

一、金融消费者界定

由于金融消费者是金融领域的消费者，为此，很多学者对金融消费者的定义沿用了消费者定义，即与金融机构建立金融服务交易关系、接受金融产品或服务的自然人。同样，在金融消费者的法律界定中也有很多采用了消费者的定义，例如美国，在《金融服务现代化法》中把“金融消费者”定义为主要为个人、家庭成员或家务目得而从金融机构得到金融产品或服务的个体。美国的《多德——弗兰克华尔街改革和消费者保护法案》（2010）中将消费者定义扩充为个人或个人的代理人、受托人和代表人。

根据消费者是否已经于金融机构形成金融交易关系，分为普通金融消费者和潜在金融消费者。

普通金融向消费者：是与金融机构相对的交易参与者，在实践中通常根据不同业务以最直观的方法表述金融消费者，我们在研究时并不因“金融消费者”概念尚未出现而忽略实质的金融消费者保护的事实。

潜在金融消费者：基于保护的语境，金融消费者的界定中纳入了尚没有接受金融服务的消费者，潜在的金融消费者包括不接受金融服务（主动）和无金融服务（被动）的两大类。不接受金融服务体现了消费者的选择权，是消费者保护的重要内容，金融消费者概念中包含了这一部分的潜在金融消费者。无金融服务的消费者是由于得不到相应的金融服务而造成的，为此，根据消费者的具体情况又可以划分为一般金融消费者和特殊金融消费者。一般金融消费者是指可以作为金融机构交易对手的消费者（包括已经地月的和主动放弃金融服务的消费者），特殊金融消费者指容易被金融市场商业化运作排斥在外的弱势群体。