

# 行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

## 我國消費者保護法郵購買賣規定之不足與再檢討—由德國 法之新發展觀察 研究成果報告(精簡版)

計畫類別：個別型  
計畫編號：NSC 95-2414-H-004-002-  
執行期間：95年08月01日至96年07月31日  
執行單位：國立政治大學法律學系

計畫主持人：吳瑾瑜

計畫參與人員：此計畫無參與人員：無

處理方式：本計畫可公開查詢

中華民國 96年10月12日

# 行政院國家科學委員會專題研究計畫 成果報告

## 我國消費者保護法郵購買賣規定之不足與再檢討 —由德國法之新發展觀察

計畫類別:個別型計畫

計畫編號:NSC 95-2414-H-004-002

執行期間:95年08月01日至96年07月31日

計畫主持人:吳瑾瑜

成果報告類型(依經費核定清單規定繳交):精簡報告

處理方式:本計劃可立即公開查詢

執行單位:國立政治大學

中華民國 96 年 10 月 12 日

## 一、中文摘要

我國現行郵購買賣規定有諸多不足之處，簡略言之，有三大問題亟待解決。第一，適用範圍泛無邊際。其中物(交易客體)的適用範圍，使某些交易容易對企業經營者(如可複製的影音產品)或消費者(繼續型服務提供)造成不公平；而人的適用範圍，以企業經營者的概念為例，現行規範提供的判斷標準，過於一般、不夠明確，頻生適用疑義。第二，違反告知義務的法律效果付之闕如。第三則為郵購買賣被解除後，相關聯(或稱聯立)貸款契約之存續問題。

參酌德國經驗，本研究報告建議我國消費者保護法未來應朝以下方向修正：

縮減郵購買賣的客體適用範圍，排除無法返還、回復原狀或返還對企業經營者已無經濟上利益的交易客體。例如：易於腐敗的農漁生鮮、花卉、熟食；數位化商品。另外在人的適用範圍方面，無論是消費者或企業經營者的概念，有重新討論研議的必要。

在違反契約解除權告知義務的法律效果部分，可設計延長消費者的猶豫期間或將猶豫期間的起算點延後至消費者受告知後始行起算。惟對「郵購型服務提供」而言，目前經驗顯示，無條件契約解除權與猶豫期間的設計，並非解決糾紛的良方。能否發展其他更有效的權利救濟機制？若無，則應否考慮檢討第十九條之一存在的必要性，亦即將服務排除在郵購買賣的適用範圍外？

郵購買賣與相關聯貸款契約之關係，應以立法手段解決，而非交由法院依民法的傳統見解，在單一個案逐一處理。基於立法體例、適用範圍、法律效果等理由，在消費者保護法增設郵購買賣被解除後相關聯貸款契約隨同消滅及抗辯延伸對抗貸款銀行之規定，較為妥適。

關鍵詞：消費者保護法、郵購買賣、郵購交易、遠距契約、遠距交易

## 二、報告內容

### 1. 前言

我國消費者保護法於民國八十三年一月公布施行，其中有關郵購買賣之規範非常簡略而有許多疏漏。該法嗣後於民國九十二年一月被修正，在郵購買賣的部分，增列了第十九條之一，讓以郵購買賣方式所為的服務交易，亦成為規範客體。此一修正，似乎必要與正確，然欲解決實務上所衍生的所有法律問題，難謂足夠。畢竟第十九條之一的增訂，僅是填補立法當時的其一漏洞，諸多不足於九十二年之修正案仍未獲關注及解決。而隨著以郵購方式締結的交易愈趨頻繁廣泛，相關規定之適用益顯捉襟見肘，或其適用結果對企業經營者或消費者顯失公平，而有再檢討的必要。

德國在西元 2002 年民法修正時，首度將遠距契約( Fernabsatzverträge )納入規範(第 312b 條以下)，西元 2004 年又將以遠距方式締結的金融服務契約( Fernabsatzverträge über Finanzdienstleistung )列入規範客體，並同時修正有關企業經營者資訊提供義務的施行細則( BGB- Informativspflichten-Verordnung )。鑑於德國法的內容往往是歐盟各項指令的具體體現，及該國向來對我國法制的深遠影響，本計畫將參考德國法的經驗並進而嘗試提出未來修法的建議。

## 2. 我國現行郵購買賣規定之不足處

首先，適用範圍是否過於廣泛，而有設除外規定之必要？依據現行消費者保護法之規定，舉凡消費者未有事前檢視機會所為的「商品」買賣，無論是蔬果、鮮花等易腐壞、或可無限複製的電腦軟體及影音產品，皆為郵購買賣。消費者享有無條件解除權，退回收受的商品。惟此是否會產生道德風險，對企業經營者有失公平？

次者，又頗受年輕族群青睞的線上競標，所謂的賣家是否為企業經營者，致買家受郵購買賣規範之保護？所謂企業經營者，我國消費者保護法第二條第二款定義為以設計、生產、製造、輸入、經銷商品或提供服務為「營業者」。而施行細則第二條又謂，營業不以營利為目的者為限。易言之，決定企業經營者身份的標準是「營業」。然而何謂營業，施行細則僅言「不以營利為目的者為限」，根本不足以勾繪「營業」的具體內容、企業經營者的特質，迭生疑義。

第三，不論金融、保險產品的屬性是商品或服務，其目前透過電視購物、電話遠距方式交易的情況，非常頻繁普遍。然而金融商品具相當風險性，可能對消費者的財產造成損害；又保險商品無論是保單內容或的承保範圍，事涉重要權益，消費者是否可透過電視、電話、網際網路等類似之遠距方法認識並瞭解其全貌，進而評估其對個人之適宜性，殊值懷疑。因此，在金融、保險產品或提供服務之交易，消費者與企業經營者間的資訊不對稱問題遠甚於一般商品交易更形嚴重。而消費者保護法第十八條規定郵購企業經營者應告知的內容，平實的說過於貧乏簡陋，根本不能平衡消費者與企業經營者間的資訊落差，遑論提供消費者保護。是以，企業經營者若以郵購方式販售金融、保險產品或提供服務，其所負告知義務的「內容」應再確認及調整。

至於有關於提供服務之交易，除一次型的服務提供外(如電子書)，另有繼續型的類型，如線上教學。觀察現今諸多繼續型服務提供的糾紛，若以線上教學為例，無論教學內容不符課程設計或消費者所需、抑或企業經營者經營不善致網站關閉等問題，均係發生在消費者付清所有價金且七日猶豫期間經過之後。於此，消費者無法仰賴郵購買賣規定的救濟。甚者，消費者為支付價金，因而締結消費借貸

契約，但基於債權的相對性，無法以企業經營者債務不履行為理由，拒絕返還借貸款項。易言之，企業經營者即便中斷提供服務或提出之給付不符債務本旨，消費者都必須繼續按期返還借款。形成消費者受損，沉淪一氣的企業經營者與銀行雙贏的局面。

其五，企業經營者違反告知義務，尤其是未告知消費者有解除權時，應當如何處理？觀諸目前國內的電視購物頻道，無論是販售旅遊、保險產品或銀行透過電話專員行銷保險、金融產品，均有未告知消費者有解除權之違法情形。為糾正如此嚴重的脫序銷售行為，是否可參酌德國立法例，延長消費者的猶豫期間或將猶豫期間的起算點延後至消費者受告知後始行起算？

其六，有不肖業者假借分期付款購物之名，致消費者在不知情的情況下簽訂貸款契約。若消費者於七日猶豫期間內解除郵購買賣契約，貸款契約的權利義務是否會受影響？

綜合上述可知，我國現行郵購買賣規定之不足處，其實可簡約為三大面向。第一，適用範圍泛無邊際。其中物(交易客體)的適用範圍，使某些交易容易對企業經營者(如可複製的影音產品)或消費者(繼續型服務提供)造成不公平；而人的適用範圍，以企業經營者的概念而言，現行規範提供的判斷標準，過於一般、不夠明確，致頻生適用疑義。第二，違反告知義務的法律效果付之闕如。第三則為郵購買賣被解除後，相關聯貸款契約之存續問題。

### 3. 他山之石—德國法的規範

在適用範圍部分，德國法設有除外規定。依據德國民法第 312b 條第三項，遠距(線上)教學、分時度假權交易、金融商品或服務<sup>1</sup>、土地交易或設定、消滅物權的法律行為、食品飲料或其他生活必須用品之宅配等。

線上競標的交易，是否受第 312b 條以下的規範，厥為重要的問題。因為若為遠距契約，則一方當事人負告知義務，另一方則有契約解除權。其中決定的關鍵為賣家符合德國民法第 14 條所定義的企業經營者，致買家得受遠距契約規範之保護。依據德國民法第 14 條規定，企業經營者須有「經常、計畫性」的提供商品或服務行為，且不以營利為目的者為限。而賣家在拍賣網站曾經拍賣商品數目的多寡，並不足以作為認定企業經營者的明證。是以即便賣家曾在網站進行四十一件商品的拍賣，Hof 高等法院認為以該事實仍不足確定賣家已具企業經營者的身份。此外，個案中交易的目的與內容，亦可作為區分營業行為與消費行為的標準。而是否已成立營業行為，應由主張有遠距契約解除權者負舉證責任。

---

<sup>1</sup> 包括投資服務、保險、再保險、銀行服務，以及期貨或選擇權的操作等等。歐盟遠端金融服務指令。

關於違反告知義務，尤其是未告知消費者有解除權時，則解除權的兩星期除斥期間自企業經營者確實履行告知義務以後始行起算(第 312d 條第二項)，惟若涉及須以書面方式締結的契約，除斥期間則從消費者取得該書面契約後始行起算(第 355 條第二項)。消費者的契約解除權於契約締結後六個月間不行使消滅；或自消費者受領商品交付時起經過六個月而消滅(第 355 條第三項)。

至於消費者為支付郵購買賣之價金併行簽訂貸款契約的情形，若郵購買賣後遭解除，對貸款契約的效力是否會發生任何影響，亦即貸款契約是否隨同消滅？就此相關聯契約(或稱聯立契約)的問題，實務上爭議如縷不絕。惟我國目前法律規定付之闕如，不僅使郵購買賣無條件解除權的規定功能不彰，保護消費者的目的亦告落空。而德國民法認為相關聯契約具有經濟上同一性、有相當程度的依存關係。因而在第 358 條規定，郵購買賣被解除後，相關聯的貸款契約應隨同歸於無效。又另於第 359 條，打破債權相對性原則，設計抗辯延伸規定，把貸款銀行的借款返還請求權維繫於郵購買賣業者是否能夠對消費者依債務本旨提出給付。易言之，使貸款銀行的借款返還請求權與郵購買賣業者對消費者的給付產生聯結，藉以牽制郵購買賣業者暨貸款銀行，阻止郵購買賣業者與貸款銀行在任何情況都能獲取對待給付，使消費者獨嚐陪了夫人又折兵的雙輸苦果。

#### 4. 結論

參酌德國法的規定，我國未來消費者保護法修正時，應朝以下方向進行：

第一，為避免消費者濫用權利的道德風險產生，應縮減郵購買賣的客體適用範圍，排除無法返還、回復原狀或返還對企業經營者已無經濟上利益的交易客體。例如：易於腐敗的農漁生鮮、花卉、熟食；數位化商品。另外在人的適用範圍方面，無論是消費者或企業經營者的概念，第二條規定的定義顯過於簡略，不足處理多樣的消費關係，有重新討論研議的必要。

第二，關於消費者的無條件契約解除權，我國現行消費者保護法雖命企業經營者有告知義務。但違反告知義務時的法律效果付之闕如，致使契約解除權的功能盡失。是以有必要參考德國經驗，延長消費者的猶豫期間或將猶豫期間的起算點延後至消費者受告知後始行起算。惟亦應加以探究的是，無條件契約解除權與猶豫期間的設計，是否為解決「郵購型服務提供」糾紛的良方？無論是國外渡假村會員卡交易或線上教學的爭議再再顯示，解除權與猶豫期間對消費者能提供的救濟與保護非常有限。是否可以發展其他更有效的保障機制？若無，則應否考慮檢討第十九條之一存在的必要性，亦即將服務排除在郵購買賣的適用範圍外？

第三，鑑於消費者締結郵購買賣併行簽訂貸款契約的情況時有所見，而消費者與

貸款銀行爭執返還借款之事例未曾停歇，相關聯契約的問題已經到了應該被處理的臨界點。於此應以立法手段解決，而非交由法院在單一個案逐一處理。惟新設相關規範究應置於民法或消費者保護法，各方意見不一。考量我國消費者保護法的特別立法形式，有別於德國現行回歸民法的單一立法例；再者，德國民法相關聯契約的規定，係以消費者為保護對象。其三，為處理相關聯契約，必須顛覆民法債權相對性的基本原則，否則不能盡竟其功。所以，基於立法體例、適用範圍、法律效果等理由，在消費者保護法增設相關規範，較為妥適。

### 三、參考文獻

#### (一)德文書籍

1. **Bamberger Heinz Georg/ Roth Herbert**, Kommentar zum Buergerlichen Gesetzbuch, Band1, §§1-610, Muenchen, 2003.
2. **Jauernig Othmar**, Kommentar zum BGB, 11Aufl., Muenchen, 2004.
3. **Muenchener Kommentar zum Buergerlichen Gesetzbuch**, Band 2, §§241-432, 4 Aufl., Muenchen, 2001.
4. **Palandt Otto**, Kommentar zum Buergerlichen Gesetzbuch, 64 Aufl., Muenchen, 2005.
5. **Uwe Schlömer/Jürg Dittrich**, eBay & Recht—Ratgeber für Käufer und Verkäufer, Berlin, Heidelberg, 2004.

#### (二)德文期刊

1. **Arzt**, Fernabsatzverträge und Strukturen eines Verbraucherprivatrechts im BGB, in: NJW2000, 2049.
2. **Bürger**, Das Fernabsatzrecht und seine Anwendbarkeit auf Rechtsanwälte, in: NJW2002, 465.
3. **Bürger**, Das Fernabsatzrecht, , in: NJW2002, 2769.
4. **Felke /Jordans**, Umsetzung der Fernabsatz-Richtlinie für Finanzdienstleistungen, in: NJW 2005, 710.
5. **Grigoleit**, Besondere Vertriebsformen im BGB, in: NJW2002, 1151.
6. **Hoeren /Müller**, Widerrufsrecht bei eBay-Versteigerungen, in: NJW 2005, 948.
7. **Köhler**, Die Rechte des Verbrauchers beim Teleshopping (TV-Shopping, Internet-Shopping), in: NJW, 1998, 185.
8. **Martinek**, Verbraucherschutz im Fernabsatz—Lesehilfe mit Merkpunkten zur neuen EU- Richtlinie, in : NJW 1998, 207.
9. **Nemetz**, Grundzüge des Vertriebsrechts im Internet, in: NJW2003, 1718.

10. **Schäfer**, Rechtsfragen des Wertpapierhandels im Internet, in: NJW2002,1857.

11. **Wenzel**, Vertragsabschluss bei Internetauktion, in: NJW2002,1550.

#### 四、計畫成果自評

本研究計畫逐一檢視我國現行郵購買賣相關規範，臚列其在實務應用上之缺失，參考德國法的經驗並進而提出未來修法的建議。不僅推動相關法律的繼續發展，對消弭消費糾紛容或有一定助益。