

中华人民共和国 消费者权益保护法

案例注释版

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

中华人民共和国 消费者权益保护法

案例注释版

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

中华人民共和国消费者权益保护法：案例注释版/
《法律法规案例注释版系列》编写组编著. —北京：中国
法制出版社，2009. 8

(法律法规案例注释版系列)

ISBN 978 - 7 - 5093 - 1414 - 2

I. 中… II. 法… III. 消费者权益保护法—案例—分析—
中国 IV. D923. 85

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 144827 号

策划编辑：冯雨春

封面设计：蒋怡

中华人民共和国消费者权益保护法案例注释版

ZHONGHUARENMINJINGONGHENG GUO XIAOFEIZHE QUANYI BAOHUF A

ANLI ZHUSHI BAN

经销/新华书店

印刷/涿州市新华印刷有限公司

开本/850 × 1168 毫米 32

版次/2009 年 9 月第 1 版

印张/4.5 字数/137 千

2009 年 9 月第 1 次印刷

中国法制出版社出版

书号 ISBN 978 - 7 - 5093 - 1414 - 2

定价：11.00 元

北京西单横二条 2 号 邮政编码 100031

网址：<http://www.zgfzs.com>

市场营销部电话：66033393

传真：66031119

编辑部电话：66010405

邮购部电话：66033288

出版说明

“法律的生命不在于逻辑，而在于经验。”我国各级人民法院作出的生效裁判是审判经验的结晶，是法律适用在社会生活中真实、具体而生动的表现，是联系抽象法律与现实纠纷的桥梁。因此，了解和适用法律最好的办法，就是阅读参考已发生并裁判生效的真实案例。从广大读者学法用法的实际需要出发，根据最新通过的《全国人民代表大会常务委员会关于修改部分法律的决定》，我们组织编写了这套“法律法规案例注释版”丛书。该丛书侧重“以案释法”，期冀通过案例注释法条的方法，帮助读者准确理解法律条文的字里行间以及领会法律制度的内在精神。

丛书最大的特点是：

第一，权威性。

丛书所编选案例的原始资料尽量来源于各级人民法院已经审结并发生法律效力判决，从阐释法律规定的需要出发，加工整理而成。对于没有相关真实案例的重点法条，则从全国人大法工委、国务院法制办等立法部门对条文的权威解读中提炼条文注释。

第二，示范性。

裁判案例是法院依法对特定主体之间在特定时间、地点发生的法律纠纷作出的裁判，其本身具有真实性、指导性和示范性的特点。丛书选择的案例紧扣法律条文规定，对于读者有很强的参考借鉴价值。

第三，实用性。

每本书都由专业人士撰写主体法的适用提示，以帮助读者对该法有整体的了解。丛书设置“相关案例索引”栏目，列举更多的相关案例，归纳出案件要点，以期通过相关的案例，进一步发现、领会和把握法律规则、原则，从而作为解决实际问题的参考，做到举一反三。此外，我们还在主体法律文件之后收录重要配套法律文件，以及相应的法律流程图表、文书等内容，方便读者查找和使用。

希望本丛书能够成为广大读者学习、理解和运用法律的得力帮手。感谢本书编写中，徐梅为案例的整理所作出的贡献！

2009年9月

适用提示

在日常生活中，消费者权益受到侵害的案例涉及人们生活的方方面面，比较常见的案例包括：经营者未尽安全保障义务而引起的纠纷，经营者未尽质量保证义务或售后服务义务而引起的纠纷，经营者虚假宣传而引起的纠纷，经营者侵害消费者自主选择权或公平交易权而引起的纠纷等等。在近几年来，医疗服务合同纠纷和旅游服务合同纠纷等方面的新型案例也在不断增多。

《消费者权益保护法》的内容涉及适用范围、消费者的权利与经营者的义务、争议的解决和法律责任的承担等方面，其中由谁承担法律责任是本法的重点，在经营者的义务中，未尽安全保障义务又是最常见的纠纷案由。《消费者权益保护法》调整的对象是经营者和消费者，这有别于《产品质量法》调整生产者、销售者与消费者之间的关系。尽管《消费者权益保护法》第2条规定，消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务的，才受其保护；第54条规定，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。但司法实践中的很多判决已经突破了这一限制，朝着更有利于保护消费者的方向发展，同时也应注意到，《消费者权益保护法》在保护消费者的同时也在保护经营者的合法经营行为。

而随着社会主义法治化建设的不断健全，当经营者的行为侵害消费者的合法权益时，除了《消费者权益保护法》调整外，还可能涉及到《产品质量法》、《食品安全法》、《反不正当竞争法》、《民法通则》、《合同法》、《刑法》以及《行政处罚法》等法律的调整，各省市、各行政机关也分别在自己的职权范围内制订了一系列的地方性法规和行政规章，尽可能地保护消费者的合法权益，并取得一定成效。这在很大程度上对维护社会主义市场经济秩序具有十分重大的意义。

在处理侵害消费者权益纠纷的案件中，《消费者权益保护法》规定的解决方式有五种：当事人双方协商解决；通过消费者协会调解解决；根据当事人达成的仲裁协议，向仲裁机构申请仲裁；向人民法院提起诉讼；向有关行政部门申诉。

《消费者权益保护法》规定的经营者承担的法律责任的民事责任、行政责任和刑事责任，其中民事责任是重点，特别提醒读者注意的是，本法第40条

只是对侵犯消费者合法权益行为的民事责任进行了一般性规定，当《产品质量法》和其他有关法律法规另有规定的时候，应优先适用其他有关法律法规。这就为消费者维权提供了两种选择途径：对于因产品存在瑕疵而引起的包括仅涉及人身损害的赔偿案件，消费者只能根据合同的相对性原则选择由经营者承担违约责任，其诉讼时效为 1 年；对于因产品本身存在缺陷而引起的不仅仅包括人身损害赔偿的案件，消费者可以选择由生产者或销售者承担侵权责任，其诉讼时效为 2 年。选择不同，所得到的赔偿范围也就各不相同。

目 录

适用提示	1
------------	---

中华人民共和国消费者权益保护法

第一章 总 则

第 一 条 【立法宗旨】	1
第 二 条 【本法调整对象—消费者】	1
案例 1 因生活需要在维修站购买用品,属于“消费者”,受法律保护	2
案例 2 知假买假仍受法律保护	3
第 三 条 【本法调整对象—经营者】	4
案例 3 经营者的业务符合公共利益需要的,应予保护	4
案例 4 使用消费积分换取手机,不属购买手机的消费者	5
第 四 条 【交易遵循原则】	6
案例 5 区分不同消费者收费违反法律面前人人平等 原则,应退还多收费用	6
第 五 条 【国家的义务】	8
第 六 条 【社会的责任】	8

第二章 消费者的权利

第 七 条 【安全保障权】	8
案例 6 在影院遭抢劫致死,影院承担过错责任	8
案例 7 餐厅就餐受到伤害,经营者承担赔偿责任	9
案例 8 储户在银行存款遭抢劫,银行承担补充赔偿责任	10
第 八 条 【知悉真情权】	12
案例 9 产品使用期限标注不明确,侵犯消费者的知情权	12
案例 10 未尽提示义务,经营者不能免责	13
第 九 条 【自主选择权】	15
案例 11 滥用格式条款,侵害消费者的自主选择权	15
案例 12 经营者提供免费软件,不能侵犯消费者的自主选择权	16

第十条 【公平交易权】	18
案例 13 收取漫游费等基础电信业务不侵犯消费者的公平交易权	18
第十一条 【获得赔偿权】	19
案例 14 消费者有过错,经营者的赔偿责任可减轻	19
案例 15 电视台播放节目中插播广告过多,是否对消费者造成损害	20
第十二条 【成立团体权】	21
第十三条 【获得相关知识产权】	21
第十四条 【人格尊严、民族风俗习惯受尊重权】	21
案例 16 旅行中航空公司无端扣留消费者护照和旅行证件, 是否属于侵权	21
第十五条 【监督、批评、建议、检举、控告权】	22

第三章 经营者的义务

第十六条 【依法履行义务】	23
案例 17 手机销售商违规销售,买卖行为无效	23
第十七条 【听取意见、接受监督的义务】	23
第十八条 【保障人身安全的义务】	24
案例 18 经营者未尽说明义务的,被认定侵权	24
案例 19 娱乐场所未尽安保义务,使消费者受伤害的,应承担 补充赔偿责任	25
第十九条 【提供真实信息的义务】	26
案例 20 商家作引人误解的虚假宣传,应承担双倍赔偿责任	27
案例 21 对产品虚假宣传,消费者可向经营者索赔	28
第二十条 【标明真实名称和标记的义务】	29
案例 22 租赁他人场地的经营者有标明真实名称和标记的义务	29
第二十一条 【出具单据的义务】	30
案例 23 经营者提供的购物单据,应符合实际提供的商品内容	30
第二十二条 【质量担保义务】	31
案例 24 销售商品质量标准不真实,商家承担赔偿责任	31
第二十三条 【三包的义务】	32
案例 25 售后服务不当,构成欺诈行为	32
第二十四条 【格式合同的限制】	34
案例 26 酒楼谢绝客户自带酒水,被判败诉	34

第二十五条 【不得侵犯人身自由的义务】	35
案例 27 酒店侵犯消费者人格尊严,应承担民事责任	35

第四章 国家对消费者合法权益的保护

第二十六条 【听取消费者的意见】	37
第二十七条 【各级政府的义务】	37
第二十八条 【工商部门的义务】	37
第二十九条 【其他国家机关的义务】	37
第三十条 【人民法院的义务】	37

第五章 消费者组织

第三十一条 【消费者协会】	38
第三十二条 【消费者协会的职能】	38
第三十三条 【消费者组织的限制】	39

第六章 争议的解决

第三十四条 【争议解决的途径】	39
第三十五条 【消费者索赔的权利】	40
案例 28 产品本身致人伤害,生产厂商承担连带责任	40
案例 29 啤酒瓶爆炸,销售者和生产者承担连带责任	41
第三十六条 【企业变更后的索赔】	42
第三十七条 【营业执照出借人和借用人的连带责任】	42
案例 30 消费者受到损害,可向营业执照的执照登记人或 实际经营人要求赔偿	42
第三十八条 【展销会的责任】	43
案例 31 在展销会、租赁柜台消费权益受损时,展销会的举 办者、柜台的出租者有先行赔偿的义务	43
第三十九条 【广告经营者的责任】	44
案例 32 广告的模糊内容如何定性	44

第七章 法律责任

第四十条 【经营者承担责任的情形】	46
案例 33 假冒批准文号,经营者承担连带责任	46
案例 34 经销商销售进货渠道不明的被淘汰商品,依法承担赔偿责任	47
第四十一条 【造成伤害的法律责任】	49
案例 35 旅游过程中受伤,旅游公司要承担赔偿责任	49

第四十二条 【造成死亡的法律责任】	50
案例 36 汽修店提供自制产品致人死亡的,应承担赔偿责任	50
第四十三条 【侵犯人格尊严的弥补】	51
案例 37 服务机构非法扣留人员,属侵犯人身自由权行为	52
案例 38 商场非法搜身,侵犯消费者人格尊严	53
第四十四条 【造成财产损害的弥补】	53
案例 39 洗衣店提供服务有过错,应赔偿客户损失	53
第四十五条 【三包产品的处理】	54
第四十六条 【邮购未履约的责任】	55
第四十七条 【预付款后未履约的责任】	55
第四十八条 【不合格商品】	55
第四十九条 【欺诈行为的责任】	56
案例 40 销售者不能证明所销售产品合格的,认定构成欺诈	56
案例 41 某公司出售伪劣产品致人损害,需双倍赔偿	57
案例 42 消费者明知商品有缺陷而购买的,不认为经营者有欺诈行为	58
第五十条 【严重处罚的情形】	60
第五十一条 【经营者的权利】	60
第五十二条 【暴力拒法的责任】	61
第五十三条 【国家机关工作人员侵权的责任】	61

第八章 附 则

第五十四条 【农业生产资料的参照执行】	61
案例 43 销售假劣农药,经营者承担赔偿责任	61
案例 44 违法销售农作物种子,出现减产,应承担侵权责任	62
第五十五条 【实施日期】	63

附录 1

中华人民共和国产品质量法	64
(2009 年 8 月 27 日)	
中华人民共和国反不正当竞争法	75
(1993 年 9 月 2 日)	
部分商品修理更换退货责任规定	80
(1995 年 8 月 25 日)	
固定电话机商品修理更换退货责任规定	84

(2001 年 9 月 17 日)	
移动电话机商品修理更换退货责任规定	91
(2001 年 9 月 17 日)	
家用视听商品修理更换退货责任规定	97
(2002 年 7 月 23 日)	
关于处理侵害消费者权益行为的若干规定	105
(2004 年 3 月 12 日)	
工商行政管理所处理消费者申诉实施办法	107
(1997 年 3 月 15 日)	
工商行政管理机关受理消费者申诉暂行办法	109
(1998 年 12 月 3 日)	
欺诈消费者行为处罚办法	112
(1996 年 3 月 15 日)	
关于商品和服务实行明码标价的规定	113
(2000 年 10 月 31 日)	
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	116
(2003 年 12 月 26 日)	
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	122
(2001 年 3 月 8 日)	

附录 2

中国消费者协会受理消费者投诉规定	124
各地消协通讯录	128
消费损害赔偿数额	130

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日第十一届全国人大常委会第十次会议
《全国人民代表大会常务委员会关于修改部分法律的决定》修正)

目 录

第一章	总 则
第二章	消费者的权利
第三章	经营者的义务
第四章	国家对消费者合法权益的保护
第五章	消费者组织
第六章	争议的解决
第七章	法律责任
第八章	附 则

第一章 总 则

第一条 【立法宗旨】* 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。

第二条 【本法调整对象——消费者】 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。

* 条文主旨为编者所加，下同。

条文注释

界定消费者身份时应注意以下几个方面：（1）消费者的消费特指生活消费。消费有广义和狭义之分，广义的消费包括生产消费和生活消费；狭义的消费仅指生活消费，本法涉及的消费是生活消费，生活消费包括物质产品消费和劳动服务消费两种。（2）消费者的消费方式包括购买、使用商品和接受服务。（3）消费的客体包括商品和服务，表现为购买、使用商品和接受服务三种形式。

案例 1

因生活需要在维修站购买用品，属于“消费者”，受法律保护（广东省佛山市中级人民法院〔2003〕佛中法民一终字第1376号）

原告姚某于2002年4月14日向陈某某经营的维修店购买摩托车一辆，该店向原告提供车主为陈某的行驶证等凭证。后原告以该车无法年审为由向有关部门投诉，同年12月13日，工商部门经当事人协商后作出调解协议：由维修店向原告赔偿1500元，原告在接受赔偿后自行联系原摩托车车主解决退车事宜，并明确双方在签订该协议后，保证不对此纠纷再提出争议。维修店依上述协议向原告作出赔款后，原告在同年向人民法院起诉摩托车原车主陈某，以陈某向维修店所寄售的摩托车无法办理车辆年审为由，要求陈某退还购车款及赔偿其已支付的费用和损失。陈某对摩托车是其本人所有不持异议，但认为该车于1999年12月已借给他人使用，后借车人及摩托车均杳无踪影，本人对该车失去控制已整三年，并已向公安部门报失该车，且从未将该车寄存于维修店出售。后法院作出（2003）佛城法民二初字第45号民事判决书，认定原告是向维修店购买了并不属该店所有的车辆，根据合同相对性的原理，原告应向相对人主张权利，原告要求陈某赔偿的理由不充分，故依法驳回其诉讼请求。后原告再以同样理由向法院起诉，要求陈某某承担民事责任。

一审法院认为，本案中，维修店作为出卖人，将摩托车售卖给原告，原告亦将该车的价款支付给维修店，双方已完成了整个买卖摩托车的行为。但维修店所出售的摩托车是属于案外人所有的，维修店并不是该车的所有权人，且车主也未委托维修店寄售该车，维修店对此车并无处分权，现维修店售卖了不属于其所有或其有权处分的物品给原告，故双方的买卖行为无效，不受法律保护。原告因此所取得的车辆应予以返还出卖人。鉴于该车的车主已参加了（2003）佛城法民二初字第45号的庭审活动，对属其所有的摩托车去向是十分清楚的，但其并未向相关人员提出要求返还，故该车可暂存原告处保管。鉴于原告在本诉前已与维修店就售卖摩托车的纠纷达成一致的调解协议，该协议是双方当事人在平等、自愿的基础上签订的，原告承诺在收到维修店的赔偿款后不再以此纠纷提出争议，符合当事人意思自治原则，是自行对其权利作出处分，与有关法律、法规并不相悖，现原告认为该协议应予撤销，其理由不充分。且双方所达成的调解协议也是针对售卖摩托车的纠纷而作出的，现原告再以同样理由要

求维修店承担民事责任，显然是对同一事项进行重复处理，故对原告要求陈某退还购车款及支付年审等相关费用的诉讼请求，不予支持，驳回原告姚某的诉讼请求。宣判后，姚某不服，提起上诉。

二审法院认为，姚某因生活需要而在被上诉人陈某某经营的摩托车维修店处购买摩托车，属于《消费者权益保护法》第二条所指的“消费者”的范畴，其与被上诉人陈某某间的车辆购销行为应受《消费者权益保护法》的规范与调整。因被上诉人陈某某提供的摩托车存在权利瑕疵，致上诉人产生相关财产损失，上诉人与被上诉人陈某某间因此而形成了侵权之债的法律关系。同时由于上述当事人间的整个车辆购销行为亦符合无效买卖合同的法律特征，故本案中，上诉人与被上诉人陈某某之间实际上存在着侵权之债与合同之债两个不同法律关系的竞合。依当事人意思自治原则，本案的案由应定为侵害消费者权益纠纷，一审未充分审查上诉人作出的诉求选择而将本案定性为买卖合同纠纷不当，应予纠正。关于双方当事人于2002年12月13日签订的调解协议的效力问题。因在本案车辆售卖过程中，上诉人一直不知道被上诉人无处分涉诉摩托车的合法授权，直至2002年12月19日上诉人起诉涉诉摩托车的原车主陈某要求退还购车款，才得知陈某从未授权被上诉人售卖摩托车，故调解协议中有关“姚某接受维修店作出的赔偿后，自行负责联系摩托车车主解决退车事宜，双方保证以后不得对纠纷再提出争议”的约定，系上诉人存在维修店有寄售涉诉摩托车的合法授权这一重大误解的情况下所作的约定，并非上诉人的真实意思表示，现上诉人请求撤销此部分约定并诉请被上诉人陈某某退还购车款，符合法律规定，应予支持。被上诉人陈某某未经合法授权而售卖涉诉摩托车，行为确属违法，但本案并无证据材料反映其在售卖涉诉摩托车过程中存在欺诈恶意，故上诉人称原审遗漏认定被上诉人存在欺诈行为，缺乏事实依据，法院亦不予采纳。据此判决撤销广东省佛山市禅城区人民法院（2003）佛禅法民二初字第9号民事判决，改判被上诉人陈某某在本判决发生法律效力之日起十日内向上诉人姚某退还购车款4800元，驳回上诉人姚某的其他诉讼请求。

上述案例的关键，实际上是对“消费者”的认定，进而确认消费行为是否属于本法所保护的范畴。

案例 2

知假买假仍受法律保护（天津市第一中级人民法院〔1997〕一中民终字第21号）

1996年8月27日和9月3日，原告王某分两次在被告天津某有限公司购买了5部日本索尼公司生产的SPP—L338型无绳电话机，每部价格2920元，共计人民币14600元，后于1996年9月20日以该电话机非国家正式进口且无邮电部进网许可证，不能销售、使用等理由要求被告退货并赔偿人民币14600元。被告承认其销售的索尼无绳电话机没有办理邮电部进网许可证，同时提出该无绳电话机无质量问题，原告王某购买该种无绳电话机是以获得赔偿为目的，而不是

为了个人消费，不符合《消费者权益保护法》的有关规定，因此不同意退货及赔偿。

一审法院认为，原告从被告处购买的5部索尼SPP—L338型无绳电话机，系国家明令禁止进口、销售、使用，不符合我国制式的不合格产品。被告的销售行为已构成欺诈，应承担赔偿责任。遂依照《中华人民共和国消费者权益保护法》第49条、《天津市实施〈中华人民共和国消费者权益保护法〉办法》第8条第（5）项、第（12）项、第23条第一款的规定，判决被告除退还原告所购无绳电话机款人民币14600元外，并增加一倍货款赔偿原告人民币14600元。与此同时，法院还依据《中华人民共和国民法通则》第134条第一款第（三）项之规定，作出裁定，对原告所购、被告所售的5部索尼SPP—L380型无绳电话机予以没收。一审宣判后，被告天津某有限公司不服，提起上诉。法院经二审审理，判决驳回上诉，维持原判。

本法第6条提到国家鼓励公民监督，现在所说的“知假买假”，从最终实质意义上讲是公民监督权的体现。值得一提的是，“知假买假”的案例，在不同的地方有不同的判决结果。

● 相关规定

《民法通则》第134条

第三条 【本法调整对象——经营者】经营者为消费者提供其生产、销售的商品或者提供服务，应当遵守本法；本法未作规定的，应当遵守其他有关法律、法规。

案例 3

经营者的业务符合公共利益需要的，应予保护（昆明市中级人民法院〔2004〕昆民二终字第785号）

1998年10月21日，原告王某与被告某电信公司建立了电信服务合同关系。被告作为经营者为原告提供首号为“511”的电话号码。此后，被告在开展电信业务过程中增加了来电显示业务，被告并未向社会公示在来电显示业务中主叫号码识别限制的功能。为此，原告认为作为一名电信服务的消费者，对其个人使用的家庭电话号码有使用权和支配权，属个人隐私。被告未征求原告是否选择向他人显示电话号码的意见而擅自开展来电显示业务，侵害了原告的服务内容选择权，泄露了原告的隐私。为此原告诉至法院请求确认其拥有该电话号码的使用权及支配权；判令被告停止侵权，即未经原告允许，不得向他人提供原告电话号码；向原告赔礼道歉并承担本案诉讼费。

被告某电信公司辩称，原告不享有首号为“511”电话号码的使用权和支配权，电话号码不属于隐私；被告经营“来电显示”业务合法，对原告没有侵权行为；被告开展来电显示业务符合公共利益的需要。综上，请求驳回原告的诉

讼请求。

一审法院认为，本案原告与被告自建立电信服务业务合同关系后，根据合同约定及法律规定，原告在向被告缴纳了电话初装费、材料费、电话月租费及通话费等相关费用后就享有对该号码的使用权及支配权，无须另行对该号码进行确权。隐私权是归类为名誉权一类的。原告没有提供被告的行为给其造成了一定影响的损害后果存在的相关证据，同时根据《民法通则》第七条禁止权利滥用的原则，权利人在行使民事权利时不得背离权利应有的社会目的，也不得超越权利应有的范围和界限。按照公共利益高于个人利益，个人利益让位于公共利益的原则，对原告要求被告承担侵权责任请求不予支持。根据《中华人民共和国民事诉讼法》第七十条、第一百零六条及《中华人民共和国民事诉讼法》第一百零七条之规定，判决驳回原告王某的诉讼请求。宣判后，王某不服，提起上诉。

二审法院认为，对于隐私权的保护并不是无限的。上诉人作为“主叫方”对其所使用的个人电话号码享有保密权，并有权拒绝告知索取号码的他人。但同时“被叫方”在接听电话前，同样有权知道是谁给自己打电话，以便决定是否接听来电，这与“主叫方”保护个人生活安宁、免受他人侵扰的意图是一致的。此时，“主叫方”与“被叫方”形成了通话关系，在这个通话关系中，双方的权利义务对等，不能因为片面保护“主叫方”的隐私权而放弃“被叫方”的知情权。且在这个通话关系中，是“主叫方”主动拨打“被叫方”的电话号码，其行为就等于向“被叫方”放弃了拒绝告知号码的权利，即再就已放弃的权利进行主张是不应得到法律保护的。在设置“来电显示”的情形下，“主叫方”的电话号码只是让特定的“被叫方”得知，而不是让社会公众得知，此时对于主动拨打对方电话的“主叫方”来说，其个人隐私并未受到侵害，反而是“被叫方”的个人生活空间被他人介入，“被叫方”当然拥有知情的权利。据此，二审法院维持了一审的判决。

消费者的合法权益需要得到保护，但消费者不能把该项权利无限制的扩大化。结合本案，王某作为“主叫方”对其所使用的个人电话号码享有保密权，并有权拒绝告知索取号码的他人。但同时“被叫方”在接听电话前，同样有权知道是谁给自己打电话，以便决定是否接听来电，这与“主叫方”保护个人生活安宁、免受他人侵扰的意图是一致的。因此王某主张的隐私权受到侵害理由不成立。

案例 4

使用消费积分换取手机，不属购买手机的消费者（河南省郑州市中级人民法院〔2009〕郑民四终字第404号）

2005年10月7日，刘某作为河南移动郑州分公司的移动通信服务的客户参加了河南移动郑州分公司举行的“畅享尊崇回馈6周年倾情回报”活动，在自己的手机卡里预存了2400元的话费，获得河南移动郑州分公司奖励的26000元

积分。同日，刘某与河南移动郑州分公司签订《全球通积分兑换业务受理协议》一份，主要内容为：“1. 甲方（刘某）确认阅读并同意本协议所载之内容。2. 礼品一经兑出，乙方（河南移动郑州分公司）将不予退换（质量问题除外）。3. 礼品在使用期间出现的问题，刘某同意按照该礼品生产厂家的售后服务要求解决，与河南移动郑州分公司无关。兑换礼品为诺基亚 6020 移动电话机一部。”根据上述协议，刘某得到河南移动郑州分公司兑换的礼品诺基亚 6020 手机一部。后因为该手机出现质量瑕疵，刘某诉至法院，请求确认全球通积分兑换业务受理协议的第 2 条、第 3 条无效。

一审法院认为，刘某作为河南移动郑州分公司的客户与之构成电信服务合同关系。但在刘某参加了河南移动郑州分公司的积分活动后，与河南移动郑州分公司签订了积分兑换业务受理协议，从协议的内容可认定，双方又形成了赠与合同关系。而此赠与合同关系是基于电信服务合同关系而产生的。另外，刘某作为消费者所获得的诺基亚手机与其单纯购买手机有一定的区别，刘某消费的是手机话费，其所在本案中不属于购买手机的消费者。获得的手机是在话费积分的基础上所得，不应片面地以《消费者权益保护法》来规范此类行为。因刘某与河南移动郑州分公司之间就刘某所得诺基亚手机存在赠与合同关系，而《合同法》第一百九十一条规定，不论赠与的财产是否存在瑕疵，作为赠与人均可以不承担责任。基于刘某所获赠手机是在电信服务合同的基础上所得，而协议中亦明确了礼品遇有质量问题河南移动郑州分公司承诺退换及按照厂家的售后服务规定解决。综上，刘某称协议的第 2 条、第 3 条违反了我国法律的强制性规定，于法无据。依据《合同法》第五十二条之规定，刘某的诉请与此述条款中规定的情形不符，判决驳回原告刘某的诉讼请求。刘某不服，提出上诉。二审法院经审理后判决驳回上诉，维持原判。

上述两个案例均是消费者扩大使用《消费者权益保护法》维权引起纠纷的案件。本法不仅保护消费者的权益，也要保护经营者合法经营的权益。

● 相关规定

《合同法》第 52、119 条

第四条 【交易遵循原则】经营者与消费者进行交易，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则。

案例 5

区分不同消费者收费违反法律面前人人平等原则，应退还多收费用（《人民法院案例选》2002 年第二辑总第 40 辑）

2000 年 5 月 17 日，原告王某、李某、陈某三人到被告粗粮王红光店就餐，发现该店门口的灯箱广告中写明：“每位 18 元，国家公务员每位 16 元；1.3 米以下儿童 9 元；当天生日者凭身份证免费就餐一次”。三原告每人交纳了 18 元