2018 /
GUO JIA FA LÜ
ZHI YE ZI GE KAO SHI

# 第四卷

经济法 · 环境资源法 · 劳动与社会保障法 · 知识产权法 ·
国际法 · 国际私法 · 国际经济法

深蓝法考

Download on the App Store

Download for Android

**遵循2018法考大纲 万国助你突破法考**

北京万国学校教研中心 · 编著

2018 国家法律职业资格考试

# 万国考前突破

WAN GUO KAO QIAN TU PO

北京万国学校
中国法制出版社
联合推荐

精解考点狠抓得分要点 | 层次分明要点一目了然
突破练习提升应考能力 | 冲刺点拨直击命题陷阱

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

需要全本请访问 www.ertongbook.com

2018 /

GUO JIA FA LÜ
ZHI YE ZI GE KAO SHI

# 第四卷

经济法 · 环境资源法 · 劳动与社会保障法 · 知识产权法 ·
国际法 · 国际私法 · 国际经济法

**遵循2018法考大纲 万国助你突破法考**

北京万国学校教研中心 · 编著

2018 国家法律职业资格考试

# 万国考前突破

WAN GUO KAO QIAN TU PO

4

北京万国学校
中国法制出版社
联合推荐

精解考点狠抓得分要点 | 层次分明要点一目了然
突破练习提升应考能力 | 冲刺点拨直击命题陷阱

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

**图书在版编目（CIP）数据**

2018国家法律职业资格考试万国考前突破. 第四卷／北京万国学校教研中心编著. —北京：中国法制出版社，2018.6

ISBN 978-7-5093-9496-0

Ⅰ.①2… Ⅱ.①北… Ⅲ.①法律工作者-资格考试-中国-自学参考资料 Ⅳ.①D92

中国版本图书馆CIP数据核字（2018）第105087号

责任编辑 斐 岳　　封面设计 万国法考·乔新树

**2018国家法律职业资格考试万国考前突破. 第四卷**

2018 GUOJIA FALÜ ZHIYE ZIGE KAOSHI WANGUO KAOQIAN TUPO. DISIJUAN

编著／北京万国学校教研中心

经销／新华书店

印刷／廊坊一二〇六印刷厂

开本／787毫米×1092毫米 16开　　印张／7.75 字数／198千

版次／2018年6月第1版　　2018年6月第1次印刷

中国法制出版社出版

书号 ISBN 978-7-5093-9496-0　　定价：32.00元

北京西单横二条2号

邮政编码 100031　　传真：010-66031119

**网址：http://www.zgfzs.com**　　**编辑部电话：010-66010678**

**市场营销部电话：010-66033393**　　**邮购部电话：010-66033288**

（如有印装质量问题，请与本社编务印务管理部联系调换。电话：010-66032926）

请注意识别 中国法制出版社 CLPH

本书扉页使用含有中国法制出版社LOGO的防伪纸印制，

有这种扉页的中国法制出版社考试图书是正版图书。

# 总　序

备考者在考前最需要一本让自己能在最短时间内获得最高分数的“精华本”。为了更好地让备考者在最后阶段能实现考前突破，获得最后的胜利，应备考者的呼吁，2018年万国学校再次组织史上超强师资和研发团队，强力打造了《2018国家法律职业资格考试万国考前突破》丛书。其要旨在于体现考试“重者恒重”和“新增必考”两大规律，预测2018年法考的必然考查点和考查方式。不求面面俱到，但求点点得分！

本书的主要特色如下：

**一、网罗必考点，狠抓得分要点**

本丛书按照2018年国家法律职业资格考试大纲的要求，凭借老师自己多年的授课经验和考试考查规律，找出考试重点考点。考点少、精和准！对考点的精要讲解，让你省去大量时间，直击得分点！

**二、考点层次分明，重点一目了然**

为了方便备考者，节约时间，本书对考点进行分级，用★表示，星级越高，重要性越强。同时，如果是2018年新增考点，也加以注明，因为根据“新增必考”的铁律，其地位不容忽视，要求备考者能熟记。同时，本书不仅有考点具体的内容，还有对考查方式的预测，帮助备考者将知识储备转化为直接的得分能力。

**三、精析考点“冲刺点拨”，直击命题陷阱**

万国名师权威精析考点，对一些近似的概念，通过比较性的表格进行辨析，也特别提供“冲刺点拨”来点拨命题点，帮助备考者把握每一个考点，解析重点问题，明确疑难问题，拓展知识面。

**四、突破练习提升应考能力**

本丛书定位成一个“助力器”，希望备考者在尽可能短的时间内完成复习，但是需要备考者反复看而达到记忆的目的！在记忆之余，可通过“突破练习”中的经典练习题检测自己的能力，提升自身应试水平。这样，才能够做到“测学相长”，有所获益！

祝所有备考者在2018年的国家法律职业资格考试中能够实现突破，取得理想成绩。

本书全体撰写者

# 目　录

## 经济法

第一章　竞争法 …… (001)
第二章　消费者法 …… (006)
第三章　银行业法 …… (014)
第四章　财税法 …… (018)
第五章　土地法和房地产法 …… (021)

## 环境资源法

第一章　环境保护法 …… (027)
第二章　自然资源法 …… (030)

## 劳动与社会保障法

第一章　劳动法 …… (032)
第二章　社会保险法 …… (041)

## 知识产权法

第一章　著作权 …… (045)
第二章　专利权 …… (050)
第三章　商标权 …… (054)

## 国际法

第一章　导　论 …… (057)
第二章　国际法主体与国际法律责任 …… (058)
第三章　国际法上的空间划分 …… (063)
第四章　国际法上的个人 …… (069)
第五章　外交关系法与领事关系法 …… (072)

需要全本请访问 www.ertongbook.com

第六章　条约法 …… (076)
第七章　国际争端的和平解决 …… (079)
第八章　战争与武装冲突法 …… (081)

## 国际私法

第一章　法律冲突、冲突规范和准据法 …… (084)
第二章　国际民商事关系的法律适用 …… (087)
第三章　国际民商事争议的解决 …… (093)
第四章　区际法律问题 …… (099)

## 国际经济法

第一章　国际货物买卖 …… (102)
第二章　国际货物运输与保险 …… (106)
第三章　国际贸易支付 …… (110)
第四章　对外贸易管理制度 …… (111)
第五章　世界贸易组织 …… (114)
第六章　国际经济法领域的其他法律制度 …… (116)

# 经济法

## 第一章　竞争法

本法在过往司法考试中的题量稳定在1~2道。比较简单，侧重对基本法律制度的考查。重要考点：垄断行为、反垄断调查机构、不正当竞争行为。




### 垄断行为（垄断协议；滥用市场支配地位；经营者集中；滥用行政权力排除、限制竞争）（201701028［ABCD］、201601028［ABCD］、201601067［AB］、201401064［AB］、201301027［ABCD］、201301064［AB］）★★★

| | |
|---|---|
| 经营性垄断行为 | （1）经营者达成垄断协议<br>（2）经营者滥用市场支配地位<br>（3）具有或者可能具有排除、限制竞争效果的经营者集中 |
| 行政性垄断行为 | 行政机关和法律、法规授权的具体管理公共事务职能的组织滥用行政权力，排除、限制竞争 |

1. 垄断协议

| | | |
|---|---|---|
| 表现形式 | 横向垄断协议 | （1）固定或者变更商品价格<br>（2）限制商品的生产数量或者销售数量<br>（3）分割销售市场或者原材料采购市场<br>（4）限制购买新技术、新设备或者限制开发新技术、新产品<br>（5）联合抵制交易 |
| | 纵向垄断协议 | （1）固定向第三人转售商品的价格<br>（2）限定向第三人转售商品的最低价格<br>（3）国务院反垄断执法机构认定的其他垄断协议 |
| 例外和豁免 | （1）为改进技术、研究开发新产品的<br>（2）为提高产品质量、降低成本、增进效率，统一产品规格、标准或者实行专业化分工的<br>（3）为提高中小经营者经营效率，增强中小经营者竞争力的<br>（4）为实现节约能源、保护环境、救灾救助等社会公共利益的<br>（5）因经济不景气，为缓解销售量严重下降或者生产明显过剩的<br>（6）为保障对外贸易和对外经济合作中的正当利益的<br>第（1）~（5）项情形，不适用《反垄断法》第13条和第14条规定的，经营者还应当证明所达成的协议不会严重限制相关市场的竞争，并且能够使消费者分享由此产生的利益 | |

2. 滥用市场支配地位

| | |
|---|---|
| 表现形式 | 垄断价格，以不公平的高价销售商品或者以不公平的低价购买商品<br>亏本销售，没有正当理由，以低于成本的价格销售商品<br>拒绝交易，没有正当理由，拒绝与交易相对人进行交易<br>强制交易，没有正当理由，限定交易相对人只能与其进行交易或者只能与其指定的经营者进行交易 |
| 市场支配地位的推定 | (1) 一个经营者在相关市场的市场份额达到1/2的<br>(2) 两个经营者在相关市场的市场份额合计达到2/3的<br>(3) 三个经营者在相关市场的市场份额合计达到3/4的 |
| 例外 | (1) 若多个经营者中有的经营者市场份额不足1/10的，不应当推定具有市场支配地位<br>(2) 具有推定情形，但有证据证明不具有市场支配地位的，不应当认定其具有市场支配地位 |

3. 经营者集中

| | |
|---|---|
| 表现形式 | (1) 经营者合并<br>(2) 经营者通过取得股权或者资产的方式取得对其他经营者的控制权<br>(3) 经营者通过合同等方式取得对其他经营者的控制权或者能够对其他经营者施加决定性影响 |
| 申报 | 经营者集中达到国务院规定的申报标准的，经营者应当事先向国务院反垄断执法机构申报，未申报的不得实施集中 |
| 例外 | (1) 参与集中的一个经营者拥有其他每个经营者50%以上有表决权的股份或者资产的<br>(2) 参与集中的每个经营者50%以上有表决权的股份或者资产被同一个未参与集中的经营者拥有的 |

4. 滥用行政权力排除、限制竞争

| | |
|---|---|
| 主体 | 行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织 |
| 行为 | (1) 强制交易——利用行政权力限定经营、购买、使用指定经营者提供的商品<br>(2) 滥用行政权力妨碍商品地区间自由流通——地区封锁行为：①歧视性收费或者规定歧视性价格；②规定不同的技术要求、检验标准或者歧视性技术措施；③采取专门针对外地商品的行政许可；④设置关卡等手段，阻碍外地商品进入或者本地商品运出<br>(3) 设定歧视性资质要求、评审标准或者不依法发布信息等，排斥或者限制招投标<br>(4) 以不平等待遇等方式，排斥或者限制外地经营者在本地投资或者设立分支机构<br>(5) 强制经营者从事本法规定的垄断行为<br>(6) 制定含有排除、限制竞争内容的规定 |
| 后果 | 责令改正，行政处分 |



## 反垄断调查机制（反垄断调查机构的职权、反垄断调查的处罚措施）；违反《反垄断法》的法律责任（201601067［CD］、201501067［ABCD］、201401064［CD］、201301064［CD］）★★

1. 反垄断调查机构及其职权

| | |
|---|---|
| 反垄断委员会 | 负责组织、协调、指导反垄断工作，履行下列职责：<br>（1）研究拟订有关竞争政策<br>（2）组织调查、评估市场总体竞争状况，发布评估报告<br>（3）制定、发布反垄断指南<br>（4）协调反垄断行政执法工作<br>（5）国务院规定的其他职责 |
| | 国务院反垄断委员会的组成和工作规则由国务院规定 |
| 反垄断执法机构 | （1）国家层面：国家发改委、国家市场监督管理总局、商务部<br>（2）省级层面：省级相应机构 |

2. 违反《反垄断法》的法律责任

| | |
|---|---|
| 行业协会 | 情节严重的，社会团体登记管理机关可以依法注销登记 |
| 行政性垄断 | 反垄断执法机构可以向有关上级机关提出依法处理的建议 |



## 不正当竞争行为（混淆行为、商业贿赂行为、虚假宣传、侵犯商业秘密、不正当有奖销售、诋毁商誉、互联网不正当竞争行为）（201701029［BD］、201601068［B］、201501068［BC］、201401027［BD］、201401065［ABCD］、201401068［D］、201301065［CD］）★★★

1. 混淆行为

| | |
|---|---|
| 表现形式 | 经营者不得实施下列混淆行为，引人误认为是他人商品或与他人存在特定联系：<br>（1）擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或近似的标识<br>（2）擅自使用他人有一定影响的企业名称（包括简称、字号等）、社会组织名称（包括简称等）、姓名（包括笔名、艺名、译名等）<br>（3）擅自使用他人有一定影响的域名主体部分、网站名称、网页等<br>（4）其他足以引人误认为是他人商品或与他人存在特定联系的混淆行为 |
| | 笔记：假外观，假名称，假网站，相混淆 |
| 行政责任 | （1）由监督检查部门责令停止违法行为，没收违法商品<br>（2）违法经营额>5万元，可以并处违法经营额5倍以下的罚款<br>（3）违法经营额<5万元，可以并处25万元以下罚款<br>（4）情节严重，吊销营业执照<br>经营者登记的企业名称构成混淆，应当及时办理名称变更登记；名称变更前，由原企业登记机关以统一社会信用代码代替其名称 |

2. 商业贿赂

| | |
|---|---|
| 表现形式 | 经营者不得采用财物或其他手段贿赂下列单位或个人，以谋取交易机会或竞争优势：<br>(1) 交易相对方的工作人员<br>(2) 受交易相对方委托办理相关事务的单位或个人<br>(3) 利用职权或影响力影响交易的单位或个人 |
| 例外情况 | 经营者在交易活动中，可以以明示方式向交易相对方支付折扣，或向中间人支付佣金。经营者向交易相对方支付折扣、向中间人支付佣金的，应当如实入账。接受折扣、佣金的经营者也应当如实入账 |
| | 笔记：给钱与收钱，双方均记账 |
| 行为判定 | 经营者的工作人员进行贿赂的，应当认定为经营者的行为；但是，经营者有证据证明该工作人员的行为与为经营者谋取交易机会或竞争优势无关的除外 |
| 行政责任 | 没收违法所得，处10万元以上300万元以下罚款。情节严重，吊销营业执照 |

3. 虚假宣传

| | |
|---|---|
| 表现形式 | 经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者 |
| | 笔记：假象 |
| 帮助行为 | 经营者不得通过组织虚假交易等方式，帮助其他经营者进行虚假或引人误解的商业宣传 |
| 行政责任 | (1) 责令停止违法行为，处20万元以上100万元以下的罚款<br>(2) 情节严重，处100万元以上200万元以下的罚款，可以吊销营业执照<br>(3) 若属于发布虚假广告的，依照《中华人民共和国广告法》的规定处罚 |

4. 侵犯商业秘密

| | |
|---|---|
| 商业秘密 | 商业秘密，是指不为公众所知悉、具有商业价值并经权利人采取相应保密措施的技术信息和经营信息 |
| 表现形式 | 经营者不得实施下列侵犯商业秘密的行为：<br>(1) 以盗窃、贿赂、欺诈、胁迫或其他不正当手段获取权利人的商业秘密<br>(2) 披露、使用或允许他人使用以前项手段获取的权利人的商业秘密<br>(3) 违反约定或违反权利人有关保守商业秘密的要求，披露、使用或允许他人使用其所掌握的商业秘密<br>第三人明知或应知商业秘密权利人的员工、前员工或其他单位、个人实施前款所列违法行为，仍获取、披露、使用或允许他人使用该商业秘密的，视为侵犯商业秘密 |
| | 笔记：使用他人商业秘密，须权利人授权。通过科学手段破解属于合法行为 |
| 行政责任 | (1) 责令停止违法行为，处10万元以上50万元以下的罚款<br>(2) 情节严重的，处50万元以上300万元以下的罚款 |

5. 不正当有奖销售

| | |
|---|---|
| 表现形式 | 经营者进行有奖销售不得存在下列情形：<br>(1) 所设奖的种类、兑奖条件、奖金金额或奖品等有奖销售信息不明确，影响兑奖<br>(2) 采用谎称有奖或故意让内定人员中奖的欺骗方式进行有奖销售<br>(3) 抽奖式的有奖销售，最高奖的金额超过5万元 |
| | 笔记：有奖信息不明确，谎称有奖或内定，金额超过5万元 |

续表

| | |
|---|---|
| 行政责任 | 由监督检查部门责令停止违法行为，处5万元以上50万元以下的罚款 |

6. 诋毁商誉

| | |
|---|---|
| 表现形式 | 经营者不得编造、传播虚假信息或误导性信息，损害竞争对手的商业信誉、商品声誉 |
| | 笔记：假信息，害同行 |
| 行政责任 | (1) 责令停止违法行为、消除影响，处10万元以上50万元以下的罚款<br>(2) 情节严重，处50万元以上300万元以下的罚款 |

7. 妨碍、破坏他人合法网络产品或服务正常运行的行为

| | |
|---|---|
| 表现形式 | 经营者不得利用技术手段，通过影响用户选择或其他方式，实施下列妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或服务正常运行的行为：<br>(1) 未经其他经营者同意，在其合法提供的网络产品或服务中，插入链接、强制进行目标跳转<br>(2) 误导、欺骗、强迫用户修改、关闭、卸载其他经营者合法提供的网络产品或服务<br>(3) 恶意对其他经营者合法提供的网络产品或服务实施不兼容<br>(4) 其他妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或服务正常运行的行为 |
| | 笔记：链接跳转遭强迫，改关卸载非自愿，被迫产品不兼容 |
| 行政责任 | (1) 责令停止违法行为，处10万元以上30万元以下的罚款<br>(2) 情节严重，处50万元以上300万元以下的罚款 |



**冲刺点拨**

本考点的考查方式主要是几类不正当竞争行为的认定，2017年《反不正当竞争法》进行了较大幅度的修改，可考性很高，应当重点关注被修改的法条，尤其是以下几类不正当竞争行为：(1) 混淆行为；(2) 虚假宣传行为；(3) 不正当有奖销售行为；(4) 互联网不正当竞争行为。



**突破练习**[1]

【判断题】

1. 某品牌白酒市场份额较大且知名度较高，因销量急剧下滑，生产商召集经销商开会，令其不得低于限价进行销售，对违反者将扣除保证金、减少销售配额直至取消销售资格。该行为为纵向垄断协议行为。

2. 某县会计师行业自律委员会成立之初，达成统筹分配当地全行业整体收入的协议，要求当年市场份额提高的会员应分出自己的部分收入，补贴给市场份额降低的会员。该协议限制了当地会计师行业的竞争，具有违法性。

① 【答案】1. 对 2. 对 3. 对 4. 错 5. 对 6. 对 7. 对 8. 错 9. 错

需要全本请访问 www.ertongbook.com

3. 有市场支配地位而无滥用该地位的行为者，不为《反垄断法》所禁止。

4. 甲厂在其产品说明书中作夸大其词的不实说明属于不正当竞争行为中的混淆行为。

5. 某县“大队长酒楼”自创品牌后声名渐隆，妇孺皆知。同县的“牛记酒楼”经暗访发现，“大队长酒楼”经营特色是，服务员统一着20世纪60年代服装，播放该年代歌曲，店堂装修、菜名等也具有时代印记。“牛记酒楼”遂改名为“老社长酒楼”，服装、歌曲、装修、菜名等一应照搬。该行为属于不正当竞争行为中的混淆行为。

6. 某蛋糕店开业之初，为扩大影响，增加销售，出钱雇人排队抢购。不久，该店门口便时常排起长队，销售盛况的照片也频频出现于网络等媒体，附近同类店家生意随之清淡。该行为构成虚假宣传行为。

7. 某餐饮店谎称其曾荣获“中华名小吃”称号，从而生意红火，其行为构成虚假宣传。

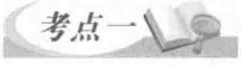
8. 某商场推出抽奖活动，凡在该商场消费满500元的顾客可以参与抽奖，特等奖为价值5万元的马尔代夫双人行，其行为构成不正当的有奖销售行为。

9. 某公司的杀毒软件将另一公司的社交软件识别为病毒并强烈推荐用户将其删除，否则无法正常运行计算机，因该杀毒软件并未自动将该社交软件删除，该公司的行为不构成不正当竞争行为。

# 第二章　消费者法

本法在考试中的题量稳定在3题左右，命题重点突出，侧重考查基本的法律制度。

重要考点：消费者的权利、经营者的义务、消费者权益的保护、产品责任、食品安全监管制度、食品安全的法律责任、特殊食品的规制。




## 消费者的权利（201601069［AC］、201401068［AB］）★★★

| 权利类型 | 内容 |
| --- | --- |
| 安全保障权 | 消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利。消费者有权要求经营者提供的商品和服务，符合保障人身、财产安全要求 |
| 知情权 | 消费者享有知悉其购买、使用商品或者接受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。消费者在自主选择商品或者服务时，有权进行比较、鉴别和挑选 |
| 公平交易权 | 消费者在购买商品或接受服务时，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 |
| 获得赔偿权 | 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 |

续表

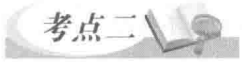
| 权利类型 | 内容 |
| --- | --- |
| 受尊重权 | 消费者在购买、使用商品和接受服务时，享有人格尊严、民族风俗习惯得到尊重的权利，享有个人信息依法获得保护的权利 |
| 监督批评权 | 消费者享有对商品和服务以及保护消费者权益工作进行监督的权利 |
| 反悔权 | 网购场合，消费者享有7日无理由退货的权利 |



**冲刺点拨**

公平交易权重点在于强调“消费者在购买商品或接受服务时”。事后发现产品质量不合格不违反公平交易权。例：某汽车公司生产销售一款新车，该车设计不成熟，导致部分车辆造成交通事故。事后，该公司拒绝就故障原因作出说明，也拒绝对受害人提供赔偿。该公司的行为侵犯了消费者的哪些权利？

参考答案：侵犯了安全保障权、知情权、获得赔偿权。没有侵犯公平交易权，因为该车在“交易时”，某汽车公司并无问题。



## 经营者的义务（201601069［B］）★★★

| | |
| --- | --- |
| 安全保障义务 | (1) 经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。对可能危及人身、财产安全的商品和服务，应当向消费者作出真实说明和明确的警示，并说明和标明正确使用商品或接受服务的方法以及防止危害发生的方法<br>(2) 宾馆、商场、餐馆、银行、机场、车站、港口、影院等经营场所的经营者，应当对消费者尽到安全保障义务 |
| 召回义务 | 经营者发现其提供的商品或服务存在缺陷，有危及人身、财产安全危险的，应当立即向有关行政部门报告和告知消费者，并采取停止销售、警示、召回、无害化处理、销毁、停止生产或者服务等措施。采取召回措施的，经营者应当承担消费者因商品被召回支出的必要费用 |
| 质量保证义务 | (1) 经营者应当保证在正常使用商品或者接受服务的情况下其提供的商品或者服务应当具有的质量、性能、用途和有效期限；但消费者在购买该商品或者接受该服务前已经知道其存在瑕疵，且存在该瑕疵不违反法律强制性规定的除外<br>(2) 经营者提供的机动车、计算机、电视机、电冰箱、空调器、洗衣机等耐用商品或者装饰装修等服务，消费者自接受商品或者服务之日起6个月内发现瑕疵，发生争议的，由经营者承担有关瑕疵的举证责任 |

续表

| | |
|---|---|
| “三包”义务（退货、更换、修理） | (1) 一般退货义务：只要不符合质量要求的，有规定、约定从规定、约定，如果没有，7日内退货。且经营者承担必要合理费用<br>(2) 网络购物7天无理由退货：经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起7日内退货，且无须说明理由，但下列商品除外：①消费者定做的；②鲜活易腐的；③在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品；④交付的报纸、期刊<br>除前款所列商品外，其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品，不适用无理由退货<br>消费者退货的商品应当完好。经营者应当自收到退回商品之日起7日内返还消费者支付的商品价款。退回商品的运费由消费者承担；经营者和消费者另有约定的，按照约定 |
| 正确使用格式条款的义务 | (1) 经营者在经营活动中使用格式条款的，应当以显著方式提请消费者注意商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等与消费者有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明<br>(2) 经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定，不得利用格式条款并借助技术手段强制交易<br>(3) 格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的，其内容无效 |
| 消费者信息保护义务 | (1) 经营者收集、使用消费者个人信息，应经消费者同意<br>(2) 对收集的消费者个人信息必须严格保密，不得泄露、出售或者非法向他人提供<br>(3) 经营者未经消费者同意或者请求，或者消费者明确表示拒绝的，不得向其发送商业性信息 |



**冲刺点拨**

网购等经营方式中，消费者可以无理由退货，也被称之为“消费者的反悔权”。其仅适用于网络、电视、电话、邮购等方式销售商品。退货时间为7日，运费自担。



## 考点三 争议的解决（201601071［C］、201401066［ABCD］）★★

1. 争议解决途径

与经营者和解、请求消费者协会调解、向有关行政部门申诉、根据与经营者达成的仲裁协议提请仲裁机构仲裁、向有关人民法院提起诉讼。

2. 解决争议的若干特殊规则

| | |
|---|---|
| 销售者的先行赔付 | 消费者在购买、使用商品时，合法权益受到损害的，可以向销售者要求赔偿。销售者赔偿后，属于生产者的责任或者属于向销售者提供商品的其他销售者的责任的，销售者有权向生产者或者其他销售者追偿 |
| 生产者与销售者的连带责任 | 因商品缺陷造成消费者或其他受害者人身、财产损害的，生产者与销售者承担连带责任，受害者可以向销售者要求赔偿，也可以向生产者要求赔偿 |

续表

| | |
|---|---|
| 企业合并、分立时的责任 | 可以向变更后承受其权利义务的企业要求赔偿 |
| 借用营业执照时的责任 | 可以向营业持照的借用人要求赔偿，也可以向营业执照的持有人要求赔偿 |
| 展销会举办者、柜台出租者的责任 | 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 |
| 网络交易平台提供者的责任 | 可以向销售者或者服务者要求赔偿。网络交易平台提供者不能提供销售者或者服务者的真实名称、地址和有效联系方式的，消费者也可以向网络交易平台提供者要求赔偿；网络交易平台提供者作出更有利于消费者的承诺的，应当履行承诺。网络交易平台提供者赔偿后，有权向销售者或者服务者追偿。网络交易平台提供者明知或者应知销售者或者服务者利用其平台侵害消费者合法权益，未采取必要措施的，依法与该销售者或者服务者承担连带责任 |
| 虚假广告时的责任承担 | (1) 消费者因经营者利用虚假广告或者其他虚假宣传方式提供商品或者服务，其合法权益受到损害的，可以向经营者要求赔偿。广告经营者、发布者发布虚假广告的，消费者可以请求行政主管部门予以惩处。广告经营者、发布者不能提供经营者的真实名称、地址和有效联系方式的，应当承担赔偿责任<br>(2) 广告经营者、发布者设计、制作、发布关系消费者生命健康商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，应当与提供该商品或者服务的经营者承担连带责任<br>(3) 社会团体或者其他组织、个人在关系消费者生命健康商品或者服务的虚假广告或者其他虚假宣传中向消费者推荐商品或者服务，造成消费者损害的，应当与提供该商品或者服务的经营者承担连带责任 |
| 经营者欺诈行为的惩罚性赔偿 | (1) 经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的3倍；增加赔偿的金额不足500元的，为500元。法律另有规定的，依照其规定<br>(2) 经营者明知商品或者服务存在缺陷，仍然向消费者提供，造成消费者或者其他受害人死亡或者健康严重损害的，受害人有权要求经营者依照《消费者权益保护法》第49条、第51条等法律规定赔偿损失，并有权要求所受损失二倍以下的惩罚性赔偿 |

## 考点四 消费者权益的社会保护（201601070［B］）★

| 诉讼类型 | 条件 | 主体 |
|---|---|---|
| 消费者公益诉讼 | 侵犯众多消费者合法权益 | 中国消费者协会、省级消费者协会 |
| 环境保护公益诉讼 | (1) 损害社会公共利益<br>(2) 具有损害社会公共利益的重大风险 | 在设区的市级以上民政局登记，从事公益环保事业连续5年以上的专业组织 |

## 考点五 生产者、销售者的产品质量义务（生产者的产品质量义务；销售者的产品质量义务）★

| 属于产品的有 | 不属于产品的有 |
| --- | --- |
| （1）加工、制作、用于销售的产品<br>（2）建设工程使用的建筑材料、建筑构配件、设备 | （1）天然的物品<br>（2）非用于销售的物品<br>（3）建设工程、军工产品<br>（4）核设施、核产品 |

| | |
| --- | --- |
| 生产者的产品质量义务 | 产品或者其包装的标识必须真实，其中重点包括：有产品质量检验合格证明、有中文标明的产品名称、生产厂厂名和厂址；限期使用的产品，应当在显著位置清晰地标明生产日期和安全使用期或者失效日期；使用不当，容易造成产品本身损坏或者可能危及人身、财产安全的产品，应当有警示标志或者中文警示说明；易碎、易燃、易爆、有毒、有腐蚀性、有放射性等的产品，作出警示标志或者中文警示说明<br>裸装的食品和其他根据产品的特点难以附加标识的裸装产品，可以不附加产品标识 |
| 销售者的产品质量义务 | 进货验收检查义务 |
| | 保持销售产品质量的义务 |
| | 正确标识的义务 |
| | 不得违反禁止性规范（如销售国家明令淘汰并停止销售的产品和失效、变质的产品，假冒认证标志等） |

## 考点六 产品责任（201701030［ABCD］、201501095［ABCD］、201301066［ABCD］）★★★

| | 产品缺陷责任 |
| --- | --- |
| 原因和性质 | 产品有缺陷，造成人身或财产损害；侵权责任 |
| 归责原则 | 生产者的严格责任：<br>因产品存在缺陷造成人身、缺陷产品以外的其他财产（以下简称他人财产）损害的，生产者应当承担赔偿责任（无过错责任）<br>严格责任不同于绝对责任，它仍然是一种有条件的责任。其免责事由：（1）未将产品投入流通的；（2）产品投入流通时，引起损害的缺陷尚不存在的；（3）将产品投入流通时的科学技术水平尚不能发现缺陷存在的 |
| | 销售者的过错责任：<br>由于销售者的过错使产品存在缺陷，造成人身、他人财产损害的，销售者应当承担赔偿责任。销售者不能指明缺陷产品的、生产者也不能指明缺陷产品的供货者的，销售者应当承担赔偿责任 |
| 损害赔偿 | （1）求偿权主体：受害人<br>（2）求偿对象：在生产者与销售者之间选择，生产者和销售者承担连带责任：①生产者和销售者对外：先对受害人承担连带责任；②生产者和销售者内部：销售者赔偿后向生产者追偿或生产者赔偿后向销售者追偿 |
| 诉讼时效 | 3年，但缺陷产品交付最初消费者满10年丧失尚未超过明示的安全使用期的除外 |



**冲刺点拨**

产品瑕疵责任与产品缺陷责任的比较

| | 产品瑕疵责任 | 产品缺陷责任 |
|---|---|---|
| 原因 | 不合格，有瑕疵，无须现实损害 | 缺陷，有危害结果 |
| 性质 | 违约 | 侵权（竞合违约） |
| 责任形式 | 违约责任，要求销售者承担三包 | 侵权责任，要求损害赔偿，可附带精神损害赔偿 |
| 诉讼时效 | 1年 | 3年，最长保护期限10年，未超过明示的安全使用期的除外 |



## 考点七 食品安全法适用范围（201601071［A］、201301067［A］）★★

| 不适用食品安全法 | 适用食品安全法 |
|---|---|
| 1. 大米的质量标准<br>2. 农产品的质量安全管理 | 1. 食品生产和加工，食品销售和餐饮服务<br>2. 食品添加剂的生产经营<br>3. 食品包装材料、容器、洗涤剂、消毒剂和用于食品生产经营的工具、设备<br>4. 食品添加剂、食品相关产品<br>5. 食品、食品添加剂和食品相关产品的安全管理 |



## 考点八 食品安全风险监测与评估 ★★

| | 风险监测 | 风险评估 |
|---|---|---|
| 对象 | 食源性疾病、食品污染及食品中的有害因素 | 食品以及食品添加剂、食品相关产品中生物性、化学性和物理性危害因素 |
| 实施机构 | （1）国务院卫生行政部门会同国务院食品药品监督管理、质量监督等部门制定、实施国家食品安全风险监测计划。（2）省级卫生行政部门会同同级食品药品监督管理、质量监督等部门，根据国家食品安全风险监测计划，制定、实施本行政区域的食品安全风险监测方案，报国务院卫生行政部门备案并实施 | 国务院卫生行政部门负责组织食品安全风险评估工作，成立由医学、农业、食品、营养、生物、环境等方面的专家组成的食品安全风险评估专家委员会进行食品安全风险评估 |
| 程序 | 食品安全风险监测或者接到举报发现食品可能存在安全隐患的，应当立即组织进行检验和食品安全风险评估 | |
| 结果 | 食品安全风险评估结果是制定、修订食品安全标准和对食品安全实施监督管理的科学依据。食品安全风险评估结果得出食品不安全结论的，（1）立即向社会公告，告知消费者停止食用或者使用；（2）采取相应措施，确保该食品、食品添加剂、食品相关产品停止生产经营；（3）制定、修订相关食品安全国家标准 | |

需要全本请访问 www.ertongbook.com