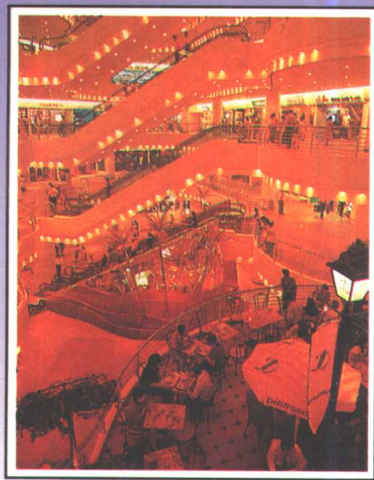


「上帝」的盾牌



消费者权益
法律保护的
指南

● 孔祥俊
张双根
主编

经济科学出版社

94

「上帝」的盾牌

——消费者权益的法律保护指南

● 孔祥俊 张双根 主编

经济科学出版社

一九九六年·北京

责任编辑：张和群

责任校对：段健瑛

封面设计：卜建辰

技术编辑：贾志坚 代小卫

“上帝”的盾牌
——消费者权益的法律保护指南
孔祥俊 张双根 主编

*

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销
北京地质印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开 12 印张 305000 字

1996 年 4 月第一版 1996 年 4 月第一次印刷

印数：0001—5000 册

ISBN 7-5058-0936-9/D·87 定价：17.00 元

主 编 孔祥俊 张双根
撰稿人 (按姓氏笔画排列)

方治刚 孔祥俊 刘学生
张双根 张岳令 张学哲
汪 泽 章正璋 黄章任
蔡 晖

序

江 平

当今是一个“雾里看花”的消费时代。在消费关系中，一方是拥有专门和复杂的专业技术、工艺流程或流通环节的生产者或销售者，一方是面对琳琅满目、令人眼花缭乱而又常常不知所措的“上帝”——消费者。这种“天然”的“分工”往往使消费者在作出消费选择时难以看得“真真切切”，想得“明明白白”，消费者也就成为天然的弱者。假冒伪劣商品畅通无阻、受害者往往难以得到方便而又有效的救济，就是这种现象的反映。由此，假冒伪劣商品已成为“人人喊打”的社会公害，消费者保护已成为引起广泛关注的社会热点问题。君不见，“王海”现象一石激起千层浪，在社会各界中议论蜂起；有关消费者保护的话题在各类新闻媒体中也此起彼伏，铺天盖地；各种各样的商店无假货活动也是“你方唱罢我登场”，大小商店也纷纷张贴出维护消费者权益的标语；受害的消费者也不再一味忍气吞声，而奋起各种武器，维护“上帝”的尊严……凡此种种，均标志着我国正在形成消费者保护的社会攻势。

但是，消费者保护问题是市场经济发展过程中的必然现象，也是永恒的话题，我国消费者的成熟和消费者保护体系的完善更有漫漫长路要走。消费者保护的最有效的武器是法律，完备的消费者保护法律体系和司法体系是遏制假冒伪劣商品横行、维护消费者权益的根本出路之一。经数年来的努力，我国已初步形成了消

费者保护的法律体系，从《民法通则》到《消费者权益保护法》等单行法律法规都为消费者保护提供了法律支持。当您受到假冒伪劣商品的侵害时，您完全可以扬起手中的法律盾牌，进行迎头痛击。因此，要紧的是您要有强烈的自我保护意识和足够的消费者保护法律知识。

为适应消费者保护形势的迫切需要，普及消费者保护知识和强化广大消费者的法律保护意识，孔祥俊等几位青年法律专家撰写了这本消费者保护著作。本书既有消费者保护法律知识的全面介绍，又有消费者投诉途径及保护方法的具体指导，还遴选了一批消费者保护的典型案例作为参考，熔知识性和操作性于一炉，可谓一册在手，消费者法律保护问题一览无余。因此，这是一本极为实用的消费者保护手册，我非常乐意向广大消费者和法律工作者推荐这本书。

1996年3月15日

目 录

总则篇

一、保护消费者的生活消费行为	(3)
二、约束经营者的生产销售行为	(9)
三、农民购买农业生产资料的特殊保护	(14)
四、交易之本：自愿平等原则	(19)
五、为商之道：诚实信用原则	(24)
六、商海之规：公平合法原则	(30)

消费者权利篇

权利之一：安全保障权	(39)
权利之二：知悉真情权	(43)
权利之三：自主选择权	(47)
权利之四：公平交易权	(50)
权利之五：获得赔偿权	(54)
权利之六：依法结社权	(57)
权利之七：维护尊严权	(59)
权利之八：监督批评权	(63)

经营者义务篇

义务之一：保障人身和财产安全	(71)
义务之二：不作虚假宣传和表示	(75)
义务之三：提供合格商品和服务	(81)

义务之四：从事公平合理的交易	(86)
义务之五：维护消费者的人身权	(93)
义务之六：出具相应凭证和单据	(97)
义务之七：听取意见和接受监督	(102)
义务之八：其他法定和约定义务	(107)

· 纠纷解决篇

解决机关之一：消费者协会	(113)
解决机关之二：有关行政部门	(118)
解决机关之三：仲裁机构	(126)
解决机关之四：人民法院	(131)
解决途径之一：和解	(136)
解决途径之二：调解	(140)
解决途径之三：申诉	(144)
解决途径之四：仲裁	(148)
解决途径之五：诉讼	(154)
责任承担之一：生产者和销售者之间	(160)
责任承担之二：经营者变更前后之间	(166)
责任承担之三：违法经营者与执照持有人	(170)
责任承担之四：经营者与展销会举办者	(174)
责任承担之五：经营者与柜台出租者	(180)
责任承担之六：经营者与广告经营者	(185)

法律责任篇

一、经营者违反产品质量法的民事责任	(193)
二、经营者致人伤害的民事责任	(198)
三、经营者致人死亡的民事责任	(203)
四、经营者侵犯消费者其他人身权的民事责任	(208)
五、经营者造成财产损害的民事责任	(213)

六、经营者违反约定的民事责任·····	(217)
七、经营者提供不合格商品的民事责任·····	(223)
八、经营者因欺诈行为的民事责任·····	(227)
九、经营者的行政责任·····	(232)
十、经营者的刑事责任·····	(237)
十一、国家机关工作人员的行政责任和刑事责任·····	(241)

热点案例篇

热点一：客户状告发展商 房地产纠纷骤起·····	(249)
热点二：“瓶啤”爆炸 谁来赔偿·····	(256)
热点三：经营者“还本销售” 消费者集团诉讼·····	(265)
热点四：全国第一起商店状告“上帝”案·····	(277)
热点五：姗姗来迟的判决·····	(283)
热点六：北京空调投诉倍增的法律透视·····	(292)
热点七：《花园公寓保不保平安》的法律点评·····	(299)
热点八：白武松制售假药案的法律思索·····	(305)
热点九：北京天桥宾馆与消费者权益纠纷案·····	(311)
热点十：中国消费者胜诉索尼公司·····	(316)
热点十一：“满天星”你是否依然璀璨·····	(321)
热点十二：“王海现象”的法律透视·····	(327)
热点十三：国贸中心侵犯“上帝”人身权利的法律 启示·····	(341)

附录

1. 中华人民共和国消费者权益保护法·····	(348)
2. 中华人民共和国产品质量法·····	(358)

总

则

篇



保护消费者的生活消费行为

【案情】

1994年5月，青年个体户王某经有关部门批准，获准从事饮食业服务活动，并经当地工商行政管理机关核准登记，开办了一家“顺意隆饭庄”。该饭庄的营业面积为500m²，其中有包厢10个。为了给顾客创造一个舒适的就餐环境，并为自己的经营增加利润，王某决定对饭庄进行精心的装潢，并在天花板上装置吊扇，以便在炎热的夏季给顾客送去一丝清凉。于是，王某从平安商场购买了12台吊扇，其中10台用于装潢饭庄，2台归自家居室使用，并请当地的一家“包你美”装潢公司进行装潢和安装吊扇。“包你美”装潢公司（以下简称装潢公司）按期为王某的饭庄和居室进行了装潢并安装了吊扇，并言明本公司的装潢和安装的质量绝对一流，出现任何问题，公司将承担一切责任。1994年5月28日，顺意隆饭庄顺利开业，不久便以其优质的服务、公平的价格赢得了市场，深受消费者的喜爱。

至同年6月下旬，天气渐转炎热，王某便决定将新安装的吊扇投入使用，以使本饭庄的服务质量更上一层楼。同年7月5日，张某、李某、刘某等一行8人到顺意隆饭庄就餐，并选择了一个包厢。正值张某等人开怀畅饮，兴致至极之时，突然，正在旋转的吊扇脱落，掉在了饭桌上，其中张某的右眼的眉骨被一片扇叶击中，皮肉绽开并造成骨折，经医治后留下一道伤疤；李某由于

吊扇脱落时，正准备夹菜，手被吊扇底部击中，造成三个手指骨折；刘某则因为一片扇叶击中脸部，脸的左边被划了一道较深的伤口；其他同行入“幸免遇难”。张某、李某、刘某为此花去医药费5000元人民币。伤愈后，三人到顺意隆饭庄找王某，要求赔偿损失，王某则拒绝赔偿，诉诸法院。经法院查明：（1）吊扇的脱落是由于在安装上没有采取必要的安全措施即安装不合格所直接造成的；（2）吊扇的质量也存在缺陷即质量不合格，但不是此次事故发生的原因。王某遂对自己所购的吊扇进行了全面检查，并经有关部门鉴定，12台吊扇无一合格，便要求平安商场退货，因此所受的损失按《消费者权益保护法》的有关规定处理。王某和平安商场的纠纷，后经有关部门调解解决。

在诉讼过程中，张某等三人诉称：作为消费者，我们到顺意隆饭庄就餐，是接受该饭庄（作为经营者）所提供的服务。我们因此过程中所遭受的损失，按消费者权益保护法的有关规定，该饭庄应当承担赔偿责任。

顺意隆饭庄老板王某辩称：吊扇脱落是由装潢公司在安装时未采取必要的安全措施造成的，本饭庄也是受害者，不应当承担赔偿责任，而应由装潢公司承担赔偿责任。而且要求装潢公司赔偿饭庄因安装不合格所受的损失，并返还已支付的吊扇安装劳务费。

【法律评析】

《消费者权益保护法》第2条规定：“消费者为生活消费购买、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含义，受消费者权益保护法保护条件以及消费者权益保护法和其他法律、法规之间关系的规定。

（一）根据本条的规定，消费者是指为生活消费而购买商品或接受服务的人。关于消费者是仅包括自然人（公民），还是也包括社会组织，有不同的理解。我们认为，消费者是指为了满足个人

或家庭的生活需要而购买、使用商品或接受服务的个体社会成员。我国国家标准《消费者使用说明总则》中对此作了相同的规定。由此可见，要成为《消费者权益保护法》中的消费者必须具备以下条件：

1. 消费者的消费属于生活消费。即购买、使用商品或接受服务的目的是为了个人或家庭的生活需要。消费可以分为生产消费和生活消费两种。前者以营利为目的，后者是非以营利为目的；对于前者适用产品质量法等相关法律、法规，而不能适用消费者权益保护法；对于后者则首先应当适用消费者权益保护法，只有在消费者权益保护法未作规定的情形下，才适用产品质量法、反不正当竞争法等相关法律、法规。也就是说生产消费的“消费者”不受消费者权益保护法的保护，它所从事的购买、使用商品或接受服务的行为不受消费者权益保护法的调整，这是由该法的适用范围所决定的。

本案中，张某、李某、刘某等8人到顺意隆饭庄就餐。张某等显然是以生活消费为目的接受饭庄提供的饮食服务，所以，张某等属于消费者权益保护法中的消费者，其合法权益受该法保护。

本案中，个体户王某购买12台吊扇和接受装潢公司安装服务的行为，是属生产消费，还是生活消费，应作具体分析。严格而言，王某将10台电扇用于饭庄的装潢并接受装潢公司的安装服务，属于生产消费的范畴，因而，对于这10台电扇的购买和使用以及接受服务，不适用消费者权益保护法，也就是说，王某不成为该法中的消费者；王某将另2台吊扇用于家庭及接受安装服务的行为，则属于生活消费，其合法权益应受消费者权益保护法的保护。但是在案件的处理上可以合并处理，统一适用产品质量法等有关法律、法规，而不必分别处理，分别适用产品质量法或消费者权益保护法，其目的在于便于案件处理。

2. 消费者必须是在市场上购买商品或接受服务。确定这一条件，是从产生了消费纠纷以及生产经营者侵害消费者利益时方便

举证的角度出发的。如果买卖人是在市场外进行的私下交易，即便是为生活消费而购买、使用商品或接受服务，也不能作为“消费者”而受到消费者权益保护法的保护。这是因为，此种私下交易缺乏公开性，难以用法律进行检查和监督。我国《受理消费者投诉暂行规定》就将“购买商品用于生产和销售的投诉”和“个人之间私下交易商品的投诉”排除在受理投诉的范围之外。

本案中，张某等到饭店就餐、个体户王某购买吊扇和接受安装服务的行为都应被认为是在市场上购买、使用商品或接受服务。仅就此项而言，张某等人及王某都是消费者。其中，王某相对于张某等人而言，他又是经营者，即为他人提供饮食服务的经营者。由此可见，王某兼具消费者和经营者的双重身份。

（二）本案的处理。

1. 关于张某、李某、刘某等3人与王某之间的纠纷。张某等三人属于接受服务的消费者，且以生活消费为目的，因此，其合法权益受消费者权益保护法的保护。根据《消费者权益保护法》第11条的规定：“消费者因购买、使用商品或接受服务受到人身、财产损害的，享有依法获得赔偿的权利”。张某等三人在接受王某提供的饮食服务时，人身受到伤害，依法享有请求赔偿的权利。其赔偿范围包括张某等三人的医疗费、治疗期间的护理费、因误工减少的收入等费用。根据在于《消费者权益保护法》第41条规定：“经营者提供商品或服务，造成消费者或其他受害人人身伤害的，应当支付医疗费、治疗期间的护理费、因误工减少的收入等费用”。

2. 关于王某和装潢公司之间的纠纷。王某相对于装潢公司而言，其接受装潢公司提供的安装服务，处于消费者的地位。但由于王某的消费绝大部分属于生产消费，而非生活消费，因而不宜适用消费者权益保护法，而应适用《民法通则》等相关法律、法规的规定以及王某与装潢公司就吊扇安装事项所达成的口头或书面协议。一般而言，王某可以要求装潢公司重新安装或赔偿损失。

又由于本案中，装潢公司的安装不合格是吊扇脱落的原因，且造成张某等三人的人身伤害，饭庄经营者王某因此赔偿了张某等三人的损失，王某有权就此向装潢公司追偿，或计入王某因安装不合格而遭受的损失之中，要求装潢公司赔偿。装潢公司依法应当承担赔偿责任。

3. 关于王某与平安商场之间的纠纷。王某相对于平安商场而言，处于消费者的地位，因其消费的目的是生产消费，因而不成为消费者权益保护法中的“消费者”，但其构成产品质量法中的“用户”。因此，对于此两者的纠纷虽不能适用《消费者权益保护法》，但应适用《产品质量法》的有关规定。根据《产品质量法》第28条的规定，“售出的产品有下列情形之一的，销售者应当负责修理、更换、退货；给购买产品的用户、消费者造成损失的，销售者应当赔偿损失：（1）不具备产品应当具备的使用性能而事先未作说明的；（2）不符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准的；（3）不符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况的”。本案中，平安商场就其向王某出售的吊扇不合格的行为，应向王某承担民事责任，王某可以要求修理、更换或退货。由于吊扇不合格不是造成吊扇脱落的原因，因此，平安商场对张某等三人的人身伤害不承担责任。

（三）《消费者权益保护法》与相关法律、法规之间的关系。

《消费者权益保护法》第2条规定：“本法未作规定的，受其他法律、法规保护”。由此可见，消费者权益的保护不以《消费者权益保护法》为限，而是以该法为中心，与其他法律、法规一起构成消费者权益的法律保护体系。就我国的目前立法状况而言，保护消费者权益的法律体系构成主要包括：

1. 带有基本法性质的《消费者权益保护法》及其基础法《民法通则》。
2. 在物价方面，如《中华人民共和国价格管理条例》等。
3. 在质量方面，如《产品质量法》，这部法律是与《消费者权益

益保护法》关系最为密切的法律。《消费者权益保护法》第16条明文规定：“经营者向消费者提供商品或者服务，应当按照《中华人民共和国产品质量法》和其他有关法律、法规的规定履行义务”。

4. 在商标广告方面，如《商标法》、《广告法》；在商业管理方面，如《反不正当竞争法》；在食品卫生方面，如《食品卫生法》和《药品管理法》等等。

5. 在标准和计量方面，如《标准化法》和《计量法》等等。