

图书基本信息

书名：<<点击民生热点法律问题丛书消费者权益纠纷律师在线答疑>>

13位ISBN编号：9787509311868

10位ISBN编号：7509311861

出版时间：2009-4

出版时间：中国法制出版社

作者：刘瑛 著

页数：270

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 前言

在日常生活中，我们每个人都是消费者。

我们在消费时，是以个人形式面对集体形式的商家，商家经常会利用其强势地位将不平等的消费条款强加给我们，导致我们的权益遭受损害。

这时，您是自认倒霉，花钱受窝囊气？

还是拿起法律武器维护自身的合法权益呢？

本书愿为您指点迷津！

消费者权益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。

通过建立和健全消费者法律保护体系及配套措施，来维护消费者的权益，已是立法者必须考虑的终极目标之一。

目前，我国消费者权益保护法律体系已经形成了，由《消费者权益保护法》、《产品质量法》、《食品安全法》、《反不正当竞争法》、《广告法》等法律法规以及相关司法解释组成的。

当然消费者权益保护法不仅包括上述专门的消费者权益保护法律、法规，还包括分散在民事、经济、行政、刑事等法律、法规中的相关规定或条款。

我们通过这一整套完整的消费者权益保护法律体系，全面地来维护消费者的权益，使消费者权益得到切实的保障。

本书从《消费者权益保护法》、《产品质量法》、《食品安全法》、《反不正当竞争法》、《广告法》等法律法规以及相关司法解释对消费者权益保护的不同侧重点出发，以近年来出现的一些典型案例，通过对法律关键词的分析，以法眼点睛的形式，以期为消费者在维权实践中提供最直接的借鉴。

## 内容概要

生活实例——来源于生活的实际案例，通俗易懂，方便读者对号入座，查找相关解决办法。

关键调解析——专业律师以其多年办案经验和智慧，给出问题权威解决答案，于法有据。

法眼点睛——含金量最高的诉讼流程、技巧及疑难点提示，法律帮助，一点就通。

## 作者简介

刘瑛，法学学士，从事法律工作近十年，有着丰富的律师执业经验。

现为北京汇佳律师事务所律师。

业务领域涉及消费者权益保护、房地产纠纷、合同纠纷、公司纠纷、民事纠纷、劳动纠纷、刑事辩护等多个方面；精通消费者权益保护法、房地产法、合同法、公司法、经济法、民法等；办理了大量涉及消费者权益保护、房地产诉讼等案件，代理的多起民事诉讼案件曾经中央电视台、《法制晚报》、《京华时报》等媒体报道。

书籍目录

第一章 消费者权益保护法对消费者的保护 (一) 消费者权益保护法的适用范围与原则 1. 消费者的概念 2. 诚实信用的基本原则 (二) 消费者的权利 3. 安全权 4. 知情权 5. 选择权 6. 公平交易权 7. 求偿权 8. 受尊重权 (三) 消费者权益保护法对经营者义务的特殊规定 9. 生产者的售后警告、产品召回义务 10. 提供真实信息的义务 11. 出具购货凭证的义务 12. 样品买卖纠纷 13. 不得侵犯消费者人身自由 (四) 消费纠纷的赔偿主体 14. 消费者对于销售者、生产者赔偿主体的选择权 15. 企业合并、分立时的赔偿主体 16. 借用营业执照时的赔偿主体 17. 租赁柜台、展销会的赔偿主体 (五) 经营者的法律责任 18. 经营者的三包责任 19. 邮购商品的赔偿责任 20. 预收款纠纷的赔偿责任

第二章 产品质量法对消费者保护 21. 产品质量法的适用范围 22. 产品质量符合标准 23. 产品应当具备使用性能 24. 不得生产国家明令淘汰的产品 25. 特殊产品的中文标识 26. 限时使用产品的标识要求 27. 伪造产地的商品 28. 伪造、假冒他人的厂名、厂址的商品 29. 伪造、冒用质量标志的商品 30. 产品销售者的瑕疵担保责任 31. 销售者承担民事责任的形式 32. 缺陷产品民事诉讼的举证原则 33. 缺陷产品赔偿的例外 34. 缺陷产品的特殊诉讼时效

第三章 食品安全法对消费者的保护

第四章 合同法对消费者的保护

第五章 反不正当竞争法对消费者的保护

第六章 广告法对消费者的保护

第七章 日常生活中的消费维权

第八章 消费者权益纠纷人身伤害的赔偿范围

第九章 消费者权益纠纷的维权途径

附录一 附录二

章节摘录

《消费者权益保护法》第19条规定：“经营者应当向消费者提供有关商品或者服务的真实信息，不得作引人误解的虚假宣传。

经营者对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用寿命等问题提出的询问，应当作出真实、明确的答复。

商店提供商品应当明码标价。

”根据上述规定，经营者提供商品和服务真实信息的义务是指以下内容：经营者应当向消费者提供有关商品或者服务的真实信息，不得作引人误解的虚假宣传。

经营者在向消费者提供商品或服务时，应当向消费者提供商品的名称、生产者厂名和厂址、产品规格、等级、所含主要成分、安全使用期或失效日期；产品说明以及正确使用方法和注意事项等；服务的内容、方式、时间、地点等等。

提供的信息必须真实，经营者不能为了推销其产品或服务而作引人误解的虚假宣传。

经营者对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用寿命等问题提出的询问，应当作真实明确的答复。

在消费者购买商品或接受服务前，让其了解有关商品和服务质量的真实情况，是消费者作出合适的消费选择的前提。

而在消费者购买了商品之后，真实、明确地答复其提出的有关商品使用方法的询问，可以有利于消费者达到其消费的目的。

如果在交易过程中，经营者对消费者的询问置之不理，或作不明确的答复和虚假的说明，就没有尽到经营者应尽的义务，对由此所造成的后果，应该承担相应的法律责任。

商店提供商品应当按规定明码标价。

商店所提供的商品价格，是消费者选择购物的重要依据，必须明码标出。

这样可以防止经营者随时、随意抬高价格，牟取暴利。

编辑推荐

《消费者权益保护纠纷》从《消费者权益保护法》、《产品质量法》、《食品安全法》、《反不正当竞争法》、《广告法》等法律法规以及相关司法解释对消费者权益保护的不同侧重点出发，以近年来出现的一些典型案例，通过对法律关键词的分析，以法眼点睛的形式，以期为消费者在维权实践中提供最直接的借鉴。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>