

校园与社区—国家普法规划用书

FA LU ZHUAN JIA JIAO NIN
RU HE XIAO FEI WEI QUAN

法律专家为民说法系列丛书

法律专家教您

如何消费维权

于海英 编著



吉林文史出版社

法律专家为民说法系列丛书

法律专家 教您如何消费维权

于海英 编著

吉林文史出版社

图书在版编目(CIP)数据

法律专家教您如何消费维权 / 于海英编著. — 长春:
吉林文史出版社, 2015. 3

(法律专家为民说法系列丛书 / 张宏伟, 吴晓明主
编)

ISBN 978-7-5472-2732-9

I. ①法… II. ①于… III. ①消费者权益保护法—案
例—中国 IV. ①D923.85

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第043916号

法律专家教您如何消费维权

编 著	于海英
责任编辑	李相梅
责任校对	宋茜茜
丛书主编	张宏伟 吴晓明
封面设计	清 风
美术编辑	李丽薇
出版发行	吉林文史出版社(长春市人民大街4646号) 全国新华书店经销
印 刷	三河市祥宏印务有限公司
开 本	720mm×1000mm 1/16
印 张	12
字 数	100千字
标准书号	ISBN 978-7-5472-2732-9
版 次	2015年7月第1版
印 次	2015年7月第1次
定 价	29.80元

如发现印装质量问题,影响阅读,请与印刷厂联系调换。



法律专家为民说法系列丛书

编委会

主 编：

张宏伟 吴晓明

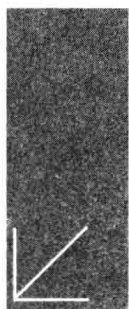
副主编：

马宏霞 孙志彤

编 委：

迟 哲	赵 溪	刘 放	郝 义
迟海英	万 菲	秦小佳	王 伟
于秀生	李丽薇	张 萌	胡金明
金 昊	宋英梅	张海洋	韩 丹
刘思研	邢海霞	徐 欣	侯婧文
胡 楠	李春兰	李俊焘	刘 岩
刘 洋	高金凤	蒋琳琳	边德明





PREFACE

【前言】



随着社会的进步、生产力的逐步发展,人们的生活水平得到了显著提高。我们的日常生活会伴随着各种消费,如餐饮住宿、旅游购物、美容消费,等等。可以说消费伴随人的始终,每个人都不是消费活动的绝对旁观者,只要进行生活消费,就会成为消费者和潜在受害者。

近年来,一些经营者为了追求利益的最大化,挖空心思设置各种商业陷阱,而作为消费者将不可避免地会受商业广告的诱惑和消费陷阱的欺诈。普通的消费者不可能是所有商品和服务的专家,掌握所有商品和服务的专业知识,去自行鉴别所有商品和服务的品质、质量,保证自身消费安全,因此消费者权益受损现象屡见不鲜。遇到消费争议怎么处理、在维权过程中应该掌握哪些技巧等都是消费者在现实生活中无



法回避的问题。

编写一本作为消费者可随身携带的法律咨询手册，无疑具有极强的现实意义。本书结合案例来讲解法律，深入浅出，通俗易懂，适合广大读者闲暇阅读。

由于笔者水平有限，加之时间仓促，书中难免有不足之处，请各位读者来信赐教。最后，衷心地希望此书的出版能给读者解答消费方面的困惑。



目录

CONTENTS

前言	001
----------	-----

第一篇 消费者维权常识问答

1.何谓消费纠纷?	003
2.消费纠纷有哪些特征?	003
3.什么是消费者?	004
4.哪些“消法行为”属于法律保护范畴?	005
5.什么是国际消费者权益日?	006
6.什么是“12315”?	006
7.消费者有哪些权利?	007
8.什么是消费者的安全保障权?	007
9.什么是消费者的知情权?	008
10.什么是消费者的自主选择权?	008
11.什么是消费者的公平交易权?	009
12.什么是消费者的获得赔偿权?	010
13.什么是消费者的依法结社权?	010
14.什么是消费者的获得知识权?	011
15.什么是消费者的维护尊严和民族习惯权?	012



16.什么是消费者的监督批评权?	012
17.经营者有哪些义务?	013
18.消费者协会有哪些职能?	015
19.发生消费纠纷有哪些途径解决?	016
20.消费者合法权益受到侵害应该向谁索赔?	017

第二篇 购物消费纠纷

1.消费者网购应注意什么?	021
2.超市强制消费者存包是否侵害顾客人格尊严权?	022
3.购买商场标错价的商品,造成损失由谁承担?	024
4.商场在同种商品上使用两种标价的做法是否构成价格欺诈? ...	027
5.消费者购买了假冒商品,退货时是否应将换购券一并退还? ...	029
6.消费者试穿衣服后就必须要购买吗?	031
7.商家承诺假一罚十,消费者购假后能否要求十倍赔偿?	032
8.“商品售出,概不退换”的法律效力如何?	035
9.“买一赠一”中的赠品存在质量问题,消费者应如何索赔?	037

第三篇 餐饮住宿纠纷

1.餐饮企业合同存在哪些霸王条款?	043
2.外出住宿安全常识有哪些?	044
3.餐厅是否有权规定“衣冠不整者,不得入内”?	045
4.餐厅收取自带酒水开瓶费合法吗?	047
5.住宿期间摔倒致残,能否向酒店索赔?	050



6.顾客在餐厅内被殴打,餐厅是否要承担责任?	052
7.住宿期间财物被抢劫,能否向酒店索赔?	054
8.消费者吃到异物,能否向经营者要求精神赔偿?	056
9.住宿期间被人打伤,能否向酒店索赔吗?	058

第四篇 美容消费纠纷

1.法律对医疗美容机构的经营标准有什么基本规定?	063
2.如何区分美容院与医疗机构?	067
3.处理医疗美容纠纷有哪些解决方式?	068
4.明确什么是医疗美容纠纷?	069
5.美容失败致人损害,美容院该承担什么赔偿责任?	070
6.美容美发店能做整形外科手术吗?	071
7.隆胸未达预期效果,消费者能否向法院索赔?	073
8.整形美容手术造成容貌受损算是医疗事故吗?	075
9.美容公司未尽告知义务,应承担责任吗?	077
10.美容店“蒸发”,预付卡成了废卡,怎么办?	079

第五篇 旅游消费纠纷

1.旅游者有哪些主要权利和义务?	083
2.长假出游应该注意什么?	086
3.旅游损害赔偿该怎么举证?	087
4.旅游消费者索赔的条件及程序有哪些?	088
5.如何区分旅行社责任险和旅行意外险?	090



6. 旅游者自行改签机票,旅行社是否承担损失?	091
7. 旅游途中,游客摔伤可向旅行社索赔吗?	092
8. 旅行社私自转让旅游业务后旅游者权益受损,谁应当承担违约责任?	094
9. 低价招揽客人之后又加收价款,这种行为法律支持吗?	097
10. 游客因火车晚点未及时赶到集合地,游客应找谁赔偿损失? ...	099
附录一:中华人民共和国消费者权益保护法	101
附录二:中华人民共和国产品质量法	111
附录三:部分商品修理更换退货责任规定	125
附录四:合同违法行为监督处理办法	129
附录五:中华人民共和国食品安全法	132
附录六:旅馆业治安管理办法	160
附录七:医疗美容服务管理办法	163
附录八:旅行社条例	168

第一篇

消费者维权常识问答





1.何谓消费纠纷?

所谓的消费者纠纷,是指消费者与经营者之间因消费者权益而产生的争议。其中,“消费者权益”,根据我国《消费者权益保护法》第二条的规定,是指公民或组织“为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务”等消费行为中所具备的权益。这也就将消费场所局限于生活消费领域之内。消费纠纷的发生往往是由于消费者认为经营者的行为侵犯其合法权益,究其法律性质而言,消费纠纷往往呈现出侵权纠纷与合同纠纷的竞合形态,但也有部分消费纠纷是单因侵权事由或合同纠纷事由引起,例如赠品的质量纠纷,就是单纯的侵权事由等。



2.消费纠纷有哪些特征?

消费纠纷属于民事纠纷的范畴,双方当事人纠纷中具有平等的法律地位。然而,与一般的民事纠纷相比,消费纠纷具有不同的特点。

首先,消费者与经营者无论在交易还是纠纷处理过程中实力、地位存在实质不平等是消费纠纷的主要特征。大多数消费者与经营者拥有的社会资源和财富存在着一定差距,并且在纠纷的处理策略上也存在极大差异,消费者多半期望一次性解决,但经营者的处理策略往往要顾及公司的可持续发展。在纠纷中只有充分考虑双方的实际力量对比与实际需求,才能获得更好的结果。

其次,消费纠纷具有多发性、群体性、复杂性的特征。随着生活消费



市场的日益繁荣,消费纠纷已成为社会的现实问题。同一批次或同一类型的商品或服务出现问题,往往引起大量同质性的消费纠纷,该类“群性”纠纷是消费纠纷的主要形态。由于消费纠纷的具体情况各不相同,不同的消费者对纠纷的处理结果有着不同的心理预期,因此会选择不同的解决规则和途径。这也就决定了消费纠纷具备复杂性的特征。

再次,纠纷形成并诉诸纠纷解决机制的主动权在于消费者。消费纠纷源于消费者对经营者不当经营行为的不满,认为自身权益因经营者行为而受损,纠纷是双方行为,即便是消费者出于泄愤或劝诫他人的心态将该次不良的消费经验告诉给经营者之外的第三人知道,只要该意见没有到达经营者处,仍不应认为消费者纠纷已经“形成”。直到消费者在衡量过解决该事件的各种成本,决定将此次消费经验通过直接告知或要求第三人转达等方式告知于经营者时,消费纠纷方才形成。由此可见,消费纠纷是否“形成”,消费者掌握了主动权。

最后,消费纠纷相对与经济活动中的其他交易,规模一般较小。消费者在消费交易中所受到的侵害,如果单纯以金钱衡量,往往不是一个较大的数额。如果因此发生纠纷并通过普通诉讼程序加以解决,会使消费者得不偿失。



3.什么是消费者?

根据我国《消费者权益保护法》第二条将“为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务”的行为界定为消费者的消费行为,根据这一规定可知,消费者是指为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务的公民个人或单位。消费者是《消费者权益保护法》保护的主体,也是确定消费



者权益的基本依据,更是保护消费者权益的行政机关和司法机关正确而又全面贯彻执行《消费者权益保护法》的前提条件。消费者应具有以下特征:(1)消费者消费行为的性质属于生活消费;(2)消费者的消费客体是商品和服务;(3)消费者的消费方式是购买、使用商品和接受服务;(4)消费者的主体包括公民个人和进行生活消费的单位。以从事生产、经营为目的购买、使用商品或接受服务的,不属于《消费者权益保护法》保护的消费者,但有一种例外情况,在《消费者权益保护法》的第五十四条加以规定:农民购买、使用直接用于农业生产的生产资料,参照本法执行。这主要是因为农民在购买农业生产资料时,相对于经营者而言处于弱势地位,需要加以特别保护。故在判定农民购买农资是否适用《消费者权益保护法》时,应当注意:农民购买的生产资料是用于农业生产,而不是用作其他用途。如果农民购买农资再用来转手出卖,就不能受到《消费者权益保护法》的保护。



4.哪些“消法行为”属于法律保护范畴?

《消费者权益保护法》第二条明确规定:“消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务,其权益受本法保护;本法未作规定的,受其他有关法律、法规保护。”这里所指的商品是指与生活消费有关的并通过流通过程推出的那部分产品,不论是否为经加工制作的产品或天然产品,也不论是否为动产或不动产,更不论是否为成品、半成品或原料。服务则是指与生活消费有关的,有偿提供可供潜在的消费者利用的任何种类的服务。可以看出,人们的衣、食、住、行、用、医疗、文化、教育、保险等各个方面生活所必需的商品和服务,只要是法律允许的,均属该法



保护,法律禁止购买、使用的商品和禁止接受的服务,则不属该法规定的商品和服务。



5.什么是国际消费者权益日?

1962年3月15日美国前总统约翰·肯尼迪在美国国会发表了《关于保护消费者利益的总统特别咨文》,首次提出了著名的消费者的“四项权利”,即:有权获得安全保障;有权获得正确资料;有权自由决定选择;有权提出消费意见。以上所提四项权利,以后逐渐为世界各国消费者组织所公认,并作为最基本的工作目标。1983年国际消费者联盟组织确定每年的3月15日为“国际消费者权益日”,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,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。中国消费者协会于1987年9月被国际消费者联盟组织接受为正式成员,至此,每年的3月15日,也是我国的消费者权益日。



6.什么是“12315”?

“12315”消费者投诉举报专线电话,是全国工商行政管理机关受理消费者申诉举报,调解消费者权益纠纷,查处侵害消费者权益案件和制售假冒伪劣商品等经济违法行为,监督管理市场和行政执法的一项重要工作。(1)何种情况下拨打“12315”:在消费过程中,合法权益受到侵害时;发现假冒伪劣商品及制售假冒伪劣商品的“黑窝点”时;消费者的



权益受到侵害,被投诉方属于工商行政管理部门管辖时。(2)“12315”拨打方法:拨通 12315 电话后,按工作人员的提示回答问题,如实说出投诉的事实、理由及投诉请求,并说出自己的姓名、地址、电话号码或其他联系方式和被申诉方的名称、地址、电话。另外拨打 12315 是收费的,消费者申诉案件,由经营者所在地工商行政管理机关管辖,如商家在异地需商家所在地区号加 12315。



7. 消费者有哪些权利?

消费者的权利是指消费者在购买、使用商品或者接受服务过程中,依法享有的受法律保护的利益。消费者的权利作为消费者利益在法律上的体现,是《消费者权益保护法》的核心内容。《消费者权益保护法》第二章对消费者的权利作出了明确的规定,为消费者在遭受损害时获得法律保护提供了法律依据。《消费者权益保护法》明确赋予了消费者以下权利:安全保障权;知悉真情权;自主选择权;公平交易权;获得赔偿权;依法结社权;获得知识权;维护尊严和民族习惯权;监督批评权。



8. 什么是消费者的安全保障权?

消费者的安全保障权: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。其含义有两个方面:(1)人身安全,其中包括健康安全和生命安全。消费者的健康安全,是指消费者在