

家 庭 律 师 丛 书

投资理财法护航

梁桂青 陈永平 吕国民



湖北人民出版社

投资理财法护航

丛书顾问	李双元	刘清海			
丛书主编	蒋新苗	赖紫宁			
副主编	郑远民	陈俊	罗杜芳		
编委	一正	马松建	吕国民	陈俊	
	陈永平	郑远民	梁桂青	谭岳奇	
撰稿人	梁桂青	陈永平	吕国民		

鄂新登字 01 号

· 家庭律师丛书 ·

投资理财法护航

梁桂青 陈水平 吕国民 主编

出版：湖北人民出版社
发行：

地址：武汉市解放大道新育村 33 号
邮编：430022

印刷：湖北人民出版社蒲圻印刷厂 经销：湖北省新华书店

开本：787 毫米×1092 毫米 1/32 印张：8.5

字数：176 千字 插页：1

版次：1997 年 8 月第 1 版 印次：1997 年 8 月第 1 次印刷

印数：1—8 140 定价：8.50 元

书号：ISBN 7—216—02114—2/D·404

目 录

导 篇

顾客本是“上帝”，怎料竟成“羔羊” 卖主欲称霸道，哀叹法不由己

1. 争端缘起洋文，法律来断是非..... 29
2. 摊主似强盗，顾客岂可欺..... 31
3. 柜台出租不说明，出租一方有责任..... 32
4. 发票虽不值钱，消费者享有其权..... 34
5. 音响不合格，责任在何方..... 36
6. 一厢情愿贴告示，“上帝”不受其约束..... 38
7. 多花钱来坐飞机，未上飞机先受罪..... 40
8. “上帝”无端遭搜身，又道歉来又赔银..... 42
9. 展销会上销劣品，溜了和尚仍有庙..... 44
10. 广告骗钱再狡猾，最终也有落网时 46

商场烟云话竞争,手段层出不穷

诚信经营讲公平,切忌落井下石

11. 同是优质奖,效果不一样 51
12. 进网搭电话,怎可拉郎配 53
13. 利用回扣销药品,购销双方担责任 55
14. “牛皮”不可吹,广告必须真 58
15. 窃听秘密截客户,竹篮打水一场空 60
16. 擅自降价不为亏,赔了夫人又折兵 63
17. 如此“愿买愿卖”,不受处罚才怪 65
18. 有奖销售“空城计”,欺骗顾客终害己 67
19. 竞争要公平,诋毁不可行 69
20. 私下串通压标价,中标无效还遭罚 71

广告行为有法可依,切忌混水摸鱼

双刃利剑伤人害己,莫再作茧自缚

21. 斥巨资海滨购花园,“罗马阁”却成“空中楼” 75
22. 伟人百岁庆华诞,“钻石名表”欲行骗 77
23. 名星笑荐“乐天”牌,盛名之下名难符 79
24. 为求靓丽疯狂采购,换肤霜变成换肤伤 81
25. 无中生有“电视病”,弄虚作假“视保屏” 83
26. 空降巨款求财运? 公共秩序岂能违 85

27. 求大发洋烟登广告,大发不成反受罚	87
28. 广告行骗上报刊,连带责任报主担	89
29. 美容变毁容,博士也有假	91
30. 肖像无约上封面,刘嘉玲索赔 100 万	95

环境污染生恶果,四邻叫苦声不迭

环保意识须加强,泱泱大国尤紧迫

31. 噪声污染八载有余,环保调解化戈为帛	101
32. 工厂排污殃及路人,12 名工人中毒昏迷	103
33. 投资建厂兴富一方,搞好环保锦上添花	105
34. 甲天下钟乳独秀峰,煞风景谋利即违法	107
35. 遭雷击氯气外溢,值夜班女工受害	108
36. 天若有情天亦老,侧耳倾听森林啸	110
37. 丰收在即飞来横祸,罪魁祸首应该谁	113
38. 求富心切土法炼矿,忽视环保工人中毒	115
39. 报废农药随处放,鱼死鸭亡人遭殃	117
40. 国宝熊猫遭杀戮,法网恢恢捕歹徒	118

虽有“保险”亦有风险,劝君莫怠慢

金融市场多奥妙,问君知多少

41. 小舅持卡游四方,单位缘何付其帐	123
---------------------------	-----

42. 魔高一尺道高一丈,假钞存入缘起误解·····	125
43. 美其名曰“引外资”,唾手欲得 100 亿·····	127
44. 箕豆相煎何太急,清官据法明事理·····	129
45. 左右四邻关系好,借贷利率知多少·····	131
46. 众渔民魂归大海,寿险金谁人可得·····	133
47. 一把火 6 万变 18 万,东窗事发罪责难逃 ·····	135
48. 为爱女父亲投保,遭损伤当享其利·····	137
49. 投保物品切莫擅移,淮南淮北桔枳迥异·····	139
50. 保险公司拒付保费,遇难家属愤而起诉·····	141

买卖不成仁义在,警良诚信乃根本

坑蒙拐骗者止步,悬崖勒马犹未迟

51. 谋私利进口洋垃圾,偷鸡不成蚀把米·····	147
52. 居民超生理当受罚,果园承包与此何干·····	149
53. “全市最低”招徕生意,违约赔偿还落恶名·····	151
54. 权利保护有期限,及时行使莫迟延·····	152
55. 天灾人祸谁人可测,不可抗力可获豁免·····	155
56. 斗转星移厂长更换频繁,海枯石烂合同效力不变·····	157
57. 凭授权采购据理力争,耍无赖经理淫威难逞·····	158
58. 草签合约险失荆州,亡羊补牢犹为未晚·····	160
59. 海阔凭鱼跃,雷池莫擅越·····	162
60. 一派谎言天花乱坠,真金黄铜见火即知·····	164

**虽说受雇于人“身不由己”，亦有权利可言
纵有托辞借口以身试法，终是以卵击石**

61. 拒绝加班薪金全扣，8月孕妇诉诸仲裁 169
62. 涉世之初即遭解聘，天之骄子路在何方 171
63. 锅炉爆炸起祸端，因工负伤谁人管 173
64. 高压锅发作工资，我以锅糊口养家 175
65. 域外投资功不可没，入乡随俗守法为上 177
66. 企业兼并话劳保，员工负伤找谁家 179
67. 废合同理应赔巨款，巧用法柳暗又花明 181
68. 环境差员工欲解约，恶厂长拒还抵押金 183
69. 跳槽还顺手牵羊，诉法院如数赔偿 185
70. 凡胎肉体岂可祛病，借机解约法不容情 187
-

**变幻莫测，股市藏玄机
依法运作，公司方生财**

71. 求生存两企业兼并，“红眼病”办事处作梗 193
72. 好朋友下海创大业，一“公司”竟有三经理 195
73. 万事俱备只欠东风，股金不到公司难成 196
74. 轻法律税务局滥征税，诉公堂个体户胜官司 198
75. 照章纳税无可争议，滥用职权逆法悖理 200
76. 买空卖空尽亏空，纵身一跃了此生 201

77. 牛市成交收现款,熊市到来诉法院·····	204
78. 五兄弟筹资共炒股,孙小人不义捞差价·····	206
79. 打工仔与公司老板,“深发展”花落谁家·····	208
80. 熊市牛市变幻莫测,“哈医药”鹿死谁手·····	209

书中自有黄金屋,无形资产成商品

知识产权莫侵害,梁上君子落法网

81. 日本人抢注“大发”车,燕赵人无奈改夏利·····	215
82. 宾阳盛产西凤酒? 小小商标可夺命 ·····	217
83. 南国烽烟再起,“钻石”落户谁家·····	219
84. 新颖与否自难澄清,秉公执法案情自明·····	221
85. 诗童朗诵成名作,电台播放应付酬·····	224
86. 君子一言驷马难追,出版合同岂可儿戏·····	226
87. 职务发明谁为其主,员工单位各执一词·····	228
88. 一稿两投起争端,谁是谁非法来断·····	230
89. 专利技术受法律保护,再次使用当付其酬·····	232
90. 劳动者呕心沥血,剽窃者坐享其利·····	234

安得广厦千万间,大庇天下寒士俱欢颜

房地产权多纠纷,黎民百姓莫甘为法盲

91. 祖遗宅基纠纷起,明志还应明法理·····	239
92. 合法权利受保护,漫天要价法不容·····	241

93. 远亲尚不如近邻,和为贵方为好邻.....	243
94. 名为联营实租赁,利应上缴约无效.....	245
95. 国有土地诚宝贵,变相转卖令人惜.....	247
96. 土管员随手划宅基,乡政府依法赔损失.....	249
97. 租赁房产作抵押,担保合同失效力.....	251
98. 为民办事莫懈怠,行政诉讼寻公理.....	253
99. 职工出卖福利房,单位享有优先权.....	256
100. 买卖私房不过户,法律有情难相助	259

导 篇

杭州一打工仔因不愿超时加班,竟被厂方发布通缉令,悬赏捉拿,以至无处安身;开封两名女公路征费员,仅因 10 元人民币,竟被迫当众脱衣,仅着三角裤头接受检查……

10 月的北京,3 名出租车司机因治安纠纷丧失谋生工具,一纸诉状状告当地派出所;8 月的广州,一个体户因骑摩托车过桥被无理收费 20 元,而向人民法院提起诉讼,只求讨个公道……

看前者,让人义愤填膺拍案起;观后者使人击掌欢呼略欣慰。

家庭是社会的细胞,人人都拥有一个自己的家。人人都从家庭中走出去谋求经济发展,又回到家庭中享受天伦之乐。在生产经营过程中、在生活消费的时候;前述的事例难免会发生在我们每个家庭成员身上,怎么办?——法律,唯有法律才是我们最强有力的保护神!然而,现实生活中,人们却对法律存在种种的盲点与误区,以至影响了对自身合法权益的保护,其中最大的误区就是对法律是什么的认识。

“法典就是人民自由的圣经!”“它不是压制自由的手段,正如重力定律不是阻止运动的手段一样。”“恰恰相反,法律是肯定的、明确的、普遍的规范。在这些规范中,自由的存在具有普遍的、理性的、不取决于别人的任性的性质。”马克思早在100年前发出的至理名言还在回荡,但国人说起法律,就把它与“公检法”联系起来,就与“无产阶级的铁拳”相提并论,似乎法律就是刑法而已,具有强烈的惩罚性,是阶级压迫的工具,是有组织的暴力。因而也就对法律和自由的关系产生以下认识偏差:

1. 将自由和法律相对立。认为法律是压迫和专政的工具,自由成了法律的对立物,法律不是确认和保护自由的手段,而是压制自由的手段。不认为法律是赋予自己的权利,给予自己自由的保证,而把它视为政府的特权,是政府管制自己的凭证;把之视为自己义务的圈定或自己的限制,从而对法律敬而远之。

2. 把哲学上的自由和法律上的自由混为一谈。自由的哲学意义与“必然性”相联系,是人们对必然的认识和对客观世界的改造;而法律所讲的自由与“可能性”相联系。我国的法律确有许多口号式的空泛的条文,并不能对我们每个人保护备致,但法律的最大特点就是其被动性、工具性,你只有认识它、利用它,才可能保护自己。

3. 只讲抽象的自由,而忽略每个人的具体的权利。大脑中只有人民的自由、群众的自由、阶级的自由、社会的自由,独独没想到个体的人——确确实实的个人和单位(法人)的自由,以致我们都在谈自由,却恰恰不知道这自由是你、我、他,是我们每个人的自由。

“法典是人民自由的圣经!”自由至少含有以下意义:

1. 自由在法律上就意味着权利。权利是个人自由的社会尺度,是保障人们做某事或不做某事的自主的选择。想做某事或不愿做某事只是一厢情愿的,只有在法律上规定以后,你才能真正地去实现,如有人阻碍;你即可依据法律请求法院排除。

2. 自由在法律上意味着义务。自由是权利与义务的统一。认为义务与权利、自由相对立的观点是片面的。实际上权利离不开义务,义务离不开权利。正如孟德斯鸠所言:“自由是做法律所许可的一切事情的权利;如果一个公民能够做法律所禁止的事情,它就不再有自由了,因为其他的人也同样会有这个权利。”但同时也应看到,在形式上义务确实是对权利的一种限制,却绝对不是对立或否定,义务的存在正是为了保证权利的行使。

3. 自由还意味着责任。一个人不仅要能自主行动,自我选择,而且还要对行动和选择的不利后果承担责任。此即法律所讲的责任,它对自由是一种以国家出面的权威保护,是对自由的肯定而非否定。

由此可见,法律是人民自由的圣经。每个人依据法律享受权利,承担义务,自负其责。这就是自由,法律保护之下的自由。

市场经济条件下人们的一切活动,只有法律才能予以最完备的保护,此即人们常说的“市场经济就是法制经济”。广大的普通公民最需要法律的支持和保护,但却又不知法律为何物,如何利用法律以维护自己的合法权益。这就是今日中国之现实!本书希望以权利、义务、责任为主线,对普通公民在劳动

就业、生活消费、经商理财过程中所涉及的法律问题,通过具体生动的案例予以介绍,以期读者对这些经济活动中的权利、义务有个初步的了解,并能在自己的合法权益受到损害时,拿起法律武器来保护自己!

*

*

*

广州市一家事务所怎么也想不到,从北京以特快专递寄回的精密仪器竟成一堆废品!这仪器是从日本客户手上借来的,价值8万多元,事务所正急等着用。

广西一位摄影家积累25年,共计600多张个人摄影艺术作品以及珍贵的历史资料底片,由于建房单位选用的劣质水管漏水,而被毁于一旦,摄影家痛心疾首。

江苏徐州某矿务局的无塔供水压力容器深夜突然爆炸,正在梦乡中的10岁少儿被巨响惊醒,当即左耳出血,失去听觉……

随手翻阅报刊,这样的案例比比皆是:鞋子一周掉底,音响成了哑巴,美容却成毁容……面对这众多的现实案例,作为一个普通的公民,在个人生活中进行消费或接受服务时,在我国已有160多个法律法规对消费者权益进行保护的情况下,我们该怎么办?请注意以下几点:

1. 人身财产不受损害的权利。

这是消费者最重要的权利,也是宪法赋予每一个公民的最基本的权利之一。每个消费者在购买物品接受服务时,首先考虑的便是商品和服务的卫生安全问题。

2. 对商品和服务真实情况的知悉权。

这是消费者决定购买消费品或接受服务的前提。消费者

有权要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成分、有效期限、使用方法、售后服务等。

3. 对商品或接受服务的自主选择权。

这是消费者权利的核心。每一个消费者的心理偏好以及习惯不同,因而对商品和服务的要求也不相同,因而消费者在自主选择商品或接受服务时,有权进行比较、鉴别和挑选。

4. 消费者享有公平交易权。

消费者在购买商品或接受服务时,有权获得质量保证、价格合理、计量正确等公平交易条件,有权拒绝经营者的强制交易行为或歧视交易行为。如强制搭售劣质或滞销商品;对男人和女人、大人和小孩、熟人和生人、本地人和外地人,同一样商品,价格不同,对同一种服务,态度不同等。

5. 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。

因产品质量问题,造成人身伤害或财产损失的,受害人依法可以向产品的生产者或销售者中的任何一方提出损害赔偿的要求,并有权获得相应的赔偿。消费者在接受服务时,其合法权益受到损害的,可以向服务者要求赔偿。

6. 成立维护自身合法权益的社团的权利。

我国的消费者组织,主要是中国消费者协会和地方消费者协会,县级以上“消协”一般挂靠在同级工商行政管理部门。其职能如下:(1)受理消费者投诉,并对投诉事项进行调查、调解;(2)就损害消费者权益的行为,支持受害的消费者提起诉讼;(3)对损害消费者权益的行为,通过大众传播媒介予以揭露批评;(4)向消费者提供消费信息和咨询服务等。

7. 获得消费和消费者权益保护知识的权利。

消费者自身要努力掌握所需商品或服务的知识和技能，正确鉴别真优伪劣，正确使用商品，以维护自己的合法权益。

8. 人格尊严，民族、风俗习惯得到尊重的权利。

经营者不得对消费者进行侮辱、诽谤，不得搜查消费者的身体及携带物品，不得侵犯消费者的人身自由。

9. 对商品和服务以及保护消费者权益工作进行监督的权利。

消费者有权检举、控告侵害消费者权益的行为和对国家机关及其工作人员保护消费者权益工作提出批评建议。

消费者权益受到侵害时的解决办法：

1. 与经营者协商和解。

消费者权益受到损害时，消费者与经营者可以在平等自愿的基础上，互谦互让、交换意见、共同协商解决办法。这样可以及时解决纠纷，消费者及时得到补偿，不浪费宝贵时间和精力。

2. 请求消费者协会调解。

消费者权益受到损害后，可以直接找消费者协会调解。消费者协会在调解时不能压服、欺骗、威胁或偏袒一方，而应坚持“自愿、合法”的原则，分清是非，弄清事实，主持公道。

3. 向有关行政机关申诉。

消费争议属工商行政管理方面的，可请求当地工商行政管理局(分局)或市场管理员处理；属于药品方面的，可请求药政管理部门处理；属于食品卫生、计量、环境保护等方面的，请求这些方面的行政管理部门处理。

4. 由仲裁机构仲裁。

消费者权益受到损害，经营者又不履行义务或履行义务

不适当,消费者和经营者可以达成仲裁协议,提请无利害关系的仲裁机构公断。

5. 向人民法院起诉。

消费者向法院起诉应注意:(1)必须是自己的权益确实受到损害,并有充足证据;(2)搞清对方是自然人还是法人及其姓名(名称);(3)诉讼请求具体而明确。

*

*

*

我们生活在信息时代!众多的信息随时在对我们进行“狂轰烂炸”：“维维豆奶，欢乐开怀”、“活力 28，沙市日化”、“喝孔府家酒，交天下朋友”、“离开了联想，人类将会怎样”、“创维电视，与您共创美好未来”这些广告脍炙人口，令人难忘。但也有另一些广告现象，却也让人颇费思量：“吸烟有害健康”印上每盒香烟的新装；九省通衢的武汉，龟山电视塔上曾几何时“Kent”与蛇山黄鹤楼遥遥相峙，共赏落日。面对此林林总总广告，朋友，你作何感想？尤其在你依广告乘兴而去，返回后不是皮鞋只穿一星期，就是美容不成却受辱时，我们有否想到过对这些广告活动进行处置呢？下面对广告法的注意事项略作介绍：

一、生活中的虚假广告及其法律责任

(一)生活中虚假广告的类型：

1. 欺骗性定价广告。

这是伪称商品或服务价格便宜而对商品或服务价格进行引人误解的虚假宣传的广告。常见的有：双重标价，如同时标明原价和现价，原价高而现价低，但实际上根本未以“原价”出售过商品或服务；同时标明出厂价与市场零售价，但实际上出