

金融消费者法律界定新论

——以中国金融消费者特别保护机制的构建为视角

□ 李健男

内容提要 金融消费者的法律界定是构建金融消费者特别保护法律机制的逻辑起点。而要科学界定金融消费者,必须首先明确金融消费交易相对于普通消费交易的特殊性,以及由此决定的金融消费者相对于普通消费者在交易地位方面的特殊性,同时还有必要对消费者法律界定的通说和实践进行检讨。金融消费者的法律界定,应该以解决金融消费者在金融消费交易中“信息严重不对称与对信息的严重依赖并存”这一核心问题作为出发点和归宿,为此,应该确认法人和其他组织(金融企业法人与专业性的投资机构除外)的金融消费者地位,同时也不应再区分所谓的“生产消费”和“生活消费”。

关键词 金融消费者 特别保护机制 法律界定

作者李健男,法学博士,暨南大学法学院副教授。(广州 510632)

一、问题的提出

上世纪末本世纪初,一些发达国家的金融立法、司法以及金融监管的理念和价值取向已经明显地表现出强化金融消费者保护的倾向,^①而至今余波未消的全球性金融危机则进一步加深了各国对金融消费者保护重要性的认识。在我国,近年来,理论和实务界要求加强金融消费者保护的呼声也越来越高。可以说,强化对金融消费者的保护已经在全球范围内达成了共识。但是,就金融消费者的法律界定这一对于金融消费者保护具有前提性意义的问题来看,无论先行国家的实践,还是我国学界和实务界的观点,却没有能够达成共识。

需要说明的是,本文讨论金融消费者的法律界定,无意要推出一个放之四海而皆准的定义,只是觉得在后金融危机这一时代背景下,确有必要尽早构建我国金融消费者特别保护法律机制,而

这一法律机制构建的逻辑起点,自然就是金融消费者的法律界定。所以,借鉴先行国家的实践,重新梳理和检讨我国学界和实务界的主要观点,并在此基础上尽可能科学地界定金融消费者,实为必要。

按理说,提出问题之后,就该直入金融消费者法律界定这一主题。但本文却打算先讨论为什么要对金融消费者进行特别保护这一看似多余的问题。因为在我们看来,讨论这一看似多余的问题,却是十分的必要:

首先,所谓金融消费者保护,准确地说应该是金融消费者的特别保护,也就是要为金融消费者构建一个不同于“普通消费者”^②的特别保护机制,否则,将金融消费者保护纳入我国《消费者权益保护法》的调整范围即可^③。所以,讨论对金融消费者进行特别保护的理,是讨论包括金融消费者法律界定等其他有关金融消费者特别保护问题的逻辑起点。

其次，讨论金融消费者的特别保护，必然涉及到金融消费交易相对于“普通消费交易”^④的特殊性，正是这种特殊性的存在，使得金融消费者在金融消费交易中的地位具有较之于普通消费者的特殊性，而这种特殊性既构成了对金融消费者进行特别保护的理据，也是设计金融消费者特别保护法律机制的依据，以及科学界定金融消费者的根据。因此，在界定金融消费者之前，必须先从理论上解释对金融消费者进行特别保护的理据。

另外，我国多数学者往往套用《消费者权益保护法》有关消费者的解释来界定金融消费者，而关于消费者的法律界定本身又存有重大争议。鉴此，本文将依次讨论以下问题：首先，就金融消费者特别保护的理据进行理论解释；其次，检讨和反思关于消费者的法律界定；最后，就金融消费者的法律界定做出结论。

二、金融消费者特别保护的理论解释

概言之，对金融消费者进行特别保护的客观需要，缘于金融消费交易相对于普通消费交易的特殊性^⑤，以及由此决定的金融消费者相对于普通消费者在交易地位方面的特殊性。

（一）金融消费交易的特殊性及其对金融消费者交易地位的影响

在金融市场高度发达的今天，随着金融电子化交易的日益普及，较之于传统意义上的普通消费交易，金融消费交易在交易标的、交易内容、交易方式等诸多方面大异其趣，表现出明显的特殊性，进而对金融消费者的交易地位产生了决定性的影响。

第一，交易标的的无形性。金融消费交易的标的均非典型的有形物，使得金融消费者难以像普通消费者那样直观感知所需商品和服务的质量和风险，进而导致了金融消费者的决策严重依赖于金融商品提供者（以下通称“金融经营者”）的信息披露。

第二，交易内容的信息化。金融消费交易的全部内容在很大程度上可归结为信息的组合，由于这些信息的组合具有高度的专业性、技术性和复杂性，使得金融消费者在金融消费交易中处于较之于普通消费交易更为严重的信息不对称之中。

第三，交易意思表示的格式化。由于金融消费交易内容的重复性，为了降低交易成本，提高交易效率，几乎所有金融消费交易的意思表示都以格式合同的方式进行。金融消费者除了要承受普通格式合同带给普通消费者的风险之外，还要承受由于金融消费交易信息严重不对称带来的特殊风险。即便金融消费者能够识别某一金融经营者格式合同中的不利条款，但是由于格式合同往往已经行业化，金融消费者要么接受不公平的格式合同，要么放弃金融消费交易。

第四，交易方式的电子化。随着信息网络技术在金融领域的广泛应用，越来越多的金融消费交易可以借助电子支付清算系统、证券网络交易系统等各种金融电子化交易系统完成，这一方面给金融消费者提供了便捷高效的金融消费渠道，另一方面也加剧了信息不对称的程度。^⑥

第五，销售方式的高度劝诱性。当今社会，传媒日益发达，广告成为商品销售的重要手段，从而使现代商品销售普遍呈现出劝诱性特征，消费者在铺天盖地的广告劝诱下，在一定程度上失去了理性的判断能力。就金融消费交易来说，由于金融经营者准公共企业的属性，也由于金融行业所具有的强大资金实力以及社会影响力，同时又由于金融商品天然的技术性和专业性，还由于金融消费交易中严重的信息不对称，相对于普通商品销售来说，金融商品销售不仅具有更为普遍且更高强度的劝诱性^⑦，而且劝诱的效果也更为明显。所以，在某种意义上，金融消费者不是在消费金融商品，而是在“被消费金融商品”。

第六，金融业具有天然的垄断性和高度的行业利益认同。金融业作为经营货币的行业，具有很高的准入门槛，并因此具有了天然的垄断性。同时，即便在分业经营的体制下，银行、证券和保险业之间也因为业务上的相互依存而成为了利益攸关方；在混业经营体制下，整个金融业更可谓是一个利益共同体。上述两点决定了在维护金融行业共同利益方面，金融经营者之间很需要也很容易形成同盟并采取一致行动，从而使千千万万分散的金融消费者原本的弱势地位雪上加霜。^⑧

（二）结论

综上所述，可以得出如下结论：

第一，鉴于金融消费交易的特殊性，以及由此

决定的金融消费者的交易地位,对于金融消费者保护来说,普通意义上的消费者权益保护法无法完全适应,客观上需要构建针对金融消费交易和金融消费者交易地位特殊性的特别保护法律机制,通过国家公权力的介入最大限度地消除金融经营者与金融消费者之间实际上的不平等关系。

第二,在上述金融消费交易的六个特殊性当中,最核心的莫过于交易标的的无形性和交易内容的信息化。这是因为,正是这两个特殊性根本性地决定了金融消费者的弱势地位以及这种弱势地位的特殊性:在金融消费交易中,金融消费者一方面处于严重的信息不对称之中,另一方面又要严重依赖金融经营者的信息披露。而其他的四个特殊性则从不同角度强化了金融消费者的弱势地位及其特殊性。

第三,信息的严重不对称与对信息的严重依赖并存,构成了对金融消费者进行特别保护的根本性的理由,也构成了设计金融消费者特别保护法律机制的根本依据。金融消费者的法律界定、金融消费者保护的实体规则,以及金融消费者权益纠纷解决的特别程序机制,都应该以解决“信息严重不对称与对信息的严重依赖并存”这一核心问题作为出发点和归宿。

三、对消费者法律界定的反思

早在18世纪中期,英国就产生了保护消费者的观念。19世纪末20世纪初,这一观念在工业发达国家逐渐发展为保护消费者权益的运动,并最终形成了一种强大的社会思潮,反过来又进一步促进了消费者保护运动的发展,进而影响到许多国家的立法。^①就狭义上的消费者保护法^②立法来说,首先要解决的当是消费者的法律界定问题。

(一)消费者法律界定的通说及普遍实践

消费者法律界定的核心问题可以归结为两个方面:一是界定消费者保护语境下的消费;二是界定消费者保护语境下的消费者的主体资格。而以下分析可以表明,这两个方面的问题其实只是一个问题的两个方面。

从经济学角度考察,在商品经济社会条件下,社会再生产当中的生产环节和消费环节存在着辩证关系^③,正是根据这一辩证关系,消费被分为了两类:一类是生产消费,即以物质资料的生产为目

的的劳动力和生产资料的消费;另一类则是生活消费,即以劳动力的再生产为目的的生活资料的消费。

由于消费者保护运动是消费者个人基于维护消费者个人的权益所发动,这一社会运动催生的社会思潮自然也以消费者个人保护作为出发点和归宿,作为对这一运动和思潮的回应,各国有关消费者保护的立法,自然也就将保护的对象和范围局限为消费者个人。而消费者个人消费的目的当然主要是为了满足个人物质和文化生活的需要,所以,从某种意义上说,生活消费与消费者个人消费具有同一性。正因如此,并基于上述关于消费分类的二分法,各国有关消费者保护的理论和立法实践普遍将消费界定为生活消费。可见,将消费者界定为进行生活消费的自然人的逻辑是:法律要保护的是对特别保护有着强烈诉求的消费者个人,而消费者个人的消费等同于生活消费。以下的学术观点和立法充分体现了这一逻辑:

英国极具权威的《朗文法律词典》(第7版)将消费者解释为:“就商品(消费)^④而言,消费者指的是为私人用途和消费接受商品供应的自然人。”^⑤美国权威的《布莱克法律辞典》也对消费者做了类似的解释:“所谓消费者,是指从事消费之人,亦即购买、使用、持有以及处理物品或服务之人”,“消费者是指最终产品或服务的使用人。因此,其地位有别于生产者、批发商、零售商。”“任何商品或服务的购买者(有别于为再贩卖为目的的购买者),在默示或明示的担保期间(或服务契约),适应受让该商品或服务者,均该当为消费者”。^⑥国际标准化组织消费者政策委员会在其于1978年5月召开的第一届年会上,将消费者界定为:“为个人目的购买或者使用商品和服务的个体社会成员”。泰国1979年颁布的《消费者保护法》则规定:“所谓消费者,是指卖主和从生产经营者那里接受服务的人。”^⑦

从上述通说和立法实践看,消费者保护法意义上的消费者应具备以下特征:第一,必须是有偿获得商品或者接受服务,消费者以商品交换为其存在的条件;第二,必须是用于生活消费;第三,必须是自然人。

(二)我国有关消费者法律界定的实践及理论
我国《消费者权益保护法》并未明确界定消费

者,但从该法第2条^⑧的规定看,作为我国消费者权益保护法保护对象的消费者所应具备的特征,与各国的实践是一致的。在理论上,我国学界大多也是根据该法第2条的规定,抽象出消费者的概念:消费者是为满足个人或家庭的生活需要而购买、使用商品或者接受服务的自然人。^⑨又有学者根据这一概念,概括出构成消费者的三个基本特征:(1)主体是自然人;(2)行为是购买、使用商品或接受服务;(3)目的是为了生活需要。^⑩

可见,我国有关消费者界定的实践和理论与各国的实践和理论如出一辙。这种惊人的一致反而促使我们反思:上述有关消费者的法律界定真的如此完美无缺而不可撼动了吗?

(三)对消费者法律界定的反思

其实,就在我国《消费者权益保护法》出台之后不久,该法第2条有关消费者的规定就遭遇了“王海现象”^⑪的尴尬:同一家法院根据该法第2条的规定,对于原告作为消费者的法律地位或肯定,或否定,导致了对于同一个原告、同一个标的物、同一种诉讼理由作出了截然不同的判决。有学者将这种现象解释为成文法所固有的局限性之一——一般规则对于个别案件之局限性。^⑫法律将受保护的消费者的范围限制在“为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务”,这种限制基于将消费简单地分为生产消费和为生活消费两类,而恰恰遗漏了既非为生产又非为生活而购买商品的特殊消费者^⑬。由此可见,将“生活需要”作为界定消费者的基本特征之一,显然存在概念外延的不周延性。如果法官机械适用该条规定,必然会否定像王海一样的特殊消费者作为消费者的法律地位,不仅会造成个案的不公,而且还直接挑战了消费者保护法的立法宗旨和目的。可见,消费者法律界定的通说和立法实践的第二个缺陷在于:由于消费者概念的外延不周延,遗漏了需要特别保护的消费者。此其一。

其二,尽管从消费者保护法的立法理由和背景看,法律只为消费者个人提供特别保护,或者说只将消费者个人界定为消费者,具有很高程度的合理性。但是,如果绝对地将企事业单位或者其他组织排除在消费者之外,又未必恰当:第一,消费者这一概念是相对于生产者、经营者而言的,^⑭在一个具体的购买商品、接受服务的合同关系中,

卖方与提供服务的一方就是生产经营者,相对一方则为消费者。就这一意义而言,消费者自然包括企事业单位和其他组织。第二,一个简单的事实是,在一个具体的交易关系中,确实存在尽管不是自然人,但是在交易中处于明显弱势的作为生产经营者相对方的企事业单位和其他组织,它们也需要法律的特别保护,比如某些中小企业、养老福利机构、民办学校、幼儿园等等。第三,在现实社会生活中,确实存在这样一种情形:一些企事业单位在购买商品、接受服务的交易中处于弱势地位,而这些商品与服务的最终享有者又是需要特别保护的消费者个人^⑮,如果不给予这些企事业单位以特别保护,那么它们的损失有可能无法弥补,进而导致最终消费的消费者个人也得不到补偿,这显然不符合消费者保护法的基本原则和理念,也与保护社会弱者的潮流和趋势相悖。可见,消费者法律界定的通说和立法实践的第二个缺陷在于:由于将消费者界定为自然人,遗漏了需要特别保护的企事业单位和其他组织。^⑯

上述反思并不意味着我们否认需要特别保护的消费者的主流是为生活需要购买商品和接受服务的自然人,只是表明现行的有关消费者界定的通说和实践尚有进一步改进的必要和空间。在我们看来,在消费者保护法中,关于消费者的界定宜做如下规定:

“本法所称的消费者是指非为生产消费需要购买、使用商品或者接受服务的自然人或者有证据表明在交易中处于明显弱势地位且需要本法保护的企事业单位和其他组织,在确定某一企事业单位或其他组织是否应受本法保护时,应该着重考量作为该企事业单位或其他组织所购买商品或所接受服务的最终消费者的利益的保护。”

四、金融消费者的法律界定

(一)我国学者的观点

我国学者往往套用普通消费者的概念来界定金融消费者,一个典型的定义是:“所谓金融消费者,实际上是指为生活需要购买、使用金融产品或接受金融服务的个体社会成员。”^⑰根据这一定义,金融交易中大量存在的投资者将被排斥金融消费者之外^⑱。正如一个英国学者所指出:“我们把银行存款、或者与保险公司签订保险合同的个

人描述成消费者可能没什么困难,但是当我们把投资人也视为消费者时往往面临阻碍。”^⑧但另一方面,没有人会否认,金融交易中的个人投资者是最需要特别保护的弱势群体。可见,如果套用消费者的构成要件,势必陷入两难境地。

(二)国外的立法实践

美国1999年《金融服务现代化法》将“金融消费者”定义为“为个人、家庭成员或家务目的而从金融机构得到金融产品或服务的个人。”美国新实施的《美国金融改革法案》沿用了《金融服务现代化法》的上述界定^⑨。美国的立法尽管没有明确将投资者纳入金融消费者的范围,但是该定义具有一定的开放性,可以将个人投资行为的目的解释为为了个人、家庭或者家务的目的。不过,美国的立法仍然将法人排除在金融消费者之外。

英国金融服务局根据《2000年金融服务和 markets 法》,将金融消费者界定为“贸易、商业、职业目的之外接受金融服务的任何自然人”。这一界定仍然将金融消费者界定为自然人,但较之于美国有关法律的规定,由于其在金融消费的界定上采取了排除法,可以有效避免金融消费者概念外延的不周延性。

日本2001年开始实施的《金融商品销售法》将金融消费者定义为“资讯弱势一方当事人”,从而实现了金融消费者的界定的历史性突破:第一,该法对金融消费者的界定在消费目的方面突破了非盈利性的限制,将消费者的保护延伸至投资者;第二,该法对金融消费者的界定突破了自然人的资格限制,将保护主体扩展至法人。

(三)我们的结论

我们认为,通过立法界定金融消费者的目的在于,明确哪些金融消费者^⑩应该作为金融消费者特别保护法的保护对象。对此,关键的问题是确定一个科学的标准。根据前文第二部分的论述,金融消费者的法律界定,应该以解决金融消费者在金融消费交易中“信息严重不对称与对信息的严重依赖并存”这一核心问题作为出发点和归宿,这也是我们所主张的科学界定金融消费者的判断标准。

由于金融消费交易的特殊性,即使是企业法人(不含金融企业法人),在金融消费交易中,与个人消费者一样会陷入“信息严重不对称与对信息

的严重依赖并存”之中,都需要金融消费者保护法的特别保护。因此,将特别保护的扩展至法人和其他组织,是金融消费交易特殊性的必然要求。这里,还有一个特殊问题需要澄清:在一个现实的金融交易中,金融企业法人以及专业性的投资机构也有可能以金融消费者的身份出现,那么,它们能否诉求金融消费者保护法的特别保护呢?我们认为,尽管金融企业法人和专业性的投资机构以金融消费者的身份购买其他金融经营者的金融产品和服务,但由于其本身是金融经营者和专业性的投资机构,相对于其他金融消费者来说,它有能力识别金融产品的质量,或者说它们不会像其他金融消费者那样处于“信息严重不对称与对信息的严重依赖并存”之中,因此不能成为特别保护法律机制意义上的金融消费者。

同时,金融消费交易与普通消费交易的一个很大的区别在于,金融消费交易具有同质性,几乎所有的金融消费交易都可以描述为“跨时间、跨空间的价值交换”,^⑪而普通消费交易则千差万别。由于金融消费交易这一特殊性的存在,金融消费者的界定,就没有必要再像普通消费者界定那样区分所谓的“生产消费”和“生活消费”。

综上所述,在金融消费者保护法中,应对金融消费者作出如下界定:“本法所称的金融消费者,是指在金融交易中处于信息严重不对称的弱势地位,同时对金融经营者一方的信息披露存在严重依赖性的自然人、法人以及其他组织,但不包括金融企业法人。”

上述界定的理论和实践价值在于以下几个方面:

第一,该定义体现了金融消费交易相对于普通消费交易的特殊性,以及由此决定的金融消费者的交易地位相对于普通消费者的特殊性,从而使该定义对金融消费者内涵的揭示建立在坚实的理论基础之上。

第二,该定义以解决金融消费交易中“信息严重不对称与对信息的严重依赖并存”这一突出问题作为出发点和归宿来界定金融消费者,从而使该定义对金融消费者内涵的揭示建立在客观的经验事实基础之上。

第三,该定义从金融经营者相对方的角度来明确金融消费者的外延,即原则上将金融交易中

非金融经营者一方界定为金融消费者，从而为司法实践中识别和确认金融消费者的身份提供了极具操作性的界限。

第四，该定义根据金融交易同质性这一特性，不再区分“生产消费”和“生活消费”，从而避免了将金融交易中处于弱势地位的个人投资者排除在金融消费者之外。

第五，该定义基于金融企业法人相对于自然人、非金融企业法人和其他组织的特殊性，明确将其排除在特别保护机制意义上的金融消费者之外，从而确保了金融消费者特别保护法律机制精神和宗旨的实现。

注释：

①美国自20世纪60年代以来出台了一系列旨在保护消费者的联邦金融立法，构建了完善的金融消费者保护法律体系，即便是以放松金融管制为目的的1999年《金融服务现代化法》也增加了大量有关隐私权保护、ATM服务收费、社区金融服务等金融消费者保护的条款；次贷危机之后，美国的联邦储备委员会迅速采取了一系列措施加强金融消费者保护；更为重要的是，美国政府积极推进金融消费者保护体制改革，于2010年7月22日通过了《多德—弗兰克华尔街改革和个人消费者保护法案》（以下简称《美国金融改革法案》），设立了金融消费者保护局作为保护金融消费者的专门机构。英国则于2001年通过了《金融服务与市场法》，成立了金融服务局（FSA），并将金融消费者的保护作为FSA的主要职责之一；同时，FSA还成立了金融巡视员服务机构（FOS），为金融消费者提供高效、公正、免费的争议解决机制；还值得一提的是，英国政府于2010年7月公布了金融监管结构改革细节，FSA的监管职能将转移到英国中央银行，FSA将设立专门的消费者保护机构专司消费者权益保护。在金融制度方面深受英国影响的澳大利亚于2002年3月也颁布了《金融服务改革法令》，该法令以消费者主权作为指导原则对澳大利亚的金融制度作出了重大改革，建立健全了以加强消费者保障、促进市场健全性为核心的监管架构；2008年，澳大利亚还组建了澳大利亚版的FOS。特别值得关注的是日本2002年实施的《金融商品销售法》，该法第1条明确将保护消费者（顾客）的利益置于首位，具有划时代的意义（该法第1条规定：“本法对金融商品销售业者等在销售金融商品时对顾客应说明的事项，以及金融商品销售业者等对顾客未说明有关事项而使该顾客出现损害时金融商品销售业者等的损害赔偿任，以及为确保金融商品销售业者等所实施的涉及金融商品销售等的功诱

的适当性的措施，予以规定，以保护顾客的利益，维护国民经济的健全发展为目的。”）；2006年，日本又颁布实施了《金融商品交易法》，以达到全面保护金融消费者的目的。

②本文所谓的“普通消费者”，是相对于金融消费者而言的一个概念，即非金融商品的消费者。

③目前，我国的《消费者权益保护法》正在修订当中，一些专家就建议将金融消费纳入该法的调整范围。

④本文所谓的“普通消费交易”，是相对于金融消费交易而言的一个概念，即非金融商品的消费交易。

⑤下文有关金融消费交易特殊性的描述部分引用了郭丹的研究成果，参见郭丹：《金融消费者权利法律保护研究》，吉林大学2009年博士论文，第27～32页。

⑥这是因为，所有的金融电子化交易系统均为金融经营者开发和控制，有关数据掌握在金融经营者手中。

⑦美国次贷危机前贷款机构“猎杀放贷”行为、次级贷款证券的全球销售、我国银行卡、基金、以及保险销售现状足以说明金融商品销售劝诱性的普遍和高强度。

⑧有太多的实例可以说明金融业基于共同利益而采取的一致行动：比如，在美国次级贷款证券化的利益链条中，涉及的金融机构横跨了包括信贷公司、债权打包服务公司、银行、投资银行、投资基金在内的几乎整个金融业，华尔街通过分工合作全程享受了次贷并证券化的利益盛宴，直到次贷危机不可避免地爆发；又比如，中国银行业在收取小额储蓄管理费和提前还贷违约金、提高银行卡查询收费、同城跨行取款收费等方面都采取了一致行动。尤其值得注意的是，银行的上述行为均得到了中国银行业协会的支持。

⑨⑩参见王淑焱：《产品责任法教程》，中国政法大学出版社1993年版，第7～8、158页。

⑪狭义上的消费者保护法，指的是有关消费者保护的专门立法，也可以称之为形式意义上的消费者保护法。相对应的广义上的消费者保护法，则指所有涉及消费者保护的法律法规的总称，又可称为实质意义上的消费者保护法。

⑫社会再生产的四个环节分别是生产、分配、交换和消费，其中生产是起点，消费是终点也是整个生产过程的目的和归宿，而分配与交换则是连接生产和消费的中间环节。生产与消费的辩证关系是：生产决定消费、消费影响生产，生产同时是消费，消费同时又是生产。对此，马克思也有精辟的论断：“没有生产就没有消费，没有消费就没有生产”，“消费不仅是使产品成为产品的最后行为，而且也是使生产者成为生产者的最后行为。”

⑬根据英国的《消费信贷法案》，消费信贷语境下的消费者与普通商品消费语境下的消费者是有区别的。参见[英]L. B. 科尔森、P. H. 理查兹：《朗文法律词典》（第7

版),法律出版社2007年版,第127页。

⑬[美]L. B. 科尔森、P. H. 理查兹:《朗文法律词典》(第7版),法律出版社2007年版,第127页。

⑭转引自王利明:《消费者的概念及消费者权益保护法的调整范围》,《政治与法律》2002年第2期。

⑮该法第2条规定,“消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务,其权益受本法保护;本法未作规定的,受其他有关法律、法规保护。”

⑯张严方:《消费者保护法研究》,法律出版社2003年版,第119页。

⑰吴弘、徐振:《金融消费者保护的法理探析》,《东方法学》2009年第5期。

⑱1995年3月,山东无业青年王海四处购买假货然后根据《消费者权益保护法》第49条向商家索取双倍赔偿。1997年前,由于有关方面的积极表态,王海接连胜诉,一举成名。有人将知假买假索赔打假的现象称为“王海现象”。在“王海现象”鼓舞之下,全国出现了一大批和王海一样购假索赔的职业打假者,这些职业打假者受到英雄一样的崇拜,“王海现象”发展到巅峰。但是,1997年年底,由王海等人发起的针对水货手机的索赔乃至诉讼最后纷纷败诉。比如,1997年9月6日,华中某市某区法院同时作出3例关于购假索赔案的一审判决,原告的索赔请求全部予以驳回。判决书里一致出现了这样一种颇为新颖的“本院认为”“原告在×天内购买大批量×××,其行为不具备直接消费的目的,是一种形式上的消费者,其实质是对消费者权益的滥用,因而不具有消费者的法律地位,故不适用于消费者权益保护法规定的举证责任倒置原则,仍应适用谁主张谁举证原则。”上述现象从反面说明了明确消费者的法律界定的重要意义,这是修订《消费者权益保护法》以及制定《金融消费者权益保护法》所必须正视的。

⑲董峰:《司法解释论》,中国政法大学出版社1999年版,第93~94、94页。

(上接第94页)文献出版社2007年版,第220页。

⑳徐形式:《美国民间组织:身份、事业和运行环境》,收录于黄晓勇主编《中国民间组织报告(2009—2010)》,社会科学文献出版社2009年版,第193~265,200、194、219、217页。

㉑朱名宏:《美国社区中心的类型和管理考察及其启

⑳何颖:《金融消费者自议》,《金融法苑》总第75辑(2008)。

㉑比如养老福利机构为老人购买的商品和服务、民办学校为学生购买的商品和服务、民办幼儿园为儿童购买的商品和服务等等。

㉒一个值得注意和深思的现象是,各省、市的地方性消费者权益保护立法在认可单位作为消费者的法律地位方面保持了高度的一致性:《上海市保护消费者合法权益条例》(1994年12月9日修正)、《湖南省消费者权益保护条例》、《江西省实施〈中华人民共和国消费者权益保护法〉办法》、《黑龙江省消费者权益保护条例》、《贵州省消费者权益保护条例》、《河南省消费者权益保护条例》、《深圳经济特区实施〈中华人民共和国消费者权益保护法〉办法》等。

㉓王伟玲:《金融消费者权益及其保护初探》,载于《重庆社会科学》2002年5月。并可参见何颖:《金融消费者自议》,载于《金融法苑》总第75辑(2008);吴弘、徐振:《金融消费者保护的法理探析》,载于《东方法学》2009年第5期。

㉔投资者购买金融产品或接受金融服务主要是以营利为目的,被认为与生活消费无关。

㉕Peter Kartwright, “Consumer Protection in Financial Services”, kluwer Law International, 1999, p. 5. 转引自何颖:《金融消费者自议》,《金融法苑》总第75辑(2008)。

㉖参见该法第X章第1002条第(4)、(5)项的规定。

㉗此处所指的金融消费者是相对于金融经营者而言的,即金融交易中金融经营者的相对方。在一个现实的金融交易中,金融经营者的相对方有可能是消费者个人,也有可能是企事业单位,甚至是金融企业法人。

㉘参见陈志武:《金融的逻辑》,国际文化出版公司2009年版,第2页。

责任编辑 陈亚飞

示》,《探求》2003年第2期。

㉙[德]哈贝马斯:《在事实与规范之间:关于法律和民主法治国的商谈理论》,童世骏译,北京:生活读书新知三联书店,2003年版,第2、670页。

责任编辑 俞伯灵 徐东涛

金融消费者法律界定新论——以中国金融消费者特别保护机制的构建为视角

作者: [李健男, Li Jiannan](#)
作者单位: [暨南大学法学院, 广州, 510632](#)
刊名: [浙江社会科学](#) PKU CSSCI
英文刊名: [ZHEJIANG SOCIAL SCIENCES](#)
年, 卷(期): 2011(6)

本文读者也读过(10条)

1. [郭丹](#) [金融消费者之法律界定](#)[期刊论文]-[学术交流](#)2010(8)
2. [魏琼, 赖元超](#). [Wei Qiong, Lai Yuan-chao](#) [论我国金融消费者的概念及其特权](#)[期刊论文]-[金融理论与实践](#)2011(7)
3. [于春敏](#). [Yu ChunMin](#) [消费者保护乃金融监管首要基础价值——美国金融消费者保护困局之反思](#)[期刊论文]-[财经科学](#)2010(6)
4. [刘迎霜](#). [LIU Ying-shuang](#) [我国金融消费者权益保护路径探析——兼论对美国金融监管改革中金融消费者保护的借鉴](#)[期刊论文]-[现代法学](#)2011, 33(3)
5. [郑启福](#). [ZHENG Qi-fu](#) [金融消费者知情权的法律保护研究](#)[期刊论文]-[内蒙古社会科学](#)2011, 32(3)
6. [宋二猛](#) [论我国金融消费者保护——从立法及机构设置层面看我国金融消费者的保护](#)[期刊论文]-[法制与社会](#)2011(7)
7. [马艳丽](#) [消费者主体范围的重新界定——从金融消费领域谈起](#)[期刊论文]-[消费导刊](#)2010(5)
8. [周良](#). [Zhou Liang](#) [论英国金融消费者保护机制对我国的借鉴与启示](#)[期刊论文]-[上海金融](#)2008(1)
9. [于平](#) [金融消费者保护与金融危机内在机理——结合美国的金融消费者保护局法案](#)[期刊论文]-[时代经贸](#)2011(11)
10. [罗传钰](#). [Luo Chuanyu](#) [金融危机后我国金融消费者保护体系的构建——兼议金融消费者与金融投资者的关系](#)[期刊论文]-[学术论坛](#)2011, 34(2)

本文链接: http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical_zjshkx201106011.aspx