

解讀系列

- 李仲一推薦
- 新時代消費者權利手冊
- 最新修訂版

消費者保護法解讀

馮震宇 · 姜炳俊
謝穎青 · 姜志俊

合著



元照出版

消費者保護法解讀

馮震宇・謝穎青
姜志俊・姜炳俊
合 著

元照出版公司

國家圖書館出版品預行編目資料

消費者保護法解讀 / 謝穎青等合著. ——三版.

——臺北市：元照，2005〔民94〕

面：公分

ISBN 986-7279-10-7（平裝）

1. 消費者保護—法規論述

548.39023

94005286

消費者保護法解讀

1F08PC

2005年5月 三版第1刷

作 者 馮震宇・謝穎青・姜志俊・姜炳俊

出 版 者 元照出版有限公司

100 臺北市館前路 18 號 5 樓

網 址 www.angle.com.tw

定 價 新臺幣 450 元

訂購專線 (02)2375-6688

訂購傳真 (02)2331-8496

郵政劃撥 19246890 元照出版有限公司

Copyright © by Angle publishing Co., Ltd.

登記證號：局版臺業字第 1531 號

ISBN 986-7279-10-7

再版序

攸關消費者福祉的消費者保護法於1994年1月制定實施以來，不但引起各界對消費者保護法的重視，也提供了保護消費者的基本法源，更讓台灣與世界其他國家一樣，展現了對消費者權益的重視，對促進消費者意識的覺醒與提昇消費者權益的保護方面，有長足的貢獻。

但是在消費者保護法立法完成後，由於消保法立法當時的時空背景問題，部分重要內容並未直接規範在消保法母法內，反而是規定在消保法施行細則的子法中，致與一般立法原則有別；再加上整體社會環境的變遷，原有規定已不足以因應新興的商業實務，為了更進一步強化對消費者的保護，政府乃在2003年1月對消保法做了較大幅度的修正。嗣後，有鑒於消費金融所引發的問題，又特別在2005年2月5日增加了第22條之1的增訂條文，明文規定企業經營者對消費者從事與信用有關之交易時，應於廣告上明示應付所有總費用之年百分率，以免消費者被許多誇大不實的廣告所誤導。此項總費用百分率的規定，也直接影響到後續其他相關法規的規範（例如後續的融資公司法立法），可見消保法規定與消費權益間關係之密切。

有鑒於此兩次的修正，已經大幅改變消保法原有的規範內容，為提供讀者最新與最正確的資訊，本書作者們特別根據這二次的修法，對全書內容做了一次大幅的修改，使讀者能對修正後的消保法有更深入的認識與瞭解。

另外，雖然消費者保護法已經實施多年，但是消費爭議卻未見平息，透過修法與訂定相關法規命令，雖可有助於改善此等問題，但是更重要的，除了透過執行以有效防止不肖業者侵害消費者權益外，更在於教育，也惟有透過教育，方能使消費

者認識自身的權益與瞭解如何保護暨行使其權益。於是，本書作者於改版之餘，更希望本書可以讓消費者更加瞭解相關的規定，以維護自身權益。

不過，有鑒於網路的普及與網路資訊的充足，再加上消保法的主管機關行政院消費者保護委員會不但訂定了許多有關消費者的法規命令，如消費爭議申訴案件處理要點、消費者保護官執行職務應行注意事項、主管機關辦理消費者保護法第三十四條扣押證物執行要點、指揮消費者保護官行使職權要點、消費爭議調解辦法等十餘個法規，也協調各個政府部門訂定了許多的定型化契約範本，範圍從旅遊到購車、購屋，從手術麻醉同意書到坐月子中心與安親班，內容甚多，若一一臚列，將大幅增加本書的篇幅，也可能造成讀者閱讀的不便。因此本書此次改版時，除基本法規，也就是消費者保護法及其施行細則外，不再收錄其他相關附錄，讀者若有興趣，可以到行政院消費者保護委員會的網站（<http://www.cpc.gov.tw/>）查詢。若讀者需要定型化契約範本資料，除可向中央各目的事業主管機關及行政院所屬各部、會、局、署索取外，也可逕自從下列網址下載：http://www.cpc.gov.tw/Frame_index_specialCID_FAQ.asp?SpecialCID=436。

原則上，本書改版時，各作者仍就第一版原負責的範圍作相關的修正，除了姜志俊律師與姜炳俊教授的部分係自行處理外，馮震宇教授的修正獲得林語然律師的協助，而謝穎青律師的部分則獲得太穎法律事務所葉志良顧問協助。作者們在此除對他們表示感謝外，也特別要感謝所有支持本書的眾多讀者，並希望藉此向所有讀者表達謝忱。讀者若有任何建議，亦請不吝賜教。

馮震宇、謝穎青

姜志俊、姜炳俊 全識

2005年5月

初版序

隨著電子商務的發展，消費者保護已經從現實世界演變成為網路世界的重要問題，而保護消費者的考量，不但成為網路發展的重要課題，更成為影響相關科技立法的重要因素之一。

例如美國原欲修改統一商法（UCC）以增加UCC2B授權專章規定，卻因為保護消費者的考量與消保團體的反對而未能成功。而美國的聯邦電子簽章法立法（The Electronic Signature of Global & National Commerce Act, E-SIGN），也因為擔心無法有效保護消費者而拖延甚久，最後終於在保護消費者的措施獲得共識後，在公元二千年六月獲得通過，並經柯林頓總統於六月三十日正式簽署。雖然美國聯邦電子簽章法要到二千年十月一日才正式開始實施，但是該法的通過不但代表消費者力量的不可忽視，更代表網路時代保護消費者的重要，保護消費者已經不限於現實世界，更需要在虛無的網路世界充分保護消費者的權益。

根據該法規定，日後利用電子方式所成立的契約都將與紙本方式成立的契約有相同的效力，而其最明顯的影響，就是對於金融服務業。未來，銀行、保險、證券等金融業者都將可以直接利用電子方式與消費者締約，因此消費者可以直接利用網路開戶（包括銀行戶頭與理財戶頭）、進行資金移轉、買保險、辦理貸款等法律行為，更不用論一般利用網路所進行的企業與企業間交易（Business to Business, B2B）或企業與消費者間的交易（Business to Consumer, B2C），都將因此而獲得法律地位與效力，因此其對消費者權益的影響亦十分廣泛。

由於消費者不論是在一般交易或是電子交易，都居於弱勢，為防止消費者權益因採行電子方式而受到不當的影響，因此該法特別加強對消費者保護的設計。根據E-SIGN電子簽章法第101(c)項，電子交易的前提必須獲得消費者確切同意（affirmative consent）接受電子方式且此同意並未被撤銷，以及消費者在同意前已經被充分告知（包括可以選擇紙本方式、撤銷同意後的影響與結果、其同意所適用的範圍、消費者撤銷其同意的程序與獲得紙本與電子紀錄的方式）後，方能採行電子方式進行與消費者相關的交易行為。

除此之外，該法還提供諸多保護消費者的機制，例如業者必須在消費者同意之前提供消費者接觸與保留電子紀錄的軟硬體規格要求、證明消費者能夠確實接收與讀取相關電子文件資訊、軟硬體升級變更時業者有通知消費者的義務等要求。另外，為維護消費者權益，該法還明文規定消費者撤銷其同意時，對已經以電子方式提供的電子紀錄之效力、拘束力與執行力均不生任何影響，而言詞通訊（oral communication）則不視為電子紀錄，以免消費者因此而受到傷害。

雖然該法明確標出保護消費者的規定只有一項，但是該項的規定列印出來卻將近有兩張A4的長度，可見其規範的嚴謹。另一方面，該法在其他相關的條文中，亦將保護消費者列為立法的主要目標，因此處處可以看到保護消費者權益的設計。因此，美國聯邦的電子簽章法雖然與我國消保法並不相同，但是其卻將消費者權益的實質保護提升到網路世界，並使得其他有關消費者保護的法規能夠在電子商務時代發揮其原先設計的保護消費者功能。

相對於美國對消費者保護的新發展，國內對消費者保護，特別是在電子商務環境中，亦應特別注意，方可在傳統商業行為逐漸移轉至網路後，仍能有效的保護消費者。

不過，雖然消費者保護法本法尚未有所修正，但是在其他法規方面卻有重大的發展，其中最值得重視的，就是民法債編修正在八十八年四月經立法院三讀通過後，已於八十九年五月五日正式實施。這是自民國十八年債編立法以來首度修正，影響的幅度也是十分廣泛。而在其中，亦出現數個與消費者保護攸關的修正條文，例如第一百九十五條新增對隱私權的保護、第一百九十一條之一新增對商品製造人責任的規範、第二百四十七條之一新增對定型化契約（附合契約）效力的規定，以及增訂包括旅遊契約、合會等特殊契約類型規定，都是十分重要的修正，亦對於消費者權益與消費者之保護有重大的影響。

但是從國內外針對消費者權益與保護問題的發展現況可以得知，現階段消費者保護問題已經與過去傳統的消費者保護議題有所不同，特別是在科技已經改變傳統產業、網路已經無所不在的情況之下，國內在研修消保法修法之際，也應該對電子商務時代消費者保護的相關問題預先斟酌，方能有效因應未來的挑戰。

就本書而言，自從在八十三年一月出版以來，受到各界讀者的支持，已經再版並經過多次再刷，這是本書全體作者最值得驕傲的結果。為提供讀者更即時與更周延的資訊，並配合民法債編的修正，本書又再度進行修改，希望讀者能夠繼續支持，全體作者並對各界學者專家對本書所提供的意見表示感謝，並期望各界先進能繼續提供批評與指導。

馮震宇

89年6月26日

序於中原大學財經法律研究所

消費者權益與企業利益是互利的

攸關消費者權益的消費者保護法，終於在八十三年元月十一日公布施行了，此對一直參與推動的個人而言，有一份欣慰也有一份感觸。過去十餘年，消費者保護運動，在消費者文教基金會的推動下，雖曾遭遇部分企業經營者的抵制與政府的忽視，但在該會鍥而不捨的努力下，終使消費者覺醒，並獲政府及企業經營者的重視。展望未來，我國的消費者保護運動，在消費者保護法通過後，將有基本及完整的法律基礎，對於消費者的保護必將更趨於落實，值得慶幸。

消費者保護法的通過，並無宣導期間，因之消費者如何利用此法保護自己權益，企業經營者如何因應此法律，而政府又如何應用此法律保護消費者，均有賴於教育及宣導，將該法的疑義釐清，並將該法之法規、文義，解析清楚。

很高興姜志俊律師、馮震宇副教授、謝穎青律師及姜炳俊先生共同撰寫「消費者保護法解讀」一書。就消費者保護法的意義、無過失責任、定型化契約、不實廣告、特種買賣、保證、消費訴訟、損害賠償等等重要內容作一詳實的解析；特別是各行各業如何因應消費者保護法部分，更對企業經營者之因應有明顯助益。消費者權益與企業經營者的利益並非相對的，而是互利的，相信此書的出版，對政府有關部門、消費者、企業經營者都具重要的解讀及參考作用。茲於該書付梓之際，樂為之序。

李仲一

目 錄

再版序

初版序.....馮震宇

推薦序：消費者權益與企業利益是互利的.....李伸一

第一章 消費者保護法的制定經過

一、消費者保護法的意義與制定經過..... 3

二、消費者保護法之立法特色..... 6

第二章 消費者保護法的重要基本觀念

一、誰可以在消費爭議與消費訴訟中成為原告？..... 15

二、誰會在消費爭議與消費訴訟中成為被告？..... 23

三、消費者保護法中對消費者權益之規定..... 42

四、消費爭議與消費訴訟..... 53

五、消費者保護法之適用..... 58

第三章 消費者權益

一、商品製造人及服務提供人之無過失責任..... 71

二、定型化契約的基本概念..... 102

三、哪些條款構成定型化契約條款？..... 105

四、定型化契約的解釋與審查	111
五、郵購買賣與訪問買賣	122
六、無要約之寄送	132
七、分期付款買賣	135
八、消費資訊之規範	142
九、商品或服務之標示與適當之包裝	149
十、保證品質	153
十一、損害賠償	156

第四章 消費者保護團體

一、前 言	175
二、成立與宗旨	177
三、任 務	181
四、現況與檢討	184
五、國際消費者保護組織	191

第五章 消費者保護之行政監督

一、前 言	201
二、消費者保護委員會	201
三、中央主管機關	213
四、地方主管機關	224
五、消費者保護官	232

第六章 消費爭議之處理類型

一、申訴與調解.....	255
二、消費訴訟.....	259
三、民事損害賠償.....	265
四、行政罰則.....	268

第七章 消費者保護法與其他法律之關係

一、消費者保護法與民法.....	273
二、消費者保護法與公平交易法.....	277
三、消費者保護法與商品標示法.....	279
四、消費者保護法與醫事法律.....	284
五、消費者保護法與其他保護消費者之法律.....	289

第八章 個別行業探討

<i>CAES 1</i> 資訊電子業.....	295
<i>CAES 2</i> 建材業.....	300
<i>CAES 3</i> 製藥業與藥商.....	303
<i>CAES 4</i> 化妝品業.....	309
<i>CAES 5</i> 食品業.....	312
<i>CAES 6</i> 家電業.....	318
<i>CAES 7</i> 汽機車業.....	323
<i>CAES 8</i> 一般服務業.....	329
<i>CAES 9</i> 廣告業.....	333

<i>CAES 10</i>	傳播媒體.....	336
<i>CAES 11</i>	旅遊業	339
<i>CAES 12</i>	醫療服務業.....	343
<i>CAES 13</i>	郵購買賣業.....	347
<i>CAES 14</i>	直銷與推銷等訪問買賣業	350
<i>CAES 15</i>	餐飲業	353
<i>CAES 16</i>	貿易商	357
<i>CAES 17</i>	百貨業	361
<i>CAES 18</i>	建築業	366
<i>CAES 19</i>	休閒娛樂業.....	370
<i>CAES 20</i>	國內銷售商品與服務的商業	373

附 錄

消費者保護法	379
消費者保護法施行細則	401

第一章

消費者保護法的制定經過

- 一、消費者保護法的意義與制定經過
- 二、消費者保護法之立法特色

一、消費者保護法的意義與制定經過

由於科技進步，新商品不但與時俱增，更因大量生產、大量運用傳播媒體進行銷售，使得消費者在龐大的資訊來源中迷失，往往造成少數廠商有機可乘，以不正當手段侵害消費者權益。因此先進國家無不以立法、司法及行政等措施，來保護消費者應有的權利。聯合國更在一九八五年通過保護消費者指導方針，提供各國制定與加強保護消費者的政策與立法方向，並鼓勵國際合作。可見保護消費者已是國際間的共識¹。

就我國而言，雖然已有與消費者保護有關之法規，如食品衛生管理法、藥事法、農藥管理法、化妝品衛生管理條例、商品標示法以及公平交易法等，但此等法律之立法目的在於對產品本身及企業經營者之管理，並不是以保護消費者為直接目的。此外，雖然民法也有契約責任與侵權行為責任可以保護消費者，但卻都有缺失，無法提供消費者有效之保護²。隨著消費者權利意識的提升，以及各國對消費者保護的重視，為使廠商、消費者及政府機關都有可供遵循的法則，乃決定訂定消費者保護法，以作為保護消費者的根本大法。

我國消費者保護法（以下簡稱消保法）之立法，始於民國七十一年六月，由當時的行政院院長孫運璿先生於行政院院會中表

¹ 各國有關於消費者保護之法規資料，可參考內政部社會司編印，「外國消費者保護法規資料選輯」，民國79年5月。書中收錄日本、韓國、泰國、新加坡、香港、英國、瑞典等國之各種消費者保護法規。至於美國之消費者保護有關法規以1970年的消費產品安全法（Consumer Product Safety Act of 1970）為主；在執行方面，由美國聯邦貿易委員會（FTC）負責。

² 請參閱王澤鑑著，「商品製造人責任與消費者保護」，正中書局，民國68年9月，頁13以下。以及氏著，「侵權行為法之危機及其發展趨勢」，於氏著「民法學說與判例研究（二）」，民國71年9月4版，頁147以下。

明，保護消費者乃是政府重要之責任，隨即指示內政部、經濟部等單位應速擬定「消費者保護法案」，於是展開了我國消保法艱辛與漫長的立法路程——內政部遵照指示，於七十二年三月擬出一份三十條之消費者保護法草案提報行政院。該草案到行政院即被擱置，直到七十四年九月間方由行政院發交經建會，研究消保法與公平交易法合併立法或分別立法之可行性，到七十五年行政院依照經建會研究及各界之意見，決定將公平交易法單獨立法；而消保法部分則於七十六年一月十五日由行政院公布「消費者保護方案」暫時代替之。

行政院實施消費者保護方案之目的，在於加強有關機關之協調聯繫，並以方案執行之經驗作為制定消保法及修正其他相關法律之依據。其要項則可分為四項：(一)維護食品、藥品之品質與安全衛生；(二)提高一般商品及服務之品質與安全；(三)維護交易程序、確保合理價格；(四)加強消費者服務。在此方案下，也出現了一些新的做法，例如建立推動優良藥品製造標準（GMP）制度，促進醫藥分業制度，建立醫院診所合理收費標準，訂明藥價收費分項價目表，嬰兒奶粉標示之管制，香煙、藥物危害之標示，成立建築經理公司，地檢處成立消費者保護專案小組等，對於消費者所面臨之問題提出了新的解決之道。

不過由於消費者保護方案僅是行政措施，並沒有嚴格的法律拘束力，其執行也無法做適切的管制考核，再加上事權不一，體系重疊，基層單位有責無權，上級單位又政出多門，以及缺乏具體措施，使得該方案實施之效果不彰。例如依「消費者保護方案」中所列四十三項消費者保護事務，主管機關只訂定宣示性之措施，在實質上，對消費者之保護與方案實施前相比，並未有太大的改善，而有關在地方法院檢察處成立消費者保護專案小組、平民法律服務制度、輔導廠商設立消費者服務部門、增定消費者保護課程、訂立定型化契約範本、公布食品、藥品、化妝品抽驗