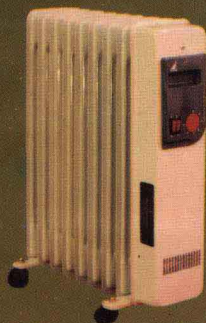
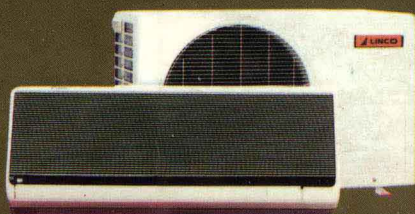
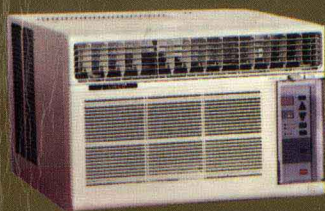


消费者权益导读

广东省消费者委员会编



华南理工大学出版社

消费者权益导读

广东省消费者委员会编

华南理工大学出版社

(粤)新登字 12 号

消费者权益导读

*

广东省消费者委员会编
华南理工大学出版社出版发行
(广州 五山路 邮码:510641)
广东新世纪经济发展公司
天河彩色印刷厂排版印刷

*

开本:787×1092 1/32 印张:5.875 字数:130 千

1994 年 12 月第 1 版 1994 年第 1 次印刷

印数:1—10 000.

ISBN7—5623—0808—X

G. 176

定价: 6.00 元

前 言

社会主义的市场经济必须有完备的法律作保障,才能确保工商企业界合理合法的开展公平竞争,才能确保消费者的合法权益不受侵害,也才能使市场经济沿着正常的轨道向前发展。

我国目前尚处于社会主义市场经济的初级阶段,不正当的竞争行为还大量存在,急需引导和规范;消费者还处于弱者的位置,并没有成为真正意义上的“上帝”。《中华人民共和国反不正当竞争法》和《中华人民共和国消费者权益保护法》(书中分别简称为《反不正当竞争法》和《消费者权益保护法》)的颁布与施行,为广大消费者和工商企业界人士维护自身合法权益提供了有力武器,也为不择手段牟取暴利的不法商人和生产者敲响了警钟。

但是,要会用法,首先得知法、懂法,否则,再好的法律也等于零。为了配合人们学习这两部法律,使之发挥应有的作用,受广东省消费者委员会委托,广东新世纪经济发展公司理论部消费经济研究人员与之合作编写了《消费者权益导读》一书。具体执笔人员有王泉巍、刘智广、杨洪、王玛丽等人。

此书参考了全国各类报刊和广东省工商局提供的资料,精选 68 个具有典型性的真实案例,依据这两部法律进行了深入分析。内容涉及到衣、食、住、行等消费领域和生产经营范围,涉及到质量、价格、计量、商标和广告等方面的问题。既全面地反映了这两部法律的主要内容,又向广大读者传授了运用这些法律条文的方法。

在编写过程中,我们始终从广大读者的特点与兴趣出发,力求以生动活泼,雅俗共赏的形式表现具有一定的知识性、趣味性和实用性的内容,以适合各种层次、各种职业的读者阅读,并满足其需求。

谨以此书献给广大消费者,献给工商企业界的朋友们。

希望此书能为你克服怯懦,去争取自己的合法权益增添信心,能为您战胜不法之徒提供有力的武器。

编 者

1994年12月

目 录

消费者委员会——消费者的保护神	(1)
1 “上帝”，你会投诉吗？	(3)
2 阳光下的阴影(一)	(5)
3 阳光下的阴影(二)	(7)
4 偷金换铜行骗术 店家赔偿得教训	(9)
5 瓶爆人伤 责在何方	(11)
6 “斩人”犯法 “斩刀”放下(一)	(13)
7 “斩人”犯法 “斩刀”放下(二)	(15)
8 飞机误点 状告公司	(17)
9 买卖不成拳脚相加 强盗逻辑法所不容	(19)
10 购物“天堂”下的阴影	(21)
11 “货物出门，恕不退换” 真能不换？	(23)
12 人格尊严 岂能侮辱	(25)
13 彩电冒领 责在何方	(27)
14 经营进口电器 应有中文说明	(29)
15 旅业多“野马” 游客受蒙骗	(31)
16 以身试法者诫	(33)
17 自主选择 不容侵犯	(35)

18	房屋咏叹调	(37)
19	就餐挨打 店家受罚	(39)
20	摩面被烫伤 新娘上法院	(41)
21	美容反成毁容案 法院判决应赔款	(43)
22	购买假货之后	(45)
23	上帝何时免学费(一)	(47)
24	上帝何时免学费(二)	(49)
25	“红颜”一怒为自尊	(51)
26	打气筒引来伤身祸 生产厂依法作赔偿	(53)
27	言而无信 违约受罚	(55)
28	街边大拍卖,是真,是假?	(57)
29	BP 机,能否让我一次爱个够?	(59)
30	李逵难敌李鬼	(61)
31	吃排骨蒸咸鱼 兄妹中毒身亡	(63)
32	特大中毒事件的透视	(65)
33	租赁商离去 出租者赔偿	(67)
34	如此促销 让人喜欢让人忧	(69)
35	病从口入 祸从“口”出(一)	(71)
36	病从口入 祸从“口”出(二)	(73)
37	劳心伤财电话梦 都市电话梦难圆	(75)
38	“上帝”权利 不容截留	(77)
39	斩客心肠太狠 “洗头”索价三千	(79)
40	修彩电引起疑虑 经检测真相大白	(81)

一部维护市场经济秩序的基本法 ——反不正当竞争法	(83)
--------------------------------	------

41	假冒商标 社会公害	(85)
42	商品包装走捷径 移花接木害百姓	(87)
43	虚假标签 不容存在	(89)
44	串通投标 中标无效	(91)
45	造谣中伤 法所不容	(93)
46	故意压价格 大鱼吃小鱼	(95)
47	搭售商品违人愿 损害他人要赔偿	(97)
48	虚假广告 害人不浅	(99)
49	经营广告 严格把关	(101)
50	侵犯商业秘密 企业提高警惕(上)	(103)
51	侵犯商业秘密 企业提高警惕(中)	(105)
52	侵犯商业秘密 企业提高警惕(下)	(107)
53	回扣折扣要分清 变相贿赂法不容	(109)
54	商品交易靠自愿 不得限定他人买	(111)
55	以奖设骗局 “上帝”要警惕	(113)
56	巨奖推销神通广大 劣质商品迅速脱手	(115)
57	巨奖销售君慎用 超过限额要罚款	(117)
58	政府指定不可行 买卖竞争要公平	(119)
59	冲破地方壁垒 促进商品流通	(121)
60	交易原则 请君勿忘	(123)
61	行政干预获重奖 自由竞争受限制	(125)
62	加强社会监督 人人有权举报	(127)
63	监督检查 无权拒绝	(129)
64	非法财物不翼而飞 逃避责任者受重罚	(131)
65	不服处罚 允许复议	(133)
66	越权监督 有权拒绝	(135)

67	监督检查 须持证件	(137)
68	玩忽职守 理应受罚	(139)
附录一	中华人民共和国消费者权益保护法.....	(141)
附录二	中华人民共和国反不正当竞争法.....	(153)
附录三	中华人民共和国产品质量法.....	(161)
附录四	广东省各市消委会通讯录.....	(172)
附录五	企业介绍.....	(173)

消费者委员会

——消费者的保护神

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。消费者委员会是广大消费者自己的群众组织,该组织为消费者说话、撑腰、排忧解难,是消费者的良师益友。更确切地说,它是广大消费者的保护神。

广东省消费者委员会自1988年正式成立以来,其发展速度就如雨后春笋,如今,各级消委会的组织机构已形成纵向延伸,横向发展的格局,遍布广东各地。截至1993年共受理消费者投诉案件7.7万多件,解决率为97.5%,为消费者挽回经济损失2638万多元,接受消费者的咨询45.2万多次,接到消费者的表扬信,电话2万多封(次),锦旗100多面。许多群众称赞消费者委员会是“消费者的卫士”。

广东省各级消费者委员会履行的职能主要有:

- 1、向消费者提供消费信息和咨询服务;
- 2、参与有关行政部门对商品及服务的监督、检查;
- 3、就有关消费者合法权益的问题向有关部门反映、查询、提出建议;
- 4、受理消费者的投诉,并对投诉事项进行调查、调解;
- 5、投诉事项涉及商品和服务质量问题的,可以提供鉴定部门的鉴定,鉴定部门应告知鉴定结论;
- 6、支持消费者对损害消费者合法权益的行为提起诉讼;
- 7、就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；

8、宣传国家有关消费、消费者权益保护的方针、政策、法律法规；

9、开展消费教育，引导消费者合理、科学地消费；

10、开展保护消费者权益的理论研究，组织和参加有关消费方面的学术活动；

11、与国内外消费者组织建立联系，并参加其有关活动；

广东省消费者委员会和全国各地消协委员会诞生以来，它为广大消费者办了许许多多的好事和实事，受到广大消费者的热情赞扬和深深的依赖。随着我国社会主义市场经济的不断发展，我国保护消费者权益的工作必然会出现新的大好局面，消费者组织的地位会增强，权威性也会增大，在对商品和服务质量的社会监督、保护消费者利益，维护经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展等方面将发挥更大的作用。

一、“上帝”，你会投诉吗？

不管你是男是女，是老是少，只要你在消费，你就是“上帝”，就拥有一定的权益。作为“上帝”的消费者，当你拥有的合法权益受到非法侵害时，怎么办才好，你清楚吗？

自认倒霉、忍气吞声不是“上帝”所为；大吵大闹，大打出手也不是“上帝”所为。法律面前人人平等，“上帝”也必须遵守法律，法律才能保护你。

作为“上帝”的消费者，要在明确自己所享有的合法权益的同时，还要知道对侵害自己合法权益的企业、个人，应采取何种方式、何种程序去争取解决。

《消费者权益保护法》第六章第三十四条规定：

消费者和经营者发生消费权益争议的，可以通过下列途径解决：

- (一)与经营者协商和解；
- (二)请求消费者协会调解；
- (三)向有关行政部门申诉；
- (四)根据与经营者达成的仲裁协议提请仲裁机构仲裁；
- (五)向人民法院提起诉讼；

当你的合法权益受到损害时，首先可与责任者——商品和服务的经营者进行交涉，要求按有关法律、法规合理解决。如果得不到解决，可向消费者委员会及其他有关部门咨询、投诉。

投诉时要以文字材料为准，所以你要写好一封投诉信。

投诉信要求一事一信,语言简洁准确。

首先写清你的姓名、地址、邮政编码、电话和被投诉单位名称、地址以便联系。其次详细写明受损害的具体事实或双方争议的具体内容及其要求,并提供有关票证单据(复印证)或实物,以便核实。

请记住,投诉一定要及时,并尽可能提供有力证据,包括票证、物证、证人、证言等。这样不仅便于合理解决事情,避免你的经济损失,也给违法者一个深刻教训,防止类似事再次发生。

二、 阳光下的阴影(一)

现代人再也难以摆脱形形色色的各类广告的影响。一则优秀的广告,不仅能沟通产销联系,提供商品信息,更能直接地刺激消费者的消费需求。广告越来越受到消费者的重视,各类专营广告宣传的媒介公司也纷纷成立。面对目不暇接的广告大潮,一时间良莠并存,虚假广告也迅速滋生起来,在消费者的心头,蒙上了一片阴影。

当矿泉水被卫生保健专家确认为健康饮品而逐渐成为饮料市场生力军的时候,国内各地区各种品牌的矿泉水也正当适时地推向了市场。珠海某贸易公司曾在广州、珠海的大报上连篇累牍地宣传该公司经销的××牌矿泉水品质优良,是各界人士的首选健康饮品等,不想效果一般。该公司又生一计,利用和某大报联合的方式,向国内顾客征求对联,获一等奖者给予五万元奖励。于是,各地附有该种矿泉水商标纸的应征信雪片一样飞来,公司的销售额急速上升,形势一派大好。

但不久,当地工商部门就查封了这家公司所有库存的矿泉水,已经销出的也进行了追缴。原来,该种矿泉水根本没有经过有关卫生检疫部门检查,是用地下水随意灌装,没有经过任何处理,不符合有关卫生检测标准,对人体健康有损害。更令人气愤的是,大量的应征信并没有如广告所说的进行评选,而是一捆一捆原样地卖给废品回收站。

《消费者权益保护法》第七章五十条规定:

经营者有下列情形之一,依照有关法律、法规的规定处

理;法律、法规未作规定的,由工商行政管理部门视情节给予相应的处罚,包括:

(一)生产、销售的商品不符合保障人身、财产安全要求的;

(二)销售的商品应当检验、检疫而未检验、检疫或者伪造检验、检疫结果的。

上述的珠海某贸易公司为了牟取盈利,用未经任何处理的地下水冒充所谓的天然优质矿泉水,并且采取了欺诈的方式来吸引消费者,更是直接违背了基本的商业道德。该公司的行径自是受到了工商部门的严厉惩处。然而,事件又足以引起人们的反思:如果为该贸易公司发布广告和征稿的省、市级各大报能够保持高度的责任心,严格审查该贸易公司所作广告的各项资格证明,或许就不会出现大量冒牌矿泉水涌入市场,危害广大消费者的身体健康的情况了。因此,作为提供广告载体的报社等媒介机构一定要把维护消费者合法权益视为己任,不能让不法经营者找漏洞、钻空子,更不能单纯为创收而给虚假广告大开绿灯,否则,一样会遭到法律的惩处。

保护消费者的合法权益,全社会都当力尽其责!

三、 阳光下的阴影(二)

随着改革开放步伐的加快,国内出版业发展的势头也令人注目,到书报摊上转一转,每次都能有一些新面孔冒出来。然而,大量新刊物的出现,一方面意味着文化的繁荣,另一方面也加剧了目前广告宣传市场的混乱。有些经营者利用杂志、刊物的封页、封底作广告,从事代理邮寄产品等服务,殊不知,有些是诱人睁眼跳下去的“广告陷阱”。

某大学一学生在校苦于学习任务重,需要记忆的知识繁多。一日在《××青年》杂志封页上看到了一则广告:有了记忆神,考试不用愁。广告宣传该产品是最新科研产品,能够有效地帮助使用者增强记忆,提高学习效率,经权威部门跟踪检验,有效率达95%以上,并且使用方便,无任何副作用。该学生欣喜地按照广告所登的联系地址寄去了货款。过了一些天,“记忆神”真的寄过来了,但拆开邮包一看,竟是几扎普通的读书分类卡片,让人哭笑不得。

武汉一消费者在全国发行的《无线电》杂志上看到了一则销售广告,遂寄500元给广东潮阳棉城××电器经营部购一台P—938A录放扩机。当他收到经营部寄来的产品时才发现产品制造十分粗糙,电路底板裸露在外,噪音大,根本无法使用。该消费者多次写信给经营部要求调换或退货,然而再也不见回音。

更有甚者,有些经营者发布了虚假广告,而消费者汇完款后石沉大海、音讯皆无。

《消费者权益保护法》第六章第三十九条规定：

消费者因经营者利用虚假广告提供商品或者服务，其合法权益受到损害的，可以向经营者要求赔偿。广告的经营者发布虚假广告的，消费者可以请求行政主管部门予以惩处。广告的经营者不能提供经营者的真实名称、地址的，应当承担赔偿责任。

第七章第四十六条规定：

经营者以邮购方式提供商品的，应当按照约定提供。未按照约定提供的，应当按照消费者的要求履行约定或退回货款；并应当承担消费者必须支付的合理费用。

虚假广告着实害人不浅，尤其一些经营者采取邮寄物品的方式，利用消费者检测不便、难以追究等不利因素，侵害消费者的合法权益。针对此，《消费者权益保护法》作了详细的阐述，而杜绝虚假广告的关键还在于广告的经营者。如本文中所述的某些杂志刊物，为了广告收入而忽视甚至忘记了去核实刊登广告的真实情况，结果使大量的虚假广告蔓延，广大消费者的合法权益受到了侵害。所以，加强广告经营单位的法律意识至关重要。

同时，消费者应增强自我保护的意识，提高辨别能力，万一遇上了自身合法权益受到侵害的情况，应及时寻求法律的保护。有了法律作为保障，虚假广告可以休矣！