

【百家争鸣】

“保险消费者”概念质疑

——以“保险相对人”概念取代“保险消费者”的合理性

任以顺

(中国海洋大学 法政学院, 山东青岛 266100)

摘要: “保险消费者”是一个我国立法从未提及, 却已被官方确认并被社会广泛运用的概念, 学界鲜见对其提出反对或质疑。我国《消费者权益保护法》规定的消费者及消费范围仅限于自然人及生活消费, 不包括法人、其他组织及生产消费, “保险消费者”作为“消费者”的种概念, 定位亦然。我国“保险消费者”概念的确定和使用, 缺乏对其内涵与外延的缜密逻辑论证和准确界定, 存牵强附会之嫌, 有削足适履之感, 极易带来理论困惑与司法难题。若用“保险相对人”概念取代“保险消费者”概念, 可以定纷止争, 避免棘手难题, 不失为一项上策。

关键词: 消费者; 保险消费者; 保险相对人; 消费者权益保护法

中图分类号: D922.284 文献标志码: A 文章编号: 1009-8003(2015)06-0091-06

我国的保险业之所以被誉为 21 世纪的朝阳产业, 不仅在于其在改革开放以来取得了保费收入年均 28.3% 的发展速度, 还在于保险已经成为“市场经济条件下风险管理的基本手段”, 成为“金融体系和社会保障体系的重要组成部分, 在社会主义和谐社会建设中具有重要作用”,^① 其“经济助推器”和“社会稳定器”的功能日渐凸显, 未来有着十分广阔的发展空间。2014 年《国务院关于加强发展现代保险服务业的若干意见》(以下简称《新国十条》) 进一步指出“保险是现代经济的重要产业和风险管理的基本手段, 是社会文明水平、经济发达程度、社会治理能力的重要标志。”与此相应, 对投保人、被保险人、受益人以及被保险人的继承人在保险活动中的利益保护, 理应受到社会关注。

一、我国“保险消费者”概念起源与发展的回顾

在我国, “保险消费者”的概念并非舶来品, 而是产生于 20 世纪末、发展于 21 世纪初的一个土生土长的概念, 尽管其与后来人们翻译外文资料得到的同一概念在文字表述上完全相同。检索大量文献资料查找论题中包含“保险消费者”的论文之后发现, 最早在国内学术刊物论文题目中完整提出“保险消费者”概念者, 是《中国保险管理干部学院学报》1994 年第 5 期署名于冬泉的文章——《市场经济中的保险消费者行为分析》, 但该文基本不涉及保险消费者权益保护问题。此后, 直至 2011 年底国内期刊发表的题目包含有“保险消费者”的论文每年都屈指可数, 从“中国知网”上检索, 总共只有 29 篇, 到 2012 年后该类论文才大量涌现, 2012 年 27 篇, 2013 年 29 篇, 2014 年 17 篇。

在 2008 年爆发全球金融危机的背景下, 第十一届全国人大常委会第 7 次会议于 2009 年 2 月 28 日对《保险法》的保险合同部分作了较大幅度修订, 其突出特点之一是加大了对被保险人、受益人、投保人利益的保护。此举可谓“一石激起千层浪”。此前多年来一直存在于我国保险业中被社会广为诟病的

收稿日期: 2015-09-25

作者简介: 任以顺(1956-), 男, 山西应县人, 中国海洋大学保险法研究中心主任暨法政学院法律系教授, 主要研究方向: 保险法学、公司法等。

①详见 2006 年《国务院关于加强保险业改革发展的若干意见》(简称《国十条》)。

“销售误导理赔难”、“条款冗长 晦涩难懂”、“保险人条款说明义务履行不到位”等侵害投保人、被保险人、受益人权益的问题,受到社会的进一步关注,保护“保险消费者”权益的命题,不断渐进地出现于媒体,而且也成为法学界研究的热门话题。为了维护投保人、被保险人、受益人的权益,2011年中国保监会成立了保险消费者权益保护局,保监会下属的各监管局相应成立保险消费者权益保护处。2012年1月17日,保监会下发《关于做好保险消费者权益保护工作的通知》(保监发〔2012〕9号),对保险消费者权益保护工作提出全面要求。至此,“保险消费者”这一概念在我国得到官方确认,并被越来越广泛地运用于各类官方文件、领导发言、新闻媒体报道之中,学术界有关保险消费者及其权益保护方面的论文乃至各渠道的课题研究也纷至沓来、接踵而至,对保险消费者及其权益保护方面的研究俨然成为一种社会时尚和历史潮流。检索国内期刊发表的题目中含有“保险消费者”的论文后发现,在上百篇的公开发表论文中,对“保险消费者”的提法基本都是一边倒式的直接或间接赞许的态度,鲜见有人对“保险消费者”的概念提出反对甚至质疑。在通过“中国知网”搜集的百余篇论文中,仅有两篇发表于2012年的论文对“保险消费者”的概念提出了质疑^①,其在同一议题的论文中占比不足2%。2012年4月26日,中国保监会保险消费者权益保护局与中国保险学会围绕“保险消费者权益保护理论与实践”主题,共同举办了“保险消费者权益保护有奖征文活动”。2012年至2015年连续五年的全国保险监管工作会议,每年都提及“保险消费者”议题。^②2014年《新国十条》在第8条“加强和改进保险监管,防范化解风险”中专列一项“加强保险消费者合法权益保护”内容^③。为贯彻落实《新国十条》,中国保监会2014年11月14日发布的《中国保监会关于加强保险消费者权益保护工作的意见》强调“保险消费者是保险业赖以生存发展的前提和根基。保护消费者合法权益是保险监管机构的核心职能,是保险行业的共同责任。”使“保险消费者”的概念及其使用进一步走向“法定化”。^④然而,对“保险消费者”概念内涵与外延的准确定位,却成了一个“剪不断,理还乱”的棘手难题。

二、“保险消费者”概念内涵与外延解析

内涵和外延是概念的两个基本逻辑特征。任何一个真实反映现实的概念都包括有内涵和外延两个方面。概念的内涵是反映在概念中的对象的特有属性和本质属性,就是人们通常所说的概念的含义。概念的外延是概念所反映对象的总和,也就是概念所确指的对象的范围,或者是概念的适用对象。对于“保险消费者”的概念,自然应当在严密分析论证的基础上对其内涵与外延进行准确定位。我国《保险法》第134条规定“保险监督管理机构依照本法和国务院规定的职责,遵循依法、公开、公正的原则,对保险业实施监督管理,维护保险市场秩序,保护投保人、被保险人和受益人的合法权益。”保险监管机构的法定职责之一是保护投保人、被保险人、受益人的合法权益,提出“保险消费者”这一概念,并建立保险消费者权益保护局,显现了保监会维护保险相对人合法权益的态度与促进保险业健康发展的决心,可谓用心良苦。《新国十条》以及中国保监会关于“加强保险消费者合法权益保护”的动机与出发点毋庸置疑,然而,作为反映对象特有属性或本质属性思维形式的概念,是构成判断、推理的要素,对于一项重大方针策略的提出与实施,其所使用核心概念的准确性、科学性、合理性十分重要。如果仅仅提出并实施“保护保险消费者权益”,而对“保险消费者”概念的内涵与外延始终不能够作出具有充分说理性的权威性解释,必将不利于该方针策略的稳健贯彻实施,并将带来一系列后遗症。

特别需要注意的是,截至目前,包括《保险法》在内的我国所有规范性法律文件,不仅没有对“保险消费者”概念作出过定义,甚至也从来未见提及过这一名词。“保险消费者”的概念当属“消费者”的下

^①曹琦《论“保险消费者”概念的不合理性》,载《时代金融》2012年第8期;邢楠《对保险消费者概念的商榷——兼论保险相对人权益保护范式的选择》,载《上海商学院学报》2012年第1期。

^②见中国保险监督管理委员会网站。

^③该项内容为“推动完善保险消费者合法权益保护法律法规和规章制度。探索建立保险消费纠纷多元化解决机制,建立健全保险纠纷诉讼、仲裁与调解对接机制。加大保险监管力度,监督保险机构全面履行对保险消费者的各项义务,严肃查处各类损害保险消费者合法权益的行为。”2006年的“国十条”中尚无“保险消费者”的提法。

^④中国保险监督管理委员会成立于1998年1月1日,根据国务院授权履行全国保险行业行政管理职能。

位概念,两者属于属种关系,后者是属概念,前者是种概念,因此对“保险消费者”概念的分析与理解,应当先从“消费者”的概念入手。消费者是一个与经营者相对应的概念。现代汉语中的消费是指为了生产或生活需要而消耗物质财富,以此为据可以将消费者直译为消耗物质财富的人。法学意义上的“消费者”外延宽泛,较为复杂。我国《消费者权益保护法》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……”。而现代汉语语义中的生活,又是指人或生物为了生存和发展而进行的各种活动。一般而言,应当将该法条规定理解为:第一,消费的范围仅限于以生活消费为目的的范围,并不包括以生产需要为目的的消费;第二,消费者仅限于自然人,并不包括法人及其他组织。法条中“为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务”之中“生活”一词的使用,等同于在“消费”之中祛除了“生产性消费”的成分,排除了法人以及其他组织作为消费者的主体资格。

王利明先生指出“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。……消费者权益保护法中所指的‘消费者’原则上仅限于自然人,而不应当包括单位,单位因消费而购买商品或接受服务,应当受合同法调整。不能够以购买的物品是否属于生活消费品作为判断是否为‘生活消费’的标准,判断是否‘生活消费’,也不应考虑购买者的目的与动机。”^①纵观域外相关法律制度可见,绝大多数国家和地区立法都不承认自然人之外任何组织的消费者主体资格和地位。我国立法机关2013年对《消费者权益保护法》的修正中,继续保留“消费者为生活消费需要”的表述足以证明,在我国法律意义上的消费者仅限于自然人。如此看来,作为“消费者”下位概念的“保险消费者”,无论如何都不应当包括国家机关、企事业单位、人民团体及其他社会组织。支持这一结论的理由还在于:社会组织 and 单位的“人格”是法律拟制的,单位虽然可以作为商品买受人或服务合同的订立人,但最终不能成为产品及服务的直接使用、享用人,不应当成为法律意义上的消费者。如此看来,“保险消费者”的概念外延不包括任何机关单位,应当仅限于自然人。

中国保监会保险消费者权益保护局课题组曾经将“保险消费者”定义为“已经或者正在准备与合法的保险经营者建立保险合同关系,购买保险产品、接受保险服务的自然人、法人和其他组织,包括投保人、被保险人和受益人。但能够与保险经营者议定单独的保险合同内容及价格(不包括通过批改或保全等方式变更保险合同条款)的法人和其他组织除外。”^②笔者以为,该定义未必准确。首先,将“保险消费者”的概念内涵限定于与“保险经营者建立保险合同关系”,等于将投保人之外的其他主体排除于“保险消费者”的概念外延之外,因为在保险活动中与保险经营者建立保险合同关系者只有投保人。同时这也与该定义表述中对其列举的概念外延“包括投保人、被保险人和受益人”内容自相矛盾;其次,将“能够与保险经营者议定单独的保险合同内容及价格”之外的“法人和其他组织”列入“保险消费者”的概念外延不合理。这是因为:第一,“消费者”是“保险消费者”的属概念,“法人和其他组织”既然不属于消费者,自然也不应当属于“保险消费者”^③;第二,以“保险责任和责任免除”为主的保险合同内容,基本体现于保险条款中,在现实保险活动中,绝大多数保险合同的订立,均使用保险公司提供的格式化保险条款,通过“与保险经营者议定单独的保险合同内容”方式签订保险合同者较为少见,依此看来,该概念虽然看起来对“议定单独的保险合同”的特殊情形作出了排除,但还是基本认可了“法人和其他组织也属于消费者”;另外,“包括投保人、被保险人和受益人”的“保险消费者”外延表述不周延。依照我国《保险法》第42条规定^④,在多种情况下人身保险中领受保险金者是被保险人的继承人,他们多属应当保护的弱者(有时是未成年人),不应当将“保险金继承人”排除于列举的“保险消费者”外延之外。

毋庸置疑,《消费者权益保护法》是一部弱者特别保护法。作为民事法律关系主体的自然人、法人、其他组织三者中,法人及其他组织可以作为商品的买受人或服务合同的订立者,但其与保险经营者相

①王利明《消费者的概念及消费者权益保护法的调整范围》,载《政治与法律》2002年第2期。

②中国保监会保险消费者权益保护局课题组《保险消费者权益问题的思考》,载《保险研究》2012年第9期。

③这就如同下面的逻辑推理及分析论证结论:马是白马的属概念(白马是马),所有的马都不是鹿,白马当然也不是鹿。

④《保险法》第42条规定“被保险人死亡后,有下列情形之一的,保险金作为被保险人的遗产,由保险人依照《中华人民共和国继承法》的规定履行给付保险金的义务:(一)没有指定受益人,或者受益人指定不明无法确定的;(二)受益人先于被保险人死亡,没有其他受益人的;(三)受益人依法丧失受益权或者放弃受益权,没有其他受益人的……”。

比,未必处于一种弱势的地位,他们与保险经营者在谈判的地位、所掌握的交易信息、主动权等各方面不仅是等同的,甚至有时还超越、强势于保险经营者,没有必要通过消费者权益保护的特别手段对其进行特别保护。比如,企业向银行贷款时应银行之要求,购买贷款保证保险并以银行作为被保险人及第一受益人,显然不需要将被保险人及受益人作为弱者予以特别保护。再如,重大工程项目的发包方或承包方购买工程保险,大都通过面向保险公司招投标、由各家保险公司竞标的方式选择确定保险人,许多企业大都购买企业财产基本险或综合险、产品责任保险、雇主责任保险等,国家机关、企事业单位也都需要对其机动车辆购买保险等等,如果将此类主体也都统统按照“保险消费者”的弱者身份予以保护,显然是不妥当、不公平的,同时也违背我国《消费者权益保护法》立法宗旨。

学术界也曾经有人把投保人、被保险人、受益人统称为“保单持有人”,认为“如果比照《消费者权益保护法》中对消费者的定义,应当是指为生活消费而购买保险产品(服务)的人。由于在实际操作中难以认定,目前多数人主张把保险消费者定义为“个人保单持有人”。……如果这样,保单持有人就被分为两部分:一部分是保险消费者,也就是个人保单持有人;另一部分是一般保单持有人,也就是法人或不具备法人资格的组织、单位、机构等。”^①依照此观点,“保险消费者”即为“个人保单持有人”。该结论的优点在于其将自然人之外的主体排除于“保险消费者”的外延范围,但因保险合同签订之后投保人只能得到一份保单,那么,个人保单持有人只能是一个人,相应地受保护的也就只局限于持有保单者,这显然矫枉过正,事与愿违,不合逻辑。

综上所述可见,使用“保险消费者”概念带来的逻辑混乱以及思维困惑是显而易见的和难以避免的,对“保险消费者”概念的内涵与外延,不能尽早澄清是非及准确界定,必然导致司法上的无所适从。

三、“保险消费者”概念引发的司法难题

2012年1月7日全国保险监管工作会议强调:2012年保险监管工作要突出三个重点中的第一个重点是“解决车险理赔难和寿险销售误导问题。”^②销售误导现象,其实多年来不仅一直存在于寿险业务中,也广泛存在于财险业务领域。保险公司代理人、业务员在销售保险产品时故意夸大保险责任、隐瞒责任免除内容的现象司空见惯,广为社会诟病。《最高人民法院关于贯彻执行〈中华人民共和国民事诉讼法〉若干问题的意见(试行)》第68条规定“一方当事人故意告知对方虚假情况,或者故意隐瞒真实情况,诱使对方当事人作出错误意思表示的,可以认定为欺诈行为。”以此看来,保险从业人员在销售保险产品中经常出现的夸大收益、隐瞒风险、只讲保险责任而避谈责任免除等销售误导行为,从根本上说也是一种民事欺诈。

近年来各地不断发生投保人因投保时被保险销售人员误导,后来要求退保解除合同并要求保险公司按照《消费者权益保护法》有关“惩罚性赔偿”规定^③承担赔偿责任的案件时有发生。

据黑龙江省有关部门透露,齐齐哈尔市消费者协会工作人员倪某某,2009年3月12日在本市工商银行龙沙营业厅购买了人保寿险齐齐哈尔市中心支公司“人寿金鼎富贵两全保险(分红型)”的保险产品,交付保险费10000元,保险期限5年。2014年3月13日该保单满期,倪本人到公司柜面办理满期给付业务,收到保险公司通过其指定的银行账户划入的11542.36元退保金额,当保险合同终止后,倪以保险公司存在不如实告知、利用霸王条款并借助技术手段强制欺诈行为,侵害保险消费者合法权益为由,要求保险公司按照新《消费者权益保护法》第55条规定,承担其受到损失的三倍赔偿,同时赔偿其误工费(130元/日)、电话费、快递费等,倪曾几次投诉于黑龙江保监局。后来保险公司经行业协会与本人并通过其单位领导几经交涉,最终以保险公司作出让步,另行多付一定资金为条件调解结案。此类案件如果诉到人民法院通过判决处理,恐怕认定案件事实并不难,难的是法官在适用法律时可否依据《消费

^①魏迎宁《关于保险消费者权益保护的法理思考》,载《中国保险报》2012年12月11日。

^②项俊波《2012年保险监管工作要突出三个重点》,经济观察网,最后访问时间2015年5月20日。

^③《消费者权益保护法》在2013年10月25日修改之前,其第49条规定为“退一赔一”,修改之后的第55条规定为“退一赔三”,即“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍”。

者权益保护法》第55条“退一赔三”的规定和其他规定做出判决。这给保险司法出了一道难题。

在司法实践中,由于“保险消费者”概念界定不清,对于保险公司的销售误导行为,是否适用《中华人民共和国消费者权益保护法》第55条规定,各地法院观点不同,判法不一。2014年11月20日上海市第二中级人民法院案号为(2014)沪二中民六(商)终字第247号二审判决显示,沈某某与上海银行股份有限公司杨浦支行、新华人寿保险股份有限公司上海分公司服务合同纠纷一案中,沈以上海银行杨浦支行工作人员向其推销保险时欺瞒、夸大收益,误导消费者,构成欺诈为由起诉要求被告承担惩罚性赔偿责任。一审法院的判决认为,《消费者权益保护法》将证券、保险、银行等金融服务的经营者提供的产品或者服务,亦纳入消费者权益保护范畴,沈某某至被告上海银行杨浦支行辖属临青路支行办理个人理财事务,接受上海银行杨浦支行提供的金融服务,受该法调整,……但是,沈以上海银行杨浦支行提供金融服务存在欺诈为由提起诉讼,但未能举证证明上海银行杨浦支行存在故意提供虚假情况或者故意隐瞒真实情况的行为,沈也明知35000元已由新华寿险上海公司收取为保险费,故对其诉讼请求不予支持,并依照《消费者权益保护法》第55条第1款等规定,作出判决。判决后,沈不服,以与原审相同的诉讼理由提出上诉,二审法院主要以沈的上诉理由缺乏事实依据为由,判决驳回上诉,维持原判。本案中,如果沈某某在投保时刻意留取了工作人员向其推销保险时隐瞒产品真相、夸大产品收益,误导当事人投保的证据,并于诉讼时提交法院,两级法院的判决在是否可以适用《消费者权益保护法》作出判决的问题上,可能会感觉左右为难,甚至出现较大分歧。司法难题的根源就在于,模糊的“保险消费者”概念目前并没有明确的内涵与外延界定,而国家又不可能另行制定N部各类消费者权益保护法。

保险经营者及其代理人的销售误导,是我国保险业多年的顽疾。随着公民法治观念的不断增强和证据意识的不断提高,人民法院未来可能会不断遇到此类诉讼案件,如果在自然人、法人、其他组织各类保险相对人有证据证明保险人有“销售误导”行为,提出“解除合同、退一赔三”、保护“保险消费者”合法权益的诉求时,法院是否可以依据《消费者权益保护法》第55条规定作出判决?这不仅是一个重大的法学理论难题,而且是一个棘手的司法难题,亟待深入研究。

四、“保险相对人”与“保险消费者”甄别及优选使用

“保险相对人”是笔者在研究生教学中多年使用的一个概念,2008年在《保险研究》第5期上发表“保险近因原则之‘近因’概念内涵探析”一文时将其公示于众。^①由于在保险活动以及保险法律关系中,保险人一方是恒定不变的,一般情况下,与保险人相对应的另一方则在不同的场景下变化不定,并不一定都同时出现。比如,在财产保险和人身保险活动中,投保时与保险人相对的一方自然是投保人;在财产保险索赔理赔环节上与保险人相对的一方是被保险人;在人身保险合同中,保险人给付保险金时可能与其相对应的又是受益人,当受益人先于被保险人死亡又没有其他受益人时,与保险人相对应的领受保险金者又是被保险人的继承人……为防止保险活动中使用名词的不严谨、不准确以及逻辑混乱,笔者一直主张使用“保险相对人”的概念取代投保人、被保险人、受益人、被保险人的继承人等一组概念。如此看来,保险相对人是指保险活动中与保险人形成相对应关系的,囊括投保人、被保险人、受益人、被保险人的继承人等各种主体形成的权益共同体。^②在保险活动的各个不同阶段、各种不同场合下,保险相对人具体为哪种人,只需对号入座即可。由此可见,我们可以将“保险相对人”定义为“在保险活动中与保险人发生保险民商事权利义务关系的投保人、被保险人、受益人、保险金继承人组成的权益共同体。”这样一来,“保险相对人”的概念内涵体现为:(1)与“保险相对人”相对应的一方当事人为恒定的保险人;(2)保险人与“保险相对人”发生的是保险民商事权利义务关系;(3)该民事权利义务关系发生于保险活动之中。“保险相对人”的概念外延主要包括:投保人、被保险人、受益人、保险金继承人。

“保险消费者”概念在我国的提出、流行到官方认可并且被选择使用,未必有人进行过认真的理论

^①此前尚未见到有人在公开发表的论文以及公开出版的著作中提出过“保险相对人”这一概念。此后看到一些学术论文中逐渐有人引用了“保险相对人”这一概念。

^②任以顺《保险近因原则之“近因”概念内涵探析》,载《保险研究》2008年第5期。

分析和缜密的逻辑论证。客观地讲,“保险消费者”概念的使用,也给既提出大力治理“销售误导”,又使用“保险消费者”概念、高喊“保护保险消费者权益”的保险业乃至保险监管部门提出了挑战,出了一道二难选择题。保险监管部门提出大力治理“销售误导”,本身已经认可保险活动中该类欺诈现象较为普遍、严重存在的事实;使用“保险消费者”概念并强调“保护保险消费者权益”,即意味着如果有保险公司在保险产品销售中存在“销售误导”的欺诈事实时,在我国立法没有规定不受《消费者权益保护法》约束的特殊消费者的背景下,应当按照《消费者权益保护法》第55条“退一赔三”的惩罚性赔偿规定承担赔偿的责任,如此一来,严格依法办事,保险业可能面临灭顶之灾,后果将不堪设想。

保险合同属于有其自身特点的射幸性合同。保险产品属于无形产品,保险人向保险相对人提供的是无形的风险转移保障,在投保之时,投保人和保险人都不确定保险期间内是否会发生保险事故,当保险合同期满之后,投保人亦不能以未发生保险事故、没有得到保险赔付为由而要求退保退费。“保险消费者”概念的提出以及大量使用,应当建立在对保险活动的特殊性以及其中蕴含的各种法律关系充分研究、厘清的基础上。目前,将保险相对人一律作为消费者看待,并赋予其《消费者权益保护法》上的特殊保护的理论与自圆其说,存在逻辑悖论。“保险相对人”的概念,与前文所述中国保监会保险消费者权益保护局课题组对“保险消费者”的概念相比,使用起来可能更为确切、准确、方便一些,而且不至于引发较大的理论困惑、司法难题及学术争议。使用“保险相对人”概念替代“保险消费者”,反倒并不影响法律对保险相对人中自然人主体的特别保护。

五、结语

综上所述,目前在我国社会广为流行的“保险消费者”概念,其确定和使用不仅不够科学,而且极易带来逻辑混乱、思想困惑与司法难题,引发不必要的司法争议,甚至误导司法。我国社会各界目前对“保险消费者”概念之使用,存在浮躁盲从、随波逐流的趋向。“保险消费者”概念的确定和使用,只是在特定历史条件下,相关部门为满足加大保护部分弱势保险相对人权益的权宜之计,有牵强附会之嫌,有削足适履之感。面对“保险消费者”的概念内涵、外延长期无法准确定位,以及司法实践无法理直气壮地适用《消费者权益保护法》对“销售误导”案件作出“退一赔三”惩罚性赔偿判决的现实,追根寻源,使人不禁深思:“保险消费者”概念的提出与使用是否是个伪命题?如果使用“保险相对人”概念取代“保险消费者”的概念可以起到定纷止争、避免棘手的理论困惑和司法难题的发生。

Subject: The Concept Questions and Judicial Problems of “Insurance consumer”——And the Rationality to Replace the concept of “Insurance consumer” with “Insurer counterparty”

Author & unit: REN Yishun(School of Law&Political Science , Ocean University of China , Qingdao Shandong 266100 , China)

Abstract: In our country, “the insurance consumer” is never mentioned by legislation but has been officially confirmed and widely used by the society few people in the academic circles have put forward objections or questions to the use of the concept “insurance consumer”. In accordance with the Protection of Consumers’ Rights and Interests Law in our country, consumer and consumption scope is limited to natural persons and life consumption, but not include legal persons, other organizations and production consumption. So “the insurance consumers” as the next species concept of “consumer” is no different. Identify and use of “Insurance Consumers” concept in our country is lack of serious analysis in theory and careful argumentation in logical. There is little meticulous logic reasoning and accurate definition in its connotation and denotation. There is far-fetched suspicion and it just like cut feet to improvise the size shoes. It easily brings confusion in theory and causes judicial problems. If replace the concept of “Insurance consumer” with “Insurance counterpart”, we can settle these disputes and avoid the difficult problems.

Key words: consumer; insurance consumer; insurer counterparty; the Protection of Consumers’ Rights and Interests Law

[责任编辑:吴岩]