

# 消費者主義發展的新方向

柴松林\*

為保障消費者權益，增進國民消費生活安全，提昇國民經濟生活品質，由而消經濟利益對立，建立和諧福祉社會而制定的（消費者保護法），已於今年一月十一日公布施行；依該法組織之「行政院消費者保護委員會」，也於今年七月一日正式成立。

社會並非停滯在一個固定的水平上止息，而是不斷的變遷，無論是政府、企業、消費者組織，還是消費者本身，與其所面臨的環境，較之以往莫不有很大的差異。政府不能再以權威宰制的態度，面對想要當家做主的人民；企業面對的不再是只求獲得維持生命所需基本物質供應便滿足的消費者，而必須採取多元的決策標準，來服務具有知識與品味的，富裕而挑剔的消費者。消費者組織也早已超越了草創階段全靠領導者的魅力與熱情，即可鼓動風潮，造成時勢，而走入專業化經營，制度化運作的新階段。

如今雖然（消費者保護法）已經施行，消費者保護行政機構已經設立，但並不表示消費者已經得到了完備的權益保障，消費者運動已經大功告成；只是把保護消費者的理念與責任，正式納入政府體系，政府部門承認承擔保護消費者任務的開端而已。

現代社會科學技術之發展日新月異，有形之商品與無形之服務，非僅種繁多，抑且內容複雜，其所導致之危險與所造成之損害，並遍而深刻。消費者所處之消費環境變遷迅速，消費者本身之需求與水準亦不斷提高，因此，世界保護消費者之潮流亦與時俱進。

由上所述可知消費者保護工作乃是一個繼續發展的過程，其方向、其策略，必須隨時調整。今值消費者保護工作正式納入政府之體系之際，一方面體察當今全球性消費者主義的思潮，一方面考察我國特有之經濟社會環境與消費者在消費生活中的需要，我國今後的消費者保護工作應朝以下幾個方向努力。

---

\* 作者為法國國立高級研究院經濟社會學博士，現任行政院消費者保護委員會委員、中央選舉委員會委員

### 一、加強推動立法

完備消費者保護的法律體系，是現代國家保障國民經濟人權的根本途徑，美、日、歐洲各國，皆制定完備的法律以保障消費者的利益。自公元一九八四年聯合國大會決議通過（世界保護消費者綱領）以來，即使亞、非地區之國家，亦莫不採取立法的方式保護消費者。

我國雖非聯合國之會員國，但正謀求進入國際社會，對國際消費者之主流自不可違背，國民之經濟人權亦不能因國家在國際上的政治地位受挫而遭到剝削；反而應以更積極的態度，保障國民之經濟人權，以謀求國際地位之改善。

我國自民國六十九年消費者文教基金會創立以來，即不斷倡導制定消費者保護相關之諸法律；然而政府一直未能認識其重要性，消極被動，歷經十餘年之推拖延宕，始通過（消費者保護法）。至於期餘與國民消費生活與經濟權益相關之法律，莫不因當道之偏執、權力之競逐、政黨之攻訐、利益團體之左右，致使法案之起草疏漏而審議偏私，惡質化之情況日益嚴重，消費者利益遭到多方的侵害。

今後之消費者運動萬勿以（消費者保護法）之通過為已足，而應將推動完備各項相關法律，如廣告管理法等為首要之工作；其次，對於已施行之法律，其完善性亦應加以檢驗，如公平交易法等即須亟謀修正。更應注意者必須監督整個立法之過程，是否有違公平正義之原則，以保證立法之品質。

**二、勵行行政保護：**無論法律如何完備，若無行政部門之執行運作，亦僅徒成具文而已。因之，在現代國家保護消費者權益，是政府行政部門無可旁貸之責任。美國以總統為聯邦消費者保護人，並於其下置「消費者事務部」以主其事；日本以理大臣為日本國消費者保護會議會長，以各省大臣為委員，並於總理府之下設「國民生活局」，處理國民經濟生活的消費者事務，可以看出其對消費者權益之重視。於中央消費者保護機構之外，復置專業保護機構者亦極為普遍，如美國聯邦政府的聯邦消費者產品安全委員會、聯邦貿易委員會的消費者委員會、食品藥物管理局，其委員皆由總統提名經參議院同意任命，可見其地位之重要。

我國消費者保護法規定：「行政院為研擬及審議消費者保護基本政策與監督其實施，設消費者保護委員會」。並規定：「省（市）及縣（市）應設消費者服務中心，辦理消費者之諮詢服務，教育宣導、申訴等事項」。雖然規定政府行政部門設置機構，承當保護消費者之責任；但並未配置專業之人員，亦缺

少專業之精神，如何發揮其功能應作積極之考慮。

**三、革新司法保護：**由過去的經驗可知，單有法律，無論其如何完備，都不能達到保護消費者的目的。消費者權益之能否得到保障，尚要靠司法部門。在理論上消費者是經濟活動的主體，應該主導經濟活動；消費者、生產者和政府三者應立於平等的地位，但在事實上並不盡然。消費者以其居於弱勢的地位和一盤散沙的特性，即使在所謂人人平等的法律之前亦無法獲致法益上之公平。在對消費者的司法保護方面，除了如我國（消費者保護法）所允許的：「消費者團體代理訴訟」，和當眾多消費者受害時的「團體訴訟」之外，尚應設立「消費者法庭」以簡化訴訟程序，使受害之消費者能憑藉自己的力量，採取司法的手段，得到適當的救濟。至於協助消費者便利進入訴訟程序的「消費者律師」制度，亦應及早規劃建立。在完備的司法保護制度未建立的過渡期間，司法體系應秉持「公平正義」與「誠實信用」的原則，通過若干符合消費者主義精神的判例以為示範。

**四、參與政策制定：**以往，任何國家的消費者運動莫不將消費者權益爭取的對象鎖定在生產者；但是，事實上對於消費者權益損害最大的卻常是政府部門。政府所作的財政、經濟、金融、社會、教育與文化的立法與決策，對於消費者的生活環境、經濟利益、健康福祉和未來命運影響之巨大，遠非個別生產者所能心擬。而政府部門本身或制度與法律缺失，常遭利益集體左右；或本身昧於世界潮流，未能體察變遷社會消費者的需要；或政府公務人員的保守、褊狹、憚於改革，致所作之決策不但無裨於消費者利益的增進，反常侵害消費者的權益福祉；或紀律廢弛，操守不良，貪污受賄，族棄了政府的責任而間接侵害了消費者利益。近年來的情況更為嚴重，民意代表的關說，利益集團的遊說，政治團體的要脅，政府官員的跋扈，和當道的私心自用，更使政府的決策背離經濟公道的原則，而常以消費者的利益為犧牲。是以今後的消費者運動應將監督政府的決策，做為一項主要的工作，務使在制定決策的時候，能充分尊重消費者的意見。而消費者組織更應代表消費者參與有關消費事務的公共決策，以保證決策品質能保障並增進消費者之權益。

**五、監控通貨膨脹：**在各種對消費者造成損害的因素之中，造成最大損害的是通貨膨脹。通貨膨脹使受雇者遭損而雇主獲益；使債權人吃虧而債務人受惠；使消費者的儲蓄貶值，購買力下降；而生產者則坐享不當之利。是以經濟學者認為通貨膨脹被視為破壞社會公平與人生福祉的頭號敵人。因之，近年來

消費者運動，莫不致力於監督物價，以求消費者之購買力與經濟生活的水準得以保持。

政府部門的財政政策、經濟政策和金融政策，對於通貨膨脹的影響最大，尤其是在面對國際困境，政治抗爭、利益團體施壓、景氣衰退威脅，或爭取選票以維持執政權等情況之下，便常不顧消費者的利益，以通貨脹為工具。因之，消費者運動必須透過各種有效途徑，對於貨幣供給、流通速度、信用政策、租稅保護、公債發行、財政收支、利率水準、產業獨占、聯合壟斷、貿易管制、專賣特許等種種關聯通貨膨脹之事務，予以密切的監視，以防止其背離公道。

**六、推廣消費教育：**最能有效保護消費者權益者，及是消費者自己。消費者權益之所以常遭侵害，及由於其缺乏消費者資訊與知識，以致在消費生活之中，無法作出正確的判斷、明智之選擇，自亦難有正當之舉止。

因之，為消費者建立正確的消費觀念，避免其權益遭致侵害，俾其能提昇消費生活之品質，應充分的提供消費者資訊，並積極推廣消費者教育。政府、企業和消費者組織，都有責任。故應廣泛搜集消費者資訊，經整理與分析供消費者運用；又由於經濟自由化、國際化的結果，使商品與服務的流通，超越了國家的界限。因之，必須加強國際間及與國際消費者組織間的合作。

多年來各國從事消費者教育的經驗，莫不認為推廣消費者教育，充實其知識，導正其行為，為確保消費者權益最有效之方法。故應邀集專家編訂消費者保護教材，在各級學校中加強消費者教育，並結合企業與民間消費者組織的力量，利用各種媒體、公眾活動，以及消費者服務中心等場所，普及消費者知識，以提高消費者保護自身權益之能力。

**七、分衍消費組織：**雖然消費者運動的推動，自消費者文教基金會創立以來，已歷經十餘年；但迄今能堅持消費者主義的原則，有效從事消費者保護事務的消費者組織仍極有限。

長年以來消費者文教基金會因歷經在威權體制下的奮鬥而贏得的支持、信賴和在從事消費者保護事務上的權威地位，使消費者的期望遠超過其能力所能達成的水準。民主的實現與公道的達成，不應期望任何組織，不應期望何何組織發展成為超級團體，消費者文教基金會自亦不例外；同時，任何消費者亦不應存有促使消費者文教基金會扮演第二政府角色想法。

目前應該努力的是鼓勵並協助各縣、市地方，以及個別產業都有自己的消

費者保護組織，對消費者提供直接而方便的，和更為專業的服務。一方面可以讓更多的消費者參與組織，有貢獻其心智勞力的機會；另一方面亦可以因更多團體的組成，而有平等競爭的機會，逐步提高對消費者服務的品質。

**八、導正權義觀念：**長久以來，由於我國特殊的政治環境，國民所重視是權利，所忽視的是義務。因之，形成了爭權利時，勇往直前；盡義務時，退避三舍的現象。事實上權利與義務乃是相對的，只有善盡之義務，才能享有應享之權利。

近年來，由於消費者權利意識的提高，雖消費者應享的權利，尙未獲致充分的保障，但對於消費者權利之追求，已受到普遍的重視。

在消費者運動推展的過程之中，將保護消費者的責任，完全推給政府與企業是不公平的，因為消費者本身亦有其應盡之義務。國際消費者組織聯盟所提出的消費者權利，計有：維持生活所需物質的供應、安全、了解事實真相、自由選擇、表達意見、得到合理補償、獲得消費者所需資訊及教育機會、享有清潔的環境等八項。但這八項權利之能否得到充分的保障，及決定於消費者能否善盡其應盡之義務。

依國際消費者組織聯盟的主張，消費者應盡之義務計有：充分認知、提出抗議、強化團結、關懷社會和保護環境等五項。如何扭轉國人對於權利義務的錯誤觀念，由以往只爭權利的消費者，過渡到兼亦善盡義務的消費者，應視為今後推展消費者運動的主要工作。

**九、力行綠色消費：**世界貿易及關稅總協定經第八屆烏拉圭回合談判以後，已決定於今年結束，明年開始世界貿易組織將承擔規範世界貿易事務的責任。未來世界貿易的進步所遵循的基本原則有二：藍色勞工主義和綠色消費主義。

早在公元一九八〇年，西德即開始提倡人類的經濟活動，無論是生產還是消費，都應該考慮到大自然生態系統的平衡與對環境的保護，而開始鼓吹「綠色消費主義」的主張公元一九九一年國際消費者組織聯盟在香港召開第十三屆大會時，決議以全球為範圍推行綠色消費主義。

展望未來，綠色消費主義勢將成為全球消費者從事消費生活的準則，亦是規範國際間貿易進行與制裁違規者的依據。

我國在尋求重返國際社會之際，對於「綠色消費主義」自應體察其精神，積極倡導，加強推廣。由於地球資源之有限，生態環境之脆弱，消費者的消費

行爲，已經不是買得起買不起的問題，而是有限資源禁得起禁不起消耗，脆弱環境禁得住禁不住破壞的問題。因之，消費者在從事消費活動之際，應首先考慮是否會造成生態的破壞與有違環境主義的原則。

爲方便消費者力行「綠色消費主義」，國際消費者組織聯盟特提出六項消費準則，供消費者從事消費活動時參照遵守。

(一)減量：除非維生必須，盡量減少消費。

(二)重複使用：使用可以一用再用的物品，不可用完即拋棄。

(三)循環再生：當物品用壞的時候，回收再生，循環利用。

(四)經濟：避免過大、過量、耗能、誇大包裝或無意義的裝飾改變，以節省人力和減少資源的耗費。

(五)生態主義：不可破壞生態平衡、污染環境或導致物滅絕。

(六)平等主義：消費者在從事消費活動的時候，不僅要顧及個人的利益，也要顧及他人的利益；不僅要考到人類的生存，更要考慮到其他物種的生存。所以，對於那些不能平等對待少數民族，排斥不同語言、宗教的族群；對雇用外籍工人不能給予國民待遇、歧視婦女就業、利用奴工、對勞工利益保障不足利用在監人犯工作而不給予合理報酬的國家加以抵制，對於個別廠商之此類情事者，應拒絕購買其產品與服務。