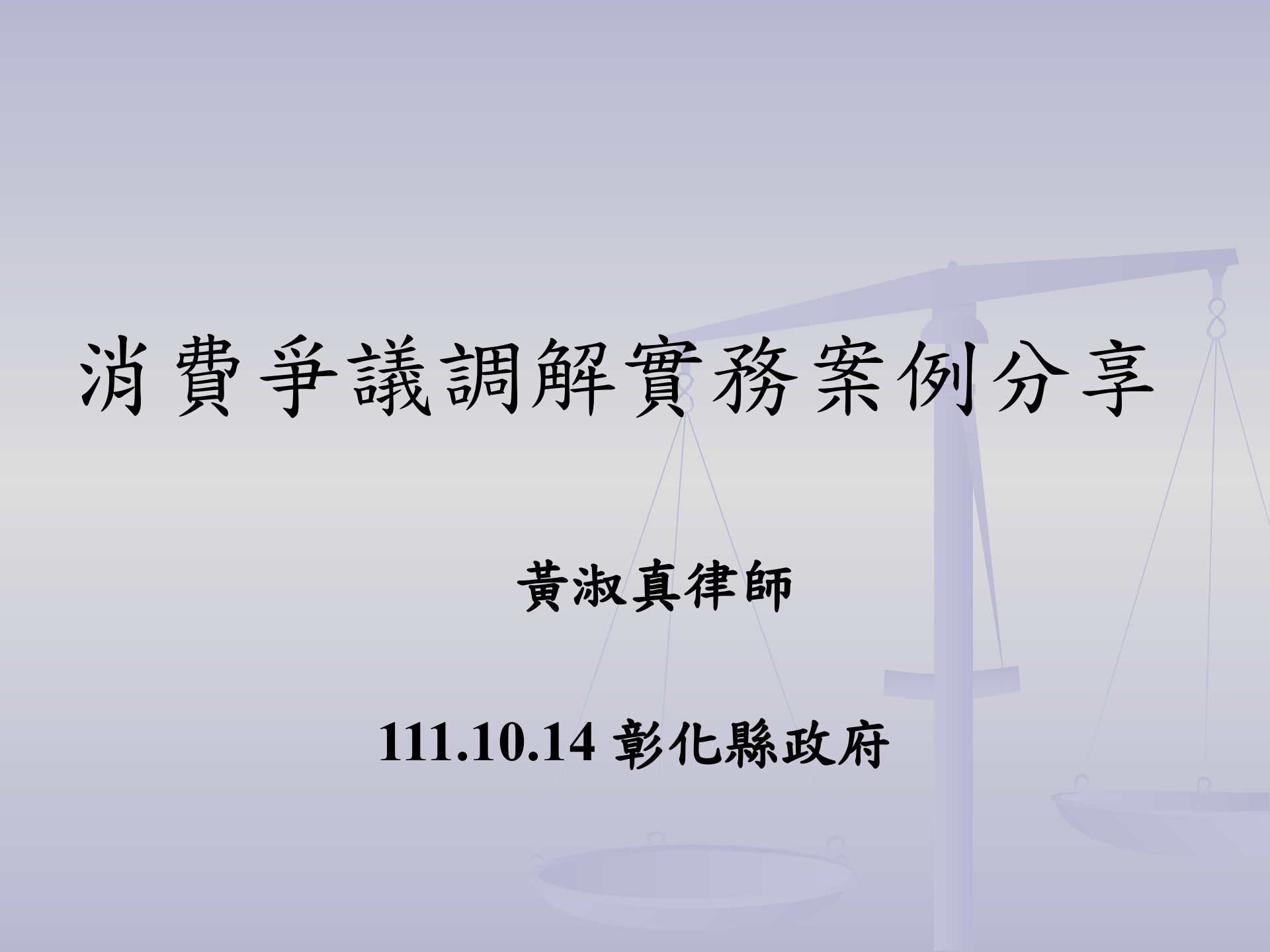


# 消費爭議調解實務案例分享

A faint, light purple background image of a scale of justice, symbolizing fairness and law. The scale is positioned on the right side of the slide, with its beam extending across the top.

黃淑真律師

111.10.14 彰化縣政府

# 大綱

壹、前言

貳、消費爭議調解實務案例分享

參、結語

# 壹、前言



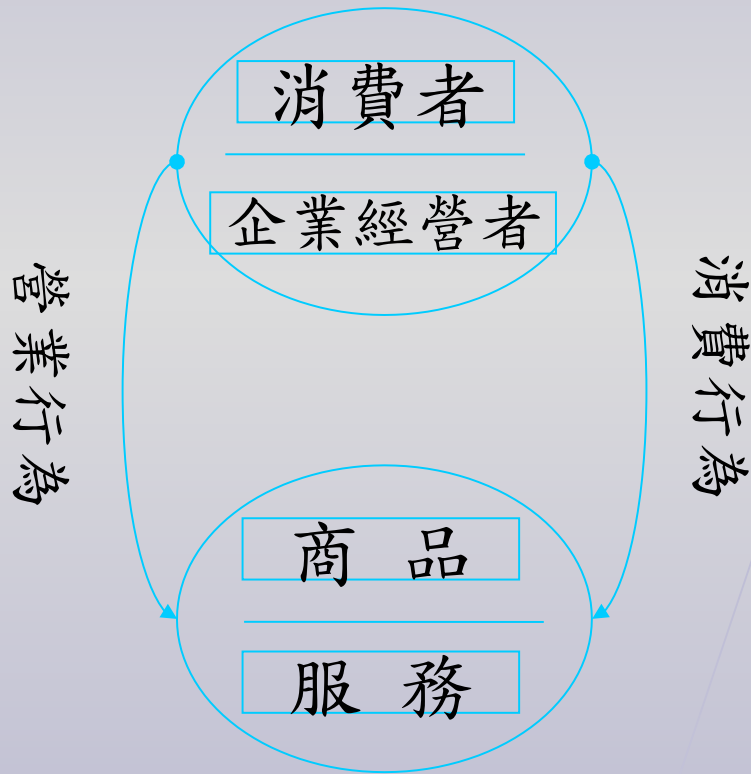
# 前

# 言

- ❖ 消費者保護與全體國民生活息息相關，涵蓋每一個人的食、衣、住、行、育、樂等各方面，每一項都攸關人民的生活福祉及消費者的權益。
- ❖ 從生到死，從早到晚都會發生消費。
- ❖ 為當前的世界潮流與時代趨勢，各國政府皆極為重視，除積極建立國民正確之消費者保護理念外，並積極推動消費者保護工作，以保護國民之消費權益。

# 消費者保護的基本概念

消費行為主體



消費行為客體

## ■ 消費行為成立要件

消費者：指以消費為目的而為交易、使用商品或接受服務者。

企業經營者：指以設計、生產、製造、輸入、經銷商品或提供服務為營業者。

但改裝、分裝商品或變更服務內容者，視為設計、生產、製造或提供服務者，即亦屬企業經營者。

消費關係：指消費者與企業經營者間就商品或服務所發生之法律關係。

# 購買房屋類消費爭議

## 消費關係？企業經營者？

案例一：A女委託○○不動產仲介銷售房屋（下稱系爭房屋），與B男

後，主  
簽訂不動產買賣契約，B男交付定金及簽約金共93萬元

約。  
張其為身障人士，系爭房屋不適合自己居住，欲解除買賣契約。

\* A女（賣方）VS B男（買方） → A女：×企業經營者  
→ ×消費關係

\* B男（買方）VS ○○不動產仲介

A女（賣方）VS ○○不動產仲介

Q、B男（買方）欲解除買賣契約

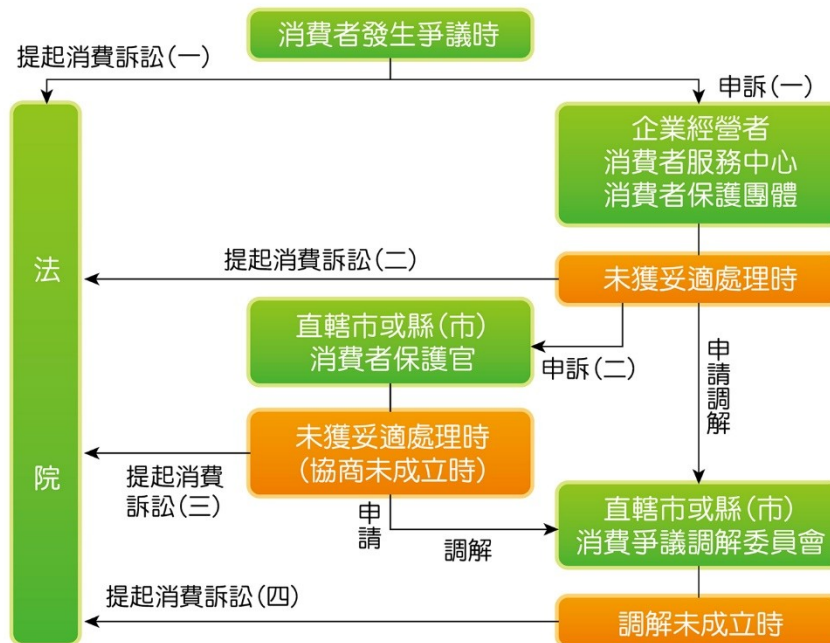
調解相對人：A女（×企業經營者）、×消費關係

○○不動產仲介（企業經營者）但非解約對

象

✓ ○○不動產仲介（企業經營者）+ A女

# 消費爭議處理程序表



\* 消費者得不經申訴程序，隨時向法院提起消費訴訟。

流程圖說明：

依據消費者保護法第43條規定：發生消費爭議時，消費者得向企業經營者、消費者保護團體或消費者服務中心或其分中心申訴。企業經營者接獲申訴後應於15日內妥適處理，消費者未獲妥適處理時，得向消費者保護官申訴。消費者保護法第44條：如經兩次申訴均未能獲妥適處理時，得申請消費爭議調解。

## 實務常見問題～契約審閱期

- 以契約約定消費者拋棄審閱期效力
- 按審閱期間之規定，係使消費者在簽訂定型化契約之前，有充分了解其內容的時間，故如以個別商議條款之方式，約定拋棄審閱期間，核其性質，因非屬自由之拋棄或預先免除故意或重大過失責任，自無民法第17條第1項或第222條規定之適用，該約定尚難謂為無效。



## 實務常見問題～契約審閱期

- 但如以定型化契約條款為此約定，將使消費者完全失去審閱之機會，則可能違反消費者保護法第 12 條所揭槩之平等互惠及誠信等原則及消保法施行細則有關審閱期間之規定而無效，惟具體個案仍應由法院判斷。

# 實務常見問題～契約審閱期

- 民國 102 年 03 月 27 日臺灣臺北地方法院 101 年度簡上字第 456 號民事判決要旨：

按消費者保護法第 11 條之 1 所定契約審閱期間係保護消

費者知的權利，使其於訂立定型化契約前，有充分了解定型化契約條款之機會，如消費者已有詳細審閱契約之機會，

該條之保護目的已達，是消費者有充分了解契約條款之機會，且於充分了解後同意與企業經營者成立契約關係，而擇放棄審閱期間者，因法律並無禁止消費者拋棄權利之限制，基於私法自治及契約自由之原則，尚無不可，是消費者自不得於事後再以違反審閱期間之規定為由，主張排除

契約條款之適用。

# 購買美容產品類消費爭議

## ■ 案例事實一

- 阿美是從越南嫁到台灣的新娘，平日在工廠上班，某日下班後，阿美到住家附近的百貨商場購買日常用品，在選購過程中，經過商場內附設之化妝品攤位，經店員以贈送試用品為由與之交談，過程中，店員誇讚阿美長得很漂亮，若能加強臉上的皮膚保養，一定更美，店員並表示現有做臉體驗價一次只要新台幣 1500 元的活動，鼓吹阿美體驗看看，阿美因此就同意體驗，在做臉的過程中，美容師又告訴阿美因她臉的角質層較厚，需要先去角質，做臉保養才會有效果，然去角質是要另外付費的，且做臉保養至少需要半年效果才會好，公司剛好有購買美容產品，贈送美容保養課程之優惠套餐，原價 14 萬 4000 元，現打 75 折後為 10 萬 8000 元，阿美原本心想自己月薪才 25250 元，實在負擔不起而拒絕，然美容師告訴阿美，公司難得有此次優惠活動，要把握機會，又她可以幫阿美辦分期付款，月繳 4500 即可，阿美因此心生不疑，遂在做臉過程中，除在美容師所提供之空白文件資料上簽名外，美容師告訴阿美為確保所購買美容產品確實係新品拆裝，請阿美自己拆裝後簽名，這樣產品也不會跟其他客人的產品搞混，又既然阿美有做臉部體驗，就順道幫阿美以其所購買已拆封之美容商品加做保養課程，後來阿美回到家，才想到公司再來要加班趕工，覺得自己可能沒有時間去做臉，且這家美容產品沒聽過，上網一查，才發現店家消費糾紛不少，又有人來電詢問阿美是否辦理分期付款？阿美心想不是向店家辦理分期？她並沒有申請什麼分期付款！為此，阿美遂先以 line 告知美容師說她要解約，美容師告知有決定權的人不在，她無法處理，她會幫忙詢問看看如何處理？然阿美一直未收到店家任何的回覆，又阿美工作一忙，也就因此拖延了，期間，阿美的手機都會有融資公司催繳月繳 4500 元之通知，催繳電話連阿美工作時都一再來電，讓阿美不勝其擾，阿美不得已就繳納了好幾期，但阿美自從體驗後，就沒有再去店家使用過美容產品及課程，且每月繳 4500 元事實上對阿美是一筆不小的負擔，而店家後來表示因阿美係購買美容商品，已拆封使用，無法解約，阿美不得已，始向政府單位進行消費申訴，嗣並申請消費調解，欲終止契約，返還業者所購買美容產品，不再繼續給付分期付款金額。

# 購買美容產品類消費爭議

## ■ 案例事實二

- 消費者甲（年輕少年、單身男性）向乙公司（年輕漂亮美容師）購買美容產品（起因於：免費試用、低價促銷美容服務或以交友為誘餌），並約定甲可排定時間，由乙公司美容師使用該美容產品，免費為美容服務，並在乙所提供之分期付款契約書簽名與丙銀行或融資公司或第三方支付公司申請辦理零利率分期付款貸款指定用以支付向乙所購買商品之價款。甲嗣後因覺得乙公司美容師服務態度不佳，皮膚並未變得很好 / 家人知悉後反對 / 經濟能力無法負擔 / 發覺該美容師只是以交友為誘餌騙取消費... 等，不想繼續使用該等美容產品，申請調解終止契約，欲返還所購買美容產品，拒絕繼續清償分期付款貸款。

# 購買美容產品類消費爭議

## ■ 案例事實三

- 消費者甲婦（患有憂鬱症之獨居老人）剛從醫院看診完，精神狀況不佳，行經百貨公司門口，適有年輕業務員以禮貌、親切及溫暖地問候，陪伴聊天，一再遊說甲婦適當按摩及保養肌膚會讓身心放鬆、身體更健康，致使甲婦一時失去判斷，遭業務員誘使拿出身邊所持有美國工作的兒子所給予的黑卡刷卡新台幣 10 萬多元向乙公司購買美容產品，且業務員並未經甲婦同意，逕自將產品全數拆封。甲嗣後返家，精神較為清醒後，發覺自己根本無意購買上揭美容化妝品，且不可能使用該等美容產品，所以，隔日由友人陪同向業者要求解除契約，返還價金，惟遭業者拒絕，申訴未果，而聲請消費調解。



# 購買美容產品類消費爭議

## ■ 案例事實四

- 消費者乙婦（患有思覺失調症、情感性精神疾病）剛服用精

神藥物後，想到自己有5年前向某百貨公司專櫃買的化妝品未取貨，遂前往該專櫃，專櫃告知須付清1000元才能取貨，後來專櫃有2、3個業務員圍過來，一直遊說乙婦再消費則以前消費所累積點數又可以換購化妝品贈品，讓乙婦倍感壓力，只想趕快逃離現場，所以，就糊里糊塗地在業者所提出之沒有明細、單價的購買確認單上簽名購買6罐精華液，分24期、每期5566元，共計133,584元。且業務員並未經甲婦同意，逕自將其中一罐拆封。甲返家後，精神較為清醒後，發覺自己根本無意購買上揭美容化妝品，且不可能使用該等美容產品，所以，當天即由先生陪同向業者要求解除契約，返還價金，惟遭業者拒絕，申訴未果，而聲請消費調解。

# 購買教材課程類消費爭議

## ■ 案例事實

- 小花嫁給台灣的丈夫，婚後育有 2 名小孩，1 個唸小學，1 個唸國中，小花平日很注重小孩之教育，也常帶孩子去參加一些書展活動。小花幾個月前，曾在一次活動中留下聯絡電話給某一書展攤位的人員，後來該人員打電話給小花，告知公司有出一套新的教材課程，課程內容涵蓋小學到高中，並享有隨時上網更新教材內容之權利，課程除光碟、教材課本外，附贈課程使用之平板一台，課程若有疑問，亦有贈送免費幾小時之線上教師可協助教學，阿花聽聞後心動，遂同意該人員到家中拜訪，阿花遂以信用卡刷卡分期 48 期支付購買小學至高中教材課程之費用 38 萬 4000 元。阿花購買後，教材課本、光碟及平板等陸續郵寄到家中，起初小孩在阿花的督促下有使用教材課程學習，然 2、3 個月後來小孩就愈來愈坐不住，不太願意使用該套教材課程學習，為此，阿花曾向該業務人員反應，請求協助，該業務人員也有與小孩線上連繫，請小孩若有學習上問題，可找線上教師協助，然約莫購買 4 個月後，小孩根本都不再願意使用該教材課程，小花認為此教材課程不適合孩子，為此，聲請消費調解，欲與業者終止契約，她願意返還教材等，不願意再繼續繳納信用卡之分期金額。

# 購買產品 / 服務類消費爭議

業者

消費者

第三方支付公司





# 實務常見問題～訪問交易

■ 定義：指企業經營者未經邀約而與消費者在其住居所、工作場所、公共場所或其他場所所訂立之契約。（消費者保護法第2條第11款）

■ 消費者保護法第18條

企業經營者以通訊交易或訪問交易方式訂立契約時，應將下列資訊以清楚易懂之文句記載於書面，提供消費者：

一、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。

二、商品或服務之內容、對價、付款期日及方式、交付期日及方式。

三、**消費者依第十九條規定解除契約之行使期限及方式。**

四、商品或服務依第十九條第二項規定排除第十九條第一項解除權之適用。

五、消費申訴之受理方式。

六、其他中央主管機關公告之事項。

經由網際網路所為之通訊交易，前項應提供之資訊應以可供消費者完整查閱、儲存之電子方式為之。

# 實務常見問題～訪問交易

## ■ 消費者保護法第 19 條

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七日內，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。但通訊交易有合理例外情事者，不在此限。

前項但書合理例外情事，由行政院定之。

企業經營者於消費者收受商品或接受服務時，未依前條第一項第三款規定提供消費者解除契約相關資訊者，第一項七日期間自提供之次日起算。但自第一項七日期間起算，已逾四個月者，解除權消滅。

消費者於第一項及第三項所定期間內，已交運商品或發出書面者，契約視為解除。

通訊交易或訪問交易違反本條規定所為之約定，其約定無效。

# 通訊交易解除權合理例外情事適用準則

## ■ 總說明

消費者保護法（以下簡稱本法）於一百零四年六月十七日修正公布，依第十九條第一項及第二項規定：「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七日內，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。但通訊交易有合理例外情事者，不在此限。」

「前項但書合理例外情事，由行政院定之。」為研訂本法第十九條第二項授權法規命令，經參考歐盟指令「**2011/83/EU**」等外國立法例，並考量我國國情、實務易產生之爭議及各界意見，就部分性質特殊之商品或服務，規定作為不適用本法第十九條第一項本文規定之合理例外情事，以平衡企業經營者及消費者間之權益，爰訂定「通訊交易解除權合理例外情事適用準則」（以下簡稱本準則）。

# 通訊交易解除權合理例外情事適用準則

## ■ 要點如下：

- 一、本準則訂定依據（消保法第 19 條第 2 項）。（第一條）
- 二、易於腐敗商品、依消費者要求所為之客製化給付或一經提供即為完成之線上服務等商品或服務，有退還後不易再出售或性質上不易返還等特性，爰規定為本法第十九條第一項但書所稱合理例外情事。（第二條）
- 三、通訊交易，經中央主管機關依本法第十七條第一項公告其定型化契約應記載及不得記載事項者，其中有關解除契約之權利及義務規定已施行多年，可視為本法第十九條第一項但書之合理例外情事，爰規定適用該事項關於解除契約之規定。（第三條）
- 四、本準則施行日期（自 105 年 1 月 1 日施行）。（第四條）

# 通訊交易解除權合理例外情事適用準則

- 第二條本法第十九條第一項但書所稱合理例外情事，指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，將排除本法第十九條第一項解除權之適用：
  - 一、易於腐敗、保存期限較短或解約時即將逾期。
  - 二、依消費者要求所為之客製化給付。
  - 三、報紙、期刊或雜誌。
  - 四、經消費者拆封之影音商品或電腦軟體。
  - 五、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。
  - 六、已拆封之個人衛生用品。
  - 七、國際航空客運服務。

## 通訊交易解除權合理例外情事適用準則第 2 條說明

- 一、本法第十九條第一項本文規定通訊交易之消費者，得於收受商品或接受服務後七日內，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。本條規定特殊性質之商品或服務不適用本法第十九條第一項本文規定，**但不影響消費者依民法或其他法規規定可主張之權利**，例如依民法第三百五十四條以下規定向企業經營者主張物之瑕疵擔保責任等。
- 二、企業經營者依本法第十八條第一項第四款規定，就商品或服務排除本法第十九條第一項解除權之適用，有告知消費者之義務，爰於本條序文將告知義務列為合理例外情事之要件；**企業經營者未履行告知義務，消費者仍可主張適用本法第十九條第一項之解除權**。



## 通訊交易解除權合理例外情事適用準則第 2 條說明

- 三、第一款規定易於腐敗（例如：現做餐盒或蔬果等），保存期限較短或解約時即將逾期（例如：蛋糕或鮮奶等）之商品，因其本身容易快速變質腐壞，保存期限少於七日，或雖較七日稍長，惟解約時即將逾期，均不適宜退還後再出售。
- 四、第二款規定依消費者要求所為之客製化給付，例如依消費者提供相片印製之商品、依消費者指示刻製之印章或依消費者身材特別縫製之服裝等；消費者依現有顏色或規格中加以指定或選擇者，非屬本款所稱之客製化給付。
- 五、第三款規定報紙、期刊或雜誌。此類出版品因具有時效性，時間經過後不易出售。
- 六、第四款規定經消費者拆封之影音商品或電腦軟體。以有形媒介提供之影音商品或電腦軟體經拆封後，處於可複製之狀態，性質上不易返還。

## 通訊交易解除權合理例外情事適用準則第 2 條說明

- 七、第五款**非以有形媒介提供之數位內容（例如：電子書等）或一經提供即為完成之線上服務（例如：線上掃毒、轉帳或匯兌等）**，此種類型契約如係經消費者事先同意而開始提供，因其完成下載或服務經即時提供後即已履行完畢，**性質上不易返還**，故規定為合理例外情事。
- 八、**第六款規定已拆封之個人衛生用品**。因**衛生考量**而密封之商品（例如：內衣、內褲或刮鬍刀等），商品如拆封檢查試穿（用）後再次出售，有影響衛生之虞。
- 九、**第七款規定國際航空客運服務**。國際航空客運服務為全球化產業，涉及聯營、共同班號等國際同業間之合作關係；又國際航空客運服務之運價及使用限制依「民用航空法」第五十五條及「航空客貨運價管理辦法」相關規定，應報請主管機關備查，且應將機票使用限制充分告知旅客，爰將國際航空客運服務列為合理例外情事，其應適用主管機關備查等相關規定。



通訊交易解除權合理例外情事適用準則第 3 條說明

- 藝文展覽票券、藝文表演票券、線上遊戲、公路汽車客運業旅客運送、國內線航空乘客運送、國內（外）旅遊、觀光旅館業與旅館業及民宿個別旅客直接訂房等契約，**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及義務規定已施行多年，可視為本法第十九條第一項但書之合理例外情事，爰為本條規定。**

# 消費所衍生分期付款爭議

## ■ 消費者：

1. 業者僅告知月繳 3000 ~ 4000 元，但未告知總價及商品明細。
2. 不知分期付款就是貸款，主張業者詐欺
3. 告知是向銀行貸款，經查證卻是融資公司，主張業者詐欺。
4. 請求解除契約，返還已繳金額，並不再繳納後續分期金額
4. 請求終止契約，不再繳納後續分期金額

## ■ 業者：

1. 商品買賣與分期付款之貸款是兩個不同契約關係
2. 商品業已拆封使用，無法辦理退貨

臺灣高等法院暨所屬法院民國 96 年 11 月 28 日  
96 年法律座談會民事類提案 第 15 號

■ 討論意見：

- 甲說：丙向甲購買商品，藉由向乙貸款以支付價金，應屬買賣契約之對價關係，其目的在於交付標的物及清償價金，丙與乙間，則應屬消費借貸契約之資金關係，其目的在於給付貸款及返還貸款。而乙直接對甲支付買賣標的之價金，使對價關係及資金關係上之債務因而獲得清償，僅係因丙之同意及指示而為，乙並得一次直接撥入甲指定受款廠商指定之帳戶，至於如指示給付之原因關係（即對價關係及資金關係）具有瑕疵，基於債之相對性原則，仍應就個別給付關係分別對各基礎關係之當事人為主張，不得執對價關係所生之抗辯事由，對抗資金關係之當事人。是本件甲與丙間買賣契約成立後，甲有債務不履行之情事，丙所受損害，亦僅得向甲請賠償，尚不得持其與甲間買賣契約所生之抗辯事由，對抗非買賣契約當事人之乙求。（臺灣臺中地方法院 95 年度簡上字第 255 號、96 年度簡上字第 20 號民事判決、95 年度小上字第 92 號、96 年度小上字第 3 號、第 10 號、第 13 號、第 25 號民事判決；臺灣基隆地方法院 95 年度小上字第 15 號、臺灣桃園地方法院 95 年度小上字第 81 號民事判決；臺灣彰化地方法院 95 年度簡上字第 126 號、96 年度簡上字第 35 號、95 年度小上字第 31 號、第 32 號、第 43 號民事判決；臺灣南投地方法院 96 年度小上字第 1 號；臺灣嘉義地方法院 95 年度小上字第 23 號、第 27 號、第 29 號、第 33 號、第 35 號、第 36 號、第 39 號、第 40 號、96 年度小上字第 1 號、第 10 號、第 23 號；臺灣臺南地方法院 95 年度小上字第 11 號；臺灣花蓮地方法院 95 年度小上字第 11 號、第 12 號、第 13 號、96 年度小上字第 2 號判決參照

臺灣高等法院暨所屬法院民國 96 年 11 月 28 日  
96 年法律座談會民事類提案 第 15 號

## ■ 討論意見：

- 乙說：臺灣板橋地方法院 95 年度小上字第 55 號判決：「於分期付款買賣，如企業經營者為提升無力購買之消費者之慾望，並強化其對價金債權之受償，而與金融機構合作，企業經營者以金融機構之貸款條件、貸款金額為其廣告之內容，並經由企業經營者於消費者購買商品時為推銷、介紹，並提供金融機構之貸款申請資料，致消費者於購買商品時同意向金融機構辦理分期付款貸款以支付價金，該企業經營者與金融機構就該交易於經濟上實存在一緊密關係，結合成一體進行營業活動，共同獲取利益。德國、日本及美國法院鑒於將經濟上處於一體關係之交易，以契約書分離為買賣契約與消費借貸契約，並由貸與人自身主張因此而生對貸與人有利之效果，乃有違誠信原則。蓋允許將被分離之買方的立場置於較未被分離之狀態更為不利之立場，應為法所不允許，且消費者之價金業已支付但未能獲得服務，應認該二契約互有履行及效力上之牽連關係，消費者得以對抗企業經營者之事由對抗金融機構，始符誠信原則。嗣日本更於其『割賦販賣法』第 304 條之 4 明文規定『購買人依第 2 條第 3 項第 1 款或第 2 款所定分期付款購入斡旋購買方法購入指定商品，且受・・付款請求時，得以就該指定商品之販賣，對依分期付款購入斡旋買賣該商品之販賣業者所生事由，對抗請求付款之分期付款購入斡旋業者。』德國亦於其 1991 年 1 月 1 日生效之消費者信用（或譯為融資）法（*Das Verbraucherkreditgesetz*）將上開原本以德國民法第 242 條所定之誠信原則為適用依據之抗辯延伸，明文規定於第 9 條第 3 項：『消費者依基於結合之買賣契約所生之抗辯，就得對賣方拒絕自己之支付的權限內，得拒絕清償信用供與額。』（參見楊淑文撰，消費者保護法關於定型化規定在實務上之適用與評析，收錄於氏著新型契約與消費者保護法，1999 年 5 月版，p.172-173；陳洸岳撰，信用卡交易中之抗辯的接續，國科會 88 學年度專題研究報告。），使消費者基於原因關係（如購買契約）所得主張之抗辯，對於具經濟上同一性之消費借貸契約之貸與人，亦得行使及主張。」本例甲公司與乙銀行既訂簽有合作協議書，約定消費者丙向甲購買學習課程、產品等相關專案時，得以零利率之分期條件，向乙申請融資貸款，但甲須給付乙貸款一定比例之金額作為帳戶管理費，甲與乙間存在一緊密關係，於經濟上結合成一體進行營業活動，透過彼此之合作依存關係而共同獲取利益，於經濟上有其一體性，且為消費者之丙價金業已支付但未能獲得服務之立場，應參考上述日本與德國之立法例作為法理，依債權關係之誠信原則，創設消費者之抗辯權，使二契約互有履行及效力上之牽連關係，丙應得以對抗甲之事由對抗乙。



# 臺灣高等法院暨所屬法院民國 96 年 11 月 28 日 96 年法律座談會民事類提案 第 15 號

- 初步研討結果：多數採乙說。
- 審查意見：採甲說。
- 研討結果：照審查意見通過。
- 參考資料：
  - 資料 1 臺灣臺中地方法院 95 年度簡上字第 255 號判決要旨：消費者與○○電信公司簽訂直銷商協議書後，消費者與○○電信公司間因契約所生之權利義務，應不因付款方式不同而有所差異，否則即有對消費者為差別待遇之不公平現象。茲消費者如選用信用卡、ATM、匯款、現金等「一次付清」方式繳款，其於○○電信公司倒閉而無法繼續提供服務時，僅能依與○○電信公司間之契約關係，向○○電信公司主張同時履行抗辯或請求損害賠償，此應無疑義。而消費者如選用銀行分期付款方式繳款，因銀行僅屬資金提供者之角色，銀行將款項撥付予○○電信公司時，視同消費者已經對○○電信公司付清款項，則消費者於○○電信公司倒閉而無法繼續提供服務時，自亦僅能依與○○電信公司間之契約關係，向○○電信公司主張同時履行抗辯或請求損害賠償。
  - 資料 2 臺灣臺中地方法院 96 年度簡上字第 20 號判決要旨：本件被上訴人與訴外人○○公司間應屬買賣契約之對價關係，而上訴人與被上訴人間則應屬消費借貸契約之資金關係，業如前述，則基於債權相對性之原則，被上訴人與○○公司及被上訴人與上訴人間原係分別成立兩個不同之法律關係，上訴人於提供資金供被上訴人償付其向○○公司購買產品之價金時，即對被上訴人取得消費借貸之債權，亦即上訴人對被上訴人所存在之債權，係源於其貸款與被上訴人款項之原因關係而成立，並非係因受讓自訴外人○○公司對被上訴人之價金請求債權，此從前開小額信用貸款申請書之當事人僅上訴人及被上訴人亦足徵之。
- 提案機關：臺灣板橋地方法院（臺灣高等法院暨所屬法院 96 年法律座談會民事類提案第 15 號）參考法條：民法第 148 條（96.05.23）消費者保護法第 12 條（94.02.05）

# 購買美容產品類消費爭議

- 訪問買賣？可依消費者保護法第 19 條之規定，無條件 7 日解約？
- 以免費或特價體驗之名，進行推銷美容產品（贈送課程）
- 以確定產品之名，進行產品拆封、簽名
- 於消費者體驗時進行簽約，消費者常於空白契約簽名，未詳見內容
- 大多消費者不知自己實際購買產品品項及金額
- 業者未提供購買契約副本給消費者
- 業者未開發票給消費者或遊說消費者可代為將發票捐給公益團體
- 業者未明確告知消費者，係向融資公司辦理分期貸款給付，僅告知向銀行或讓消費者誤為向業者分期付款

# 購買美容產品類消費爭議

- ▶ 消費者簽約後對業者之美容產品產生疑義（是否經衛生署核准之化妝品）或網路上查詢到業者有許多消費爭議評論
- ▶ 對簽約後服務之美容師的服務品質及態度不滿意
- ▶ 消費者事後向業者要求解約，業者會藉詞拖延（安撫再使用看看、有決定權之人（店長）不在店裡等）後再以消費者正式提出解約已超過7天，不得解約；或約談消費者至店家後，另以降低消費者負擔之方式，另訂和解書並要求消費者承諾，不得再要求解約或退費；主張若欲解約，扣除高額違約金及融資公司手續費後，所剩無幾，欲讓消費者知難而退。

# 案例省思



- 男性勿陷美人計
- 問清楚，再消費（如：對產品（直銷）有疑義）
- 勿單獨前往
- 勇於拒絕
- 錄音存證
- 勿隨意簽名於業者所提供之制式空白定型化契約
- 量力而消費



# 線上遊戲消費爭議

- 小明在熊樂遊戲有限公司（下稱熊樂公司）旗下FB遊戲俠物語玩家，陸續以轉帳方式儲值購買遊戲幣，及透過遊戲內活動免費獲取遊戲幣，詎料，嗣後該遊戲因系統障礙無法排除，熊樂公司為此宣布於2016年6月2日將該遊戲下線關閉，然未提供退費申請管道，惟小明尚有關未使用之遊戲幣，小明應如何主張其消費權益？

# 網路連線遊戲服務定型化契約應記載及不得記載事項

- 經濟部 96 年 12 月 13 日經工字第 09604605910 號公告訂定；並自即日生效
- 經濟部 99 年 12 月 1 日經工字第 09904608030 號公告修正；並自即日生效
- 經濟部 107 年 10 月 8 日經工字第 10704605180 號公告修正；並自 108 年 1 月 8 日生效（**原名稱：線上遊戲定型化契約應記載及不得記載事項**）
- **經濟部 111 年 8 月 10 日經工字第 11102026090 號公告修正；並自 112 年 1 月 1 日生效**
- **本事項適用於**遊戲營運業者提供消費者透過電腦、智慧型裝置或其他電子化載具，連結網際網路至業者指定之伺服器所進行連線遊戲服務（以下簡稱本遊戲服務）締結之定型化契約。**但不包括**電子遊戲場業管理條例所稱電子遊戲機、單純區域連線或其他無需透過網路連結遊戲伺服器之遊戲服務。

# 肆、結語



簡報結束

簡報結束

敬請指教



# 黃淑真律師

# 簡歷

- 國立臺灣大學法學士
- 85 年律師高考及格
- 中彰投苗消費者保護聯合律師團彰化縣代表
- 彰化縣政府、臺中市政府及南投縣政府消費爭議調解委員
- 臺中市政府勞資爭議獨任調解人暨調解委員
- 彰化縣政府、臺中市政府及南投縣政府法律扶助顧問
- ----- 聯 -- 絡 -- 方 -- 式 -----

## ■ 黃淑真律師事務所

- 聯絡地址：台中市西區建國路 21 號 5 樓之 2
- 電話 (0)：04-22291345
- 傳 真：04-22292838
- 行動電話：0937140636
- 電子信箱：a0937140636 @ gmail.com