

消費者的定義

消費市場的運作、交易模式隨科技發展不斷演變，解決消費爭議的方式及途徑亦需與時並進，各地保護消費者組織紛紛在消費者受保障的範圍及層次這個課題上不斷地調整及完善，然而當中不會改變的是對“消費者”的定義。

為什麼要保護消費者？

由於消費者在消費市場的議價及獲得資訊等各方面的能力及條件相對於企業而言顯得較低，必須給予相應的維權保障與服務，平衡消費者與企業之間的不對稱地位，從而保護消費者在安全、健康、選擇及獲得賠償等的權利。

全球大部份的國家、地區都會通過專屬的法律及配合單行法來保護消費者的合法權益，與此同時，除法律給予的保障外，亦會以理據為基礎來判消費者提出的投訴是否合理。

消費者需先符合消費者的定義，才可行使相關的權利，來要求保護消費者的機構協助其向商號提出賠償。

你是消費者嗎？

在澳門，根據1988年6月13日頒佈的第12/88/M號法律《消費者的保護》法律，對消費者有如下定義：凡接受由具有職業性質從事經濟活動的個人或團體，即經營者提供的物品或服務作私人使用的人士就被視為“消費者”。

其實不僅澳門，國際間對消費者的定義亦以相同的理解作出明確的規範。

如中華人民共和國的《消費者權益保護法》已定明：消費者為生活消費需要購買、使用商品或接受服務其權益是受到該法律的保障，香港、台灣地區等地的保護消費者法律，以至世界各地消保組織的宗旨亦以“私人使用”或“為生活消費需要”等類同的原則來定性消費者。

本會按法律賦予權限服務消費者

消費者如與商號發生消費爭議是可以向本會查詢、尋求意見或投訴，本會接到相關個案後，除分析消費者提供的資料，亦須按法律賦予的職能來服務消費者，包括為輕微的消費糾紛提供調解、中介、仲裁服務或給予建議，至於屬非消費性質的個案，包括商業及私人交易的糾紛都因為權限而不能受理。

商業用途、私人交易等均不屬消保範圍

消費者購買的物品或服務必須作私人用途，否則不會被視為消費者，而購買的商品或服務被用於商業用途，例如購買的貨品用於再生產、營利為目的，或只屬於私人之間（提供商品或服務的一方非為經營者）的交易，僅受到《民法典》及《商法典》的保障，相關人士就須循相關的維權途徑，例如以民事訴訟方式來解決或追討與對方發生的爭議或受到的損害。

以下用“一圖看懂”的方式讓消費者的定義有簡明的瞭解，如有問題，歡迎向本會查詢。 

