第一图书网, tushu007.com

<<金融消费者权益保护制度论>>

图书基本信息

书名：<<金融消费者权益保护制度论>>

13位ISBN编号：9787301191439

10位ISBN编号：730119143X

出版时间：2011-6

出版时间：北京大学出版社

作者：何颖

页数：194

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

内容概要

近年来随着公众参与金融活动广度和深度的增强，加之2008年全球金融危机的冲击，我国金融消费者受害事件频频现身，法律保护的不完备日益暴露。
《金融消费者权益保护制度论》在提出金融消费者的概念、保护基本原则基础上，重点分析了金融经营者说明义务、劝诱适合性、冷静期、金融经营者民事责任等具体规则。
保护金融消费者权益与维护金融市场自由竞争机制是一个硬币的两面，如果忽视了对消费者的保护，放松管制的市场化改革将会酿成一场危机。
对此，经历过1990年代银行业危机的日本金融法制经验与教训颇具研究价值。
《金融消费者权益保护制度论》针对我国金融消费者保护中的现实问题，探讨了日本金融消费者保护制度的前世今生，以为借鉴。

作者简介

何颖，江苏宜兴人。
任教于华东政法大学经济法学院，主要研究领域为金融法、商法。
2001年、2004年先后获南京大学法学学士学位和法学硕士学位。
2008年获北京大学法学博士学位，博士在读期间赴日本九州大学法学院学习，并获法学硕士学位。
在《法学》、《政治与法律》、《当代法学》、《南大法律评论》、《日本学刊》、《证券市场导报》、《经济法学家》等刊物发表论文二十余篇。
主持教育部人文社会科学研究一般项目《金融放松管制、消费者保护与立法改革》，以及上海市教委科研创新项目等课题， 并参与了世界银行子项目《中国进出口银行内控机制评估与设计》、上海证券交易所《交易异常情况法律制度研究》等课题的研究工作。

第一图书网, tushu007.com

<<金融消费者权益保护制度论>>

书籍目录

导论
第一章 金融消费者与金融商品
　第一节 金融消费者
　第二节 金融商品
　本章小结
第二章 金融消费者保护法理论
　第一节 消费者保护法的基本原理
　第二节 金融消费活动的特殊性
　第三节 金融消费者保护的基本法理
　本章小结
第三章 日本的金融消费者法律保护机制
　第一节 日本金融法律移植动向与“大爆炸”改革
　第二节 日本金融消费者相关立法的缺陷
　第三节 日本金融消费者立法保护的统一化进程
　本章小结
第四章 金融机构的说明行为规则
　第一节 金融机构的说明义务
　第二节 说明内容与说明方式
　本章小结
第五章 金融机构的劝诱行为规则
　第一节 劝诱行为的适合性原则
　第二节 禁止不当劝诱行为
　第三节 冷静期规则
　本章小结
第六章 金融机构的民事赔偿责任规则
　第一节 金融机构的民事赔偿责任
　第二节 日本金融立法对侵权责任规则的修正
　本章小结
第七章 我国金融消费者立法保护现状及借鉴
　第一节 中日金融法律体系、金融制度改革相似性
　第二节 我国金融消费者立法现状分析
　第三节 我国金融消费者立法保护概述
　第四节 构建我国金融消费者立法体系的初步构想
　本章小结
结语
参考文献
后记

章节摘录

版权页：第二节 金融商品金融商品不仅包括储蓄、存贷款、债券、股票以及外汇等传统的金融商品，而且包括从这些传统品种衍生出的各类期货、期权、互换等金融衍生商品。
此外资产证券化作为全新的融资方式，通过资产出售可以成功地将债务融资转化为资产融资，正成为当前金融发展的新潮流。
金融商品的繁荣为消费者提供了更多的选择，使得金融业领域的消费者可以“ 货比三家 ”。
日益激烈的金融市场竞争又促使“ 以客户为导向 ”逐渐成为金融机构的基本经营理念，金融机构只有迎合客户的需求提供服务，才能在竞争中立于不败之地。
金融服务的商品化营销是金融业发展创新的必然结果。
金融业务的交叉与融合大大促进了经营者的创新活动，这些新兴业务往往具备存款、贷款、保险、证券等传统金融服务中两种以上的性质，说是“ 乱花渐欲迷人眼 ”也毫不为过。
比如，国内商业银行推出的各种个人理财产品，实质是商业银行灵活运用存款、有价证券、衍生产品等各种金融工具以实现个人财富的保值增值的产品。
近年来随着股份制改造的推进，我国四大国有商业银行一统天下的格局被打破；我国加入WTO后，实力雄厚的外资金融机构也开始抢占国内金融市场；《商业银行法》、《证券法》等金融立法的修订则为金融业综合经营开了口子，这些都使得国内各类金融机构之间争夺市场份额的竞争日趋激烈。
比如国内近年来出现的“ 投资连结保险 ”（以下称“ 投连险 ”）“ 分红险 ”等新险种，虽然冠之以“ 保险 ”的称呼，但是同时又具备投资功能。
与此同时，各行业的金融机构为争夺市场，又会向消费者提供同质化的业务。
比如证券公司开展的客户资产管理业务，保险公司开展的投连险和分红险，信托投资公司开展的资金集合信托业务，虽然与商业银行的理财业务名目不同，但这些业务在权利义务关系、资金管理方式、投资者的收益和风险承担方面却存在基本相同点。
简单看，就是金融机构向个人提供的财务分析、财务规划、投资顾问、资产管理等专业化服务活动。
①为了在竞争中取胜，金融机构开始注重营销策略，通过对多项服务“ 打包 ”、设计简单响亮的品牌和宣传语言、进行广告等促销活动这一系列过程，将越来越复杂多样化的金融服务包装成可以批量出售的“ 商品 ”，大大方便了消费者进行选购。
20世纪70年代以来，西方国家出现了金融管制放松的趋势；90年代末，金融分业的格拉斯一斯蒂格尔墙也被打破，金融机构面对前所未有的竞争压力，不断扩展业务交叉、进行产品创新以维持竞争能力。

编辑推荐

《金融消费者权益保护制度论》为经济法文库(第2辑)之一。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com