

今年的“3·15”揭露了很多金融骗局，不法中介推荐“转贷降息”，设置高额收费陷阱、征信修复骗局……金融骗局层出不穷。在我国，基本每一个成年人都有资金帐户，都参与了金融活动。从这个意义上讲，我们几乎每个人都是金融消费者。哪些人会是金融欺诈不法分子的目标群体？应当如何防范风险和维护自身的合法权益？

投资收益高到离谱，当心血本无归

“投资风险的一个基本逻辑就是风险和收益是正相关的，凡是给你承诺投资回报率高达10%、20%，甚至更高的产品，这些所谓的‘投资’机会，潜在风险一定非常高，甚至，当收益高到不可想象的程度，那就是金融欺诈了。”五道口金融学院副院长田轩在中国经济网联合中国平安推出的《金融消保大咖说》“3·15”特别节目中说道。

田轩认为，客观上讲，老年群体和青少年群体由于掌握的金融知识相对较少，而成为很多金融欺诈不法分子的目标群体，他们也因此成为最容易受到伤害的群体之一。在老年群体和青少年群体的金融风险防范上，要帮助老年群体和青少年群体加强风险意识，树立正确的投资观。

提升老年群体和青少年群体的自我保护意识。“比如对个人身份信息、银行账户、密码等信息一定要严格保密，绝对不能泄露给来历不明的人，也不能在接到不明电话后就轻易泄露这些个人信息。”除此之外，田轩还提醒老年群体和青少年群体关注个人信息动态，保护个人资金财产安全。

提升“一老一小”自我保护意识

平安银行石景山支行厅堂主管许静也在节目中提醒“一老一小”群体加强防范意识。许静强调，“一老一小”是金融知识普及的重点人群之一。青少年群体由于不太懂金融知识，相对更容易上当，比如售卖自己的银行开户信息等；老年人群体可能因为接受的金融知识宣导较少，在正规金融机构以外的地方容易被骗，如轻信不法分子所谓的高息揽储、免费旅游、免费领取礼品等，从而导致自己的养老金遭受损失。

作为银行网点的工作人员，许静提醒青少年群体不要售卖自己的个人信息，也提醒老年群体在购买理财产品的时候，充分了解风险提示，在转账汇款时，仔细核对收款人是否确为亲朋好友，以防遭遇电信诈骗。

金融消费者八项权益，你都知道吗？

北京抒见律师事务所主任、律师刘亚军认为，消费者在日常生活中，经常会遇到因为信息的不对称，从而形成盲目消费；消费者对产品的风险并不了解，或者说了解不够，轻信经营者的宣传，而忽视了对产品内容本身的关注。

消费者权益保护是金融监管的重要一环，为了充分保护金融消费者的合法权益，国家金融监管部门陆续完善和发布一系列政策，来不断加大金融消费者权益保护力度。特别是今年3月1日起施行的《银行保险机构消费者权益保护管理办法》，根据新时代银行保险业消费者权益保护新要求和新问题，进行补充和拓展，是对金融消费者和金融机构双向权利的管理边界和内容作了更为清晰的界定，主要体现在以下八个方面。

向下滑动查看↓↓↓

一是财产安全权。金融机构应当审慎经营，保护消费者财产安全权，对资产管理产品采取有效的内控措施和监控手段，依法保障金融消费者在购买金融产品或接受金融服务过程中的人身、财产安全不受侵害的权利。严格区分机构自身资产与消费者资产，不得挪用、占用消费者资金。

二是信息安全权。银行保险机构处理消费者个人信息，应当坚持“合法、正当、必要”原则，采取有效措施，严格防控消费者信息泄露风险，切实保护消费者信息安全权。

三是知情权。金融机构应当保障消费者的知情权，使用通俗易懂的语言和有利于消费者接收、理解的方式进行产品和服务信息披露。对产品和服务信息的专业术语进行解释说明，及时、真实、准确揭示风险。不得发布夸大产品收益、掩饰产品风险等欺诈信息，不得作虚假或引人误解的宣传。

四是自主选择权。金融机构应当在法律法规和监管规定允许范围内，充分尊重金融消费者的意愿，由消费者自主选择、自行决定是否购买金融产品或接受金融服务，不得强买强卖，不得违背金融消费者意愿搭售产品和服务，不得附加其他不合理条件，不得采用引人误解的手段诱使金融消费者购买其他产品。

五是公平交易权。金融机构应当保障消费者公平交易权，不得设置违反公平原则的交易条件，在格式合同中不得加重金融消费者责任、限制或者排除金融消费者的合法权利，不得以向其他第三方支付咨询费、佣金等名义变相向消费者额外收费，不得限制金融消费者寻求法律救济途径，不得减轻、免除本机构损害金融消费者合法权益应当承担的民事责任。

六是依法求偿权。保险公司不得在知道保险事故发生后对承保条件重新审核，不得

在知道保险事故发生后采取新的方法或更严标准重新对承保条件进行审核，不得恶意拖赔惜赔、无理拒赔。

七是受教育权。金融机构应积极组织开展消费者日常教育与集中教育活动，加强教育的针对性，帮助消费者了解各类金融产品或服务，提升消费者对收益与风险特征的认识。金融知识教育宣传应坚持公益性，不得以营销、推介行为替代金融知识普及与消费者教育。

八是受尊重权。金融机构应当尊重金融消费者的人格尊严和民族风俗习惯，不得因金融消费者性别、年龄、种族、民族和国籍等不同进行歧视性差别对待。应结合实际，融合线上线下，探索简便易行、符合特定人群金融需求的服务模式，积极提供便民化、品质化的服务。

来源：中国经济网