

法律法规实例说丛书

消费者权益保护法

实例说

余卫明 梁小尹/编著

湖南人民出版社



消费者权益保护法
实例说

法律法规实例说丛书

消费者权益保护法

实例说

● 余卫民 编著
● 梁小尹

湖南人民出版社



责任编辑：曾赛丰
装帧设计：胡薇薇

消费者权益保护法实例说

余卫民 梁小尹 编著

*

湖南人民出版社出版、发行

(长沙市银盆南路 78 号 邮编：410006)

湖南省新华书店经销 湖南望城湘江印刷厂印刷

1999 年 9 月第 2 版第 2 次印刷

开本：850×1168 1/32 印张：11.625

字数：260,000 印数：6,001—14,000

ISBN 7—5438—1670—9
D·188 定价：18.50 元

出版说明

《法律法规实例说丛书》是一套实用性很强的通俗法律读物，是列入国家“九五”出版规划的重点图书。我们的目的，是以生动活泼的形式去诠释法律、法理，更好地宣传社会主义民主和法制，提高广大公民的整体素质和法律意识。

丛书具有以下主要特点：

第一，选题的合理性。目前，我国颁布的法律法规有上百种，如果试图逐一进行解说，这在较短的时间内是难以做到的。因此，丛书的选题，主要选择那些影响大、覆盖面广，与广大公民生产、生活密切相关的部门法进行实例解说。

第二，体例的独创性。丛书不是法学理论著作，也不是案例的简单汇编，而是理论分析与实例的完美结合。丛书以各部

民法法律条文为基础，划分若干专题，每个专题分为三个层次，即法理、实例、评析，用实例说明理论，用理论剖析实例，三者有机统一，相得益彰。

第三，内容的可读性。作为通俗类读物，丛书具有文笔生动、明白通畅的特点，尤其是大量的实例，均具有典型性和代表性。作为法律读物，丛书的法理、评析具有较高的理论水准，概念表达准确，分析深入浅出。如此，读者可以在轻松的阅读过程中，逐步提高知法、用法水平。

《法律法规实例说丛书》的出版，是法律图书通俗化、专门学术大众化的一次尝试和探索。我们期待着这种尝试和探索能被广大的读者接受和认同。

湖南人民出版社
法律读物编辑室
1997年5月8日

目
录

一	消费者权益保护法概说	-----	(1)
(一)	消费者与消费者问题		(1)
1.	消费与消费者		(1)
2.	消费者问题		(5)
(二)	消费者权利与消费者权益		
	保护		(9)
1.	消费者运动与消费者权利	...	(9)
2.	消费者权益保护		(12)
(三)	消费者权益保护法的概念和		
	作用		(17)
1.	消费者权益保护法的概念与		
	调整对象		(17)
2.	消费者权益保护法的作用	...	(21)
(四)	消费者权益保护法的基本		
	原则		(25)
1.	自愿、平等、公平、诚实信用		
	原则		(25)
2.	国家保护消费者的合法权益不		
	受侵害原则		(27)
3.	国家保护与社会监督相结合的		
	原则		(29)
(五)	消费者权益保护法的表现		
	形式与基本内容		(31)
1.	消费者权益保护法的表现形式		
			(31)

目
录

2. 消费者权益保护法的基本内容	(32)
二 消费者的权利	(34)
(一) 消费者权利概说	(34)
1. 消费者权利的概念	(34)
2. 消费者权利的基本内容	(35)
(二) 消费者的安全权	(36)
1. 安全权的概念	(36)
2. 安全权的基本内容	(37)
3. 安全权的实现	(39)
(三) 消费者的知情权	(41)
1. 知情权的概念	(41)
2. 知情权的基本内容	(42)
3. 知情权的实现	(45)
(四) 消费者的选择权	(47)
1. 选择权的概念	(47)
2. 选择权的基本内容	(48)
3. 选择权的实现	(51)
(五) 消费者的公平交易权	(53)
1. 公平交易权的概念	(53)
2. 公平交易权的基本内容	(54)
3. 公平交易权的实现	(56)
(六) 消费者的求偿权	(60)
1. 求偿权的概念	(60)
2. 求偿权的求偿范围	(62)
3. 求偿权的实现	(65)

目

录

(七) 消费者的结社权	(68)
1. 结社权的概念	(68)
2. 结社权的实现	(69)
(八) 消费者的获得教育权	(72)
1. 获得教育权的概念	(72)
2. 获得教育权的基本内容	(73)
3. 获得教育权的实现	(76)
(九) 消费者的人格尊严权与民族 风俗习惯获得尊重权	(79)
1. 消费者的人格尊严权	(79)
2. 消费者的民族风俗习惯获得 尊重权	(82)
(十) 消费者的监督权	(85)
1. 监督权的概念	(85)
2. 监督权的基本内容	(86)
3. 监督权的实现	(88)
 三 经营者的义务	(92)
(一) 经营者义务概说	(92)
1. 经营者义务的概念	(92)
2. 经营者义务的基本内容与分类	(93)
(二) 《消费者权益保护法》规定的 经营者的义务	(96)
1. 听取消费者意见, 接受消费者 监督的义务	(96)
2. 警示说明的义务	(99)

目

录

3. 提供真实信息的义务	(102)
4. 标明真实名称和标记的义务	(106)
5. 出具购货凭证或者服务单据的义务	(109)
6. 保证商品或者服务质量的义务	(113)
7. “三包”义务	(118)
8. 不得以格式合同等方式损害消费者利益的义务	(122)
9. 不得侵犯消费者人格尊严和人身自由的义务	(127)
(三) 其他法律规定的经营者的义务	(132)
1. 《产品质量法》规定的经营者的义务	(132)
2. 《反不正当竞争法》规定的经营者的义务	(139)
3. 《广告法》规定的经营者的义务	(143)
4. 《商标法》规定的经营者的义务	(149)
5. 《食品卫生法》规定的经营者的义务	(151)
6. 《药品管理法》规定的经营者的义务	(154)

7. 《化妆品卫生监督条例》规定的
经营者的义务 (158)

四 国家对消费者合法权益的 保护 (162)

(一) 国家对消费者合法权益保护 概说 (162)

1. 国家对消费者合法权益保护的
涵义 (162)
2. 国家对消费者合法权益保护的
缘由 (163)

(二) 国家对消费者合法权益保护 的措施 (165)

1. 立法和制定有关政策时听取
消费者的意见和要求 (165)
2. 各级人民政府应加强对消费者
合法权益保护工作的领导和监督
..... (169)
3. 各级人民政府有关工作部门应
切实履行职责, 保护消费者
的合法权益 (173)
4. 有关国家机关应依法查处经营
者侵害消费者合法权益的违法
犯罪行为 (179)
5. 人民法院应采取措施, 方便
消费者提起诉讼 (183)

目

录

五 消费者组织	(187)
(一) 消费者组织的概念与性质	(187)
1. 消费者组织的概念	(187)
2. 消费者组织的性质	(190)
(二) 我国消费者协会的职能	(191)
1. 向消费者提供消费信息和咨询服务	(191)
2. 参与有关行政部门对商品和 服务的监督、检查	(195)
3. 就有关消费者合法权益问题, 向有关行政部门反映、查询, 提出建议	(196)
4. 受理消费者的投诉, 并对投诉 事项进行调查、调解	(199)
5. 对商品和服务的质量问题提 请鉴定部门鉴定	(202)
6. 支持受损害的消费者起诉 ..	(203)
7. 通过大众传播媒介对损害消费 者合法权益的行为予以揭露、 批评	(206)
(三) 消费者组织活动的禁止事项	(208)

1. 不得从事商品经营和营利性
服务 (208)
2. 不得以牟利为目的向社会推荐
商品和服务 (209)

六 争议的解决 (212)

(一) 消费者权益争议的解决途径 (212)

1. 与经营者协商和解 (213)
2. 请求消费者协会调解 (215)
3. 向有关行政部门申诉 (218)
4. 根据与经营者达成的仲裁协议
提请仲裁机构仲裁 (221)
5. 向人民法院提起诉讼 (223)

(二) 经营者赔偿责任的确定 (226)

1. 商品销售者与生产者赔偿责任的
确定 (226)
2. 服务者赔偿责任的确定 (231)
3. 对消费者负有赔偿责任的企业
分立、合并后赔偿责任的确定
..... (234)
4. 营业执照使用者与营业执照
持有者赔偿责任的确定 (238)
5. 展销会举办者与参展单位赔偿
责任的确定 (241)
6. 柜台出租者与柜台租赁者赔偿
责任的确定 (243)

目

录

7. 广告经营者与经营者法律责任 的确定	(246)
七 法律责任	(251)
(一) 法律责任概述	(251)
1. 法律责任的概念	(251)
2. 法律责任的种类	(252)
3. 追究法律责任应遵循的原则	(254)
(二) 经营者的民事责任	(256)
1. 经营者应承担民事责任的情形	(256)
2. 经营者民事责任的具体承担	(268)
(三) 经营者的行政责任	(309)
1. 经营者应承担行政责任的情形 与责任形式	(309)
2. 经营者不服行政处罚的法律 救济	(322)
(四) 经营者的刑事责任	(327)
1. 经营者承担刑事责任的形式	(327)
2. 经营者应承担刑事责任的情形 及责任形式	(331)
(五) 国家机关工作人员玩忽职守 或包庇经营者的法律责任	(335)

目

录

1. 国家机关工作人员玩忽职守的 法律责任	(335)
2. 国家机关工作人员包庇经营者 的法律责任	(338)
附录：中华人民共和国消费者权益 保护法	(342)
后记	(354)

•

一

消费者权益保护法概说

（一）消费者与消费者问题

1. 消费与消费者

有生产就有消费，如果说生产是整个社会生产过程的起点的话，那么，消费就是它的终点。消费有生产消费和生活消费之分，生产消费是指在生产过程中生产工具、原料、燃料等生产资料和劳动力的消费。因此，生产消费的过程也就是生产的过程，生产消费包含于生产之中。生活消费是指公民个人对生活用品的消费，它既包括人们吃饭、穿衣、住房以及使用日用品、交通工具等消费活动，也包括人们为满足精神文化需要的消费行为，如看电影、唱卡拉 OK、旅游等。本书所称的消费是专指生活消费而言，至于生产消费则不在讨论之列。

生活消费是一个动态概念，其内涵是不断发展变化的。随着生产的发展，生活质量的提高，人们为维持生命延续和种族繁衍所占的生活消费在整个生活消费中的比例在逐步缩小，与此相反，人们为追求精神文化生活享受所占的生活消费在整个生活消费中的比例则在逐步扩大。现代社会里，这种比例关系

2 消费者权益保护法实例说

被视为衡量一个社会的生活水平和生活质量的重要参数。

在明确了什么是消费后，那么，什么是消费者呢？

对于消费者一词，在不同的学科其含义是不一样的。在法学上，《中华人民共和国消费者权益保护法》（以后简称《消费者权益保护法》）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；本法未作规定的，受其他有关法律、法规保护。”依此规定精神，法律上所称的“消费者”是指为满足生活需要而购买、使用商品和接受服务的社会成员。

实例 1：为食用而购买糕点的公民是消费者

1993年5月10日，齐某从美味斋食品店购买市糕点厂生产的原装糕点2盒。次日早晨，齐某打开一盒，发现糕点外表都是焦糊状，但由于他与妻子、女儿都要赶着上班、上学，别无选择，只得将就着吃了些糕点便匆匆上路。上午10点，齐某感到肚子疼痛，随后腹泻，经医生诊断，为吃了不熟、变质食品所致，服药后好转。当天齐某与女儿也感到肚子疼痛难受，三人一致认为问题出在糕点上，于是将未吃完的糕点送到市卫生防疫站检验。市卫生防疫站检验后查明，市糕点厂生产、美味斋食品店经销的一批盒装糕点不熟、霉变并存在其他质量问题，遂对该厂作了相应的处罚并令其赔偿齐某一家的经济损失。

本例中，齐某为食用而购买糕点，当属我国《消费者权益保护法》所称的消费者无疑。但法律意义上的消费者包不包括单位呢？对于这个问题，在立法过程中有过争议，但未有定

论。1993年通过的《消费者权益保护法》对此也未作明确界定，故学界对此问题仍然莫衷一是。有的认为既然我国《消费者权益保护法》没有明确规定消费者专指公民个人，那么它当然包括单位在内，无论是公民个人还是单位组织，只要其是为生活消费而购买、使用商品或接受服务，都应属于消费者的范畴，受《消费者权益保护法》的保护。也有的根据国外的通行做法，认为消费者仅指公民个人，不应包括单位。国际上的通行做法是把消费者限定在个人的范围内，以体现保护社会弱者的主旨。在我国，1985年颁行的《消费品使用说明总则》也把消费者定位于“为满足个人或者家庭的生活需要而购买、使用商品或者服务的个体社会成员”。基于此，把消费者界定在公民个人为宜。

笔者倾向于同意第一种意见，单位消费也称集团消费，在国外一般由合同法或其他有关法律调整，而不纳入消费者权益保护的范畴。但我国情况特殊，单位消费并非都是生产消费，生活消费也大量存在，如单位购买商品而分给职工消费等，因此，有必要把单位也纳入消费者的范畴，受《消费者权益保护法》的保护。

实例2：单位购进商品供职工消费时，单位是消费者

1995年8月20日，胜利电器厂职工食堂从县榨菜厂购进5坛榨菜，次日经加工后供应本厂职工午餐。进餐后不久，在该食堂进餐的职工纷纷出现腹绞痛、腹泻等症状。电器厂立即与医院及县卫生防疫站取得联系，经紧急治疗，患病职工均脱离危险。后查明，这次事故系县榨菜厂供应的榨菜腐败霉变所致。为此，胜利电器厂依法向县人民法院提起民事诉讼，