

经济法背景下信息不对称与消费者知情权保护分析

◆ 陈仕洁

(中国政法大学, 北京 100091)

【摘要】在市场经济环境下,为了最大程度地实现个人利益,一些商品和服务提供者常常以商业秘密的名义,对消费者隐瞒一些关键信息。鉴于信息不对称的存在,为了确保交易双方的合法权益得到有效保护,有必要不断完善经济法律法规,对消费者知情权进行保护。本文探讨了信息不对称问题和消费者知情权保护,对经济法背景下存在的信息不对称现象以及消费者知情权的重要性进行了分析,提出了相关建议,旨在维护消费者的知情权及其他合法权益。

【关键词】经济法;信息不对称;消费者权益;知情权保护

在当前的全球化背景下,商品和服务的来源愈发复杂化,给消费者的选择带来了挑战。更多的消费者开始关注商品的生产方式、材料来源、环境影响等深层次信息,这不仅仅是对产品质量的追求,更体现了对于社会责任和可持续发展的关心。因此,商家的信息披露不应仅限于基本属性,更应包括其对环境、社会和经济的整体影响。此外,随着数字技术的发展,利用科技手段来增强消费者权益的保护也变得尤为重要。例如,建立数字化的商品追溯系统,使消费者可以轻松追踪商品的来源和生产过程;推广电子标签技术,为消费者提供更丰富和实时的产品信息;开发智能App,帮助消费者快速获取并理解商品或服务的关键信息。同时,社会大众、非政府组织和学术界也应当参与到消费者权益的保护中来。他们可以提供第三方的评估和监督,确保商家的信息披露真实、全面。只有当所有利益相关方都参与进来,形成多元监督,才能真正构建起一个健康、公正、透明的市场环境,让每一位消费者都能够购物无忧。

一、知情权保护的重要性

(一)知情权概述

知情权是指根据国家法律规定,各组织或个体有权合法地获取信息。随着社会经济的发展,为适应消费者多元化的需求,商品与服务都向着更为个性化和定制化的方向发展。但由于不同交易方的信息资源和处理技能存在差异,这导致了信息的不平衡。这种不平衡意味着拥有更多信息的一方具有市场优势,而信息较少的一方则可能处于劣势。在市场经济中,消费者通常依赖于销售者来了解他们想要购买的产品或服务的信息,这进一步加剧了信息不对称的问题。在竞争激烈的市场中,信息具有巨大的价值,所以销售者为了追求更大的利益,可能不会完全、公正、真实地分享全部信息给消费者。

(二)信息不对称概述

简单来讲,信息不对称现象是指参与者之间对有关交易

的信息数据拥有情况不一致。在交易活动中,信息不对称是普遍存在的一类现象,这是由交易活动的本质特征所决定的,即在有关商品的信息中,例如成本、品质、功能等,厂家拥有的信息数据肯定要比消费者多。而在交易活动对抗中,厂家具有明显的信息优势,消费者在信息数据方面处于劣势。信息不对称是信息经济学范畴中一种常见的理论,更是一种常见的社会现象。在消费市场中,由于生产商和经营者相对于消费者拥有更多的产品或服务信息,他们可能为了最大化自己的利益,使用这些信息优势来采取不完全诚实或欺骗的策略,从而损害消费者的权益。例如,信息的不对称可能导致不道德的行为、不合适选择和信号的误导,这些都是由于生产商和经营者利用信息不对称对消费者造成的伤害。

随着法治观念的深化,人们逐渐意识到法律的重要性。在市场环境中,经济法律在很大程度上确保了消费者的知情权,进而保护了消费者的个人权益。经济法作为法学的一个独特领域,既涉及公法又涉及私法,一方面通过法律来调节社会的复杂经济关系,另一方面确保消费者的知情权得到妥善保护。在此种情况下,发展和完善经济法律法规是消费不对称现象的有效处理方式之一。

(三)营造良好的经营社会氛围,维护合理市场秩序

在市场经济中,“适者生存”是基本原则。为保护消费者的知情权,需要完善经济法律法规。这样不仅有助于实现社会的公平和正义,还能为经济发展创造一个健康的氛围,并维持稳定的市场格局。由于信息的不对称,消费者在购买商品或服务时可能处于信息不足的劣势,这使他们在不完全了解产品详情或使用须知的情况下与经营者进行交易。这种状况可能侵犯了消费者的知情权,并导致交易双方出现不满。为确保市场交易的公正性,解决根本的交易问题,必须保障消费者的知情权,进而塑造一个融洽的市场环境。



（四）尊重并保护公民个体的合法权益

社会是一个紧密相连的体系，其中的财富由所有成员共同创造和分担，这与每个公民的劳动权利有着直接的联系。在市场经济中，如果交易缺乏公平性，比如经营者借助信息优势对消费者进行不平等的交易，那么劳动者所付出的努力就无法公正地得到相应的商品或服务回报。从这个角度看，保护消费者的知情权也是确保公民的劳动成果得到公正对待的一种方式。对于国家而言，通过建立和执行经济法规，确保公民的知情权，有助于维护国家经济的稳定和持续发展。

二、消费信息不对称对知情权保护的影响

（一）经济法律法规层面的知情权

在现代经济中，信息透明度和对等访问的权利被视为市场效率和公正的基石，尤其在金融市场中，投资者的知情权被特别强调。这是因为投资者在做出投资决策时必须依赖准确和及时的信息，缺乏必要的信息可能导致投资者做出错误的决策，进而可能会损失他们的资金。这也是为什么有诸如“信息披露规定”这类法规的原因，它们要求上市公司公布财务报告和其他重要信息，以确保投资者可以进行知情下的决策。同样地，消费者在购买产品或服务时也需要有和产品或服务相关的充足信息，从而做出明智的消费选择，这也是现代消费者保护法规所强调的重点。例如，许多国家都要求产品必须有清晰的标签，说明其成分、产地、保质期等，这样消费者在购买时可以充分了解产品详情。此外，随着科技和互联网的迅猛发展，数字化信息和数据已经成为新的“资产”。因此，知情权也开始涉及个人数据和隐私保护领域。例如，欧盟的“通用数据保护条例”（GDPR）规定，个人有权知道他们的数据如何被收集、存储和使用，以及有权决定谁可以访问这些数据。此外，知情权在企业内部管理中占据重要地位。管理者需要及时获得企业运营的相关数据，以便制定战略和日常决策。员工也应该知道公司的发展方向、文化和价值观，以便更好地参与到公司的发展中。总的来说，随着社会经济的发展和复杂化，知情权的范围和深度都在不断扩大。对此，立法者和法律实践者都必须不断适应这种变化，确保市场的公平和效率。

（二）信息不对称与消费者权益保护

在消费领域中，消费者购买产品是为了满足自身的需求，而生产厂家则期望通过销售产品获得利润。理论上，当市场上存在充分的竞争和信息透明时，消费者和生产厂家都可以达到各自的最大利益。这意味着在完美的市场环境中，双方的目标是相辅相成的。但实际上，由于市场上难以实现完全的竞争和信息透明，消费者与生产者之间经常出现利益冲突，其中信息不对称是一个核心问题。在信息对等的情况下，消费者拥有足够的知识来评估商品的质量和功

能，从而按照公平交易的原则进行购买，确保双方都得到公正的回报。但现实中，消费者往往处于信息的弱势地位，这种信息上的劣势使得消费者容易受到不公平的交易、欺诈或误导。为了避免再次成为受害者，消费者可能会选择减少消费或完全不再购买。长期下来，这种情况会导致市场供需失衡，甚至可能导致市场的衰退。可以说，信息不对称是导致消费问题的主要根源之一。因此，为了维护消费者的权益并促进市场的健康发展，必须深入研究信息不对称对消费市场的实际影响，并采取有效措施来保障消费者的权利，同时也要对生产厂家进行合理的规范和约束。

三、完善消费者知情权保护机制的建议

（一）建立健全保护消费者知情权法律体系

为了加强消费者权益的维护，需要在经济法律法规框架内对《消费者权益保护法》进行细致修订，考虑在适当的场合新增一个专章来明确地规定知情权的各项内容。此外，为了使《消费者权益保护法》更加完备和实用，应该配套制定相关的法律和法规，明确知情权的维护方式和措施，这样可以确保经济法律法规体系更为齐全和高效。消费者教育尽管可以大大降低消费品市场中的信息不对称现象，增强消费者在交易活动对抗中的能力，但却不能从根本上彻底消除信息不对称现象。因为商品本身包含的信息很多，要想全部掌握是不可能的，也会面临高昂的交易成本。

交易市场信息不对称现象的存在，决定了消费者知情权法律体系建设的重要性和必要性。知情权法律体系是为了维持市场活动有序进行的基本机制，虽然大众已经普遍认识到法律体系建设的关键性，但不能期望法律制度成为解决所有市场弊端和全面保障消费者知情权的绝对答案。建立和维护法律制度需要巨大的投入，涉及起诉、证明、裁决、执行等众多复杂流程，这既耗时又耗能。更重要的是，有些市场问题仅靠法律制度无法解决。但是，法律体系的重要性不能被低估。没有坚实的法律体系作支撑，经济活动将无法顺利展开。仅凭法律制度而无完善的法律体系，就无法真正实现市场经济的理想状态。与单一的法律制度相比，法律体系提供了一种更经济、更全面的保障机制。但值得强调的是，法律体系与法律制度实际上是相互补充、共同发展的两个方面。

（二）强化地方部门职能，对消费者知情权加大保护力度

为了确保消费者的知情权得到有效保障，相关部门必须清晰地定义其职责并对明显侵害消费者知情权的行为采取严格措施。在产品生产和销售环节，抽查和检测制度应进一步完善，对不合标准或违规的生产商应严肃处理，并对各大制造商提供的服务进行综合评估和打分，从而在社会中形成一个大家都参与监督的正向环境。尽管我国在维护消费者权益上做出了大量努力，如设立监督机构、打击假货等，但

效果仍然不尽如人意。

首先,要深入了解监管机构的实际工作情况。我国为了维护消费者权益在工商领域成立了众多的监督部门,但由于这些机构内部的种种制约因素,其功能发挥往往受限。其次,从有关部门的“严打”策略来看,尽管短期内可以降低违法行为,但长期而言,这种方法不一定能够根治假冒伪劣问题,并可能导致监督机构出现管理疏忽、职责不清等问题。为了更好地保障消费者的知情权,需要严格审查监督部门,确保其不存在渎职、失职等行为,只有这样,才能真正降低损害消费者权益的事件发生率。另外,有关部门对经济活动不能干预过多,否则会适得其反。有关部门的主要职责是为企业创造一个自由和公平竞争的市场环境,试图用强化管理的办法规范市场秩序往往收效甚微。

(三)合理处理知情权与商业秘密之间的冲突

在市场经济条件下,借助经济法律法规进一步确定商业秘密存在的意义和价值,向消费者公开说明需要注意的事项,将需要保密的信息明确进行说明并要求严格遵守,可以在一定程度上防止部分不法分子利用商业机密侵害消费者知情权,从根源中保护消费者的知情权。商业秘密在信息层面上是一种策略工具,它的核心目的是确保企业能够向市场提供真实的交易信息,从而在一定程度上缓解因信息不对称导致的消费者知情权受损的问题。然而,目前我国关于商业秘密的法律制度尚在完善之中,相关规定大多集中在《消费者权益保护法》和《产品质量法》的信息披露条款中。对于社会组织的评估体系,目前还缺乏统一的标准框架,这使得评估结果可能受到挑战和怀疑。为了进一步强化商业秘密与消费者知情权的连接并促进其双方利益,可以考虑以下策略:首先,企业应通过各种手段明确展示其产品或服务的优势,并确保信息传递准确,从而树立稳固的市场信誉。其次,不断从消费者处获取反馈,构建并完善双方的信息交流机制是至关重要的。最后,生产和经营者间的竞争应是健康的、有益的,这种竞争将推动企业更快、更透明地分享

信息,使其避免采取任何欺骗性行为,否则在高度竞争的环境下,对手将不失时机地揭露对方的不正当行为。另外,竞争的存在还会减少企业的个人信息,增加市场交易的公共信息、公开信息,进而减少信息不对称的严重程度。

四、结束语

综上所述,在法治社会下,利用经济法律法规对市场交易双方的合法权益进行保障,有效处理信息流动的公平性问题,适当限制信息合理性之间存在的内部矛盾,能够最大限度保证消费交易的公平公正性。为了有效地解决信息不对称对消费者知情权的不利影响,需要构建一个综合性的保护体系,这个体系应该包括国家的法律和法规支持、社会舆论的倡导和引导、消费者权益保护团体的积极参与,以及生产经营者对消费者权益的真正尊重和保障。更进一步地,这个全方位的保障策略应当与消费者的自主权和自我保护能力相结合,共同打造一个全面、有机、高效的消费者知情权维护机制。

参考文献:

- [1]李思韵.使用预制菜未告知对消费者知情权的侵害及相关保护制度——以西方发达国家法律判例与实践操作为例[J].产业创新研究,2023(05):16-17.
- [2]黄斯斯.网络购物中消费者知情权相关法律问题探析[J].产业创新研究,2023(10):31-32.
- [3]朱晓娟,李唱.优惠券设置隐性门槛侵犯消费者知情权[J].中国质量万里行,2022(01):55-56.
- [4]刘海廷,刘敏.网络购物中消费者知情权相关法律问题研究[J].黑龙江人力资源和社会保障,2022(07):24-25.
- [5]吴泽生.线上购物消费者知情权法律保护研究[J].商业文化,2021(16):49-50.

作者简介:

陈仕洁(1989—),女,汉族,广东汕尾人,本科,研究方向:经济法。

