



LAW OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA  
ON THE PROTECTION OF CONSUMER RIGHTS AND INTERESTS

中华人民共和国  
**消费者权益保护法**

---

**配套规定**

注解版

7

法律出版社  
LAW PRESS · CHINA



LAW OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA  
ON THE PROTECTION OF CONSUMER RIGHTS AND INTERESTS

并国

中华人民共和国

# 消费者权益保护法

## 配套规定

法律出版社  
LAW PRESS · CHINA

## 图书在版编目(CIP)数据

中华人民共和国消费者权益保护法配套规定:注解版 /  
法律出版社法规中心编. —北京:法律出版社,2009.10  
ISBN 978 - 7 - 5036 - 9913 - 9

I. 中… II. 法… 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(2009)第 162708 号

©法律出版社·中国

责任编辑/徐 晶

装帧设计/乔智炜

出版/法律出版社

编辑统筹/法规出版分社

总发行/中国法律图书有限公司

经销/新华书店

印刷/北京外文印刷厂

责任印制/吕亚莉

开本/850×1168 毫米 1/32

印张/6 字数/142 千

版本/2009 年 10 月第 1 版

印次/2009 年 10 月第 1 次印刷

法律出版社/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

电子邮件/info@lawpress.com.cn

销售热线/010-63939792/9779

网址/www.lawpress.com.cn

咨询电话/010-63939796

中国法律图书有限公司/北京市丰台区莲花池西里 7 号(100073)

全国各地中法图分、子公司电话:

第一法律书店/010-63939781/9782

西安分公司/029-85388843

上海公司/021-62071010/1636

北京分公司/010-62534456

深圳公司/0755-83072995

重庆公司/023-65382816/2908

书号:ISBN 978 - 7 - 5036 - 9913 - 9

定价:15.00 元

(如有缺页或倒装,中国法律图书有限公司负责退换)

## 出版说明

本丛书以现行有效的法律、法规、司法解释为纲,结合日常生活中常见的法律问题,细心收录与其密切相关的配套规定,并在此基础上予以精要解答,以利于广大读者及时解决常见法律问题。为此,本丛书在内容和体例上做如下安排:

① **法律条文** 本丛书以法律条文为核心,精心撰写法律术语、条文注解、实用问答和配套索引,介绍相关的法律概念,对法律条文及其配套规定予以注释和解析。

② **配套规定** 根据配套索引所列关联法规,本丛书广泛收录行政法规、司法解释、部门规章等规范性法律文件,对于新近修改的法律附录新旧条文对照表。

③ **法律文书** 根据法律条文及其配套规定,本丛书还收录、编写相关法律文书的示范文本或者参考样本,供广大读者予以参考,以便充分维护自身合法权益。

④ **流程图表** 根据法律条文及其配套规定,本丛书还按照法律实务操作的具体要求,制作流程图表,以便广大读者依法、及时行使相关权利,履行相关义务。

本丛书力求为广大读者提供最为全面、实用的法律应用指引,以利于广大读者有效规避法律风险,及时解决法律纠纷。本书不足之处,还恳请读者批评指正。

法律出版社法规中心  
2009年9月于北京

# 《中华人民共和国消费者权益保护法》

## 适用提要

保护消费者的合法权益,不仅直接关系到人民群众的切身利益,而且对维护社会主义市场经济秩序具有十分重要的意义。我国历来十分重视对消费者权益的保护。1993年2月22日,全国人大常委会通过了《产品质量法》,其中很重要的内容就是明确规定了生产者、销售者因产品质量问题对公民造成身体健康和人身、财产安全的损害或者损失时应当承担的民事责任。此外,全国人大常委会还分别制定了《食品安全法》、《药品管理法》、《商标法》、《标准化法》等多部法律,国务院制定了不少有关行政法规,许多省、自治区、直辖市制定了保护消费者权益的地方性法规,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。应该说,在保护消费者权益方面,我们是有法可依的。这些年来,各级国家机关在各自的职权范围内对侵害消费者合法权益的行为积极进行了查处,各地消费者协会也普遍开展了保护消费者合法权益的活动,并取得了一定成效。但是,由于现行的法律、法规所规范的角度不同,规定的保护消费者合法权益的措施不尽完善,在现实生活中侵害消费者合法权益的现象仍然比较严重,各方面对制定一部统一的保护消费者权益法律的呼声很高。据此八届全国人大常委会第四次会议于1993年10月31日审议通过了《消费者权益保护法》,并于1994年1月1日起正式施行。

为处理好这部全面保护消费者合法权益的法律与其他有关法律、法规之间的关系,既不把其他有关法律、法规的规定都照搬进来,使本法过于庞杂,又不使本法过于概括,不利于实际操作,《消

消费者权益保护法》着重从保护消费者合法权益的角度,在与其他有关法律、法规相衔接的前提下,尽量规定得具体一些,具有必要的力度和可操作性。《消费者权益保护法》共分八章、五十五条,对以下内容作了规定:

(一)关于调整范围。《消费者权益保护法》的调整范围限定为个人生活消费,凡是个人为生活消费需要而购买、使用商品或者接受服务,均属本法调整范围。生产消费虽然也会影响到生活消费,但它对消费者来说只是一种间接影响,因而没有纳入本法的调整范围。至于农民购买、使用直接用于农业生产的生产资料,其性质也属生产消费,本不属于本法的调整范围,但考虑到目前我国农村普遍实行的是家庭联产承包责任制,一方面农业生产力和农民的经济能力还不高,另一方面假农药、假化肥、假种子等农用生产资料坑害农民的情况还很严重,农民受到损害后又没有适当的途径寻求保护,因此,《消费者权益保护法》规定,农民个人购买、使用直接用于农业生产的生产资料,参照本法执行。

(二)关于消费者的权利。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。《消费者权益保护法》参考国内外立法的通行规定,结合我国实际情况,规定了消费者的九项权利,并且对每项权利的内涵尽可能地作了具体的阐述。

(三)关于经营者的义务。在消费领域中,经营者是与消费者相对应的主体,消费者享有的权利一般就是经营者应当承担的义务。《消费者权益保护法》从保护消费者合法权益的需要出发,针对消费者的权利相应地规定了经营者的十六项义务。

(四)关于国家对消费者合法权益的保护。在保护消费者合法权益的问题上,国家负有重要责任。国家通过立法、行政和司法机关,采取各种措施,创造必要条件,保障消费者权利的实现。借鉴国外立法经验,《消费者权益保护法》设立专章规定了国家对消费者合法权益的保护,体现了立法向处于弱者地位的消费者的倾斜。

(五)关于消费者协会。开展保护消费者合法权益的工作,离不开消费者社会组织。为了发挥消费者协会的作用,《消费者权益保护法》在支持依法成立的各种形式的消费者社会组织的前提下,设立专章对消费者协会的性质、设立原则、任务、活动范围作了规定。

(六)关于争议的解决。当消费者同经营者发生争议时,《消费者权益保护法》规定了五种解决途径,即:当事人协商解决;通过消费者协会调解解决;当事人不愿通过协商、调解解决或者协商、调解不成的,根据当事人达成的仲裁协议,可以向仲裁机构申请仲裁;当事人不愿通过协商、调解解决或者协商、调解不成,又没有达成仲裁协议的,可以向人民法院起诉;向有关行政部门申诉。

(七)关于法律责任。侵害消费者合法权益的行为,应当承担怎样的法律责任,这是本法的重要内容之一。本法规定,提供商品的经营者违反本法和其他有关法律、法规规定,损害消费者合法权益的,应当依照本法和其他有关法律、法规的规定承担民事责任。本法还区别不同情况规定了民事责任的归责原则,并根据实际需要规定了民事责任承担方式,并规定了经营者给消费者造成精神损害的,应当支付抚慰金,经营者按照修理、重作、更换、退货或者其他质量担保责任方式承担民事责任的,应当负担所需费用。对于欺诈消费者的行为,本法特别规定了惩罚性赔偿规则。

本书归纳了消费者权益保护法每一条款的条旨,列举了相关的法律、法规和司法解释的规定,如《产品质量法》、《反不正当竞争法》、《反垄断法》等,并对一些重要条文的内容作了注解。本书对学生和法律工作者学习、理解和运用《消费者权益保护法》具有指导作用。

## 目 录

---

|                       |   |
|-----------------------|---|
| 《中华人民共和国消费者权益保护法》适用提要 | 1 |
|-----------------------|---|

## 中华人民共和国消费者权益保护法

|             |    |
|-------------|----|
| 第一章 总则      | 3  |
| 第一条 立法目的    | 3  |
| 第二条 对消费者的适用 | 4  |
| 第三条 对经营者的适用 | 7  |
| 第四条 公正交易原则  | 9  |
| 第五条 国家保护原则  | 11 |
| 第六条 社会参与原则  | 14 |
| 第二章 消费者的权利  | 15 |
| 第七条 保障安全权   | 15 |
| 第八条 知悉真情权   | 17 |
| 第九条 自主选择权   | 19 |
| 第十条 公平交易权   | 21 |
| 第十一条 依法求偿权  | 23 |
| 第十二条 结社维权权  | 25 |
| 第十三条 获得知识权  | 26 |
| 第十四条 受尊重权   | 27 |
| 第十五条 监督检举权  | 29 |

|                          |    |
|--------------------------|----|
| <b>第三章 经营者的义务</b>        | 30 |
| 第十六条 守法履约义务              | 30 |
| 第十七条 接受监督义务              | 32 |
| 第十八条 保障安全义务              | 33 |
| 第十九条 提供信息义务              | 35 |
| 第二十条 真实标明义务              | 37 |
| 第二十一条 提供单据义务             | 39 |
| 第二十二条 保证品质义务             | 41 |
| 第二十三条 承担三包义务             | 43 |
| 第二十四条 禁违公正义务             | 45 |
| 第二十五条 禁侵尊严义务             | 48 |
| <b>第四章 国家对消费者合法权益的保护</b> | 51 |
| 第二十六条 听取民意义务             | 51 |
| 第二十七条 领导监督义务             | 52 |
| 第二十八条 各尽其职义务             | 53 |
| 第二十九条 惩处违法义务             | 55 |
| 第三十条 便利诉讼义务              | 55 |
| <b>第五章 消费者组织</b>         | 57 |
| 第三十一条 消协目的               | 57 |
| 第三十二条 消协职能               | 58 |
| 第三十三条 禁营利义务              | 58 |
| <b>第六章 争议的解决</b>         | 59 |
| 第三十四条 争议解决途径             | 59 |
| 第三十五条 损害追偿对象             | 61 |
| 第三十六条 责任追随企业             | 62 |
| 第三十七条 借照者连带责任            | 63 |
| 第三十八条 举办方出租者连带责任         | 64 |
| 第三十九条 广告经营者责任            | 65 |

|                 |    |
|-----------------|----|
| <b>第七章 法律责任</b> | 67 |
| 第四十条 民事责任       | 67 |
| 第四十一条 人身伤害责任    | 69 |
| 第四十二条 致人死亡责任    | 71 |
| 第四十三条 侵人格权责任    | 72 |
| 第四十四条 侵财产权责任    | 74 |
| 第四十五条 违反三包责任    | 76 |
| 第四十六条 邮购特殊责任    | 78 |
| 第四十七条 预收款特殊责任   | 79 |
| 第四十八条 不合格商品退货责任 | 79 |
| 第四十九条 欺诈双赔责任    | 80 |
| 第五十条 行政法律责任     | 83 |
| 第五十一条 行政处罚的救济途径 | 84 |
| 第五十二条 阻碍执行职务责任  | 86 |
| 第五十三条 不履行职责责任   | 87 |
| <b>第八章 附则</b>   | 88 |
| 第五十四条 适用范围的扩展   | 88 |
| 第五十五条 本法生效日期    | 89 |

## 配 套 规 定

|                                                            |     |
|------------------------------------------------------------|-----|
| 中华人民共和国民法通则(节录)(2009.8.27<br>修正)                           | 93  |
| 最高人民法院关于贯彻执行《中华人民共和<br>国民法通则》若干问题的意见(试行)(节录)<br>(1988.4.2) | 96  |
| 中华人民共和国合同法(节录)(1999.3.15)                                  | 98  |
| 中华人民共和国产品质量法(2009.8.27 修正)                                 | 100 |
| 国家质量技术监督局关于实施《中华人民共和                                       |     |

|    |                                           |     |
|----|-------------------------------------------|-----|
| 50 | 《产品质量法》若干问题的意见(2001.3.15)                 | 113 |
| 50 | 《中华人民共和国反不正当竞争法》(节录)                      |     |
| 60 | (1993.9.2)                                | 121 |
| 15 | 《中华人民共和国反垄断法》(节录)(2007.8.30)              | 126 |
| 51 | 《中华人民共和国食品安全法》(节录)(2009.2.28)             | 132 |
| 61 | 《中华人民共和国广告法》(节录)(1994.10.27)              | 146 |
| 85 | 《中华人民共和国价格法》(节录)(1997.12.29)              | 153 |
| 85 | 《欺诈消费者行为处罚办法》(1996.3.15)                  | 155 |
| 62 | 《工商行政管理所处理消费者申诉实施办法》(1997.3.15)           | 157 |
| 63 | 《工商行政管理机关受理消费者申诉暂行办法》(1998.12.3 修正)       | 159 |
| 63 | 《部分商品修理更换退货责任规定》(1995.8.25)               | 164 |
| 63 | 《国家工商行政管理总局关于处理侵害消费者权益行为的若干规定》(2004.3.12) | 168 |
| 63 | 《关于商品和服务实行明码标价的规定》(2000.10.31)            | 170 |
| 63 | 《禁止价格欺诈行为的规定》(2001.11.7)                  | 173 |

# 中华人民共和国 消费者权益保护法

---

(1993 年 10 月 31 日第八届全国人民代表大会常务委员会  
第四次会议通过 根据 2009 年 8 月 27 日第十一届全国人民  
代表大会常务委员会第十次会议《关于修改部分法律的决定》修正)



## 第一章 总 则

**第一条 【立法目的】**<sup>①</sup>为保护消费者的合法权益,维护社会经济秩序,促进社会主义市场经济健康发展,制定本法。

### > 条文注解

本条是关于《消费者权益保护法》立法目的的规定。消费是现代社会中的每个人都要遇到的社会现象,有效地保障消费者的基本权利也成为消费者保护立法的首要目的。我国的经济体制改革是以市场经济为目标的,现阶段的各项经济立法都围绕这一目标。《消费者权益保护法》也要促进这一目标来实现。同时,市场经济的建设目标也决定了消费者保护法的保护模式:市场经济是以生产者和销售者之间的自由选择、自由缔约为基础的,自由竞争是市场经济的基础;国家消费者保护立法所针对的仅是市场失灵的情况进行调控和管理。所以,国家所确保是公平的市场环境、符合安全标准的产品、经营者诚信的行为等最为基本的交易条件,弥补单纯的市场竞争所带来的弊端。

对于生产者、经营者和消费者之间的平等交易关系,可以依据1999年颁布的《中华人民共和国合同法》加以调整,但因为存在着生产者、经营者的经济力量远远大于消费者、消费者对商品或服务的专业知识少以致无法完成举证责任等现实问题,有必要对消费者的权益进行专门的立法保护。所以,在本法中规定了许多消费者的权利和经营者的义务。从形式上看,好像消费者和经营者之

---

① 条文主旨为编者所加,下同。

间的权利义务不对称;但实质上消费者保护专门立法的目的是要以这种立法的形式上的不平等来制衡现实生活中经营者在经济实力、信息拥有等方面相对于消费者的绝对优势地位。

**第二条 【对消费者的适用】**消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务,其权益受本法保护;本法未作规定的,受其他有关法律、法规保护。

## > 法律术语

消费者,是指为了满足生活消费需要而购买、使用商品或接受服务,由国家专门法律确认其主体地位和保护其消费权益的社会成员。消费者的具体内涵包括:第一,消费者的消费性质属于生活消费。本法所规定的消费者的消费特指生活消费,不包括生产消费。消费包括为生活需要而购买商品、为了生活需要而使用商品、为了生活需要接受他人提供的服务。本法第 54 条为了保护农民的利益,做了特别规定:“农民购买、使用直接用于农业生产的生产资料,参照本法执行。”第二,消费者的消费客体是商品和服务。本法所规定的消费者消费的商品和服务是与生活消费有关的,可以用于生活消费的那部分商品和服务。第三,消费者的消费方式包括购买、使用商品和接受服务。第四,消费者的主体范围包括公民个人和进行生活消费的单位。

## > 条文注解

本条是关于消费者的定义,也是对《消费者权益保护法》的适用范围的规定。什么样的主体才能被认定为消费者,是适用消费者权益保护法的前提。本条规定从生活消费这一特定的目的来界定消费者的范围,将以生活消费为目的的购买商品(有形)和接受服务(无形)的社会主体都纳入消费者的范畴,由消费者权益保护

法加以专门地保护。

消费者问题的普遍存在是对消费者保护专门立法的原因。一般认为消费者问题的产生有三个方面的原因:商品经济中经营者拥有的信息远远高于消费者所拥有的信息;消费需求的个体差异;商品经济条件下经营者与消费者之间的利益对立。而确定消费者的身份便显得尤为重要,成为适用本法的前提。从理论上分析,符合以上几个方面情况、在市场交易中处于劣势地位的社会主体就是立法需要特殊加以保护的消费者。

### 实用问答

#### 01 自驾车旅游汽车被盗,是否适用“消保法”保护?

2005年张某驾驶小型普通客车到某市森林公园游览,向市森林公园管理处购买了票面金额为8元的汽车进山费和门票后进入公园游玩。张某进入公园后将车放在公园管理处专人指定的停车场内,但没有另行支付保管费,也没有把车钥匙交给公园管理处的工作人员保管;游玩至下午18时左右回停车场取车时发现车辆被盗,于当天18时向区公安部门报警称其车辆在公园内的停车场被盗。张某与市森林公园管理处就赔偿问题无法达成一致,起诉至人民法院。原、被告之间就法律适用问题发生了争议:原告认为该纠纷应当适用《消费者权益保护法》,自己驾驶车辆到被告处游览,是一种消费行为。市森林公园管理处提供的是一种旅游服务,作为服务的提供者,应当保障消费者的人身和财产安全。原告是将车辆停在被告指定的停车场内,完全按照市森林公园管理处的指示做的,如果这样的情况都不能保证消费者的财产安全的话,只能说是市森林公园管理处的制度不完善,管理不当,保护措施不力造成的。而市森林公园管理处认为该纠纷应当适用《合同法》的规定处理。

人民法院判决认为,张某在节假日期间到公园游玩,是为了满足其个人和家庭的物质和文化生活的需要,因此,上诉人是属于

《消费者权益保护法》中规定的消费者。本案应当适用《消费者权益保护法》的理由成立,法院予以支持。

## 实用问答

### 02 知假买假,是否属于为了生活消费的目的?

北京市民王海在《消费者权益保护法》生效后,在多家大型商场故意购买假货,然后到法院起诉商场,要求适用消保法第49条的规定,由商场双倍赔偿购货款。该行为在全国引起强烈反响,不少地方也出现了消费者知假买假要求双倍赔偿的情况。对此,法学理论界和司法实务界展开了激烈的争论,其中一个焦点问题就是——知假买假的顾客是否构成消保法第2条所规定的“为了生活消费的目的”的消费者。如果不属于法律所规定的消费者定义范畴,自然也就不存在适用消保法的可能。

一般判断生活性消费大致有三种方法。第一种方法是经验法则,即以购买的目的、动机为标准,而这种目的、动机的判断又凭一般人的社会生活经验加以判断。例如,按照一般人的社会生活经验,一次购买、使用一部手机足矣。如果一次购买六、七部手机,硬说是“为生活消费的需要”,就不符合一般人的社会生活经验,因此不能认为属于“生活消费”。第二种方法是以购买的对象为标准,即根据购买商品的种类,如果购买的是生活消费品,不论其目的是为物质文化生活的直接消耗,还是为打假获得物质利益,都属于“生活消费”的范畴,都可以适用消保法,而不去考虑购买者的动机和目的。第三种方法是以是否转卖为标准,任何人只要其购买商品和接受服务不是为了将商品或者服务再次转手,不是为了专门从事某种商品交易活动,其购买行为便是为了“生活消费”,购买者就是消费者。目前我国立法中并未明确规定“为生活消费需要”的具体判定方法和标准,所以在司法实践中,各地法院对知假买假行为的法律适用也不统一。