

“知假买假”现象的问题研究 ——以消费者权益保护视角分析

涂志伟

贵州民族大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2023年4月13日; 录用日期: 2023年4月28日; 发布日期: 2023年7月19日

摘要

随着《消费者权益保护法》的制定以来,我国市场经济发展繁荣,假冒伪劣商品随之出现,这都严重的侵害了我们身为消费者的权益,甚至会对我们的人身安全造成危害,同时也诞生了一些所谓的新型职业“打假”。这也暴露出了一个重要的问题,这种知假买假行为是否被法律所允许。在当前,知假买假现象依旧很频繁,在学理上和法律实践当中存在着“知假买假”的法律适用问题,所以本文将针对这个问题进行论述。

关键词

知假买假, 消费者权益保护法, 消费者, 权益, 打假

Research on the Phenomenon of “Knowing and Buying Fake Products”—From the Perspective of Consumer Rights Protection

Zhiwei Tu

School of Law, Guizhou Minzu University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 13th, 2023; accepted: Apr. 28th, 2023; published: Jul. 19th, 2023

Abstract

With the enactment of the “protection law of consumer rights and interests”, our country market economy has been developing and flourishing, and fake and inferior commodities have appeared subsequently, which seriously infringe our rights and interests as consumers, even harm our per-

sonal safety; at the same time, some so-called new profession “fake and inferior commodities” have been born. It also raises an important question about whether such behavior is permitted by law. At present, the phenomenon of buying fake information is still very frequent. In theory and legal practice, there is a legal application problem of “buying fake information”, so this paper will discuss this problem.

Keywords

Knowing Fake and Buying Fake, Law on the Rights and Interests of Consumers, Consumers, Rights and Interests, Fight Counterfeiting

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 知假买假具体案例分析

1.1. 案例 1: 孙银山诉南京欧尚超市有限公司产品质量纠纷案

2012 年 5 月 1 日, 原告孙银山在被告南京欧尚超市有限公司江宁店购买 15 包“玉兔牌”香肠, 收银台结账后, 直接到服务台要求索赔, 称其中 14 包香肠均已过期, 要求欧尚超市江宁店赔偿 14 包香肠的十倍价款 5586 元, 之后因双方协商未果, 孙银山将欧尚超市江宁店诉至南京市江宁区人民法院¹。南京市江宁区人民法院认为, 原告孙银山在被告处购得商品且未用于再次销售经营, 被告欧尚超市未提供证据证明原告将购得的商品用于生产经营。因此, 原告孙银山应当属于消费者。其次, 食品销售者有保证食品安全的法定义务, 应当对不符合安全标准的食品及时清理。但欧尚超市江宁店仍然摆放并销售货架上超过保质期的“玉兔牌”香肠, 未履行法定义务, 可以认定其为销售明知是不符合食品安全标准的食品。因此, 被告欧尚超市江宁店应当给予原告孙银山 14 包香肠十倍价款的赔偿金。

1.2. 案例 2: 孙浩诉山东玲珑酒业有限公司等买卖合同纠纷案

2022 年 3 月 10 日, 孙浩从奔富酒行购买山东玲珑酒业公司生产的金箔酒共计 36 瓶, 价款 14,328 元, 次日该酒行出具增值税电子发票, 在购买及开票的过程中, 孙浩全程拍摄视频保留证据并在取得发票当日授权委托律师处理该买卖合同纠纷。其后, 孙浩与市民王某某在金街某超市, 孙浩向王某某指认涉案金箔酒后, 王某某从货架上取下并购买涉案金箔酒 5 瓶。4 月 1 日, 孙浩以经营者和生产者为共同被告向招远法院提起民事诉讼, 要求退还货款 14,328 元并主张十倍赔偿²。法院审理认为, 孙浩一次性购买 36 瓶金箔酒并且专门留视频作为证据, 并在次日委托律师通过诉讼要求十倍赔偿, 其行为目的在于牟利, 不属于正常消费者。其次, 涉案金箔酒在该《通知》发布之前生产, 孙浩没有证据表明其有显著的危害性, 而且对自己的购买行为目的有清醒的认知, 孙浩的消费利益及安全没有被损害, 不能认定玲珑酒业公司的生产行为及酒行的销售行为侵害了原告的消费权益, 故对其支付十倍赔偿金的请求依法不予支持。

1.3. 案例解读

从上面两个案例可以看出, 虽然事由大致相同, 但法院却做出了不同的判决结果。至于出现不同判

¹ 最高人民法院 2014 年发布的指导性案例第 23 号: 孙银山诉南京欧尚超市有限公司产品销售者责任纠纷案【江苏省南京市中级人民法院(2016)苏 01 民终 4300 号】。

² 孙浩、山东玲珑酒业有限公司等买卖合同纠纷案【山东省招远市人民法院(2022)鲁 0685 民初 1102 号】。

决结果的原因, 本文认为案例 1 中原告孙银山被法院认定为属于“消费者”, 没把购买的商品再次销售, 无恶意诉讼的意思表示。而案例 2 中的原告孙浩并不属于“消费者”。正是因为孙浩偏离了消费者概念, 其行为存在恶意诉讼的意思, 且孙浩的消费利益未被侵犯。本文认为法院对两案的判决是合理的, 具体案情具体分析、对自由裁量权的运用得出了不同的判决结果。这两个案例体现出具有争议的问题, 知假买假一定程度有净化市场环境的作用, 但同时也存在滥诉恶诉的行为, 严重扰乱市场秩序。

2. 知假买假案例所体现的问题

2.1. 知假买假行为是“利”与“弊”共存

2.1.1. 有利的一面

通过案例 1 分析来看知假买假行为一定程度上维护消费者权益, 加大卖方违法成本以及发挥社会监督效能, 弥补政府职能不足。在《消费者权益保护法》之前, 一般是通过《民法通则》赔偿标准来补偿消费者的损失, 其没有具体的细则, 容易让生产者经营者钻空子。所以制假卖假行为给与卖方以大力惩罚不是主要方面应该加大卖方的违法成本, 在买方即消费者方面给与一定的监督权[1]。根据《消费者权益保护法》、《食品安全法》, 经营者在违法提供商品服务的时候, 惩罚性赔偿是给消费者造成损失的多倍或其价款, 而且设定了最低赔偿额度, 法律强制规定使得违法成本高于违法收益。最明显表现就是惩罚性赔偿越高, 一般对违法的生产经营者惩罚力度越高, 违法的成本也越高昂, 消费者在与经营者交易的过程中加大了其成本负担的风险。知假买假者有目的性的行为也提升了经营者的违法成本, 打击了生产者制假售假的违法行为。

2.1.2. 弊端的一面

在案例 2 中我们了解到, 知假买假行为也会造成浪费司法执法资源, 扰乱社会经济环境的情况。首先, 由于知假买假者目的就是牟利。经常会采取不依不饶的态度, 反复的进行诉讼和行政复议, 会大量浪费执法机关和司法机关的人力资源, 这带来的问题就是真正需要维权的消费者资源遭到了挤兑。使得其诉求得不到及时的回复和处理, 直接导致相关部门的办事效率被拖延, 服务能力受到影响[2]。其次, “知假买假”很容易滥用诉讼权利, 打着维护消费者权益, 保护市场秩序的名义来满足私人牟利的目的, 甚至部分经营者出于多一事不如少一事的心态私下与知假买假者“和气生财”, 导致其更加的猖狂。知假买假者还容易沦为经营者之间互相打击报复的工具, 借此打击对手让自己市场扩大, 恶性竞争严重破坏市场经济秩序, 无序的恶意打假不仅让消费者的权益得不到保障, 经营者也会因此影响自身的发展。虽然《消费者权益保护法》制定的最初的目的在于保护消费者, 但是消费者和经营者两者都必须保持一个稳定的状态, 无论那一方的利益的得不到保障, 稳定的市场秩序就得不到保障, 双方会陷入一个恶性的循环。

2.2. 知假买假行为是否适用于消费者权益保护法

知假买假的问题现在陷入了一个困境, 一边是产品的质量差, 消费者的合法权益得不到保障。一边是中国正在经历艰难的产业结构转型, 实体经济中的经营者需要更宽容的市场氛围。因此, 我们无法对知假买假的问题一概而论, 但必须根据其所起的社会功能和各自的社会影响进行不同的评估。这不断考验我们的法律智慧, 要求我们在正式操作背后构建传统的功能主义思维, 并根据统一的评估标准对不同的交易环境进行各种评估[3]。

2.2.1. 肯定态度

持肯定说的学者认为惩罚性赔偿应当适用于知假买假者, 持这种观点通常是从功利主义的角度来解

释的。首先，是系统的功能，在了解《消费者法典》第五十五条规定的用意后，我们可以从两个方面总结其功能：一动力功能。高额赔偿促使受影响的消费者有起诉非法经营者动力。第二，惩罚功能。通过对非法经营者处以巨额罚款，让他们害怕销售假货。其次，是其职能的执行者。从形式上讲，知假买假的消费行为不是具有生活消费的典型特征，因此不受《消费者权益保护法》第五十五条第一款规定的处罚。然而在事实上，知假买假者提起的惩罚性赔偿诉讼不少于 69%。在其中的食品类诉讼，这一比例高达到 80%。这表明，如果没有知假买假者，仅依靠普通消费者可能无法实现立法目标。从法律和经济两个角度来看，只有少数普通消费者可以依靠《消费者权益保护法》第五十五条第一款来维护自身权益，普通消费者不具备检测欺诈行为的必要知识。即使涉嫌欺诈，普通消费者也往往选择不起诉，因为难以去证明。因此，如果我们坚持认为知假买假者不属于消费者的范围，那么很少能够在不损害消费者利益行为的情况下，给予经营者必要制裁[4]。

2.2.2. 否定态度

持否定说的学者认为当消费者购买产品或服务时，他们与经营者签订协议，在买方和卖方之间形成销售合同。消费者和经营者之间存在受《民法典》管辖的合同。我国《民法典》规定了瑕疵担保义务，这是为知假买假者提供法律保护的理论基础。瑕疵担保义务是卖方交付货物的义务，货物必须具有合法或商定的质量，且无明显或潜在缺陷。但是，卖方需要对缺陷负责。买方购买的货物的缺陷在订立合同时已经或应该知道，《消费者权益保护法》第二十三条也包含瑕疵责任的规定。因此，卖方免除缺陷责任取决于买方在购买和购买时是否知道缺陷。“知假买假”者购买的产品通常是不合格的产品，或者它们是真实价格的或低于正常价格。当消费者购买产品时，知假买假者处于明知的一种情况。所以，经营者还必须对消费者的缺陷承担担保义务。而在某些条件下，经营者对这种瑕疵担保义务是可以免除责任，而“知假买假”则符合这种免除责任的条件。因此，“知假买假”者是不符合法律的要求，不应该受《消费者权益保护法》的保护。

2.3. 消费者概念范围界定模糊

《消费者权益保护法》里面的消费者概念是需要被“知假买假”者满足的。这是一个大前提，如果“知假买假”者不属于消费者的概念范围，得不到法律的保护的。但是这也就延伸出来了一个重要的问题，在《消费者权益保护法》里面的消费者概念定义的非常模糊，这也就是这类案件在处理时候发生争议的重要原因之一。当前我们应该需要明确“知假买假”者的法律定位，是不是属于消费者的范围。我国在制定《消费者权益保护法》时采取的是二分法，在立法最初没考虑到，会有知假买假为了索赔的目的，这也是立法的一个漏洞。由此产生了一个被利用的灰色地带，而这个地带的主体者就是知假买假的群体，法律缺陷继续扩大下去会产生严重的危害[5]。因此，需要对知假买假者进行细分，对于恶意的知假买假者进行严厉的打压，对于合理的知假买假者给予一定的肯定。这类的知假买假者不能全部排除，也不能全部接受的方式对待。毕竟，部分知假买假者发挥了其在正面的社会效益，应该重点针对知假买假者这种的职业索赔组织、专门以索赔为目的的主体排除出其中，将合理的知假买假者纳入消费者的范围中。

3. 知假买假行为的具体分析

3.1. 知假买假者与消费者之间关系的分析

知假买假者在知道就是“假货”时，还继续购买的情形。在食品类方面这种打击假冒行为中尤其常见，例如故意购买过期食品，食品的保质期可以根据包装上的保质期来确定。对于过期食品，买家可以

轻易“知道”。还有一些明知是三无产品而购买的行为也是知假买假的行为。对于学术界广泛讨论了《消费者权益保护法》是否适用于知假买假者，这其中争议的核心是知假买假者是否为消费者，以及知假买假是否属于消费者保护法的范围。学术界有三种理论：肯定说、否定说论和折中说。肯定说和否定说前面章节已经论述过了，这里不在重复赘述，本节重点说明折中说，根据折中说，知假买假者是否为消费者要根据实际情况来决定，因为伪造的买家只能解释买家在购买时对商品的主观理解，而不能解释购买目的。由于《消费者权益保护法》中没有明确界定消费者含义，也没有解释“知假买假”是否指“消费者”的问题也没有具体的指明。最高人民法院没有对《消费者权益保护法》作出相应的司法解释，但通过相关司法解释和指导案例，对“知假买假”是否为消费者作出了规定。

3.2. 索赔惩罚性赔偿金行为法律分析

惩罚性赔偿要求是由那些“知假买假”者的诉求的工具。事实上，根据《消费者权益保护法》和《食品安全法》，大多数“知假买假”者都具有索赔的目的。一些“知假买假”者以卖家的声誉作为威胁，要求赔偿远远超过法律规定的损失，或要求广告商、电视台等，要求其支付高额“相安无事费”。在没有法律授权的情况下，此类行为甚至可能涉及刑法，被视为刑事犯罪，并受到刑事制裁。有些索赔不具有法律约束力，必须与损害索赔分开。事实上，也存在“公益打假”的行为，这种行为不索取惩罚性赔偿金，只是向主管行政机关举报“知假买假”的售假者，为了索赔的打假并不能阻止购买被认为是一种生活消费行为。索赔行为不是由生产需求驱动的。为索赔目的购买假冒商品包括买方和经营者之间的商品交换。根据社会再生产的四个阶段，交换进入消费阶段。因此，这是一种消费阶段的行为，无论你在购买后对产品做了什么，都是消费行为，属于生活消费的范围。

3.3. 知假买假行为的法律分析

根据现行立法，我国关于知假买假者的立法相对较少，知假买假者的法律地位也并不明确。在食品领域，最高院在《关于审理食品药品纠纷案件适用法律若干问题的规定》中确认承认知假买假的身份，并将其扩展到化妆品和医疗产品。这也表明了在法律层面知假买假者在打击假冒产品方面的积极作用。在非食品药品领域，国家工商行政管理总局于2016年《消费者权益保护法实施条例（许可证草案）》的第二条要求，消费者购买、使用或者接受日常消费服务的权益受其保护。意味着规则明确排除了那些购买、使用或接受服务以获取利润的人。2017年，最高人民法院办公厅在第十二届全国人民代表大会第五次会议第5990号提案中表示，目前正在考虑限制知假买假者在食品和药品以外的其他领域。从法律视角来看，最高法院明确规定了食品和药品的生产者和销售者应当对食品和药品质量严格负责的原则。了解食品和药品质量缺陷的买家仍可在购买后向运营商和制造商提出索赔^[6]。食品和药品部门的严格规定主要是因为食品和药品与人们的生命和健康有着直接和直接的关系。微小的差异威胁着人们的生命。普通消费者在购买食品和药品时，很难确定产品的缺陷。还有一个重要的因素是，近年来，我们国家经常发现公司不符合食品和药品质量标准，社会上经常发生安全事故。因此，为了充分保护人权，所以这一解释包括了这些规定。然而，在非食品和药品领域，立法没有明确界定知假买假者的身份。然而，事实证明，最高法院和国家工商行政管理局已对假冒产品采取分类处理的举措，以限制恶意的打假牟利行为。

4. 知假买假的法律建议

4.1. 完善消费者权益保护法

《消费者权益保护法》第二条是主要规定“消费者”是指一般的整体消费者，而不是个体消费者。在其

他条款中提到的“消费者”必须指特定消费者，即他们是否侵犯了消费者的一般权益并有助于保护消费者[7]。针对假冒产品的知假买假行为及一些公司销售假冒产品，销售假冒产品损害了消费者的普遍利益，而且这种损害还在继续进行中，这种侵害非常普遍，只有少数消费者会去起诉。知假买假者作为打击消费市场假冒产品的力量，在实施惩罚性赔偿方面很有价值。任何制度都必须充分考虑到社会的共同利益，而不是单一的以咬文嚼字的条文去看待一个事物。一概去否认知假买假，虽然针对知假买假的惩罚性赔偿可能会造成一些消极影响，但知假买假的积极影响也是不容忽视。目前，折中说应该是最合适的处理学说，强调迫切需要通过立法手段增加知假买假的行为的带来的积极影响方面，并将大力消除其负面影响。比如上文中提到的将知假买假行为进行分类处理，重点关注行为所带来的社会效益来判断其好坏。

4.2. 明确界定消费者的含义

中国的《消费者权益保护法》没有对消费者进行定义，而是提到了其的范围。然而，“生活消费”的范围仍然不明确，导致长期难以规范“知假买假行为”[8]。因此，应对“知假买假行为”的主要任务是明确定义消费者的概念。《消费者法》中的定义了消费者和经营者的语义范围，在缺乏其他相关法律和司法解释的情况下，在基于字面解释、目的主义解释的传统原则解释相关概念时，法律理论和实践的解释和应用往往存在差异。因此，为了确保统一适用性，我们应该明确消费者和经营者之间的界限。首先，需要澄清“生活消费”的范围。生活消费的定义有主客观统一和客观理论。主客观统一理论指出，购买者的目的是生活消费，具有购买和使用商品的客观行为。客观性理论指出，无论买方的主观目的是什么，都必须根据买方的实际行为来判断。主流的观点是使用客观论的标准更合适，只有不涉及生产、开发和转让的消费行为才应被视为消费者。这种行为既不是商业行为，也不是职业行为。根据这一判断标准，知道并知假买假者根据规则被纳入消费者范围。

4.3. 坚持功能主义理念，发挥制度价值

知假买假惩罚性赔偿的诉讼的核心问题是，是遵守“规范准入”还是以“结果导向”为标准。调整范围仅限于消费者和经营者。前者在对知道侵权产品购买者的身份没有积极回应的情况下，确定侵权产品购买者“消费者身份”是对购买侵权产品施加惩罚性赔偿的先决条件。后者在确定知假买假行为是否应适惩罚性赔偿时，应基于惩罚性赔偿的功能价值和打击经营者违法行为的目标来判断。例如，浪费公共资源，扰乱市场秩序。这样的单纯否定知假买假行为，而应该全面的看待，尤其看到其积极地一方面，不能只靠主观臆断，而必须客观地评估情况。客观现实是，在中国处于社会主义初级阶段的基础上，我们应该认识到假冒伪劣商品和经营者欺诈的现实，这在现阶段是不可避免的，并明确中国的经济转型必须规范经营者的行为。维护市场秩序，保护消费者利益，认清政府和社会监管不足的现实，共同节约公共资源。在了解现实关系下，必须根据现实的需要惩罚性赔偿的功能和价值。系统应用的概念必须从法律理论转向法律功能主义，消除传统法律理论的局限性，强调从法律对社会的实际影响的角度来解释和应用法律。以结果为导向看待知假买假适用惩罚性赔偿的作用，在应对“知假买假”或“职业打假”时，不能全盘否定。根据法律作为评价标准的社会功能的理想期望，对不同的解释形式进行了比较和选择。因此，迫切需要规范市场组织，保护消费者权益，捍卫和重复功能主义的概念，了解适用于知假买假惩罚性赔偿制度。

5. 结语

对知假买假的判定只局限于是否属于消费者概念的范围，《消费者权益保护法》未免过于机械化，而我们的执法和司法必须灵活和弹性，要辩证地看待知假买假的行为。打假行为必须基于打假本身的作用

用,在法律允许的范围内的打假行为是可以被认可的,法律规定的价值只有在实践中才能发挥出来。当市场上有假冒产品时,才存在打假行为,这种行为已经是客观实在。而且利用这种行为可以一定程度去维护消费者的权益,正当的买假行为可以弥补行政当局执法的不足,增加经营者的违法成本,这对维护市场秩序起到非常重要的作用。然而,目前的制度没有为打击假冒商品的买假行为提供足够的支持。如何监督买假行为还有很长的路要走。此外,只有提高消费者本身的维权意识、增大经营者的违法成本才能从源头上解决市场存在的问题,当每个消费者都足够强大可以保护自己时,经营者也不可能如此肆意地售假,这时法律便实现了它最大的价值。

参考文献

- [1] 国盛. 论消费者保护法上的履行欺诈[J]. 南大法学, 2020(3): 33-53.
- [2] 刘燕槟, 钟健东. 法官释法的逻辑与维度: 同案不同判质疑的破局路径——以知假买假请求惩罚性赔偿金案例为视角[C]//司法体制综合改革中重大风险防范与化解——全国法院第 31 届学术讨论会. 司法体制综合改革中重大风险防范与化解——全国法院第 31 届学术讨论会获奖论文集(上). 北京: 人民法院出版社, 2020: 109-120.
- [3] 马辉. 经济法解释论的整体主义方法论立场阐释——以“知假买假”惩罚性赔偿争议为切入点[J]. 政治与法律, 2022(10): 96-111.
- [4] 高志宏. 消费“欺诈行为”的司法认定及逻辑证成——基于 38 例典型案件的分析[J]. 学海, 2021(1): 158-166.
- [5] 蔡立东, 关悦. 网络购物知假买假纠纷的司法应对[J]. 江汉论坛, 2023(3): 136-144.
- [6] 尚连杰. “知假买假”的效果证成与文本分析[J]. 华东政法大学学报, 2015(1): 81-91.
- [7] 刘保玉, 魏振华. “知假买假”的理论阐释与法律适用[J]. 法学论坛, 2017, 32(3): 62-73.
- [8] 应飞虎. 禁止抑或限制?——知假买假行为规制研究[J]. 法学评论, 2019, 37(4): 63-78.