



最新法律文件解读丛书

主编 万鄂湘 张军

最新消费者维权法律文件 解读

最高人民法院《最新法律文件解读丛书》编辑委员会

2005 · 6 (总第6辑)

人民法院出版社

最新法律文件解读丛书

主编 万鄂湘 张 军

最新消费者维权法律 文件解读

(2005·6 总第6辑)

最高人民法院《最新法律文件解读丛书》编辑委员会

人民法院出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

最新消费者维权法律文件解读/万鄂湘,张军主编;最高人民法院
《最新法律文件解读丛书》编辑委员会. —北京:人民法院出版社,
2005

(最新法律文件解读丛书)

ISBN 7-80161-950-1

I. 最… II. ①万…②张…③最… III. 消费者权益保护法 -
法律解释 - 中国 IV. D923.85

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 001473 号

最新消费者维权法律文件解读 (2005·6 总第 6 辑)

最高人民法院《最新法律文件解读丛书》编辑委员会

责任编辑 高绍安 姜 峤

出版发行 人民法院出版社

地 址 北京市东城区东交民巷 27 号 (100745)

电 话 (010) 85250510 85250573 (责任编辑)

85250516 (出版部) 85250558 85250559 (发行部)

网 址 www.courtpress.com

E - mail courtpress@sohu.com

印 刷 保定市印刷厂

经 销 新华书店

开 本 850×1168 毫米 1/32

字 数 120 千字

印 张 4.875

版 次 2005 年 6 月第 1 版 2005 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-80161-950-1/D·950

定 价 9.00 元

版权所有 侵权必究

(如有缺页、倒装,请与出版社联系调换)

出版前言

为更好地为司法工作与行政执法工作服务，为促进经济建设与发展服务，经最高人民法院和中央有关部委同意，我国首套法规解读类连续性出版物《最新法律文件解读丛书》于2005年元月起正式出版。

本丛书由最高人民法院与中央有关部委领导担任主编和特邀顾问；最高人民法院、最高人民检察院、全国人大法工委、公安部、司法部等有关业务庭室负责人、我国法律有关学科学术带头人等专家委员组成编辑委员会进行编撰。

近些年来，针对司法、行政执法实践中出现的许多新情况新问题，有关立法、司法和行政执法部门往往以解释、解答、批复、意见、通知、纪要等形式，出台大量的解释性法律文件，以弥补立法中的漏洞与缺陷，解决执法中的热点、疑点和难点问题。因此，如何正确理解与把握这些相关解释性法律文件的具体内容、理解与把握这些解释性法律文件与相关法律法规的相互关系，就成为广大司法、行政执法部门和经济管理部门特别关注的重大问题，亦是法律适用中亟需解决的焦点问题。

《最新法律文件解读丛书》旨在解决上述重大问题与焦点问题。该丛书以“解读”为重点，通过对最新法律、法规特别是解释性法律文件的同步动态解读，为广大读者学习理解最新法律规范，及时解决实践中的新情况新问题，提供了一个全方位、多层面的高速信息平台。其中，对最新法律文件的“解读”部分，由我国最高立法机关、最高司法机关、国务院及其部委，以及有关院校参与和熟悉该法律文件起草讨论的法律专家撰写，并开设

专栏,针对读者提出的法律适用中的热点、疑点、难点问题进行专题解答,对相关新类型疑难案例进行点评。

本丛书与《司法文件选》相配套,优势互补,同时又是对《司法文件选》的拓展与深化。本丛书突出全、专、新、快、准等特点,其栏目设置、编辑体例、出版周期均不同于出版界现有图书,弥补了法规汇编类出版物没有同步阐释、解读内容,而阐释、解读类图书出版周期长、空白点多且不连贯的缺憾。期望能以其作者队伍的权威性、法律文件的新颖性、解读内容的科学性、编排体例的实用性、出版发行的及时性等特色,成为广大读者理解与适用最新法律规范的良师益友。

《最新消费者维权法律文件解读》(2005·6总第6辑)遵循丛书确立的宗旨和原则,按设置的相关栏目收录最新消费者维权法律文件与权威解读、问题解答、案例点评等文章计37篇,其中收录了《国家工商行政管理总局关于禁止发布含有不良声讯、短信息等电信信息服务广告的通知》与解读;《商务部关于加快我国社区商业发展的指导意见》与解读;《建设部关于贯彻〈国务院办公厅转发建设部等部门关于做好稳定房价工作意见〉的通知》与解读;《大同市酒类商品监督管理条例》解读;《厦门市生鲜食品安全监督管理办法》及解读;本丛书专家顾问组针对消费者维权法律适用的热点、难点、疑点问题作的4个解答;张斌诉宏大超市有限公司培新商场双倍赔偿购烟款案及法官点评等内容。

本书按月出版,全年12辑,适合广大法官、检察官、警官、行政执法人员,企事业单位高层管理人员、律师、院校师生和其他法律爱好者等阅读使用。

最高人民法院人民法院出版社

2005年6月

目 录

部门规章、规章性文件与解读

国家工商行政管理总局

关于禁止发布含有不良内容声讯、短信息等
电信信息服务广告的通知》(略)

(2005 年 1 月 25 日) (1)

【解读】

解读《关于禁止发布含有不良内容声讯、
短信息等电信信息服务广告的通知》

..... 国家工商行政管理总局 吕志诚 (1)

商务部

关于加快我国社区商业发展的指导意见

(2005 年 5 月 9 日) (5)

【解读】

解读《商务部关于加快我国社区商业发展的

指导意见》... 商务部商业改革司副司长 王晓川 (12)

建设部

关于贯彻《国务院办公厅转发建设部等部门关于
做好稳定住房价格工作意见的通知》的通知

(2005 年 5 月 26 日) (15)

【解读】

解读《关于贯彻〈国务院办公厅转发建设部等

- 部门关于做好稳定住房价格工作意见的
通知〉的通知》 经纬 (21)
- 国家质检总局
关于进一步加强食品质量安全监管工作的通知
(2005 年 6 月 2 日) (25)
- 文化部 国家工商行政管理总局 公安部 信息产业部
教育部 财政部 国务院 法制办公室 中央文明办
共青团中央
关于进一步深化网吧管理工作的通知
(2005 年 4 月 12 日) (39)
- 保健食品注册管理办法 (试行)
(2005 年 4 月 30 日) (46)
- 【相关链接】**
- 国家食品药品监督管理局
关于印发《营养素补充剂申报与审评规定
(试行)》等 8 个相关规定的通告
(2005 年 5 月 20 日) (65)
- 商务部 中宣部 发展改革委 公安部 劳动保障部
建设部 海关总署 税务总局 工商总局
质检总局 外汇局
关于印发《打击商贸活动中欺诈行为专项
行动工作方案》的通知
(2005 年 5 月 18 日) (73)
- 国家工商行政管理总局
关于严厉打击虚假违法广告的通告
(2005 年 5 月 25 日) (79)
- 国家工商行政管理总局
关于进一步深化食品安全专项整治加强市场

监督管理工作的通知 (2005 年 5 月 13 日)	(82)
医师外出会诊管理暂行规定 (2005 年 4 月 30 日)	(86)
国家发展改革委 关于进一步规范游览参观点门票价格管理工作的通知 (2005 年 4 月 29 日)	(90)
公安部国家 国家工商行政管理总局 关于加强对机动车交易、维修及报废机动车 回收(拆解)监督管理的公告 (2005 年 4 月 14 日)	(93)

地方性法规、地方政府规章与解读

厦门市生鲜食品安全监督管理办法 (2005 年 5 月 12 日)	(95)
【解读】 解读《厦门市生鲜食品安全监督管理办法》 福建省厦门市法制局 丁贤志	(103)
大同市酒类商品监督管理条例 (2005 年 3 月 31 日)	(105)
【解读】 解读《大同市酒类商品监督管理条例》 大同市酒类专卖管理所 程 旭	(110)
北京市洗浴经营企业安全管理规范(试行) (2005 年 4 月 30 日)	(113)

法律适用热点、难点、疑点问题解答

- 销售广告与实际情况大相径庭，是否可以索赔？
 专家顾问组 (119)
- “诚信金”属何种性质？ 专家顾问组 (120)
- 顾客就餐时摔伤，火锅店是否应承担责任？
 专家顾问组 (121)
- 卖火车票“搭售”人身保险，这种做法合法吗？
 专家顾问组 (123)

最新法律文书与制作

- 博瑞祥云中心与贾英丽买卖合同纠纷案 (126)

新类型疑难案例选评

- 张斌诉宏大超市有限公司培新商场双倍赔偿购烟款案 ... (131)

【点评】

- 自行委托鉴定的法律效力
 北京市第二中级人民法院 李军红 (134)

最新立法、司法、行政执法动态

- 全国打击商贸领域商业欺诈，开展诚信兴商活动
 电视电话会议在北京举行 商务部新闻办公室 (137)
- 国家发展改革委要求加强“三夏”期间农资
 价格和市场监管 (139)
- 《最新法律文件解读丛书》约稿函 (141)

部门规章、规章性文件与解读

国家工商行政管理总局 关于禁止发布含有不良内容声讯、短信息等 电信信息服务广告的通知》(略)^①

(2005年1月25日 工商广字〔2005〕22号)

【解读】

解读《关于禁止发布含有不良内容声讯、 短信息等电信信息服务广告的通知》

国家工商行政管理总局 吕志诚

2004年7月以来,根据全国打击淫秽色情声讯台专项行动总体部署,全国开展了打击含淫秽色情声讯台专项行动,对各种不良声讯广告进行了查处,基本上净化了声讯服务广告市场。为

^① 内容请参见本书(2005·3总第3辑)。

了从根本上新加强对声讯、短信息等电信信息服务广告中不良内容的监管，建立长期有效的监管机制，规范声讯、短信息等电信信息服务广告内容，国家工商总局与信息产业部联合发布了《关于禁止发布含有不良内容声讯、短信息等电信信息服务广告的通知》（工商广字〔2005〕22号）（以下简称通知），进一步明确了对声讯、短信息等电信信息服务广告的管理要求或措施。

一、对声讯、短信息等电信信息服务广告监管的必要性

1. 一个时期以来，一些不法分子通过电视、报刊等媒介大量发布含有淫秽色情、封建迷信等不良内容的声讯、短信息等电信信息服务广告，如“情色玫瑰坊”、“探索两性秘密”、“姓名解析”等，严重扰乱了社会公共秩序，毒害了青少年的身心健康，人民群众对此反映十分强烈。另外，有的电信信息服务业务经营者受经济利益驱使，在收费标准、收费方式上误导消费者，严重损害了消费者的合法权益。为严厉打击此类违法犯罪行为，信息产业部、国家工商行政管理总局、公安部等8部门一起，于2004年下半年在全国联合开展了打击淫秽色情声讯台专项行动，并取得了明显成效。随后，国家工商行政管理总局与信息产业部根据此次专项行动发现的问题和取得的经验，认为十分有必要制订相应的管理措施，加强对声讯、短信息等电信信息服务广告中的不良内容进行监管。

2. 扩大监管重点、弥补监管死角。早在2002年6月，国家工商行政管理总局即下发了《关于规范声讯服务广告的通知》（工商广字〔2002〕第127号），明确提出了声讯服务广告的广告主主体资格标准，还提出了广告内容应当清楚、明白，广告中必须含有企业名称以及经营许可证编号，广告内容必须符合社会主义精神文明建设的要求，符合当今社会的公序良俗，不得含有损害人民群众尤其是青少年身心健康的内容等规范意见。《通知》除保留了《关于规范声讯服务广告的通知》中规范声讯台广告的要求和内容外，还明确将含有淫秽色情、封建迷信等不良内容的短信息等电信信息服务广告一起

纳入重点监管视野,要求有关部门及时依法予以查处。《通知》还以新的监管要求和对象,替代了《关于规范声讯服务广告的通知》,扩大了监管重点,弥补了对这些特殊广告的监管死角。

二、主要内容

1. 明确了管理对象和范围

声讯、短信息等电信信息服务,是指包括声讯、短信息、彩信、彩铃、WAP 等在内,通过固定网和移动网等公众通信网络向用户提供的语音信息服务或者在线信息和数据检索等信息服务。对设计、制作、代理、发布含有淫秽色情、封建迷信等不良内容的短信息等电信信息服务广告的,广告主、广告经营者、广告发布者都将被追究相应责任、并依法予以处理。

2. 提供、查验证明文件

按照有关规定,电信信息服务业务经营者开展经营业务时,必须具有相应的经营项目或经营资格,并能提供真实、合法、有效的证明文件:营业执照、《跨地区增值电信业务经营许可证》或者《增值电信业务经营许可证》,以及跨地区增值电信业务经营者应具有当地省、自治区、直辖市通信管理局发出的备案确认文件。不具备或无法提供这些证明文件,就不能自行或委托他人设计、制作、代理或者发布声讯、短信息等电信信息服务广告。

3. 核实、规范广告内容

一是要求有关广告经营者、广告发布者履行广告审查义务,在经营中查验证明文件、核实广告内容,对含有不良内容的广告、不能提供信息服务业务经营许可证的广告,不得设计、制作、代理和发布。二是要符合社会主义精神文明建设和良好社会道德风尚的要求,禁止利用各种媒介或形式,发布含有淫秽色情、封建迷信等不良内容的声讯、短信息等电信信息服务广告。三是在发布声讯、短信息等电信信息服务广告时,要在广告中清晰标明经营者名称及其经营许可证编号,以便于管理机关和广大

消费者的管理或监督。

4. 明码标价、规范服务收费

电信信息服务经营者，在广告中应标明其声讯、短信息等电信信息服务的收费标准和收费方式，不得欺骗和误导消费者。

5. 依法查处违法声讯服务广告

一是对发布含有淫秽色情、封建迷信等不良内容的短信息等电信信息服务广告的，由工商行政管理机关适用《广告法》第七条第二款规定、依据第三十九条予以处罚，“责令负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者停止发布、公开更正，没收广告费用，并处广告费用一倍以上五倍以下的罚款；情节严重的，依法停止广告业务。构成犯罪的，依法追究刑事责任。”二是对广告中未标明或未清晰标明声讯、短信息等电信信息服务的收费标准和收费方式的，由工商行政管理机关适用《广告法》第九条第一款规定，依据《广告法》第四十条第一款规定，“责令负有责任的广告主、广告经营者、广告发布者停止发布、公开更正，没收广告费用，可以并处广告费用一倍以上五倍以下的罚款。”三是对利用声讯、短信息等电信信息服务提供淫秽色情、封建迷信等不良内容信息的电信信息服务业务经营者，还将依据《电信条例》及国家有关规定，由电信主管部门、公安机关和国家安全机关依法予以处理。

三、需要注意的问题

1. 不良广告认定取证难

对于电信信息服务者推销自己服务的广告，何种不良内容属于淫秽色情，目前法律尚无统一的明文规定。由此在执法中造成了认定难、取证难、处罚难。在没有明确的法定标准的情况下，基层执法者只能对内容较为“露骨”、特征比较明显、比较容易执法的不良广告进行查处，这不利于声讯、短信息等电信信息服务广告的规范。因此，在日常执法实践中，各地需要不断加以总

结研究这个问题，有关部门也应尽早立法解决不良广告的认定标准。

2. 部门配合、协调执法机制尚需健全

在部分地区，查处违法声讯服务及其广告的部门配合、协调机制还不够健全。淫秽色情声讯台的问题形成，有着多方面、深层次的原因，需要有关部门多方配合、综合治理。从广告监管工作的情况看，含有淫秽色情内容的声讯、短信息等信息服务广告，是推销淫秽色情声讯服务的一种手段，这种服务如果有存在的条件和可能，服务提供者就会想方设法做广告，主流传播媒体不能做，就自行设计、制作印刷品广告发布。这就要求工商、电信、公安等有关部门及时沟通、通报情况，对当事人的违法行为进行综合监督检查和执法，不断提高综合治理的水平。

商 务 部

关于加快我国社区商业发展的指导意见

(2005年5月9日 商改发〔2005〕223号)

社区商业是城市商业的基础，是满足居民综合消费的重要载体。当前，随着我国国民经济的快速发展，城镇居民人均可支配收入日益提高，我国城市商业日益繁荣，城市中心商业区的建设已经达到较高水平。但是，随着消费需求和消费结构发生显著变化，居民对社区商业的需求日益增加。目前大部分城市社区商业设施不足，网点布局不合理，服务功能单一的状况，不能满足居

民基本生活和提高生活质量的需求。加快发展社区商业,是满足居民消费,改变城市面貌,扩大劳动就业,提升城市商业现代化和综合竞争力的迫切要求,也是构建社会主义和谐社会和全面建设小康社会的迫切要求。为进一步加快我国社区商业发展,特提出以下意见。

一、指导思想和总体目标

社区商业的建设要贯彻落实“三个代表”重要思想和科学发展观,坚持“以人为本、服务社会”的宗旨,以“便民、利民、为民”为出发点,紧紧抓住新区开发和旧城改造的机遇,完善新社区商业服务功能,优化老社区商业结构布局,加快营造和谐的社区消费环境,为实现构建社会主义和谐社会做贡献。

争取利用3~5年时间,在全国人口过百万的166个城市中,初步完成社区商业建设和改造工作,形成满足基本生活消费需求的社区服务网络,基本实现社区居民购物、餐饮、维修、美容美发、洗衣、家庭服务和再生资源回收等基本生活需求,在社区内就能得到基本满足。在消费水平较高的社区,要在满足基本生活需求的基础上,形成商业布局较合理、服务功能较齐备、服务质量和水平较高的社区商业综合服务体系。

二、工作原则

一是坚持以人为本。发展社区商业要反映民心、体现民情、满足民需,坚持以人民群众高兴不高兴、满意不满意为标准,使社区商业建设成为解决实际问题、为群众办好事办实事的工作。

二是坚持政府引导,市场化运作。社区商业建设要逐步形成政府引导、企业投入、市场运作、社会参与的发展机制,充分发挥各种所有制企业在社区商业建设中的作用。

三是典型引路,循序渐进。开展创建社区商业示范社区的工程,在总结示范社区经验基础上,逐步推开,形成辐射带动效应。

四是因地制宜,分类指导。要根据各地经济发展水平和社区

商业发展的不同阶段，分类指导；坚持一切从实际出发，不搞形式，不走过场，突出重点，逐步推进。

三、工作重点

（一）加强规划，促进网点布局合理化。商业网点合理规划，是实现社区商业服务功能，满足不同消费水平、消费特点、消费习惯的前提。推进社区商业发展必须坚持规划先行。各地商务主管部门要加快完成城市商业网点规划，在城市商业网点规划中对社区商业的规模、结构、布局做出详细规定。有条件的地方，可依据城市商业网点规划，制定社区商业网点专项规划。

（二）制定标准，分类指导，突出重点。目前，商务部正在制定全国社区商业的建设标准。各地商务主管部门可根据本地区城市发展的不同特点和社区商业的不同类型，因地制宜，制定地方性标准，确定工作重点，有针对性地对社区商业的建设活动进行协调。老城区要发挥和利用现有商业服务网点的辐射作用，以健全网点设施为主；已预留服务网点的新建社区，要针对社区居民需求变化，合理配置网点，扩大服务范围，以完善网点和提升服务水平为主；尚未开发的社区，要加强总体规划，以集中建设组团式社区商业中心和合理配置多点式便利型商业网点为主。

（三）鼓励有实力的连锁企业参与社区商业建设。各地商务主管部门要采取切实可行措施，通过资金、网点等一系列支持政策，积极引导企业运用连锁经营方式，到城市社区设立超市、便利店、标准化菜店、餐饮店、洗衣店等各类便民、利民的网点，并逐步搭载便民服务功能，满足社区居民多样化、个性化的消费需求。积极引导下岗失业人员进入社区，把社区创业就业与发展社区经济有机结合起来。鼓励企业采取收购、兼并、特许加盟等多种方式整合分散的社区商业资源，规范社区内的小型门店，实现资源共享，综合利用。

（四）利用现代技术手段，创新服务体系。各地商务主管部

门要积极建设面向社区服务的信息服务平台。鼓励有条件的企业利用信息技术开展社区便民服务,发展网上交易、网上服务,补充现有网点的不足;鼓励有条件的企业建立客户需求信息系统,及时采集、分析、存储客户信息,为居民提供定向、快捷、周到的服务。大力提倡社区骨干企业开展送货上门、送餐上门、修理上门的“三上门”服务,延伸服务功能,提高服务水平。提倡和鼓励社区商业企业组建专职的便民综合服务小分队入户服务,同社区居委会、社区居民建立稳定、畅通的联系渠道,开展以为社区居民排忧解难为宗旨的便民有偿服务。

(五) 切实搞好社区商业示范工作。目前,部分省市社区商业的建设工作已经开展,并取得了初步成效。为进一步推动社区商业发展,各地商务主管部门要结合当地实际,重点选择和建设一批在本地区带有示范作用的社区,制定切实可行的社区商业示范活动方案和规划,提出对示范社区的具体要求和措施,并抓好督促检查和验收工作(示范工作要求见附件1,示范活动的通知不再另发)。2005年商务部拟在全国范围内确定50个示范社区。明后两年,通过推广示范经验,逐步扩大示范范围,从而推动社区商业的全面发展。

四、工作要求

(一) 加强领导,建立长效工作机制。社区商业建设既是一项造福于民的民心工程,也是一项涉及方方面面的系统工程。各地商务主管部门要积极争取地方政府的支持,成立相应的领导协调机制,加强同建设、财政、劳动和社会保障、工商、民政、税务等部门的沟通与协作,形成合力。同时,充分发挥街道办事处、居委会、物业管理部门和商业企业几个方面的积极性,形成互联互通,协调配合的机制。

(二) 加强对社区商业工作的研究与指导。各地商务主管部门要高度重视社区商业工作,认真规划,精心组织,切实抓紧抓好。各