

315
消费者权益日

消费者权益保护法

本期导读

- 《消费者权益保护法》简介 P2-P3
- 《消费者权益保护法》案例解析 P4-P7

《消费者权益保护法》

中华人民共和国消费者权益保护法是维护全体公民消费权益的法律规范的总称，是为了保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序稳定，促进社会主义市场经济健康发展而制定的一部法律。

1993年10月31日八届全国人大常委会第4次会议通过，自1994年1月1日起施行。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规定》进行第一次修正。2013年10月25日十二届全国人大常委会第5次会议《关于修改的决定》第2次修正。

2014年3月15日，由全国人大修订的新版《消费者权益保护法》（简称“新消法”）正式实施。《消费者权益保护法》分总则、消费者的权利、经营者的义务、国家对消费者合法权益的保护、消费者组织、争议的解决、法律责任。

发展历程

1993年10月31日，第八届全国人大常委会第4次会议通过《中华人民共和国消费者权益保护法》，该法首先确立了消费者的知情权、平等交易权、依法求偿权等，自1994年1月1日起施行。

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规定》进行第一次修正。

2010年修订草案送审稿报送国务院。

2012年3月十一届全国人大五次会议期间，121名代表提出4件议案，建议修订消费者权益保护法。

2012年11月修订《消法》列入十一届全国人大常委会立法规划。

2013年4月《消法》修正案草案首次提交全国人大常委会审议。

2013年10月25日，中华人民共和国第十二届全国人民代表大会常务委员会第5次会议通过《全国人民代表大会常务委员会关于修改的决定》第2次修正，该次修法主要从四方面完善消费者权益保护制度，如强化经营者义务、规范网络购物等新的消费方式、建立消费公益诉讼制度等。

2014年3月15日，新版《消费者权益保护法》施行。

法规特点

1. 以专章规定消费者的权利，表明该法以保护消费者权益为宗旨。该法列举的消费者权利有之多，体现出较高的保护水平。
2. 特别强调经营者的义务。首先，规定经营者与消费者进行交易时应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则。其次，以专章规定了经营者对特定消费者以及社会公众的义务。
3. 鼓励、动员全社会为保护消费者合法权益共同承担责任，对损害消费者权益的不法行为进行全方位监督。
4. 重视对消费者的群体性保护，以专章规定了消费者组织的法律地位。

《消费者权益保护法》案例及解析

规范网络购物新消费方式

案例：2011年11月，湖北的陈先生通过网站购买了3个疗程的强力透骨膜，使用一个月后没有产生网上宣传的治疗效果。向网站提出退货要求后，得到网站同意，但直到网站关停，也一直没有提供退货的具体地址。

解析：针对网络购物中经营者提供的信息不真实、不完整问题，新法增加规定：采用网络、电视、电话、邮购等方式提供商品或者服务的经营者，以及提供证券、保险、银行等金融服务的经营者，应当向消费者提供经营地址、联系方式、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、民事责任等信息。本条规定的核心是保障消费者的知情权。要求经营者提供经营地址、联系方式，有助于明确经营主体，解决非现场购物面临的突出问题；安全注意事项和风险警示等信息有助于消费者全面、客观地进行分析 and 决策；售后服务、民事责任事前明确，便于发生问题从速解决。

四类商品不适用无理由退货

案例：李小姐在网上看中了一款皮包，货品到手一看，色差极大，淡米黄色变成土黄色，拉链根本没有照片上的质感，而且到处是线头，做工粗糙。李小姐想退货，却以无质量问题被拒。新法赋予消费者在适当期间单方解除合同的权利，即无理由退货制度。

解析：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七日内退货，且无需说明理由。同时对下列商品不适用无理由退货：消费者定作的、鲜活易腐的、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；交付的报纸、期刊，其他根据商品性质不宜退货的。无理由退货不但必要，而且可行，这不仅对解决网购中出现的冲动消费和误购问题有非常积极的意义，而且对于树立企业自身形象、提高用户消费体验也是非常有积极作用的，不但对保护消费者权益有好处，还有利于提升整个行业品牌形象。

网络交易平台提供者有责任



案例：张先生发现某品牌的手机宣传得很火，于是选择了一个网站点击进入，订购了一款。两天后，收到了寄来的快件。打开包装后，发现手机与自己在网站上看到的宣传效果相差甚远。广告上说的钢化外壳变成了塑料外壳，而且广告号称的很多功能实际上也没有。

张先生马上拨打了网站电话，告诉对方要求退货，遭到拒绝。当张先生再次拨打时，没对上几句对方就直接挂断电话，再次登录该网站时，却发现该网页无法显示了。无奈之下，张先生投诉到当地消协。当地消协和经销商联系后，厂家称他们的全国统一客服电话不是上述号码，且现售的几款机型中，没有 899 元价位的手机。

解析：消费者通过网络交易平台购买商品或者接受服务，其合法权益受到损害的，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。在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。同时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。

未经同意不得发送商业信息

案例：2010年8月29日，一消费者在某婚纱摄影机构全款预定了一款5888套系的婚纱照套餐，并约定了相关内容。2012年3月经与该机构预约，确定2012年4月15日进行为期一天的婚纱摄影。就在消费者拍摄婚纱照后第二天，即有一个婚庆机构电话方式主动与其联系，推销婚庆策划产品，消费者怀疑本人信息被擅自泄露。



解析：根据《消费者权益保护法》规定，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，享有个人信息依法得到保护的权利；经营者及其工作人员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；经营者应当采取技术措施和其他必要措施，确保信息安全，防止消费者个人信息泄露、丢失。将个人信息受到保护作为消费者的一种权益确认下来，这是《消费者权益保护法》修订的亮点之一。针对现实中个人信息泄露、骚扰信息泛滥的情况，《消费者权益保护法》规定了经营者收集、使用消费者个人信息的原则，对所收集个人信息的保密义务、商业信息的发送限制等，同时，对侵害消费者个人信息的还应当承担的民事责任、行政责任，并通过记入信用档案，向社会公布的方式增强对不法经营者的震慑力，有助于个人信息得到更好的保护。

明确规定消费者优先退货权



案例：2007年10月3日，广东省深圳市的林先生从某商场买了一台52寸的某品牌液晶彩电。可没过多久，新买的彩电屏幕就经常出现故障。三番五次地修理，问题始终解决不了。林先生要求退机，可商家客服人员说同一故障三次修不好才能退机。但林先生说已经修了不止三次了，可商家客服人员说记录单只有两次。当年11月，林先生家的彩电又出现了老问题，换了新屏后还出现了松动和边框缝大的问题。林先生要求商家按购机价全额退款。

解析：经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的，消费者可以依照国家规定、当事人约定退货，或者要求经营者履行更换、修理等义务。没有国家规定

和当事人约定的，消费者可以自收到商品之日起七日内退货，七日后符合法定解除合同条件的，消费者可以及时退货，不符合法定解除合同条件的，可以要求经营者履行更换、修理等义务。

格式条款免除责任内容无效

案例：某物业管理服务协议中规定：“乙方(消费者)不按期缴纳费用，10日后物业管理公司将对其停止服务(停水、停电)直至缴清，拖延缴纳有关费用每天加收1%滞纳金”；“凡违反本公约者，由物业管理公司视其情节轻重，处以人民币50元至1000元罚款”。



解析：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。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。

经营者有召回缺陷商品义务



案例：2009年3月19日，黑龙江省大庆市的范先生花24.98万元购买了一辆某品牌轿车，没几天轿车就出现了质量问题。在行驶不到5000公里的时候，他经常听到汽车棚顶皮门玻璃发出响声；当行驶到5000公里后，轿车便出现了轻微摆尾现象；行驶到1万公里后，只要车速超过每小时40公里，就出现严重的上下摆动。专卖店认为，该问题是这款轿车的通病，请消费者回去等待召回。范先生等了半年，也没有等到厂家的召回。

解析：经营者发现其提供的商品或者服务存在缺陷，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。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》第四十九条规定赔偿损失，并有权要求所受损失两倍以下的惩罚性赔偿。

加重发布虚假广告责任

案例:2011年11月,消费者反映某电视台晚上10点左右播出的广告中有一款治疗风湿的奇骨胶囊,查看该产品,只有食准字号,却在宣传疗效功能。经查,该广告中的奇骨胶囊并非药品,而属保健品,关于治疗风湿病的疗效属虚假宣传。

解析:根据《消费者权益保护法》第四十四、四十五条规定,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。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。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。所以针对虚假广告充斥电视节目、明星代言产品质量参差不齐等损害消费者权益的情况,《消费者权益保护法》作出了相应规制。一是强化虚假广告发布者的责任,二是规定虚假荐言者的责任。

提高惩罚性赔偿的数额

案例:2009年4月20日,江西省南昌市的黎某在电视台购物广告中看到上海市某网络公司宣传的具有瑞士进口机芯、天然钻石、鳄鱼表带的某品牌手表套表(每套5块手表),非常心动。当年4月29日,黎某与该网络公司联系并订购了两套金钻手表,拆箱后发现表带皮质并非鳄鱼皮质,而且箱内并未发现购物发票。当年5月5日,黎某来到某品牌钟表店咨询,店内技术人员告知该套表不是瑞士进口机芯。黎某投诉到消协,经查看该商品外包装及说明书后,未发现厂名、厂址、规格、型号等标识,属“三无产品”。经调解,退回消费者黎某货款两万余元,并加倍赔偿。

解析:《消费者权益保护法》已经对经营者因欺诈行为造成的损害后果规定了惩罚性赔偿,第五十五条分别就经营者因欺诈造成消费者财产损失和因故意提供缺陷产品或者服务造成他人人身伤亡损害作出惩罚性赔偿的规定,将前者增加赔偿的金额由1倍提高到3倍,并且规定了最低赔偿金额500元,将后者增加赔偿的金额规定为所受损失2倍以下。同时对涉及食品安全的,根据《食品安全法》第九十六条的规定,经营者生产或者故意销售有毒有害食品,消费者除要求赔偿损失外,还可以向经营者要求支付价款10倍的赔偿金。