



消费者权益保护法概论

消费者权益保护法概论

消费者权益保护法概论

消费者权益保护法概论

消费者权益保护法概论

消费者权益保护法概论

消费者权益保护法概论

消费者权益保护法概论

消费者权益 保护法概论

消费者权益保护法概论

消费者权益保护法概论

消费者权益保护法概论

XIAOFEIZHE QUANYI

BAOHUFA GAILUN

主 编：王先林 消费者权益保护法概论

副主编：何宗泽

消费者权益保护法概论

消费者权益保护法概论

消费者权益保护法概论

消费者权益保护法概论

消费者权益保护法概论

消费者权益保护法概论

消费者权益保护法概论

消费者权益保护法概论

◎ 安徽人民出版社

消费者权益保护法概论

XIAOFEIZHE
QUANYI BAOHUFU
GAILUN

消费者权益 保护法概论

主编：王先林 副主编：何宗泽

安徽人民出版社

责任编辑:杜国新

装帧设计:谢育智

图书在版编目(CIP)数据

消费者权益保护法概论/王先林主编,何宗泽副主编. —合肥:安徽人民出版社,2002 (2008.8重印)

ISBN 978-7-212-01992-1

I. 消… II. 王… 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(2002)第000703号

消费者权益保护法概论

王先林 主 编

何宗泽 副主编

出版发行:安徽人民出版社

地 址:合肥市政务文化新区圣泉路1118号出版传媒广场 邮编:230071

发 行 部:0551-3533258 3533292

经 销:新华书店

照 排:合肥市中旭制版有限责任公司

印 刷:合肥中德印刷培训中心印刷厂

开 本:850×1168 1/32 印张:9.5 字数:210千

版 次:2002年3月第1版 2008年8月第5次印刷

标准书号:ISBN 978-7-212-01992-1

定 价:14.00元

本版图书凡印刷、装订错误可及时向承印厂调换

编写说明

《中华人民共和国消费者权益保护法》颁布以来,有关消费者权益保护方面的著作大量出版。然而,这些著作中的多数或为案例剖析,或为法条注释,或为消费者组织建构与活动理论,很少有以教材形式出现。为适应法学专业特别是电大“人才培养模式改革和开放教育试点”法学专业教学的需要,我们编写了这本《消费者权益保护法概论》。

本书的编写特别注意了以下两点:

一、注重内容设计上的科学性和新颖性,既充分反映现行立法的各种规定,又注意吸收最新的研究成果。

本书紧紧围绕公认的消费者权益保护法基本原理,以现行《中华人民共和国消费者权益保护法》为依据,力求充分反映消费者权益保护立法的各种规定,以使学生对消费者权益保护法的概念、制度和基本原理有清晰、明确的掌握和理解。同时,针对消费者权益保护的现状和发展趋势,注意借鉴国外的有关理论与实践,吸收最新的研究成果,对消费者保护中的热点问题(如“王海打假”、涉外消费者权益纠纷)进行了较深入的探讨,并对我国消费者保护工作特别是法制建设进行了展望。这也使本书具有了一定的前瞻性。

二、注意内容、体例上的应用性和引导性,既以面向电大“人才培养模式改革与开放教育试点”法学专业学生为主,又能体现普通远程教育和成人教育的特点。

本书主要面向电大“人才培养模式改革与开放教育试点”法学专业学生,在内容上力求反映应用性的特点,既有深入扎实的理论

阐述,又有丰富翔实的实际资料。同时,在体例安排上也力求反映学生自主学习的需要,各章正文之前设有“导语”,既是对本章内容的概括,也是学习重点的提示;每章之后设有“思考与练习题”,并根据案例分析题的特殊需要,设“案例分析范例”,以便学生结合书中内容进行必要的训练和巩固。由于在内容、体例上的精心设计,本书亦能适应普通远程教育和成人教育的需要。即便是对消费者保护理论研究和司法实践人员,亦有一定的参考价值。

本书由法学博士、安徽大学法学院教授王先林任主编,法学硕士、安徽广播电视大学讲师何宗泽任副主编。各章撰稿人为:

王先林:绪论、附论

何宗泽:第一章

叶甲生:第二章

汪合生:第三、六章

黄山:第四、五章

全书最后由何宗泽、叶甲生统稿,王先林审定。

在本书编写过程中,安徽广播电视大学周先宁副教授、史增民副教授给予了大力支持并提出了宝贵意见,文法教研室的叶林、姚远、吕菲三位年轻教师也做了大量的录入和校对工作,在此一并表示感谢。

本书在编写过程中,参考了一些国内外学者的著作和一部分教材,在此,我们谨表谢意。

鉴于在高等法学专业教育中,消费者权益保护法作为一门独立课程并使用配套教材,目前尚未普及,教材版本较少(如前所述),加之编写人员水平有限,不足之处在所难免,恳请广大读者批评、指正!

编者

2001年12月

目 录

绪 论	1
第一章 消费者权益保护法基本理论	5
第一节 消费者与消费者问题	6
一、消费者	6
二、消费者问题	12
第二节 消费者运动	14
一、消费者运动的概念和主要内容	14
二、国际消费者运动概况及发展趋势	15
三、我国的消费者运动概况	19
四、我国消费者运动的成就及特点	22
第三节 消费者权益保护法的调整对象和基本原则	30
一、消费者权益保护法的调整对象	30
二、消费者权益保护法的基本原则	34
第四节 消费者权益保护法的内容和特点	37
一、消费者权益保护法的内容	37
二、消费者权益保护法的特点	39
第二章 消费者的权利	46
第一节 消费者权利概述	47
一、消费者权利及其相关概念	47
二、消费者权利的发展	50
第二节 我国消费者的权利	53

一、消费者的安全权·····	53
二、消费者的知情权·····	56
三、消费者的选择权·····	58
四、消费者的公平交易权·····	60
五、消费者的求偿权·····	62
六、消费者的结社权·····	66
七、消费者的受教育权·····	67
八、消费者的受尊重权·····	69
九、消费者的监督权·····	71
第三章 经营者的义务 ·····	82
第一节 经营者和经营者的义务概述 ·····	82
一、经营者的概念·····	82
二、经营者的法律特征·····	83
三、经营者义务的基本内容与分类·····	84
第二节 经营者的义务 ·····	85
一、依法定或约定履行义务·····	87
二、听取意见和接受监督的义务·····	87
三、提供安全保障的义务·····	88
四、提供真实情况的义务·····	89
五、标明真实名称和标记的义务·····	91
六、出具购货凭证和服务单据的义务·····	92
七、保证商品或服务符合要求的义务·····	93
八、依法或依约履行“三包”或其他责任的义务·····	94
九、不以格式合同等方式损害消费者利益的义务·····	97
十、尊重消费者人格权的义务·····	98
十一、其他法律关于经营者义务的规定·····	99

第四章 消费者组织	113
第一节 消费者组织的概念	113
一、消费者组织的概念	113
二、消费者组织的分类	115
三、消费者组织的功能	117
第二节 消费者组织的性质	118
一、共性和个性	118
二、消费者组织的本质属性	119
第三节 消费者组织的职责	121
一、向消费者提供消费信息和咨询服务	122
二、参与有关部门对商品和服务的检查、监督	122
三、就有关消费者合法权益问题,向有关行政部门 反映、查询,提出建议	123
四、受理消费者的投诉,并对投诉事项进行调查、调解	123
五、投诉事项涉及商品和服务质量问题的,可以 提请鉴定部门进行鉴定,鉴定部门应当告知 鉴定结论	123
六、就损害消费者合法权益的行为,支持受害者 提起诉讼	124
七、对损害消费者合法权益的行为,通过大众传 播媒介予以揭露、批评	124
第四节 我国消费者组织的结构及其制度	124
一、组织结构	125
二、消费者组织制度和队伍建设	128
第五节 国外消费者组织简介	130
一、国际消费者联盟组织	130
二、日本、美国、德国的消费者组织介绍	134

第五章 消费者权益争议的解决	146
第一节 侵害消费者权益赔偿争议的解决方法	146
一、概述	146
二、消费者请求损害赔偿主体的确定	147
三、与经营者协商和解	151
四、向消费者组织投诉	152
五、向有关行政部门申诉	154
六、提请仲裁机构仲裁	156
七、向人民法院提出诉讼	156
八、各项投诉费用的承担	158
九、中国消费者涉外权益纠纷解决有关问题探讨	159
第二节 侵害消费者权益赔偿请求的提出	161
一、侵害消费者权益赔偿责任的构成	161
二、分清赔偿责任和其他民事责任的关系	163
第三节 侵害消费者权益赔偿的范围和金额计算	164
一、侵害消费者权益赔偿的范围	164
二、侵害消费者权益赔偿金额的计算	167
第六章 法律责任	184
第一节 概述	184
一、消费者权益保护法中的法律责任的含义	184
二、消费者权益保护法中法律责任的特点	185
三、消费者权益保护法中责任条款的适用规则	186
四、法律责任追究的一般规则	188
第二节 经营者的民事责任	189
一、概述	189
二、《消费者权益保护法》的规定	192
三、《产品质量法》中有关法律责任的规定	201

四、《民法通则》的规定	202
第三节 行政责任	204
一、法律、法规的一般规定	204
二、法律、法规的具体规定	205
第四节 刑事责任	208
一、假冒注册商标罪	209
二、非法制造、销售非法制造的注册商标标识罪	210
三、销售假冒注册商标的商品罪	211
四、生产、销售的伪劣产品罪	211
五、生产、销售假药罪	212
六、生产、销售劣药罪	212
七、生产、销售不符合卫生标准的食品罪	213
八、生产、销售有毒有害食品罪	213
九、生产、销售不符合标准的医用器材罪	214
十、生产、销售不符合安全标准的产品罪	214
十一、生产、销售伪劣农用生产资料罪	215
十二、生产、销售不符合卫生标准的化妆品罪	215
附论：与消费者权益保护有关的几个值得探讨的问题	224
一、关于消费者使用商品不当问题	224
二、关于格式合同问题	226
三、关于消费者救济基金问题	229
答案部分	232
附录	236
中华人民共和国消费者权益保护法	236
中华人民共和国产品质量法	246
中华人民共和国反不正当竞争法	261

中华人民共和国广告法·····	268
欺诈消费者行为处罚办法·····	277
工商行政管理所处理消费者申诉实施办法·····	279
工商行政管理机关受理消费者申诉暂行办法·····	282
部分商品修理更换退货责任规定·····	287
参考书目 ·····	292

绪 论

消费者权益的确立与保护源于消费者运动。在近、现代商品经济条件下,消费者为争取社会公正,维护自身权益,同损害消费者利益行为进行斗争的一种有组织的社会运动,学界称之为消费者运动。起初,在欧美一些较发达的资本主义国家,一些企业无视消费者利益,生产和推销劣质产品,使消费者利益受到损害。美国就曾出现过在食品、药品中加入许多有害物质,损害消费者的健康乃至生命,当时,芝加哥的肉类食品加工业的卫生状况非常令人担忧。正是因为如此,有人提出对食品、药品进行检验的主张。在这种情况下,广大消费者逐渐形成共同意识,要与损害消费者利益的行为进行斗争,维护自身权益;同时也认识到凭个别消费者的力量无法对抗有组织的经营商,必须团结起来才能产生力量。在这样的背景下,消费者运动便应运而生。

1898年,全世界第一个消费者组织在美国成立。1936年,美国建立了全美的消费者联盟。第二次世界大战后,各种反映消费者利益和要求的组织,在一些发达国家相继出现。随着各国消费者运动的发展,尤其是随着国际经贸往来的增多,对消费者利益保护的国际合作与交流也随之得以迅速发展。1960年,在美国、英国、澳大利亚、荷兰和比利时五个国家消费者组织的倡议下,国际消费者联盟组织(IOCUI)在荷兰海牙宣告成立。该组织以促进国际间消费者保护的合作与交流为宗旨,其成立标志着消费者运动

已越出国界,形成一股世界潮流。1987年9月,中国消费者协会被该组织接纳为正式会员。1994年,该组织的会员和通讯会员组织来自110多个国家,达到300多个。

消费者运动的发展,直接导致了消费者对权利的确认。1962年3月15日,美国总统约翰·肯尼迪在其向国会提出的《关于保护消费利益的国情咨文》中,正式采用了“消费者权利”一词,并把消费者权利表述为:第一,安全的权利;第二,了解的权利;第三,选择的权利;第四,意见被尊重的权利。肯尼迪总统所阐明的消费者四项权利,迅速引起了世界范围的响应,受到广大消费者的赞赏。后又补充了消费者的第五项权利——获得救济的权利。消费者的这五项权利被公认为消费者的五项基本人权,成为各国消费者的奋斗目标。肯尼迪总统首次采用的“消费者权利”这一概念,表达了广大消费者的共同心愿,对于促进世界消费者运动有着重大的意义,国际消费者联盟组织于1983年正式确定每年的3月15日为“国际消费者权益日”。

消费者权利的提出及所获得的广泛支持,也引起了联合国的高度重视。1985年4月9日,联合国在其通过的《保护消费者准则》中也明确规定了消费者应享有的权利。1993年10月31日,我国通过了《消费者权益保护法》,该法根据我国的实际情况并参照国际立法惯例,明确提出了我国消费者的九项权利,即安全权、知情权、选择权、公平交易权、求偿权、结社权、受教育权、受尊重权、监督权。这是我国首次以法律的形式确认消费者的基本权利,它赋予我国消费者以崇高的法律地位,并明确了经营者的相应义务,为我国的消费者权益保护工作提供了明确的法律依据,其意义十分重大。

消费者运动经历了一个从自发的群众性活动到有组织的群众性活动,从政府的行政干预到用法律保护消费者利益,从经营者对

保护消费者利益的敌对、放任状态到积极参与的历史过程。现在，全球一个总的趋势是，世界各国政府越来越关注国民生活，把保护消费者利益列为社会及经济政策的重要部分。可以说，消费者运动的前景将是无限光明的。

我国消费者运动是在国内经济体制改革的春风吹拂与国际消费者运动的浪潮推动下，如雨后春笋般萌芽、发展与壮大的。运动主题已由运动之初的基本权利中少数权利的维护，发展到今天的与经营者真正平等论理的可喜局面。在 2001 年春运票价上涨的问题上，中国消费者协会就充分行使了消协的查询职能，向铁道部发出了查询函。在消协和消费者的压力下，职能部门越来越多地考虑到消费者的利益和要求。中国电信 2000 年搞了 6 次调查和 1 次听证，虽然还不能让消费者满意，但对消费者的态度却已发生深刻变化。离 2002 年春运开始尚有两个月，国家和有关地方的主管部门就为票价的提高准备组织较大规模的听证。更为可贵的是，在我国加入 WTO 之际，我国消费者已做好了充分的迎接跨国消费者权益保护的准备，在政府有关部门的大力支持下，主动、积极寻求涉外消费者权益纠纷的解决途径。三菱帕杰罗问题的处理就是明证。在三菱帕杰罗事件中，国家出入境检验检疫局以“通过与经营者谈判协商”的方式弥补了一项法律空白，并开拓了一个法律途径，在法律缺席的地方，政府补上了。在此次事件中，不仅利益受到损害的消费者表现出不屈不挠、锲而不舍的维权意识，而且广大利益未受到直接影响的消费者也表现出强烈的维“权”意识，他们所要维护的不只是一时一事的权益，而是所有消费者所拥有的神圣不可侵犯的“消费者主权”。中国消费者在此事上所表现出的万众一心的维权意识和护法精神令人振奋，也使侵权者为之震撼。

总之，中国与世界各国一样，消费者通过消费者运动不仅使自身合法权益得到切实、充分、有效的保护，而且运动领域不断扩大、

权益保护途径逐渐增多。这说明中国与世界各国积极对经济法律关系中弱者权利的保护,体现了国家对人权的保障。同时,消费者权益保护的跨国化,表明一个国家主权的深刻独立,一个民族在捍卫着自己的人格尊严!

本书重点阐述了消费者权益保护的基本理论问题、消费者的权利、经营者的义务、消费者组织建立与职责以及消费者权益争议的解决与侵权者的法律责任。通过学习本书,我们既能全面了解消费者权益保护的现状,亦能展望未来,既能掌握消费者权益保护的基本内容,亦能理论联系实际,对现实中的新现象予以深刻的理论根源。

第一章 消费者权益保护法基本理论

导 语

消费者权益保护的基本理论问题一直引起消费者保护理论研究和从事消费者保护实际工作的人们的高度重视。如何界定消费者这一概念:接受、使用他人(包括单位)赠送商品或服务的人、医患关系中的患者是否属于消费者?知假买假是不是真正意义上的消费者?如何界定消费者权益保护法立法的价值取向?消费者权益保护法应该遵循怎样的基本原则?对于这些问题的探讨与研究,对我国消费者权益保护的立法及司法实践将产生重大影响,事关社会主义市场经济秩序的稳定和有效运行。

本章从消费者的一般概念与特征入手,联系实际,对“消费者”这一范畴作进一步探讨。

为增加读者对消费者权益保护理论与实践的感性认识,本章分析了消费者问题产生的根源,较为详细地介绍了国际与国内消费者运动的概况及特点。

作为一部门法,本章还阐释了消费者权益保护法的调整对象、基本内容与特点。

通过本章的学习,我们应当掌握消费者的一般概念及法律特征,并能对在实践中出现的新现象加以法律分析;掌握消费者权益保护法的调整对象与基本原则;理解消费者权益保护的内容和特点;了解消费者运动的产生原因和发展状况。

第一节 消费者与消费者问题

一、消费者

消费者是消费的主体,是消费者权益保护理论中最为重要的概念。界定消费者,是消费者保护理论研究的起点,因而历来受消费者保护理论研究和从事消费者权益保护实际工作的人们的重视。

对“消费者”一词,在不同的学科其含义是不一样的。在法上,《中华人民共和国消费者权益保护法》(以下简称《消费者权益保护法》)第2条规定:“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。”另外,《消费者权益保护法》第54条明确规定,“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。”依此两条文规定精神,法律上所称的“消费者”是指为满足生活需要而购买、使用商品和接受服务的社会成员。作为例外,农民在购买、使用直接用于农业生产的生产资料时作为消费者对待。

根据《消费者权益保护法》的规定,消费者具有下述四个基本的法律特征。1. 消费者的消费性质属于生活消费;2. 消费者的消费客体是商品和服务;3. 消费者的消费方式包括购买、使用(商品)和接受(服务);4. 消费者的主体是人。

下面我们对这四个基本特征逐一分析。

(一)生活消费

“消费”一词有广义与狭义之分。广义的消费指人类为生产或生活的目的对各种资源的消耗。它包括生产消费和生活消费。前者指物质资料的生产过程中对生产资料的消耗,属于生产行为和过程本身;后者指人类为满足个人生活需要对生活资料的消耗,不