

让消费者更有信心、更加放心

消费者权益司法保护不断强化

本报记者 彭训文



斩断“黑作坊”食品、药品生产经营链条，保护人民群众“舌尖上的安全”和“针尖上的安全”；整治“霸王条款”、消费欺诈、预付卡“套路”等消费领域顽疾；推动构建有利于增强消费信心的社会信用体系……最高人民法院不久前发布《关于为促进消费提供司法服务和保障的意见》(简称《意见》)，从4方面提出30条具体服务保障举措。

促进消费对释放内需潜力、推动经济转型升级、保障和改善民生具有重要意义。党的二十大报告提出，着力扩大内需，增强消费对经济发展的基础性作用。受访专家认为，《意见》从消费端、生产经营端、市场秩序端三方面入手，有利于增强消费信心、提升消费意愿，加强消费者权益司法保护。

确保“舌尖上的安全”和“针尖上的安全”

四川省彭州市的周某是一家火锅店老板，为增加火锅风味，并以此吸引顾客提高营业收入，他将顾客食用过的火锅底料回收、去渣后，熬制成火锅“老油”，重复用于店内火锅汤底料销售。他的这一违法行为不久前被相关部门查获。据了解，周某提取的火锅“老油”，其实是中国自2010年以来便明令禁止在餐饮行业中添加使用的“地沟油”，这种“油”会对消费者身体健康造成重大风险。

彭州法院近日依法公开审理了该案件，综合周某的犯罪情节、悔罪态度、违法所得等情况，判处其承担相应刑事责任的同时，并判令支付10倍惩罚性赔偿金，周某对此认罪认罚。

“舌尖上的安全”和“针尖上的安全”关乎人民群众的健康，是重大的民生问题。党的二十大报告提出，强化食品药品安全监管。此次最高法发布的《意见》提出三个“最严”，即以最严的举措保护食品、药品安全；以最严的手段斩断“黑作坊”生产经营链条；以最严的赔偿责任遏制食品、药品制假售假行为。并提出将严格落实最严谨的标准、最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责“四个最严”要求，充分发挥审判职能，对食品和药品生产、运输、仓储、销售全链条所涉制假售假行为进行严厉打击，确保人民群众“舌尖上的安全”和“针尖上的安全”。

《意见》提出“三个最严”规定，要求严格依法适用首负责任制，避免生产者和经营者相互推诿，还强调法院依法支持消费者、受害人或者其近亲属请求食药领域故意制假售假的生产经营者承担惩罚性赔偿责任。这些政策规定利于及时有力保护广大消费者的合法权益。”中国互联网协会法工委副秘书长胡钢在接受记者采访时说。

“三个最严”规定有利于建立覆盖生产、流通、服务、销售等全过程的监管制度。实行预防为主、风险管理、全程控制、社会共治的科学、严格的监督管理制度，将在整体上进一步提升中国食品药品安全监管能力和水平。”北京市盈科律师事务所律师王雪可说。

依法整治消费领域顽疾

湖南省长沙市的张女士一年前为2岁多的女儿在一家销售公司办理了一张游泳卡，并签订入会协议，预存1.7万元会员费。没过多久，该婴幼儿游泳馆便处于闭店状态，并在承租场地合同到期后不再继续经营。张女士多次找到该公司负责人协商退款无果后，只得将其诉至法院。法院认为，该销售公司所经营的游泳馆疫情期间未营业，且在承租场地到期后不再继续经营，公司不再具备继续履行的条件及能力，因此应当按照消费者游泳卡所剩次数折算后退还相应的预付费用。

游泳卡、健身卡、海鲜卡……近年来，预付卡消费在食品消费、教育培训、美容美发、洗车、洗衣、健身等服务领域快速发展，但一些问题也逐渐显现，比如办卡后服务下降、部分经营者卷款跑路等。

对此，《意见》提出，经营者以打折、低价吸引消费者预存费用、办卡消费后，不兑现承诺的，经营者需承担违约责任。经营者收取预付款后，终止营业却不通知消费者退款，导致消费者既无法继续获得商品或服务也无法申请退款，构成欺诈的，经营者需承担惩罚性赔偿责任。

除了预付式消费“套路”，消费领域还存在“霸王条



2023年1月10日，广西南宁市民在上海路年货市场选购春节饰品。

喻湘泉摄(人民图片)



重庆市云阳县法院“车载法庭”工作人员走进凤鸣镇福源村，向村民发放普法资料、讲解消费法律知识。

饶国君摄(人民图片)



安徽省淮南市田家庵区人民法院法官王朋通过网络开庭审理消费纠纷案件。

陈彬摄(人民图片)

款”、消费欺诈等顽疾。

“买了一张几百元的演出票，结果临时有事去不了，联系售票公司但对方不给退款，演出快开始了也转卖不出去，最后就砸在手里了。”北京居民金女士不止一次遇到不能退票的情况，“感觉电影票、演出票不能退是默

除了电影票“不支持退”，很多消费者在日常生活中还遇到过类似情况：消费活动宣传语中出现“最终解释权归××公司所有”“保留最终修改权”的字样；商家在促销时，针对特价、促销、打折商品标注“不退不换”；商超储物、停车时会见到“如有遗失概不负责”“盗损责任自负”等告示。这些情况其实都属于商家施

加给消费者的“霸王条款”。

《意见》提出，如果提供格式条款的经营者未依法履行提示或者说明义务，致使消费者没有注意或者理解与其有重大利害关系的条款，消费者有权主张该条款不成为合同的内容。如果经营者提供的格式条款排除或者不合理地限制消费者主要权利，以及不合理地免除或者减轻经营者责任，消费者可以认为该条款无效。如果双方对格式条款的理解发生争议，经营者以其享有最终解释权为由进行抗辩，法院对其抗辩不予支持。

胡钢认为，产生“霸王条款”现象，一方面是因为相较于经营者，消费者在信息、技术、资金、维权意识和能力等方面存在明显弱势，消费纠纷又往往存在点多、面广、高发、小额、维权成本高等问题；另一方面是由于经营者违法违规提出许多加重消费者责任的限制条款，导致消费者误认为是合法条款。《意见》的出台将促进依法整治消费领域“霸王条款”等顽疾，有助于消费者放心消费。

维护“一老一小”消费权益

近日，安徽省淮北市的苏先生发现母亲在一家农副产品销售部购买24罐某品牌奶粉，共花费1.2万元，商家称该奶粉有治疗糖尿病功效。苏先生认为商家存在虚假宣传，要求退货退款，但商家以“货已售出，概不退换”为由拒绝，他只得请求当地消费者权益保护委员会帮忙处理。接到投诉后，当地消保委联合市场监管部门工作人员到现场检查。工作人员提醒商家不得向消费者特别是老年人宣传食品有治疗功效，最终商家同意退货退款。

不仅老年群体容易遭遇消费陷阱，未成年消费者权益也容易受到侵害。12岁的小刘使用父母用于生意资金流转的银行卡，多次向某科技公司账户转账，用于打赏直播平台主播，金额达160万元。小刘父母得知后，希望该科技公司退还全部打赏金额，遭到拒绝，随后小刘父母将该公司诉至法院。法院在审理中组织双方当事人调解，最终达成庭外和解，该科技公司自愿退还打赏款项。

对于社会广泛关注的“一老一小”，也就是老年消费者和未成年消费者权益保护问题，《意见》作了特别规定。比如，限制民事行为能力人未经其监护人同意，通过网络付费游戏或者网络直播平台打赏等方式支出与其年龄、智力不相适应的款项的，消费者有权依法请求返还该款项。比如，通过夸大宣传、虚构治疗、保健、养生等功能构成欺诈，消费者有权依法请求生产经营者承担惩罚性赔偿责任。经营者诱导老年消费者购买不符合其需求或者明显超出其需求范围的保健食品等商品或者服务，致使合同显失公平的，消费者有权请求撤销合同。

“老年人和未成年人消费群体的特殊性决定了其消费行为具有一定的非理性，由于市场信用体系尚不完善，部分经营者利用这两个消费群体的弱点，不断翻新侵权手段，这就要求相关保护力度不断加强。”王雪可认为，首先家长要加强对未成年人消费行为的监管，子女对老年人的关爱也不能缺位；其次是营造诚信经营环境，一方面通过监管引导，让经营者自觉优化针对“老、少”的商品服务，另一方面可以通过比较试验等方式，引导“老、少”群体科学理智选购合适的商品。最后要强化消费教育引导，提高“老、少”群体的理性消费意识和维权意识。针对特殊消费群体还应开设便捷投诉通道，设立多元纠纷解决机制。

“事情太小，打官司不值得”“我不知道上哪里投诉，投诉也不一定管用”……现实生活中，由于时间成本高、维权程序复杂，一些消费者在面临纠纷时选择忍气吞声、自认倒霉。为进一步提升司法服务水平，《意见》提出准确适用在线诉讼规则、完善消费民事公益诉讼与公益诉讼衔接机制、建立食品安全民事公益诉讼惩罚性赔偿制度和消费者集体诉讼制度、推动构建有利于促进消费的综合治理体系等措施。

“这些措施有利于进一步提升消费纠纷在线化解质效，使消费者的单独维权行动能够获得消费者权益保护组织和检察机关的有力支持，并以‘一揽子’方式快速低成本解决涉及众多消费者的消费纠纷。另外，司法、消费者权益保护组织、行业、群团、行政、专业等各方力量参与的多元纠纷解决机制完善后，将为保护消费者权益营造一个更加法治化的消费环境。”胡钢说。

构建消费者友好型的法治化营商环境

刘俊海

民以食为天，食以安为先。《意见》强调对食品药品安全保障权的顶格保护。为维护公众“舌尖上的安全”和“针尖上的安全”，必须以最严举措保护食品药品安全，以最严手段斩断“黑作坊”生产经营链条，以最严赔偿责任制遏制食品药品制假售假。赔偿首负责任制有助于遏制生产者和经营者推诿扯皮。禁绝有毒有害食品与假药劣药，必须基于重典治乱、猛药除疴的理念，规范与加强食品药品领域的行政执法与刑事司法将成为法治新常态。

市场经济是契约经济。契约精神包括契约自由、契约正义与契约严守三大元素。《意见》弘扬双向对等的契约精神。为遏

制预付式消费乱象，既要追究商家的违约责任与惩罚性赔偿责任，也要追究商家惯用预付式营销手段诈骗钱财的刑事责任。“霸王条款”(不公平格式条款)削弱了消费信心、污染了商业文化，制约了企业发展，是资本无序扩张的主要症结。为整治“霸王条款”，法院必须否定商家自我授予的“最终解释权”条款，直接确认“霸王条款”不构成合同条款或构成无效条款。

互联网不是法外之地。《意见》突出了网络消费者权益保护。在网络经济中，当公平交易秩序被践踏、消费者权益受侵犯、网络平台和电商不能慎独自律时，司法力量必须挺身而出，维护消费者权益。《意见》强

调完善审理直播电商或平台纠纷，保护新业态下的消费者权益，包括无因退货后悔权、快递服务权益、隐私权与敏感个人信息权益等。

法律是有温度的。与商家相比，消费者在信息占有和财力对比等方面处于相对弱势地位。其实，消费者中还包含着更脆弱的消费人群。对于未成年人、生育、托育、教育等服务合同纠纷裁判要体现对未成年人的特殊保护。发展银发经济的前提是保护老年消费者权益，要追究惩罚性赔偿责任，撤销显失公平合同，杜绝温情营销等欺诈商业模式。对于农民消费者，接地气的司法保护必须延伸到农村每个角

落。农民消费者知道的权利要保护，农民消费者不知道的权利也要保护。

古语说，“徒法不足以自行”，意思是只有法令不能够使其自己发生效力。为消费者提供司法保护是惠及百姓的民生工程、标本兼治的法治工程。为确保相关保护措施落地生根，司法部门对各类消费案件应实现开门立案、凡诉必理，做到快立案、快审理、快判决与快执行，真正实现消费者权益的依法保护、平等保护、全面保护、精准保护与协同保护，确保裁判与执行的法律效力和社会效果、道德效果与市场效果的有机统一，让人们放心消费、安心购物。

(作者为中国人民大学法学院教授)

新视角

为保护消费者权益、落实新发展理念、助推经济高质量发展，最高人民法院近日发布《关于为促进消费提供司法服务和保障的意见》(简称《意见》)。《意见》体现了消费者友好型理念，贯穿着公平与效率并重、法治与发展并举、诚信与创新兼顾的法治精神，有助于提升司法公信力，增强消费者的获得感、幸福感与安全感，优化稳定、透明、公平与可预期的法治化营商环境。

有消费，就有商机。党的二十大报告提出，“着力扩大内需，增强消费对经济发展的基础性作用”。消费是财富之源，是市场经济活动的起点与归宿，是国民经济可持续稳定增长的发动机，是高水平市场经济体制的压舱石。促进消费会刺激投资需求，鼓励投资兴业，扩大就业机会，增加劳动收入与财产性收入。而收入增加会持续释放消费潜能，形成新一波消费驱动投资、投资助推消费的强劲增长驱动力。