

互联网金融消费者权益保护制度的构建

王艳丽 戴继翔

内容提要 在互联网金融背景下,因计算机和互联网技术的固有风险、网络交易的虚拟化以及监管缺失等导致消费者权益保护的问题更加突出,而现有的保护制度明显不足。我国应当在确立互联网金融消费者保护立法模式的基础上,建立起统一、专门的保护机构,完善相应保护机制,重点对互联网金融消费者的知情权、公平交易权、安全保障权、获取知识产权以及依法求偿权进行保护。

关键词 互联网金融 消费者权益保护 金融监管

王艳丽,南京审计大学法学院副教授 211815

戴继翔,南京审计大学法学院副教授 211815

一、制度构建之必要性

1. 消费者权益保护应当作为互联网金融监管的首要目标

现代金融消费者权益保护制度的确立是消费者保护运动逐步扩大到金融消费领域的成果,美国1960年《消费信用标志法案》是金融消费者保护立法的代表之一。在该法案中,立法者认为银行与消费者之间存在严重的信息不对称,由于金融产品的特殊性,金融消费者比一般消费者更需要法律的保护^[1]。一般消费者权益保护制度的产生原因是为了克服市场失灵,而金融消费者权益保护的目的在于克服金融监管失灵^[2]。1995年,英国经济学家泰勒提出著名的“双峰”理论,认为消费者权益保护应当与审慎监管一并作为金融监管的目标^[3]。该理论一经提出就被很多国家接纳,保护金融消费者权益成为许多国家金融监管的重要目标。2008年金融危机之后,2010年7月21日美国《华尔街改革和消费

本文为教育部人文社会科学研究青年基金项目“互联网金融法律规制研究”(项目编号:14YJC820054)阶段性成果。

[1]参见:李勇坚:《互联网金融视野下的金融消费者权益保护》,〔北京〕《经济与管理研究》2016年第9期。

[2]参见:林越坚:《金融消费者:制度本源与法律取向》,〔北京〕《政法论坛》2015年第1期。

[3]See Taylor Michael. 'Twin Peaks': A Regulatory Structure for the New Century, London: Center for the Study of Financial Innovation, 1995.

者保护法》(又称《多德—弗兰克法案》)生效,对原有的金融监管体系进行了彻底改革,而在这轮改革中,防范系统性风险和保护金融消费者成为其两大核心目标。至此,金融领域消费者权益保护理念已被各国金融监管制度根植于其中。

互联网金融在全球发展的时间虽然不长,但其作为一种创新金融模式,因门槛低、成本少、效率高,弥补了传统金融服务的不足,被视为实现普惠金融的最佳途径,在各国的发展都异常迅速,这从个别行业的统计数据可见一斑。如2014年全球众筹金额达到162亿美元,比2013年增加2.7倍^[1];2014年美国P2P网贷规模为55亿美元,预计到2025年将达到1500亿美元^[2]。2013年至今,互联网金融在我国更是爆发式发展,截至2015年底,我国第三方支付公司拥有的支付账户近10亿个,第三方支付移动支付市场的交易规模达163626亿元^[3];仅2017年5月一个月的P2P网贷成交量即为2488.44亿元,参与投资和借款人数分别为414.95万人和322.11万人^[4]。上述数据表明,互联网金融恰如所预期的那样,正成为普惠金融的一种主要途径,参与人数之多远超预期。各国在检讨08年金融危机爆发的原因时所形成的共识:金融消费者保护不力是导致金融危机爆发的重要原因^[5]。互联网金融与传统的金融行业相比,消费者更多,渗透领域更广,消费者权益受损的可能及危害也就更大。因而对消费者权益的保护应当更甚于传统金融行业。消费者的信任与信心是互联网金融发展的基石,尤其是在互联网金融成为普惠金融以后,对互联网金融消费者权益的保护不仅关乎个体利益,还关系到整个金融市场的安全乃至社会的稳定。如果说传统金融监管中将保护消费者权益与防范系统性风险作为监管目标的“双峰”,那么互联网金融监管则应当将保护消费者权益作为首要目标。

2. 互联网金融背景下消费者权益保护问题更加突出

互联网金融因金融与互联网技术的紧密结合,使其具有传统金融所缺乏的特殊优势,但同时也引发了不同于传统金融和普通消费领域的特殊风险,除了计算机和网络技术本身固有的风险(如系统错误、硬件损坏、网络安全等)以外,互联网金融因其网络交易和监管缺失导致损害消费者权益的现象更为突出。

首先,由于网络交易的虚拟化,导致消费者信息不对称或者信息不完全,权益更易受损。网络交易无法现实确认经营者和对方的合法身份与交易信息,只能通过公布的信息进行判断,这是机会主义、道德风险的重要起因^[6]。不仅消费者在交易过程中更容易受到交易相对人的欺诈,互联网金融企业及其内部人员发生道德风险的概率也更高。如2014年初就发生过支付宝员工倒卖客户信息超20G的事件^[7];在全部上线的5896家P2P网贷平台中,问题平台就有3758家,达到63.7%,其中跑路的近10%^[8]。

其次,因监管缺失导致的合法性问题。由于互联网金融具体监管制度尚未出台,互联网金融业务在传统模式的基础上衍生出了很多具有中国特色的业务模式,如P2P网贷突破信息中介角色,产生了“拆标”、“自动投标”、“债权转让”等多种特色业务,这些业务合法与否消费者难以判断。同时,互联网金融企业的违法经营行为也可能导致消费者权益无法保障,如2014年初“中宝投资”的账户因涉嫌洗

[1]袁毅、杨勇、陈亮:《中国众筹行业发展报告(2016)》,上海人民出版社2016年版,第102页。

[2]零壹研究院:《中国P2P借贷服务行业发展报告》,〔北京〕中国经济出版社2016年版,第26页。

[3]李东荣主编:《中国互联网金融发展报告(2016)》,〔北京〕社会科学文献出版社2016年版第3页。

[4]数据来自网贷之家:<http://shuju.wdzj.com/industry-list.html>。

[5]于春敏:《消费者保护乃金融监管首要基础价值——美国金融消费者保护困局之反思》,〔成都〕《财经科学》2010年第6期。

[6]杨东:《互联网金融风险规制路径》,〔北京〕《中国法学》2015年第3期。

[7]〔北京〕京华时报:《员工倒卖20G用户信息被抓,支付宝称不涉及核心信息》,http://news.xinhuanet.com/fortune/2014-01/06/c_125961375.htm。访问时间:2016年10月15日。

[8]数据来自网贷之家的统计,网址:<http://shuju.wdzj.com/industry-list.html>,访问时间:2017年5月20日。

钱被查封^[1],而该账户中不乏大量合法的消费者资金。

我国目前尚无专门的金融消费者权益保护制度,更遑论互联网金融消费者权益保护。现有制度的问题突出表现在以下几方面:一是“金融消费者”、“互联网金融消费者”概念不清,是否受《消费者权益保护法》保护不得而知;二是现有的金融消费者保护机构在原所属金融行业有明确的职责分工,但互联网金融往往会突破传统地域和行业限制,对跨区域和行业的消费纠纷如何处理,机构间如何协调,有待明确;三是以“互联网金融”命名的规范性文件都过于原则化,如《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》第十六条设计了消费者权益保护制度的基本体系,但均为原则性规定,可操作性不强。因此,无论是从互联网金融法律规制的目标、互联网金融发展中消费者权益受损的情况还是制度现状来看,都有必要构建一个完整的互联网金融消费者权益保护制度体系。这个制度体系是以立法模式选择为基础,以专门的保护机构为保障,包括具体的权益保护机制在内的完整的制度架构。

二、立法模式选择与保护机构设置

1. 专门的金融消费者保护立法

对于互联网金融消费者保护立法模式选择,学界有三种意见:一是沿用原有的《消费者权益保护法》,二是制定专门的《金融消费者权益保护法》,三是出台专门的《互联网金融消费者权益保护法》。对此,笔者认为第一种模式实不可取,而第三种模式则无必要。我国《消费者权益保护法》在修订时将消费者扩大到金融消费领域,但这一修订并不能从根本上解决问题。从各国的立法历程来看,金融消费者的概念和范围并非理论推演的结果,而是实践“生长”的产物^[2],金融消费者权益保护制度的独立也是金融市场发展的内生结果^[3]。一些国家和地区颁布了专门的金融消费者保护法,如我国台湾地区;很多国家和地区即便没有名为《金融消费者权益保护法》的法律文件,但在其金融立法中金融消费者保护制度也占据了重要地位,如美国、英国、加拿大等。专门的金融消费者权益保护制度是金融市场的必然选择,但专门的互联网金融消费者权益保护法则无必要。一者互联网金融无法脱离其金融业态属性,二者国外立法也基本没有采用这种方式。针对互联网金融消费者,只需在沿用金融消费者权益保护制度的同时在互联网金融监管中强化消费者保护的理念即可。如英国,在原有金融消费者权益保护制度的基础上,于2014年出台《对互联网众筹和基于其他媒介的非随时可变现证券推销行为的监管方法》,专门对众筹和P2P等互联网金融业务进行规范,重点对参与互联网金融的消费者给予保护。借鉴这一立法经验,我国互联网金融消费者权益保护制度的立法模式,应当是专门的《金融消费者权益保护法》再加上互联网金融监管中侧重金融消费者权益保护。

金融消费者保护专门立法,就应当明确金融消费者这一概念,但我国学界及相关规范性文件对此存在较大分歧,争议主要集中于金融消费者是否仅限于自然人?又是否包括投资者^[4]?当然,不同国

[1]陈勇:《中国互联网金融研究报告(2015)》,[北京]中国经济出版社2015年版,第166页。

[2]廖凡:《金融消费者的概念和范围:一个比较法的视角》,[北京]《环球法律评论》2012年第4期。

[3]许多国家原本并没有专门的金融消费者权益保护制度,随着金融市场的发展,金融监管失灵,在金融危机的推动下,才逐步意识到金融消费者权益保护乃金融监管之本旨,进而出台专门的金融消费者权益保护制度,如美国2010年通过的《多德-弗兰克法案》,英国2010年颁布的《消费者投诉处理办法》等均是金融监管失灵和金融危机推动的产物。

[4]认为金融消费者仅指自然人者,如林越坚:《金融消费者:制度本源与法律取向》,[北京]《政法论坛》2015年第1期;陈洁:《投资者到金融消费者的角色嬗变》,[北京]《法学研究》2011年第5期;认为金融消费者还包括法人和其他组织者,如邢会强:《金融消费者的法律定义》,[哈尔滨]《北方法学》2011年第5期。学界认为金融消费者包含投资者的观点居多,但具体包括哪些投资者则存在分歧。参见于春敏:《金融消费者的法律界定》,《上海财经大学学报》2010年第4期;杨东:《论金融消费者概念界定》,[北京]《法学家》2014年第1期。

家和地区的立法在这两个问题上也并未达成一致。对此,笔者认为台湾地区的立法理念可资借鉴:金融消费者不同于普通消费者,保护金融消费者的目的最终是为了金融市场的健康发展,不应囿于普通自然人消费者的范围;而专业投资者具有足够的风险识别能力,无需特别保护。故此,金融消费者应指接受金融服务业提供金融商品或服务者,但不包括专业投资机构和符合一定财力或专业能力之自然人、法人及其他组织。至于专业投资机构的范围及一定财力或专业能力的具体条件,由相关主管部门确定。

2. 保护机构的设置

传统金融监管思想认为,做好审慎监管自然就能实现对金融消费者的保护。然而国际金融实践表明,审慎监管本身并不能替代金融消费者权益保护,审慎监管与金融消费者权益保护在某种程度上还可能存在冲突^[1],因而很多国家将审慎监管与金融消费者权益保护分由不同的机构来落实,尤其在次贷危机之后,原来没有统一的金融消费者保护机构的国家也成立了专门的金融消费者保护机构。与各国的金融监管模式相适应,保护机构设置目前有三种模式:一种是以加拿大为代表的独立模式,其金融消费者保护机构名为金融消费者管理局(FCAC),是独立于加拿大银行(中央银行)和金融监管机构的保护机构;第二种是以美国为代表的半独立模式,其金融消费者保护机构名为消费者金融保护局(CFPA),是在美联储内设的保护机构,与金融监管机构地位相同,且美联储理事会不得对金融消费者保护局施加任何行政上的干预^[2];第三种是以德国为代表的隶属模式,其金融消费者保护机构名为消费者保护委员会(Verbraucherbeirat),隶属于联邦金融监管局。无论在何种设置模式下,各国的金融消费者保护机构都具有统一性、专门化的特点,且职责和权限非常明确。互联网金融作为金融业务的拓展,其消费者保护职责也相应地由上述专门的金融消费者保护机构落实。

我国互联网金融监管仍然未脱离传统金融“一行三会”的监管体制,落实互联网金融消费者权益保护任务的机构就包括央行内设的金融消费权益保护局以及银监会、保监会、证监会各自内设的行业消费者保护机构。但互联网金融跨行业、跨市场经营特征明显,一旦出现涉及不同行业的消费问题,就会如某银监系统内部人士所言,“各部门都来做,只会打架和推诿,不会实质性保护消费者利益。”^[3]实践中这种问题已然显现^[4]。再以P2P网贷为例,截至2017年4月,各种跑路、停业的问题平台高达3547家,银监会4月12日出台了《关于切实弥补监管短板提升监管效能的通知》,意在弥补P2P网贷监管最后一块短板——“信息披露”问题,但5月又新增问题平台75个,其中跑路4家^[5]。可见,以强化监管来强化消费者保护的思路在互联网金融领域并不可行。此外,不同监管部门内设的金融消费者保护机构在机构的独立性、职责与权限、保护目标及措施等方面均存在差异,不仅导致不同领域的消费者获得保护的结果不同,而且必然增加机构间协调保护的的成本。因此,学界普遍认为,借鉴其他国家的经验,建立一个统一的、独立于具体监管机构的金融消费者保护机构才是最佳选择^[6]。至于机构的设置,可以抽取各监管部门内的消费者保护机构,以此为基础组建专门的金融消费者保护机构,独立于银监会、保监会、证监会,其职责主要在于金融消费者权益保护,包括涉及消费者权益问题的金融产品的审查、对金融消费者的教育、金融消费纠纷解决等。就互联网金融而言,建立起专门的金融消费

[1][2]温树英:《美国金融消费者保护机制的改革及经验》,〔北京〕《美国研究》2015年第1期。

[3]参见财新网:《央行、银监会成立金融消费者保护局》,网址:<http://finance.caixin.com/2012-09-27/100442934.html>;访问时间:2017年5月31日。

[4]如2015年11月23日,山东网贷平台鑫利源跑路,但当地的银监会和金融办均称不负责。参见:<http://www.cngold.com.cn/zjs/20151204d1897n58691852.html>,访问时间:2017年5月31日。

[5]数据来之网贷之家行业数据统计,网址:<http://shuju.wdzj.com/problem-1.html>,访问时间2017年6月10日。

[6]杨东:《我国金融消费者保护统一立法体系的构建》,〔上海〕《社会科学》2013年第8期;邢会强:《金融消费者的法律定义》,〔哈尔滨〕《北方法学》2011年第5期。

者保护机构以后,可以在其内部设立互联网金融消费者保护委员会,专职从事互联网金融领域的消费者权益保护职责。

三、需保护的重点权益与保护机制

实践证明,互联网金融消费者的特殊风险决定了互联网金融消费者重点需要保护的权益为知情权、公平交易权、安全保障权、获取知识和依法求偿权,各国互联网金融立法也都给予重点关注并设置了相应的保护机制。

1. 知情权之保护

知情权是互联网金融消费者在进行互联网金融交易时所享有的要求互联网金融机构向其全面、准确、及时地告知相关信息的权利。由于互联网金融借助虚拟网络交易,消费者信息不完全风险更甚,而互联网金融机构通过夸大收益、回避风险等误导性宣传诱使消费者交易的情况非常普遍,消费者知情权的保护就显得尤为重要。对此,一些国家强化了互联网金融机构的信息披露义务并禁止其对消费者不当劝诱。其中,信息披露义务重点是针对P2P网贷、股权众筹和第三方支付。如美国对P2P网贷和股权众筹直接按证券业务进行监管,要求其履行与上市公司相同的信息披露义务^[1];欧盟的《支付服务指令》明确规定了对第三方支付机构的信息披露义务,要求支付服务机构应提供纸质或其他耐用介质的信息和条件,并具体披露包括支付执行时间、同意执行支付交易和撤回该同意的方式和程序、收费、利息、汇率等在内的详细信息^[2]。

笔者认为,应当针对互联网金融不同业务模式的特点,制定本行业的信息披露制度。基本的制度框架应当包括:第一,向监管部门定期报告和临时报告。借鉴上市公司监管中的信息披露模式,互联网金融企业应当将经营状况定期向监管部门提交书面报告,遇有可能影响消费者权益的重大事项时,如因网络安全可能导致严重损失、董事会主要成员离职可能影响公司经营、坏账率达到一定标准时等,应及时向监管部门提交临时报告并公告。第二,向消费者披露互联网金融企业和所从事业务的详细信息。如企业的注册时间、注册资本、高管人员情况;互联网金融业务的基本模式、消费者参与的条件与方式、风险及其管控情况等。同时,禁止互联网金融机构通过网络、电话、平面广告等方式对消费者进行不当诱导。

2. 公平交易权之保护

公平交易权是互联网金融消费者在进行互联网金融交易时保持权利与义务、风险平衡的权利。互联网金融通过网络高效交易的同时,也大幅增加了消费者因交易时间仓促、合同高度格式化、知识与经验不足等导致的权利与义务不平衡的风险。对此,许多国家在互联网金融立法中对交易的格式合同、消费者的适当性、冷静期等作了明确规定。

第一,对互联网金融交易格式合同的规制。互联网金融交易中广泛使用格式合同,且消费者只需点击就导致合同成立并生效,很多国家立法和司法实践都对互联网金融交易中使用的格式合同采用严格审查标准,要求互联网金融机构在拟定消费合同时应当合理考虑合同条款,确保其中不存在对消费者不公平的内容。如美国 *Combe v. PayPal* 一案,法庭认为在消费者通过网上点击就成立的格式合同中,PayPal公司设置了仲裁条款,这在程序上和实质上都是不公平的,并最终判决PayPal败诉^[3]。我国互联网金融消费者保护立法对互联网金融交易中所使用的格式合同也应当参考这种做法,采用

[1]Paul Slattery. Square Pegs in a Round Hole: SEC Regulation of Online Peer-to-Peer Lending and the CFPB Alternative, *Yale Journal on Regulation*, 2013(Vol.30):87.

[2]See Directive 2007/64/EC, Article 36,37,41,42.

[3]详见:Craig Comb, et al. v. PayPal, Inc. Cases No. C-02-1227 and C-02-2777 JF (N. D. Cal., August 30, 2002).

更为严格的限制不公平合同条款的做法,但凡免除和限制互联网金融机构自身责任、对消费者不公平的条款应一律认定无效。

第二,消费者的适当性问题。世界银行的研究报告《金融消费者保护的良好实践》指出,金融机构在推荐金融产品和服务前,从消费者处收集足够的信息,以确定产品和服务符合消费者的需求和资格,关注消费者的“可负担能力”,是金融消费者保护的良好经验之一^[1]。互联网金融因为门槛低引入了更多经验不足和脆弱的消费者,因而在互联网金融交易中,将适合的产品和服务以适当的方式推荐给消费者,是保护其权益的重要方式。如英国要求股权众筹的投资人应当是高资产投资人(年收入超过10万英镑或净资产超过25万英镑)或经认证的成熟投资者,非成熟投资者投资额不超过其净资产的10%^[2];美国股权众筹立法中要求投资者的投资额低于其年收入或净资产的一定比例^[3]。我国也应在互联网金融规制中建立消费者适当性制度:首先,在从事互联网金融交易前通过大数据和让消费者填写调查表等对消费者进行分类,引导消费者从事与自己的知识、经验以及风险承受能力相适应的互联网金融交易;其次,在特定业务中对消费者的交易额度进行风险提示和限制,如对股权众筹的投资者、P2P平台的借款人的投资与借款金额以及在不同平台累计投资与借款金额应根据其消费能力设置最高限额。

第三,冷静期的规定。由于互联网金融交易中消费者对具体产品和服务无法直观感受,许多国家赋予消费者在一定期间内对是否交易充分考虑,该期间即为冷静期。冷静期规则主要适用于较为复杂的互联网金融业务和非专业的投资者。如针对股权众筹,意大利2013年出台的《关于创新型初创企业通过网络平台融资的规则》规定,非专业投资者有7天的冷静期可以撤回投资^[4];针对P2P网贷,英国《关于网络众筹和通过其他方式发行不易变现证券的监管规则》规定,如果P2P网贷平台没有二级转让市场,投资人有14天的冷静期可以取消投资。在我国互联网金融消费者权益保护中,针对非专业的金融消费者参与股权众筹也应当有冷静期的规定,但该规则的设置应当慎重,以防止消费者恶意滥用。

3. 安全保障权之保护

安全保障权是指互联网金融消费者在互联网金融交易中享有人身和财产安全不受侵害的权利。相对于普通消费领域,互联网金融网络交易方式造成消费者人身伤害的可能性不大,但更容易导致消费者信息和资金安全受损。其中,信息安全问题是网络技术领域共同的问题,无需专门通过互联网金融立法去解决。因此,互联网金融法律规制重点应当是对消费者资金安全的保障。对此,一些国家采用了存款保险和风险准备金制度。如美国对P2P网贷和第三方支付机构的沉淀资金,采取的就是存款延伸保险制度(Pass-through Insurance Coverage)^[5],要求P2P平台和第三方支付机构必须在规定的银行开立账户,将沉淀资金存放在该账户,并对每个账户投保存款延伸保险,保险费从资金在银行产生的利息中支付。英国对P2P网贷平台则规定了风险准备金,其比例与融资者的融资额度、期限和违约率挂钩^[6]。我国目前的监管制度已经对第三方支付和P2P网贷平台的资金存管作出了明确要求,

[1] See Susan L. Rutledge, Good Practices for Financial Consumer Protection, The World Bank, June 2012, p.6.

[2] See The FCA's regulatory approach to crowdfunding over the internet, and the promotion of non-readily realisable securities by other media, 2014, 4.7.9, 4.7.10.

[3] See Jumpstart Our business Startups Act 2012 (JOBS Act).

[4] 参见邵燕:《互联网金融交易中的消费者风险及对策》,〔南京〕《现代经济探讨》2016年第4期。

[5] See Pass-through Deposit Insurance Regulations Can be Found at 12 C. F. R. §330.5, 330.7, <http://www.fdic.gov/regulations/laws/rules/2000-5400.html>, last visit on May 20, 2017.

[6] See The FCA's regulatory approach to crowdfunding over the internet, and the promotion of non-readily realisable securities by other media, 2014, supra note 30. Art. 12.

即必须在规定的银行开设账户存储,同时大多数P2P网贷平台都主动采用了风险保证金方式对客户资金予以保障,部分互联网金融机构还与保险公司合作对客户资金投保。当然,互联网金融行业的资金不适用存款保险,且风险保证金也不是法律的强制性规定,相关立法对此应当有一个明确的规定。

4. 获取知识权之保护

获取知识权也称受教育权,是指互联网金融消费者有权获取与互联网金融产品和服务有关的政策、风险与权利救济等方面知识的权利。消费者对金融业务欠缺必要的知识和风险识别能力也是导致其权益受损的重要原因,因此,许多国家和地区都建立了对金融消费者的教育制度,这一制度当然适用于互联网金融消费者。如美国,除消费者金融保护局外,还在财政部专设了金融教育组织协调部门,其主要职责是负责协调教育部、产业部等部门参与金融教育工作。2009年开始每年拨付2.5亿美元作为金融教育经费,并从美联储市场服务和有偿金融服务收益中提取一定比例用于支持金融知识普及工作^[1]。英国不仅在2010年《金融服务法案》中对消费者教育规则进行了细化,而且将原属于FSA内部机构的金融教育机构独立出来,成立专门的消费者金融教育机构,专职落实对金融消费者的教育和咨询。我国消费者对金融行业尤其是互联网金融产品和服务的认知程度相当低,上当受骗者比比皆是,重要原因之一是我国在金融消费者教育方面投入严重不足^[2],因而强化对金融消费者的教育是学界普遍的呼声。笔者认为,不妨参照其他国家的做法,建立消费者教育专项资金,设立专门的消费者保护和教育网站,提供教育材料,并通过视频资料、模拟业务等方式向消费者提供指导。至于该项资金来源,可以采用财政拨款、金融机构缴纳和消费者自行承担三者结合的方式筹集。

5. 依法求偿权之保护

依法求偿权是指互联网金融消费者在权益受到侵害的情况下,能够通过一定的程序解决纠纷、向加害方追责求偿的权利。对此,许多国家都有一套完备的金融消费纠纷解决机制和配套的法律责任制。除了一般的公力救济渠道以外,很多国家还有自己独特的金融消费纠纷解决机制,如日本的金融ADR制度(法庭外解决纠纷制度)、英国的FOS(申诉专员服务公司)消费纠纷解决机制等。以英国FOS消费纠纷解决机制为例,FOS作为第三方非正式地处理金融消费纠纷,消费者可以不接受FOS的决定再申请司法救济,但英国国内的金融机构必须接受,否则FOS可以申请法院强制执行。我国目前互联网金融消费纠纷没有系统的解决机制,导致大量消费者权益被侵害但保护无门。为改变这种情况,应当建立起多元化的消费纠纷解决机制:首先,要求互联网金融企业内部建立起消费纠纷投诉处理机制,如阿里巴巴已经构建起非常庞大的网上纠纷解决系统,有几千个网络调解员^[3];其次,监管部门应当建立严格的工作制度,对消费纠纷的受理、处理等有一套规范的处理程序和严格的时间限制;再次,借鉴其他国家的做法,建立起专门的第三方调解机制,先对互联网金融消费纠纷进行调解,调解不成再进入裁定程序。此外,还可以充分利用互联网的便捷处理手段,如英国FOS在发生纠纷时,直接通过大数据、交易信息等判断孰是孰非以及赔偿额度^[4]。

[责任编辑:钱继秋]

[1]黄锋:《美国金融消费者权益保护体系改革的借鉴与启示》,《武汉金融》2011年第4期。

[2]根据研究者的调查和统计,按照一定的指标对各国金融消费者教育水平进行打分,我国金融消费者教育水平得分为2.1,而美国得分为4.2。参见梁涛:《中外金融消费者保护水平的比较分析》,[广州]《金融经济研究》2014年第5期。

[3]杨东:《大金融理论背景下中国消费者保护建议报告》,http://www.jinrong315.com/?action=viewnews-itemid-2339。访问时间:2016年11月20日。

[4]杨东:《互联网金融监管的五个维度:以金融消费者保护为核心》,[北京]《清华金融评论》2014年第10期。