

消费者自我保护指南

王明光
编著

新时代出版社



消费者 自我保护指南

王 明 光 编著

新 时 代 出 版 社

· 北 京 ·

图书在版编目(CIP)数据

消费者自我保护指南/王明光编著. —北京:新时代出版社, 1996. 1

ISBN 7-5042-0303-3

I. 消… II. 王… III. ①消费者权益保护法-基本知识-指南②商品-识别-指南 IV. ①D923. 8-62②F760. 6-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 02114 号

新时代出版社出版发行

(北京市海淀区紫竹院南路 23 号)

(邮政编码 100044)

北京怀柔新华印刷厂印刷

新华书店经售

*

开本 850×1168 1/32 印张 7% 187 千字

1996 年 1 月第 1 版 1996 年 1 月北京第 1 次印刷

印数:1—4000册 定价:8.00 元

(本书如有印装错误,我社负责调换)

序：给消费者指点迷津

消费，是指使用物质资料以满足人们物质和文化生活需要。它是社会再生产过程的一个重要环节，是人们生存和恢复劳动力的必不可少的条件，而人们劳动力的恢复又是保证生产过程得以继续进行的前提。消费者是消费活动的主体。

我们每个人都是消费者。

衣食住行，或大或小，可以说，每个人每时每刻都在消费，都在扮演消费者这一与生俱来的角色。既然消费在人们的生活中占据着如此重要的地位，那么，无论是谁，无论在什么时候，都不能忽视消费行为，不能忽视消费者的权益。

消费者的权益需要保护。

在我们国家由计划经济而商品经济而市场经济的转轨过程中，经济领域也在发生急剧的变化。在总的势头看好的情况下，难免泥沙随大潮俱下、良莠不齐。假冒伪劣、骗买骗卖、短斤少两等丑恶现象不一而足，消费者权益被侵害的事情比比皆是、不胜枚举。

我们的国家和社会为保护消费者权益作出了不懈的努力。《消费者权益保护法》是保护消费者权益的根本依托，各级行政执法部门严格执法，严追狠查，付出了辛勤的劳动；各级消费者协会为使消费者的权益不受侵害，更是当仁不让，充分发挥自身职能特点，调动各种积极因素，做了大量的卓有成效的工作，受到社会的高度赞誉。

消费者更需要自我保护。

只有把法律的、行政的、社会舆论的监督以及消费者的自我保护结合起来，才能形成保护消费者权益的合力，从全方位实现消费者的权益不受侵犯和损害。

大多数消费者头脑中都有自我保护的意识,在消费行为中也很注意自我保护。但是,由于人们知识层次、文化修养、从事职业的不同,普遍缺乏必要的自我保护知识,可谓是有心有余而力不足。由于自我保护知识的欠缺,消费者在购物消费时形同“文盲”,受骗而后徒呼“奈何”!

西安人民广播电台的记者、该台《810 投诉台》节目主持人王明光同志,急消费者之所急,想消费者之所想,在繁忙的新闻工作之余,不忘社会责任,多方搜集资料,耗费不少心血,始有这本《消费者自我保护指南》面世。

这本书内容丰富,资料翔实,涉及面广,具有很强的指导性和参考性,可以说是,一卷在手,茅塞顿开,两目炯炯而无迷津。

作为消费者协会的负责人,我对王明光同志此举亦表钦佩之意,并愿郑重地向广大消费者推荐此书。

愿更多的仁人志士关怀消费者权益的保护事业!

是为序。

陕西省工商行政管理局副局长 周 瑛
陕西省消费者协会会长

1995年5月20日

作者简介

王明光,1963年8月20日出生于安徽省萧县,1987年毕业于陕西师范大学中文系,现在西安人民广播电台从事采编工作。

目 录

第一章 消费者权益常识	1
第一节 消费者保护运动与消费者组织	1
一、国际消费者联盟组织	1
二、“3·15”国际消费者权益日	2
三、中国消费者协会	3
四、消费者协会的职责	4
五、消费者协会受理投诉的范围	5
第二节 消费者的权利	6
一、消费者的九大权利	6
二、购物凭证的重要性	7
三、“特价商品”的退换	9
四、“三包”的范围及内容	9
第三节 违法经营行为	11
一、不正当竞争的具体表现形式	11
二、暴利行为的表现形式	12
第四节 商品质量责任的判定	13
一、判定商品质量责任的依据	13
二、商品检验机构及其检验范围	14
第五节 消费争议的解决方式	15
一、消费者维护自己合法权益的必要渠道	15
二、争议解决途径之一：与经营者协商和解	16
三、争议解决途径之二：向消费者协会投诉	17
四、争议解决途径之三：向有关行政部门申诉	18
五、争议解决途径之四：请求仲裁机构仲裁	19
六、争议解决途径之五：向法院起诉	20

第六节 赔偿	21
一、消费者的求偿权	21
二、索赔的对象	22
三、赔偿范围	23
第二章 商品的标志	25
第一节 商品的基本标志	25
一、合格商品应该具有的标志	25
二、商标	26
三、产品标准	27
四、产品的型号	27
五、产品和企业的识别标志——条形码	29
第二节 商品的质量标志	31
一、标准样品质量认证标志	31
二、产品质量认证标志	31
三、优质产品分级标志	32
四、商品的等级标志	33
五、国外商品质量认证标志	34
第三节 商品的检验标志	36
一、进出口商品检验标志	36
二、肉食检疫标志	37
三、绿色食品标志	38
四、真皮标志	38
五、食品的日期标志	39
六、药品的批文号和批号	40
第四节 商品的其它标志	41
一、危险品标志	41
二、产品的包装贮运标志	41
三、产品性能标志	42
四、使用方法及注意事项标志	42
五、进口食品上的常见标志	43
六、罐头的产地标志	44
第三章 商品的选择与选购	45

第一节 文化娱乐类	45
一、一般彩色电视机的选购	45
二、大屏幕彩色电视机的选购	46
三、微型彩色电视机的选购	48
四、摄像机的选购	49
五、激光影碟机的选购	50
六、激光视盘的选购	51
七、收录机的选购	51
八、家用电脑的选购	53
第二节 厨房用具类	54
一、电冰箱的选购	54
二、家用抽油烟机的选购	54
三、家用净水器的选购	55
四、电饭锅的选购	56
五、家用电烤炉的选购	57
六、电热水壶的选购	58
七、电炒锅的选购	59
八、火锅的选购	60
第三节 卫生保健类	61
一、空调器的选购	61
二、家用燃气热水器的选购	62
三、家用空气净化器的选购	63
第四节 衣着类	64
一、购鞋须知	64
二、皮鞋的选购	65
三、睡衣的选购	66
四、泳装的选购	67
五、童装的选购	68
第五节 其它类	69
一、窗帘的选购	69
二、儿童玩具的选购	71
三、席梦思床垫的选购	73

四、居室装修材料的选购	74
五、居室灯具的选购	75
六、商品房的选购	76
第四章 商品真伪优劣的鉴别	77
第一节 假冒伪劣产品的鉴别	77
一、外观鉴别方法	77
二、感官鉴别方法	79
三、食品的制假方式	80
四、衣着品的制假方式	82
五、皮鞋的制假方式	83
第二节 食品的鉴别方法	84
一、面粉和大米的优劣鉴别	84
二、食用植物油的优劣鉴别	84
三、畜肉及畜肉注水的鉴别	85
四、“米猪肉”的鉴别	86
五、禽肉及禽肉注水的鉴别	87
六、肉制品的优劣鉴别	87
七、禽蛋质量的鉴别	88
八、鱼虾蟹的质量鉴别	89
九、奶粉和奶油的优劣鉴别	90
十、酱油和醋的优劣鉴别	91
十一、豆制品的优劣鉴别	91
十二、砂糖与糖果的优劣鉴别	92
十三、蜂蜜掺假的鉴别	92
十四、罐头质量的鉴别	93
十五、酒类质量的鉴别	94
十六、茶叶质量与咖啡掺假的鉴别	95
十七、辣椒与胡椒面掺假的鉴别	96
十八、饮料和冷饮的质量鉴别	97
十九、木耳和银耳的质量鉴别	97
二十、真假矿泉水的鉴别	98
第三节 衣着品的鉴别方法	99

一、纺织品的质量鉴别	99
二、主要纺织品的区分与鉴别	100
三、真假羊毛衫的鉴别	101
四、皮鞋的鉴别	101
五、皮革服装质量的鉴别	102
六、裘皮制品质量的鉴别	103
七、全毛精纺呢绒的品种区分	103
八、全毛粗纺呢绒的品种区分	105
第四节 首饰品的鉴别方法	106
一、黄金首饰的鉴别	106
二、白金首饰的鉴别	106
三、真假钻石的鉴别	107
四、玛瑙的鉴别	108
五、水晶的鉴别	109
六、宝石的品种及鉴别	110
七、珍珠的鉴别	111
第五章 消费技巧	112
第一节 购物技巧	112
一、市场购物砍价诀窍	112
二、日常消费节省开支四法	114
三、购物不去熟人处	117
四、购物失误行为	118
五、错误消费行为	120
第二节 着装技巧	121
一、追求服饰美的三条原则	121
二、职业女性的着装	122
三、服装与体形	125
四、服装与性格	127
五、服装色彩搭配八法	128
第三节 居住技巧	129
一、居室装饰的情调	129
二、居室色彩的基调	131

三、居室空间“扩展”十法	133
四、夏日居室降温七法	134
五、冬季居室保温七法	135
六、窗帘的装饰作用	136
第四节 化妆与修饰技巧	137
一、化妆的四条原则	137
二、女性的发式	138
三、首饰与体形特点	139
四、首饰与性格类型	140
五、首饰的佩戴艺术	141
六、眼镜的选配方法	142
第六章 反欺诈与反盗窃	145
第一节 传统骗术	145
一、摆残局	145
二、“押黑红”	146
三、卖假药	146
四、乞讨	147
五、化缘	148
六、算命	148
七、气功治病	149
第二节 现代骗术	151
一、征婚	151
二、联谊	152
三、信息	153
四、招生	154
五、招聘	155
六、集资	156
七、募捐	156
八、大奖赛	157
九、夏令营	157
十、入选名人大辞典	158
第三节 离奇骗术和无赖骗术	159

一、合作寻“宝”	159
二、“名人效应”	160
三、“新能源”	160
四、“金锁链”	161
五、“遗物”同分	162
六、“赃物”贱卖	163
七、“多米诺骨牌”	163
八、“帮忙”收费	164
九、撞人讹钱	164
十、“真钱”骗真钱	165
第四节 骗销计法	165
一、直销	166
二、传销	166
三、邮购	167
四、预售	168
五、搭售	168
六、有奖销售	169
七、还本销售	169
八、降价销售	170
九、处理销售	171
十、谣言骗销	171
十一、甜头骗销	172
十二、激将骗销	173
第五节 扒窃与偷盗计法	174
一、美人计	174
二、出众计	174
三、惊吓计	175
四、抛物计	175
五、苦肉计	175
六、麻醉计	175
七、掉包计	176
八、空城计	176
九、飞车计	176

十、反常计	177
第六节 防止受骗上当的方法	177
一、秤上作弊识别六法	177
二、反欺骗三注意	179
三、反扒窃四注意	179
四、“托儿”识别四法	180
附录	182
一、中华人民共和国消费者权益保护法	182
二、中华人民共和国产品质量法	191
三、中华人民共和国反不正当竞争法	199
四、关于惩治生产、销售伪劣商品犯罪的决定	204
五、关于商品和服务实行明码标价的规定	208
六、关于禁止有奖销售活动中不正当竞争行为的 若干规定	211
七、全国产品质量仲裁检验暂行办法	213
八、制止牟取暴利的暂行规定	215
九、部分家用电器“三包”规定	217
十、轻工部对食品保质期的规定	220
后记	221

第一章 消费者权益常识

作为一个消费者,首先要知道自己的权利是什么,什么情况下权利受到侵害,受到侵害后应该通过什么渠道解决。这是消费者应当了解的最基本的常识。

第一节 消费者保护运动与消费者组织

一、国际消费者联盟组织

国际消费者联盟组织(International Organization of Consumers Unions)简称 IOCU,是一个独立的、不以盈利为目的、无政治倾向的世界消费者组织的联合,1960 年由美国消费者联盟、英国消费者协会、澳大利亚消费者协会、荷兰消费者联盟、比利时消费者协会发起成立。现有成员包括 72 个国家和地区的近 200 个独立联盟、政府供给资金的消费者协会和家庭组织、工会、团体赞助的消费者机构。国际消费者联盟组织的总部设在荷兰海牙,它还在马来西亚的槟城、圭亚那的蒙得维亚分别设有亚太地区办事处和拉丁美洲与加勒比海地区办事处。中国消费者协会于 1987 年被该组织接纳为正式会员。

国际消费者联盟组织的宗旨是:在世界范围内协助各国消费者组织及政府作好保护消费者权益的工作,促进对产品比较试验方面的国际合作;收集、整理、交换各国有关消费者运动的情况;出版刊物,开展消费者教育;组织各种有关保护消费者问题的研讨;在国际机构中代表消费者讲话,协助不发达地区的消费者组织开展工作。

1983 年,国际消费者联盟组织还确定每年 3 月 15 日为“国际

消费者权益日”，并规定了消费者的“四项权利”，即有权获得安全保障，有权获得正确资料，有权自由决定选择，有权提出消费意见。国际消费者联盟组织还以顾问和联络员的身份在联合国经济和社会理事会、联合国工业发展组织等十几个组织中参加活动，维护消费者权益。

在国际消费者联盟组织和各国消费者组织的共同努力下，第39届联合国大会于1985年4月9日正式通过了《消费者保护准则》。该准则共四部分四十六条，不仅确认了消费者的各项权利，而且敦促各国政府制定政策和措施，加强对消费者的保护。

国际消费者联盟组织的标志如图1.1。



图 1.1 国际消费者联盟组织标志

二、“3·15”国际消费者权益日

为扩大对消费者权益保护的宣传，使之在世界范围内得到重视，促进国家、地区消费者组织之间的合作和交往，更好地开展保护消费者权益工作，国际消费者联盟组织(IOCU)于1983年确定每年3月15日为“国际消费者权益日”。

从1983年以来，每年的3月15日，世界各国的消费者组织都要举行大规模的活动，通过各种形式、利用各种宣传媒介集中宣传消费者的权利、消费者组织的义务、显示消费者的强大力量。这些国家的消费者组织，有的向公众征集“消费者权益歌”，有的组织演讲比赛或“一年中最严重损害消费者利益的事件”评选活动，有的奖励为消费者运动作出贡献的人，有的举办展览和讲座，有些国家的消费者组织还开展对保护消费者权益法规的执行情况检查。

自1987年中国消费者协会成立以来，每年3月15日，我国各

级消费者协会都要联合各有关部门举办隆重的纪念活动,运用各种方式宣传消费者的权利,促进消费者权益保护工作的开展。与世界其他国家相比,我国的消费者权益保护工作起步较晚,但在各级政府及部门的大力支持和各级消费者协会的努力下,我国的消费者权益保护工作进展很快。尤其是在《消费者权益保护法》公布实施以后,消费者权益保护工作有法可依,消费者的自我保护意识也逐渐觉醒。这一切都表明,我国的消费者权益保护工作将逐步走向规范化、经常化。

为了使消费者权益保护工作更具有广泛的群众性和社会影响,中国消费者协会还在全国范围内征集“3·15”纪念活动标志。“3·15”纪念活动标志(见图 1.2)体现了我国消费者权益保护工作的本质意义:其主体图案



图 1.2 “3·15”纪念标志

是一双呈环形的手,寓意着全社会共同承担着保护消费者利益的责任;中心的地球和上部睁大的眼睛,形象地表示了广大消费者时刻监督着产品和服务质量,随时制止损害消费者利益的不法行为;上方“3·15”字样,表现了“3·15”活动的重要地位和深远的社会影响。整个构图庄重、朴实、简洁,易于为社会广泛接受和理解,有利于深入开展消费者保护运动。

三、中国消费者协会

中国消费者协会于 1984 年 12 月 26 日经国务院批准成立,是一个社会团体性质的全国性消费者组织。

中国消费者协会的领导机构是理事会,理事由人民团体、政府有关部门、各方面的消费者代表和各省、自治区、直辖市协商推举产生。理事会选举常务理事、副会长、会长组成常务理事会。理事、常务理事、副会长、会长每届任期 5 年,期满可连选连任。

中国消费者协会第二届理事会于 1991 年 1 月 10 日产生,其中会长 1 人,副会长 7 人,常务理事 21 人,理事 132 人。理事会还