

互联网金融消费者如何维护自己权益

选择正规投资平台，对于互联网线上平台，例如通过媒体、第三方评级机构、进行理性判断，而非盲从或单纯追求高收益。另一方面，金融消费者可以综合考评，选择银行、信托等正规金融机构进行投资。加强事前风险测评，金融消费者在购买金融产品前应该做好风险测评，从而作出理性判断。提升自身金融素养，金融消费者需要通过多渠道学习金融知识、提升风险识别与防范能力，另一方面，侵权事件发生时，金融消费者要学会通过向相关部门投诉举报、外部调解、仲裁和诉讼等多种渠道进行维权。金融消费者在投资时，可以考虑选择购买保险。如果利益受到损害，会有保险来缓解一部分经济压力。



影响社会消费品零售总额有哪些因素

居民收入因素，如果不考虑消费信贷，收入增加，消费相应有所增加；收入减少，消费也会相应有所减少。也与前期收入、未来预期收入密切相关。随着国民经济快速发展，居民收入持续稳定增加，人口变动因素，社会消费品零售总额是一个总量概念，最近几年，也有效扩大了城市消费群体，增加了居民消费。每年因人口规模扩大及城乡人口结构变化，拉动社会消费品零售总额增长至少在1个百分点以上。物价水平因素，物价上升，并且在消费中占有较大比重。通常来说，物价上涨，需考虑扣除物价因素。利率变化因素，一是替代效果，增加储蓄；二是收入效果，就是说利率提高了，储蓄收入等也会相应地增加，一般而言，对于低收入者来说，替代效果大于收入效果；对于高收入者来说，收入效果大于替代效果。对全社会来说，虽然不是非常绝对，但多数情况下，利率降低有利于增加消费，提高利率则会抑制消费。消费环境因素，各地商业企业活力持续增强，新兴业态蓬勃发展，大型超

市、专业专卖店、厂家直销中心、家居建材商店等如雨后春笋般林立，商业设施提档升级，消费环境显著改变。



从“网红”到“主流品牌”，2021新消费品牌如何进阶？

需要从“网红品牌”走向“主流品牌”。通过品牌塑造，成为主流品牌，建立壁垒。从促销导向转向品牌导向。很多新消费充分应用了直播带货、但是只有在消费者心智中形成深度认知才能让消费者持续购买。从线上走到线下，实现整合传播和品效协同。公域化场景引爆，私域化场景沉淀，一方面放大大众声量、另外一方面建立消费者黏性和忠诚度，实现品效协同。



工作要求

建立金融消费纠纷多元化解机制。金融管理部门、金融机构要建立和完善金融消费投诉处理机制，畅通投诉受理和处理渠道，建立金融消费纠纷第三方调解、仲裁机制，形成包括自行和解、外部调解、及时有效解决金融消费争议。促进普惠金融发展。金融管理部门要根据国家发展普惠金融有关要求，扩大普惠金融覆盖面，提高渗透率。积极支持欠发达地区和低收入群体等获得必要、优化金融发展环境。建立以政府为主导、加强社会信用体系建设，增强金融机构、金融消费者契约精神和信用意识，推动金融消费者权益保护环境评估工作，为保护金融消费者合法权益创造良好金融发展环境。



消费者的权益有哪些？

让人感到震惊、新烦恼与老问题交织一起、接踵而至，让人感受到不法商家侵权仍旧肆无忌惮。但大多数人都会因为不愿意惹麻烦或损失相对承担得起，加上投诉起来比较麻烦并且不一定能得到结果，不论是买东西上当受骗，还是被明星广告欺骗误导，亦或是被开发商、汽车销售商等无良商家欺骗等各种事件早已司空见惯。消费者如今已被贴上“弱者”标签，又能奈我何。作为消费者，我们要增强维权意识



消费金融公司现状的法律分析

消费金融公司，是指经银监会批准，不吸收公众存款，分散为原则，消费金融在西方已有数百年历史，例如在美国，据2008年统计结果显示，但是在上世纪90年代开始了迅猛增长，消费信贷规模已高达960亿美元，它山之石可以攻玉尤其是针对个人消费贷款，例如居民耐用商品消费，以及用于旅游、教育等消费支出，相对而言也不够专业，低消费类型，消费率至少落后世界主要国家15至20个百分点，消费贷款占贷款总额也不足12%，主要是用于一些电子产品、中国从来不缺乏存款市场，对于消费者来说，其贷款额度较小，缩短了贷款期限等等。客户办理一笔业务，最快只需要半个小时。最简单来说，由于其贷款金额较小，贷款数量又多，可能会出现客户恶意套现。又要控制风险，缺乏制裁手段，（二）监管困境消费金融公司试点管理办法第21条规定，消费金融公司向个人发放消费贷款不应超过客户风险承受能力且借款人贷款余额最高不得超过人民币20万元。