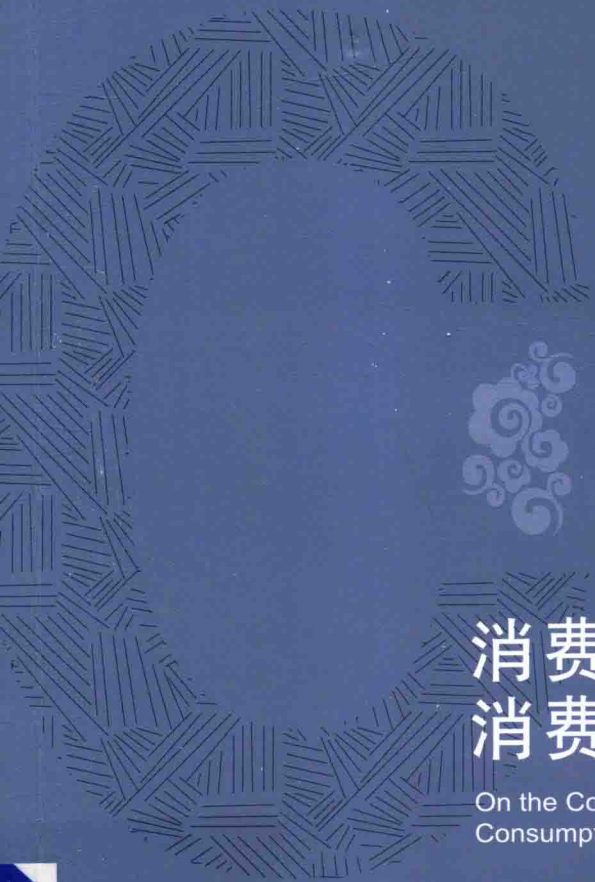




消费模式变革下的 消费者保护法研究

On the Consumer Protection Law from the Perspective of
Consumption Patterns' Transformation

王博 著

海外借

 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press





消费模式变革下的 消费者保护法研究

On the Consumer Protection Law from the Perspective of
Consumption Patterns' Transformation

王博 著



东北财经大学出版社

Dongbei University of Finance & Economics Press

大连

图书在版编目 (CIP) 数据

消费模式变革下的消费者保护法研究 / 王博著. —大连: 东北财经大学出版社,
2017.4

ISBN 978-7-5654-2745-9

I. 消… II. 王… III. 消费者权益保护法-汇编-中国 IV. D923.84

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 079997 号

东北财经大学出版社出版发行

大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连美跃彩色印刷有限公司印刷

幅面尺寸: 170mm×240mm 字数: 237 千字 印张: 16.75 插页: 1

2017 年 4 月第 1 版

2017 年 4 月第 1 次印刷

责任编辑: 时 博 王芃南

责任校对: 那 欣

封面设计: 张智波

版式设计: 钟福建

定价: 42.00 元

教学支持 售后服务 联系电话: (0411) 84710309

版权所有 侵权必究 举报电话: (0411) 84710523

如有印装质量问题, 请联系营销部: (0411) 84710711

本书系以下项目之阶段性研究成果

(1) 2015 年中国法学会部级课题青年调研项目“预付卡消费维权现状调查及其法律对策研究”，项目编号 CLS (2015) Y23。

(2) 2015 年辽宁省教育厅科学研究一般项目“辽宁省消费预付卡法律规制问题研究”，项目编号 W2015132。

(3) 2015 年东北财经大学青年科研人才培养项目“预付式消费履约担保机制研究”，项目编号 DUFE2015Q17。

(4) 2016 年辽宁省社会科学规划基金青年项目“网络消费信用评价体系的刑法保障研究”，项目编号 L16CFX003。

作者简介

王博（1986— ），女，黑龙江哈尔滨人，东北财经大学法学院讲师，法学博士，经济法教研室副主任，辽宁省经济法学会副秘书长，主要从事经济法学、消费者权益保护法的教学与研究工作。在《中国高等教育》《学习与探索》《商业研究》等 CSSCI 来源刊物公开发表学术论文二十余篇。主持中国法学会部级课题青年调研项目、辽宁省社会科学规划基金青年项目、辽宁省教育厅科学研究一般项目、东北财经大学青年科研人才培养项目各一项。

前言

为何要开展消费者问题研究？作为一名普通的中国消费者，一名热衷于消费活动尤其是各种新型消费的个体，笔者不断从理论层面反思消费中的现实问题。消费究竟为我们带来了什么？民众生活与社会发展又需要从消费中获得什么？为何会出现消费者问题，消费者问题又呈现哪些具体样态与发展趋势？解决消费者问题需要怎样的制度设计？

现代社会中，学界对于消费在经济社会运行过程中的价值、作用、运行机理等诸多问题都存在不同看法，既有“禁欲”之言论——控制消费欲望、限制消费活动，也有“鼓吹”之主张——引导消费欲望、提倡积极消费，更有“消费异化论”“消费符号化”等颇具代表性的观点。较为理性的观点认为，消费在经济活动中的价值不可小觑，应给予积极肯定，同时也需要通过制度理性引导和控制消费活动的形态、规模及观念，避免因不当消费引发外部性问题。同时，由于消费主导型经济增长模式已经成为各国——无论是发达国家还是发展中国家——经济发展的基本模式，对于长期以“生产出口型”经济占主导地位的中国而言，积极发展、适当引导国内消费必为大势所趋，可以说，中国的消费社会也

在逐步形成之中。综上所述，我们在理论上初步明确消费为社会发展和经济增长带来的利弊得失，而在权衡利弊得失、平衡利益冲突的过程中，消费观念、消费政策以及消费模式的变化引发了消费活动诸要素的变化，消费者问题也将随之变化并且呈现出新的样态。

自 20 世纪以来，消费者问题成为世界各国面临的共性问题 and 关注的焦点，只是由于各国经济发展的步骤不一，消费者问题的爆发过程、严重程度以及具体样态也存在些许差别。处于社会转型期的当代中国的消费者问题尤为突出，既有其他国家社会发展过程中所面临的共性问题，也有我国自身的特点，因此，消费者问题值得我们从多视角、多学科、多方法来关注。同时，由于消费者问题本身的复杂形态，涉及社会、经济、民生、传统习惯等诸多方面，笼统地以“消费者问题”或“消费者保护法律问题”为题展开研究，将会使得研究的目标缺乏针对性，得出的结论也可能难以达到预期的效果。因此，选取相应的研究视角，对本书的研究对象——消费者保护法——做出基本限定，在一定范围内展开研究是必要的、可行的。

首先，笔者希望能够在历史维度上做出一种限定，即作为一名中国消费者，笔者关注和研究消费者保护问题是将其置于当代中国的特殊环境之下、置于中国现实的消费实践活动之中的，需要以当代中国的社会转型作为研究的大背景，关注此背景之下中国消费模式的变革以及由此产生的消费者保护问题。因此，在当代中国“消费模式变革”这一题域下展开的消费者保护法研究更加凸显问题意识，也更具现实意义。其次，消费者问题的解决、消费者保护的践行是一个内容繁杂的系统工程，涉及消费观念的建构、消费者自身的消费教育、经营者的自我约束、不同行业的引导与监管、消费者组织的协调，当然更离不开消费者保护法律机制的设计和具体施行。由此说来，作为一名法律人，应当肩负起建设法治国家的历史使命，依托于自身所长的法律理论，在“消费者问题”与“法律保护机制”之间展开互动性研究，从而增强消费者问题研究的理论深度，在分析消费模式变革引发的消费者问题的基础上，深入探讨现有法律机制的不足，进而寻求新的法律应对机制并促进消费者保护法制之完善。

选取“消费模式变革下的消费者保护法”这一研究主题，旨在由消费模式变革下的消费者保护问题来分析当代中国的“社会与法”——社会之发展与法治之完善。具有中国特色的消费社会正在形成与塑造之中，消费社会的形成受到当代中国社会转型的影响，这种影响具体表现为消费模式的变化，而为了应对消费模式变化的具体形态及其引发的新型法律问题，需要我们探求在消费模式变革之下消费者保护法律机制的完善路径。

现代社会正逐步演变为消费主导型社会，我国也处于由生产主导型向消费主导型经济发展模式转变的过程中，消费在社会经济发展中的地位日渐重要。我们必须承认，人类已无法摆脱成为一个“消费者”的命运，消费活动已经成为国计民生的组成部分，消费者问题已然成为处于社会经济转型时期的当代中国之典型社会问题。同时，随着科技的进步与社会的发展，消费模式日趋多样化、复杂化，新型的消费者问题不断出现。通过分析和研究消费模式变革下的消费者问题，可以更为清楚地认识到转型时期中国消费社会中的法律问题，从而寻求应对中国社会转型中新问题的消费者保护法律机制，这也是本书研究的现实意义所在。

自消费者与经营者两大社会阶层出现以来，二者始终处于相互依存又相互对立的不同阵营。消费者作为弱势群体，时常面临因经营者欺诈、侵权等行为所引发的多种问题。而在解决这些问题的诸多途径中，法律机制占有举足轻重的地位。消费者保护立法的出现，便成为当今世界发达国家乃至发展中国家的共同法律现象。处于社会转型期的当代中国对解决消费者问题的法律制度的需求更为迫切，消费者保护法的理论研究也展现出更为广阔的发展空间。因此，本书通过对消费模式变革的基本内容以及由此对消费者保护立法所产生的冲击进行研究，明确消费模式变革下消费者保护法重构与完善的理论范畴、基本路径及研究方法，以求得我国消费者保护法律之理论建构，此为本书研究的理论意义。

2014年3月15日，修订后的《中华人民共和国消费者权益保护法》（以下简称《消费者权益保护法》）正式施行，本书的写作也正好见证了我国新《消费者权益保护法》的适用过程，具有鲜明的时代意

义。^①在施行二十年之际,《消费者权益保护法》的修订必然受到当代中国消费模式变革的影响,而由于《消费者权益保护法》在消费者保护法律体系中被定位为消费者保护基本法,其所规范的是基础性的消费者问题,调整范围仍然是有限的,不可能涉及消费者保护问题的方方面面。因此,消费者保护法律理论研究仍亟待深入,消费者保护法律体系也需要进一步建构和完善。另外,由于《消费者权益保护法》修订涉及多方面的内容,对于修订后《消费者权益保护法》的理解与适用也是法律实践中所要面临的重点问题,本书将结合消费模式变革的具体样态中出现的消费者问题来对修订后的《消费者权益保护法》进行评点,从理论与实践层面全方位、多维度地对消费模式变革下的消费者问题与消费者保护法完善展开研究。

本书围绕消费者问题与消费者保护法展开的研究,最为显著的特色就是由消费模式变革的背景入手,跳出传统规范法学单纯依赖的解释路径。因此,本书绝非仅仅立足于规范法学或者是注释法学,简单地对消费者保护的相关法律规范(法律条文)做出诠释和注解,置于笔者视野之内的,是当代中国消费模式变革的宏观考量以及通过法律思维对这一变革所做出的理论阐释。笔者不仅寻求对消费者保护问题进行整体性的法学理论构建和阐述,更想通过消费者保护法的基本原理来观察、解读和阐释当代中国的消费与消费者问题现状,并分析如何平衡消费者和经营者之间的利益冲突,从而引导消费者做出理性选择。同时,笔者希望“立足于法学,却不限于法学”,通过多学科多视角的综合研究,克服传统法学研究中“只见树木,不见森林”的单一研究模式,从法学学科的整体性与内在结构出发,从中国现实的消费活动与消费模式变革中的微观事件和宏观形势出发,探讨消费模式变革中新型消费者问题的法律应对。因此,本书以法学研究为主体,同时也涉猎经济学(尤其是消费经济学)、政治学(社会变革理论)、社会学(主要是消费社会学)甚至是

^① 第十一届全国人民代表大会期间,《消费者权益保护法》的修订即已纳入全国人大常委会五年立法规划,《消费者权益保护法》的大修工作正式启动。2009年5月,国家工商总局牵头启动修法工作,并于2010年将《消费者权益保护法》修订草案送审稿报送国务院。之后,《消费者权益保护法》修改中的各种争议性问题引发了各界的热烈讨论,在广泛征求各方意见过程中,《消费者权益保护法》修正案也数易其稿。至2013年4月,《消费者权益保护法》修正案在第十二届全国人大常委会第二次会议上提交审议,并于2013年10月25日最终获得通过。2014年3月15日,修改后的《消费者权益保护法》正式施行。

哲学及伦理学（消费哲学与消费伦理学）等领域的研究。

本书采取总分结构展开研究，共分为九章。其中前四章为基础理论部分，从宏观上研究消费者保护法的基础理论问题。第五章起到了承上启下的作用，该章以当代中国的社会转型为背景，指出消费主义观念、消费社会理论已在中国产生影响，提出并论证了中国已经初步显现出由“生产出口储蓄型社会”向“消费型社会”演进的局面，明确了我国所选取的“生产出口型”与“内生消费型”并进的二元经济增长格局，分析了中国特色的消费社会在形成与塑造的过程中对我国传统消费模式产生的影响。同时，本书第五章依托法学研究思维对消费模式做出界定，进一步论证了消费乃是“消费者在特定的空间维度内（现实或虚拟）、选取特定的商品（物质或非物质）或服务为对象并通过特定媒介形式（积累性财产或信用及预期收入）、在特定的时间维度内（即时或预付）所进行的市场活动”，而消费模式便是在消费活动中抽象出的“空间、客体、媒介与时间”等要素共同组成的系统。以此为核心观点，总结了当代中国消费模式变革后的消费样态，即网络消费、非物质产品消费、信用消费以及预付式消费四种具体样态，同时指出上述消费模式变革对我国消费者保护立法的冲击以及消费者保护法完善的进路。本书的后四章从消费者保护法的视角，针对网络消费、非物质产品消费、信用消费和预付式消费中所产生的各种消费者问题进行了系统分析，对我国现行的消费者保护法律规范进行解读与评价，分析现有立法存在的问题，指出相关消费者立法的缺失，并对不同消费模式变革中产生的各种消费者问题的消费者保护法之完善与相关法律适用做出了理论回应。

综上所述，本书是沿着一条主线、四个具体论题而展开的。

一条主线，即消费者保护法基础理论—消费模式变革—具体要素引发各种新型消费者问题—法的局限—消费者保护法重构与完善。

论题之一，即消费模式变革—空间要素变化—网络消费中的消费者问题—消费者保护法之重构与完善。

论题之二，即消费模式变革—客体要素变化—非物质产品消费中的消费者问题—消费者保护法之重构与完善。

论题之三，即消费模式变革—媒介要素变化—信用消费中的消费者

问题一消费者保护法之重构与完善。

论题之四，即消费模式变革一时间要素变化一预付式消费中的消费者问题一消费者保护法之重构与完善。

本书是我在消费者保护法方面的研究成果，即将付梓之际，感谢我的父母、爱人与女儿，数年的学习生涯，如果没有他们的理解和鼓励，我不能坚持到今天。同时，还要感谢东北财经大学法学院的领导与同事，感谢他们长期以来对我的教学与研究工作的帮助和支持。感谢东北财经大学出版社的相关人员为本书的出版付出的辛勤劳动。书中的不足之处在所难免，敬请同仁批评指正。

王 博

2017年3月31日

目录

第一章 消费者与消费者问题 / 1

- 第一节 消费者的基本界定 / 2
- 第二节 消费者问题之考察 / 10
- 第三节 消费者运动及其诉求 / 20

第二章 消费者保护法的基本理论 / 30

- 第一节 消费者保护法的界定 / 30
- 第二节 消费者保护法的外部关系 / 37
- 第三节 消费者保护法的基本体系 / 40
- 第四节 域外消费者保护法的发展演变及其现状 / 45
- 第五节 我国消费者保护法的发展进程 / 54

第三章 消费者保护法的权利、义务与责任之构造 / 61

- 第一节 消费者权利的基本构造 / 62
- 第二节 经营者义务的基本问题 / 69

第三节 消费者保护中的公权力配置 / 75

第四节 消费者保护与社会组织的作用 / 79

第五节 消费者保护法中的法律责任 / 84

第四章 消费者保护中的特别救济机制 / 89

第一节 惩罚性赔偿机制 / 90

第二节 产品召回机制 / 95

第三节 消费后悔权机制 / 100

第四节 公益诉讼机制 / 106

第五章 消费模式变革与消费者保护法的理论重构 / 112

第一节 社会转型与消费模式变革 / 113

第二节 消费模式变革之初步展开 / 118

第三节 消费模式变革对我国消费者保护立法的冲击 / 126

第四节 消费者保护法完善进路的初步展开 / 133

第六章 电子商务活动中的消费者保护问题 / 142

第一节 网络消费行为及其引发的消费者问题 / 143

第二节 网络消费者保护的权利义务结构之调整 / 153

第三节 网络消费者保护的公权力介入 / 167

第七章 非物质产品消费中的消费者保护问题 / 177

第一节 产品非物质化现象及其引发的消费者问题 / 178

第二节 完善非物质产品消费者保护的基本法律路径分析 / 184

第三节 非物质产品消费中消费者保护的权利义务结构完善 / 189

第四节 非物质产品消费者保护中的公权力介入 / 193

第八章 信用消费中的消费者保护问题 / 200

第一节 信用消费的基本界定及其引发的消费者问题 / 201

第二节 信用消费模式下消费者权利之建构与深化 / 208

第三节 公权力介入信用消费规制之理性分析 / 215

第四节 发展信用消费的制度框架与法律保障 —— 信用消费专门立法之提倡 / 220

第九章 预付式消费中的消费者保护问题 / 223

第一节 预付式消费模式及其引发的消费者问题 / 224

第二节 预付式消费中消费者保护的权利义务结构之完善 / 232

第三节 预付式消费中的市场监管与公权力介入 / 238

结论 / 244

参考文献 / 249

第一章 消费者与消费者问题

在以市场经济为主导的西方社会，曾经充分信赖市场机制的人们——政治家、资本家、学者、工人以及形形色色的人们——突然发现，市场在为他们源源不断地提供大量商品、相对充分的就业、稳定的收入以及种种形式财富的同时，也为他们带来了一系列的危险和潜在的隐患，这些危险和隐患影响着他们的生活，甚至威胁他们的生命和人身安全，无论你所处的社会地位如何，都无法逃离。但是，更为可怕的是，被他们无比信赖的、可以称其为“万能良药”的市场本身无法医治这些问题。在这种情况下，市场已经无法通过其自身机制做出基本选择，市场失灵成为广大消费者不得不面临的现实。我国在实行社会主义市场经济后也曾出现过消费者问题，表现出消费者运动的迹象，这些因素促使我国消费者保护立法的颁布与实施。21世纪是消费者保护的世纪，随着科学的发展和社会的变迁，消费过程日趋多样化、复杂化，新型的消费者问题不断出现，消费者运动与消费者保护立法均有存在和发展的空间。

第一节 消费者的基本界定

研讨消费者保护法律制度的完善，消费者的概念自然是不可避免的研究对象。然而，以往的研究往往以规范层面的消费者概念为重点，忽视了作为客观事实的消费活动，这一传统进路的局限性，体现为我们对消费者概念的理解已经无法适应社会变迁过程中消费模式的变化。因此，对于消费者的理解应当跳出单纯的规范解读，注重从市场活动的角度进一步认识消费行为，从而对消费者与消费者问题进行研究。

一、“消费”的语境

在传统意义上，消费被视为生产的附属物，是经济运行过程的终端环节，也是生产的必然结果，因此，所谓消费就是将生产出来的产品使用掉、消耗掉或是淘汰掉。广义的消费，是人类社会经济活动的重要行为和过程，包括生产消费和生活消费两个方面。生产消费是指生产过程中工具、原料、燃料等生产资料和劳动的消耗，生活消费是指人们为满足个人生活需要而消耗各种物质资料和精神产品。

随着福特主义生产方式的诞生和推广，西方社会进入大众消费主义社会。消费主义是指“消费者的欲望对商品交换价值实现的积极作用”，它鼓励和扩大国民的消费需求，是商品经济良性运行的条件之一，从而消费者的欲望、需要和情感便成为资本作用、控制和操纵的对象，并变成一项欲望工程与营销手段。^①如今的生产已经不单是产品的生产，同时还是消费欲望和消费激情的生产，更是面向几十亿消费者的生产。在经济和社会运行的过程中，消费的地位日益凸显，生产主导逐渐让位于消费主导，消费活动不再仅局限于为了满足人们的生理需要而进行的一种“消耗性”活动，成为人们确认与彰显社会身份的“建构性”活动。

现代社会是消费社会，在现代化的社会中，消费已经成为社会生活

^① 杨魁，董雅丽. 消费文化——从现代到后现代 [M]. 北京：中国社会科学出版社，2003：108-110.

与生产的主导动力和目标,现代社会的经济发展模式是一种以消费为本位的社会形态。当我们在消费社会的意义上讨论消费的时候,这种消费通常是指个人的消费,并且是满足人们的基本生存需要以外的某种需要的活动。同时,消费社会还被用来强调社会生产在满足基本生存需要的同时,已经逐步超出了生产、生存必需的范围,演变成一种过度使用与花费的“符号化”的消费样态,因此,消费社会中的这种不当消费观念和行为必须通过良性的制度来引导和控制。毫无疑问,在消费主义渗透之下,消费社会在中国初步形成,作为意识形态的消费观念的转变以及相应的消费模式的变革,都实实在在地展现在人们面前。

在高度组织的工业社会,判定社会地位的标准之一,或者说取得社会认同的依据是财富的力量,而能够直接表现财富从而获得保持社会地位、成功的荣誉感或社会认同度的手段,似乎非“消费”莫属。^①在法国社会学家让·波德里亚看来,“当代在商品经济影响下的(资本主义)社会已经从生产主导型社会进入到了消费主导型社会,消费构成了社会运行的主导性逻辑和根本性动力”^②。这种由消费来主导社会经济活动的现象,已逐渐成为市场经济主导型社会中的共性,而处于社会变革之中的中国,正在受到这种现象的影响,且潜移默化之中,消费社会中的种种场景也凸显出来。现代社会中的消费行为与传统社会(前消费社会)的显著不同在于,其不仅是一种满足自身的行为,更是一种嵌入社会活动中的沟通行为,而且越来越表现出其独特的交流功能,甚至成为社会建构的形式并形成其独特的社会交往体系。

从根本上讲,消费活动作为一种独立的社会现象,是经济发展和社会变革的重要元素之一。“消费”这一事物本身具有其独立的价值,上述原因虽然为消费模式变革创造了客观条件,但不可否认的是,消费模式变革的动因或者说根本力量还是消费在社会发展中所具备的功用和价值。消费自身的影响力决定了社会分工、科技发展、营销活动等因素只能在消费模式变革过程中起到一定的促进和辅助作用。

消费并不仅仅是一种经济现象,消费也是一种现实的民生,更是一

① 凡勃伦. 有闲阶级论 [M]. 蔡受百,译. 北京:商务印书馆,1964: 64.

② 波德里亚. 消费社会 [M]. 刘成富,全志钢,译. 2版. 南京:南京大学出版社,2006: 29.