

□ 上海市汇业律师事务所 沈澄 张释文

2024年3月15日，国务院正式公布第778号国务院令《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》”)，共7章53条，自2024年7月1日起施行。

《条例》中的亮点颇多，对于经营者的合规保护要求进行了完善，也对实务中争议较大的问题作出了正面回应，以下笔者选择其中一些要点进行解读。

明确“瑕疵豁免”

本次《条例》的一大变化，便是不再区分生活消费或非生活消费对消费者身份的影响，绕开“消费者”身份的问题，不再通过清单模式确认什么情况下属于消费者，因而可以获得惩罚性赔偿，而是转而在第49条中规定了“瑕疵责任豁免”，即如果“商品或者服务的标签标识、说明书、宣传材料等存在不影响商品或者服务质量且不会对消费者造成误导的瑕疵的除外”。

在消费品领域里最早应用该规则的是食品标签瑕疵类案件，食品标签虽然有瑕疵，但是不影响食品安全的，可以按照《食品安全法》第148条第2款最后一句“食品的标签、说明书存在不影响食品安全且不会对消费者造成误导的瑕疵的除外”豁免赔偿。

而《条例》第49条则在两个方面进一步扩大了责任豁免的范围：

首先，该规则适用于所有商品或服务，不仅限于食品。

其次，除了标签标识、说明书、宣传材料等，还包括了宣传材料。

应当注意的是，过往实践中该规则的准入门槛是比较高的，至少须同时满足“不影响商品或服务的质量”和“不对消费者造成误导”这两个条件，才有可能豁免责任。

免费不免责

《条例》第7条2款规定了免费商品或服务应当符合保障人身和财产安全要求的红线，意味着经营者不能以“免费提供”或者“赠品”为由免责。

《条例》结合常见的市场经营实践，进一步明确了“免费提供”包括奖励、赠送、试用等形式，并重点新增了存在瑕疵的免费商品或服务的合规要求，应当同时符合三要件，缺一不可：

- (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。

差异化定价

《条例》第9条2款规定：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。

该条通过限制差异化收费、“价格歧视”等对经营者的自主定价权进行了规制，以期保障消费者的公平交易权，以同一商品或者服

务在同等交易条件下应当设置相同的价格或者收费标准为原则，以保障消费者知情权作为豁免情形。

保障消费者选择权

《条例》第11条强化了对消费者自主选择权的保护，禁止强迫消费和二选一等行为，限制了搭售组合经营的行为，具体来说：

首先，禁止“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。”

对于之前有争议的，如果发生强制消费行为的，相应的消费合同是可以解除还是可以撤销？在《条例》生效后应当可以主张合同无效，因为《条例》属于行政法规，按照《民法典》第153条的相关规定，违反法律和行政法规强制性规定的民事法律行为无效。

其次，限制“经营者通过搭配、组合等方式提供商品或者服



务”“自动续期/续费”等行为，应当以显著方式提请消费者注意。

《条例》第11条限制了经营者通过搭配、组合等方式提供商品或者服务，应当以显著方式提请消费者注意，吸收了《电子商务法》第19条的规定。

《条例》第10条明确经营者“自动续期/续费”应当以显著方式提请消费者注意，强化了《网络交易监督管理办法》第18条的规定。

规范电商直播

《条例》第14条重点对电商直播提出了合规要求，其第1和第2款规定了经营者通过电商直播带货销售，应当履行消费者保护义

务。

其中，直播平台需要承担“信息记录”义务，即“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”，结合其他法律法规和部门规章，应当关注几类信息和对应的义务主体：

(1) 联系信息：即MCN机构、主播等主体的相关信息。其上位法系《消费者权益保护法》第44条，“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”。此外，根据《网络直播营销管理办法（试行）》第22条，“直播间运营者应当对商品和服务供应商的身份、地址、联系方

《消费者权益保护法实施条例》解读

式、行政许可、信用情况等信息进行核验，并留存相关记录备查”。

(2) 经营信息：主要是交易信息，例如支付记录、物流快递、退换货以及售后等交易信息。（《网络交易监督管理办法》第31条）

(3) 直播视频：根据网络直播服务提供者对网络交易活动的直播视频保存时间自直播结束之日起不少于三年。（《网络交易监督管理办法》第20条）

(4) 处置信息：巡查发现的违法和不良信息的处置记录。（《网络直播营销管理办法（试行）》第9条）

老年人和未成年人保护

《条例》第15、第16条分别从保护老年人和保护未成年人出发，以消费者纠纷实践中较常见的典型情形为靶进行了进一步细化。

在老年人保护方面，主要是防虚假宣传。

《条例》第15条规定：“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。”相较《条例送审稿》虽为新增内容，但实际是对《广告法》《反不正当竞争法》关于虚假宣传和虚假广告规定的吸收。

值得注意的是，从《条例》第50条法律责任的设置看，本条的违法后果仍然是适用《广告法》和《反不正当竞争法》的相关处罚。

在未成年人保护方面，主要是防游戏沉迷。

《条例》第16条规定：“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。”这是对《未成年人保护法》和《未成年人网络保护条例》相关规定的总结性反映与充分响应。

个人信息保护

《个人信息保护法》是在《消费者权益保护法》及《条例送审稿》之后生效的，因此本《条例》也将个人信息保护的相关规定做了吸收。

《条例》第23条规定：“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。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。”

《条例》第24条则明确：“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。”