

透过系列典型案例，详细讲解各类消费纠纷中当事人确定、案由选择、证据准备、质证技巧以及消费者人身损害赔偿等方面的诉讼维权实务，力图打造最权威、全面的消费者维权实用指南。



# 消费维权

---

## 操作实务与诉讼指引

 法律出版社  
LAW PRESS·CHINA

林文 著

 Operating and litigation  
practice guidelines of  
Consumer rights

# 消费维权

---

## 操作实务与诉讼指引



Operating and litigation  
practice guidelines of  
Consumer rights

林文 著

法律出版社  
LAW PRESS·CHINA

## 图书在版编目(CIP)数据

消费维权操作实务与诉讼指引/林文著. —北京:法律出版社,2009. 1  
ISBN 978 - 7 - 5036 - 8903 - 1

I. 消… II. 林… III. 消费者权益保护法—基本知识—中国 IV. D923. 85

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 162456 号

© 法律出版社·中国

消费维权操作实务与诉讼指引  
林文著

编辑统筹 法律应用出版分社  
责任编辑 薛 哈  
装帧设计 马 帅

出版 法律出版社

开本 A5

总发行 中国法律图书有限公司

印张 12. 375

经销 新华书店

字数 380 千

印刷 北京北苑印刷有限责任公司

版本 2009 年 1 月第 1 版

责任印制 陶 松

印次 2009 年 1 月第 1 次印刷

---

法律出版社(100073 北京市丰台区莲花池西里 7 号)

网址 / [www.lawpress.com.cn](http://www.lawpress.com.cn)

销售热线 / 010 - 63939792/9779

电子邮件 / [info@lawpress.com.cn](mailto:info@lawpress.com.cn)

咨询电话 / 010 - 63939796

中国法律图书有限公司(100073 北京市丰台区莲花池西里 7 号)

全国各地中法图分、子公司电话：

北京分公司 / 010 - 62534456

西安分公司 / 029 - 85388843

上海公司 / 021 - 62071010/1636

重庆公司 / 023 - 65382816/2908

深圳公司 / 0755 - 83072995

第一法律书店 / 010 - 63939781/9782

---

书号 : ISBN 978 - 7 - 5036 - 8903 - 1

定价 : 28.00 元

(如有缺页或倒装, 中国法律图书有限公司负责退换)

## 序

2003 年 12 月，我受国务院食品安全委员会办公室委托，于 2004 年春节期间对阜阳市奶、粮、油、肉、蛋、水产品等食品生产加工企业进行了突击检查。在检查过程中，发现阜阳市市场上销售的假冒伪劣产品泛滥，问题非常严重，给当地人民群众的身体健康和生命安全造成了极大的危害。阜阳市食品药品监督管理局高度重视，立即组织开展了专项整治行动，严厉打击制售假冒伪劣食品的违法犯罪行为，取得了显著成效。但是，阜阳市的食品安全问题，决不仅仅是阜阳市的问题，而是全国性的普遍问题。阜阳市的食品安全问题，决不仅仅是阜阳市的问题，而是全国性的普遍问题。

2004 年 3 月 29 日，新华社发出专电：鲜花般娇嫩的幼小生命，刚来到世间几个月就枯萎、凋谢，罪魁祸首竟是本应为他们提供充足“养料”的奶粉。一度泛滥的安徽省阜阳农村市场的劣质婴儿奶粉，致使上百名婴儿受害；2006 年，“多宝鱼”、“红心鸭蛋”等一系列食品安全事件，齐二药假药案件、“欣弗”药品不良事件等安全突发事件，使食品药品安全应急管理成为人大代表委员热议的话题之一。标注“卫生批准文号”的仿药食品从包装上来看，和一般药品差不多，而真正的药品则是“国药准字号”。还有一些仿药食品，包装上标注的是“食字号”，却标榜具有“治疗脑血管、腰腿神经、肝癌等严重疾病”与药品一样的疗效，实际根本没有疗效。仿药食品一旦被消费者误当药品服用，就有可能延误病情，危害生命健康。

吴仪副总理于 2007 年 2 月 8 日在全国加强食品药品整治和监管工作电视电话会议上的讲话强调：“去年发生了河北‘红心鸭蛋’、山东‘多宝鱼’和‘齐二药’假药、‘欣弗’劣药事件；新年伊始，又发生了河北‘黑心肉’、广东佰易免疫球蛋白事件，造成了严重危害，产生了极坏影响。”全国 100 多万家食品生产加工企业中，不足 10 人的小企业、小作坊占七成，相当一部分不具备生产合格产品的条件或不按标准生产加工。经销农产品和食品的集贸市场、企业、个体户，大多缺乏必要的设施和规范的管理。4500 多家药品生产企业中，年销售收入不足亿元的超过 85%，有的企业不严格执行生产规范，违规生产。从消费角度来看，我国地区差异和城乡差异比较大，广大农民和城市低收入群体，消费水平偏低，辨伪能力不强，安全和自我保护意识欠缺，容易成为假冒伪劣食品药品的受害者。随着食品药品生产新技术、新原料的广泛使用，食品药品安全面临新的课题。一些新的食品原料和包装材料没有经过足够的、科学的跟踪测试，食品安全的可靠性大大降低。同时，制假售假手段花样翻新，有的甚至运用高科技造假，由于标准跟不上，检测成本高，监管和打击的难度增大，食品药品安全形势更加复杂。2003 年，以粮、肉、菜、果、奶制品、豆制品、水产品为重点，打击制假售假；2004 年以农村为重点区域，开展农业投入品和食品生产加工环节专项整治；2005 年继续深化儿童食品以及城乡结

合部、城市社区和农村市场的整治；2006年，狠抓农产品污染源头治理，严厉打击使用非食品原料生产加工行为。

人只要活着，就得消费。但我们在现实生活中对消费者的伤害或者说是陷阱无处不在。重大消费事件已经严重影响社会和谐，除此之外，我们还经常会遇到购买新鲜红色的西红柿、西瓜等水果，结果是激素催熟的；无根豆芽是用化学原料泡成的。在对消费者造成的伤害之中，尤其以药品、食品为最。

长期以来，我国对消费者权益保护的理论研究和司法实务研究较少，消费纠纷又随着经济的发展日趋增多，为解决实务中消费者解决消费纠纷的迫切需要和相关部门解决消费争议的工作需要，笔者从2007年3月开始写作，至2008年7月几经修改完稿，在出版过程中，承蒙法律出版社戴伟主任和薛晗编辑的关心，《消费维权操作实务与诉讼指引》一书与读者见面了。

本书通过理论和实践典型案例相结合，详细讲解了在消费纠纷中当事人确定、案由选择、证据准备、质证技巧以及消费者人身损害赔偿等方面实务。尤其对新类型消费侵权案件的代理及实务操作进行了全面分析和介绍。本书中的案例均为近几年发生的典型的真实案件。笔者尽可能将每一个案例和法院审查的事实全貌展现，便于消费者在实务操作中借鉴和理论研究需要。“法律应该是社会的一部分，只有当社会一般民众了解了法律，可以依照法律的原理处理自己生活中的法律问题，法律的生命才会持久，法律的智慧才得以延续。”<sup>①</sup>这也是笔者写此书的目的。

本书适用于消费者、企业、律师、消费者协会工作人员、法律工作者、工商行政管理部门的消费者权益保护专业人士以及从事消费者权益保护研究的大中专院校师生，本书内容具有重要的参考实用价值。但限于作者水平和时间所限，错误之处难免。敬请读者提出宝贵意见。

林文  
2008年7月21日

<sup>①</sup> 徐爱国：《名案中的法律智慧》，北京大学出版社2005年版，第396页。

# 目 录(简)

## 第一篇 基础知识篇

- 第一章 消费诉讼概述 / 3
- 第二章 消费者的权利 / 24
- 第三章 经营者义务 / 58
- 第四章 消费者协会与消费诉讼 / 75

## 第二篇 消费安全保障实务篇

- 第五章 消费安全保障的规范化措施 / 85
- 第六章 消费者权益保护与商业标识 / 110
- 第七章 商业广告与消费 / 122
- 第八章 消费维权的基本方式 / 133

## 第三篇 消费维权实务篇

- 第九章 消费诉讼中的基本问题 / 143
- 第十章 消费侵权 / 158
- 第十一章 产品消费侵权 / 185
- 第十二章 服务质量侵权 / 207
- 第十三章 消费诉讼的证据及举证 / 216
- 第十四章 消费违约 / 227
- 第十五章 消费维权鉴定 / 271

## 第四篇 消费损害赔偿操作实务篇

- 第十六章 消费人身损害赔偿 / 285
- 第十七章 消费损害的精神损害赔偿 / 330
- 第十八章 消费欺诈与惩罚性赔偿 / 342

# 目 录(详)

**序 / 1**

## **第一章 消费诉讼概述 / 3**

### **第一节 消费纠纷相关概念 / 3**

**一、消费纠纷 / 3**

**二、消费诉讼 / 3**

**三、产品消费与服务消费的难以区别性 / 4**

**四、消费事故 / 4**

### **第二节 消费者权益保护法主体认定 / 4**

**一、消费者 / 4**

**案例一 某销售公司不是消费者案 / 5**

**二、消费者认定标准的立法冲突 / 6**

**三、消费者认定中的疑难问题 / 7**

**案例二 景文清诉北京任伊美美容中心、付秀英医疗美容**

**损害赔偿纠纷案 / 8**

**案例三 开刀手术祛眼袋留疤 获赔 21,000 元 / 12**

**案例四 消费者诉汽车销售公司欺诈败诉 / 14**

**案例五 销售汽车隐瞒瑕疵 法院判决双倍赔偿 / 17**

### **第三节 经营者 / 18**

**一、反不正当竞争法规定的经营者 / 18**

**二、消费者权益保护法中的经营者特征 / 18**

**三、经营者的认识误区 / 18**

### **第四节 商品和服务 / 19**

**一、商品的认定 / 19**

**二、服务的特征和认定 / 20**

### 三、服务消费与商品消费的差异 / 21

#### 第五节 产品和质量 / 21

一、产品的含义 / 21

二、产品的认定标准 / 22

三、产品与商品的辨析 / 22

四、质量 / 23

### 第二章 消费者的权利 / 24

#### 第一节 消费者权利的含义 / 24

#### 第二节 消费安全权 / 24

一、消费者安全权含义 / 24

二、侵害消费者安全权的行为 / 24

三、消费安全权范围的扩充 / 25

四、安全保障义务对消费的影响 / 26

**案例六 周永辉与建行双溪支行、建行开发区支行、建行金华分行财产及人身损害赔偿纠纷案 / 26**

#### 第三节 消费者的知悉权 / 29

一、知悉权概述 / 29

二、知情权的内容 / 30

三、知情权的立法 / 30

四、侵害知情权类型 / 30

五、知情权诉讼及注意事项 / 32

**案例七 刘雪娟诉乐金公司、苏宁中心消费者权益纠纷案 / 32**

#### 第四节 消费者的自主选择权 / 36

一、自主选择权概念 / 36

二、自主选择权的内容 / 37

三、自主选择权受侵害现状 / 37

**案例八 姜士民诉成都红天鹅火锅文化有限责任公司返还酒水服务费并赔礼道歉案 / 39**

#### 第五节 公平交易权 / 41

一、公平交易权概念 / 41

二、公平交易权的立法 / 41

三、公平交易权的基本内容 / 42

四、侵犯公平交易权类型 / 42

五、公平交易权诉讼注意事项 / 42

六、消费者公平交易权与传统公平交易权的区别 / 44	义調采全沒告營發一
<b>第六节 索赔权 / 45</b>	16\客內的義獎勵全沒告營發二
一、索赔权含义与立法 / 45	16\立為參人兩國東此行政違發一十換案
二、索赔权的内容 / 46	20\參領獎勵全沒告
三、索赔权诉讼 / 46	40\義氣許寒真 萬四萬
<b>第七节 结社权 / 48</b>	40\念辦怕參義氣許寒真一
一、结社权的概念 / 48	20\客內的義氣許寒真二
二、结社权与消费者组织 / 48	20\俗形辦義氣原許寒真三
三、结社权的立法与内容 / 48	80\參領獎勵全沒告銀新章黑韻二十換案
<b>第八节 消费者受教育权 / 49</b>	80\義少的義許寒真一計五萬
一、消费者受教育权的含义 / 49	80\念辦怕參義付長寒真一
二、消费者受教育权的内容 / 49	80\客內的義付長寒真二
三、消费者受教育权与知情权的区别 / 49	90\義氣獎獎具出 萬六萬
<b>第九节 消费者的受尊重权 / 50</b>	90\念辦怕參義獎獎具出一
一、消费者受尊重权的概念与立法 / 50	90\古立怕參義獎獎具出二
二、消费者受尊重权的内容 / 50	90\客內的義獎獎具出三
三、侵害消费者受尊重权类型 / 51	05\義氣昇時貳品 萬八萬
<b>案例九 陈钢等七人诉新加坡航空公司人格尊严损害赔偿案 / 51</b>	
<b>第四节 人格权保护的立法 / 53</b>	05\念立參義昇時貳品二
五、消费者受尊重权损害时的法律适用 / 53	15\義代義昇時貳品三
<b>第十节 消费者监督权 / 54</b>	15\參文”庭三“延氣晉 萬九萬
一、消费者监督权的概念 / 54	15\義來義”庭三“延氣晉一
二、消费者监督权的内容 / 55	25\主強”庭三“延義氣昇時貳品二
三、行使消费者监督权的注意事项 / 55	25\參左群道中寶賦”庭三“延氣晉三
<b>案例十 恒升诉王洪案 / 56</b>	
<b>第三章 经营者义务 / 58</b>	65\義氣責獎並不 萬九萬
<b>第一节 经营者义务概述 / 58</b>	65\念辦差義責獎並不一
一、经营者义务的本质 / 58	65\賈良善不滿中去同台二
二、经营者义务的特点 / 58	75\義氣林人童暮 萬十萬
<b>第二节 履行法律义务 / 59</b>	75\公私費斷已會樹春費斷 萬四萬
一、经营者履行法律义务的分类 / 59	75\氣封會樹春費斷 萬一萬
二、接受消费者监督义务的途径 / 59	85\立娘會樹春費斷二
三、经营者接受消费者监督义务的内容 / 60	85\底基腰主娘會樹春費斷三
<b>第三节 经营者安全保障义务 / 60</b>	85\認對會樹春費斷四

一、经营者安全保障义务含义和立法 / 60	平公禁讲民财恩文平公告费的六 中入珠领水 章六景
二、经营者安全保障义务的内容 / 61	
案例十一 张征征诉北京蜀国演义餐饮文化发展有限公司人身 损害赔偿纠纷案 / 62	64\客内怕财部家二 64\公市财部家二 84\财环掉 章九景 84\念赚龙财部家一 94\财留普财版民财长景二 94\客内已未立财部家三 94\财育财受告费家 章八景 94\又舍怕财食卷受告费家一 94\客内怕财育财受告费家二 94\财列财财部财财财受告费家三 102\财童草受财费家 章九景 102\式也已念财怕财财尊受告费家一 102\客内怕财童草受告费家二 112\财类财重尊受告费部家三 112\客入区客全财怕财补入士答财想 大财家 112\客立财财财财人四 112\客财怕财财财人四 112\客财怕财财财人四
第四节 真实信息义务 / 64	
一、真实信息义务的概念 / 64	
二、真实信息义务的内容 / 65	
三、真实信息义务的诉讼 / 66	
案例十二 陈理峰诉脑白金消费纠纷案 / 66	64\客内已未立财部家三 94\财育财受告费家 章八景 94\又舍怕财食卷受告费家一 94\客内怕财育财受告费家二 94\财列财财部财财财受告费家三 102\财童草受财费家 章九景 102\式也已念财怕财财尊受告费家一 102\客内怕财童草受告费家二 112\财类财重尊受告费部家三 112\客入区客全财怕财补入士答财想 大财家 112\客立财财财财人四 112\客财怕财财财人四 112\客财怕财财财人四
第五节 真实身份义务 / 68	
一、真实身份义务的概念 / 68	
二、真实身份义务的内容 / 68	
第六节 出具凭据义务 / 69	
一、出具凭据义务的概念 / 69	
二、出具凭据义务的立法 / 69	
三、出具凭据义务的内容 / 69	
第七节 品质担保义务 / 70	
一、品质担保义务范围 / 70	
二、品质担保义务立法 / 70	
三、品质担保义务分类 / 71	
第八节 售后及“三包”义务 / 71	
一、售后及“三包”义务来源 / 71	
二、约定售后义务及“三包”规定 / 72	
三、售后及“三包”规定中的格式条款 / 73	
第九节 不当免责义务 / 73	
一、不当免责义务概念 / 73	
二、合同法中的不当免责 / 73	
第十节 尊重人格义务 / 74	
第四章 消费者协会与消费诉讼 / 75	
第一节 消费者协会性质 / 75	
一、消费者协会成立 / 75	
二、消费者协会年主题活动 / 75	
三、消费者协会与消费者权益保护委员会 / 76	
四、消费者协会性质 / 76	

五、消费者协会职能 / 77	ER\ 处理用肉的改善效果 / 二
<b>第二节 消费者协会与工商部门关系协调 / 78</b>	EP\ 类食品监督抽查 / 三
一、工商行政管理机关对消费者协会的业务指导 / 78	ER\ 由专门机构负责 / 四
二、申诉与投诉的区别 / 78	ER\ 故障检测及预防中 / 五
<b>第三节 如何向消费者协会投诉 / 79</b>	ER\ 投诉途径及维权中 / 六
一、投诉的时间 / 79	ER\ 投诉处理客群中 / 一
二、投诉材料准备 / 79	CO\ 法律知识教育中 / 七
三、受理投诉范围 / 80	CO\ 对照产品包装各区域中 / 二
四、向消费者协会调查取证 / 82	CO\ 并举证产品包装客群中 / 三
	CO\ 制定处罚决策中 / 四

## 第二篇 消费安全保障实务篇

<b>第五章 消费安全保障的规范化措施 / 85</b>	ER\ 行业标准不适用品行业分类 / 一
<b>第一节 标准的基本知识 / 85</b>	ER\ 宝贝是不是假冒伪劣产品 / 二
一、标准的分类 / 85	ER\ 水质对设备耗量影响 / 三
二、标准代号 / 85	ER\ 小型家电产品耗量影响 / 四
三、标准化管理 / 86	ER\ 义无反顾地选择量具 / 五
四、没有标准时的处理 / 86	ER\ 市场价格波动量具 / 六
<b>第二节 市场准入制度 / 87</b>	ER\ 新产品设计 / 七
一、市场准入基本知识 / 87	ER\ 品质新视 / 八
二、食品市场准入标志(QS)的意义与识别 / 88	ER\ 吉林农林区中 / 九
图一 QS 认证编号说明 / 88	ER\ 高效生产 / 十
图二 QS 认证标志图样 / 89	ER\ 吉林农林区中 / 十一
三、食品质量安全准入含义 / 89	ER\ 长期品质积累已形成 / 十二
四、食品质量安全市场准入的适用范围 / 89	ER\ 吉林省食品 / 十三
<b>第三节 产品质量认证制度 / 89</b>	ER\ 吉林要重视其相关费用 / 十四
一、强制性认证 / 89	ER\ 强制“通三”体系覆盖经营企业 / 十五
二、强制性产品认证的范围 / 91	ER\ 强制“通三”品气 / 十六
图三 “3C”认证标志基本图样 / 91	ER\ 容易受到“通三” / 十七
图四 安全认证种类标志(“S”代表安全认证) / 91	ER\ “民宝贴”通三 / 十八
三、如何识别真假“CCC”认证标志 / 92	ER\ 吉林业商巨链黑森林 / 十九
四、强制性认证与生产许可证的区别 / 92	ER\ 吉林业商 / 二十
<b>第四节 家用电器能效标识制度 / 93</b>	ER\ 吉林业商 / 二十一
一、家用电器能效标识意义 / 93	ER\ 由制造商和销售商 / 二十二

二、能效标识的使用现状 / 93

三、能效标识的分类 / 93

四、能效标识标志使用范围 / 94

图五 中国能效标识图样 / 94

第五节 中国名牌与国家免检制度 / 94

一、中国名牌概述 / 94

图六 中国名牌产品标志 / 95

二、中国名牌产品的认定组织 / 95

三、中国名牌产品的条件 / 95

四、国家免检制度 / 96

图七 国家免检产品标志图 / 97

五、国家免检产品意义 / 97

六、免检产品的范围和条件 / 98

七、免检产品企业不得违反下列规定 / 98

第六节 质量体系认证制度 / 100

一、质量体系认证与标准化 / 100

二、质量体系认证的意义 / 101

三、质量体系认证与产品质量认证的区别 / 101

第七节 环境标志认证 / 101

一、环保产品 / 101

二、中国环境标志 / 102

图八 中国环境标志——十环Ⅰ型标志 / 102

图九 中国环境标志——十环Ⅱ型标志 / 103

三、国家标准与绿色环保产品的区分 / 103

图十 环保产品认证标志 / 103

四、与消费相关的其他重要标志 / 104

第八节 消费者权益保护与“三包”制度 / 104

一、产品“三包”概述 / 104

二、“三包”的主要内容 / 106

三、“三包”规定与“折旧费” / 109

第六章 消费者权益保护与商业标识 / 110

第一节 商业标识 / 110

一、商业标识概述 / 110

二、商业标识在消费者权益保护中的作用 / 110

<b>三、商业标识的分类 / 111</b>	801 \ 甘青藏陕二
<b>图十一 中国地理标志图(国家工商行政管理总局商标局批准) / 114</b>	801 \ 甘青藏陕二
<b>图十二 福建省武夷岩茶标志图(国家质量检验监督总局批准) / 114</b>	801 \ 甘青藏陕二
<b>图十三 纯羊毛标志图 / 115</b>	801 \ 川陕本基帕萨费斯 章八蒙
<b>图十四 真皮标志图 / 115</b>	801 \ 赣呼南桂 章一蒙
<b>图十五 真皮标志中文标牌封面 / 116</b>	801 \ 义舍世志立阳赣呼商创一
<b>图十六 真皮标志英文标牌封面 / 116</b>	801 \ 鞍赴帕赣呼商创二
<b>图十七 真皮生态皮革图 / 116</b>	801 \ 颐草意吉吉费斯三
<b>第二节 重要食品标志 / 116</b>	801 \ 骑哥一章二蒙
<b>一、绿色食品标志 / 116</b>	801 \ 国旗吉义宝帕赣脚一
<b>图十八 2002年9月以前绿色标志编号形式 / 117</b>	801 \ 师工四十二团
<b>图十九 新绿色食品标志编号及代码含义 / 118</b>	801 \ 岑野帕赣脚二
<b>图二十 各式样绿色食品标志图 / 118</b>	801 \ 衡中 章三蒙
<b>二、有机食品 / 118</b>	801 \ 欣旺吉素立阳利申一
<b>图二十一 有机产品认证标志 / 119</b>	801 \ 贵野帕赣脚二
<b>图二十二 有机转换产品认证标志 / 120</b>	801 \ 申帕赣受立癸音复野受不三
<b>三、无公害食品 / 120</b>	801 \ 雄牛贵脚一章四蒙
<b>图二十三 无公害农产品认证标志 / 120</b>	801 \ 义宝帕赣中费斯一
<b>第七章 商业广告与消费 / 122</b>	801 \ 林脚帕赣中费斯二
<b>第一节 商业广告概述 / 122</b>	801 \ 点辞帕赣中费斯三
<b>一、商业广告的定义 / 122</b>	801 \ 衡野帕赣中费斯四
<b>二、商业广告对消费者的影响 / 122</b>	801 \ 衡新费斯一章五蒙
<b>第二节 虚假广告 / 123</b>	801 \ 并杀和鼓脚费斯一
<b>一、虚假广告的界定 / 123</b>	801 \ 颜肆嘉东和强街利费斯二
<b>二、虚假广告的认定 / 124</b>	801 \ 贵盟舒奥一章六蒙
<b>三、虚假广告的分辨 / 125</b>	801 \ 金璐帕赣盐金奥一
<b>四、虚假广告行为认定中的疑难问题 / 126</b>	801 \ 里卦帕赣盐金奥二
<b>五、虚假广告的后果认识因素 / 126</b>	801 \ 井杀和鼓脚费斯一
<b>六、名人虚假广告的分类 / 127</b>	801 \ 艾对樊脚一章三蒙
<b>第三节 虚假广告的赔偿 / 127</b>	801 \ 颜回本基曾中岱群樊脚一章六蒙
<b>一、虚假广告的归责原则 / 127</b>	801 \ 由柔西谷和费斯一章一蒙
<b>二、惩罚性赔偿在虚假广告中的适用 / 128</b>	801 \ 念恩治由案一
<b>第四节 虚假广告的责任 / 129</b>	801 \ 特要董由案宝脚二
<b>一、刑事责任 / 129</b>	

二、行政责任 / 129	111 \ 类企盼用业商 / 二
三、民事责任 / 130	111 \ 因未尽到举证责任 / 一十一
案例十三 徐三投诉经营报社、红都广告有限公司虚假广告纠纷案 / 130	
<b>第八章 消费维权的基本方式 / 133</b>	
第一节 协商和解 / 133	111 \ 因未尽到举证责任 / 三十一
一、协商和解的立法与含义 / 133	111 \ 因未尽到举证责任 / 四十
二、协商和解的步骤 / 133	111 \ 因未尽到举证责任 / 五十
三、消费者注意事项 / 134	111 \ 因未尽到举证责任 / 六十
第二节 调解 / 134	111 \ 因未尽到举证责任 / 七十
一、调解的定义与范围 / 134	111 \ 调节品责重 / 廿二
图二十四 上海市消费者权益保护委员会受理投诉和调解程序 / 135	
二、调解的程序 / 135	811 \ 又会取用又多能去品食售售 / 五十
第三节 申诉 / 136	811 \ 因未尽到举证责任 / 十二
一、申诉的立法与现状 / 136	811 \ 品食售育 / 二
二、申诉的程序 / 136	911 \ 高能政治品气味害 / 一十二
三、不予受理或者终止受理的申诉 / 137	911 \ 品气味害 / 二十二
第四节 消费仲裁 / 137	051 \ 品食害公天 / 三
一、消费仲裁的定义 / 137	051 \ 参政政品气客客公天 / 三十二
二、消费仲裁的机构 / 138	051 \ 费斯已告气业商 / 章廿
三、消费仲裁的特点 / 138	151 \ 举调告气业商 / 章一
四、消费仲裁的程序 / 138	151 \ 义宝阳告气业商 / 一
第五节 消费诉讼 / 139	151 \ 调理告气业商 / 二
一、消费诉讼起诉条件 / 139	151 \ 春气调虫 / 节二
二、消费诉讼起诉注意事项 / 139	151 \ 宝界阳告气调虫 / 一
第六节 舆论监督 / 140	151 \ 家人阳告气调虫 / 二
一、舆论监督的概念 / 140	151 \ 食阳告气调虫 / 三
二、舆论监督的作用 / 140	151 \ 调理阳告气调虫 / 四
	151 \ 泰因阳告气调虫 / 五
<b>第三篇 消费维权实务篇</b>	151 \ 调理阳告气调虫 / 六
	151 \ 调理阳告气调虫 / 节三
<b>第九章 消费诉讼中的基本问题 / 143</b>	151 \ 项惠阳告气调虫 / 一
第一节 消费诉讼的案由 / 143	851 \ 用至阳告气调虫 / 二
一、案由的概念 / 143	851 \ 举青阳告气调虫 / 节四
二、确定案由的重要性 / 143	851 \ 举责毒民 / 一

三、确定案由的原则 / 144	801、限思并责平公,二
四、案由的适用 / 144	901、本分同共障中庭责尚,一章四
五、实务中存在的难题 / 145	901、宽捕对质同共费前,一
<b>第二节 消费纠纷请求权 / 146</b>	901、念捕怕逐同共井,二
一、案由与请求权 / 146	051、虫酥类负责对同共费前,三
二、请求权的意义 / 146	051、物真“奇解链直”道中至壳类同共井,四
三、消费纠纷请求权、案由和诉讼标的 / 147	051、卦责类负责带类费前,一
四、诉讼标的的功能 / 147	151、益内类负责对粉带室费前,一
<b>第三节 请求权竞合 / 148</b>	151、重赋类负责带类费前,二
一、请求权竞合产生的原因 / 148	151、李主阳中公新卦责部,三
二、民事责任竞合的特征 / 148	151、自嵌古法卷类费前,六千博集
三、责任竞合在司法实践中的适用 / 149	151、良入良公期高缺基
<b>案例十四 李萍、龚愈诉“五月花”餐厅人身伤害赔偿纠纷案 / 150</b>	
四、违约责任与侵权责任的区别 / 154	011、卦责整体已负责带室,五
五、侵权责任与违约责任的区分标准 / 155	011、类要主凶对责对身带室费前,六
六、请求权选择时应当注意的事项 / 156	111、义教玉全多费前责营基,一章六
<b>第十章 消费侵权 / 158</b>	871、张立馆类义教玉全变,一
<b>第一节 消费侵权概述 / 158</b>	581、李主怕义教玉全变皆营基,二
一、消费侵权行为类型 / 158	581、锦壁的“内围类更纲野合”,三
二、消费侵权的基本特征 / 158	681、造拔阳飞果类义教玉全变,四
三、消费侵权的分类 / 158	781、财漫费前品气,一章十
<b>第二节 消费侵权的构成要件 / 159</b>	281、步湖类负责品气,一章一
一、侵权责任构成学说 / 159	281、丑责品气,一
二、一般消费侵权责任的构成要件 / 159	281、卦责类负责品气,二
三、特殊消费侵权责任构成要件 / 162	281、山世高音良华基申,一章一
四、特殊消费侵权的举证 / 162	381、李群怕丑责对身负责品气,二
五、特殊消费侵权举证的注意事项 / 163	381、卦负的丑责类负责品气,四
<b>第三节 消费侵权的归责原则 / 163</b>	481、白责类负责品气已负责量责品气,五
一、侵权责任承担的方式 / 163	331、董责品气已负责品气,苗类品气,一章二
二、侵权归责原则的立法 / 164	331、卦负合于量乳品气已负责品气,苗类品气,一
三、消费侵权过错责任原则 / 164	491、李林怕购类负责品气宝月,二
四、消费侵权过错推定责任 / 165	091、类代阳函类品气,三
<b>案例十五 温梅芳等诉陈进辉等产品责任纠纷案 / 166</b>	
五、消费侵权无过错责任原则 / 167	111、名副要量个几的中翻品气宝月,正

六、公平责任原则 / 168	168 \ 附录由案宝师,三 168 \ 用品种由案,四
<b>第四节 消费领域中的共同侵权 / 169</b>	169 \ 领域的中类,五 169 \ 对朱数使费, 节二集
一、消费共同侵权制度 / 169	169 \ 对朱数已由案,一
二、共同侵权的概念 / 169	169 \ 义意的对朱数,二
三、消费共同侵权责任的构成 / 170	170 \ 附录的中类,三 170 \ 责任的中类,四
四、共同侵权责任中的“直接结合”理解 / 170	170 \ 因果的中类,一
<b>第五节 消费连带侵权责任 / 171</b>	171 \ 附录的中类,三 171 \ 对朱数的中类,四 171 \ 因果的中类,一
一、消费连带侵权责任的内涵 / 171	171 \ 附录的中类,三 171 \ 对朱数的中类,四
二、消费领域连带责任的规定 / 171	171 \ 附录的中类,三 171 \ 对朱数的中类,四
三、连带责任诉讼中的主体 / 172	172 \ 附录的中类,三 172 \ 对朱数的中类,四
<b>案例十六 邬继富诉新疆维吾尔自治区建工医院、乌鲁木齐市万瑞达医疗器械有限公司人身损害赔偿案(医疗器械质量致损责任) / 173</b>	173 \ 附录的中类,三 173 \ 对朱数的中类,四
四、“多因一果”侵权责任 / 175	175 \ 入已集“民”和会类,五 175 \ 限因的中类,四
五、连带责任与补偿责任 / 176	176 \ 附录的中类,三 176 \ 对朱数的中类,四
六、消费连带侵权责任的主要类型 / 177	177 \ 附录的中类,三 177 \ 对朱数的中类,四
<b>第六节 经营者消费安全注意义务 / 178</b>	178 \ 事如意的中类,六 178 \ 对朱数的中类,七
一、安全注意义务的立法 / 178	178 \ 对朱数的中类,七 178 \ 附录的中类,八
二、经营者安全注意义务的主体 / 182	182 \ 附录的中类,八 182 \ 对朱数的中类,九
三、“合理限度范围内”的理解 / 183	183 \ 附录的中类,九 183 \ 对朱数的中类,十
四、安全注意义务保护的对象 / 183	183 \ 附录的中类,九 183 \ 对朱数的中类,十
<b>第十一章 产品消费侵权 / 185</b>	185 \ 附录的中类,三 185 \ 对朱数的中类,四
<b>第一节 产品消费侵权概述 / 185</b>	185 \ 附录的中类,三 185 \ 对朱数的中类,四
一、产品责任 / 185	185 \ 附录的中类,三 185 \ 对朱数的中类,四
二、产品消费侵权责任 / 185	185 \ 附录的中类,三 185 \ 对朱数的中类,四
<b>案例十七 申春华与青岛崂山啤酒厂伤害赔偿纠纷案 / 185</b>	185 \ 附录的中类,三 185 \ 对朱数的中类,四
三、产品消费侵权责任的特点 / 186	186 \ 附录的中类,三 186 \ 对朱数的中类,四
四、产品消费侵权责任的赔偿 / 186	186 \ 附录的中类,三 186 \ 对朱数的中类,四
五、产品质量责任与产品侵权责任 / 188	188 \ 附录的中类,三 188 \ 对朱数的中类,四
<b>第二节 产品缺陷、产品瑕疵与产品质量不合格 / 189</b>	189 \ 附录的中类,三 189 \ 对朱数的中类,四
一、产品缺陷、产品瑕疵与产品质量不合格概述 / 189	189 \ 附录的中类,三 189 \ 对朱数的中类,四
二、认定产品缺陷的标准 / 189	189 \ 附录的中类,三 189 \ 对朱数的中类,四
三、产品缺陷的分类 / 190	190 \ 附录的中类,三 190 \ 对朱数的中类,四
四、认定产品缺陷注意事项 / 190	190 \ 附录的中类,三 190 \ 对朱数的中类,四
五、认定产品缺陷中的几个重要概念 / 190	190 \ 附录的中类,三 190 \ 对朱数的中类,四

六、产品缺陷与产品质量不合格的比较 / 192	八、产品缺陷与产品质量不合格的比较 / 192
七、产品缺陷与产品质量不合格辨析 / 193	七、产品缺陷与产品质量不合格辨析 / 193
八、产品缺陷与产品瑕疵的比较 / 194	八、产品缺陷与产品瑕疵的比较 / 194
<b>案例十八 陈洋与成都国营锦江机器厂、成都世界乐园有限责任公司、二张怀宇人身损害赔偿纠纷案 / 196</b>	
<b>第三节 缺陷产品召回规定 / 199</b>	<b>第三节 缺陷产品召回规定 / 199</b>
一、缺陷产品召回概述 / 199	一、缺陷产品召回概述 / 199
二、产品安全立法 / 199	二、产品安全立法 / 199
三、修理、更换、退货与缺陷产品召回区别 / 200	三、修理、更换、退货与缺陷产品召回区别 / 200
四、缺陷产品召回与强制收回 / 201	四、缺陷产品召回与强制收回 / 201
<b>第四节 缺陷产品 / 202</b>	<b>第四节 缺陷产品 / 202</b>
一、缺陷产品归责 / 202	一、缺陷产品归责 / 202
二、举证和诉讼技巧 / 203	二、举证和诉讼技巧 / 203
<b>案例十九 童车伤人案 / 204</b>	
<b>第五节 经营者的抗辩 / 204</b>	<b>第五节 经营者的抗辩 / 204</b>
一、《产品质量法》规定的抗辩事由 / 204	一、《产品质量法》规定的抗辩事由 / 204
二、其他抗辩事由 / 205	二、其他抗辩事由 / 205
<b>第十二章 服务质量侵权 / 207</b>	<b>第十二章 服务质量侵权 / 207</b>
<b>第一节 服务质量侵权概述 / 207</b>	<b>第一节 服务质量侵权概述 / 207</b>
一、服务质量侵权的经营者 / 207	一、服务质量侵权的经营者 / 207
二、质量侵权责任竞合的处理 / 207	二、质量侵权责任竞合的处理 / 207
三、服务质量侵权的现状 / 208	三、服务质量侵权的现状 / 208
<b>第二节 服务侵权的特点 / 209</b>	<b>第二节 服务侵权的特点 / 209</b>
一、服务侵权的特征 / 209	一、服务侵权的特征 / 209
二、产品质量法中服务提供者责任立法缺陷 / 209	二、产品质量法中服务提供者责任立法缺陷 / 209
三、服务提供者的责任 / 210	三、服务提供者的责任 / 210
四、服务侵权的归责 / 211	四、服务侵权的归责 / 211
五、服务质量侵权与产品质量侵权的区分 / 212	五、服务质量侵权与产品质量侵权的区分 / 212
<b>案例二十 周明佳与马莉等摄影摄像服务合同纠纷上诉案 / 212</b>	
<b>第十三章 消费诉讼的证据及举证 / 216</b>	<b>第十三章 消费诉讼的证据及举证 / 216</b>
<b>第一节 消费诉讼证据 / 216</b>	<b>第一节 消费诉讼证据 / 216</b>
一、消费诉讼证据的重要性 / 216	一、消费诉讼证据的重要性 / 216
二、消费者提供证据的义务 / 216	二、消费者提供证据的义务 / 216
<b>案例二十一 天然黄水晶球案 / 217</b>	