

《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》

解 读

《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》(以下简称《条例》)于2024年2月23日经国务院第26次常务会议通过,自2024年7月1日起施行。《条例》主要对《中华人民共和国消费者权益保护法》(以下简称《消法》)中相对原则性的条文作出了更细化、更具体的规定,为正确处理保护消费者合法权益和支持经营者依法经营的关系,奠定了坚实的法治基础,将更好支持消费者依法维权,更好指引经营者依法经营,更好推动消费市场繁荣发展。

四大特点

《条例》继承和发展了《消法》“以人民为中心”的立法理念,就消费者权利作出了进一步细化表述,就经营者义务作出了可操作性规定,坚持了《消法》对消费者这一市场相对弱势方进行倾斜保护的基本原则。

一是既保护消费者合法权益又支持经营者合法经营。《条例》中对无理由退货的相关规定尤为明显,经营者通过网络、电视、电话、邮购等方式销售商品应保障无理由退货,在提供无理由退货的时间、范围、方式、标注等方面进行了规范,明确经营者应履行的义务。同时,也强调消费者无理由退货时应当遵循诚实信用原则,不得利用无理由退货规则损害经营者和其他消费者的合法权益,也要求消费者退货的商品应当完好,不影响二次销售等。

二是既与《消法》有效衔接又与时俱进。《条例》对当前消费者权益保护的热点难点问题如直播带货、“一老一小”“霸王条款”“刷单炒信”“大数据杀熟”、自动续费、强制搭售等进行了有力回应,有效补充完善了《电子商务法》《个人信息保护法》等相关法律规定,更是填补了像预付式消费等热点消费问题的相关法律制度空白。

三是既注重对人民群众消费权益的普遍保护又体现对弱势消费群体的特别保护。《条例》明确,经营者不得通过虚假或者引人误解的宣传,虚构或者夸大商品或者服务的疗效、保健、养生等功效,诱导老年人等消费者购买明显不符合其实际需求的商品或者服务;经营者提供网络游戏服务,应当符合国家有关规定和标准,保护未成年人身心健康。这些规定强化了经营者关于老年人、未成年人消费者保护的特别义务,体现了对弱势消费群体的特别保护。

四是既注重社会共治又强调各有侧重。《条例》要求:有关行政部门加强消费知识的宣传普及以及对经营者的普法宣传,消费者协会应当加强消费普法宣传和消费引导,大众传播媒介加强消费者权益相关知识的宣传普及。而经营者,“应当采用通俗易懂的方式,真实、全面地向消费者提供商品或服务相关信息”,同时还作出若干具体的禁止性规定,如不得“大数据杀熟”等。

十五个亮点

亮点一:国标是底线

《条例》第五条 国家加强消费商品

和服务的标准体系建设,鼓励经营者制定实施严于国家标准或者行业标准的企业标准,不断提升商品和服务质量。

解读:国家标准只是对该类商品进入市场流通的最低准入门槛,即使合格也只能代表达到最低标准,法律都会鼓励企业生产达到并且超过行业标准、国家标准和国际标准的产品,消费者也要注意不要被经营者的宣传所误导。

亮点二:免费不等于免责

《条例》第七条第二款 经营者向消费者提供商品或服务(包括以奖励、赠送、试用等形式向消费者免费提供商品或服务),应当保证商品或服务符合保障人身、财产安全的要求。免费提供的商品或服务存在瑕疵但不违反法律强制性规定且不影响正常使用性能的,经营者应当在提供商品或服务前如实告知消费者。

解读:明确经营者免费提供的商品和服务同样要承担安全保障义务和瑕疵担保责任。《条例》与《消法》第二十三条第一款相衔接,增加了存在瑕疵的免费商品或服务的合规要求,应当符合三要件:(1)不违反法律强制性规定;(2)不影响正常使用性能;(3)充分履行告知义务,事先如实告知消费者。

亮点三:及时必要救助是义务

《条例》第七条第三款 经营者应当保证其经营场所及设施符合保障人身、财产安全的要求,采取必要的安全防护措施,并设置相应的警示标识。消费者在经营场所遇到危险或者受到侵害时,经营者应当给予及时、必要的救助。

解读:这是对消费者安全权的进一步保障,原有的《消法》只是规定了被动性的安全保障义务,《条例》中本条款明确了既要有基本的安全保障义务,更要有主动救助义务。

亮点四:增加消费者对召回的“建议权”和具体化召回链条中的相关经营者

《条例》第八条 消费者认为经营者提供的商品或服务可能存在缺陷,有危及人身、财产安全危险的,可以向经营者或者有关行政部门反映情况或者提出建议。

经营者发现其提供的商品或服务可能存在缺陷,有危及人身、财产安全危险的,应当依照消费者权益保护法第十九条的规定及时采取相关措施。采取召回措施的,生产或者进口商品的经营者应当制定召回计划,发布召回信息,明确告知消费者享有的相关权利,保存完整的召回记录,并承担消费者因商品被召回所支出的必要费用。商品销售、租赁、修理、零部件生产供应、受委托生产等相关经营者应当依法履行召回相关协助和配合义务。

解读:本条款同《消法》和《消费品召回管理暂行规定》之内容相衔接,增加消费者对召回的“建议权”,也更加细化了商品或服务需要召回时,从生产、销售、售后等各个环节均需承担相关的责任与义务。

亮点五:禁止“大数据杀熟”价格歧视

《条例》第九条第二款 经营者不得在消费者不知情的情况下,对同一商品或者服务在同等交易条件下设置不同的价格或者收费标准。

解读:差异化营销需要以保障消费者的知情权为前提开展,本条款可以用以规制“大数据杀熟”问题,常见的不同价位手机打车价格有差异、旅行软件对不同人群展示的同等级酒店价格存在差异等场景,均构成“大数据杀熟”行为。该规定明确了价格歧视的违法属性,为执法机关处理经营者价格歧视、“大数据杀熟”等行为提供了明确法律依据,也为消费者维权提供了有效法律武器。

亮点六:自动展期与续费须事先提醒

《条例》第十条第二款 经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的,应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费等日期前,以显著方式提请消费者注意。

解读:适用于各类会员自动续费等,规范经营者在自动展期、自动续费等方式提供服务时到期展期、续费进行提醒,减少因不知情或遗忘该服务时产生的不必要纠纷。

亮点七:搭售须显著提醒

《条例》第十一条 消费者享有自主选择商品或者服务的权利。经营者不得以暴力、胁迫、限制人身自由等方式或者利用技术手段,强制或者变相强制消费者购买商品或者接受服务,或者排除、限制消费者选择其他经营者提供的商品或者服务。经营者通过搭配、组合等方式提供商品或者服务的,应当以显著方式提请消费者注意。

解读:明确保证了消费者的自主选择权,同时,经营者需要通过搭配、组合等方式提供商品或者服务的,必须符合该搭配、组合不能违反国家强制性规定和不能不合理的进行分割销售等条件,并做好提示工作。

亮点八:场地出租者(含网络平台)负有管理责任

《条例》第十三条 经营者通过网络、电视、电话、邮购等方式提供商品或者服务的,应当在其首页、视频画面、语音、商品目录等处以显著方式标明或者说明其真实名称和标记。由其他经营者实际提供商品或者服务的,还应当为消费者提供该经营者的名称、经营地址、联系方式等信息。

经营者租赁他人柜台或者场地提供商品或服务,或者通过宣讲、抽奖、集中式体验等方式提供商品或者服务的,应当以显著方式标明其真实名称和标记。柜台、场地的出租者应当建立场内经营管理制度,核验、更新、公示经营者的相关信息,供消费者查询。

解读:《条例》特别新增了部分需要披露经营者信息的场景,包括采用网络、电视、电话、邮购等方式,以及通过宣讲、抽奖、集中式体验等方式向消费者提供

商品或服务的情况,涵盖了消费者购买商品的大部分场景。

亮点九:规范网络直播营销活动

《条例》第十四条 经营者通过网络直播等方式提供商品或者服务的,应当依法履行消费者权益保护相关义务。

直播营销平台经营者应当建立健全消费者权益保护制度,明确消费争议解决机制。发生消费争议的,直播营销平台经营者应当根据消费者的要求提供直播间运营者、直播营销人员相关信息以及相关经营活动记录等必要信息。

直播间运营者、直播营销人员发布的直播内容构成商业广告的,应当依照《中华人民共和国广告法》的有关规定履行广告发布者、广告经营者或者广告代言人的义务。

解读:该条款针对网络直播行为进行规范,明确规定直播平台需建立消费争议解决机制,并对发生争议时,要求平台经营者提供必要信息。同时,也明确了并非直播中所有内容均为广告。确保消费者能够充分了解直播间运营者和直播营销人员的相关信息,方便维权,也保障了消费者的知情权和监督权,有利于网络直播行业的有序发展。

亮点十:突出保护弱势消费群体

《条例》第十五条 经营者不得通过虚假或者引人误解的宣传,虚构或者夸大商品或者服务的疗效、保健、养生等功效,诱导老年人等消费者购买明显不符合其实际需求的商品或服务。

解读:该条款强化了经营者关于老年人消费者保护的特别义务,体现了对弱势消费群体的特别保护,促进老年群体放心消费、健康消费。

亮点十一:细化网络游戏的未成年人保护规则

《条例》第十六条 经营者提供网络游戏服务的,应当符合国家关于网络游戏服务相关时段、时长、功能和内容等方面的规定和标准,针对未成年人设置相应的时间管理、权限管理、消费管理等功能,在注册、登录等环节严格进行用户核验,依法保护未成年人身心健康。

解读:该条款关注时下消费热点,增设、细化了《消法》中欠缺的对网络游戏的未成年人保护规则,减少未成年人沉迷游戏、过度游戏内消费的情况,有利于保护未成年人身心健康,具有较强的现实意义和社会效果。

亮点十二:明确三包有效期起始日

《条例》第十八条 经营者与消费者约定承担退货、更换、修理等义务的有效期限不得低于国家有关规定的要求。有效期限自经营者向消费者交付商品或者提供服务完结之日起计算,需要经营者另行安装的商品,有效期限自商品安装完成之日起计算。经营者向消费者履行更换义务后,承担更换、修理等义务的有效期限自更换完成之日起重新计算。经营者修理的时间不计入上述有效期限。

解读:本条款明确了纠纷的责任方划定,即三包期限从消费者正式开始可以使用的时点计算,该商品的所有权是归消费者,期间会因各种原因导致使用权还未开始,只有消费者充分享受到使用权后,才正式开始计算三包有效期。

亮点十三:细化无理由退货规则

《条例》第十九条 经营者通过网络、电视、电话、邮购等方式销售商品的,应当遵守消费者权益保护法第二十五条规定,不得擅自扩大不适用无理由退货的商品范围。

经营者应当以显著方式对不适用无理由退货的商品进行标注,提示消费者在购买时进行确认,不得将不适用无理由退货作为消费者默认同意的选项。未经消费者确认,经营者不得拒绝无理由退货。

消费者退货的商品应当完好。消费者基于查验需要打开商品包装,或者为确认商品的品质和功能进行合理调试而不影响商品原有品质、功能和外观的,经营者应当予以退货。

消费者无理由退货应当遵循诚实信用原则,不得利用无理由退货规则损害经营者和其他消费者的合法权益。

解读:对网络经营者在无理由退货方面进行一定约束,保障消费者线上购物知情权、公平交易权等的合法权益。同时,也明确消费者在无理由退货方面的一些注意事项,必须遵循诚实信用原则,避免随意使用无理由退货规则给经营者正常经营秩序带来困扰。

亮点十四:预付式消费监管突破

《条例》第二十二条 经营者出现重大经营风险,有可能影响经营者按照合同约定或者交易习惯正常提供商品或者服务的,应当停止收取预付款。经营者决定停业或者迁移服务场所的,应当提前告知消费者,并履行本条例第二十一条规定的义务。消费者依照国家有关规定或者合同约定,有权要求经营者继续履行提供商品或者服务的义务,或者要求退还未消费的预付款余额。

解读:对经营者起到一个约束作用,同时,《条例》作了补充,填补了《浙江省实施〈中华人民共和国消费者权益保护法〉办法》,即《浙江省实施〈中华人民共和国消费者权益保护法〉办法》规定只有经营者终止经营活动的,消费者才可以提出退款要求,但《条例》规定经营者如果迁址的,消费者也可以选择退款。

亮点十五:禁止随意拨打商业性电话

《条例》第二十四条 未经消费者同意,经营者不得向消费者发送商业性信息或者拨打商业性电话。消费者同意接收商业性信息或者商业性电话的,经营者应当提供明确、便捷的取消方式。消费者选择取消的,经营者应当立即停止发送商业性信息或者拨打商业性电话。

解读:此前《消法》对个人信息保护方面也作了规定,但主要是体现发送商业性信息,并没有涉及拨打商业性电话,《条例》新增了禁止随意拨打商业性电话的规定。

《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》

2024年7月1日起施行