



阳光普法
关注民生 传播法律

IGNORANCE OF LAW
IS NO DEFENSE

七五普法
实用版本

Ignorance of Law is No Defense
The Law Cannot Make All Men Equal,
But They are All equal before the Law.

别让不懂法 害了你

不懂法律误大事，看似小问题，实则大隐患！
轻松好读有内容，彻底告别“不懂法”！
懂法造就幸福生活，
让法律知识为我们的人生保驾护航！

[消费维权篇]

荣丽双 编著

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

Ignorance of Law is No Defense
The Law Cannot Make All Men Equal,
But They are All equal before the Law.

别让不懂法 害了你

不懂法律误大事，看似小问题，实则大隐患！
轻松好读有内容，彻底告别“不懂法”！
懂法造就幸福生活，
让法律知识为我们的人生保驾护航！

[消费维权篇]

荣丽双◎编著



中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

别让不懂法害了你. 消费维权篇 / 荣丽双编著. —北京: 中国法制出版社,
2015.6

ISBN 978-7-5093-6469-7

I. ①别… II. ①荣… III. ①法律—基本知识—中国 ②消费者权益保护
法—基本知识—中国 IV. ①D92

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第132098号

策划编辑: 潘孝莉 (editorwendy@126.com)

责任编辑: 高惠娟 (editorghj@163.com)

封面设计: 孙希前

别让不懂法害了你. 消费维权篇

BIERANG BUDONGFA HAILIENL XIAOFEI WEIQUNPIAN

编著 / 荣丽双

经销 / 新华书店

印刷 / 三河市紫恒印装有限公司

开本 / 710×1000毫米 16

印张 / 17.25 字数 / 255千

版次 / 2015年7月第1版

2015年7月第1次印刷

中国法制出版社出版

书号ISBN 978-7-5093-6469-7

定价: 39.80元

值班电话: 010-66026508

北京西单横二条2号 邮政编码100031

传真: 010-66031119

网址: <http://www.zgfzs.com>

编辑部电话: 010-66010406

市场营销部电话: 010-66033393

邮购部电话: 010-66033288

(如有印装质量问题, 请与本社编务印务管理部联系调换。电话: 010-66032926)

前言 / preface

“购物”——对于生活在社会中的人来说，是不可或缺的，几乎每天都要遇到。同时，随着人们生活水平的提高，消费观念和消费水平也在不断改变。很多人不再为生活需要而消费，而是为兴趣爱好、生活品质而消费。为此，各种商家也使出浑身解数，采取各式各样的促销手段，来吸引消费者前来消费。超市大特价、商场周年店庆、买一送一、购物返券、网上购物全部包快递、买东西送豪华旅游、双飞旅游特价团购……这五花八门的消费广告，刺激着“购物狂”们的消费神经。但消费娱乐的背后，却真实地存在着很多的纠纷，在这些纠纷中，消费者往往是受害者。

也就是说，在消费的过程中，由于消费者处于相对弱势的地位，其合法权益极易被侵犯。小到网购后收不到货、买了残次品不给退换，大到买房过不了户、买车上当受骗……这一切的一切，如果消费者不懂法，就很有可能忍气吞声，不去维权。比如：不知赠品有质量问题也可以索赔而直接将赠品丢弃；乘坐客车行李丢失，司机说是乘客自己没保管好，乘客自觉理亏自认倒霉；消费者因商品缺陷受到人身损害，找商场索赔无果，不知还可找厂家赔偿而自己承担一切；开发商以建材价格上涨为由要求提高售房价格，买房人觉得“有道理”竟同意提高房价……

如此下去，会助长不良交易之风，在一定程度上也会带来消费信任危机。不懂法真的会给消费者带来伤害。为了让大家知法、懂法、不再因不懂法而遭受被伤害的痛苦，我们特意编写了本书，希望能给大家带来帮助。本书具



备以下特色：

第一，实用性。本书将阐述法律规定中与人们现实思维相悖的一些原则和规定，帮助人们去认识和了解法律，促使人们真正地拿起法律武器去维护自身的合法权益，同时避免犯错或犯罪。大家读后，一定会有茅塞顿开、豁然开朗的感觉，可以说具有相当的实用性。

第二，生动性。对于每一个知识点，我们都设计了生动形象的生活案例情景，引人入胜，让您在了解和学习法律知识的同时，感同身受当事人的故事。您会因当事人不懂法而受伤害感到惋惜，从而能让自己从中获取一定的经验教训。

第三，通俗性。我们在设计语言时，会尽量避开法律专业术语，使用通俗易懂的语言，突出通俗性。相信读者一定能看得懂。

希望大家读过本书后，不会再有书中当事人因不懂法错失维权机会的悔意。

消费是惬意的，更是有法律保障的！

不懂法，真的会受伤害！谨记！

编委会

2015年5月

目录 / contents

第一章 网络购物

1. 注册团购网站的会员后，个人信息被泄露整日受骚扰，被迫放弃使用多年的电话号码了事 3
2. 因给卖家差评而招致卖家侮辱诽谤，抑郁伤神却不知去维权 7
3. 商家称用会员积分换购的商品不退不换，买家竟觉得“无可厚非”而放弃维权 11
4. 网购的货物一直收不到，网站以快递慢为由将责任推给快递公司，买家只能静等吗 14
5. 网购送货人员不允许买家打开数码产品的包装进行查验，事后买家打开包装试验产品出现损坏却甘愿自己承担损失 17
6. 卖家未按照订单中选定的日期送货，收货人因此重新购买，多花的钱却自己承担了 21
7. 网购了“团购券”却被商家推托不能用，心情糟糕却不去维权 24
8. 使用优惠券消费处处碰壁，消费者“绕道而行”，岂不知是中了经营者的“圈套” 27
9. 网购“正品西装”却为“仿品”，不仅受到经济损失，还出糗 30
10. 打开卖家发过来的链接后使网银被盗，自认倒霉发誓不再网购 33



- 11. 认为自己未通过网上支付平台交易所造成的损失索赔无依据，便不再追究… 36
- 12. 网上购物付款后却没有收到货，不知应该找店家还是找网站赔偿而索性放弃了索赔 …………… 39
- 13. 春运期间在网上买到假火车票而耽误回家过年，只能无奈叹息 …………… 42
- 14. 登了“山寨网站”网购后，被骗取大量资金，只怪自己没看清网址而郁闷不已 …………… 45

第二章 商场超市购物

- 15. 认为“特卖商品不退不换”有道理，买到质量不合格的产品也不知道去维权 …………… 51
- 16. 以为二手货没有保修期，买了二手电脑出了问题自费修理 …………… 55
- 17. 商家以商品的序列码与发票所载的不一致为由拒绝承担责任，消费者无可奈何放弃维权 …………… 58
- 18. “打折商品不开发票，开发票就不能打折”，消费者选择了打折，也失去了日后维权的凭证 …………… 61
- 19. 超市称“用购物卡消费不再开具发票”，但因公给客户购买千元购物卡时未开具发票，此时只能自己“买单” …………… 64
- 20. 消费者因商品缺陷受到人身损害，找商场索赔无果，不知还可找厂家赔偿而自己承担一切 …………… 67
- 21. 在超市寄存的包被工作人员错误掉包，因寄存人事先未声明包内有贵重物品而索赔无据 …………… 70
- 22. 在超市购物与人发生争执被打伤，找不到打人者，自己委屈地承担了一切… 73
- 23. 保修期内的产品进行换货，要交折旧费，消费者认为“以旧换新”自己也不亏，乖乖交了折旧费 …………… 76
- 24. 消费者购买商品时没有认真验货，等使用时发现问题，商家称过了包退换期限，只好作罢 …………… 79

25. 商店贴有“偷一罚十”告示,少女偷东西后,父母无奈花高价买回此物 ...	82
26. 超市拒绝兑奖,消费者不知如何是好,放弃大额奖金	85
27. 购物返券,出现质量问题,认为商家说“用券购物不退不换”合法而自认 倒霉	89
28. 展销会上买到劣质商品,展销会结束找不到卖家而放弃索赔	92
29. 不知赠品有质量问题也可以索赔而直接将赠品丢弃	95
30. 不知试穿过的衣服不是必须买,而在商家的要求下,违心买下衣服	98
31. 样品家电的保修期只有六个月,保修期过后出现质量问题只得“后果自负” 吗?	101
32. 家电保修期上门服务时要“上门服务费”,买家乖乖交钱不知此钱是 “白花”	104
33. 新房装修甲醛超标造成家人疾病,却未想找建材市场索赔	107

第三章 买房买车

34. 离婚后,一方嫌麻烦未及时办理房屋所有权转移手续,房子被另一方出卖 后,陷入索债困境	113
35. 本该属于自己的房子被他人抢先过户,自认已成定局而伤心无奈	117
36. 开发商以建材价格上涨为由要求提高售房价格,买房人觉得“有道理” 竟同意提高房价	120
37. 买了二手房出现质量问题,无人负责,买房人无奈自掏腰包自行处理 ...	123
38. 买了二手车发现属私改车辆无法过户,退车无果后无奈自己留下	126
39. 花高价做汽车美容竟上当受骗,不想着如何维权,却感慨再也不相信 “一分钱一分货”	129
40. 购房时,以为约定了“高额违约金”后就一定保险,谁知违约金也可以 要求依法减少	132
41. 买房时不知签订《商品房认购书》的后果而随意签字后惹麻烦	136



42. 以为支付了全部房款后，房子就等于是自己的了，岂不知没及时过户惹了麻烦 140
43. 在接受房屋时，故意不检查，自以为出现质量问题可以退房并要求赔偿损失 143
44. 不知共有房屋申请登记须一同前往，一方千里迢迢来办房产登记，被告知办不了 146
45. 不知未按规定许可盖楼会不给办理房屋登记，小楼建好后去申请登记被拒绝，只好拆除违规部分 149
46. 未按合同约定期限拿到房产证，不知此为开发商违约，未要求赔偿 153
47. 买了离婚夫妻共有的房子过不了户，买方不知此房依法不能交易而合同无效可要回定金，主张解除合同后反而赔了定金 157
48. 交了购车定金后，面对“加价提车”，不知可以双倍返还定金而甘心高价买车 160
49. 买卖双方为夺空调大打出手，缘起不知卖了房后，空调依法应归谁所有 ... 163
50. 买房时，不知是“定金”还是“订金”，私自毁约遭损失 166
51. 公摊面积被重复销售，买房人不知权益被开发商侵害，心有怨气与邻居起冲突 169

第四章 餐饮与住宿

52. 在餐馆吃饭时财物丢失，因店家标出“顾客财物自行保管好”而放弃让店主承担责任 175
53. “优惠活动的最终解释权归饭店所有”，就一定要听饭店的吗？ 178
54. 酒店以消费小票超过 30 天为由不给开发票，消费者以为合法无奈离开 ... 181
55. 吃饭时，酒水免费是附隐含条件的，消费者只能吃这个哑巴亏吗？ 184
56. 食品生产企业被吞并后，消费者以为无处索赔而放弃维权 187

57. 因看广告购买食品, 吃坏了身体后找不到摊贩自担药费, 却不知广告发布者也有责任	190
58. 不知农贸市场生熟食品混搭销售属违法、隐患多, 每天购买不亦乐乎 ...	193
59. 就餐时被饭店服务员烫伤, 饭店不赔, 服务员没钱赔, 消费者自己买了单	196
60. 商家标示“不可自带酒水”, 消费者自带酒水后被收“开瓶费”, 浑然不知权利已受侵犯	199
61. 寿宴被饭店取消, 遗憾的是消费者却不知“定金罚则”的道理	202
62. 住店被其他旅客殴打而旅店未出面制止, 打人者逃跑后, 伤者不知还可以要求宾馆赔偿而自担药费	205
63. 被旅店保安殴打后, 保安没钱赔偿, 旅店老板推卸责任, 受伤者不知如何维权而自担损失	208
64. 住店不付房费而强行离开, 被旅店扣留, 自以为被限制人身自由报警求救, 却成笑柄	211

第五章 乘运与旅游

65. 空调车不开空调, 乘客不知可以退票而忍受“又热又气”的旅程	217
66. 变更线路造成费用增加, 要求旅客增加票款, 旅客虽不满但不得不掏钱	220
67. 乘坐出租车受伤, 出租车公司以自己只负次要责任而拒绝全部赔偿, 伤者找肇事方无果后放弃求偿	223
68. 孕妇快生产时打车遭拒, 因耽搁了时间没保住孩子, 家人承受痛苦之际却没人知道可以找出租车公司去讲理	226
69. 客车发生交通事故后, 认为自己是免费乘车就放弃了索赔	229
70. 乘坐客车行李丢失, 司机说是乘客自己没保管好, 乘客自觉理亏自认倒霉	232



71. 乘坐长途车突发疾病，司机没有及时救助导致乘客死亡，其家属却不知可 找客运公司赔偿	235
72. 公交车上见义勇为为受伤后无钱医治，不知可以找公交公司赔偿的英雄孤独 落泪	238
73. 跟团旅游被强制购物，影响了旅游的好心情却不知“旅游随便安排购物” 早已属非法	241
74. 游客因当地民俗禁忌遭受损失，败兴而归，殊不知旅行社原来有告知 义务	245
75. 报了旅游团因事去不了，已经缴纳的部分团费被旅行社扣留，自己无计可 施就当钱丢了	248
76. 游客故意不向旅行社告知自己有病而在旅游中发病，找旅行社赔偿遭遇 “无门”	251
77. 导游另行安排自费旅游项目，游客不知其中猫腻，高价完成旅程	255
78. 导游擅改行程，旅行社推卸责任，游客无计可施忍气吞声	258
79. “北京一日游”与小广告中说的不符，心中窝火却不知如何维权	261
80. 旅行社“包吃包住”的标准模糊，游客权益遭侵犯未维权	264

CHAPTER 1

第一章

网络购物

律师说

网络购物已经成为现代人们重要的消费形式之一，网络购物作为新型的消费模式存在着很多问题，例如：在购物平台注册会员后，个人信息被泄露；买家给卖家差评受到卖家侮辱诽谤；用购物积分购买的产品不可以退换；买家一直收不到货无人负责；买家付款时银行账户被盗……这些问题都是在网络购物中常见的，对此消费者应引起高度关注，不要因为不懂法给自身造成损失而不知。

1. 注册团购网站的会员后，个人信息被泄露整日受骚扰，被迫放弃使用多年的电话号码了事



典型案例

马某 1994 年下海经商闯荡，历经多年打拼硬是创下了一番事业，马某的商业子公司几乎遍布全国各地。而打拼多年的马某，有一个商业成功的小窍门，那就是自从经商第一天起，自己的手机号码用了这么多年从未换过，而且手机每天 24 小时保持开机。因为多年全日制的手机随时接通，任何客户或者需要马某的人总会在有需要的第一时间就能够联系到马某来解决或者处理问题。用马某自己的话说，就是让任何时候需要自己的人都能联系到自己，保持电话号码的不变和随时接通，就是自己商业成功的小诀窍。

随着互联网时代的发展，网络已经成为一种潮流以及拓展商业生意的新兴途径。作为具有经商老资历的马某自然要与时俱进，便也花时间积极接触网络。2013 年 6 月的某一日，马某无意中进入了某团购网站，发现团购网站上出售的东西相对别的网站更加物美价廉，于是便依照网站网页上的指示和步骤，填写了自己的真实姓名、出生年月、身份证号码、电话号码、邮箱、工作单位、家庭住址等信息，一步一步地注册了该团购网站。后来，马某多次通过该网站购买商品。

2013 年 8 月左右开始，马某的手机经常收到一些不相干的电话、信息、邮件等。这些不相干的电话、信息、邮件，不是向马某推销保险，就是向马某推销房子、各种产品，更有甚者还传播一些不文明的信息。马某的手机每日都滴滴答答响个不停，一方面是经常被不相干电话占线，正常的客户联络



马某总是无法接通；另一方面是这些不相干的信息、邮件总是在半夜发来，严重影响马某的睡眠。几个月过去，不仅马某的生意受到了影响，而且马某自己的身体也因睡眠不足一日日被拖垮。

马某十分苦恼自己为什么被频繁地骚扰。后来，从几个电话保险、茶叶、医疗产品推销员那里，马某终于得知，自己被这些不相干的事情缠上，都是6月时注册的那个团购网站惹的祸。那个团购网站接触着大量商家，商家不仅在网站网页上卖东西，还能从网站那里得到网站注册用户的部分信息，比如电话号码。马某对此十分气愤，可是又不知怎么处理。历经几个月的骚扰伤害，他唯一的心愿就是不再被骚扰被影响，无奈之下，马某在2014年3月注销了自己使用多年的电话号码，更换了新号码。

2014年8月，与一位客户在生意之外闲聊，马某谈起了自己这段被骚扰的经历。客户埋怨马某怎么不早说。客户告诉马某，根据我国法律的规定，用户注册的个人信息和互联网电子邮件地址，互联网服务提供者是负有保密义务的，没有用户同意不能泄露用户的这些信息，马某可以依法追究网站的法律。马某听后，直捶胸顿足：“早知道可以追究网站责任，让网站不再泄露自己信息，自己也不用换号码，又丢生意又伤身体的。唉，因为不懂法才害得自己如此呀！”



律师分析

2013年10月25日，十二届全国人大常委会第五次会议通过了关于修改《消费者权益保护法》的决定，自2014年3月15日起实施。全国人大常委会在此次《消费者权益保护法》的修改中对个人信息保护、网络购物、公益诉讼、惩罚性赔偿等有关消费者权益保护方面的热点问题作了明确规定，更加全面地用法律规定来保障消费者的权益。根据修改后的《消费者权益保护法》第二十九条的规定，经营者收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经消费者同意。经营者收集、使用消费者个人信息，应当公开其收集、使用规则，不得违反法律、法规的规定和双方的约定。

经营者及其工作人员对收集的消费者个人信息必须严格保密，不但不得泄露、出售或者非法向他人提供，而且经营者应当采取技术措施和其他必要措施，确保信息安全，防止消费者个人信息泄露、丢失。在发生或者可能发生信息泄露、丢失的情况时，应当立即采取补救措施。经营者未经消费者同意或者请求，或者消费者明确表示拒绝的，不得向消费者发送商业性信息。

个人信息被随意泄露或买卖，消费者的正常生活受到严重干扰。大家都能知道是商家“出卖”了消费者的个人信息，但却没人管也没地方去投诉。修改后的《消费者权益保护法》首次将个人信息保护作为消费者权益确认下来，是消费者权益保护领域的一项重大突破。所以，马某的信息被团购网站提供给了商家销售者，马某的正确做法不应是无奈地换号了事，而是应依法追究网站的法律责任，以维护自己的合法权益。



温馨提示

经营者及其工作人员对收集的消费者个人信息必须严格保密，不经消费者同意擅自泄露或买卖其个人信息的行为是非法的，消费者对此不能忍气吞声，听任卖家的摆布，为了维护自己的合法权益，正确的做法是依法追究卖家的法律责任，保护好个人的信息安全。



法律依据

《中华人民共和国消费者权益保护法》

第二十九条 经营者收集、使用消费者个人信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经消费者同意。经营者收集、使用消费者个人信息，应当公开其收集、使用规则，不得违反法律、法规的规定和双方的约定收集、使用信息。

经营者及其工作人员对收集的消费者个人信息必须严格保密，不得泄露、出售或者非法向他人提供。经营者应当采取技术措施和其他必要措施，确保信息安全，防止消费者个人信息泄露、丢失。在发生或者可能发生信息泄露、



丢失的情况时，应当立即采取补救措施。

经营者未经消费者同意或者请求，或者消费者明确表示拒绝的，不得向其发送商业性信息。