

95

“九五”规划高等学校法学教材

◁ 经济法系列 ▷

jin wu gui hua gao deng xue xiao fa xue jiao cai

李昌麒 许明月/编著

消费者保护法

司法部法学教材编辑部编审

jin wu gui hua gao deng xue xiao fa xue jiao cai



法律出版社

407588

“九五”规划高等学校法学教材——经济法系列

消 费 者 保 护 法

司法部法学教材编辑部 编审

李昌麒 许明月 编著

法 律 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

消费者保护法/李昌麒, 许明月编著. —北京: 法律出版社, 1997. 6

“九五”规划高等学校法学教材·经济法系列

ISBN 7-5036-1992-9

I. 消… I. ①李…②许… III. 消费者权益-法规-中国-高等学校-教材 IV. D923.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 11484 号

出版·发行/法律出版社

经销/新华书店

印刷/中国人民解放军第一二〇二工厂

开本/850×1168 毫米 1/32 印张/11.625 字数/309 千

版本/1997 年 7 月第 1 版 1997 年 7 月第 1 次印刷

印数/00, 001—10, 100

社址/北京市广外六里桥北里甲 1 号八一厂干休所 (100073)

法律出版社发行部教材科

电话/63266794 63266796

出版声明/版权所有, 侵权必究。

书号: ISBN 7-5036-1992-9/D·1626

定价: 14.50 元

(如有缺页或倒装, 本社负责退换)

说 明

根据国家教委《关于“九五”期间普通高等教育教材建设与改革的意见》，我部“九五”规划的重点是编写有特色、高质量、对实现法学教育目标起关键作用和具有重大影响的现代法学教材。

现代法学教材坚持以邓小平同志建设有中国特色社会主义理论和党的十四大精神为指导，面向现代化、面向世界、面向未来，紧密结合我国法制建设和法学教育的实际，瞄准培养跨世纪高质量法律人才这个目标，努力编写出反映当代先进水平的法学教材。

这批教材分若干系列，力求完整、准确地阐述基本概念、基本原理和基础知识，吸收国内外优秀学术成果，在理论与实践结合的基础上，达到理论性、实践性、针对性和应用性的统一。

《消费者保护法》是经济法系列的一种，由李昌麒、许明月编著，其中，初稿由许明月执笔完成，李昌麒教授进行了认真详细的修改、补充和审阅。

尽管编著者做出了很大努力，但不完善之处在所难免，尚祈读者批评指正。

责任编辑 尹雪梅

司法部法学教材编辑部

1997年5月

目 录

第一章 消费者问题与消费者保护立法	(1)
第一节 消费者问题.....	(1)
第二节 消费者运动	(14)
第三节 消费者保护立法	(24)
第二章 消费者保护法基本理论	(45)
第一节 消费者保护法概述	(45)
第二节 消费者保护法的价值取向	(49)
第三节 消费者保护法的地位	(55)
第四节 消费者保护法的基本原则	(60)
第五节 消费者保护法的体系	(66)
第三章 消费者及其权利	(68)
第一节 消费者	(68)
第二节 消费者的权利概述	(73)
第三节 我国消费者的权利	(80)
第四章 经营者的义务	(97)
第一节 经营者义务概述	(97)
第二节 经营者的一般义务.....	(102)
第五章 消费者利益的国家保护	(117)
第一节 消费者利益国家保护概述.....	(117)
第二节 行政机关在消费者保护中的职责.....	(121)
第三节 司法机关在消费者保护中的职责.....	(129)
第六章 消费者组织	(132)
第一节 消费者组织概述.....	(132)

第二节	消费者协会·····	(136)
第三节	国际消费者保护组织·····	(145)
第七章	商品与服务质量管理法律制度·····	(149)
第一节	概 述·····	(149)
第二节	商品服务质量管理法律制度·····	(152)
第三节	经营者的质量义务·····	(160)
第四节	商品、服务品质担保责任制度·····	(163)
第八章	消费者安全保障法律制度·····	(173)
第一节	概 述·····	(173)
第二节	食品卫生监督管理法律制度·····	(178)
第三节	药品管理法律制度·····	(187)
第四节	化妆品管理法律制度·····	(197)
第五节	产品责任法律制度·····	(201)
第九章	消费者公平交易保障法律制度·····	(219)
第一节	消费者公平交易保障法律制度概述·····	(219)
第二节	竞争法律制度·····	(227)
第三节	价格管理法律制度·····	(244)
第四节	计量管理法律制度·····	(254)
第五节	消费合同法律制度·····	(262)
第十章	商品服务表示管理法律制度·····	(287)
第一节	商品服务表示管理制度概述·····	(287)
第二节	商品标示管理制度·····	(291)
第三节	广告管理法律制度·····	(301)
第十一章	消费者保护法中的法律责任·····	(308)
第一节	消费者保护法中的法律责任概述·····	(308)
第二节	经营者的民事责任·····	(313)
第三节	消费者保护法中的行政责任·····	(321)
第四节	常见的损害消费者利益的犯罪行为及其 刑事责任·····	(327)

第十二章	消费者争议	(335)
第一节	消费者争议概述.....	(335)
第二节	消费者争议中的当事人.....	(338)
第三节	消费者争议的协商和解.....	(340)
第四节	消费者协会调解.....	(342)
第五节	消费者争议的行政处理.....	(343)
第六节	消费者争议的仲裁.....	(346)
第七节	消费者纠纷的诉讼解决途径.....	(350)

第一章 消费者问题与消费者 保护立法

第一节 消费者问题

一、消费者问题的产生前提

消费者问题是商品经济中接受生活资料和生活服务的消费者的利益受到提供消费资料 and 消费服务的经营者损害而发生的问题。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保护法产生的基本动因。

生存与发展是人类生活的两大主题。人类的一切活动无不围绕着这两大主题而展开。在人类社会的早期，人的需求主要表现为生存需求。这种需求的满足在最初是靠自身的活动而实现的，人们以自然存在的各种可利用资源充饥、蔽体、安居，以满足最基本的生存需要。然而，这种完全依赖大自然的供给而实现需求的满足带有很大的随机性：人们不得不在食物充足时暴饮暴食，而在食物匮乏时忍饥挨饿。这种原始生活方式随时都可能发生生存危机。

为了克服完全依赖自然提供生活资料而可能发生的生存危机，人们便开始种植谷物、果蔬，驯化、饲养禽畜，进而使采拮自然果实的原始采集业发展成原始农业，围猎野生动物的原始狩猎业发展成原始畜牧业，于是，人类历史上出现了第一次社会大分工：农业与畜牧业的分工。一些人专门利用土地等自然条件种植农作物，以

满足自身需要；另一些人则专事禽畜的驯化与饲养，并以此作为生活的来源。当社会发生第一次大分工以后，从事农作物种植的人若要想获得肉类食物，便不必再自己去亲自捕猎，只要从事畜牧业的人群有人需要种植物食品，他们便可以以自己生产的农作物与从事畜牧业的人进行交换。可见，社会分工促进了交换的发展。交换的出现使得人类的需求可以通过其他人提供的生活资料而得到满足，即通过与其他人相互交换其劳动成果而使自身的生存得以维持。社会分工使人类的生产活动专业化，大大增强了劳动的熟练程度，因而，也迅速地推动了社会生产力的发展。生产力的发展又使得人们生产越来越多的剩余产品，于是，交换便更为频繁，交换的主体及交换的生活资料的范围进一步扩展；与此同时，人们生活需求也越来越产生了对他人劳动成果的依赖。交换的出现标志着人们的需求可以借助他人的劳动成果而获得满足，当人们直接以自己的劳动成果而满足自身的生活需求时，不可能发生消费者受到侵害的问题，因为在这种情况下，消费资料是由他自己提供的，即使对他的人身或财产造成损害，也只是自食其果。而在以交换获得生活资料的时候，情况却迥然不同，这时，他人的劳动成果便可能对自己产生侵害。可见，交换的出现使得提供生活资料的交换者一方有可能侵害消费该生活资料的另一方的利益。交换是消费者问题产生的第一前提。

尽管我们可以说，没有交换就不可能产生消费者问题，但是，交换却不是消费者问题产生的直接、唯一的客观条件。因为我们所说的消费者问题是消费者利益集团总体所面临的利益受到外部的损害的问题，它并不能涵盖消费者利益受到损害的一切情形，而仅指作为生活资料的消费者利益受到来自其外部的损害的问题。交换虽然可能产生他人的劳动成果造成了对接受这一劳动成果的人的损害，但这种损害并非都属于来源于消费者外部的损害，作为消费者问题必须要有消费者存在，因此，只有特定的交换才有可能产生消费者问题，因此，除了应具备商品交换这一前提外，还应具备另一个客观前提，即交换双方利益形态的差异。

当交换双方为了获得同一种类利益而进行交换时，并不会发生消费者问题，例如，在物物交换的情况下，若交换者双方均以自有的生活资料相互交换（第一次社会大分工而产生的交换大多如此），这时，双方希望获得的利益属于同种利益，他们都是为了满足自己的生活需要，交换双方均属于“消费者”，因而，不可能发生我们这里所指的消费者问题，在以生产资料相互交换时，情况正好相反，交换双方都不是为了获得生活资料而交换，因而，双方都不能是消费者，更不可能产生消费者利益受损害的问题。只有在以生产资料与生活资料进行交换的场合，接受生活资料的交换一方才可能受到来自其外部的其他主体的侵害。因此，在人类社会出现第二次社会大分工时，消费者问题的出现才带有一定的必然性。因为，第二次社会分工使社会上出现了一批必然依靠他人提供生活资料而生存的阶层（手工业者），他们以自己的生产工具作为交换条件而获得他人生产的生活资料，在这里，交换双方的利益形态出现差异，从而产生了消费者与非消费者的界限，以及这两种不同主体之间的利益冲突。消费者利益集团受外来侵害便成为可能。由此可见，交换双方利益形态的差异是消费者问题产生又一基本前提。

如果说交换及交换双方的利益形态的差异导致了消费者问题产生，那么，货币作为交换媒介的介入则促进了消费者问题普遍化。首先，货币作为一种特殊的商品介入交换，克服了物物交换的种种局限，它不仅使商品交换几乎在任何时间、地点都可以发生，而且使交换极为方便，从而极大地增加了交换的发生总量，使人们有可能在更大的程度上依赖他人提供的生活资料而生存。其次，货币作为一种特殊的中性商品，它既不属于生产资料，也不属于消费资料，当货币介入交换时，便将物物交换中的消费品与消费品交换关系分解为货币——消费品及消费品——货币两次交换关系，这不仅从数量上增加了交换的次数，而且在内容上使得原来的消费资料互换转化为非消费资料与消费资料的交换，从而成倍地增加了消费资料与非消费资料交换的总量，使得原本不会产生消费者损害的交流关系转

化为可能产生消费者损害的社会关系。

再次，货币的出现使得交换更为便捷，从而大大地降低了交易成本，激发了人们通过商品交换而满足生活需要的内在需求。在物物交换条件下，自行生产某些消费资料可能比以交换方式获得这种消费资料更为经济，但在货币介入交换以后，由于交换成本的大幅度降低，自行生产就显得不甚经济了，这又进一步刺激了人们的消费欲望，使依赖交换而获得生活资料的人越来越多。

第四，货币作为交换媒介而频繁地使用，不仅使交换更为发达，而且也导致了与消费者利益相对立的以追逐商品货币价值为目的的商人阶层的出现（第三次社会大分工）。商人作为商品生产者的“代理人”，广泛的聚积着各类商品生产者的产品，垄断着各种消费资料的交换，向人们提供各种消费资料，收取货币，而不是其他商品。商人阶层的出现，一方面使商品交换更为便利，另一方面又进一步刺激了货币交换形式的发达，商品的货币交换形式成为最一般地、最广泛使用的交换形式，成为人们获得他人生产的消费资料一般形式。货币交换形式的盛行，必然使消费者问题成为普遍的社会问题。

二、消费者问题产生的基本原因

交换、交换中的利益形态差异以及货币交换形式的盛行只是产生消费者问题及使消费者问题普遍化的基本前提，当这些因素具备时，消费者的利益就可能受到损害，但这些因素并不是导致消费者利益损害的原因，消费者利益受损害的原因主要包括以下几个方面。

（一）人类认识能力的局限性

导致消费者利益损害的客观原因首先表现在人类认识的局限性。客观世界是无限的，而人类对客观世界的认识却是有限的。人类认识客观世界的过程是一个循序渐进的过程，真理永远不可能穷竭，客观的物质世界及其规律总是有某一部分或某一方面对人类来说仍然是一个未知的世界，当我们利用我们还不完全了解的客观物质存在的时候，就难免会因为我们的无知而受到损害。

就整个人类认识能力而言，尚且存在对客观世界认识的局限性，

那么，就具体的人来说，其知识的局限就更可想而知了。在有限的人类知识总体中，每一个具体的人所能掌握运用的知识只能是沧海一粟、九牛一毛，如果依靠人类现有的全部知识尚不足以使人类摆脱来自客观世界的所有危险的话，那么，每一个人所能掌握的知识就更难以与这个庞大的客观世界抗衡了。

就经济生活中的经营者和消费者而言，他们作为人类的个体，不可能克服人类认识能力的局限性，甚至也不可克服作为人类个体掌握人类全部知识的局限性。经营者在生产消费资料的过程中，不可能对用于生产此类消费资料的原材料的所有物理、化学、生物等等属性完全了如指掌，在某种物质的特性尚不被人们了解的时候，也就谈不上对其负面作用采取有效的防范措施了。因此，就经营者而言，认识能力的局限性决定其不可能向广大消费者提供绝对安全、并且最能满足其生活需求的至为完美的消费资料，从而造成对消费者的损害；就消费者来说，作为单个的自然人，其认识能力更为有限，而且，消费者各种需求都需要满足，他们不可能象经营者那样深入、全面的了解掌握某种消费品的功能、效用及各方面的特点。当消费者对消费对象缺乏正确消费所必需的知识的时候，不适当的使用和消费也很可能导致消费者利益的自我损害。这两种情况的存在都可能产生消费者问题。

（二）商品经济中信息的不适当分布

商品经济促成了消费资料的生产者与消费者的分离，在商品经济条件下，消费者取得的消费资料是由他人提供的，这就产生了这样一个矛盾，即对商品比较了解的生产、经营者自己并不使用、消费这些商品，而使用、消费这些商品的消费者却对商品的基本构成、基本结构、功能、原理、生产过程以及最佳的消费条件等一系列问题一无所知，他们只能依靠一般常识及经营者提供的信息进行消费。商品经济导致了商品的信息不适当地分布，信息的占有与对信息的需求之间的矛盾，使消费者的无知和误解进一步加深，消费者的利益损害的可能性也会大大增加。

（三）消费需求的个体差异

人类的需求是多种多样的，不同的个体之间由于他们自身的具体情况不同，对消费资料的要求也不一样。对某些消费者来说可以获得最大满足的某种消费品，对其他消费者却会构成损害。当经营者根据一般消费者的普通的身体状况、知识构成、兴趣爱好、风俗习惯等要求生产某种消费品时，也不能排除对于在上述各方面有特殊要求的特定消费者会造成损害。消费者相互之间的个体差异使得至为完美的消费品几乎成为幻想。

人类认识能力的局限性，商品经济条件下消费品信息的不合理分布以及消费者自身的个体差异是导致消费者利益可能受到损害的最主要的客观原因。从这些客观原因中我们可以看出，消费者问题将伴随人类社会而长期存在，即使按照马克思主义经典作家的假设，在人类进入共产主义社会以后，商品经济不复存在，商品经济条件下的经营者对消费者损害问题会随之消失，但更广义上的消费者问题，即消费资料提供者通过消费资料对消费者利益的损害的问题，仍然可能存在。

（四）商品经济条件下经营者与消费者之间的利益对立

在货币介入商品交换后，交换双方要么获得了商品，要么获得了商品的另一种形态——货币。经营者与消费者代表着不同的经济利益，消费者通过支付货币获得消费资料，而经营者通过提供消费资料而获得货币。作为经营者，他所关心的是商品的交换价值能否得到实现；而消费者所关心的则是商品是否具有满足其生活需要的特定效用（使用价值）。然而，在商品经济条件下，经营者控制着消费资料的生产，商品的使用价值的状况完全是由经营者的能力、主观努力及客观的生产条件所决定的。从某种意义上讲，由于商品的使用价值与经营者没有直接的利害关系，其生产出来的产品不是为自己所用，而是为他人消费使用，因而，往往会出现对产品的质量漠不关心的情况。

经营者与消费者之间不仅存在着利益形态的差异，而且，其互

相之间还存在着尖锐的利益冲突。对于经营者来说，投入某一商品的劳动很少，而该商品又能以很高的价格出售，这时对他最为有利。而对于消费者来说，某一商品最好既能最大程度的满足其消费需求，又能以较低的价格获得。这里就产生了消费者与经营者之间的利益冲突，当经营者为了满足消费者的需求对某商品的生产投入过多的劳动而又以较低的价格出售时，其自身的利益就不能得到保障。为了追求自身利益的最大化，经营者往往牺牲消费者的利益，尽可能的减少生产消费品的劳动（活劳动与物化劳动）投入，并尽可能的提高该产品的价格。由于这种利益驱动，经营者往往采用偷工减料、掺杂使假、短斤缺两、漫天要价、坑蒙欺诈等手段达到自己的营利目的，这就必然会对消费者的利益造成损害。

三、商品经济中消费者的弱者地位

在消费者与经营者的商品交易中，消费者总是处于弱者地位，这种弱者地位要求法律为了维护社会正义，必须站在消费者的立场上，对消费者利益给予特殊的法律保护。消费者的弱者地位来源于商品经济本身，当人们以支付货币的方式而从他人那里获得消费资料的时候，他在这种交易中就总是处于弱者的地位。

首先，在消费者交易中，经营者与消费者的利益形态不同，经营者所承担的是经济风险，而消费者承担的除了经济风险外还有生存风险。经营者获得作为价值符号的、不可能对其造成任何人身或财产损害的货币，其在交易中所追求的目标的实现不附带任何危险。消费者则获得消费资料，而消费资料却可能具有这样或那样的危险，并在消费过程中对消费者的人身或财产产生一定的损害。消费品对人身或财产造成损害的各种风险天然地落到广大消费者身上，只要是消费者，他就不能逃脱这种风险。

其次，在消费品交易中，经营者的利益可以得到即时的满足，而消费者的需求只能在交易完成、获得并使用消费品以后才能得到满足。消费者交易一般为即时清结的交易，消费者在交付商品的价款以后，经营者的利益即可得到实现；而消费者的利益大多只能在支

付价金、获得并使用消费品后才得以实现。经营者获得的货币一般不存在瑕疵，即便存在瑕疵（如货币残缺、假币），经营者亦可即时发现并采取必要的措施；而消费者在交易过程中，只能凭一般常识或经验对商品的质量进行判断，而这种判断往往又只能发现商品的明显瑕疵，很难发现其内在瑕疵。商品是否具备满足其需求的特定用途？是否值得支付如此高的价款？是否会对其人身安全构成威胁？是否会含有对人身有害的物质而损害其健康？等等，只有在消费或使用过程中才能发现，而在此时，消费者则很难获得及时的救济。即便是在非即时清结的交易场合，消费者境况也不会有多大改善，例如，在分期付款交易中，经营者往往也能够利用消费者迫切需求的心理，规定苛刻的付款条件，严厉的逾期付款罚则、严密的担保措施，使其自身利益不仅能够获得充分的保障，而且，通过分期付款交易甚至可以牟取超额利润。而消费者稍有耽搁，就要承担严重的后果，有时，不仅得不到消费品，而且已经支付的价款也不能得到退还。可见，消费者的消费需求与经营者经济利益的满足方式不同，也使消费者在与经营者的交易中处于不利的地位。

第三，消费者正确消费要依赖于经营者。如前所述，商品经济使得消费者与生产者产生分离，消费者获得的消费资料由他人生产、制造，因而，有关这类消费资料的信息是由经营者垄断支配的，对信息源的垄断，亦使得他在与消费者的交易中处于优势地位。经营者可以根据自身的需要公开对自己有利的信息，而隐瞒对其不利的信息，甚至虚构捏造其产品不具有的假信息，诱使消费者上当受骗，争取高额利润；而消费者对其购买的消费品除了依常识、经验外，只能依赖经营者提供的信息进行鉴别、选择、消费。可见，消费者无论在购买还是在消费过程中对经营者都具有很大的依赖性，而有的经营者因追求高额利润的利益驱动，对消费者提供的信息往往带有片面和虚假的倾向，消费者的利益更容易受到侵害。

从以上的分析中可以看出：商品经济的本质决定了消费者在与经营者的交易过程中，总是处于劣势的地位，如果将消费者与经营

者放在同等的地位上给予相同的保护，那么，对消费者来说是极为不利的，公正的立法者应该认识到消费者的弱者地位，在法律保护上对消费者给予适当的倾斜，唯有如此，才能实现实质意义上的公平与正义。

四、农业社会中消费者问题的解决

在主要靠自给自足的农业社会中，人们生活消费的需求大多通过自己或家庭的劳动而得到直接满足，商品交换仅在很少的情况才会发生，消费资料和服务的范围亦非常有限。商品由一般常见的物质原料而制造，技术含量低，工艺过程简单，人们可以凭经验和常识而对其品质、价值作出准确的判断，并能凭经验、常识正确的使用、消费这些商品；由于交通不便，商品一般来源于附近一定的范围，纵令商品存在缺陷，消费者亦可自力或通过公力而获得及时的救济；消费者与经营者大多同为自然人，其经济实力相当，在交易过程中，相互讨价还价，易于达成对双方都比较公正的交易条件；尽管自古就有王婆卖瓜、自卖自夸之说，但由于商品结构简单，消费者可以凭借自己的经验和常识来正确鉴别，因此，经营者对商品的不实宣传对消费者影响非常有限；在小商品经济的社会中，作为经营者和消费者的人大多同为自然人，他们之间并难以逾越的鸿沟，消费者与经营者的位置随时都可能发生互换，从乡村挑菜进城的农民，在卖菜时，他是经营者，而当他卖完菜而用卖菜所得购买油盐酱醋、布匹、点心时，他就摇身而变为消费者，经营者与消费者位置的互换性决定，尽管在他作为消费者时利益可能受到损失，但在其作为经营者时，这种损失又会得到补偿，故从总体上说，消费者与经营者之间利益冲突不可能尖锐化。所以，尽管商品经济本身就蕴含着对消费者的不利因素，但在自然经济时代，这些不利因素受到自然经济本身的有效制约，不可能充分地表现出来；尽管消费者问题仍然存在，但这种问题不可能对人类的生存和发展构成实质性的威胁。正因为如此，传统法律体系中并不存在专门以保护消费者利益为宗旨的法律类型，消费者与经营者的关系完全由民法从

当事人地位平等的基础出发进行调整。

五、现代社会消费者问题的恶化

现代社会，特别是现代市场经济条件下，消费者的地位进一步恶化，这不仅表现在现代生产方式使得商品经济中固有的消费者问题由潜在的问题转化为现实的问题并使之进一步激化；而且，现代市场经济还滋生了使消费者利益受到侵害的新因素，消费者的处境更加困难。

（一）现代生活方式使得人类普遍依赖商品而生存

随着商品经济的发展，人们的生活方式也发生了根本性的变化。由于社会分工的日益精细，人们各自从事着非常专业化的劳动，这些劳动往往与个人需求没有任何直接的联系，不可能以劳动的成果直接满足自己的生活需要。同时，现代的社会生产常常以缔结各种劳动关系的方式而实现，劳动者以自己的劳动与他人提供的生产条件相结合，生产各种商品，获得以货币形式而支付的劳动报酬，而对其所生产的产品没有任何支配权，职业劳动者与劳动成果的分配权发生分离，他们获得劳动报酬，并且只能以这些劳动报酬去购买生活资料，满足个人的生活需要。此外，随着商品经济的发展，人们逐步采取了城市化的生活方式，城市使人类各种不同的专业化劳动高度集中，各种商品的生产经营者集于一处，向社会提供着日益繁多的生活消费资料。城市化的生活方式，一方面使得人类的生活内容大大扩展，生活需求的满足至为方便；另一方面，又进一步削弱了人类个体的独立生活能力，使得人类相互之间的依赖性进一步加强，人们不仅需要通过市场提供各种消费资料，而且还需要他人为其生活提供各种服务。现代社会，人们一刻也离不开商品，没有商品，人们的生存就会受到威胁，人们的发展也无从谈起。商品无时无刻地伴随着人们而存在，来自商品的危险也时刻威胁着人们的安全与健康。

（二）现代经济组织形式改变了消费者与经营者之间交易实力对比