

敲诈勒索罪背景下过度维权简论

◆段天恒

(贵州民族大学, 贵州 贵阳 550025)

【摘要】随着我国社会经济的发展,人民消费水平不断提高,消费纠纷也日益增多。在维护自身合法权益时,一些消费者会采取过激手段,造成维权过度。维权过度与敲诈勒索罪行为在表现上存在相似之处,需要加以区分。本文从敲诈勒索罪的视角,对消费者维权过度的行为进行了探讨,以分析维权过度与敲诈勒索罪的区别,探究导致消费者维权过度的原因,并提出相关对策建议,以期预防和规范维权过度提供法律依据。

【关键词】维权过度;敲诈勒索;法律界定

消费者过度维权主要表现为非理性的言行举止,如随意组织抵制商家、恶意曝光企业信息等。这些行为可能会损害企业的商誉,但如果缺乏敲诈勒索的故意,仅出于维权目的,且没有采取暴力胁迫手段,并不构成犯罪。导致消费者维权过度的原因包括部分人法律意识淡薄、维权途径不畅等,可以通过加强法制宣传、建立消费维权机制等方式予以预防和治理。本文认为,应加强消费者权益保护法律法规的建设,明确规范消费者合法维权行为,同时严厉打击恶意敲诈勒索犯罪行为。还应加强法治宣传教育,提高消费者法治观念,引导其理性表达诉求,以合法方式维护自身权益。建立完善的消费维权机制也至关重要,可以有效预防和减少消费者过度维权行为的发生。

一、过度维权与敲诈勒索罪的定义

(一)过度维权的定义

过度维权指消费者在维护自身合法权益时,采取的手段、方法、态度等超出必要限度,给企业经营者造成不应有的损失或伤害的行为。其特征是维权行为存在失衡或不平等的状况。过度维权不同于正当维权行为,正当维权是消费者为了保护自身权益采取的合法、正当的行动,过度维权则往往缺乏法律及道德的双重基础,手段与目的不相称,超出必要范围。比如,消费者购买商品后,因商品质量问题与商家发生纠纷,消费者为争取更多的赔偿,恶意曝光、组织抵制商家,给商家造成严重损失。

(二)敲诈勒索罪的定义

我国《刑法》第274条对敲诈勒索罪作出规定:“以非法占有为目的,通过暴力、胁迫或者其他方法,强行索要公私财物的,是敲诈勒索罪。”其中“非法占有”是主观方面,“暴力、胁迫”是手段,“强行索要公私财物”是客观方面。敲诈勒索罪侵犯财产权,危害财产安全,同时破坏社会秩序,应严惩不贷。消费者针对商家采取暴力胁迫手段,要挟对方给予高额赔偿,否则威胁全部退货、恶意评价

等,以达到获取财物的目的,这就已经涉嫌敲诈勒索罪了。

(三)两者的区别

过度维权与敲诈勒索罪有明显区别:(1)行为主体不同。过度维权的主体通常是消费者,敲诈勒索罪的主体则多是社会歹徒。(2)主观目的不同。过度维权出于维护自身权益,敲诈勒索则是为非法占有财物。(3)手段不同。过度维权存在失衡,但通常不采取暴力胁迫手段,敲诈勒索则是以暴力胁迫为手段。(4)后果不同。过度维权可造成一定的经济损失,而敲诈勒索则危害更大,可能导致严重的社会危害。综上所述,过度维权与敲诈勒索罪都可能损害他人的财产权益,但二者还是有明确区别的:敲诈勒索罪是一种犯罪行为,有获取财物的明确故意,手段较为恶劣;而过度维权可能仅是维权方式问题,没有犯罪故意,对社会危害性较小。因此,需要根据具体情况区分两者的界定,以免增加化解消费纠纷的难度,也避免将过度维权与敲诈勒索混为一谈。

二、消费者过度维权与敲诈勒索罪的界定

(一)以消费者过度维权的主观目的为界定依据

对于存在争议的消费者过度维权行为,应该从多个角度综合判断,以明确其与敲诈勒索罪的界定。首先,应考察消费者过度维权的主观目的。消费者在购买商品或接受服务后,如果自身合法权益遭到侵害,采取一定维权措施是正当的。如果消费者采取较为强硬的维权方式,目的在于争取自身应得的合法权利,没有故意非法占有、侵占经营者财产的不正当目的,则这些维权行为尚不构成敲诈勒索罪。其次,应注意维权行为是否恶意损害经营者商誉。消费者通过正当途径公开自己的消费经历,提醒其他消费者注意维权,这属于信息公开,不应被视为敲诈。但如果采取引人注目的方式,故意夸大经营者不法事实,恶意损害商家的声誉,则可能涉嫌其他法律责任。再次,应判断消费者索赔的数额是否合理。如果消费者的赔偿请求基于法律,赔偿

标准符合道德规范，则不属于敲诈勒索。若故意厚此薄彼，没有事实与法律依据就索要高额赔偿，则可能涉嫌敲诈犯罪。最后，应关注维权过程中是否存在暴力胁迫。消费者通过正常起诉等合法方式进行维权，不涉及暴力胁迫，则很难构成敲诈勒索罪。综上所述，界定消费者过度维权行为，应当综合考量多方面因素，不能将其与敲诈勒索混为一谈，应区分不同情况，采取不同对策。关键在于考察维权的手段与目的，通过合法途径追究经营者责任不属于敲诈勒索罪；但恶意夸大事实，故意损害商家声誉，或者以暴力胁迫方式索赔的，则可能涉嫌违法犯罪。

（二）以维权行为是否恶意损害对方名誉界定依据

消费者维权过程中，通过正当途径公开自己的消费经历和感受，属于对商品和服务质量的评价，应当得到保护。但是如果采取故意歪曲事实，恶意损害、侮辱经营者商业信誉和名誉的做法，则可能涉嫌违法。对经营者商誉名誉的恶意损害，主要可以从以下几个方面进行判断：首先，公开内容是否属实。消费者可以公开确有事实根据的消费经历，这属于对商品和服务质量的评判，应作为合法的消费者言论受到保护。但是如果捏造事实，故意歪曲经营者服务内容，则可能构成对他人名誉权的侵害。其次，公开方式是否恶意。消费者可以通过正常渠道反映消费感受，这属于信息公开。但如果采取渲染抹黑的手段，选择网络热点时机恶意曝光，则可能导致严重后果，应认定为恶意损害商家名誉。再次，公开目的是否正当。如果消费者发声的目的在于提醒其他消费者维权，并得到应有补救，则这种公开还处于正当范围。如果明显是为了报复经营者，使其信誉受到难以弥补的损失，则可以认定为恶意损害名誉。最后，应考量消费者维权需求是否已得到合理回应。如果经营者能积极应对给予补救，而消费者仍然继续恶意攻击，则可以判断其目的在于破坏经营者名誉。综上所述，消费者通过正当合理方式维权属于权利行使，但故意捏造事实，采取恶意方式损害经营者名誉的，则可能构成违法，需要根据具体情况进行判断，以确定其法律责任。

（三）以消费者过度维权时索要的赔偿数额是否合法为界定依据

消费者维权时索赔的数额，以及维权过程中的信息公开行为，也是界定过度维权与敲诈勒索罪的重要标准。关于索赔数额，应首先判断其是否具有事实与法律依据。消费者的损失应该有证据证明，且赔偿标准应符合法律规定和社会公平原则。但如果没有事实根据，故意虚构损失数额以讹诈高额赔偿，则可能涉嫌敲诈。其次，应考察索赔数额是否明显失当。即使有一定事实依据，但消费者故意厚此薄彼，不合情理地索要数额巨大的赔偿，也可能构成敲诈勒索的犯罪故意。最后，应注意索赔次数是否合理。消费者

不应多次就同一纠纷提出索赔，如果不断新增理由和数额进行索赔，可能也涉嫌敲诈。

（四）维权过程中曝光经营者的行为不等于敲诈

至于信息公开方面，消费者通过正当方式公开自己的消费经历，提醒他人维权，属于信息公开的范围，原则上不构成敲诈勒索。但是如果捏造事实，以渲染的方式故意抹黑商家导致严重后果的，则可能涉嫌违法。对消费者维权的索赔数额和公开行为，都需要细致分析其事实与法律依据，注意是否存在故意虚构、捏造事实以达到不正当目的的情况。同时，还要考察信息公开方式是否恶意抹黑，使其区别于正当的消费者评价范围。

三、导致消费者过度维权的主要原因

导致消费者产生过度维权行为，存在多方面原因，主要有以下四种原因。

第一，相关消费者权益保护法律不健全，使得消费者在维权过程中没有足够的法律依据和支持。现行法律对消费者权益保护中的一些细节规定不明确具体，消费者的合法权益得不到很好的保障。面对复杂的消费纠纷，消费者缺乏法律手段，可能导致选择过激的维权方式。

第二，部分经营者态度恶劣，推诿责任，延误维权时间，加大消费者维权难度，引起消费者情绪化。如果企业能积极回应消费者诉求，及时给予合理说明或补救，消费者就不会产生激进的维权心理。

第三，广大消费者的法律意识较为淡薄，对自身合法权利和维权方式不了解，容易受到不良情绪驱使采取非理性甚至违法的维权方式。普遍缺乏法治观念是导致过激维权的重要原因。

第四，消费者选择的维权途径单一，效果不佳。现有的消费者维权渠道不顺畅，消费者反映诉求难以得到解决，积极意见得不到采纳，这可能促使消费者选择高压的维权方式。

因此，完善法律，优化企业服务态度，增强法治观念，畅通维权渠道，都是防止和减少消费者过激维权行为的关键举措，需要社会各界共同努力。

四、防止消费者维权过度的主要措施

（一）健全法律法规，维护双方合法权益

为有效防止和减少消费者的过度维权行为，需要从以下几个方面采取积极措施：第一，需要进一步健全维护消费者权益的法律法规体系。现行法律对消费者权益保护中的一些细节规定不明确、具体，无法为消费者正当维权提供法律支撑。因此，需要补充完善相关民事、行政法规，增加消费者在消费过程中遇到的各类侵权行为的司法救济途径，明确规定不同情况下的赔偿标准和程序，使消费者可以依法维权，制止经营者的不法行为。同时，也应加大对恶意维

权行为的惩罚力度,避免消费者利用法律漏洞敲诈勒索。只有建立公平合理的法律制度,消费者和经营者的合法权益才能得到充分维护。第二,应建立完善的消费争议解决机制。现有的消费者投诉渠道效率低下,消费者反映的问题无法得到及时有效解决。因此,可以借鉴国外成熟的争议调解机制,建立独立的第三方消费争议仲裁机构,加强行业监督,及时公正地处理各类消费纠纷。同时,建立负责任的企业质量反馈机制,让消费者有渠道表达不满并得到回应。这将有助于从源头减少消费纠纷引发的过激维权行为。第三,加大法律宣传力度,增强全社会法治观念和理性维权意识。应利用各类媒体,让消费者了解自己的合法权利以及正确认知维权方式,同时也了解可能的法律责任,从源头避免违法维权行为的出现。

(二)积极主动沟通,共同商议解决纠纷

为防止和减少消费者的过度维权行为,经营者需要主动作为,与消费者建立良好的沟通机制,积极但理性地应对消费纠纷。第一,经营者要主动关注客户反馈。对于消费者的投诉与不满,企业不能视而不见、推诿责任,而应建立完善的客户反馈机制,各部门应共同关注消费者的呼声,对存在的问题高度重视。第二,经营者要及时回应消费者诉求。对消费者提出的合理诉求,企业应在第一时间给予积极回应,表示基本立场,不延误解决问题。即使存在争议,也要保持友好交流,避免激化矛盾。第三,与消费者建立畅通对话渠道。企业应采取面对面沟通、电话联系、网络交流等多种形式,主动与消费者进行充分交流,建立长期、畅通的互动机制。第四,针对具体问题提出解决方案。经营者要基于事实,针对消费者的具体诉求,提出解决问题的方案,表现出负责任的态度,以理服人。第五,在处理纠纷中体现公平合理。企业应本着公平合理的原则处理各类消费纠纷,不能先入为主,应抱着对等宽容的态度,与消费者理性讨论找到双方都能接受的解决方式。第六,消费者意见要转化为经营进步的动力。企业还应把消费者的意见作为提高自身服务质量的宝贵财富,推动经营管理改进与创新。如果经营者能主动关注消费者诉求,理性而友好地积极沟通,消费纠纷就能够顺利化解,消费者也不会轻易采取过激的维权方式,从而有效防范过度维权行为的发生。

(三)强化法治知识宣传,理性维护自身权益

为避免消费者过度维权,需要加强法治知识宣传,增强消费者的法治意识,引导其理性维护自身合法权益。第一,应当让广大消费者明确自己的合法权利。通过宣传教

育,使其正确理解法律赋予消费者的权利,比如知情权、选择权、公平交易权等,明白自己的权利才能得以维护。第二,应普及正确认知消费者维权的法定途径,比如投诉、举报、诉讼等。让消费者知道哪些部门能受理其投诉,具体的操作流程是什么,以及可能产生的法律后果。第三,应解释明确不同违法维权方式的法律责任。让消费者理解哪些维权行为可能构成犯罪,会受到怎样的处罚,从而规避处罚。第四,应引导消费者正确认知网络舆论的影响。理智使用网络,避免被某些不良情绪带偏方向。第五,应努力培育消费者的法治思维和理性判断力。面对复杂的消费纠纷,消费者应保持理性,根据法律规定和道义约束行事,不能轻易受主观情绪的驱使。第六,还应加强人文素质教育,培养同情心和宽容力。理解经营者也会有难处,处理问题要顾全大局。只有做到这几项,消费者才能在维权过程中秉持法治思维,理性看待问题,运用法定途径维护权益,最大限度地避免产生过激行为,与经营者形成合作共赢的和谐关系。

五、结束语

消费者维权是正当的权利,但过度维权会引发新的问题。因此,要从健全法规、畅通维权渠道、强化法治宣传等多方面着手,推动构建和谐、理性、法治的消费维权秩序。消费者和企业都应本着相互理解、平等友好的态度,通过沟通协商解决分歧,共同营造安定、和谐的消费环境。让消费者权益保护工作走上法治化、规范化、客观化的轨道,使各方权益得到公正对待。

参考文献:

- [1]贺晨霞.消费者维权过程中敲诈勒索罪的认定新论[J].重庆科技学院学报(社会科学版),2020(04):27-30,61.
- [2]甘玉昇.论消费者过度维权行为与敲诈勒索罪的界分[D].苏州:苏州大学,2021.
- [3]温馨.消费者维权行为与敲诈勒索罪的界限研究[D].重庆:西南大学,2021.
- [4]孟腾飞.消费者过度维权行为涉敲诈勒索罪的司法认定[D].上海:上海大学,2021.
- [5]吕晶.过度维权行为的定性研究[D].贵阳:贵州民族大学,2021.
- [6]陈砚宝.过度维权行为与敲诈勒索罪的法律界定问题研究[D].包头:内蒙古科技大学,2021.

作者简介:

段天恒(1995—),男,汉族,河南周口人,硕士研究生,研究方向:刑法学。