

消费合同 法律知识问答

王令浚 主编

不管是谁 你也是一个合同主体

口说有凭 口头合同也是一种合同形式

格式条款 你可以说“不”

合同欺诈 可以加倍索赔

商业广告 也算是合同内容吗？

免责条款 签了不一定能免责

工商出版社

消费合同 法律知识问答

王利军 王利军

1. 什么是消费合同？
2. 消费合同的特点是什么？
3. 消费合同的种类有哪些？
4. 消费合同的订立有哪些要求？
5. 消费合同的履行有哪些要求？
6. 消费合同的违约责任有哪些？
7. 消费合同的争议解决有哪些途径？

北京出版集团
北京出版社

消 费 合 同 法律知识问答

工商出版社

责任编辑 李富明

封面设计 欣然

图书在版编目(CIP)数据

消费合同法律知识问答/王令浚主编. -北京:工商出版社. 2001. 5

ISBN 7-80012-615-3

I. 消… I. 王… III. 合同法-中国-问答

IV. D923. 65

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 029411 号

书名/消费合同法律知识问答

主编/王令浚

出版·发行/工商出版社

经销/新华书店

印刷/北京翌新工商印制公司

开本/850×1168 毫米 1/32 印张/14.5 字数/360 千

版本/2001 年 5 月第 1 版 2001 年 5 月第 1 次印刷

印数/01-5000

社址/北京市丰台区花乡纪家庙(100070)

电话/(010)63730074

出版声明/版权所有,侵权必究。

书号:ISBN7-80012-615-3/D·139

定价:26.00 元

(如有缺页或倒装,本社负责退换)

消费者离不开《合同法》

(代前言)

消费者时刻在 与合同法发生关系

- △租房,与产权人之间存在租赁合同;
- △用水电煤(暖)气,与这些供应公司之间存在着供用合同;
- △安装电话,与电话公司有电信合同;
- △坐公交车,打的、乘飞机、轮船、火车是旅客运输合同;
- △买报、买菜,这是一个买卖合同;
- △到银行存取款,与银行有储蓄合同;
- △寄信,完成了一个邮政合同;
- △看病,与医院产生医疗服务合同;
- △参团旅游,与旅游公司就存在着一个旅游合同;
- △逛商场,与商场之间形成了一种准备订立合同的特殊关系,商场就应当负有保护,提示您注意等义务。
- △在车站寄存行李,到停车场停车,就要订立保管合同;
- △要找裁缝定做新衣服,就要订立承揽合同;
- △要租房、买房,就要与房地产公司订立租赁合同,商品房买卖合同;

我们所处的是一个互助合作的社会，而其中大多数的互助合作关系须凭合同来维系，生活处处离不开合同，我们生活在一个合同关系的网络之中。正如一位美国学者所指出的，合同与我们日常生活紧密相关，大量合同采取的是法律所认可的口头形式，甚至是一个简单的行为本身。

不过，这个看似简单的合同行为，却涵盖了消费者的几乎所有的权利和义务。但是，始终在经济生活中处于弱者地位的消费者，在“弱势”的影响下，往往体现为消费中的种种“不平等条约”。过去，对于这些不平等、不公正、违背诚信原则的现象，消费者或是熟视无睹或是听之任之。如今，《合同法》确立了平等主体的权利义务关系，保护了普通消费者的合法权益。让我们从下面这些司空见惯的合同关系中，以《合同法》为依据，明白自己的权利、义务，更好地依法维权。

不管是谁—— 你也是一个合同主体

新《合同法》的一个重要特征是扩大了《合同法》的调整范围。日常生活中与老百姓密切相关的大量事情，《合同法》都将介入进行调整，因为你也是一个合同主体。当你买了假冒伪劣商品时，当你发现自己想买保险而又不得不面对保险合同中一些不容变更却又觉得不合理的条款时，当你没接到任何事先通知而被擅自停电并因此造成损失时，当你购买商品房分期付款出现问题时，当装修公司不按照约定选用材料或偷工减料时，你应当记住自己是一个合同主体，而你面对的商场、保险公司、供电局、银行、航空公司、房主、装修公司等等，不管对方是什么背景，是多大的单位，与您的法律地位都是平等的，你和他们一样，都是合同的一方主体，享有法律赋予的平等权利。当对方主体有违约或侵权行为时，你可以依法

维权,《合同法》会成为你的有力武器。

口说有凭—— 口头合同也是一种合同形式

在日常生活中,借贷、赠与、租赁等合同不少都是通过口头形式订立的。有资料显示,人民法院审理的合同案件中,口头合同占35%。人常说“口说无凭”,在过去的《合同法》中,只强调合同的书面形式,特别是签订合同书的形式,而对口头合同和默示等其他形式则不予承认。

山西有一被告,告诉许多农民他那里有化肥,并明确介绍了化肥的价格,让大家在两天内来购买。因被告的化肥价格便宜,不少农民便退掉了原已订购的化肥,来购买被告的化肥。被告看到购买人数剧增,就擅自提高化肥价格,同时,由于数量有限,致使许多农民未能买到,因此发生纠纷,被农民告上法庭。依照旧合同法,由于该合同没有采用书面形式,因此农民的权益无法得到保护。

而根据新《合同法》的规定,在合同订立形式中,除书面形式外,新增加了口头形式和其他形式,同时对书面形式作了细化,除合同书外,信件及包括电报、电传、传真、电子数据交换机和电子邮件在内的数据电文等可以有形地表现所载内容的形式,都属于书面合同。

口头合同是指当事人采用当面交谈、电话接洽、录音表述等语言表达的方式订立的合同,因其简便易行,一般的简单交易多采用这种形式,因此,在日常生活中,口头合同大量存在。口头合同得到法律的承认,有利于对当事人权利的保护。例如,当你电话订票时,如果订票公司没有及时将票送到而耽误了你的行程,你便可得到法律的保护,当消费者和商家口头约定1000元购买一件商品后,如果商家违约,就要承担违约责任。前文所述例子,按新《合同法》,

农民的权益就可得到保护。

由于口头合同的缺点是缺乏凭证,为避免口说无凭,应有第三人或电话录音作证。顾客购货后,也可以要求商店开发票或者付给其他消费凭证。当然为减少不必要的合同纠纷,应更多采用书面形式,同时法律、行政法规规定采用书面形式的,应当采用书面形式。

格式条款—— 你可以说“不”!

“货经售出、概不退换”、“住店时请将贵重物品交柜台保管,否则,如被偷窃,概不负责”,等等,都是典型的格式条款。所谓格式条款,是指当事人为重复使用而预先拟定、并在订立时未与对方协商的条款。在日常生活中,我们遇到的许多合同中都有格式条款。比如住店时住宿登记卡上的“注意事项”,电信部门提供的话费单,车、船、机票上的说明,店堂告示,会员卡上的“入会须知”,公共交通工具上的“乘客须知”。格式条款存在于生活的方方面面,它是由一方拟定好的,未与对方协商的条款,目的是为了重复使用而向不特定的人提出的。一般情况下,相对人只能对此表示接受或不接受。格式条款是一种比较方便的合同形式,因此被广泛采用。但由于事先没有协商过程,往往容易造成不平等。长期以来,我们已习惯于接受各种格式条款,因为提供方大多是一些势力强大的垄断部门,提供的产品或服务又往往是与人们生活密切相关的,所以,大家好象只能接受而不能提出异议。根据《合同法》第39条、第40条、第41条的规定,提供格式条款方应当遵守公平原则,并有义务采取合理方式提请对方注意免除或限制其责任的条款,格式条款不能免除提供方的责任,不能加重对方责任,不能排除对方主要权利,否则无效。当双方对此条款发生争议时,应按常理或不利于提供方的方式解释,或采用非格式条款。

据此,当你在各种“申请表”、“登记卡”中看到你认为不合理的格式条款时,你可以要求对方做出解释,当你发现对方有侵权或免除自身法定义务的意图时,你可以理直气壮地上面填上“不同意”。即使不得已填了同意,仍可以根据法定程序要求撤销或认定无效。

合同欺诈—— 可以加倍索赔!

当你发现商场某一柜台前,有许多人在争相购买一件“高档”服装时,你也动心了。当那些“好心人”正在与营业员说笑时,你这才如梦初醒。

当你在公用电话亭打电话时,服务员明知节假日应当半价,却故意按全价收钱。当你事后发现想要回多收款项时,服务员拒不退还。

商场明知商品已过了保质期,涂改了生产日期之后又摆上超市货架,致使许多不明真相的消费者食用过期食品。

《合同法》在“违约责任”中,专门设定了反欺诈条款。这是《合同法》对消费者权益保护的一项重要规定。《合同法》第113条第2款规定:“经营者对消费者提供商品或服务有欺诈行为的,依照《中华人民共和国消费者权益保护法》的规定承担赔偿责任。”在日常生活中,经营者欺诈消费者的行为不胜枚举。尽管《消法》对此早就规定了加倍赔偿,但由于缺乏可操作性以及举证困难等种种原因,实际适用的很少。《合同法》明确规定了受欺诈可以适用《消法》,无疑给了消费者强有力的支持。根据《合同法》的违约责任原则,一方违约时,另一方只能要求对方赔偿实际损失和预期利益损失,并对此做了限制性规定。而规定可以选用《消法》,则加重了经营者的责任。对消费者来说,当能够证明被欺诈时,可以选择责任形式。既

可以适用加倍赔偿,又可以适用合同违约责任,但两种赔偿方式不能并用。尽管如此,消费者选择了加倍赔偿后,并不影响要求对方继续履行合同、赔礼道歉、修理、重作、退货等。

商业广告—— 也算是合同内容吗？

随着市场经济的不断深化,广告在我们的日常生活中起着越来越重要的作用。说我们处在一个广告时代似不为过。但对普通消费者来说,广告与合同到底是什么关系?因为广告而发生的纠纷到底应该怎么解决?对这些问题的认识可能比较模糊。

《合同法》第15条明确规定:“寄送的价目表、拍卖公告、招标公告、招股说明书、商业广告等为要约邀请。”要约邀请是希望他人向自己发出要约的意思表示。简单说,你看了广告并打定主意要购买并不意味着合同成立。要约邀请是针对不特定人发出的,你可以不理睬。只有当发出要约时,承诺才有合同效力。但《合同法》同时规定,商业广告的内容符合要约规定的,视为要约,一经承诺,合同即告成立,双方都要受合同内容约束,一旦违反则应承担责任。视为要约的商业广告应具备一些基本条件,如:货物名称、价格、性能、型号等。利用虚假广告进行欺骗活动,损害消费者利益的,应追究法律责任。因此,商业广告是否算作合同内容,应看其是否符合要约条件。由于商业广告情况非常复杂,因此,《合同法》只对此做了一个原则性规定。

在现实生活中,如果商业广告是要约,那么一旦消费者按广告内容购买了商品或接受了服务,合同就成立了。

免责条款—— 签了不一定能免责！

在开发商提供的合同中，常有这样的免责条款：“如遇下列原因，（开发方）可延期交付使用：1、人力不可抗拒的自然灾害；2、施工中遇到的异常困难或重大技术问题不能及时解决；3、其他非甲方（开发商）所能控制的因素（要有关部门开具的证明）。”这样的条款从字面上看是没有问题的，消费者也常常毫无异议地签了合同，然而，购房纠纷中有很大一部分，都是因免责条款引起的。经营者违反购房合同后，常常拿出该条款作为免责依据，消费者往往陷入被动。

《合同法》规定，不可抗力是不由合同当事人主观意志决定的，非人力所能抗拒的客观情况。同时，《合同法》第53条还规定：“合同中的下列免责条款无效：（一）造成对方人身伤害的；（二）因故意或重大过失造成对方财产损失的。”对广大消费者来说，签订合同时一定要仔细审查免责条款，以防后患。

对于合同当事人来说，虽然不可抗力可以免除合同责任，但是在发生这种情况不能履行合同时，当事人仍应履行《合同法》规定的通知义务和注意义务，违反了这两项义务，也应承担违约责任。此外，在合理期限内，合同当事人还应提供因不可抗力而不能履行合同的证明，以便明确责任、避免纠纷。

可以这么说：《合同法》所有的内容都与消费者有关，我们时时刻刻都是《合同法》的主人。因此，全面地了解和掌握《合同法》规定的各类合同订立的程序（要约与承诺）、形式（书面与口头）、效力、履行、变更、转让、违约责任、有名合同和无名合同，对于维护消费者合法权益，提高人们的物质和文化生活水平，都将提供公正、有力的法律保障。

责任所在,使命所在。为了帮助广大消费者解除消费合同中遇到的各种困惑,切实用《合同法》来维护自身的合法权益,本书编写者以问答的形式深入浅出地精解了《合同法》的主要内容,突出了适用操作的特色,以成为广大消费者所喜爱的法律工具书。《合同法》于1999年3月15日颁布,这一天正好是“国际消费者权益保护日”,我们有理由相信,《合同法》的出台必将为规范市场行为,保护消费者和经营者合法权益,促进社会主义市场经济快速、健康、稳定、持续的增长,不断提高人民群众的物质文化生活水平,推动社会主义精神文明的发展,打下良好的法律基础。

编著者

2001年3月15日

目 录

消费者离不开《合同法》(代前言).....	(1)
-----------------------	-----

第一章 消费合同总述

一、概述

1、什么是消费合同？它有何基本特征？	(1)
2、什么是合同法？它调整哪些消费合同？	(3)
3、谁为消费合同的主体？各有何特征？	(4)
4、作为消费合同主体的消费者有哪些类型？	(5)
5、作为消费合同主体的经营者包括哪些类型？	(6)
6、消费合同法律关系的客体指什么？	(9)
7、怎样理解消费合同法律关系的内容？	(10)
8、对合同应怎样进行分类？	(14)
9、合同法的基本原则有哪些？消费者与经营者发生交易 行为时是否应当遵循这些原则？	(15)
10、怎样认识口头形式的消费合同？	(18)
11、书面形式的消费合同有哪些具体表现形式？	(18)
12、什么是合同书和信件？	(19)
13、国内外对引用数据电文签订合同是如何规范的？	(20)
14、证明消费合同成立的书面凭证有哪些？	(23)
15、消费合同应包括哪些内容？	(23)
16、如何认识以默示形式形成的合同？	(25)
17、合同的基本条款应包括哪些具体内容？	(26)

18、如何认识合同示范文本的作用？	(30)
-------------------------	------

二、订立

19、怎样理解消费合同的订立和成立？	(31)
20、签订消费合同的当事人为何要具备民事权利能力和 民事行为能力？	(32)
21、如何理解要约的概念？	(33)
22、要约的构成要件有哪些？	(34)
23、如何理解要约的生效时间？	(35)
24、如何理解要约法律效力的存续期间？	(36)
25、要约能否撤回或撤销？	(36)
26、在什么条件下要约就自动失效？	(37)
27、要约与要约邀请有何区别？	(37)
28、被《合同法》视为要约邀请的形式有哪些？	(38)
29、怎样理解承诺及其构成要件？	(40)
30、承诺的方式有哪些？	(40)
31、怎样理解承诺的生效时间？	(42)
32、何谓承诺撤回和承诺迟到？	(43)
33、如何确定合同成立的时间和地点？	(44)
34、怎样理解格式合同的概念？	(45)
35、如何看待格式合同的利弊？	(46)
36、我国格式条款规制制度的主要内容有哪些？	(49)
37、消费者如何订立格式合同？	(50)
38、格式条款与非格式条款不一致时应如何处理？	(54)
39、如何理解格式合同解释的特殊性？	(54)
40、怎样对格式合同进行统一解释和限制解释？	(55)
41、如何理解不利于提供格式条款方的解释？	(56)
42、怎样认定格式合同的效力？	(57)
43、违反诚实信用原则的格式条款为何无效？	(58)

- 44、违反平等互利原则的格式条款为何无效? (59)
- 45、影响格式条款效力的具体因素有哪些? (59)
- 46、不公平、不合理格式合同存在的原因有哪些? (62)
- 47、立法机关如何规范格式合同? (62)
- 48、行政机关如何对格式合同进行控制? (64)
- 49、司法机关怎样对格式合同进行控制? (65)
- 50、行业组织如何对格式合同进行自我审查? (66)
- 51、消费者保护团体怎样对格式合同进行监督? (67)
- 52、什么叫缔约过失责任? (67)

三、效力

- 53、消费合同生效一般应具备哪些要件? (69)
- 54、附合合同为消费合同的一部分的条件是什么? (70)
- 55、如何确定消费合同的生效时间? (71)
- 56、如何认定限制民事行为能力消费者订立合同的效力? (72)
- 57、有间歇性精神病的消费者订立的合同一概无效吗? ... (73)
- 58、委托他人代理民事活动需注意什么? (74)
- 59、消费者在购买商品或接受服务时应收存哪些票据? ... (76)
- 60、何谓无效合同? (77)
- 61、如何认定欺诈行为? (78)
- 62、如何认定胁迫行为? (79)
- 63、如何认定乘人之危的行为? (80)
- 64、如何认定重大误解? (81)
- 65、怎样理解显失公平? (83)
- 66、合同被确认无效和被撤销的法律后果是什么? (84)
- 67、怎样理解消费合同的免责条款? (84)
- 68、如何理解可撤销的消费合同? (86)

四、履行

- 69、何谓合同的履行? 其原则有哪些? (88)

- 70、合同的主要条款不明确时如何履行? (90)
- 71、合并或分立会不会影响债权债务的履行? (91)
- 72、如何确定第三人履行债务时的违约责任? (91)
- 73、什么是同时履行抗辩权? (92)
- 74、当事人在何种条件下可以行使同时履行抗辩权? (93)
- 75、什么是不安抗辩权? (94)
- 76、债务人不行使对第三人享有的债权,对债权人造成损害,债权人该采取何种措施? (95)
- 77、债务人放弃债权或者无偿转让财产,债权人应采取何种措施? (96)

五、变更转让

- 78、何谓变更? 其有哪些法律特征? (97)
- 79、哪些条件下可以变更合同? (98)
- 80、何谓合同转让? 其构成要件是什么? (99)
- 81、哪些情形下,债权人不能将合同的权利全部或部分转让给第三人? (100)
- 82、转让合同权利的生效条件及其法律效力是什么? ... (101)
- 83、什么是合同义务的转移? 其生效要件及法律后果是什么? (102)
- 84、什么是合同权利义务的一并转让? (103)

六、终止解除

- 85、合同在哪些情况下终止? (104)
- 86、何谓抵销? 其构成要件是什么? (105)
- 87、何谓提存? 提存必须符合哪些条件? (106)
- 88、提存按什么程序进行? (107)
- 89、提存的法律效力如何? (109)
- 90、何谓债务的免除? 免除有哪些要求? (101)
- 91、何谓混同? (110)

92、什么是合同的解除？	(110)
93、在哪些情况下，一方当事人有权解除合同？	(111)
94、如何解除合同？	(112)
95、合同的解除与终止有何区别？	(113)
96、什么是合同后义务？	(113)

七、违约责任

97、何谓违约责任？	(114)
98、违约情形有哪几种？	(115)
99、怎样理解运用严格责任原则？	(115)
100、如何理解和适用过错责任原则？	(117)
101、消费者如何运用过错推定原则来保护合法权益？	(120)
102、经营者拒绝履行合同该怎么办？	(122)
103、各种违约责任形式的具体含义是什么？	(127)
104、如何理解继续履行这一违约责任形式？	(129)
105、如何通过补救措施维护权益？	(132)
106、常见的违约损害赔偿额的计算类型有哪几种？	(134)
107、如何理解违约金的含义及其法律特征？	(140)
108、如何理解定金的含义及其法律特征？	(142)
109、定金与押金、预付款有何区别？	(144)
110、哪些非金钱债务不能强制实际履行？	(145)
111、产品质量不合格的，守约方应该怎么办？	(146)
112、法律是如何规定违约方向守约方赔偿损失的范围和 数额的？	(146)
113、如何理解《合同法》和《消费者权益保护法》确认的惩 罚性赔偿原则和惩罚性赔偿请求权？	(147)
114、约定的违约金与实际损失不符的，如何处理？	(148)
115、违约责任与侵权责任竞合时，守约方应当如何主张 自己的权利？	(148)