制，推动全市消费维权工作。
- 11、维护消费者权益，构建社会主义和谐社会。
- 12、优化农村市场环境，促进农村消费需求。
- 14、倡导诚信兴商，改善消费环境。
- 15、关注消费安全，维护社会稳定，推动社会进步。
- 16、共筑安全公平的消费环境，树立消费信心。
- 17、维护农村消费者权益，促进农村经济发展。
- 18、有效化解消费纠纷，努力构建和谐社会。
- 19、改善农村消费环境，维护农民合法权益。
- 20、科学合理消费，促进经济发展。
- 21、关注民生，关注热点，调解纠纷，排忧解难。
- 22、诚实守信经营，改善消费环境。
- 23、消费环境，与年龄日益成熟;权益保护，与法制建设同步。
- 24、打造金融品牌，提升行业文明，服务百姓民生。
- 25、改善消费环境，促进经济社会又好又快发展。

- 26、倡导诚信兴商、促进社会公平公正。
- 27、依法维护自身合法权益，共同营造良好消费环境。
- 28、加大市场监管力度，严厉打击侵害消费者权益行为。
- 29、营造安全的消费环境，提供安全的商品和服务。
- 30、提振消费信心，促进经济发展。
- 31、依法保护消费者合法权益，促进社会和谐进步。
- 32、确保消费者在消费过程中，人身权和财产权不受到损害。
- 33、全社会应共同努力，做好消费维权工作。
- 34、爸爸妈妈请放心，消费维权我能行。
- 35、学习消费知识，科学合理文明消费。
- 36、诚信守法经营，优化消费环境。
- 37、诚信为本，质量为金，文明消费。
- 38、倡导诚实守信共铸消费和谐。
- 39、关注民生，为广大消费者服务。
- 40、做好消费指导工作，增强消费者维权能力。
- 41、绿色健康消费，共建和谐生活。
- 42、搞好消费教育，提高消费素质。
- 43、营造和谐消费环境，促进经济又好又快发展。

- 44、化农村市场环境，促进农村消费需求。
- 45、加强市场监管，营造放心消费环境。
- 46、敢于善于维权，坚决打击不法经营行为。
- 47、要适应形势发展的要求，树立先进的消费观念和消费方式。
- 48、以人为本，切实保护好广大消费者合法权益。
- 49、梦寻青春校园，心泊维权驿站。
- 50、消费安全进校园，中小学生学习维权。
- 51、人生青春无价，消费维权有约。
- 52、保护消费者合法权益，是全社会的共同责任。
- 53、加大消费维权、营造公平消费环境。
- 54、优化农村市场环境，促进农村消费需求，科学文明健康消费。
- 56、营造安全和谐消费环境，促进经济又好又快发展。
- 57、健全消费纠纷和解机制，共创和谐消费放心环境。
- 58、改善消费环境，促进社会发展。
- 59、指导消费者合理消费，促进市场繁荣发展。
- 60、发动全社会，共同维护消费者合法权益。
- 61、保护金融消费者权益，营造公平交易环境。

- 62、打击假冒伪劣，增强消费信心。
- 63、提升消费者的消费信心，促进经济社会的发展。
- 64、创新消费指导模式，提升消费生活品质。
- 65、加大市场监管力度，为消费者排忧解难。
- 66、加强社会监督，增强维权意识。
- 67、发挥舆论监督作用，促进消费维权工作。
- 68、积极关注民生，切实维护消费者权益。
- 69、消费者购物只有索要信誉卡，才能更好的维护自身的合法权益。
- 70、构建和谐消费环境促进经济平稳较快发展。

银行消费者保护权益工作总结 银行消费者权益总结 篇六

(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。

二是投诉和案件增长迅速。20__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。

银行消费者保护权益工作总结 银行消费者权益总结 篇七

一、高度重视、统一部署我行结合人行和工总行要求及时制定并下发了《关于组织开展“3.15”金融消费者主题宣传教育活动的通知》和活动方案，明确指导思想，以“畅通维权渠道，保护金融消费者合法权益”为主题，组织开展形式多样的“3.15金融消费者权益日”主题宣传活动。

我行消费者权益保护办公室及时将消费者权益保护相关知识通过金融服务园地转发全行。组织全行干部员工学习《新消费者权益保护法》，了解“新消法”首修背景、新亮点以及赋予消费者的基本权利；学习《消费者金融知识宣教手册》(20xx年版)，掌握金融服务基本知识、投诉维权须知以及常见产品和服务风险及操作注意事项；学习《征信业管理条例》，掌握信用报告网上查询办法，提高员工依法查询、管理和使用个人信用信息的合规意识。

三、认真落实，积极开展“3.15金融消费者”宣传教育活动

(一)做好网点主阵地宣传。营业网点通过液晶电视播放《新消费者权益保护法》专题宣传教育视频，告知消费者，金融机构在新消费者权益保护法中应履行的义务。电子屏滚动播放“畅通维权渠道，保护金融消费者合法权益”、“权益保护以人为本优质服务诚信文明安全消费和谐金融”等“3.15金融消费者权益日”活动主题，并公布咨询投诉电话。如东支行营业部等网点设置“3.15”宣传专区，设立了“3.15”金融消费者主题宣传教育活动咨询台、在醒目位置公示投诉电话。宣教人员向客户发放宣传材料，向消费者普及“人民币反假”、“个人征信”等相关知识，强化消费者风险意识，引导消费者依法、理性维护权益，并广泛听取、收集客户意见建议。

(二)走出去集中宣传。一是宣传“新消法”知识。市分行营业部、机构业务部、个人金融业务部以及市分行消费者权益保护办公室联合开展了“3.15”《消费者权益保护法》知识普及活动。发放《新消费者权益保护法》知识介绍资料60余份，介绍“新消法”赋予消费者的基本权利，金融机构应履行的责任。“3.15”活动日，一位老年客户向活动组反映市分行营业部一柜员拾金不昧，表示要送礼物或锦旗，活动组婉言谢绝，在市分行营业部宣讲员指导下在网点留言簿上留下了感谢信；个人金融业务部宣讲员指导客户现场使用“95588”咨询电话；机构业务部宣讲员认真解答了一位老

年客户关于其他行业的投诉，并帮忙拨通了12315投诉热线，客户深表感谢。二是开展征信主题宣传活动。

3月10日，我行海安支行走进海安中大街社区开展“3.15金融消费者“权益征信宣传活动。活动丰富多彩，寓教于乐，通过布放展牌、发放资料、现场讲解开展宣传，有奖问答、抽奖、文娱表演活跃现场气氛。县电视台“民生热线“栏目当晚对活动进行了报道。港闸支行以“3.15“为契机，走进企业，将征信知识宣传手册、信贷产品手册发到企业负责人手上，详细讲解企业信用系统有关知识，要求企业珍惜信用信息，不能出现任何不良记录。开发区支行设立宣传台，向消费者宣传信用报告的用途、知情权、异议申诉权等知识同时，还选择了与百姓生活相关度较高的业务种类，普及安全用卡、客户维权、防范金融诈骗和非法集资等金融安全知识，帮助社会民众增强辨假防骗能力，收到良好效果。三是开展现金业务权益保护宣传。通州支行各网点除在营业网点门口设置宣传台并摆放宣传资料，向客户讲解反假币和征信知识外，还组织员工到农村集贸市场、人口流动量多的场所发放宣传折页，宣传“新消法“赋予金融消费者的六项权利、讲解反假币的基础知识、识假的技能、残缺污损人民币的兑换办法、爱护人民币的意义等，并现场进行残损币及小面额钱币兑换，受到人们的普遍欢迎。

启东支行开展“3.15“现金业务权益保护集中宣传活动，为过往市民提供人民币反假、现金结算等方面业务知识咨询服务，受到广大市民欢迎和好评。如皋支行组织12名义务宣传员，走进共建单位-如皋市如城镇供电社区开展现金业务宣传。提高社区群众对我行金融服务的满意度。四是普及银行基础知识。人民路支行营业室举办了主题为“3.15保护消费者权益，从你我做起“的主题宣传活动。向客户讲解日常生活中如何正确使用一些银行产品，如何防范金融欺诈风险，维护自己的合法权益。现场指导客户使用自助银行及网上银行。青年路支行南通节制闸、虹桥、任港路、行政中心四个网点，联合展开“3.15“宣传活动，重点向农民工客户宣传银行卡、

转账汇款、自助机具、电子银行等方面的内容，宣传我行服务政策。

(三)与监管部门共同宣传。3月15日，如东支行营业部理财经理、支行市场营销人员、金库管理员等专业人员与如东县人民法院货币发行科及计划统计科两位专家共同开展了“3.15“消费者权益保护宣传活动。对广大市民就人民币反假、个人征信、电子银行、小微企业等金融知识进行了资料的发放和普及，收到了收好的效果。

“3.15金融消费者权益日“宣传活动期间，南通分行115个网点开展网点宣传，开展大型户外集中宣传活动20余场，参与员工509人次，发放《消费者权益保护法》和《征信管理条例》知识要点、信用报告网上查询指南、反假币等宣传折页7600余份、发送短信758条，受众对象3900余人。海安电视台“民生热线“栏目对我行海安支行征信主题宣传活动进行了报道。

“3.15“宣传活动让消费者了解了“新消法“赋予金融消费者的各种权利、金融机构应履行的责任;了解了自身信用报告的用途、知情权、异议申诉权;了解我行投诉受理渠道和办理流程，有效强化了消费者风险意识和依法、理性维权意识，同时也提升了我行服务品质。

银行消费者保护权益工作总结 银行消费者权益总结 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，应义不容辞地主动承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，广大的金融消费者行之有效的方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、服多窗口、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。