

<<经济法精品著作系列丛书>>

图书基本信息

书名：<<经济法精品著作系列丛书>>

13位ISBN编号：9787301142318

10位ISBN编号：7301142315

出版时间：2008-9

出版时间：北京大学出版社

作者：应飞虎

页数：320

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 前言

三年前，飞虎把他的《信息失灵的制度克服研究》的书稿拿给我，希望我写个序。我在写序时说：希望飞虎能够继续在信息与经济法的问题上做一些深入研究，出一些更好的成果。现在摆在我书桌上厚厚的书稿《信息、权利与交易安全——消费者保护研究》正是他多年来深入研究的成果。

作为国家社会科学基金的立项项目，该书在结项时就受到较多好评。2006年10月结项时被鉴定为优秀，并在《2006年9月至10月国家社科基金项目成果验收情况报告》中受到表扬：该成果通过广泛的个案调查和信息收集，找到了现实生活中需要研究和解决的“真问题”，……构建了使消费者拥有充分信息的制度体系，并对进一步修订和完善相关法律制度提出了立法建议。

鉴定专家认为，这项成果“一方面运用经济法的理念，紧扣公权干预，分析信息、权利与交易安全的经济法机理；另一方面又超越部门法学，不囿于经济法的分析框架，充分运用法经济学的分析工具和法社会学的研究视野，把消费者保护置于多学科、多维度的思考之中，走出了法学研究中容易出现的门户之见，从而使结论更具科学性和说服力”。

《广东社科规划要报》2007年第2期刊载了对该成果的鉴定意见：该成果涉及我国目前经济法学界研究的前沿性问题。

……从内容上看，本课题结构合理，既有对制度框架体系的理论研究，又有对现实问题的实践研究；采用了法学、经济学、社会学等学科理论和研究方法。

……该成果对推动经济法学理论的深入发展，完善经济法理论具有重要的学术价值，对消费者权益保护的立法和执法有理论指导意义，是目前从信息视角研究消费者权益保护最具创新性并具有一定原创性的优秀成果。

通读《信息、权利与交易安全：消费者保护研究》一书后，我感觉，与作者的第一本专著《信息失灵的制度克服研究》相比，本书具有更强的问题意识。

《信息失灵的制度克服研究》一书对信息失灵的制度克服进行了一般化的研究，而本书则在《信息失灵的制度克服研究》的基础上，对消费者的信息失灵问题展开了深入、细致的研究。

这一选题本身就具有新颖性。

## 内容概要

信息劣势是我国目前消费者权益受到损害的最主要因素，是消费者利益最大化的主要障碍。

如何使消费者拥有充分、有效的消费信息？

这是一个具有相当理论意义和实践价值的问题。

本书选择个人消费交易中的信息问题作为研究对象，对消费者权益保障进行研究。

从结构上看，本书由三大部分组成：第一部分主要对作为消费者权益保障必要路径的信息、公平交易的信息前提以及我国消费者的信息问题进行研究，并对消费者充分信息的制度进行一般性研究；第二部分对经营者、生产者、政府、媒体、社会机构的信息义务以及可能来自于非利益相关者的信息路径进行专门研究，并对如何发挥这些制度路径的整体功效进行了研究；第三部分选择区域差异中信息不对称最为严重的农村地区的消费以及行业差异中信息不对称最为严重的食品消费为对象，在已有研究成果的基础上，就发现的问题提出一些制度建议。

## 作者简介

应飞虎，男，1971年生，浙江诸暨人。

1993年毕业于浙江财经学院，获经济学学士学位；1996年、2002年毕业于西南政法大学，分别获法学硕士、法学博士学位；现为深圳大学法学院教授。

主要研究方向为经济法学、法律经济学、法社会学等，对经济法学的研究主要侧重于经济法理论、消费者保护法。

近年来主持完成国家社科基金项目《信息、权利与交易安全：基于信息视角对消费者保护的研究》等多项，先后获司法部、广东省人民政府等奖励十多项。

已出版的学术专著主要有：《信息失灵的制度克服研究》等；在《中国社会科学》、《中国法学》等专业学术刊物发表论文四十多篇。

书籍目录

第一章 信息视角下的消费者权益 第一节 作为消费者权益保障必要路径的信息 第二节 公平交易的信息前提 第三节 我国消费者的信息问题第二章 充分信息的制度变迁 第一节 制度变迁与错误假设 第二节 目前强制性制度变迁中的问题 第三节 充分信息与制度变迁 第四节 有效的信息提供制度体系的建立第三章 经营者的信息义务 第一节 经营者说明义务的一般理论 第二节 我国立法的缺失及其影响 第三节 强制说明义务的构建第四章 政府的信息义务 第一节 政府信息义务的一般问题 第二节 政府的消费教育职责 第三节 特定信息的公示与传播 第四节 特定信号的提供第五章 违法广告的制度规制 第一节 虚假广告的制度规制 第二节 软文广告的法律规制第六章 社会机构的信息义务 第一节 消费者组织的信息义务 第二节 社会中介机构的信息义务第七章 来源于非利益相关者的信息 第一节 非利益相关者概述 第二节 悬赏举报制度的变迁 第三节 来自于知假买假者的行为信息第八章 几种特殊交易情形的信息问题 第一节 信息不对称的差异与特别干预 第二节 农村消费者的信息问题及制度干预 第三节 食品安全与消费信息参考文献后记

## 章节摘录

第一章 信息视角下的消费者权益 就消费决策而言,与传统农业社会相比,由于价格形成机制的差异、交易主体间熟识程度的差异、交易标的的差异以及社会诚信资源的差异等,使消费信息的重要性在市场经济社会更为凸显;并且在市场经济社会中,消费信息的重要性在现代比近代也更为凸显。

这主要表现为普通的交易主体在交易时需要更多的交易信息,或面临更复杂的交易信息环境。

亦即,在现代社会,消费者为追求交易公平,对交易信息的需求量比传统社会要大得多。

而市场内部很难自发产生充分的有效信息,这使制度的支持成为必要。

近半个世纪以来,使消费者拥有充分信息的路径也逐渐成为消费者权益保障的重要路径。

本章从信息的视角对作为消费者权益保障必要路径的信息、公平交易与信息前提以及我国消费者面临的信息失灵问题进行研究,与第二章共同构成后续研究的基础。

第一节 作为消费者权益保障必要路径的信息 从法律的视角分析,对消费者权益的保障需要有良好的制度体系的支持。

这需要我国在以后相当长的一段时间内进行消费者权益保障方面的制度建设。

如增强政府的执法能力;提高某些地方政府行为的公益性程度;加重对不良经营者的处罚;使消费者拥有充分的消费信息;促使经营者自律。

在这些有待建设或完善的制度中,哪一种制度目前最迫切需要建立和完善?

这当然不是一个单纯的理论问题,即不是一个通过纯粹理论的推导就可以得出正确结论的问题。

从理论上分析,消费者权益保障的制度设计主要应该从政府、消费者、经营者三个主体展开。

三方面的制度都是重要的。

因为很显然,如果有制度可以足够地增强消费者的理性,优化消费者的决策环境,则消费者与经营者之间交易的公平很大程度上可以实现;如果有制度能够有效地促使经营者普遍地诚信行为,则侵犯消费者利益的行为自然不会产生;如果政府有足够的力量,各地方政府有极强的公益性,从而使市场上的假冒伪劣产品大为减少,那消费者的利益也会在很大程度上得到保障。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>