

欧盟消费政策*

张严方

(中国青年政治学院,北京 100089)

[摘要] 在发展欧洲统一大市场的进程中,消费者权益保护的问题日益突出和尖锐,欧洲各国越来越深刻地认识到在经济全球化日益加快的当今世界,只有精诚合作,才能更加公正、合理地解决原来属于国际消费者保护范围内的纠纷,促进国民福利的增加。因而,从消费者利益保护的角度而言,欧盟统一大市场的进一步推进,欧盟各国经济的一体化实际上促进了欧盟消费者政策的统一和发展,对消费者权益的保护也起到了重要的作用。

[关键词] 全球化;欧盟;消费政策

[中图分类号] F113.8 [文献标识码] A [文章编号] 1672-0598(2008)05-0088-06

一、消费者政策的积极与消极行为

经济一体化,是符合消费者的利益的。然而,仅有“消极”的消费者政策是远远不够的,欧盟需要更有“积极”的行动。至20世纪60年代中叶,经过将近三十年欧洲经济一体化进程的发展,欧共体成员国之间的关税实际上已经被消除了,欧共体在消费者保护方面也充分考虑到了全欧洲范围的统一性,做出了多方努力。但是由于历史原因,欧共体各成员国的国家贸易非关税壁垒有各种各样的渊源,包括经济利益、文化传统、健康和安全的考虑。他们的累积效应是巨大的。如果欧盟不能够在摧毁国家贸易壁垒方面有重大进展,创建统一市场的努力只能流产。同时,由于其中一些事实上确实是为了合理的消费者公众目的,这些法规也不能被简单地废除。这样,欧盟统一大市场的建立过程中的消费者保护

一体化过程,不仅显示了其必要性,也显示了它的两难。基于此客观情况,1969年5月欧共体部长理事会开始将注意力转移到消除贸易的非关税或“技术壁垒”。欧共体决定依靠《罗马条约》第100条所赋予的权利来协调各国的法规。但是,这种协调是困难的^[1]。一个重要的原因是各国的风俗、传统和法规存在着很大差异,如在食品方面的差异经常体现在具有沿袭几百年的与众不同的食物生产和食用模式的产品上。欧共体在欧洲范围内欲将面包、啤酒和饼干等产品标准化的努力曾使得它自己成为笑柄。1979年欧洲法院关于 Rewe - Zentral AG v. Bundesmonopolverwaltung für Branntwein 一案的判决,也就是众所周知的 Cassis de Dijon 一案,打破了这一僵局。

该判决明确了“相互认可”的概念:成员国对

* [收稿日期] 2008-07-09

[作者简介] 张严方(1972-),女,回族,山东省烟台市人,中国青年政治学院,副教授,法学博士,金融学博士后,硕士生导师,现挂职于重庆市教育委员会,研究方向:民商法、金融法。

Dassonville 准则本身是一种“消极”的消费者政策形式。因为它们的作用是消除国家对一体化的障碍,取消与市场一体化的“大利益”相冲突的国家法律措施。

Cassis de Dijon 是一种法国生产的低酒精含量(15% - 20%)的红葡萄酒:一家德国公司欲将这种葡萄酒进口到德国,但被拒绝签发进口许可证,理由是1922年德国法律规定凡称之为“酒”的饮料其酒精成分最少为25%。德国政府制定该法规是基于公众健康的理由:它认为 Cassis de Dijon 会威胁到德国消费者的健康,因为低酒精含量的酒精类饮料会导致过量消费,从而使消费者饮用更多的酒精。欧洲法院承认,根据《罗马条约》第36条:“由于各国立法不同而导致阻碍在欧共体内的流动……应予以认可,只要……(它们)对于满足一些强制性要求来说是必要的特别是关于……保护公众健康……和保卫消费者的。摆在欧洲法院面前的问题是德国法规实际上是否对于满足其中一个“强制性要求”来说是必要的。欧洲法院的结论是德国的最低酒精限量要求并非是为了保护合理的消费者公众利益或国家利益。由于还可以采取其他非限制贸易性措施,比如要求标签列明等。该德国法规对于保护消费者来说并不是十分重要。而且,欧洲法院还注意到,德国的消费者经常在酒中掺水稀释。因此,由于该德国法规与“限量进口”具有“同等效力”,并且没有合理的健康或安全的理由支持,它违反了《罗马条件》第30条。

其辖区内生产的产品可以自由保持和执行各自的法规,但不能阻止其国民消费满足另一成员国法律标准的产品。该原则认为,如果一种产品适合一个成员国市场,那么就应认为它适合所有其他的成员国市场。欧洲法院的措辞如下:“因此,只要酒精类饮料由一个成员国合法地生产和营销,就没有理由不让它进入另一个国家。继 Cassis 以后,成员国若想要以健康和安全为理由来使用一项阻碍欧共体内部贸易的法规,那它就必须承担证明责任,证明它的该项法规是为了合理的公众的目的并且为了达到该目的它所已经采取的措施对贸易的限制性是最小的。否则,就要采用“相互认可”的原则。”

在 Cassis de Dijon 案件的裁决中应充分认识到,欧洲法院要处理的两个方面是有关消费者利益的两个对立面。一方面,第 30 条为消费者展现了市场一体化和多样选择所带来的利益;另一方面,遭到反对的德国法律本身就是消费者保护的一项措施,因为它代表了国家立法层次上的消费者的利益。欧洲法院实际上是要选择决定究竟消费者利益存在于何处。对 Cassis de Dijon 案件本身来说,裁决是相当明确的,因为该德国法律是一种根本没有道理的(所谓的)消费者保护措施。实际上,受该德国法律真正保护的是能够垄断消费者选择的德国酒类经营者。对其他的案件来说,更大市场里的消费者选择和国家立法层次上的消费者保护这两者之间达到平衡就更为微妙。这两者之间需要达到平衡使得欧共体贸易法难以裁定究竟什么是对消费者最有利的。有人认为这些裁定是有风险的,即根据自由贸易法律的规定作出的选择可能会损害消费者保护的国家标准。^[2]

由于各种原因,经法院判决的“相互认可”并不是一种彻底可行的解决方法,其远不能替代“协调”手段,一个大的一体化的市场会需要有一体化的法律结构。欧共体法律政策制定作用和能力的这一继续扩大对防止完善内部市场危害到国家消费者保护标准起了至关重要的作用。委员会增援的“相互认可”的司法准则使创建统一市场成

为可能。然而,“相互认可”本质上是一种一体化途径,不是法律规范途径。部长理事会和委员会对国家法规的协调使消除贸易壁垒与保护消费者健康和两者和谐共存。没有“相互认可”的“协调”在行政上也许不可能,但没有“协调”的“相互认可”在政治上是行不通的^[3]。

在“积极协调”方面,有必要提及《单一欧洲法令》(SEA)所作出的贡献。20 世纪 70 年代,随着西欧对于健康、安全和环境法规的公众需求高涨,欧共体随之扩展了它对《罗马条约》第 100 条的解释。欧共体并没有将它的指令局限于促进区内贸易所必需的规则和法规上,相反,它颁布了越来越多旨在改善其成员国人民的健康、安全和福利的指令。这一显著的变化在 1987 年生效的《单一欧洲法令》上被正式化了。《单一欧洲法令》顺过根据有关消费者保护的第 100 条 a 制定的计划中陈述了将“委员会”作为一个高标准和保护制度的基础,在条约新的第 100 条 a 中第一次引入了“消费者保护”的术语。其后第 100 条,被选作一系列消费者保护指令的基础。另外,SEA 更大的贡献还在于,第 100 条 a 只要求大多数有资格参加投票的人投票通过,与需要一致通过的第 100 条的立法程序相比,这一选择很大程度地加快了立法的进程。

二、“直接”的消费者政策法令

虽然,欧盟的消费者政策一体化走过了一个否定之否定的过程,即早期协调方面的困难导致了“相互认可原则”的诞生;“相互认可原则”的困惑又回到了对“积极协调”的渴求;《单一欧洲法令》所导致的“积极协调”也深深地影响了国家的消费者保护,但从正式宪章的意义上说,这两种措施都不是“直接的”欧共体“消费者保护法”的措施。因此,欧盟需要有更“直接”的消费者政策。

在《马斯特里赫特条约》以前,市场一体化占据了本质的主导地位,消费者保护只不过是一个副产品而已^[4]。上述的《罗马条约》中考虑消费者政策亦甚少。事实上,“消费者”一词只用于两处:普

在政治上,委员会认为,创建统一的欧洲市场的进程不会导致任何消费者保护标准的松懈。它对消费者是有益的,可以给他们更多的选择和更低的价格,不会因为可能使它们置身于更为松懈的健康和安全标准之下而处境更糟。并且,从经济的角度看,允许各国相异的健康和安全法规存在——即使有公众健康的理由会有损于创建统一市场所带来的更多效益。

欧盟有些国家的法律,根据《马约》第 30 条和第 59 条将不适用“消极法则”,并且将继续阻碍市场一体化。共同体对这一领域里“消极法则”不足以对市场一体化起协调作用,即共同体采取“积极”措施引入共同体范围内适用的监管规则。

通农业政策的受益者^[5]和竞争领域中的受益者^[6]。《单一欧洲法令》提出了对消费者保护的高标准,以此作为完善单一市场的若干目标之一。只有通过《马斯特里赫特条约》,针对共同体消费者政策的明确且合法的基本原则才得以用专门的条文形式出现在欧盟条约。共同体消费者政策在共同体宪章上的疏漏在《马约》里进行了弥补,其中建立了共同体在消费者政策领域的权利。以后的《阿姆斯特丹条约》又在《马约》的基础上有了新的发展。

但是,评估该两条约可能产生的影响时,必须要认识到1993年11月1日(《马约》生效日)前及1999年5月1日(《阿约》生效日)后欧盟“正面”和“直接”的消费者政策的演变。

共同体消费者保护政策演变的起点是1975年4月14日《关于共同体消费者保护和信息政策初步方案的理事会决议》尽管它是在缺乏特定法律基础的体制背景下出现的,但这是为共同体消费者政策发展提供系统框架的第一次尝试。决议的附件评述道:现代市场经济,天平已经从消费者倾向到了有利于供应商^[7]。这种不平衡使得在消费者之间传播有关他们权利的信息和向他们提供信息支持他们自由选择这一点越来越必要了。在该附件第3点里第一次陈述了欧盟消费者所拥有的五大基本权利。虽然,“获得信息、接受培训和代表的权利”只是在1999年生效的《阿姆斯特丹条约》中才予以正式确立。但是,历年来这些方面始终处于所有的消费者政策计划的核心地位:(1)保护健康和安全的权利;(2)保护经济利益的权利;(3)获得赔偿的权利;(4)信息和教育的权利;(5)代表的权利(意见被倾听的权利)。

随之而来的是1981年《第二个决议》,1986年的《第三个决议》那时共同体已将其目标设定为1992年年底完成内部市场的建立,这一政策性目标极大地影响了这个文件。1990年5月3日委员会颁布了《欧洲经济共同体消费者政策3年行动计划(1990-1992)》。该计划第一部分在题目“进展巩固”下作了简单的回顾;第二部分提供了到1992年12月31日为止的“3年行动计划”。该计划选择了四大主要的焦点领域,即消费者倾诉、消费者信息、消费者安全和消费者交易,该领域在建立支持内部市场运作所必需的消费者信心方面是十分重要的。1992年6月,理事会通过了《发展消费者保护政策未来应考虑事项的决议》入第二份

3年行动计划于1993年7月出版,副标题为“让统一市场为欧洲消费者服务”。这份计划是处在完成内部市场建立和一致通过《欧洲联盟条约》(即《马约》,尽管当时尚未批准)的历史背景中的。然而,这些决议和计划并未形成正式的共同体法案,它们不能弥补欧共体消费者政策制定在条约中缺乏的明示的基础。1995年10月,第三份3年行动计划出台,名为《1996-1998消费者政策优先权》。1998年12月,最新的第四份3年行动计划《1999-2001消费者政策行动计划》颁布。由于受《阿姆斯特丹条约》的影响,最新的一份行动计划辟有专门的章节阐述消费者“获得信息、接受培训和代表的权利”,并特别关注“高水平的消费者健康与安全。”

三、条约中的消费者政策

正如在上文评述中所提到的,欧盟消费者保护的模式是在1993年11月1日因为《欧洲联盟条约》的生效才改变的。1999年5月1日生效的《阿姆斯特丹条约》又对其作了重要发展。

根据《马约》第100/100a条,现行的消费者保护和市场一体化之间在宪章上的关系已经松弛了。通过第100和第100a条的协调,欧共体第一次在消费者保护领域具备了独立于市场一体化的立法能力。有关的条款是第129a条,条文如下:

1. 共同体应通过如下措施致力于获得高度的消费者保护:a)根据第100a条在完成内部市场的前提下采取的措施;b)支持和补充成员国有关保护消费者健康、安全和经济利益及向消费者提供适当信息的政策的特定行动。

2. 理事会依照第189b条规定的程序并经与经济和社会理事会商讨后,应采取上述1b)款的特定行动。

3. 根据上述2款采取的行动不应阻止任何成员国保持和引入更严格的保护措施。这些措施必须与本条约相容,并通知委员会。

在对第3条的补充中消费者保护确认被提升到共同体共同政策的地位了,第3条现在规定“共同体的活动应包括……致力于巩固消费者保护。”

对于第100a条和第129a条,立法程序牵涉到理事会的合法多数和欧洲议会行使否决权的可能。采取的措施是理事会和欧洲议会双方一致通过的产物,在措施的标题中要提及双方的名字。这就解释了欧洲联盟条约生效后的《期限分享指令》为什么是“欧洲议会和理事会”的指令,而《马约》前的

指令都是“理事会指令”。

值得注意的是,第 129a(1)中的第一个词组特别强调不仅仅是“委员会”,而且要求“共同体致力于高度的消费者保护,这要比第 100a(3)条强硬得多。此外,第 129a(1)条还超越了第 100a(3)条把高度保护仅作为基础“这样一个淡薄的概念。另外,最低协调方案还由于欧共体条约第 129a(3)条的原因在该能力领域里被提升到了条约的高度。

由于第 129a(1) b)条所构想的特定行动还有待于实践给它提供本质的说明,这一新条款所带来的真正影响仍未清楚。然而,普遍的看法是,现在正是欧共体在独立于市场一体化的消费者保护法的领域里进一步发展其作为法规制定者的作用的良机。

《阿姆斯特丹条约》(以下简称《阿约》)中的有关消费者保护的条款(重新编号为第 153 条)与《马约》129a 条相比,有了相当多的修订。第 129a(1)条已被做了很大的修改。《阿姆斯特丹条约》第 153 条是欧盟各项消费者政策的法律基础,该条文规定:“共同体将致力于保护消费者的健康、安全和经济利益,并促进他们获得信息和培训的权利以及自我组织以保护自身利益的权利。该条同时还规定欧盟在制定其他各项政策时也必须统一考虑消费者的利益。另外,各成员国除遵守欧盟统一的消费者政策之外,也可自行制定比统一政策更为严格的保护消费者政策,只要其内容符合《阿约》的规定并已通报欧委会。《阿约》保护消费者的指令和规定归结如下^[8]:

1. 关于产品安全的欧委会第 92/59 号指令:生产商只能销售在正常和合理条件下可以安全使用的产品。生产商必须在产品的包装、标贴或说明书上提供有关产品使用风险的信息。

2. 1998 年 4 月“消费者利益保护的指令”规定:如果成员国 A 的消费者的利益因成员国 B 生产的产品或提供的服务而受到了损害,而该损害违反了欧盟有关规定,成员国 A 的消费者组织可以在成员国 B 直接或通过中介机构提出诉讼。

3. 1998 年 4 月“消费产品销售及相关承诺的指令”规定:欧盟的产品销售商必须承诺,消费者在购买产品后两年内如发现该产品有缺陷,可以选择修理、退货或减价购进。

4. 关于产品缺陷责任的欧委会第 85/374 号指令规定:消费者只要能证明所购产品的缺陷、对其造成的损害以及两者之间的因果联系,就有权对该

产品生产商提出诉讼并要求赔偿。

5. 关于消费合同中不公平条款的欧委会第 93/13 号指令规定:消费者可以不受消费合同中不公平条款或滥用条款的限制,使其合法权益受到保护。

6. 关于“上门销售”(door-to-door sales)的第 85/577 号指令规定:对于包括“上门销售”在内的在销售商经营场所之外所达成的协议,该指令要求销售商必须书面通知消费者其有取消合同的权利,即消费者可以在特定期限内(至少 7 天以上)取消合同。

7. 关于远距离销售的欧委会第 97/7 号指令规定:对于通过新闻媒体、邮寄、电视、电脑、传真或电话达成的销售协议,供货商必须适当提前书面通知消费者有关该供货商、产品、售后服务等方面的信息,而且消费者可以在收到所购产品或签署服务合同后特定期限内(至少 7 天以上)无理由地、不承担违约惩罚地取消合同,而供货商必须尽快(最迟不超过 30 天)将货款退还消费者。

8. 针对航空公司通用的超员出售某一航班机票以保证满员的作法,欧盟规定,如果乘客因航班超员而被拒绝上机,该乘客可以获得赔偿,航空公司同时也承担将该乘客送至目的地的义务。

条约之外,欧盟还就保护消费者利益的管理体制制定了一些规定,如关于信息交换的理事会第 93/580 号决定规定:成员国必须将任何消费产品(医药产品及职业用品除外)使用所发生的危险尽快通报其他成员国,以便其他成员国采取行动,防止类似事故发生;理事会第 93/683 号决定还成立了家庭和娱乐事故监督机制,定期提供有关家庭及娱乐事故方面的信息,以便促进欧盟产品安全标准的制定,减少这些事故的发生。另外,欧盟在有毒物品、食品、化妆品、玩具、医药产品等领域还制定了详细的有关产品质量和安全的统一规定。

四、欧盟消费者政策一体化的实现

欧盟消费者政策一体化之所以得以实现有赖于以下三个关键方面。

1. 欧盟能够平衡“消费者保护”与“经济一体化”这两者的关键在于它在此两个领域都能够集中决策

消除非关税壁垒和保持或巩固健康和安全法规需要一个强大的国际权力机构。欧盟持有能够影响成员国贸易和法律政策的权力。欧盟不仅仅

拥有除去妨碍贸易的国家法规的权力,所有的国际贸易协定,根据规定,都必须将某些国家法律交国际机构再检查。欧盟与其他国际机构的不同在于它还有权把一项法规强加给它的成员国。因此,它与世界贸易组织(WTO,原关税与贸易总协定,GATT)不同,WTO只有消极协调的权力(即,能命令政府不得执行与WTO下规定的政府义务有冲突的法律),而欧盟还有法律和政治能力,可以进行“积极协调”——颁布政府“必须”执行的法规^[9]。

2 正是欧盟在“贸易”和“法规”两大领域里权力范围的平衡,使它能够在减少贸易壁垒又没有危害到欧洲消费者的健康和安全

一方面,欧盟对非关税壁垒的定义比任何其他国际条约的定义广泛得多。特别是,它超越了传统的WTO“国民待遇原则”。实际上,“1992”方案核心的假设是“非歧视待遇”对于实现经济一体化还不够。因此,欧盟的法律制度把任何具有“限制进口作用的法规都看作是对贸易的“数量限制”。这种法规可以存在,只要使用法规的国家能证明这种法规对于达到合理的公共政策的目的而言是必要的并且所选择的措施对货物自由流通的影响尽可能小。没有任何其他国家集团为了促进贸易而把他们的国家规则和法规置于如此广泛的超越国家的监督之下。另一方面,欧盟运用“消极协调”的权力与运用“积极协调”的权力相平衡。没有一个其他的国际性机构对这么多国家法律政策行使这么大的权力。欧盟的权力运用在很多领域都有问题,但保护性法规却不在此列。实际上,欧盟几乎没有在其他公共政策领域发挥过如此积极的作用。

3 欧盟消费者政策一体化进程得到迅速发展的一个关键是欧洲法院的贡献。它对条约的解释给整个进程注入了无穷的活力

欧洲法院并不认为条约是“传统的”国际法,结果,欧洲共同体的法律秩序很快就形成了自己的特点^[10]。1991年,欧洲法院称赞那些许多方面是它自行创造的东西是“基于法律准则的共同体宪章”。对规范一体化的法律规则则根据欧洲法院所认为的条约精神进行积极的解释。在有疑问情况下,欧洲法院经常性优先选择有益于一体化的解释。Cassis de Dijon案件的判决,确实可靠地证明了这种判决趋势。在制度上,欧洲法院坚持欧共体法律可以在国家层次上执行——“效力直接原

则”——并且国家法院适用欧共体法律应优先于有抵触的国内法律——“效力至上原则”。欧洲法院的理由是,如果没有上述原则,条约所设想的体系就不能运行。因此,彻底进行一体化进程不能仅仅依靠相关的共同体机构和委员会在欧洲法院起诉违约的成员国。除此以外,法律的执行还掌握在能够行使权利在国家法院非难政府当局并享受一体化果实的个人手中。在这种意义上,通过直接效力概念授予个人权利不仅有监督的功能,还具有民主化的功能。第177条预备参考程序允许欧洲法院监督和指导国家层次的法律发展。事实上,它把国家法院同化过来,一起加入了增进欧盟目标的工作,同时也增进了欧盟消费者政策一体化的发展。

五、加强国际消费者保护的政策建议

1 加强国际消费者教育,提高国际消费者主体素质,强化国际消费者的自我保护意识

一方面,要加强国际消费者的消费教育,普及消费知识,提高国际消费者的消费能力、科学文化水平和修养。正如中国著名经济学家尹世杰教授所说“文化教育是第一消费力。”^[11]另一方面,要强化国际消费者的自我保护意识,加其对自己合法权益的认识,加强法制建设,培养“以国际消费者为中心”的现代国际市场营销观念。并设立国际咨询中心。引导“以国际消费者为中心”的现代国际市场营销观念。并设立国际消费咨询中心,引导国际消费者培养正确的消费观念,树立自我保护意识,维护自己的合法权益。

2 强化消费者组织的法律地位,发挥政府的保护作用

由于消费者组织并非行政执法组织,并非司法组织,没有行政处罚权,没有司法权。消费者受到损害要获得赔偿,最终得依赖于诉讼程序。而一般的诉讼程序因其手续烦琐,时间冗长,不为消费者乐于接受和选择。因而各国立法应加强消费者组织的法律地位,建立适合消费者诉讼特点。方便消费者诉讼的机构和制度,例如消费者申诉委员会、集团诉讼制度等。特别要加强国际消费者联盟组织的地位与作用。同时,保护公众利益是政府的职责,当消费者权益受到损害,政府有必要出面(或由其指定的机构)予以协调。如美国联邦政府下设一个消费者产品安全委员会(CPSC),其职责是保护消费者免遭不安全产品的损害。

3 强化大众传播媒介社会监督功能,健全国际

社会监督网络

各国要充分利用电视、报纸、广播和卫星频道等大众传播媒介所具有的及时性、公开性、扩散性特点来实施国际社会监督,传播信息,披露侵权行为,实施舆论监督,以促进司法机关查处消费领域的侵权事件和不法行为,帮助受害者解决问题,告之广大消费者时刻警惕侵权行为。

4. 完善各国国内立法,加强国际协作

世界各国要尽可能尽快完善有关保护消费者权益的立法。加强各层次、各渠道的联系,以利于各国借鉴国际上保护消费者权益的先进经验和法律制度,健全本国消费者权益保护机制。并通过平等协商和国际协作,尽量制定国际统一实体法,统一规范各种国际消费行为,解决国际消费案件的管辖权冲突,公正及时地处理国际消费侵权案件。从而减少国际消费不法行为,保护国际消费者的合法权益,确保国际民商事交往顺利进行,建立公正合理的国际经济新秩序。

5. 坚持国际协调原则来解决国际消费案件管辖权冲突

各国因政治、经济、文化、法律和社会制度的差异导致其有关消费者权益保护立法的差异和管辖依据的不同,是产生国际消费案件管辖权冲突的根本原因。^[12]例如:英美法系国家基于“有效控制原则”而行使管辖权,而大陆法系国家或依据“国籍原则”,或依据“(惯常)住所原则”确立本国法院管辖权。^[13]此外,各国诉讼立法对内国法院享有专属管辖权的范围和当事人可以协议选择管辖法院规范的规定之差异,也经常导致国际消费案件管辖权冲

突,不利于及时有效地保护国际消费者的合法权益。

坚持国际协调原则是解决国际消费案件管辖权冲突的有效途径。在进行国际消费案件管辖权立法和司法活动时,各国应该考虑别国有关实践和国际社会的一般作法,尽量避免和消除国际案件管辖权冲突,促进国际消费案件的公正合理的解决,及时有效地保护国际消费者的合法权益。

[参考文献]

- [1] Commission of European Communities (1998) Consumer Policy: Post Achievements [Z]. P9.
- [2] [3] [10] 范征,王风华. 欧盟统一大市场中的消费者保护一体化研究 [J]. 法学, 2000, (10).
- [4] Commission of European Communities (1993) Consumer Rights in the Single Market [Z]. 1993.
- [5] 马约 [Z]. 第 39 和 40 条.
- [6] 马约 [Z]. 第 85 条.
- [7] 欧洲经济共同体消费者保护和信息政策的初步方案 [Z]. 即决议的附件.
- [8] 戎卫东. 欧盟保护消费者政策 [J]. 中国标准化, 2000, (10).
- [9] European Commission (1998) Official Journal of the European Communities [Z]. 1998.
- [11] 尹世杰. 文化教育是第一消费力 [J]. 消费经济, 1992, (5).
- [12] 韩德培主编. 国际私法新论 [M]. 武汉大学出版社, 1997. 22.
- [13] 韩德培主编. 国际私法新论 [M]. 武汉大学出版社, 1997. 430.

(责任编辑:杨睿)

Consumption policy of European Union

ZHANG Yan - fang

(China Youth Politics College, Beijing 100089, China)

Abstract: With the acceleration of globalization, universal market of the world basically forms. International civil commercial dispute becomes more and more complex. Global economic progress calls on consumer right era. Under this background, establishment of common market for production factors to circulate becomes common wish for each country of Europe Union, as a result, Rome Treaty appears. In the process of developing universal market of Europe, protection of consumer right is more and more focused. Each country of Europe realizes that, under the acceleration of economic globalization, only cooperation can solve the dispute of consumption to protect the rights and interests of consumers of each country to increase the well-being of the people. Thus, from the angle of protection of consumer rights, universal market and economic integration of Europe protect the rights of consumers.

Keywords: globalization; European Union; consumption policy