

揭开商家“最终解释权”之谜 PDF转换可能丢失图片或格式
，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/481/2021_2022__E6_8F_AD_E5_BC_80_E5_95_86_E5_c122_481417.htm 据贵州电视台2002年2月1日报道，浙江省某市商场在举办有奖销售广告中说：凡一次性购买本商场价值1000元商品者，赠奖券一张，本次活动设一、二、三等奖，中一等奖者获6万元。唐先生有幸得到一等奖，当他拿着获奖券，高高兴兴去代商场领奖时，却领到一张“人身保险单”，其保险单上写道：“投保金额为20元，投保人自投保24小时后一年内，若因意外身亡，可获理赔6万元人民币。”唐先生认为：商场承诺一等奖获6万元，应该是商场直接兑现6万元现金。而商场解释说只能获6万元人身保险单。双方争持不下，唐先生将商家告到法院，庭审中商家高举广告牌说，我们有言在先，“最终解释权在本商场”。那么商家的“最终解释权”是否有效，其法律后果又如何？

一、生产经营者的“最终解释权”是格式合同性质。所谓格式合同是当事人为了重复使用而预先规定，并在订立合同时未与对方协商的条款。格式合同有如下特点：（1）它是当事人单方拟定的，不是协商确定的；（2）拟定格式条款的目的是为了与不特定人订立合同而重复使用；（3）在订立合同时，不允许相对人对格式条款予以修改或补充，相对人只能“要么同意、要么走人”，没有选择的余地。为了防止格式条款的滥用及当事人间权利义务的不平等。《合同法》对格式条款的使用进行了法律限制。一是规定了格式条款使用的义务。《合同法》第39条规定：（1）提供格式条款的一方在确定格式条款的内容时，应当遵循公平原则；（2）

提示义务，即提供格式条款的一方应当采取合理的方式提请对方注意免除款或者限制其责任的条款；（3）说明义务。提供格式条款的一方应当按照对方的要求，对该条款予以说明。

二是规定格式条款无效的情形。《合同法》第40条规定，格式合同有第52条和第53条规定情形的，或者提供格式条款方免除其责任、加重对方责任、排除对方主要权利的，该条款无效。

三是规定对格式条款的理解发生争议时，应当按照通常理解予以解释。对格式条款有两种以上解释的，应当作出不利于提供格式一方的解释。格式条款和非格式条款不一致的，应当采用非格式条款。

商家的广告宣传品，是向不特定人作出的，假如广告宣传品商家事先把商品的品名、价格、数量、质量、性能以及双方具体权利、义务设定好，就是要约过程，消费者一旦按照商家要求购买其商品，就是向商家承诺，此时合同成立。但合同的成立并非等于合同的生效、有效，如果订立合同违反国家法律、法规，或者一方利用强迫、欺骗手段订立的合同且损害国家利益，那就是无效合同；如果一方因重大误解而签定的合同，那么合同就会是可撤销、可变更的。

商家的广告宣传内容，实质上就是格式合同条款，同时，若商家在广告等宣传物品上印有商家有“最终解释权”这一条款，同样属格式条款内容。对格式条款不明白处，商家是有解释权的，消费者同样也有解释权，对于格式合同条款有两种以上解释的，而又不能达成和解协议的，一旦消费者投诉到有关行政机关或诉讼到人民法院，应当作出不利于生产经营者、销售者一方的解释。显然商家标有自己享有“最终解释权”是商家给自己确定的权利，同时剥夺了消费者权利，属于违法而无效的格式条款。

二、生产经

营者标有“最终解释权”的目的何在？生产经营者在广告宣传品、商标等物品上标有自己享有“最终解释权”，其目的无非有两种：其一，是想减轻、免除自己的民事责任；其二，是想设置一个陷阱，使消费者产生一个错觉，使自己获得不正当经济利益，完全是一种商业欺诈行为。在消费市场上，消费者始终处于弱势地位，尤其是垄断性生产经营企业，他们凭借自己各种优势，事先设立一个“不平等条约”，使消费者处于不利地位。例如，有这样一幅商业广告：“某某美食城，吃多少送多少”。这既可理解为顾客吃价值多少钱的饭菜，就奉送顾客等价值的物品，还可理解为顾客想吃多少钱的饭菜，就给提供多少钱的饭菜。这实在是一种似是而非的欺诈术。我国《消费者权益保护法》第24条规定：“经营者不得以格式合同、通知、声明、店堂告示等方式作出对消费者不公平、不合理的规定，或者减轻、免除其损害消费者合法权益应当承担的民事责任”。生产经营者这种标有享有“最终解释权”的行为，实际上就是用格式合同作出的一种减轻、免除其损害消费者合法权益应当承担的民事责任。前面案例中，商场承诺一等奖获6万元，如果是6万元的人身保险金，商家必须事先向消费者明示，解释清楚，提请消费者注意，但是，本想欺骗消费者的生产经营者是不会愿意这样做的。假如商家事先讲明一等是6万元“人身保险金”，而不是6万元现金，那么唐先生还会花1000元去购买该商场商品吗？事实上，唐先生如果想得到6万元现金，必须在一年内因意外事故死亡，这就是说唐先生只要活着永远得不到这6万元现金。这种靠玩弄文字游戏和假设前置条件，却不明说的做法，不论商家如何解释，都违背《民法通则》规定的诚实信

用准则。三、消费者面对“不平等条约”如何依法维护自己的合法权益？在消费市场上，生产经营者与消费者的法律地位是平等的，而生产经营者事先声明自己享有“最终解释权”，明显把自己凌驾于消费者之上，这违反了《民法通则》第4条：民事活动应当遵循自愿、公平、等价有偿、诚实信用原则。俗话讲“天上掉不下来馅饼”；“从南京到北京，卖的总比买的精”，生产经营者不会轻易让消费者获得一笔巨大财富，当你面对林林总总的有奖销售时，要时刻保持高度警惕性，对生产经营者的许诺，千万不可轻信。为了避免消费者上当受骗，笔者认为，首先采取事先解释法。我国《消费者权益保护法》第8条规定：“消费者享有知悉情况的权利”即知情权。对于容易产生歧义的格式条款，消费者最好先请商家具体解释一下，符合消费者理解意思的，一再掏钱购物，对数额较大的最好与商家达成合意并订立协议，这新协议就属于非格式条款，其效力高于格式条款，今后就是投诉、诉讼起来，也能占有主动地位。其次，当您掉入商家设置的文字陷阱时，千万不要忍气吞声，要勇敢拿起法律武器，依法维护自己的合法权益。再次，要注意保存和搜集证据。消费者在购买商品时，对商家出据的购物发票、单据、电脑打印购物清单、广告宣传单、商标、说明书、图纸图表等都要注意保存好。另外，购物时向商家索要购物发票是法律赋予消费者的权利，将这些证据都保存、搜集齐全，当自己合法权益受到不法侵害时，投诉到有关行政机关、或起诉到人民法院，受理机关才能辩明是非，维护消费者合法权益，否则就会哑吧吃黄连有苦无处诉。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com