

Mc
Graw
Hill

公共行政与公共管理经典译丛

Public Administration and Public Management Classics

经典教材系列

CLASSIC TEXTBOOK SERIES

Business and Society: Corporate Strategy,
Public Policy, Ethics
(Tenth Edition)

企业与社会： 公司战略、公共政策与伦理

(第十版)

詹姆斯·E·波斯特 (James E. Post)
[美] 安妮·T·劳伦斯 (Anne T. Lawrence) 著
詹姆斯·韦伯 (James Weber)

中国人民大学出版社

Mc
Graw
Hill

公共行政与公共管理经典译丛

Public Administration and Public Management Classics

企业与社会： 公司战略、公共政策与伦理

(第十版)

詹姆斯·E·波斯特 (James E. Post)

[美] 安妮·T·劳伦斯 (Anne T. Lawrence) 著

詹姆斯·韦伯 (James Weber)

张志强 王春香 张彩玲 张倩 译

图书在版编目 (CIP) 数据

企业与社会：公司战略、公共政策与伦理：第 10 版/ (美) 波斯特等著；张志强等译.
北京：中国人民大学出版社，2005
(公共行政与公共管理经典译丛)
ISBN 7-300-06895-2

- I. 企…
- II. ①波…②张…
- III. 企业管理-关系-社会发展-研究
- IV. F270-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 113935 号

“十五”国家重点图书出版规划项目

公共行政与公共管理经典译丛

经典教材系列

企业与社会：公司战略、公共政策与伦理 (第十版)

詹姆斯·E·波斯特

[美] 安妮·T·劳伦斯 著

詹姆斯·韦伯

张志强 王春香 张彩玲 张倩 译

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511239 (出版部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	河北三河市新世纪印务有限公司		
开 本	720×965 毫米 1/16	版 次	2005 年 11 月第 1 版
印 张	42 插页 2	印 次	2005 年 11 月第 1 次印刷
字 数	864 000	定 价	59.80 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

《公共行政与公共管理经典译丛》

总 序

在当今社会，政府行政体系与市场体系成为控制社会、影响社会的最大的两股力量。理论研究和实践经验表明，政府公共行政与公共管理体系在创造和提升国家竞争优势方面具有不可替代的作用。一个民主的、负责任的、有能力的、高效率的、透明的政府行政管理体制，无论是对经济的发展还是对整个社会的可持续发展都是不可缺少的。

公共行政与公共管理作为一门学科，诞生于20世纪初发达的资本主义国家，现已有上百年的历史。在中国，公共行政与公共管理仍是一个正在发展中的新兴学科。公共行政和公共管理的教育也处在探索和发展阶段。因此，广大教师、学生、公务员急需贴近实践、具有实际操作性、能系统培养学生思考和解决实际问题能力的教材。我国公共行政与公共管理科学研究和教育的发展与繁荣，固然取决于多方面的努力，但一个重要的方面在于我们要以开放的态度，了解、研究、学习和借鉴国外发达国家研究和实践的成果；另一方面，我国正在进行大规模的政府行政改革，致力于建立与社会主义市场经济相适应的公共行政与公共管理体制，这同样需要了解、学习和借鉴发达国家在公共行政与公共管理方面的经验和教训。因此无论从我国公共行政与公共管理的教育发展和学科建设的需要，还是从我国政府改革的实践层面，全面系统地引进公共行政与公共管理经典著作都是时代赋予我们的职责。

出于上述几方面的考虑，我们组织翻译出版了这套《公共行政与公共管理经典译丛》。为了较为全面、系统地反映当代公共行政与公共管理理论与实践的发展，本套丛书分为四个系列：（1）经典教材系列。引进这一系列图书的主要目的是适应国内公共行政与公共管理教育对教学参考及资料的需求。这个系列所选教材，内容全面系统、简明通俗，涵盖了公共行政与公共管理的主要知识领域，内容涉及公共行政与公共管理的一般理论、公共组织理论与管理、公共政策、公共财政与预算、公共部门人力资源管理、公共行政的伦理学等。这些教材都是国外大学通用的公共行政与公共管理教科书，多次再版，其作者皆为该领域最著名的教授，他们在自己的研究领域多次获奖，享有极高的声誉。（2）公共管理实务系列。这一系列图书主要是针对实践中的公共管理者，目的是使公共管理者了解国外公共管理的知识、技术、方法，提高管理的能力和水平，内容涉及如何成为一个有效的公共管理者、如何开发管理技能、政府全面质量管理、政府标杆管理、绩效管理。（3）政府治理与改革系列。自20世纪

80年代以来，世界各国均开展了大规模的政府再造运动，政府再造或改革成为公共行政与公共管理的热点和核心问题。这一系列选择了在这一领域极具影响的专家的著作，这些著作分析了政府再造的战略，向人们展示了政府治理的前景。(4) 学术前沿系列。本系列选择了当代公共行政与公共管理领域有影响的学术流派，如新公共行政、批判主义的行政学、后现代行政学、公共行政的民主理论学派等的著作，以期国内公共行政与公共管理专业领域的学者和学生了解公共行政理论研究的最新发展。

总的来看，这套译丛体现了以下特点：(1) 系统性。基本上涵盖了公共行政与公共管理的主要领域。(2) 权威性。所选著作均是国外公共行政与公共管理的大师，或极具影响力的作者的著作。(3) 前沿性。反映了公共行政与公共管理研究领域最新的理论和学术主张。

在半个多世纪以前，公共行政大师罗伯特·达尔（Robert Dahl）在《行政学的问题》中曾这样讲道：“从某一个国家的行政环境归纳出来的概论，不能够立刻予以普遍化，或被应用到另一个不同环境的行政管理上去。一个理论是否适用于另一个不同的场合，必须先把那个特殊场合加以研究之后才可以判定”。的确，在公共行政与公共管理领域，事实上并不存在放之四海而皆准的行政准则。按照建设有中国特色的社会主义的要求，立足于对中国特殊行政生态的了解，以开放的思想对待国际的经验，通过比较、鉴别、有选择的吸收，发展中国自己的公共行政与公共管理理论，并积极致力于实践，探索具有中国特色的公共行政体制及公共管理模式，是中国公共行政与公共管理发展的现实选择。

本套译丛于1999年底由中国人民大学出版社开始策划和组织出版工作，并成立了由该领域很多专家、学者组成的编辑委员会。中国人民大学政府管理与改革研究中心、国务院发展研究中心东方公共管理综合研究所给予了大力的支持和帮助。我国的一些留美学者和国内外有关方面的专家教授参与了原著的推荐工作。中国人民大学、北京大学、清华大学、厦门大学、复旦大学、中山大学等许多该领域的中青年专家学者参与了本译丛的翻译工作。在此，谨向他们表示敬意和衷心的感谢。

《公共行政与公共管理经典译丛》编辑委员会

2001年8月



在我们的社会中，企业行为有着前所未有的重要性，但再重要的企业，也不能脱离社会而存在。因此，无论是研究企业，还是研究社会，最终都离不开企业与社会的关系。

这也是在西方发达的市场中，有关企业与社会关系的研究受到普遍重视的原因。在多年教学和研究中，特别是与国内企业界的接触中，我有一个深刻的感受，就是在中国，企业与社会的关系更为紧密。任何企业都有方方面面的社会关系，供应商、客户、竞争者、大学、科研机构、政府部门、社会团体、周围社区等等不胜枚举的机构和组织都与企业有着千丝万缕的联系。甚至可以说，不维护好这些社会关系，企业的生存和发展就会受到威胁。

然而，有目共睹的是，大千世界无奇不有，而企业经营又何必三百六十行？使事情更为复杂化的是，花花绿绿的世界和其中形形色色的企业又都处于动态的变化之中。这就使得要认识企业与社会的关系更是难而又难。在A地获得的认识不能应用于B地；在甲时获得的认识也不能应用于乙时。

因此，到今天，人们已经认识到，没有一个正确有效的理论框架，就不能较为全面持久地了解和理解企业与社会的关系。

我有幸负责翻译、审校这本《企业与社会：公司战略、公共政策与伦理》（第十版）。这是研究企业与社会关系领域的权威著



作，在美国连续几十年畅销不衰，对于商学院（管理类）学生和企业界人士正确认识企业与社会的关系产生了深远的影响。原作几经修订，现在的中译本是根据其第十版翻译的，相信也能为我国经济和管理类学生和企业界人士提供有效的理论框架，从而可以更为正确地认识企业与社会的关系，在各种情况下作出合理的决策。

本书的主要译者有中国人民大学的张志强、王春香和东北财经大学的张彩玲，中国人民大学的几位研究生也翻译了本书部分章节和案例的初稿，包括张倩、张小刚、赵欣颖、荣娜、王泽、王浩洁、付悦、于艾、谷广阔等，其中张倩同学承担了较多的翻译任务。全书由张志强做最终校对，文中的错误不当之处由张志强负责，恳请读者指正。

张志强

2005.6

前 言



经典教材系列
公共行政与公共管理经典译丛

xv 企业与社会之间的关系不断经历着新的和显著的变化。2002年，全球经济已经成为一个包含社会、政治和经济实体的错综复杂的网络，其中：进步的工业化国家，比如美国、日本以及德国；新兴的经济快速发展的国家，主要在亚洲和拉丁美洲；东欧国家的经济也在恢复之中；还有的国家正致力于设计经济战略，希望获得经济的繁荣和其居民生活质量的提高。

然而，伴随经济增长的繁荣在各个国家之间以及各个国家的各个集团之间并不是均等分享的。收入、信息以及生活质量的分布是不平均的。相对于缺少相应正规学校教育的人来说，那些受过良好教育的人往往可以获得更多的财富。在新的更为强有力的技术和知识的世界中，知识要求补偿，而教育是经济优势的一个强有力的来源。那些能够理解经济、政治以及社会力量间复杂的相互作用的人们能够更好地理解市场的全球化、科学的进步以及人类与自然之间的关系的变化所带来的冲击。我们必须理解这个复杂的和快速变化的世界。对于我们的祖辈甚至父辈的人们来说，这还是个相当陌生的世界。在这一社会变化的中间，企业管理的现实问题同样在变化。现代经济社会赋予了企业新的角色和新的责任。企业的决策与10年或者20年之前有很大的不同。与过去的时代相比，企业决策的影响会以更多的方式涉及更多的人群。因为在新的全球经济中，许多方面已经发生变化。这就要求

企业的领导者比以往更要慎重考虑他们的决策行为对于方方面面的影响，包括公司的员工、客户、供应商以及投资者。而企业的行为也受到媒体、政府机构以及企业所在的社区等多种团体的密切关注。从非常真实的意义上讲，全世界都在关注企业的经理如何规划企业的未来。

这部书的新版本旨在说明，作为利益相关群体——经理、消费者、员工以及社区成员——怎样试图理解、影响以及规范企业的行为和社会的变化。应考虑以下因素：

- 美国以及其他国家的企业正在改变员工关系，放弃以前为员工提供工作保障的做法，倾向于采用更为灵活的保障性较差的聘用形式。这种历史性的社会合约的改变是由复杂的经济、技术和社会因素所推动的。

- 全球市场的激烈竞争，产品以及服务质量的改进，以及信息网络的建立从而有利于经济、社会以及政治信息的快速传输，有力地推动着企业及其业务流程的重组。地区差异、技术差异以及时间上的差异都曾经保护企业和相应的人员免受新变化的冲击。而今天，这些缓冲器都已消失。

- 政府对于具体产业和具体行业的政策改变着产品及服务的市场。国际贸易政策对于各地区企业的未来竞争，对于地球上 60 亿居民的福利都有着至关重要的作用。

- 生态和环境问题迫使企业和政府采取必要的行动。在经历了无数次危机、事故后，人们可以更好地理解人类的行为如何影响自然资源，并最终达成共识，经济的增长必须与环境的保护同时实现。惟有如此，才能保证可持续发展。

- 人们对于企业经理及政府官员行为的伦理和道德方面的关注日益增加。随着标准的变化，企业面临新的挑战，需要理解公共行为的新标准和新规范，并据以调整企业行为规范，以及调和某些伦理方面的冲突。社会价值观在各个国家之间各不相同，这个事实对于现有的道德秩序提出了挑战。企业经常会在不同的国家和不同的市场开展经营和销售，而相应的国家的人民可能会持有不同的价值观。

- 当公司在不同的社会和政治文化环境的国家开展业务时，公司的责任和伦理行为面临的挑战更为复杂。而公司依然要面临来自于在全世界存在巨大的贫富差距的情况下开展经营的挑战。

- 新技术正在成为全世界几十亿人口的日常生活的组成部分。基础科学——物理、生物以及化学——的进步刺激了农业、通信以及医药行业的超常发展。媒体中经常使用的术语，比如新经济、生物技术革命，以及信息时代等传达了这些科学和技术的发展给人们带来的令人振奋的前景和希望。随着这些方面科技的进步，新的行业不断涌现。但是，与此同时，也出现了严重的社会性问题，比如转基因食品、克隆的动物，或者通过互联网传播淫秽作品，或遥控爆炸等行为。

关于本书

这一版旨在诠释这个复杂时代的问题对于企业及其股东的冲击和影响。作者采用了管理和社会教学、研究中的案例来达到这一目的。在写作这一版时，我们首先请教



了本书现有的读者，听取了他们的建议。这些建议大多已经在写作中得到采纳。

20世纪60年代，基思·戴维斯（Keith Davis）教授和罗伯特·布洛斯特姆（Robert Blomstrom）教授写作了本书的第一版。从此以后，本书始终以令学生和教师感兴趣和有效的方式，专注于探讨当今社会中公司行为的核心问题，并因此保持了其在该领域的领先地位。由于戴维斯教授和威廉·C·弗雷德里克（William C. Frederick）教授的不懈努力，本书保持了高质量、高标准，并且获得了广泛的赞誉和欢迎。我们要感谢作者对于新问题的独具慧眼的发现，这些新问题正影响和改变着我们的组织、社会、公共政策以及环境，而这些正是我们的学生要在生活和工作中所面对的。本书无疑将

xvii

为接受企业管理教育的成千上万的学生增加价值。
本版重新考察了有关的核心问题，包括企业在社会中的地位、公司责任的性质、公司的行为规范，以及在经济一体化的世界中，企业和政府的复杂的地位和角色，这些进一步加强了本书在该领域的领先地位。本书引用了大量的大大小小的有关个人和企业的例子，说明有关的概念、理论与思想，以及在相应各个领域应该采取的措施。

新的热点

本书同样着重探讨了现代企业和管理教育中重要的新问题。

- 跨学科教育的兴起也产生了新的需求，要求有教科书能够综合全面地阐述企业活动的各个方面，包括战略层面和具体管理层面的活动。本书正好可以满足这种需求，书中全面论述了企业各种类型的决策对企业内部及外部相关利益团体有何影响。

- 商学院如今都在教育学生如何进行跨职能领域的管理。此版本就提供了这方面的企业实践的案例，说明企业如何从战略的高度，从利益相关群体的利益出发，运用跨职能领域的方式，管理有关的社会事务。

- 互联网的发展和新网站的不断建立提供了新的机会，学生和教师因此都可以丰富课堂教学的信息和内容，有关信息的来源几乎是无限的。因此，在本书的每一章后面，我们都附上了有用的网址。而许多引用的资料中也包括了有关网站的索引。采用该书作教材的教师可向 McGraw-Hill 公司北京代表处联系索取教学课件资料，传真：(010) 62638354，电子邮件：Webmaster@mcgraw-hill.com.cn。

最后，这是一本带有思想主线的书。它不是一系列信息和思想的大杂烩。此版本强调了全球一体化的观点，传统上可以作为缓冲的事物将不再保护企业免受外部变化的影响。管理者应该通过设计战略，综合考虑相关群体的利益，尊重个人的价值观，支持社区的发展，并进行有效的实施。而最为重要的是，也许只有这样的目标才是经济合理的，并能够成功地实现。的确，从长期来看，这是惟一的选择。

致 谢



经典教材系列
公共行政与公共管理经典译丛

xviii 我们非常感激支持我们的众多的大学同行们，包括美国国内的和其他国家的专家教授，他们为我们提供了很好的建议，并就此版本的写作与我们达成共识。我们也从我们校内的学生以及其他大学的学生那里得到了重要的反馈，这些都有助于本书的改进，从而使此版本更便于读者阅读和学习。

我们非常感激为本书的研究和写作作出贡献的研究助理们和往届的学生们。其中包括我们的研究助理波士顿大学的萨拉·克鲁兹 (Sarah Cruz)、彼得·格雷厄姆 (Peter Graham) 以及珍妮弗·迈耶斯 (Jennifer Meyers)；前杜克 (Duke) 大学的斯蒂法妮·格利普梯斯 (Stephanie Glyptis) 和戴维·瓦西里斯基 (David Wasieleski)，他们也帮助整理了教师资源手册；前桑乔斯 (San Jose) 州立大学的蒂莫西·赖夫 (Timothy Reif)。

我们同样要感谢我们的几个同事，他们为本书提出了富有想像力的建议：北得克萨斯大学的巴巴拉·W·奥尔特曼 (Barbara W. Altman) 博士；新墨西哥大学的珍妮·洛格斯登 (Jeanne Logsdon)；波士顿大学的桑德拉·沃多克 (Sandra Waddock)。我们同样要感谢 Cinergy Media Communication 公司的董事长乔尔·V·科普兰 (Joel V. Copeland)，他为两个 Shell 公司的案例制作了多媒体光盘。



我们同样非常感激本书几位复核者的努力：阿什兰德（Ashland）大学的埃里克·J·埃克斯（Eric J. Akers）；新墨西哥大学的弗吉尼亚·W·格尔德（Virginia W. Gerde）；美国大学的凯瑟琳·盖茨（Kathleen Getz）；加利福尼亚州立大学奇古分校的格伦·M·戈梅斯（Glenn M. Gomes）；佛罗里达国际大学的罗伯特·霍格纳（Robert Hogner）；奎尼皮克（Quinnipiac）大学的帕特里克·卢玛（Patrice Luoma）；得克萨斯大学达拉斯分校的黛安娜·S·麦克纳尔蒂（Diane S. McNulty）；以及赖特州立（Wright State）大学的约瑟夫·A·帕特里克（Joseph A. Petrick）。

我们非常感激麦格劳-希尔出版公司出色的编辑和制作团队。特别要感谢本书的主任编辑安迪·温斯顿（Andy Winston），感谢他在本书出版过程中长时间的关注和领导。我们同样不会忘记本书的编辑兼助理萨拉·斯特兰德（Sara Strand），从来没有她解决不了的问题；本书的项目经理安娜·M·钱（Anna M. Chan），她的高效工作是我们能够及时完成本书的关键；本书的供应主管休·隆巴迪（Sue Lombardi）；本书的编辑史蒂夫·戈梅斯（Steve Gomes）；以及本书的封面设计玛丽·克里斯琴森（Mary Christianson）。所有以上各位都为本书提供了具有专业水平的贡献，我们再次表示深深的感谢！

最后，我们希望表达对基思·戴维斯教授和威廉·C·弗雷德里克教授的不尽的感激，是他们在几年前邀请我们加入了这个项目。写作一本教科书需要多方面的技能。基思和比尔的友善、博学和诚信是我们学习的楷模，也为我们写作本书提供了不尽的精神源泉。

詹姆斯·E·波斯特

安妮·T·劳伦斯

詹姆斯·韦伯

目 录



经典教材系列
公共行政与公共管理经典译丛

导论与概要	1
-------------	---

第一部分 社会中的企业

第 1 章 企业及其利益相关者	7
1.1 企业—政府—社会：相互依存的系统	10
1.2 塑造企业和社会关系的各种力量	19
1.3 21 世纪的企业战略	28
本章小结	28
本章关键术语和概念	29
网络资源	29
案例：内陆国家银行	29
第 2 章 企业与公共问题	34
2.1 为什么公共问题很重要	36
2.2 公共问题的寿命周期	40
2.3 公共事务的功能	44
2.4 问题管理	47
2.5 创造战略性的方法来解决公共问题	50
本章小结	53
本章关键术语和概念	53
网络资源	53
案例：公众聚集下的麦当劳	54



第二部分 企业与社会环境

第3章 企业社会责任	59
3.1 企业社会责任的含义	61
3.2 企业社会责任的起源	62
3.3 关于企业社会责任的争论	65
3.4 权衡经济的、法律的和社会的责任	69
3.5 全球企业社会责任	72
本章小结	73
本章关键术语和概念	74
网络资源	74
案例：阿伦·福伊尔斯坦——一位有社会责任感的业主	74
第4章 社会反应管理	79
4.1 企业社会环境	80
4.2 实施社会反应	83
4.3 成为有效社会反应的企业	86
4.4 社会反应管理的实践	88
4.5 企业社会审计	91
本章小结	93
本章关键术语和概念	93
网络资源	93
案例：VanCity 储蓄贷款联合会的社会审计	94

第三部分 企业与伦理环境

第5章 经营中的伦理困境	101
5.1 伦理的含义	103
5.2 组织职能中的商业伦理	107
5.3 为什么企业经营中会发生伦理问题	111
5.4 全球经济中的伦理	114
5.5 伦理、法律和非法的企业行为	117
本章小结	119
本章关键术语和概念	119



	网络资源	119
	案例：伟哥——奇妙的药物还是伦理上的不负责任？	120
第 6 章	伦理分析和企业战略	125
	6.1 伦理特质的核心要素	126
	6.2 企业中的伦理问题分析	133
	6.3 使伦理在企业中发挥作用	137
	本章小结	144
	本章关键术语和概念	144
	网络资源	144
	案例：PPG 公司的伦理计划	144

第四部分 全球化社会中的企业与政府

第 7 章	企业与公共政策	151
	7.1 政府和公共政策的作用	153
	7.2 公共政策与企业	156
	7.3 社会福利政策	162
	7.4 政府对企业的干预	165
	7.5 国际干预	173
	7.6 前景	175
	本章小结	176
	本章关键术语和概念	176
	网络资源	176
	案例：保护人类的食品供应	177
第 8 章	企业与政府关系的管理	182
	8.1 政府关系的战略管理	183
	8.2 新世纪的美国政治	188
	8.3 关键问题	191
	8.4 负责的企业政治	199
	本章小结	201
	本章关键术语和概念	201
	网络资源	202
	案例：可口可乐民间行动网络	202
第 9 章	反垄断、并购和全球竞争	205
	9.1 公司势力的两难选择	206



9.2 反垄断干预	208
9.3 企业并购	216
9.4 全球竞争和反垄断政策	219
本章小结	221
本章关键术语和概念	222
网络资源	222
案例：美国在线和时代华纳的并购	222

第五部分 企业与自然环境

第 10 章 生态、可持续发展与全球企业	229
10.1 生态挑战	230
10.2 全球环境问题	237
10.3 国际企业界的应对	242
本章小结	245
本章关键术语和概念	245
网络资源	246
案例：长江筑坝工程	246
第 11 章 管理环境问题	251
11.1 政府的角色	252
11.2 环境干预的成本与收益	261
11.3 绿色管理	262
本章小结	267
本章关键术语和概念	268
网络资源	268
案例：亚利桑那州的常识	268

第六部分 企业与技术变化

第 12 章 技术：经济社会的推动力	275
12.1 技术的爆发力	276
12.2 高科技企业的出现	279
12.3 我们日常生活中的科学技术	285
12.4 特殊现象：数字技术鸿沟	288

	本章小结	290
	本章关键术语和概念	290
	网络资源	290
	案例：电子商务的道德原则	290
第 13 章	应对技术进步带来的挑战	294
	13.1 企业保护隐私权	295
	13.2 信息安全的控制	298
	13.3 对成人导向信息进行控制	301
	13.4 保护知识产权	302
	13.5 应对科学突破带来的挑战	305
	本章小结	310
	本章关键术语和概念	311
	网络资源	311
	案例：Napster——自由通道还是音乐强盗？	311

第七部分 回应利益相关者

第 14 章	股东和公司治理	319
	14.1 股东	320
	14.2 股东的合法权利和保障	323
	14.3 公司治理	324
	14.4 公司治理的现行趋势	328
	14.5 特殊问题：高级管理人员的薪酬问题	332
	14.6 股东利益的政府保护	334
	14.7 股东和公司	336
	本章小结	336
	本章关键术语和概念	337
	网络资源	337
	案例：股东要求 ADM 公司进行改革	337
第 15 章	消费者保护	342
	15.1 提升消费者利益的压力	343
	15.2 政府进行消费者保护的举措	346
	15.3 互联网时代的消费者个人隐私	351
	15.4 特殊问题：产品责任	354
	15.5 企业对消费者保护主义的积极回应	356