

从市场弱者保护的角度谈消费者身份的界定

刘卫华

(佳木斯大学, 黑龙江 佳木斯 154007)

【摘要】 界定消费者身份是适用《消费者权益保护法》的前提。本文在分析我国关于消费者身份界定的争鸣之后, 将消费者界定为末端市场交易过程中的结构性弱者, 并提出判断消费者身份的参考因素。

【关键词】 消费者; 末端市场; 结构性弱者

一、关于消费者身份界定的争鸣

在消费者权益保护过程中, 消费者属于基础性的概念; 认定某主体具有消费者身份, 是适用《消费者权益保护法》的前提。在纠纷解决过程中, 某主体如果被认定不具有消费者身份, 就意味着他不能根据《消费者权益保护法》主张权利。

在我国, 消费者往往被界定为“为满足生活消费需要而购买、适用商品或者接受服务的人”; 但这一具有通说地位的概念, 除了重申《消费者权益保护法》第二条已经明确的立法信息之外, 没有提供多少有效的信息增量, 对现实纠纷处理过程中消费者身份界定工作没有多少实质性的帮助。

在当前, 消费者身份的界定依然是我国《消费者权益保护法》研究和适用过程中颇具争议的一个问题。争议的焦点主要包括三个: 1、能否把消费目的、消费动机作为界定消费者身份的依据; 我国《消费者权益保护法》第二条规定: 消费者为满足生活消费需要购买、使用商品或接受服务, 其权益受本法保护。很明显, “满足生活消费需要”是购买、使用商品或接受服务的目的和动机。那么, 消费者身份的界定能否以消费目的、消费动机作为依据呢? 这是第一个争议焦点; 2、什么是“生活消费需要”; 3、消费者是否仅限于自然人。

下面我们一一进行分析:

1. 能否以消费目的、消费动机作为界定消费者身份的依据

多数人认为, 应该把消费目的、消费动机作为界定消费者身份的依据, 这可以称为“肯定说”。另外, 还有“否定说”, 比如王利明教授认为: “判断是否生活消费不应考虑购买者的目的和动机”, 也就是说, 不应把消费目的、消费动机作为界定消费者身份的依据;

本人认为以王利明教授提出的否定说在逻辑上

的不能自治。其一, 王利明教授在论证完“判断是否生活消费不应考虑购买者的目的和动机”之后, 马上又指出: “判断某个人是否是消费者可以从如下几个方面来考虑: ……第四, 个人购买商品和接受服务是否为了将商品或者服务再次转手; 第五, 购买某种商品是为了满足生活消费还是满足生产消费……”。这属于自我否定。其二, 王利明教授将消费者界定为“非以盈利为目的的购买商品或者接受服务的人”。可问题是, “满足生活消费需要”是购买、使用商品或接受服务的目的和动机, “非以盈利为目的”同样是购买、使用商品或接受服务的目的和动机; “非以盈利为目的”无非是强调消费目的的非盈利性, 而非盈利性目的仍然属于消费目的的范畴; 在界定消费者身份时, 无论是强调“满足生活消费需要”还是强调“非以盈利为目的”, 都是从消费目的、消费动机的角度进行界定, 两者在界定方法上有差别, 在界定角度上没有差别。

2. 什么是“生活消费需要”? 主要包括经验法则说和非盈利说两种。

(1) 经验法则说 梁慧星教授认为: 按照一般人的社会生活经验, 一次购买、使用一部手机足矣, 如果一次购买六、七部手机, 硬说是“为生活消费的需要”, 就不符合一般人的社会生活经验, 因此不能界定属于“生活消费”。

对经验法则说, 笔者不能苟同。其一, 一个人仅仅因为购买的商品太多——超出了一般人的生活经验, 他就是消费者了, 就不受《消费者权益保护法》保护了: 这样的经验法则恐怕并不符合“一般人的生活经验”。如果真存在这样的生活经验, 剁手党这个名词就不会出现在人们的视野中。其二, 用共性抹杀个性、用典型否定非主流: 这样的经验法则在逻辑上说不通。一般人不爱吃榴莲, 爱吃榴莲的就不是人?

(2) 非盈利或非获利说 王利明教授用排除的方式从反面界定“生活消费”，认为：消费者是非以盈利为目的购买商品或者接受服务的人。

笔者以为，自古至今，一切生命体，要想存续下去，都需要从外界获取资源满足自身的生存需要。作为一个生命体，人始终都在消费；但消费者这一法律角色的出现、这一法律身份的诞生，是近代才出现的事。

研究一下世界范围内消费者权益保护工作的历史，我们可以发现：消费者并非生物学意义上的主体，或者说，它不关注消费主体的生物学特征；消费者是商品经济高度发达的产物，是消费者运动的结果，是立法者为解决消费者问题而创造的一个与经营者相对应、相区别的法律角色。这一角色的特点在于市场谈判能力低下及由此决定的法律对其进行特殊保护的必要。在自由竞争资本主义时期，交易双方讨价还价的能力虽有差别，但一方无法对另一方形成长期、固定的结构性优势。到了消费时代，经营者的规模越来越大，市场掌控能力越来越强，而消费者由于主体分散性、行为非职业性等天然特征，他们在面对经营者时，讨价还价的空间日渐萎缩。面对经营者由于结构性优势所产生的任性，作为结构性弱者的消费者除了认命之外，并没有多少反制手段。如果任由这种情况发展下去，市场就会崩溃，社会将出现倒退。为避免这一灾难性后果，立法者在总结消费者运动实践经验的基础上，设计出一个有别于以往的法律角色——消费者，并对其进行特殊保护。

消费者这一法律角色的设置与消费目的、消费动机的盈利性、获利性没有冲突。消费者在市场参与过程中需要特殊保护，是因为消费者在市场交易中处于弱势地位，属于末端市场交易过程中的结构性弱者。但弱者不等于非利己主义者。实际上，在商品社会的市场交易过程中，绝大多数交易参与者参与市场交易的目的和动机都是为了满足自身的需要，都是为了获利；偶然性的非获利行为的出现虽不可排除，但属于低概率性行为，不能也不应成为立法的逻辑出发点，更不可能成为法律的强制性要求。而且，2008年世界性经济危机爆发之后，认定某些金融客户具有消费者地位逐渐成为通说并获得我国立法机关及相关行业管理部门的支持；而非盈利说、非获利说对“金融消费者”这一法律概念缺乏解释力。因此，以“非盈利性”“非获利性”界定“生活消费需要”也不妥帖。

3、消费者是否仅限于自然人。肯定说认为消费者仅限于自然人；否定说认为消费者不限于自然人还应该包括单位。对于这一争议焦点，我在后面讨论。

二、消费者身份界定的视角和参考因素

从笔者掌握的资料看，我国学术界对消费者身份的界定虽见仁见智，但界定的模式基本相同，即将消费者界定为“基于……目的而购买、使用商品或接受服务的人”，其依据都离不开我国《消费者权益保护法》第二条的规定，即“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”。

笔者认为，这种界定模式虽然未为不可，但存在结构性的缺陷。“购买、使用商品或接受服务”所说明的是消费的类型，“为满足生活消费需要”“基于非盈利目的”“基于非经营目的”“基于非生产性消费目的”等所说明的是消费的目的和动机。因此，上述界定模式对消费者身份进行界定的出发点是消费行为的特性而非消费者的特性。然而，在商品社会、在消费时代，法律对消费者予以特殊保护，是基于消费者的特质，是基于消费者在特定市场交易中环境中的弱势地位。我们应从某主体是否具有消费者特质出发，确定消费者身份界定的视角和参考因素。另外，笔者认为，我国《消费者权益保护法》第二条的立法目的不是确定消费者的含义而是明确保护消费者权益的法律依据及相互关系：

《消费者权益保护法》有规定的，依《消费者权益保护法》进行保护；《消费者权益保护法》没有规定的，依其他法律、法规进行保护。界定消费者身份可以但没有必要一定以该条文作为出发点或者依据。笔者以为，在商品社会、在消费时代，法律对消费者予以特殊保护原因和历史合理性在于消费者属于末端市场交易过程中结构性弱者的特质；所以，应将界定消费者身份的视角调整为某主体是否属于末端市场交易过程中结构性弱者，并以此出发点提出界定消费者身份的若干参考因素。

那么，如何判断某主体是否属于末端市场交易过程中结构性弱者呢？我们可以先看一下我国最高司法机关的做法。2014年1月26日，最高人民法院在第23号指导性案例《孙银山诉南京欧尚超市有限责任公司江宁店买卖合同纠纷案》中指出：职业打假人实际上是时常、主动行使监督权利的消费者；职业打假组织进行有组织、职业化的活动，不符合《消费者权益保护法》对消费者的界定。注意最高院的措辞：职业打假人、职业打假组织，有组织、

职业化的活动。显然,职业打假人与职业打假组织的本质区别既不是消费目的、消费动机的差异,更不是购买商品数量的差别;其本质区别在于两者在主体组织化程度和行为职业化程度等方面的差异。换句话说,在最高司法机关看来,职业打假人之所以是消费者,是因为具有主体非组织化、行为非职业化的特点;职业打假组织之所以不是消费者,是因为具有主体组织化、行为职业化的特点。

受此启发,我们在判断消费者身份时,可以从以下几个方面考虑:

其一,相关主体是否属于弱者。消费者在市场交易过程中之所以是弱者,是由其主体非组织化、行为非职业化的特点决定的。因此,在界定是否属于消费者时,应该把相关人员的主体组织化程度、行为职业化程度作为切入点:非组织化主体实施非职业化消费行为时,属于消费者;组织化主体实施职业化消费行为时,不属于消费者。在判断消费者是否包括单位、是否仅限于单个自然人时,同样可以把相关人员的主体组织化程度、行为职业化程度作为切入点:除了实施非职业化消费行为的单个自然人属于消费者之外,实施非职业化消费行为的非组织化的自然人的组合,比如旅游团、团购者等,也属于消费者;另外,单位在购买、使用商品、接受服务时,只要其消费行为属于非职业化行为,就属于消费者。另外,弱者是相对应强者而言的。消费者是与经营者相对应的一个法律角色;所以,判断消费者身份时,交易相对方是否属于经营者也可以作为一个参考的因素。我国《消费者权益保护法》没有明确经营者的含义,但《反不正当竞争法》第2条第3款:本法所称的经营者,是指从事商品经营或者营利性服务(以下所称商品包括服务)的法人、其他经济组织和个人;《价格法》第3条第3款规定:本法所称的经营者是指从事生产、经营商品或者提供有偿服务的法人、其他组织和个人;《反垄断法》第12条:“本法所称经营者,是指从事商品生产、经营或者提供服务的自然人、法人和其他组织。”鉴于《反不正当竞争法》通过的时间是1993年、《价格法》通过的时间是1997年、《反垄断法》通过的时间是2007年,考虑到新法优于旧法的原则,可以确定:是否以营利为目的不再是判断经营者身份的标准。从这一点出发,笔者认为:某些提供商品或有偿服务的组织以自己“属于公益单位、不以营利性为目的因而不是经营”为理由否定其服务对象属于消费者的主张从立法本意看是不

成立的。

其二,相关主体是否属于的结构性弱者。消费者是与经营者相对应的一个法律角色;在与经营者进行交易的过程中,消费者的弱者地位具有固定、必然、不可逆转的特征,因而属于结构性弱者。就如同刑事诉讼过程中,犯罪嫌疑人、被告人的弱者地位具有固定、必然、不可逆转的特征,因而属于结构性弱者的一样。

其三,相关主体是否属于市场交易过程中的结构性弱者。消费者是市场交易过程中的结构性弱者。在非市场交易过程中,比如刑事执法、行政执法过程中,也有结构性弱者,但他们并非消费者而是犯罪嫌疑人、被告人或者行政相对人,其权益受《刑事诉讼法》《行政诉讼法》《国家赔偿法》保护。

其四,相关主体是否属于末端市场交易过程中的结构性弱者。消费者与经营者的交易属于市场交易过程中的末端交易,消费者是商品和服务的最终使用者和接受者,是经营者不诚信行为所产生的危害结果的最终承受者。在非末端市场交易过程中,也有结构性强者和结构性弱者,比如说垄断企业和中小企业;但对非末端市场交易过程中结构性弱者的保护,由《反垄断法》和《中小企业促进法》负责。

从是否属于末端市场交易过程中结构性弱者的视角出发,笔者以为,界定消费者身份可以参考下列因素:(1)取得交易资格的难易程度:交易资格的取得是否需要登记,是否需要相关机关的批准;(2)内部分工的明确性和固定性:消费者即使由多人组成,其内部也没有明确的、固定的分工;(3)行为的规划性、长期性和专业性;(4)交易信息偏在的程度;(5)是否是商品或服务的最终使用者或者接受者;(6)交易对方是否属于经营者。

参考文献:

- [1] 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(2)
- [2] 梁慧星.关于消法第四十九条解释适用.人民法院报.2001年3月29日第3版
- [3] 张素华,吴维维.消费者范围解读——以《消费者权益保护法》为对象.湖北警官学院学报,2015(4)

作者简介:刘卫华(1978-),男,汉族,河北省沧州市人,法学硕士,佳木斯大学法律系讲师,研究方向:诉讼法学。