

WO ZHIDAO SHENME



我知道什么？

消费者权益保护



〔法〕热拉尔·卡 著

商务印书馆

我知道什么？

消费者权益保护

〔法〕热拉尔·卡 著

姜依群 译

商 务 印 书 馆

1997 年·北京

图书在版编目(CIP)数据

消费者权益保护 / (法)卡著;姜依群译. —北京:商务印书馆, 1996

(《我知道什么?》丛书)

ISBN 7-100-02087-5

I. 消… II. ①卡… ②姜… III. 消费者-权益-保护-研究 IV. D913

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 03067 号

我知道什么?

消费者权益保护

[法] 热拉尔·卡 著

姜依群 译

商 务 印 书 馆 出 版

(北京王府井大街36号 邮政编码100710)

新华书店总店北京发行所发行

北 京 外 文 印 刷 厂 印 刷

ISBN 7-100-02087-5/F·244

1997年5月第1版

开本 787×960 1/32

1997年5月北京第1次印刷

字数 60 千

印数 4 000 册

印张 4 1/4

定价: 7.50 元

QUE SAIS-JE?

Gérard Cas

**LA DÉFENSE
DU CONSOMMATEUR**

2^e édition

Presses Universitaires de France Paris, 1980

根据法国大学出版社 1980 年第 2 版译出

本书出版得到法国外交部的资助

《我知道什么?》丛书

出版说明

世界闻名的《我知道什么?》丛书,是法国大学出版社 1941 年开始编纂出版的一套普及性百科知识丛书。半个多世纪以来,随着科学知识的不断发展,该丛书选题不断扩大,内容不断更新,已涉及社会科学和自然科学的各个领域及人类生活的各个方面。由于丛书作者都是有关方面的著名专家、学者,故每本书都写得深入浅出,融知识性和趣味性于一体。至今,这套丛书已印行 3000 余种,在世界上产生很大影响,被译成 40 多种文字出版。

“我知道什么?”原是 16 世纪法国哲人蒙田的一句话,它既说明了知识的永无止境,也反映了文艺复兴时期那一代人渴求知识的愿望。1941 年,法兰西民族正处于危急时期。法国大学出版社以蒙田这句话为丛书名称出版这套书,除了满足当时在战争造成的特殊形势下大学教学与学生读书的需要外,无疑具有普及知识,激发人们的读书热情,振兴法兰西

民族的意义。今天,我国正处在向现代化迈进的新时期,全国人民正在为把我国建设成繁荣富强的社会主义国家而努力奋斗,我们相信,有选择地陆续翻译出版这套丛书,对于我们来说也会起它应有的作用。

这套丛书的翻译出版得到法国大学出版社和法国驻华使馆的帮助,我们对此表示真诚的谢意。由于原作为数众多,且时间仓促,所选所译均难免不妥之处,个别著作持论偏颇,尚希读者亮察。

商务印书馆编辑部

1995 年 5 月

目 录

前言	1
----------	---

第一部分 消费者—受害者

第一章 产品和服务	7
一、社会对产品和服务的要求	7
二、不符合社会要求的产品和服务	14
第二章 经销及其越轨行为	25
一、销售的进攻型方式	25
二、广告的进攻型方式	39
第三章 合同中的圈套	46
一、说明和强制期限	47
二、禁止的条款	50
第四章 产品和服务的价格	54
一、价格波动	54

二、价款支付·····	59
-------------	----

第二部分 消费者—伙伴

第一章 消费者组织·····	65
----------------	----

一、消费者权益保护运动的组成部分·····	65
-----------------------	----

二、消费者组织的行动能力·····	71
-------------------	----

第二章 通告消费者·····	74
----------------	----

一、源于经营者的信息·····	74
-----------------	----

二、“评论”信息·····	79
---------------	----

第三章 消费者和政府·····	86
-----------------	----

一、国家面对消费者作用的变化·····	87
---------------------	----

二、新机构的出现·····	93
---------------	----

第四章 消费者和企业·····	101
-----------------	-----

一、企业对消费者期待的反应·····	102
--------------------	-----

二、消费者和企业之间的冲突·····	110
--------------------	-----

注释·····	116
---------	-----

参考书目·····	125
-----------	-----

前 言

本书自 1975 年第一版以来,在内容上作了很大的修改,这说明我们向读者提供的文章内容的及时,在众多领域不同情况下我们曾提出的立法空白点,现已得到了填补。特别是 1978 年 1 月 10 日两个法律的诞生,使我国的法律已具备了保护和通告消费者的重要机制。其中一个法律主要涉及一般的产品和服务,合同中的违法条款等⁽¹⁾;另一个是信贷消费者权益保护法⁽²⁾,1979 年 7 月 13 日通过的法律⁽³⁾在保护和通告不动产贷款消费者方面作了补充。一系列人们等待已久的法律也终于出台,如 1975 年 7 月 10 日颁布的化妆品法等。如果没有各消费者团体对政府的督促,这些众多的法律条文及其颁布、实施等补充条款是肯定出不了台的,消费者团体的呼声今天更为坚定。这些消费者团体为没能获得他们在 1975 年已拟定了草案的消费法总则而失望,因为这是一

个以宪法形式,以一个严密可行的整体形式,规定消费者基本权益的法律。

所取得的进步并不能掩盖存在的问题,其中有些问题是近年来才出现的。曾几何时,保护消费者利益运动评论界完全反对消费社会,揭露它的弊端。今天,我们高兴地看到,西方国家首脑几乎是以官方正规形式向他们的同胞敲响了消费社会的丧钟,这种形式的社会已经结束。石油价格突如其来大幅度上升,并波及到其他能源,引起通货膨胀,使舆论在过去的十年中注意到限制某些原料,反对浪费的必要性。罗马俱乐部的第二篇报告《明天的战略》指出:“必须对使用自然资源的行为制定新的法规……它们的依据应该是最低限度地使用资源,考虑物质的使用期,而不是追求最大程度地开发资源。”今天,一项消费政策必须考虑出现的新问题。重点应放在“某些产品的最大耐用性上”,注重“在一定维修条件下的最佳或是最短寿命”,主张“缩小等级数,扩大标准化”,并一致公认“发展维修的有效服务(售后服务)是至关重要的”^[4]。《富裕社会》^[5],浪费时代,一次性时代已一去不复返了。

然而,“虽然法国人知道这种形式的消费社会

已经结束,但他们所表达的,组织的,诉求的一切都还是产生于消费社会”^[6]。要保持自己的竞争性,企业不仅要提高生产率,更不能在国内外的市场竞争中失去斗志。政府也在这方面激励企业,因为这是解决“石油价格”,控制失业和通货膨胀的唯一方法。因此,经济危机远远没有将以消费者为“目标”的刺激性销售方式,广告的“大规模灌输”,销售学,推销,和一整套商业化技术等排遣给零售商店。

因此,如果说改变本书的内容是势在必行,而变更本书的提纲却没有必要。尽管在立法和执法领域里都取得了很大的进步,消费者仍被视为经济社会的受害者(第一部分),因为最新的法律努力解决了旧问题,但随之又产生了新问题。幸而在经营者和有组织的消费者群体间建立了冲突和商讨形式的关系。国家放弃了其对媒体的一贯敌视态度,给消费者组织以帮助,为形成“一种确认的,合法的,被政府承认为合作伙伴的平衡权力”而作出贡献,“政府也在他们的参与中,看到一种特别有效的社会整体化形式”^[7]。一些新的机构逐步建立起来,各类经济代理人——生产商,经销商,提供服务者,消费者——都坐到了一起。在经

济社会中,消费者再也不仅仅是受害者,他进入了合作伙伴的行列。

第一部分 消费者—受害者

工业化社会孕育了一种考虑到当事人之间实际存在的不平等的契约关系的新观念。立法者倾向于保护最弱者,打击最强者,保护外行,打击内行;当事人必须服从于一个被现代法学家称之为经济秩序的东西。契约自由的减少曾在雇佣者和雇工之间表现得最为突出,如今又在经营者或产品和服务的经销商与个体使用者间形成的消费关系中表现得更为明显。在一些仍以私营企业为经济基础的国家里,由国家组织的经济关系符合一个没有取消传统法规的社会的需要。如在法国,指导消费的统制经济条文与产生于18世纪自由主义哲学的《民法典》共存,在这部法典中,契约自由的原则有着相当重要的地位。虽然原则继续有效,但它的应用范围却因一系列保护消费者的专门法律、法规的产生而逐步缩小,这些法律法规主要保护消费者在使用某一商品或接受服务时不受

人身、财产伤害(第一章:《产品和服务》);反对推销中的暴力(第二章);防范合同中的圈套(第三章)以及遏制物价上涨(第四章)。

第一章 产品和服务

今天,产品管理条例已相当全面、完善,似乎很难找到被遗漏的产品或产品系列。而且政府所形成的合格产品的概念就是符合消费者的要求,主要是符合安全标准,而且在这方面的要求也越来越高。因此,不了解这些要求受到的惩罚最为严厉。

一、社会对产品和服务的要求

1. **社会要求的演变。**消费者的第一要求是安全。产品和服务不应该成为事故,中毒,疾病的起因。然而,今天人们越来越多的是对产品和服务能给消费者带来怎样的满足提出疑问。最迫切的第一要求是安全,其次是效用,这点较难分辨。

(1)安全。长期以来,政府一直局限于保障必需食品的卫生。在本世纪初——1905年8月1日通过伪劣商品法的时期——因屠宰场和屠夫收

购大量的结核病牛,每年有 5 万低龄儿童丧身于劣质牛奶。1907 年农业部内成立了劣质商品惩处局(参看本书第 45 页),其任务是追究那些不考虑公众健康经营者的法律责任。

然而在这方面所取得的进步并没能彻底杜绝危险。现代化的食品生产、储存、加工和经销方式需要求助于化学,兽医药物学和植物病药理学(肥料,农药,激素,抗菌素,防腐剂,色素等等),求助于新技术的运用(冻干法,食品辐射)。我们正处于一个“食品革命”的初期,合成食品的制造将使用迄今为止只在纺织工业和塑料材料工业中运用的技术(为获取合成肉类所需的植物蛋白质的挤压工艺)。这些新技术产生了相应的新危险。除了食品危险外,又增添了其他危险,诸如机械,家庭的危险。公路上的年死亡率,经常提出一个汽车,摩托车,自行车以及轮胎的安全问题,并非唯一引起法律纠纷的原因。根据现有的不完全统计,在欧共体各国,每年有 2.5 万至 3 万人死于发生在家里的事故,受伤数高达 400 到 500 万。器具,家用电器,纺织品(锅变质,折叠桌翻倒,衣服燃烧等),维修保养产品,玩具都是事故的起因,其中绝大多数没进入统计(烧伤,触电,割破,成人或

儿童中毒)。唯有制定一项预防和通告政策才能控制这类危险的发展。

最后还必须考虑到由于空气、水和食物的污染,人类或动物呼吸或吞食的物质问题。我们还记得水俣事件(日本,1956年),在一个用一种被公认为无害方法生产塑料材料的工厂里,一位工程师为提高生产能力,想出运用一种含汞的催化剂,原则上是闭合回路。但有渗漏入海,汞被海里的浮游生物吸收,浮游生物又被贝壳类和鱼类吞食。在食物链的一端,人食用了这些海产品,或是死亡,或是生育了智力或生理上的低能儿。这个例子说明了消费和环境问题的关系,以及在生产方式上提高警惕的益处。

(2)效用。60年代末以来,“保护消费者利益运动”的诉求对生产商,也对政府提出了产品不仅不能有害于它们的消费者——只是消极的要求——而且产品要对消费者的需要起积极作用。要使产品满足消费者整体是很难设想的。同一产品能对某一消费者很适用,而对另一消费者则根本无用。一把电钻将被一位喜欢修修补补的人经常使用,而对一位一年只钻上两三个洞的人来说利用率太低。此外,消费者的愿望经常是难以了解