

中日 消费者保护制度 比较研究

许思奇 著

ZHONGRI
XIAOFEIZHE
BAOHUZHIDU
BIJIAOYANJIU



辽宁大学出版社

中日消费者保护制度 比较研究

许思奇 著

辽宁大学出版社

一九九二年三月

(辽)新登字第9号

中日消费者保护制度比较研究

许思奇 著

*

辽宁大学出版社出版发行 (沈阳市崇山中路66号)

朝阳新华印刷厂印刷

*

开本: 850×1168 1/32 印张: 22.375 字数: 510千

1992年12月第1版 1992年12月第1次印刷

印数: 1—1000

*

责任编辑: 王本浩

封面设计: 陈景泓

贾海英

责任校对: 海 屏

*

ISBN 7-5610-1988-2
F·334 定价: 22.00元

前 言

社会主义市场经济体系下的消费者，应当与生产者处于一种地位平等和公平竞争的状态之中。通过保护消费者利益，正确调节和平衡两者之间的关系，从而达到维护市场经济秩序和促进经济发展的目的，是国家和社会的责任。在从计划经济向社会主义市场经济过渡的过程中，生产者与消费者的关系出现了失衡的情况。近几年我国消费者利益受到损害的大量事实，已经证明了这种不正常的现象。及早完成关于商品经济条件下消费者保护意识的转变，尽快建立起完备的消费者保护制度，应当是建立社会主义市场经济体制工作中的一个重要方面。

学习先进资本主义国家的文明成果，用以办好中国的事情，已经成为人们的共识。在消费者问题上，中国以往的商品经济并不发达，也缺乏市场经济的传统和经验，因此尚有待于建立起系统的能够适应商品经济发展的消费者保护制度。而日本自战后进入市场经济以来，在其经济高速增长的过程中，已经建立了令世人瞩目的体系完备的消费者保护制度。这一制度中的

许多形式和内容是很值得我们引为借鉴的。由于商品经济共性的原因，两国的消费者保护制度既具有可比性，又具有相互借鉴的可能。日本作为成熟阶段上的市场经济国家，在处理消费者问题上，可资中国借鉴的地方自然更多一些。

本书力图从纵的和横的方向对中日消费者保护制度进行比较分析，并作出一些理论上的探讨，提出一些立法等方面的建议。意在借鉴日本经验，为建立具有中国特点的并符合国际消费者保护潮流（这与世界商品市场的发展相联系）的消费者保护制度作一些有益的工作。

笔者自 80 年代初期开始研究消费者问题，与各地消费者组织的许多朋友以及有关理论界的同事建立了密切的联系。在笔者进行有关调研活动和资料收集时，中国消费者协会的朋友，沈阳市消费者协会王景凤秘书长、高岷副秘书长，厦门市思明区消费者委员会曾国枢副会长，中国社会科学院工业经济研究所张承耀博士、辽宁社会科学院何德伟、李毅强先生等，都提供了热情的帮助，对此最足笔者珍贵。

在此衷心感谢吉林大学法学院张光博教授（原法学院院长）、辽宁社会科学院历史所王秉忠所长、日本问题老专家王桂良研究员，他们对本课题进行了有力的论证。

本书的出版承蒙日本国际交流基金的赞助，谨此向日本国际交流基金和日本国驻沈阳总领事馆的诸位先生深表谢忱。本书的出版也得到了辽宁大学出版社刘万泉社长和王本浩先生、贾海英小姐的多方支持，兹此一并致谢。

中国消费者保护问题，以及中日消费者保护制度的比较问题，都是新的课题。对于本书的探索，敬希实际部门的朋友和有关理论界的同行以及读者不吝赐教。

许 思 奇

1992 年 11 月

导 言

一、问题的提起

在讨论如何借鉴国外经验以完善中国的消费者保护制度时，人们无法回避这样一个现实：日本高速增长的经济和与之有某种关联的完备的消费者保护制度，对中国确实有着巨大的吸引力。

中国学者在研究和比较经济法律制度时，喜欢以发达的美国、日本为对象。而后者不仅由于其高度发展的经济和科技的原因，也因其与中国的地理和人文以及某些现实的因素，而更受到重视。建立对消费者的保护机制是中国当前改革的一项重要内容。在考察了日本战后特别是60年代以来建立的消费者保护制度后，人们看到，日本保护消费者制度体系十分完备、作用相当显著。我们通过比较研究借鉴日本的经验，对中国完善有关制度，建立正常的社会主义市场经济秩序具有现实意义。

学习和借鉴日本作法，除经济落后国家应当学习先进国家有关经验的一般原因之外，还有以下特殊原因：

1. 中国消费者保护制度从地方立法起步，时间不长、经验不多，需参考日本长期积累的丰富经验。

2. 中国商品经济正处在快速成长发育阶段，并正着手建立社会主义市场经济体系，其间充满改革和变化，此时有些经验，不一定适应彼时的情况。需要有一个成熟市场经济条件下的保护消费者制度作为参照物，以起到某种样板的作用。

3. 更为现实的是，中国近几年遇到了某些类似日本在战后经济发展的特定阶段上，尤其是 60 年代初期曾遇到过的情况，出现了较日本当时远为严重的消费者问题。这些问题又与中国经济秩序上的某些混乱状态相联系。日本如何解决消费者问题并促进经济发展的经验，对中国建立有关制度，治理经济秩序，具有重要的启迪作用。

在比较两国消费者保护制度时，将不忽视这种制度在经济发展中的作用。因为中国出现的消费者问题与某些经济问题紧紧连在一起，而日本却有着既解决了消费者问题，又促进了经济增长的成功经验。日本战后历史和现状表明，日本的经济进步与消费者保护存在着某些内在的联系。在研究日本消费者保护制度时，要同时研究这种制度在经济进步中的积极作用，这样才能将其作为日本经济和社会发展中的一个重要经验来把握。而且还要研究这种经济进步可能带来更高的消费需求和导致更趋于完善的消费者保护制度的建立。这样才能将日本消费者保护制度放到动态中去观察，从而了解到其中生动活泼的东西。这种经济不断发展与消费者保护制度不断完善的互相促进的过程及其阶段性成果——日本现代消费者保护法律制度，为我们的借鉴提供了可能。

生产是为了消费，保护消费者是为了主体能够进行正常的消费，从而推动生产的正常进行。生产的发展又在更高层次上创造了消费，消费者保护在更高层次上发生作用，由此推动生

产向前发展,促使经济不断进步。这种将消费者保护放到生产和经济运行的全过程中去考察的方法,使我们可以看到消费者保护制度与生产的联系,从而发现这种制度本身的伟大之处。这种与经济发展相联系的研究方法,正是一些研究者易于忽视的地方。仅就保护本身研究保护,或者研究生产和消费的关系仅是为了论证消费者保护本身的重要性,似乎将问题看得狭窄了。只有同时看到消费者保护在人类社会赖以生存和发展的生产活动中的伟大作用时,消费者保护制度本身才更具光彩。

二、日本的经验

日本是较欧美为后起的工业发达国家。二次战前,日本经济虽有一定发展,但战争摧毁了一切。日本是在战后的废墟上,在资源较中国远为缺乏的条件下,经过几十年奋斗,建立起了高度发达的现代化国家。总结这段历史经验,人们首先注意到的是日本政府的社会经济发展政策和战略。为了生存,为了恢复和发展国民经济,日本政府政策的着眼点首先是向生产倾斜,优先照顾企业,这一方针取得了巨大成功,使日本经济迅速跨入了高速增长的轨道。

如同任何光明的事物都可能有其阴影一样,各国在进入现代化过程中,总要带来一些诸如工业污染、消费者问题等弊病。日本在全力发展生产的同时,在相当一个时期内,一些企业乃至政府有些部门忽视防止环境污染和保护消费者利益,出现了公害、伪劣产品、虚假表示等现象。因产品缺陷造成消费者人身、财产损害的事件多有发生。60年代初,面对严峻的现实和在欧美现代消费者保护的理论和实践推动下,尤其是受肯尼迪1962年提出的消费者四权利的影响,日本消费者的主权意识开始觉醒,1963年提出的消费者的三大权利即为觉醒的标志。这三大权利为:(1)商品和服务要有通常人们所希望的那样的质量、内容,而且在安全和卫生等方面,不得使消费者受损害;

(2) 商品和价格以及有关其他交易条件，必须是由自由、公平竞争决定的；(3) 商品和服务的质量、内容和价格以及其他交易条件的表示、广告，不得虚假夸大，而且要通过表示和广告使消费者获得正确的信息。至 60 年代中后期，消费者的意识觉悟达到高潮，社会舆论也形成了对消费者有利的形势。公害事件和侵犯消费者利益的情况，可以说是促使日本酝酿和完成 60 年代末——70 年代初的系统的消费者保护立法的直接原因。

导致日本建立完备的消费者保护法律制度的深层次原因，还可以到日本发达的经济和发达的科技带来的国民生产方式改变和消费结构优化的过程中去寻找。在家庭生活用品电气化的普及以及化学合成产品的大量使用的情况下，这些高档家用电器产品和化学用品具有复杂结构和特殊性能，消费者再也无法通过传统直观的办法来了解其品质，也难以判断其质量的优劣和预测由于产品缺陷带来的危险以及潜在危害的发生。因此，法律制度就要保证消费者的人身、财产不受侵犯，要求产品作到适用、安全、卫生、合乎规格和标准以及表示正确。为了避免激烈竞争对正常消费可能带来的不利影响和维护经济稳定发展，还要建立排斥垄断和不正当竞争的制度等。

基于上述原因，日本于 1968 年制定了《消费者保护基本法》。基本法明确了国家、公共机构、企业的责任及消费者的作用，规定了保护消费者的主要政策和措施，以及保护消费者最高行政机构的设置。由此建立了消费者保护的基本制度，确定了保护消费者权利对策的基本格局。还据此修订了以往的有关法规，又制定了一系列新的国家一级和地方一级的消费者保护法律和法规。至 70 年代，日本制定的有关消费者法律和法规多达 260 多种，已经形成了完整的消费者保护法律体系。在基本法下，形成了有关安全卫生、产品质量和标准、计量、商标和表示、物价和生活必需品的保障、禁止垄断和防止不正当竞争、

消费者援助及契约关系适当化、消费者组织和消费者教育等法律制度。每一法律制度，都表现出法律法规全面齐整，将主要消费者问题都容纳进去的特点。以消费者卫生安全法和表示法为例：卫生安全法中比较重要的法律就有：食品卫生法、药事法、药品副作用被害救济金法、规制化学物质的审查及制造法，毒品及剧烈物品取缔法、农药取缔法、确保饲料安全性及品质改善的法律、确保液化石油气的安全及交易的公正化法、含有有害物质的家庭用品的规制法、煤气事业法、高压煤气取缔法、玩具安全对策法、消费生活用品安全法等；比较重要的表示法有：家庭用品质量表示法、不正当赠品类及不当表示防止法、农林物资的规格化及品质表示恰当法以及营养改善法等。依据基本法和有关法律制度，地方政权根据自己的权力和责任，制定了地方性法规。都、道、府、县及几个政令城市都各自实施了消费者保护条例或纲要。如东京都的《消费生活条例》、北海道的《人民生活安全条例》、大阪府的《消费者保护条例》、兵库县的《消费者保护条例》、神户市的《保护市民生活条例》等。

日本消费者保护法律制度体系的完备程度和消费者保护的完善程度，不仅令后起的工业国家叹为观止，而且就其内容和形式的系统性来说，即使欧美等先行国家与之相比也略有逊色。因此，日本的消费者保护法律制度，是这里比较研究和借鉴的主要对象。

问题的另一方面是与消费者发生联系的生产者和销售者的行为如何。企业一方面与消费者发生横向的买卖关系，一方面又与政府发生纵向的管理或指导上的关系。企业如何适应消费者的需求，接受消费结构和生活方式的变化所带来的挑战；如何接受国家指导并在消费者保护法律面前有所作为和发挥主动精神，直接关系到消费者保护的质量。

50年代中期至60年代中期一些企业损害公共和消费者利

益的行为，以及社会舆论对这些行为的谴责，损害了企业的形象，降低了企业的信誉，影响了一些产品的竞争力。因此更多的企业开始认识到，企业不择手段地赚取利润而无视社会公众和消费者的利益，其结果只会给企业发展带来严重危害。企业只有切实履行自己所承担的社会责任，向消费者负责，才能最终实现自己的经济利益，达到对自身负责。于是企业开始注重公益事业，努力为消费者提供需要的优质产品和优质服务，其生产经营活动，力求遵循消费者保护法办事。为响应消费者寻求企业保护的需求，在政府指导下，很多企业建立了具有日本特色的消费者保护和便利机构（消费者部、顾客接待中心、消费科学研究所等）。自1969年通产省要求企业普遍设置消费者投诉窗口后，至80年代中期，日本凡与消费者直接有关的企业几乎都设置了消费者部门。这些部门的功能一般包括：受理投诉，收集与消费者有关的情报和资料并提供给消费者，与行政部门及消费者团体交流意见，对企业内部进行检查和教育活动等。有些企业还设立了购物咨询中心、顾客相谈中心等部门，为消费者提供方便和增进感情交流。企业策略的调整和自我形象的完美过程，使日本企业不仅在国内，而且在国外赢得了极高的信誉，增强了其产品的竞争能力。

进入80年代以来，特别是贸易保护主义抬头和日元升值以来，日本的国际贸易摩擦日趋严重，国内消费市场也到了成熟化的阶段，消费者的消费观念和消费需求更加复杂多变；随着科学技术国际交流的加深，日本产品与欧美的同类产品价格在价格、质量、性能等方面渐趋一致，日本产品面临的挑战越来越强。但竞争不只表现在产品价格、质量等方面，还要看该产品的生产企业在消费者心中的信任程度等综合性指标。日本企业正是通过包括维护消费者利益在内的种种措施和制度，在后者方面略胜一筹，使其在国际市场日益激烈的竞争中始终立于不败之地。

当企业与消费者的直接对立减弱或消失以后，则“干戈”可化为“玉帛”：消费者的权利得到维护之时，即是企业获得信赖和利润之际，在日本企业的众多经验中，以消费者为重，建立维护消费者利益企业制度的经验和作法，也可以作为这里研究和借鉴的一个重要方面。

三、中国的问题

中国目前研究和借鉴日本在建立消费者保护制度方面的经验和作法，具有十分急迫的现实意义。这主要是因为：（1）中国当前存在着严重的消费者问题；（2）中国在消费者保护的法律制度上尚处于起步阶段，需要根据国情参考一些国外作法；（3）中国许多企业还没有注入现代商品生产意识，尤其是以消费者为重的市场经济意识还没有建立起来；（4）消费者的权利意识亟待提高，尤其需要通过法律的教育作用来提高。

在现代许多国家发展经济的历史阶段上，往往会出现一个消费者利益受到比较严重侵害的特定时期，这似乎是一种规律。自 80 年代以来，中国实行改革开放政策，开始摆脱传统产品经济的模式，逐渐走向商品经济的道路。经济有了长足发展，产品开始丰富起来，人民生活有了明显的改善。但是，与此同时，在消费者问题上，也出现了严重的情况。侵害消费者利益的行为，数量多、范围广、危害重，是 1949 年建国以来的最为严重的时期。主要表现在：劣质产品大量涌入消费市场；伪劣产品不断损害消费者利益；价格、计量问题严重；人身健康受到危害；表示领域问题百出。

近些年来侵犯消费者权利最为严重的莫过于产品责任问题。即因产品缺陷，导致消费者人身和财产受到损害的问题。因家用电器产品的严重内在缺陷，近几年触电伤亡人数猛增，每年因家用电器触电死亡人数为 8 000 人，平均每年 0.5 亿度电死亡 1 人（发达国家每年 20 亿度电死亡 1 人）。1983 年至 1987

年发生在几个省份的 11 起用工业酒精兑制白酒事件，造成 4 988 人中毒，其中 129 人死亡，33 人双目失明。食物污染尤其是蔬菜因残留剧毒农药污染问题十分严重，1985 年全国 10.5 万人食物中毒，其中 1.7 万人死亡。其他因产品责任致人伤残者，导致财产损失者，不胜枚举。一些侵权人的恣意妄为，视人生命如儿戏的故意犯罪行为，实在令人发指。

消费者利益受到普遍侵害的，是产品质量问题。中国目前主要产品的质量标准只有约 30% 采用了国际标准和国外先进标准，其余产品质量标准均低于国际标准。即使在这种标准不高的状况下，仍有大比率的产品不合格。1989 年有关部门在国内 10 个大城市进行的商品质量抽查中，取样 1 764 个，仅有 1 011 个合格，不合格率高达 42.7%。1991 年初有关部门对中国西部一个省的部分地区市场上销售的毛线、毛料进行抽样检验，总合格率仅为 46.88%。据 1990 年度中国消费者协会和全国 24 个省、自治区、直辖市消费者协会（委员会）受理消费者投诉性质分析，受理投诉 284 811 件，其中涉及产品质量问题的 199 337 件，占 70.4%；1991 年第一季度中国消费者协会和 25 个省、自治区、直辖市消费者协会（委员会）受理投诉 56 587 件，其中质量问题仍占 70.9%。产品质量问题的比率几年来一直居高不下。

另一个为消费者深恶痛绝的是假冒伪劣商品问题。假冒伪劣问题既包括质量问题，也包括产品责任问题，以及虚伪表示等问题，因此人们在统计产品质量问题等各单项指标时，并不将其包括在内。几年来此类产品充斥市场，形成包括吃、穿、用、行各类品种生活消费品的“假式系列”。1987 年一次对 21 省的商品检查中，发现假冒电视机 186 929 台，电冰箱 18 356 台，收录机 70 028 台，名酒 16 105 807 瓶，农药 16 643 吨。至于穿用物品，冒牌假货更是多如牛毛。1988 年全国各级消费者协会受

理的投诉中涉及假冒问题占 3.9%，为 4 912 件；1990 年占 4.5%，为 12 733 件；1991 年第一季度占 5.8%，为 3 282 件；此项投诉比率逐年上升，表明消费者与假冒行为斗争的觉悟正在提高。

商品的计量问题也是一个令消费者普遍感到头痛的问题，缺斤短两问题已成普遍现象。据调查从 1986 至 1988 年，一个只有 11 万户的中等城市，每户每年仅在购买主要副食品上就要因缺斤少两多支付 27.38 元，全市每年为此多支付 297 万元；据辽宁省有关部门的调查统计，由于一些国有、集体商店缺斤少秤，全省城镇居民每年有 1 亿多元生活费被克扣掉。1986 年 2 月据 14 个省检查结果的不完全统计，商用计量器具的平均合格率仅为 80%，定量包装商品平均准确率仅为 75%，仅在其中 6 个省市就没收不合格杆秤 15 890 支；1988 年某市一次对集体市场和个体户的 7 496 件（台）计量器具进行检查，竟有 4 928 件不合标准要求，占 66%。1988 年全国各级消费者协会接受的投诉中，涉及计量问题的占 3.4% 为 4 413 件，1990 年占 7.0%，为 20 052 件；1991 年第一季度占 7.6%，为 4 301 件，表明商品计量问题仍很严重。

消费者对商品价格问题也十分敏感。市场物价紊乱的状态使消费者的支付能力和心理承受能力同时受到打击。1987 年全年和 1988 年上半年物价部门查处物价违法案 897 000 多件，没收非法所得和罚款达 10.5 亿元，1989 年第一季度全国查处物价违法案 130 000 万多件，其中 92.14% 是生活消费品违法案件。1990 年全国各级消费者协会受理的投诉中，涉及价格问题的占 5.2%，为 14 736 件；1991 年第一季度占 5.7%，为 3 225 件。

在表示和广告领域里，侵权现象也十分严重。商品作虚假表示或表示不符合标准的比比皆是。据 1988 年对山东某市糕

点、罐头、饮料等 7 类 54 个品种的标签的检查结果，仅有 3 个品种符合标准，其余 51 个品种均不合格。广告中的夸大甚至欺骗至今不能杜绝，1989 年全国各级消费者协会接受的投诉中，涉及虚假广告的为 6 330 件，占全年总投诉量的 3.4%，1990 年上升为 10 677 件，占全年总投诉量的 3.7%，1991 年第一季度有所下降，为 1 075 件，仍占该季投诉量的 1.9%。

其他侵害消费者利益的行为也十分普遍，包括搭售商品，预售行骗，邮购行骗，展销行骗，强买强卖，以及服务态度恶劣，售后服务不兑现等等。

上述侵害消费者利益的状况都属于中国“前进中的问题”，改革毕竟取得了巨大成功，人民的生活正在迅速改善。但“问题”似乎过于严重了些，以致于不得不认真对待。产生这些问题的原因何在？这是一个极其复杂的问题。但可以归结为三点：

一是价值观念变化带来的后果。在开始进入商品经济轨道后，人们的价值观念突起变化，从以往强调“一心为公”转到承认金钱的作用。于是一些人更将其异化为金钱万能。一方面追求金钱的欲望膨胀，一方面又还没来得及弄清应如何正常地获取金钱，在尚不明白在新的经济条件下的个人与他人、个人与社会、眼前与长远等诸多新型关系的情况下，在社会还没来得及对其新的行为进行必要约束的条件下，为获取金钱急急忙忙，懵懵懂懂地干了一些损人利己的事情。这可以解释为什么会出现那么多不顾他人死活，制造、贩卖假酒、假药、有害食品、冒牌家用电器等丑恶行径。

二是市场经济体制建立过程中的必然现象。中国的改革任务尚未完成，在经济体制中，行政机制和价值规律同时在起作用，突出表现在价格双轨体制和地方保护主义上。80 年代中期，价格双轨制造成的消费者问题极其严重。这是人所共知的事实。80 年代末 90 年代初的近几年里，地方保护主义造成的消费者

问题更为突出。许多地方严重侵犯消费者利益的现象屡禁不止，都与地方保护主义有关。地方因利益倾斜导致经济割据。地方政府依靠企业为其增加税收，企业靠地方政府庇护。一些地方政府从地方小利出发，只要能增加收入以表现其“政绩”，则不管企业生产销售产品的真假优劣。据调查全国大部分制造假货的专业乡、专业村、专业厂，都受到当地政府的默许或公开支持。地方保护主义还表现在：抵制外地优质产品进入本地，以维持本地劣质产品的销路；将本地假冒或劣质产品以不正当销售手段推向外地，与外地优质产品形成不正当竞争。这些都使消费者深受其害。

三是商品经济下的行为规范和消费者保护制度尚未完备起来。中国存在的严重侵犯消费者利益的状况，说明在打破了传统体制的管理方式和传统体制下的行为准则后，尚未建立与商品经济乃至市场经济相适应的行为规范，而在经济生活中的某些方面出现了混乱和无序的局面。转扭这种局面，建立相应的经济法制是当务之急。而解决侵犯消费者权利问题，与治理生产和流通秩序直接相关联。治理应当是全方位的，只着眼于生产，无视消费者保护，不能从根本上解决中国存在的某些经济无序的问题。生产是为了消费，而产品是由消费者通过消费行为来最后完成的。对消费的主体不加保护，等于对消费行为不予维护，消费行为的无序化必然反过来制约生产，影响整个经济的正常运行。通过建立法制来保护消费者的问题，不能久拖不决，更不应等待体制转换过程完结以后再解决。因为即使在正常有序的市场经济条件下，侵犯消费者权利的事件也是存在的。何况，所谓有序的市场经济，那一定是在法制条件下的市场经济，没有经济法制和对消费者的有效保护，市场经济本身无论如何也正常不起来。

中国发生的损害消费者利益的情况，不仅牵制了商品经济

的正常发育,也影响了政府的声誉。中国消费者协会 1989 年末对全国 20 个城市进行的首次消费者保护问题调查结果表明:有 74.9% 的人不同意中国“目前存在的损害消费者利益问题并不太严重”这一命题;有 92.3% 的人认为“消费者问题解决得不好,将影响社会的安定团结”。

中国无论从经济的、政治的、社会的和公民权利的角度上看,建立消费者保护制度,都是一个需要马上动手解决,甚至就是现在解决也有些嫌晚的大问题。

改革开放以来,中国制定了一些与消费者保护有关的法律、法规。在安全与健康方面有《食品卫生法》、《药品管理法》;在质量责任方面,有《工业产品质量责任条例》;在物价管理方面有《价格管理条例》;在计量方面有《计量法》;在商标管理方面有《商标法》;在广告管理方面有《广告管理条例》。上述法律法规,在维护消费者利益方面起到一定作用,但它们自身存在许多问题,如产品经济的痕迹过多,法律执行机构的权利责任机制不健全,未能较好地解决处罚问题等等。因而这些法律法规的作用有限。几年来侵犯消费者利益情况没有根本好转,就说明仅靠这类法律法规是难以收拾局面的。形势呼唤着专门保护消费者利益的法律出台。而且根据日本和其他先进国家的经验,上述法律法规,只有在纳入完整的保护体系中后,它们对消费者的保护作用才会相得益彰。

因此,不建立一套完整且相对独立的消费者保护法律系统和制度。严重的消费者问题就无法解决。中国目前亟待通过法律确保消费者的以下权利:

1. 健康和安全不受危害的权利;
2. 质量受到保障的权利;
3. 获得充足信息的权利;
4. 自由选择的权利;