

权威读本

全国人大常委会法制工作委员会民法室 编著

中华人民共和国 消费者权益保护法 解读

主 编
贾 东 明

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

中国法制出版社相关书目

★ 一、高端释法系列图书

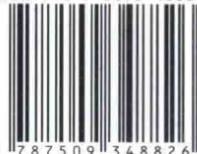
中华人民共和国劳动争议调解仲裁法解读
中华人民共和国物权法解读
中华人民共和国反垄断法解读
中华人民共和国民事诉讼法解读（2012年最新修订版）
中华人民共和国突发事件应对法解读
中华人民共和国禁毒法解读
中华人民共和国保险法解读
中华人民共和国刑法解读
中华人民共和国食品安全法解读
中华人民共和国侵权责任法解读
中华人民共和国国家赔偿法解读
中华人民共和国行政强制法解读
中华人民共和国刑事诉讼法解读
中华人民共和国出境入境管理法解读
中华人民共和国精神卫生法解读
中华人民共和国证券投资基金法解读
关于实施刑事诉讼法若干问题的规定解读
中华人民共和国旅游法解读
中华人民共和国商标法解读
.....

★ 二、消费者权益保护法相关图书

中华人民共和国消费者权益保护法（含立法说明）
中华人民共和国消费者权益保护法（实用版）
最新消费者权益保护法实用问答

上架建议 经济法·法律释义

ISBN 978-7-5093-4882-6



9 787509 348826 >

定价：36.00元

权威读本

全国人大常委会法制工作委员会民法室 编著

中华人民共和国 消费者权益保护法 解读

主 编

贾东明

（全国人大常委会法制工作委员会民法室主任）

副主编

扈纪华

（全国人大常委会法制工作委员会民法室巡视员）

杜 涛

（全国人大常委会法制工作委员会民法室副主任）

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

中华人民共和国消费者权益保护法解读 / 全国人大法制工作委员会民法室编著. —北京: 中国法制出版社, 2013. 11 (2014.2 重印)

ISBN 978 - 7 - 5093 - 4882 - 6

I. ①中… II. ①全… III. ①消费者权益保护法 - 法律解释 - 中国 IV. ①D923.85

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 249649 号

责任编辑: 赵 宏

封面设计: 蒋 怡

中华人民共和国消费者权益保护法解读

ZHONGHUARENMINGONGHEGUO XIAOFEIZHE QUANYI BAOHUFU JIEDU

编著/全国人大法制工作委员会民法室

经销/新华书店

印刷/河北省三河市汇鑫印务有限公司

开本/880 × 1230 毫米 32

印张/11.75 字数/290 千

版次/2013 年 11 月第 1 版

2014 年 2 月第 3 次印刷

中国法制出版社出版

书号 ISBN 978 - 7 - 5093 - 4882 - 6

定价: 36.00 元

北京西单横二条 2 号 邮政编码 100031

传真: 66031119

网址: <http://www.zgfzs.com>

编辑部电话: 66010483

市场营销部电话: 66033296

邮购部电话: 66033288

目 录

第一章 总 则	1
第 一 条 【立法宗旨】	1
第 二 条 【本法调整对象——消费者】	5
第 三 条 【本法调整对象——经营者】	13
第 四 条 【交易原则】	16
第 五 条 【国家保护消费者合法权益的职能】	18
第 六 条 【全社会共同保护消费者合法权益原则】	21
第二章 消费者的权利	25
第 七 条 【安全保障权】	25
第 八 条 【知情权】	27
第 九 条 【选择权】	30
第 十 条 【公平交易权】	34
第 十 一 条 【获得赔偿权】	38
第 十 二 条 【成立维权组织权】	42
第 十 三 条 【获得知识权】	45
第 十 四 条 【受尊重权及信息得到保护权】	49
第 十 五 条 【监督权】	56
第三章 经营者的义务	60
第 十 六 条 【经营者义务】	60
第 十 七 条 【听取意见、接受监督的义务】	64
第 十 八 条 【安全保障义务】	68
第 十 九 条 【对存在缺陷的产品和服务及时采取措施 的义务】	75

第二十条	【提供真实、全面信息的义务】	82
第二十一条	【标明真实名称和标记的义务】	87
第二十二条	【出具发票的义务】	89
第二十三条	【质量担保义务、瑕疵举证责任】	92
第二十四条	【退货、更换、修理义务】	97
第二十五条	【无理由退货制度】	100
第二十六条	【格式条款的限制】	111
第二十七条	【不得侵犯人身自由的义务】	118
第二十八条	【特定领域经营者的信息披露义务】	120
第二十九条	【收集、使用消费者的个人信息】	129
第四章	国家对消费者合法权益的保护	140
第三十条	【听取消费者的意见】	141
第三十一条	【各级政府的职责】	144
第三十二条	【工商部门的职责】	148
第三十三条	【抽查检验的职责】	151
第三十四条	【行政部门的职责】	160
第三十五条	【人民法院的职责】	164
第五章	消费者组织	168
第三十六条	【消费者协会】	168
第三十七条	【消费者协会的公益性职责】	174
第三十八条	【消费者组织的限制】	180
第六章	争议的解决	184
第三十九条	【争议解决的途径】	184
第四十条	【消费者索赔的权利】	190
第四十一条	【企业变更后的索赔】	192
第四十二条	【营业执照出借人或借用人的连带责任】	194
第四十三条	【展销会、租赁柜台的责任】	195
第四十四条	【网络交易平台提供者的责任】	198

第四十五条	【虚假广告相关责任人的责任】	207
第四十六条	【投诉】	220
第四十七条	【消费者协会的诉权】	222
第七章 法律责任		232
第四十八条	【经营者承担责任的情形】	232
第四十九条	【造成人身损害的赔偿责任】	240
第五十条	【侵犯人格尊严的法律责任】	246
第五十一条	【精神损害赔偿责任】	250
第五十二条	【造成财产损害的民事责任】	253
第五十三条	【预付款后未履约的责任】	256
第五十四条	【退货责任】	263
第五十五条	【惩罚性赔偿】	265
第五十六条	【严重处罚的情形】	285
第五十七条	【经营者的刑事责任】	296
第五十八条	【民事赔偿责任优先原则】	302
第五十九条	【经营者的权利】	306
第六十条	【暴力抗法的责任】	311
第六十一条	【国家机关工作人员的责任】	315
第八章 附 则		320
第六十二条	【购买农业生产资料的参照执行】	320
第六十三条	【实施日期】	325

附录：立法背景资料及法律修改前后对照表

关于《中华人民共和国消费者权益保护法修正案（草案）》的说明	327
全国人民代表大会法律委员会关于《中华人民共和国消费者权益保护法修正案（草案）》修改情况的汇报	333

全国人民代表大会法律委员会关于《中华人民共和国 消费者权益保护法修正案（草案）》审议结果的报告	338
全国人民代表大会法律委员会关于《全国人民代表大 会常务委员会关于修改〈中华人民共和国消费者权 益保护法〉的决定（草案）》修改意见的报告	342
《中华人民共和国消费者权益保护法》修改前后对照 表	346
后 记	370

第一章 总 则

本章共六条，主要对消费者权益保护法的立法目的、本法的调整范围、经营者与消费者交易应当遵循的原则、国家保护消费者合法权益、全社会共同保护消费者合法权益等内容作了规定。

第一条 为保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展，制定本法。

● 条文主旨

本条是关于消费者权益保护法的立法目的的规定。

● 立法背景

2013年10月25日，第十二届全国人大常委会第五次会议通过了《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国消费者权益保护法〉的决定》，该修改决定自2014年3月15日起施行。

● 条文解读

消费者权益保护法是第八届全国人大常委会第四次会议于1993年10月31日通过，1994年1月1日起施行的。该法施行近二十年来，对保护消费者的合法权益，形成消费者权益保护的社会主义理念，规范经营者的经营行为，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展，发挥了重要作用。但是，随着经济社会

不断发展，我国消费方式、消费结构和消费理念发生很大变化。在消费方式方面，随着互联网的兴起与发展，网络销售、网络购物渐成规模。据统计，2006 年我国网络零售市场交易额为 263 亿元，2012 年达到 1.3205 万亿元，六年间增长了 50 倍；网络零售总额占社会消费品零售总额的比重从 2006 年的 0.3% 升至 2012 年的 6.3%。在消费结构方面，消费品和经营者提供的服务种类日趋丰富，自住商品房、机动车、金融服务等成为消费者日常生活中新的消费对象。在消费理念方面，在提升消费生活水平的时候，文明、健康和节约资源、保护环境的消费观念逐渐形成。针对消费者权益保护领域出现的这些新情况新问题，有必要适时修改消费者权益保护法，完善消费者权益保护法律制度。

近年来，一些全国人大代表和有关方面陆续提出修改消费者权益保护法的意见和建议。根据十一届全国人大常委会立法规划，全国人大常委会法制工作机构从 2011 年 10 月着手研究修改工作。修改工作注意把握以下几点：一是秉持以人为本的立法理念，认真总结消费者权益保护法的实施经验，切实加强对消费者权益的保护。二是针对消费领域出现的新情况新问题，着重解决广大人民群众十分关注的突出问题，并尽量把保护消费者权益的制度落到实处。三是适应转变经济发展方式的要求，营造良好的法治环境，增强人民群众消费信心，并引导节约资源和保护环境的合理消费。四是按照加强和创新社会管理的需要，进一步发挥消费者协会等社会组织的作用，强化有关部门对保护消费者权益的监管职责，减少、预防消费纠纷。在修法过程中，全国人大常委会法制工作机构多次听取有关部门和地方、人民法院、人大代表、消费者协会及消费者、有关企业等经营者、专家学者和律师等方面的意见，到一些地方实地调研，反复研究修改，形成了消费者权益保护法修正案草案，草案经 2013 年 4 月份常委会第二

次会议、8月份常委会第四次会议和10月份常委会第五次会议三次审议通过。

消费者权益保护法是保护消费者合法权益的重要法律，旨在保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展。保护消费者权益是本法的核心和基础。本法专章规定了消费者的权利，包括人身财产安全权、购买使用商品或者接受服务的知情权、商品或者服务的选择权、公平交易权、获得赔偿权、成立维权组织权、获得消费和消保知识权、受尊重权、信息得到保护权、对商品和服务及消保工作的监督权，体现了对消费者的倾斜性保护。维护社会经济秩序是消费者权益保护立法的目的之一。消费者权益保护法从经营者的义务和责任方面作了专门规定，包括诚信经营、公平交易，保障消费者人身财产安全，保证商品和服务的质量，不得对商品和服务作虚假宣传，不得用格式条款免除责任，不得违法收集使用和泄露消费者的个人信息等。消费者权益保护法规定了对侵害消费者合法权益的行为应当依法承担民事责任、行政责任；构成犯罪的，依法追究刑事责任，以维护良好的社会经济秩序。促进社会主义市场经济健康发展是消费者权益保护立法的必然要求。保护好消费者合法权益、维护好社会经济秩序，有利于提升全社会的消费信心，扩大国内消费需求，有利于注重消费者权益保护的优良企业发展壮大，为社会主义市场经济健康发展增强动力。

这次修改从加强社会诚信建设、充实细化消费者权益、强化经营者义务与责任、规范网络购物等新的消费方式、进一步发挥消费者协会的作用、进一步明确行政部门的监管职责等方面对现行消费者权益保护法作了修改完善。

在加强社会诚信建设方面，针对一些经营者诚信缺失，背离社会公德，违法经营，严重损害消费者权益的情形，一是规定经

营者向消费者提供商品或者服务，应当恪守社会公德，诚信经营，保障消费者合法权益。二是对经营者掺杂、掺假，以假充真，以次充好，以不合格商品冒充合格商品，虚假宣传等行为，规定除依照法律、法规规定予以处罚外，由处罚机关记入信用档案，向社会公布。这些规定有利于引导经营者自觉履行法定义务并承担社会责任，培育诚信的消费环境，增强人民群众的消费信心。

在充实细化消费者权益的规定方面，针对实践中有的经营者非法收集、使用消费者的个人信息，擅自泄露或者非法向他人提供消费者个人信息，严重影响消费者正常生活，侵害消费者的合法权益的情况，对消费者个人信息得到保护的權利作了规定。

在强化经营者的义务与责任方面，针对实践中较多发生的消费者权益受到损害的情形以及维权难的情况，一是增加规定经营者向消费者提供商品或者服务，不得设定不公平、不合理的交易条件，不得强制交易。二是明确经营者召回缺陷商品的义务，对提供的商品或者服务存在缺陷，有危及人身、财产安全危险的，应当采取召回等措施。三是明确经营者对耐用商品等的瑕疵举证责任。四是完善“三包”规定，强化退货、更换、修理的义务，促使经营者保证商品和服务质量。五是强化广告经营者、发布者的责任，对设计、制作、发布关系消费者生命健康商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，应当与提供该商品或者服务的经营者承担连带责任。六是加大对欺诈行为的惩罚力度，增加规定经营者明知商品或者服务存在缺陷，仍然向消费者提供，造成消费者或者其他受害人死亡或者健康严重损害的，受害人有权要求经营者依照本法第四十九条、第五十一条等法律规定赔偿损失，并有权要求所受损失二倍以下的惩罚性赔偿。

在规范网络购物等新的消费方式方面，针对网络销售等新的

消费方式与传统消费方式的不同特点，一是对网络购物中经营者提供的信息不真实、不完整问题，作出了经营者应当向消费者提供真实、全面信息的规定。二是建立了无理由退货制度，赋予消费者在七日内无理由退货的权利。三是规定了网络交易平台提供者不能提供销售者或者服务者真实名称、地址和有效联系方式的，应当承担先行赔付责任。

在进一步发挥消费者协会作用方面，一是将消费者协会的定性修改为“社会组织”；二是明确了消费者协会履行职责的公益性；三是各级人民政府对消费者协会履行职责应当予以必要的经费等支持；四是规定对侵害众多消费者合法权益的行为，中国消费者协会以及在省、自治区、直辖市设立的消费者协会，可以向人民法院提起诉讼。

在进一步明确行政部门监管职责方面，一是规定有关行政部门在各自的职责范围内，应当对经营者提供的商品和服务进行抽查检验，并向社会及时公布抽查检验结果；二是规定有关行政部门发现并认定经营者提供的商品和服务存在缺陷，应当立即责令经营者采取召回等措施；三是消费者向有关行政部门投诉的，该部门应当自收到投诉之日起七个工作日内，予以处理并告知消费者。四是加大对损害消费者合法权益行为的行政处罚力度。

第二条 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。

条文主旨

本条是关于消费者权益保护法调整范围的规定。

立法背景

调整范围是消费者权益保护法的核心问题。明确调整范围有助于正确划分消费者权益保护法与其他法律的界限，也有助于人民法院和有关行政机关在实践中正确适用法律。本法调整范围的问题，是这次修改过程中争论较大的问题，主要集中在四个方面：（一）是否修改“为生活消费需要”的表述；（二）是否将金融、医疗、教育等纳入本法调整范围；（三）“知假买假”行为是否受本法保护；（四）消费者是否限于自然人。对这些问题，立法机关广泛调研，多方征求意见，并对境内外的情况作了较为充分的比较分析研究。

条文解读

一、是否修改“为生活消费需要”的表述

对于是否修改“为生活消费需要”的表述，从境外的情况看，其他国家和地区主要通过界定消费者概念的方式确定消费者权益保护法律的调整范围。这些国家和地区对消费者的界定主要有三种立法模式：一是通过反向排除的方式界定消费者，规定消费者是非以生产经营或者独立的职业活动为目的而从事消费行为的人。二是正面表述消费者的概念。这又有两种立法例：1. 规定消费者是为生活需要目的购买、使用商品或者接受服务的民事主体。2. 规定消费者是为个人或者家庭需要购买、使用商品或者接受服务的民事主体。三是混合立法模式。采纳这种立法模式的国家和地区，对消费者的界定既有正面表述，也从反面排除。在这次修改中，对“为生活消费需要”的规定主要有以下意见：一是实践中对何为“为生活消费需要”理解不尽一致，适用较为混乱，建议修改为“非以生产经营或者职业活动为目的”；或者修改为“为个人或者家庭需要”。二是随着经济社会的发展，

人们的消费结构和消费方式都在不断发生变化，“生活消费需要”已不能完全适应当前形势，建议扩大调整范围；或者删除“为生活消费需要”的表述，规定任何人只要其购买商品或者接受服务不是为了将商品或者服务再次转售，不是为了从事某种商品交易活动，就应被纳入调整范围；或者规定凡是购买商品、接受服务的行为，均应适用消费者权益保护法。三是“为生活消费需要”比较准确地反映了消费者权益保护法的适用范围，没有必要修改。对于实践中存在的问题，可以通过扩大解释“生活消费”内涵的方式解决，使其不但包括生存消费，也包括发展消费、享受消费。

经研究认为，对消费者权益保护法调整范围的规定应当遵循三个原则：一是要有利于正确划分消费者权益保护法与其他法律的界限；二是要有利于法院和有关行政机关正确适用法律；三是要有利于强化对消费者权益的保护。消费者权益保护法规定的“生活消费”，是指为个人或者家庭生活需要而消费物质资料或者精神产品的行为。“生活消费”的内涵是丰富的，不能将其仅仅理解为吃穿的消费，它既包括衣食住行等生存型消费，也包括职业培训等发展型消费，还包括文化旅游等精神享受型消费；同时，“生活消费”的范围也随着经济社会的发展而发展，过去不认为是生活消费的，现在或者将来可能成为生活消费，例如网络消费，未来还有可能出现太空旅行消费等。因此，“为生活消费需要”的表述可以较为准确、科学地反映本法的调整范围，体现本法特点，也基本可以划清本法与其他法律的界限，其他表述或者境外的不同规定，不一定比这一表述更为恰当。同时，“为生活消费需要”的内涵丰富，涵盖范围较宽，可以为法律适用留有余地。

二、金融、医疗、教育是否纳入本法调整范围

对于是否将金融、医疗、教育等服务纳入本法调整范围的问

题，自上世纪 90 年代末亚洲金融危机之后，一些国家和地区开始将金融服务纳入消费者权益保护领域。对医疗、教育服务是否纳入消费者权益保护领域很少有明确规定。在德国，医生属于自由职业者，其与患者之间的关系可以适用消费者权益保护法律；义务教育、学历教育是国家提供的公益性服务，原则上不适用消费者权益保护法律。在日本，大多数患者依据民法上有关医生的注意义务提起诉讼，很少有患者依据消费者合同法提起医疗损害赔偿之诉。但是在医疗美容服务领域，曾有患者依据消费者合同法提起诉讼。同时，日本法院一般认为，消费者合同法关于格式条款的规定应当适用于医疗服务领域。我国台湾地区对该问题的态度经历了由肯定转为否定的过程。1998 年台湾地区高等法院在相关判例中指出，“消费者保护法”适用于医疗服务。但是，近年来情况有所转变。例如台湾地区高等法院在 2005 年的相关判例中否定患者的消费者地位。

从目前情况看，调研中，多数意见认为，金融消费应当适用。也有的意见认为，金融消费不同于一般消费，具有较大特殊性，不宜纳入调整范围，宜制定专门的金融消费者保护法或者行政法规，对金融消费者的内涵和外延、金融消费者的权利、金融经营者的义务、金融消费者保护机构等问题作明确规定。还有的意见认为，金融消费是否适用消费者权益保护法，应区分情况，基本的存贷业务、银行卡业务等属于人们的生活消费范畴，可以适用消费者权益保护法；购买银行理财产品或者从事股票交易等，属于投资行为，不应适用。

对于医疗服务，有的意见认为，看病、治病是人们生存和发展必不可少的活动，是一种比较特殊的消费行为，医疗服务应适用消费者权益保护法。有的意见认为，医疗服务带有公益和社会福利色彩，医疗服务不应纳入消费者权益保护法调整范围。还有

的意见认为，医疗服务的问题比较复杂，是否适用消费者权益保护法，应当区分情况，不宜笼统规定适用或者不适用。紧急救治和强制医疗并非合同关系，也并非市场交易行为，不宜纳入消费者权益保护法调整范围。治疗、手术等医疗技术服务具有专业性、高风险性、探索性等特点，受临床经验、医疗条件等影响大，若纳入调整范围有可能导致医院或者医生为了规避风险对患者过度检查或者进行防御性治疗，这不但会妨碍医疗技术的发展，最终也会损害患者权益。因此，也不宜适用消费者权益保护法。医疗产品销售、发布医疗广告、使用医疗设施、医疗美容服务等对诊疗效果有明确承诺的医疗服务，可以适用。

对于教育服务，有的意见认为，教育服务具有公益性，不是完全的商业性服务；且该类服务在政策层面受相关行业主管部门监管，有关纠纷的处理，相应的部门法和行政法规、规章中已有相应规定，没有必要纳入消费者权益保护法适用范围。有的意见认为，教育服务是否适用消费者权益保护法，应当区分情况。义务教育和学历教育具有公益性，不是市场经营行为，不宜适用消费者权益保护法；非学历教育，如各种职业教育、培训等，目前基本是市场化运作的，不是公益性事业，应当纳入调整范围。

经研究认为，消费者权益保护法的立法目的是为了保护作为弱者的消费者的合法权益。原则上讲，只要提供商品或者服务一方从事的是市场经营活动，购买商品或者接受服务的一方是为了个人或者家庭终极消费的需要，而不是为了从事生产经营或者职业活动的需要，就应当适用本法。从实践情况看，金融领域中存在消费者在交易中处于弱势地位的情形，有的问题还比较严重，例如金融理财产品销售过程中的格式条款、虚假陈述等，有必要对这些领域的消费者加强保护。同时，金融机构提供金融服务实际上是一种市场交易活动，作为个人接受金融服务也主要是为了