

Against Commercial Fraud
and Commentary
on Typical Cases

反商事欺诈

及典型案例评析

主编 孟宪伟 赵永林

人民法院出版社
THE PEOPLE'S COURT PRESS

D920.5
M364

反商事欺诈及典型案例评析

顾 问	费宗祯	刘文华	吴 琦
主 编	孟宪伟	赵永林	
副主编	崔广平	姜彦君	赵 凌

人 民 法 院 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

反商事欺诈及典型案例评析/孟宪伟、赵永林主编.
-北京: 人民法院出版社, 2002.8
ISBN 7-80161-362-7

I.反… II.孟… III.①广告业-欺骗-案例-分析-中国②金融-欺骗-案例-分析-中国③证券交易-欺骗-案例-分析-中国④服务业-欺骗-案例-分析-中国 IV.D920.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 057110 号

反商事欺诈及典型案例评析

主编 孟宪伟 赵永林

责任编辑 钱小红 宫 煜

出版发行 人民法院出版社

地 址 北京市朝阳区安慧北里 (亚运村) 安园甲 9 号 (100101)

电 话 (010)65290520(责任编辑) 65290516(出版部)
65290558 65290541 65290543(发行部)

网 址 www.courtpress.com

E-mail courtpress@sohu.com

印 刷 保定华鑫印刷有限公司

经 销 新华书店

开 本 850×1168 毫米 1/32

字 数 508 千字

印 张 21.125

版 次 2002 年 11 月第 1 版 2002 年 11 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-80161-362-7/D·362

定 价 36.00 元

版权所有 侵权必究

(如有缺页、倒装, 请与出版社联系调换)

弘扬诚信 反对欺诈

(代序言)

(一)

诚信，即指诚实信用，是人们进行民事、商事交往时应遵循的一项基本原则。我国从八十年代至今的许多涉及民事、商事法律都规定了这一原则。1986年我国《民法通则》第4条规定：“民事活动应当遵循自愿、公平、等价有偿、诚实信用的原则。”1993年我国《反不正当竞争法》第2条规定：“经营者在市场交易中，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则，遵守公认的商业道德。”同年我国《消费者权益保护法》第4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。”1999年我国《合同法》第6条规定：“当事人行使权利、履行义务应当遵循诚实信用原则。”可见，诚实信用原则是我国民商事法律中的一贯的原则。2001年9月26日，在中共中央十五届六中全会上，依据江泽民总书记的“以德治国”的重要思想，通过了《公民道德建设实施纲要》，提出了我国公民应遵循的基本的道德规范，即“爱国守法，明礼诚信，团结友善，勤俭自强，敬业奉献。”可见诚实信用，不仅是民商事交往的一项基本法律原则，也是我国公民作为我国社会的一名成员，应当具有的一项基本品德。

诚实信用是指当事人与他人进行民事、商事交往时，应以诚

2 反商事欺诈及典型案例评析

实、善意、守信的心态行使权利、履行义务，保证各方当事人都能得到他应当得到的利益，不做损人利己的事情。这个原则要求人们做到言行一致，表里一致。在与其他人进行商业交往时，应如实反映自己的经营情况、资信条件、自己产品的性能、规格。绝不能作虚假宣传，不得以次充好、以假充真。与他人签订合同后应严守信用，不折不扣地履行合同义务，不用不正当手段谋取私利。只有在商业活动中树立起这样的道德风尚，才能促进社会主义市场经济的健康发展。

讲究诚实信用，也是我们中华民族的优良传统。我国是一个有几千年历史的文明古国，深受儒家伦理思想的影响，讲究“仁义礼智信”、“言不轻诺”、“言必信，行必果”，是在我国流传千百年的格言。

(二)

近些年来，随着市场经济的发展和社会生活的多元化，出现了不可避免的矛盾现象：一方面是越来越多的人对诚信原则的认同和遵从，另一方面则是形形色色的欺诈行为屡禁不止，构成了对诚信原则的严峻挑战。假冒伪劣产品屡打不绝，冒用他人注册商标屡禁不止，骗取银行巨款的手法也不断翻新。值得注意的是，近些年来，欺诈（包括诈骗）出现了一些新的情况和特点，一是由一般的商品买卖向其他领域蔓延，包括各种中介行业、餐饮、医药卫生、房地产、体育及文化教育领域（如制售假学历证书和学位证书、考场作弊、假办学、假招生）等，二是有的老名牌企业，人们认为信得过的企业也搞起欺诈行为，例如有 70 多年历史的南京冠生园用陈馅做月饼的事件被曝光后使全国为之震惊，该企业也因信誉扫地而垮了。三是有些人利用亲情友情骗取对方信任，实施欺诈。例如过去有些人搞传销，就是首先从自己

的“至爱亲朋”开刀的。四是有些外国人也在我国搞欺诈活动，除了国内的骗子外，还有洋骗子。我们不难看到，某种品牌的商品一旦出了名，紧跟着就有假冒的；哪种行业一旦成了热门，其中就鱼龙混杂，有真有假，真假难辨。据报载，最新一项调查显示，我国中心城市的消费者，对商家服务的满意率仅为60%^①。

这种欺诈行为的猖獗，严重破坏了社会主义市场经济秩序，损害了广大消费者的合法权益，甚至威胁了消费者生命安全，损害了其他守法经营者的利益。现在人们进行社会交往都缺乏安全感，就是到名牌大商店买东西，也生怕买到假冒伪劣商品和过了保质期的商品，至于小商店、小市场、小商贩就更不可信了。人与人之间都缺乏起码的信任感，听了他人说的话，哪怕是听了亲朋好友说的话，也要再三掂量，是否可信，生怕被骗上当。这种情况还影响我国国际形象，妨碍我们对外交往，在上海500强论坛会议上，就有外国企业家批评中国生意伙伴没有诚信^②。

(三)

有人说，现在我国是“经济上去了，道德下来了”。这种说法虽不可一概而论，但反映了人们对社会文明的隐忧。经济的发展是否必然伴随道德的沦丧，是否必须付出这种代价？回想我国建国初期，满目疮痍，百废待兴，但在党中央的正确领导下，在进行抗美援朝、土地改革、镇压反革命，三反五反等政治运动的同时大力发展生产，仅用了三年左右的时间，就恢复了被长期战争破坏的国民经济，为尔后的有计划经济建设奠定了基础。到1956年，我国就能自己制造飞机和汽车。与此同时，人们的思

① 见《北京晚报》2002年3月15日第49版。

② 见《中国老年》杂志2002年第1期10页。

想道德水平也迅速提高，当时大公无私，舍己为人，“劳动不计报酬，工作不讲条件，遇难挺身而出，遇利克己让人”，成为公认的道德准则，并出现了王进喜、雷锋这样高尚的道德典范。这不是经济上去了，道德也上去了吗？当然现在和那时的历史条件不同了，但这也说明经济的发展不会必然伴随道德水平的滑坡。二者是可以而且应当是并行发展相互促进的。如果说，经济发展，必然伴随着道德沦丧的话，那只能说，原始社会人们道德水平是最高尚的，社会越从低级向高级发展，人们的道德状况就越糟糕，这显然是不符合历史事实的，这是把物质文明建设和精神文明建设完全对立起来，没有看到它们之间的必然联系及其相互影响、相互促进的一面。

还有一种舆论：“无商不奸，无商不骗”、“十商九奸”，这话未免失之偏颇。难道说，“商”必然和“奸”、“骗”连在一起吗？社会发展的历史告诉我们，商业是在原始社会瓦解的时期，人类社会发生第三次大分工的情况下出现的。商业的产生对社会经济的进步起了很大促进作用，在现代社会化大生产的条件下，商业成为沟通工业和农业、城市和乡村、生产和消费的桥梁和纽带。它对于促进生产的专业化、技术现代化和提高人民生活有重大意义^①。商业的作用当然是和从事商业活动的人的努力分不开的。但从事商业活动的人的群体中的部分商人在对社会经济发展起了很大的积极作用的同时，也表现出其消极的一面，他们为了在激烈的竞争中取胜，获取高额利润，而滋生贪欲之心，产生拜金主义、极端利己主义，表现为损人利己，唯利是图，坑蒙拐骗，为追求利润而不择手段。这些人的行为从根本上违背了社会道德准则和从商的诚信原则，这可以说是商业的负面效应。

^① 见《辞海》缩印本，上海辞书出版社1999年版436页。

对商业活动中这种消极的现象,从古至今各国都通过法律手段予以约束,并对行为人追究责任。

早在古罗马时期就把诈欺列为应处罚的行为,在法律中就有关于“诈欺之诉”、“诈欺恢复原状之诉”、“诈欺罚金”等的规定^①。1667年英国议会通过了“防止诈欺和伪证法案”,通常称为“防止诈欺法”。此后该法案适用于北美殖民地。美国各州均以成文或不成文的方式将这一法案继承下来^②。现今美国《统一商法典》规定,受诈欺的一方当事人可以要求金钱赔偿,也可宣布合同无效,货物买卖合同中的一方当事人在对方违约情况下所能采取的一切救济措施,受诈欺方均可采用^③。还有一些国家依据反不正当竞争法对欺诈行为进行处理。这在国际公约中也有规定。如1883年保护工业产权巴黎公约,第10条就规定了对不正当竞争的补救措施。其中规定各成员国“对带有假冒原产地和生产者标记的商品进口时予以扣押”。我国各项法律中也都有对欺诈处理的规定。如我国消费者权益保护法第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的价款或者接受服务的一倍。”在法律的规范和约束之下,许多商人是守法经营的,能做到“货真价实”,“童叟无欺”。还出现了一些信誉卓著,深得顾客信任的商家。如果说一切“商”都必然与“奸”和“骗”连在一起,不仅有违事实,也会使许多守法的经营者感

^① 见《罗马法》,周枏、吴文翰、谢邦宇编,群众出版社1985年12月第1版,第205页。

^② 见《美国商法》,苏号朋主编,中国法制出版社2000年10月第1版,第100页及62页。

^③ 见《美国商法》,苏号朋主编,中国法制出版社2000年10月第1版,第100页及62页。

到冤枉。

(四)

为了对付欺诈（包括诈骗），我们认为应从以下几方面采取措施：

一、完善商业法规。市场经济就是法制经济。应当“依法治商”，完善有关的立法，加强对欺诈行为的处罚力度。现行的我国反不正当竞争法规定了对商业欺诈行为的行政处罚方法，包括吊销营业执照，没收违法所得。我国消费者权益保护法规定对欺骗消费者的商家，由工商管理部门责令其改正，处以警告、没收违法所得，处以1倍以上5倍以下的罚款，没有违法所得的，处以1万元以下的罚款，情节严重的，责令停业整顿、吊销营业执照等。反不正当竞争法规定罚款的最高限额为20万元及违法所得的3倍。我国刑法对诈骗罪规定的最高刑为无期徒刑，有的并处罚金或没收财产。对于金融诈骗罪，最高刑为死刑，并处罚金或没收财产。刑法中没有规定罚金的标准，就以反不正当竞争法和消费者权益保护法规定的罚款的标准而言，也未免太轻了，有的人进行欺诈行为所得之非法利益远不止1万元或20万元，你對他处以违法所得3倍、5倍或1万、20万元以下的罚款，对有的欺诈人来说确是不疼不痒，应当像在九届全国人大五次会议上有的代表说的那样“罚款就罚他个倾家荡产”，使搞欺诈者本人及其家属占不到一点便宜。同时在处罚的方式上除了吊销营业执照外，还可决定他在此后一定期限内（例如3年或5年）不得再行注册，从事经营活动；对搞欺诈的企业，还可以规定强制撤销企业负责人的职务，并决定其在一定期间（如3年或5年）之内不得再行担任任何企业的负责人（如董事长、厂长、经理或总裁）。另外，除了对欺诈人追究行政责任和刑事责任外，还应对

之追究民事责任。这点在民法通则和合同法上有规定，在消费者权益保护法和产品质量法上也有规定。这些规定主要在两大方面：一是在欺诈情况下所为的民事行为，所订立的合同为无效；二是赔偿损失。但前述法律之规定较为笼统，缺乏可操作性。例如哪些行为构成商事欺诈，可提起欺诈之诉的被害人有哪些，对欺诈行为应负责的责任人有哪些，被告人免除责任的理由，被害人损害赔偿额的计算原则和方法，欺诈人承担民事责任的方式等问题都应当在法律中加以具体的规定。为此可以单独制定一部反商事欺诈法。

二、应严格执法。有了法律，就要严格执行，如果执法不严，违法不究，那就等于没有法律。法律本身就具有国家强制性，对违反法律者，应以国家强制力进行干预。现在的情况是有些地方的行政执法部门对违反法律搞欺诈的如制假售假者，听之任之，不去追究，姑息纵容。有的还从他们那里得到好处，成了他们的后台和保护伞，我们在惩治欺诈人的同时，也应对其后台一追到底，将其绳之以法。在对欺诈者进行制裁的同时，还应对守法经营者予以奖励，对社会上公认的遵守诚信原则，对顾客负责的商家、对一贯诚心诚意履行合同的厂商应给予表彰和奖励。

三、在“以德治国”思想指导下应大力提倡商业职业道德，即“爱岗敬业、诚实守信、办事公道、服务群众、奉献社会”。在社会上应树立诚实信用光荣，坑蒙拐骗可耻的良好社会风尚，使搞欺诈的行为如同过街老鼠人人喊打。而现在的情况是，欺诈这种老鼠过街，无人喊打，反之倒是有人赞扬，说人家（指搞欺诈的商人）“头脑灵活”、“不刻板”、“善于抓机遇”，所以能“赚大钱”（其实赚的都是不义之财）。而对守法经营者，不仅不赞扬，而且还嘲讽讥笑。舆论上的这种状况不仅损害了国家和广大消费者的利益，也损害了商家自身。信誉，它和商家的经营管理

水平、资金状况、人才资源一样是企业市场竞争中取胜的必要条件。它是商家的无形资产。失去了信誉就会垮掉，南京冠生园的破产就说明这一点。因此每个从事商业活动的人都应从我做起，营造一种大讲诚实信用的良好社会氛围。今年3月15日中国商业联合会正式对外发布了《中国商业企业诚信公约》，有分布在全国各地的60多家商业企业参加^①。我们热切盼望公约中所提出的各项要求能够实现，从而大讲诚信，对欺诈行为造成巨大的舆论压力，使其无藏身之所。

四、我国加入WTO以后对外开放进入新的阶段，我国对外商业交往将更加频繁。这就要求我们严格遵守WTO的游戏规则，我国厂商在对外交往中要讲究诚信，以维护和提高我国厂商在国际上的信誉；同时也要严防我国企业、我国消费者受外商欺诈，以维护我国人民的利益和我国经济安全。如发生我方被外商欺诈的情况，应依法向外商追究责任。为此，我们应进行相关的立法，例如可以单独制定产品责任法，充实反不正当竞争法和消费者权益保护法，并可考虑加入有关国际公约。

为了弘扬诚信，反对欺诈，我们在编写了一套《经济欺诈及其法律对策》系列丛书的基础上，又编写了这本反商事欺诈及案例评析，透过这些案例，我们可以看出当前商业上欺诈行为的特点、表现、手段和危害，以加强公民和法人防范欺诈的意识和办法，并就加强反欺诈方面的法制建设提出一些建议。

由于时间紧迫，本书所收集的案例并未包含经济领域的各个方面，仅包括服务欺诈、广告欺诈、金融欺诈和证券欺诈四个方面。由于作者水平所限，缺点错误在所难免，望各界人士批评指正。

^① 见《北京晚报》2002年3月15日49版。

本书在编写过程中，曾得到北京市人民检察院、北京联合大学应用文理学院法律系、重庆三峡学院经贸系、重庆市工商行政管理局广告处、宁波大学法学院、浙江万里学院法律系、宁波市导司律师事务所和宁波市和义律师事务所、人民法院出版社等单位的领导和同志们的大力协助，尤其是人民法院出版社的钱小红同志的全力帮助，在此一并表示感谢。

孟宪伟

2002年7月

本书编委名单

陈淑清	吴 炯	罗俊明	孟宪伟
姜彦君	赵永林	赵 凌	崔广平
梅志成	渠建蓉	黄 勇	

各分卷主编、副主编、撰稿人名单*

反服务欺诈卷

作 者 赵永林

反广告欺诈卷

主 编 崔广平

副主编 齐 琦

撰稿人 崔广平 黄东东

反金融欺诈卷

主 编 姜彦君

* 本书副主编以其所主编的分卷的次序为序；编委及各分卷撰稿人以姓氏笔画为序

副主编 黄 勇

撰稿人 李 丹 姜彦君 钟漫绯 唐先锋 黄 勇

反证券欺诈卷

主 编 赵 凌

副主编 孙建江 童全康

撰稿人 孙建江 朱亚芬 陈 勇 张勇敏 赵 凌

郭占红 黄建洲

目 录

反服务欺诈卷

上篇 论述篇

- 第一章 什么是欺诈…………… (2)
第二章 服务欺诈的含义与特征…………… (8)
第三章 服务欺诈的主要表现…………… (15)

下篇 案例篇

- 案例一 韩××诉××大厦、××公司售货欺诈案…………… (26)
案例二 赵×诉××公司售假欺诈案…………… (32)
案例三 张女士投诉宜昌市××商场销售假首饰欺诈案… (38)
案例四 赵×诉徐州市××车行欺诈案…………… (43)
案例五 谷××诉淮阴市××商场售旧货赔偿案…………… (47)
案例六 祁××投诉天津市××公司以劣质商品欺诈
消费者案…………… (53)
案例七 韶关市工商局处理该市液化石油气公司价格
欺诈案…………… (58)
案例八 ××县工商局查处县农业生产资料公司弄虚
作假案…………… (62)
案例九 汤×投诉茂名市×大酒店电话收费违规案…………… (66)
案例十 济南市工商局查处济南××实业公司欺诈案…………… (70)

2 反商事欺诈及典型案例评析

- 案例十一 梁××诉××药材批发站商品说明欺诈案…… (76)
- 案例十二 许××、冷×诉××香港有限公司广告不
真实案…… (80)
- 案例十三 福建省大田县工商局查处××实业公司
虚假宣传案…… (86)
- 案例十四 南昌市西湖区人民法院审理章××冒充
“德国牙医”案…… (90)
- 案例十五 郭××诉××美容院欺诈案…… (101)
- 案例十六 上海市南市区工商局查处××服饰鞋业
公司伪造名优标志欺诈案…… (106)
- 案例十七 吕××投诉纪×欺诈案…… (110)
- 案例十八 海南工商行政管理部门查处××商场有奖
销售欺诈案…… (114)
- 案例十九 北京市××区工商局查处××百货公司有奖
销售欺诈案…… (118)
- 案例二十 河南省××县法院审理刘××等人制售伪劣
产品案…… (122)
- 案例二十一 某地法院审理田××、杨××等人制售
假酒案…… (127)
- 案例二十二 湖南省安化县法院审理戴××销售假冒
商标的商品案…… (133)

反广告欺诈卷

上篇 论述篇

- 第一章 广告概说…… (138)

第一节 广告的概念·····	(138)
第二节 广告在经济生活中的重要作用·····	(141)
第三节 广告的真实性·····	(146)
第二章 广告欺诈行为·····	(151)
第一节 广告欺诈的概念及其构成要件·····	(151)
第二节 广告欺诈与几个相关问题的界限·····	(156)
第三节 广告欺诈的表现形式·····	(160)
第四节 广告欺诈行为的危害·····	(164)
第三章 广告欺诈产生的原因·····	(170)
第一节 广告欺诈产生的社会原因·····	(171)
第二节 广告主、广告经营者、广告发布者方面的 原因·····	(175)
第三节 消费者方面的原因·····	(179)
第四节 法制不健全对广告欺诈行为的影响·····	(183)
第五章 广告欺诈的防治对策·····	(191)
第一节 加强广告法治建设, 防止广告欺诈行为·····	(191)
第二节 加强广告业自律·····	(199)
第三节 加强广告的社会监督·····	(202)
第四节 增强消费者对广告欺诈行为的自我防护 能力·····	(205)
第五节 加强对广告主、广告经营者和广告发布者的 道德教育·····	(208)
第六章 广告欺诈的法律责任·····	(210)
第一节 广告欺诈的行政责任·····	(210)
第二节 广告欺诈的民事责任·····	(214)
第三节 广告欺诈的刑事责任·····	(222)