

商学前沿学术文库

# 论国际贸易中消费者 权益的法律保护

Legal Studies on Consumer Rights  
Protection in International Trade

刘宝成 著

中国财政经济出版社

本书得到

北京市教委共建项目资助

对外经济贸易大学国际商学院学术资助

“商学前沿学术文库”编委会

主 编：徐子健

副主编：张新民

编委会（按姓氏笔画为序）：

马春光 叶陈钢 汤谷良 余恕莲

林汉川 张新民 张建平 范黎波

徐子健 贾怀勤

# 聚焦学科发展 提升研究能力

## （总序）

最近几年，中国大学之道与中国大学改革是高等教育界和社会舆论的热点话题，大学战略的意义被迅速抬高。什么是大学战略？这是一个富有挑战性的问题。乔治·凯勒（Keller，1983）在其著名的 *Academic Strategy* 一书中首先批判了一些不尽完整或准确的观点，提出大学战略的“十不准则”：大学的战略规划不是一个详细的蓝图，不是一系列的陈词滥调，不是校长或理事会的个人观点，不是校内各个系所的集合，不是计划者制定战略决策，不是一些重要数据的替代物，不是一种向市场状况或趋势屈服的形式，不是每年分开来制定，不是一种消除风险的方式，不是一种加强未来不确定性的尝试。

其实凯勒先生并没有明确界定大学战略的内涵和实践原则，他所描述的是“大学战略的制定与实践需要反复尝试、需要历史积淀、需要团队承诺”。同时，他还特别指出，一所大学的资源即便再丰富，也总是无法满足所有目标的需要，因此大学必须在考虑内部因素及外部影响的基础上，根据自身的能力确定自己的优先目标。

什么是优先指标？其实，大学最先的功能是知识传承，培养专门人才。到了19世纪末，大学发展知识和科学研究的功能开始受到关注。二战以后，大学社会服务功能被社会广泛期待与认可。

实践表明，优秀大学的优先指标（或至少是与人才培养同等重要的指标）是科学研究，即所谓的“研究型大学”。从美国对研究型大学分类标准的不断变化中可以看出，研究型大学是一个发展的概念。一般认为，研究型大学是以创新性知识的生产、传播和应用为中心，以产出高水平的

研究成果和培养高层次精英人才为目标，在社会发展、经济建设、科技进步和文化繁荣中发挥重要作用的大学。

研究型大学的发展，有几个问题需要反复论证和求解。

第一，大学的科学研究需要科学规划，需要持续平衡基础研究与应用研究的关系。基础研究与应用研究很难说谁比谁更重要，这是一个连续体的不同步骤。基础研究是应用导向研究的基础，两者是互动的关系，谷歌（Google）的成功就是最好的例子。当应用研究发展到一定阶段时，更需要强化基础研究，否则应用研究便失去了更高的起点。

第二，关于科学研究的评价机制问题，最好的方式是同行评价，由同行来认定他们是否在行业内做出了贡献，贡献有多大，而不是由位高者决定。同时索引次数、转载和收录也是一个主要指标。如果你发表的文章能够被广泛收录或转载引用，这说明你的研究得到了同行的重视，并且成为同行研究的主要参考；反之，你的研究成果有可能只能让你自我陶醉和自我欣赏。

第三，大学的科学研究现在面临的一个最大挑战是如何吸引顶尖人才。其实，这也是全球性的问题，顶级的学者，向来都缺少，即使全球最好的高校，最缺乏的仍然是优秀的教师资源。如何引进和使用人才？蔡元培先生早年提倡的“兼容并包，思想自由”非常具有历史和现实意义，这种理念为他的教师聘任制改革奠定了思想基础。据此，他采用“凡不论”的原则，包括：（1）不论派别；（2）不论年龄；（3）不论学历；（4）不论政见。需要指出的是，蔡元培先生提倡的“兼容并包”隐含的第一层含义是：在学术上，得有许多你瞧不上的、你反感的、你绝不赞同的元素存在，这样才符合逻辑。如果触目所及，全让你心旷神怡，飘飘欲仙，那必然是一个以你的单一喜好为标准的小圈子。第二层含义是：学术路线并不是无原则的折衷主义，需要坚持传承与创新，不能因循守旧。

第四，大学需要积极建设一种严肃、严谨、一丝不苟的学术氛围。现在许多大学存在一个致命的缺陷，即学术不严肃气息。科学研究不仅是“令事情发生”，还需要“探究事情发生的逻辑和效应”。因此不仅需要知道什么事情在发生、需要看事情发生的过程，而且还需要探究事情发生的原因，考证事情发生的结果。科学研究是复杂而艰苦的创造性劳动，需要锲而不舍，需要忍耐寂寞，需要一种韧性。要获得持续的创造力和学术发展的原动力，必须战胜自己的悲情心理，必须战胜自己的私欲，必须战胜

个人主义，必须战胜自以为是聪明。

前不久，国家颁布了哲学社会科学研究“十一五”（2006～2010）规划，召开了全国高校哲学社会科学科研工作会议，提出了“立足创新，大力提高哲学社会科学研究质量”的主题。随着知识经济社会的发展，国家创新战略的推进，如何适应我国建设小康社会，适应世界经济、政治、文化格局的新形势，拓展国际视野，强化创新理念，树立精品意识，着力提升高校人文社会科学的水平与质量，为我国的现代化建设提供更强大的智力支持、人才保障和精神动力，已成为我国高校的一项重要历史使命。

大学作为国家的“思想库”，肩负着发展人文社会科学的历史重任，而大学的商学院肩负着推进经济与管理学科发展的重任。因此，商学院的教师应该有强烈的社会责任感，“铁肩担道义”，走出象牙塔，更多地关注社会现实，直面我国经济改革与发展中存在的重大理论与实践问题，立足国家目标确定研究方向，深入社会，深入实践，以忧患意识开展调查与研究工作，以强烈的社会责任感向社会推广、宣介研究成果，摒弃仅为个人名利而研究的意识，着力推出改革开放、社会主义市场经济及现代化建设实践需要的理论成果。

“精品”是一个国家人文社会科学繁荣的重要表征之一，是促进国家经济建设、社会发展的根本动力。高校经济与管理研究人员应坚持科学发展观，严谨学风，以研究质量为核心，坚守精品意识；挖掘新材料，推出新理论、新观点、新方法，创建具有中国特色社会科学理论体系，为我国的经济发展、人类的社会进步和文明发展贡献新知。

自然学科发展的融合趋势以及学科研究对象的复杂性要求人文社会科学研究方法的多元化。目前，国际上人文社会科学的各主要学科，尤其是管理学和经济学等，越来越多地采用自然科学方法，特别是采用数学、统计、实验、模拟与模型方法等，从而促进了人文社会科学学科建设的科学化，提高了人文社会科学研究成果的可证明性、可检验性、成果的可应用性与决策支持性。当代人类与社会现象和社会活动日益复杂，也要求人文社会科学研究方法更注重综合，更注重应用，更注重定性与定量的结合，采取实证考察、多参数信息处理、变量间的复杂选择和优化组合，以进行较为全面的论证和系统分析，最终制订出科学可行的实施方案。

但是，我们必须认识到，与自然科学台阶式的发展特点、研究过程的

可重复性、成果价值易评估的特点相比，人文社会科学具有历史性、研究过程不可重复性、成果价值难以量化等特点，因此，在人文社会科学研究中，我们不能机械地移植自然科学研究方法，简单地套用自然科学研究的思路，应妥善处理定量化的实证性研究与非量化的解释性研究之间的关系，在两者之间保持一定的张力；在引进、移植、借用方法时，应特别注意每种研究方法的适用范围与条件，不应无限制放大其功能，同时，应根据本土的特点，努力将其具体化、特殊化。

对外经济贸易大学国际商学院“商学前沿学术文库”的出版此次是第四批。前面三批主要涉及的领域包括跨国经营、财务报表分析、跨文化管理、国际营销、资本运营、拍卖理论与实务、国际合资等。第四批专著主要集中在组织理论、客户关系营销、企业绩效评价、消费者满意度、资本结构、品牌管理、消费者权益保护、会计国际化、VBM财务管理理论等领域。每一个领域的研究都较为系统，具有一定的前沿性和前瞻性。

我们将继续坚持和主张严肃的科学研究精神，争取在相关领域研究取得更大的进展。我们希望这些研究成果能够为学术界提供一定的理论支持和借鉴，还希望与国内外学术界建立密切的学术联系和合作关系，共同推动学术研究的进步与发展。

徐子健

2006年12月

# 目 录

|                        |        |
|------------------------|--------|
| 引言 .....               | ( 1 )  |
| 第一节 选题意义 .....         | ( 1 )  |
| 第二节 研究方法 .....         | ( 3 )  |
| 第三节 本书的创造性 .....       | ( 3 )  |
| 第一章 消费者权益概论 .....      | ( 6 )  |
| 第一节 消费者权益的基础 .....     | ( 6 )  |
| 第二节 消费主义运动 .....       | ( 10 ) |
| 第三节 国际消费者权益的内涵 .....   | ( 14 ) |
| 第四节 我国消费者权益保护的沿革 ..... | ( 17 ) |
| 第二章 消费者权益的侵害 .....     | ( 23 ) |
| 第一节 侵害消费者权益的形式 .....   | ( 23 ) |
| 第二节 产品责任的认定 .....      | ( 27 ) |
| 第三节 产品责任的类型 .....      | ( 30 ) |
| 第四节 加工贸易条件下的产品责任 ..... | ( 57 ) |
| 第三章 消费者权益责任的抗辩 .....   | ( 39 ) |
| 第一节 我国对待产品责任的例外 .....  | ( 39 ) |
| 第二节 固有风险 .....         | ( 41 ) |
| 第三节 产品创新 .....         | ( 43 ) |
| 第四节 使用者期望与变通的可能性 ..... | ( 45 ) |
| 第五节 免责条款 .....         | ( 46 ) |

|                                |         |
|--------------------------------|---------|
| 第四章 损害消费者权益的救济 .....           | ( 49 )  |
| 第一节 赔偿裁定的原则 .....              | ( 49 )  |
| 第二节 赔偿标准 .....                 | ( 51 )  |
| 第三节 禁制令 .....                  | ( 54 )  |
| 第四节 诉讼时效 .....                 | ( 56 )  |
| 第五节 举证责任 .....                 | ( 58 )  |
| 第六节 侵权争议的解决 .....              | ( 60 )  |
| 第七节 侵权责任的司法管辖 .....            | ( 68 )  |
| 第五章 消费者权益与技术性贸易壁垒 .....        | ( 70 )  |
| 第一节 技术性贸易壁垒 .....              | ( 70 )  |
| 第二节 世贸组织动植物卫生及检疫协定 .....       | ( 74 )  |
| 第三节 国际食品安全标准 .....             | ( 75 )  |
| 第四节 《服务贸易总协定》 .....            | ( 80 )  |
| 第五节 《产品责任法律适用公约》 .....         | ( 81 )  |
| 第六章 欧美有关消费者健康权的国际规则 .....      | ( 83 )  |
| 第一节 美国有关消费者健康与安全的法律体系 .....    | ( 83 )  |
| 第二节 欧盟有关消费者健康与安全的法律体系 .....    | ( 90 )  |
| 第三节 欧盟 REACH 法规与我国化工产品出口 ..... | ( 92 )  |
| 第四节 濒危物种国际公约与中药出口 .....        | ( 96 )  |
| 第七章 世贸组织规则在保护消费者健康权中的应用 .....  | ( 100 ) |
| 第一节 争端解决机制概述 .....             | ( 100 ) |
| 第二节 委内瑞拉诉美国歧视性标准案 .....        | ( 106 ) |
| 第三节 我国“涉世”案件 .....             | ( 110 ) |
| 第四节 争端解决机制的作用 .....            | ( 111 ) |
| 第八章 绿色产品质量管理规范 .....           | ( 113 ) |
| 第一节 系统质量管理的指导思想 .....          | ( 113 ) |
| 第二节 绿色产品的范畴 .....              | ( 117 ) |
| 第三节 国际绿色标志制度 .....             | ( 118 ) |

---

|      |                         |       |
|------|-------------------------|-------|
| 第四节  | 我国绿色标志规范 .....          | (120) |
| 第五节  | 我国绿色产品认证制度 .....        | (125) |
| 第六节  | HACCP 制度 .....          | (128) |
| 第七节  | 欧洲绿色税制度 .....           | (130) |
| 第八节  | 绿色包装规范 .....            | (131) |
|      |                         |       |
| 第九章  | 我国在国际贸易中保护消费权益的对策 ..... | (133) |
| 第一节  | 转变观念 .....              | (133) |
| 第二节  | 完善国内质量标准 .....          | (134) |
| 第三节  | 完善国内消费者权益保护体系 .....     | (136) |
| 第四节  | 加强双边磋商机制 .....          | (140) |
| 第五节  | 出口产品标准保障体系 .....        | (143) |
| 第六节  | 参与和影响国际标准的制定 .....      | (147) |
| 第七节  | 出口产品责任保险 .....          | (150) |
| 第八节  | 建立健全争端反应机制 .....        | (152) |
|      |                         |       |
| 第十章  | 结论 .....                | (155) |
|      |                         |       |
| 参考文献 | .....                   | (160) |
| 后记   | .....                   | (165) |

# 引 言

## 第一节 选题意义

经济全球化带给了消费者更多的选择和更廉价的商品与服务，但同时也也在立法、司法和执行领域把消费者权益保护问题提到了更重要的议事日程上。

经过前八个回合的世贸组织谈判，发达国家的平均关税率从 1948 年的 46% 下降到目前的 4% 左右，发展中国家的关税水平也降到 12% 左右，为国际贸易的发展大幅度地拆除了门槛性的壁垒。然而，各类非关税壁垒仍然制约着国际贸易的健康发展，而且大有甚嚣尘上之势，其中最为突出的就是以消费者权益、环境保护、人类及动植物健康及安全为由所设立的技术性贸易壁垒。

据我国商务部统计，加入世贸组织以来，我国有 2/3 的出口企业遭遇国外技术性贸易壁垒，有 2/5 的出口产品受到不同程度的影响，每年我国受技术贸易壁垒所造成的贸易损失达到 200 亿美元左右。

由于各国的历史文化传统不同，经济发展水平不同，法律制度不同，所以有关消费者权益的概念以及相应的保护措施存在很大的差异。随着国际贸易交往的日趋深入，围绕消费者健康与安全问题产生的法律纠纷愈演愈烈，有些属于产品质量问题，有些属于贸易做法问题，其中不乏正当而且合理的因素，而更普遍的情况是，许多国家利用维护消费者权益为幌子高筑贸易壁垒，实施贸易保护主义。我们注意到，西方国家采取的产品质量、健康、环境标准以及法定的操作规程对于发展中国家来说具有很强的模糊性和随意性，如美国的食物与药物进口规则、欧共体的三类指令等。

相比之下,我国相关的法规尚待完善,如《产品质量法》和《消费者保护法》在概念上的冲突。企业对这些问题的认识不足,如缺乏预警机制和行业协调。因此,我国的出口潜力受到了很大限制。

另一方面,随着我国进一步的对外开放,愈来愈多的外国商品涌入我国市场,因此对中国消费者权益构成侵害的案件会急剧增加。在中国发生的东芝笔记本电脑瑕疵案、三菱重工案、日本横滨轮胎、杜邦特富龙不粘锅案、雀巢咖啡转基因配料索赔案等均说明中国消费者维权意识正在逐步增强,但同时也暴露了三种致命的缺陷:一是中国消费者乃至法律工作者在处理涉外消费者权益案件的能力和技巧上仍然十分薄弱;二是民间、消费者权益组织以及行政部门的反应机制仍然十分缓慢;三是我国的相关法律体系需要进一步健全和完善。

从湖南烟花出口对个体消费者的侵权,到北大维信血脂康药品出口击败美国食品及药物管理局的诉讼,直至鸭梨对美加出口以及打火机对欧盟出口的政府间成功磋商,可以预见,随着我国国际贸易地位的不断上升以及国际交往的持续深入,随着贸易保护主义手段的隐形化,随着全球范围内消费主义运动的风起云涌,随着我国消费者权利意识的提高,在进口和出口两个方面,我国在国际贸易中所遇到的有关消费者权益的案件必将有增无减,而且案情会更加复杂多样。

深入研究消费者权益保护,特别是消费者的健康和安全问题,在主要贸易伙伴国家中的保护措施及其发展动态,将有助于全面认识其对我国出口贸易的影响,从而为我国立法部门、行政部门以及企业制定和完善法律法规以及经营战略提供有益的启示。与此同时,通过与发达国家有关法律法规进行对比分析,研究世贸组织的相关协定、规则与争端解决机制,可以发现我国立法领域存在的不足,进而提高对我国消费者权益保护的力度。

消费者权益保护是一个极其复杂的课题,它不仅涉及到文化、伦理、法律、国际营销、经营管理等多个领域,而且涉及国内法与国际法、私法与公法、实体法与程序法、行政法规与国际惯例等多元法律因素,因此在理论研究方面具有很强的挑战性。

## 第二节 研究方法

本书以消费者权益，特别是消费者的健康与安全保护问题为中心，运用了描述、规范、建模、对比、实证以及理论分析等方法。首先，运用了经济学的分析方法阐明了经营者与消费者之间相互依存又相互矛盾的对立统一关系；其次，对国际流行的消费主义思潮和运动进行了概括，并介绍了代表人物、激进组织的活动以及联合国《保护消费者准则》确立的八大原则；第三，建立了包括专门立法、交易立法、间接立法、国际公法以及国际惯例在内的多维法律体系模型；第四，围绕核心命题分门别类地阐述并分析了数十种案例；第五，对照了《美国食品及药物管理法》、世贸组织的《动植物及卫生检疫措施协定》、联合国粮农组织及世界卫生组织发起的食品法典委员会制定的《与食品检验及认证制度相关的卫生措施等效判断指南》、欧共体 EC 指令、以及我国的《产品质量法》、《食品卫生法》和《消费者权益保护法》，通过对比总结出我国立法和司法过程中成功的经验和切实有效的措施，并同时鉴别出亟需改进的具体环节和内容。

## 第三节 本书的创造性

遍查各类相关文献，涉及消费者权益保护的研究多数均集中于国际营销学、侵权法学或者在世贸组织规则框架内针对国际贸易壁垒的论述。三个领域的研究目的不同，适用规则不同，关心焦点不同，故而往往是彼此割裂的。鉴于消费者权益的复杂性，以之为中心，引入国际贸易视野，打破学科之间的壁垒，乃至突破私法和公法的界限，融入文化与伦理因素以阐明立法背景及嬗变的动因，开展综合性的跨学科研究，构成了本书选题的出发点和写作主线。

以消费者权益保护为核心，建立包括专门立法、交易立法、间接立法、国际公法以及国际惯例在内的多维法律体系，是本书的另一创新点。写作目的在于构建一个焦点集中而体系多元的全方位法律观，力图摆脱就

事论事型的单维视角。

力促转变观念，反对仇视与报复，强调自我提高，是本书的坚定立场。发展中国家与发达国家之间在贸易利益方面的冲突并没有在全球化的浪潮之下悄然消失，相反却在一定意义上增强了。但是，在两极世界中，政治法律体制、技术水平、质量标准，以及消费者的生活方式和价值取向，均存在巨大的差距，而不仅仅是差异。于是，本书特意回避了时下流行的“贸易壁垒”的提法，而且在提及该术语时总是给予明确的概念界定，主旨是启发发展中国家的立法者与经营者对这些差距和差异建立正确而客观的认识，与其对发达国家的高标准采取怨天尤人或敌视对抗的态度，倒不如着力于自我提高与完善，从法律体系到质量体系追求不断改进，以缩小差距，从根本上摒弃因法律空白或产品质量造成的尴尬。这一提法是有针对性的，目前的确在发展中国家存在一种普遍的倾向，即一旦遭遇发达国家更为严格的技术标准，便出现媒体鸣锣、企业叫屈、政府紧张的局面，不分青红皂白，一味地将发达国家更高的标准归咎于恶意，继而大肆抱怨或报复，结果往往不仅于事无补，而且会扩大事态，最终会造成国家或企业更大的被动。当然，本书决不是鼓吹投降主义或绥靖政策，相反，是倡导在自我完善的基础上建立和维持客观理性的态度，遵循正确的指导思想，掌握有力的法律武器，在遭遇不公正待遇时，随时做到有理有据，据理力争，准确反击。在全球上捍卫国家长期利益，在实质上维护国内消费者权益，是本书所提倡的最终目的。

本书试图摆脱“言必及希腊”的窠臼，故而在分析英国、美国、欧盟等国家和地区有关消费者保护法律构架的同时，始终以对照的形式阐述中国的立法思想、法律体制以及具体的贸易做法。从我国宏观层面的《十一·五规划纲要》、《民法通则》、《合同法》、《反不正当竞争法》，到更为具体的《产品质量法》、《食品卫生法》、《消费者权益保护法》，直至《关于鼓励和督促企业参加国外反倾销案例应诉的若干规定》等特别行政法规，始终注重结合中国的实际国情，因为唯其如此，才能从真正意义上提供指导价值。

全书通篇贯穿了各式各样的实际案例，试图以实证的方法在阐述命题的基础上提供实际的启发意义。在一般侵权法领域，引用了经典性的“超级耳朵”案、“内部规定”案、麦当劳烫伤案等几十个案例，以期说明普通法国家确立的先例判例原则。在对外贸易领域，引用了烟花对美出

口侵权案、北大维新生物科技公司血脂康出口状告美国联邦食品及药物管理局歧视性行政法规案、鸭梨对加拿大出口、紫菜对日本出口、打火机对欧盟出口过程中通过有效磋商打破贸易壁垒等案件；在进口领域，引用了“特富龙”不粘锅质量缺陷诉讼案、横滨汽车轮胎伤人案、东芝笔记本电脑双重赔偿标准案。作为世贸组织成员和贸易大国，我国在世贸组织框架之下运用争端解决机制处理贸易纠纷的案件必将增加。因此，在全面总结我国加入世贸组织以来所经历的四桩案件的同时，特别以委内瑞拉状告美国以保护本国公共健康和环境为名对进口石油采取歧视标准一案为特例，阐明世贸组织争端解决机制的运营特点和操作规程。

最后，本书结合国际法律和操作规范，提出了我国在国际贸易中处理消费者权益问题的八大对策，包括如何转变观念，完善国内质量标准体系，完善立法与司法体系，加强多边或双边磋商机制，建立出口产品保障体系，参与和影响国际标准的制定等具体的建议措施。

## 第一章 消费者权益概论

### 第一节 消费者权益的基础

#### 一、消费者权益的社会基础

在一个以交换为基础的经济体内，我们可以把经济的参与者简单地划分成经营者和消费者两大群体。前者提供产品和服务，从而获得报酬，在维持再生产的同时获取利润；后者支付报酬，从而获得产品和服务，在维持生存的同时提高生活水平和质量。在商品经济中，任何可被用于交换的价值物均可以被成为产品。之所以称其为价值物，是因为它能够满足购买者的需求。总体而言，产品的概念包括有形的实物和无形的服务。服务是指以为他人提供便利、信息、舒适及愉悦为主要内容的价值物，如培训、旅游、咨询、金融、保险等。尽管在概念上存在如此的分别，但在实际应用中，有形的实物和无形的服务往往是相互结合的。

经营者要将产品和服务传递给消费者，就需要参与产品和服务的设计、制造、销售、储存、运送以及售后服务等价值链环。根据经营环境和自身的资源状况，具体的经营者既可以经营从设计到零售的整个价值链环，也可以集中于个别的价值环节，如制造或销售，而将其他的价值环节委托给其他的经营者。无论是集设计、制造、销售于一身，还是集中于价值链环的个别环节，这些产品和服务的提供者可以统统被称作经营者。欧洲共同体理事会 1985 年通过的《关于缺陷产品责任的指令》对经营者作出了概括性的界定：（1）成品的制造者；（2）任何原材料的生产者；（3）零部件的制造者；（4）任何将其名称、商标或其他识别标志置于产品之上的人；（5）任何进口某种产品在共同体内销售、出租、租赁或在

共同体内以任何形式经销该产品的人；（6）如果不能确认谁是生产者，则该产品的供应者即被视为生产者，除非受损害的消费者在合理的时间内得到生产者已被查获的通知。

另一方面，产品和服务的购买者既可以是团体，也可以是个人和家庭，即使团体的购买者是为了生产的目的，但最终的产品和服务都要落实为个人和家庭的使用和消费。因此，使用和消费产品的一方可以被统称为消费者。根据英国《消费者保护法案》的定义，消费品是指一般供私人使用或消费的任何货品。<sup>①</sup>

在商品经济条件下，经营者与消费者是一对既相互依赖又彼此对立的矛盾统一体。经营者需要从消费者那里收回投资并赚取利润，因此需要满足消费者对产品使用价值的需要，也就意味着需要保证产品的质量和期望的用途；然而，由于经营者的趋利本性以及技术和经营管理能力的局限性，其产品以及服务有可能对消费者的人身和财产造成伤害。在这种情况下，无论是设计商、制造商、销售商，还是专门提供储运、安装等服务的经营者，也无论是出于疏忽还是故意，就变成了侵害消费者权益的主体。另外，从广义上讲，消费者权益也会因经营者的其他行为受到间接的伤害，比如制造商在生产过程中对空气和水源造成的污染。这样一来，一个经济体就呈现了以下的格局（见图 1 - 1）。

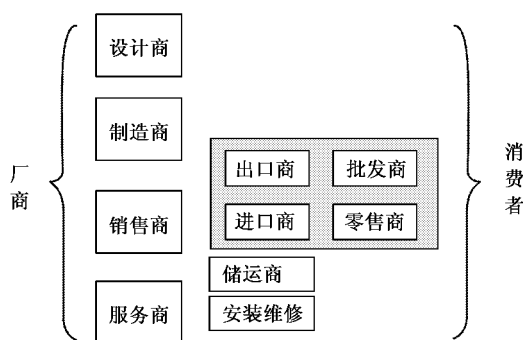


图 1 - 1 经营者的类型及其与消费者的关系

## 二、消费者权益保护的法律基础

消费者是为私人使用或消费而购买产品的自然人，包括个人和家庭。

<sup>①</sup> Consumer Protection Act, 1987, Part III, §10 (7). 此为试读, 需要完整版 PDF 请访问: [www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)