

一、修正緣由及過程為何？

(一) 修正緣由：為使消保法之「定型化契約」、「郵購買賣」及「訪問買賣」等規範更加完備，並解決實務爭議，爰蒐集及整理日本及歐盟等外國立法例及近年來我國實務之爭議問題，研擬修正草案。

(二) 修正過程：

- 1、自 101.04 陸續召開 7 場研商會議、2 場公聽會及 4 場審查會議，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。102.05.23 經行政院會討論通過，102.05.27 函送立法院審議。
- 2、針對立法院第 8 屆會期丁守中等委員所提修正「消費者

保護法」等 19 案，計召開 6 場研商會議及 1 場公聽會研提對案。經立法院社會福利及衛生環境委員會召開三次併案審查會議，部分保留條文於 104.05.01 經朝野黨團協商完成，修正草案於 104.06.02 經立法院院會二讀及三讀通過。

二、修法重點為何？

消保法本次共有 27 條修正條文（修正 23 條，刪除 1 條，增訂 3 條）。修正重點如下：

- （一）強化定型化契約應記載及不得記載事項之授權公告目的、內容、範圍、法律效果以及增訂行政罰。

- (二) 因商品或服務之性質特殊，考量業者及消費者之權益衡平，增訂得不適用 7 日猶豫期之合理例外情事規定，並授權由行政院定之。
- (三) 增訂消保團體發表檢驗結果後，應公布檢驗資訊。發表檢驗結果有錯誤時，應進行更正及澄清等措施。
- (四) 因應組織改造後管轄權之變更，配合調整相關條文。

三、定型化契約之修正重點為何？

- (一) 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。

- (二) 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。
- (三) 增訂公告定型化契約應記載及不得記載事項之授權目的、內容、範圍及法律效果。
- (四) 企業經營者使用定型化契約，違反中央主管機關公告之應記載或不得記載事項者，增訂經主管機關令其限期改正而屆期不改正者之行政罰。

四、有關郵購買賣及訪問買賣之修正重點為何？

- (一) 修正「郵購買賣」及「訪問買賣」之名詞為「通訊交易」及「訪問交易」，以切合實務交易形態。

- (二) 充實業者交易資訊告知義務，增訂通訊或訪問交易之業者應告知消費者享有 7 日解除契約之權利，若有違反，7 日期間自提供之次日起算。
- (三) 因商品或服務之性質特殊，考量業者及消費者之權益衡平，增訂得不適用 7 日猶豫期之合理例外情事規定，並授權由行政院定之。
- (四) 解約後，原則上業者應於 15 日內取回商品，於取回商品或收到消費者退回商品後 15 日內返還對價。

五、「訪問買賣」除修正名稱外，新舊法於定義之差別為何？

- (一) 買賣之標的物依民法第 345 條規定為「財產權」，其範

圍較為狹猛。依現行消保法第 19 條之 1 規定，訪問買賣相關規定於以訪問買賣所為之服務交易，亦準用之，故將服務併同納入定義規範，將「買賣」修正為「交易」。

（二）在「消費者之工作場所」或「公共場所」從事推銷，為我國實務所常見，例如在消費者之工作場所推銷影音商品、在郵局門口推銷保健食品以及在學校門口推銷教材等，本次消保法修正參考相關外國立法例規定，使定義上更加明確。

六、為何要增訂應記載及不得記載事項之授權內容及其效力？

- (一) 按定型化契約應記載及不得記載事項依現行規定係屬「概括授權」，依大法官會議解釋（釋字第 606 號、第 612 號及 643 號等），授權範圍應就法律本身之立法目的，及其整體規定之關聯意義為綜合判斷，本次增訂授權之內容，有助於法規之明確性及可預測性。
- (二) 依消保法第 17 條第 2 項規定，增訂公告事項之授權內容，係參酌現行中央主管機關已公告事項之重要權利義務內容而定之，非新創設之規範。
- (三) 中央主管機關公告應記載事項之效力，原規定於消保法施行細則第 15 條第 2 項，宜提升其位階於母法，併入消保法第 17 條。

七、業者為通訊或訪問交易應如何提供消費資訊？

（一）依消保法第 18 條規定，業者為通訊交易或訪問交易時，原則上應以書面提供消費資訊。以網際網路所為之通訊交易，得以可供完整查閱、儲存之電子方式為之。

（二）業者應提供之消費資訊如下：

- 1、 業者之名稱及相關通訊資料。
- 2、 商品或服務之內容、對價、付款期日及方式、交付期日及方式。
- 3、 7 日解除契約之行使期限及方式，或商品（服務）已經排除適用解除權之說明。
- 4、 消費申訴之受理方式，及其他主管機關公告事項。

八、業者可否以定型化契約條款使消費者拋棄契約審閱權？

- (一) 依消保法第 11 條之 1 第 1 項規定，企業經營者與消費者訂立定型化契約前，應有 30 日以內之合理期間，供消費者審閱全部條款內容。
- (二) 實務常見業者於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，此類型條款對消費者顯失公平，依消保法第 11 條之 1 第 2 項規定，應屬無效，以保護消費者審閱契約之權利。

九、業者如何告知定型化契約條款之內容？

依消保法第 13 條第 1 項規定，定型化契約條款不論是否

記載於定型化契約，業者均應向消費者明示其內容。如明示定型化契約條款內容顯有困難，則應以顯著之方式，公告定型化契約條款之內容。定型化契約條款經業者明示或公告其內容，並經消費者同意後，該條款始構成契約之內容。

十、業者應否提供消費者定型化契約書？

- （一）依消保法第 13 條第 2 項規定，業者使用定型化契約者，應將定型化契約書提供消費者作為憑證。但依契約之性質致給與顯有困難者，例如自動販賣機、自動購證停車場及大眾運輸契約等缺乏個別接觸之交易，或交易頻仍

之大量契約，倘業者交付消費者定型化契約，有執行上之困難，則可以公告之方式為之。

- (二) 依消保法第 13 條第 3 項規定，定型化契約書經消費者簽名或蓋章者，因契約當事人有實際接觸，並無給與契約書之困難。為避免發生爭議時，消費者無法舉證，業者應給與消費者該定型化契約書之正本。

十一、簽訂定型化契約有無符合消保法規定，由何人舉證？

- (一) 依消保法規定，業者使用定型化契約為交易者，應遵守於簽訂契約前提供消費者合理之定型化契約審閱期間，以及向消費者明示定型化契約條款內容等規定。

(二) 依消保法第 17 條之 1 規定，業者與消費者訂立定型化契約，如主張已符合消保法有關定型化契約之規定，應由業者就所主張之事實負舉證責任，以保障消費者權益。

十二、業者為通訊或訪問交易未告知解約資訊之法律效果為何？

(一) 消保法第 19 條第 1 項規定通訊交易或訪問交易之消費者，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，無須說明理由及負擔任何費用或對價。上述資訊，業者應於訂立契約時告知消費者。

(二) 為保障消費者權益，消保法第 19 條第 3 項規定，業者若未依法提供消費者解除契約相關資訊者，7 日解約期間自業者提供之次日起算，但自 7 日期間起算後，已逾 4 個月者，解除權消滅。

十三、消費者如何行使通訊或訪問交易之解除權？

- (一) 行使期限：消費者得於收受商品或接受服務後 7 日內行使解除權。
- (二) 行使方式：行使解除權之方式為退回商品給業者或以書面為解除契約之通知。其他以口頭或電話等方式為之者，因不易舉證，倘業者不予承認，實務上易遭敗訴之

判決。

- (三) 解除權之生效：消費者於法定期間內，已交運商品或發出書面者，契約視為解除，毋庸擔心業者拒收之問題。

十四、消費者解除契約為何要採發信主義？

- (一) 消費者退回商品或以書面通知解除契約時，考量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，故消保法第 19 條第 4 項規定，消費者於 7 日內已交運商品或發出書面者，契約視為解除。
- (二) 上開規定參考歐盟指令「2011/83/EU」第 11 條第 2 項

及日本「特定商事交易法」第 9 條第 2 項規定，消費者毋需負擔商品或書面寄出後之舉證風險。

十五、商品若不適用 7 日猶豫期，買到瑕疵品怎麼辦？

- (一) 消保法雖增訂第 19 條第 2 項，就性質特殊之商品授權行政院研議後公告排除適用 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。
- (二) 消費者倘若收到商品檢查後發現瑕疵時，依照「民法」第 359 條、364 條及第 365 條規定，還是可以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。」

十六、通訊或訪問交易之消費者想解約時，業者應如何處理？

（一）通訊或訪問交易之消費者得於收受商品或服務後7日內退回商品或以書面通知解除契約。以書面通知解除契約者，除當事人另有個別磋商外，依消保法第19條之2第1項規定，業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。

（二）解約後業者遲未返還對價為實務常見之糾紛，消保法第

19 條之 2 第 2 項規定，業者應於取回商品、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，返還消費者已支付之對價。

十七、業者及媒體經營者對於廣告須負何種責任？

- (一) 依消保法施行細則第 23 條規定，所謂廣告是指利用電視、廣播、影片、幻燈片、報紙、傳單、海報、招牌、電腦、電話傳真、電子視訊、電子語音或其他方法，可使不特定多數人知悉其宣傳內容之傳播。
- (二) 為避免業者以不實之廣告侵害消費者權益，消保法第 22 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。另依消保法第22條第2項規定廣告內容於契約成立後，業者應確實履行。所以，業者不得陳稱廣告內容僅供參考。

(三) 依消保法23條規定，媒體經營者若明知或可得而知廣告內容與事實不符，仍予以刊登或報導者，就消費者因信賴該廣告所受之損害要與業者負連帶損害賠償責任。而且媒體經營者的責任是不能事先約定限制或拋棄的。

十八、消保團體發表檢驗結果後，應否公布檢驗相關資訊？

(一) 消保團體為公益性質，發表檢驗結果為憲法所保障之言論自由，其目的在於監督業者提供更安全及優質之商品

及服務。

- (二) 消保法第 29 條第 3 項及第 4 項規定，消保團體發表檢驗結果後，應公佈檢驗相關資訊，並通知相關業者，俾使檢驗結果更召公信。發表檢驗結果有錯誤時，應進行更正及澄清等措施，以維護業者之商譽。
- (三) 消保團體發表檢驗結果，若有侵害業者之權利者，自應依相關法規規定，負民事及刑事責任。

十九、地方政府消費爭議調解委員會之修正重點為何？

- (二) 增加調解委員名額：為因應地方主管機關就消費爭議調解案件之增加，調解委員會委員可能超過現行規定 15

名上限之需求，消保法第 45 條第 1 項，爰增加地方政府消費爭議調解委員名額上限至 21 名。

- (三) 增列學者專家得任調解委員：消費爭議類型常涉及專業領域，調解委員會之運作需要學者及專家之參與，為解決實務運作之需要，消保法第 45 條第 2 項爰增列學者專家得任調解委員之規定。

二十、放寬消保團體提起團體訴訟之要件為何？

- (一) 在發生消費爭議時，為使更多符合資格之消保團體能為消費者提起團體訴訟，本次修正刪除有關消保團體規模及須經消保官同意之要件，放寬消保團體提起團體訴訟

之資格要件。

- (二) 消保法第 49 條第 1 項規定，消保團體許可設立 2 年以上，置有消費者保護專門人員，且經行政院評定優良者，得為消費者提起損害賠償訴訟或不作為訴訟。

二十一、消費者得請求之懲罰性賠償金數額為多少？

- (一) 懲罰性賠償金之立法目的在於促使業者重視商品及服務的品質，並藉由相當數額的懲罰性賠償金額，懲罰惡性之業者。
- (二) 消保法第 51 條修正後，提高懲罰性賠償金之上限，將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；因過失所致之損害，得請求一倍以下之懲罰性賠償金。

二十二、業者違反中央主管機關公告之定型化契約應記載及不得記載事項，有何處罰方式？

- (一) 主管機關依消保法公告定型化契約應記載及不得記載事項，其性質為法規命令，目的在於使業者遵守公告事項，避免業者使用對消費者顯失公平之定型化契約條款。

(二) 依消保法第 56 條之 1 規定，倘業者所使用之定型化契約違反中央主管機關公告之應記載及不得記載事項，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，處新臺幣 5 萬元以上 50 萬元以下罰鍰，並得按次處罰。

二十三、因應組織改造之修正內容為何？

(一) 「行政院組織法」自 101 年 1 月 1 日開始施行，行政院消費者保護委員會之業務及人力，依該法第 14 條規定：「行政院為處理特定事務，得於院內設專責單位」，已

併入行政院院內之「消費者保護處」，委員會則改設為任務編組之「行政院消費者保護會」。

- (二) 現行消保法有關消費者保護委員會組織之規定，已另於「行政院處務規程」及「行政院消費者保護會設置要點」規定，為因應組織改造後管轄權之變更，爰將消保法相關條文有關「消費者保護委員會」之文字，修正為「行政院」，並維持原來法定任務及功能。