

# 2023年消费者权益保护心得体会(精选5篇)

当我们备受启迪时，常常可以将它们写成一篇心得体会，如此就可以提升我们写作能力了。我们应该重视心得体会，将其作为一种宝贵的财富，不断积累和分享。下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的心得体会范文，我们一起来了解一下吧。

## 消费者权益保护心得体会篇一

消费者权益日是每年的3月15日，由国际消费者联盟组织于1983年确定，目的在于扩大消费者权益保护的宣传，使之在世界范围内得到重视，以促进各国和地区消费者组织之间的合作与交往，在国际范围内更好地保护消费者权益。接下来是小编为大家整理的有关消费者权益保护心得体会精选，希望大家喜欢！

### 有关消费者权益保护心得体会精选1

20\_年3月15日，《中华人民共和国消费者权益保护法》(以下简称《消费者权益保护法》)新修订后正式实施，新法修订后，有以下几大亮点：赋予消费者反悔权(消费者通过网络购买的商品，有权七日内无理由申请退货)、个人信息保护(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，不得违反法律、法规的规定)、加码消费欺诈赔偿(经营者提供商品有欺诈行为的，可以增加赔偿的金额为商品的价款的三倍)等，对于保护消费者的合法权益，规范经营者的行为，维护社会主义经济秩序，促进社会主义市场经济的健康发展起到了积极的作用。

然而随着时间的推移，新《消费者权益保护法》存在的重点难点问题也逐渐显现出来。如消费者的维权问题，金融、医

疗、教育、房地产等特殊行业领域的消费问题等，都已经暴露出在实际实施中还有着缺陷和不足。本文试从新《消费者权益保护法》的重要意义、新《消费者权益保护法》的重点难点问题以及结合我省实际情况，新《消费者权益保护法》在实施中遇到的问题及对策三个方面作以论述。

## 一、新《消费者权益保护法》的重要意义

(一)保护消费者保护权益。明确了消费者的权利、确立和加强了保护消费者权益的法律基础、弥补了原有法律、法规在保障消费者权益方面调整作用不全的缺陷。

(二)维护社会秩序。通过规范经营者应对维护消费者权益承担何种义务，特别是要规范经营者与消费者的交易行为，即必须遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则，对社会经济秩序产生重要的维护作用。

(三)促进经济发展。保护消费者权益不是消费者个人之事，当代社会的生产和消费的关系密不可分，结构合理、健康发展的消费无疑会促进生产的均衡发展。没有消费，也就没有市场。保护消费者权益成为贯彻消费政策的重要内容。有利于社会主义市场经济的健康发展。

## 二、新《消费者权益保护法》的重点难点问题

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承诺的服务，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。

### 三、结合我省实际，新《消费者权益保护法》在实施中遇到的问题及建议

近年来，我省经济发展水平不断提高，人民生活条件不断改善，促使日常生活消费水平不断升级。2014年新《消费者权益保护法》正式实施后，人民消费维权意识不断增强。2015年湖北省受理消费者投诉案件112534起，比上年增幅16.51%。其中网购投诉猛增，比上年增长117.3%。结合我省实际，新《消法》在实施过程中，仍存在以下问题。

#### (一)非现场购物七天无理由退货制度没有真正落实。

从目前情况看，无理由退货产生的争议已经上升为网购消费投诉的第一位。争议主要集中在两个方面：一是退货范围。经营者和消费者关于哪些商品能够适用无理由退货存不清楚，导致争议发生。二是对商品完好的解释。有的商家不仅要求商品本身完好，而且商品包装必须完整，甚至要求商品不得拆封、试用。

(二)惩罚性赔偿是否适用网购，值得商榷，适用比较困难。网购商品中，六七成箱包和鞋不合格，商家明知存在质量问

题，还在网络平台上大肆宣传销售。对于新《消法》中“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍”，实际实施过程中，网络商家的欺诈行为很难得到处罚。同时缺乏网络交易市场实时监管。同时适用惩罚性赔偿比较困难，除消费者维权意识不足外，在执法中还存在着对经营者行为是否构成欺诈存在不同认识，往往以不能认定为欺诈而不适用惩罚性赔偿。

(三)消费者维权渠道需要进一步理顺。各职能部门都建立了自己的投诉热线。如12315(工商)、12365(质监)、12331(食药监)、12358(物价)，由于热线电话号码众多，各个平台之间又缺乏互联互通，加上平台接线人员政策法律和专业水平有限，无法完全准确答复跨部门的问题。许多消费者明知自己的合法权益受到侵害，适用于《消费者权益保护法》的保护范围，但由于维权渠道的因素，导致许多消费投诉被“踢皮球”，引起消费者的不满。

结合我省实际，建议通过以下几点，改善新《消法》在实施过程中遇到的问题。

(一)结合新《消法》，进一步制定和完善《湖北省实施《中华人民共和国消费者权益保护法》办法》，完全明确非现场购物七天无理由退货制度、惩罚性赔偿、个人信息保护等内容和所适用范围，使之更具有可操作性，更好的为消费者服务。

(二)管理部门可以借助网络、电视、报纸等媒体充分宣传新《消法》，详解解释新《消法》的内容，让广大消费者真正的知法、懂法、会用法，更好的维护消费者的权益。

(三)进一步协调和理顺消费维权机制，建议建立消费者权益保护的部门协调机制，明确牵头单位，协调行政执法和应对重大消费事件。加强消费维权和社会诚信体系建设，统一数

据标准，整合各部门现有的投诉平台；大力支持基层消费维权网络建设，为消费者提供高效便捷的维权服务。

## 有关消费者权益保护心得体会精选2

通过参加这次短期培训，使我增长了眼界，学到了很多东西。使我进一步认识到金融消保工作的特殊性和重要性，更加坚定了我做好金融消费者权益保护工作的决心。并利用此次培训所学理论和方法，不断丰富和提高自身素质，处理好与金融机构以及消费者的关系，刻苦钻研，为金融消保事业发展贡献自己的一份力量。各位领导的精彩讲解、闪光的个人魅力，使我受益匪浅。在培训过程中，大家都不约而同地谈到金融消保尚处于成长阶段这一问题，这也就要求着每一个金融消保工作者都要创新思路，开拓方法。培训过程中优秀中支的先进经验也使我对金融消保工作有了更深的思考和认识。

### 一、加强金融消保工作是完善金融监管体制的必然要求

金融消费者，乃金融产业发展的基础，美国次贷危机表明：此基础不牢，则地动山摇。保护金融消费者，就是保护金融机构自身，就是维护金融稳定，保护金融安全与经济安全。对银行业来说，近年来，伴随着产品和服务的多样化、个人化，围绕着银行服务收费、理财产品等各类金融消费纠纷不断攀升，维护金融消费者权益问题日渐突出，有关金融消费者权益保护的话题更是变得炙手可热。我国也需要建立、健全金融消费者保护体系，未亡羊先补牢，否则像美国次贷危机那样亡羊再补牢，成本就比较大。

### 二、消费者的利益与银行业务发展的可持续性息息相关

消费者的利益与银行业务发展的可持续性息息相关，因此消费者权益保护工作要从消费者切身利益出发，以改进银行业服务质量，提高金融稳定性，提高公众金融素质，支持行业

发展，赢得社会尊重为目标。通过严格的行为监管，建立和维护消费者对银行业的信心和信任，以实现银行业整体安全、稳定、持续发展。银行业金融机构作为金融消费者权益保护的主体，应积极贯彻落实相关国家政策、监管规定和行规行约，不断完善消保管理体系，热切关注社会热点问题和消费者诉求，持续开展消费者教育服务活动，切实有效地保护好消费者合法权益。

### 三、对于保护消费者的权利，事前预防是重中之重

要以提升社会公众消费者金融素质和依法维护自身权益的意识与能力为目标，开展金融知识宣传与教育活动，提升社会公众对金融产品认识水平，消除由于消费者对金融产品、金融市场、金融惯例的不了解而导致的误解与矛盾。近年来公众对于银行服务的许多方面通过舆论、媒体都出现了一定的意见，而这其中绝大多数问题都是由于公众对于银行业务、法律法规的不了解而造成的，这既对消费者享受金融服务造成了不便，也在侧面促成了部分群众对银行的消极态度。

在今后的工作中，要本着“立足当前，着眼长远，运筹百步，始于一步”的工作思路，克服困难，认真做好每一项工作，为金融消保工作贡献自己的力量。

### 有关消费者权益保护心得体会精选3

在今后的工作中，我行将持续推进金融消费者权益保护工作，建立健全完善长效工作机制，继续提高对自身的要求，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，增强金融消费者的自我保护能力。

有关消费者权益保护心得体会精选4

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。

201x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

越鼓，丰衣足食后，老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、理财产品等各类金融消费纠纷不断攀升。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，广大的金融消费者往往都是行踪不定的。那么，怎样才能让金融消费吃到“八大权益”这颗“定心丸”呢？我个人认为一种行之有效的方法

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”、“送金融知识下乡”、“征信知识宣传月”、“反洗钱宣传月”、“金融知识进社区”等。通过综合运用网点阵地宣传、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、etc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，我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，重点宣传、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权益保护工作机制，明确营业部负责人是客户投诉处理工作的第一责任人，大堂经理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，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。

## 有关消费者权益保护心得体会精选5

新消费者权益保护法，和1993年的旧消费者权益保护法相比有如下重大突破：

(一)、新消法第二十四条第三款规定，经营者提供的机动车、计算机、电视机、电冰箱、空调器、洗衣机等耐用商品或者装饰装修等服务，消费者自接受商品或者服务之日起六个月内发现瑕疵，发生争议的，由经营者承担有关瑕疵的举证责任。

我国民事诉讼法第64条规定，当事人对自己的主张有责任提出证据。即“谁主张，谁举证”，此为我国民事诉讼基本的举证原则。20\_年新消法为了保护消费者的合法权益。将六个月内，机动车、计算机、电视机、电冰箱、空调器、洗衣机等耐用商品或者装饰装修等服务，发现瑕疵发生争议的举证责任推给了经营者。此举将有利解决消费者”维权难“这一症结，以后消费者用牛拉着豪车维权或者怒砸豪车这样的报道一定会减少很多。

(二)、20\_年新消法第25条规定的无理由退货制度。除了消费者定作的、鲜活易腐的，在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品，交付的报纸、期刊，其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品之外，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。

根据合同法第八条规定，依法成立的合同，对当事人具有法律约束力。当事人应当按照约定履行自己的义务，不得擅自变更或者解除合同，依法成立的合同，受法律保护。依据该条规定，经营者和消费者订立合同以后不得擅自变更或者解除合同，如果消费者想变更或解除合同，需要依据合同法的规定，证明自己存在重大误解或者订立合同时显失公平等才可以撤销或解除。

现在新消法突破了合同法的上述规定，直接赋予消费者无理由退货制度。

(三)、20\_年新消法第44条中有规定，网络交易平台提供者不能提供销售者或者服务者的真实名称、地址和有效联系方式的，消费者也可以向网络交易平台提供者要求赔偿。

该条突破了民法中合同的相对性，赋予消费者在通过网络平台购买商品或者接受服务时，合法权益遭受损害在无法找到生产者或服务者时，可直接向网络交易平台提供者主张权利，

突破了传统民法中只可向合同的相对方——经营者或商品的生产者主张权利的框架。

(四)、20\_年新消法第55条惩罚性赔偿。根据新消法第55条的规定，经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元，法律另有规定的，依照其规定。

经营者明知商品或者服务存在缺陷，仍然向消费者提供，造成消费者或者其他受害人死亡或者健康严重损害的，受害人有权要求经营者依照本法第四十九条、第五十一条等法律规定赔偿损失，并有权要求所受损失二倍以下的惩罚性赔偿。

依据第55条的规定，经营者提供商品或服务有欺诈的，消费者除有权要求赔偿损失，并且还可以要求增加赔偿金额的三倍，即退一赔三。商品价款或者服务费用的三倍低于五百元的，最低赔偿额为五百元。经营者明知商品或服务有缺陷，造成消费者或其他受害人死亡或健康严重受损的，受害人除了依法要求赔偿外，还可以要求二倍以下赔偿。

此外新消法还对个人信息的保护(29条)，经营者的安全保障义务(18条)等方面做了突破性的规定。

《消费者权益保护法》(20\_)是否存在不足?有哪些方面?

(一)、新消法调整的范围不明确。消法第2条规定，消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务，其权益受本法保护。对生活的消费理解不一。比如对购买商品房、接受教育和医疗服务，是否属于生活消费。建议将上述与国民生活密切相关的事务明确到消法领域。

(二)、消费者的主体资格是否限定为自然人，其他组织或单位是否适用消法，没有确切规定，实践中易产生歧义。(三)、

知假买假未做规定，按照现行的法律，买到假货，可以要求惩罚性赔偿。这是对消费者权益的保护，但是对于知假买假的问题，是否也可以要求惩罚性赔偿，并没有明确规定。

(四)、消法第55条的五百元赔偿，不利于法律的稳定性。物价一直上涨，明确赔偿限额不足五百元的为五百元，不如参照民事诉讼法162条以上年均平均工资百分之三十以下的标准为小额诉讼的规定，以某客观数据的百分比确定赔偿数额。

(五)、争议的解决方式没有突破性进展。发生争议之后还是以下几种方式：当事人的和解、其他方的调解、向行政机关投诉、达成仲裁协议后的仲裁、法院诉讼。鉴于以往消费者维权可能经济、时间成本过高，建议参照有些国家建立灵活的行政仲裁制度、设立小额消费纠纷法庭。

根据《消费者权益保护法》(20\_)和《最高人民法院关于审理食品药品纠纷案件适用法律若干问题的规定》，普通消费者如何维权问题。政府部门今后执法和监察的一些建议。

(一)、普通消费者如何维权。普通消费者遇到消费纠纷时，可以采用和解、其他方的调解、向行政机关投诉、达成仲裁协议后的仲裁、法院诉讼等方式解决。

特别强调一下和解的重要作用。和解是消费者争取权利、维护权利的过程，同时也是经营者自我纠错和妥协的过程。学会妥协是个大智慧。和解是个谈判的过程，从大的方面巴勒斯坦和以色列的巴以和谈，韩朝问题的六方会谈，祖国大陆和台湾的和谈，和解谈判无处不在。用和解的方式解决消费者的维权问题是好办法之一。

另外，还可以考虑要求有关行政机关履行法定职责的方式，督促有权机关对经营者的不当行为进行处理，可以帮助解决消费者的维权问题。

去法院诉讼是最后解决纠纷和问题的方式。

(二)、建议政府部门今后的执法和监察中：

加强领导，组织、协调、督促有关行政部门做好保护消费者合法权益的工作，落实保护消费者合法权益的职责。加强监督，预防危害消费者人身、财产安全行为的发生，及时制止危害消费者人身、财产安全的行为。

多听取消费者和消费者组织等的意见，依照法定的程序执法和监察，多听取社情民意。

定期对商品质量进行抽查检验，并及时将抽查检验结果向社会公布。

发现并认定经营者提供的商品或者服务存在缺陷，有危及人身、财产安全危险的，应当立即责令经营者采取停止销售、警示、召回、无害化处理、销毁、停止生产或者服务等措施。

依照法律、法规的规定，惩处经营者在提供商品和服务中侵害消费者合法权益的违法犯罪行为。

消费者组织加大对轻微侵害消费者权益纠纷的调解力度。争取把纠纷化解在起诉之前。

## **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，强化市场监管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

第一条为保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展，制定本法。

第二条消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务，其权益受本法保护；本法未作规定的，受其他有关法律、法规保护。

第三条经营者为消费者提供其生产、销售的商品或者提供服务，应当遵守本法；本法未作规定的，应当遵守其他有关法律、法规。

第四条经营者与消费者进行交易，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则。

第五条国家保护消费者的合法权益不受侵害。

国家采取措施，保障消费者依法行使权利，维护消费者的合法权益。

国家倡导文明、健康、节约资源和保护环境的消费方式，反对浪费。

第六条保护消费者的合法权益是全社会的共同责任。

国家鼓励、支持一切组织和个人对损害消费者合法权益的行为进行社会监督。

大众传播媒介应当做好维护消费者合法权益的宣传，对损害消费者合法权益的行为进行舆论监督。

第七条消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利。

消费者有权要求经营者提供的商品和服务，符合保障人身、财产安全的要求。

第八条消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。

消费者有权根据商品或者服务的不同情况，要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成份、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说

说明书、售后服务，或者服务的内容、规格、费用等有关情况。

第九条消费者享有自主选择商品或者服务的权利。

消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者，自主选择商品品种或者服务方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。

消费者在自主选择商品或者服务时，有权进行比较、鉴别和挑选。

第十条消费者享有公平交易的权利。

消费者在购买商品或者接受服务时，有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件，有权拒绝经营者的强制交易行为。

第十一条消费者因购买、使用商品或者接受服务受到人身、财产损害的，享有依法获得赔偿的权利。

第十二条消费者享有依法成立维护自身合法权益的社会组织的权利。

第十三条消费者享有获得有关消费和消费者权益保护方面的知识的权利。

消费者应当努力掌握所需商品或者服务的知识和使用技能，正确使用商品，提高自我保护意识。

第十四条消费者在购买、使用商品和接受服务时，享有人格尊严、民族风俗习惯得到尊重的权利，享有个人信息依法得到保护的权利。

第十五条消费者享有对商品和服务以及保护消费者权益工作进行监督的权利。

消费者有权检举、控告侵害消费者权益的行为和国家机关及其工作人员在保护消费者权益工作中的违法失职行为，有权对保护消费者权益工作提出批评、建议。

第十六条经营者向消费者提供商品或者服务，应当依照本法和其他有关法律、法规的规定履行义务。

经营者和消费者有约定的，应当按照约定履行义务，但双方的约定不得违背法律、法规的规定。

经营者向消费者提供商品或者服务，应当恪守社会公德，诚信经营，保障消费者的合法权益；不得设定不公平、不合理的交易条件，不得强制交易。

第十七条经营者应当听取消费者对其提供的商品或者服务的意见，接受消费者的监督。

第十八条经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。对可能危及人身、财产安全的商品和服务，应当向消费者作出真实的说明和明确的警示，并说明和标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法。

宾馆、商场、餐馆、银行、机场、车站、港口、影剧院等经营场所的经营者，应当对消费者尽到安全保障义务。

第十九条经营者发现其提供的商品或者服务存在缺陷，有危及人身、财产安全危险的，应当立即向有关行政部门报告和告知消费者，并采取停止销售、警示、召回、无害化处理、销毁、停止生产或者服务等措施。采取召回措施的，经营者应当承担消费者因商品被召回支出的必要费用。

第二十条经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假

或者引人误解的宣传。

经营者对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用寿命等问题提出的询问，应当作出真实、明确的答复。

经营者提供商品或者服务应当明码标价。

第二十一条经营者应当标明其真实名称和标记。

租赁他人柜台或者场地的经营者，应当标明其真实名称和标记。

第二十二条经营者提供商品或者服务，应当按照国家有关规定或者商业惯例向消费者出具发票等购货凭证或者服务单据；消费者索要发票等购货凭证或者服务单据的，经营者必须出具。

第二十三条经营者应当保证在正常使用商品或者接受服务的情况下其提供的商品或者服务应当具有的质量、性能、用途和有效期限；但消费者在购买该商品或者接受该服务前已经知道其存在瑕疵，且存在该瑕疵不违反法律强制性规定的除外。

经营者以广告、产品说明、实物样品或者其他方式表明商品或者服务的质量状况的，应当保证其提供的商品或者服务的实际质量与表明的质量状况相符。

经营者提供的机动车、计算机、电视机、电冰箱、空调器、洗衣机等耐用商品或者装饰装修等服务，消费者自接受商品或者服务之日起六个月内发现瑕疵，发生争议的，由经营者承担有关瑕疵的举证责任。

第二十四条经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的，消费者可以依照国家规定、当事人约定退货，或者要求经营

者履行更换、修理等义务。没有国家规定和当事人约定的，消费者可以自收到商品之日起七日内退货；七日后符合法定解除合同条件的，消费者可以及时退货，不符合法定解除合同条件的，可以要求经营者履行更换、修理等义务。

依照前款规定进行退货、更换、修理的，经营者应当承担运输等必要费用。

第二十五条经营者采用网络、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，但下列商品除外：

- （一）消费者定作的；
- （二）鲜活易腐的；
- （三）在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品；
- （四）交付的报纸、期刊。

除前款所列商品外，其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品，不适用无理由退货。

消费者退货的商品应当完好。经营者应当自收到退回商品之日起七日内返还消费者支付的商品价款。退回商品的运费由消费者承担；经营者和消费者另有约定的，按照约定。

第二十六条经营者在经营活动中使用格式条款的，应当以显著方式提请消费者注意商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等与消费者有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明。

经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定，不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。

格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的，其内容无效。

第二十七条经营者不得对消费者进行侮辱、诽谤，不得搜查消费者的身体及其携带的物品，不得侵犯消费者的人身自由。

第二十八条采用网络、电视、电话、邮购等方式提供商品或者服务的经营者，以及提供证券、保险、银行等金融服务的经营者，应当向消费者提供经营地址、联系方式、商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等信息。

第二十九条经营者收集、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。

经营者及其工作人员对收集的消费者个人信息必须严格保密，不得泄露、出售或者非法向他人提供。经营者应当采取技术措施和其他必要措施，确保信息安全，防止消费者个人信息泄露、丢失。在发生或者可能发生信息泄露、丢失的情况时，应当立即采取补救措施。

经营者未经消费者同意或者请求，或者消费者明确表示拒绝的，不得向其发送商业性信息。

第三十条国家制定有关消费者权益的法律、法规、规章和强制性标准，应当听取消费者和消费者协会等组织的意见。

第三十一条各级人民政府应当加强领导，组织、协调、督促有关行政部门做好保护消费者合法权益的工作，落实保护消费者合法权益的职责。

各级人民政府应当加强监督，预防危害消费者人身、财产安全行为的发生，及时制止危害消费者人身、财产安全的行为。

第三十二条各级人民政府工商行政管理部门和其他有关行政部门应当依照法律、法规的规定，在各自的职责范围内，采取措施，保护消费者的合法权益。

有关行政部门应当听取消费者和消费者协会等组织对经营者交易行为、商品和服务质量问题的意见，及时调查处理。

第三十三条有关行政部门在各自的职责范围内，应当定期或者不定期对经营者提供的商品和服务进行抽查检验，并及时向社会公布抽查检验结果。

有关行政部门发现并认定经营者提供的商品或者服务存在缺陷，有危及人身、财产安全危险的，应当立即责令经营者采取停止销售、警示、召回、无害化处理、销毁、停止生产或者服务等措施。

第三十四条有关国家机关应当依照法律、法规的规定，惩处经营者在提供商品和服务中侵害消费者合法权益的违法犯罪行为。

第三十五条人民法院应当采取措施，方便消费者提起诉讼。对符合《中华人民共和国民事诉讼法》起诉条件的消费者权益争议，必须受理，及时审理。

## 消费者权益保护心得体会篇四

在这篇作文的开头，我先给大家讲一个真实的故事。

有一对贫穷的农民夫妻，因为买了假种子种到田里而颗粒无收还赔了本，夫妻俩越想越生气，便买了瓶毒药一饮而尽，但因为毒药也是假的，他们昏睡了一天后又醒了过来，夫妻俩认为自己大难不死必有后福，便买了瓶酒以示庆祝，谁知，这对夫妻喝完酒后再也没有醒来，因为他们喝的是假酒。

听到这个悲惨的故事。我禁不住想，现在世上有多少假东西呀！坑害农民的假种子、假化肥、假农药、危害病人生命健康的假药、有毒大米、苏丹红、人造鸡蛋· · · · · ·，这些假东西造成了多少受害者呀！而那些负有监管职责的政府部门的人，只管收钱，对造假的人睁一只眼，闭一只眼，甚至还为造假者通风报信。正是由于这些人的失职，才造成现在假货满天飞。

即将到来的3.15世界消费者权益保护日，我兴奋地来到大街上，希望能听到有关世界消费者权益保护日的宣传。但大街上冷冷清清，没有宣传标语，没有宣传喇叭，人们冷漠地来来往往，世界消费日什么时候消失了呢？我心里不由得升起一丝疑问。这时，一阵风刮来，风虽不大，我却感到明显的凉意。它带给别人的是清凉，而此时带给我的却是忧虑和悲伤。

3.15世界消费者权益保护日还有用吗？在大多数人心中，也许已经不重要了，也许已经没有用了，他们眼中能看到的，只剩下金钱、金钱、金钱· · · · · ·人们哪！醒醒吧，不要为了金钱而疯狂了。我们不但要有诚信，更要有良心。让我们一起来打假吧，让我们生活在一个没有假货的世界里！我相信，这是每一个孩子的愿望，也是每一个大人的目标。来吧，让我们找回诚信、唤醒良心，为彻底消灭假货努力吧！

## 消费者权益保护心得体会篇五

2013年是银行业消费者权益保护工作的重要一年，消费者的利益与银行业务发展的可持续性息息相关，因此消费者权益保护工作要从消费者切身利益出发，以改进银行业服务质量，提高金融稳定性，提升公众金融素质，支持行业发展，赢得社会尊重为目标。通过严格的行为监管，建立和维护消费者对银行业的信心和信任，以实现银行也整体安全、稳定、持续发展。

在这一工作中，分行营业部从上至下每一位领导和同事都为此付出了很大的努力，切实地把消费者的权益放在了一个高度重要的地位上，从自身工作的点点滴滴做起，发扬了为消费者着想的精神，作出了令人满意的成绩。在这项工作中，我们也收获了许多工作经验与心得体会。

对于保护消费者的权利，事前预防是重中之重，只有把工作的责任心放在一个相当重要的位置，才能做出切实保护消费者权益的工作，在日常工作中，我们坚持“预防为先、教育为重、依法维权、协调处置”为原则，在营销过程、服务质量、内控管理上进行优化，保证每一位银行从业人员深刻理解，充分认识消费者权利保护的重要性，提升银行在公众心目中的地位和形象。

此外，我们也做到了对全社会的消费者开展金融知识宣传和教育，以提升社会公众金融素质和依法维护自身权益的意识与能力为目的，开展金融知识宣传与教育活动，提升社会公众对金融产品的认识水平，消除由于消费者对金融产品、金融市场、金融惯例的不了解而导致的误解与矛盾。近年来公众对于银行服务的许多方面通过舆论、媒体都体现出了一定的意见，而这其中绝大多数问题都是由于公众对于银行业务、法律法规的不了解而造成的，这既对消费者享受金融服务造成了不便，也在侧面促成了部分群众对银行的消极态度。因此通过对消费者进行教育，能够较理想地提升银行的行业信

誉和公信力。

对于消费者已经出现的问题，我们应继续深入投诉纠纷调解处置。在工作中我们做到对每一起投诉与反馈，均站在消费者的角度上切实体会对方的问题，通过疏导消费者的情绪，妥善处理消费者的纠纷，营造公平公正的消费环境，缓解不必要的矛盾和纠纷，与此同时，我们对于自身工作存在的缺陷和问题也要加强自我检讨，提振消费者对银行业的信心和信任。

在2013年，我们必将本着“立足当前，着眼长远；运筹百步，始于一步”的工作思路，本着“振奋精神，克服困难，完成任务”的精神状态，着力推进工作纲要的贯彻落实，稳步开展各项工作。