

中华人民共和国法律释义丛书

全国人民代表大会常务委员会
法制工作委员会编

权威机构专家编写 法律释义标准版本

中华人民共和国 消费者权益保护法释义

最新修正版

李适时/主编



法律出版社
LAW PRESS CHINA

中华人民共和国法律释义丛书

全国人民代表大会常务委员会法制工作委员会 编

中华人民共和国 消费者权益保护法释义

(最新修正版)

主 编:李适时(全国人大常委会法制工作委员会主任,
全国人大法律委员会副主任委员)

法律出版社

图书在版编目(CIP)数据

中华人民共和国消费者权益保护法释义 / 全国人大
常委会法制工作委员会编. —北京:法律出版社,2013. 11
(中华人民共和国法律释义)
ISBN 978 - 7 - 5118 - 5605 - 0

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 262482 号

©法律出版社·中国

责任编辑/麦 锐

装帧设计/李 瞻

出版/法律出版社

编辑统筹/法规出版分社

总发行/中国法律图书有限公司

经销/新华书店

印刷/永恒印刷有限公司

责任印制/吕亚莉

开本/850 毫米×1168 毫米 1/32

印张/13.5 字数/310 千

版本/2013 年 11 月第 1 版

印次/2013 年 11 月第 1 次印刷

法律出版社/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

电子邮件/info@lawpress.com.cn

销售热线/010-63939792/9779

网址/www.lawpress.com.cn

咨询电话/010-63939796

中国法律图书有限公司/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

全国各地中法图分、子公司电话:

第一法律书店/010-63939781/9782 西安分公司/029-85388843 上海公司/021-62071010/1636

北京分公司/010-62534456 深圳公司/0755-83072995 重庆公司/023-65382816/2908

书号:ISBN 978 - 7 - 5118 - 5605 - 0

定价:32.00 元

(如有缺页或倒装,中国法律图书有限公司负责退换)

出版前言

《中华人民共和国法律释义丛书》是由全国人大常委会法制工作委员会组织编辑的一套系列丛书。

该套丛书由一系列法律释义组成。邀请有关专家、学者和部分参与立法的同志编著。该丛书坚持以准确地反映立法宗旨和法律条款内容为最基本要求,在每部法律释义中努力做到观点的权威性和内容解释的准确性。

我们相信,该套丛书的陆续出版,将会给广大读者进一步学好法律提供有益的帮助。

目 录

第一部分 释 义

第一章 总则	(1)
第一条 【立法目的】	(1)
第二条 【调整范围】	(5)
第三条 【经营者】	(18)
第四条 【交易原则】	(21)
第五条 【国家对消费者的保护】	(23)
第六条 【社会对消费者的保护】	(26)
第二章 消费者的权利	(29)
第七条 【人身财产安全权】	(29)
第八条 【知情权】	(31)
第九条 【商品或者服务的选择权】	(34)
第十条 【公平交易权】	(37)
第十一条 【获得赔偿权】	(41)
第十二条 【成立消费者维权组织权】	(44)
第十三条 【获得消费和消保知识权】	(47)
第十四条 【受尊重和信息得到保护权】	(51)
第十五条 【监督权】	(57)

第三章 经营者的义务	(61)
第十六条 【守法义务】	(61)
第十七条 【接受监督义务】	(65)
第十八条 【保障消费者安全义务】	(68)
第十九条 【缺陷信息报告、告知和召回义务】	(75)
第二十条 【真实、全面信息告知义务】	(81)
第二十一条 【真实标识义务】	(86)
第二十二条 【出具发票等交易单据义务】	(88)
第二十三条 【质量保证义务】	(90)
第二十四条 【“三包”义务】	(95)
第二十五条 【无理由退货义务】	(98)
第二十六条 【禁止经营者以格式条款等方式免 责】	(109)
第二十七条 【保护消费者人身权义务】	(115)
第二十八条 【采用网络等方式提供商品或服务的 信息告知义务】	(117)
第二十九条 【保护消费者个人信息义务】	(126)
第四章 国家对消费者合法权益的保护	(136)
第三十条 【立法体现消费者意愿】	(137)
第三十一条 【政府监督】	(139)
第三十二条 【执法主管部门保护消费者权益的义 务】	(143)
第三十三条 【抽查检验】	(146)
第三十四条 【违法惩处】	(155)
第三十五条 【诉讼保护】	(158)

第五章 消费者组织	(162)
第三十六条 【消费者组织的性质】	(162)
第三十七条 【消费者协会的职责】	(168)
第三十八条 【消费者组织不得从事的行为】	(174)
第六章 争议的解决	(178)
第三十九条 【争议解决途径】	(178)
第四十条 【赔偿请求权的行使】	(184)
第四十一条 【企业合并、分立的赔偿责任人 的确定】	(185)
第四十二条 【使用他人执照的赔偿责任人 的确定】	(187)
第四十三条 【展销会的举办者、柜台出租者 的先行赔付责任】	(188)
第四十四条 【网络交易平台的赔偿责任人】	(190)
第四十五条 【虚假广告的赔偿责任人】	(199)
第四十六条 【消费者投诉】	(211)
第四十七条 【消费者协会提起公益诉讼权】	(213)
第七章 法律责任	(223)
第四十八条 【承担民事责任的情形】	(224)
第四十九条 【人身伤亡的民事责任】	(235)
第五十条 【侵犯消费者人格权等的民事责任】	(241)
第五十一条 【精神损害赔偿】	(245)
第五十二条 【财产损害赔偿的责任】	(248)
第五十三条 【预付款方式销售的责任】	(251)
第五十四条 【商品不合格的退货责任】	(258)
第五十五条 【惩罚性赔偿】	(260)
第五十六条 【对经营者行政处罚的情形】	(280)

第五十七条 【刑事责任】	(290)
第五十八条 【承担民事赔偿责任优先】	(296)
第五十九条 【对行政处罚的复议或起诉】	(300)
第六十条 【阻碍执行职务的责任】	(305)
第六十一条 【执法者玩忽职守或包庇的责任】	(308)
第八章 附则	(312)
第六十二条 【农资消费参照本法】	(312)
第六十三条 【生效日期】	(317)

第二部分 附录

附录一 标准文本

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	(319)
中华人民共和国消费者权益保护法(2013. 10. 25 修正文本)	(328)

附录二 审议文件

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 ——2013年4月23日在第十二届全国人民代表大会 常务委员会第二次会议上	(342)
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	(348)
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	(353)
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	(357)

附录三 修改意见

十一届全国人大代表议案对修改消费者权益保护法的 意见	(361)
地方人大、中央有关部门和单位对消费者权益保护法修 正案草案的意见	(367)

附录四 新旧对照

《中华人民共和国消费者权益保护法》修改前后对照表	(392)
后 记	(415)

第一部分 释 义

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。

【释义】 本条是关于消费者权益保护法的立法目的的规定。

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。

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,自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

社会的不断发展,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 月常委会第二次会议、8 月常委会第四次会议和 10 月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。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权利作了规定。

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两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。

【释义】 本条是关于消费者权益保护法调整范围的规定。

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:(1)是否修改“为生活消费需要”的表述;(2)是否将金融、医疗教育等纳入本法调整范围;(3)“知假买假”行为是否受本法保护;(4)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。

一、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。有的规定,消费者是非以生产经营目的而从事消费行为的人。例如,日本《消费者合同法》规定,消费者是为经营事业目的之外缔结合同的自然人。有的则规定,消费者是“非以营业或者职业为目的”从事消费行为的民事主体。例如,德国民法典规定,消费者是指既非以其营利活动为目的,也非以其独立的职业活动为目的而缔结法律行为的任何自然人。英国规定,消费者是在其从事贸易或者职业范畴外与经营者签订合同的自然人。欧盟颁布《电子商务指令》、《消费者远程金融服务指令》、《消费者信贷指令》等也均作了类似的规定,将消费者界定为“以行业、业务或职业以外的目的而进行购买商品或者接受服务行为的自然人”。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。例如,俄罗斯规定,消费者是使用、取得商品或者服务以供个人生活需要的公民。(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。例如,美国统一商法典规定,消费者是指为了个人、家庭成员或者家庭目的而购买商品的个人。这种立法例的用意在于最大限度地扩大保护消费者权益的范围,但是该定义没有明确“个人目的或者家庭目的”的内涵,难以从主观方面区分个人消费行为和个人投资经营行为。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,也从反向排除。例如,澳大利亚法律规定,消费者既包括为了个人使用或者家庭使用的目的而购买特定货物或者接受服务的人,也包括购买的商品或者服务不超过4万澳元的个人。同时,还规定,购买人在获得商品或者服务后又使其重新进入流通领域而转卖出去的,不属于消费者。我国台湾地区规定,消费者指以消费为目的而为交易、使用商品或者接受服务者。台湾地区在其发布的一系列相关“函释”中规定,所谓之消费,系指非供执行业务或者投入生产使用,不再用于生产或销售之情形下所为之最终消费。

在这次修改中,对“为生活消费需要”的规定主要有以下意见:一是一些意见提出,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”。二是一些意见提出,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。三是一些意见认为,“为生活消费需要”比较准确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、休闲消费等。

我们经研究认为,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或休闲型消费;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,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、是否将金融、医疗教育等服务纳入本法调整范围

(一)其他国家或地区的情况

自20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。英国2000年颁布的《金融服务和市场法》将存款人、保险合同相对人、投资人等所有参与金融活动的个人都纳入“金融消费者”群体,并将“确保对金融消费者适当水平的保护”作为法定监管目标之一。日本的《金融产品销售法》和《金融产品交易法》规定,“业余投资人”将生活费用拿去投资的,该类投资也属于生活消费。2008年修订的《消费者合同法》、《消费者信用法》等法律还对金融机