

消费者权益保护法 理论与实务

徐山平 刘 彤 著

吉林大学出版社

消费者权益保护法理论与实务

徐山平 著
刘 彤

吉林大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

消费者权益保护法理论与实务/徐山平,刘彤著. —长春:吉林大学出版社,2006.6

ISBN 7-5601-3457-2

I. 消... II. ①徐... ②刘... III. 消费者权益保护法—中国 IV. D923.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 063934 号

消费者权益保护法理论与实务

徐山平 刘 彤 著

责任编辑、责任校对:张显吉

装帧设计:水木时代(北京)图书中心

吉林大学出版社出版
(长春市明德路 421 号)

吉林大学出版社发行
安徽省蚌埠市广达印务有限公司印刷

开本:787×960 毫米 1/16

2006 年 6 月第 1 版

印张:15.75

2006 年 6 月第 1 次印刷

字数:277 千字

印数:1—2000 册

ISBN 7-5601-3457-2

定价:25.00 元

前 言

消费者权益保护法是一个新兴的法律部门。由于我国从 20 世纪 80 年代才开始研究消费者权益保护问题,1993 年才颁布了《消费者权益保护法》,而且这部法律至今未作修改,对现实生活中产生的许多新问题缺乏可操作性;加之我国社会主义市场经济正在逐步建立,尚不完善,因此,日常生活中侵犯消费者权益的事情时有发生。不论是理论研究,还是立法完善,在消费者权益保护方面都有许多亟待解决的问题。加强对消费者权益保护的理论研究,并将研究成果融入立法,普及消费者权益保护法律知识,至今仍是极有意义的事情。

由于多年从事消费者权益保护法的教学与研究,这部书可以说是我们多年授课的心得。为了在讲稿的基础上写成专著,我们又查阅了大量的资料,作了更深入细致的探讨。本书最大的特点是将消费者权益保护法理论与实务有机地结合在一起,既有详尽、深刻的理论阐释,又搜集了大量的案例,融理论于实践中,使人读来不觉乏味。本书既适合高校教学之用,又可为一般消费者维权提供帮助。

本书编写分工如下:徐山平撰写第一章、第二章、第三章(第一~第三节),刘彤撰写第三章(第四~第八节)、第四章。

我们在写作中,参考了大量的著作和文章,书中已用尾注的形式予以指明,在此谨表诚挚的谢意。

由于水平有限,加之时间仓促,书中阙漏之处在所难免,敬请广大读者和专家学者批评指正。

作 者

2006 年 6 月

目 录

第一章 消费者问题与消费者运动	(1)
第一节 消费与消费者.....	(1)
第二节 消费者问题	(12)
第三节 消费者运动	(30)
第二章 消费者保护立法	(45)
第一节 消费者权益保护立法的起源和特征	(45)
第二节 消费者权益保护立法的理论基础和立法模式	(52)
第三节 世界各国各地区消费者保护立法概况	(70)
第四节 我国的消费者保护立法	(92)
第三章 消费者权益保护法基本理论	(101)
第一节 消费者权益保护法的概念和特征.....	(101)
第二节 消费者权益保护法的价值取向.....	(107)
第三节 消费者权益保护法的性质.....	(114)
第四节 《消费者权益保护法》的调整对象和适用范围	(120)
第五节 《消费者权益保护法》的立法宗旨和基本原则	(132)
第六节 消费者权益保护法的体系.....	(146)
第七节 消费者权益保护法与其他基本法律部门的关系.....	(148)
第八节 消费者权益保护在其他法律中的发展.....	(152)
第四章 消费者的权利	(157)
第一节 消费者权利概述.....	(157)
第二节 我国消费者的基本权利.....	(168)
参考文献	(245)

第一章 消费者问题与消费者运动

第一节 消费与消费者

一、消费

(一)消费的概念

“消费”(comsuming)一词通常在不同的意义上使用:一种意义上的“消费”涵盖了人类生产生活领域的一切物质消耗,它将人类在生产过程中各种生产资料的消耗及人类在满足个人需求时所进行的生活资料的消耗均归入消费的范畴;第二种意义上的“消费”是将消费仅仅局限于人类为满足自己及家庭的生活需要而作出的物质消耗。

消费者权益保护法中所指的消费与上述两种消费的含义都不同,是从第三种意义上来理解消费的,它是指消费者为满足个人或家庭生活需要,通过市场而获得、使用消费资料 and 消费服务的活动。

从一般意义上讲,“消费是人们为满足生产和生活需要而进行的一系列交易和购买的活动,是人们对物质产品和非物质性消费品(服务)的消耗和利用”^①。从消费者权益保护法的角度讲,消费是指消费者以他人生产经营的消费对象来满足自身生活需求的行为。消费是消费者和消费资料相结合的过程,是人们对能够满足其需求的劳动产品和服务的选择、购买、使用、享受和受益的过程,是和生产、分配、交换既紧密相连,又独立存在的经济活动 and 经济现象的综合体。

(二)消费的作用

从消费与社会生产的角度看,生产是社会生产过程的起点和前提,消费则是社会生产过程的终点和归宿。

消费是人类社会能够繁衍生息不可缺少的环节,也是人类进步的源泉和动力。消费具有如下作用:

第一,消费能够满足社会成员的生产和生活需要。需求具有一定的层次

^① 符启林:《消费者权益保护法概论》,南海出版公司 2001 年版,第 1 页。

性。马克思把人的需求分为两个层次,即人们对衣食住等方面的第一需求和作为人们劳动与自由个性发展需要的高级需求。马斯洛^①把人的需求区分为“匮乏”与“后需要”两类,前者指人的生存基本需求,包括生理需求、安全需求、归属及爱的需求、尊严的需求等;后者指人的发展性需求,包括自我实现、知识与理解、审美等需求。

需求通过各种途径而获得满足,消费便是人类满足其需求的一种重要途径。但并非人类的各种需求都是通过消费来满足的,如社会交往、尊重、信赖等方面需求的满足就不是通过消费来实现的。

消费必须具有消费对象,消费对象可以是大自然本身就已经存在的物质和能量,也可以是人类生产的物质和转化的能量。

第二,消费是生产的动力和归宿,可以刺激经济的发展。生产的动力不是来自生产本身,而是来自消费,消费创造出生产的动力。

第三,消费是产品的最后完成阶段,是生产价值实现的状态。生产经营者生产产品的目的不是为了自身消费,而是为了获取利润。如果产品不能被消费者接纳,生产经营者的生产目的就无法实现。

(三)消费的分类

按照不同的分类标准,可以对消费进行不同的分类。最常见的如根据消费需求和消费品在消耗中所起的作用和目的的不同,可以将消费分为生产消费和生活消费。生产消费,是指在生产过程中生产器材、原材料、燃料、机械、电子产品等生产资料和劳动力的消费。生活消费,是指人们为了满足生活需要而消费物质产品或耗费劳动服务的行为。生活消费包括物质产品消费和劳动服务消费两种。以知识、信息、技术等无形商品为客体的消费随着科学技术的发展在生活消费中所占比例越来越大,这是现代消费的必然趋势。

划分生活消费和生产消费的法学意义是:各国一般都只将生活消费列入消费者权益保护法的调整范围,而将生产消费排除在外,这已成为国际立法的通例。这是因为消费者权益保护法的最根本目的在于保护处于弱者地位的广大消费者的利益,有效调节和处理消费者与生产经营者之间的经济利益关系,平衡两者的利益。而生产消费大多是生产经营者之间的交易,不存在地位强

^① 马斯洛(Abraham H. Maslow, 1908~1970),美国社会心理学家、人格理论学家和比较心理学家,人本主义心理学的主要发起者和理论家。马斯洛的著名论文《人类动机论》最早发表于1943年的《心理学评论》。他的动机理论又称需要层次论,这种理论认为,人类动机的发展和需要的满足有密切的关系,需要的层次有高低的不同,低层次的需要是生理需要,向上依次是安全、爱与归属、尊重和自我实现的需要。

弱之别,法律对其没有倾斜保护的必要。

二、消费者

(一)消费者的概念

消费者(consumer)有广义和狭义之分。广义上的消费者,泛指从事一切消费活动的人。这里的“消费”既包括生活消费,也包括生产消费;这里的“人”既包括个体社会成员,又包括单位。狭义上的消费者,即法学意义上的消费者,指为满足生活需要而购买、使用经营者提供的商品或服务的个体社会成员。《中华人民共和国消费者权益保护法》(以下简称《消费者权益保护法》)第2条所称的消费者,即指法学意义上的消费者^①,仅限于个体社会成员即自然人,各种社会组织 and 团体都不是消费者权益保护法的主体。

把个人即自然人作为消费者权益保护法保护的对象,对其加以特别的保护,是国际上通行的做法。在消费者权益保护立法形成之初,消费者权利的主体构成就被确定为个人生活消费者,此源于人们对消费者个人在与厂商交往中的弱者地位的普遍认同和关注。从国外的情况来看,在消费者权益保护法产生之初,消费者权利的主体构成,就是所谓“经济上的弱者”,即个人生活消费者。1942年,美国第七巡回法院在阿兰伯格诉美国贸易委员会(Aronberg V. Federal Trade Commission)一案的判决中认为:“联邦贸易委员会法案并非为保护某些专家而制定的。它的制定是为了保护广大的对所购物品知之甚少而又易轻信他人的公众。因为这些人消费时并不去仔细研究和推敲广告而往往只凭物品的外表和大概印象决定是否购买。”^②从20世纪60年代以后,随着消费者运动的发展,许多国家在法律上进一步明确,只有个人生活消费者才是消费者权益保护法的权利主体。例如,美国的联邦和州两级消费者权益保护法(《消费信贷保护法》、《联邦食品和药品法》、《公平信用报告法》等),均规定所谓消费者是指为满足个人和家庭需要而取得和使用贷款,购买动产、不动产和各类服务的个人。1974年英国《消费者信用法》规定,消费者是区别于制造商、批发商和零售商而言的,它包括购买、使用商品和接受服务的个体生活消费者。欧共体理事会通过的《消费者保护宪章》也作了类似规定。美国权威的《布莱克法律词典》主张,消费者是区别于制造商、批发商和零

^① 《消费者权益保护法》第2条:“消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务,其权益受本法保护;本法未作规定的,受其他有关法律、法规保护。”

^② 《联邦判例汇编》,第二集,第132卷,1942年版,第165页。转引自张为华:《美国消费者保护法》,中国法制出版社2000年版,第1~2页。

售商而言的,它包括购买、使用商品和接受服务的个体消费者。《牛津法律大辞典》也主张,消费者是指那些购买、取得和使用各类物品和接受服务(包括住房)的个体消费者。国际标准化组织消费者政策委员会 1978 年 5 月 10 日在日内瓦召开第一届年会时,将“消费者”一词界定为“为个人目的购买或者使用商品和接受服务的个体社会成员”。我国国家标准局 1985 年 6 月 29 日颁布的国家标准《消费品使用说明总则》也明确规定:“消费者——为满足个人或者家庭的生活需要而购买、使用商品或者接受服务的个体社会成员。”这是中国最早对消费者的法律界定,然而,《中华人民共和国消费者权益保护法》未明确采用这一主张,也没有给消费者一个确切的法律界定。

理解消费者的概念,应把握以下几个方面:

1)从主体类型的角度看,消费者必须是个体社会成员即自然人。社会组织和团体不能成为消费者权益保护法规范的主体类型。

2)从消费行为的角度看,必须是进行生活消费的人方能成为消费者,进行生产消费的人不能成为消费者。

3)从消费对象的角度看,消费者消费的对象包括商品和行为。

4)从消费方式的角度看,消费者的消费方式包括购买、使用商品和接受服务。

总之,作为消费者,为了生活需要而购买商品,为了生活需要而使用商品,为了生活需要而接受他人提供的服务。

作为例外,我国《消费者权益保护法》第 54 条规定:“农民购买、使用直接用于农业生产的生产资料,参照本法执行。”首先,它肯定了购买、使用农业生产资料的农民,不属于消费者;其次,农民在购买、使用农业生产资料时,如消费者一样,享受《消费者权益保护法》规定的消费者所享有的各种权利。将消费者权益保护的适用范围扩大到农民的农业生产资料消费,可以看做是一种过渡措施,而绝不能因法律规定的这一特殊情况,据此否定消费者是作为自然人的公民个体生活消费者的含义。将消费者定义为个体社会成员即自然人,是消费者权益保护立法的宗旨所决定的。

至于知假买假寻求双倍赔偿的自然人是否属于消费者,如“王海现象”,法学理论界和司法实务界争论颇多。贬之者认为,“王海”们购货目的不是为了个人使用,算不得严格意义上的消费者,不能按消费者权益保护法的规定索赔;“王海”们把买假索赔当做一条致富门路,这种钻政策空子发财的行为是不道德的。褒之者认为,不管“王海”们打假出于什么目的,其行为对净化市场,保护消费者不受假冒伪劣商品的坑害大有好处,对鼓励市民打假有示范意义,对厂商也起到了告诫作用。法律规定企业制假贩假要对消费者加倍赔偿,就

是利用利益驱动鼓励人们打假。^① 我们赞同王海式人物属于消费者的观点,认为知假买假者也是消费者,有权获得双倍赔偿。理由如下:

第一,从《消费者权益保护法》的价值、功能角度看,王海式人物的知假买假索赔行为应当受到《消费者权益保护法》的支持与保护。知假买假索赔行为不具有社会危害性,客观上起到了打击假冒伪劣产品的作用,有益于消费者权益的保护。

第二,在目前假冒伪劣商品较为猖獗的时期,多一些王海式人物,对规范市场经济秩序,净化厂商的经营行为,鼓励广大消费者拿起法律武器捍卫合法权益,都具有十分重大的意义。

第三,应扩大“生活消费”的范围,将“生活消费”作符合《消费者权益保护法》宗旨的解释。依照现行《消费者权益保护法》的规定,王海式人物是否受《消费者权益保护法》保护关键在于认定王海式人物购买假货是否属于生活消费。如属生活消费,应予保护;否则,不予保护。一些人之所以反对将王海式人物纳入《消费者权益保护法》规范范围,主要的理由就是他们购买商品的目的是为了索赔而不是为了自己使用,不应属于消费者。这种观点不能说没有一定道理,因为人们一般理解生活消费,多从使用上考虑,比如买衣服是为了穿,到饭店是为了吃饭,这些都属生活消费毫无争议,而王海式人物是将假货拿来作证据使用。但我们认为,在具体适用《消费者权益保护法》时,对“生活消费”只从人们的一般理解习惯上考虑远远不够,须结合《消费者权益保护法》的目的、宗旨和我国目前的经济秩序综合考虑,在不违反立法本意的基础上,对“生活消费”作扩大解释。

1) 我们既然把消费分为生产消费和生活消费两类,知假买假显然不能算做生产消费,那就可以作为生活消费看待。《消费者权益保护法》并没有规定生活消费的具体形式,消费者购买商品后是自己使用,还是转交他人使用、放置不用或者弃掉,法律既没有限制,也没有作排除性规定,当然可以将知假买假做为生活消费。

2) 依据对消费的分类,生活消费可以分为直接消费和间接消费。如果说知假买假不是直接生活消费的话,王海式人物通过打假获得的赔偿金是完全可以用于生活需要的,那么“打假证据”也可划入间接生活消费范畴。

3) 《消费者权益保护法》对消费者未作界定,对生活消费未作具体规定,是《消费者权益保护法》的缺陷。但我们可以通过扩大解释,对有利于消费者权益保护的行为,给予最大限度的宽容和支持。将知假买假解释为生活消费,将

^① 铁群:“从‘王海现象’引出的思考”,《杭州商业经济》1996年第3期,第22~24页。

王海式人物纳入《消费者权益保护法》的保护范围,不是为了照顾这些索赔人的个人利益,而是为了支持他们的打假行为,为了使广大的消费者少受或不受假货侵害之苦,为了打击制假贩假的不法厂商。

(二) 消费者的分类

按照不同的标准,可以对消费者作不同的分类:

1. 按职业标准不同分类

按职业标准不同,可以将消费者分为工人消费者、农民消费者、知识分子消费者,等等。不同职业的消费者,对商品的需要有很大的不同。如知识分子消费者,买书是必需的。另外,在目前职业收入差距很大的情形下,职业不同,消费水平不同。

2. 按地区标准不同分类

按地区标准不同分类,可以将消费者分为沿海地区消费者和内陆地区消费者、北方消费者和南方消费者、东部地区消费者和西部地区消费者,等等。由于我国一直鼓励一部分地区先富起来,沿海地区、东部地区经济发展很快,那里的消费水平普遍高于内地、西部。消费水平的差异导致消费的商品和服务存在很大的差别。

3. 按民族标准不同分类

按民族标准不同分类,可以将消费者分为汉族消费者和各少数民族消费者。由于各民族的风俗习惯和传统文化差异,其传统消费品呈现出不同的特色,尤其是某些方面可能还存在忌讳。

4. 按年龄标准不同分类

按年龄标准不同分类,可以将消费者分为老年消费者、中年消费者、青少年消费者和婴幼儿消费者。不同年龄阶段的人对消费的需要明显不同。

5. 按性别标准不同分类

按性别标准不同分类,可以将消费者分为男性消费者和女性消费者。

三、消费者权益保护的宗旨和目的

将消费者界定为个体社会成员即自然人,并对其加以特殊保护,这是制定《消费者权益保护法》的立法宗旨。

制定《消费者权益保护法》的目的,就是为了保护作为经济上弱者的个人消费者。由于现代经营方式和规模经济效益的发展,这种弱势地位越来越集中地体现在作为个体消费者的自然人身上,而在社会组织和团体身上则难以看到。如果消费者权益保护法不分析各社会主体所处的具体地位而一概加以

保护的话,这种表面上的绝对公平反而会使消费者权益保护法丧失意义,有违法律“公平”价值的真正含义。

西方资本主义国家对个人消费(包括购买商品和接受服务)由“私法自治”转为“国家干预”的过程充分体现了消费者权益保护法的立法宗旨。欧美等西方发达国家,在其资本主义自由发展时期,作为调整商品经济活动中民事权利义务关系的合同法基石的合同自由原则,得到社会最广泛的接受。人们一般认为,自由的市场活动可以导致社会财富的最佳配置和利用,国家对此不应干预,只能充当“守夜人”的角色。与此相适应,当时的法学思想和法律原则认为:从事商品生产和交易的每一个人,从事劳务交易(雇佣)的每一个人,都是自身利益的最佳判断者,合情合理地为自己谋取最大利益是人的本性。某人在交易中吃亏,只要他具有完全的行为能力,只要他不是行为能力受损者(如年龄太小或者智力发育不全),如果交易的相对方没有采用欺诈、胁迫等违法行为,则吃亏之人只能接受交易结果。“咎由自取”是交易安全的保障。如果允许在交易中吃亏之人反悔,当事人自由订立的契约就得不到法律的保障,交易的安全性将会下降,甚至使得人们不敢交易。所以,从“私法自治”原则出发,为了交易和经济活动的安全,法律应该维护“货物出门,概不退换”的规则,买主必须格外小心。这种交易规则,在消费者与经营者大体能够在形式上“讨价还价”时还是较为合理的。随着垄断的出现,消费者在交易过程中几乎丧失讨价还价的能力。尤其是“格式合同”的出现,使得消费者在交易中,只能全盘接受或者不接受经营者事先拟定的条款,无协商条款之可能。由于现代化的生产使得产品的品质很难从外观上获知,而且由于消费者缺乏专门的知识(尤其是对高科技产品),普通的消费者不可能对格式合同的内容有正确的理解。消费者在与经营者的交易中处于极为不利的地位,双方之间不存在真正意义上的公平交易,个体消费者在“平等、自愿、诚信”原则下的商品交换过程中经常遭受损失,于是就产生了专门对消费者实行特别保护的消费者权益保护法。“许多国家在消费者权益保护法中都专门规定了消费者的权利,并设立专门机构来查处损害消费者权益的行为;有些国家将买卖合同划分为消费合同和商业合同,消费合同的买方是自然人,而商业合同的当事人双方都是法人或者其他经济组织,从而在法律上给予消费合同的买方——自然人以更多的保护。”^①

在我国,消费者作为弱者的地位并未改变。我国制定《消费者权益保护法》的根本目的是为了规范生产者和经营者行为,切实保护消费者合法权益不

^① 毛玉光:《消费者权益损害赔偿》,人民法院出版社2000年版,第5页。

受侵犯。^①

四、《消费者权益保护法》的保护范围和保护对象

关于《消费者权益保护法》的保护范围和保护对象,学术界的观点并不一致,我们将对此一一评析。

1)一种观点认为,消费者不仅包括个人,而且包括社会组织和团体,建议把“单位”也纳入“消费者”的范畴,受《消费者权益保护法》的保护。其理由是:社会组织和社会团体等单位也要购买生活资料,举办集体福利,如果不将这种“单位”列为保护对象,就不利于公共消费和集体福利事业的发展。

我们反对这种观点。在阐释我们的理由之前,先看一个案例:

案 例^②

1997年9月16日,某局职工食堂从某食品公司购进6坛豆腐乳,午餐时供应本局职工食用。进餐后不久,在该食堂进餐的职工纷纷出现腹绞痛、腹泻等消化道症状。该局立即与市医院联系,经紧急治疗,患病职工均脱离危险。后经查明,这次食物中毒事故系食品公司供应的豆腐乳发霉变质所造成。为此,该局依法向市中级人民法院提起民事诉讼,请求食品公司赔偿经济损失。市中级人民法院经开庭审理,根据《消费者权益保护法》第40条、第41条、第50条的规定,判决没收食品公司因出售变质豆腐乳的违法所得,并责令其向该局赔偿员工经济损失,含医疗费、误工补助费等共3.6万元。

那么,单位购进食品供职工消费能否认定单位就是消费者呢?上述案例表明,人民法院的判决仅仅赋予食用豆腐乳而中毒的职工以消费者的地位,并非将该局视为消费者。我们认为:

第一,社会组织和社会团体的“人格”是法律拟制的,它们自身不能直接进行生活消费。这些组织团体拥有的消费基金,总要以实物或者劳务的形式,有偿或者无偿地转归个人消费,因此,承担消费者权益的主体仍然是个人。

第二,由于“单位”自身不能直接进行消费,其举办的集体福利事业最终将转化为个人消费,因此,单位本身也承担着保护消费者权益的义务。上述职工食堂发生食物中毒事故,使就餐的消费者权益受到侵害,其原因可能是食堂采购的食物有质量问题,也可能是食堂本身卫生有问题,甚至也有可能是食堂管理人员为了拿“回扣”,不惜购进腐烂变质食物造成的。无论是食堂以外的生

^① 《消费者权益保护法》第1条:“为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,制定本法。”

^② 毛玉光:《消费者权益损害赔偿》,人民法院出版社2000年版,第6页。

产经营者,还是职工食堂本身,对食物中毒而最终损害消费者权益的问题都要承担赔偿责任。在这里,法律保护的不是作为“单位”的社会组织或者社会团体,而是消费者本人。随着市场经济的发展,一些集体福利事业终将从组织、团体中分离出来,或为独立的法人或其他经济组织,它们的法律地位是作为生产者或者经营者,而不是作为消费者。

第三,随着工资制度的改革和税收体系的完善,集体福利终有取消之时,所有的报酬(工资、奖金、福利等)一律以货币支付,既可防止个人漏税,又可防止经办之人谋取私利。

2)另一种观点主张,不仅将举办集体福利时的单位看做是消费者,而且将整个单位,甚至将生产者或者经营者也看做是消费者。该种观点认为:把个人消费者作为弱者加以特别保护的理理由缺乏说服力,需要法律保护的前提不是因为消费者的软弱地位,而是消费者的权益有可能被侵犯。个体消费者的权益容易被侵犯,同样,社会组织和团体消费者的权益也易被侵犯。并且社会组织和团体消费者利益受到侵犯的结果往往是国家利益或者集体利益受侵犯,所以更应该和更需要从法律上加以特别的保护。

我们也不能同意这种观点。在个人权利和利益受到忽视的年代,此种主张尚可站住脚,在公民个人的权利和利益受到国家越来越多重视的今天,此种观点显得荒谬。消费者权益保护法,在生活消费的范围内给予处于弱者地位的个人消费者以更多的保护,是社会主义民主和法制建设的进步,是充分保护公民合法权益的有力措施,也是矫正消费者在与经营者交易时的不公平状况,并不是否定社会组织和团体的利益。由于社会组织和团体在与经营者交易中地位完全平等(不仅指法律地位平等,而且指现实社会中的实力地位相同),根本不需要特殊保护,只要按照合同法规范约束双方的交易行为就可以达到法律所要达到的公平目的。即使这些单位法人在商品交换中的权益遭受损害,完全可以遵循正常的交易规则和诉讼程序求得法律的保护。

3)农民购买农业生产资料的行为属于不属于消费者权益保护法上的“消费”,换言之,购买农业生产资料的农民属于不属于消费者。

学者对此也存有争议。主张购买农业生产资料的农民属于消费者的学者,多以《消费者权益保护法》第54条作为依据。^①我们认为,《消费者权益保护法》第54条的规定,恰恰说明购买农业生产资料的农民不属于消费者,只是由于他们作为分散的个体,与厂商的交往中弱势地位非常明显,才适用《消费

^① 《消费者权益保护法》第54条:“农民购买、使用直接用于农业生产的生产资料,参照本法执行。”

者权益保护法》的规定。众所周知,由于我国农村广泛实行联产承包责任制,农业经营者往往以家庭为单位,经济实力很弱,文化层次也低。由于我国市场经济秩序尚不完善,坑农、害农现象时有发生,许多农民辛苦一年,却由于假种子、假化肥、假农药而颗粒无收。目前,坑农、害农主要表现在:劣质种子、农药、化肥大量存在;农机具质量以次充好、以假充真,维修质量差、问题多,假冒零配件充斥市场,农忙季节售后服务不及时;产品说明书虚假标注产品功效和禁用范围,欺骗误导农民。据2004年3月14日《山西日报》报道,2003年山西省消费者投诉十大热点之一就是坑农、害农。^①考虑到我国农业生产者的特殊情况,《消费者权益保护法》将其作为例外情形纳入保护范围。因此,正确理解《消费者权益保护法》第54条尤为重要,它的含义是:①购买、使用农业生产资料的农民不属于消费者。②农民在购买、使用农业生产资料时,享有消费者的各项权利,受《消费者权益保护法》的保护。

案例:冒牌种子害苦菜农

4年诉讼讨回公道^②

1996年7月5日,原淮阴市淮阴县(现淮安市淮阴区)卢华村村委会从市蔬菜种子分公司购进25斤标明“淮海早丰一号”的辣椒种,加价后分别卖给了本村的109户菜农。不料到了次年3月,栽种这批种子的二百多亩大棚几乎全部出现落花、落果等反常现象,给农民造成重大损失。当年8月,谈月林等109户菜农一纸诉状将村委会和种子分公司告上法庭。

由于这起诉讼不但涉及众多农户,而且涉及土壤、气候、栽培技术以及损失计算等,淮安市两级法院极为慎重,先后四次审理,其中仅当时的淮阴县法院一审就四次开庭。根据法院调查,市蔬菜种子分公司出售给卢华村的辣椒种,实际是这家公司从本溪购进的“春光早丰一号”。虽然这与“淮海早丰一号”同属一个系列,但两者在栽种条件和技术要求上都有不同。种子分公司出售时不但没有说明这些情况,反而将这些种子以“淮海早丰一号”名义销售,且没有注明原产地,应对菜农的减产损失负主要责任。种子分公司在购进这批种子后,没有按照规定检验,也没有封存样品。据此,淮安市中院作出了市种子分公司赔偿原告损失11.8万元,村委会退回收取的加价款2400元的判决,并于日前通过强制执行,将这些钱款送交到109户菜农手中。

4)也有学者认为:“一个生产经营企业同样是社会消费者……消费者协会是整个社会成员(包括生产经营者在内)在消费方面的利益维护者”,“因为在

① 杨继红:“我省公布2003年消费者投诉十大热点”,《山西日报》2004年3月14日。

② 蒋德:“冒牌种子害苦菜农 4年诉讼讨回公道”,《法制日报》2001年8月6日。

社会上没有单纯的消费者阶层……”。^①

我们认为,这种观点以消费者不是一个“阶层”来否定消费者与生产经营者的区别是不能成立的。因为消费者本来就不是阶级和阶层的概念,而是指在商品交易关系中相对承担不同权利和义务的主体,他们各自代表不同的利益,共处于一个统一体中。生产经营者和消费者的利益既是对立的,又是统一的。损害消费者权益的行为主要来自生产经营者,从这一点来看,他们的利益是对立的。但是,一个精明的生产经营者往往注意维护消费者的利益,取得消费者的信任,从而促进自己产品的销售,进而取得更大的经济效益,从这一点上看,他们之间的利益又是统一的。况且,无经营者就无消费者,反之,亦然。许多生产经营者并不懂得这种利益辩证统一的经济学原理,以致损害消费者权益的社会现象屡见不鲜,这是需要进行消费者权益保护立法来维护消费者权益、监督约束生产经营者的主要原因。在这种情况下,要求消费者协会维护全体社会成员包括生产经营者的利益,无异于违背消费者权益保护立法的根本目的。

五、消费者的消费方式

(一)消费方式的概念

消费方式,是指消费者取得消费品和接受劳务并进行消费的方法和形式。消费方式可以划分为取得消费品和接受劳务的方式及对消费品和劳务进行消费的方式两种。

(二)消费方式的分类

1. 消费者取得消费品和接受劳务的方式

消费者从市场上取得消费品和劳务一般采取两种方式:

1)消费者自己从市场上购买,即用自己的工资等收入,直接从市场上选购消费品和劳务。

2)以集体、组织等单位的名义代替消费者购买,再以福利、补贴的形式分配给消费者。这种方式在经济体制改革以前比较普遍,在消费中所占的比例也比较大。例如,干部、职工的住房是以福利的形式无偿分配的,还有公费医疗、免费交通、托儿所、食堂等。

这种取得消费品和劳务的方式削弱了消费者对消费品和劳务进行选择的权利,扩大了平均分配,造成了很大浪费,而且由于消费者缺乏自由选择权

^① 侯炳伟:“消费者保护法中的几个理论问题”,《政治与法律》1990年第1期。

利,在消费品和劳务面前处于一种被动地位,从而在一定程度上掩盖了消费者的真正需要,使生产经营者不能真正了解并掌握消费者的需求,不能创造出生产的积极性和主动性。因此,当前单位福利正由实物型商品向货币化转变。

2. 消费者对消费品和劳务进行消费的方式

1)按照消费地点来划分,可以分为在家消费方式和在外消费方式。一般说来,在外消费以消费性劳务为客体,在家消费则以消费品为客体。随着社会生产力的不断发展,消费者在外消费有不断扩大的趋势。如春节期间大中城市流行的在饭店吃团圆饭。

2)根据消费品及劳务的使用价值的性质来划分,可以分为个人消费方式和集体消费方式。这种消费方式的划分,主要是由消费品及劳务的使用价值的性质决定的。有一些消费品和劳务本身存在适应集体消费的特点,如电影消费、音乐消费、戏剧消费、舞蹈消费、体育消费等;有一些消费和劳务本身则适应个人消费,如吃、穿、住、行等日用消费品的消费等。从我国目前的状况来看,个人消费是我国消费方式的主要形式。

3)直接消费方式和间接消费方式。这种划分方式是在特定情况下发生的。

直接消费方式,是指直接由消费者的需要引起的,并且直接满足消费者某种需要的消费方式。

间接消费方式,是指并非由消费者本人所引起,而是由消费本身以外的人或工作需要所引起的,并为满足这种需要而采取的消费方式。例如,消费者出于工作需要,陪客人饮食、游览;或者出于对亲戚、朋友感情上的考虑,陪同他们进行消费;或者出于对子女的爱护,陪同孩子进行适合儿童特点的消费活动等,都属于间接消费方式。

第二节 消费者问题

一、消费者问题的概念

消费者问题,是指在商品经济形态下,经营者利用自己所处的有利地位损害消费者利益所引发出来的一系列社会问题。

消费者问题的产生以社会发展到一定历史阶段而出现的商品交换,以及交换中各方当事人追求的利益形态的差异为基本前提,而作为交换媒介的货币的出现及广泛使用则促进了消费者问题的普遍化。消费者问题的普遍存在和日益恶化是现代消费者权益保护法产生的基本动因。