



第七十届会议

第二委员会

议程项目 18(a)

宏观经济政策问题：国际贸易与发展

委员会副主席普尔诺莫·艾哈迈德·钱德拉(印度尼西亚)提出的决议草案

消费者保护

大会，

回顾经济及社会理事会 1981 年 7 月 23 日第 1981/62 号决议，其中理事会请秘书长就消费者保护问题继续进行磋商，以期拟定一套消费者保护一般准则，同时特别考虑到发展中国家的需要，

又回顾大会 1983 年 12 月 19 日关于消费者保护问题的第 38/147 号决议，

注意到经济及社会理事会 1984 年 7 月 26 日第 1984/63 号和 1999 年 7 月 26 日第 1999/7 号决议，以及大会 1985 年 4 月 9 日第 39/248 号决议，

回顾大会 2010 年 12 月 20 日关于国际贸易与发展的第 65/142 号决议，

注意到 2012 年 4 月 21 日至 26 日在多哈召开的联合国贸易和发展会议第十三届会议受托进行分析和研究，帮助所有会员国，特别是发展中国家和经济转型国家制定和执行竞争和消费者保护政策，推动就执行这类政策问题分享最佳做法，开展同侪审查，¹

回顾《联合国千年宣言》所确定的目标，特别是千年发展目标，2005 年世界首脑会议成果文件重申了这些目标，回顾 2010 年大会千年发展目标高级别全体会议成果文件，尤其是谋求发展和消除贫穷目标和可持续发展目标，

¹ 见联合国贸易和发展会议第十三届会议报告增编(TD/500/Add.1)。



注意到今年是《联合国消费者保护准则》作为一个专题通过三十周年，并认识到会员国长期需要进一步加强对消费者的保护；大会始终致力于解决市场和技术的发展对消费者的影响，

确认尽管自 1985 年《准则》获得通过以来，在消费者保护的规范层面取得了重大进展，但这一进展一直没有转化为各国和各商业领域更有效和更协调的保护努力，

重申《准则》是一套宝贵的原则，用于阐明有效的消费者保护法规、执法机构和补救制度的主要特点，并协助有关会员国制定和执行适合自身经济、社会和环境情况的国内和区域法律、规则和条例，以及促进会员国国际执法合作和鼓励分享消费者保护方面的经验，

认识到，尽管各会员国的机制和法律文化多种多样，但都认为需要有共同原则来确立有效的消费者保护立法、执法机构和补救制度的主要特征，

认为，一个强有力的消费者保护法律和监管框架，包括有效的争议解决与补偿机制，以及消费者保护执行机构有能力开展合作，在可能的情况下对受到欺诈和欺骗性商业行为损害的消费者予以跨界补救，大大有利于实现公共利益，促进经济活力和消费者福祉，

认识到，会员国在增进和保护消费者隐私和全球信息自由流动方面有着共同的利益，

考虑到包括移动商务在内的电子商务对世界各地的消费者日益重要，应该利用电子商务提供的机会以及有利于消费者福利的计算机、手机、联网装置的新兴网络技术，帮助促进经济发展和增长，

考虑到会员国、工商界、消费者及其代表应特别注意在电子商务中建立有效的消费者保护，某些消费者保护问题，如适用法律和管辖权问题，可以通过国际协商和合作最有效地加以处理，

认识到，从长远来看，在运作良好的金融服务市场中，消费者的信心和信任有利于金融稳定、增长、效率和创新，最近的金融危机再次唤起人们对消费者保护问题的重视，要求建立健全有效的金融监管和执行框架，增进消费者的福利，

认识到必须打击标签错误和假冒伪劣的产品，这些产品对消费者健康和安全性及环境构成威胁，并降低消费者对市场的信心，

认识到，为实现消费者利益最大化并避免重复工作，与重点从事消费者保护工作的多边组织进行协调和建立伙伴关系是有益的，

回顾第七次联合国全面审查管制限制性商业惯例的一套多边协议公平原则和规则会议的建议，

1. 决定通过本决议所附、作为其中一个组成部分的订正《联合国消费者保护准则》；
2. 请秘书长将《准则》散发给会员国和其他有关方面；
3. 请拟订消费者保护所涉具体领域的准则和相关文件的联合国系统各组织将有关文件分发给各国的有关机构；
4. 建议会员国执行本决议和附件所列的准则；
5. 请联合国贸易和发展会议秘书处，就本决议的执行进展情况和经验教训交流信息，审查相关信息，并在第八次联合国全面审查管制限制性商业惯例的一套多边协议公平原则和规则会议之际就这一主题向大会提出报告；
6. 请联合国贸易和发展会议推广《准则》，并鼓励有关会员国让人们了解会员国、工商界和民间社会在提供公共和私人商品和服务的过程中促进消费者保护的诸多途径；
7. 决定在现有的联合国贸易和发展会议贸易和发展理事会委员会的框架内，设立一个消费者保护法律和政策政府间专家组，运作至第九次联合国全面审查管制限制性商业惯例的一套多边协议公平原则和规则会议，由该次会议审查专家组的工作并考虑是否延长其任务期限；
8. 决定应通过重新分配现有资源和(或)使用来自自愿捐款的预算外资源，在联合国贸易和发展会议的框架内提供必要的资源，执行订正《准则》所体现的任务；
9. 请秘书长继续推动会员国、工商界和民间社会有效执行《准则》。

附件

消费者保护准则

一. 目标

1. 考虑到所有会员国消费者，特别是发展中国家消费者的利益和需求；认识到消费者往往在经济能力、教育程度和议价能力方面处于劣势，并铭记消费者应有权获得非危险产品，还有权促进公正、公平和可持续的经济和社会发展和环境保护，因此，消费者保护准则具有下列目标：

- (a) 帮助各国实现或保持对作为消费者的人口的适当保护；
- (b) 促进能满足消费者需要和愿望的生产和销售模式；
- (c) 鼓励消费品生产和销售者的高度道德行为；
- (d) 协助各国在国家和国际各级制止所有企业不利于消费者的舞弊商业做法；
- (e) 协助发展独立的消费者团体；
- (f) 推动消费者保护领域的国际合作；
- (g) 鼓励发展市场条件，向消费者提供价廉物美的商品和服务；
- (h) 促进可持续消费。

二. 适用范围

2. 本准则适用于企业与消费者的交易，包括国有企业为消费者提供产品和服务。在本准则的范围内，消费者保护政策包括会员国为保护消费者权益，促进消费者福利制定的法律、条例、规则、框架、程序、决定、机制、方案，以及私营部门标准和建议。

3. 为本准则之目的，“消费者”一词通常指主要为个人、家庭或家居目的而消费的自然人，不论其国籍如何，同时认识到会员国可能采用不同的定义，以满足具体的国内需要。

三. 总则

4. 会员国应制定、加强并维持强有力的消费者保护政策，同时考虑到下列准则和有关国际协定。为此，每个会员国都必须根据本国的经济、社会和环境情况以及人口的需求，并考虑到拟议措施的成本和效益，确定自己的消费者保护优先事项。

5. 准则旨在满足以下合理需求：

- (a) 消费者能够获得基本商品和服务；
- (b) 保护弱势和处于不利地位的消费者；
- (c) 保护消费者的健康和安全免遭危害；
- (d) 促进和保护消费者的经济利益；
- (e) 消费者能获得适足信息，使他们能根据个人愿望和需要作出知情选择；
- (f) 开展消费者教育，包括关于消费者所作选择的环境、社会和经济后果的教育；
- (g) 提供有效的消费者争议解决与补救机制；
- (h) 可自由成立消费者组织和其他有关团体或组织，且这些组织有机会在影响他们的决策过程中表达观点；
- (i) 促进可持续消费模式；
- (j) 为使用电子商务的消费者提供保护，其程度不低于使用其他形式商务的消费者得到的保护；
- (k) 保护消费者隐私和全球信息自由流动。

6. 不可持续的生产和消费模式，特别是工业化国家存在的此种模式，是全球环境持续恶化的主要原因。所有会员国都应努力提倡可持续的消费模式；发达国家应带头实现可持续的消费模式；发展中国家应在发展进程中力求实现可持续的消费模式，同时适当考虑到共同但有区别的责任原则。发展中国家在这方面的特殊情况和需要应得到充分考虑。

7. 促进可持续消费的政策应考虑到消除贫穷、满足社会所有成员的基本人类需要、减少国家内部和国家之间不平等的目标。

8. 会员国应为制定、执行和监测消费者保护政策提供或维持适当的基础设施。应特别注意确保消费者保护措施得到执行，造福于各阶层人民，特别是农村人民和穷人。

9. 所有企业都应遵守业务所在国的有关法律和条例。他们还应遵守有关国家主管当局认可的消费者保护国际标准的适当规定(下文在提及准则中的国际标准时应以本段的含义为准)。

10. 在制定消费者保护政策时应考虑到大学和公私企业在研究中可发挥的潜在作用。

四. 良好商业做法的原则

11. 在制定与消费者开展在线和离线商业活动的最佳商业做法基准时,应遵循下列原则:

(a) **公正和公平对待消费者。**企业在与消费者关系的所有阶段中都应公平和诚实,这应成为企业文化中不可或缺的组成部分。企业应避免损害消费者的做法,特别是避免损害弱势和处于不利地位消费者的做法;

(b) **商业行为。**企业不得对消费者采取非法、不道德、歧视性或欺骗性做法,如侮辱性的营销策略、粗暴的收债方法或可能给消费者造成不必要风险或损害的其他不当行为。企业及其授权的代理人应适当考虑消费者的利益,以保护消费者为己任;

(c) **信息披露和透明度。**企业应就货物和服务、条款、条件、有关费用和最后成本提供完整、准确、无误导的信息,使消费者能够作出知情决定。不论使用何种技术手段,企业应确保容易获得上述信息,特别是容易获得关键条款和条件信息;

(d) **教育和提高认识。**企业应酌情制订各项方案和机制,协助消费者获得必要的知识和技能,以了解包括财务风险在内的各种风险,能够作出知情决定,在需要时获得称职和专业的咨询意见与协助,最好是来自独立的第三方;

(e) **保护隐私。**企业应在收集和使用消费者个人数据时通过多种措施,如控制、安全、透明度和同意机制,保护消费者的隐私;

(f) **消费者投诉和争议。**企业应提供投诉处理机制,使消费者能迅速、公平、透明、廉价、便捷、迅速、有效地解决争议,不造成不必要的费用或负担。企业应考虑采用涉及内部投诉处理、非诉讼纠纷解决办法以及客户满意度守则方面的国内和国际标准。

五. 准则

12. 下列准则应适用于国内生产和进口的产品和服务。

13. 在采用保护消费者的任何程序或条例时，应给予适当考虑，确保这些程序或条例不会成为国际贸易壁垒，并且符合国际贸易义务。

A. 保护消费者权益的国家政策

14. 会员国应制定鼓励下列行为的消费者保护政策：

(a) 良好的商业行为；

(b) 提供明确和及时的信息，便于消费者与企业取得联系，使监管和执法当局能够确认和找到企业的所在位置。其中可包括企业身份、法律名称、业务名称、主要实体地址、网站、电子邮件地址或其他联络手段、电话号码、政府登记或许可证号码等信息；

(c) 有关企业提供货物或服务的明确、及时的资料，以及有关交易的条款和条件；

(d) 明确、简洁、易于理解、公平的合同条款；

(e) 透明的交易确认、取消、退货、退款程序；

(f) 安全的支付机制；

(g) 公平、负担得起、快捷的争议解决与补救机制；

(h) 消费者隐私和数据安全；

(i) 消费者和企业教育。

15. 会员国应努力确保消费者保护执法机构具备所需的人力和财政资源，以促进有效遵守有关法规，使消费者在适当情况下得到补救或促进提供补救。

B. 人身安全

16. 会员国应采取或鼓励采取适当措施，包括法律制度、安全条例、国家或国际标准、自愿标准和保管安全记录，确保产品可安全用于指定用途或通常可预见的用途。

17. 应通过适当政策确保制造商生产的产品可安全用于指定用途或通常可预见的用途。负责向市场输送商品的方面，特别是供应商、出口商、进口商、零售商等等(下称“经销商”)，应确保在其照管下的货物不会因储存或处理不当而变得不安全，不会因储存或处理不当而造成危害。应向消费者提供如何正确使用商品的说明，告知消费者指定用途或通常可预见的用途涉及的风险。应尽可能使用国际通用的标志向消费者说明关键的安全信息。

18. 应通过适当政策确保制造商和经销商在产品进入市场后一旦发现未能预见的危害，就毫不拖延地酌情通知有关当局和公众。会员国还应考虑如何确保消费者适当了解这种危害。

19. 会员国应当酌情制定政策，规定如发现某产品即使在正确使用的情況下也有严重缺陷和(或)构成重大、严重危害，则制造商和(或)经销商应该召回该产品，进行更换或改进，或使用另一产品替换；如果不能在合理时间内做到这一点，则消费者应得到适当赔偿。

C. 促进和保护消费者的经济利益

20. 会员国应设法使消费者能够从其经济资源获得最大利益。还应努力实现下列目标，即达成令人满意的生产和绩效标准、采用适当的经销方式、公平的商业做法、提供有用信息的营销方法、有效防止可能损害消费者经济利益和在市场上行使选择权的做法。

21. 会员国应加紧努力，确保制造商、经销商和其他参与提供货物和服务的方面遵守现行法律和强制性标准，以防止损害消费者经济利益的做法。应鼓励消费者组织监督各种不良做法，如食物掺假、虚假营销或误导性营销以及服务欺诈。

22. 会员国应视情况制定、加强或维持有关措施，控制限制性和其他可能有害于消费者的商业舞弊做法，包括为此类措施采取强制执行办法。在这方面，会员国应遵循大会在 1980 年 12 月 5 日第 35/63 号决议中通过的《管制限制性商业惯例的一套多边协议的公平原则和规则》。

23. 会员国应通过或维持有关政策，明确说明制造商的责任，以确保商品满足耐用、实用和可靠的合理要求，适合商品既定的用途，且卖方应确保这些要求得到满足。在服务的提供方面也应采用类似政策。

24. 会员国应鼓励公平和有效竞争，从而以最低成本为消费者提供最大选择范围的产品和服务。会员国应确保其消费者保护政策不被用来保护国内企业免受竞争，或被不公平地适用。

25. 会员国应酌情确保制造商和(或)零售商提供充分、可靠的售后服务和备件。

26. 应保护消费者免遭合约舞弊行为，如偏袒一方的标准式合同，在合同中排除基本权利，以及销售方提供的不合理信贷条件。

27. 促销和销售做法应以公平对待消费者为指导原则，并应符合法律规定。这要求提供必要信息，使消费者能够做出知情和独立的决定，并采取措​​施确保所提供的信息准确无误。

28. 会员国应鼓励所有有关方面参与涉及消费产品的全面、准确信息的自由流动。

29. 应通过提供产品概况介绍、行业环境报告、消费者信息中心、自愿和透明的生态标签计划以及产品信息热线，鼓励消费者获得关于产品和服务对环境影响的准确信息。

30. 会员国应与制造商、经销商和消费者组织密切合作，对广告和其他营销活动中的误导性环保说法或信息采取措施。应鼓励制定适当的广告法规和标准，以监管和核实环保说法。

31. 会员国应在本国自身条件范围内，鼓励企业与消费者组织合作，制定和执行营销守则和其他业务做法，确保充分保护消费者。企业、消费者组织和其他有关方面也可共同订立自愿协议。应充分宣传这些守则。

32. 会员国应经常审查度量衡相关立法，并评估执法机制是否适当。

D. 消费品和服务的安全和质量标准

33. 会员国应在国家和国际各级为产品和服务的安全和质量酌情制定或促进拟定和执行自愿标准和其他标准，并进行适当宣传。应不时审查产品安全和服务质量的国家标准和条例，以确保其尽可能符合国际公认标准。

34. 如果出于当地经济条件原因采用的标准低于国际公认标准，则应全力尽快提高当地标准。

35. 会员国应鼓励和确保提供设施，用以测试和证明基本消费品和服务的安全、质量和性能。

E. 基本消费品和服务的分销设施

36. 会员国应酌情考虑：

(a) 采取或维持有关政策，以确保向消费者高效分销产品和服务；适当时应考虑具体政策，确保在分销受阻之地，尤其在农村地区，基本的产品和服务得以分发。这类政策可包括帮助在农村中心地带建立适当的储存和零售设施，鼓励消费者自助，促使他们更好地掌握在农村地区提供基本商品和服务的条件；以及

(b) 鼓励建立消费者合作社，开展相关交易活动，以及收集这方面的信息，特别是在农村地区。

F. 争议解决与补救

37. 会员国应鼓励制定公正、有效、透明和公正的机制，通过行政、司法和争议解决替代方法，处理消费者投诉，包括跨国界案件。会员国应订立或维持法律和(或)行政措施，使消费者或相关组织通过迅速、公平、透明、低廉和开放的正规或非正规程序获得补救。这些程序应特别考虑到弱势和处于不利地位的消费者的

需求。会员国应向消费者提供获得补救的手段，这些手段不费钱、不拖延、不造成不必要的经济损失，同时，也不给社会和企业带来过度或不当负担。

38. 会员国应鼓励所有企业以快速、公平、透明、价廉、便捷和非正式的方式解决消费者争议，并建立能够向消费者提供援助的自愿机制，包括咨询服务和非正式投诉程序。

39. 应向消费者提供信息，说明现有的补救程序和其它解决争议程序。应改进诉诸争议解决与补偿机制的途径，包括诉诸争议解决替代方法的途径，在跨境争议中更应如此。

40. 会员国应确保集体解决程序快速、透明、公平、价廉，消费者和企业均可使用，涉及过度负债和破产案件的程序也应如此。

41. 会员国应配合企业和消费者团体，帮助消费者和企业更好地了解如何避免争议、消费者可以使用哪些争议解决与补救机制，以及消费者可以向谁投诉。

G. 教育和宣传方案

42. 会员国应拟订或鼓励拟订普通消费者教育和宣传方案，包括传播信息，说明消费者所作选择和行为对环境的影响，消费改变可能造成的后果，包括益处和代价为何，同时铭记相关民众的文化传统。这些方案的宗旨应为：帮助人们成为有鉴别力的消费者，使他们能够对产品和服务作出知情选择，并意识到自身的权利和责任。在制定这类方案时，应特别重视满足农村和城市地区弱势和处于不利地位的消费者的需求，包括满足低收入、文盲和半文盲消费者的需求。消费者团体、企业和其他相关民间社会组织都应当参与这些教育工作。

43. 消费者教育应酌情成为教育系统基本课程的一个组成部分，最好是现有科目的一部分。

44. 消费者教育和宣传方案应涵盖有关消费者保护的以下重要方面：

- (a) 健康、营养、防止经食物传播的疾病和食物掺假；
- (b) 产品危害；
- (c) 产品标签；
- (d) 相关立法，如何利用争议解决机制并获得补救，以及消费者保护机构和组织；
- (e) 关于度量衡、价格、质量、信贷条件和获得基本必需品的信息；
- (f) 环境保护；
- (g) 电子商务；

(h) 金融服务；

(i) 高效率利用材料、能源和水。

45. 会员国应鼓励消费者组织和其他有关团体，包括媒体，开展教育和宣传方案，传播关于消费模式对环境的影响、消费改变可能造成的后果，包括益处和代价为何等信息，这对农村和城市地区的低收入消费者群体特别有益。

46. 企业应酌情采取或参与有事实依据的、相关的消费者教育和宣传方案。

47. 会员国应铭记顾及农村消费者和文盲消费者的需要，酌情拟订或鼓励拟订消费者信息方案，通过大众媒体或通过其他发放渠道将信息发送至此类消费者。

48. 会员国应组织或支持针对教育工作者、媒体专业人员和消费者顾问的培训方案，使他们能够参与执行消费者信息和教育方案。

H. 促进可持续消费

49. 可持续消费包括以经济、社会和环境可持续方式满足后世后代对产品和服务的需求。

50. 可持续消费的责任由全体社会成员和组织共同担当，其中，知情消费者、会员国、企业、劳工组织、消费者组织和环境组织的角色尤其重要。知情消费者可借助其选择对生产者产生影响等方式，发挥关键作用，促进以在环境、经济和社会方面可持续的方式进行消费。会员国应推动制定和执行可持续消费政策，并促使这些政策与其他公共政策相结合。会员国决策时需与企业、消费者组织和环境组织以及其他有关团体协商。企业有责任通过设计、制作和分销产品和服务促进可持续消费。消费者组织和环境组织有责任提倡公众参与可持续消费并为之展开辩论，它们有责任为消费者提供信息，并有责任与会员国和企业合作实现可持续消费。

51. 会员国应与企业和相关民间社会组织一道，制订和执行促进可持续消费战略。这些战略有各种政策组合，其中可包括：规章；经济和社会手段；土地使用、运输、能源和住房等领域的部门政策；提高对消费模式影响的认知的信息方案；取消用以鼓励不可持续的消费和生产模式的补贴；以及提倡针对具体部门的环境管理的最佳做法。

52. 会员国应鼓励在设计、开发和使用产品和服务时，顾及其整个生命周期的影响，做到安全、节能和节省资源。会员国应推动回收方案，鼓励消费者回收废物和购买回收再利用产品。

53. 会员国应推动制定和使用关于产品和服务的国家和国际环境健康和安全标准；此类标准不应造成变相的贸易壁垒。

54. 会员国应鼓励对产品作公正的环境测试。
55. 会员国应安全地管理环境有害物质的使用并鼓励各方为此开发无害环境的替代办法。在分销新的潜在危险物质之前，应就其对环境的长期影响作科学评估。
56. 会员国应加强宣传可持续消费和生产模式对健康的好处，同时铭记环境保护对个人健康和集体效应的直接影响。
57. 会员国应与私营部门和其他相关组织一道，鼓励改变不可持续的消费模式，通过开发和使用无害环境新产品、新服务和新技术，包括信息和通信技术，做到既能满足消费者需求，又能减少污染和自然资源的消耗。
58. 鼓励各会员国建立或加强有效监管机制，并涵盖可持续消费方面，以保护消费者。
59. 会员国应考虑采用一系列经济手段，例如财政手段和内部消化环境费用，以促进可持续消费；顾及社会需求，考虑必需遏制不可持续行为，奖励多采用可持续做法；同时避免对市场准入造成潜在不利影响，特别是对发展中国家市场准入造成潜在不利影响。
60. 会员国应与企业和其他相关团体合作，制定指标、方法和数据库，以衡量在全面实现可持续消费方面的进展。这一信息应当公开发布。
61. 会员国和国际机构应在自己的业务中，尤其是通过自身的采购政策，率先采取可持续做法。会员国采购应酌情鼓励开发和使用无害环境产品和服务。
62. 会员国和其他相关组织应促进研究与损害环境有关的消费者的行为，以确定如何使消费模式更具可持续性。

I. 电子商务

63. 会员国应努力提高消费者对电子商务的信心，继续制定透明和有效的消费者保护政策，确保电子商务提供的保护程度不低于其他商务形式提供的保护程度。
64. 会员国应当酌情审查现有的消费者保护政策，以顾及电子商务的特点，并确保消费者和企业都知道和了解他们在数字市场的权利和义务。
65. 会员国不妨审议有关电子商务的国际准则和标准及其修订案文，按照自身的经济、社会和环境条件酌情加以调整，使之得以遵循，并能够与其他会员国跨境合作，予以实施。为此，各会员国不妨研究《经济合作与发展组织关于在电子商务中保护消费者的准则》。

J. 金融服务

66. 会员国应酌情形成或鼓励形成：

- (a) 保护金融消费者监管和执法政策；
- (b) 有必要权力和资源、能够执行任务的监督机构；
- (c) 保护存款等消费者资产的适当控制措施和保险机制；
- (d) 更好的推广理财知识的金融教育战略；

(e) 公平待遇和适当披露，确保金融机构也要为其受权代理人的行动承担责任。金融服务提供者应当制定关于利益冲突的书面政策，帮助发现潜在的利益冲突情况。若金融服务提供者与第三方可能发生利益冲突，则应披露给消费者，确保避免因利益冲突可能使消费者受到损害；

(f) 金融服务提供者和受权代理人负责任的企业行为，包括负责任的放贷和销售适合消费者需求和财力的产品；

(g) 保护消费者金融资料的适当控制措施，包括使其免遭欺诈和滥用；

(h) 一个可以提高汇款成本效率和透明度的监管框架，以便向消费者提供明确信息，说明资金转移价格和交付情况、汇率、所有费用及与资金转移有关的任何其他费用，以及资金转移不成的补救办法。

67. 会员国应采取措施，加强和整合关于金融普惠、金融教育和保护消费者获得和利用金融服务的消费者政策。

68. 会员国不妨审议关于金融服务的相关国际准则和标准及其修订案文，并酌情将这些准则和标准用于其经济、社会和环境，以便予以遵守，并协同其他会员国跨界执行。在此过程中，会员国不妨研究经济合作与发展组织与 20 国集团的保护金融消费者高级别原则以及《20 国集团的创新型普惠金融原则》和世界银行保护金融消费者的良好做法。

K. 涉及具体领域的措施

69. 在推动消费者利益，特别是在发展中国家进行推动方面，会员国应当酌情优先考虑事关消费者健康的领域，如食品、水、药品、能源和公用事业，并探讨旅游业特殊性。会员国应采取或支持关于产品质量控制、充足和可靠的配送设施、国际标签和信息标准化以及这些领域的教育和研究方案的各种政策。会员国应根据本文件各项规定制定关于特定领域的准则。

70. **食品。**在制定关于食品的国家政策和计划时，会员国应考虑到所有消费者的食品安全需求，并支持和尽可能通过联合国粮食及农业组织(粮农组织)标准和世界卫生组织食品标准法典，或在未有此类标准情形时，支持并通过其他公认的国际食品标准。会员国应支持、制定或改善粮食安全措施，除其他外，还包括安全标准、食品标准和饮食要求以及有效的监测、检查和评价机制。

71. 会员国应推动可持续农业政策和做法、保护生物多样性及保护土壤和水，同时考虑到传统知识。
72. **水。**会员国应根据为国际饮水供应和卫生十年制定的目标和具体目标，制定、维继或加强改善饮水供应、分配和质量的国家政策。会员国应当适当注意选择水平适当的服务、质量和技术、教育方案需求和社区参与的重要性。
73. 会员国应高度优先制定和执行关于水的多种用途的政策和方案，同时考虑到水对整个可持续发展的重要性及其作为资源的有限性。
74. **药品。**会员国应制定或保持适足标准、规定和适当的监管系统，通过国家综合药物政策确保药品质量和适当使用，除其他外，这些政策还应涉及药品的采购、分销、生产、许可证安排、登记制度和提供关于药品的可靠信息。在这样做时，会员国应当特别考虑到世界卫生组织关于药品的工作和建议。关于相关产品，应鼓励采用该组织的国际商业流通药品质量认证计划及其他关于药品的国际信息系统。还应酌情采取措施，促进采用药品的国际非专利商标名称，并借鉴世界卫生组织所做工作。
75. 除上述优先领域外，会员国还应在杀虫剂和化学品等其他领域，就其使用、生产和储存事项相应采取适当措施，同时考虑到会员国可能要求生产者提供并列入产品标签的相关健康和环境信息。
76. **能源。**会员国应当促进普遍获得清洁能源以及制定、保持或加强国家政策，以期改善根据消费者经济情况向其提供的负担得起的能源的供应、分配和质量。应注意选择水平适当的服务、质量和技术、监管监督、提高认识方案需求和社区参与的重要性。
77. **公用事业。**会员国应当促进普遍享用公用事业以及制定、保持或加强国家政策，改善关于服务提供、消费者信息、保证金和服务预付款、迟付费用、终止和恢复服务、制定付款计划、消费者和公用事业服务提供方之间争议解决的规则和法规，同时考虑到弱势和处于不利地位的消费者的需求。
78. **旅游业。**会员国应当确保消费者保护政策足以应对与旅游有关的产品和服务的销售和提供，包括但不限于旅行、旅客住宿和分时度假。会员国尤其要应对这类活动提出的跨界挑战，包括与其他会员国开展执行合作和信息共享，还要与旅游业和旅游部门相关利益攸关方合作。

六. 国际合作

79. 会员国特别是在区域或次区域中应该：

(a) 酌情制定、审查、保持或加强国家消费者保护政策和措施的信息交流机制；

(b) 合作执行或鼓励合作执行消费者保护政策，以便利用现有资源取得更大成果。此类合作实例有，协同建立或联合使用检测设施、共同测试程序、交流消费者信息和教育方案、联合培训方案和联合拟订条例；

(c) 开展合作，改善向消费者提供生活必需品的状况，同时适当考虑价格和质量因素。此种合作可包括联合采购基本货物、交流关于各采购机会的信息并对区域产品规格达成协定。

80. 会员国应制定或加强关于被禁、撤回或严格限制的产品的信息链接，以便其他进口国能够充分保护自己免受这类产品的有害影响。

81. 会员国应努力确保产品质量和产品信息不因国家而异，从而确保消费者不会受到不利影响。

82. 会员国应当提高合作打击跨界商业欺诈和欺骗行为的能力，因为这符合重要的公共利益，与此同时，应该确认，被要求配合的消费者保护执行机构仍可酌情决定是否根据这些准则就特定调查或案件开展合作。

83. 会员国的消费者保护执行机构应协调调查和执法活动，以便避免干扰消费者保护执行机构在其他司法管辖领域的调查和执法活动。

84. 会员国的消费者保护执行机构应该尽一切努力解决可能出现的关于合作的分歧。

85. 会员国及其消费者保护执行机构应利用现有国际网络，缔结适当的双边和多边安排和其他措施来执行这些准则。

86. 会员国应使其消费者保护政策机构会同消费者保护执行机构发挥领导作用，制定打击这些准则所述的商业欺诈和欺骗行为的框架。

87. 请会员国指定一个消费者保护执行机构或消费者保护政策机构担任联络机构，以便为根据这些准则开展合作提供便利。指定这些机构是为了补充而非取代其他合作方式。这类指定应知会秘书长。

88. 会员国应授权消费者保护执行机构调查、追查、获取和酌情分享相关信息和证据，尤其是涉及影响消费者的跨界商业欺诈和欺骗行为的信息和证据。这一授权应扩展至配合外国消费者保护执行机构和其他有关外国同行。

89. 会员国应当考虑参与多边和双边安排，以促进国际司法和机构间合作，追回外国资产和执行跨界案裁定。

90. 会员国在考虑向其消费者保护执行机构进行法律授权时，不妨考虑关于保护消费者免受跨界商业欺诈和欺骗行为的相关国际准则和标准，并酌情根据本国情况调整这些准则和标准。在此过程中，会员国不妨研究经济合作与发展组织保护消费者免受跨界商业欺诈和欺骗行为的准则。

91. 为促进可持续消费，会员国、国际机构和企业应共同努力，发展、转让和传播无害环境的技术，包括发达国家为此提供适当的财政支持，并制定新的和创新的、在所有国家之间、特别是向发展中国家和经济转型国家及其之间转让技术的融资机制。

92. 会员国和国际组织应酌情促进可持续消费领域的能力建设并为其提供便利，特别是在发展中国家和经济转型国家。特别是，会员国还应促进消费者团体和其他有关民间社会组织之间的合作，以便加强这一领域的能力。

93. 会员国和国际机构应酌情促进与消费者教育和信息有关的方案。

94. 会员国应致力于确保消费者保护政策和措施得到执行，并适当考虑到这些政策和措施不会阻碍国际贸易，并确保其与国际贸易义务保持一致。

七. 国际体制机制

A. 体制安排

95. 在现有的联合国贸易和发展会议贸易和发展理事会委员会框架内运作的一个消费者保护法律和政策政府间专家组将制定体制机制。

96. 会员国应在国家或区域各级采取适当步骤执行这些准则。

B. 消费者保护法律和政策政府间专家组的职能

97. 消费者保护法律和政策政府间专家组应具有下列职能：

(a) 提供一个年度论坛和模式，以便会员国就准则相关事项、特别是其执行以及由此产生的经验开展多边协商、讨论和意见交换；

(b) 根据会员国的共识和利益，定期研究和调研与准则有关的消费者保护问题，并加以传播，以期促进交流经验和提高准则的效力；

(c) 对会员国消费者保护机构实施的国家消费者保护政策开展自愿同行审查；

(d) 收集和传播有关准则及其目标总体实现情况以及各会员国在国家或区域层面为促进切实执行其目标和原则所采取适当步骤的信息；

(e) 向发展中国家和经济转型国家提供能力建设和技术援助，促进制定和执行消费者保护法律和政策；

(f) 审议联合国系统相关组织及其他国际组织和网络的相关研究、文件和报告，交流关于工作方案、磋商主题的信息，并确定工作分担项目以及合作提供技术援助；

(g) 对会员国的消费者保护政策，包括这些准则的适用和执行，提出适当报告和建议；

(h) 在联合国全面审查管制限制性商业惯例的一套多边协议公平原则和规则会议之间开展活动并向会议提交报告；

(i) 根据联合国全面审查管制限制性商业惯例的一套多边协议公平原则和规则会议的授权任务，定期审查准则；

(j) 制定执行任务所需的程序和工作方法。

98. 在履行其职能时，无论是政府间小组还是其附属机构都不得就具体会员国或具体企业在某项具体商业交易中的活动或行为作出评判。政府间小组或其附属机构应避免卷入企业间关于具体商业交易的争议。

99. 政府间小组应确立关于保密问题的必要程序。
