

中国公民维权丛书

丛书主编：王斌 艾永明

中国公民的消费权益保护

作者：王 斌

曹 博

和正康

中国经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国公民的消费权益保护/王斌等编著. -北京: 中国经济出版社, 1999.1

(中国公民维权丛书/王斌, 艾永明主编)

ISBN 7-5017-4401-7

I. 中… II. 王… III. 消费者权益-法规-中国-参考资料 IV. D923.84

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 40083 号

责任编辑: 师少林

封面设计: 高书精

中国公民的消费权益保护

王斌 曹博 和正康 编著

*

中国经济出版社出版发行

(北京市百万庄北街3号)

邮编: 100037

各地新华书店经销

北京兴凤印刷厂印刷

*

开本: 850×1168 毫米 1.32 8.8125 印张 216 千字

1999年3月第1版 1999年3月第1次印刷

印数: 5000

ISBN 7-5017-4401-7/D·109

定价: 15.00 元

目 录

第一章 消费者权益保护概述	(1)
第一节 消费者及其权利	(1)
第二节 消费者权益保护	(6)
第二章 消费者与消费者组织	(15)
第一节 消费者的结社权	(15)
第二节 消费者组织	(16)
第三章 售前生产经营者的法定义务	(20)
第一节 经营者义务概述	(20)
第二节 经营者的一般义务	(21)
第四章 经营者保障消费安全的义务	(26)
第一节 概述	(26)
第二节 食品卫生经营活动的法律规制	(32)
第三节 药品生产经营活动的法律规制	(42)
第四节 化妆品经营者的安全保证义务	(47)
第五节 经营者保证产品质量安全的义务	(50)
第五章 经营者售前保障公平交易的义务	(59)
第一节 竞争法律制度	(59)
第二节 价格行为的法律规制	(72)
第三节 定型化契约条款法律规制	(75)
第六章 经营者商品服务表示的法定义务	(78)
第一节 商品标示活动的法律规制	(78)
第二节 广告活动的法律规制	(85)
第七章 消费者的监督权与经营者接受监督的义务	(93)

第一节	消费者的监督权	(93)
第二节	经营者接受消费者监督的义务	(97)
第八章	售中经营者的义务	(99)
第一节	提供合法商品或服务的义务	(100)
第二节	公平交易的义务	(104)
第三节	明示身份的义务	(109)
第四节	提供信息的义务	(111)
第五节	出具有关凭证和单据的义务	(116)
第九章	售中消费者的权利	(120)
第一节	人身、财产安全不受损害的权利	(120)
第二节	售中消费者的知悉真情权	(123)
第三节	售中消费者的选择权	(126)
第四节	售中消费者的公平交易权	(128)
第五节	售中消费者的受尊重权	(131)
第十章	售中侵犯消费者权益的典型行为	(135)
第一节	欺诈行为	(137)
第二节	强迫交易行为	(145)
第三节	侮辱、诽谤、搜身、扣留行为	(148)
第四节	不当免责行为	(153)
第五节	其他售中侵犯消费者权益的行为	(158)
第十一章	经营者售后服务的法律规定	(162)
第一节	经营者三包义务的履行	(162)
第二节	经营者对承诺义务的履行	(198)
第三节	经营者对约定义务的履行	(200)
第十二章	侵害消费者权益的法律责任	(202)
第一节	概述	(202)
第二节	经营者的赔偿责任	(208)
第三节	消费者追偿对象的确定	(223)

第四节	消费者行使追偿权的注意事项·····	(225)
第十三章	消费者权益争议的解决途径·····	(228)
第一节	消费者权益争议概述·····	(228)
第二节	消费者权益争议的协商和解·····	(231)
第三节	消费者协会的调解·····	(232)
第四节	消费者权益争议的申诉·····	(237)
第五节	消费者权益争议的仲裁·····	(241)
第六节	消费者权益争议的诉讼·····	(247)
附一	中华人民共和国消费者权益保护法·····	(256)
附二	中华人民共和国产品质量法·····	(266)

第一章 消费者权益保护概述

第一节 消费者及其权利

一、消费者

现代社会是消费社会，虽然人人都是消费者，但由于各人的社会角色的多重性，只有在其消费的时候才具有消费者的身份，才涉及消费者的权利问题。因此要依法保护消费者的权益首先就要了解权利主体——消费者的外延和内涵。《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》）第二条规定：“消费者为生活需要购买、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。”由此可见，其对消费者的定义限于为满足生活需要而购买、使用商品或者接受服务的社会成员。这一定义包括以下含义：

（一）消费者的消费性质属于生活消费

市场经济中的消费就是满足人对商品和服务的需求。按照消费主体及行为目的不同，消费可以分为生产消费和生活消费。生产消费还属于生产过程本身，消费的结果是生产出新的产品，社会成员以生产消费为目的而消费，其本身就成了生产经营者，而不是消费者，生产消费可由其他法律，比如合同法来调整。而生活消费是人们为了生存和发展而最终消耗物质产品和精神产品的

行为和过程，其与人的日常生活密切相关，人们在进行生活消费的过程中所受到的损害与生产消费相比更为直接和严重，特别保护个体的生活消费免受侵害是广大群众的共同呼声，也是促进生产和维护市场经济秩序的需要。考虑到现实中，农民购买种子、农药、化肥等生产资料时，普遍势单力薄，而现阶段我国农业生产力和农民承受能力较低，农民受害以后又没有适当渠道寻求保护的实际情况，《消费者权益保护法》第五十四条规定：“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。”这一规定有两层含义：首先它肯定了购买、使用农业生产资料的农民不属于消费者；其次，农民购买使用农业生产资料时，享受与消费者相同的法定权利。

（二）消费者的消费客体是商品或者服务

商品，是指与生活消费有关的并通过流通过程推出的产品，未经流通过程推出的产品不包括在内。《消费者权益保护法》对服务未做界定，综合有关规定和实践不难看出，其是指与生活消费有关的、有偿提供给消费者的任何种类的服务，如咨询服务、维修服务、公共交通运输服务、电信服务等。

（三）消费的方式包括购买、使用（商品）和接受（服务）

消费者的范围非常广泛。首先他包括为生活消费而购买商品或服务的人。其次，他还包括使用商品的人，接受服务的人。例如，购买者的家庭成员使用购买回的商品的，或者应购买者邀请使用商品的人等，都是消费者。

（四）消费者限于个人

对于消费者是专指个人（自然人）还是包括一些团体和组织即法人及非法人团体，《消费者保护法》中没有明确的界定。依立法目的看，把消费者限于个人，体现了《消费者权益保护法》保护弱者的宗旨。对于高度组织化的社会而言，分散的个人的权利主张极易被忽视，而较重的举证责任，高昂的诉讼费用，索赔

获胜机率的底下，都使消费者个人的在经济上处于弱者地位，为此才有了法律对消费者利益的特别保护。同时，把消费者限于个体社会成员，也是国际社会通行的做法。

二、消费者权利

（一）消费者权利的由来

消费者权利源于消费者运动和法律对消费者的保护。

在自由竞争的资本主义阶段，国家对社会经济生活奉行不干预的政策，消费者与经营者的关系，被认为具有对等性和互换性，即经营者在经济地位上并不占有显著优势地位。消费者对商品或者服务的选择具有充分的自由，消费者与经营者的关系由基于当事人地位绝对平等基础上制定的民商法进行调整。消费者作为交易当事人其享有的权利义务根据契约自由原则，按照一般交易习惯来确定。当时，按照这一原则确定当事人的权利和义务，在一般情况下并不会导致损害消费者的结果，由法律直接规定消费者的权利不仅没有迫切的必要性，而且会造成对契约自由原则的破坏，影响市场的自由竞争，阻碍经济的发展。从十九世纪末期开始资本主义进入垄断阶段，社会经济生活发生了深刻的变化，消费者与经营者相比已沦为被剥削之弱者，原因如下：其一，消费者经济力微弱。消费者在市场交易中以个人之力独立从事交易，其经济力量与作为经营者的大公司、大企业或者大的垄断集团之经济力相比极为弱小，于是造成交易双方交易能力的不平衡；其二，消费者欠缺商品知识。消费者纯为满足生活上的需要而购买商品，所购商品的范围又极广泛，而经营者以营利为目的专营特定的商品，因此，两者之间有关商品的知识差异很大，况且由于科学技术飞速发展，使生产过程和生产技术高度复杂化，致使消费者购买商品时已根本不可能判断其品质，对商品的

了解几乎近于无知的状态，不得不形成对经营者的全面依赖；其三，基于人性的弱点，消费者的经济活动异于经营者，其购买商品不具有营利性，而依其个人兴趣喜好、虚荣心及侥幸心理选购商品，以满足其欲望，故不具有经济上的合理性。此最易为拥有现代营销手段的经营者所利用，而消费者难于识破经营者所提供之假象；其四，消费者缺乏组织。消费者在各个交易中力量本已极为弱小又向来缺乏组织，不能藉团体力量以与经营者组织体相抗衡，以致沦为经济上的从属者，任由经营者宰割。由于这些原因，在现代商品经济条件下，消费者处于强大的资本力面前，就呈现显著无力的状态，企业为追求利润而不择手段，生产销售对人身安全具有极大危险的商品，使消费者显身于丧失生命财产的危机之中。消费者地位的恶化，引发了消费者自发或有组织地进行旨在保护自己的权益，改善其地位的社会运动，即消费者运动。在消费者运动的过程中，基于对“消费者是弱者”的认识，进一步提出了“消费者主权”和“消费者权利”的主张。日本消费者团体联络会于1956年成立，次年发表了具有历史意义的《消费者宣言》，《宣言》声明：“我们高声宣言，唯消费者大众才是主权者；我们宣誓：结合全体消费者的力量为保卫这一权利，为实现流通过程的明朗化和合理化而奋斗！”消费者权利的概念最初是由美国总统肯尼迪提出的。1962年3月15日，肯尼迪总统向美国国会提出了一份《关于保护消费者利益的国情咨文》，其中表述了消费者具有四项权利：第一，获得安全商品的权利；第二，知悉商品真实情况的权利；第三，自由选择商品的权利；第四，意见被尊重的权利。由于咨文首次表述了消费者权利的思想，对于消费者运动具有重大意义，因而国际消费者组织将每年3月15日定为“世界消费者权益日”。1969年美国总统一尼克松又提出了消费者具有索赔权，这五项权利，被公认为消费者的五项基本人权。1968年日本首先制定《保护消费者基本法》，规定了

对消费者多种权利进行保护的措施，从而使消费者权利成为受法律保护不得为其他任何人随意剥夺的法定权利。继日本之后，许多国家都通过消费者保护法对消费者的权利作了明确的规定。

（二）我国消费者的权利

权利乃受法律保护之利益，消费者权利就是消费者在购买、使用商品或接受服务时，依法享有的受法律保护的利益。法律中规定的消费者权利在传统民商法上大多属于交易当事人自治的范围。为了充分保护消费者的利益，现代国家将这些权利法定化，充分体现了法律对消费者特殊保护的立场。

我国改革开放以来，在建立社会主义市场经济的过程中，也不可避免地出现了损害消费者利益的现象。从目前看，损害消费者利益问题主要表现为：商品质量问题，假冒商品与商品计量问题，价格问题，虚假广告及标识，服务质量及商品售后服务、商品污染等各个方面的问题。80年代初消费者运动在我国兴起，并很快成立了全国性的消费者组织，对我国消费者权益保护工作及其立法起了极大的推动作用。我国1993年通过的《消费者权益保护法》明确赋予消费者九大类权利，包括：

1. 消费者享有人身和财产安全不受侵犯的权利；
2. 消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受服务的真实情况的权利，即知情权；
3. 消费者享有自主选择商品或接受服务的权利，即选择权；
4. 消费者享有公平交易的权利，即公平交易权；
5. 消费者在受到人身、财产损害时，依法享有获得赔偿的权利，即求偿权；
6. 消费者依法享有成立维护自身合法权益的社会团体的权利；
7. 消费者享有获得有关消费和消费者权益保护方面知识的

权利；

8. 消费者享有人格尊严、民族风俗习惯得到尊重的权利；
9. 消费者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。

第二节 消费者权益保护

一、消费者保护法概述

(一) 消费者保护法的含义

通常所说的消费者保护法有广义和狭义之分，狭义上的消费者保护法仅指消费者保护基本法，即1993年10月31日八届全国人大常委会第四次会议通过，并于1994年1月1日施行的《消费者权益保护法》；广义上的消费者保护法是指由国家制定、颁布的具有保护消费者功能的各种法律的总称。本书除特别标明《消费者权益保护法》外，皆为从广义上来理解消费者保护法。我们认为，消费者保护法调整着各种不同性质的社会关系，其中有些属于行政性质的社会关系，有些属于民事性质的社会关系，消费者保护法对这些社会关系进行调整以实现保护消费者为目的。从消费者保护法内部构成方面看，它是由各种带有民事，行政管理及刑事性质的法律规范所构成。消费者保护法作为法律体系中的一个门类，不是因为其与其他法律规范有不同的调整对象，而是因为其有特定的法律功能，即对消费者权益给予特殊的保护。

(二) 消费者保护法的特点

与传统的民商法相比，消费者保护法有以下几个特点：

1. 民商法强调主体之间的平等，而消费者保护法则侧重于保护消费者，对生产经营者给予一定的限制。这主要是因为如前所述，在现代市场经济社会中，消费者在经济上处于被支配的、从属的弱者地位，如果完全按照传统民商法的原则，消费者利益就会受到损害。正是由于这个原因，许多国家在消费者保护法中特别规定了消费者的权利，经营者的义务及国家机关的职责。同时，还在解决消费纠纷，保证消费者受损时得到救济和补偿的程序和措施上做了一系列方便消费者的规定

2. 民商法的规定多为任意性规范，体现了“契约自由”原则，消费者保护法则多为强制性规范，对“契约自由”进行适当限制。“契约自由”包括契约缔结的自由、选择契约对方的自由、决定契约内容的自由和契约方式的自由，自由资本主义时期的经济就是通过契约自由来自动调节的。但是，随着商品经济的高度发展，商品的大量生产、大量销售和大量消费的普遍化以及迅速缔结大量契约的必要，经营者往往单方面制定标准合同（格式合同），消费者决定契约内容自由实际上名存实亡，而经营在格式合同中往往塞入一些对无专门知识的消费者不利的内容，所以，法律就必须对“契约自由”原则进行必要的限制，以保护消费者利益。例如，我国《消费者权益保护法》第二十四条规定：“经营者不得以格式合同、通知、声明、店堂告示等方式作出对消费者不公平、不合理的规定，或者减轻、免除其损害消费者合法权益应当承担的民事责任。格式合同、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的，其内容无效。”

3. 民商法只是一般地规定当事人的权利义务，而不专门设立保护这些权利的机构，当事人权利受到侵害时，只能求助于司法程序，消费者保护法则往往设立相应的保护机构，并充分发挥某些社会团体的作用，以促进消费者权利的实现。这是因为消费者问题已不仅仅是涉及具体消费者与经营者的利益平衡问题，而

是一个重要的社会问题，保护消费者利益已被视为国家和有关社会组织的基本职责。我国《消费者权益法》第二十八条规定：“各级人民政府工商行政管理部门和其他有关行政部门应当依照法律、法规的规定，在各自的职责范围内，采取措施，保护消费者的合法权益。”该法第五章专门规定了“消费者组织”的相关方面。

4. 传统民商法一般实行“过错责任”，而消费者保护法已在一定程度上采取“无过错责任”。所谓“过错责任”是指尽管生产者已给消费者造成了客观上的损害，只要其主观上没有过错，则一般不负责任，而卖方的过失又要提起诉讼的买方负举证责任。消费者保护法则不然，如我国《产品质量法》第二十九条规定：“因产品存在缺陷造成人身、缺陷产品以外的其他财产损害的，生产者应当承担赔偿责任。”即是由生产者对缺陷产品损害承担“无过错责任”的规定。也就是说，产品如有缺陷并使消费者受到损失时，即使生产者在制造产品时已尽到一切可能的注意，仍需对此负责，而消费者无须承担举证责任。

5. 民商法一般不涉及行政责任和刑事责任，而消费者保护法则直接作出行政、刑事处罚的规定。由于侵害消费者的行为在性质上有多种不同的表现形态，在程度上亦呈现出轻重不一的层次，因而对其进行的制裁也各不相同，既有对严重侵害消费者权益的犯罪行为的刑事责任的规定，又有对一般侵害消费者利益行为的行政责任和民事责任的规定。

（三）我国消费者保护法的体系

这里所说的消费者保护法律体系是指体现在不同层级的消费者保护法律规范中对消费者权益进行有效保护的规范体系。其主要包括：

1. 保护消费者的基本法——《消费者权益保护法》。

其基本内容包括：消费者保护法的宗旨、原则、消费者的权

利、经营者的义务、国家机关的职责、消费者组织、争议的解决、法律责任等。它是我国唯一的一部集中保护消费者权益的法律，是消费者保护法的统帅法，在整个规范体系中处于中心地位。

2. 关于商品服务质量保障的法律规范。最具代表性的是《产品质量法》，该法于1993年2月22日通过，其主要是从产品质量方面保护消费者的权益，该法规定了产品的监督管理制度以及消费者可以依据哪些标准要求产品生产者和销售者承担产品质量责任。

3. 关于维护消费交易公平的法律规范。最典型的是《中华人民共和国反不正当竞争法》。从某种意义上来说，不正当竞争行为中对消费者权益的侵犯更多的为间接的作用，但也有一些不正当竞争行为人在排挤竞争对手时，给消费者可能造成直接的损害。

4. 关于消费者安全的法律规范。其中包括：1995年10月30日修订颁布的《食品卫生法》、1984年9月发布的《药品管理法》、1989年9月国务院发布的《化妆品卫生监督管理条例》，以及机动车辆安全管理方面的法律等。

5. 关于商品、服务表示管理方面的法律。主要包括：1993年2月修订发布的《商标法》、1994年10月发布的《广告法》等。

除以上列举的法律规范外，还有《刑法》、《民法通则》等法律及大量的行政法规、地方性法规及规章对保护消费者权益的相关问题作出了规定。

二、消费者权益保护的法律手段

(一) 保护消费者的民事法律手段

民事法律手段是主要运用平等和等价补偿的方法来调整社会

关系的一种法律手段，它不是采用惩罚的方法，而是采取给受害人以适当补偿的方法来保护当事人的合法权益，民事法律手段是以民法为依据的。民法调整平等主体之间的财产关系和人身关系，因而民法是保护公民财产权和人身权不受侵犯的重要法律，公民在消费过程中享有的人身权和财产权，理所当然的属于民法的保护范围。民法中这些涉及消费者权利保护的内容当然亦是消费者保护法的重要组成部分，因此，尽管如前所述，消费者保护从总体上说具有与传统民商法不同的特点，而对传统民商法有所修正，但民法与消费者权益保护法的关系并不是相互排斥的而是相互交叉的关系，消费者保护法中包含着大量的民事法律规范，而大量的消费纠纷实质上就是民事纠纷。

民事法律手段主要是通过让经营者承担合同责任和侵权责任来补偿消费者以保护其合法权益。

1. 合同责任

合同是当事人之间设立、变更、终止民事关系的协议。依法成立的合同具有法律的效力，双方当事人应该按合同规定的义务去履行。合同责任就是当事人违反合同义务所应承担的法律后果。所谓合同关系包括买卖、租赁、加工承揽等，在实际生活中，以买卖为最重要，最多见。从法理上讲，消费者到商店买东西，实质上是与商店发生了买卖合同关系。虽然没有签订书面合同，但是履行的是一种合同性质的权利、义务关系。如果消费者和商店没有履行合同的权利与义务，就形成了合同的违约。违反合同民事责任的构成要件主要有以下几个方面：①合同当事人有不按合同约定内容履行或者不正确履行合同的行為；②行为人不履行合同或不正确履行合同必须具有主观过错；③确实给对方造成损害；④损害事实与违约行为之间存在因果关系。合同责任对消费者与经营者的关系而言主要是买卖合同标的物的瑕疵责任。根据《产品质量法》第二十八条的规定，（一）如果售出的产品

不具备产品应当具备的使用性能而事先未做说明的；（二）不符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准的；（三）不符合以产品说明、实物样品等方式表明的产品标准的，均为销售者违约，销售者应当承担违约的合同责任。即销售者应当负责修理、更换、退货；给消费者造成损失的，销售者应当赔偿损失。我国目前实行的产品质量“三包”制度（即包修、包退、包换），其法律依据即为买卖合同标的物的瑕疵责任。

2. 侵权责任

在民事关系中，当消费者利益受到损害时，除了可以依据合同责任补偿外，还可依据侵权责任得到补偿。侵权责任是因侵权行为而产生的一种民事责任。侵权行为指行为人不法侵害他人的财产权利和人身权利的行为。因侵权行为致人损害，应负损害赔偿责任。侵权责任中以产品侵权责任与消费者利益关系最为密切。产品侵权责任又称产品责任，是指产品的生产者、销售者因其生产、出售的产品造成他人人身、该产品以外的其他财产损害而依法应承担的赔偿责任。产品责任有如下一些特征：

①产品责任是产品缺陷造成的人身和财产损害而引起的责任。它指的不是产品本身的缺陷，而是这种缺陷引起的后果。

②产品责任是直接由法律规定的责任，即使当事人之间没有合同约定，也必须承担责任，与合同责任相比，其对消费者权利给予更充分的保护。

③产品责任的承担者是产品的销售者或生产者。产品责任的受害者是产品的购买者、使用者，也可以包括第三者，也就是说凡是受害者都可向生产者或销售者请求承担侵权责任，而无论侵权人与受害者之间有直接的合同关系。

④产品责任可以实行过错责任，也可以实行无过错责任。我国《产品质量法》第二十九条规定，“因产品存在缺陷造成人身、缺陷产品以外的其他财产损害的，生产者应当承担赔偿责任。”

该法第三十条规定，“由于销售者的过错使产品存在缺陷，造成人身、他人财产损害的，销售者应当承担赔偿责任。”由此可见，生产者对产品责任承担的是无过错责任，而销售者则承担过错责任。

按我国《消费者权益保护法》、《产品质量法》的规定，产品缺陷造成受害人人身伤害的，侵害人应支付医疗费、治疗期间护理费、因误工减少的收入等费用。造成残疾的，还应当支付残疾者生活自助用具费、生活补助费、残疾赔偿金以及由其扶养的人所必需的生活费等费用。造成死亡的，应当支付丧葬费、死亡赔偿金以及死者生前扶养的人所必需的生活费等费用。因产品存在缺陷造成受害人财产损失的，侵害人应当恢复原状或折价赔偿。受害人因此遭受其他重大损失的，侵权人应当赔偿损失。

（二）保护消费者的行政法律手段

行政法律手段是主要运用行政干预的方法来调整社会关系的一种法律手段。它不是采取平等和等价有偿的方法，而是采用命令当事人作为或不作为，否则就给予行政处罚的方法。行政法律手段是保护消费者利益的重要法律手段之一。行政法律手段是以行政法为依据的。行政法，是调整行政活动的法律规范的总称，它主要规范国家行政权力的组织、行政权力的活动以及对行政活动的后果的补救。它调整的是各种国家机关之间，以及国家行政机关同其他国家机关、企业事业单位、社会团体和公民之间的行政法律关系。

行政法律手段的主要特点是：

1. 由行政机关单方面确定对方履行的义务。行政法律关系是由国家行政机关单方面的意志决定的，也就是说，不论这种关系的相对人意志如何，只要国家行政机关依法下达了命令，这种法律关系就形成了，行政相对人就必须履行相应义务。

2. 行政机关可以对不履行义务者实行强制性行政处罚。行