

Xiaofeizhe Zhiqingquan Yanjiu

消费者知情权研究

从消费者权益保护的基础性权利——消费者知情权入手，进行全面深入、细致严谨的法学研究势在必行。消费者知情权的内涵是什么？它是什么性质的权利？中外法律如何对其进行保护？侵犯消费者知情权应当承担怎样的法律责任？除了经营者的信息披露义务，政府、社会组织应承担怎样的信息提供义务？怎样履行信息义务？我国消费者知情权制度如何完善？这是本书试图解决的问题。

法学
前沿
论丛

山东人民出版社

Shandong People's Publishing House

全国百佳图书出版单位 国家一级出版社

王宏 著

Wang Hong

导论

消费者知情权基本理论

消费者知情权的产生

消费者知情权的国外立法例

消费者知情权与相关权利的冲突与协调

经营者的信息义务

社会组织和政府的消费信息提供义务

我国消费者知情权法律保护之完善





消费者知情权研究

王宏 著

山东人民出版社

国家一级出版社 全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

消费者知情权研究/王宏著. — 济南: 山东人民出版社, 2015.12

ISBN 978-7-209-09442-9

I. ①消… II. ①王… III. ①消费者权益保护法—研究—中国 IV. ①D923.84

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第318292号

消费者知情权研究

王宏 著

主管部门 山东出版传媒股份有限公司
出版发行 山东人民出版社
社 址 济南市胜利大街39号
邮 编 250001
电 话 总编室 (0531) 82098914
市场部 (0531) 82098027
网 址 <http://www.sd-book.com.cn>
印 装 日照市恒远印务有限公司
经 销 新华书店

规 格 16开 (169mm × 239mm)
印 张 22.5
字 数 360千字
版 次 2015年12月第1版
印 次 2015年12月第1次
ISBN 978-7-209-09442-9
定 价 48.00元

如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换。

目 录

导论	(1)
一、消费者知情权研究的缘起和意义	(1)
二、消费者知情权的研究状况	(4)
三、本书的研究思路、方法、创新点和不足	(7)
四、本书的研究框架和主要内容	(8)
第一章 消费者知情权基本理论	(11)
第一节 消费者知情权的本质	(11)
第二节 消费者知情权法律关系	(22)
第三节 消费者知情权与消费者保护	(42)
第二章 消费者知情权的产生	(52)
第一节 消费者知情权产生的经济根源	(52)
第二节 消费者知情权产生的政治基础	(61)
第三节 消费者知情权产生的法律基础	(68)
第三章 消费者知情权的国外立法例	(91)
第一节 大陆法系国家和地区	(91)
第二节 英美法系国家	(120)
第三节 欧美国家和地区消费者知情权制度比较	(137)
第四章 消费者知情权与相关权利的冲突与协调	(145)
第一节 权利冲突的一般理论	(145)

第二节 消费者知情权与经营者权利	(150)
第三节 消费者知情权与国家秘密	(159)
第五章 经营者的信息义务	(164)
第一节 经营者及其信息义务的法理分析	(164)
第二节 经营者信息义务的范围和要求	(174)
第三节 经营者违反信息义务的法律責任	(189)
第四节 消费者的信息义务	(195)
第六章 社会组织和政府的消费信息提供义务	(200)
第一节 社会组织的消费信息提供义务	(201)
第二节 政府的消费信息提供义务	(237)
第七章 我国消费者知情权法律保护之完善	(292)
第一节 完善我国消费者知情权制度的必要性	(292)
第二节 我国消费者知情权实体法律制度的完善	(310)
第三节 我国消费者知情权程序法律制度的完善	(327)
结语	(335)
参考文献	(337)
后记	(353)

导 论

一、消费者知情权研究的缘起和意义

(一) 消费者知情权研究的缘起

现象一：几十年来，国内外严重侵害消费者知情权、消费者生命安全的事件不断出现。比如，国内众所周知的苏丹红事件、三鹿奶粉事件等。苏丹红致癌并不是新闻，但是在将其列为食品禁用物的十几年后，苏丹红居然仍大量地存在于消费者的食品中，而消费者却毫不知情。时隔几年后的 2008 年又爆发了更为严重的三鹿奶粉事件，致使多名婴儿死亡、无数婴幼儿患肾结石病。国外类似的事件也早已发生，20 世纪 90 年代发生在整个欧洲的“疯牛病”（BSE）丑闻就是典型的事例。英国 1984 年爆发了严重污染牛肉的“BSE”病毒，该病毒由英国扩展到其他国家，必要的措施不仅在国家的层面、甚至在欧盟层面都一再被拖延。在整个过程中，由于种种原因，欧盟各国都或多或少地存在隐瞒事实真相、侵害消费者知情权的做法。

现象二：随着市场经济的发展，我国经济生活中出现了下列严重现象：经营者为争得市场，发布大量虚伪、夸大不实及错误的广告；不良厂商标识不全、鱼目混珠、扩大宣传现象严重；格式合同印刷字体微小，条款晦涩难懂……虚假、引人误解的信息使得消费者处于“不知所措”的状态，影响了消费者的正确选择，消费者知情权遭受经营者侵害的案件日渐增多，“不当信息案”、“信息误导案”的投诉已不胜枚举。

现象三：2004 年中国农业银行、中国工商银行、中国建设银行等国有银行单方面决定对银行卡开收 10 元钱的年费，而当初消费者办卡的时候并没有获得相关告知，这项措施激起了消费者的强烈反响。对北京、广州、上海三地部分消费者进行的一项调查显示：在认为银行卡收费不合理的被访者中，

43.5%的人表示银行的做法是对消费者知情权的不尊重,其中认为银行卡收费使顾客“知情权未得到充分尊重”的北京人达到了64.8%。^①

现象四:2006年甘肃省消费者协会进行了一项针对兰州市区八大公共服务行业的大型消费调查。调查结果显示,消费者反映最突出的问题是知情权问题,强烈期待公共服务行业进行“明白”服务,有超过55%的消费者对供水、供气、供电行业的商品价格构成不了解,83%的消费者对饮用水的质量标准不了解,55%的消费者是在不明不白或不完全明白的情况下购买了保险。^②

现象五:2006年“315消费者权益保护日”前夕,全国妇联权益部、中国妇女杂志社和华坤女性消费指导中心联合开展了一项女性消费者知情权问卷调查。该项活动在北京、上海、广州、长沙、西安5个城市展开,调查的对象是20岁至65岁有购买力并经常消费的城市女性。结果显示,女性强烈渴望拥有知情权,53.6%的女性认为自己作为消费者,没有享有对产品和服务的足够知情权。女性消费者知情权的缺乏主要体现在:有关产品缺陷的真实信息经常被隐瞒,价格不透明,得不到完整的信息等方面。女性消费者认为信息最不透明的行业医疗居第一位,其次是保健品,排在第三位的是房地产,排在第四和第五位的分别是化妆品和教育。调查结果还显示,女性最痛恨的损害消费者知情权的行为依次是:只宣传好的一面,对缺陷和不安全性避而不谈、隐瞒产品的一些真实信息、利用广告夸大效果、制造消费者难以理解的概念和虚假的有奖销售。关于对消费者知情权本身的了解,调查显示尽管80.3%的女性知道消费者对产品享有知情权,但对知情权具体包括哪些内容却不太清楚,大多数女性对知情权的了解都停留在“生产日期”和“售后服务”上,能完整回答知情权内容的女性少之又少。

以上事实表明,在消费者知情权提出半个多世纪后的当今社会,消费者仍然是信息的弱势群体,大量侵害消费者权利的案件和现象困扰着人们的日常生活,消费者主权仍然只是停留在应然层面的社会理想,消费维权正面临着新时期新问题的严重挑战和现实压力,消费者权益保护工作任重而道远。

① 佚名:《银行卡收费京沪穗三地调查:有多少卡还能留下?》,来源: <http://www.ln.xinhuanet.com>.

② 朱国亮:《甘肃消协调查显示:消费者期待公共服务行业明白服务》,载《人民法院报》2006年5月11日第2版。

从消费者权益保护的基础性权利——消费者知情权入手，进行全面深入、细致严谨的法学研究势在必行。消费者知情权的内涵是什么？它是什么性质的权利？中外法律如何对其进行保护？侵犯消费者知情权应当承担怎样的法律责任？除了经营者的信息披露义务，政府、社会组织应承担怎样的信息提供义务？怎样履行信息义务？我国消费者知情权制度如何完善？这是本书试图解决的问题。

（二）消费者知情权研究的意义

1. 实践价值。法学如果能够构成一门科学的话，它是一门在严格意义上的应用性科学。毕竟，它最终不是为了自己，而是为了生活在社会中的人而服务的。研究消费者知情权的实践意义首先在于，探讨消费者知情权实现的多元机制，以解决我国市场经济建设中消费者知情权受侵害的问题，提高消费者通过行使知情权保护自己权益的能力。其次，消费者知情权对于市场经济的重要价值决定了对其进行研究的实践价值。市场经济是一种由众多经营者和消费者在商品和服务市场上相互交易、通过他们的分散决策进行资源配置的经济体制形式。决策的条件之一是信息的流动和掌握，而只要我们所致力于的是一个以自由经济为主导的经济体系，那么大量的资源分配就必将通过许许多多的个人经济决策来付诸实现。因此，在一定意义上，就这些决策主体而言，他们是否明知、博识就成为一个社会公共利益问题。因此，消费者知情权作为消费者进行市场决策的首要因素，是市场经济体制运转和发展的必然要求。再次，随着中国经济融入世界经济，伴随着信息社会、知识经济时代的到来和深入，消费者知情权的研究和完善不仅有利于我国消费者权益能够在国际上获得保护，而且也能够更好地保护外国消费者在国内外的合法权益，加速中国融入世界经济的进程。

2. 理论价值。消费者权利提出的时间仅有半个多世纪，但是它对各国乃至国际经济、政治和法律秩序都形成了很大的冲击，消费者法日益引起法律学者、社会学者的重视。但是消费者权利目前仍然是一个笼统的指称和概念，其基本理论的研究还十分有限，目前国内外还没有针对消费者知情权进行专门研究的较深入成果问世，因此，以此为题进行研究是具有理论意义的。在消费者基本理论研究层面，消费者知情权是消费者运动的发端，是整个消费者保护问题的起点，研究消费者知情权的基本理论问题以及实现机制对深化整个消费者权利的研究，进而深化消费者权益保护法的基本理论具有重要的

基础性理论意义。在经济法规制与自由理论的关系研究层面,作为一项典型的具体经济法权利,消费者知情权体现了市场、社会组织和政府的关系,特别在消费者知情权实现机制中,这些主体的信息义务是什么?怎样实现?它们之间存在怎样的关系?等等,这些都是应当研究的问题。探讨这一具体权利,有利于从微观的角度认识规制与自由的关系,从而丰富经济法基本理论。在消费者保护与其他因素的关系研究层面,消费者知情权产生的经济根源是信息不对称,政治根源是民主政治和知情权,法律渊源是民法上的诚实信用以及相关制度,消费者知情权根植于经济学原理、衍生于民主政治、超越于民法制度,研究消费者知情权对认识经济学与法学的关系、法律与政治的关系、民法与经济法的关系具有重要的理论意义。

二、消费者知情权的研究状况

消费者知情权于1962年由美国总统肯尼迪最先提出,此后在各国消费者保护法中得到确立。但是,从国内外的研究状况看,其理论研究却有显滞后。就笔者目前掌握的资料来看,国内外还没有专门、系统的研究成果问世,大多数研究只是在研究消费者保护法或消费者权利时,简单地、间接地涉及到消费者知情权。

目前对消费者知情权进行的相关研究主要分布在四个领域:经济法学领域;民商法领域;宪法、行政法学领域以及经济学领域。

在我国经济法学领域,众多的经济法学教材无一例外地将消费者保护法归为经济法律体系,与反垄断、反不正当竞争法并列作为“市场规制法”的重要组成部分,其中大多数成果论及到了消费者权利问题。比如,史际春主编的《经济法教学参考书》(中国人民大学出版社2002年版);潘静成、刘文华主编的《中国经济法教程》(中国人民大学出版社1999年版);杨紫烜主编的《经济法》(北京大学、高等教育出版社1999年版)等。他们认为,消费者权利是一种基本人权,是生存权的重要组成部分,国家在实现消费者权利方面负有责任。同时认为,在现代社会,政府经济职权的运行以维护社会公平为己任,体现政府干预的经济法通过有关消费者保护方面的法律法规促进社会正义。谢次昌的《消费者保护法通论》(中国法制出版社1994年版)、李昌麒、许明月的《消费者保护法》(法律出版社1997年版)介绍了关于我国消费者保护的基本问题、存在的争议以及我国消费者法研究的整体状况,明

明确提出国家在实现消费者知情权方面的责任问题：“国家及消费者保护组织应对此进行监督，通过检查、受理投诉等方式督促经营者披露有关信息，保证消费者的知悉权不受侵犯。”钟瑞华博士的《论消费者权利的性质》（《法大评论》第4卷，中国政法大学出版社2005年版）一文对消费者权利的性质问题做了系统论述，深化了经济法学者观点，间或论及到了消费者知情权的性质和实现途径问题。应飞虎教授在《经济法论坛》第1卷的《经营者信息披露制度研究》一文中提出，经营者信息披露是强制的说明义务，不同于合同法上的说明义务，该制度是公权对私权进行限制的体现。李友根教授于2008年发表《经济法权利的生长——以知情权为例》一文，细致严谨地阐明了消费者知情权的法律产生机理。此外，近些年来，专门以消费者知情权为题的经济法学方面的硕士论文有多篇，但是内容和观点上基本大同小异，没有超越以上学者的研究高度。正如有学者所概括的：经济法学界对消费者保护问题的研究，在教材中多以经济法次级部门法的形式出现，少有的消费者法专著对消费者知情权只是草草带过，偶尔涉及消费者知情权的性质、重要性和多元信息义务主体等问题。

在民商法领域，主要研究者有中国社会科学院的梁慧星、刘俊海教授，中国人民大学的王利明教授等。梁慧星教授是我国最早关注消费者权利的学者之一，早在1991年就著有《消费者运动与消费者权利》一文，对消费者权利的性质有精辟论述，他认为消费者权利与传统民法上的权利在性质上是不同的，消费者权利以经营者和消费者的不平等关系为背景，强调消费者权利的目的在于对消费者的弱者地位予以补救。王利明、刘俊海教授对消费者概念、《消费者权益保护法》原第49条（惩罚性赔偿规定）的适用问题、“患者是否为消费者”等有关消费者保护问题非常关注，他们的相关观点和论述深化了消费者问题的研究。他们认为：消费者权利是特别的民事权利，其与现代民法精神相契合，属于现代民法范畴的一项基本权利。另外，一些年轻民商法学者也探讨了消费者知情权的相关问题，对消费者知情权的行使范围、法律保障、法律责任等做了研究。比较突出的成果有：许凌燕博士于2002年在《工商行政管理》杂志上分三篇连载的《消费者信息权的民商法保护》一文，论证了侵权法保护消费者信息权的新观点。张严方博士2003年出版的《消费者保护法研究》一书中有近一万字介绍了消费者知情权，并对消费者知情权对于中国消费者保护的意义做了论述；牟宪魁博士2004年在《民商法论

丛》第31卷发表《民法上的说明义务之研究》一文，对民法上经营者的说明义务的发生发展和各国保护模式进行了介绍和论证，此成果可以视为是关于消费者知情权产生与实现方面的民法研究集成。由于消费者知情权与民法上的相关制度在发展上有承继关系，因此，民商法学者研究成果的“民法色彩”十分浓厚——他们将消费者问题和权利均置于民法传统范围之内。

在宪法、行政法领域，相关研究主要从以下两个角度展开：一是从人权角度论及消费者权利，由此间接论及到了消费者知情权的人权性质；二是“政府信息公开”、公民“知情权”的研究间接涉及到消费者知情权。这部分研究主要围绕我国制定“政府信息公开”条例展开，包括介绍、借鉴美国、日本等发达国家的政府信息公开制度等内容，其中，很多学者将消费者知情权视为公民知情权的一种。这方面的研究成果对本书提供了一个宏观的历史背景和宪政视角，本书也对政府信息公开、民主政治和消费者知情权的关系做了一些探讨。

在经济学领域，国外的契约经济学、信息经济学等研究成果为消费者知情权的研究提供了一定的经济学理论基础。信息经济学是研究信息是如何作用并影响经济行为和企业管理的一门科学。^①其中，完全信息、不完全信息及非对称信息构成了信息经济学基础理论的重要范畴，诸如“不完全信息理论”、“信息不对称”、“逆向选择理论”与“道德风险”是阐释消费者知情权产生的经济学理论根据。后来发展的现代信息经济学的最新成果——“信息成本和信息影响交易的复杂性”观点更为解释和认识消费者知情权提供了新的视角。

发达国家以及台湾地区在消费者法整体研究方面比国内先进，有数量较多的专著和论文，形成了独立性很强的消费者法基础理论研究成果，比较注重基础理论的挖掘以及各个具体制度之间的逻辑机构和体系，并且积极回应经济技术发展和社会变迁（例如，对电子商务和信息社会的回应等）。但较为遗憾的是，笔者拜托多名学者在美国、日本等消费者保护做得最好的国家进行资料搜集，却没有发现关于对消费者知情权的专门性研究成果，即使有零星的研究成果，也是或者从消费者权益保护法的总体研究角度进行的，或者从民法上的说明义务研究角度进行的，或者是专门针对某一商品的知情权进

^① 信息经济学一词源于1959年马尔萨克的《信息经济学评论》，美国经济学家G·斯蒂格勒、K·阿罗（均为诺贝尔经济学奖获得者）等人做了进一步的发展和描述。

行的研究。当然,不能否认的是,国外以及台湾地区消费者知情权的立法方面较为发达,相关研究也较为先进,对本书的写作具有重要的参考意义。

综观以上既有的研究,仍存在以下问题:

第一,研究内容上,对消费者知情权缺乏系统的专门研究,只是笼统地研究消费者或者消费者法问题,使得消费者知情权的研究比较简单和肤浅,没有凸显出消费者知情权的基础性权利价值。

第二,研究方法上,研究视角存在间接化的局限,没有直接关于消费者知情权的正面研究。在法学研究领域内,由于法学学科之间的割裂性,学者研究的相关成果比较分散,局限在民法学科之内或者经济法学科之内,欠缺以解决问题为目标的综合性、跨学科研究。

基于以上的认识和判断,本书的写作目的为:基于消费者知情权本身的理论和实践问题,系统研究相关问题,在能力范围之内对消费者某些具体问题进行探讨,为将消费者知情权从纸上权利转化为现实中权利贡献微薄之力。

三、本书的研究思路、方法、创新点和不足

(一) 本书的研究思路

从消费者的基本问题入手,探讨其性质、产生,与相关权利的关系、国外立法例以及实现消费者知情权的机制等问题。在界定基本概念、性质后,对消费者知情权的产生发展、与相关权利的关系、国外立法例、如何经由经营者、社会组织、政府履行信息提供义务得以实现等问题做了探讨,在此基础上提出了完善我国消费者知情权制度的建议。

(二) 本书的研究方法

第一,进行跨学科研究,本书跨经济学和法学等多个学科,法学内部又跨民法学、经济法学和行政法学科,不仅运用了法学的规范分析方法,还运用了经济学理论和方法;第二,运用比较研究方法,如,消费者知情权与其他权利的比较、国内与国外消费者知情权立法和实践的比较与分析等;第三,运用个案分析方法。由于消费者知情权涉及的具体制度、行为类型很多,难以一一探讨,因此,笔者在某些地方采取了个案研究的方法,例如论证社会中介信息提供义务以认证机构的信息提供义务为例,论证政府信息规制以政府广告规制为例;第四,运用现实主义研究方法,本书采用了较多来源于现实的案例和资料,凸显了消费者知情权的现实状况和社会基础。

（三）本书的创新点

1. 将消费者知情权这一法定的具体权利作为研究对象，这在我国学术专著层面属于首创；

2. 全面系统地论证消费者知情权的基本问题，包括性质、价值、地位、与其他权利的关系以及实现机制等。特别对消费者知情权的产生问题做了较全面的论证，从经济根源、政治原因和法律基础等角度做了全面考察。特别是从古代民法、近代民法到现代民法的变迁方面，阐明了民法对消费者知情权保护作用的局限和消费者知情权作为经济法权利产生的必然性，深化了消费者知情权实现机制的研究。本书突破了传统的消费者知情权仅限于民法保护机制的研究观点，将消费者知情权放入一个宏大的考察视野中，认为消费者知情权是一项基本人权，对应消费者知情权的信息义务应当由多个主体承担。其中经营者的强制信息披露义务居于核心地位；消费者组织的信息提供义务应当强化，提高信息的公信力；社会中介的信息提供义务应通过强化民事责任而得以提升；行业协会在维护经营者利益的目的之外，对消费者知情权也负有一定义务；政府的信息提供义务尽管在一定时期内居于补充地位，但随着政府信息公开制度的发展，对消费者知情权的实现作用越来越重要。在这里，将消费者知情权与政府信息公开制度直接联系在一起，为本书的一项创新。

3. 从立法模式到权利内容，再到具体制度，从各个角度对完善我国消费者知情权提出了系统而具体的建设性意见。

（四）本书的不足之处

第一，消费者知情权作为一项新兴的消费者权利，其保护制度不仅包括合同法、侵权法、实体法及程序法等差异较大的规范群，而且横跨民法、经济法以及行政法等不同的法律部门，并且与法经济学、信息经济学等领域紧密相关，又深受经济全球化和社会信息化的冲击和影响，其涉及的范围不可谓不广，所涉及的规范不可谓不杂。因此在写作中时时感觉自己把握和控制的力量比较弱小，把握的分寸有时可能不恰当。

第二，由于直接的研究成果较少，研究资料比较缺乏，限制了笔者对某些问题研究的深度，有些研究也只能限于理论推理。

四、本书的研究框架和主要内容

本著作由导论和正文七章构成。

导论主要介绍选题的缘起和研究意义,本论题的研究状况和研究思路、方法及创新点与不足。

第一章 消费者知情权基本理论(本体论)。解决消费者知情权的概念界定、性质属性和价值等基本问题,说明消费者知情权对于消费者权益保护的意义。

第二章 消费者知情权的产生(产生论)。用经济学信息不对称理论解释消费者知情权产生的经济根源;从法理学民主政治知情权的研究视角说明消费者知情权产生的民主政治根源;从民法、合同法的发展和演变过程阐明消费者知情权产生的法律基础。从而得出结论,消费者知情权是经济、政治、法律发展到一定程度的产物,是一种经济法权利。

第三章 消费者知情权的国外立法例(国外借鉴论)。以大陆法系的德国、法国、日本和英美法系的美国、英国、澳大利亚等国的消费者知情权为介绍对象,从民法、广告法、标识法等法律法规的立法模式、保护内容和实现机制等方面做了介绍,阐明了各国保护消费者知情权的制度规律和发展趋势。

第四章 消费者知情权与相关权利的冲突与协调(关系论)。采取对比和关联的研究视角,论证了消费者知情权与经营者商业秘密权、经营自由权、商业言论权的冲突与协调原则;阐明了消费者知情权与国家秘密权的关系与张弛程度的变化规律,说明了消费者知情权的外部行使范围和边界。

第五章 经营者的信息义务(实现论一)。经营者信息义务是消费者知情权实现的最核心机制,本章结合新近各国关于经营者信息义务的学说,考察了经营者信息义务的前提和影响因素,同时,探讨了经营者虚假说明或不予说明信息应当承担的法律责任。

第六章 社会组织和政府的消费信息提供义务(实现论二)。作为社会组织的消费者组织、行业协会和社会中介均有义务向消费者提供真实、重要、适当、及时的信息。消费者组织的独立性和公益性是提供客观消费信息的前提,完善其独立的信息功能是实现消费者知情权之必需;行业协会由于自己的信息优势和所承担社会责任的要求,也对消费者负有一定的信息提供义务;社会中介的信息功能十分重要,认证机构的认证标识是消费者知情权实现的重要而简捷的途径。在我国,完善中介认证机构的民事责任以遏制虚假认证行为,尤其紧迫。政府具有收集和公布信息的权威优势,通过信息规制和直

接信息发布两种机制向消费者提供信息。随着政府信息公开时代的到来和发展,政府信息在消费者知情权实现中发挥着越来越重要的作用。社会组织承担了政府的部分公共事务服务职能,社会组织的消费信息提供义务是政府消费信息提供义务的延伸,政府应依法为社会组织信息提供义务的适当履行进行规制并提供良好的环境支持。

第七章 我国消费者知情权法律保护之完善(完善论)。要进一步完善市场机制,树立消费者利益为社会发展终极目标的理念,增强消费者权利意识,深化消费者知情权理论研究。在具体制度建构上,完善消费者知情权的概念界定,加强特别法对具体消费者知情权内容的规定,形成概括式加列举式的立法体例;构建多元化信息义务主体体系,确立政府规制和市场自律相结合的实现机制;完善广告法、标识法、侵权法、合同法、法律责任等相关制度,设立和完善消费仲裁、小额诉讼和消费公益诉讼制度。

第一章 消费者知情权基本理论

消费者知情权作为一项崭新的权利，其本质是什么？具有什么权能？有什么价值？对解决消费者问题、保护消费者利益的意义何在？这是本选题研究的意义所在，也是研究的起点。

第一节 消费者知情权的本质

一、消费者知情权的基本含义

（一）知情权

一般认为，消费者知情权属于知情权的一种。

知情权一词源于英文“The Right to Know”，在台湾、澳门地区称为“资讯权”，我国学者对知情权的称谓有“知悉权或了解权”、^①“得知权”、^②“获取信息权”、^③“知晓权”、“情报权”等。其基本含义为，一个人有权知道他应知道的东西，它是指自然人、法人和其他组织享有的知悉和获取信息的权利。

在学理上，通常可以将知情权划分为狭义知情权和广义知情权。狭义知情权是指公民知悉、获取行政信息的自由和权利，这主要体现在公法领域，又称为“知政权”，它是公民享有的一项基本权利。公民享有知晓、参与、监督等权利，是一个国家民主、法治的体现，是最终实现个人自由的途径和保

① 参见谢鹏程：《公民的基本权利》，中国社会科学出版社1999年版，第261-266页。

② 参见赵志群：《得知权理念及其在中国的初步实现》，载《中国法学》2001年第3期。

③ 张守文：《经济法理论的重构》，人民出版社2004年版，第162页。

障。瑞典于1766年颁布的《出版自由法》中关于公民知情权的规定为：“为了进一步自由交换意见和启迪公众，每一瑞典国民均可按下文所规定的方式自由地接触官方文件”，“官方文件是指由国家机关或市政府机关保存的任何文件”。在美国，根据情报公开法的要求，政府在《联邦登记》上须公开政府的规范性文件，公民既可以直接从该报纸上获得自己想知道的官方信息，也可以从电台、网站等其他媒介间接获得有关信息。我国2007年4月5日公布的《政府信息公开条例》（以下简称《条例》）第6条规定：行政机关应当及时、准确地公开政府信息。行政机关发现影响或者可能影响社会稳定、扰乱社会管理秩序的虚假或者不完整信息，应当在其职责范围内发布准确的政府信息予以澄清。与狭义知情权不同，广义知情权的范围涉及政治、经济、社会、文化、教育等各个领域和各个法律部门，一般是指公民知悉、获取信息的自由和权利，这里的信息包括官方和非官方的信息。可见，广义知情权既包括对国家机关的知情权利和自由，也包括对其他公民、法人和非法人组织的知情权利和自由，既包括宪法规定的基本权利，也包括法律规定的具体权利或附带权利。依据其内容，广义的知情权分为：其一，知政权，是指公民、法人及其他组织依法享有的知悉国家机关及其工作人员的活动及背景资料，了解国家所颁布的法律、法规和政策的权利；其二，社会知情权，是指公民依法有权知道其所感兴趣的各种社会现象和商业信息的权利；其三，个人信息知情权，是指公民有权了解各种涉及本人的有关信息或法人及其他组织有权了解其内部工作人员和即将成为其内部工作人员的人的有关信息的权利。

按照以上分类方法，消费者知情权显然属于社会知情权的范畴。但是，由于政府信息对社会知情权的实现越来越重要，消费者知情权与狭义知情权（对应政府信息公开）的关系密不可分，消费者知情权的知情范围也越来越大，笔者认为，消费者知情权是跨社会知情权和知政权的知情权范畴，也与个人信息知情权存在交叉关系。

（二）消费者知情权

1962年，在美国消费者运动的推动下，肯尼迪总统首次提出了消费者的四项权利，其中消费者知情权是指消费者“有权获得正确的商品资料”，当时被称为“受告知权（the right to be informed）”，其内容是“对于欺诈、暧昧、夸大不实的广告或商标、说明书为虚伪的陈述的，消费者有权要求调查及明