

消费者内涵外延之探讨 PDF转换可能丢失图片或格式，建议
阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/480/2021_2022__E6_B6_88_E8_B4_B9_E8_80_85_E5_c122_480466.htm

引言：《消法》作为与社会成员切身利益息息相关的部门法律，无疑在社会生活中发挥着重要的调节作用，它为弱势群体维护自身的人身财产权益提供了有力的法律武器，可以说《消法》的颁布实施对于促进市场经济秩序健康有序运行是功不可没的。但是，随着市场经济体制在我国不断地完善和深化，《消法》的历史局限性也越来越明显，其积极作用的发挥正在受到其历史局限性的制约，“消费者”概念的模糊和不科学，已使《消法》在现实生活中的调节作用大打折扣。因此，探究“消费者”内涵外延的应有之义已不再是一个单纯的学术问题，同时也是一个紧迫的法律修订问题。

关键词：消费者 涵义比较 立法建议

《消费者权益保护法》（下称《消法》）是中国第一部专门以消费者权益为保护对象的部门法律，它的颁布实施对于建立健康有序的市场经济秩序有着重要的作用。但在“王海打假案”浮出水面之前，人们对于《消法》的实施并没有给予太多的关注，当然对于《消法》中“消费者”这一重要法律概念理解上的分歧，也就没有成为一个急需澄清的法学问题。“王海打假案”所引发的关于何谓消费者的争论，历经十余年至今未休，无论法学理论界，甚或司法实务界都存在着截然不同的观点和看法。就其原因，实为法律条文规定本身的不明确，或者说不科学使然。《消法》第二条规定“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”。该条文并没有明确给出消费者的定义，对于什么是消费者，在理解上主要存在两个方面的分歧：一是消费者是否包括单位；二是何为“生活消费”。在法学理论界大多学者主张消费者仅指自然人而不包括单位，其主要理由是：“单位并非终级消费的主体，其作为自然人的集合体，购买商品或接受服务的目的是为了单位成员或其他有关人员的利益，归根结底自然人仍是终极消费的主体。”历年律师资格考试和司法考试指定用书都持这种观点，著名法学家梁慧星先生亦是这种观点的支持者，但也有相当一部分学者认为消费者不仅包括自然人还应包括单位。对于“生活消费”涵义的理解，单就购买、使用商品而言，就存在多种观点，其中具有代表性的观点有两种：一种观点认为，应以购买者的动机和目的作为识别“生活消费”的标准，根据一般人的社会生活经验，即所谓的“经验法则”加以判断。而另一种观点认为，应以购买的物品是否属于生活消费品作为判断标准，至于购买的目的是为物质文化生活的直接消耗需要，还是为打假获得物质利益等则在所不问。就服务领域而言，确定是否为“生活消费”，首先存在一个服务范围的确定问题。在国际上，服务范围相当广泛，像电信、互联网、金融、保险、医疗、交通、教育、旅游、房屋装饰装修等都属于服务范畴，而在中国由于经济转型尚未完成，市场经济和计划经济并存，许多服务领域还属于国家垄断经营，民营主体还不占有主导地位，经营者与服务对象之间的关系，还不是严格意义上的市场交易关系。因此，在像医疗、教育、交通等关系国计民生的重要服务领域，接受服务是否属于“生活消费”都还存在很大争议，到目前为止尚没有定论。鉴于

消费者涵义的界定直接关系到《消法》的适用范围，进而影响着市场经济秩序的运行，因此从学理的角度和立法的角度探究其应然之义和实然之义就显得尤为必要。

一、国外立法中消费者之界定。我国立法活动相对落后的现实，决定了具体法律的制定必然要走借鉴西方发达国家立法经验的路子，《消法》也不例外。因此准确界定消费者的涵义，就有必要先了解一下国外相关法律的规定。美国权威的《布莱克法律词典》对消费者的定义是“所谓消费者是从事消费之人，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。”欧盟《EC指令》指出所谓消费者，是指在以本指令作为对象的合同中，为自己的营业、事业、或者专门职业以外的目的而实施行为的所有自然人。国际标准化组织消费者政策委员会将消费者定义为“为了个人目的购买或者使用商品和接受服务的个体社会成员。”在澳大利亚，消费者指的是为了个人使用或家庭使用的目的而购买特定货物或接受服务的人；个人购买的商品或服务不超过4万澳元时，也被称为消费者。如果购买人在获得了货物或服务之后，又使其重新进入流通领域而转卖出去，则不属于消费者。

从上述定义可以看出，在国际上一般都是把消费者界定为自然人，而且都强调购买商品或接受服务的非营利性，只是在认定是否具有营利性或者说是否为“生活消费”时，采用了不同的认定标准。如美国直接以“最终产品或服务的使用人”来限定，从而排除了单位作为消费者的可能，也排除了为营利性经营活动而购买商品或接受服务的人成为消费者的可能。而欧盟《EC指令》则采用排除法，以“为自己的营业、事业、或者专门职业以外的目的而实施行为”作为

限定条件,从而基本排除了生活消费以外的情形。国际上之所以对消费者作如此界定,与消费者权益保护立法的历史背景有关。18世纪以前,西方国家的民法对消费关系的调整,坚持适用民法有关合同的一般规则,采用了一种叫做买者当心的原则。19世纪以来,随着大公司、大企业的蓬勃兴起,消费者在与这些大公司、大企业进行交易的时候,形式上看似平等,但实际上消费者处于弱者的地位,缺乏和对方讨价还价的能力。大公司、大企业,常常采用格式条款限制消费者的权利,规避自己的责任,而消费者则只能被迫接受。消费者由于势单力薄,再加上产品瑕疵造成损害后难以举证,致使消费者往往很难从这些大公司、大企业获得赔偿,消费者要求政府给予保护的呼声日渐高涨。到20世纪五、六十年代,伴随着西方国家的经济繁荣,爆发了大规模的消费者权益运动,西方国家诸如美国、英国,民众强烈要求立法对消费者给予特别保护,在这种背景下出台的保护消费者权益的法律必然以保护个体消费者的权益为己任,因此几乎毫例外地将消费者定义为“个体成员”或者“个人”,而不包括单位或组织。

二、我国《消费者权益保护法》中消费者的立法涵义 《消法》是国家工商局代表国务院起草的,在起草过程中,有一个修改和变化的过程。国家工商局起草并经国务院审议同意的《消法(草案)》将调整范围限定为个人生活消费,即个人为生活消费需要而购买、使用商品或者接受服务(草案第二条)。生产消费虽然也会影响到生活消费,但它对消费者来说只是一种间接影响,因而没有纳入该法的调整范围。至于农民购买、使用直接用于农业生产的生产资料,其性质也属生产消费,本不属于该法的调整范围,但考虑到

目前我国农村普遍实行的是家庭联产承包责任制，一方面农业生产力和农民的经济能力还不高，另一方面假农药、假化肥、假种子等农用生产资料坑害农民的情况还很严重，农民受损害后又没有适当的途径寻求保护，因此草案规定：“农民个人购买、使用直接用于农业生产的生产资料，参照本法执行。”（草案第五十六条）此外，单位生活消费虽然大量存在，但是单位作为消费的主体与个人毕竟不大一样，当发生争议时，可以适用经济合同法等有关法律、法规予以调整。因此，草案没有将单位生活消费纳入该法调整范围。从《消法（草案）》看，国家工商局在起草该法时是借鉴了国际上通行的做法，将消费者界定为“为生活消费而购买、使用商品或接受服务的个人”，而不包括单位。但在八届全国人大常委会第三次会议对《消法（草案）》进行初步审议时，一些委员和地方、企业提出，单位购买生活资料最后也是由个人使用，保护消费者权益的范围可以不排除单位和集体，只要用于生活消费的，都可以适用该法。因此，建议删去草案规定的“前款所称消费者，是指消费者个人”的规定。

事实上，当时的人大常委会采纳了这一建议，但遗憾的是正式颁布实施的《消法》文本虽删去了“前款所称消费者，是指消费者个人”的规定，但却没有进一步明确规定“消费者包括个人和单位”，而是回避了消费者的定义，从而造成了消费者涵义理解上的分歧。不过从目前各地立法实践看，地方行政法规普遍持“消费者包括个人和单位”的观点。

三、消费者涵义界定之探析 正如文章开首部分所述，消费者涵义的界定关系着《消法》的适用范围，而《消法》适用范围又直接影响着市场经济秩序的运行。因此，从理论上探究

消费者应然之义，无论对于司法实践活动还是对于立法修订活动，都具有现实的或长远的指导意义。对于消费者应然之义，有各种学说、观点，可谓是“仁者见仁，智者见智”。明确给出的定义就有好多种，如“消费者是指为消费需要购买、使用商品或者接受服务的自然人，但购买商品或者接受服务之后又使其重新进入流通领域而转卖出去的除外”；“消费者是指为个人生活消费需要而购买、使用商品和接受服务的自然人”；“消费者是指为满足个人或家庭生活需要而购买、使用商品或接受服务的个体社会成员”；“消费者是指非以盈利为目的的购买商品或者接受服务的人”；“消费者应当是非以营利为目的而购买商品或接受服务的单位或个人”等等。如何从这些令人眼花缭乱的学说、观点之中理出一个较为清晰的、具有相当说服力的思路，从而给消费者下一个具有一定的前瞻性，但又不至于完全脱离现实的定义来，是笔者想要尝试的。从上文的论述中可以得出两点结论：一、目前西方发达国家的立法及国内法学理论界普遍将消费者界定为“个人”，而不包括单位或组织；二、国内地方立法普遍认为单位可以成为消费者。为什么会出现两种极为不和谐的结论呢？这恐怕要从中国与西方发达国家社会制度的差异中寻找答案。西方发达国家都是建立在资本主义私有制经济基础之上，政治上崇尚民主与个性自由，社会保障体系也比较完善，个体成员与社会组织之间多是一种没有人身依附性的契约关系，权利义务关系明确，社会组织代为购买商品或服务的情况并不多见。而我国长期以来实行的都是纯而又纯的社会主义公有制经济，在政治上强调国家和集体观念，缺乏一个健全的社会保障体系，个体成员与

社会组织之间既存在经济上的依存关系，又存在人身上的依附关系，双方之间权利义务关系不明确，个体成员的吃穿住行甚至婚姻家庭、子女上学、就业等问题，所在的社会组织都要过问，因此社会组织代为购买商品或服务的情形比较常见，所谓的“单位生活消费”可以说在市场交易中占有相当比重。虽然，随着经济体制改革的不断深化，这种状况有所改观，但毕竟“从量变到质变”还需要一个长期的过程。正是基于这样的现实背景，部分立法者在《消法（草案）》的审议过程中，提出了单位也应作为消费者纳入该法保护范围之中的建议，并最终为当时的人大常委会所采纳。事实上这种主张并没有经过严密的理论论证，更多是一种感性的认识，“单位购买生活资料最后也是由个人使用”的理由其实是经不住推敲的。因为单位购买生活资料供个人消费时，个人完全可以以消费者的身份主张相关的权利，并没有必要以“单位”名义或由单位出面。从国内的现实背景看，随着政治经济体制改革的不断深化，“单位生活消费”的现象必然会大幅度减少，相反，社会成员个人消费则会大幅度增加，消费种类及范围也会越来越丰富和广泛。从国际消费者权益保护立法的发展趋势看，保护消费者权益的范围已不再局限于生活消费，而是越来越趋向宽泛化。事实上，购买、使用商品，到底是为生活消费还是为生产消费，在现实生活中往往很难完全区分开来。比如购买私家车、笔记本电脑、手机等多用途的贵重物品，就不好简单说其是用于生活消费还是生产消费，因为在不同时间、不同场合这些商品有着完全不同的功能和作用。同时，随着社会经济的发展和物质文化生活的丰富，众多服务领域的消费也很难说得清是生活消费还是

生产消费。比如，到歌厅舞厅去唱歌跳舞、参加健美俱乐部、炒股票、买保险等等，都很难用传统的标准加以区分。那么怎样的定义才算合适呢？笔者认为，一方面定义本身应当反映消费者权益保护的现实，以便更好地发挥法律的社会规范作用；另一方面，定义本身还应当在一定程度上反映消费者权益保护的未來，以便使法律本身具有适度的前瞻性，从而保持法律的相对稳定性。基于这样的思路和上文谈及的理由，笔者将消费者定义为：消费者是指购买、使用商品或接受服务的个体社会成员，但购买商品或接受服务后，又用于交易的除外。参考文献： 参见李昌麒、刘瑞复主编《经济法》第342页，法律出版社，2004年12月第1版。 参见梁慧星：“关于消法四十九条的解释适用”，载《人民法院报》2001年3月29日第3版。 同 同 参见：1993年8月25日八届全国人民代表大会常务委员会第三次会议上，国家工商行政管理局局长刘敏学所作的“关于《中华人民共和国消费者权益保护法（草案）》的说明”。 参见：2000年全国律师资格考试指定用书《经济法》第13页和2001年全国律师资格考试指定用书《商法•经济法》第193页。 张严方：《消费者保护法研究》，法律出版社2003年3月第1版，第113页。 参见：王利明《wto与消费者权益保护》一文，载于www.xslx.com/htm/mzfz/fxtt/2002-11-2-10960.htm 同 参见：1993年10月22日第八届全国人民代表大会常务委员会第四次会议上，全国人大法律委员会副主任委员项淳一所作的“关于《中华人民共和国消费者权益保护法（草案）》审议结果的报告”。 参见《上海市保护消费者合法权益条例

》（1994年12月9日修正）第二条第一款；《湖南省消费者权益保护条例》第二条；《西安市保护消费者合法权益条例》第二条；《青海省实施 中华人民共和国消费者权益保护法办法》第二条。 参见：李志刚 吴爱民《中国消费者权益保护法修改建议稿说明书》，载于“法律论文资料库”，网址：www.law-lib.com/lw/lw_view.asp?no=6825 同 参见：国家标准计量局1985年颁布的《消费品使用说明总则》。参见：王利明《WTO与消费者权益保护》，载于“学说连线”，网址：www.xslx.com/htm/mz fz/fxtt/2002-11-2-10960.htm 同 笔者认为“单位”不是一个通用的法律术语，故用“社会组织”一词替代“单位”。（作者：杨继泽，江苏博事达律师事务所）100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com