



中南大学法学文库

跨国消费者保护的 法律冲突及其解决对策

**The Conflict of Laws and its Solution of
the International Consumer Protection**

刘益灯 著

【跨国消费者保护的发生机制】

跨国消费者保护概述 涉外消费者保护法的理念

【跨国消费者保护立法的历史沿革】

跨国消费者保护的产生和发展 世界各国消费者保护立法制度的演变
跨国消费者保护的统一化进程

【跨国消费案件的法律适用】

跨国消费合同案件的法律适用 跨国消费侵权案件的法律适用
网络消费案件的法律适用

【我国构建涉外消费者保护立法体系的必要性】

我国涉外消费者保护的立法缺陷 中国涉外消费者保护遭遇立法挑战

【我国涉外消费者保护立法体系的初步设计】



本书为教育部人文社会科学研究2005年度青年基金项目(批准号为 05JC820055)成果

跨国消费者保护的 法律冲突及其解决对策

**The Conflict of Laws and its Solution of
the International Consumer Protection**

刘益灯 著



法律出版社
LAW PRESS • CHINA

图书在版编目(CIP)数据

跨国消费者保护的法律冲突及其解决对策 / 刘益灯著.

—北京:法律出版社,2008.2

(中南大学法学文库)

ISBN 978-7-5036-8172-1

I. 跨… II. 刘… III. 国际法—消费者权益保护法—研究
IV. D997.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 012387 号

©法律出版社·中国

责任编辑/肖逢伟

装帧设计/汪奇峰

出版/法律出版社

编辑统筹/法律出版社上海出版中心

总发行/中国法律图书有限公司

经销/新华书店

印刷/北京北苑印刷有限责任公司

责任印制/陶松

开本/A5

印张/15.625 字数/355千

版本/2008年3月第1版

印次/2008年3月第1次印刷

法律出版社/北京市丰台区莲花池西里7号(100073)

电子邮件/info@lawpress.com.cn

销售热线/010-63939792/9779

网址/www.lawpress.com.cn

咨询电话/010-63939796

中国法律图书有限公司/北京市丰台区莲花池西里7号(100073)

全国各地中法图分、子公司电话:

第一法律书店/010-63939781/9782 西安分公司/029-85388843 重庆公司/023-65382816/2908

上海公司/021-62071010/1636 北京分公司/010-62534456

深圳公司/0755-83072995 苏州公司/0512-65193110

书号:ISBN 978-7-5036-8172-1

定价:39.00元

(如有缺页或倒装,中国法律图书有限公司负责退换)

中文摘要

在知识经济的 21 世纪,跨国消费成为现代国际社会日益普及的一种社会现象,并随全球化趋势的增强而更加纷繁复杂。世界各国由于经济水平、政治制度、文化因素、民族传统、风俗习惯、历史渊源、伦理观念、意识形态、社会性质和地理环境等方面的不同,导致各国实体法关于涉外消费者保护的规定千差万别,特殊性规则层出不穷。因此在跨国消费者保护过程中不可避免地会产生法律冲突,从而诱发了许多国际私法问题,诸如涉外消费案件的管辖权问题、法律适用问题以及涉外消费案件判决的承认与执行问题等。加之高新技术的飞速发展和网络技术的日益普及,消费者的经济弱势地位更加明显,其合法权益经常遭受不法商人的侵害。因此,保护涉外消费者的合法权益是当今世界各国政府及法学界正面临的一个崭新的课题。深入探讨和研究涉外消费者保护法及其立法体系,对于维护涉外消费者的合法权益,促进对外贸易的发展,繁荣国际民商事交往,具有深远的理论价值和实践意义。本书运用比较方法和实证分析方法对跨国消费者保护的历史发展、统一化进程和法律冲突及其解决对策等问题作了比较全面、深入的研究。

本书共三编七章。

第一编分两章,主要从考察世界各国消费者保护立法的演变历程入手,透视了涉外消费者保护法的发生机制,涉外消费者保护的直

接动因和方式,探讨了涉外消费者保护法的概念、性质、渊源、原则、特点、基本内容、调整对象和价值取向等,并分析了涉外消费者的法律界定、权利及其争端解决机制。并着重对涉外消费者保护法的统一化进程作了理论的、实践的 and 历史的考证,阐述了联合国、欧盟、国际消费者组织联盟和海牙国际私法会议等全球性或区域性国际组织在统一涉外消费者保护法中的突出贡献及取得的阶段性成果。

第二编分三章,该编主要通过对世界各国国内立法关于消费者保护的不同具体规定进行系统的比较研究,分析了各国在消费者保护政策、消费合同、产品责任、教育消费、旅游消费、网络消费、消费诉讼以及广告、服务、价格、商标等领域的不同规定,并指出其差异中也存在着强劲的统一化走势。在重点揭示跨国消费者保护存在法律冲突具体表象的同时,从涉外消费合同案件、涉外消费侵权案件和网络消费案件三个维度,阐释了跨国消费者保护的管辖权、法律适用的理论和实践及其相关问题。

第三编分两章,主要在阐述我国消费者保护立法的历史渊源、法律现状、立法缺陷和欧美影响等的基础上,指出我国消费者权益的保护正处于内忧外患的紧急关头、创建和完善我国涉外消费保护立法体系已成为当务之急。着重分析和探讨了建立有中国特色的涉外消费者保护法律制度必须明确的几个问题,并提出我国涉外消费者保护法律体系框架的初步设想,探究我国融入涉外消费者保护法统一化进程的可能性和现实性,为我国涉外消费者保护立法体系的完善提出若干建议。

关键词: 跨国消费者保护 法律冲突 消费者 涉外消费者保护法 立法体系

Abstract

The whole world is a world of knowledge economy in 21st century, International consume is a popular social phenomenon in modern international society day by day. With the continuous strengthen of globlization, international consume interchange becomes numerous and complicated, international consume disputes take place more continual day by day. There are so many differences in every country, such as economical conditions, political systems, cultural factors, customs and habits, history traditions, consciosness patterns, geographical features, etc. , that it is inevitable to produce conflict of laws of consumer protection law in most countries, and induce many questions about private international law, such as jurisdiction and application of law of international consume disputes. Fuathermore, advanced science and techniques develop in high speeds, it aggravates the weakness of international consumer whose legitimate rights are encroached on by illegal merchants. Therefore, the protection of international consumer is becoming a brand-new subject that confronts every country government and the law circles. As a result, it is of great significance, both theoretically and practically, to explore and research into the law and legislative system of international consumer protection, especially for

China to protect the legal rights of international consumers, impetus the development of international trade, and prospect the international civil and commercial interchanges. Here in the comparative way and the practical analysis way, author makes a comprehensive and detailed study of the historical development, the organic constitution and the unification process of the international consumer protection law.

The article is composed of seven chapters, three parts.

Part One is composed of two chapters. It emphasizes on probing into such issues as the occurring mechanism, the definition, the nature, the source, the character, the principle, the content, the adapted object and value selection of the international consumer protection law by surveying the evolution course of the adoption systems of different countries. Moreover, the author also analyses the demarcation line of law, the rights and the mechanism of its disputes' settlement. Most important, It is focused on a theoretic, practical and historic investigation into the unification process of international consumer law, expounds the prominent contributions and staged achievements of the globe or regional international organization such as: the United Nations, the Europe Union, the International Consumer Organization Union and the Hague Private International Law Conference, and so on.

Part Two is composed of three chapters. It emphasises on analysing the different stipulations of international consumer protection in the internal law of every country in the worldwide, for example, the product responsibility, the consumer contract, the education consume, the tour consume, the internet consume, the consume lawsuit and the advertisement, the service, the price, the trade mark, and so on. At the

same time, the author points out that there is a strong trendence of convergence among these differences. Especially from the three standpoints that is the case of international consumer contract, international consume delict and internet consume, expounds the theory, practice and related questions of the jurisdiction and the application of law of international consumer protection.

Part Three is composed of two chapters. It emphasizes on expounding the historic resources, the present law and legislative drawbacks of Chinese consumer protection law. It also expounds the effections of consumer protection law of Europe and America countries. At the same time, it points out that the present protition of Chinese consumers' rights is in critical chase in many intera and international affairs, and it is necessary for China to establish and improve the international law system of consumer protection. It emphasizes on analysising and studying several key questions on founding the International Law system of Consumer Protection with the Chinese character, and puts forward the preliminary plan of the intentional law system of Chinese consumer protection. In this part, the author also inquires into the possibility and practicability of China's participation the unification process of international consumer protection law.

Key Words: International consumer protection Consumer Conflict of laws the Legislative System International consumer protection law

目 录

第一编 导 论

第一章 跨国消费者保护的发生机制	/ 3
第一节 跨国消费者保护概述	/ 3
一、涉外消费者的法律界定	/ 3
二、跨国消费者保护的直接动因	/ 11
三、跨国消费者保护的方式	/ 20
第二节 涉外消费者保护法的理念	/ 25
一、涉外消费者保护法的概念和调整对象	/ 25
二、涉外消费者保护法的渊源	/ 29
三、涉外消费者保护法的性质和价值取向	/ 33
四、涉外消费者保护法的原则、内容和特征	/ 38
第二章 跨国消费者保护立法的历史沿革	/ 46
第一节 跨国消费者保护的产生和发展	/ 46
一、跨国消费者保护产生和发展的理论基础	/ 46

二、跨国消费者保护产生和发展的国际社会基础	/ 53
第二节 世界各国消费者保护立法制度的演变	/ 59
一、各国消费者保护立法制度的起源	/ 59
二、各国消费者保护立法制度的产生和发展	/ 66
第三节 跨国消费者保护的统一化进程	/ 81
一、跨国消费者保护统一化运动的阶段性成果	/ 81
二、全球性跨国消费者保护的统一化运动	/ 88
三、国际组织在跨国消费者保护统一化运动中的贡献	/ 89

第二编 跨国消费者保护的法律冲突及其解决

第三章 各国关于消费者保护的立法差异	/ 115
第一节 消费者保护政策	/ 116
一、欧盟消费者保护政策	/ 116
二、美国消费者保护政策	/ 120
三、德国消费者保护政策	/ 123
四、瑞典消费者保护政策	/ 126
第二节 产品责任法	/ 131
一、产品及其缺陷的定义与范围	/ 131
二、产品责任的归责基础	/ 139
三、产品责任的主体	/ 149
四、损害赔偿及其限制	/ 151
第三节 消费信用法	/ 160
一、信用卡消费	/ 161
二、分期付款销售	/ 164
三、消费信贷	/ 168
第四节 消费合同法	/ 173

一、对消费合同缔结过程的法律规制	/ 174
二、消费合同效力的限制	/ 176
三、标准合同的法律规制	/ 177
第五节 其他相关法律制度	/ 181
一、价格、服务、商标与广告	/ 181
二、旅游消费	/ 186
三、消费者教育	/ 189
四、网络消费	/ 190
 第四章 跨国消费案件的管辖权	 / 194
第一节 跨国消费案件管辖权的理论分歧	/ 195
一、跨国消费案件管辖权的概念	/ 195
二、跨国消费者保护管辖权的不同依据	/ 197
三、跨国消费者保护管辖权的冲突及其解决	/ 210
第二节 跨国消费合同案件的管辖权	/ 220
一、民法法系国家	/ 221
二、英美法系国家	/ 223
三、国际条约	/ 227
第三节 跨国消费侵权案件的管辖权	/ 233
一、民法法系国家	/ 233
二、英美法系国家	/ 237
三、国际条约	/ 246
第四节 网络消费案件的管辖权	/ 249
一、网络消费案件的管辖权理论	/ 249
二、相关国家和国际条约关于网络消费案件管辖权的立法和实践	/ 255

第五章 跨国消费案件的法律适用	/ 265
第一节 跨国消费案件法律适用的理论分歧	/ 266
一、传统的法律适用理论	/ 266
二、跨国消费案件法律适用应考虑的因素	/ 276
第二节 跨国消费合同案件的法律适用	/ 280
一、涉外消费合同实质问题的法律适用	/ 281
二、涉外消费合同形式问题的法律适用	/ 291
三、涉外消费合同当事人缔约能力的法律适用	/ 294
第三节 涉外消费侵权案件的法律适用	/ 297
一、适用侵权行为地法	/ 298
二、重叠适用法院地法和侵权行为地法	/ 302
三、适用消费者惯常居所地法	/ 303
四、适用最有利于保护涉外消费者利益的法律	/ 304
五、适用侵权行为自体法	/ 306
第四节 网络消费案件的法律适用	/ 312
一、网络消费合同案件的法律适用	/ 312
二、网络消费侵权案件的法律适用	/ 320

第三编 我国涉外消费者保护立法体系的初步设计

第六章 我国构建涉外消费者保护立法体系的必要性	/ 329
第一节 我国消费者保护立法的历史与现状	/ 330
一、我国消费者保护立法的历史渊源	/ 330
二、新中国消费者保护的立法现状	/ 336
第二节 我国涉外消费者保护的立法缺陷	/ 350
一、产品责任保护水平低下	/ 351
二、消费信用法律制度付诸阙如	/ 351

三、产品质量与安全标准不科学	/ 352
四、消费者教育法律制度任重道远	/ 353
五、消费诉讼制度有待建立	/ 353
六、农村消费者权益保护力度亟待提高	/ 353
七、中国消费环境急需完善	/ 354
八、网络消费者权益保护立法空白	/ 354
第三节 我国涉外消费者保护遭遇立法挑战	/ 355
 第七章 我国涉外消费者保护立法体系的初步设计	 / 362
第一节 我国涉外消费者保护立法必须明确的几个问题	/ 364
一、立法理念:以消费者为本	/ 364
二、国际法与本土化	/ 367
三、民主立法与专家立法	/ 370
四、立法与司法的价值取向:消费者权益的被重视程度	/ 373
五、加入相关国际公约的可行性	/ 376
六、归责原则与责任竞合	/ 380
七、惩罚性损害赔偿制度的存废	/ 388
八、高科技发展与可持续消费	/ 392
第二节 我国涉外消费者保护立法体系的初步设计	/ 395
一、总则	/ 395
二、消费者权利	/ 396
三、消费合同	/ 397
四、产品责任	/ 398
五、涉外消费案件的管辖权	/ 400
六、涉外消费案件的法律适用	/ 401
七、诉讼与仲裁	/ 403
八、司法协助	/ 404
九、附则	/ 405

附录 相关国际条约和国内法律	/ 406
一、产品责任法律适用公约	/ 406
二、关于人身伤害与死亡的产品责任之欧洲公约	/ 411
三、欧洲经济共同体产品责任指令	/ 416
四、联合国消费者保护准则	/ 420
五、中华人民共和国消费者权益保护法	/ 427
六、中华人民共和国产品质量法	/ 436
七、中华人民共和国农产品质量安全法	/ 448
八、韩国消费者保护法	/ 457
九、日本消费者保护基本法	/ 463
十、日本消费合同法	/ 467
十一、中国香港地区不公平合同条款(节选)	/ 472
十二、世界卫生组织烟草控制框架公约(节选)	/ 476
十三、关于共同体内部市场的信息服务尤其是电子商务 若干法律方面的指令(节选)	/ 479
十四、统一域名争议解决办法程序规则(节选)	/ 482

第一编 导 论

第一章 跨国消费者保护的发生机制

第一节 跨国消费者保护概述

一、涉外消费者的法律界定

(一) 消费者的概念

消费关系作为一种社会关系,由主体、内容和客体三部分组成。消费关系的主体即消费者,是指为满足生活需要而购买、使用商品和接受服务的个体社会成员;消费关系的内容是指消费主体所享有的权利和义务;消费关系的客体是指消费的内容所指向的对象,包括物和行为。人类社会历史的发展表明,消费是社会生产过程的终点和归宿,它包括生产消费与生活消费。生产消费寓于生产过程之中,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;生活消费包括人类生存需要的基本消费和精神文化消费,基本消费是指公民对衣、食、住、行等生活必需的日用品的消费,精神文化消费是指公民为满足精神文化生活需要的消费活动,如唱歌、跳舞、听音乐、看电视(影)、登山、摄像、旅游等。我们这里只探讨生活消费,即狭义的消费活动,其内涵和外延随着社会生产力的发展而不断发展和变化。

各国国内立法和国际条约关于“消费者”的定义并无一致做法。1974年英国《消费者信用法》规定,消费者是非因自己的经营业务而