

最新消费者保护权益法心得体会 消费者 权益保护日心得体会(优质5篇)

心得体会是我们在成长和进步的过程中所获得的宝贵财富。我们如何才能写得一篇优质的心得体会呢？下面小编给大家带来关于学习心得体会范文，希望会对大家的工作与学习有所帮助。

消费者保护权益法心得体会篇一

翻开日历，今天是3月15日，是消费者的节日。说到节日，人们首先可能想到的是祥和与欢乐。但“315”不一样了，它是为了扩大消费者权益保护的宣传，使它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和交往，更好的开展保护消费者权益的工作。1983年国际消费者在一起组织确定每年3月15日为国际消费者权益日。

不仅仅是3月15日一天我们要保护自己的权益。在当今的社会，每天都是“315”。随着人们对生活质量的要求越来越好，对社会的要求越来越多，我们应该经常注意身边有没有假冒伪劣产品，如果有，就可以选择不买或者向有关部门投诉，让这个有关部门来解决这件事情。

保护消费者的合法权益，是全社会的共同责任，社会各方面都应该共同努力，做好消费维权工作，改善消费环境，促进经济社会又快又好地发展。

让我们记住“315”，记住这个让人难以忘怀的国际消费者权益保护日。

消费者保护权益法心得体会篇二

（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。

消费者保护权益法心得体会篇三

年年3·15，今年有不同。因为疫情影响，具有仪式感的央视3·15晚会延期播出，与往年铺天盖地讲保护不同，这几天促进消费的动作一个接着一个，声音一浪高出一浪。这并不代表消费者权益保护不重要，面临的形势不严峻。疫情的发生，给消费者权益保护提供了新视角。

新冠疫情这只“黑天鹅”的出现，给实现全年经济社会发展目标带来了困难和挑战。从长远看，中国经济是一片大海，有着强大的韧性，完全可以应付短期冲击。但不可否认，当前经济受到了影响，尤其是餐饮等服务行业受到极大影响。在拉动经济增长的“三驾马车”中，消费具有特殊的重要性。消费压抑，必然会带来行业压缩。正是为了推动消费市场复苏，多地发布倡议书，发放消费券，助力消费增长。

这些应急手段，到底会发挥多大作用，有待实践证明。但稳消费就是稳经济，稳经济就是稳就业，这是确凿无疑的，其鲜明导向和强大决心贯穿于促进消费举措的全过程。消费行为的完成，既要“口袋”，也就是袋里有没有钱；也要看“粮袋”，市场提供什么产品和服务；还要看“脑袋”，也就是由消费环境支撑的消费体验。很难想象，在市场上到处充满陷阱，每走一步都有可能掉进坑里，消费者怎么敢放心大胆地消费？消费者权益保护，看似落脚在消费者身上，其实最终受益的是经济社会。而这，对扫清制约消费的坛坛罐罐，对疫情背景下的消费环境，均提出了更高要求。

消费者权益保护是永远的进行时，当下面临着“传统的消费痼疾未除，互联网等新经济的崛起、新消费领域的不断拓展又带来了许多新型消费纠纷”的局面。一方面，在传统领域，消费者权益保护依然任重道远，另一方面，消费场景的变化，消费终端的转移，又给消费者权益保护带来了新挑战。这次疫情期间，且不讲退票难、假冒伪劣口罩等问题，就拿作为新事物出现的“不接触消费”来说，未来会给消费维权带来什么挑战，很值得研究和重视。

消费者保护权益法心得体会篇四

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。

消费者保护权益法心得体会篇五

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款、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。