

消費者政治學

楊鳳春◎著

孟樊◎策劃



Consumer Politics

消費者政治學

Consumer Politics

楊鳳春◎著

孟樊◎策劃

消費者政治學=Consumer politics／楊鳳春
著.-- 初版.-- 臺北市：揚智文化，1999〔
民 88〕

面：公分.--（文化手邊冊；45）

ISBN 957-818-013-6（平裝）

1.消費者保護 2.消費者

548.39

88006186

文化手邊冊 45

消費者政治學

作 者／楊鳳春

出 版 者／揚智文化事業股份有限公司

發 行 人／葉忠賢

總 編 輯／孟 樊

登 記 證／局版北市業字第 1117 號

地 址／台北市新生南路三段 88 號 5 樓之 6

電 話／(02)2366-0309 2366-0313

傳 真／(02)2366-0310

印 刷／偉勵彩色印刷股份有限公司

法律顧問／北辰著作權事務所 蕭雄淋律師

初版一刷／1999 年 6 月

定 價／新台幣 150 元

南區總經銷／昱泓圖書有限公司

地 址／嘉義市通化四街 45 號

電 話／(05)231-1949 231-1572

傳 真／(05)231-1002

ISBN 957-818-013-6

網址：<http://www.ycrc.com.tw>

☐E-mail：tn605547@ms6.tisnet.net.tw

※ 本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回更換 ※

出版緣起

社會如同個人，個人的知識涵養如何，正可以表現出他有多少的「文化水平」（大陸的用語）；同理，一個社會到底擁有多少「文化水平」，亦可以從它的組成分子的知識能力上窺知。眾所皆知，經濟蓬勃發展，物價生活改善，並不必然意味著這樣的社會在「文化水平」上也跟著成比例的水漲船高，以台灣社會目前在這方面的表現上來看，就是這種說法的最佳實例，正因為如此，才令有識之士憂心。

這便是我們——特別是站在一個出版者的立場——所要擔憂的問題：「經濟的富裕是否也使台灣人民的知識能力隨之提昇了？」答案

恐怕是不太樂觀的。正因為如此，像《文化手邊冊》這樣的叢書才值得出版，也應該受到重視。蓋一個社會的「文化水平」既然可以從其成員的知識能力（廣而言之，還包括文藝涵養）上測知，而決定社會成員的知識能力及文藝涵養兩項至為重要的因素，厥為成員亦即民眾的閱讀習慣以及出版（書報雜誌）的質與量，這兩項因素雖互為影響，但顯然後者實居主動的角色，換言之，一個社會的出版事業發達與否，以及它在出版質量上的成績如何，間接影響到它的「文化水平」的表現。

那麼我們要繼續追問的是：我們的出版業究竟繳出了什麼樣的成績單？以圖書出版來講，我們到底出版了那些書？這個問題的答案恐怕如前一樣也不怎麼樂觀。近年來的圖書出版業，受到市場的影響，逐利風氣甚盛，出版量雖然年年爬昇，但出版的品質卻令人操心；有鑑於此，一些出版同業為了改善出版圖書的品質，進而提昇國人的知識能力，近幾年內前後也陸陸續續推出不少性屬「硬調」的理論叢

書。

這些理論叢書的出現，配合國內日益改革與開放的步調，的確令人一新耳目，亦有助於讀書風氣的改善。然而，細察這些「硬調」書籍的出版與流傳，其中存在著不少問題。首先，這些書絕大多數都屬「舶來品」，不是從歐美「進口」，便是自日本飄洋過海而來，換言之，這些書多半是西書的譯著。其次，這些書亦多屬「大部頭」著作，雖是經典名著，長篇累牘，則難以卒睹。由於不是國人的著作的關係，便會產生下列三種狀況：其一，譯筆式的行文，讀來頗有不暢之感，增加瞭解上的難度；其二，書中闡述的內容，來自於不同的歷史與文化背景，如果國人對西方（日本）的背景知識不夠的話，也會使閱讀的困難度增加不少；其三，書的選題不盡然切合本地讀者的需要，自然也難以引起適度的關注。至於長篇累牘的「大部頭」著作，則嚇走了原本有心一讀的讀者，更不適合作為提昇國人知識能力的敲門磚。

基於此故，始有《文化手邊冊》叢書出版

之議，希望藉此叢書的出版，能提昇國人的知識能力，並改善淺薄的讀書風氣，而其初衷即針對上述諸項缺失而發，一來這些書文字精簡扼要，每本約在六至七萬字之間，不對一般讀者形成龐大的閱讀壓力，期能以言簡意賅的寫作方式，提綱挈領地將一門知識、一種概念或某一現象（運動）介紹給國人，打開知識進階的大門；二來叢書的選題乃依據國人的需要而設計，切合本地讀者的胃口，也兼顧到中西不同背景的差異；三來這些書原則上均由本國學者專家親自執筆，可避免譯筆的詰屈聱牙，文字通曉流暢，可讀性高。更因為它以手冊型的小開本方式推出，便於攜帶，可當案頭書讀，可當床頭書看，亦可隨手攜帶瀏覽。從另一方面看，《文化手邊冊》可以視為某類型的專業辭典或百科全書式的分冊導讀。

我們不諱言這套集結國人心血結晶的叢書本身所具備的使命感，企盼不管是有意還是無心的讀者，都能來「一親她的芳澤」，進而藉此提昇台灣社會的「文化水平」，在經濟長足

發展之餘，在生活條件改善之餘，國民所得逐日上昇之餘，能因國人「文化水平」的提昇，而洗雪洋人對我們「富裕的貧窮」及「貪婪之島」之譏。無論如何，《文化手邊冊》是屬於你和我的。

孟 樊

一九九三年二月於台北

序 言

消費者問題在一般的觀念和社會規則中均是作為法律問題、經濟問題、市場問題，或至多是社會學意義上的問題出現的，正是由於這種定位和社會共同的運作規則，造成了迄今為止仍然無法改變的消費者的弱勢地位；而又由於消費者難以改變的弱勢地位，所以無論把消費者問題當作什麼樣的問題來對待、來解決，也無法從根本上解決消費者的利益和保護問題：因為在一個常態的社會中，無論何種解決方案，均是在既定的政治框架和安排之內進行的，而一般地說，消費者問題之所以會出現，恰恰是某種既定的框架或安排出了問題，那麼，

僅僅依憑這種本來就有問題的框架和安排，難道真的能夠解決問題嗎？答案實際是很清楚的。

因此，一個社會如果想真的解決消費者問題、保護消費者在社會利益分配格局中的位置的話，就必須尋求一種徹底解決消費者問題的「根本」方法。

對現代政治社會來說，這種根本性的解決方法就是在社會初始的、基本的框架和安排中，為消費者留下一個適當的位置，即消費者保護問題只有在消費者真正能夠在基本的政治制度和安排中佔有獨立和適當的位置的時候，這種保護才是實質性的、根本性的。從這個意義上說，現代的消費者問題頗類似以前的種族平等問題、男女平等問題等等，顯然，這類問題在人類歷史發展中所具有的政治重要性是絲毫不容質疑的。

因此，不難看到，消費者問題實際上並不僅僅是一個當然的「形而下」的問題，它並不那麼「庸俗」，而是在本質上具有一種關乎社

會正義和平等的性質。當然，人類對社會正義以及平等的追求，可能會透過若干種不同的途徑來達到，但是在政治社會，漸進的社會正義和平等目標的實現，最主要、最根本的途徑，還是政治途徑。消費者政治就是這樣的途徑之一。

既然消費者政治是達致社會正義和平等的途徑之一，那麼消費者政治也就是實踐社會正義和平等的人類主流政治活動的一部份，從這個角度來看，消費者政治也可以被看做是其他任何一種類型的政治。在這個意義上，消費者政治並不是什麼新鮮的話題，而不過是一般政治內容的特定類型的展現而已。因此之故，這本導言性質的《消費者政治學》也不是什麼新穎的論題，只不過是把過去人們所沒有認識到的，或沒有給予充分注意的問題，重新加以釐定而已。雖然如此，作者還是非常希望有關人士能夠關心和重視《消費者政治學》所試圖表達和澄清的內容，而實際地運用消費者政治於實際社會生活中去。倘能如此，人們所置身其

中的社會，一定能夠變得更合於正義、平等的目標。

楊鳳春

1999 年 4 月於北京西三旗

目 錄

出版緣起 i

序 言 vii

第一章 消費者政治學的概念 1

一、消費和消費者 1

(一)消費的概念和性質 1

(二)消費者的概念和性質 4

二、消費者的歷史形態 6

三、作為政治學概念的消費者 11

四、消費者政治學的涵義 20

第二章	消費者的政治屬性	27
一、	消費行為的政治性質	27
二、	消費者在宏觀政治中的地位和作用	34
三、	消費者在微觀政治中的地位和作用	42
第三章	消費者的政治功能	59
一、	利益表達功能	59
二、	社會政治的潛在資源	65
三、	牽制和平衡功能	71
第四章	消費者政治的表現形式	83
一、	消費者政治的意識基礎——消費者意識	83
(一)	消費者意識在消費者政治中的地位和作用	83
(二)	消費者意識的具體表現	95
二、	消費者政治的組織形式——消費者利益集團	108
三、	消費者政治的運作形式——消費者保護運動	118
(一)	輿論動員	126

(二)消費抵制運動 127

(三)要求政府管制和制定立法的運動 128

(四)消費者國際運動 129