

## WS34 – 消费者

### 第一场

#### 中方的视点

- 尽管中国消费者普遍对自己的权利和可能性缺乏认识，但尤其是女性消费者的维权意识正在提升，并正在转向一种更环保的消费模式。节能冰箱就是一个例证。
- 中国一些法律制约了新的非政府组织的建立，这导致中国缺少维护消费者权益的消费者组织。
- 在法律上，中国消费者有权起诉欺诈他们的企业，但这在实际操作中非常困难。
- 中国的公民社会正在发展壮大，但这一转型过程还需假以时日。
- 中国的人口增长和经济发展都会不断增加压力，促使中国提高其消费的可持续性。
- 政府和企业应当通过立法和最好的实际行动以确保可持续消费。
- 目前在中国，向希望提高消费可持续性的消费者发布相关信息还存在一定难度。

#### 欧方向中方提出的问题

- 问：对于维护消费者权益的非政府组织而言，能够接触政府文件是至关重要的。这在中国可能吗？
- 问：中国禁止童工吗？答：是的，但这种现象在一些地区依然存在。

- 问：消费者从那些渠道获取信息？
- 问：中国存在抵制购买某些商品的行动吗？
- 问：中国消费者关注劳工权益问题吗？
- 问：在中国想做到可持续消费，难度大吗？



第二场



第三场



## 第四场