

社会弱势群体权益保障丛书

着眼大众生活
精解法律规范

荟集案件实例
指引维权行动

XIAO FEI ZHE

QUAN YI BAO ZHANG
BAI LI JIE XI

消费者权益保障 百例解析



◎翁建敏 陈珂 编著

我们不仅期待着、盼望着权利时代的到来，
而且也要用实际行动加速这个时代的到来。
我们愿通过普及法律知识、播撒法治种子、
助长维权观念来与所有仁人志士一起托起权
利时代的朝阳。



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



社会弱势群体权益保障丛书

着眼大众生活
精解法律规范

荟集案件实例
指引维权行动

XIAO FEI ZHE

QUAN YI BAO ZHANG
BAI LI JIE XI

消费者权益保障 百例解析



◎翁建敏 陈珂 编著

我们不仅期待着、盼望着权利时代的到来，
而且也要用实际行动加速这个时代的到来。
我们愿通过普及法律知识、播撒法治种子、
助长维权观念来与所有仁人志士一起托起权
利时代的朝阳。



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

本书主要介绍了消费者权利的维护,包括《消法》概论、消费者的权利、经营者的义务、国家在保护消费者权益中的作用、消费者协会、争议的解决以及法律责任等七部分。其范围涉及消费者权益保障法、产品质量法、广告法、食品卫生法等多个方面,以生动鲜活的案例解读了现行中国法律的有关规定,为读者打开了通往法律保护的门径。

本书是普及法律的重要读物,是对消费者权利领域深入研究的入门点径之作。对大众读者、法律从业者、法学院的学生、研究员及法律爱好者具有参考价值。

图书在版编目(CIP)数据

消费者权益保障百例解析/翁建敏,陈珂编著. —北京:
机械工业出版社,2004.4

(社会弱势群体权益保障丛书)

ISBN 7-111-14265-9

I. 消… II. ①翁…②陈… III. 消费者权益保护法-案
例-分析-中国 IV. D923.85

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 026212 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑:梁代军 责任编辑:梁代军

责任印制:施 红

北京铭成印刷有限公司印刷·新华书店北京发行所发行

2004 年 7 月第 1 版·第 1 次印刷

890mm×1240mm A5·8.625 印张·212 千字

0 001—4 000 册

定价:19.80 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换
本社购书热线电话 (010) 68993821、88379646
封面无防伪标均为盗版

社会弱势群体权益保障丛书编辑委员会

丛书总主编 郑成良

副总主编 曹三明 孟宪新 詹清荣

丛书编委 (以下按姓氏笔划排序)

丁甫久 (长春市朝阳区卫生监督所所长)

王书瀚 (吉林省工商局消费者投诉控诉举报中心副主任)

王雨本 (首都经济贸易大学教授)

田 良 (长春市法律援助中心主任)

史 楠 (吉林公安高等专科学校法律教研室讲师)

刘 丹 (吉林省妇女联合会城市妇女发展部副部长)

刘保文 (机械工业经济管理研究院副院长、律师)

吕忠梅 (湖北省高级人民法院副院长)

时万青 (长春税务学院教授)

李亚辉 (吉林省长春市审计局)

李会凯（长春铁路运输检察院侦察监督科
检察员）

陈海燕（广东省总商会副会长）
（广东省民营企业文化协会会长）

单小萌（吉林大学理论法学研究中心教师）

郑成良（国家法官学院院长）

孟宪新（吉林省长春市共青团市委书记）

金俊银（国家法官学院科研处处长）

郭 军（全国总工会法律部副部长）

曹三明（国家法官学院副院长）

梁汇娟（吉林大学副教授）

詹清荣（广东省民营企业文化协会副会长）

本书主编 陈海燕

副主编 王书瀚

序

我们正处在走向权利的时代，一个以权利来确认和张扬人的主体性的时代。

在这个时代，每一个人的权利都被视为法律的目的和制度的存在理由，权利将作为政治生活、经济生活和日常生活的基本维度，权利观念将成为我们意识中的当然，成为我们不必刻意寻求也自然而然的存在，成为我们生活的不可或缺的一部分。

在这个时代，公正地维护和平衡权利将成为国家和社会的基本责任，为了使每一个人的权利都得到应有的尊重，当这些权利受到漠视和侵害，或者当它们彼此之间发生冲突时，在法律制度上提供某种公平而有效的救济和协调机制，便成为法治发展的时代主题。

在这个时代，对他人权利的自觉尊重和权利的不可侵犯性将成为公共意识的基本预设，即使是公共权力和多数意志也不得僭越，权利的伸张将不再

社会转型期和法治化初期的世界最大的发展中国家来说，权利实现的理想状态不可能一蹴而就，但是，没有当下集腋成裘式的切实努力，也就谈不上日后的渐入佳境。

揆诸古今，考之中外，社会弱势者的权利常常是“权利木桶”中最短的一块木板。如果我们所追求的理想是平等地关怀和维护每一个人的权利，社会弱势群体的生存状态就应当受到更多的关注，社会弱势群体的权利应当受到更多的重视。只有弱势者的权利被充分的尊重和保护，权利的堤坝才足堪抵御扑向它的每一股激流。

本套丛书聚焦于对弱势群体的权利的维护，从人权的高度着眼，从现实法律规定着手，从日常生活中的、我们所熟悉的一个个场景切入，通过一系列我们并不陌生的案例，以通俗的语言向我们揭示了当代中国在弱势群体权利保护方面的法律制度，对于如何妥当地使用法律武器来维护应有的、正当的权利提供了切实可行的建议。其目的在于唤醒人们维护权利的意识，通过贴近我们身边的人和事来指引和推动维护权利的行动。这个目标是宏大的，借此来推动中国法治进程的理想更是高远。但是在丛书编写的过程中，我们却不敢保证一定达到了这一目标，一定能为实现这个理想提供动力。这与参与编写这套丛书的各个作者的学识、能力、经验、视野的局限自有不可摆脱的关系，更主要的是因为这种尝试属于首次，而面对浩繁的社会生活，我们常有“不知从何说起”之感。惟以告慰的是，我们确实尽心尽力，不敢有丝毫怠惰和疏忽。“岂能尽如人意，但求无愧我心”。这套丛书如果能够起到抛砖引玉的作用，如果能对读者有一点启迪和导引，我们也会感到由衷的欣慰。

郑成良

2004年3月15日

序

第一部分 《消法》概论	1
[问题1] 我国现行法律体系中都有哪些法律与 保护消费者权益有关?	2
[问题2] 《消法》中消费者是什么含义? 什么人可以 成为消费者? 司法实践中如何认定消费者?	6
[问题3] 农民购买种子是消费者吗?	8
[问题4] 小孩是消费者吗?	10
[问题5] 《消法》的适用范围是怎么规定的?	13
[问题6] 附赠的东西造成的损害是否可以要求赔偿?	15
[问题7] 什么叫经营者? 经营者包括哪些主体?	18
[问题8] 保护消费者的主体有哪些?	20
第二部分 消费者的权利	23
[问题9] 消费者的人身受到伤害可以主张什么权利?	24
[问题10] 侵害消费者的安全权主要有哪些形式?	26
[问题11] 什么叫知情权?	29
[问题12] 经营者应当向消费者提供哪些说明?	31
[问题13] 什么叫消费者的自主选择权?	33
[问题14] 自主选择权的范围包括哪些?	36
[问题15] 什么是消费者的公平交易权?	38
[问题16] 什么是消费者的索赔权? 行使索赔权的	

主体有哪些？	40
[问题 17] 哪些主体承担赔偿责任？	42
[问题 18] 什么是消费者的结社权？	44
[问题 19] 什么是消费者的知识获取权？	46
[问题 20] 消费者如何提高自我保护意识？	48
[问题 21] 什么是消费者的尊严保障权？	51
[问题 22] 如何正确行使尊严保障权？	53
[问题 23] 什么是消费者的监督权？	55
[问题 24] 消费者向谁提出检举、控告？	57
第三部分 经营者的义务	59
[问题 25] 经营者负有哪些义务？	61
[问题 26] 《产品质量法》中对经营者的义务如何规定？ ...	62
[问题 27] 《反不正当竞争法》中对经营者的义务 如何规定？	65
[问题 28] 《广告法》中对经营者的义务如何规定？	67
[问题 29] 《商标法》中对经营者的义务如何规定？	69
[问题 30] 《食品卫生法》中对经营者的义务 是如何规定的？	71
[问题 31] 经营者是否应当接受消费者监督、听取 消费者意见？	74
[问题 32] 经营者应当作出哪些说明？	76
[问题 33] 《消法》对经营者的保障消费者的人身、财产 安全的义务是如何规定的？	78
[问题 34] 什么叫做产品瑕疵？我国法律对此如何规定？ ...	79
[问题 35] 什么叫做产品缺陷？	81
[问题 36] 产品缺陷与产品瑕疵有什么区别？	83
[问题 37] 什么叫产品召回？我国法律有何规定？	86
[问题 38] 经营者在发现自己提供的商品或服务	

存在严重缺陷时,应当怎么办?	88
[问题 39] 经营者在作宣传时应注意哪些问题?	91
[问题 40] 经营者提供服务时必须明码标价吗?	93
[问题 41] 附赠的商品是否应当标明真实名称和标记? ...	95
[问题 42] 经营者提供商品或服务后应当给消费者 开具购货凭证或服务单据吗?	97
[问题 43] 经营者开具的购货凭证、服务单据等有 什么作用呢?	100
[问题 44] 经营者对自己提供的服务负有哪些义务?	103
[问题 45] 消费者明知商品有瑕疵而购买的,经营者 是否承担责任?	105
[问题 46] 产品或服务的质量状况是否应与经营者 的宣传相符?	107
[问题 47] 什么是“三包”?我国《消法》如何规定? ...	108
[问题 48] 经营者违背“三包”责任时,消费者在 索赔时需注意哪些问题?	111
[问题 49] 有奖销售的商品是否适用“三包”规定?	114
[问题 50] 什么叫格式合同?	116
[问题 51] 经营者在销售商品或提供服务时可以 约定“责任自负”吗?	118
[问题 52] 经营者有权搜身吗?	120
[问题 53] 人格权包括哪些内容?	122
第四部分 国家在保护消费者权益中的作用	124
[问题 54] 国家立法机关在保护消费者权益中起到 什么作用?	125
[问题 55] 国家行政机关维护《消法》的作用是 如何发挥的?	127
[问题 56] 哪些政府部门与维护消费者权益有关?	129

[问题 57]	国家机关如何处理经营者的违法行为?	132
[问题 58]	司法机关如何保护消费者的权益?	134
第五部分	消费者协会	136
[问题 59]	如何理解消协的性质?	137
[问题 60]	消协有什么职能?	139
[问题 61]	消协可以行使监督权吗?	142
[问题 62]	消协可以帮我什么?	144
[问题 63]	消协可以处罚经营者吗?	146
[问题 64]	消协如何揭露违法的经营者?	149
[问题 65]	消协如何行使监督权?	152
[问题 66]	消协可以为经营者做宣传吗?	154
第六部分	争议的解决	157
[问题 67]	发生争议时, 如何与经营者协商? 协商 时, 应当注意哪些问题?	159
[问题 68]	如何请求消协调解?	161
[问题 69]	如何向有关行政部门申诉?	163
[问题 70]	什么叫仲裁? 怎么进行仲裁?	166
[问题 71]	如何向人民法院提起诉讼? 诉讼时需 注意哪些问题?	169
[问题 72]	诉讼与仲裁有什么区别?	172
[问题 73]	到法院起诉应当提交哪些证据?	175
[问题 74]	消费者对法院的判决不服怎么办?	178
[问题 75]	什么是法律援助? 如何申请法律援助?	182
[问题 76]	消费者不服消协的调解, 还可以申诉、仲裁 或起诉吗? 申诉、仲裁或起诉后是否还可以 要求调解?	185
[问题 77]	如何确定生产者和销售者的责任?	187
[问题 78]	企业合并、分立的, 消费者找谁索赔?	190

[问题 79] 经营者使用别人的营业执照给消费者造成的损失, 由谁赔偿?	192
[问题 80] 消费者在租赁柜台购买的商品造成了损害, 由谁来赔偿?	194
[问题 81] 上了虚假广告的当, 消费者找谁赔偿?	197
第七部分 法律责任	200
[问题 82] 经营者的哪些违法行为应当承担民事责任, 如何承担民事责任?	201
[问题 83] 经营者造成消费者人身伤害的, 应当承担哪些法律责任?	204
[问题 84] 经营者提供商品或服务造成他人死亡的, 承担什么法律责任?	207
[问题 85] 经营者搜查了消费者的身体或对消费者进行了侮辱、诽谤, 如何承担法律责任?	210
[问题 86] 什么是精神损害赔偿? 在哪些情况可以提出精神损害赔偿?	213
[问题 87] 经营者造成消费者财产损害的, 承担什么法律责任?	216
[问题 88] 经营者如何承担“三包”责任?	220
[问题 89] 在采用邮购方式的情况下经营者没有履行义务, 承担什么法律责任?	224
[问题 90] 在采用预付款方式的情况下经营者不履行义务, 承担什么法律责任?	226
[问题 91] 定金和预付款存在哪些区别?	228
[问题 92] 网上发布虚假信息, 可以找网站运营者索赔吗?	231
[问题 93] 对于不合格商品, 消费者可以要求退货吗?	234

[问题 94] 哪些情况属于欺诈行为? 经营者 如何赔偿?	236
[问题 95] 行政机关对经营者的违法行为有 哪些处罚?	240
[问题 96] 经营者对行政机关的处罚决定不服的 怎么办?	243
[问题 97] 妨碍行政部门执法应当承担什么责任?	247
[问题 98] 国家机关人员包庇不法经营者的, 应当承担 什么法律责任?	249
附录	253
附录 A 工商行政管理机关受理消费者申诉暂行办法	253
附录 B 欺诈消费者行为处罚办法	257

第一部分

《消法》概论

[说明] 消费者权益是人权的重要内容，消费者的保护是多方位的系统工程，除了消费者权益保护法以外，还有《中华人民共和国广告法》（以下简称《广告法》）、《中华人民共和国产品质量法》（以下简称《产品质量法》）以及国家在食品、药品、价格等方面的管理制度，他们共同构成我国保护消费者权益的基本“法网”。

人是一种生物性存在，必须首先解决衣食住行这些基本需求，然后才能谈得上进行其他一切社会活动。人们对衣食住行的基本需求决定了任何人都是消费者，消费者是对人的本性的共同概括，也是对人的普遍适用的称号。

保护消费者的合法权益是全社会的共同责任。21 世纪的今天，科技的迅猛发展，生产力的极大提高，为人类造就了空前的物质文明和精神文明，但人们对衣食住行的基本需求不会因此而弱化。现代市场经济中，垄断和不正当竞争行



为层出不穷，且花样不断翻新，信息不对称、格式合同的大量存在，使消费者问题日益加剧。消费者个人的力量是单薄的，只有动员全社会，才能扶持消费者与在经济、精力等方面均处于强势的经营者势均力敌。

本部分主要明确《中华人民共和国消费者权益保护法》（以下简称《消法》）规定的消费者范围，尤其是对一些特殊主体例如农民、小孩、受赠人等是否适用《消法》作一解析，同时介绍我国消费者在维护自己合法权益时可以适用的法律等。

〔问题 1〕我国现行法律体系中都有哪些法律与保护消费者权益有关？

〔典型案例 1〕小王是一个工人，但是工作之余喜欢看看法律方面的书，和街道的邻居们聊天时也经常自诩为“法律能手”。这天，隔壁的刘大婶来找小王：“小王，前天我买了一双布鞋，刚穿两天，今儿就开线了。我去找那个卖鞋的，卖鞋的不认账，还和我吵了一架。我一气就去找旁边的消费者协会，消协的同志把卖鞋的叫去帮我换了鞋还教育了那个卖鞋的，替我出了口气。但是在教育那个卖鞋的时候，还提到了什么《民法通则》、《产品质量法》啥的，我这不是应该用《消费者权益保护法》吗？你给我说说，跟他们有啥关系？”小王挠挠头，心里想，“是呀，我看到的案例书上也只是说《消费者权益保护法》哪条哪条，这个《民法通则》是什么呀？难道它也是保护消费者的法律？但是这

名不对呀?”

〔法律分析〕从横向的法律部门划分来讲，宪法、民法、刑法、经济法、行政法、诉讼法都与保护消费者权益有关。从纵向的法的效力等级上来讲，我国的法律分为宪法、法律、行政法规和部门规章、地方性法规和规章以及国际条约等。我们按照法的效力等级简要介绍我国保护消费者权益的几部基本法律。

1. 《中华人民共和国民法通则》（以下简称《民法通则》）

《民法通则》是我国调整民事关系的基本大法，主要调整平等主体的公民之间、法人之间、公民和法人之间的财产和人身关系。民法同人们的日常生活最密切。民法通过确认民事主体的民事权利能力和民事行为能力，保护民事主体的民事权利，要求民事主体履行相应的民事义务，规范人们在日常生产和生活中的行为。民法的基本原则主要有平等原则（即当事人在民事活动中的地位是平等的）、等价有偿原则（要求市场主体要遵循等价交换，不能无偿占有他人合法利益）、意思自治原则（即当事人在从事民事活动时的意志不受他人干预，可以自由表达自己的意志）、诚实信用原则（在从事民事活动中诚实、守信）。从保护消费者的角度来说，上述原则分别细化为消费者的种种权利。民法主要是确认消费者的主体资格，维护消费者的合法权益包括财产权利和人身权利不受侵害，尤其是民法理论中的合同和侵权理论在消费者保护中起到很重要的作用，常常是消费者维权的法理依据。另外，民法确定的损害赔偿原则和民事责任对于消费者获得赔偿奠定了基础。

2. 《中华人民共和国合同法》（以下简称《合同法》）

《合同法》是调整平等的民事主体之间的债权债务关系的基本法律，不调整有关人身性质诸如婚姻、收养等关系。合同关系是我们在日常生活中经常遇到的，买卖、租赁、委托等等均是合

同关系的表现形式。《合同法》作为民法的一个重要组成部分，在保护消费者权益时起到重要的作用。合同在一方当事人发出要约，另一方做出承诺后即告成立，有的合同还要履行法定的手续才能生效。绝大部分消费纠纷都可以适用《合同法》，例如购买的商品或服务不合格、未履行运输义务等等，但是在这里要注意，合同的双方当事人应当是消费者和经营者，且其中一方（常常是经营者）不履行合同约定的义务构成违约。所以合同理论在确定消费者与经营者之间的权利义务分配、履行义务的程度、违约责任和赔偿的确定方面具有重要作用。

3. 《消法》

《消法》是我国保护消费者权益的基本大法，通过规定消费者的权利和经营者的义务来全面维护消费者的合法权益。法律强调权利义务相统一，但是在《消法》中只规定消费者的权利不规定义务，只规定经营者的义务而不规定权利，这是为什么？这正是出于消费者对于经营者而言处于弱势地位的考虑，从而更加突出法律对消费者的保护。不规定经营者的权利不意味着经营者只履行义务不能行使诸如收费等权利，不规定消费者的义务不意味着消费者可以买了商品不付钱就扬长而去，法律正是为了平衡消费者与经营者的利益，强调处于优势地位的经营者应当履行一些法定义务，以维护消费者的合法权益，而且这些义务是其在从事经营活动中本应该履行的。

4. 《产品质量法》

《产品质量法》围绕产品的质量，调整两种关系：一是在产品质量监督管理过程中，执行监督的行政机关、社会团体与被监督的生产者、销售者之间的监督管理关系；二是生产者、销售者与消费者、受害人之间的因产品质量而产生的财产和人身关系。实践中，假冒伪劣产品严重威胁人民群众的生命健康，消费者缺乏对产品性能、用途的基本认识，往往深受其害。《产品质量法》

