

交通保障工作总结(汇总5篇)

总结是写给人看的，条理不清，人们就看不下去，即使看了也不知其所以然，这样就达不到总结的目的。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的总结吗？下面是小编整理的个人今后的总结范文，欢迎阅读分享，希望对大家有所帮助。

交通保障工作总结篇一

镜湖区工商分局、区消费者协会对省局、市局消保工作精神进行了传达贯彻，并向各工商所、消协分会强调：一定要深入贯彻落实科学发展观，积极服务科学发展和推进加快转变经济发展方式，开拓创新，扎实工作，全面推进消费者权益保护工作效能建设，积极促进经济平稳较快发展和维护社会和谐稳定，以更加优异的成绩迎接党的十八大胜利召开。镜湖区工商分局、区消费者协会在全国工商系统消费者权益保护工作会议召开之后，于3月8日召开全区消费维权工作会议，布置落实全区消费维权工作，得到了区委、区人大、区政府的大力支持。

1、12315消费维权工作平台工作情况。截止20xx年10月31日，区工商分局消保工作今年共办理平台流转工单1000余件。按照市局要求，做到事事有回音，件件有答复。

2、“诉调对接”工作机制与“一会两站”规范化建设情况。一是建立了“诉调对接”工作机制[]20xx年度区消协与区法院、区工商分局协调制定了“诉调对接”工作机制，为最大限度地化解消费纠纷，减少诉讼，及时有效地保护消费者合法权益迈出了一大步。坚持以调解止争议，以和解促和谐，以和谐促发展的工作目标。进一步规范和完善了“诉前调解”工作机制，最大限度地化解纠纷，减少诉讼，降低消费者维权成本，使之成为消费者维权的又一“利剑”。二是大力推进我区“一会两站”建设[]20xx年我们在全区范围内全面建立

了“一会两站”阵地，为创新消费维权服务模式，积极开展形式多样的消费维权活动又做出了积极的贡献。三是加强培训工作，进一步提高基层工作人员的整体素质。区消协组织举办了两期全区消协系统和“一会两站”工作培训班，加强了对消协“一会两站”骨干的培训，提高了基层消费维权工作人员的业务素质。目前镜湖区共有18个消费者协会分会，46个消费者投诉站和12315联络站，按照“八基”要求逐步进行了规范，力达“一会两站”规范化、现代化、网络化建设，今年共受理申诉145件，调解成功145件，为消费者挽回经济损失5.5万元，充分发挥了基层维权组织的作用，净化消费市场。促进社会消费和谐稳定。

3、12315“五进”推进情况。市局部署此项工作后，镜湖区分局及时召开了专题会议，成立了“12315五进”领导小组，制定了“五进”方案。镜湖区共9个工商所，按照文件要求，全区共建立54个维权服务站，1个示范点，并全部规范到位，按职责制度进行工作，受理投诉数量17件，争议金额9958元，和解17件，和解率100%。分局还统一制作了60块维权服务站标牌和100张标贴，有力的推动了“五进”工作的开展。

1、流通领域商品质量监管情况□20xx年以来，镜湖区分局按照市局部署开展消防产品类、纺织产品类、办公用品类、装饰建材类等各类商品抽检80余组，对抽检不合格的商品，已立案进行查处。另外积极开展商品市场专项执法检查，“家电下乡”市场专项整治，流通领域有机产品认证标志监管工作等各类专项行动，对辖区内的“家电下乡”产品及流通环节有机产品的认证标志进行了规范。

2、消费侵权违法案件查办工作情况。截止20xx年10月，镜湖区分局共办理产品质量类案件20件，罚没款20.5万；办理利用格式合同侵犯消费者权益案件26件，罚没款6.41万元；办理食品安全类案件77件，罚没款32.87万。

3、服务领域消费维权情况。镜湖区分局高度重视服务领域消

费维权工作，在工作会议上组织学习了国家工商总局《关于进一步加强有关服务领域消费维权工作的指导意见》(工商消字[20xx]222号)文件，并部署了相关工作。各工商所、科室依据《消费者权益保护法》、《产品质量法》、《公司法》、《反垄断法》、《反不正当竞争法》、《广告法》、《合同法》、《无照经营查处取缔办法》和国务院赋予的职能，对辖区内的垄断、不正当竞争、虚假违法广告等行为进行了严厉查处，并加强合同、广告等监管，依法受理和处理消费者申诉举报等工作。通过加强有关服务领域消费维权工作，切实保护了服务领域消费者的合法权益，促进了服务业健康有序发展。

开展消费教育是培养消费者安全、科学的消费观念和维权意识，提高消费者自身素质的一项重要教育活动。根据《关于开展消费教育和消费引导工作有关问题的通知》(工商消字[20xx]86号)和全国工商系统消费教育引导暨基层消费网络体系建设工作会议的部署，区消协根据本区工作和实际，以《消法》教育形式开展和指导工作。

1、组织参加全市打假维权成果展销活动的登记上报及送展、送销工作。镜湖区工商分局根据市工商局统一部署，将打假维权的成果展销提前进行了登记上报，并参加了市工商局统一组织的送展、送销工作。本次大家维权成果展销活动，镜湖区共送展、送销物资两车，包括白酒类、红酒类、纺织类、电器类等共12大类物品。

2、为了组织开展好纪念“3·15”国际消费者权益日活动，切实做好保护消费者合法权益工作，区工商分局和区消协联合下发通知，要求各消协分会、工商所将“消费与安全”年主题活动作为“3·15”的主线和重点，周密组织、精心安排，与区司法局质监局、卫生局、物价局联合组织开展了一系列纪念活动。区政府还召开了全区各大部门的专题会议，成立了“3.15”领导小组，布置了全区“3.15”活动方案。在“3.15”宣传教育活动的当天开展了大型户外宣传咨询服

务活动。在我区人口密集区域和主要街道、商场门前设立了5个现场咨询服务点，40多家单位、区4大班子领导、市工商局、市消协领导300余人参加了纪念活动。芜湖电视台、芜湖日报社现场采访，并在芜湖电视台经济频道进行播放，大江晚报进行了刊登。现场散发宣传材料500余份，向消费者散发了“手持一卡、维权到家”卡片1000余张，得到了区委、区政府、消费者的好评。现场咨询380余人次，接待消费者投诉7起，结案率100%，为消费者挽回经济损失8000余元，解决了消费者的实际问题。

交通保障工作总结篇二

为确保本次“消费者权益保护宣传服务月”宣传活动顺利开展，上海银行由法律合规部负责牵头全行，对宣传活动进行统一部署、组织和协调，下发《关于开展消费者权益保护宣传服务月专项宣传活动的通知》，要求各相关单位法律合规人员实施具体活动方案，负责对集中宣传日及整体活动情况进行推进、跟踪及总结工作。

(一)参与情况

6月，全行各地区分支机构均积极响应、全员动员，认真组织并开展了本次活动。据统计，全行共200余家网点参与了本次活动，累计开展不同形式及规模的活动超过200次，发放各种宣传资料十万余份，参与员工数约1000余人，受众客户群达到十万人次。当月活动主要分为6月1日集中宣传日和服务月期间宣传活动，活动形式主要包括集中宣传日核心地段设摊、本行网点宣传、进社区宣传、利用多媒体渠道开展金融知识宣传、总分行联动、行内普法活动等。

集中宣传日上午9:30-下午16:30，全行共30余家网点参与了集中宣传日活动，其中：上海地区各经营单位原则上在辖属行政区域内至少各选定一个位于主要核心地段、人流密集区域的网点或网点户外区域设立宣传台，进行设摊宣传活动，确

保活动覆盖面和宣传效果，宣传点不仅覆盖了市区繁华的人民广场、南京西路静安寺商圈、徐家汇商圈、四川北路等，而且覆盖了崇明、金山、奉贤、青浦等郊县区域；各地分行参与网点则至少覆盖分行所在市域。

活动当天共接待客户6000余人，发放各类资料5000多份，涉及的宣传内容包括消费者权益保护、宣传我行各类投诉渠道和办理流程、介绍银行服务收费价格标准等，得到客户的肯定。

(二) 核心地段设摊宣传

20xx年6月6日，黄埔支行辖属建中支行于大境路菜市场开展了关于消费者权益保护宣传月专项活动，支行员工于菜市场门口摆放摊位，向来往的顾客发放消费者保护宣传资料。在宣传过程中，有顾客询问关于短信收费服务的内容，经过了解，才发现这位顾客曾收到关于娱乐短信预定服务的短消息，因没有当场及时取消服务导致事后每月需要扣收一定费用。支行员工向客户解释消费者权益保护法第八条和第九条规定，消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受服务的真实情况的权利及自主选择商品或者服务的权利。该顾客享有对娱乐短信预订服务如何征订的知悉权，同时还有权选择是否接受和拒绝该项服务，由此可见该公司侵犯了顾客的知情权和自主选择权。顾客对支行员工的专业素养表示称赞。

成都分行清江路支行根据总分行活动要求，于6月1日集中宣传日活动当天组织人员(8人)到石人南路广场，开展“消费者权益保护”集中宣传活动，通过设置宣传咨询台，向客户宣传我行投诉渠道和办理流程，规范公示银行服务收费价格标准，同时结合“金融知识万里行”活动要求，向社区群众非法集资等相关金融知识，切实提升金融消费者自我保护意识。杭州本级在市中心下城区武林街道及有关单位的大力支持下，根据重点宣传人群择定宣传时间和宣传地点，按照预约时间在下城区孩儿巷98号陆游纪念馆门口设立了宣传点。

余杭支行在人流密集的临平中山菜市场门口设立宣传台，同时进行设摊宣传活动。市中管理总部辖属淮海支行6月1日8时30分起在爱美高大厦一楼大堂人流密集区域设立宣传台，由两名员工进行设摊宣传“普及金融知识万里行之消费者权益保护宣传服务月”活动。

(三) 网点宣传

各单位在网点门口设置宣传咨询台，向客户发放“普及金融万里行”宣传册，主要涉及宣传我行投诉各种渠道和处理流程、销售过程中充分向客户提示产品特性、注意事项及风险点、规范公示银行服务收费价格标准等方面。

1、宣传我行的投诉渠道。不少经营单位在与广大客户的交流中发现，很多消费者尤其是老人，多多少少都遇到过金融消费权受侵害并且投诉无门的案例。他们要么与银行工作人员大吵大闹，要么直接打电话给媒体曝光，或者打电话给12315，除此之外几乎没有其他权利救济办法。各经营单位工作人员通过梳理，向广大客户介绍了维权的几种途径：一是向金融机构进行投诉，寻求解决；二是向消费者保护委员会或工商管理部门进行投诉；三是向银监、保监、证监等监管部门投诉；四是在人民银行试点金融消费者权益保护工作的地区，也可向当地人民银行设立的金融消费者权益保护机构进行投诉；五是向法院起诉或根据合同约定提起仲裁。除此之外，工作人员还介绍了我行处理投诉的工作流程。并提示客户，无论哪种途径解决纠纷，相关证据凭证都对于合法权益的维护具有重要的作用，因此在交易时就应当注意保存相关单证。

2、销售过程中充分向客户提示产品特性、注意事项及风险点。

各宣传网点充分利用此次集中宣传日的机会，在推销我行各类产品时，更注重对产品特性、注意事项及风险的揭示，由其是销售我行理财产品时，工作人员详细介绍了理财产品的风险及收益，明确告知我行对此类风险的防控手段，并通

过对客户的风险评估，根据不同客户的风险承受能力，推荐最合适的产品给客户。在销售网银产品时，充分告知客户网银使用方法，安全注意事项，尤其是对u盾使用、密码保护等作了充分提示。

3、明确我行的服务收费标准。在宣传活动中，各经营单位在营业网点主要区域，展示了我行最新的收费标准。在接受客户咨询的过程中，充分向客户披露了我行收费实行依法合规、统一定价、分类管理、质价相符、公开透明、减费让利的原则。我行服务收费管理必须要符合价格主管部门、银行业监督管理机构及中国人民银行的法律、法规及制度规定。由我行统一制定服务收费价格及价目名录，各分支机构无权自行制定和调整收费项目名称等各要素。我行各项收费业务均“明码标价”，以保护金融消费者对服务的知情权、自主选择权、公平交易权和监督权，使客户明确了解服务内容、方式、功能、效果，以及对应的收费标准，确保客户充分了解充分信息，自主选择。另外，还对特定对象实行服务优惠和减费让利，明确界定小微企业、弱势群体、社会公益等领域相关服务的优惠对象范围，公布优惠政策、优惠方式和具体优惠额度，切实体现扶小助弱的商业道德。

(四)进社区宣传

6月26日，天上下着小雨，但这雨水并没有阻挡龙茗路支行进社区宣传的脚步。在小区物业会议室内，支行工作人员召集了部分居民代表进行了宣传活动。将典型案例、金融消费者权益保护条例打印在彩色宣传纸上，会同总行下发的其他宣传单页一起发给客户，并进行了宣讲。

春申路支行来到春申锦城博士娃广场组织开展“爱护人民币、反假人民币”主题活动，从反假的角度来增强消费者自我保护意识。活动使更多的群众掌握了识别真假人民币的知识，帮助人民群众了解反假币的基本常识、认识假币的危害性，增强了群众的自我保护和假币辨别能力，提高了群众的

反假币能力，并得到了广大群众的热烈反响和一致好评，从而提升了我支行的社会形象，取得了良好的宣传效果。

青浦支行在辖内各个社区设立宣传台宣传金融知识，期间，有一位居民反映，由于退休在家开始学习使用电脑，并在儿女的指导下了解网上银行快捷方便的优点，想要自己开通网上银行进行网购。对此，我行宣传人员重点介绍我行电子银行业务，不仅可以网上购物，还提供短信服务、账务查询、贷款查询、转账汇款等功能。并发放“上海银行20xx普及金融知识万里行”宣传册以便居民更详细了解银行金融服务。有一位社区居民王老伯抱怨我网点周日不营业，临时用钱还要去支行营业部，行动不便。工作人员告知王老伯可使用自助设备在网点不营业时间取款，并且约好在工作日可至城西网点找任意员工，帮助其使用自助存取款。

浦东分行安排分行营业部及川沙支行于6月期间进社区开展消费者权益保护宣传活动，同时临港支行及浦三路支行也积极响应号召，分别于6月22日、6月27日进社区开展宣传活动。主要宣传内容为：落实本月的宣传主题，推广消费者权益知识，告知群众防范电信诈骗、非法集资、反假等金融知识，并向客户普及银行卡、信用卡、理财服务、网上银行及电子银行服务、自助渠道、95594新客服电话等银行业务知识，以及针对我行特色理财产品进行深入宣传讲解，并实时解答居民提出的疑问，受到了社区居民的一致好评。

长乐路支行在6月初由网点负责人、客户经理和高柜员工组队，以消费者保护宣传为主题，宣传金融知识，提高消费者维权意识，树立强化从业人员的消费者保护意识，减少金融纠纷为主题，把优质服务带进社区。这次活动设摊安排在静安公园内部，并与静安区消保委联合，与区内的电力、煤气、公安、技防等多部门共同设摊，为往来的社区居民宣传保护知识。长乐路支行准备了充足的宣传资料，普及金融知识万里行的相关资料等，其中包含防范电信诈骗、及银行产品诸如电子银行、信用卡、养老金业务、理财产品的宣传单页等。

奉贤环城东路支行在南桥镇奉浦九华苑居委会开设了专题讲座，不仅增强了金融消费者的维权意识，提升了我行员工的服务质量，也提高了我行知名度。

(五) 利用多媒体宣传渠道开展金融知识宣传

全行200余家网点、300多块户外电子显示屏滚动显示本次活动标语：“上海银行‘普及金融知识万里行’活动火热开展中！”，形成一道亮丽的风景线。

(六) 总分行联动

6月1日活动当天，总行法律合规部指派六名员工分别赴上海地区市北管理总部、市中管理总部、市南管理总部、总行营业部、浦东分行辖属的五家网点作了专门指导。为此，总行法律合规部专门制作了“金融消费者权益”释义及相关法律法规合集、金融消费者权益保护普法问答、金融消费者权益保护典型案例、“金融消费者权益保护标语”等宣传材料，并由派驻人员从专业角度进行现场普法教育，获得了客户良好的反响。

(七) 行内普法培训

各经营单位根据总行法律合规部的部署，借此机会开展了多项行内普法培训活动，如杭州分行在以往开展培训工作的同时，更加强调本月对打击非法集资及消费者权益保护宣传材料的培训，分行通过电子文档系统、电子邮件、日常月度工作培训学习等多种方式，集中加强本月消费者权益保护等有关资料的培训学习。

案例1:

2013年6月3日晚7点30分，宝安支行员工捧着两大锅装得满满的糖水，送到了露天观影广场。行员在向群众分发糖水的同

时，向客户普及金融消费者权益保护相关法律法规，以及银行卡、理财服务等银行业务知识，重点结合我行“易精灵”“金桔贷”展开宣传，并认真解答消费者的咨询。通过“送糖水”活动，不但增强了群众对金融消费者权益保护知识的认知，同时增进了支行与四周群众的感情，宣传了上海银行的各项服务，为今后服务老客户、拓展新客户打下了基础。

案例2:

郑先生在君汇支行现金柜台办理开通手机银行的业务，在等待办理业务的.同时，对柜面上的消费者权益保护的资料进行阅读，大堂经理与其进行了深入的沟通。通过讲解和交流，郑先生对宣传资料上的“监督权”一项有了更加深入的了解和认识，此次的柜面宣传起到了较好的作用。

案例3:

客户刘先生，路过科技园支行大门时特意前来了解有关慧通卡相关优惠以及近期黄金走势，支行员工主动耐心地为其提供解释和服务，同时也介绍了我行黄金(t+d)业务，并提示刘先生黄金业务在近期投资需注意的风险点，切忌盲目投资，跟风买卖，要咨询专业人员，了解市场动态后才可慎重投资。此外，刘先生还咨询了信用卡业务及使用卡时的注意事项，后续我行将继续跟踪客户，做好服务工作。

案例4:

通过集中宣传日活动，进一步加强了我行与客户的沟通与信任，市北管理总部、市南管理总部、南京分行等经营单位辖属网点还借助本次活动，将消费者权益保护与产品营销相结合，以“营销讲合规，合规促营销”的理念，积极挖掘潜在客户，推荐我行金融产品。

交通保障工作总结篇三

新消法第55条规定，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费用的三倍。同时增加规定：增加赔偿的金额不足500元的，为500元。

而现行消法第49条的规定，经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为原价的一倍。

关于“赔偿”原则，一直是消法修改的争议焦点。草案将两倍提高至三倍，显然是对消费者权益的重视。从“退一赔一”到“退一赔三”，在实践中将有效提升法律的威慑力。

亮点二、个人信息列入保护范围

我国现行消法只规定了消费者享有人身、财产安全不受损害等9项权利，但隐私权等个人信息保护的规定缺失。近年来，因住宿、购物等消费过程中个人信息发生泄露的事件屡有发生。一些经营者利用竟将消费者个人信息用作牟利的工具出售。对此，新消法规定，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，明示收集个人信息的目的、方式和范围，并经消费者同意。

经营者对收集的消费者个人信息必须严格保密，不得泄露、出售或向他人非法提供。在发生或者可能发生信息泄露或丢失的情况下，应当立即采取补救措施。经营者未经消费者同意或请求，或者消费者明确表示拒绝的，不得向其发送商业性信息。当然，如何落实个人信息的权益保护，还必须采取制定一些细则，以落实新消法的规定。

亮点三、消费者有七天的“后悔权”

现行的消法中，没有直接具体规定可以退换货的天数，根据《部分商品修理更换退货责任规定》执行“三包”规定。目前仅有电视机、自行车等18类商品以及手机执行“三包”规定。

新消法确认了“七天无理由退货”制度，赋予了买家一定的“后悔权”。根据新消法，经营者应当自收到退回商品之日起七日内退还消费者支付的商品价款。退回商品的运费由消费者承担，但另有约定的除外。无理由退货，指的是消费者利用被赋予的“后悔权”，对自己购买的商品不喜欢了，在7天的冷静期进行的退货。由于这不是商品质量出现问题，退货原因不在商家，为防止权利滥用，退货运费由消费者来承担是公平的。但如果是商品有瑕疵、有缺陷等质量问题，属于有因退货，就要按照三包规定来进行退换货，这时的退货费用就应由经营者承担。

另外，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，消费者在接受商品或服务之日起六个月内发现瑕疵、发生争议时，由经营者承担有关瑕疵的举证责任，即举证倒置，这点对消费者权益保护是非常重要的，如近年发生的诸如“牛拉奔驰”、“锤打宝马”等事件，多缘于消费者的举证责任过大。

交通保障工作总结篇四

1、各项工作任务 3月14日□xx区工商分局□xx区消费者协会联合市工商局、市消费者协会等单位在秋浦影剧院设立主咨询服务台，现场受理消费者投诉，耐心解答消费者咨询。重点宣传《消法》、《条例》、《产品质量法》等有关法律法规，以及“消费与发展”年主题宣传提纲，共散发宣传资料10000余份。“3·15”活动期间，区消协及下设8个分会共受理投诉40件，受理咨询500人次，为消费者挽回经济损失2.5万元，取得了明显实效。

2、依法调处消费纠纷。上半年共调处各类消费纠纷32件，成功调解32件，调解率100%，为消费者挽回经济损失98776.00元，接待来访和接受咨询890人次。从投诉问题性质看：质量问题居首位，投诉10件，占投诉总量的58.8%；从投诉商品类别看：百货类投诉最多，投诉8件，占投诉总量的47.3%；。从而化解了消费纠纷，维护了社会稳定，促进了经济发展。

3、全面促进消费纠纷和解。区消协在“一会两站”全面建立的基础上重点加强了“一会两站”示范点（和解点）建设，鼓励消费者与经营者实行和解。全区共促进消费纠纷和解80件，其中：商品类和解66件；服务类和解14件，为消费者挽回经济损失88538.00元，从而降低了管理成本，畅通了消费纠纷解决渠道，促进了经营者与消费者和谐共赢。

4、切实加强对消费者合法权益保护工作的领导。根据《中华人民共和国消费者权益保护法》和《安徽省消费者权益保护条例》的有关规定□xx区消费者协会以文件的形式请示xx区人民政府建立消费者合法权益保护办公会议制度及解决xx区消费者协会办公经费，二个请示有望得到批复。

5、严格开展安徽省第七届“诚信单位”推荐工作及对各级消协的推荐单位及商品进行清理复查工作。全区范围内推荐5家安徽省第七届“诚信单位”，清理和复查了450家（种）各级消协的推荐单位及商品，均取得了预期效果。

6、扎实推进普法宣传教育。一是以“3·15”国际消费者权益日纪念活动为契机，设立咨询服务台、制作宣传展板、编印红盾活页、介绍识真辩假、散发宣传材料、开展巡回宣传等多种形式进行宣传；二是各消协分会继续利用学习园地开展消费教育；三是组织工商干部，消协工作人员开展食品安全进校园、社区、居委会活动对消费者进行广泛宣传教育。

7、定期通报投诉情况分析。按市消协要求，及时、准确上报中消协《综合统计报表》、安徽省诚信承诺企业联盟入盟企

业和解情况季度统计表及统计分析工作。根据消费者投诉情况分析，区消协每季向社会通报消费维权热点、难点问题。同时发布消费警示，尽可能把消费维权由事后补救转为事前防范。

9、努力完成省市消协、区工商分局临时交办的各项工作任务。

1、区消协工作人员创新能力、主动意识有待于进一步提升；

2、“一会两站”示范点（和解点）建设很不规范，作用也很不够明显；

3、区消协对损害消费者合法权益的行为，通过大众传播媒介予以披露地力度有待于进一步加大。

1、充分发挥消协理事单位作用。区消协要加强与消协理事单位配合和联系，发挥理事单位的职能作用，方便、快捷地解决消费纠纷，切实维护好消费者的合法权益。

2、努力构建功能完善的维权和服务网络。区消协会进一步规范和完善“一会两站”示范点（和解点）建设工作，按照“四个统一”的要求，将加大对“一会两站”建设工作督查考核力度，进一步整合消费维权资源，降低维权成本，方便消费者就近投诉，更好地维护消费者的合法权益。

3、认真做好查询工作。区消协在处理和调解消费纠纷的过程中，就有关维护消费者权益存在的问题，主动向有关行政部门反映、督促、查询和建议，促进行政管理部门重视消费者权益保护工作和快速解决有关问题。

4、继续加强对商品和服务的社会监督。区消协将联合市消协组织开展1次问卷调查活动，以规范经营者经营行为，指导消费者理性消费。

交通保障工作总结篇五

20xx年，我公司消费者权益保护工作在公司领导的高度重视下，按照年初的安排部署，结合20xx年6月1日实施的《_食品安全法》，尽力整顿规范生产流程和监管流程，竭力维护消费者合法权益。并配合有关部门相关工作，切实努力地为消费者生产合格商品。

今年我公司按照公司生产和管理流程，制定了一系列方针政策与制度来加强与指导商品的质量监管：如《关于正兴酒业成品酒质量控制和质量验收制度》、《包装物的不合格品处理流程》《生产现场不合格品处理流程》等，从源头上把握公司的质量监管，用流程来指导并处理生产与监管中发现的问题，维护消费者的权益。

制定公司相关管理制度，并对公司员工进行相关的培训，明确奖惩原则，并根据相关要求定期进行考核。特别是与消费者息息相关的生产部门（生技部）、监管部门（质管部）更是加强了对员工的培训与管理，做到了“制度上墙，质量上心”。

同时我公司根据《_食品安全法》，定期组织公司全体员工食品基本知识及相关应知应会知识的培训，对公司新进员工进行岗位相关知识的培训。

为保证我公司经营产品的质量，根据iso9001□20xx国际质量体系及其他监管文件的要求，对企业品种进行严格的审核，建立企业产品品种的档案。同时对供应商的资质进行有效管理，及时完成对有业务往来客户证照的统计和催收工作，保证了公司购进产品的合法性。

同时我公司配合上级部门的监督抽查工作，对公司产品进行自查自纠，使其符合管理要求。定期对半成品、成品进行抽检工作，坚决杜绝不合格品流出生产线。