

104 年新修正消費者保護法分析

呂惠珍*

摘 要

104 年 6 月 17 日修正公布之消費者保護法共變動 27 條，為使外界明瞭消費者保護法之修正情形，本文就本次消費者保護法之修正背景、修正重點（定型化契約、特種交易、廣告之效力與團體訴訟等）及理由為簡要之介紹及說明。

關鍵詞：消費者保護法、通訊交易、訪問交易、定型化契約、懲罰性賠償金

* 現任行政院消費者保護處科長。

壹、修正歷程及重點

我國消費者保護法（以下簡稱消保法）於83年1月11日公布施行，主要規範商品責任、定型化契約、特種買賣、消費資訊、消費者保護團體、行政監督、消費爭議之處理及罰則等，於92年及94年間曾有二次修正。為因應社會變遷，使消保法有關定型化契約及特種買賣等規範更加完備，並解決實務爭議，行政院消費者保護處於101年開始蒐集及整理日本與歐盟等外國立法例¹及近年來我國實務常見爭議問題，研擬消保法部分條文修正草案，進行第三次之修正法制作業，邀請工商團體、消保團體、中央與地方主管機關及學者專家等參與，廣徵各界意見，經過14次會議之研商討論，於102年5月23日獲行政院院會通過後，函送立法院審議。

消保法部分條文修正草案除了行政院版本外，立法院第8屆會期中，部分委員也提出了消保法修正案共計19案。總計20件提案經立法院社會福利及衛生環境委員會於103年12月31日、104年1月12日及15日召開三次會議完成審查²，部分保留條文於104年5月1日經朝野黨團協商完成，104年6月2日立法院院會二讀及三讀通過消保法部分條文修正草案，104年6月17日奉總統公布。

本次消保法修正，計變動27條（修正23條，刪除1條，增訂3條），未來消費者簽訂定型化契約，無論在契約書之取得或舉證責任之減輕，都有更進一步之保障；同時，新修正之消保法也增訂了企業經營者違反定型化契約應記載及不得記載事項之行政罰配套，以確保公告事項之落實執行；此外，為使更多優良之消費者保護團體（以下簡稱消保團體）可以為消費者提起損害賠償訴訟，本次修正就消保團體提起團體訴訟之要件，也予以適度放寬。

新修正消保法對於企業經營者及消費者之權利義務關係所有調整及變動，修正內容可分為五大部分：定型化契約、特種交易、團體訴訟、行政組織及其他，除特種交易相關規定因需配合消保法子法之研訂，使其同時施行，故於消保法第64條授權行政院另定施行日期外，其他修正自104年6月19日生效。而特種交易相關修正（消保法第2條第10款與第11款及第18條至第19條之2），行政院已

¹ 外國立法例可參閱歐盟指令「2011/83/EU」(<http://eur-lex.europa.eu/>，閱覽日期：104年10月1日)；德國民法BGB第305條以下(<http://www.gesetze-im-internet.de/bgb/>，閱覽日期：104年10月1日)；英國「The Consumer Contracts (Information, Cancellation and Additional Charges) Regulations 2013」(<http://www.legislation.gov.uk/>，閱覽日期：104年10月1日)；日本「消費者契約法」、日本「特定商取引に関する法律」(<http://law.e-gov.go.jp/cgi-bin/idxsearch.cgi>，閱覽日期：104年10月1日)；韓國「Act on Consumer Protection in Electronic Commerce, etc.」、韓國「Door-to-Door Sales, etc. Act」及韓國「Regulation of Standardized Contracts Act」(<http://eng.ftc.go.kr/>，閱覽日期：104年10月1日)等。

² 詳立法院公報第104卷第8期、第10期、第12期委員會紀錄(立法院全球資訊網<http://www.ly.gov.tw>，閱覽日期：104年10月1日)。

於104年12月31日以令發布³，定自105年1月1日起施行。上開修正內容除行政組織⁴與其他較未涉及實質變動之修正可參考行政院消費者保護會網站⁵上之修正條文對照表外，本文擬就本次消保法之修正背景、修正重點及理由為簡要之介紹，以下依序就定型化契約、特種交易、廣告之效力及團體訴訟等修正重點逐項說明。

貳、定型化契約

一、定型化契約相關修正內容

本次修正與定型化契約有關之條文除第56條之1增訂違反公告事項之行政罰外共計5條，分別為第2條第7款「定型化契約條款之定義」、第11條之1第2項「使消費者拋棄審閱權之效力」、第13條「給與消費者定型化契約書之義務」、第17條「定型化契約應記載及不得記載事項之授權目的、內容、範圍及效力」及第17條之1「定型化契約之舉證責任」，說明如下：

(一) 第2條第7款「定型化契約條款之定義」

實務上企業經營者為與「特定」多數消費者訂立同類契約之用，而預先擬定契約條款者，不乏其例，例如企業經營者為加入會員之特定多數消費者提供優惠措施所研擬之條款。按消保法有關定型化契約相關規範，係為保護無磋商能力之消費者，故只要業者預先擬定之條款係為與多數消費者訂約之用，均應有消保法之適用，依第2條第7款修正後之規定，企業經營者為與消費者訂立契約之用所預先擬定之定型化契約條款，不論與「不特定」多數消費者或「特定」多數消費者訂約之情形，均有消保法之適用⁶。

(二) 第11條之1第2項「使消費者拋棄審閱權之效力」⁷

實務常見企業經營者於其所提供之定型化契約中，加註消費者自願拋棄契約審閱權之條款，例如「○○○簽訂本契約前，已確實充分瞭解本契約書及其附件無誤，自願放棄○日以上之審閱權利」，類此使消費者拋棄審閱權利之條款，對

³ 104年12月31日院臺消保字第1040155873號令，參閱行政院公報第21卷第247期(<http://gazette.nat.gov.tw/>，閱覽日期：104年12月31日)。

⁴ 行政院消費者保護委員會之業務及人力因組織改造，自101年1月1日起，已併入行政院，消保法相關條文有關「消費者保護委員會」之文字，均修正為「行政院」(修正第39條至第41條、第44條之1及第49條)。

⁵ <http://www.cpc.ey.gov.tw/>。

⁶ 第2條第7款刪除「不特定」之文字，係參考德國民法第305條規定：「(1)Standard business terms are all contract terms pre-formulated for more than two contracts which one party to the contract (the user) presents to the other party upon the entering into of the contract...」(http://gesetze-im-internet.de/englisch_bgb/englisch_bgb.html#p0910，閱覽日期：104年10月1日)。

⁷ 立法院委員提案部分可參閱103年9月10日立法院第8屆第6會期第1次會議議案關係文書(院總第1450號委員提案第16958號)。

消費者顯失公平，應不生效力，本次修正於第11條之1增訂第2項，以保護消費者審閱契約之權利。又因使消費者拋棄審閱權之定型化契約條款無效，對於是否已提供合理審閱期間若遇有爭議，仍應由企業經營者負舉證責任，證明其已提供消費者合理審閱契約之期間⁸。

（三）第13條「給與消費者定型化契約書之義務」⁹

消費者於契約書簽名後，企業經營者將契約書正本收回，未給予消費者任何憑證，或僅交付消費者不夠清晰之影本，為交易實務所常見，消費者若無保有清楚之契約書，將來遇有消費爭議，在舉證上將處於劣勢。本次消保法修正，於第13條第2項增列企業經營者應給與消費者定型化契約書之義務，但就停車場及大眾運輸契約等缺乏個別接觸之交易，若有執行上之困難，可以例外以公告之方式為之，而定型化契約書經消費者簽名或蓋章者，契約當事人有實際接觸，並無給與之困難，故規定應給予契約書正本。此外，定型化契約條款不論是否記載於定型化契約中，企業經營者均應向消費者明示或公告其內容，並經消費者同意，該條款才能構成契約之內容，第13條第1項調整部分文字，以呼應民法第153條規定。

（四）第17條「定型化契約應記載及不得記載事項之授權目的、內容、範圍及效力」¹⁰

企業經營者使用定型化契約已成為現今社會之交易常態，由於定型化契約條款為企業經營者單方所預先擬定，條款若有違背契約正義，消費者往往無從磋商，故透過定型化契約應記載及不得記載事項之行政規制，使定型化契約更加公平合理，對於消費者權益之維護，具有重要意義。本次消保法第17條修正，增列中央主管機關擬訂定型化契約應記載或不得記載事項，於公告前須先報請行政院核定，由行政院進行把關之工作；此外，為使公告事項原來之概括授權更加明確，明定公告事項之授權目的係為預防消費糾紛，保護消費者權益，以及促進定型化契約之公平化；應記載事項之授權內容及範圍，得包括契約之解除權、終止權、預付型交易之履約擔保及違反契約之法律效果等；不得記載事項之授權內容及範圍，得包括企業經營者保留契約之變更權或解釋權、限制自己之責任及剝奪消費

⁸ 企業經營者就已提供消費者合理審閱期間之舉證責任可參閱最高法院98年度台上字第168號民事判決理由：「按企業經營者於其所提供之定型化契約中，加註消費者自願拋棄契約審閱權之條款，按其情形顯失公平……，該條款應屬無效者，仍應由企業經營者舉證證明已提供消費者合理審閱契約之期間」。

⁹ 立法院委員提案部分可參閱101年5月9日立法院第8屆第1會期第11次會議議案關係文書(院總第1450號委員提案第13522號)及101年5月30日立法院第8屆第1會期第14次會議議案關係文書(院總第1450號委員提案第13687號)。

¹⁰ 立法院委員提案部分可參閱101年12月26日立法院第8屆第2會期第15次會議議案關係文書(院總第1450號委員提案第14512號)。

者之權利等。另就應記載事項構成契約內容之效力規定，從原來消保法施行細則第 15 條移列至本條，以避免法制位階上之爭議。

（五）第 17 條之 1「定型化契約之舉證責任」¹¹

有關商品（服務）責任之舉證，消保法第 7 條之 1 規定，企業經營者應就其商品或服務符合可合理期待之安全性，負舉證責任。為進一步調合消費者在定型化契約之弱勢地位，消保法增訂第 17 條之 1，企業經營者與消費者訂立定型化契約，主張符合定型化契約相關規定之事實者，應就其事實負舉證責任。消保法第 2 章第 2 節有關定型化契約之規定，其中可能涉及舉證責任之事實如下：第 11 條之 1 有關是否遵守審閱期間之事實、第 13 條有關是否明示、同意及是否給予定型化契約書等事實。至於消保法第 12 條及第 16 條但書等有關法律評價之規定，因較不會牽涉到事實，故無舉證之問題，應由法院就個案予以認定。

二、增訂違反公告事項之行政罰

定型化契約應記載及不得記載事項之性質，依照多數學說及實務見解，認為其屬於法規命令¹²，企業經營者自應遵守。中央主管機關依消保法第 17 條第 1 項公告定型化契約應記載及不得記載事項，旨在避免企業經營者使用對消費者顯失公平之定型化契約條款。依修正前規定，企業經營者拒絕、規避或阻撓主管機關依消保法第 17 條所為定型化契約之調查者，依消保法第 57 條規定，應處以 3 萬元以上 30 萬元以下罰鍰，而不遵守主管機關公告之應記載或不得記載事項者，消保法卻無可令業者限期改正及屆期不改正之相關處罰規定，有所失衡。

消保法增訂第 56 條之 1 前，部分地方縣市政府於其消費者保護自治條例中，已啟動了罰鍰機制，規定企業經營者使用定型化契約，不得違反中央主管機關公告定型化契約應記載或不得記載事項，經查有違反者，經通知限期改正而逾期不改正者，得處罰鍰，並得連續處罰¹³。就同為違反公告事項，於不同之縣（市）間，是否有行政罰以及其法律效果未盡相同，難謂妥適。此外，老人福利法、身心障

¹¹ 立法院委員提案部分可參閱 101 年 3 月 21 日立法院第 8 屆第 1 會期第 5 次會議議案關係文書(院總第 1450 號委員提案第 13052 號)。

¹² 法務部 95 年 9 月 21 日法律字第 0950035512 號函於說明第 3 點指出，消保法第 17 條第 1 項之規範目的係為導正不當之交易習慣及維護消費者之正當利益，由中央主管機關依據授權公告特定行業之契約，如有違反者，其條款無效，準此，該項公告係對多數不特定人民就一般事項所作抽象之對外發生法律效果之規定，屬實質意義之法規命令。另參閱劉宗榮，「定型化契約」，消費者保護研究第三輯，行政院消費者保護委員會編印，頁 147，86 年；蕭文生，「行政機關公告行為之法律性質」，月旦法學教室第 40 期，頁 22，94 年。

¹³ 地方主管機關依自治條例規定裁處，曾引發是否有違反法律優位原則之爭議，相關見解可參閱臺北高等行政法院 102 年度訴字第 745 號判決、臺北地方法院 102 年度簡字第 327 號行政訴訟判決、最高行政法院 103 年度判字第 613 號等判決理由。另最高行政法院 100 年度判字第 1966 號判決理由指明，消保法對於企業經營者所擬定之定型化契約違反中央主管機關公告規定之「應記載或不得記載之事項」時，雖無相關之罰則規定，惟並無禁止地方自治團體依法定程序制定自治條例予以裁罰之意旨。

礙者權益保障法、有線廣播電視法及電信法等就企業經營者之定型化契約已訂有相關管制及處罰規定。就同為違反公告事項，部分行業應予處罰，部分行業毋需處罰，難謂公平。為回應中央及地方主管機關執法之需求，消保法增訂第 56 條之 1，期能調合中央與地方有關定型化契約之行政罰規範不一致之現象。

本次增訂第 56 條之 1，規定企業經營者使用定型化契約，違反中央主管機關依第 17 條第 1 項公告之應記載或不得記載事項者，除法律另有處罰規定而依其處罰之規定外¹⁴，經主管機關令其限期改正而屆期不改正者，處新臺幣 3 萬元以上 30 萬元以下罰鍰；經再次令其限期改正而屆期不改正者，則加重處新臺幣 5 萬元以上 50 萬元以下罰鍰，並得按次處罰¹⁵。

有關主管機關依消保法第 17 條規定對於定型化契約具有查核權及依消保法第 56 條之 1 規定之後續導正處分，部分工商團體於修正過程或年度白皮書中表示不同意見。然而參考外國立法例，各國對於定型化契約進行行政監督之機制不乏其例，韓國公平交易委員會依其定型化契約規制法第 17 條以下規定，就業者使用之定型化契約有監督管理之職權，主管機關可命業者改正，不改正者，依該法第 32 條規定可進行處罰¹⁶。此外，日本特定商事交易法第 7 條、第 8 條、第 14 條及第 15 條為維護訪問交易及通訊交易之公平性，主管機關對於業者使用之契約及廣告（第 4 條、第 11 條）亦得進行監督及行政處分等¹⁷。

參、特種交易

一、通訊交易及訪問交易相關修正內容

本次修正與通訊交易及訪問交易有關之條文共 5 條，分別為第 2 條第 10 款及

¹⁴ 老人福利法第 46 條第 5 款：老人福利機構將不得記載事項納入契約，主管機關應限期令其於 1 個月內改善；屆期未改善者，處新臺幣 3 萬元以上 15 萬元以下罰鍰，並得按次連續處罰；身心障礙者權益保障法第 94 條第 3 款：身心障礙福利機構將不得記載事項納入契約，應令其 1 個月內改善；屆期未改善者，處新臺幣 3 萬元以上 15 萬元以下罰鍰，並按次處罰；有線廣播電視法第 50 條及第 69 條第 7 款：系統經營者應與訂戶訂立書面契約，契約內容應包括下列事項：……，違反者，處新台幣 6 萬元以上 120 萬元以下罰鍰，並令其限期改正；屆期不改正者，得按次處罰。

¹⁵ 立法院委員提案部分可參閱 101 年 5 月 9 日立法院第 8 屆第 1 會期第 11 次會議議案關係文書（院總第 1450 號委員提案第 13522 號）、102 年 1 月 3 日立法院第 8 屆第 2 會期第 16 次會議議案關係文書（院總第 1450 號委員提案第 14593 號）。

¹⁶ 「Regulation of Standardized Contracts Act」Article 17.2 (Corrective Action)：「The Fair Trade Commission may order a Business Operator in violation of Article 17 to take corrective action such as deleting or modifying the Contractual Terms in question, if he/she falls under any of the following categories. 2. when the Business Operator uses his/her predominance to unjustly impose certain Contractual Terms on the Consumer」；Article 32 (Penal Provisions)：「A person who fails to comply with orders issued under Article 17-(2)-2 shall be punishable by imprisonment for not more than 2 years or a fine not greater than 100 million won.」

¹⁷ 「特定商取引に関する法律」全文可參閱 <http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S51/S51HO057.html> 網頁，閱覽日期：104 年 10 月 3 日。

第 11 款「通訊交易及訪問交易之定義」、第 18 條「資訊提供義務」、第 19 條「7 日猶豫期之例外、違反告知義務之法律效果及發信主義」、刪除第 19 條之 1「服務交易準用之規定」及增訂第 19 條之 2「契約解除後之法律效果」，說明如下：

(一) 第 2 條第 10 款「通訊交易之定義」

修正前「郵購買賣」之用詞，其概念較侷限於早期透過型錄寄送方式所為之有形商品買賣，立法院部分委員曾提案修正¹⁸。又買賣之標的物，依民法第 345 條規定為「財產權」，而依修正前郵購買賣之定義，其尚包括現今交易頻仍之網路交易及電視購物等形態，衡酌交易實務，交易之標的也包含了服務部分，例如套裝旅遊、機票、住宿、塑身美容票券及線上教學等類型，故本次修正參考歐盟及日本立法例¹⁹，修正名詞為「通訊交易」並將服務併同納入定義規範，以切合實務。而修正前第 19 條之 1 有關以郵購買賣或訪問買賣方式所為之服務交易準用商品之規定，亦同步調整，予以刪除。

(二) 第 2 條第 11 款「訪問交易之定義」

和通訊交易一樣，訪問交易亦參考歐盟及日本立法例，將服務之部分納入定義²⁰，並將名詞修正為「訪問交易」。另企業經營者之業務員除了經常在消費者之住家從事推銷外，前往消費者之工作場所或在公共場所從事推銷，亦為我國實務所常見，例如，在消費者之工作場所推銷保險、在郵局門口推銷保健食品以及在學校門口推銷補習教材等，故本次修正參考外國立法例²¹，於定義中增列，企

¹⁸ 參閱 104 年 4 月 8 日立法院第 8 屆第 7 會期第 7 次會議議案關係文書(院總第 1450 號，委員提案第 17555 號)，李昆澤等委員提案。

¹⁹ 歐盟指令「2011/83/EU」第 2 條第 7 款：「distance contract」means any contract concluded between the trader and the consumer under an organised distance sales or service-provision scheme without the simultaneous physical presence of the trader and the consumer, with the exclusive use of one or more means of distance communication up to and including the time at which the contract is concluded」及日本「特定商取引に関する法律」第 2 條第 2 項：「通信販売とは、販売業者又は役務提供事業者が郵便その他の主務省令で定める方法により売買契約又は役務提供契約の申込みを受けて行う商品若しくは指定権利の販売又は役務の提供であつて電話勧誘販売に該当しないものをいう」，其類似我國「通訊交易」概念之名詞定義中，均包括商品及服務。

²⁰ 參考歐盟指令「2011/83/EU」第 2 條第 8 款：「off-premises contract」means any contract between the trader and the consumer...」及日本「特定商取引に関する法律」第 2 條第 1 項：「訪問販売とは、次に掲げるものをいう：一販売業者又は役務の提供の事業を営む者が営業所、代理店その他の主務省令で定める場所以外の場所において、売買契約の申込みを受け、若しくは売買契約を締結して行う商品若しくは指定権利の販売又は役務を有償で提供する契約の申込みを受け、若しくは役務提供契約を締結して行う役務の提供...」等外國立法例，其類似我國「訪問交易」概念之名詞定義中，均包括商品及服務。

²¹ 參考消保法研修時德國國民法第 312 條第 1 項規定(2011)：「(1)In a contract between an entrepreneur and a consumer the subject matter of which is performance for remuneration and which the consumer has been induced to enter into 1. by oral negotiations at his place of employment or in the area of a

業經營者未經邀約而與消費者在其工作場所或公共場所訂立之契約，亦構成訪問交易以資明確。

（三）第 18 條「資訊提供義務」

通訊交易之企業經營者與消費者通常係處於非面對面之情況，消費者於契約成立前並無檢視商品或服務之機會；而訪問交易係由企業經營者所發動，消費者於無心理預期之情況下，無法就商品或服務之品質與價格多作比較，所以交易資訊之充分揭露格外重要。消保法第 18 條修正後，使企業經營者提供消費資訊之方式及內容更加明確。規定企業經營者應將交易資訊以清楚易懂之文句表達，並記載於書面提供給消費者，另經網際網路交易之情形，應以可供消費者完整查閱、儲存之電子方式為之，俾消費者得以留存運用。

企業經營者應提供消費資訊之內容如下：

1. 聯絡資訊：包括企業經營者之名稱、代表人、事務所或營業所及電話或電子郵件等消費者得迅速有效聯絡之通訊資料。此外，消費申訴之受理方式，亦應清楚載明，以便利消費者遇有消費爭議時進行申訴。
2. 商品資訊：商品或服務之內容、對價、付款期日及方式、交付期日及方式等資訊，可以讓消費者明瞭商品或服務是否符合需求，是否需先付款或可以貨到付款，是否可以信用卡或第三方支付服務等方式付款，以及什麼時候可以收到商品或接受服務。
3. 解約資訊：通訊交易或訪問交易之消費者，依消保法第 19 條第 1 項規定，得於收受商品或接受服務後 7 日內，以退回商品或書面通知方式解除契約，有關解除契約之行使期限及方式，企業經營者都必需清楚告知消費者，讓消費者不致於錯失解除契約之權利。此外，若所交易之商品或服務性質特殊，依消保法第 19 條第 2 項授權規定，消費者不具有可於 7 日內行使解除契約之權利者，企業經營者亦必需告知消費者，讓消費者慎重考量是否要以通訊交易之方式成立契約。
4. 其他資訊：第 18 條第 1 項第 6 款授權中央主管機關得以公告方式為補充應揭露消費資訊之規範。需注意者為，中央主管機關已公告生效之「零售業等網路交易定型化契約應記載事項」²²第 8 點有關「企業經營者提供之付款方式如有小額

private home, 2.on the occasion of a leisure event carried out by the entrepreneur or by a third party at least in part in the interest of the entrepreneur, or 3.following an impromptu approach in means of transport or in publicly accessible circulation areas」。

²² 經濟部 99 年 6 月 21 日經商字第 09902412200 號公告，自 100 年 1 月 1 日生效。

信用貸款或其他債權債務關係產生時，企業經營者須主動向消費者告知及說明如債權債務主體、利息計算方式、是否另有信用保險或保證人之設定或涉入等資訊，與第 9 點有關「企業經營者應記載寄送商品運費之計價及負擔方式；如未記載，視同運費由企業經營者負擔」等規定。以及「食品或餐飲服務等郵購買賣定型化契約應記載事項」²³第 3 點對於商品資訊有更詳盡之規定²⁴，亦有法規之拘束力，企業經營者應予遵守。

(四) 第 19 條「7 日猶豫期之例外、違反告知義務之法律效果及發信主義」

1. 7 日猶豫期之例外

消費者於網路交易是否應有猶豫期，各國規定不一，而規定有猶豫期之法制，大多有例外規定²⁵。網路交易屬於修法前郵購買賣之定義範疇，我國消保法對於郵購買賣並無例外情形不適用猶豫期之明文。工商團體近年來於白皮書²⁶多次建議修正消保法或制定單行法規，使易腐壞或可備份之數位商品等不適用 7

²³ 衛生福利部 104 年 6 月 9 日部授食字第 10413019305 號公告修正，自 104 年 9 月 30 日生效。

²⁴ 三、商品資訊

(一) 企業經營者應提供下列資訊，但法令對於商品或食品之標示另有規定者，從其規定：

1. 品名。
2. 內容物名稱及淨量、容量或數量；其為二種以上混合物時，應分別標明，必要時應記載食品之尺寸大小。前述內容物標示方式應依下列規定辦理：
 - (1) 淨重、容量以公制單位或其通用符號標示之。
 - (2) 內容物中液汁與固形物混合者，分別標明內容量及固形量。但其為均勻混合且不易分離者，得僅標示內容物淨重。
3. 食品添加物名稱。
4. 製造廠商或國內負責廠商名稱、電話號碼及地址。
5. 原產地(國)。
6. 以消費者收受日起算，至少距有效日期前____日以上或製造日期後____日內。
7. 食品或餐飲服務郵購買賣業者，如屬「應申請登錄始得營業之食品業者類別、規模及實施日期」公告之販售業者，應記載食品業者登錄字號。
8. 其他經中央主管機關公告特定產品指定之標示事項，亦應一併標示。
9. 交易總價款，並應載明商品單價、商品總價、折扣方式等資訊。

含運費

不含運費；運費計價_____。

(如有運費約定，其計價及負擔方式應於交易前詳細記載，如未記載，視同運費由企業經營者負擔。)

(二) 企業經營者應提供其投保產品責任險證明文件影本或於契約上揭露相關資訊。

(三) 企業經營者應主動揭露委託(任)廠商、監製廠商或薦證代言人等相關資訊，但主動揭露顯有困難者，應確實充分說明揭露委託(任)、監製或薦證等之文字說明。

²⁵ 外國有關通訊交易不適用猶豫期之例外規定，可參考歐盟指令「2011/83/EU」第 16 條、德國民法 Section 312g (2)、英國「The Consumer Contracts (Information, Cancellation and Additional Charges) Regulations 2013」第 28 條、日本「特定商取引に関する法律」第 15 條之 1、韓國「Act on Consumer Protection in Electronic Commerce, etc」第 17 條等。

²⁶ 參閱 American Chamber of Commerce in Taipei 2013 Taiwan White Paper, p 59; European Chamber of Commerce Taiwan 2014 Position Papers, p166-167; 「2014 台北市日本工商會對台灣政府政策建言」，頁 99 等。

日猶豫期之規定。然而消保團體質疑修法之必要性，主張消費者於消費資訊不充分之情形下，應受保護，難以形成修法共識。

立法院丁守中等委員於 101 年間提案修正消保法第 19 條²⁷，使郵購買賣有合理例外情事，不適用 7 日猶豫期規定，並授權行政院訂定合理例外情事，為本次修法通過之主要版本。行政院依據授權規定，參考外國立法例並考量我國國情，廣徵各界意見，訂定「通訊交易解除權合理例外情事適用準則」，於 104 年 12 月 31 日發布²⁸，自 105 年 1 月 1 日施行。前揭準則第 2 條規定，通訊交易之商品或服務有下列情形之一，並經企業經營者告知消費者將排除消保法第 19 條第 1 項解除權之適用者，屬排除 7 日解除權之合理例外情事：

1. 易於腐敗、保存期限較短或解約時即將逾期。
2. 依消費者要求所為之客製化給付。
3. 報紙、期刊或雜誌。
4. 經消費者拆封之影音商品或電腦軟體。
5. 非以有形媒介提供之數位內容或一經提供即為完成之線上服務，經消費者事先同意始提供。
6. 已拆封之個人衛生用品。
7. 國際航空客運服務。

另藝文票券、客運運送、國內線航空運送、旅遊等契約，主管機關已公告定型化契約應記載及不得記載事項，其中有關解除契約之權利、義務規定，已施行多年，可視為消保法第 19 條第 1 項但書之合理例外情事，前揭準則第 3 條規定，通訊交易，經中央主管機關公告其定型化契約應記載及不得記載事項者，適用該事項關於解除契約之規定。

許多消費者關切，商品若不適用 7 日猶豫期，買到瑕疵品是否即失去了保障？需特別說明者，消保法增訂第 19 條第 2 項規定，就性質特殊之商品授權行政院研議排除適用 7 日猶豫期，然而並無排除「民法」有關出賣人物之瑕疵擔保責任。消費者收到商品後，經檢查發現有瑕疵時，依照民法第 359 條、364 條及第 365 條規定，仍可請求更換新品或解除契約，不受 7 天期間之限制，依民法第 365 條第 1 項規定：「買受人因物有瑕疵，而得解除契約或請求減少價金者，其解除權或請求權，於買受人依第 356 條規定為通知後 6 個月間不行使或自物之交付時起經過 5 年而消滅」。

2. 違反告知義務之法律效果

企業經營者無論依修法前消保法施行細則第 16 條規定，或修法後消保法第 18 條第 1 項第 3 款規定，都必須告知消費者 7 日解除權相關資訊。然實務常

²⁷ 參閱 101 年 3 月 21 日立法院第 8 屆第 1 會期第 5 次會議議案關係文書（院總第 1450 號，委員提案第 13031 號）。

²⁸ 行政院 104 年 12 月 31 日院臺消保字第 1040155809 號令，參閱行政院公報第 21 卷第 247 期（<http://gazette.nat.gov.tw/>，閱覽日期：104 年 12 月 31 日）。

見通訊交易或訪問交易之企業經營者未切實履行告知義務，消費者因不諳自己有解除契約之權利，致行使解除權時已逾法定期間，而遭業者拒絕。雖然部分學者認為業者未履行告知義務，可援引民法之誠信原則、締約過失責任²⁹及侵權行為責任³⁰等相關規定，讓消費者可以主張損害賠償，及7日之解除權除斥期間自消費者實際得知企業經營者之姓名、名稱、事務所或住居所時起算，然許多判決仍認為業者違反解除權之告知義務，縱然構成締約上過失，應對消費者負損害賠償責任，惟消費者仍須依消保法第19條第1項規定，於收到商品後7日內行使解除權³¹，故強化業者善盡告知義務，使消費者得以即時行使權利，為本次修法應解決之問題。參考歐盟及日本等外國立法例，對於業者違反告知義務，多有相關法律效果之配套³²，本次消保法修正，於第19條增訂第3項，企業經營者若未依法提供消費者解除契約相關資訊者，7日解約期間將自企業經營者告知之次日起算，但為避免法律關係長期不安定，自7日期間起算後，如果已逾4個月，解除權將消滅。採取「未履行告知義務，猶豫期間不開始起算」之法律效果，以保障消費者權益。

3. 解除權之生效採取發信主義

修法前消保法施行細則第19條第1項規定：「消費者退回商品或以書面通知解除契約者，其商品之交運或書面通知之發出，應於本法第19條第1項所定之7日內為之」，上開法條語義未如日本「特定商取引に関する法律」第9條第2項、韓國「Door-to-Door Sales, etc. Act」第8條第4項及新加坡「Consumer Protection (Fair Trading) (Cancellation of Contracts) Regulations 2009」第4條第10項及歐盟指令「2011/83/EU」第11條第2項等立法例，規定解除權之行使以發送時生效³³，

²⁹ 詹森林，消費者保護法上之郵購買賣及訪問買賣，載：民事法理與判決研究（三），元照出版公司，頁129-130，2003年；朱柏松，消保法郵購及訪問買賣法規範之分析，載：消費者保護法論，頁349-350，2001年11月增訂版。

³⁰ 黃立，民法債編總論，元照出版，頁139，2006年11月修正3版。

³¹ 參閱台灣台北地方法院90年度簡上字第144號民事判決、台灣士林地方法院93年度湖小字第1103號小額民事判決、台灣桃園地方法院94年度壠小字第881號小額民事判決、台灣彰化地方法院95年員簡字第166號民事判決。

³² 歐盟指令「2011/83/EU」第10條：「If the trader has not provided the consumer with the information on the right of withdrawal as required by point (h) of Article 6(1), the withdrawal period shall expire 12 months from the end of the initial withdrawal period, as determined in accordance with Article 9(2). If the trader has provided the consumer with the information provided for in paragraph 1 of this Article within 12 months from the day referred to in Article 9(2), the withdrawal period shall expire 14 days after the day upon which the consumer receives that information.」；日本「特定商取引に関する法律」第9條第1項但書：「…（申込者等が、販売業者若しくは役務提供事業者が第六條第一項の規定に違反して申込みの撤回等に関する事項につき不実のことを告げる行為をしたことにより当該告げられた内容が事実であるとの誤認をし、又は販売業者若しくは役務提供事業者が同條第三項の規定に違反して威迫したことにより困惑し、これらによつて当該期間を経過するまでに申込みの撤回等を行わなかつた場合には、当該申込者等が、当該販売業者又は当該役務提供事業者が主務省令で定めるところにより当該売買契約又は当該役務提供契約の申込みの撤回等を行うことができる旨を記載して交付した書面を受領した日から起算して八日を経過した場合）においては、この限りでない」。

³³ 日本「特定商取引に関する法律」第9條第2項：「申込みの撤回等は、当該申込みの撤回等に係

致衍生學說³⁴及實務判決³⁵對於消費者行使解除權之效力，是否應以商品或通知寄達業者為必要之爭議，實務上亦曾發生業者拒收消費者解除契約之書面或退回之商品之案例。本次修法考量消費者退回商品或以書面通知解除契約時，消費者對於其已送出商品或書面之事實雖有舉證之能力，惟當企業經營者主張未收受時，消費者對於非支配範圍之事項往往無法舉證，故增訂第19條第4項，消費者於7日內已交運商品或發出書面者，契約視為解除，使消費者毋需負擔商品或書面寄出後之舉證風險。

(五) 第19條之2「契約解除後之法律效果」

本次修法前有關消費者解除契約之法律效果，消保法只有規定，契約經解除者，企業經營者與消費者間關於回復原狀之約定，對於消費者較民法第259條之規定不利者，無效，以及修法前施行細則第20條規定：「消費者依本法第19條第1項規定以書面通知解除契約者，除當事人另有特約外，企業經營者應於通知到達後一個月內，至消費者之住所或營業所取回商品」。本次修法將施行細則第20條規定移列母法，並適度縮短企業經營者取回商品之期限，以避免法律關係長期處於不確定之狀態。同時，就實務上常見企業經營者於消費者解約後遲未返還對價之糾紛，參考歐盟指令，增訂返還對價之期限³⁶。本次修法增訂契約解除後之法律效果如下：消費者以書面通知解除契約者，除當事人另有個別磋商外，企業經營者應於收到通知之次日起15日內，至原交付處所或約定處所取回商品。有關消費

る書面を發した時に、その効力を生ずる。」；韓國「DOOR-TO-DOOR SALES, ETC. ACT」第8條第4項：「If a Consumer withdraws/cancels a sales contract pursuant to paragraph (1) or (3) by indicating such an intention in writing, the rescission of the contract shall take effect on the date the document is sent out.」；新加坡「Consumer Protection (Fair Trading) (Cancellation of Contracts) Regulations 2009」第4條第10項：「A notice of cancellation sent by a consumer by pre-paid post shall be deemed to have been given at the time of posting, whether or not it is actually received.」；歐盟指令「2011/83/EU」第11條第2項：「The consumer shall have exercised his right of withdrawal within the withdrawal period referred to in Article 9(2) and Article 10 if the communication concerning the exercise of the right of withdrawal is sent by the consumer before that period has expired.」。

³⁴ 有學說認為消保法施行細則第19條規定僅在明示退回之商品或解除契約之書面無須於7日內到達業者而已，並非根本放棄民法第95條第1項所定非對話意思表示須到達相對人始生效力之原則（戴志鵬，訪問買賣之研究，輔仁大學碩士論文，頁159，1995年。）；另有學說指出，消費者只要在施行細則第19條所定期間內發出通知或交運退回之商品，即可發生解除契約之效果，至於解約通知或退運之商品是否到達業者，並非消費者之責任（馮震宇等合著，認識消費者保護法，行政院消費者保護委員會編印，頁129，2005年8月）。

³⁵ 臺灣臺中地方法院94年度小上字第39號民事裁定指出：「消費者退回商品或以書面通知解除契約，均屬非對話有相對人之意思表示，依民法第95條第1項前段規定，以通知達到相對人時，發生效力」，採取到達生效之見解。另臺灣台北地方法院98年店小字第566號小額民事判決，就業者拒收消費者解除契約存證信函之情形，表示消費者已合法解除契約之見解。

³⁶ 歐盟指令「2011/83/EU」第13條第1項：「The trader shall reimburse all payments received from the consumer, including, if applicable, the costs of delivery without undue delay and in any event not later than 14 days from the day on which he is informed of the consumer's decision to withdraw from the contract in accordance with Article 11.」。

者已支付之對價，企業經營者應於取回商品、收到消費者退回商品或解除服務契約通知之次日起 15 日內返還之。

二、廣告之效力

廣告是企業經營者藉以行銷商品或服務之媒介，主要之目的除了推介商品或服務外，無非在創造購買之誘因，消費者就未體驗過之商品或服務，往往係受廣告之吸引或信賴廣告中之說明而決定進行交易，因此確保廣告之真實性是保護消費者非常重要的一環。消保法就廣告之規範，除了於施行細則第 23 條中對於廣告有所定義³⁷外，於消保法第 22 條至第 23 條規範，廣告內容真實義務，貸款廣告應載明消費者應付所有總費用之年百分率，以及媒體經營者明知或可得而知廣告內容與事實不符者，就消費者因信賴該廣告所受之損害與企業經營者負連帶責任。所以廣告不只是廣告，不只是創意，廣告若有欺罔或跨大不實，除了消保法上之責任外，也有可能符合民法相關規定，構成消費者撤銷意思表示之原因³⁸、契約上瑕疵擔保責任³⁹或損害賠償責任⁴⁰。此外廣告不實依其具體事實，另有可能構成行政責任⁴¹或刑事責任⁴²。

本次消保法第 22 條修正，增訂第 2 項：「企業經營者之商品或服務廣告內容，於契約成立後，應確實履行」，主要在呼應同條第 1 項規定：「企業經營者應確保廣告內容之真實，其對消費者所負之義務不得低於廣告之內容」，即企業經營者與消費者間所訂立之契約，雖無廣告內容記載，消費者如因信賴該廣告內容，而與企業經營者訂立契約時，企業經營者所負之契約責任應及於該廣告內容，使企業經營者確實履行廣告內容。立法院何欣純等委員提案⁴³意旨同上，並於提案說明中以最高法院 102 年度台上字第 6 號判決之理由為例。

立法院部分委員另提案⁴⁴將廣告內容明定屬於要約性質，以避免不實廣告，此與消保團體之訴求類似⁴⁵。廣告之性質為要約或要約引誘向有爭論，所謂「要約」，

³⁷ 消保法施行細則第 23 條規定，廣告係指「利用電視、廣播、影片、幻燈片、報紙、雜誌、傳單、海報、招牌、牌坊、電腦、電話傳真、電子視訊、電子語音或其他方法，可使多數人知悉其宣傳內容之傳播」。

³⁸ 參閱最高法院 92 年台上字第 2091 號判決見解。

³⁹ 參閱最高法院 93 年台上字第 2285 號判決見解。

⁴⁰ 參閱最高法院 94 年台上字第 1633 號判決見解。

⁴¹ 參考公平交易法第 21 條與第 41 條規定及食品安全衛生管理法第 28 條及第 45 條等行業管理法規。

⁴² 參閱台灣板橋地方法院 98 年重訴字第 37 號有關減肥及保養品廣告之刑事判決。

⁴³ 參閱 103 年 9 月 10 日立法院第 8 屆第 6 會期第 1 次會議議案關係文書（院總第 1450 號委員提案第 16958 號）。本件提案說明：企業經營者與消費者間所訂定之契約，雖未就廣告內容而為約定，惟消費者信賴該廣告內容，並依企業經營者提供之訊息進而與之簽訂契約時，企業經營者所負之契約責任應及於該廣告內容。

⁴⁴ 參閱 103 年 5 月 14 日立法院第 8 屆第 5 會期第 10 次會議議案關係文書（院總第 1450 號委員提案第 16409 號），蔣乃辛等委員提案於第 22 條增訂第 2 項如下：「企業經營者之商品或服務廣告內容，屬契約要約之一部分，應確實履行」。

⁴⁵ 消費者文教基金會 103 年 3 月 28 日新聞稿指出：為充分保障消費者的權益，避免司法判決上的

一般學說認為係以締約為目的，希望引起相對人為承諾之意思表示，解釋上要約之構成要件如下：（1）由特定人所做出之意思表示（2）向特定人為表示（3）內容包含足以決定契約必要之點。傳統上民法學者多認為廣告之法律性質係屬要約引誘，在於誘使他人向自己為要約之表示，然此性質是否因消保法第 22 條規定而有所改變？有學說認為消保法第 22 條規定並未改變廣告之法律性質，但若消費者與企業經營者訂立契約後，則廣告之內容即成契約之內容⁴⁶。

將廣告內容明定屬於要約性質，立意良善，然因廣告之內容具有多樣性及複雜性，每日電視、廣播及報章等媒體出現琳琅滿目之廣告，其內容有單純不涉及要約之要素者，或不具體明確，似難一概論定其性質而於消保法中明定其內容屬於要約，從我國實務判決案例中觀之，部分判決就廣告中含有明確商品及標價之內容，肯定廣告可構成要約⁴⁷，而部分判決則採取較嚴格之解釋，認為仍需進一步參酌民法為典型情況而設之規定意旨、當事人之意思（應考慮之因素包括表示內容是否具體詳盡、是否注重相對人之性質、要約是否向一人或多數人為之、當事人之磋商過程、交易慣例等）綜合判斷⁴⁸。惟無論廣告之性質為要約或要約引誘，企業經營者依消保法第 22 條規定，即應確保廣告內容之真實，因此當消費者與企業經營者訂立契約後，消費者自可主張廣告之內容為契約之內容，企業經營者不得任意主張廣告內容僅供參考或其對廣告內容毋需負責等。個案廣告是否可解釋為要約，似宜依個案具體實際狀況而予以個別認定。廣告是否屬於要約和廣告是否不實係屬不同層次及不同要件之判斷，企業經營者廣告若涉有不實，仍需受行政法及刑法上責任之檢驗。

肆、消費訴訟

一、放寬消保團體提起團體訴訟之要件

隨著科技日新月異，在這大量生產、大量消費之時代，多數消費者因同一原因事實受有損害之案例經常可見。此種消費紛爭，消費者所受之損害可能甚為微小而欠缺個別起訴之誘因；或因個別消費者實施訴訟之能力不足，而可能傾向放棄向企業經營者主張權利之機會；再者，因受害人數眾多，若以無組織之狀態進行訴訟程序，除了當事人耗時費力外，就司法資源，亦無法達到最佳之利用。故此類新型紛爭，提供特別之訴訟制度，有其必要性。

消保法規定，消保團體得「受讓 20 人以上因同一原因事件受害之消費者損害

模糊空間，建議考慮修法，明定企業者經營者之廣告內容，屬於要約性質，促使其成為契約之一部分，才不會讓不肖業者有開脫的空間，也才能免於繼續讓消費者受騙上當（<http://www.consumers.org.tw/unit412.aspx?id=1793>，閱覽日期：104 年 10 月 4 日）。

⁴⁶ 詹森林、馮震宇、林明珠，認識消費者保護法，行政院消費者保護委員會，頁 144，94 年 8 月。

⁴⁷ 參閱臺灣台北地方法院 93 年北消簡字第 18 號判決、95 年北簡字第 19395 號判決、99 年消簡上字第 1 號等判決。

⁴⁸ 參閱臺灣台北地方法院 95 年簡上字第 511 號判決、98 年北消簡字第 17 號判決等。

賠償請求權」後，以自己名義，提起第 50 條之損害賠償訴訟，及得就「企業經營者重大違反消保法有關保護消費者規定之行為時」，依第 53 條規定，向法院訴請停止或禁止之。依修法前消保法第 49 條規定，此兩種訴訟之共通要件如下：

(一) 消保團體須具備一定資格

1. 如為社團法人，須有社員人數五百人以上；如為財團法人，須其登記財產總額新臺幣一千萬元以上。
2. 須許可設立三年以上。
3. 須置有符合消保法施行細則第 37 條資格之消費者保護專門人員⁴⁹。
4. 須經消費者保護委員會評定優良⁵⁰。

(二) 程序要件

1. 起訴前須消費者保護官同意⁵¹。
2. 須委任律師代理訴訟。

本次修法為使更多符合資格之消保團體能為消費者提起團體訴訟，將上列資格要件之第 1 點刪除，另將消保團體需設立三年以上之要件修正為設立二年以上，並刪除需經消費者保護官同意之要件及刪除律師不得請求報酬之規定，以提昇律師參與消費訴訟案件之意願⁵²。另於消保法第 60 條規定，就重大消費事件有提起團體訴訟之必要時，規定中央主管機關或行政院應儘速協請消保團體提起消費者損害賠償訴訟，以保護消費者權益⁵³。

消保法施行後，因 921 大地震引起瑕疵建物倒塌事件而開啓了第 1 次團體訴訟之實際運作，迄今依消保法第 50 條提出之團體訴訟案例已有十餘件，包括 921 受災戶（台北縣「博士的家」、台中縣「東勢王朝一期」、「德昌新世界」及「新坪生活公園」）、東高立體停車塔火燒車事件、阿里山小火車翻覆事件、亞力山大健身中心突然宣布停業事件、台灣省自來水公司之水質事件、台灣糖業公司出售之住宅事件以及近年來發生之食品安全事件等。有學者指出，上開實務上所提起之案例有些係偏向救濟消費者個人之權利，從比較法上之觀察，與團體訴訟制度著重公益色彩之原意，尚有區別⁵⁴。然不可否認者，消保團體為同一原因事實受害之多數消

⁴⁹ 指消保團體專任或兼任之有給職或無給職人員中，具有下列資格或經歷之一者而言：（1）曾任法官、檢察官或消費者保護官者。（2）律師、醫師、建築師、會計師或其他執有全國專門職業執業證照之專業人士，且曾在消費者保護團體服務一年以上者。（3）曾在消費者保護團體擔任保護消費者工作三年以上者。

⁵⁰ 行政院訂有「優良消費者保護團體評定辦法」，作為優良消保團體評定之依據。依前揭辦法第 15 條規定，消費者保護團體於獲頒證書時，成為優良消費者保護團體，有效期間為二年。

⁵¹ 此項同意權之性質，部分學者認係屬行政處分，於民事訴訟程序中係屬職權調查事項。詳司法周刊第 855 期 3 版。

⁵² 參閱 103 年 5 月 7 日立法院第 8 屆第 5 會期第 9 次會議議案關係文書（院總第 1450 號，委員提案第 16404 號），田秋堃等委員提案。

⁵³ 參閱 103 年 5 月 14 日立法院第 8 屆第 5 會期第 10 次會議議案關係文書（院總第 1450 號，委員提案第 16399 號），潘孟安等委員提案。

⁵⁴ 許政賢，以整合法學之視域試論消費者保護法第五十條之消費者保護團體訴訟制度—民事訴訟研究方法論之反思，消費者保護法制論文集，行政院消費者保護委員會編印，頁 372，2004 年

費者起訴，具有紛爭一次解決之功效，消費者無需負擔消保團體提起團體訴訟委任律師之報酬，可以節省勞力、時間及費用，尤其為921受害戶及食安事件之受害人進行求償程序，別具意義。即使訴訟程序上尚有選定當事人及公告曉示制度⁵⁵可資應用，然對於多數受害人，除非有人發起類似自救會之組織，否則欲利用選定當事人制度尋求救濟，對於多數紛爭之一次解決，實屬不易。

就團體訴訟實務運作之結果，在訴訟經濟層面，將眾多個別之消費者單獨作為當事人，而分散形成多數訴訟之情形，代以由單一消保團體取代個別消費者之當事人地位，集中於同一訴訟進程序，確可達成減輕法院之負擔，避免裁判歧異之效果，並有助於提昇經濟力及資訊力處於弱勢消費者之訴訟地位。然因過去實務上能被評定為優良消保團體之法人不超過三個，形成消保團體提起團體訴訟有過重負荷之情形，本次修法後期能使更多有意願為消費者主張權利之消保團體能參與團體訴訟。

二、提高懲罰性賠償金之上限

消保法第 51 條規定懲罰性賠償金，使消費者依消保法提起訴訟時，可請求損害額以外之賠償金，有異於傳統上民法之損害填補原則。依其立法說明，主要目的在於「促使企業經營者重視商品及服務品質，維護消費者利益，懲罰惡性之企業經營者，並嚇阻其他企業經營者仿效」。上開規定除引發學理上之討論外⁵⁶，施行迄今，實務上有許多判決持較保守之見解，認為懲罰性賠償金之立法，係我國民法傳統損害賠償制度之例外規定，立法目的在於制裁、嚇阻，並非增加消費者之請求，而以較嚴格之標準裁量懲罰性賠償金。

觀察近年來法院不適用懲罰性賠償金之案例，除了損害賠償請求權基礎不成立，懲罰性賠償金亦隨之失所附麗之情形外，最常見之理由為，業者雖有過失但非屬重大過失，因而判決不適用懲罰性賠償金規定，即法院認為消保法第 51 條所謂「過失」，應為目的性限縮解釋而限於「重大過失」，以符合英美懲罰性賠償制度之原始精神，並與我國固有損害賠償法填補損害之本旨相協調⁵⁷。

7 月。

⁵⁵ 參閱消保法第 54 條及民事訴訟法第 41 條及 44 條之 2 等規定。

⁵⁶ 持反對之見解者，主要認為，懲罰性賠償金制度違反大陸法系民事和刑事法分立，以及損害賠償中之損害填補原則，對企業經營者過分苛刻。持肯定見解者，主要認為，不同法律規範具有不同功能，民法第 216 條規定並未排斥於法律另有規定之情形下，損害賠償範圍可大於損害額。另參閱林明珠、朱麗真，懲罰性賠償金之理論與實務—以消費者保護法第五十一條規定為中心，消費者保護法制論文集，頁 399-400，2004 年 7 月。

⁵⁷ 參閱台北地方法院 101 年度消字第 16 號民事判決理由：「懲罰性賠償金為英美法特有之賠償類型，非屬填補損害性質之賠償，目的在於對具有邪惡動機、非道德的或極惡之行為人施以懲罰，阻嚇他人效尤或提高他人注意力之處罰性賠償，與我國損害賠償法目的在於填補損害者不同，其性質及目的與刑事處罰無異，故適用上極具嚴格，而我國消費者保護法第 51 條雖係繼受自美國法，惟擴大懲罰性賠償金之適用範圍，而及於行為人出於過失之情形，此為英美法所無，從而為求符合英美懲罰性賠償制度之原始精神，並與我國固有損害賠償法填補損害之本旨相協調，是我國消保法第 51 條所謂『過失』，應為目的性限縮解釋而限於『重大過失』，亦即當企業

與上述判決不同者，部分判決企業經營者應給付懲罰性賠償金之案例，並未進一步分析企業經營者之過失是否為重大過失，似係肯認非限於重大過失始有適用⁵⁸。而臺灣高等法院臺南分院 100 年度重上字第 58 號民事判決理由則明確指出，消保法第 51 條規定，旨在促使企業經營者重視商品及服務品質，維護消費者利益，懲罰惡性之企業經營者，立法理由所稱之「惡性之企業經營者」，應非僅限於故意或重大過失之企業經營者，尚及於過失之企業營經營。因過失所致之損害，得請求損害賠償額一倍以下之懲罰性賠償金，乃立法者有意之規定，並未違反其內在目的及規範計劃，並無法律漏洞存在，不生目的性限縮之問題⁵⁹。最高法院 104 年度台上字第 358 號民事判決理由亦明析：「過失有重大過失、具體輕過失、抽象輕過失之分，消保法第 51 條但書，既將企業經營者應負『一倍以下懲罰性賠償金』之責任規定為『過失』，而未如 93 年 6 月 30 日制定之證券投資信託顧問法第 9 條第 1 項，明定懲罰性賠償限定以『故意或重大過失』者為限；且該條之立法理由，復明示參酌美國立法例而有懲罰性賠償金之規定，立法者於制定該條時，顯知悉該國之懲罰性賠償金，著重於重大過失時方克成立，於過失與重大過失之間，在立法政策上已作取捨與抉擇，於此情形，自不得再作『目的性限縮』，解為限於重大過失者，始有該條但書規定之適用」。

針對上述實務判決之不同見解，行政院消費者保護處曾於 102 年 11 月 12 日召開「消費者保護法第 51 條懲罰性賠償金之適用」座談會，會中學者專家多持消保法之立法目的在於保障弱勢之消費者，與民法或公平交易法有所不同，依消保法第 51 條之立法理由及立法過程觀之，消費者因企業經營者之過失所致之損害，得請求損害額 1 倍以下之懲罰性賠償金，係特別針對弱勢之消費者需要保護所作之特別思考，消保法第 51 條之適用與解釋，不應完全以外國法或其他國內法之角度為之。消保法第 51 條規定，因企業經營者之過失所致損害，消費者得請求損害賠償額一倍以下之懲罰性賠償金，係立法者有意之規定，不生目的性限縮之問題，將本條所稱「過失」限縮於「重大過失」，不符立法本旨。

經營者顯然欠缺注意，如稍加注意，即得避免損害，有明顯應究責之行為時，法院始課以懲罰性賠償金。」類似見解並見於臺灣士林地方法院 101 年度消字第 1 號民事判決、臺灣高等法院臺南分院 100 年度消上字第 1 號民事判決及臺灣高等法院 101 年度消上字第 8 號民事判決等。

⁵⁸ 台北地方法院 101 年度消字第 13 號民事判決、士林地方法院 99 年度訴字第 354 號民事判決及台北地方法院 101 年度訴字第 512 號民事判決等。

⁵⁹ 臺灣高等法院臺南分院 100 年度重上字第 58 號民事判決理由：「……立法委員趙少康等人於提案時雖知美國法制，且認該條規定之目的，在於懲罰『惡性』之企業經營者，並嚇阻其他企業經營者仿效，惟仍未將得請求懲罰性賠償金之情形，限於故意、有意圖、輕忽、輕率、輕蔑、魯莽不顧原告權益、漠視原告安全等不當行為之重大過失，或重大過失之情形，足見該條立法理由所稱之『惡性之企業經營者』，應非僅限於故意、有意圖、輕忽……等不當行為之重大過失，或重大過失之企業經營者，尚及於過失之企業營經營；復酌以於廣泛討論時，經立法委員彭百顯明確指出前開規定立法上較外國嚴苛以後，立法委員僅考量故意及過失情節之不同，明定因過失所致之損害，所得請求賠償懲罰性賠償金之上限，仍未將消費者得依消保法第 51 條請求懲罰性賠償金者，限於故意、重大過失，……，顯見消保法第 51 條但書規定：『因過失所致之損害，得請求損害賠償額一倍以下之懲罰性賠償金』，乃立法者有意之規定，並未違反其內在目的及規範計劃，並無法律漏洞存在，揆之前揭說明，亦不生目的性限縮之問題」。

本次修法，立法院何欣純委員等以我國法院近年來解釋適用消保法第 51 條規定，態度過於謹慎保守，以至於懲罰性賠償金之請求不易成立，或是酌定數額普遍偏低，不足以充分制裁或發揮嚇阻之功效，使現行條文之立意大打折扣，如企業經營者所提供之商品或服務因故意或過失致消費者受有損害，而法院於裁量時將過失限縮解釋為重大過失，將導致消費者縱使透過司法途徑，亦不能獲得合理之結果，於是援引我國民事法之責任體系，建立層級化之歸責要件，將本條對於故意、重大過失及過失之規定明文化，避免司法裁量空間過於模糊，而修正懲罰性賠償金之規定⁶⁰。依修正後之規定，企業經營者因故意所致之損害，消費者得請求之懲罰性賠償金，由損害額三倍以下提高為五倍以下；增訂因重大過失所致之損害，消費者得請求三倍以下之懲罰性賠償金；並維持現行規定，因過失所致之損害，得請求一倍以下之懲罰性賠償金，期能釐清懲罰性賠償金之請求不限於企業經營者有故意或重大過失之情形。

伍、結語

我國消保法綜合實體法與程序法、組織法與作用法之規定，並兼具私法與公法之性質，期能多方顧及消費者保護面向。消保法之修正涉及消費者、各行各業及行業主管機關，影響層面較個別行業管理法規為大，所以在研修過程所需面臨之協商難題也更多，修正結果未能盡如各方期待，在所難免。

本次修法就定型化契約規範之實質變動不多，主要在強化消費者之契約審閱權、定型化契約條款之明示同意原則、定型化契約應記載及不得記載事項之授權目的、內容與範圍及企業經營者交付契約書之義務與舉證責任。比較遺憾者為原本第 14 條有關異常條款之修正⁶¹仍維持現行規定，只能留待下次之修法再進行調整。在定型化契約規定之修正過程，企業經營者主要之訴求為定型化契約為私法契約，應回歸契約自由，然定型化契約條款係由企業經營者單方所擬定，消費者就契約內容本來就難有磋商之機會，在雙方地位強烈不對等之情況下，對於定型化契約為行政、立法或司法管制為各國常見之消費者保護措施。就中央主管機關公告定型化契約應記載及不得記載事項之機制而言，在實務上所發揮減少紛爭之功效，不可抹滅。或有學說對於定型化契約之行政規制持較保留之見解，然參考外國立法例，各國以功能論之觀點，將定型化契約之規制分配給行政部門，不乏其例，日本「特定商取引に関する法律施行令」第 15 條及第 16 條與其附表四所規範繼續性契約（瘦身美容；語文、課業、升學及電腦等補習教育；婚姻介紹等）

⁶⁰ 參閱 103 年 9 月 10 日立法院第 8 屆第 6 會期第 1 次會議議案關係文書（院總第 1450 號委員提案第 16958 號）。

⁶¹ 行政院消費者保護處原研擬消保法第 14 條修正條文：「定型化契約條款依正常情形顯非消費者所得預見者，該條款不構成契約之內容」，將定型化契約條款之內容超過通常消費者社會經驗及其原來所瞭解範圍之異常條款，參考德國民法第 305c 條規定，刪除現行條文「未經記載於定型化契約中」之贅文。

之解約退費標準，即與我國定型化契約應記載事項規範之態樣相似⁶²。

在通訊交易及訪問交易之修正方面，主要在於強化企業經營者資訊揭露義務，避免企業經營者為通訊交易，可能未與消費者實際接觸，而導致提供給消費者之資訊有所減縮，或訪問交易之推銷人員極欲成立契約，而導致消費者往往無法從交易過程獲得充分之消費資訊。交易資訊愈透明，愈能避免消費者因誤買而行使解除權所造成之時間及費用浪費。另增定未履行解除權告知義務，猶豫期間不開始起算之法律效果；增訂消費者於法定期間發出解約通知或交運退回之商品，契約即視為解除之機制；及增訂消費者解除契約後之法律效果，使契約解除後雙方之權利、義務關係更加明確。此外，有關增訂不適用 7 日解除權合理例外情事之授權規定，此為消保團體主要關切之議題。按各國對於通訊交易是否強制提供法定解除權以及解除權例外情事之規範不一，我國消保法修正後，通訊交易之消費者原則上仍享有 7 日解除權，只有在「合理例外」之情形，即消費者不具有 7 日解除權必須在合理之大前提下，而且是屬於例外之情況，故相關子法之研訂應考量我國國情，消費者之接受度，以循序漸進，例外從嚴之方向研訂規範，以減輕消保團體之疑慮。

增訂定型化契約應記載及不得記載事項之行政罰為本次修正主要重點之一，也是企業經營者主要關切之議題。消保法第 17 條雖就違反中央主管機關公告之定型化契約條款，定有「無效」之效力，惟業者若不遵守公告事項，消費者需到法院主張權利，而訴訟僅能個案、事後及被動地解決不公平定型化契約條款之使用。一般而言，消費者所受之損害多屬小額訴訟，為免訟累，可能選擇息事寧人，故須透過其他途徑讓不知如何進行訴訟或不願意到法院之消費者得到保護，以行政罰作為配套，可發揮主動、通案及預防之行政監督效果⁶³。

法律應該是穩定的，但不能停止不前⁶⁴。隨著科技之日新月異，前所未見之消費糾紛也層出不窮，消費者保護法規應隨著消費生活之發展定期檢討，與時俱進，方能保障國民消費生活安全，促進消費契約之公平合理，提昇消費生活品質。

⁶² 另參考美國「Code of Federal Regulations」其中 16 CFR429 Rule Concerning Cooling-Off Period For Sales Made At Homes Or At Certain Other Locations 規範訪問交易之說明義務、猶豫期、解約方式及法律效果等，以及 16 CFR 435 Mail or telephone order sales 規範郵購買賣業者未於約定或法定期限內送達商品或遲延者，消費者得解除契約，以及業者返還價金之期限等；以及英國「The Unfair Terms in Consumer Contracts Regulations 1999」規範定型化契約條款可能構成不公平之態樣（附表 2）、效力（§8）及行政監督（§10-§15）等，英國「The Consumer Contracts (Information, Cancellation and Additional Charges) Regulations 2013」規範訪問交易及遠距交易之資訊提供義務（§10、§13）、猶豫期及解除權之行使方式、期間及效果（§27-§38）與行政監督（§24、§44-§46）等。

⁶³ 陳汝吟主持，林麗真、杜怡靜共同主持，「定型化契約之規範比較暨其應記載及不得記載事項之界限檢討」結案報告，行政院消費者保護委員會 2001 年委託研究計畫，執行單位：玄奘大學，頁 138。

⁶⁴ “THE LAW MUST BE STABLE, BUT IT MUST NOT STAND STILL.”...—ROSCOE POUND.

參考文獻

- 劉宗榮，定型化契約，載消費者保護研究第三輯，行政院消費者保護委員會編印，1997年。
- 朱柏松，消費者保護法論，2001年11月增訂版。
- 詹森林，民事法理與判決研究（三），元照出版公司，2003年。
- 姜志俊，由消費者保護法之實施談國內首宗消費團體訴訟與判決，律師雜誌，2002年6月。
- 黃立，板橋地院八十九年度重訴字第65號博士的家判決評析，月旦法學雜誌第95期，2003年4月。
- 朱柏松，特種買賣消費者解約之方法及效力，月旦法學教室，2003年10月。
- 杜怡靜，從消費者保護法第19條之1之增訂檢討無條件解約權之相關規定，月旦民商法雜誌，2003年9月。
- 姜世明，選定當人制度之變革—兼論團體訴訟，月旦法學雜誌第96期，2003年5月。
- 消費者保護法制論文集，行政院消費者保護委員會編印，2004年7月。
- 馮震宇等合著，認識消費者保護法，行政院消費者保護委員會編印，2005年8月再版。
- 蕭文生，行政機關公告行為之法律性質，月旦法學教室，40期，2005年。
- 楊淑文，新型契約與消費者保護法，元照出版社，2006年4月。
- 曾品傑，財產法理與判決研究（一）—消費者保護法專論（1），元照出版公司，2007年。
- 張文郁等著，消費者保護訴訟之研究，民事法學新思維之開展—劉春堂教授六秩華誕祝壽論文集，2008年5月。
- 李建良，消費者保護與行政處罰，台灣法學雜誌239期，2014年1月。
- 蔡宗珍，消費者保護或父權宰制，台灣法學雜誌239期，2014年1月。
- 許政賢，臺灣消費者保護法的創新與挑戰—二十週年的反思，月旦民商法雜誌第45期，2014年9月。
- 詹森林，消費者保護法發展專題回顧：定型化契約之理論與實務發展，臺大法學論叢43卷特刊，2014年11月。
- 徐則鈺，評新修正消費者保護法，消費者報導412期，2015年8月。
- 沈冠伶，消費者團體訴訟之再建構：以擴散型損害及集團權利為中心，臺大法學論叢44卷特刊，2015年11月。