

丛书策划 芮从东 韩鑫
丛书组稿 曹斌
丛书主编 朱建新

HELP

生活诉讼丛书

购物服务类

SHENGHUO SUSONG CONGSHU

本书主编 陈言平/孙 轶

把握断案标准
衡量诉讼成本
预测胜诉概率



江苏人民出版社

生活诉讼丛书

购物服务类

本书主编 陈言平/孙 辙

江苏人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

HELP 生活诉讼丛书·购物服务类/朱建新主编;陈言平,孙辙分册主编. —南京:江苏人民出版社,2004. 5

ISBN 7—214—03731—9

I. H... II. ①朱... ②陈... ③孙... III. ①诉讼法—基本知识—中国 ②消费—民事纠纷—处理—中国 ③服务业—民事纠纷—处理—中国 IV. D925

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 026758 号

- 书 名 HELP 生活诉讼丛书·购物服务类
本书主编 朱建新 陈言平 孙 辙
责任编辑 张 凉
出版发行 江苏人民出版社(南京中央路 165 号 210009)
网 址 <http://www.book-wind.com>
集团地址 江苏出版集团(南京中央路 165 号 210009)
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>
经 销 江苏省新华书店
照 排 江苏苏中印刷厂
印 刷 者 扬州鑫华印刷有限公司
开 本 880×1240 毫米 1/32
印 张 9.75 插页 2
字 数 217 千字
版 次 2004 年 5 月第 1 版 2004 年 5 月第 1 次印刷
标准书号 ISBN 7-214-03731-9/D·566
定 价 15.00 元

(江苏人民版图书凡印装错误可向本社调换)

《HELP 生活诉讼丛书》编委会名单

主 编 朱建新

委 员(以姓氏笔画为序)

王劲松 王新阳 方 红 朱建新 刘 云
刘 振 孙 辙 李玉柱 李后龙 李红健
沈 兵 陈言平 盛 皓 蒋 涛 樊建兵

本书编写人员名单

主 编 陈言平 孙 辙

撰稿人(以姓氏笔画为序)

文 冰 刘王芳 姜 瑾 夏 婕 章 俊

出版说明

开门七件事,柴米油盐酱醋茶,这是人们在日常生活中的必须做的事。当然,今天购物的内容已不像以前柴米油盐酱醋茶那样简单,随着人们生活水平的提高和消费内容的丰富,购家电、美容化妆品、保健品、家装产品、手机、汽车、摩托车等,成了人们在日常生活中的最为常见的内容。但是,我们在购买、使用商品或接受服务的过程中,都可能遭遇这样或那样的不愉快,与商家或厂商产生这样或那样的纠纷,虽然一年一次的3·15消费者维权日是我们广大消费者的节日,但它并不是维权的长效手段,我们每一个消费者要学会拿起法律的武器,为维护自己的切身利益而努力。

本书从保护消费者权益的目的出发,普及购物服务纠纷所涉法律知识,帮助广大消费者增强法律意识,知法、懂法,并能够依法维护自己所应享有的合法权益。本书在第一部分中,明确了消费者所应享有的权利和保护消费者权益的法律,指出了消费者维权投诉的五条途径,可以使你对解决购物服务纠纷的过程有较具体的感性认识。在第二部分中,精选的五十多个诉讼实例代表了有关购物服务纠纷的各种类型,你可以从中找到与自己遭遇相似的情况,从而得到有益的帮助。

尤其值得你注意的是每一实例的律师意见、法官裁判和案例启示部分。律师意见包括原告律师意见和被告律师意见,文中双方各从对己方有利的角度依据法律和事实进行了充分的论述,仔细研究此部分有利于你了解对方可能的诉讼主张从而制定自己正确的诉讼策略。法官裁判基于中间立场,在合理评判双方律师意见的基础上进行了法律分析,细读此部分,有利于你了解法官在判案时的断案思维,从而合理推测可能的判案走向。案例启示部分则由办案法官精心推敲而成,凡该实例中对你金融诉讼有帮助或值得你特别注意的问题,如法律上的雷区、禁区,诉讼小技

巧等,均被列入。阅读完上述诉讼实例后,相信对你所涉金融纠纷的解决,必大有裨益。

本书作者全部为在一线多年从事审判工作的法官,他们在繁忙的工作中为本书撰稿,体现了法律工作者服务群众的责任意识,书中的叙述字里行间凝聚着他们在审判实践中的经验以及对涉案细节的种种判断,闪耀着情与理的灵性和智慧。通过这些断案法官的系统论述,你必定能从中把握法官的断案标准,衡量诉讼利弊,正确指导所涉纠纷的解决。

授之以鱼,不如授之以渔。本书方法多于法条,经验多于理论,技巧多于规矩。你若仔细研读,必能在金融纠纷的解决中游刃有余。

在民事诉讼制度中,对“原告”和“被告”、“反诉被告”和“反诉原告”、“上诉人”和“被上诉人”的称谓使用是有着严格程序性的法律规定的。但本节宗旨在于技法指导,而不在于程序指导;且严格按规定使用上述称谓后会使初涉法律的读者徒增烦恼。所以本书在处理上述称谓的使用时尽量单一使用“原告”和“被告”。若读者具体参与诉讼,可在法官指导下使用相应称谓,不会影响诉讼的合理进行。特此说明。

本书内容均来源于法律实践。但随着法律环境和具体情况的变化,本书所述不可能取代或影响当事法官的判断。因此,本书不适合于当事人向法官提交以指导判决走向。

目录

第一部分 你真的知道如何面对购物服务法律纠纷吗

- 一 消费者享有的权利 /003
- 二 保护消费者权益的法律 /005
- 三 消费者维权投诉的途径 /007
- 四 如何通过协商和解解决购物纠纷 /009
- 五 如何通过消费者协会调解解决购物纠纷 /010
- 六 如何通过向有关行政部门申诉解决购物纠纷 /012
- 七 如何通过提请仲裁机构仲裁解决购物纠纷 /014
- 八 如何通过诉讼解决购物纠纷 /016

001

第二部分 千变万化的购物服务诉讼实例,必有一例适合你

- 一 购家电引起的纠纷 /023
 - 购空调实物配置与广告、说明不符要求退货、双倍赔偿纠纷 /023
 - 旧货调剂市场购空调受骗要求赔偿纠纷 /029
 - 购返本销售空调要求履行返本承诺纠纷 /036
 - 购劣质空调要求退货纠纷 /043
 - 购电脑兼容机多次故障要求退货及双倍赔偿纠纷 /047
- 二 购化妆品、保健品引起的纠纷 /053
 - 购假冒伪劣化妆品要求双倍赔偿纠纷 /053
 - 购不合格化妆品要求双倍赔偿纠纷 /059
 - 购保健品受误导要求双倍赔偿纠纷 /065
 - 购健长灵受欺诈要求赔偿纠纷 /070
 - 购买伪劣祛斑霜要求销售者双倍赔偿纠纷 /076

- 三 美容消费引起的纠纷 /081
 - 美容洗眉受损要求赔偿纠纷 /081
 - 美容缩胸致伤残要求赔偿纠纷 /089
 - 美容遗疤痕要求赔偿纠纷 /096
- 四 购家装用品引起的纠纷 /102
 - 购质量不合格胶合板致装潢损失要求赔偿纠纷 /102
 - 购洗衣机水龙头脱落致居室进水要求赔偿纠纷 /108
 - 购灶具质量不合格喷火致财产损失要求赔偿纠纷 /113
 - 玻璃餐桌开裂致人损害要求赔偿纠纷 /118
- 五 购烟酒食品等引起的纠纷 /123
 - 购霉变香烟要求退货纠纷 /123
 - 购假酒销售受处罚要求供货商赔偿纠纷 /129
 - 购过期食品要求销售者双倍赔偿纠纷 /132
- 六 购手机引起的纠纷 /136
 - 购手机受虚假广告误导要求双倍赔偿纠纷 /136
 - 购不规范型号标注手机要求双倍赔偿纠纷 /141
 - 购手机因销售者虚开发票要求退货纠纷 /144
- 七 购汽车、摩托车引起的纠纷 /148
 - 购假冒伪劣汽车要求加倍赔偿纠纷 /148
 - 购汽车附件装置与使用维修说明书不符要求退货及赔偿纠纷 /154
 - 出租车连户转让未办理技评手续要求赔偿纠纷 /159
 - 购摩托车受误导要求双倍赔偿纠纷 /164
- 八 购假冒伪劣种子引起的纠纷 /169
 - 购树种受欺诈要求赔偿纠纷 /169
 - 购未经审定种子受损害要求赔偿纠纷 /175
- 九 购物欠款引起的纠纷 /180
 - 购建材打欠条要求偿还货款纠纷 /180
 - 购蟹苗不付款要求给付货款及违约金纠纷 /184
- 十 消费场所发生的侵权纠纷 /189
 - 超市购物遗失寄存皮包要求赔偿纠纷 /189

- 超市购物被打要求赔偿纠纷 /194
- 陪父体检摔下楼梯致伤要求赔偿纠纷 /200
- 酒店用餐摔下楼梯致死要求赔偿纠纷 /205
- 餐厅用餐致牙齿受伤要求赔偿纠纷 /210
- 十一 公用事业收费服务引起的纠纷 /216
 - 未经同意提供来电显示服务并收费要求赔偿纠纷 /216
 - 购过期神州行充值卡无法使用要求返还余额纠纷 /222
 - 安装电话超期违约要求赔偿纠纷 /227
 - 购买强制搭售产品要求退货纠纷 /231
 - 补交盗用水费后又要求部分返还纠纷 /237
 - 电能表不计量要求用户返还不当得利纠纷 /243
 - 窃电补交电费后又要求部分返还纠纷 /249
 - 自来水公司抄表不到户引起纠纷 /254
 - 经营者不提供电话费清单引起纠纷 /259
- 十二 其他购物服务引起的纠纷 /263
 - 冲印照片丢失底片要求给予精神损害赔偿纠纷 /263
 - 非法音像制品侵犯他人肖像权要求销售商承担民事责任纠纷 /269
 - 购物抽奖奖券使用被拒认为受欺诈要求双倍赔偿纠纷 /272
 - 购衣服遭遇价格陷阱要求退货并赔偿纠纷 /277
 - 购软件功能与介绍不符要求退货纠纷 /283
 - 已过保修期复印机故障要求退货赔偿纠纷 /287
 - 购未作颜色分级的铂金钻戒要求双倍赔偿纠纷 /292
 - 购假冒紫檀笔筒要求按“假一罚十”承诺赔偿纠纷 /295

第一部分

你真的知道如何面对购物
服务法律纠纷吗

1. The first part of the paper is a review of the literature on the effects of the 1997 Asian financial crisis on the economies of the Asian countries.

2. The second part of the paper is a review of the literature on the effects of the 1997 Asian financial crisis on the economies of the Asian countries.

3. The third part of the paper is a review of the literature on the effects of the 1997 Asian financial crisis on the economies of the Asian countries.

购物服务法律纠纷,是指消费者在购买、使用商品或接受服务过程中,因其应当享有的法定权利受到侵害,而与生产者、经营者发生的纠纷。购物是人们在日常生活中最为常见的生活与休闲方式之一。随着市场经济的日益发展,因购物而引发的法律纠纷不断涌现,法律如何调整购物双方利益,切实保护广大消费者所应享有的合法权益,对人们的生活而言越发显得重要,社会各界对维护消费者权益也越发重视和关注。然而,一年一次的3·15消费者维权日并不是建立消费者维权机制的长效手段,仅仅依靠媒体曝光、政府加大力度调整、规范市场秩序和交易行为也不能从根本上解决问题。只有广大消费者学会拿起法律武器,依法维护自己的切身利益,才是遏制损害消费者行为蔓延、健全公平合理的消费秩序的治本之道。因此,我们编写这本书的目的就是为了强化消费者的法律意识,普及购物纠纷所涉及的法律知识,让消费者知法、懂法,并能够依法维护自身的合法权益。

一 消费者享有的权利

消费者的权利是消费者利益在法律上的体现,是国家对消费者进行保护的前提和基础。在法律保障下,作为消费者的个人或者单位在购买、使用商品或接受服务时,有权作出一定的行为,也有权依法要求生产、销售商品者或者提供服务的经营者作出一定行为或不作出一定行为。《中华人民共和国消费者权益保护法》参考了国际上通行的规定,并结合我国的实际情况,规定了消费者

第一部分 你真的知道如何面对购物服务法律纠纷吗

应享有的九项权利：

安全权

消费者有权要求经营者提供的商品和服务符合保障人身、财产安全的要求。

知情权

消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。

自主选择权

消费者享有自主选择商品或者服务的权利。

004

公平交易权

消费者在购买商品或者接受服务时,有权获得质量保障、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。

求偿权

消费者因购买、使用商品或者接受服务受到人身、财产损害的,享有依法获得赔偿的权利。

结社权

消费者享有依法成立维护自身合法权益的社会团体的权利。

获得消费知识权

消费者有权获取和掌握所需商品或者服务的知识和使用技

能,国家应当为消费者获得消费知识提供帮助和条件。

人格尊严、民族风俗习惯受尊重权

消费者购买、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。

监督权

消费者享有对商品和服务以及保护消费者权益工作进行监督的权利。

二 保护消费者权益的法律

我国颁布了相关的法律法规,从不同的方面规定了消费者的权益和对消费者权益造成损害所应承担的民事责任,已基本形成了完善的维护消费者权益的法律体系。主要有以下法律:

005

《中华人民共和国民法通则》

它是调整平等主体的公民之间、法人之间、公民与法人之间的财产关系和人身关系等民事法律关系的基本法。民法通则设定了民事活动最基本的原则,即平等原则、等价有偿原则、意思自治原则和诚实信用原则。

《中华人民共和国合同法》

它调整的是当事人之间因合同而发生的债权债务关系。平等、自愿、公平、诚实信用等精神贯穿于合同法之中。

《中华人民共和国消费者权益保护法》

它是最直接保护消费者权益的一部特别法,它全面规定了消

费者的各项消费权利,同时,结合其他有关法律法规,加大了具体保护消费者权益的力度。比如经营者对消费者就商品或服务的质量和使用寿命等问题提出的询问,有义务作真实、明确的答复;租赁他人柜台或场地的经营者,应标明其真实名称和标记;经营者有义务为消费者出具购货凭证或服务单据;保修期内两次修理后仍不能正常使用的商品,经营者有义务为消费者更换或退货;消费者购买、使用商品或接受服务时凡消费权利受损害的,均可以先行要求销售者、服务者负责(赔偿)等。

《中华人民共和国产品质量法》

006 该部法律围绕产品质量这个中心,主要从行政和社会控制、监督和管理角度,对我国产品质量的管理体系,以及因产品质量造成侵害消费者或商业用户人身或财产权利而引起的法律责任这两大内容,作了具体的规定。应予以注意的是,产品质量法中所称的“产品”,是指经过加工、制作,并用于销售的产品,而并非广泛意义上的各行各业的产品。它具体规定了生产经营者负有对生产、经销产品的说明和质量担保以及不得生产、经销假冒伪劣产品等各项义务;对产品质量方面的违法行为者,全面规定了其应承担的行政、民事和刑事责任,最大限度地立法上保护了消费者在产品质量方面的权益。

《中华人民共和国反不正当竞争法》

它结合我国市场经济发展的特点和现实条件,对欺骗性有奖销售、利用有奖销售推销伪劣商品、高额有奖销售、侵犯他人商业秘密、以行贿手段销售或购买商品等不正当竞争行为,作出了严格的禁止性规定或明确、具体和科学的限制性规定。