



法律纠纷处理一本通

FALUJIUFENCHULIYIBENTONG

消费

法律纠纷处理一本通

- 条文理解适用 法律疑难解答
- 精选典型案例 创新诉状实例

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

F A L U J I U F E N C H U L I Y I B E N T O N G

消 费

法律纠纷处理一本通

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

消费法律纠纷处理一本通/中国法制出版社编. —北京:
中国法制出版社, 2009. 3

(法律纠纷处理一本通)

ISBN 978 - 7 - 5093 - 1021 - 2

I. 消… II. 中… III. 消费者权益 - 民事纠纷 - 案例 -
分析 - 中国 IV. D923. 85

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 017621 号

消费法律纠纷处理一本通

XIAOFEI FALU JIUFEN CHULI YIBENTONG

经销/新华书店

印刷/三河市紫恒印装有限公司

开本/850 × 1168 毫米 32

版次/2009 年 4 月第 1 版

印张/12.25 字数/403 千

2009 年 4 月第 1 次印刷

中国法制出版社出版

书号 ISBN 978 - 7 - 5093 - 1021 - 2

定价: 27.00 元

北京西单横二条 2 号 邮政编码 100031

网址: <http://www.zgfsz.com>

市场营销部电话: 66033393

传真: 66031119

编辑部电话: 66070042

邮购部电话: 66033288

“一站式”解决法律纠纷

——《法律纠纷处理一本通》出版说明

遇到法律纠纷应该怎么办？是从查找国家的法律规定下手？还是要先看看以前类似案件的处理结果？对于非法律专业人员而言，法律意识虽然越来越增强，但繁杂难懂的法律条文，环环相扣的法律程序等，都成为顺利解决问题的极大障碍。《法律纠纷处理一本通》系列图书的出版，旨在帮助广大遇到法律纠纷的读者，清晰、明了的知道如何自助解决法律纠纷。

《消费法律纠纷处理一本通》作为其中的分册，为您提供以下法律服务：

■ 法律依据的理解与适用

选取解决消费纠纷所必备的国家法律规定，并以注释方式对重难条文进行了通俗、易懂的解读。

■ 适用答疑

根据消费纠纷所涉及的类型细分了部分，并提炼了每部分常见的疑难问题进行法律解答。

■ 典型案例

第二部分精选经过法院审判的消费纠纷典型案例，为读者解决类似纠纷提供法律结果的可预见性。其中，尤以《中华人民共和国最高人民法院公报》中的案例最具权威指导性。

■ 诉状文书实例

自己撰写法律文书常是当事人最大的困扰，本书第三部分不但提供了处理消费纠纷法律程序中会遇到的各种诉状文书的参考文本，并且以鲜活实例的方式为读者展示写作过程，易学易用。

■ 增值服务

如果您在使用本书解决纠纷时，仍有难题存在，还可以写信或发送E-mail给我们，我们会尽力提供可参考的法律意见。

邮寄地址：北京西单横二条2号华恒大厦五层 编辑二部 收

邮政编码：100031

EMAIL: bjb2bjb2@163.com

中国法制出版社

2009年4月

目 录

CONTENTS

第一部分 消费纠纷处理法律依据

中华人民共和国消费者权益保护法

- 理解与适用 (1)
- (1993年10月31日)

一、综 合

中华人民共和国民法通则

- (节录) (14)
- (1986年4月12日)

最高人民法院关于贯彻执行《中华人民共和国民法通则》若干问题的意见(试行)(节录) (16)

(1988年4月2日)

中华人民共和国合同法

- (节录) (17)
- (1999年3月15日)

中华人民共和国刑法

- (节录) (40)
- (2009年2月28日)

关于处理侵害消费者权益行为的若干规定

- (43)
- (2004年3月12日)

欺诈消费者行为处罚办法 (44)

(1996年3月15日)

制止牟取暴利的暂行规定 (45)

(1995年1月25日)

中华人民共和国反不正当竞争

- 竞争法 (47)
- (1993年9月2日)

中华人民共和国反垄断法 (51)

(2007年8月30日)

适用答疑

1. 单位是否属于消费者权益保护法规定的消费者? (58)
2. 商家提供的赠品存在质量问题, 消费者是否可以向商家索赔? (58)

二、商品价格

中华人民共和国价格法 (60)

(1997年12月29日)

价格违法行为行政处罚规定 (65)

(2008年1月13日)

价格违法行为行政处罚实施

- 办法 (68)
- (2004年7月29日)

- 关于商品和服务实行明码标价
的规定 (70)
(2000年10月31日)
- 禁止价格欺诈行为的规定 (72)
(2001年11月7日)
- 价格违法案件举报奖励办法 (73)
(2001年11月26日)

三、计量规范

- 中华人民共和国计量法 (75)
(1985年9月6日)
- 中华人民共和国计量法实施
细则 (78)
(1987年2月1日)
- 零售商品称重计量监督管理
办法 (85)
(2004年8月10日)
- 集贸市场计量监督管理办法 (86)
(2002年4月19日)
- 定量包装商品计量监督管理
办法 (89)
(2005年5月30日)
- 中华人民共和国标准化法 (91)
(1988年12月29日)
- 中华人民共和国标准化法实施
条例 (94)
(1990年4月6日)

四、产品质量

(一) 一般产品

- 中华人民共和国产品质量法 (101)
(2000年7月8日)
- 部分商品修理更换退货责任
规定 (110)
(1995年8月25日)

- 家用视听商品修理更换退货责任
规定 (114)
(2002年7月23日)
- 移动电话机商品修理更换退货
责任规定 (122)
(2001年9月17日)
- 关于对移动电话机“三包”有关
问题的答复 (127)
(2006年3月16日)
- 微型计算机商品修理更换退货
责任规定 (128)
(2002年7月23日)
- 产品质量仲裁检验和产品质量
鉴定管理办法 (137)
(1999年4月1日)
- 中华人民共和国认证认可
条例 (141)
(2003年9月3日)

(二) 农产品

- 中华人民共和国农产品质量
安全法 (149)
(2006年4月29日)
- 农作物种子质量纠纷田间现
场鉴定办法 (155)
(2003年7月8日)
- 中国消费者协会受理农机产
品质量投诉规则 (158)
(2001年11月30日)

适用答疑

1. 买到假化肥, 农民能以消费者
身份投诉经销商吗? (159)
2. 购买的家具甲醛超标, 消费者
能要求家具厂退货并赔偿损失
吗? (159)

3. 低价甩卖出售的商品是否属于“三包”商品? (160)
4. “三包”产品维修, 运费由谁出? (160)
5. 丢了“三包”凭证还能否享受“三包”待遇? (161)

五、食品安全

- 中华人民共和国食品安全法 (162)
(2009年2月28日)
- 乳品质量安全监督管理条例 (178)
(2008年10月9日)
- 国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定 (187)
(2007年7月26日)
- 食品召回管理规定 (191)
(2007年8月27日)
- 食品添加剂卫生管理办法 (196)
(2002年3月28日)
- 食物中毒事故处理办法 (199)
(1999年12月24日)

适用答疑

1. 乳品、转基因食品、生猪、酒类、食盐等特殊食品是否适用《食品安全法》? (201)
2. 专供婴幼儿或其他特定人群的主辅食品是否有特别的标准? (202)
3. 食品中能加入药物吗? (202)
4. 保健食品的产品说明书能否作夸大宣传? (202)

六、服务消费

- 旅行社条例 (203)
(2009年2月20日)

- 导游人员管理条例 (210)
(1999年5月14日)
- 旅行社质量保证金赔偿暂行办法 (213)
(1997年3月27日)
- 旅行社质量保证金赔偿试行标准 (215)
(1997年3月27日)

- 游览参观点门票价格管理办法 (216)
(2000年12月11日)
- 娱乐场所管理条例 (218)
(2006年1月29日)
- 营业性演出管理条例 (224)
(2008年7月22日)
- 快递市场管理办法 (233)
(2008年7月12日)

适用答疑

1. 酒店如厕摔伤, 酒店是否应该赔偿损失? (237)
2. 在签订旅行合同时, 旅行社有哪些告知义务? (238)

七、广告、标识、促销

- 中华人民共和国广告法 (239)
(1994年10月27日)
- 药品广告审查办法 (244)
(2007年3月13日)
- 医疗广告管理办法 (248)
(2006年11月10日)
- 户外广告登记管理规定 (251)
(2006年5月22日)
- 印刷品广告管理办法 (254)
(2004年11月30日)

直销管理条例	(256)
(2005 年 8 月 23 日)	
禁止传销条例	(262)
(2005 年 8 月 23 日)	
零售商业促销行为管理办法	(266)
(2006 年 9 月 12 日)	
产品标识标注规定	(268)
(1997 年 11 月 7 日)	
食品标识管理规定	(270)
(2007 年 8 月 27 日)	
化妆品标识管理规定	(274)
(2007 年 8 月 27 日)	

八、消费损害赔偿

中华人民共和国民事诉讼法	
(节录)	(279)
(2007 年 10 月 28 日)	
最高人民法院关于民事诉讼	
证据的若干规定	(302)
(2001 年 12 月 21 日)	
最高人民法院关于审理人身	
损害赔偿案件适用法律若	
干问题的解释	(312)
(2003 年 12 月 26 日)	
最高人民法院关于确定民事	
侵权精神损害赔偿责任若	
干问题的解释	(318)
(2001 年 3 月 8 日)	
最高人民法院关于产品侵权	
案件的受害人能否以产品	
的商标所有人为被告提起	
民事诉讼的批复	(319)
(2002 年 7 月 11 日)	

最高人民法院、最高人民	
检察院关于办理生产、销售	
伪劣商品刑事案件具体应	
用法律若干问题的解释	(319)
(2001 年 4 月 9 日)	
工商行政管理机关受理消费	
者申诉暂行办法	(322)
(1998 年 12 月 3 日)	
工商行政管理所处理消费者	
申诉实施办法	(324)
(1997 年 3 月 15 日)	
产品质量申诉处理办法	(326)
(1998 年 3 月 12 日)	

适用答疑

1. 销售者自己所做的“假一赔十”的声明有效吗? (328)
2. “衣冠不整禁止入内”是否侵犯了顾客的合法权益? (329)
3. 商场购物遭遇搜身, 消费者该怎么办? (329)
4. 未上市销售的样品造成他人损害的, 生产者要承担责任吗? (329)
5. 没有发票, 经营者提供的商品造成消费者人身损害能否赔偿? (330)

第二部分 消费典型案例

1. 侵犯消费者权益诉讼的举证责任如何分配? (331)
2. 如何理解消费者的知情权? (336)
3. 产品质量责任案件中的举证责任如何分配? (341)
4. 经营者安全保障义务的合理限度范围如何确定? (347)
5. 超市自助寄存物品丢失, 责任应如何承担? (351)
6. 消费人身损害中的精神损害赔偿如何确定? (357)

第三部分 消费诉状文书实例

一、诉讼文书

1. 民事起诉状 (361)
2. 民事上诉状 (363)
3. 民事答辩状 (365)
4. 民事再审申请书 (367)

二、其他相关法律文书

1. 国内快递服务协议 (示范文本) (370)
2. 国内旅游组团合同 (参考文本) (372)

实用附录

- 附录1 中国消费者协会受理消费者投诉规定 (377)
- 附录2 消费损害赔偿数额 (381)

第一部分 消费纠纷处理法律依据

中华人民共和国消费者权益保护法

理解与适用

(1993年10月31日第八届全国人民代表大会常务委员会第四次会议通过
1993年10月31日中华人民共和国主席令第11号公布 自1994年1月1日起
施行)

第一章 总 则

第一条 【立法宗旨】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。

▲消费者是指为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务的个人，通常情况下只为自然人。农民购买、使用直接用于农业生产的生产资料，参照《消费者权益保护法》执行。

第二条 【本法调整对象—消费者】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。

▲界定消费者身份时应注意以下几个方面：

(1) 消费者的消费特指生活消费。消费有广义和狭义之分，广义的消费包括生产消费和生活消费；狭义的消费仅指生活消费。本法涉及的消费是生活消费。生活消费是指人们为了满足物质和文化生活的需要而消费物质产品或者劳动服务的行为。可见，生活消费包括物质产品消费和劳动服务消费两种。(2) 消费者的消费方式包括购买、使用商品和接受服务。消费者在市场上通过等价交换，获得商品或接受服务，与经营者发生了经济关系。(3) 消费的客体包括商品和服务，表现为购买、使用商品和接受服务三种形式。但是同时也要注意，将消费者理解为购买、使用商品或者接

受服务仅仅只是为了满足自己的需要,则未免过于狭窄,事实上,还包括为了收藏、保存、赠送等需要而购买商品,包括替家人、朋友购买物品和代理他人购买生活用品等情形。

第三条 【本法调整对象—经营者】经营者为消费者提供其生产、销售的商品或者提供服务,应当遵守本法;本法未作规定的,应当遵守其他有关法律、法规。

▲经营者是指以营利为目的,从事经营活动的公民、法人和其他经济组织。主体包括为消费者提供其生产、销售的商品或者提供服务的所有经营者;提供商品或服务以营利为目的,表明其提供的是有偿服务;提供商品或服务的方式包括直接和间接两种形式;成立时必须依法注册登记。实践中,个别单位和个人未经登记注册即从事经营活动,或者持他人营业执照从事生产经营活动,虽然他们不是合法的经营者,由于所提供的商品或服务直接关系到消费者的切身利益,实际上处于消费者相对应的经营者地位。

第四条 【交易遵循原则】经营者与消费者进行交易,应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则。

第五条 【国家的义务】国家保护消费者的合法权益不受侵害。

国家采取措施,保障消费者依法行使权利,维护消费者的合法权益。

第六条 【社会的责任】保护消费者的合法权益是全社会的共同责任。

国家鼓励、支持一切组织和个人对损害消费者合法权益的行为进行社会监督。

大众传播媒介应当做好维护消费者合法权益的宣传,对损害消费者合法权益的行为进行舆论监督。

第二章 消费者的权利

第七条^① 【安全保障权】消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利。

消费者有权要求经营者提供的商品和服务,符合保障人身、财产安全的要求。

▲经营者提供商品或者服务,造成消费者人身、财产损害的,应当按照法律法规的规定、与消费者的约定或者向消费者作出的承诺,以修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失等方式承担民事责任。

从事住宿、餐饮、娱乐等经营活动或者其他社会活动的自然人、法人、其他组织,未尽合理限度范围内的安全保障义务致使他人遭受人身损害,赔偿权利人请求其承担相应赔偿责任的,人民法院应予支持。因第三人侵权行为导致损害结果发生的,由实施侵权行为的第三人承担赔偿责任。安全保障义务人有过错的,应当在其能够防止或者制止损害的范围内承担相应的补充赔偿责任。安全保障义务人承担责任后,可以向第三人追偿。赔偿权利人起诉安全保障义务人

①《最高人民法院关于审理人身损害赔偿案件适用法律若干问题的解释》第6条

的,应当将第三人作为共同被告,但第三人不能确定的除外。(参见《最高人民法院关于审理人身损害赔偿案件适用法律若干问题的解释》第6条)

第八条 【知悉真情权】消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。

消费者有权根据商品或者服务的不同情况,要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成份、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务,或者服务的内容、规格、费用等有关情况。

▲为了保障消费者的知情权,国家在有关立法中作了明确的规定,使消费者的知情权成为经营者应尽的义务。如《中华人民共和国药品管理法》中规定,药品包装必须按照规定贴有标签并附有说明书,标签或者说明书上必须注明药品的品名、规格、生产企业、批准文号、产品批号、主要成分、适应症、用法、用量、禁忌、不良反应和注意事项。麻醉药品、精神药品、毒性药品、放射性药品和外用药品的标签,必须印有规定的标志。又如《中华人民共和国食品安全法》规定,食品和食品添加剂的标签、说明书,不得含有虚假、夸大的内容,不得涉及疾病预防、治疗功能。生产者对标签、说明书上所载明的内容负责。食品和食品添加剂的标签、说明书应当清楚、明显,容易辨识。食品和食品添加剂与其标签、说明书所载明的内容不

符的,不得上市销售。

第九条① 【自主选择权】消费者享有自主选择商品或者服务的权利。

消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者,自主选择商品品种或者服务方式,自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。

消费者在自主选择商品或者服务时,有权进行比较、鉴别和挑选。

▲自主选择权,是指消费者在购买、使用商品或者接受服务的过程中,可以根据自己的意愿自主决定是否购买或接受经营者提供的商品或服务的权利。消费者的自主选择权是消费者获得满意的商品和服务的基本保证。

在判断消费者的自主选择权受到侵害时,应当从以下几个方面进行衡量:一,违背消费者的主观意愿。二,客观上表现为强迫消费者从事不公平或不平等的交易。三,该强制交易行为自身存在违法性。四,该交易行为将要或已经造成消费者权益的损害。但在保护消费者的自主选择权的同时反对自主选择权的滥用。包括以下几种情况,消费者一般无自主选择权:(1)经营者以“高档商品,非买勿动”进行明确告知的;(2)裸装食品;(3)根据商品的特点,进行选择会降低使用价值的。

第十条② 【公平交易权】消费者享有公平交易的权利。

①《中华人民共和国产品质量法》第11条

②《中华人民共和国价格法》第10条;《中华人民共和国计量法》

消费者在购买商品或者接受服务时，有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件，有权拒绝经营者的强制交易行为。

▲公平交易主要表现为经营者进行价格活动，应当遵守法律、法规，执行依法制定的政府指导价、政府定价和法定的价格干预措施、紧急措施。经营者销售商品和提供服务，应当按照政府价格主管部门的规定明码标价，注明商品的品名、产地、规格、等级、计价单位、价格或者服务的项目、收费标准等有关情况。经营者不得在标价之外加价出售商品，不得收取任何未予标明的费用。使用不合格的计量器具或者破坏计量器具准确度，给消费者造成损失的，应赔偿损失。

第十一条 【获得赔偿权】 消费者因购买、使用商品或者接受服务受到人身、财产损害的，享有依法获得赔偿的权利。

▲人身权既包括消费者的生命、健康权，也包括消费者其他人格方面的权利，如姓名权、名誉权、荣誉权等。

财产方面的损害，主要是指财产上的损失，包括直接损失和间接损失。直接损失是现有财产的减少，如财物被毁损、伤残后花费的医药费等。间接损失是可以得到的利益没有得到，如因住院不能参加劳动而减少了的劳动收入，伤残后丧失劳动能力而得不到劳动报酬等。

享有求偿权的主体是因购买、使用商品或者接受服务而受到人身、财产损害的消费者。

第十二条 【成立团体权】 消费者

享有依法成立维护自身合法权益的社会团体的权利。

第十三条 【获得相关知识权】 消费者享有获得有关消费和消费者权益保护方面的知识的权利。

消费者应当努力掌握所需商品或者服务的知识和使用技能，正确使用商品，提高自我保护意识。

第十四条 【人格尊严、民族风俗习惯受尊重权】 消费者在购买、使用商品和接受服务时，享有人格尊严、民族风俗习惯得到尊重的权利。

第十五条 【监督、批评、建议、检举、控告权】 消费者享有对商品和服务以及保护消费者权益工作进行监督的权利。

消费者有权检举、控告侵害消费者权益的行为和国家机关及其工作人员在保护消费者权益工作中的违法失职行为，有权对保护消费者权益工作提出批评、建议。

第三章 经营者的义务

第十六条 【依法履行义务】 经营者向消费者提供商品或者服务，应当依照《中华人民共和国产品质量法》和其他有关法律、法规的规定履行义务。

经营者和消费者有约定的，应当按照约定履行义务，但双方的约定不得违背法律、法规的规定。

第十七条 【听取意见、接受监督的义务】 经营者应当听取消费者对其提供的商品或者服务的意见，接受消费者的监督。

第十八条^① 【保障人身安全的义务】 经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。对可能危及人身、财产安全的商品和服务，应当向消费者作出真实的说明和明确的警示，并说明和标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法。

经营者发现其提供的商品或者服务存在严重缺陷，即使正确使用商品或者接受服务仍然可能对人身、财产安全造成危害的，应当立即向有关行政部门报告和告知消费者，并采取防止危害发生的措施。

▲经营者发现其提供的商品或者服务存在严重缺陷，即使正确使用商品或者接受服务仍然可能对人身、财产安全造成危害的，应当立即向有关行政部门报告和告知消费者，并采取防止危害发生的措施，如应当及时通过公共媒体、店堂告示以及电话、传真、手机短信等有效方式告知消费者，并且收回该商品或者对已提供的服务采取相应的补救措施。

第十九条^② 【提供真实信息的义务】 经营者应当向消费者提供有关商品或者服务的真实信息，不得作引人误解的虚假宣传。

经营者对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用寿命等问题提出的询问，应当作出真实、明确的答复。

商店提供商品应当明码标价。

▲这里的“真实信息”是指经营者提供的商品或者服务的信息不能是虚假的，也就是通过标签、说明、包装、广告以及口头方式对商品或者服务的一些宣传都必须与其商品或者服务的真实情况相符。

经营者对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用寿命等问题提出的询问，应当作出真实明确的答复。在消费者购买商品或接受服务前，让其了解有关商品和服务质量的真实情况，是消费者作出合适的消费选择的前提。而在消费者购买了商品之后，真实、明确地答复其提出的有关商品使用方法的询问，有利于消费者达到其消费目的。如果在交易过程中，经营者对消费者的询问置之不理，或作不明确的答复和虚假的说明，就没有尽到经营者应尽的义务。对由此所造成的后果，应该承担相应的法律责任。

经营者不得从事不正当价格行为：经营者不得在标价之外加价出售商品，不得收取任何未予标明的费用；不得捏造、散布涨价信息，哄抬价格，推动商品价格过高上涨；不得利用虚假的或者使人误解的价格手段，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易；不得采取抬高等级或者压低等级等手段收购、销售商品或者提供服务，变相提高或者压低价格；不得违反法律、法规的规定牟取暴利；不得进行法律、行政法规禁止的其他不正当价格行为。

^①《中华人民共和国产品质量法》第42条、第43条

^②《中华人民共和国价格法》第二章

第二十条^① 【标明真实名称和标记的义务】 经营者应当标明其真实名称和标记。

租赁他人柜台或者场地的经营者，应当标明其真实名称和标记。

第二十一条^② 【出具单据的义务】 经营者提供商品或者服务，应当按照国家有关规定或者商业惯例向消费者出具购货凭证或者服务单据；消费者索要购货凭证或者服务单据的，经营者必须出具。

▲服务单据指消费者接受经营者的服务后从经营者处取得的发票或其他书面凭据。购物凭证和服务单据的基本表现形式是发票。在商品的实际交易中，购货凭证或者服务单据具有多种表现形式，如信誉卡、购货小票、服务卡、保修卡等单据。

消费者接受经营者提供的商品或者服务后，向经营者索要发票、收据、购货卡、服务卡、保修证等购货凭证或者服务单据的，经营者必须出具，并不得加收任何费用。

消费者索要发票的，经营者不得以收据、购货卡、服务卡、保修证等代替。有正当理由不能即时出具的，经营者应当按照与消费者协商的时间、地点送交或者约定消费者到指定地点索取。经营者约定消费者到指定地点索取的，应当向消费者支付合理的交通费用。

第二十二条 【质量担保义务】 经

营者应当保证在正常使用商品或者接受服务的情况下其提供的商品或者服务应当具有的质量、性能、用途和有效期限；但消费者在购买该商品或者接受该服务前已经知道其存在瑕疵的除外。

经营者以广告、产品说明、实物样品或者其他方式表明商品或者服务的质量状况的，应当保证其提供的商品或者服务的实际质量与表明的质量状况相符。

第二十三条^③ 【三包的义务】 经营者提供商品或者服务，按照国家规定或者与消费者的约定，承担包修、包换、包退或者其他责任的，应当按照国家规定或者约定履行，不得故意拖延或者无理拒绝。

▲三包指经营者（销售者、修理者、生产者）对消费者、用户购买的商品发生质量问题后应当承担的修理、更换、退货责任。“三包”是经营者对所提供的商品或者服务承担质量保证的一种方法。

第二十四条^④ 【格式合同的限制】 经营者不得以格式合同、通知、声明、店堂告示等方式作出对消费者不公平、不合理的规定，或者减轻、免除其损害消费者合法权益应当承担的民事责任。

格式合同、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的，其内容无效。

▲在消费者消费的过程中经营者常

①《中华人民共和国产品质量法》第27条

②《关于处理侵害消费者权益行为的若干规定》第4条

③《部分商品修理更换退货责任规定》

④《中华人民共和国合同法》第53条

以格式合同、通知、声明、店堂告示等方式排除或限制消费者的权利。常见的有,“商品出售,概不退换”、“请当面选好商品,出门后概不负责”、“请勿带包入内,否则我们保留搜查的权力”以及“请自备零钱,概不找赎”等等,这些都是很常见的经营者的通知、声明、店堂告示。

至于格式合同,又叫标准化合同,指的是当事人为了反复使用而预先拟订,并在订立合同时未与对方协商的条款。在消费过程中,就是经营者为与消费者达成交易而单方面拟订的合同条款。这种条款可以简化缔约的程序,提高效率,各国包括我国法律都是允许的。但是,由于缺乏合同双方的协商,对另一方来说,要么完全接受,要么彻底放弃,别无选择。而且在实践中,制订合同的一方往往是具有业务、技术、财力等各方面优势的经营者,所以对消费者来说,并不公平。对此,法律对消费者的权利予以了保护。例如,有的产品生产厂家在随产品的“用户须知”中声明“本产品不实行三包”;或者是“用户须在购买本产品三个月内将《用户档案卡》填好后寄回,否则将不能享受三包服务”等。这些都是以格式合同的方式限制了消费者的权利。这些条款是无效的。

第二十五条 【不得侵犯人身自由的义务】经营者不得对消费者进行侮辱、诽谤,不得搜查消费者的身体及其携带的物品,不得侵犯消费者的人身自由。

第四章 国家对消费者合法权益的保护

第二十六条 【听取消费者的意见】国家制定有关消费者权益的法律、法规和政策时,应当听取消费者的意见和要求。

第二十七条 【各级政府的义务】各级人民政府应当加强领导,组织、协调、督促有关行政部门做好保护消费者合法权益的工作。

各级人民政府应当加强监督,预防危害消费者人身、财产安全行为的发生,及时制止危害消费者人身、财产安全的行为。

第二十八条 【工商部门的义务】各级人民政府工商行政管理部门和其他有关行政部门应当依照法律、法规的规定,在各自的职责范围内,采取措施,保护消费者的合法权益。

有关行政部门应当听取消费者及其社会团体对经营者交易行为、商品和服务质量问题的意见,及时调查处理。

第二十九条 【其他国家机关的义务】有关国家机关应当依照法律、法规的规定,惩处经营者在提供商品和服务中侵害消费者合法权益的违法犯罪行为。

第三十条 【人民法院的义务】人民法院应当采取措施,方便消费者提起诉讼。对符合《中华人民共和国民事诉讼法》起诉条件的消费者权益争议,必须受理,及时审理。

▲民事诉讼程序中的起诉必须符合

的条件：(1) 原告是与本案有直接利害关系的公民、法人和其他组织；(2) 有明确的被告；(3) 有具体的诉讼请求和事实、理由；(4) 属于人民法院受理民事诉讼的范围和受诉人民法院管辖。

第五章 消费者组织

第三十一条 【消费者协会】 消费者协会和其他消费者组织是依法成立的对商品和服务进行社会监督的保护消费者合法权益的社会团体。

第三十二条^① 【消费者协会的职能】 消费者协会履行下列职能：

- (一) 向消费者提供消费信息和咨询服务；
- (二) 参与有关行政部门对商品和服务的监督、检查；
- (三) 就有关消费者合法权益的问题，向有关行政部门反映、查询，提出建议；
- (四) 受理消费者的投诉，并对投诉事项进行调查、调解；
- (五) 投诉事项涉及商品和服务质量问题的，可以提请鉴定部门鉴定，鉴定部门应当告知鉴定结论；
- (六) 就损害消费者合法权益的行为，支持受损害的消费者提起诉讼；
- (七) 对损害消费者合法权益的行为，通过大众传播媒介予以揭露、批评。

各级人民政府对消费者协会履行职能应当予以支持。

第三十三条 【消费者协会的限制】 消费者组织不得从事商品经营和营利性服务，不得以牟利为目的向社会推荐商品和服务。

第六章 争议的解决

第三十四条^② 【争议解决的途径】 消费者和经营者发生消费者权益争议的，可以通过下列途径解决：

- (一) 与经营者协商和解；
- (二) 请求消费者协会调解；
- (三) 向有关行政部门申诉；
- (四) 根据与经营者达成的仲裁协议提请仲裁机构仲裁；
- (五) 向人民法院提起诉讼。

第三十五条 【消费者索赔的权利】 消费者在购买、使用商品时，其合法权益受到损害的，可以向销售者要求赔偿。销售者赔偿后，属于生产者的责任或者属于向销售者提供商品的其他销售者的责任的，销售者有权向生产者或者其他销售者追偿。

消费者或者其他受害人因商品缺陷造成人身、财产损害的，可以向销售者要求赔偿，也可以向生产者要求赔偿。属于生产者责任的，销售者赔偿后，有权向生产者追偿。属于销售者责任的，生产者赔偿后，有权向销售者追偿。

消费者在接受服务时，其合法权益受到损害的，可以向服务者要求赔偿。

第三十六条 【企业变更后的索

^①《中华人民共和国产品质量法》第23条

^②《中华人民共和国民法通则》第135-141条；《中华人民共和国产品质量法》第45条