

深圳经济特区消费者权益保护条例

(2023年11月29日深圳市第七届人民代表大会
常务委员会第二十二次会议通过)

目 录

- 第一章 总 则
- 第二章 消费者的权利和经营者的义务
 - 第一节 一般规定
 - 第二节 特别规定
- 第三章 保护与救济机制
- 第四章 消费环境建设
- 第五章 法律责任
- 第六章 附 则

第一章 总 则

第一条 为了保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展，推动粤港澳大湾区和中国特色社会主义先行示范区建设，根据《中华人民共和国消费者权益保

护法》和有关法律、行政法规的基本原则，结合深圳经济特区实际，制定本条例。

第二条 在深圳经济特区内，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；经营者为消费者提供其生产、销售的商品或者服务，应当遵守本条例规定。

第三条 经营者与消费者进行交易，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则。

第四条 市、区人民政府应当加强对消费者权益保护工作的领导，组织、协调、督促各有关单位做好消费者权益保护工作，履行保护消费者合法权益的职责。

市场监管、教育、公安、民政、人力资源保障、规划和自然资源、住房建设、交通运输、商务、文化广电旅游体育、卫生健康、金融监管、税务、海关、通信管理、邮政管理等有关部门应当依照法律、法规以及本条例的规定，在各自职责范围内履行保护消费者合法权益的职责。

第五条 市、区消费者委员会依法行使《中华人民共和国消费者权益保护法》赋予消费者协会的职能，对商品和服务进行社会监督，保护消费者合法权益。

依法成立的其他消费者组织，依照法律、法规及其章程的规定，开展保护消费者合法权益的活动。

第六条 本市倡导文明、健康、节约资源、保护环境和反对浪费的消费方式。

第七条 本市推动粤港澳大湾区区域消费者权益保护工作协作，探索异地异店退换货，对重大消费事件开展联合调查，联合公布侵害消费者合法权益典型案例，促进粤港澳大湾区区域消费者权益保护重大政策协调和消费环境优化。

第二章 消费者的权利和经营者的义务

第一节 一般规定

第八条 消费者依法享有《中华人民共和国消费者权益保护法》等有关法律、法规规定的各项权利，有权对侵犯消费者合法权益的行为进行投诉、举报，对消费者权益保护工作进行监督，提出意见和建议。

经营者向消费者提供商品或者服务，应当履行《中华人民共和国消费者权益保护法》等有关法律、法规规定的各项义务。

第九条 经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。对可能危及人身、财产安全的商品、服务、场所和设施，应当向消费者作出真实的说明和明确的警示，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。

在经营场所内，消费者人身或者财产安全遇到危险的，经营者应当提供及时必要的救助。

第十条 经营者发现其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，应当立即向有关部门报告，通过大众传播媒介、店堂告示以及电话、短信、即时通讯工具、电子邮件等有效途径及时告知消费者，并采取停止销售、警示、召回、无害化处理、销毁、停止生产或者服务等措施。采取召回措施的，经营者应当承担消费者因商品被召回支出的必要费用。

第十一条 经营者不得对消费者进行侮辱、诽谤，不得搜查消费者的身体及其携带的物品，不得侵犯消费者的人身自由以及其他人身权益。

第十二条 经营者不得利用数据分析等技术手段对交易条件相同的消费者实施差别待遇，法律、法规另有规定的除外。

第十三条 经营者处理消费者个人信息的，应当遵守《中华人民共和国个人信息保护法》等有关个人信息保护法律、法规的规定。

第十四条 经营者向消费者提供商品或者服务的信息，应当真实、全面、准确，不得实施下列行为：

- （一）以虚假的名称或者标记提供商品或者服务；
- （二）以虚假或者引人误解的商品说明、商品标准、实物样品等方式提供商品或者服务；
- （三）作虚假或者引人误解的现场说明和演示；
- （四）采用虚构交易、虚标成交量、虚假评论等方式进行欺骗性销售诱导；

(五) 以谎称现货、虚构预订、虚假抢购等方式进行虚假营销;

(六) 以虚假的清仓价、甩卖价、最低价、优惠价或者其他欺骗性价格表示提供商品或者服务;

(七) 以虚假的有奖销售、还本销售、体验销售等方式提供商品或者服务;

(八) 谎称正品销售处理品、残次品、等外品等商品;

(九) 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;

(十) 以其他虚假或者引人误解的宣传方式提供商品或者服务。

第十五条 经营者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通过广告、资料或者说明等形式对消费者作出的许诺。

前款规定的广告、资料或者说明,是指以营销为目的,利用各种传播媒介、宣传工具或者方式,就商品或者服务进行直接或者间接的宣传、推广等。

第十六条 经营者不得在标价之外加价提供商品或者服务,不得收取任何未标明的费用。

第十七条 经营者开展促销活动,应当以清晰易懂的语言,真实、全面、准确地向消费者公示有关规则,不得诱导或者误导消费者。

第十八条 经营者提供奖品、赠品或者免费服务等，应当保证质量。经营者提供的奖品、赠品或者免费服务的质量不符合相关法律、法规规定的，应当承担相应的民事责任，但是经营者明示并告知消费者存在瑕疵，且该瑕疵不违反法律强制性规定的除外。

第十九条 经营者应当在国家规定或者其承诺的期限内，履行退货、更换、修理等义务。

经营者履行前款规定义务的期限起算时间，按照国家规定确定，当事人约定较国家规定更有利于消费者的，按照当事人约定确定；国家没有规定、当事人没有约定的，按照下列规定确定：

- （一）自消费者收到商品或者接受服务之日起计算；
- （二）需要经营者安装调试后方能使用的商品，自安装调试完毕之日起计算，但是因消费者原因未及时安装调试的除外；
- （三）更换后的商品的退货、更换、修理期限重新计算。

第二十条 经营者提供的商品不符合质量要求，应当按照下列规定履行义务：

- （一）履行退货义务的，应当在收到退货商品七日内退款；
- （二）履行更换义务的，应当免费调换同型号、同规格的商品，并向消费者出具更换凭证；没有同型号、同规格商品的，应当及时履行退货、退款义务，但是与消费者另有约定的除外；
- （三）履行退货、更换、重做、修理、补足商品数量等义务的，应当承担运输等必要费用。

第二十一条 经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品的，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由。

除依照《中华人民共和国消费者权益保护法》规定不适用七日无理由退货的情形外，经营者在商品销售流程中进行显著提示，且经消费者在购买时确认不宜退货的下列商品，不适用七日无理由退货：

- （一）拆封后易导致商品性质改变、影响人身安全或者生命健康的商品；
- （二）一经激活或者试用后价值贬损较大的商品；
- （三）临近保质期的商品、有瑕疵的商品或者二手商品；
- （四）其他根据商品性质不宜退货的商品。

鼓励经营者扩大无理由退货的适用范围，延长无理由退货的期限，提供线下无理由退货服务，作出更有利于消费者的无理由退货承诺。

第二十二条 经营者通过上门推销、会议营销、集中授课、健康讲座、专家义诊、免费检查、免费体验、免费或者低价旅游等方式向六十周岁以上的老年消费者推销保健产品或者声称具有保健功能产品的，老年消费者有权自收到产品之日起七日内退货，且无需说明理由；但是，依照《中华人民共和国消费者权益保护法》和本条例第二十一条规定不适用无理由退货的情形除外。

第二十三条 经营者向未成年人提供商品或者服务，应当遵

守法律、法规有关规定，履行保护未成年人身心健康的义务。不得向未成年人提供危害未成年人身心健康的商品或者服务，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。

第二节 特别规定

第二十四条 网络交易经营者不得采用下列误导性方式展示商品或者服务的评价：

- （一）将好评前置、差评后置；
- （二）没有法定理由删除或者隐匿评价；
- （三）未显著区分不同商品或者服务的评价；
- （四）其他误导性方式。

网络交易经营者不得虚构点击量、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。

第二十五条 网络交易经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的，应当征得消费者同意，不得默认勾选、强制捆绑开通，并履行下列义务：

- （一）在消费者开通服务前，以显著方式、清晰易懂的语言真实、全面、准确地向消费者告知服务的内容、周期和截止日期，扣费的金额、时间和方式，以及取消或者变更服务的途径等事项，如无服务截止日期的，则需告知消费者无期限限制；

(二) 在服务期间，为消费者提供显著、简便的随时取消或者变更服务的途径；

(三) 在自动展期、自动续费等日期前五日，以电话、短信、即时通讯工具、电子邮件、消息推送等有效途径将服务内容、扣费金额等事项告知消费者；

(四) 扣费金额等合同内容发生重大变更的，应当以显著方式告知消费者，并取得消费者同意。

第二十六条 网络服务提供者建立会员体系应当公平合理，依法保障会员权益；调整会员服务不得减损会员在其会员有效期内原享有的权益。

第二十七条 网络服务提供者应当对平台内公众账号经营者进行审核，按照网络服务监管相关规定对公众账号的违法违规行采取通知、删除和保存证据等措施，并协助监管部门调查取证。

第二十八条 网络游戏、直播、音视频、社交等领域的网络经营者应当针对未成年人设置对应的服务模式，在服务时段、时长、功能、内容和充值付费等方面按照国家有关规定和标准提供服务，并为监护人履行监护职责提供时间管理、权限管理、消费管理等功能服务。

第二十九条 网络游戏经营者应当要求消费者使用有效身份证件进行注册和认证，并对未成年人进行登记。

鼓励网络游戏经营者采取技术分析手段，对疑似冒用成年人

有效身份证件注册或者认证的消费者进行身份识别，并要求其补充身份认证材料。

第三十条 网络游戏经营者应当根据游戏内容对消费者进行适龄提示。

网络游戏经营者应当搭建或者接入防沉迷系统，控制未成年人的游戏时长，对未成年人进行防沉迷保护。

网络游戏经营者应当通过账号关联、查询游戏记录、提醒或者设置游戏时长、时段等多种方式，协助未成年人监护人对未成年人的游戏行为进行管理。

第三十一条 电子商务平台经营者应当建立有效、便捷的投诉举报机制，公开投诉举报方式等信息，及时受理并处理投诉举报。

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。

第三十二条 经营者通过加盟等形式从事商业特许经营业务，应当与特许人订立书面商业特许经营合同，并以显著方式及时向消费者告知经营者的真实名称和标记、特许经营期限以及特许经营合同中明确的消费者权益保护等信息。

第三十三条 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，应当在消费者购票时以显著方式告知消费者退票方式、退票截止时间、退票费用的收取规则以及不能退票的

情形。

第三十四条 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。

第三十五条 经营者采取随机抽取的方式向消费者提供特定范围内商品或者服务的，应当按照有关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、抽取概率等信息。

经营者实际的市场投放应当与前款公示信息相一致，不得篡改抽取概率，改变抽取结果。

鼓励随机销售经营者通过建立保底机制等方式，维护消费者合法权益。

第三十六条 经营者以预收款方式提供商品或者服务的，应当与消费者订立合同，明确约定商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限、地点和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等内容。预收款合同没有约定或者约定不明确的，应当作有利于消费者的解释。

行业主管部门、行业组织已经制定行业预收款合同示范文本的，经营者应当告知消费者；消费者可以要求经营者采用行业主管部门、行业组织制定的预收款合同示范文本订立合同。

经营者应当保存合同及其履行情况的相关资料，便于消费者查询、复制；相关资料应当至少保存至合同履行完毕后三年。

第三十七条 鼓励经营者在商业银行开立预收款资金存管账户，在经营场所定期公示预收款资金总量和使用情况；鼓励运用区块链技术，通过数字人民币支付、第三方资金监管、第三方担保、商业保险等方式，为预收款存储、消费、使用提供保障。

第三十八条 经营者以预收款方式提供商品或者服务的，应当在终止经营、歇业或者变更直接提供商品或者服务的经营场所之日前十五日发布告示，并以电话、短信、即时通讯工具、电子邮件等有效途径告知消费者。

第三章 保护与救济机制

第三十九条 市、区人民政府建立消费者权益保护工作议事协调机制，统筹研究消费者权益保护重大政策，协调解决消费者权益保护重大问题。

市场监管部门承担消费者权益保护工作议事协调机制日常事务。

第四十条 本市健全有关部门、消费者委员会、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。

第四十一条 有关部门应当在各自职责范围内保护消费者的合法权益，接受消费者咨询，组织开展消费教育和引导，建立健全消费者投诉举报处理机制，依法加强对经营者及其经营行为的监督管理，查处侵害消费者合法权益的违法行为。

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，市场监管部门为监管部门；

（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，由市人民政府指定主要监管部门和配合监管部门。

第四十二条 有关部门查处涉嫌侵害消费者合法权益的违法行为，可以依法行使下列职权：

（一）对涉嫌从事侵害消费者合法权益的生产经营场所实施现场检查；

（二）调查、了解涉嫌侵害消费者合法权益的违法行为情况；

（三）查阅、复制有关的合同、发票、账簿以及其他有关资

料；

(四) 法律、法规规定的其他职权。

第四十三条 有关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。

第四十四条 消费者委员会可以建立消费维权服务平台，受理消费者的投诉。有关部门、行业组织和经营者等应当支持和配合消费者委员会处理消费者的投诉。

第四十五条 消费者委员会应当根据消费者投诉情况和消费者权益保护工作需要，每年开展监督调查，并将调查结果报告市、区人民政府和有关部门。

消费者委员会就消费者合法权益保护问题，向有关部门反映、查询的，有关部门应当在十个工作日内答复，没有合理理由不按期答复的，消费者委员会可以报告有关部门的本级人民政府或者其上级行政部门。

消费者委员会对消费者权益保护工作提出合理建议的，有关部门应当予以研究、采纳。

第四十六条 消费者委员会认为经营者有损害消费者合法权益的违法行为的，应当书面报告有关部门。有关部门及时处理后，应当将处理结果反馈消费者委员会。

第四十七条 本市加强消费领域信用体系建设，推进信息共

享和信用分级分类监管，依法依规实施失信惩戒。

有关部门制定投诉举报异常名录，对以索赔、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。

第四十八条 有关部门可以自行组织消费纠纷调解，也可以委托消费者委员会或者依法成立的调解组织进行调解。

第四十九条 对侵害众多消费者合法权益的行为，市消费者委员会可以向人民法院提起民事公益诉讼。

消费者委员会为提起民事公益诉讼收集证据，需要有关部门协助的，有关部门应当支持。法律、法规另有规定的，从其规定。

第五十条 消费者委员会支持消费者提起诉讼，可以帮助消费者提供证据，推荐有关人员担任消费者诉讼代理人。

第五十一条 消费者权益受到损害，通过协商和解、调解等方式未能解决，向人民法院提起诉讼确有困难的，检察机关可以支持消费者向人民法院提起诉讼。

对于消费者委员会提起的民事公益诉讼，检察机关可以依据《中华人民共和国民事诉讼法》以及相关法律规定支持起诉。

第五十二条 人民法院完善消费纠纷小额诉讼审理机制，提升消费纠纷案件处理效能。

第四章 消费环境建设

第五十三条 本市坚持政府引导、市场主导、社会参与，营造安全放心的消费环境，推动消费高质量发展。

第五十四条 本市提高消费供给水平，提升消费服务质量，鼓励和引导市场主体创新消费模式和业态，创新消费服务形式。

第五十五条 本市强化市场秩序、商品和服务质量等领域的综合监管和治理，建立完善相关地方标准、团体标准、企业标准等标准体系，加强新型消费业态标准和规范的研究制定，对新型消费业态实行包容审慎监管。

第五十六条 鼓励经营者加快绿色转型，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。

第五十七条 支持加快无障碍消费环境建设，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。

第五十八条 鼓励、引导消费者树立正确消费观念，提高自我保护意识，理性评估消费风险，依法维护自身的合法权益。

第五十九条 鼓励经营者通过优化经营服务方式，提高售后服务水平，畅通投诉举报渠道，妥善处理消费争议，提升消费者的消费体验。

第六十条 市、区人民政府应当为社会力量参与消费者权益保护工作提供便利。

鼓励、支持社会力量进行消费环境评价、商务诚信指数测评，

开展消费者满意度调查，对损害消费者合法权益的行为进行社会监督。

有关部门可以通过政府采购服务等方式发挥社会组织在消费者权益保护工作中的协调、支持、辅助等作用，以及专家的评估、专业指导等作用。

第六十一条 支持成立由律师、专业人士等组成的消费者权益保护志愿者队伍，为消费者权益保护提供公益服务。

第六十二条 行业组织应当建立健全行业规范，制定消费者权益保护合规指引，加强行业自律，引导、督促本行业的经营者合法经营、诚信经营，推进行业诚信建设，保障消费者合法权益。

行业组织制定行业规则、相关标准、合同示范文本，涉及消费者权益的，应当征求有关部门、消费者委员会和消费者等的意见，保护消费者合法权益。

第六十三条 消费者委员会可以根据消费者权益保护工作中发现的问题或者风险，结合节假日等重要时间节点、本市消费特点和热点，发布消费提示，提醒消费者潜在消费风险，引导消费者合理选择商品和服务。

消费者委员会可以根据消费者投诉和经营者处理投诉情况，分级公示经营者的基本信息、投诉量、消费评价指数等消费投诉情况。

消费者委员会应当建立与消费者、经营者、行业组织的沟通机制，促进消费者与经营者的良性互动和行业的健康发展。

第六十四条 消费者委员会、行业组织可以对损害消费者合法权益的经营者和行业现象作出消费警示。

以预收款方式提供商品或者服务的经营者存在影响其按照预收款合同提供商品或者服务的信用记录的，消费者委员会、行业组织可以作出消费警示。

鼓励操作系统、应用软件、网站等采取弹窗等方式向消费者推送消费警示。

第六十五条 鼓励广播、电视、报刊和互联网等大众传播媒介对经营者侵害消费者权益的违法行为公开报道。媒体报道消费者权益保护相关问题应当客观、公正、全面、准确，发挥舆论引导和监督作用。

第五章 法律责任

第六十六条 网络交易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二十五条第一项、第二项、第四项规定的，由市场监管部门责令限期改正，处二万元以上十万元以下的罚款；情节严重的，处十万元以上五十万元以下的罚款。

网络交易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二十五条第三项规定的，由市场监管部门责令改正，处三万元以下的罚款。

第六十七条 违反本条例第三十八条规定，以预收款方式提

供商品或者服务的经营者，未在终止经营、歇业或者变更直接提供商品或者服务的经营场所之日前十五日发布告示或者未以有效途径告知消费者的，由有关部门责令改正，处三万元以下的罚款。

第六十八条 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。

第六十九条 经营者违反本条例其他规定的，依照《中华人民共和国消费者权益保护法》等有关法律、法规规定处罚。

第七十条 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，并依法对其进行信用惩戒。

第六章 附 则

第七十一条 国家对证券、保险、银行等金融服务的消费者权益保护另有规定的，从其规定。

第七十二条 本条例自 2024 年 1 月 1 日起施行。