

丛书主编 / 高秀峰

最新法庭辩论丛书

民事卷

英雄死后的沉重官司

主编 / 谢庆

警官教育出版社

最新法庭辩论丛书 (民事卷)

英雄死后的沉重官司

丛书主编 高秀峰
主 编 谢 庆
副主编 朱 筠

撰稿人

(以姓氏笔画为序)

王孝春	王建平	王秋潮	王碧清	井志友
田 旷	白军民	刘长征	许小平	牟 岩
任国峰	肖 平	佟文忠	谷辽海	李 力
李 玫	李 杰	李宝华	李 涛	李瑞锋
吴建如	周 勇	周海燕	陈燕华	邱宝昌
杨 进	昌伶芬	顾一心	胡敦鳞	郑 斌
唐希媛	耿万海	高 峰	龚恩敏	陶章启
彭雪峰	臧 炜			

图书在版编目(CIP)数据

英雄死后的沉重官司/谢庆主编. - 北京:警官教育出版社,

1998.10

(最新法庭辩论丛书:民事卷/高秀峰主编)

ISBN 7-81062-068-1

I.英… II.谢… III.民事诉讼-律师-辩护-中国-汇编

IV.D926.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 33899 号

最新法庭辩论丛书(民事卷)

英雄死后的沉重官司

ZUIXIN FATING BIANLUN CONGSHU

丛书主编 高秀峰 主编 谢庆

出版发行:警官教育出版社
地 址:北京市西城区木樨地公安大学 368 信箱
邮政编码:100038
经 销:新华书店
印 刷:中国青年出版社印刷厂

版 次:1998 年 12 月第 1 版
印 次:1998 年 12 月第 1 次印刷
印 张:13.25
开 本:850 毫米 × 1168 毫米 1/32
字 数:350 千字
印 数:0001 册 - 2100 册

ISBN 7-81062-068-1/D.418

定 价:14.50 元

本社图书出现印装质量问题,由发行部负责调换

联系电话:(010)63274348

版权所有 翻印必究

amil: cpep@public.bta.net.cn

前 言

现在都言“律师热”。

报载：自 1986 年我国开始举办全国律师资格考试以来，律考渐为中国大地上的一個热点、高点，几乎热及中华的每一角落，盛行十余年而不衰。

据称，在目前全国 15 类专业、热业资格考试中，除注册会计师资格考试以外，律师资格考试可以说是影响最大、参考人数最多（近两年每年均已超出十万之众）、刺激性最强的资格考试，尽管这类资格考试是最难过关的。

这只是从一个方面对“律师热”所作出的质证。

毫无疑问，律师俨然已成为一种不可或缺的社会主体：“律师热”便折射出人们的价值取向。

还有一个证明是 1997 年初编者曾编辑出版过《法庭舌战》和《雄辩》两本书。以当代律师辩护词、代理词精选为内容的这两本书出版发行以后，竟在社会各界引起那么强烈的反响。几个月内，印刷的几万册便发行告罄。后来，连续不断地有许多读者或书信或电话求购，未能如愿以偿而啧啧惋惜之余，热诚希望能将两书再版发行。这说明了读者对律师法庭舌战的兴趣，自然，也是对此类

图书内容和编辑方式的认同。

当历史翻到新的一页，我们欣喜地看到，在过去的一年里，我国的律师事业又有了长足的、令人瞩目的发展；其象征着这发展的不仅是律师工作人员已达到十万余人，律师机构发展到八千四百多家，律师的业务领域又向纵深拓展了一步，而且，他们的热业水平，也在介于形形色色的复杂而艰难的案件中得到充分的体现。于是，我和我的中国律师报的同事们便想，与其重炒旧饭填充部分读者的一时之饥，倒不如另起炉灶，为大家开辟一片崭新的阅读天地——这便萌发编辑这套《最新法庭辩论丛书》的念头。

感谢警官教育出版社的大力支持，终于使这套丛书顺利出版。

这套丛书，以案例性质分为刑事、民事、知识产权、经济、海事海商、行政，计6类6册。应该说，收集在丛书中的辩护词、代理词的作者大都是在当地以至国内有影响的名律师；所选案例，又基本上都是曾在社会上引起过轰动，案情复杂典型，法庭辩论激烈，有一些还是争论不休且带有判例性质的。为使读者能得到一个完整的印象，每一案例的开头都有案情简介，以下第为辩护词、代理词、判决书（调解书、裁定书）、律师辩护代理思路，最后是与大家相识于丛书的律师小传。照此顺序依次说来，每一案件的来龙去脉、是非曲直，便大体盘活于读者脑中

了。

法律面前人人平等，法律面前律师平等。但是，平等的律师在法庭辩论中所显示的才能却有高低上下之分。虽然，案中当事人的胜负最终取决于审判机关的裁决，然而律师探微索隐的严谨态度，旁征博引的渊博知识，恢宏恣肆的雄辩才能，却不能不说是公正的判决起到了举足轻重的推进作用。

力求把精美的精神产品奉献给律师、准备当律师的学子或对法律、对律师的法庭辩论风采情有独钟的读者诸君，是我们全体作者、编者的善良愿望。

高秀峰

1998年5月1日

目 录

“大阳”车风波 1

这是发生在江苏南通,自《中华人民共和国消费者权益保护法》施行以来,全国首例消费者群体联合状告诸多经营者的系列集团大诉讼。

请看这起轰动全国的诉讼案中的数百名消费者,怎样在律师的帮助下将恒通公司等商家推上法庭,最终赢得了胜利。

一波三折“官告民” 34

包头电话用户邓成和为来历不明的41.65元电话费,愤然投书新闻媒体,招惹了一场轰动全国的、与包头市邮电局长达4年之久的名誉侵权“马拉松”官司。

千里诉讼为自尊 68

也许您听说过题为《乐极生悲》的连环画引发的官司,但您知道原告律师为追求真理舌战于法庭的雄姿吗?

两张遗照与10万元索赔 90

唐山大地震夺去了王青云的生身父母。二十年后，王青云找到了两张父母的遗照。万万没有想到，翻版放大时却被摄影公司遗失了……我国首例因侵犯财产权请求精神损害赔偿的诉讼由此拉开帷幕。

解晓东“义演”与“新闻侵权” 106

解晓东与记者对簿公堂，索赔名誉损失百万元。官司打得不可开交，法庭辩论异彩纷呈，最后结果出人意外。

卡式炉爆炸 130

这是社会公认的国内人身伤害案件中第一起获得精神损害赔偿的案件。

伪劣产品卡式炉爆炸的一声巨响，打碎了17岁少女贾国宇灿烂的青春梦想。律师在法庭上慷慨陈词：谁毁坏我们老百姓美好幸福的生活，我们就应该砸掉谁手中的饭碗！

海南“绿洲大厦”引发连环案 144

合建“绿洲大厦”的合同签订了四年，却不见耸立的高楼，反而引发了一起连环官司。

请看原告律师如何舌战群雄。

“错婴事件”与确认血亲 167

喜生贵子，却又骨肉分离。

这起发生在徐州的因“错婴事件”引发的确认血亲关系的官司，不仅当时轰动了全国，其律师的代理词至今读来仍觉痛快淋漓。

张大千《仿石溪山水》画拍卖之争…………… 180

这是一起令拍卖界、艺术界、法律界、新闻界都很关注的因拍卖名画而引发的讼争。

105万元人民币竞买成交的张大千的《仿石溪山水》名画，究竟是真迹还是赝品，因两位国家级鉴定专家出具了两种相反的鉴定意见书而引来一场纠纷。

请看拍卖公司的律师如何据理力争，赢得胜诉。

英雄死后的沉重官司…………… 196

王连全舍己救人的壮举感动了无数人。然而，王连全连救了三人被大海无情地吞没后，一被救者却否认了英雄的壮举。

日照市的律师伸出友谊之手进行法律援助，代理英雄的父母愤然登上法庭……

销售走私烟该不该双倍赔偿…………… 203

销售走私烟是不是出售假货？购买者能否双倍索赔？

请看律师怎么说,法院怎样判。

《最后一个匈奴》的最后命运 212

小说《最后一个匈奴》所描写的“曹国舅”这个人物的部分情节,引发了一场轰动社会的名誉侵权之争。

请看这两位交往过密的同事及各自的代理律师怎样两审“过堂”。

一起特殊的侵权赔偿纠纷 236

强烈的高压电流把9岁学童小周旭电击为30%的伤残率。律师代理起诉,将三家被告拉上法庭。

且看此案怎样了结。

爱心捐款哪儿去了 249

这起发生在西安的我国首例因爱心募捐引发的民事纠纷,接连被国内的众多媒体爆炒。但是,如果没有律师的仗义之举,那笔凝聚着爱心的社会捐款,还不知能否回到患儿的手中。

这个责任该谁负 259

深圳蛇口花果山住宅小区内的游乐设施年久失修,导致在此玩耍的3岁幼童从滑梯上跌落造成重伤。

责任应该由谁承担?请看律师们如何拨开迷雾。

烫伤十年后的曲折诉讼 303

十年前，一锅浇在脸上的热汤面，为年仅3岁的小李单埋下了不幸的种子——严重毁容，终身伤残。

十年后，伤情加重了。于是，李单走上了法庭。代理律师说：本案没有超过诉讼时效！

烈火无情法有情 316

燃烧在建筑公司民工宿舍的一场无情烈火，使山东青年朱怀娟身体二度烧伤。两次住院，五次手术，全身疤痕累累，多个手指功能丧失……直到两年后，才通过青岛律师的法律援助，诠释了法律和人间真情。

正当的舆论监督受到了法律保护 328

海口市某人弄虚作假骗购“解困房”，《海口晚报》发表文章予以披露和批评，前者控告后者侵犯名誉权。公正的法律和律师宣告：正当的舆论监督受法律保护。

加拿大公民在中国追索遗产案 341

一个价值十几万元的存折。

是赠与，还是委托代管？没有法律上的依据，没有死者的遗嘱，能将他人的财产据为己有吗？

律师的代理和法院的判决会告诉你这一切。

哥们儿,该不该喝王子啤酒..... 351

只经过两个小时培训的评委,将十个不同品牌的啤酒品出高低,扬州的王子啤酒名落孙山。《扬州消费报》上一篇《哥们儿,喝什么样的啤酒?》报道了这次评比结果,一场名誉权之争随之而来。

且看律师如何为“王子”讨回公道。

80手股票错账..... 370

由于证券部的报单失误,陈治华的股东账户上多出了80手四川金顶股票,陈将其全部卖出,却不料造成亏损。围绕着亏损部分该由谁来承担、证券部将陈治华账上的其他股票强行平仓以收回资金的是非等问题,股民和证券代理商之间展开了一场纷争。

关于某电信局有无服务欺诈的辩论..... 386

电话用户隋莉以她艰难的抗争,把处于垄断地位的电信局推上了被告席。她的诉讼请求虽然没有得到全部支持,但关于服务欺诈的思考却令人回味。

“大阳”车风波

【案情简介】

1994年12月5日,江苏省南通市公安局、交通局、城乡建委、城管办为缓解市区道路拥挤状况,联合发出《通告》,明确规定“市区主要街道禁止摩托车、轻便摩托车通行”。为限制摩托车、轻便摩托车发展,南通市公安局车管部门,早在1994年9月,就已停止为其发放机动车牌照。

1995年2月至4月间,南通市恒通实业有限公司(以下简称恒通公司)等近20个商家,利用南通市市民急于求购助力车的消费心理(当时买助力车不受申领牌照等限制),同时采用虚假广告、虚假宣传、虚开发票等欺诈手段,误导两三千名消费者,将河南洛阳生产的“大阳”DY50ⅢA轻便摩托车当作“助力车”购买。

1995年4月上旬,南通市新闻媒介传出了“大阳”车不是助力车的消息。与此同时,南通市公安交警支队也发出通告:“大阳”车属轻便摩托车类,一律不发机动车牌照并禁止通行。为此,上当受骗的消费者们在找商家要求退车遭无理拒绝后,又联名向南通市政府有关部门及南通市消费者协会投诉,未能如愿。于是形成“大阳”车风波。

1995年7月25日,南通天业律师事务所在《南通日报》发表“统一接受委托,代理集团诉讼”的声明。如一石击水,同年8月6日,葛炳富、李建明等数百名“大阳”车消费者正式委托天业律师事务所向南通市中级人民法院等4个法院起诉,分别状告恒通公司等15个商家欺诈销售“大阳”车的违法侵权行为,从而拉开了自1994年1月1日《中华人民共和国消费者权益保护法》施行以来,

全国首例消费者群体联合状告诸多经营者的系列集团大诉讼的序幕。

1995年9月5日,南通市中级人民法院正式决定立案,并于同年10月21日发出公告,期间共形成了有558名“太阳”车消费者参加的9个系列集团诉讼案。自1996年5月29日起,南通市中级人民法院陆续开庭公开审理。

1997年6月10日,南通市中级人民法院作出原告(消费者)普遍胜诉的公正判决:判令被告恒通公司分别向210名“太阳”车消费者按原购车款赔偿2,000元左右的人民币(消费者购车价款不同),并退还经物价部门折旧评估后的“太阳”车退车款。被告恒通公司不服,提出上诉,但未按规定预交案件受理费,江苏省高级人民法院按自动撤回上诉处理,裁定按原判决执行。1997年12月9日至12日,南通市中级人民法院对被告恒通公司强制执行。轰动全国的历时两年零四个月之久的首批“太阳”车消费者系列集团诉讼案,终于以消费者的胜诉而落下帷幕。

代 理 词

周 勇

审判长、审判员：

根据《中华人民共和国民事诉讼法》第五十八条和《中华人民共和国律师暂行条例》第二条的规定，南通天业律师事务所接受本案 214 名原告及其诉讼代表人葛炳富、李建明、丁浩、刘桂生的特别授权委托，指派周勇等 4 名律师担任代理人，依法参与本案的诉讼活动。现依据有关事实和法律，就“大阳”车消费者集团诉南通市恒通实业有限公司（以下简称恒通公司）侵犯消费者合法权益纠纷一案，发表如下代理意见，供合议庭参考：

一 关于被告欺诈销售“大阳”车的基本事实和主要证据

1995 年 2 月中旬至 7 月中旬期间，被告在销售河南洛阳北方易初摩托车有限公司生产的“大阳”DY50ⅢA 轻便摩托车（以下简称“大阳”轻便摩托车）过程中，故意采用虚假广告、虚假宣传和虚开发票等欺诈手段，始终没有向原告提供“大阳”车的完整名称、规格性能，以及应否领取机动车牌照等真实的信息，先后以每辆人民币 1,750 元至 2,060 元不等的价格，将“大阳”轻便摩托车当作“助力车”卖给原告及其他消费者。致使原告买回的并非是自己本意要买的那种按规定不需要领取机动车牌照并能在市区道路行驶的助力车，而是必须按规定首先要申领机动车牌照才能上路行驶的轻便摩托车。由于南通市为加强市区道路管理的需要，早在 1994 年下半年就已停止发放摩托车和轻便摩托车的牌照，所以，原告受被告欺诈和误导而买回的“大阳”轻便摩托车，至今无法在市区道路上行驶。致使原告蒙受了较大的经济损失和精神损失。

根据最高人民法院《关于贯彻执行〈中华人民共和国民事诉讼法〉若干问题的解释》第六十八条的规定：“欺诈行为是指一

方当事人故意告知对方虚假情况,或者故意隐瞒真实情况,诱使当事人做出错误意思表示的行为。”国家工商局颁布的《欺诈消费者行为处罚办法》第二条明确规定:“欺诈消费者行为是指经营者在提供商品或者服务中,采取虚假或者其他不正当手段欺骗、误导消费者,使消费者的合法权益受到损害的行为。”由此可见,凡是故意告知对方虚假情况,或者故意隐瞒真实情况的,都是构成欺诈的手段或表现方式;而诱使当事人作出错误意思表示,或者损害消费者合法权益的,这又是构成欺诈的行为结果。原告代理人认为,被告构成欺诈消费者的具体事实、证据及理由有以下几个方面:

(一)关于虚假广告问题

被告在答辩状中声称:从未来做过任何广告,更没有做虚假广告。但同时又引用我国《广告法》第二条关于广告的定义来为自己狡辩:没有承担费用通过报纸、电视做广告,在黑板上写几个字不需支付任何费用不可能构成广告……其实,这是被告对广告法的曲解和对广告含义的误解。

原告代理人认为,从广告学原理和广告学的范畴说,凡是向社会或公众传达事项、介绍商品、劳务或观念而采取的各种方式都称之为广告。虽然被告没有通过报纸或电视做销售“大阳”车的广告,但还是利用黑板等方式做销售“大阳”车的商业广告的。这里需要澄清两个问题:一是用黑板发布商品信息是否算广告?二是黑板是否算作媒介?用黑板做广告有无成本费用?显然,回答都是肯定的。无论从广告法或广告学的角度看,黑板本身也是一种媒介形式,买黑板或做黑板这本身就有一定的费用。被告作为商品经营者,通过黑板直接或者间接地介绍自己所推销的“大阳”车,这难道还不是商业广告吗?

那么被告所做的广告是否属于虚假广告?请看有关证据。在法庭调查中,原告代理人已向法庭分别宣读并出示了30多名原告当事人的陈述,如原告顾友程陈述:“1995年3月下旬,恒通公司

在黑板上有一个广告：‘预售大阳助力车，4月1日供货，每辆2,080元。’我3月26日去订购。”原告于小琦陈述：“黑板上写着‘预售大阳助力车，先交款，四天后提货。’黑板是竖着的，放在店门口东边。”原告张国林陈述：“商店门口有一个广告，是写在黑板上的，‘大阳助力车’是用红粉笔写的。”

与此同时，证人谢志明、朱其生、唐唤忠、刘克如、吉宏康等也证实被告恒通公司销售“大阳”车时用黑板做虚假广告。这里需要特别指出：南通市公安局车辆管理所教导员刘克如和股长吉宏康两人，曾在1995年3月下旬，专程到恒通公司调查了解其经销“大阳”车的情况，也看到该商场门口黑板上写着“销售大阳助力车”的商业广告。南通市公安局车辆管理所1995年4月29日给南通市人民政府的调查报告，都证实“恒通公司在广告牌上写‘大阳助力车’的销售广告，引诱消费者上当”。因此，众多原告当事人的陈述，有关证人证言及书证相互印证，足以证实被告曾利用黑板公开做过销售“大阳助力车”的虚假商业广告。

（二）关于虚假宣传问题

被告声称自己是专业经营摩托车的销售商，对“大阳”车的真实名称及其属性是一清二楚的。并强调在销售时“除了对车辆的名称作介绍外，也提供了产品合格证和使用说明书，而且车辆本身的包装箱是中文的……”同时又不能自圆其说地狡辩“自己是专业销售摩托车的企业，不可能将轻便车说成是助力车……”

原告代理人认为，被告作为一个经营者，没有履行《中华人民共和国消费者权益保护法》规定的义务，即应当向消费者提供有关商品或者服务的真实信息；真实明确地回答消费者就购买“大阳”车商品提出的询问；不得做任何引人误解的虚假宣传。

但是，我们通过在法庭调查中已向法庭分别宣读并出示的20余份原告当事人的陈述，即可证实被告确有一系列的虚假宣传行为。如原告范军陈述：“我买车时问商店里售货员，这种‘大阳’车