

消费者维权

知识概论

健康安全生活

消费维权知识

# 做个聪明的消费者

美余

林轩

编

 中国市场出版社  
China Market Press

# 做个聪明的消费者

美余 林轩 编

中国市场出版社

图书在版编目(CIP)数据

做个聪明的消费者 / 美余, 林轩编著. —北京: 中国市场出版社, 2009.9

ISBN 978-7-5092-0581-5

I. 做… II. ①美… ②林… III. 消费者权益保护法—基本知识—中国 IV. F923.85

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 146044 号

---

书 名: 做个聪明的消费者

作 者: 美 余 林 轩

责任编辑: 白 琼

出版发行: 中国市场出版社

地 址: 北京市西城区月坛北小街 2 号院 3 号楼(100837)

电 话: 编辑部(010)68032104 读者服务部(010)68022950

发行部(010)68021338 68020340 68053489

68024335 68033577 68033539

经 销: 新华书店

印 刷: 山西科林印刷有限公司

规 格: 787×1092 1/16 21.25 印张 362 千字

版 本: 2009 年 9 月 第 1 版

印 次: 2009 年 9 月 第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5092-0581-5

定 价: 58.00 元

---

# 目 录

## 做个聪明的 消费者

### 第一章 消费者维权知识概论 / 2

一、消费者权益保护运动 / 2

二、消费者的权利 / 6

三、消费者权益保护部门 / 19

四、消费者投诉 / 25

五、消费者权益保护知识 / 35

六、产品鉴定 / 51

七、商品标志 / 53



## 第二章 健康安全生活消费维权知识 / 60

- 一、食品安全总论 / 60
- 二、食品安全分类:白酒小常识 / 109
- 三、食品安全分类:保健食品小常识 / 111
- 四、食品安全分类:茶叶小常识 / 114
- 五、食品安全分类:食用油小常识 / 119
- 六、食品安全分类:转基因食品小常识 / 121
- 七、食品安全分类:牛奶小常识 / 123
- 八、家电选购与安全使用常识 / 127
- 九、金融保险产品选购与使用安全 / 170
- 十、住房与装修相关的消费者权益保护 / 227
- 十一、汽车选购、保险、维修相关的消费者权益保护 / 257
- 十二、手机选购、使用与维修相关的消费者权益保护 / 282
- 十三、医疗药品选购与使用安全相关的消费者权益保护 / 292
- 十四、旅游中消费者的合法权益保护 / 299
- 十五、购买其他生活用品的消费者合法权益保护 / 305

做个聪明的  
消费者

---

**第二章  
消费者维权知识概论**



# 第一章 消费者维权知识概论

## 一、消费者权益保护运动

### (一) 国际消费者运动概述

#### 1. 消费者运动的渊源

消费者运动已经有 100 多年的历史了。它起源于近代欧洲，兴起于第二次世界大战后各发达资本主义国家。

早在 19 世纪中下叶，英国在《货物买卖法》中，就应广大消费者的要求，给予购买质量低劣和不适于预定用途商品的消费者以法律上的索赔权，并对欺骗消费者的行为给予严厉处罚，从而改变了“买者注意、当心，卖者不负责”的传统做法和观念，为维护消费者的正当权益迈出了必需的一步。

1844 年在英国的英格兰北部以制造毛毯、法兰绒而知名的罗奇代尔市，首创消费者合作社，这被认为是出现最早消费者组织。

1898 年，美国成立了消费者组织。1936 年，建立了一家最早消费者组织的消费者联盟。

第二次世界大战后，各种消费者组织便应运而生，并迅速扩展到发展中国家。1960 年，成立了国际消费者组织联盟(IOCU)。现在，全世界共有 90 多个国家的 300 多家消费者组织在开展活动。

世界性的保护消费者活动受到联合国组织的重视。国际消费者联盟组

组织的代表已成为联合国经社理事会、工业发展组织、粮食组织和贸发会议等机构中的顾问和联络员。他们代表消费者的利益，参加有关会议和政策的制定工作。1985年4月9日，第39届联合国大会一致通过了《保护消费者准则》。

### 2. 3·15 国际消费者权益日简介

为扩大消费者权益保护的宣传，使之在世界范围内得到重视，促进各国、地区消费者组织之间的合作与交往，更好地开展消费者权益保护工作，1983年国际消费者联盟组织确定每年3月15日为“国际消费者权益日”。这一日期的选定，是基于美国前总统约翰·肯尼迪1962年3月15日在美国国会发表的《关于保护消费者权利的总统特别咨文》中首次提出的著名的消费者四项权利，即：获得消费安全的权利，取得消费资讯的权利，自由选择商品的权利，合法申诉的权利。

1983年以来，每年的3月15日，全球各地的消费者都要举行大规模的活动，集中宣传消费者的权利，显示消费者的强大力量。其中包括发布新闻公报、向公众介绍消费者组织的活动，告诉人们消费者组织将为保护消费者权益做哪些工作，通过电台和电视节目进行宣传，在学校发放宣传材料或消费者刊物，组织关于消费者权利的演说，努力提高消费者的认识。有的国家的消费者组织在这一天向公众征集“消费者权益歌”，有的国家组织演讲比赛或进行“一年最严重的损坏购货者利益事件”的评定活动；奖励为消费者运动作出贡献的人；举办展览；举办消费者教育讲座。一些国家的消费者组织还开展对保护消费者权益有关法规的执行情况进行检查等。

我国自1987年始，每年的3月15日，中国消费者协会及地方各级协会也都要联合各有关部门共同举办大规模的宣传活动，运用各种方式介绍消费知识和法律知识，宣传消费者权利，唤醒消费者的自我保护意识；督促生产经营者重视保护消费者权利；促进社会都关心、支持消费者保护工





作。“3·15 国际消费者权益日”的宣传活动已经成为具有广泛社会影响的、意义深远的社会性活动。

### 3. 国际消费者联盟组织

国际消费者联盟组织是一家独立的非营利的非政治性的消费者团体国际联盟组织，1960 年由美国、英国、澳大利亚、比利时和荷兰 5 个国家的消费者组织联合发起成立，总部设在英国伦敦。现有成员包括 72 个国家和地区的近 200 家消费者组织。中国消费者协会于 1987 年被该组织接纳为正式成员。

国际消费者联盟组织的宗旨是：在世界范围内协助并推动各国消费者组织及政府做好保护消费者权益工作，促进产品比较试验、消费信息、消费教育方面的国际合作和交流；在联合国等国际机构中代表消费者讲话，协助不发达国家和地区的消费者组织开展工作。

### 4. 国际消费者确定的消费者的权利与义务

1962 年的 2 月 15 日，美国总统肯尼迪首次提出消费者的四大权利：讲求安全、知道真相、选择及表达意见的权利。

1963 年，国际消费者组织联盟便根据这四项权利，再加上消费者教育、求偿、基本需求及健康的环境等四项权利，定出了消费者的八大权利及认知、行动、关心社会、保护环境、团结等五大义务，并且将每年 3 月 15 日定为世界消费者日。

以上这八大权利及五大义务，不仅已成为各国消费者的共识，而且在不断发展的消费者运动中，无疑也是一项卓越的壮举。

1986 年，IOCU 将联合国 1984 年底通过的消费者保护法纲领分寄给世界各国的消费者团体，作为国内及国际推动消费者保护运动的共同目标。

### 5. 我国地方各级消费者组织

地方各级消费者协会或消费者委员会是依法成立的对商品和服务进行社会监督的保护消费者合法权益的社会团体，在业务上接受上级消费者组织的指导。在城市街道、农村乡镇以及学校、机关、集贸市场、大中型工商企业建立各种类型的消费者组织的分会、联络站、监督站，并聘请义务监督员、联络员等自愿维权者。按照《中华人民共和国消费者权益保护法》的规定，消费者是为了生活消费需要而购买、使用商品和接受服务的单位和个人。那些使用他人购买的商品和利用他人“购买”的服务的人也在消费者范围之内。



## 二、消费者的权利

### (一) 什么是消费者权益的社会保护

保护消费者权益，不仅是国家的责任，也是全社会的责任。在我国社会主义条件下，广大人民群众既是国家的主人，又是消费者。保护消费者权益是保护广大人民群众利益的体现。强调全社会都负起保护消费者权益的责任，有利于切实维护消费者的权益。同时，消费者问题涉及面广，情况复杂，是市场经济条件下不可忽视的一个社会问题，因此也只有动员全社会的力量保护消费者的权益，才能真正使消费者的利益得到保护，全面改善人民群众生活质量，提高生活水平。因此，《消费者权益保护法》第一条第一款明文规定：“保护消费者的合法权益是全社会的共同责任。”消费者权益的社会保护包含以下两方面内容：

一是国家鼓励、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。我国各级消费者协会在社会保护中占有主要的和突出的地位，在我国保护消费者工作中起着中坚力量和带头人的作用。工、青、妇以及许多行业组织也在保护消费者方面做了大量工作。近年来，许多企业设立受理消费者投诉机构，受理消费者对其商品和服务的投诉；一些企业深受假冒伪劣之害，主动悬赏“打假”，检举、控告假冒其产品的生产者；不少消费者以多种方式主动参与“打假”行动，同侵害消费者权益的不法行为作斗争，对保护消费者权益起到了积极的作用。

二是大众传播媒介应当作好维护消费者权益的宣传，对损害消费者合法权益的行为进行舆论监督。近年来，电视、广播、报刊等新闻媒体大力宣传消费知识和消费者保护知识，披露假冒伪劣、短斤少两、虚假广告、欺行霸市等侵害消费者权益的不法行为，报道损害消费者权益的典型案

例,尤其是每年的“3·15”活动,由于新闻媒体的广泛参与,使消费者权益保护工作深入人心。社会各界的共同参与,使我国的消费者保护工作已经形成一定的社会气候。

## (二) 什么是消费者的权利

消费者的权利是消费者利益在法律上的体现,是国家对消费者进行保护的前提和基础。尽管我国地方立法对消费者的权利都作了规定,由于各自的规定不尽一致,适用范围有限,需要按《消费者权益保护法》在全国范围内对亿万消费者的权利作统一的规定。从全国性立法看,尽管有关法律、行政法规也涉及消费者权利的一些规定,如《宪法》规定的公民结社权,《民法通则》规定的公民、法人的人身权和财产权,《产品质量法》规定的消费者对产品质量造成的损害起诉权等,但是,这些规定不够明确,比较分散、零乱,缺乏系统性,且不是针对特定的消费领域中的消费者而言的,如果要在全国性立法中,全面而又具体地体现消费者的权利,则有赖于《消费者权益保护法》对此作出规定。鉴于以上考虑,在《消费者权益保护法》中规定消费者的权利是十分必要的。

通过对国内外立法的考察,并基于对消费者权利的认识,结合我国经济和文化发展水平,《消费者权益保护法》设立专门的章规定了消费者的权利,从第七条至第十五条共有九项:

- (1)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。
- (2)在知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。
- (3)在享有自主选择商品或者接受服务的权利。
- (4)在享有公平交易的权利。

(5)在因购买、使用商品或者接受服务人身、财产受到损害的,享有依法获得赔偿的权利。



(6)在享有依法成立维护自身合法权益的社会团体的权利。

(7)在享有获得有关消费和消费者权益保护方面的知识的权利。

(8)在购买、使用商品和接受服务时,享有其人格尊严、民族风俗习惯得到尊重的权利。

(9)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。这九项权利是消费者进行消费活动所必不可少的,其中,前五项权利是基础,与消费者的关系最为密切,后四项权利则是由此派生出来的。

《消费者权益保护法》明确规定了消费者的权利,无论是在立法上还是在实践中都具有重要的意义。从立法上看,《消费者权益保护法》所称的“权益”是指权利和利益,用法律保护消费者的利益,就必须在法律上赋予消费者一定的权利。法律对利益的保护,是通过一定的权利表现出来的。如果法律不赋予消费者一定的权利,当消费者的利益受损害时,也就会失去保护的依据。从实践上看,长期以来,由于消费者的权利缺乏法律规定,导致损害消费者利益的行为屡屡发生。一旦消费者的权利得到法律确认并为广大消费者所知晓,消费者便可以运用自己的权利保护自己的利益不受损害,从而抑制或者减少损害行为的发生。

### (三) 什么是消费者的安全权

《消费者权益保护法》第七条规定,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,简称为安全权。

安全权是消费者最重要的权利,也是《宪法》和《民法通则》赋予公民的人身权、财产权在消费领域的具体体现。对于所有的消费者来说,在进行消费活动时,首先考虑的便是商品和服务的安全、卫生等因素,如果这方面存在问题,轻则使消费者产生某种疾病,或者身体某一部位受到伤害,重则造成财产毁损或者导致残疾甚至死亡。因此,商品和服务是否符

合保障人身、财产安全的要求，是消费者最为关心的问题。

安全权包括两方面内容：一是人身安全权。人身权的范围，除生命健康权外，还包括姓名权、名誉权、荣誉权、肖像权等。本条所称的人身安全权，仅指生命健康权不受损害，因为只有生命健康，才存在是否安全的问题。具体来说，是指消费者在购买、使用商品和接受服务时，享有保持身体各器官及其机能的完整以及生命不受危害的权利。二是财产安全权。财产安全权同样受到法律的保护，如果消费者的财产安全得不到保障，消费者的生活就要受到一定程度的影响。值得注意的是，本条所称的财产安全，并不仅仅是指消费者购买、使用的商品或接受的服务本身的安全，还包括除购买、使用的商品或接受的服务之外的其他财产的安全。由安全权出发，该条第二款还规定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，这既是安全权的内在反应和具体表现，又是安全权得以实现的保障。

所谓商品和服务符合保障人身、财产安全的要求，包括两层含义：一是商品和服务有国家标准、行业标准的，必须符合该标准。如对食品、药品、家用电器等，国家一般是有强制性要求的。如食品必须做到无毒、无害，符合应有的营养要求，具有相应的色、香、味等感官性状，食品的包装、存放、运输必须清洁卫生，过期、变质的食品不能出售。药品必须严格按照工艺规程生产，其化学成分及含量应符合有关规定，包装必须贴有标签并附详细说明书。家用电器不允许有漏电、爆炸、自燃等潜在危险的存在，等等。二是商品和服务没有国家标准的，必须符合社会普遍公认的安全、卫生要求，这主要适用于服务和某些新研制开发的商品。

### （四）什么是消费者的知情权

《消费者权益保护法》第八条规定，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，简称为知情权。也就是说消费者在购买、使用商品或者接受服务时，有权对商品和服务的有关真实情况进行全面和充分的了解。

对消费者来说，知情权是消费活动中必不可少的，它是消费者决定购买某种商品、接受某项服务的前提。消费者产生某种消费欲望，以及真正实施消费行为，是建立在对该商品和服务有一定了解的基础之上的，任何一个消费者都不会无故花钱去进行一无所知的消费，如到商店购买糕点，一般都得看看产地、价格、生产者、生产日期、保质期等，这便是对商品的了解过程。此外，由于商品品种繁多，每一种商品都有其独特的使用价值，以及与该使用价值相应的特点。即便是同种类型的商品，还区分不同的产地、品牌和生产者，制造者由此带来价格、质量等情况存在不同程度的差异。并且在服务领域中，也不断开发出新的品种项目，因此，消费者不得不对商品和服务作一定的了解，否则，无法作出消费选择判断。还有不同的性别、年龄、地区的消费者，在消费层次上有很大的不同，消费需求也不一样，如果在不知悉商品和服务的真实情况下进行消费活动，则往往与消费者的初始愿望相去甚远，达不到真正追求的消费目的。上述因素表明，保证消费者了解商品和服务的有关情况并确保其真实，是非常重要的。

从商业道德上讲，诚实信用是交易双方应遵守的基本准则。它要求交易者意愿表示要真实，对与交易有关的情况不得隐瞒，不得作虚假的表示，以增加交易的透明度。只有这样才能达到真正的平等和公平交易。但在实践中，少数经营者采取不正当手段，妨碍消费者对商品和服务的真实情况进行了解，主要表现为：

(1)在交易过程中，对消费者的询问置之不理或不作明确答复。经常可以看到的是，当消费者向营业员询问某商品的情况时，营业员或者白眼相待，不予理睬，或者一问三不知，使消费者得不到任何真实信息。

(2)对商品和服务的有关情况根本不作表示和说明或者作虚假的表示

和说明。近年最为突出的是鞋类商品,“三无”(无厂名、无厂址、无合格证)鞋充斥市场,导致消费者上当受骗,还有少数经营者为了引诱消费者购买商品或接受服务,对质量、价格、性能、用途、生产日期、有效期限等作欺骗性的表示和说明,使消费者产生误解。

(3)在利用广告宣传商品和服务时,制作发布虚假或令人误解的广告,使消费者在难辨真伪的情况下作出错误的选择,如有的电视广告使用超乎寻常的溢美之词,夸大商品的使用性能,消费者根据广告所买的商品与广告的宣传完全是两回事。上述行为,侵犯了消费者的知情权。由于商品和服务的种类不同,消费者对此所要了解的侧重点也不同,而且由于消费者自身的消费知识结构不同,各自要了解的问题也不一样,这就带来知情权的差异性。但是,概括地讲,对于商品,消费者有权要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、品牌、用途、性能、规格、等级、主要成分、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法或说明书等有关情况;对于服务,消费者有权要求经营者提供服务的内容、费用等有关情况。

### (五) 什么是消费者的自主选择权

《消费者权益保护法》第九条规定,消费者享有自主选择商品或者服务的权利,简称为自主选择权。也就是说,消费者有权根据自己的需求、意向和兴趣,自主选择自己认为满意的商品或服务。

在消费领域中,由于消费者的心理偏好以及习惯不同,导致对商品和服务的要求也不同。如有人喜欢买布鞋,有人则喜欢买皮鞋,即使是同样的皮鞋,有人喜欢甲厂生产的,有人则喜欢乙厂生产的,这是十分正常的现象,体现了消费者的需求差异性。自主选择权主要包括:一是有权自主选择提供商品或者服务的经营者。二是有权自主选择商品品种或者服务方式。三是有权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。四是在自主选择商品或服务时，有权进行比较、鉴别和挑选。此外，消费者还有权选择购买商品或者接受服务的场所；有权根据商品或者服务的不同情况，选择商品的商标、产地、价格等事项，等等。

自主选择权具有以下几项特征：

(1)消费者选择商品和服务的行为必须是自愿的。买与不买，买这样的还是买那样的，从这地方买还是从那地方买，最终取决于消费者的购买决策。在实际生活中，由于消费者缺乏对具体商品和服务的认识和了解，在选择时经常流露出试探和犹豫心理，在这种情况下，经营者更应当主动向消费者介绍该商品或服务知识，实事求是地推荐商品和服务，但是，这种介绍、推荐和帮助不能代替消费者的意志，更不能违背消费者的选择商品意愿。

(2)消费者自主选择商品和服务的行为必须是合法行为。自主选择权是相对的，它必须要依照法律，遵守社会公德，不得侵害国家、集体和他人的合法权益。如在批发商店，消费者就不能任意主张自主选择权，硬性要求经营者零售其商品，否则，其行为即成为不合法的行为，其自主选择权也就失去了本来的法律意义。

(3)自主选择权只能限定在购买商品或者接受服务的范围内，不能扩大到使用商品上。长期以来，由于我国实行高度集中的计划经济体制，商品比较短缺，消费者没有多大的选择余地，而且较大一部分生活消费品是通过发放票证定量提供的，如猪肉、鸡蛋、肥皂、食油等，有的地方凭票供应的品种达几十种之多，从而限制了消费者的自主选择权。前几年，彩电、冰箱等家用电器紧俏，经营者也采取了凭票供应、定点供应甚至搭售等手法，在一定程度上排除了消费者的自主选择权。我国商业行业早先有个口号“百挑不厌”，这也是商业道德之一，但到目前还未落到实处，不少营业员在顾客挑选商品时或者在挑选商品不购买后，不满之情溢于言表，甚至冷言冷语相加。所有这些，都是不尊重消费者的自主选择权的表现。