

消费者权益保护、商标法、广告法

课程背景：

市场经济体系构建一来，市场经济行为不断规范并获得较快发展，但是消费者和经营者的对立状态却一直无法得到根本性的改善，这一方面由于其经济利益的权衡，同时也是经纪人的本性使然。现实生活中，消费者常常以单个自然人的面貌出现，一旦遭遇消费纠纷，消费者在经济实力、时间成本、专业知识等方面面对经营者处于明显弱势，进而呈现维权成功率低，甚至耗费的维权成本与所得收益极不相称的情况。这成为消费者宁愿吃“哑巴亏”，也不愿通过一定途径维护合法权益的重要原因之一。为破解消费者个人维权难的问题，消费者权益保护法作出了相关修改，维护消费者的利益。基于这种状况，2014年新修订的《消费者权益保护法》进行了较大规模的改进，对个人信息保护、网络购物、公益诉讼、惩罚性赔偿等有关消费者权益保护方面的热点问题作了明确规定，涉及到每个消费者的切身利益。

商标法的立法目的具有层次性,其根本目的具有公益性,是通过赋予并保护商标权的方式予以实现的。商标法是反不正当竞争法的有机组成部分,并非保护私权的私法。商标权的权利属性应为准财产权或有限的财产权,此财产权的效力仅止于防止混淆的发生。商标权的财产权属性仅在商标转让、许可或企业并购的过程中显现,其基础是其所承载的商誉。

因广告法自身的局限性和广告业环境的变化，广告法进行了一定的修订。广告监督管理方式更全面、广告的社会关切更突出、广告的责任划定更明确以及互联网广告的基本规范是新版广告法出现的四个特点。新广告法的出台将有助于广告业的健康发展,但在实际落实过程中还需要完善各种配套制度。

课程收益：

1. 让学员系统了解消费者权益保护、商标法、广告法相关的法律法规；
2. 通过案例讲解，让学员能够将理论与实际相结合；
3. 通过提问互动环节，解决学员生活过程中遇到的问题；
4. 培养学员运用法律解决问题的能力。

授课对象：消费者群体

授课方式：讲解+方法+提问+解答+讨论

课程时间：2天，6小时/天

课程大纲

导引：“知假买假”是否能得到法律的支持？

案例：孙银山诉南京欧尚超市有限公司江宁店买卖合同纠纷案（最高法指导案例 23 号：（2012）江宁开民初字第 646 号）

基本案情介绍：2012年5月1日，原告孙银山在被告南京欧尚超市有限公司江宁店（简称欧尚超市江宁店）购买“玉兔牌”香肠 15 包，其中价值 558.6 元的 14 包香肠已过保质期。孙银山到收银台结账后，即径直到服务台索赔，后因协商未果诉至法院，要求欧尚超市江宁店支付 14 包香肠售价十倍的赔偿金 5586 元。

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

点评：从最高法的判决结果中归纳“知假买假”是否能得到法律的支持

第一讲：消费者权益保护法

一、产品致人损害

1. 餐厅、宾馆所应尽到的安全保障义务

案例：李萍、龚念诉五月花公司人身损害赔偿纠纷二审案

案例分析：餐厅就餐遇爆炸致人身损害

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

2. 产品致人损害，生产者应承担什么责任

案例：陈梅金、林德鑫诉日本三菱汽车工业株式会社损害赔偿纠纷二审案

案例分析：产品致人损害，产品生产者对消费者要承担赔偿责任的前提。

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

二、虚假宣传与价格欺诈

1. 销售者不依法提供三包证书

案例：冰箱换新引发的一起死磕到底的纠纷

(2004)徐民一终字第 2482 号民事判决

案例分析：苏宁公司是否存在欺诈行为？

苏宁公司未提供三包服务证书是否侵犯了消费者的知情权？

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

案例：张莉诉北京合力华通汽车服务有限公司买卖合同纠纷案

(2008)二中民终字第 00453 号

案例分析：北京合力华通汽车服务有限公司是否存在欺诈行为，向消费者出售二手汽车？

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

2. 规格标识错误是否属于欺诈行为

案例：“冰糖炖梨之争”

周卉与永旺产品销售者责任纠纷 (2017) 苏民申 391 号

案例分析：通过案例解析背后的法律裁判规则

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

案例：苏向前与徐州百鑫商业有限责任公司百惠超市分公司、徐州百鑫商业有限责任公司侵犯消费者权益纠纷二审案

案例分析：百惠分公司、百鑫公司错误粘贴产品标识的行为是否构成欺诈

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

3. 价格欺诈行为侵害消费者的知情权

案例：“降价打折的陷阱”

张勇与长沙市人人乐商业有限公司郴州购物广场虚假宣传纠纷

(2014)郴民三终字第 240 号

案例解析：商家虚构原价构成价格欺诈行为

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

4. 夸大产品功效、虚假广告宣传的认定

案例：上海章华保健化妆品有限公司与刘春侵权责任纠纷

案例分析：生产者是否虚假、夸大宣传，误导、欺诈消费者的认定

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

三、格式合同

1. 单方放弃服务，余款不退”的格式条款是否有效

案例：孙宝静诉上海一定得美容有限公司服务合同纠纷案

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：相关法律规定

2. 提供格式条款的一方应尽到提醒义务

案例：李宝娟与天津市春海房地产公司房屋买卖合同纠纷

(2016) 最高法民申 551 号

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：相关法律规定

案例：刘超捷诉中国移动通信集团电信服务合同纠纷

(2011)泉商初字第 240 号

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：相关法律规定

3. 合同内容违反效力性强制性规定，才应认为无效

案例：张彬昆山红枫房地产公司昆山东方云顶广场公司与中信信托司其他合同纠纷

(2016) 最高法民申 551 号

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：相关法律规定

4. 格式合同有争议 应作出不利于提供格式条款一方的解释

案例：曹连成、胡桂兰、曹新建、曹显忠诉民生人寿保险公司保险合同纠纷

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：相关法律规定

四、捆绑销售行为侵害消费者的自主选择权

案例：吴小秦诉陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司捆绑交易纠纷案

(2016) 最高法民再 98 号

案例分析：本案争议焦点包括，一是本案诉争行为是否违反了反垄断法第十七条第五项之规定，二是一审法院适用反垄断法是否适当。

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

五、从举证责任问题看消法对消费者的倾斜保护

1. 举证责任问题

案例：陈梅金、林德鑫诉日本三菱汽车工业株式会社损害赔偿纠纷二审案

案例分析：产品致人损害，消费者提供初步证据证明，由生产者承担举证责任

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

案例：吴敏锐与山西美特好连锁超市买卖合同纠纷再审

(2017) 晋民申 1132 号

案例分析：超市的销售行为是否属于广告发布行为

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

2. 关于知假买假行为

案例：孙长福与吉林电视台侵权责任纠纷再审

(2016) 吉民申 2190 号

案例分析：购买药品，知假买假，是否能获得惩罚性赔偿？

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

案例：广州市春芝花与孟健产品销售者责任纠纷再审

案例分析：对不安全食品药品的认定

“以欺骗或者不正当手段获得注册”中不正当手段的认定

案例：杭州啄木鸟鞋业与商评委、七好公司商标争议行政纠纷案
(2011)知行字第37号

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出不正当手段的认定范围

二、禁止作为商标使用的情形

1. 违反了《商标法》第十条规定

案例：劲牌有限公司与商评委商标驳回复审行政纠纷案

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：分析《商标法》关于不得注册申请的认定

2. 侵犯了他人的在先权利的不予注册

案例：樊建伟、大众汽车股份公司商标行政管理行政纠纷

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：分析此类情况下《商标法》关于不得注册申请的认定

案例：邹益民、商评委商标行政管理纠纷

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：近似商标的区分

案例：北京思远优觅、伊玛斯公司商标行政管理纠纷

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：学习《商标法》第28条的规定

三、商标的侵权认定与处理

1. 驰名商标的认证

案例：中国驰名商标侵权之争

金利来(中国)有限公司、戴日俊侵害商标专用权纠纷一案
(2012)泰中知民初字第0060号

案例解析：适用《消费者权益保护法》还是《商标法》？

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

2. 商标法是倾向于保护消费者利益还是商家利益？

案例：广州龙域通讯设备有限公司、刘丹丽侵害商标权纠纷

(2017)粤73民终762号

案例解析：小米不属于消费者的认定范畴，因此案件适用《消费者权益保护法》还是《商标法》？

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

案例：“纸尿裤之争”

大王制纸株式会社、大王(南通)生活用品有限公司侵害商标权纠纷
(2017)津02民终2036号

案例分析：从《商标法》的立法目的入手，商标侵权行为是否是消费者产生混淆？

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

案例：“假冒LV之争”，孙晶与路易威登马利蒂侵害商标权纠纷

(2015)黑知终字第22号

案例分析：商标侵权的认定

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

四、商标的使用和许可

1. 证明商标的使用、许可

案例：“五常大米”，开原市钜富商贸有限公司、五常市大米协会侵害商标权纠纷
(2018)黑民终2号

案例分析：证明商标商品具有其特有的行业标准

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

2. 集体商标的使用、许可

案例：“老字号”之争，最高法指导案例58号

成都同德福合川桃片有限公司诉重庆市合川区同德福桃片有限公司、余晓华侵害商标权及不正当竞争纠纷案

(2013)渝高法民终字00292号

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

3. 服务商标的使用、许可

案例：天津狗不理诉济南市天丰园饭店侵犯商标专用权纠纷二审案

案例分析：服务商标侵权的认定

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

第三讲：广告法相关问题

一、广告法所涉及的不正当竞争行为

1. 广告法规定的禁用词汇

案例：在广告中称“最多”、“最高”、“唯一”的行为是否构成不正当竞争问题？

无锡市翻译协会与无锡爱迪恒信翻译咨询有限公司等不正当竞争纠纷

(2008)苏民三终字第0208号、

案例分析：沃尔得公司通过各种途径多次使用“最多、最高、唯一”等最高级别用语，对其翻译质量做了虚假宣传，而翻译协会在其网站上及行业刊物上刊登了沃尔得公司的广告，对该绝对化宣传进行了支持，违反了广告法的规定。

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

案例：网店标注“销量第一”、“超高质量”是否违反了广告法关于禁用词汇的规定？

张京林与郑州炫彩光电科技有限公司网络购物合同纠纷

(2017)鲁0302民初1222号

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：禁用词汇还有哪些？

2. 虚假广告宣传、故意夸大功效误导消费者

案例：王老吉加多宝虚假宣传之争

(2015)民申字第2802号

争议焦点：涉案广告语是否构成反不正当竞争法意义上的虚假宣传

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

案例：“终身摘掉眼镜”、“视力提升年龄极限可至20周岁”

南充明锐视力有限公司、丁某服务合同纠纷再审案件

(2017) 川民再 571 号

争议焦点：广告公司是否存在欺诈行为？

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

案例：“极品书籍之争”

刘想中买卖合同纠纷申诉、申请民事裁定书

(2017) 京民申 3896 号

争议焦点：字帖标注“极品”字样是否属于夸大宣传？

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

二、广告的审批

1. 广告的设置应符合相关法律法规的规定

案例：上海桥龙广告有限公司与江苏沿江高速公路有限公司合同纠纷

(2014) 民提字第 188 号

争议焦点：广告的设置是否违反了公路法的规定

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

2. 禁止发布违法广告

案例：郑州尚之泉文化传播有限公司与郑州市工商局行政管理纠纷

(2016) 豫 0104 行初 138 号

争议焦点：工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

三、广告违法行为的处罚

1. 虚假宣传行为引起的处罚

案例：河南省畅神制药有限公司不服行政判决提起上诉

(2010) 汉行终字第 1 号

争议焦点：工商局作出的处罚是否合理

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

2. 广告牌设置违法行为的处罚

案例：赵国卫与济南市长清区城市管理行政执法局城管行政处罚案

(2013) 济行终字第 142 号

争议焦点：城管局的处罚是否合法

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

四、广告服务中各方责任的认定

1. 广告服务提供者的责任认定

案例：妻子听信电视广告就医致死，丈夫走向维权之路

彭学纯诉上海市工商局不履行法定职责纠纷行政二审案

案例争议焦点：应该如何认定医疗广告以及上海有线电视台播出的有关 411 医院的节目是否应认定为医疗广告。

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

2. 有关部门的责任认定

案例：工商管理局是否应当对环球公司的虚假广告行为承担一定的责任？

(2018) 京行申 1394 号

案例分析：通过案例分析解析有关部门的职责所在

工具：白纸，写下观点，进行抗辩；

总结：引出相关法律知识解析

结语：保护消费者的合法权益是发展社会主义市场经济的内在要求，直接关系到扩大内需、

拉动消费政策的落实，关系到国计民生的保障和社会的和谐稳定，关系到社会主义市场经济的持续健康发展，同时也关系到国民消费素质的提高。增强消费者的自我保护意识，和规范其被侵权后的维权机制有着极其重要的意义。