

现代公民法律实用丛书



消费者权益保护法 实用案例

徐运全 / 主编

MODERN CIVIL LAW

增强法律观念 · 提高维权意识

.....常用法律 · 法规常识.....
核心提示 · 现行有效 · 案例指导 · 规范指引

内蒙古人民出版社

现代公民法律实用丛书



消费者权益保护法 实用案例

徐运全 / 主编

增强法律观念 · 提高维权意识

内蒙古人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

消费者权益保护法实用案例/赵松梅编著. -呼和浩特:
内蒙古人民出版社, 2016.7

(现代公民法律实用丛书/徐运全主编)

ISBN 978-7-204-14205-7

I. ①消… II. ①赵… III. ①消费者权益保护法-
基本知识-中国 IV. ①D923.8

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第184340号

现代公民法律实用丛书·消费者权益保护法实用案例

-
- 主 编 徐运全
编 著 赵松梅
责任编辑 马燕茹
责任校对 陈宇琪
责任监印 王丽燕
封面设计 宋双成
出版发行 内蒙古人民出版社
地 址 呼和浩特市新城区中山东路8号波士名人国际B座
网 址 <http://www.nmgrmcs.com>
印 刷 北京龙跃印务有限公司
开 本 710mm×1000mm 1/16
印 张 18.75
字 数 344千
版 次 2016年9月第1版
印 次 2016年9月第1次印刷
印 数 1—7000册
书 号 ISBN 978-7-204-14205-7/D·290
定 价 35.00元
-

目 录

CONTENTS

消费者权益与责任	1
消费者的权利	1
消费者的义务	2
维权常识	3
正确消费	4
索要发票	5
交易原则	6
消费者协会	7
强制交易	8
经营者的最低消费额	10
经营者的通知及声明	10
消费权益纠纷	11
消费权益纠纷的种类	12
消费者和经营者	13
消费维权的法律依据	14
合法权益的保护措施	15
消费者的人身侵害	16
消费者与经营者的协商	17
消费投诉	18
消费投诉的受理	19
消费纠纷调解	20
消费者维权途径	21
消费权益纠纷	21
消费投诉	22
消费投诉书	23
消费申诉	23



消费申诉书	24
消费仲裁	25
撤销仲裁裁决	26
消费维权诉讼	27
消费维权程序	27
向人民法院起诉	28
消费维权起诉状	29
消费者撤诉	31
撰写答辩状	32
诉讼权利	34
诉讼代理人	35
法庭审理	36
消费者的举证责任	37
消费案审理程序	38
消费案的上诉	39
上诉状	39
消费案的二审	41
申请强制执行	42
申请再审	43
向人民检察院申诉	43
再审申请书	44
经营者责任与侵权处理	46
经营者的义务	46
产品质量保障	48
产品质量义务	50
商家欺诈消费者的行为	51
明码标价	52
缺斤短两	53
三包	54
使用说明书	56
服装使用说明	56
日用化妆品使用说明	57
保质期与保存期	58
绿色食品	58



食品卫生	59
化妆品的生产要求	60
国家对食品广告的要求	61
国家对农药广告的要求	62
消费侵权的法律责任	62
经营者免责情形	63
消费者人身损害赔偿	64
财产损害的处理	64
缺陷产品侵权的处理	66
销售失效、变质商品的法律责任	67
生产、销售淘汰的商品的处理	67
出售未作说明商品的法律责任	68
不按规定执行明码标价的处理	69
销售商品数量不足的处理	69
不符合卫生标准的处理	70
发布虚假广告误导消费的处理	71
预收款商品出现问题的处理	72
欺诈消费者的法律责任	73
消费侵权的行政责任	74
举案说法	76
销售商广告欺诈引发消费者索赔之诉	76
商场购物车被盗引发责任之诉	78
消费者诉电影院禁止外带饮料侵权案	80
反不正当竞争纠纷案	84
出租车发生事故,旅客要求赔偿案	87
啤酒瓶爆炸致害诉讼案	89
人民医院产品责任纠纷案	91
燃放鞭炮时爆炸伤手赔偿案	94
乘车旅客受伤赔偿案	98
顾客餐厅门前摔伤赔偿之诉	102
购物卡过期引发持卡权利之争	103
顾客就餐被烫伤赔偿案	105
免费酒水造成损害谁来买单	106
买包子被火烧伤赔偿案	108



不合格菜籽油引发举证责任案	109
附 录	111
中华人民共和国消费者权益保护法	111
中华人民共和国产品质量法	121
欺诈消费者行为处理办法	131
工商行政管理部门处理消费者投诉办法	135
中国消费者协会受理消费者投诉规定	139
关于处理侵害消费者权益行为的若干规定	143
中华人民共和国进出口商品检验法	145
中华人民共和国价格法	149
中华人民共和国计量法	155
中华人民共和国广告法	159
中华人民共和国药品管理法	172
中华人民共和国食品卫生法	186
洗染业管理办法	218
中华人民共和国种子法	222
中华人民共和国反不正当竞争法	238
国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定	243
3C 认证认可条例	248
价格违法行为行政处罚规定	258
化妆品卫生监督条例	262
中华人民共和国农药管理条例	266
旅行社管理条例	274
部分商品修理更换退货责任规定	283
零售商促销行为管理办法	286
移动电话机商品修理更换退货责任规定	289

消费者权益与责任

消费者的权利

消费者的权利是指消费者在购买、使用商品或者接受服务过程中,依法享有的受法律保护的利益。消费者的权利作为消费者利益在法律上的体现,是《消费者权益保护法》的核心内容。我国《消费者权益保护法》明确赋予了消费者以下权利,为消费者在遭受损害时获得保护提供了法律依据。

(一)安全保障权。安全保障权是指消费者在购买、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。消费者的人身安全包括健康不受损害和生命安全有保障;消费者的财产安全是指消费者在消费商品或者接受服务时所享有的财产安全不受损害。

(二)知悉真情权。知悉真情权是指消费者享有知悉其购买、使用的商品和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、主要成分、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、费用等情况。知悉真情权是消费者选择购买商品或者接受服务时决定取舍的依据。

(三)自主选择权。自主选择权是指消费者在消费时享有自主选择商品或者服务的权利。它包括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;自主选择购买商品或者接受服务的时间和地点;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种服务。

(四)公平交易权。公平交易权是指消费者在购买商品或者接受服务时,有获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件的权利。消费者有权拒绝经营者的强制交易行为。公平交易要求交易双方应自愿平等、等价有偿、诚实守信。

(五)获得赔偿权。获得赔偿权是指消费者因购买、使用商品或者接受服务受到人身、财产损害时,享有依法获得赔偿的权利。

(六)依法结社权。依法结社权是指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。消费者协会是我国依法维护消费者合法权益的主要社



会团体,其宗旨和任务是引导消费者合理消费,支持消费者正当消费,维护消费者的合法权益。各级人民政府对消费者协会履行职能予以支持。

(七)获得知识产权。获得知识产权是指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。其内容包括有关商品和服务的基本知识、有关消费市场的基本知识、有关消费经济学的基本知识等。一方面,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,提高自我保护意识和自我保护能力。另一方面,国家在有关商品及服务知识的普及和提供情报、信息、有关生活知识的普及等方面,应当采取必要的措施,对消费者进行宣传和教育。

(八)维护尊严和民族习惯权。维护尊严和民族习惯权是指消费者在购买、使用商品和接受服务时,享有其人格尊严、民族风俗习惯得到尊重的权利。经营者不得对消费者辱骂、强行搜身、殴打等,对各民族的消费者的风俗习惯都要给予尊重。

(九)监督批评权。监督批评权是指消费者享有对商品和服务以及保护消费者权益工作等进行监督、批评、建议的权利以及对违法行为进行检举、控告的权利。消费者有权对经营者提供的商品及服务的质量、数量、价格及经营者的经营态度、服务作风进行监督;有权检举、控告经营者侵害消费者合法权益的行为和国家机关及其工作人员在保护消费者合法权益工作中的违法失职行为;有权对消费者权益保护工作提出批评或建议。

消费者的义务

消费者在购买、使用商品或者接受服务时,除享有法律规定的权利外,还应当履行以下义务:

(一)遵守法律、法规和社会公德。消费者合法权益的实现应建立在遵守法律和社会公德的基础之上。如果消费者为单纯强调自己的权利而忽视自己的义务,那么,这样的权益就不是正当的权益,也就不能得到法律和社会的保护。

(二)爱护商品,尊重经营者的劳动和服务。消费者在购买商品时,不可恣意挑选,不加爱护,更不可随意损坏,否则要承担赔偿责任。消费者与经营者的法律地位是平等的。消费者应尊重经营者的劳动和服务,否则,消费者的合法权益将难以得到保障,公平对等原则也将难以实现。

(三)按照说明书正确安装、使用和维护商品,按照服务规则接受服务。否则,因使用不当而损坏商品或者招致人身损害的,由消费者自己承担责任。

(四)依法投诉或者起诉,并承担相应的举证责任。消费者因权益纠纷起诉



或者投诉时,要忠于事实,不弄虚作假、任意扩大损害的程度或隐瞒损害的真实原因,同时,要承担提供损害的商品、人身受到损害的实证和医疗单位出具的证明、商品的发票等证据的责任。

维权常识

《消费者权益保护法》赋予了消费者在消费过程中获得有关知识的权利。为了更好地消费和维护自己的合法权益,消费者应当掌握以下基本知识:

(一)消费知识

消费知识是指消费者在进行消费活动过程中所应掌握的与商品或者服务有关的基本知识。它主要包括有关商品和服务的基本常识,如选购电器的常识、选购食品的常识、选购贵重物品的常识等;有关市场的基本知识,如消费者在购买商品或者接受服务之前应当进行市场调查,了解市场上商品或者服务的种类、价格、质量、行情等;有关消费观念、态度的基本知识,如消费者的消费方式、消费水平要与国民经济发展水平、个人的收入水平相适应,消费比例的分配要适当,要抵制不良的消费方式和消费行为等;有关国家法律、法规规范消费者行为的内容;有关消费经济学的基本知识等。

(二)消费者权益保护方面的知识

消费者权益保护方面的知识主要是指有关消费者权益保护的法律法规和政策,消费者权益保护机构、保护途径、保护方法以及消费者与经营者发生争议的解决办法等方面的知识。它主要包括有关保护消费者合法权益的法律规定,如《消费者权益保护法》《产品质量法》《价格法》《食品卫生法》《商标法》《民法通则》《刑法》等;有关保护消费者权益的机构,如工商、物价、卫生、质量技术监督、商检等政府职能部门,消费者协会等社会监督部门,人民法院、人民检察院等法律监督部门,等等;有关消费者与经营者发生纠纷的解决途径,如当消费者在购买或者接受服务受到损害时,有权向有关部门反映、向消费者协会投诉、向仲裁委员会申请仲裁、向人民法院提起诉讼,等等。

为保障消费者获得有关知识的权利的实现,国家应为消费者提供机会,创造条件,普及商品及服务知识,提供情报、信息等。经营者应主动向消费者宣传、介绍产品及与产品有关的知识。消费者自己也应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,变被动消费为主动消费。



正确消费

人们每天都在消费,购买商品被看作是一件很平常的事情。其实,消费者在购买商品时却大有学问。掌握正确的方法,了解必要的知识,不仅可以保证消费者买到称心如意的商品,还可以保证消费者的合法权益不受到侵害。消费者在购买商品时应注意以下问题:

(一)购买商品时要注意商品和包装上的各种标志和标识,不买无厂名、厂址、说明、价格、质量、生产日期、有效期限等标志的商品。有些商品只标注了笼统的名称,没有详细的厂名、厂址和电话号码,这类商品一旦出了问题,消费者很难找到生产厂家,也无法要求索赔。有些商品全部是外文说明,没有一个中文汉字,这样的商品也不要轻易购买,只有在弄懂了外文说明的内容后再购买,才是较为明智之举。还有些商品只标明了保质期,但却没有标明出厂日期,那么,这样的保质期也就没有了任何意义。

(二)购买耐用消费品时,不要轻易购买“处理品”。处理的耐用消费品有一些是达不到法定质量标准,但仍有使用价值的、不影响人身安全和健康的商品,经过有关部门批准,可以以“处理品”按质定价销售,但要求在商品或者包装上标出“处理品”的字样。由于“处理品”的质量很难得到保障,也不属于“三包”的范围,所以,消费者在购买时一定要谨慎。消费者在购买耐用消费品时,要向经营者索要发票和包修、包换、包退的凭证,在购买彩电、电冰箱、洗衣机等电器产品时,要当面通电试机。

(三)购买消费品时应尽可能到正式经营的场所去购买,要注意所购买的商品是否是公开销售、明码标价的商品。一些小商小贩无照经营,其本身就是非法的,消费者购买了他们销售的商品,权益受到损害时很难得到维护。不要购买国家规定禁止流通的物品,对所谓内部销售的商品,要谨慎购买。购买的商品应当明晰标价,价格合理,避免受到价格欺诈。

(四)注意鉴别伪劣商品。消费者应当知晓,有下列情形之一的,属于伪劣商品:1. 失效、变质的商品,如过期的食品、药品等;2. 不符合产品说明、包装上注明的产品标准或主要成分的商品。如某种商品包装上注明该产品为省优、部优产品,但事实上该产品认证并未完全达到此标准;3. 冒用优质或认证标志和伪造许可证标志的商品;4. 掺杂使假、以假充真、以次充好的商品;5. 国家有关法律、法规禁止生产、销售和明令淘汰的商品;6. 无检验合格证的商品;7. 没有用中文标明商品名称、生产厂名和厂址的商品;8. 限时使用而未标明生产时间或失效时间的商品;9. 实施生产许可证管理而未标明许可证编号和有效期的



商品;10. 无中文使用说明的商品,商品的名称可以使用外文,但其使用说明必须使用中文;11. 属于处理品(含次品、等外品)而未在包装等显著部位标明“处理品”字样的商品;12. 剧毒、易燃、易爆和使用不当容易造成本身损坏或可能危及人身、财产安全而无警示标志或警示说明的商品;13. 在包装上伪造产地、伪造或冒用他人厂名、厂址的商品。

(五)购买预交货款的商品,要注意以下几个问题:1. 注意了解生产或销售该商品的经营者的信誉和商品的质量情况。对于信誉无保证、厂址不详、无正式合同的经营者的,不要轻易预交货款。特别是预购大件商品,消费者最好要事先了解该商品生产厂家的生产能力或销售单位的进货渠道。2. 认真签订预购订货合同。在合同中,应明确购买方和供货方的权利与义务以及相互之间应承担的责任,一旦出现了问题和纠纷,双方都可以以合同为依据,要求对方赔偿自己所受到的损失。3. 严格履行合同。消费者虽然是社会保护的主体,但与经营者签订了合同后,就要严格履行合同,如按时付款、按时提货、按时缴纳定金等,否则也要承担因不履行合同而导致的法律责任。

(六)不要轻易相信广告宣传。消费者对广告宣传要认真加以分析,在还没有了解商品可靠信息之前,不要轻易购买商品或者邮购商品。

(七)消费者在购买商品的过程中,合法权益受到侵害时,应及时向有关国家机关或消费者协会反映情况,积极主张自己的权利,维护自身的合法权益。

索要发票

我国《消费者权益保护法》第二十二条规定:“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。”这一规定表明,消费者有向经营者索要购货凭证或者服务单据的权利,经营者有向消费者提供购货凭证和服务单据的义务。

购货凭证是指商品的经营者在向消费者出售商品后,为消费者出具的证明买卖行为已履行的书面凭证。服务单据是指服务的提供者在向消费者提供服务后,向接受服务的消费者出具的证明服务行为已履行的书面凭证。发票、收据、保修单等是购货凭证和服务单据的通常表现形式。购货凭证和服务单据具有十分重要的意义。它们不仅是确定经营者税务负担或者据以统计经营者销售数额或服务数量的依据,更重要的是能够记载买卖行为和服务行为的基本内容,证明行为的履行情况等,特别是为消费者与经营者日后可能发生的消费者权益纠纷的处理,提供一个基本的依据。因此,消费者购买商品或接受服务应



应当向经营者索要发票。值得一提的是,有些消费者在购买了商品或者接受了服务以后,往往怕麻烦,不向经营者索要单据或凭证,还有一些消费者因消费的数额较小,不好意思向经营者索要单据或凭证。其实,这样的做法都是错误的,它不仅不利于保证国家的税收,也不利于消费者自身权益的维护。如果消费者在购买商品或者接受服务时,合法权益受到了损害,缺少了购货凭证和服务单据,就无法主张自己的权利。因此,消费者不要只到了发生消费者权益纠纷时,才意识到一纸小小凭证和单据的重要性。

在一般情况下,经营者应当依据国家法律规定或者商业惯例,主动向消费者出具购货凭证或者服务单据。但消费者主动索要购货凭证或服务单据时,即便国家法律、法规和规章没有做出经营者必须出具购货凭证或服务单据的强制性规定,并且按照一般的商业惯例也不必主动出具的,经营者仍负有出具有关凭证和单据的义务。对于消费者提出的索要购货凭证或服务单据的要求,经营者不得拒绝,更不得以任何理由予以刁难、讽刺或者斥责。

交易原则

经营者与消费者的商品交易,是一种平等主体之间的活动,应当遵循一定的原则。我国《消费者权益保护法》第四条规定:“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。”这一规定表明,经营者与消费者进行交易,应当遵循以下原则:

(一) 自愿原则

自愿是指消费者在购买、使用商品或者接受服务等交易过程中,享有意志自由,可以充分自主地表达自己的真实意愿,不受任何强迫、胁迫或欺诈。自愿原则表明,消费者有权根据自己的意志和利益,决定是否进行某种交易活动;有权根据自己的意愿选择提供的商品或者服务的经营者、商品品种、服务方式等;消费者的行为不受任何方式的强制或欺诈。

(二) 平等原则

平等是指消费者和经营者在交易活动中地位平等,互不隶属,同为享有独立人格与法人资格的平等民事主体。平等原则表明,消费者与经营者在交易过程中,法律地位完全平等,经营者在交易过程中,不存在行政上的特权,即使是具有一定行政职能的公用事业单位,与消费者之间也不存在行政上的隶属关系,任何消费者和经营者都不得实施不公平交换和不公平竞争的行为;消费者和经营者在交易过程中,必须平等协商,任何一方都不得将自己的意志强加给另一方。



(三) 公平原则

公平是指在交易活动中,经营者与消费者的权利义务应当基本相当。公平原则表明,消费者与经营者进行交易,在享有权利和承担义务上不得显失公平,更不能一方只享有权利,而另一方只承担义务;消费者有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易的条件;消费者在交易过程中,人身、财产受到损害时,有权获得赔偿。

(四) 诚实信用原则

诚实信用是指经营者和消费者进行交易活动时,应当诚实、守信,并以善意的方式行使其权利,不得规避法律和双方的约定。诚实信用原则表明,经营者对消费者应当诚实不欺,恪守承诺,讲究信用;经营者和消费者不得以损害他人利益为目的而滥用法律赋予的权利;经营者和消费者应以诚实信用的方式履行法定义务和约定义务。

消费者协会

消费者协会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。从法律性质上来讲,消费者协会属于半官方性质的社会团体。我国设立中国消费者协会和地方各级消费者协会。中国消费者协会于1985年1月12日由国务院正式批准成立。省、自治区、直辖市、地区、县设立地方消费者协会。县以下乡镇或者街道设立消费者协会的分会。在大型社区、大学校园、集贸市场等消费者聚居区,设立消费者协会的基层组织。目前,各级消费者协会一般由政府有关部门,如国家工商行政管理部门、技术监督部门、商检部门、物价部门、卫生部门、商业部门、政法部门等会同工会、妇联、共青团、文联等共同发起设立,由新闻机构、社会各方群众代表参加,经同级人民政府批准后,办事机构挂靠在同级工商行政管理局。其各级会长一般由同级工商行政管理部门领导担任,办事机构的编制、经营人员、办公设施等主要由同级工商行政管理部门解决。

消费者协会的任务是对商品和服务进行社会监督,保护消费者的合法权益。这一任务通过行使其职能得以实现。根据我国《消费者权益保护法》第三十七条规定,消费者协会履行以下职能:

(一) 向消费者提供消费信息和咨询服务。其中,消费信息主要包括商品和服务在市场中的存在状况、发展趋势以及提供者的一系列情况和资料等。如市场行情、商品价格、产地、生产者、性能、用途、服务等。咨询服务是消费者协会针对消费者的询问,回答有关消费以及消费者权益保护方面的问题。消费者协



会可以采用多种形式,如公开宣传、举办讲座、举办知识竞赛、开办培训班等,为广大消费者提供尽量多的消费信息及咨询服务。

(二)参与有关行政部门对商品和服务的监督、检查。消费者协会可以应行政机关的邀请,参加有关行政监督、检查,也可以依据《消费者权益保护法》主动要求参加有关行政部门的监督、检查。消费者协会的这一职能,不仅可以使其更充分地了解有关商品和服务情况,还可以督促有关国家机关认真履行职责。

(三)就有关消费者合法权益的问题,向有关部门反映、查询,提出建议。有关消费者合法权益的问题,是指在消费领域中与消费者合法权益相关的所有问题。就这些问题,消费者协会有权向国家有关部门调查、了解情况,有权将保护消费者合法权益方面存在的问题向有关部门反映、通报,有权向国家行政机关提出保护消费者合法权益的建设性意见和建议。

(四)受理消费者的投诉,并对投诉事项进行调查、调解。对于消费者的投诉,消费者协会在查明事实的基础上,尊重消费者和经营者的意愿,有权进行调解,促使双方达成协议,依法公平地解决纠纷。

(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。消费者协会在解决消费争议过程中,遇到专门性技术问题,应当请求鉴定部门予以鉴定,并有权获知鉴定结论。

(六)就损害消费者合法权益的行为,支持受害的消费者提起诉讼。对于消费者的投诉,经调解不能达成协议的,消费者协会应当支持受害的消费者向人民法院提起诉讼,并对其提起诉讼给予帮助。

(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。大众传播媒介主要是指广播、电视、报纸、刊物等。大众传播媒介具有及时、公开、传播速度快、范围广、社会影响大等特点。消费者协会可以利用这一手段,充分发挥监督作用,在保护消费者合法权益不受侵犯或者及时处理消费者权益纠纷的同时,促使经营者、生产者和提供服务者提高认识,尊重消费者的合法权益,纠正违法行为。

强制交易

强制交易是指经营者违背消费者的意愿,采取各种手段,强行推销产品或者服务的行为。强制交易行为违背自愿、平等、公平、诚实信用原则。我国《消费者权益保护法》第十条第二款规定:“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。”



拒绝强制交易首先是消费者选择权的一种体现。消费者享有自主选择商品或者服务的权利。然而,现实生活中,许多经营者利用其行政管理者的身份以及其垄断、优势地位,迫使消费者购买自己不需要的商品,严重地侵害了消费者自主选择权。其次,拒绝强制交易也是消费者公平交易权的一种体现。消费必须基于消费者自愿,经营者不得强迫进行。如果经营者提出的交易条件不公平,消费者可以拒绝交易,以使自己免受损害。

根据有关规定,消费者有权拒绝以下强制交易行为:

(一)政府或其所属职能部门滥用行政权力,强行干预消费交易,强迫消费者购买某一经营者的某种商品或者接受某种服务的行为。一些行政主管部门甚至以行业限定消费者必须购买自己的商品。如消防部门要求建筑单位购买其指定的厂家的消防器材;交通管理部门要求车主在其指定的维修部门维修车辆等。对此,我国《反不正当竞争法》第七条规定:“政府及其所属部门不得滥用行政权力,限定他人购买其指定的经营者的商品,限制其他经营者正当的经营活动。”对于上述违法行为,消费者均有权予以拒绝。

(二)公用企业或者其他依法具有独占地位的经营者,利用其垄断地位和经营优势,强迫消费者购买自己的商品或者接受自己的服务。如电信局在安装电话的过程中,要求消费者必须购买其提供的电话机;电力部门要求用户必须使用某经营者生产的电表;煤气部门要求用户必须使用某经营者生产的煤气表,等等。对此,《反不正当竞争法》第六条做了禁止性规定:“公用企业或者其他依法具有独占地位的经营者,不得限定他人购买其指定的经营者的商品,以排挤其他经营者的公平竞争。”对于上述违法行为,消费者也有权予以拒绝。

(三)经营者向消费者出售某一商品时,强行要求消费者同时购买其他商品,即所谓“搭售”。

(四)经营者向消费者提出不合理的要求作为交易成立的条件。如要求消费者不得购买其他经营者的商品等。

(五)经营者利用邮购、预售、分期付款、上门推销等方式,限制消费者的自主选择权,进行强制交易的。

(六)经营者以暴力、胁迫等方式强迫消费者接受其商品或者服务。如经营者对表示不购买其商品的消费者辱骂、殴打,并强行要求消费者购买其商品;经营者采取各种手段,在消费者接受了其商品或者服务后,强迫消费者支付高价,接受劣质商品或者服务等。

对于强制交易行为,消费者有权予以拒绝,必要时,可由有关国家机关对强制交易的经营者予以查处。经营者以暴力、威胁等手段强卖商品或者强迫他人接受服务,情节严重的,处3年以下有期徒刑或者拘役,并处或者单处罚金。



经营者的最低消费额

目前,一些经营者在向消费者提供服务时,规定了最低的消费标准,并迫使消费者接受下来,这种做法在消费者中产生较大的影响,引起了许多消费者的不满。那么,经营者规定最低消费额是否合法呢?我国《消费者权益保护法》第九条第一款规定:“消费者享有自主选择商品或者服务的权利。”该条第二款还规定:“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。”上述规定表明,消费者有权依据自己的经济情况、兴趣爱好等决定自己将购买、使用的商品或者接受的服务,其消费行为不受来自各方面的干扰、限制和影响。经营者规定消费者的最低消费额,实际上是限制了消费者对商品或者服务的自主选择权。这种对消费者消费行为的干涉和阻挠,限制了消费者的选择范围,侵犯了消费者的合法权益,是一种违法行为。

在现实生活中,消费者在消费过程中的自主选择权有时很难实现。经营者往往利用自己在消费活动中的优势,规定商品或者服务的最低消费额或一些其他的条件,使得消费者在这些商品或者服务面前别无选择。由于这个最低消费标准是由经营者单方决定的,根本没有反映消费者的任何意志,这就与自愿、公平的市场环境和消费要求极不协调。如果对这种侵犯消费者合法权益的现象不及时予以制止和打击,经营者为了满足自己的利益要求,纷纷采取这种做法,那么终会有那么一天,消费者真的是只能忍受而别无其他选择了。

经营者的通知及声明

经营者的格式条款、通知、声明、店堂告示等只有在完全符合规定时才是合法有效的,才可能对消费者产生一定的影响。我国《消费者权益保护法》第二十六条第二款规定:“经营者不得以格式条款、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。”该条第二款还规定:“格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的,其内容无效。”上述规定表明:

(一)经营者可以利用格式条款、通知、声明、店堂告示等形式进行经营活动。

(二)格式条款、通知、声明、店堂告示等必须符合平等、自愿、公平、诚实信用的原则,其内容不得对消费者做出不公平、不合理的规定,否则,就会因严重