

wei **qu**an



维护消费者权益

金袋鼠丛书

《中国消费者》杂志社编

主编 李建华 范颖敏 李琦

饮食消费篇

维护消费者权益金袋鼠

饮食消费篇

《中国消费者》杂志社编

主编 李建华 范颖敏 李琦

中国劳动社会~~保障~~出版社

版权所有

翻印必究

图书在版编目(CIP)数据

饮食消费篇 / 李建华, 范颖敏, 李琦主编. — 北京: 中国劳动社会保障出版社, 2003

维护消费者权益金袋鼠丛书

ISBN 7-5045-3817-5

I. 饮… II. ①李… ②范… ③李…

III. ①消费者权益-民事纠纷-案例-分析-中国

②饮食业-消费者权益-民事纠纷-案例-分析-中国

IV. D923.85

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 005689 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

出版人: 张梦欣

*

北京外文印刷厂印刷 新华书店经销

787 毫米×960 毫米 32 开本 5.25 印张 88 千字

2003 年 3 月第 1 版 2003 年 3 月第 1 次印刷

印数: 5000 册

定价: 10.00 元

读者服务部电话: 64929211

发行部电话: 64911190

出版社网址: <http://www.class.com.cn>



维护消费者权益是消费者 共同的责任

国家工商行政管理总局副局长
中国消费者协会名誉会长

杨树德

2003年，中国消费者协会确定的年主题为“营造放心消费环境”。这是各级消协组织全面贯彻“三个代表”重要思想，积极落实十六大战略部署的具体行动。开展“营造放心消费环境”年主题活动，全国消协系统将深入贯彻《消费者权益保护法》等消费者权益保护法规，以保障消费者权益的健康权、知情权、公平交易权和求偿权为核心，鼓励适度消费，倡导优化消费结构，积极动员广大消费者依法维权，同时把保护消费者权益与营造良好的消费环境、促进市场经济秩序进一步规范紧密结合起来，为国民经济持续、稳定、健康发展，为全面建设小康社会做出应有贡献。

为了配合年主题活动，中国消费者协会借鉴一些国家消费者权益保护工作的经验，结合我国消费者的消费观念、消费结构和消费水平，通过多种传



播方式向广大消费者提供更多的消费维权知识，以达到密切联系广大消费者的目的。近年来，中国消费者协会连续编辑出版了“明明白白消费丛书”“绿色消费丛书”“科学消费丛书”以及《中国消费者手册》《20世纪——中国3·15备忘录》等一系列出版物，加大了对消费者权益保护事业的宣传。这些书籍的出版在引导消费者科学合理消费，增强维权意识，提高自我保护能力方面起到了重要作用，深得广大读者认可与好评。今年，中国消费者协会又编辑了这套“维护消费者权益金袋鼠丛书”。这套丛书紧扣当前消费者关注的热点，内容丰富，知识性、趣味性、指导性和实用性都比较强，相信能够继续得到广大读者的喜爱。

应该指出的是，由于编者能力有限，这套书难免出现个别疏漏之处，希望广大读者予以谅解。也希望中国消费者协会不断总结经验，继续努力，为广大消费者提供更多更好的消费指导类精神产品。

这套丛书由《中国消费者》杂志社负责编辑工作，各省级消费者协会的秘书长参与了编委会的工作，在此也对他们付出的辛勤劳动表示感谢。



前 言

人类社会已跨入 21 世纪，我国进入了全面建设小康社会，加快推进社会主义现代化的新的发展阶段。随着人们生活水平的逐步提高，人们的消费能力日渐增强，消费内容日渐丰富，消费方式日渐多样，消费品位日渐提高，买车、购房、上保险、出门旅游、美容健身越来越成为普通百姓的日常话题。消费内容的丰富和品位的提高呼唤消费理性的提高和市场秩序的规范。因此，消费者掌握一定的消费知识和维护自身合法权益的技能就是一件十分必要的事情了。

近年来，通过“3·15”国际消费者权益日活动的开展，通过社会各界齐心协力的维权行动，消费者的权益得到了一定程度的维护。但是在市场经济条件下，维护消费者权益的话题将是一个长久的话题，不是一朝一夕就能解决的，需要有关部门的完善立法和严格执法，更需要全体消费者共同努力。



维护消费者权益关系着全社会每个人的利益，也是江泽民同志提出的“三个代表”思想的重要体现形式之一。中国消费者协会作为保护消费者权益的机构，更有责任指导广大消费者理性消费和正确地维护自己的合法权益。为此，我们编辑了“维护消费者权益金袋鼠丛书”。该丛书通过一个现实中发生的事例，介绍了一些消费常识和一些经常发生的消费陷阱，目的是告诉消费者如何预防合法权益受到侵害，一旦受到侵害又如何自我维护自己的合法权益。这套丛书共包括《饮食消费篇》《家电消费篇》《汽车消费篇》《住房消费篇》《旅游消费篇》《美容消费篇》《邮政电信篇》《商业保险篇》等八个方面。

知识性、通俗性、权威性、可读性是这套丛书的最大特点，希望本丛书的出版能够为广大消费者在维护自身合法权益方面带来一定帮助，这也是我们编写本丛书的最大目的。

编 者

2003 年 2 月



目 录

消费警示.....	1
1. 中国消费者协会 2002 年第 1 号消 费警示——重视粮食安全问题	1
2. 中国消费者协会 2002 年第 2 号消 费警示——酱油有优劣，验明正 身再食用	6
3. 中国消费者协会 2002 年第 4 号消 费警示——食糖中添加“吊白块” 危害健康	8
4. 中国消费者协会 2002 年第 5 号消 费警示——餐饮消费谨防被“宰”	11
安全权	14
5. 五岁男童为何状告快餐厅	14
6. 饭店就餐引火烧身	15
7. 店外设炉子，烫伤消费者	16
8. “哑巴”上热汤，消费者遭殃	18
9. 饭中吃出玻璃片，服务人员却漠 然	19



-
10. 饭店忽视安全，就餐者煤气中毒 20
 11. 罐头瓶伤手，告你没商量 21
 12. 伪劣酒瓶爆炸，女童腹部受伤 22
 13. 地板太滑惹祸端，顾客摔伤获赔偿 24
 14. 食物不卫生，毒倒 15 人 25
 15. 番茄酱里苍蝇“卧底”，厨师为逃
责任吞下证据 26
 16. 保质期内蛋糕发霉，求助消协顾
客获赔 27
 17. 点盘野兔肉，枪子吃肚中 28
 18. 买海蟹竟被甲鱼咬 29
 19. 雪糕中竟然吃出人手指 30
 20. 食品玩具留隐患，噎死儿童酿悲
剧 31
 21. 卡式炉喷出无情火焰 32
 22. 就餐时手指被夹坏，消费者自己
无责任 33
 23. 顾客如厕被割伤，饭店应负第一
责 34
 24. 快餐店里包被窃，消费者起诉上
法庭 36
 25. 顾客自己拿包子，脚底沾油被摔
伤 38



-
26. 共食一袋方便面，姐妹俩险丧生 40
27. 少年饭店挨打，店主袖手旁观 42
28. 烫伤孩童谁之过，调解两月见分
晓 43
29. 面中有毒导致多人伤亡，案情曲
折消费者最终获赔 44
30. 多名学生食物中毒，影响中考损
失咋补 46
31. 餐厅爆炸殃及顾客 48
32. “绿色产品”吃了腹泻，消费者
告倒瓜子厂商 50
33. 高毒蔬菜毒死人，菜农被判两年
刑 52
34. 鸡吃“瘦肉精”，工商严查“新
发明” 54
35. 猪肝含有“瘦肉精”，购买肉品要
谨慎 55
36. 色素兑水注西瓜，居民吃了拉肚
子 56
37. 工业冰、地沟油、劣质肉，夜市
小吃原料脏 58
38. 干净白嫩“松香鸭”，吃下中毒
真可怕 59
-



求偿权	62
39. 小偷打伤消费者，饭店该不该赔偿	62
40. 吃火锅时被烧伤，顾客索赔整容费	64
41. 减肥品无效，消费者索赔	66
42. 就餐时不幸葬身火海，消费者依法获赔	67
43. 虾酥里跑出四脚蛇，消费者获得赔偿金	68
44. “方便”之处不方便，酒家难逃安全责	69
45. 猪肉里面藏针头，商家赔偿要加倍	70
46. 无辜受伤损失大，消协撑腰讨公道	71
47. 消费者超市受辱，经“12315”调解获赔	73
48. 补肾越补越糟，一审判赔三千	74
49. 消费者误食痘猪肉，经销商赔偿十万元	76
50. 吃酒席食物中毒，酒店负赔偿责任	78
51. 完好保留伤人现场，索赔手握充	



足证据	80
知情权	83
52. 厂家误导消费者，含乳饮料充酸奶	83
53. 鼓吹疗效过了头，苦瓜啤酒被处罚	85
54. 虚假广告诱惑消费者上当，怒讨说法火锅城加倍赔偿	87
55. 饭店偷梁换柱，鲤鱼充当武昌鱼	89
56. 酒店以死鱼充活鱼，坏了消费者大生意	90
57. 洋账单让人眼晕，消费者力争知情权	91
58. 保健食品姓“食”不姓“药”	93
59. 生产环境脏乱不堪，“纯净水”怎保纯净	96
60. 餐前未明示消费者，饭店收取服务费惹争议	99
61. 餐馆有意截流“开瓶有奖”，顾客有权要求当面验证	100
62. 食客中奖“本餐六折”，酒楼诡辩“海鲜不算”	102
63. 喝茶没问价，一壶收百元	103
64. 特价菜里藏“猫儿腻”	105



公平交易权	107
65. 奖券不兑现，顾客讨说法	107
66. 堤内损失堤外来补，夜总会收费 没道理	108
67. 搜身侵犯名誉权，两少女告倒超 市	109
68. “喜六郎”冒充“喜之郎”，擦 边球没打好反被罚	112
69. 买糕点名誉受辱，讨说法大妈获 赔	113
70. 购物时被迫脱衣示清白，顾客告 超市获赔两万	115
71. 吃瓜竟要交押金，海滨浴场太出 格	116
72. 这家酒店出奇招，收了房费收床 费	117
73. 超市省略“找零”钱，侵犯公平 交易权	119
74. 超市禁止小孩入内，顾客就此提 出质疑	120
75. 质次价高强买强卖，路边饭店急 需整治	121
选择权	123
76. 最低消费该不该有	123



77. 谢绝自带酒水小专题	124
监督权	130
78. 比较实验火锅底料，重庆消委成 被告	130
79. 对企业夸大性广告提出批评，消 费者不违法	133
80. 黑心老板卖鸡灌泥，得不偿失赔 偿千元	134
其他	136
81. “俗段子”印上包装袋，方便面 促销新招受质疑	136
82. 暗拍用餐者镜头作广告，饭店向 受害人道歉	137
83. 就餐该吃多长时间，投诉反映 “消法”盲点	138
餐饮消费维权原则	142
84. 解决消费争议的五种方法	142
85. 协商调解三原则	144
86. 消费投诉的四要素	146
87. 投诉、申诉、起诉的区别	147
88. 投诉、诉讼要合理合法	148
89. 何种欺诈行为可加倍索赔	150
90. 提醒消费者：食物变质要搜集证 据及时投诉	151



消 费 警 示

1. 中国消费者协会 2002 年第 1 号消费警示——重视粮食安全问题

20 世纪 80 年代末以来，轰动全球的食品安全事件不断发生，成为 21 世纪消费者关注的问题。与国外相比，中国食品安全问题涉及的种类更多，消费者面临的危险也更多，其中因人为的化学污染所引发的安全隐患呈扩大和加重趋势。

自 2002 年因使用工业用油导致的毒大米事件之后，粮食的安全隐患日益引起社会各界的关注。2001 年 9 月 24~25 日，甘肃兰州又查获了 14 万千克有毒面粉；国家有关部门对安徽省的面粉抽查合格率仅为 35.2%；国家抽检辽宁本溪市场上的 27 种面粉中，只有 5 种合格；北京市场上也发现了掺有滑石粉的面粉。2001 年第三季度，江苏省质量技术监督局对当地面粉增白剂含量进行了专项抽



查，共抽查了 125 组面粉，合格的仅 44 组，合格率为 35.2%。国家质检总局发布的对北京、上海、广东、河南等 10 省市的小麦粉产品进行的质量监督抽查结果，作为北方各省主要口粮的小麦粉的抽样合格率仅为 40.4%。其中小包装产品抽样合格率为 55.8%，大包装产品抽样合格率仅为 27.5%。

根据以上检测结果以及业内人士介绍，目前粮食安全隐患主要来自以下方面：

(1) 面粉中添加的增白剂超标。据业内人士介绍，20 世纪 80 年代末，我国南方一些小麦加工企业开始使用过氧化苯甲酰作为面粉增白剂，因其具有显著的增白效果而迅速在全国推广，目前各地面粉厂家普遍使用以过氧化苯甲酰为主要成分的增白剂。联合国粮农组织规定过氧化苯甲酰用量不得大于 75 ppm，我国食品添加剂委员会 1996 年规定过氧化苯甲酰在面粉中允许添加最大剂量为 0.06 g/kg (即 60 ppm)。但仍有许多厂家不按这个标准执行，而是任意添加，有些竟达到 0.1 g/kg (100 ppm)。同时，由于此类增白剂在面粉中不可能分散均匀，致使部分增白面粉中过氧化苯甲酰严重超标。在近期国家抽检的 94 种面粉中，只有 13 种没有添加过氧化苯甲酰。

(2) 以工业用磷酸钙盐和滑石粉作为增白剂的载体。为了降低生产成本，有的生产家用工业用



磷酸钙盐，以及滑石粉作为过氧化苯甲酰的载体，来增加面粉的润滑感。北京市西城区城管部门在执法检查中，数次发现面粉中掺杂滑石粉的问题，存在问题的面粉色泽雪白，手搓非常润滑，感觉如同上乘的面粉，通过检测才发现掺杂了滑石粉。

(3) 在面粉及面制品中添加国家禁止使用的“吊白块”。有的不法之徒为获取暴利，使用国家早已明令在食品中禁用的漂白剂——“吊白块”造假，冒充面粉增白剂，大量投放市场。“吊白块”的化学名称为甲醛次硫酸氢钠，具有强还原性，为工业用漂白剂，人体摄入 10 克即可致死。“吊白块”在加工过程中分解产生甲醛。近期，广东某地卫生防疫机构取样调查发现，有 10 多个品牌的面粉含有甲醛。另据武汉市有关部门的执法检查显示，武汉市餐饮业市场有 93% 的米粉含有甲醛成分。据当地执法部门的粗略计算，当地市场上每天米粉加工的甲醛使用量超过 500 千克，危害可想而知。

(4) 含有甲醛的米面制品在一些地方的中小餐馆中被大量使用。一位兰州的面馆老板坦言，中小餐馆使用的廉价面粉都有假，“一家愿卖，一家愿吃，只要当场不出人命，没有任何事情”。正是这种有利可图的销售途径，才使餐馆成了有害面粉、米粉流往市场的“中转站”。