

知假买假者的消费者身份争议反思

鞠 灏

青岛科技大学法学院, 山东 青岛

收稿日期: 2025年9月24日; 录用日期: 2025年10月27日; 发布日期: 2025年11月4日

摘 要

自惩罚性赔偿设立以来, 知假买假者是否属于消费者成为其能否适用惩罚性赔偿的首要争议话题。通过梳理惩罚性赔偿制度的来源、引入和功能, 对学界关于知假买假者消费者身份的肯定说与否定说进行辨析, 指出仅围绕生活消费目的认定消费者身份难以解决争议, 需从制度运行机制开展深层反思。

关键词

知假买假, 消费者, 惩罚性赔偿

Reflections on Disputes over the Consumer Identity of Individuals Who Purchase Goods with Full Knowledge of Their Defects

Hao Ju

Law School of Qingdao University of Science and Technology, Qingdao Shandong

Received: September 24, 2025; accepted: October 27, 2025; published: November 4, 2025

Abstract

Since the establishment of the punitive damages system, whether individuals who purchase goods with full knowledge of their defects qualify as “consumers” has become the primary controversial issue regarding the application of punitive damages to them. By sorting out the origin, introduction and functions of the punitive damages system, this paper analyzes and differentiates between the “affirmative theory” and “negative theory” in academic circles concerning the consumer identity of such defect-aware purchasers. It points out that merely determining consumer identity based on “the purpose of daily consumption” is insufficient to resolve the dispute. Instead, in-depth reflection should be conducted from the perspective of the operational mechanism of the system.

文章引用: 鞠灏. 知假买假者的消费者身份争议反思[J]. 争议解决, 2025, 11(11): 44-48.

DOI: 10.12677/ds.2025.1111342

Keywords

Purchase of Goods with Full Knowledge of Their Defects, Consumer, Punitive Damages

Copyright © 2025 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. 引言

知假买假行为可以根据行为特征分为两类：第一类为购买者的确为自身生活消费为目的，在购买商品或服务的过程中发现存在该商品或服务存在瑕疵或欺诈，继续完成购买行为后进行索赔。此类知假买假行为一般发生频率较低，购买数量较少，索赔金额也往往较低。如购买一瓶过期可乐、一包无标签的预包装食品等，索赔金额一般为一千元。第二类为购买者以知假买假索赔为谋生手段，多次、大量购买假冒伪劣或瑕疵商品，以十倍或三倍价款为索赔金额，大肆开展敛财行为。此类购买者也被称为职业索赔人或职业打假人。前一类行为人因以自身生活消费需要为初衷，虽在购买过程中明知商品瑕疵，但毕竟发生频率较低，社会影响力较小，故不成为本文讨论重点。后一类行为人以知假买假为职业，行为人数量大、行为频率极高、索赔数额巨大，且占用大量的行政资源与司法资源，与惩罚性赔偿立法宗旨发生偏移，因此本文主要讨论的是后者。

自 1993 年《消费者权益保护法》(以下简称“消法”)惩罚性赔偿制度设立以来，知假买假行为开始兴起，一批知假买假的职业打假人涌入市场，以维权名义进行牟利性索赔。大量、高频的知假买假索赔案件在打击不法商家的同时，也扰乱了正常的市场环境，占用大量行政与司法资源，引起了实务界与理论界的重视。在司法领域，对知假买假者能否获得惩罚性赔偿的裁判不统一，争议焦点大多在于知假买假者是否具备消费者身份[1]。为改善知假买假行为带来的不良后果，学界也对知假买假能否适用惩罚性赔偿条款进行了长期的研究，逐渐演化成对核心问题即知假买假者是否具备消费者身份展开激烈的争论。对争论理由的辨析，还需从惩罚性赔偿制度的来源与引入、制度功能切入，从根源上寻求争论的意义与价值。

2. 惩罚性赔偿的来源与引入

惩罚性赔偿是民事法律关系中对实施欺诈、恶意侵权等不法行为人施加的超出受害人实际损失范围的赔偿，以惩罚不法行为人并遏制潜在的侵权行为。大陆法系的侵权责任赔偿和违约责任赔偿都以补偿性为核心原则，惩罚性赔偿似乎是在民事法律中嵌入了行政处罚制度，模糊了公法与私法的界限，故传统的大陆法系不能容纳这一制度。惩罚性赔偿制度起源于英美法系国家。英国最早的惩罚性赔偿典型案例是 1763 年的 *Wilks v. Wood* 案，被逮捕的嫌疑人在无罪释放后，以执法程序存在瑕疵为由对执法人员提起诉讼并最终胜诉，该案法官宣布，陪审团有权判决超过受害人实际损失的赔偿金，以惩罚有错之人、遏制类似事件的发生[2]。美国被记载的首例惩罚性赔偿案件是 1784 年南卡罗来纳州最高法院判决的 *Genay v. Norris* 案。该案中，作为被告的医生在与原告决斗前偷偷投毒，以致原告在决斗时瘫倒在众人面前，陪审团称原告受到严重伤害，有权获得惩罚性赔偿[3]。这一时期的惩罚性赔偿种类繁多，但共同特征都是因个人荣誉受到侮辱而引发。此后，在英美法系中，如果被告恶意对原告实施压迫、暴力、欺诈等恶劣行为，法院判决的赔偿金数额可以远高于受害人的损失。

我国《消法》自 1993 年实施以来，消费者以经营者存在欺诈行为为由索要多倍赔偿的惩罚性赔偿制

度正式确立。后经 2013 年修订,明确了增加的赔偿金额为价款三倍(不足五百元的为五百元)的法定标准。

《食品安全法》对生产者和经营者的法定赔偿金额提高到了价款十倍或损失三倍(不足一千元的一千元)。在高额的增加赔偿金刺激下,越来越多的“消费者”逐渐以获得惩罚性赔偿金为目的寻找具有瑕疵的商品购买并索赔,即“知假买假”,其中最为显著的是以此为业的职业打假人。目前,这类知假买假行为人数庞大、行为频率极高、索赔数额巨大,且占用大量的行政资源与司法资源,司法实践中对该类知假买假行为的态度从最初的支持逐渐转变为有条件的否定,学界也对知假买假的行为全面反思,争议持续不断,争论的焦点在于知假买假者是否具有《消法》规定的消费者身份。

3. 我国惩罚性赔偿制度的功能

赔偿功能。惩罚性赔偿首先要满足损害赔偿最基本的要求,即弥补受到的损失。在传统的损害赔偿中,受害人需举证证明自己受到的实际损失。在消费领域中,一件商品的价值往往较小,给消费者造成的损害往往既微小又隐蔽,但这并不代表不法商家可以免于赔偿。传统的损害赔偿会让消费者在衡量救济成本和预期赔偿之后大概率放弃维权,即便消费者积极主动维权,能够举证证明的损失难以覆盖消费者的实际损失。引入惩罚性赔偿,不仅增加了消费者维权积极性,还相当于一定程度免除消费者的举证责任,使赔偿金额尽量覆盖消费者的实际损失和隐性维权成本。

惩罚与遏制功能。惩罚性赔偿相较于传统的民事赔偿,最大的特征在于弥补实际损失之外的超额赔偿给不法侵害者带来了惩罚效果。在生产与经营环节中,生产经营者为了节省成本,可以轻而易举地制造缺陷商品或不规范经营。因此受到损失的消费者在承担救济成本后,如果仅能向侵害人请求赔偿实际损失,难以对其产生震慑作用。民事交易行为应当基于平等、诚信原则,处于交易优势地位的生产经营者实施欺诈行为,单以赔偿损失作为其法律责任承担,仍是对消费者的不平等对待。通过增加赔偿数额,能够有效制裁欺诈行为人,对不诚信的交易优势方给予应有的惩罚,同时遏制其他行为主体实施不法行为,以其示范性对欲实施不法行为的主体进行威吓。

行政补充功能。惩罚性赔偿对于加害人而言,效果类似于行政处罚^[4]。即让加害人为自己的违法行为承担财产上的法律责任。但与行政处罚不同的是,行政力量在许多场合下难以发挥主观能动性,难以彻底全面地制裁违法行为。对于受害人而言,将这种惩罚的权利交给自己,才能充分发动群众力量、调动维权的积极性,补充行政力量的不足,对遏制加害人的不法行为起到关键作用。

4. 知假买假者的消费者身份争议

对知假买假者是否适用惩罚性赔偿的争议,首个绕不开的话题就是知假买假者是否具有索赔主体资格,即是否属于《消法》规定的消费者。在日常消费交易中,普通消费者因识别能力低、专业知识欠缺和信息不对称等原因,往往处于弱势地位。《消法》区别于商事行为规范,其制定之目的在于消除消费者与经营者之间的权利地位壁垒,为处于弱势地位的消费者进行倾斜式保护。在知假买假的行为弊端日益显著的背景下,学界对知假买假行为的正当性与合理性展开了激烈争论。目前对知假买假者的消费者身份,有肯定说、否定说两种不同观点。

(一) 肯定说的主要观点与评价

肯定说承认知假买假者的消费者主体资格。对《消法》进行文义解释,购买商品或接受服务只要是出于生活消费需求,便符合消费者的定义^[5]。持这种观点的学者往往认为,是否出于生活消费需求取决于购买行为是否为了再次销售。只要购买者购买商品不是为了二次销售,就不属于经营行为,也即属于消费者,可以适用《消法》的惩罚性赔偿条款。这种观点以行为人的客观行为判断其主观目的,严格划分了消费与经营的界限,具有一定的实用性。

该学说不足之处在于,判定购买人是否进行了再次销售,往往要依据购买人实施购买行为后是否实际存在转售的行为,或者依据购买人以往的行为惯例,查证其是否具有多次转售历史,从而判断购买人的购买目的。该判定模式实际上是用事后行为或多次类似的先前行为来认定某一具体的购买行为性质,构成了时间逻辑矛盾或陷入了主观预判主义。实际上,日常消费领域的商品交易是经营者面向不特定多数消费者的重复性、标准化的商业零售行为,并非个性化的定制供给,故而在日常消费领域中的交易应默认购买者的消费目的,无需单独审查某个具体购买行为是否出于个人生活消费需求。反之,如果以单个购买行为是否可能存在转售作为界定购买行为性质的标准,则违反了该领域的交易习惯,缩小了消费者权益保护法律规范的保护范围,背离了保护消费者权益的法律目的。如今,在生活领域越来越丰富化的趋势下,“生活消费需要”的范围迅速扩张,不仅包含个人家庭的消费,还涉及送礼、以物易物、网络抽奖、二手用品回收等复杂场景,其中不乏财产性权益交换行为,但这类活动显然属于消费者个人生活领域,对此不属于经营性行为应当毫无争议。由此可知,消费者对于消费行为的预设仅限支付价款并获得所有权,至于购买商品后的处分行为,均属消费者个人意志支配自由,即便购买之后存在转售,在商品购买阶段也应属于出于个人消费需求。

(二) 否定说的主要观点与评价

否定说认为知假买假者不具有《消法》所规定的消费者身份。从《消法》第2条来看,消费者只能限定在“为生活消费需要”购买商品或服务的主体。否定说观点主张生活消费的本质系满足个人或家庭日常使用、消费的正当需求,应当具有非营利性特征。而知假买假者的购买行为并非为了满足个人或家庭的日常使用、消费等正当需求,其目的在于获取法定的多倍赔偿金,具有牟利目的,事实上也多发于职业化、集团化的职业索赔人群体,已经形成了知假买假、索赔的固定盈利行为模式,该行为模式已经脱离了个人生活消费范畴,是一种明显的经营性行为。如果将知假买假者纳入消费者主体范围,则是对《消法》保护范围的不合理扩大,不仅违反了对法律文本的文义解释原则,也违背了相关法律法规的立法初衷。

从《消法》的立法目的来看,其设立的倾向性保护原则是基于普通消费者与经营者商品交易场合下的消费者弱势地位。普通消费者可能对商品原料、生产地、质量标准的认识不足,欠缺判断商品信息真实性的专业知识,并在合法权益受侵害时面临着较高的维权成本。《消法》赋予普通消费者在权益受损时索要超额赔偿金的权利,正是鼓励无辜受害的消费者积极维权、免除消费者对于维权成本的举证责任、弥合普通消费者与经营者之间的地位鸿沟,这也是《消法》引入惩罚性赔偿的初衷。而知假买假者预先知晓商品虚假信息、精通赔偿救济规则,甚至专门钻研商品信息漏洞,实际并未处于传统消费者的弱势地位,甚至已经扭转了这种弱势地位。如果将知假买假者认定为消费者,将会导致《消法》设立的倾向性保护失衡,不符合保护消费者合法权益的立法精神。

从民法的基本原则来看,知假买假行为也违背了诚实信用原则^[6]。诚实信用原则作为民法的“帝王原则”,当然应作为知假买假这一民事买卖行为的基础适用准则。否定说认为知假买假者明知商品存在瑕疵而主动购买,并以经营者实施了欺诈为由进行索赔,违背了禁止反言的诚信原则,若支持知假买假者索要惩罚性赔偿,就是默许了通过不诚信的民事行为而获利的灰色盈利模式,与法律的立法目标相悖。

笔者认为,否定说直接将索赔行为与经营性行为等同具有不恰当之处,且与现实需求有一定程度脱节。购买人是否利用所购商品获利不应成为判定经营性行为的标准。例如,消费者出于生活消费需要购买的商品,当然可以在其工作、生产活动中发挥消费品价值;经营者为装饰装修经营场所而购置消费品,当然也应当受消费者权益保护法的保护。将知假买假者所获得的惩罚性赔偿金视为其应得赔偿还是经营活动产生的利润,不应成为阻却该类主体依据法律条款索要惩罚性赔偿金的理由。换言之,否定说以知假买假者的主观目的作为排除消费者身份的依据,本身缺乏客观性和可量化的标准。而判断购买者的主

观目的也面临技术难题，司法实践中常常以购买人的购买数量、购买频次、既往行为等因素判断是否符合“合理生活需求”，从而作为认定“职业索赔人”的证据，这一裁判规则不仅使审理难度提高，而且强制性地界定了普通消费者的生活消费需求，间接地限缩了普通消费者大量、高频购买行为受保护的權利。在我国倡导扩大内需、畅通国内经济大循环的背景下，排除知假买假者的消费者身份，不利于消费者权益保护法为消费市场的蓬勃发展保驾护航。

5. 结论

知假买假适用于惩罚性赔偿，既非完全积极向好，也并非一无是处，而是利弊参半的综合性问题。支持知假买假这种被普遍认为不诚信的行为似乎并不符合我们朴素的道德价值观念，职业索赔的现象也一定程度上扰乱了市场经济秩序，并且也浪费了大量司法资源，其行为的正当性颇受争议，但积极意义也较为明显。支持知假买假行为必然会在社会上掀起“打假”之风，其本质还是惩罚不法商家，遏制生产销售不法商品的行为，净化消费市场环境。既然惩罚性赔偿自设立之时即带有惩罚、遏制以及行政补充功能，那么对于最能充分发挥作用的知假买假行为，也不应该全面否定。在知假买假行为群体呈现弊端之时，如果仅凭“是否出于生活消费需求”来认定消费者的身份，从而争辩其是否符合惩罚性赔偿的适用条件，势必会落入解释学的陷阱，也无法从根本上解决问题。要解决知假买假的正当性争议、消解其衍生的副作用，还应结合惩罚性赔偿制度的来源、功能和社会意义，以制度运行机制为切入点进行深层反思。例如，在知假买假者频繁地以撤诉为条件向经营者索要高额赔偿时，可以考虑将其列入权利滥用的范畴^[7]，以禁止权利滥用的程序性规定对其加以约束，而非从消费者身份角度进行主体性质界定。再如，在惩罚性赔偿金具体数额的立法设计与司法适用中，应充分考虑购买人的主观动机、受欺诈程度、损害后果严重程度和相对方过错大小，形成一种新的差异化赔偿金计算标准。

参考文献

- [1] 高志宏. 再论消费欺诈行为的构成要件[J]. 法学, 2023(6): 178-192.
- [2] 谢勇. 论我国消费惩罚性赔偿责任构成要件、适用规则及制度完善[J]. 法律适用, 2024(7): 87-103.
- [3] 朱广新. 美国惩罚性赔偿制度探究[J]. 比较法研究, 2022(3): 152-168.
- [4] 赵鹏. 惩罚性赔偿的行政法反思[J]. 法学研究, 2019, 41(1): 41-55.
- [5] 王利明. 消费者的概念及消费者权益保护法的调整范围[J]. 政治与法律, 2002(2): 2-11.
- [6] 李仁玉, 陈超. 知假买假惩罚性赔偿法律适用探析——对《最高人民法院关于审理食品药品纠纷案件适用法律若干问题的规定》第3条的解读[J]. 法学杂志, 2015, 36(1): 48-58.
- [7] 李夏旭. 从一元论到三分论: 禁止权利滥用原则的理论重构[J]. 法制与社会发展, 2025, 31(2): 99-114.