



法律出版社

LAW PRESS · CHINA

法律帮帮丛书

常用法律问题
指引快读



法律帮帮 bang

17

王安心 陈同瑜 著

消费者 如何索赔

- ✓ 商场、商店、超市购物
- ✓ 展销会、租赁柜台消费
- ✓ 邮寄购物消费
- ✓ 网上购物消费
- ✓ 食品消费损害
- ✓ 电子产品消费
- ✓ 装修消费
- ✓ 医疗消费

- ✓ 如何协商和解
- ✓ 如何向消协投诉，要注意哪些问题
- ✓ 如何向行政机关申诉
- ✓ 如何提起仲裁
- ✓ 如何提起索赔的民事诉讼
- ✓ 如何提起索赔的刑事诉讼
- ✓ 如何收集和保存证据
- ✓ 索赔中的特殊注意事项

法律帮帮丛书

常用法律问题
指引快读



消费者 如何索赔

王安心 陈同瑜 著



法律出版社
LAW PRESS · CHINA

图书在版编目(CIP)数据

消费者如何索赔/王安心,陈同瑜著. —北京:法律出版社,2007.8

(法律帮帮丛书. 公民常用法律问题指引快读)

ISBN 978-7-5036-7593-5

I. 消… II. ①王…②陈… III. 消费者权益保护法—基本知识—中国 IV. D923.8

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第119398号

© 法律出版社·中国

消费者如何索赔

王安心 陈同瑜 著

编辑统筹 大众法律出版分社

策划编辑 韩满春

责任编辑 韩满春

装帧设计 乔智炜

出版 法律出版社

总发行 中国法律图书有限公司

经销 新华书店

印刷 北京北苑印刷有限责任公司

责任印制 陶松

开本 850×1168毫米 1/32

印张 6.125

字数 143千

版本 2007年9月第1版

印次 2007年9月第1次印刷

法律出版社(100073 北京市丰台区莲花池西里7号)

网址/www.lawpress.com.cn

电子邮件/info@lawpress.com.cn

销售热线/010-63939792/9779

咨询电话/010-63939796

中国法律图书有限公司(100073 北京市丰台区莲花池西里7号)

全国各地中法图分、子公司电话:

北京分公司/010-62534456

上海公司/021-62071010/1636

重庆公司/023-65382816/2908

第一法律书店/010-63939781/9782

西安分公司/029-85388843

苏州公司/0512-65193110

深圳公司/0755-83072995

书号:ISBN 978-7-5036-7593-5

定价:14.00元

(如有缺页或倒装,中国法律图书有限公司负责退换)

人生旅途，法伴您行

“帮帮”在手，能走捷径

人生旅途上，小到衣食住行，大到经商办企业，法律其实和每个人的生活息息相关，平静有序的生活背后，少不了法律的规范和救济。然而，人们往往只有在生活中遇到麻烦、遇到困惑，比如：人身伤害、财产损失、家庭变故、劳动纠纷、创业障碍……这时，人们才会发现——原来法律离自己如此之近。在这些困难面前，等和靠绝非良药，只有及时拿起法律的武器，主动捍卫自己的合法权益，才可能获得法律的帮助，为生活排忧解难。

在法律的世界里——世界上最遥远的距离不是生和死，而是有人受到了伤害却不知道这个利益是受法律保护的；不是不知道这个利益受法律保护，而是不知道靠什么法律来保护；不是不知道靠什么法律来保护，而是不知道如何运用这些法律来保护！

人们对法律的陌生，使得人们在寻求法律帮助的道路上举步维艰！怎样才能突破障碍？有没有捷径可循？为此，我们选取了一批生活中常见的法律问题，邀请既有法律知识、又有实际经验的法律工作者为作者，从当事人的角度出发，精心编写了“法律帮帮”丛书。

本丛书具有如下特点：

1. 按问题门类分册，使读者能够根据自己的具体问题“对号入座”，按照“面对问题、解决问题”的模式展开，保证其实用性。

2. 并非高高在上地空谈理论，也不做对现实不足的空头批判和理想状态的个人设想，而是贴近实际，选取读者最需要的“是什么”、“用什么”、“怎么办”……

3. 以最新颁布的法律法规作为解决问题的工具，力求全面收录

相关法律依据信息;选取有时代特色、有代表性的案例供读者参考。

4. 不但讲解法律实体知识,也非常重视处理问题的程序途径和方法技巧;使用流程图、公式、表格等形式方便阅读。

“法律帮帮”力争真正成为读者解决问题、排除困难、办理事务的好帮手。

我们的宣言是:

学法律,用法律;

讲操作,讲依据;

更通俗,更实际;

有图表,有案例;

重程序,重证据;

帮帮为您护权利!

自序

理性维权

在我国已经跨入 WTO 的背景下,在我们建设社会主义法治国家、创建和谐社会的过程中,消费者权益保护法——作为一部关系每个普通民众切身利益的法律,在生活中受到越来越多的人的重视。目前通过各种途径解决消费者权益争议的案例逐年增加,说明了社会的进步,人们对自身消费权益保护意识不断增强,形成了配合政府相关部门对产品和服务质量进行监督的民间力量。这势必会促使经营者维持、提高产品、服务的可靠质量,改善我国企业在国内外消费品市场的形象,改善我国消费者整体的消费环境,促进我国消费者维权事业的发展和消费者权益保护整体法律环境的进步。

我们欣喜地看到我国消费者维权意识正在提高,在消费过程中当合法权益受到侵犯时,很多消费者都已知晓维权的渠道与方法。然而与此同时,当消费者遭受消费损害进而在维护自身合法利益的过程中,却显现出在索赔问题上的某些不理智现象:一些消费者只是买到劣质产品,并没有造成更多的损害,却提出各种各样的不合理要求,盲目索要巨额赔偿;或是确实受到了一些损害,但却提出超过所受损害价值数倍的赔偿要求;还有的消费者在拿不出所需法律依据和证据的情况下,却往往要求精神损害赔偿。很多消费者在通过各种途径解决所受损害时,要么是不懂如何进行维权,要么是维权“过度”,对主张的高额赔偿无法证明该数目是如何计算出来的。

这些非理性的维权现象一方面体现了消费者个人法律素养的欠缺。很多消费者缺少对我国消费者权益保护整体法律框架的了解,把某些文章对国外消费者保护法律制度的介绍和对我国消费者保护法律体系的理论探讨当做我国现行法律的规定,进而对维权所

能达到的目标定位失误,比如根据《中华人民共和国消费者权益保护法》(以下简称《消法》)的有关规定,当经营者提供的商品或者服务有欺诈行为时,消费者可要求经营者增加商品或服务价格一倍的赔偿。而这种加倍赔偿也只是指“经营者提供的商品或服务有欺诈行为”,如果不属于欺诈,一般就是按照商品原价赔偿而已,有时会根据消费者所受伤害程度赔偿误工费、医疗费、营养费、交通费等。有的消费者则是在遭受消费损害以及进行维权过程中缺乏证据保全的知识、意识,对自己的主张无法提出相关证据,进而丧失了维权的条件。

另外,非理性的消费维权则可能影响到整体消费环境的改善。随着社会的进步、时代的发展,我们时时刻刻都在与商品和服务打交道,在这一过程中难免会出现合法权益受到损害、侵害的情况。我国已经颁布实施的一系列法律、法规,就是为规范各种市场主体的行为、维护普通消费者的合法权益。对投诉索赔范围赔偿的标准,相关法律法规有明确的规定,投诉、索赔应在法律、法规规定的范围内依法而行。非理性索赔会对正常的消费维权起到负面作用:一方面给生产者、销售者和消费者自己皆造成不必要的身心负担;另一方面也给各种维权途径下相应机关的工作造成障碍;更重要的是,超越法律、法规规定的索赔要求也不可能获得有效的支持。这样一来,受损消费者即使浪费了大量的精力、物力,最终也无法达到设想的赔偿目标。而且在诉讼维权框架下,索赔额度越巨大诉讼费用就越高,输了官司不但得不到赔偿,还要付出巨额的诉讼费;即使赢了官司,也会出现因为索赔额过高,导致所得到的赔偿费用还不够弥补诉讼费损失,从而出现“赢了官司输了钱”的情况。

因此消费者在遭受消费损害后,一方面要做好各种相关证据的保全工作,以使自己的主张有充分的证据支持;另一方面也要对我国现行的消费者保护法律制度有一个整体了解,知道哪些主张属于合理主张,哪些主张无法得到争议解决机关的支持,从而做到在索

赔过程中有理、有据。

认清误区

前文已经提到,实践当中消费者在维权、索赔时对我国现行消费者权益保护相关法律常常存在一些误区,这些误区对消费者维护自身合法权益是极为不利的。本书正文将对这些误区一一进行详细阐述,这里首先对几个典型误区做以简要介绍。

1. 所有消费都可投诉。我国《消法》第2条规定: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。所以,非此对象的消费投诉不属于消费者协会的受理范围。

2. 所有购买的商品都可投诉。在以下两种情况下,对所购买的出现问题的商品进行投诉,消费者协会不予受理:一种是超过保修期的商品;另一种是使用不当、人为造成损坏的商品。

3. 商品、服务存在欺诈的可“假一赔十”。《消法》第49条规定:“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品价款或者接受服务费用的一倍。因此,除非消费者有确切的证据证明经营者当初有过相关承诺,否则因欺诈而增加的赔偿金以消费价款一倍为限。”

4. 所有投诉都可得到精神损害赔偿。《消法》第43条规定:“经营者违反本法第25条规定,侵害消费者的人格尊严或者侵犯消费者人身自由的,应当停止侵害、恢复名誉、消除影响、赔礼道歉,并赔偿损失。所以如果没有精神损害侵权事实的发生,则消费者无权要求精神损害赔偿。”

5. 凡与消费“有关”问题都可向消费者协会投诉。有些时候消费者丢失物品首先想到的是向消费者协会投诉,但此时首先应及时向公安部门报案。当然,如果消费者在超市将物品交由存包处保

管,领取时发现物品丢失,则消费者协会可介入调解。

6. 所有投诉,消费者协会都要受理。根据相关法律、法规的规定,以下九种情况的投诉,消费者协会不予受理:经营者之间购销纠纷,消费者个人私下交易纠纷,商品超过规定的保修期和保质期,商品标明是“处理品”的(没有真实说明处理原因的除外),未按商品使用说明导致商品损坏或人为损坏的,被投诉方不明确的,争议双方曾经达成调解协议并已执行又没有新情况、新理由的,法院、仲裁机构或有关行政部门已受理调查和处理的,不符合国家法律、法规有关规定的。

7. 商品的质量纠纷由消费者协会判定。涉及质量鉴定的纠纷,只能到相关检测部门做出质量鉴定后,消费者协会才可以此为依据,借助法律规定,帮助消费者维护合法权益。

本书的主要内容首先对几种典型的消费损害形式进行详细介绍、分析,并做出相应消费提示,希望能帮助消费者尽量避免受损;另一个重点是阐述在我国现行法律框架下,消费者进行索赔维权的合法途径,各种索赔途径的具体程序、法律依据以及通过各种途径索赔应注意的问题,并帮助消费者认清各种索赔的法律误区。

真诚希望本书的写作能帮助广大消费者尽可能避免消费损害,在遭遇损害后能够有理有据进行索赔,使消费者既能维护自身的合法权益,又能实现和谐消费的目标。

目 录

自序

第一部分 基本知识

1 消费损害导论	1
2 消费损害的种类	7
2 1 消费损害基本分类	7
2 2 不同消费途径情况下的消费损害	9
一、商场、商店、超市购物	9
二、展销会、租赁柜台消费	31
三、邮寄购物消费损害	36
四、网上购物消费损害	40
2 3 不同消费对象情况下的消费损害	45
一、食品消费损害	45
二、电子产品消费损害	49
三、装修消费损害	71
四、医疗消费损害	77
2 4 虚假广告造成的消费损害	85

第二部分 消费者索赔途径

3	协商和解	90
3 1	协商和解概述	90
3 2	消费者如何协商和解及应当注意的问题	92
4	消协调解	99
4 1	消协调解概述	99
4 2	消费者投诉与消费者协会调解	102
4 3	需要注意的问题	110
5	向行政机关申诉	113
5 1	申诉概述	113
5 2	申诉程序	114
5 3	申诉程序需要注意的问题	123
6	仲裁	128
6 1	仲裁概述	128
6 2	消费仲裁的程序	132
6 3	采取仲裁方式解决消费纠纷需要注意的问题	136

7 诉讼	138
7 1 诉讼概述	138
7 2 消费者索赔的民事诉讼程序	142
7 3 消费者索赔的刑事诉讼程序	155
8 索赔特别注意事项	159
8 1 证据的收集和保存	159
8 2 举证责任	163
附录	168
附录一 相关文书的要求及格式	168
一、投诉书的要求及格式	168
二、申诉书的要求及格式	168
三、仲裁申请书的要求及格式	169
四、民事起诉状的要求及格式	171
附录二 仲裁及诉讼流程图	175
一、仲裁流程图	175
二、消费者索赔的民事诉讼流程图	177
附录三 消费索赔常用法律文件	178
附录四 各地消协通讯录	180
附录五 中国消费者协会投诉卡	182

第一部分 基本知识

1

消费损害导论

消费损害

本书中所称消费损害,是指在消费过程中,由于经营者提供的产品或服务存在缺陷,而给消费者所造成的人身损害和财产损害。

在这一定义中,消费者、经营者和消费均是在消费者权益保护法理论框架下使用的、具有特定法律意义的专业词汇,有其特定的含义。读者们在某项纠纷中为了明确自己身份是否属于消费者、遭受的损害是否属于消费损害进而在消费者权益保护法框架内进行索赔,首先应当对这几个词汇获得清晰的认识。

消费者

什么是消费者?我国消费者权益保护法(以下简称《消法》)未做明确具体的规定,只是在第2条规定:“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。”在第54条规定:“农民购买、使用直接用于农业生产的生产资料,参照本法执行。”

通常认为,消费者就是为了满足生活消费需要而购买、使用商品或接受服务的自然人,包括以下含义:

(1)消费者购买、使用商品或接受服务必须是为了满足生活需要而进行生活消费,不能是出于生产、转售、出租等营利性目的而进行生产消费。但有一个特例除外,即农民购买、使用直接用于农业生产的生产资料进行生产消费时,可参照适用《消法》,这是国家为适应我国农村生产现状、保护农民切身利益而做出的特殊例外规定。

(2)消费者仅指自然人,既包括购买商品或服务的自然人,也包括使用商品或接受服务的自然人。商品的购买者与使用者、服务的购买者与接受者有时是一致的,即购买者自己使用该商品或接受该服务;有时则不一致,如购买商品后供其他家庭成员或亲戚、朋友等使用,自己承担服务费用后由他人实际利用等。无论二者是否为同一主体,都属于消费者范畴。我们之所以把消费者界定为自然人,是因为生活消费的最终主体只能是自然人。

那么“单位(组织)”能否作为“消费者”适用《消法》受其保护呢?我国《消法》则未明确规定;国外的消费者保护法通常把消费者界定在个人范畴,明确规定单位不是消费者。在实践中我们需要区分不同情况做出不同处理:单位为生产或办公而购买、使用生产资料、办公用品或接受有关服务,应属生产消费,其权利受到侵害时,不能适用《消法》,而应按照其他法律规定如民法、合同法等得到救济;单位购买生活消费品或某种服务,但最终是用于本单位职工个人生活消费,如购进生活消费品后作为福利发放给职工个人,再如单位职工餐厅购进粮油、蔬菜等加工后供职工就餐等,职工如果因此遭受人身或财产损害,单位即所有受害职工的代表,应当作为消费者按照《消法》有关规定进行索赔或主张权利。

经营者

什么是经营者?关于“经营者”,我国《消法》、产品质量法等都未做明确的界定。一般认为,经营者就是依法成立的,专门从事商品经营或营利性服务的经济组织和个人,包括商品的生产者、销售者和服务的提供者。作为法律上的经营者,必须具备以下三个要件:

(1)必须具备合法的经营主体资格。经营者合法资格的取得,首先要具备法定实质要件,其次要履行法定形式要件即依法进行登记注册;否则不能作为经营者从事经营活动。

(2)必须专门从事商品经营(生产或销售)或服务提供。

(3)必须以营利为目的。经营者为自己谋取经济利益,其经营商品或服务的根本目的就是为了自身财产价值的增值。营利性是经营者与非经营者的最本质区别。

消费

什么是消费?消费是说,在市场经济条件下,消费对象是通过市场而获得,即通过支付代价获得。也就是说,消费者从经营者那里必须是通过交换有偿获得商品或服务,即支付了相应的代价。这种代价通常是货币,也可以是经双方约定消费者为经营者提供某种劳务或便利等。自然人不支付任何代价而接受经营者无偿赠与的商品或提供的服务,不属于消费者的范围。所以,因无偿受赠的商品或服务而致损害时,不能适用《消法》,而应按照其他法律规定如民法、合同法等得到救济。

应当指出的是,上文中,商品或服务的购买者与其使用者或接受者不一致时,购买者以及商品使用者或服务接受者都属于消费者范畴,这时尽管商品使用者或服务接受者是无偿使用商品或接受服务,但该商品或服务首先是购买者给经营者支付了对价从经营者那里有偿获得,然后由他人无偿使用或接受,而不是接受经营者的无偿赠与。

消费者的权利

消费损害中受害的主体是消费者,事实上受到侵害的是消费者的权利。消费者的权利就是消费者在购买、使用商品或接受服务时依法享有的受法律保护的利益。消费者的权利通常是法定的权利,是法律因消费者的弱者地位而特别赋予的权利,是法律赋予消费者所特别享有的权利。

我国《消法》设立专章规定了消费者的权利,从第7条至第15条共有九项:

1. 消费者的安全权

消费者在购买、使用商品或接受服务时享有人身和财产安全不

受侵害的权利。这包括两方面的内容：一是人身安全权，主要是指消费者的生命安全和消费者的健康安全权；二是财产安全权。

消费者在整个消费的过程中都享有安全权，这要求经营者提供的商品必须要有合理的安全性；经营者向消费者提供的服务必须有可靠的安全保障；经营者提供的消费场所应具有必要的安全保障，使消费者能在安全的环境中选购商品或接受服务。

2. 消费者的知悉权

消费者依法享有了解与其购买、使用的商品或接受的服务有关的真实情况的权利。

消费者的知悉权有两方面的基本内涵：消费者有了解商品和服务的权利；消费者有充分了解有关情况的权利。

3. 消费者的选择权

消费者享有根据自己的意愿自主地选择其购买的商品及接受的服务的权利。

消费者的选择权有以下几个方面的内容：消费者有权根据自己的意愿和需要选择商品和服务，其他人不得干涉；消费者有权自主地选择交易对象的经营者；消费者对经营者提供的商品或服务有权进行比较、鉴别、挑选，购买自己满意的商品或服务；消费者有权自主地做出决定，消费者可以在比较鉴别的基础上，根据自己意愿决定接受或不接受某种商品或服务，只要在挑选过程中没有造成商品损害，经营者不得强迫接受。

4. 消费者的公平交易权

消费者在与经营者之间进行的消费交易中享有获得公平交易条件的权利。

交易公平，在一般意义上，是指交易各方在交易中所获得的利益相当。在消费性交易中，就是指消费者获得的商品或服务与其交付的货币价值相当。

交易公平权首先表现在消费者应有权要求商品应当具备公众

普遍认为其应当具备的功能,即商品应有适销性;其次,消费者有权要求商品或服务的定价合理;再次,有权要求商品的计量正确;最后,交易必须在自愿的基础上发生,不能强制交易。

5. 消费者获得赔偿的权利

消费者对其在购买、使用商品或接受服务过程中受到的人身或财产损害,享有依法获得赔偿的权利。

消费者的人身及财产损害,包括以下类型:经营者未采取必要的安全措施或未提供必要安全设施而使消费者在购买商品时人身受到伤害或财产遭到损失;服务经营者采用的服务方式不当而致消费者人身或财产损害;不公平的交易条件而使消费者蒙受经济损失;消费者购买商品或接受服务时遭受经营者的侮辱、殴打或其他不公平对待,而致其人身及财产损害;商品瑕疵造成的损害;解决争议的过程中必要的费用支出。

6. 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

7. 消费者的受教育权

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。

消费者受教育权的内容主要包括两个内容:一是消费知识教育,包括与消费者正确地选购、公平交易、合理地使用消费品、接受服务有关的知识;二是有关消费者保护方面的知识,主要指消费者如何保护自己的法律知识,包括消费者权利、经营者的义务、权益受损害时如何维护等。

8. 消费者的受尊重权

消费者在购买、使用商品或接受服务时享有人格尊严、民族风俗习惯受到尊重的权利。

消费者受尊重权,首先,意味着消费者的人格权不受侵犯。人格权是公民作为一个独立的人所必须享有的受法律保护的利益,它包括生命健康权、姓名权、肖像权、荣誉权、婚姻自由权等。其次,还