



消费者权益保护 法律资讯

2025年1月号 总第三十三期

深圳市律师协会消费者权益保护法律专业委员会 编制



目 录

目 录	2
消费者委简介暨《消费者权益保护法律资讯》编委会成员名单	1
第一部分 行业要闻	3
第二部分 新法速递	5
广东省消费者权益保护条例	5
《广东省消费者权益保护条例（征求意见稿）》起草说明	31
第三部分 典型案例	37
电脑退换货过程中损坏 消费者起诉快递公司索赔被驳回 法官建议维权时“三步走”	37
事关春节出游！这些涉在线文旅消费纠纷典型案例公布	40



消费者委简介暨《消费者权益保护法律资讯》编委会成员名单

一、消费者委简介

根据深圳市律师协会第十一届理事第一次会议决定，市律协设立 76 个专业委员会，消费者权益保护法律专业委员会（下称“消费者委”）是其中之一。本委员会致力于提高律师从事消费者权益保护行业法律服务的业务素质和服务水平，拓展消费者权益保护行业的业务范围，制定消费者权益保护行业的法律实务操作指引，撰写有关消费者权益保护行业法律专业论文，积极参与人大、政府等机关有关消费者权益保护行业重要法律法规、司法解释、规章及规范性文件的征求意见工作等。目前，消费者委组成人员有：

主 任：周俊波 广东金桥百信（深圳）律师事务所

副主任：谭冬梅 北京市百瑞（深圳）律师事务所

余文景 北京市炜衡（深圳）律师事务所

韩 飞 广东泰米斯律师事务所

秘书长：郭 艳 广东万诺律师事务所

副秘书长：李仁贵 北京市百瑞（深圳）律师事务所

干 事：宫志刚 北京市盈科（深圳）律师事务所

委 员：兰春林 广东天梭律师事务所

刘 阳 上海和基（深圳）律师事务所

刘建平 广东海埠律师事务所

刘淑丽 北京润朗（深圳）律师事务所

闫 波 广东晟典律师事务所

余雪敏 广东知恒律师事务所

许文浩 广东华商（龙岗）律师事务所

李永军 广东良马律师事务所

李钊华 广东竞德律师事务所

李彩莲 广东竹书皋荣律师事务所



张晓娟 广东华商（龙华）律师事务所
苟三元 北京市两高（深圳）律师事务所
林 婉 泰和泰（深圳）律师事务所
昌国徽 广东兆广律师事务所
周 周 北京市中闻（深圳）律师事务所
赵 毅 广东良马律师事务所
黄龙峰 广东律途律师事务所
黄飙涛 泰和泰（深圳）律师事务所
梁佩民 广东领策律师事务所
彭建军 广东达和律师事务所
熊志敏 广东深高律师事务所

（以姓氏首字母排序）

二、《消费者权益保护法律资讯》编委会成员名单

本期轮值审核：周俊波

本期轮值主编：兰春林



第一部分 行业要闻

一、2025年1月17日，广东省市场监督管理局牵头起草了《广东省消费者权益保护条例（征求意见稿）》，并公开征求社会意见

本条例自公布之日起施行。1999年8月5日广东省第九届人民代表大会常务委员会第十一次会议通过的《广东省实施〈中华人民共和国消费者权益保护法〉办法》同时废止。

二、中消协:2025年消费维权年主题为“共筑满意消费”

中国消费者协会表示，在广泛征集消费者和社会各界意见的基础上，中国消费者协会确定2025年全国消协组织消费维权年主题为“共筑满意消费”。围绕该主题，中消协计划在今年联动开展“3·15金秋购物节 消协护您消费行”公益活动、推进线下“无理由退货”扩面增效等在内的多项工作。

三、国家发展改革委 财政部：《关于2025年加力扩围实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》发改环资〔2025〕13号

2025年1月5日国家发展改革委 财政部发布《关于2025年加力扩围实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》，《通知》涵盖加力推进设备更新、扩围支持消费品以旧换新、加快提升回收循环利用水平、充分发挥标准提升牵引作用、加强组织实施五方面内容。

四、广东省商务厅：关于加力扩围实施2025年家电、数码产品消费补贴政策的公告

2025年1月20日，广东省商务厅发文《关于加力扩围实施2025年家电、数码产品消费补贴政策的公告》

为贯彻落实《国家发展改革委 财政部关于2025年加力扩围实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》（发改环资〔2025〕13号）和《商务部等4部门办公厅关于做好2025年家电以旧换新工作的通知》（商办流通函〔2025〕6号）、《商务部等5



部门办公厅关于印发〈手机、平板、智能手表（手环）购新补贴实施方案〉的通知》（商办流通函〔2025〕7号）要求，现就广东省加力扩围实施2025年家电以旧换新和手机、平板、智能手表（手环）购新补贴政策公告如下。

一、从2025年1月20日起实施，对个人消费者购买冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器、家用灶具、吸油烟机、净水器、洗碗机、电饭煲、微波炉12类家电产品进行补贴。2级能效或水效标准的产品，补贴标准为产品销售价格的15%。1级及以上能效或水效标准的产品，补贴标准为产品销售价格的20%。每位消费者每类产品可补贴1件（空调产品最多可补贴3件），每件补贴不超过2000元。

二、从2025年1月20日起实施，对个人消费者购买其他大宗耐用家电如消毒柜、空气净化器、衣物护理机、干衣机、扫（拖）地机、蒸烤箱、电磁炉、空气炸锅、电煮锅、电热水壶、破壁机、投影仪、智能移动显示屏等13类家电产品进行补贴，其他品类待后续明确后另行公告。2级能效或水效标准和未参加能效等级核定的产品，补贴标准为产品销售价格的15%。1级以上能效或水效标准的产品，补贴标准为产品销售价格的20%。每位消费者每类产品可补贴1件，每件补贴不超过2000元。

三、从2025年1月20日起实施，对个人消费者购买单件销售价格不超过6000元的手机（含具有通话功能的有关产品）、平板（含智能办公本和平板类学习机等）、智能手表手环（含智能儿童手表等）进行补贴，每位消费者每类产品可补贴一件，每件补贴比例为减去生产、流通环节及移动运营商所有优惠后最终销售价格的15%，每件补贴不超过500元。

特此公告。



第二部分 新法速递

广东省消费者权益保护条例¹

（征求意见稿）

- 第一章 总则
- 第二章 消费者权利与经营者义务
- 第三章 政府对消费者合法权益的保护
- 第四章 消费者组织
- 第五章 争议解决方式
- 第六章 法律责任
- 第七章 附则

第一章 总则

第一条【立法目的】为了保护消费者合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》等法律法规，结合本省实际，制定本条例。

第二条【适用范围】本省行政区域内，消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务，其权益受本条例保护；为消费者提供商品或者服务的生产者、销售者和服务者，应当遵守本条例。

法律、行政法规另有规定的，依照其规定。

第三条【遵循原则】本省消费者权益保护工作坚持中国共产党的领导，坚持以人民为中心，遵循合法、公平、高效原则，倡导文明、健康、绿色消费理念和消费方式，反对奢侈浪费。

¹ 来源：广东省市场监督管理局
<https://amr.gd.gov.cn/hdjlpt/yjzj/answer/41845>

供稿：广东金桥百信（深圳）律师事务所 尹辰涵



第四条【政府保护及消费环境建设】各级人民政府应当加强消费者权益保护，建立和完善经营者守法、行业自律、消费者参与、政府监管和社会监督相结合的消费者权益保护共治体系。

各级人民政府统筹推进消费环境建设，营造安全放心的消费环境，增强消费对经济发展的基础性作用；推进粤港澳大湾区消费者权益保护协作，促进粤港澳大湾区消费者权益保护协同发展，提升优化粤港澳大湾区消费环境。

第五条【消费者权益保护部门职责】各级人民政府应当加强领导，组织、协调、督促有关行政部门做好保护消费者合法权益的工作，落实保护消费者合法权益的职责。

各级市场监督管理、发展改革、教育、工业和信息化、公安、人力资源社会保障、住房城乡建设、交通运输、农业农村、商务、民政、文化和旅游、卫生健康、广电、体育、地方金融管理、药监、海关、人民银行、金融监管、通信管理、邮政管理、铁路监管、民航监管等有关行政部门应当依照法律法规以及本条例的规定，在各自的职责范围内对有关行业、领域的投诉、举报依法及时受理和处理，履行保护消费者合法权益的职责。

第六条【消费者组织作用】各级人民政府支持消费者组织履行对商品和服务的社会监督法定职责，发挥保护消费者的社会主力作用。省、市、县（区，含东莞市、中山市所辖镇街及园区）依法成立消费者委员会，设立消费者委员会办事机构并依法登记，配备必要的工作人员，所需经费纳入财政预算。

第七条【其他社会力量监督】鼓励、支持一切组织和个人对损害消费者合法权益的行为进行社会监督。

大众传播媒体应当真实、客观、公正地报道涉及消费者权益的相关事项，加强消费者维权相关知识的宣传普及，对损害消费者合法权益的行为进行客观公正的舆论监督。



第二章 消费者权利和经营者义务

第一节 一般规定

第八条【消费者权利】消费者在购买、使用商品或者接受服务时，依法享有下列权利：

（一）人身、财产安全不受损害的权利，在受到人身、财产损害时，依法获得赔偿的权利；

（二）要求经营者提供安全的消费设施、场所和环境的权利；

（三）知悉其购买、使用的商品或者接受服务的真实情况及交易条件的权利；

（四）进行比较、鉴别和挑选商品或者服务，自主选择商品或者服务的权利；

（五）公平交易的权利；

（六）获得有关消费者的权利、经营者的义务以及消费者权益争议处理方式等消费者合法权益保护方面知识的权利；

（七）对经营者提供的商品和服务的质量、价格、计量及其服务态度等作出评价、提出意见和建议的权利；对经营者的违法行为向有关行政部门举报，将有关情况如实向大众传播媒介反映的权利；

（八）生活安宁不受侵扰，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的权利。

（九）人格尊严、民族风俗习惯得到尊重的权利；

（十）个人信息依法得到保护的权利；

（十一）法律、行政法规规定的其他权利。

消费者进行投诉、举报，应当真实、客观，依法诚信行使各项权利，不得滥用消费者权利。



第九条【经营者约定义务】经营者在提供商品或服务时应当明码标价，采用通俗易懂的方式，真实、全面、显著地向消费者提供商品或服务的相关信息，提供必要的技术指导、使用演示或说明书、保修凭证、购货凭证或者服务单据、商品检验合格证明等。

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5日前，以显著方式提请消费者注意。在服务期间内，经营者应当为消费者提供显著、简便的随时取消或者变更的选项，并不得收取不合理费用。

第十条【经营者承诺义务】经营者无论以何种方式提供商品或者服务的，应当对营销宣传内容的真实性负责。经营者实际承担的义务不得低于在营销宣传活动中对消费者作出的承诺。

第十一条【计量规范】经营者提供商品以量值作为结算依据的，应当标明法定计量单位，配备和使用计量标准器具；不得将包装容器和其他包装材料计入商品净含量，不得拒绝消费者对计量复核的要求。

商品交易市场主办者应当在市场主要出入口等显著、便捷位置设置经检定合格的公用计量器具并定期检定。

第十二条【经营者互联网推介披露义务】经营者通过互联网媒介推销商品和服务的，应当依法履行消费者权益保护相关义务。

互联网广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。对于竞价排名的商品或者服务，广告发布者应当显著标明“广告”，与自然搜索结果明显区分。

经营者不得以误导性方式展示商品或者服务的评价，不得虚构点击量、播放量、关注度等流量数据，不得虚构点赞、打赏等交易互动数据。

经营者不得诱导消费者开通信贷服务；经营者以“先用后付”等类似方式提供商品或者服务的，应当与消费者订立书面合同，约定商品或者服务的具体内容、价款以及费



用支付条款，并显著提醒消费者违约责任等事项。经营者采取网络交易方式提供商品或者服务的，经营者不得将“先用后付”等类似方式作为消费者默认同意的选项。

第十三条【经营者供货、退款义务】经营者无正当理由，不得拒绝或者延误提供商品和服务。

经营者以邮购、电视购物、网上购物等线上方式销售商品的，应当按照约定提供；未约定提供商品时限的，应当在消费者提交订单之日或收到消费者汇款之日起3个工作日内交寄商品。

经营者未按时提供商品或服务的，应当按照消费者的要求履行约定或者退还货款，并承担消费者因此而产生的合理费用。

第十四条【网络服务平台经营者审核义务】网络游戏、直播、音视频、社交等领域的网络服务平台提供者应当对平台内运营者进行经营审核，按照网络服务监管相关规定对平台内经营者的违法违规行为采取通知、删除和保存证据等措施，并协助监管部门调查取证。

鼓励电子商务平台经营者建立争议在线解决机制，制定并公示争议解决规则，公平、公正地解决消费者与平台内经营者的争议。

第十五条【未成年人及老年人消费权益保护】经营者向未成年人、老年人提供商品或者服务，应当遵守法律法规有关规定，依法保障未成年人、老年人的合法权益。

以未成年人为服务对象的教育产品和服务提供者，应当按照法律、行政法规和国家有关规定，根据不同年龄阶段未成年人身心发展特点和认知能力提供相应的产品和服务。

经营者不得向未成年人提供危害未成年人身心健康商品或者服务，不得刊登、播放、张贴或者散发含有危害未成年人身心健康内容的广告。

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治疗、保



健、养生等功效，诱导、诱骗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。

第十六条【预付款消费规范】 经营者以收取预付款方式提供商品或服务的，应当按照《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十三条、《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》第二十一条、第二十二条履行消费者权益保护义务。

经营者违反国家有关规定或者未按照约定提供商品和服务，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及其利息，并承担消费者支付的其他合理费用。

经营者与消费者对退款有约定的，从其约定；无约定的，按照下列规定执行：

（一）未消费的，应当全额退还预付款；

（二）已消费的，应当退还剩余的预付款；经营者给予折扣、让利的，应当按比例折抵消费，并退还剩余的预付款。

第十七条【个人信息权保护】 经营者应当依法保护消费者的个人信息。经营者在提供商品或者服务时，不得过度收集消费者个人信息，不得采用一次概括授权、默认授权等方式，强制或者变相强制消费者同意收集、使用与经营活动无直接关系的个人信息。

未经用户同意，不得更改用户未授权权限状态。用户拒绝提供非当前服务所必需的个人信息时，不得影响用户使用该服务的基本功能。在服务期间内，应当为消费者提供显著、简便的随时取消或者变更个人信息授权的途径和方式。

经营者处理包含消费者的生物识别、宗教信仰、特定身份、医疗健康、金融账户、行踪轨迹等信息以及不满十四周岁未成年人的个人信息等敏感个人信息的，应当符合有关法律、行政法规的规定。



第十八条【经营者召回制度】 经营者发现其提供的商品或者服务可能存在缺陷，有危及人身安全、财产安全的危险的，应当依照《中华人民共和国消费者权益保护法》第十九条的规定及时采取相关措施。

采取召回措施的，应当立即停止生产、销售、进口缺陷消费品，通知其他经营者停止经营，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。

第十九条【经营者承诺三包义务】 国家规定或者经营者与消费者约定包修、包换、包退（以下简称“三包”）的商品，经营者在出售时必须出具“三包”的凭证，并确定具备条件的维修单位。“三包”凭证应当明确注明消费者的权利和义务。

实行“三包”的商品有质量问题的，自售出之日起7日内，经营者应当根据消费者的要求予以退货、更换或者修理；15日内，应当根据消费者的要求予以更换或者修理。经营者承诺的时间超出本款规定时限的，依经营者的承诺。

第二十条【三包退换货义务】 经营者按“三包”规定承担退货责任的，应当按照商品的发票价格一次退清货款。

经营者按“三包”规定承担更换责任的，应当免费为消费者调换同型号同规格的产品，无同型号同规格产品的，经营者应当根据消费者的要求予以退货，并不得收取任何费用。

经营者按“三包”规定承担修理责任的，应当在20日内修复，并不得收取任何费用。经营者应当在“三包”凭证上如实记录接受修理日期、维修所占天数、修理部位、故障原因等情况。



经营者在 20 日内未能修复的，可以更换同型号同规格的商品，经营者未更换的，提供同类商品供消费者在维修期间使用；经营者在 60 日内未能修复或者在包修期内两次修理仍不能正常使用的，应当根据消费者的要求，负责退货或者更换。消费者选择退货的，按照本条第一款执行。

包修商品在包修期内修理的，其修理部位，从交付使用之日起，重新执行原规定的包修期；其他部位的包修期应当扣除维修占用天数。

第二十一条 【三包费用承担】 对实行“三包”的大件商品，应当由经营者负责修理、更换、退货的，经营者应当上门服务或者负责运送；经营者要求消费者运送的，经营者应当承担运输费、误工费、差旅费等合理费用。

第二十二条 【无理由退货规范】 经营者不得擅自扩大不适用无理由退换货的商品范围，依法不适用无理由退换货的商品，经营者应当显著标注，并在商品销售过程中设置显著的确认环节。

鼓励网络交易经营者作出高于法定无理由退换货标准的承诺；鼓励实体店经营者根据经营商品性质作出线下无理由退换货服务承诺；鼓励经营者探索建立异地异店退换货、线上购物线下退换、线下购物线上退换等制度。

消费者无理由退换货应当遵循诚实信用原则，不得利用、滥用无理由退换货或经营者退换货承诺等规则损害经营者和其他消费者的合法权益。

第二十三条 【经营者退、换、修义务】 经营者对消费者提出的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失的要求，应当按规定或者约定履行义务，不得故意拖延或者无理拒绝。

以下情形为前款所称的故意拖延或者无理拒绝：



(一) 经营者自接到消费者向其提出履行义务的要求或者有关行政部门、消费者委员会要求处理争议的通知之日起 5 日内不作答复的；

(二) 经营者在允诺履行义务后 3 日内或者在消费者同意的期限内仍不实际履行允诺履行的义务的；

(三) 不履行行政部门作出的决定以及行政部门或者消费者委员会组织双方调解后自愿达成的协议的；

(四) 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，经营者以此为由拒绝退货的或者以自行规定该商品不适用无理由退货为由而拒绝退货的；

(五) 其他法律法规规定的故意拖延或者无理拒绝的情形。

第二十四条【一般禁止规范】 经营者在经营活动中不得有下列行为：

(一) 以暴力、威胁、隐瞒、欺骗、虚构等手段强迫、诱导、误导消费者购买商品或者服务，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；

(二) 对消费者进行侮辱、诽谤，搜查消费者的身体及其携带的物品，侵犯消费者的人身自由以及其他人身权益；

(三) 在销售商品时违背消费者意愿附加其他条件，对退还押金或预付款设置不合理条件；

(四) 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；

(五) 利用格式条款不合理免除、减轻责任、加重消费者的责任或者限制消费者依法变更或者解除合同；

(六) 法律法规禁止的其他行为。



第二十五条【消费欺诈情形】 经营者提供商品或者服务，有如下情形的属欺诈行为：

（一）销售掺杂、掺假、以假充真、以次充好、以不合格商品冒充合格商品、短尺少秤、过期、失效、变质、受污染的商品的；

（二）以虚假的清仓价、甩卖价、优惠价、最低价等欺骗性价格销售商品或者服务的；

（三）谎称正品销售“处理品”“残次品”“等外品”等商品的；

（四）销售国家明令淘汰并停止销售的商品的；

（五）夸大或者隐瞒所提供的商品或者服务的数量、质量、性能等与消费者有重大利害关系的信息误导消费者的；

（六）以虚假或者引人误解的商品说明、商品标识、实物样品等方式销售商品或者服务。作虚假或引人误解的现场演示或者雇人进行欺骗性的销售诱导的。采用虚构交易、虚标成交量、虚假评论或者雇佣他人等方式进行欺骗性销售诱导的；

（七）以虚假的名称和标记从事经营活动的，销售伪造产地、质量标志、生产许可证、进出口商品检验等标志、伪造或者冒用他人的厂名、厂址、篡改生产日期的商品的；

（八）销售的商品或者提供的服务侵犯他人注册商标专用权，销售伪造或者冒用知名商品特有的名称、包装、装潢的商品的；

（九）以虚假的“有奖销售”“还本销售”“体验销售”等方式销售商品的；

（十）骗取消费者预付款而不提供或者不按约定提供商品或服务的，以谎称现货、虚构预订、虚假抢购等方式进行虚假营销的；

（十一）销售应当检验、检疫而未检验、检疫，或者伪造商品检验、检疫结果的商品的；



(十二) 其他欺诈行为。

第二十六条【中介服务规范】经营者向消费者提供中介服务的，应当提供真实、准确、全面的中介服务信息，明示服务项目、收费标准，不得实施下列行为：

- (一) 以强迫手段提供中介服务；
- (二) 向消费者索取合同约定以外的费用；
- (三) 提供虚假信息或者隐瞒真实情况，误导消费者接受中介服务；
- (四) 与他人串通损害消费者合法权益；
- (五) 其他侵害消费者合法权益的行为。

第二十七条【安全保障义务】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，为消费者提供安全的消费环境，对有危险性因素的项目、场所或设施，应当向消费者作出真实的说明和设有警示标牌，并对正确使用商品、场所、设施或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法作出说明和标明。

从事具有一定风险的文体、娱乐等项目的经营者，应当具备保障消费者人身安全的技术条件、服务设备和必要的救护设施等，并制定应急预案。

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。

鼓励经营者建设无障碍消费环境，为残疾人、老年人、伤病患者、孕妇、儿童以及其他有需要者提供安全、便利、舒适的消费环境。

第二节 特殊消费场景规定

第二十八条【食品消费规范】从事食品生产经营的经营者，提供的食物应当符合食品安全标准，给消费者造成人身、财产或者其他损害的，依法承担赔偿责任。应当赔



偿消费者的损失。经营者对所提供的食物和服务，应当事先将价格告知消费者并接受消费者的选择。

第二十九条【互联网+明厨亮灶】入网餐饮服务提供者应当采用互联网+明厨亮灶形式，配备视频装置，在网络订餐页面的显著位置，实时公开订餐食品加工制作的关键过程，保障网络订餐消费者对食品加工安全的知情权和监督权。

网络餐饮服务第三方平台提供者应当通过视频形式，实时公开入网餐饮服务提供者食品加工制作的关键过程，不得允许未履行前款规定义务的入网餐饮服务提供者在平台内经营。

具体分步实施计划由省级市场监督管理部门制定。

第三十条【食品包装封口】入网餐饮服务提供者应当采取措施对网络销售的食品予以封口，防止食品在配送过程中受到污染，封口应当保证开启后无法复原，且便于消费者辨识。

入网餐饮服务提供者未按规定采取措施对网络销售的食品予以封口或者封口损坏的，配送员应当拒绝配送，消费者有权拒收。

第三十一条【客运消费规范】从事汽车旅客运输业的经营者，应当保证乘客的人身财产安全。网约车聚合平台及合作网约车平台公司、提供定制客运、互联网包车服务的网络平台应当如实向消费者提供车辆牌照和驾驶员基本信息，落实核验责任，保障消费者的知情权、自主选择权、公平交易权。造成消费者损失的，应当依法承担赔偿责任。

从事民航、铁路运输、航运的经营者及平台服务商，应当保证乘客的安全。因故不能准时出发或正点到达的，应当及时告知消费者并妥善处理。

第三十二条【智能网联汽车商业运营服务规范】经营者提供智能网联汽车商业运营服务的，应当具备相应的道路运输经营资质和条件，相关车型自动驾驶装置和功能应当



符合国家有关标准、规范的要求，外观应当具有能够提醒其他车辆和人员注意的显著标识。

经营者应当按照国家有关规定对智能网联汽车进行安全技术检验。经营者应当按照相关操作规定开展运营服务，对智能网联汽车、自动驾驶系统和其他设计安全的设施设备进行出行前检查和定期维护，及时消除安全隐患。

第三十三条【驾驶培训消费规范】提供机动车驾驶员培训服务的经营者，应当符合国家法定条件、标准，并取得交通运输部门备案资格；应在服务场所、互联网等公开费用项目和标准，应当与消费者签订培训服务合同，明确培训项目、课程内容和课时数量、退费规则；应当提供驾驶培训资金第三方托管或“先培训、后付费”收费服务模式，切实保障消费者合法权益。

第三十四条【旅游消费规范】从事旅游业的经营者，应当与消费者签订旅游合同，在约定的时间内，为消费者办好有关旅游手续，告知消费者安全等注意事项及投保情况，并提供相关的说明资料，不得擅自改变旅游线路、旅游时间、游览景点、食宿标准、交通工具、收费项目等约定条件，不得指定购物场所，不得串通欺骗、胁迫消费者消费。违反上述规定的，应当退还消费者相关的服务费用；造成消费者损失的，应当依法承担赔偿责任。

第三十五条【公用事业消费规范】从事供电、供水、供气的经营者，应当定期对设备进行检查维护，不得限定消费者向其指定的经营者购买商品，不得强制收取预付款，不得擅自增加收费项目或提高收费标准，计量器具应经市场监督管理部门或者其授权的单位检定合格方能安装使用。因计量不准而多收的费用，应当退还消费者。因所供电、水、气的质量不合格而造成消费者财产损失和人身损害的，应当依法承担赔偿责任。



第三十六条【网络游戏消费规范】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、支付等环节严格进行用户核验，依法保护未成年人身心健康。

第三十七条【随机销售规范】经营者采取随机抽取的方式向消费者销售特定范围内商品或者提供服务的，应当按照规定以显著方式公示抽取规则、商品或者服务分布、提供数量、抽取概率等关键信息。

第三十八条【票务服务规范】经营者提供商业性文娱、体育活动的演出票、门票等票务服务的，应当按规定明码标价，不得在标价之外加价销售，不得捂票囤票炒票，不得设定过高“不可抗力”退票标准、不得对演出内容和票务销售情况进行虚假宣传。

在销售门票时，经营者应当以显著方式提请消费者注意退票方式、退票截止时间、梯次退票收费标准及规则、合理转让规则以及不能退票等情形。

第三十九条【会员消费规范】采用付费会员模式提供商品或者服务的经营者应当建立公平合理的消费规则，依法保障会员权益，调整会员服务不得减损消费者在其会员有效期内原享有的权益，同时不得通过预付费方式变相非法集资。

第四十条【商品房销售规范】从事商品房开发或代理的经营者，销售商品房时，应当以书面形式向消费者明示商品房的准确地址、建筑和装饰标准、建筑面积、实用面积和公用分摊面积、单价、交房日期、配套设施、产权办理等内容，必须保证商品房达到国家规定的有关质量标准，诚信交易。违反上述规定的，给消费者造成损失的，应当依法承担赔偿责任。



第四十一条【装修服务规范】从事住宅建筑装饰的经营者，应当与消费者以书面形式约定建筑装饰的项目、数量、标准、价格、施工时限，并按照约定的内容，保证建筑装饰的质量，按时完工，不得偷工减料、价外加价。违反约定条件，必须返工的，应当按照与消费者重新约定的时限完成返工，返工的费用由经营者承担。

第四十二条【教育培训服务规范】营利性非学历教育培训机构应当如实告知受教育者培养目标、教育项目、课程设置、师资状况、办学与教学地址、学习时限、收费项目和标准等情况。有下列行为之一的，经营者依法承担赔偿责任：

- （一）以虚假招生简章或者广告欺诈受教育者；
- （二）擅自提高收费标准或者增加收费项目；
- （三）擅自降低教学标准，使用不合格的教学人员从事教学活动，或者不提供相应的教学设备和设施；
- （四）以不正当理由使受教育者提前终止或者延迟学业；
- （五）法律、行政法规规定的其他侵害受教育者合法权益的行为。

第四十三条【医疗服务规范】从事营利性诊疗、护理、整形服务的医疗机构应当具有法定资质，明示服务内容、收费项目和收费标准，并向消费者出具发票和服务项目清单，不得虚列服务项目或者超过规定标准收费，不得使用与诊疗护理无直接关系的药品、医疗器械或者进行不必要的检查、检验、治疗；发布医疗广告的，不得夸大医疗效果，并在发布前申请医疗广告审查。

第四十四条【美容美发服务规范】美容美发业经营者应当使用符合国家质量、卫生标准的材料和器具，并事先向消费者明示服务效果及注意事项；因经营者的责任达不到约定服务效果的，应当按照消费者的要求免费重作或者退还已收取的费用；给消费者造成人身伤害或者其他不良后果的，应当依法承担赔偿责任。



从事生活美容的经营者不得从事医疗美容服务；不具备国家规定资质或者资格的，不得从事医疗美容服务，从事医疗美容的经营者应当确保消费者的身体健康和生命安全。

第四十五条 【影像服务规范】 摄影、冲印、刻录业经营者应当将拍摄、冲印、刻录的全部影像资料交付消费者，不得自行保留，不得在约定之外收取其他费用；影像资料不符合质量要求的，应当根据消费者的要求退还费用或者免费重拍、重印；未经消费者同意，经营者不得使用或者提供给他人使用消费者的影像资料；给消费者造成损害的，应当依法承担赔偿责任。

冲印具有特殊价值的影像资料，消费者可以与经营者事先约定保价额。经营者提供的服务不符合约定要求的，应当按照约定的保价额赔偿消费者损失。

第四十六条 【通信服务规范】 通信服务业经营者提供通话、短信、上网等服务的，应当以显著方式明示收费标准、计费方式和使用期限。未经消费者同意，不得开通增值服务；擅自开通的，不得向消费者收取相关费用。

经营者应当及时受理涉嫌电信网络诈骗或者其他违法活动的投诉，发现电信网络诈骗或者其他违法活动的，应当及时采取技术手段予以处理，并向有关行政部门报告。

第四十七条 【洗染服务规范】 从事洗染服务的经营者，应当在洗染前与消费者书面确认洗染物品的现状、洗染方式、是否需要保价等事项。

因经营者责任，洗染后的物品未能达到洗染质量要求或不符合与消费者事先约定要求的，或者造成洗染物品损坏、丢失的，经营者应当根据不同情况给予重新加工、退还洗染费用或者赔偿损失。有保价约定的，按照约定赔偿。

第四十八条 【加工修复规范】 从事加工修理业的经营者，应当开具记有加工或修理商品的名称、数量、项目、费用、交货日期等内容的凭证，保证加工修理质量，按期交货，不得有下列行为：



- (一) 偷换原材料或者零配件；
- (二) 虚列加工或修理项目；
- (三) 使用伪劣零配件；
- (四) 谎称更换零配件；
- (五) 擅自提高收费标准。

从事加工修理业的经营者，应当建立并执行配件的进货检查验收制度，审验配件供货商的经营资格，验明产品合格证明和产品标识，有效保存进货和质量凭证，存档备查。有关凭证的保存期限不得少于两年。

第四十九条【农业生产资料销售规范】销售伪劣种子、种苗、肥料、农药、兽药、饲料、种畜禽等农业生产资料，造成农民减产、绝收或者畜禽死亡的，经营者应当依法承担赔偿责任。

第五十条【跨境零售进口消费规范】跨境电商零售进口经营者承担商品质量安全的主体责任，履行消费者权益保护和商品信息披露、告知等义务。

跨境电商零售进口经营者应当委托符合条件的相应境内服务者承担如实申报责任，依法接受相关行政部门监管。鼓励境内服务者作出与跨境电商零售进口经营者承担民事连带责任的承诺。

跨境电商第三方平台经营者应当建立平台内交易规则、交易安全保障、消费者权益保护等管理制度，对申请入驻平台的跨境电商零售进口经营者应当审核其主体身份，并在平台对跨境电商零售进口商品作明示。

第三章 政府对消费者合法权益的保护



第五十一条【消费者权益保护工作协调机制】县级以上人民政府应当建立消费者权益保护工作协调机制，统筹研究消费者权益保护重大政策，协调处理消费者权益保护工作中的重大问题。

第五十二条【政府支持消费者组织工作】各级政府及有关部门应支持消费者委员会工作，认真听取消费者委员会关于保护消费者合法权益的意见和建议。对于消费者委员会针对侵害消费者合法权益问题的反映、查询、建议，有关部门应及时调查处理并在20个工作日内给予回复反馈。

第五十三条【立法和制定标准听取意见】各级人民政府及其有关行政部门制定有关消费者权益的政策、规定时，应当通过在新闻媒体公布、召开听证会或者座谈会等形式听取消费者组织和消费者的意见和要求。

第五十四条【消费者权益保护工作内容】各有关行政部门要畅通和规范消费者投诉、举报渠道，完善投诉、举报处理流程，依法及时受理和处理投诉、举报，查处损害消费者合法权益的违法行为，加强对投诉、举报信息的分析应用，开展消费预警和风险提示，共同做好消费者权益保护工作。

第五十五条【消费者权益保护监管责任划分原则】相关行业的消费者权益保护监管部门不明确的，按照下列规定确定：

（一）相关行业涉及行政许可或者备案的，实施行政许可或者备案的部门为监管部门；

（二）相关行业不涉及行政许可或者备案但是有行业主管部门的，行业主管部门为监管部门；

（三）相关行业不涉及行政许可或者备案，且无行业主管部门的，由本级人民政府指定主要监管部门和配合监管部门；



（四）相关行业涉及多个部门监管职责且监管职责分工不明确的，由本级人民政府部门按照业务相近的原则指定主要监管部门和配合监管部门。

第五十六条【行政机关抽查检验职责】有关行政部门应当在各自的职责范围内，定期或者不定期对经营者提供的商品和服务进行抽查检验，并通过本部门政务信息网站等途径及时向社会公布抽查检验结果。

对涉及人身健康、影响国计民生和消费者投诉集中的商品和服务，有关行政管理部应当优先列入年度抽查检验计划或者根据需要及时组织抽查检验。

大众传播媒介使用抽查检验结果应当全面、客观，并注明出处。

第五十七条【消费信用体系建设】各行政部门应当加强消费领域信用体系建设，依法公示有关行政许可、行政处罚、抽查检验结果、消费投诉等信息，推进信息共享和信用分级分类监管，依法对违法失信经营者实施惩戒。

有关部门可根据行业具体情况制定投诉举报异常名录、认定标准及处理规范等，对利用投诉、举报牟取不正当利益或以索赔、举报所得为职业收入的行为予以规范，查处以打击假冒伪劣、维护消费者权益等为名的敲诈勒索行为。

第五十八条【召回制度】有关行政部门发现并认定经营者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，应当立即依法责令经营者采取停止销售、警示、召回、无害化处理、销毁、停止生产或者服务等措施。

第五十九条【案例示范】各级人民法院可以发布典型案例，引导消费者依法维权，督促经营者合法经营。为高效便捷化解消费纠纷，鼓励消费者和经营者选择和解、调解方式化解纠纷。



第六十条【特殊消费群体保护】各级人民政府应当加强对残疾人、老年人、未成年人、伤病患者、孕妇等特殊消费群体的保护力度，引导经营者为特殊消费群体提供安全、便利、舒适的消费环境。

第六十一条【绿色消费】各级人民政府应当鼓励经营者加快绿色转型，积极参与国家绿色消费的标准、认证和信息披露体系建设，开发环保技术，循环利用资源，在信息技术、网络基础设施、物流配送、再生资源回收利用等方面推动绿色低碳循环发展，为消费者营造绿色消费环境。

第六十二条【社会参与】鼓励高校、法学会、律师协会、行业协会等专业性组织、团体或志愿者队伍发挥专长积极开展消费者普法活动、消费教育等活动，协助有关政府部门、消费者委员会开展消费维权相关工作。

第四章 消费者组织

第六十三条【消费者委员会】消费者委员会行使《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》赋予消费者协会的职能。其他依法成立的消费者组织应当按照法律法规及本条例的规定履行职责。

消费者委员会由国家机关、人民团体、新闻单位、行业协会等相关代表及消费者代表组成，是依法成立的代表全体消费者的法定公益性组织，可免于登记。如有必要登记为社会团体，民政、市场监管等有关部门应予支持。

第六十四条【基层消费者组织设立】各级人民政府应加强消费者委员会组织建设，增强基层组织基础，根据需要，可以在乡（镇）、街道、有关行政机关设立消费者委员会分会。

第六十五条【消费者委员会协调职能】消费者委员会应当加强消费者、经营者、行业组织、专业机构、有关行政部门等各相关方的组织协调，建立完善沟通联动工作机



制，开展社会共同参与的消费维权志愿服务活动，推动社会共治，促进消费者权益保护事业发展。

第六十六条【消费者委员会职责】消费者委员会应当建立消费维权服务平台，健全投诉处理机制，向消费者提供咨询服务，为消费者提供消费维权服务与支持，加强消费普法宣传和消费引导，提高消费者维护自身合法权益的能力，普及文明、健康、绿色的消费理念和消费方式。

消费者委员会应当及时总结、推广保护消费者合法权益的典型案例和经验做法，引导、支持经营者依法合规开展经营活动。

第六十七条【消费者履职规范】消费者委员会可以组织开展比较试验、消费调查、消费评议、投诉信息公示、对投诉商品提请鉴定、发布消费提示警示等；可以对外发布信息，反映商品和服务状况、消费者意见和消费维权情况。

消费者委员会可以就消费者权益保护事项向有关经营者、行业组织提出改进意见或者进行指导谈话。

消费者委员会可以就消费者投诉的损害消费者合法权益的行为开展调查，与有关经营者核实情况，约请有关经营者到场陈述事实意见、提供证据资料等。

消费者委员会可以对不配合处理消费投诉纠纷或拒不整改侵害消费者权益行为的经营者及相关单位，予以公示或通过大众传播媒介予以揭露、批评、劝谕。

第六十八条【支持消费者委员会公益诉讼】对于侵害众多不特定消费者合法权益的行为，省级消费者委员会可以向人民法院提起消费民事公益诉讼，可以委托发生地消费者委员会以省级消费者委员会的名义向当地人民法院提起消费民事公益诉讼。



消费者委员会为提起消费民事公益诉讼需要协助的，有关行政部门应当支持。行政机关应当配合履行消费民事公益诉讼法定程序，协助证据材料收集；司法机关应当依法支持起诉，并允许缓交诉讼费用和协助诉讼赔偿金处置。

各级消费者委员会应当积极开展支持消费者诉讼和集体诉讼。

第六十九条【消费者委员会参与跨境消费合作】消费者委员会可以协同开展粤港澳大湾区交流合作，创新粤港澳大湾区消费者权益保护机制。

第五章 争议解决方式

第七十条【消费纠纷多元化解机制】本省健全有关部门、消费者组织、人民调解组织、行业组织与人民法院、仲裁机构相衔接的消费纠纷多元化解机制。

消费者和经营者发生消费者权益争议的，可以通过下列途径解决：

- （一）与经营者协商和解；
- （二）请求消费者委员会或者依法成立的其他调解组织调解；
- （三）向有关行政部门投诉；
- （四）根据与经营者达成的仲裁协议提请仲裁机构仲裁；
- （五）向人民法院提起诉讼。

各级人民政府应当为消费者权益争议多元化解工作提供必要的保障。

第七十一条【预防和解决消费争议】经营者应当建立便捷、高效的投诉处理机制，及时解决消费争议。

鼓励和引导经营者作出放心消费承诺，建立健全首问负责、先行赔付、在线争议解决等制度，及时预防和解决消费争议。

鼓励经营者与消费者采用协商和解的方式解决消费争议，和解协议的内容不得违反



法律法规的规定，不得损害社会公共利益和他人合法权益。

第七十二条【消费者组织受理消费投诉】消费者与经营者发生争议向消费者委员会投诉的，消费者委员会应当在7个工作日内决定是否受理，不属于受理范围的，应当及时向消费者作出说明。

消费者委员会受理投诉后，应当及时开展调解，经营者应当予以配合。调解应当在受理消费者投诉之日起45个工作日内完成。但双方同意继续调解的，可以延长调解期限。

消费者委员会在处理消费投诉过程中，发现该消费争议已由其他组织受理或者调解的，可以终止处理。

第七十三条【行政机关处理消费投诉】有关行政部门应当自收到投诉之日起7个工作日内作出受理或者不受理的决定，并告知消费者。有关行政部门受理投诉后，消费者和经营者同意调解的，有关行政部门应当依据职责及时调解，并在受理之日起60日内调解完毕；调解不成的应当终止调解。调解过程中需要鉴定、检测的，鉴定、检测时间不计算在60日内。

有关行政部门经消费者同意，可以依法将投诉委托消费者委员会或者依法成立的其他调解组织调解。

第七十四条【消费争议检测、鉴定规范】因消费争议需要对商品或者服务质量进行鉴定、检测的，消费者和经营者可以协商确定鉴定、检测机构。无法协商一致的，受理消费者投诉的市场监督管理部门或者其他有关行政部门可以指定鉴定、检测机构。

检测、鉴定费用由责任方承担；无法明确责任的，由双方共同承担。法律、行政法规另有规定的，从其规定。

对于重大、复杂、涉及众多消费者合法权益的消费争议，可以由市场监督管理部门



或者其他有关行政部门纳入抽查检验程序，委托具备相应资质的机构进行鉴定、检测。

第七十五条【限制权利滥用】任何组织和个人不得以保护消费者权益为由，滥用投诉、举报、信访、申请信息公开等权利，恐吓、威胁以及其他损害他人人格权利，捏造事实诬陷他人、实施敲诈勒索，损害经营者合法权益，扰乱国家机关正常工作秩序。

第六章 法律责任

第七十六条【指引性规定】违反本条例规定，法律、行政法规已有法律责任规定的，从其规定。

第七十七条【欺诈赔偿法律责任、惩罚性赔偿】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、行政法规另有规定的，依照其规定。

经营者明知提供的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法赔偿损失，并有权要求所受损失2倍以下的惩罚性赔偿。

第七十八条【信用惩戒】经营者违反本条例规定，有关部门依照法律法规和本条例规定对其予以行政处罚的，应当依法将相关行政处罚信息纳入其信用记录，并依法对其实施信用惩戒。

第七十九条【自动展期规范法律责任】经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务违反本条例第九条第二款规定的，由市场监督管理部门或者其他有关行政部门责令改正，可以根据情节单处或者并处警告、没收违法所得、处以违法所得1倍以上5倍以下的罚款，没有违法所得的，处以30万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿、



吊销营业执照。

第八十条【违反计量器具设置法律责任】违反本条例第十一条第二款规定，未在市场主要出入口等显著位置设置经检定合格的公用计量器具的，由市场监督管理部门或者有关行政部门责令限期改正；逾期未改正的，处 500 元以上 5000 元以下罚款。

第八十一条【违反预付款规范法律责任】经营者违反本条例第十六条规定的，由有关行政部门责令改正，可以根据情节单处或者并处警告、没收违法所得、处以违法所得 1 倍以上 10 倍以下的罚款，没有违法所得的，处以 50 万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿、吊销营业执照。

以预收款方式提供商品或者服务的经营者涉嫌诈骗、抽逃资金、非法集资等违法犯罪行为的，公安机关应当会同有关部门依法处理；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第八十二条【未实时公开加工制作关键过程、未对配送的食品封口法律责任】网络餐饮服务第三方平台提供者和自建网站的餐饮服务提供者违反本条例第二十九条规定的，第三方平台和自建网站的餐饮服务提供者未通过视频形式，在入网餐饮服务提供者网络订餐页面的显著位置实时公开入网餐饮服务提供者食品加工制作的关键过程的，由市场监督管理部门或者有关行政部门责令限期改正；逾期未改正的，处 500 元以上 5 万元以下罚款。

入网餐饮服务提供者和自建网站的餐饮服务提供者违反本条例第三十条规定的，未采取措施对配送的食品予以封口的，由市场监督管理部门或者有关行政部门责令限期改正；逾期未改正的，处 200 元罚款。

第八十三条【违反网络游戏经营规范责任】经营者违反本条例第三十六条规定，由有关行政部门责令改正，没收违法所得，并处 1 万元以上 3 万元以下罚款。

第八十四条【违反随机销售法律责任】经营者违反本条例第三十七条规定，由市场



监督管理部门或者有关行政部门处 3 万元以下的罚款；情节严重的，处 3 万元以上 10 万元以下的罚款。

第八十五条 【恶意索赔人法律责任】 通过夹带、掉包、造假、篡改商品生产日期、捏造事实等方式骗取经营者的赔偿或者对经营者进行敲诈勒索的，依照《中华人民共和国治安管理处罚法》等有关法律法规处理；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第八十六条 【柔性执法】 经营者主动消除或者减轻违法行为危害后果的，违法行为为轻微并及时改正且没有造成危害后果的，或者初次违法且危害后果轻微并及时改正的，依照《中华人民共和国行政处罚法》的规定从轻、减轻或者不予处罚。

第八十七条 【国家工作人员违法责任】 有关行政部门、单位的工作人员玩忽职守或者包庇经营者侵害消费者合法权益的行为的，由其所在单位或者上级主管部门依法给予处分；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第七章 附则

第八十八条 【适用范围特殊规定】 农民购买、使用直接用于农业生产的生产资料，参照本条例执行。

第八十九条 【施行日期】 本条例自公布之日起施行。1999 年 8 月 5 日广东省第九届人民代表大会常务委员会第十一次会议通过的《广东省实施〈中华人民共和国消费者权益保护法〉办法》同时废止。



《广东省消费者权益保护条例（征求意见稿）》起草说明²

为深入贯彻落实党中央、国务院有关落实党中央、国务院以及省委省政府有关加强消费者权益保护的要求，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》（以下简称《消法》）和《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》（以下简称《消法实施条例》）规定，进一步完善我省消费者权益保护的地方立法，拟提请将《广东省实施〈中华人民共和国消费者权益保护法〉办法》（以下简称《广东实施办法》）修订为《广东省消费者权益保护条例》。在委托专家调研的基础上起草了《广东省消费者权益保护条例（征求意见稿）》，说明如下：

一、修订的必要性

《广东实施办法》于1999年8月5日由广东省第九届人民代表大会常务委员会第十一次会议通过，至今已经26年。26年来，国家及我省的法治建设、经济发展和消费环境发生了很大变化，广东的消费维权工作面临许多新的问题，《广东实施办法》已经无法满足新形势下的需要，原有的针对《消法》的实施办法在实施过程中逐渐暴露出一些局限性。为了更好地适应新形势下的工作需求，提高管理的规范化、法治化水平，有必要将实施办法升级为条例，以增强其权威性和执行力，条例作为一种更高层次的立法形式，将赋予相关规定更强的法律效力，同时也是适应时代发展需要的重要举措，将为相关工作的开展提供更加有力的法律支持和保障。主要表现在：

（一）国家法律的发生重大变化，消费者权益保护的法律法规陆续出台或修改。

《消法》于1993年施行以后，分别于2009年和2013年进行了修正，在体例、内容和重要制度已经发生重大变化；《消保法实施条例》于今年7月1日正式施行，进一步加大了消费者权益保护力度，对当前消费热点难点问题进行了明确和具体的规定，对维护消费者合法权益、规范经营者经营行为、营造放心消费环境，促进经济发展提出了更高要求。《广东实施办法》施行以来，仅于2012年7月和2024年1月进行了小范围修订，部分条款已不适应当前的消费发展变化趋势，滞后于社会发展，在体例与内容上也与上位法不协调甚至存在冲突，升格为《广东省消费者权益保护条例》有助于对立法目的重

² 来源：广东省市场监督管理局
<https://amr.gd.gov.cn/hdjlpt/yjzj/answer/41845>
供稿：广东金桥百信（深圳）律师事务所 尹辰涵



新梳理和明确，使其更加符合当前的发展要求和工作重点。

（二）广东社会经济文化等方面取得了全面发展，《广东实施办法》规定已经不相匹配。广东是经济大省，也是消费大省，消费人口、消费总额多年来居全国第一，但与此同时，广东的消费环境发展迅速，线上线下融合等新业态新模式为特征的新型消费迅速发展，预付式消费、直播带货、盲盒消费、跨境电商、个人信息侵权、大数据杀熟、诱导式消费等成为消费纠纷热点难点，消费投诉量逐年增加，2024年，广东市场监管系统处理投诉举报358.75万件，广东消委会系统处理消费者投诉73.20万件，均居全国首位。《广东实施办法》尚无明确条款对相关行为予以规范，遇到新问题时实施成效欠缺。将《广东实施办法》升格为《广东省消费者权益保护条例》，同步予以修订完善，同时适度扩展消费者权益保护的适用范围，将一些原本未涵盖的领域或情况纳入其中，有助于确保地方性法规能够更全面地发挥作用，实现法制供给的加强，更全面保护消费者利益，促进市场的健康发展。

（三）党中央、国务院和省委省政府的决策部署对加强消费者权益保护提出了新要求。近年来，党中央、国务院高度重视加强消费者权益保护，习近平总书记从不同角度就加强消费者权益保护作出一系列重要论述，强调“使居民有稳定收入能消费、没有后顾之忧敢消费、消费环境优获得感强愿消费”；中央经济工作会议、《政府工作报告》明确提出要“加强消费者权益保护”；省委省政府将“消费者权益保护”列入“十大民生工程”和“十件民生实事”，制定了五年行动计划，以上情况需要在立法上予以回应，以更好落实上级要求，进一步体现广东省的创新精神。另外，随着粤港澳大湾区“一小时生活圈”逐步形成，粤港澳居民跨城消费成为新常态，也迫切需要相关规范适应新趋势新要求，深化两地跨境维权协同联动，推进维权规则衔接。但《广东实施办法》作为《消法》的地方性实施办法，于《广东实施办法》中回应上述消费环境和消费方式日新月异的变化存在明显的局限性。

二、修订依据

（一）党和国家关于消费者权益保护的方针政策以及广东省地方经济与社会发展的战略部署。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》《质量强国建设纲要》《关于恢复和扩大消费的措施》《中共中央国务院关于



完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》《广东省进一步提振和扩大消费若干措施》。

(二) 消费者权益保护法律法规及相关规定。包括《消法》《消法实施条例》《反不正当竞争法》《产品质量法》《价格法》《广告法》《电子商务法》等。

(三) 参考国内立法经验，借地区的做法。包括《上海市消费者权益保护实施条例》《山西省消费者权益保护实施条例》《湖北省消费者权益保护实施条例》《深圳经济特区消费者权益保护实施条例》等。

三、国家和兄弟省市的立法情况

1993年10月第八届全国人民代表大会常务委员会第四次会议通过了《消法》，这是我国制定的第一部保护消费者权益的专门法律，也是我国消费者保护立法方面的核心法、骨干法，今年7月，《消法实施条例》正式施行，对于规范经营者的经营活动、保护消费者合法权益发挥了重要作用。为了更好地保护消费者权益，维护社会经济秩序，促进市场经济的健康发展，我国还在《反不正当竞争法》《产品质量法》《价格法》《广告法》等许多法律中作出了大量有关消费者权益保护的规定。上述集中的专门立法与相关的分散立法一起，共同构成了我国消费者权益保护法的规范体系。

在《消法实施条例》施行之前，我国许多地方都颁布了消费者权益保护地方性法规或者消法实施办法，包括上海、湖北、山西、吉林、福建等，积累了相当多的经验，我省深圳市于2024年1月1日正式施行《深圳经济特区消费者权益保护条例》，成为广东可借鉴参考的宝贵资源。

四、所需要解决的问题和拟采取的措施

(一) 所需要解决的问题。我们认为，修改《广东实施办法》，将其修改为《广东省消费者权益保护条例》需要解决下列问题：1. 保持与《消法实施条例》等上位法的一致性，理顺消费者权益保护与相关法律制度的关系。2. 解决消费者急难愁盼问题，优化传统消费领域消费者权益保护，明确新型消费领域经营者的行为规范。3. 适应广东经济、社会与文化的发展需要，针对实践中的突出问题，补充、完善应予禁止的消费者权益保



护法规定。4. 对经营者的经营行为加强监管，明确各职能部门的职责范围，依法查处各种违法违规和损害消费者合法权益的行为，督促经营者诚信守法经营。5. 完善消费者权益保护机制，推动行政部门间的横向纵向联动，加强行政部门与司法部门的对接，发挥消委会和其他消费者组织等作用，强化消费纠纷调处专业化协作和消费纠纷跨地区、跨行业维权协作机制。

（二）拟采取的措施。此次《广东省消费者权益保护条例（征求意见稿）》共设七章，包括总则、消费者权利和经营者义务、消费者合法权益的保护、消费者组织、争议解决方式、法律责任、附则。主要内容和创新如下：

1. 优化消费者权益保护工作体系。一是明确广东省各级人民政府及相关部门应当加强对消费者权益保护工作的领导，组织、协调、督促有关行政管理部门做好贯彻实施本条例的工作，明确相关行业的消费者权益保护监管部门确定规则；二是建立消费者权益保护工作议事协调机制，负责统筹研究消费者权益保护重大政策，协调处理消费领域重大问题；三是发挥消委会和其他依法成立的消费者组织等各方在维护消费者合法权益方面的作用；四是完善消费者争议解决规范，规范消费者权益保护公益诉讼的启动及保障，让司法真正发挥维护社会公平正义最后一道防线的作用；五是鼓励各行业协会联合律师协会等专业化社会组织发挥消费者教育及普法作用，协助开展消费纠纷解决。

2. 明确新型消费领域经营者的行为规范。基于《消法实施条例》对于经营者义务的规范，《广东省消费者权益保护条例（征求意见稿）》以对消费者紧迫权益为排序原则，对涉及消费者人身权益及财产权益为要点，细化了经营者普遍义务，明确了新型消费领域经营者的行为规范。一是明确互联网经营者及平台经营者的相关义务；二是强调保护“一老一小”义务；三是回应了包括预付款、盲盒销售、无理由退货、互联网推介、搭售、先用后付、自动展期或续费服务等新消费领域的规范需求；四是明确跨境电商零售经营者义务；五是调整特殊消费场景规定，重点规范我省消费纠纷典型情形，对一些投诉相对较少的消费场景的规定予以删除，新增群众反映热烈的票务服务、网络会员服务、



网络游戏服务、金融推介服务、二手交易平台服务、网络餐饮平台服务等服务场景。六是对于新型消费场景进行创新性规定，例如智能联网汽车商业运营服务等。

3. 充分发挥消委会的组织平台优势。一是进一步完善消委会的公益性职责，发挥平台作用，明确法律定位；二是完善消委会组织履职保障，充实消委会的职责；三是发挥消委会的群众优势，开展消费新模式新业态评估，总结、推广典型案例和经验；四是推动粤港澳大湾区消费者权益保护的工作协作，鼓励消费者委员会开展粤港澳大湾区交流活动，创新消费者权利保护工作机制即消费纠纷解决机制。

4. 完善消费争议解决方式。一是鼓励经营者建立方便快捷的消费争议处理机制，鼓励和引导经营者建立健全首问负责、先行赔付、在线争议解决等制度，及时预防和解决消费争议；二是明确本省健全行政管理部门、人民调解组织、专业组织与人民法院、仲裁机构相衔接的消费争议多元化解机制；三是细化“生活消费需要”规定，明确消费者的判定标准，将职业投诉人与真正的消费者加以区分。

五、此次修订不存在增设行政许可、行政强制、行政处罚、行政事业性收费等问题；不存在突破上位法、需要等待国家授权、上位法正在修改、部门争议较大、涉嫌违反公平竞争等情况

六、建议稿调研论证进度情况

省市场监管局高度重视本次《广东实施办法》调整为《广东省消费者权益保护条例》的修订工作，委托省消委会负责具体开展修法工作。省消委会制定了详细修法计划，开展专题调研，期间组织省律协消费专业委、法律专家、律师等进行专题研讨，对日常工作中碰到的消费热点难点以及征集到法律修改意见进行系统梳理，在此基础上形成建议稿初稿。

七、是否在省委省政府重要文件、省委省政府领导批示中明确要求立法

2021年，省人大常委会对《广东实施办法》开展执法检查，2022年1月，省人大常委会办公厅向省政府办公厅《印送广东省十三届人大常委会第三十七次会议对省人大常委会执法检查组关于检查〈广东省实施中华人民共和国消费者权益保护法办法〉实施



情况报告审议意见及执法检查报告的函》（粤常办函[2022]6号），明确要求“根据消费新业态加快修订《省办法》”。

2022年7月，省政府向省人大常委会报送的《广东省人民政府关于研究处理〈广东省实施中华人民共和国消费者权益保护法办法〉执法检查报告及审议意见情况的报告》（粤府函[2022]125号）中明确“适应新形势发展，聚焦消费新业态，尽快修订《实施办法》，提供有力法制保障”。



第三部分 典型案例

电脑退换货过程中损坏 消费者起诉快递公司索赔被驳回 法官建议维权时“三步走”³

王先生在电商平台以 5299 元购买启明公司笔记本电脑一台，收货后发现电脑屏幕存在漏液问题，遂与商家协商换货。在换货过程中，因快递导致电脑屏幕破裂。王先生将快递公司蓝天公司起诉至法院，要求承担赔偿电脑损失 5299 元及由此产生车旅费 1224 元。北京海淀法院结合合同认定，王先生实为快递服务合同中的第三人，不享有基于债权请求权主张赔偿的权利，可就涉案电脑售后问题与启明公司另行处理，遂驳回其全部诉讼请求。

王先生诉称：其在电子商务平台启明公司以 5299 元购买 1 台笔记本电脑。在使用过程中电脑屏幕存在漏液问题，遂与启明公司反映电脑问题，启明公司在平台同意返单维修。2024 年 8 月 16 日，王先生通过平台售后选择蓝天公司将涉案笔记本电脑寄回启明公司，未支付运费，也无法选择保价。2024 年 8 月 17 日，启明公司收货后发现涉案电脑屏幕出现裂痕，表示此种情况不能提供售后，又将涉案笔记本电脑退回至王先生。王先生认为在运输过程中，蓝天公司未尽到妥善保管和运输义务，导致该笔记本电脑屏幕损坏。王先生联系蓝天公司协商赔偿事宜未果，故诉至法院要求蓝天公司赔偿笔记本电脑损失 5299 元及因参加诉讼发生的车旅费 1224 元。

蓝天公司答辩称：蓝天公司认可该损失应属快递赔偿范围内，但王先生不是涉案快递服务合同关系的当事人，启明公司与蓝天公司签署《仓储配送服务合同》，约定由蓝天公司承担启明公司产品的快递服务包括标准正向配送服务、标准逆向配送服务等服务内容。涉案快递实为逆向售后快递服务，快递费由启明公司购买的保险支付，快递服务合同当事人实为启明公司与蓝天公司。涉案笔记本电脑屏幕出现裂痕，而非整机损毁，故损失不是 5299 元。当事人参加诉讼产生的车旅费不属于法律规定损失范围，且电脑损失与车旅费并无直接关联，故不同意承担车旅费。综上所述，请求法院驳回王先生全

³ 来源：网易新闻

<https://www.163.com/dy/article/JMEEV01E0514R9KQ.html>

供稿：广东金桥百信（深圳）律师事务所 尹辰涵



部诉讼请求。

法院经审理查明：蓝天公司提供服务详情显示，因电脑质量问题上门取件，闪电退逆向保价保险未承保，生成取件地址与收件地址均为广东省地址。王先生提供《检修记录单》显示：换屏维修价格为 1720 元。王先生称涉案电脑仅是做维修检测并未实际维修。王先生提供其维权过程中发生的车票、出租车发票，金额共计 632 元。

法院经审理认为：启明公司与蓝天公司存在《仓储配送服务合同》约定蓝天公司提供标准逆向配送服务，王先生售后发生的快递服务应属逆向配送服务，费用由启明公司投保运费险承担，合同权利义务当事人均指向启明公司，虽然王先生自平台确定上门取件内容，仅能反映该快递服务合同部分事实，王先生未能证明其与蓝天公司之间对服务内容等达成合意的事实，王先生实为快递服务合同中的第三人，且在无法律规定或者当事人约定第三人可直接向债务人主张违约责任的情况下，王先生不享有基于债权请求权主张赔偿的权利，蓝天公司答辩意见法院予以采信。王先生可就涉案电脑售后问题与启明公司另行处理。王先生请求蓝天公司赔偿笔记本电脑损失 5299 元及车旅费的诉讼请求，无事实与法律依据，法院不予支持。法院最终判决驳回王先生全部诉讼请求。

法官说法

网购不仅需要商家依约提供商品，还会涉及快递服务、安装服务等问题，在整个购物过程中涉及参与的主体越多，可能发生的风险点位越多。面对这么多的主体，消费者应当如何维权？

退换货过程中因快递造成商品损失，有三个难点。

一是难在“三个主体，两个合同关系”。网购退换货物发生纠纷时涉及三方主体和两个法律关系，三个主体包括商家、消费者和快递企业；两个合同关系包括快递服务合同关系，买卖合同关系或者服务合同关系。将三个主体混在一起，不利于弄清法律关系主张赔偿。

二是难在“有无主张违约的权利”。商家与快递企业达成快递服务时，消费者作为第三人能否直接要求快递企业承担违约责任，需要查明法律有无直接规定或者商家、平台与消费者有无对消费者直接主张违约权利的约定。



三是难在“售后产品自身问题与快递责任划分”。可分为以下情形处理：无损换货与无损退货，多见于“七天无理由”、更换尺码等情形，此种情况下发生运输损害往往由快递服务导致；有损换货，商品存在瑕疵、损坏的情形，此时需要考察损失范围与快递服务导致损失的关系，常见如商品外观磕碰与内部损坏，确定快递服务损失范围与金额；有损退货，需要视具体情形，确定快递服务行为与损失结果的因果关系以及寄货人、收货人对货物损坏有无过错，综合认定损失范围与损失金额。

消费者在退换货过程中发生因快递导致货物损失情形时，可以三步走解决“退损赔”问题。

首先，确定快递服务合同主体。应先弄清楚快递服务合同关系的当事人，若消费者是合同主体可以直接向快递企业主张违约责任；若消费者不是合同主体，则需要与商家、平台沟通确认快递服务合同主体，若商家或者平台是快递服务合同主体，可向商家、平台反馈相关证据，以便解决快递纠纷。

其次，确定的商品发货前、后商品有无瑕疵、损坏。为避免发生争议在发货前可对商品进行拍照、录像固定商品情况。

最后，消费者、商家与快递企业之间就赔偿范围与赔偿金额协商处理，协商不成可依法起诉。当消费者不是快递服务合同关系主体或享有主张违约的权利时，可基于买卖合同关系或者服务合同关系，解决产品、服务售后问题，而货物赔偿问题应由商家另行处理；当消费者是快递服务合同关系主体或享有主张违约的权利时，在发货前视商品价值决定是否保价，发生货物损毁消费者可向快递企业主张违约责任，获得赔偿。

（文中人物均系化名）。



事关春节出游！这些涉在线文旅消费纠纷典型案例公布⁴

春节假期将近，出门旅行、观看演出成为不少市民的选择。在此过程中，消费者容易和平台、商家因为退票、退房问题产生争议。北京互联网法院近日公布一批在线文旅消费相关典型案例。

退款打入平台钱包但不能提现

消费者杨某在平台买了民宿通用住宿券，商品详情页写着“不约能退”“安心退改”。买完后，杨某打电话订房，商家没回应。杨某就在小程序申请退款，钱倒是退到小程序钱包里了，可就是没法提现。客服说，提现功能没开，平台资金周转紧张，暂时退不了。杨某无奈起诉，要求平台经营者原路退还全部款项。

法院认为，平台此举构成违约，经营者应当将款项退还至消费者的支付账户。

两张演唱会门票只能退一张

消费者方某在票务平台买了两张演唱会门票，因行程有变而申请退票。一张票顺利退了，可另一张票却退不了。原来，购票页面的票务须知写着：“在销售阶段同一购票人、同一购票账户仅享有一次绿色通道权益，在产生一次退票后，如该购票人/购票账户再次购买同场次演出票，将不再享有退票权益。”方某不服，把平台告上法院，要求退另一张票的钱。

法院认为，本案中，购票页面的票务须知是格式条款。票务须知记载，不再享有退票权益的前提是“在产生一次退票后，再次购买同场次门票”，通常解释应为“退票成功后再次购买”。而方某的门票并非在退票成功后再次购买，故平台不能据此拒绝退还另一张票款。

票务信息未标注“无座”

消费者杨某在某平台上购买了一张 livehouse 演出门票，下单页面显示演出时间、价格和“不支持退”等信息，购票完成后的订单详情页面才显示“无座位”。原告认为

⁴ 来源：腾讯网

<https://news.qq.com/rain/a/20250128A02N4W00>

供稿：广东金桥百信（深圳）律师事务所 尹辰涵



无座影响观演体验，申请退票，但平台拒绝。杨某诉至法院，请求判决被告退还购票款。

法院认为，观演中无座位直接影响消费者的消费需求和观演体验。平台未在下单页面告知原告有无座位信息，构成违约，而杨某在演出开始前一个月即向被告申请退票，且涉案门票并未实际使用，平台应该退还全部购票款。本报记者 徐慧瑶

——本资讯由深圳市律师协会消费者权益保护法律专业委员会搜集整理（相关著作权归原权利人所有）。本资讯可在深圳市律师协会网站下载，投稿及建议可联系电子邮箱 386233881@qq.com（郭艳律师）。