

经济法案例评析与实务丛书

中华人民共和国

消费者权益保护法 案例评析与实务

李守荣 著
左凤莲



2. 294
265

中华人民共和国
消费者权益保护法案例评析与实务

李守荣 左凤莲 著

经济日报出版社

(京)新登字 102 号

责任编辑:朱 兰

责任校对:徐建华

图书在版编目(CIP)数据

中华人民共和国消费者权益保护法案例评析与实务/李守荣,左凤莲
编著. -北京:经济日报出版社,1995.7

ISBN 7-80036 958 7

I. 中… II. ①李… ②左… III. 消费者权益保护法-中国-案例-分
析 IV. D922.294.05

中国版本图书馆 CIP 数据核字(95)第 10517 号

中华人民共和国
消费者权益保护法案例评析与实务
李守荣 左凤莲 著

经济日报出版社出版

(北京崇文区体育馆路龙潭西里 54 号)

全国新华书店经销

北京星月印刷厂印刷

787×1092 毫米 32 开本 8.25 印张 170 千字

1995 年 7 月第 1 版 1995 年 7 月第 1 次印刷

1-10000 册

ISBN 7-80036-958-7/F·526 定价:8.00 元

前 言

在现代日常生活中，我们每个人都是消费者，都需要衣食住行娱，需要购买、使用商品和接受服务。近几年来，与群众生活密切相关的工业产品质量问题、伪劣假冒商品问题越来越尖锐突出，对广大消费者的身体健康、生命安全和财产利益造成了相当严重的损害。为此，在我国的许多法律、法规中都有关于保护消费者权益内容的规定，然而，由于它们分散在各个有关法律、法规中，又是从各个不同角度来规定的，因而不完善和不够规范的，对消费者权益的保护也是不利的。随着市场经济的高速发展，社会经济生活更加活跃，制定一部统一的、权威的保护消费者权益的法律，就显得日益紧迫和需要。这也是亟待保护的我国亿万消费者发出的强烈呼声！

1993年10月31日八届全国人大常委会四次会议制定颁布的、1994年1月1日实施的《中华人民共和国消费者权益保护法》，正是适应社会经济生活的迫切需要而诞生的。它作为消费领域的基本法，对于保护消费者的合法权益，规范经营者的行为，加强对商品和服务的社会监督，维护社会经济秩序，促进我国社会主义市场经济的健康发展，将会发挥重大的作用，产生深远的影响。

为了促进这部法律的贯彻落实，对公民学习、掌握和运用本法提供相关法律知识和实例上的帮助，也为研究人员提供资料，我们编写了这本案例评析。由于时间仓促，资料限

制，本册仅收集案件 92 例。在写作方法上，每件案例包括案例简介和案例分析两部分。案例力求具有代表性、典型性，分析意见具有知识性、法规性。在分析意见中，一般首先根据相关法条进行法理阐释，然后是对本案处理结果的评析。

由于水平有限，错误和不妥之处在所难免，祈望读者批评指正。

作 者

1995 年 1 月

目 录

前言.....	(1)
---------	-----

第一章 总则

1. 优惠券购买皮夹克案	(1)
2. 齐××购买糕点案	(5)
3. 职工食堂购买海带案	(9)
4. 严×、宁×购买汽车案	(11)
5. 商场销售不合格电热杯案	(13)
6. 个体户出售过期食品案	(15)
7. 娱乐场所收费案	(17)
8. 经营者强制交易案	(19)
9. 购买家用电器质量案	(22)
10. 制售伪劣电视机案	(25)
11. 非食用原料加工食品案	(27)
12. 一次性输血器案	(30)

第二章 消费者的权利

13. 变质牛肉食物中毒案	(34)
14. 电暖器质量纠纷案	(37)
15. 病死禽肉食物中毒案	(38)
16. 易拉罐啤酒英文标签案	(41)

17. 消费者自主选购商品案	(43)
18. 顾客自主选择服务案	(46)
19. 计量不准确案	(48)
20. 经营者指定消费案	(50)
21. 产品缺陷致人伤害案	(52)
22. 史大成购买不合格水泥案	(55)
23. 有毒化妆品致伤案	(57)
24. 侵害消费者名誉权案	(61)
25. 商店出售假皮鞋案	(64)
26. 水产品混杂河豚鱼案	(66)
27. 行政执法人员违法失职案	(68)

第三章 经营者的义务

28. 隐匿厂名、厂址案	(71)
29. 美满婚姻鹊桥会案	(74)
30. 商店出售死鸡案	(77)
31. 缺陷产品致人死亡案	(80)
32. 爱丽莎换肤霜虚假广告案	(82)
33. 出售商品不明码标价案	(85)
34. 租赁柜台售货案	(87)
35. 售货出具发票案	(90)
36. 销售茶叶克扣重量案	(92)
37. 定做家具质量案	(94)
38. 出售商品“三包”案	(96)
39. 家用电器“三包”案	(99)
40. 格式合同案	(102)

41. 店堂告示案 (105)
42. 侵犯消费者人格权案 (108)

第四章 国家对消费者合法权益的保护

43. 四川省“围剿”注水猪肉案 (111)
44. 制售劣质酒案 (115)
45. 制售劣质煤球案 (117)
46. 制售假药案 (119)
47. 销售假药构成犯罪案 (121)
48. 电暖器爆炸案 (126)
49. 尤××饮料中毒案 (129)

第五章 消费者组织

50. 副食商场出售不合格食品案 (132)
51. 燃油汽化炉爆炸案 (136)
52. 经营者出售走私品案 (138)

第六章 争议的解决

53. 宁之括食物中毒案 (141)
54. 违法价格案 (143)
55. 乘客联名起诉索赔案 (145)
56. 商场出售摩托车案 (147)
57. 受害消费者求偿案 (150)
58. 医疗事故案 (152)
59. 企业合并损害赔偿案 (156)
60. 出租营业执照案 (158)

61. 展销会购买电冰箱案	(161)
62. 租赁柜台销售商品案	(164)
63. 虚假广告案	(166)

第七章 法律责任

64. 产品缺陷致人死亡案	(171)
65. 出售变质速冻食品案	(175)
66. 租赁房屋纠纷案	(179)
67. 经营者拒绝退货案	(181)
68. 彩色电视机擅自提价案	(183)
69. 小学生集体食物中毒案	(185)
70. 美容导致毁容案	(187)
71. 制药厂制售假药案	(190)
72. 消费者使用商品不当案	(193)
73. 假酒致人伤亡案	(195)
74. 经营者殴打消费者案	(198)
75. 龙××装修房屋案	(200)
76. 销售商品造成财产损害赔偿案	(202)
77. 销售电冰箱“三包”案	(205)
78. 非产品缺陷损害责任案	(208)
79. 邮购饰品案	(210)
80. 预付款安装电话案	(213)
81. 销售不合格商品退货案	(217)
82. 经营者雇“托”销售案	(220)
83. 制售明令淘汰的药品案	(223)
84. 冒用厂名、厂址案	(227)

85. 侵犯消费者名誉权案	(229)
86. 经营者不服行政处罚案	(231)
87. 经营者拒不执行行政处罚案	(235)
88. 暴力阻碍执行公务案	(238)
89. 国家工作人员徇私枉法案	(242)

第八章 附则

90. 劣质棉花种子案	(246)
91. 冬虫夏草虚假广告案	(249)
92. 人民法院驳回起诉案	(252)

第一章 总 则

1. 优惠券购买皮夹克案

〔案情简介〕

1994年1月，岁末年初，××市经委干部许号寒先后得到本市各大商场和有关单位赠送的印刷精美的商品“优惠券”10多张，内中优惠的商品分别有食品、服装、家用电器和其它日用百货。许号寒在几年前就答应为妻子买件皮大衣，只因收入有限，一直没有兑现“诺言”。这次得到“优惠券”，很想趁临近春节的喜庆气氛中了却自己的心愿。他持券直接来到××商场，以1200元的优惠价（商场标原价1800元）买回一件海蓝色水貂领女羊皮大衣。皮大衣拿回家，妻子欣喜若狂，次日便穿着上班去了。第三天，细心的妻子发现这件皮大衣做工较粗，衣服的双肩不够对称，钮扣有些歪斜，衬里脱线。这些毛病引起了许号寒夫妻的警觉，他们到市皮革公司请求制革专家对所购大衣进行鉴定，确认这件皮大衣是驴皮制作，所谓水貂领是用兔皮仿冒的，整件衣服价值500元左右。鉴定结果令许号寒夫妻十分惊讶和气愤，直呼上当。二人找到市消费者协会，请求帮助挽回经济损失。经过市消费者协会出面调解，××商场承认所售皮大衣为驴皮原料制作，

领子也不是水貂皮的，同意作退货处理。

〔案例分析〕

《消费者权益保护法》第1条规定：“为保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展，制定本法。”

本条是关于立法宗旨的规定。根据这条规定，制定本法的宗旨主要包括以下三项内容：

1. 保护消费者的合法权益

在现代社会经济生活中，我们人人都是消费者。随着国家改革开放和现代化建设的飞速发展，人民生活水平普遍提高，生活消费日趋活跃。人民群众作为消费者，其合法权益遭受侵害的现象也日益增多和严重。一些经营者在营销活动中不是以物美价廉、诚实劳动赢得顾客，而是以奸商的伎俩，短斤少两，质次价高，以假充真，用不合法的手段赚取高额收入。消费领域的这种“伪劣假冒”现象所及，从食品、服装、鞋类、烟酒饮料，到家用电器、日用百货，到农用生产资料，给消费者的身体健康、生命安全和个人财产造成了严重损害。一些经营者用化肥发豆芽、发面掺洗衣粉炸油条、香油里加柴油、福尔马林泡“凤爪”、工业酒精兑制假酒、注水卖猪肉以及不合格的家用电器等，轻者无法使用，重者使消费者产生疾患，或者造成人身伤亡等严重后果。这种损害消费者合法权益的现象，在交通、旅游、娱乐场所等服务领域也不容忽视，有的从业者职业技能差，道德水平低，却巧立名目收取费用，甚至敲诈勒索顾客，还有的侵犯消费者的人格尊严，对顾客任意侮辱打骂，非法搜查，限制人身自由。

经营者的种种违法行为严重地损害了他们口称“上帝”的

消费者的合法权益，以致时时有被激怒的“上帝”起身来捍卫自己的合法权益。为了切实有效地保护消费者的合法权益，近几年来，我国相继制定颁布了一批有保护消费者权益内容的法律、法规，如民法通则、食品卫生法（试行）、药品管理法、计量法、标准化法、产品质量法、反不正当竞争法等。这样，使得我们在保护消费者权益方面逐步做到有法可依，并且取得了一定的成绩。但是，由于这些保护消费者权益的内容分别规定在不同的法律、法规中，因而是分散的、不成体系的，而且，由于各个法律、法规规定的角度不同，有时不便统一掌握和执行。加之，有的只是概括性规定，不便具体操作；有的只有禁止性规定，没有法律补救措施；有的只规定了追究违法者民事责任或行政责任，而且畸轻，缺乏与刑事法律的衔接，等等。因此，急需制定一个统一的保护消费者权益的基本法，以便指导和加强日趋紧迫的消费者权益的保护工作。

2. 维护社会经济秩序

社会经济活动包括生产、分配、交换、消费等几个环节，这几个环节之间是相互依存、相互作用的。其中，消费作为社会生产的目的和动力，它是否健康和良好，对于整个社会经济活动具有重要的作用和影响。因此，建立良好的消费关系，维护正常的消费秩序，是十分重要的。在社会消费关系中，经营者与消费者之间的关系是最基本的关系，此外还有经营者与经营者之间的关系等。为了拥有更大的市场，赢得更多的消费者，经营者与经营者、经营者与消费者之间必然要产生竞争关系。《消费者权益保护法》的基本任务是保护消费者的合法权益。为了实现这项任务，另一方面就必须规范

经营者的行为。本法以专章对消费的权利和经营者的义务所作的全面、具体的规定，关于经营者与消费者的交易行为必须遵循自愿、平等、公平、诚实信用原则的规定，既是保护消费者合法权益的需要，也是维护社会经济秩序的需要。

3、促进社会主义市场经济健康发展

社会主义市场经济是法制经济，建立健全保护消费者权益的法律制度，规范经营者的交易行为，既可以维护社会经济秩序，又可以促进社会主义市场经济的健康发展。从整个社会经济活动来看，生产离不开消费，消费是生产的目的和归宿，生产的根本目的是不断满足人们日益增长的物质文化生活需要，即日益提高的消费需要。结构合理、健康发展的消费将会促进社会生产的均衡发展。从社会主义市场经济来看，消费也就意味着市场，保护消费者的合法权益，是发展市场经济的需要。制定消费者权益保护法，是建立社会主义市场经济法律体系的一项重要内容，因而对于促进社会主义市场经济的健康发展具有重要作用。

在本案中，经营者××商场在春节前销售旺季以赠送“优惠券”的形式开展促销活动，而卖给消费者许号寒的“水貂领羊皮女大衣”却是假羊皮真驴皮、假水貂皮真兔皮领，价值500元左右却卖1200元，还说是优惠。这种欺诈销售行为严重地损害了消费者许号寒的经济利益，案件发生时《消费者权益保护法》已经颁布实施，经营者××商场的交易行为应受本法的规范调整，消费者许号寒的合法权益受本法保护。

此外，在市场经济条件下，企业竞争激烈，经营者根据消费者的心理，审时度势，采取一些营销策略，开辟新的销售办法和途径，甚至别出心裁地以一些奇妙的方法促销，都

是无可厚非的。但是，无论何种营销手段和策略，都必须在法律允许的限度内，遵守市场竞争的基本规则，不能违背职业道德，损害消费者的利益。经营者许愿优惠，售出的商品就应该比其原价值便宜，让消费者得到一定的实惠；即使是将“优惠”作为促销的一种心理战术运用，实际上并不优惠，起码也必须是货真价实，而不应坑人宰人，进行欺诈销售。否则，在法制逐步健全、消费者觉悟迅速提高的今天，经营者必然自食恶果！

2. 齐××购买糕点案

[案例简介]

1993年5月10日，齐××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××打开一盒，发现糕点外表都是焦糊状。由于他与妻子、女儿都要赶着上班、上学，别无选择，每人一杯开水，拿块点心三嚼两嚼囫圇下肚，就都匆匆上路了。当天上午10点，齐××妻子在工作岗位忽然感到肚子疼痛，随即开始腹泻。她马上赶往医院看医生，诊断为吃了不熟、变质食品所致，经服药好转。晚上，夫妻、女儿回到家里，都说白天发生肚子疼，只是齐××父女没有下泻和看医生，三人一致认为问题出在糕点上。齐××打开尚未食用的一盒糕点，发现糕点表面焦糊，掰开糕点里面是夹生的，细看还有些霉斑。5月12日，齐××到市卫生防疫站反映了美味斋食品店出售糕点的质量问题。市卫生防疫站根

据齐××举报，追根溯源，派员到市糕点厂对糕点进行抽样检查和调查，除查明该厂生产的、美味斋食品店经销的一批盒装糕点不熟、霉变外，还查明：（1）该厂降低糕点生产用料标准。配料标准表规定用精制面粉的，改用普通面粉，规定用植物油的改用猪油，规定用蜂蜜的未用。（2）计量器具台秤不准，致使每盒糕点短称10%左右。据此，市卫生防疫站对该厂做出处罚决定：（1）对消费者所购不熟、变质糕点作退货处理，并适当补偿消费者经济损失；（2）罚款5000元；（3）责令停业整顿，待验收合格后方可恢复生产。

[案例分析]

《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。”

本条是关于消费者的涵义，本法的适用范围和本法与其他法律、法规关系问题的规定。

1. 消费者的涵义和本法的适用范围

根据本条规定，本法所称消费者是指为生活消费需要而购买、使用商品或者接受服务的个人和单位。消费者的法律特征是：

（1）消费者的消费属于生活消费。人类社会的消费分为生产消费和生活消费，而本法所称消费者的消费特指生活消费，不包括生产消费。生活消费与人们的日常生活密切相关，它是人们为了生存和繁衍而消耗物质产品、精神产品的行为和过程。当前，人们在生活消费的过程中所受到的损害日趋严重，而且远比生产消费中所受到的损害直接，以致有时影响到生产发展和社会主义市场经济秩序的稳定，广大人民群众

众在生活消费中要求免遭侵害的呼声不断上升，而其他法律因其调整范围的限制，不能承担起全面、有效地保护人们生活消费权益的重任。因此，本法理当肩负起保护消费者权益的使命，并将其严格地限定在生活消费的范围内。

(2) 消费者消费的客体是商品和服务。这些商品和服务是与日常生活密切相关的、可以用于生活消费的那部分商品和服务。这里的商品是通过流通过程推出的产品，不论它是成品、半成品或者原料，也不论是经过加工制作的或者天然的产品，乃至动产、不动产。服务是指有偿提供能为潜在的消费者利用的任何种类的服务。总之，消费者消费的商品和服务的范围很大，它概括了人们的衣、食、住、行、娱乐、文化、教育、医疗、保险等各个方面的生活消费所需要的商品和服务。只要是法律允许提供的能为消费者生活消费利用的商品和服务，均属本法规定的商品和服务的范围。

(3) 消费者的消费方式包括购买、使用（商品）和接受（服务）。购买是人们直接有偿获得商品的手段，使用是人们实际消耗商品的行为和过程，接受是人们获得服务的手段，也是利用服务的过程。购买是直接的消费方式，使用 and 接受则有直接、间接之分。这即是说，消费者都是直接从经营者那里购买（商品），而使用（商品）和接受（服务）则可以是直接的，也可以是间接的。

(4) 消费者的主体包括公民个人和进行生活消费的单位。本法规定的消费者主要是指公民个人，且不分年龄、民族、性别、职业、家庭出身、宗教信仰、文化程度、财产状况、居住期限等，都离不开生活消费，因而都作为消费主体而规定在消费者的范围之内。单位消费分生产消费和生活消费，而