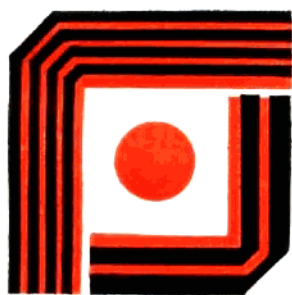


消费者权益及其保护

国世平 著
史阿春



消费者权益及其保护

周世平 史际春 著

☆

广西人民出版社出版

(南宁市河堤路14号)

广西新华书店发行 南宁科技印刷厂印刷

•

开本787×1092 1/32 11.625 印张 255千字

1989年5月第1版 1989年5月第1次印刷

印数：1—2400 册

ISBN7-219-01140-7/F·59 定价：3.90元

62

目 录

第一章 消费者	(1)
第一节 消费者与消费以及消费者与生产者的关系	(1)
一、消费者的概念与性质.....	(2)
二、消费者与消费的相互关系.....	(3)
三、消费者与生产者的关系.....	(5)
第二节 不同社会形态下的消费者	(8)
一、前资本主义社会形态下的消费者分析.....	(8)
二、资本主义社会形态下的消费者分析.....	(10)
三、社会主义社会形态下的消费者分析.....	(15)
第三节 消费者的分类及活动方式	(17)
一、消费者的分类.....	(18)
二、消费者与家庭的关系.....	(21)
三、消费者取得收入的形式.....	(24)
四、消费者取得消费品和劳务的方式.....	(28)
五、消费者消费劳务及消费资料的方式.....	(32)
第四节 消费者在社会主义经济生活中的地位	(35)
一、消费者是社会主义经济生活中的主体力量.....	(35)
二、满足消费者需要是社会主义经济活动的目的.....	(38)

第二章 消费者权益…………… (40)

第一节 消费者权益的概念、性质和消费者的权利

能力…………… (40)

一、消费者权益的概念和性质…………… (40)

二、消费者的权利能力和行为能力…………… (45)

第二节 消费者权益的内容…………… (46)

一、消费者的基本权利…………… (46)

二、消费者的基本义务和社会责任…………… (64)

第三节 消费者权益的发展趋势…………… (69)

一、消费者权益问题的由来…………… (69)

二、我国消费者权益的发展及表现出来的特点…………… (74)

第三章 消费者权益保护…………… (77)

第一节 消费者权益保护的由来…………… (77)

一、国家对商品经济的一般管理活动…………… (77)

二、消费者权益保护问题的由来…………… (82)

三、社会主义国家的消费者权益保护问题…………… (86)

四、我国保护消费者权益的必要性…………… (89)

第二节 消费者权益保护的概念、本质和特征

…………… (92)

一、消费者权益保护的概念…………… (92)

二、消费者权益保护的本质…………… (95)

三、消费者权益保护的特征…………… (98)

第三节 消费者运动…………… (99)

一、消费者运动的产生与发展…………… (99)

二、消费者运动的作用…………… (103)

第四节 消费者权益保护的类型…………… (109)

一、以市场行政监督、管理和民事法律手段为特征的资本主义类型.....	(109)
二、以国家对经济、社会的组织、管理及相应的法律制度为特征的社会主义类型.....	(114)
三、以民事法律手段和公民的参与、监督制度为特征的社会主义类型.....	(118)
四、我国消费者权益保护制度概况.....	(125)
第五节 消费者权益保护的发展趋势.....	(130)
一、消费者运动进入成熟稳定、持久发展的阶段.....	(130)
二、消费者权益保护被纳入法制轨道.....	(133)
第四章 消费者权益保护法	(137)
第一节 消费者权益保护法的概念.....	(137)
一、消费者权益保护法的定义和对象.....	(137)
二、消费者保护法的地位与特征.....	(142)
三、消费者权益保护法与有关法律部门的关系.....	(145)
第二节 消费者权益保护法的基本原则.....	(158)
一、促进生产与消费协调发展,满足公民不断增长的物质文化需要的原则.....	(159)
二、公民参与消费政策制订和生产、流通管理的原则.....	(161)
三、保障消费者的物质、文化权益不受生产、经营者损害的原则.....	(163)
四、保障消费者通过正当、简便的途径获取赔偿的原则.....	(164)
第三节 消费者权益保护法的体系和内容.....	(165)
一、消费者权益保护基本法.....	(165)
二、民事法.....	(168)
三、行政和经济法.....	(180)

第五章 保护消费者权益的政府机构和消费者组织

.....	(209)
第一节 保护消费者权益的政府机构及其职责	
.....	(209)
一、保护消费者权益的政府职能机构.....	(209)
二、行政业务主管机关在消费者权益保护方面的作用.....	(211)
第二节 消费者组织	(219)
一、消费者组织的含义以及与政府部门的关系.....	(219)
二、消费者组织的种类及其性质.....	(222)
三、消费者组织的权利和开展活动的内容及活动情况.....	(224)
四、消费者组织的社会监督作用.....	(230)

第六章 保护消费者权益的行政和司法程序 .. (236)

第一节 消费争议及其解决途径.....	(236)
一、消费争议的成立.....	(236)
二、投诉——调解.....	(238)
三、消费仲裁和消费诉讼.....	(241)
第二节 违反消费者权益保护法的责任及制裁	
.....	(266)
一、民事责任.....	(266)
二、行政责任.....	(270)
三、社会主义经济法上的责任.....	(273)
四、刑事责任.....	(275)

第七章 消费者保护政策 (279)

第一节 消费者保护政策的概念	(279)
一、消费者保护政策的涵义.....	(279)
二、消费者保护政策与消费者保护法的关系.....	(281)

三、消费者保护政策的基本特征·····	(282)
第二节 消费者保护政策的类型·····	(284)
一、直接的消费者保护政策·····	(284)
二、间接的消费者保护政策·····	(292)
第三节 消费者保护政策的意义·····	(299)
一、制定与实施消费者保护政策,是实现消费者主人翁地位的客观要求·····	(299)
二、制定与实施消费者保护政策,是大力发展社会主义商品经济的客观要求·····	(301)
三、制定与实施消费者保护政策,是实现社会主义生产目的的客观要求·····	(304)

第八章 我国消费者权益保护之对策····· (306)

第一节 当前我国消费者权益保护中存在的问题····· (306)

一、消费品和劳务的供应远不能满足需要,消费资料市场上长期为“卖方市场”·····	(306)
二、分配和市场机制不健全,加剧了消费者权益受损害的状况·····	(310)
三、消费者权益保护尚未受到国家和社会的应有的普遍重视·····	(315)
四、全民族的文化、科技、法律知识水平低,现有的消费者权益保护措施难以有效付诸实施·····	(318)
五、保护消费者权益的法律制度不健全·····	(320)

第二节 发展商品生产和商品的流通,极大地丰富消费品和劳务的供应····· (322)

一、进一步端正社会主义生产目的,按照消费者需要组织生产和流通·····	(322)
-------------------------------------	---------

二、不断完善社会主义的分配和市场机制·····	(326)
第三节 完善我国的消费者权益保护制度 ·····	(331)
一、完善我国保护消费者权益的立法·····	(331)
二、建立、健全保护消费者权益的组织机构·····	(335)
三、有法必依,切实保障消费者权益的实现·····	(337)

第九章 消费者权益保护的理论和国际交流

·····	(341)
第一节 积极开展消费者权益保护的理论研究	
·····	(341)
一、国外消费者权益保护的基本理论·····	(341)
二、我国消费者权益保护理论研究的现状·····	(350)
三、积极开展我国消费者权益及其保护的理论研究·····	(352)
第二节 消费者运动和消费者权益保护的国际交流	
·····	(354)
一、消费者运动和消费者权益保护的国际性发展·····	(354)
二、我国消费者运动和消费者权益保护的国际联系·····	(359)

第一章 消费者

无论何种社会，人首先是作为一个消费者活动的。马克思和恩格斯说：“……我们首先应当确定一切人类生存的第一个前提也就是一切历史的第一个前提，这个前提就是：人们为了能够‘创造历史’，必须能够生活。但是为了生活，首先就需要衣、食、住以及其他东西。因此第一个历史活动就是生产满足这些需要的资料”①。不仅如此，人还是以消费活动完成其自身的生产活动。这种情况在社会主义公有制条件下表现得尤为清楚。正如斯大林所说的：“社会主义生产的目的是利润，而是人及其需要，即满足人的物质和文化的需要。”②正因为消费活动是一切社会活动的起点和终点，所以决定了消费者在社会中占有十分重要的地位。因此，在研究消费者的权益及其保护之前，必须首先研究消费者。

第一节 消费者与消费以及消费者 与生产者的关系

消费者与消费资料相结合的过程便是消费过程，在这一

①《马克思恩格斯选集》第1卷第32页。

②斯大林：《苏联社会主义经济问题》，人民出版社1961年版，第62页。

过程中，消费者将会消耗各种消费资料以满足各方面的需要。消费者与消费以及消费者与生产者的关系，乍一看似乎十分简单，但是其中有着十分丰富的内容。弄清三者的关系，对于我们认识消费者无疑有重要的意义。

一、消费者的概念与性质

所谓消费者，是指在一定社会条件下为了自身的生产而消费各种生活资料和精神产品的人。正象在不同社会形态下有不同的生产者一样，在不同社会形态下也有不同的消费者。这样，考察消费者就必须从两个方面来进行：1.从自然属性方面来考察。从这个意义上说，作为消费者都有一般意义上的吃、穿、住、用、烧等消费活动。消费在这里首先是消费者和自然之间的过程，是消费者以自身的活动来引起、调整和控制消费者和消费资料之间的结合过程。消费者自身作为一种消费力与消费资料相对立，在对自身有用的形式上占有消费资料，从而获得自身的智力和体力的发展。消费者的这种属性在任何社会形态下都是存在的。2.从社会属性方面来考察。从这个意义上说，作为消费者，所从事的消费活动无不打上社会的烙印。消费者消费什么，消费多少，怎样消费，为什么消费，这些都反映着一定的所有制形式、阶级关系、人的社会地位等等。正如马克思所说的：“我们的需要和享受是由社会产生的，因此，我们对于需要和享受是以社会的尺度，而不是以满足它们的物品去衡量的。因为我们的需要和享受具有社会性质。”^①是否可以这样说，正是由于消费的社会属性才将不同社会形态下的消费者区分开来，也

^①《马克思恩格斯全集》第6卷第492页。

正是由于消费者的这种社会性质，才使人类社会的消费根本区别于动物界的消费。“人们对生产他们所必需的生活资料，同时也就间接地生产着他们的物质生活本身”，这样，“他们就开始把自己同动物界区别开来”①。

一般说来，消费者的自然属性属于生理学、营养学的研究对象，而消费者的社会属性则属于消费经济学和其他社会科学的研究对象。当然，这并不等于说，研究消费者的社会属性就不需要联系消费者的自然属性来进行了。

二、消费者与消费的相互关系

消费者每天都必须从事消费活动，但是，要进行活动，其前提是要同消费资料相结合。这样，消费必须具备以下三个简单的要素：消费欲望、消费资料和消费者。人的第一欲望便是生存欲望，而现实的欲望是生存的必然条件，因此，消费欲望也包括了生存欲望，而生存欲望则不仅仅是消费欲望。消费欲望在总体上支配着消费者及其消费活动，同时，它依赖实际的消费活动而转化为现实。

消费资料是可供消费者消费的物质产品（包括劳务）和精神产品。从它的物质内容来看，可以划分为实物消费资料和劳务消费资料。从它的形式看，可以划分为自然形式的消费资料和经人们加工过的消费资料。应着重指出的是，消费资料还可以具体划分为消费对象和消费工具。马克思说：

“饥饿总是饥饿，但是用刀叉吃熟肉来解除的饥饿不同于用手、指甲和牙啃生肉来解除的饥饿。”②虽然马克思在此没

①转引自王美涵：《关于消费经济学的理论体系问题》一文，载《求索》1984年第5期。

②《马克思恩格斯选集》第2卷第95页。

有提到消费工具几个字，但讲到的刀、刀叉则实际上是指消费工具。十分遗憾，消费资料的这一重要区分，在我国目前仍没引起重视。

消费者是消费资料的形成物和吸收体。消费资料消费在人体中，其产品便是劳动者，人通过对它的生理上的吸收而增长自身的体力和智力。从这三者关系中可以看出：

消费是消费者与消费资料相结合，消费者是承担消费活动的主体，而消费资料则是消费者和消费活动得以存在的前提。

自从人的消费活动脱离了动物界之后，人的消费活动便具有与动物界不同的根本特征，即消费者从事消费活动总是伴随着一定的目的。这种消费目的，虽然在不同的社会形态下具有不同的表现形式，但仍可将它分为三个层次：其一，消费者维持自己生存而进行消费；其二，消费者为满足自己多种欲望而进行消费；其三，消费者为发展自己的智力和体力而进行消费。以此为基础，可以看出消费者和消费有以下几种关系：

第一，消费者和消费互为促进。一般说来，消费者进行消费有利于自身的生存、发展。这样，在消费者与消费活动之间会形成一种良性循环关系，即消费者通过消费，一方面提高消费水平，另一方面又发展了消费者自身。两者合在一起又会扩大消费和合理消费，反过来会进一步提高消费水平和发展消费者自身。如此循环不已。消费者与消费的这种良性循环，是我们保护消费者权益所应该重视的。

第二，消费者与消费互为矛盾。不能说消费者进行一切消费活动都有利于消费者本身，有些消费活动不仅无利，而且有害于消费者，例如吸鸦片、看黄色小说等消费活动。这

种状况说明了消费者与消费活动很可能朝畸型方向发展，限制这种消费，无疑是保护消费者正当权益的一项主要内容。

第三，消费者与消费互为制约，互为限制。消费者进行的消费活动不是无限的，它要受到一定量的限制。例如一个人的饮食不能过度，一个人也不能同时观看两个电视节目。同时，每一种消费活动又不是任何消费者都能进行的，例如快节奏的迪斯科舞，显然是不适合老年人享受的。这就说明了消费者应当适量地、恰当地选择消费活动，过量的、不恰当地选择消费活动都是不可取的。这便提出了在保护消费者权益的内容上，应拥有自由选择消费资料、劳务以及消费方式的权利。

三、消费者与生产者的关系

消费者与生产者一般说来有以下几种关系：

第一，消费者与生产者具有直接的同一性。生产者都是消费者，这勿庸置疑。但是消费者是不是生产者呢？回答也应该是肯定的。人类脱离了动物界的根本标志，就是使用生产工具进行生产。人类消费的不是自然界原生物质，而是用自己双手生产的劳动产品。在生产过程中，人是生产者，在消费过程中，人又是消费者，一身兼二任。马克思说：“就一个主体来说，生产和消费表现为一个行为的两个要素。”^①从这个意义上说，消费者和生产者统一于主体。当然人未到成年时期并不是生产者，是纯粹的消费者。但是，将生产者和消费者都纳入人这一概念之中，并将它从一个过程来看，消费者则等于生产者，因为幼年的消费者将会长成既是消费

①《马克思恩格斯全集》第46卷（上）第31页。

者又是生产者。同样如此，退出生产过程的老年消费者曾经是生产者。至于残疾人、病人，只是因为丧失劳动能力不能进入生产者行列，这对社会只能说是一种例外。从总体上说，并不会影响消费者和生产者直接的同一性。^①当然，讲消费者和生产者具有直接的同一性是抽开了一定社会形态，就纯一般状况来说的。实际上，消费者与生产者的关系受着社会形态的严格限制。在私有制社会，一大批剥削阶级依靠劳动人民来满足自己骄奢淫逸的腐烂生活，这些人仅仅只是消费者，生产者是不可能包括剥削阶级的。剥削阶级的存在，使得本来消费者与生产者处于同一性发生了分离，使他们这一部分消费者不再是生产者，仿佛这些人一生下来便只是来消费的。在社会主义社会，原则上说应该是生产者与消费者处于同一性的，但由于各方面原因的限制，还不可能使得生产者与消费者完全处于同一性。这表现在：其一，生产者的生产目的不明确，生产者不考虑消费者的利益与正常需要，有时还会干一些损害消费者利益的事情，使生产者与消费者产生矛盾；其二，生产活动与消费活动产生了分离，消费者绝大部分不再是消费自己生产的产品，使得生产者和消费者在同一过程发生分离，生产者不会重视消费者的利益。在这种情况下，消费者权益保护问题即使是在社会主义条件下也是存在的。

第二，消费者和生产者互为依存，互为条件。正如生产与消费互为依存一样，生产者也与消费者互为依存。生产者在生产过程中消费产品是为了消费者，消费者在消费过程中消费产品是再生产生产者，彼此都表现为不可或缺。没有生产者当然没有消费者，但是没有消费者，生产者也没有存

^①参见华光彦著：《消费者研究》（内部发行）第3页。

在的必要。马克思说：“没有生产就没有消费；没有消费就没有生产”①。生产者在生产过程中进行消费，消费者在消费过程中进行消费，两者都表现为消费。它们的区别则是，“后者把产品当作活的人的生活资料来消费，而前者把产品当作劳动即活的个人发挥作用的劳动力的生活资料来消费。因此，个人消费的产物是消费者本身，生产消费的结果是与消费者不同的产品”②。

第三，消费者与生产者互相转化。消费者和生产者都可以表现为人的两个方面。因此考察一个人究竟是生产者还是消费者都是相对的，在生产过程中的人是生产者，在消费过程中的人便是消费者，两者并非是互不转化的。生产者与消费者相互转化的条件就是“每一方都为对方提供对象，生产为消费提供外在的对象，消费为生产提供想象的对象；两者的每一方不仅直接就是对方，不仅媒介着对方，而且，两者的每一方当自己实现也就是创造对方，把自己当作对方创造出来”③。生产者生产了产品，作为生产活动已经告一段落，但作为消费者，消费活动尚未开始，如果没有消费者的消费，生产者便不能使自己的产品实现。“所以，消费不仅是使产品成为产品的最后行为，而且也是使生产者成为生产者的最后行为”④。消费者的消费活动，不仅是生产者活动的完成，而且是生产出生产者继续生产的活力和条件⑤。所以，消费在这个意义上说，是生产的一个要素。

①《马克思恩格斯选集》第2卷第96页。

②《马克思恩格斯全集》第23卷第208页。

③④《马克思恩格斯选集》第2卷第96页。

⑤参见华光彦著：《消费者研究》（内部发行）第4页。

第二节 不同社会形态下的消费者

消费问题是经济学理论中的一个十分重要的问题。但由于我国历来对消费不重视,正如列宁所说的那样,使得消费问题“至今还是经济学家的真正绊脚石”,“糊涂观念”还很多。①消费理论研究的落后使得消费领域内很多问题亟待解决。不同社会形态下消费者有什么特点、需求以及权益,便是首先应解决的。

一、前资本主义社会形态下的消费者分析

人既是消费者,又是生产者,通过消费再生产劳动力和通过消费保存、发展自身是同一过程,还是两个过程,在不同的社会形态下是不同的。人类消费的发展,经过人类本来意义上的消费到和它发生对立的形式即分离形式,再复归到人类本来意义上的消费,便经过了由肯定到否定,再到肯定的发展过程。

在原始社会,人类集体占有生产资料,共同劳动,生产出来的产品共同消费,因而消费者的消费活动和消费品之间并不对立。因为消费活动是人类赖以生存和发展的前提,消费品是达到上述目的的物质要素。在这里,消费使得一方面是消费者自身的存在和发展同劳动力的生产处于同一过程。因为消费者消费使自己生存和发展的消费过程本身就包含了劳动力再生产过程,消费者自己的生存和发展是自己的事,使得劳动力再生产出来也是自己的事,它们并不对立,并不

①《列宁选集》第1卷第180页。

分成两个独立发展的过程。这是由于在原始社会，生产资料是集体占有，不存在劳动力被人雇佣和剥削的条件。同时，原始社会的生产就是为了消费，生产和消费并不对立、矛盾。原始社会的生产力虽然比资本主义社会低得不可比拟，但原始社会生产的“高明”之处就在于它的生产目的是为了人及其需要。这正如马克思所说的：“在古代，尽管处在那样狭隘的民族、宗教、政治境界里，毕竟还是把人看作生产底目的。这种看法显出比现代世界高明得多，因为现在世界总是把生产看成人底目的，又把财富看成生产底目的。”①私有制的出现，改变了消费的本来意义。在奴隶社会，奴隶主不但占有全部生产资料，而且也占有奴隶，奴隶仅仅是奴隶主会说话的工具，奴隶劳动所创造的全部产品由奴隶主所得。于是，奴隶的消费发生了颠倒。本来消费是为了人自身的生存和发展，而现实中奴隶的消费，则是使得奴隶主能够占有这个会说话的工具；本来人通过消费再生产出来的是自己的劳动力，而现实中奴隶的消费则是为奴隶主提供源源不断的劳动力。奴隶通过消费保存和发展了自身，但这自身并不归奴隶自己所有，而是归奴隶主所有，再生产出来的劳动力并不归自己支配，而归奴隶主支配。本来，消费者获得消费品，是对消费品的占有，通过消费活动，使自己的智力和体力得到发展。但在奴隶社会，则是消费品对奴隶的占有，因为奴隶消费消费品只是为了更好地受剥削和奴役。可见，在奴隶社会，消费的一切形式发生了颠倒，奴隶不但不能支配自己的消费活动，而且也不能支配消费品。

在封建社会，尽管农民占有少量的生产资料，但超经济

①马克思：《政治经济学批判大纲》第三分册，1963年版第104页。