

LAW

消费者权益法律保护专辑

主 编：赵汝琨

本册执行主编：梁利波

法律帮助一点通

——维权诉讼官司怎么打



免费法律咨询热线电话：010-58650228（北京九洲律师事务所）

中国检察出版社

消费者权益法律保护专辑 ★

法律帮助一点通

——维权诉讼官司怎么打

主 编 赵汝琨 本册执行主编 梁利波
编著者 梁利波 唐玉富

中国检察出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

维权诉讼官司怎么打/梁利波主编. —北京: 中国检察出版社, 2005. 1

(法律帮助一点通)

ISBN 7 - 80185 - 339 - 3

I. 维… II. 梁… III. 诉讼 - 基本知识 - 中国

IV. D925.05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 131036 号

法律帮助一点通——维权诉讼官司怎么打

主编 赵汝琨 本册执行主编 梁利波

出版发行: 中国检察出版社

社 址: 北京市石景山区鲁谷西路 5 号 (100040)

网 址: 中国检察出版社 (www.zgjccbs.com)

电子邮箱: zgjcbs@vip.sina.com

电 话: (010)68630384(编辑) 68650015(发行) 68650029(邮购)

经 销: 新华书店

印 刷: 保定市印刷厂

开 本: 850mm × 1168mm 32 开

印 张: 7.125 印张

字 数: 181 千字

版 次: 2005 年 1 月第一版 2005 年 1 月第一次印刷

书 号: ISBN 7 - 80185 - 339 - 3/D · 1318

定 价: 12.00 元

检察版图书, 版权所有, 侵权必究
如遇图书印装质量问题本社负责调换

目 录

一、什么样的维权官司可以诉讼	1
1. 展销会结束后, 能否以展销会举办者为被告 提起诉讼?	1
2. 住进宾馆却被抢劫, 能否以宾馆为被告?	3
3. 超市强行搜身, 可否要求精神损害赔偿?	4
4. 产品侵权案的受害人能否以产品的商标所有 人为被告?	6
5. 照相馆丢失胶卷, 顾客可否要求精神损害赔偿? ...	8
6. 消费者因商品缺陷遭受伤害, 应当向谁提起诉讼?	9
7. 使用他人执照违法营业造成损害的, 消费者 应向谁提起诉讼?	11
8. 企业分立合并后消费者应当向谁提起诉讼?	12
9. 医生误诊, 可否起诉医院?	13
10. 手机电池爆炸, 造成人身损害, 赔偿责任如 何分担?	15
11. 销售者涉嫌欺诈, 如何承担双倍赔偿的责任? ...	17
12. 出租车故意绕行, 多收费用可否退还?	19
13. 婚庆公司服务失约, 终生遗憾如何弥补?	20



二、消费者如何进行诉讼	23
14. 维权官司一般要经过哪些阶段？证据对官司有什么意义？	23
15. 什么是辩论原则？	24
16. 什么是处分原则？	26
17. 什么是当事人？	27
18. 什么是诉讼权利能力？什么是诉讼行为能力？一般公民都具有诉讼行为能力吗？	28
19. 公民怎样开始提起民事诉讼？	30
20. 什么是起诉？起诉的条件是什么？	31
21. 如何书写起诉状？	32
22. 驳回起诉、不予受理和驳回诉讼请求有什么区别？	38
23. 当事人起诉后是否可以撤诉？	39
24. 如何书写答辩状？	42
25. 什么是反诉？反诉的构成要件是什么？	45
26. 如何书写反诉状？	46
27. 各级法院受理第一审民事案件是如何分工的？	49
28. 什么是法院管辖？管辖有哪些种类？	50
29. 哪些案件由被告所在地的人民法院管辖？	51
30. 什么是管辖恒定原则？	52
31. 产品责任侵权案件的管辖法院如何确定？	53
32. 因合同纠纷提起诉讼，由哪个人民法院管辖？	54
33. 因合同纠纷提起诉讼，当事人可以选择管辖的人民法院吗？	55
34. 因保险合同纠纷提起诉讼，由哪个人民法院管辖？	



.....	55
35. 铁路运输丢失货物起诉的, 由哪个人民法院管辖?	56
.....	56
36. 第三人可以向受理法院提出管辖权异议吗?	57
37. 诉讼过程中能否更换被告?	58
38. 什么是必要共同诉讼人?	59
39. 普通共同诉讼人的诉讼行为对其他人有效吗? ...	61
40. 未参加诉讼的受害消费者能否直接适用确定判决?	62
.....	62
41. 什么是诉讼时效? 超过时效起诉, 法院会受理吗?	64
.....	64
42. 诉讼时效是否能够中止?	66
43. 什么是诉讼时效中断?	67
44. 诉讼时效期间如何计算?	69
45. 一般民事诉讼中有哪些证据? 各种证据运用 有哪些原则?	71
46. 哪些证据需要由当事人申请法院调查收集?	74
47. 当事人如何向法院申请调取证据?	75
48. 哪些证据是法院认为审理案件所需而由法院 主动调取的?	76
49. 什么是证明责任分配, 为什么要进行证明责 任分配?	77
50. 证明责任分配的一般原则是什么?	79
51. 什么是证明责任倒置, 为什么要进行证明责 任倒置?	80
52. 消费者主要承担哪些举证责任?	81



53. 在侵权诉讼中哪些证据无需当事人举证证明? ... 83
54. 我国法律法规及相关司法解释对举证时限有什么规定? 85
55. 当事人是否可以申请法官回避? 申请回避的条件是什么? 86
56. 哪些人可以担任法定诉讼代理人? 88
57. 法定诉讼代理人有哪些权限? 89
58. 哪些人可以成为委托诉讼代理人? 89
59. 委托诉讼代理人有哪些权限? 91
60. 当事人如何委托诉讼代理人? 92
61. 调解书达成后, 当事人是否可以反悔? 92
62. 消费者能否申请法院先予执行? 94
63. 什么是财产保全? 申请财产保全是否可以超出诉讼请求的金额? 95
64. 诉前财产保全和诉讼财产保全有什么区别? 96
65. 当事人是否有权提出证据保全申请? 97
66. 当事人如何申请证据保全? 99
67. 被告无正当理由拒不出庭, 法院可否进行缺席判决? 100
68. 诉讼进行中, 一方当事人死亡, 法院是否可以中止审理? 101
69. 诉讼中当事人申请回避, 是否延期审理? 102
70. 原告死亡, 法院能否终结诉讼? 104
71. 当事人不服判决如何提起上诉? 105
72. 如何书写上诉状? 107
73. 必要共同诉讼中的上诉人和被上诉人如何确定?



.....	110
74. 上诉人撤回上诉后能否再次提起上诉?	111
75. 二审法院能否径行判决?	112
76. 对于哪些案件, 二审法院可以发回重审?	114
77. 当事人如何申请再审?	115
78. 如何书写再审申请书?	117
79. 再审案件应当如何审理?	119
80. 当事人是否可以申请法院强制执行?	120
81. 如何书写强制执行申请书?	122
82. 生效调解书能否作为执行根据?	123
83. 案外人对执行标的提出异议, 应当如何处理?	124
84. 执行和解后反悔能否再申请强制执行?	126
85. 参与分配有什么条件?	127
86. 法人破产, 执行程序是否中止?	129
87. 法律文书被撤销, 法院能否终结执行?	130
88. 涉外民事诉讼有什么特殊的规定?	132
89. 打维权官司有什么技巧吗?	134

附 录 139

中华人民共和国消费者权益保护法	139
中华人民共和国民事诉讼法	150
最高人民法院关于确定民事侵权精神损害赔偿责 任若干问题的解释	204
最高人民法院关于审理人身损害赔偿案件适用法律 若干问题的解释	207

什么样的维权官司可以诉讼

1 展销会结束后，能否以展销会举办者为被告提起诉讼？

2004年6月上旬，某市电视台连续播放消息说，6月20日至6月25日，该市商城与几个知名的电冰箱生产厂家联合举办电冰箱展销会。此次展销会荟萃各知名电冰箱生产厂家生产的最新电冰箱，种类齐全，而且所有的电冰箱一律实行出厂价。

6月22日，市民李某在展销会上以1550元购得某知名电冰箱生产厂家展销的电冰箱一台。他们高高兴兴地把电冰箱带回家，按照说明书的要求安放、接通电源，过了许久，仍然没有动静，打开箱门把手探进去，里面热乎乎的，李某一团高兴顿时化为乌有。第二天，李某再赴展销会，向电冰箱生产厂家的展销人员说明情况。该电冰箱生产厂家的技术人员经过一个半小时的检修，并且当场试验，电冰箱终于有了制冷效果。但6月27日，李某在家再次打开电冰箱的时候，发现电冰箱又没有了制冷效果，但是展销会已经结束，电冰箱的生产厂家的



展销人员已经离开。于是李某找到展销会的举办者该市商城要求其赔偿，但是商城却认为，其只对展销会期间的产品质量负责，现在展销会已经结束，而且电冰箱是生产厂家所销售，与其无关。

有的经营者为了追求高额利润，经常举办各式各样的展销会、促销会推销其商品，但是这样的展销会一般为期很短。展销会结束后，参展单位即各自离开，使得消费者在展销会结束后产品质量出现问题，利益受损，却很难找到销售者或者服务者，而举办单位又借口不是其亲自所为进行推脱。但是，消费者参加展销会，不能也没有必要分清谁是举办者，谁是展销者，或者说在消费者看来，展销会的举办者和展销者是一个整体；况且，展销会的举办者和参展者都是有着共同追逐利润的目的，举办者一般要向参展者收取一定的参展费用，换句话说就是展销会的举办者要分享参展单位的利润，所以他们之间存在着共同的利益。因此，对于销售者或者是服务者在展销会期间销售的商品或者是提供的服务中损害消费者利益的行为，举办者应当负担连带赔偿责任。

《消费者权益保护法》第38条规定：“消费者在展销会、租赁柜台购买商品或者接受服务，其合法权益受到损害的，可以向销售者或者服务者要求赔偿。展销会结束或者柜台租赁期满后，也可以向展销会的举办者、柜台的出租者要求赔偿。展销会的举办者、柜台的出租者赔偿后，有权向销售者或者服务者追偿。”由此可见，如果在展销会期间发现产品质量存在问题，消费者可以就所受损害要求销售者或者服务者进行赔偿。如果展销会结束，消费者可以以销售者或者服务者为被告提起诉讼，也可以以展销会的举办者为被告提起诉讼，也就是说，



消费者在这时有对被告的选择权。当然如果消费者所受损害是由于参展单位的单方面的过错而导致消费者受损的，展销会的举办者向消费者赔偿后，有权向销售者或者服务者进行追偿，但这是展销会的举办者与销售者或者服务者的内部关系，不能以此来对抗消费者。所以，本案中，李某可以向商城提起诉讼，也可以向电冰箱的生产厂家提起诉讼，商城不能拒绝承担赔偿责任。

2 住进宾馆却被抢劫，能否以宾馆为被告？

2003年8月23日下午，王某到外市参加药品交流会，入住当地银河宾馆1911客房。当日下午4时40分左右，宾馆服务人员进入客房时发现王某被捆绑在地。原来王某遇到两个蒙面人实施抢劫，被夺走财物人民币2.3万多元、港币2000元及价值7140元的欧米茄牌手表，并被打成轻伤。后法院查证，罪犯曾于当日下午2时左右进入银河宾馆内乘电梯7次上下，宾馆未对罪犯进行访客登记，也未注意到其形迹。银河宾馆系涉外星级宾馆，有规范的管理制度和安全监控设施。在银河宾馆自行制定的《银河宾馆质量承诺细则》中，有“24小时的保安巡视，确保您的人身安全”；“若有不符合上述陈述内容的，我们将立即改进并向您赔礼道歉，或奉送水果、费用打折、部分免费、直至赔偿”等内容。2003年9月28日，王某向该市人民法院提起诉讼。

这是一起宾馆未尽安全保护义务致使住客人身、财产损害的案件。住客交纳住宿费用，宾馆交付宾客钥匙双方即缔结事实上的合同关系。实质上，住客支付费用入住宾馆，是对宾馆的服务的一种信赖。因此，宾馆应当对住客的人身和财产安全



负有安全保障义务。宾馆对住客的人身保护义务要求宾馆应确保不因其设施质量瑕疵而遭受人身损害，并尽最大的谨慎注意义务防止住客在宾馆内遭受第三人的不法侵害。判断宾馆是否尽到注意义务的标准是：（1）宾馆是否有符合其等级和收费标准的保安人员和安全监控设施；（2）宾馆是否有完备、合理的安全保卫制度；（3）宾馆的保安人员是否切实利用了监控设备、是否切实遵守了内部安全保卫制度。银河宾馆符合前两点，但是罪犯7次上下电梯，宾馆都未对其进行访客登记，也未注意到其形迹，宾馆应当承担未尽安全保障义务的责任。

保护住客既不受外来的不法侵害，又不受宾馆内设施质量瑕疵的损害，这是一种附随义务。但是若公开承诺保障住客人身、财产安全，这种附随义务即上升为合同义务。但是无论附随义务还是主合同义务，宾馆违反义务致使住客人身伤害或财产损害均应承担损害赔偿赔偿责任。最高人民法院《关于审理人身损害赔偿案件适用法律若干问题的解释》第6条规定：“从事住宿、餐饮、娱乐等经营活动或者其他社会活动的自然人、法人、其他组织，为尽合理限度范围内的安全保障义务致使他人遭受人身损害，赔偿权利人请求其承担相应赔偿责任的，人民法院应予支持。”所以，银河宾馆应当承担损害赔偿赔偿责任，当然这种责任是补充赔偿责任。

需要注意的是，宾馆和第三人没有意思联络，宾馆行为和罪犯的行为没有客观联系，宾馆和第三人不构成共同侵权。宾馆所承担的是违约的损害赔偿赔偿责任。

3 超市强行搜身，可否要求精神损害赔偿？

某超级市场采用开架售货方式，允许进店的顾客自带包、



袋，并在市场门口贴的公告称：“收银员受公司指示，请将袋打开给收银员过目。”2003年12月23日下午5时许，李某、王某进入惠康超级市场购物，在糖果柜台前走出市场大门。两人走出大门外10米左右时，被从市场内追出的理货员张某、林某叫住。张某、林某说李、王二人货物没有交钱，并强行将李、王二人带到市场办公室，并叫来一名女职员追问李、王二人。在再三逼问下，李某留下了眼泪，二人不得不打开自己的手提包、解开外衣扣和摘下帽子让3名职员检查。3名职员没有查到任何属于市场所有的东西，张某只得表示：“我是听有位顾客说你们拿了东西，对不起，你们可以走了。”李、王二人找经理理论未果，遂向法院提起诉讼。

《民法通则》第101条规定：“公民、法人享有名誉权，公民的人格尊严受法律保护。”名誉是指人们根据该公民的工作、生活、言论以及其他表现所形成的有关该公民品德、才干、声望、信用等方面的一定社会评价。法律赋予公民的名誉权，是一种人格权利，它与公民的名誉和人格尊严是密切相关的。《消费者权益保护法》第14条也规定：“消费者在购买、使用商品和接受服务时，享有其人格尊严、民族风俗习惯得到尊重的权利。”本案中超市的工作人员怀疑李、王二人偷拿了市场的货物，本应依照法定程序提交法定机关调查处理，但却没有这样做，而是在没有确切证据的情况下，在公众场合叫住李、王二人，问其是否将未交费的货物带出市场。该问话足以降低二人品德、声望、信用等方面应有的社会评价使二人的名誉权受到伤害。该工作人员又根据市场的无效公告（此公告因违反法律而无效，因为只有公安机关等法律授权的机关在法定情况下按照法定程序有权对公民进行人身搜查或检查，其他



任何单位、个人均无权这样做),声称有权检查二人的物品,将二人带进市场内继续逼问。在此情况下,尽管形式上二人自行打开提包、解开衣扣、摘下帽子让市场工作人员查看,但其实质是市场工作人员对顾客的搜查。这种搜查只有法定机关才有权行使。因此,超市工作人员的上述行为,已经严重侵害了二人依法享有的名誉权。最高人民法院《关于审理名誉权案件若干问题的解答》第2条规定:“当事人在公共场所受到侮辱、诽谤,以名誉权受侵害为由提起民事诉讼的,无论是否经过公安机关依照治安管理处罚条例处理,人民法院均应依法审查,符合受理条件的应予以受理。”所以,李、王二人可以以超市为被告向法院提起诉讼并能获胜。

④ 产品侵权案的受害人能否以产品的商标所有人为被告?

1995年8月6日,小张、小王及其他人驾驶的一辆太阳牌轿车发生翻车事故,小张、小王不幸当场死亡。事故发生后,小张之父老张以车轴折断导致翻车和人身伤亡为由,找到太阳汽车海外公司北京代表处,向太阳公司提出赔偿请求。经查,该款汽车是太阳汽车巴西公司生产销售到中国,被小张、小王所在公司购得,但是使用的是美国太阳汽车公司注册的太阳牌商标。

1996年3月,太阳公司经中日代表处派人到事故发生地点进行调查,并将断轴交给太阳汽车亚洲公司客户支援中心。5月31日,支援中心致函老张,告知已将该本改革档案及其有关资料交公司投保的北美保险公司处理。1997年3月18日,北美保险公司致函老张,告知经与太阳汽车公司工程师研



究认为，车轴折断是由于撞击造成的，与质量无关。老张几次交涉后，都被告知事故与质量无关。此后，海外公司北京代表处将断轴退还老张，老张认为断轴已被调换，但没有证据。他实在忍无可忍，决定到法院起诉。

本案是涉外产品责任致人损害的案件，根据《民法通则》第 146 条：“侵权行为的损害赔偿，适用侵权行为地法律。”因此，本案适用中国法律。《民法通则》第 122 条规定：“因产品质量不合格造成他人财产、人身损害的，产品制造者、销售者应当依法承担民事责任。”本案太阳汽车巴西公司作为事故车的制造者和销售者，在诉讼主体的确立上，应以巴西公司为被告提起诉讼请求。

太阳汽车海外公司虽不是产品的制造者和销售者，但是鉴于海外公司北京代表处曾作为事故的处理者介入纠纷，并拿走断轴送到境外进行质量检验，且老张起诉称断轴已被调换并起诉海外公司承担相应的法律责任。因此，案件的处理结果与海外公司有直接的利害关系，海外公司可以成为本案的被告。

至于类同太阳汽车公司能否成为被告涉及到对“产品制造者”的理解，法律理论上对此的理解一般限于产品的直接制造者，因此原先在诉讼中一概排除产品的商标所有人、零部件制造商等作为被告的情形。但这种做法既可能对案件事实的查明造成消极的影响，也不利于消费者合法权益的保护。特别是入世之后，国际性纠纷的不断增长，使得我国消费者的权益保护处于明显的弱势地位。因此，最高人民法院 2002 年 7 月 11 日作出《关于产品侵权案件的受害人能否以产品的商标所有人为被告提起民事诉讼的批复》（法释〔2002〕号），认为任何将自己的姓名、名称、商标或者可兹识别的其他标识体现



在产品上，表示其为产品制造者的企业或者个人，均属于《民法通则》第122条规定的产品制造者和《产品质量法》第146条规定的生产者。本案中，美国太阳汽车公司为事故车的商标所有人，根据受害人的起诉和本案的实际情况，法院以类同太阳汽车公司、太阳汽车海外公司、太阳汽车公司巴西公司为被告并无不当。

5 照相馆丢失胶卷，顾客可否要求精神损害赔偿？

1992年9月，小王将一卷拍有自己和小刘举行婚礼活动的富士牌彩色胶卷交给国营某彩色扩印服务部冲印，并预交冲印费18元。彩扩部工作人员开出冲印单一张交给小王。第二天，小王去彩扩部取件时，即被告知其胶卷暂时找不到，可能被他人误领，让小王等等再来。后小王多次催要无果，为此要求照相馆赔偿损失。照相馆只愿按照当地摄影行业协会的规定，赔偿胶卷和退还预收费。小王和小刘遂于1993年4月向当地人民法院提起诉讼，以照相馆将自己拍有结婚活动的胶卷遗失，给自己带来无法弥补的损失为由，要求对方赔礼道歉，并赔偿精神损失5000元。

这是一起因为加工承揽而引起的消费者权益损害的赔偿案件。原告小王和小刘将拍有结婚活动的胶卷交给被告照相馆彩扩部，被告就负有义务完成加工并妥善保管胶卷。某照相馆将该胶卷遗失不但是一种违约行为，而且是一种侵权行为，该案件构成侵权行为和违约行为的竞合。如果原告提出违约之诉，那么只能提起返还18元冲印费的诉讼请求。如果提起侵权之诉，那么原告可以提起精神损害赔偿，因为原告人拍摄的胶卷



是关于结婚活动的，它记载着人生中的重大活动，具有永久的纪念意义。当时的场景、人物、神态、氛围等具有时间性、真实性、珍贵性和不可再现性。这对于任何一个人来说都是非常重要，非常珍贵的。一旦遗失，这种损害是无法用金钱来弥补的，而且对于原告来说可能造成一定的生活阴影，带来极大的精神痛苦。最高人民法院《关于确定民事侵权精神损害赔偿责任若干问题的解释》第4条规定：“具有人格象征意义的特定纪念物品，因侵权行为而永久性灭失或者毁损，物品所有人以侵权为由，向人民法院起诉请求赔偿精神损害的，人民法院应当依法予以受理。”所以，法院应当受理这种精神损害赔偿请求。

同时，《消费者权益保护法》第24条规定：“经营者不得以格式合同、通知、声明、店堂告示等方式作出对消费者不公平、不合理的规定，或者减轻、免除其损害消费者合法权益应当承担的民事责任。格式合同、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的，其内容无效。”很显然，该市摄影协会的规定违反了该条款的规定，因为胶卷不仅仅是单一的物品，而且它还承载着一定的智力成果，所以摄影协会的规定是无效的。原告既可以要求被告返还18元的冲印费，还可以请求一定的精神损害赔偿。

6 消费者因商品缺陷遭受伤害，应当向谁提起诉讼？

支某系某市送变电工程公司职工。邻市火柴厂是经过批准生产经营蜡梗火柴的厂家，没有其他的经营范围，但该厂自1990年即开始组装生产“求知”牌取暖器。1991年火柴厂因