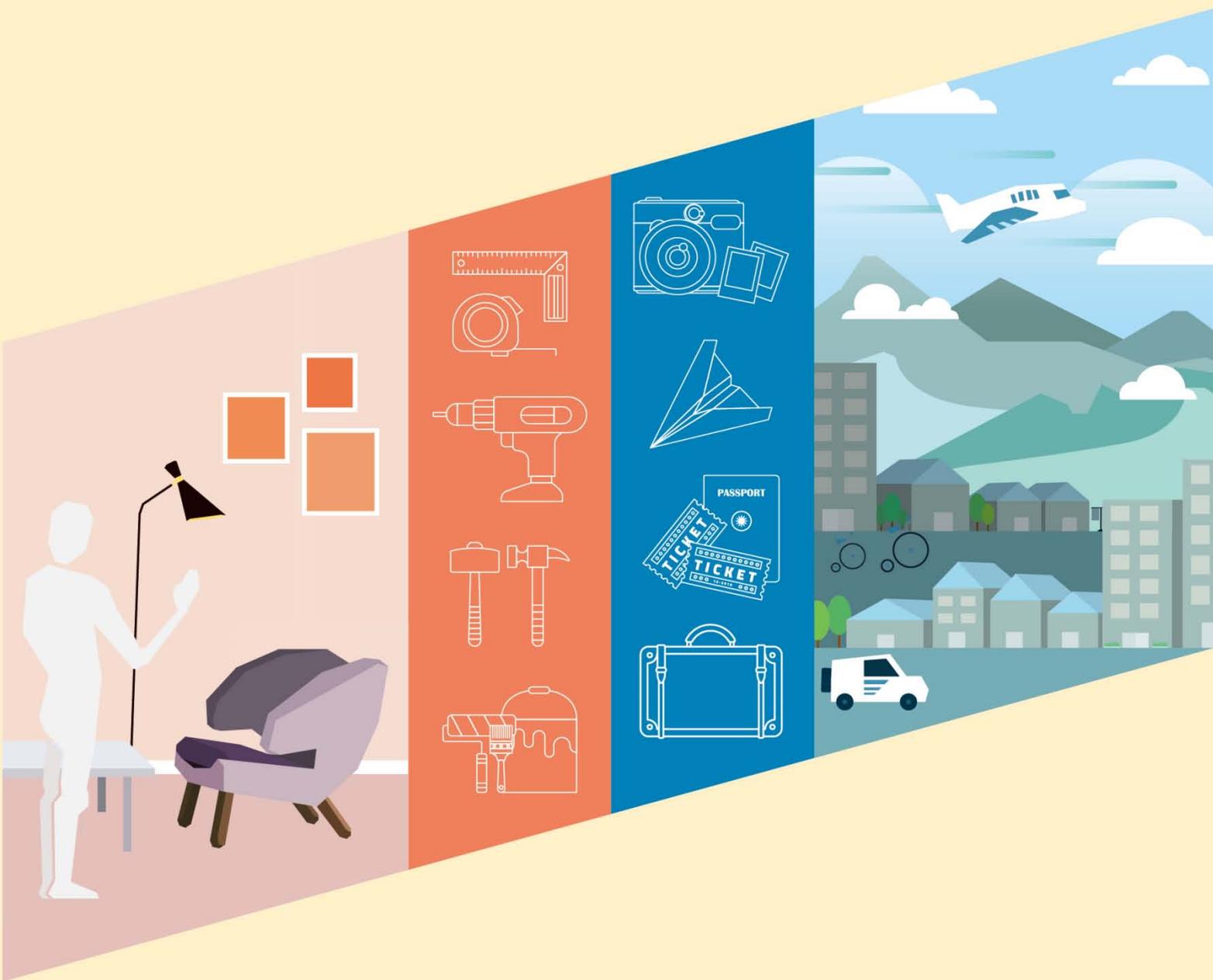


# 105年度中小企業落實消費者保護 指引手冊



房屋類-裝潢修繕 / 旅遊及住宿類



# 【手冊目錄】

【序】	IV
【導讀】	VI
【房屋類 - 裝潢修繕概述與規範】	IX
【旅遊及住宿類概述與規範】	XXI
【第一篇】房屋類-裝潢修繕	1
【案 例 一】業者通知消費者需追加費用，消費者不同意追加費用，反而要求解約退還定金，業者應如何處理？	2
【案 例 二】消費者如遇工程瑕疵問題，業者應如何處理以降低消費糾紛？	5
【案 例 三】消費者因不滿意施工品質，反應未獲置理，故延拖尾款，業者保衛之道	11
【案 例 四】遇到消費者於裝修過程中不斷變更設計，業者追價過程中所產生爭議解決辦法？	17
【案 例 五】業者因不可抗力因素而延期完工，消費者請求賠償有無理由？	23
【案 例 六】業者若遇到消費者針對裝潢成果有疑慮，要求退費時，業者應如何處理？	25
【案 例 七】業者遇到消費者對於施工成果爭執與契約預期之品質不同時，業者應如何因應？	29
【案 例 八】消費者不滿意裝修成果，而向消保官申訴，業者處理之道？	33

<b>【第二篇】旅遊及住宿類</b>	<b>39</b>
【案 例 九】旅行社在收取護照及收取台胞證但未收定金時，旅行社可否因人數不足為由取消既定行程？	40
【案 例 十】旅行社於行程中需更動旅遊行程，為避免產生消費糾紛，業者應該如何處理？	46
【案 例 十 一】消費者參團回國後，投訴領隊服務不佳，旅行社應該如何處理？	50
【案 例 十 二】消費者於線上旅遊展中訂購旅遊套票後要求退費，業者應該如何保護經營權利？	55
【案 例 十 三】業者與消費者因退還定金比例，而產生消費爭議時，業者應該如何保護營運方式？	61
【案 例 十 四】業者因提供服務不符合消費者預期，而遭投訴時，業者應該如何處理？	69
【案 例 十 五】業者所提供住宿環境，因消費者個人因素危及生命安全，而遭致消費者投訴理賠，業者應該如何處理？	75
【案 例 十 六】業者販售住宿禮券，遇到消費者超過使用期限欲要求退費或其他要求，應該如何處理？	81
【附錄一】消費者保護法	88
【附錄二】消費者保護法施行細則	103
【附錄三】通訊交易解除權合理例外情事適用準則	107
【附錄四】消費者保護行政機關體系表	108
【附錄五】消費爭議處理程序表	109
【附錄六】消費者保護機構聯絡資訊	110
【附錄七】中小企業落實消費者保護指引手冊索引	111
【附錄八】中小企業落實消費者保護指引手冊各年度之案例標題	112

## 【序】

近年在全球經濟環境持續進步下，人民生活水準日益提高，加上社會生活型態丕變，企業經營者除面對環境強烈競爭、追求公司利潤極大化外，更應瞭解注重消費者權益與企業利益相輔相成之關係，並能落實重視消費者健康與安全、維護交易之公平、提供消費者充分與正確之資訊等消費者保護工作，以確保商品與服務安全，促進消費者與企業經營者之良性發展。

本處為推廣企業實踐消費者保護觀念，自民國 84 年開始宣導企業經營者應重視消費者保護法之重要性，並每年邀集業界實務經驗豐富之法律專家，針對不同產業編撰「中小企業落實消費者保護指引手冊」。今年，有鑑於房屋裝潢修繕與旅遊及住宿的消費問題層出不窮，即須強化中小企業對於此相關產業的消費者保護法的觀念認知與落實，藉以提升業者遭遇消費爭議時之妥適處理能力。因此，以「房屋類 - 裝潢修繕」與「旅遊及住宿類」為撰寫主軸，透過具體生動的案例情境模擬解析，協助企業經營者建立正確的消費者保護觀念，力求兼顧企業利益與消費者權益平衡，提供企業處理消費爭議之參考，增進商品或服務的品質，營造企業與消費者雙贏環境，促進中小企業永續經營發展。

本手冊之出版承蒙姜志俊律師、陳智義律師、游開雄律師、鄭文婷律師、蘇錦霞律師、苗怡凡律師等專業團隊鼎力協助，以及行政院消費者保護處賴參議淑銘、經濟部商業司陳科長威達及蕭科長旭東、臺灣科技大學智慧財產學院林院長瑞珠、臺北教育

大學文教法律研究所郭教授麗珍、社團法人台灣住宅品質消費者保護協會吳理事長翊毅、台北市旅行商業同業公會陳主任委員豐華等編審委員貢獻專長與心力，復經社團法人中華民國全國青年創業總會及社團法人中華民國管理科學學會之悉心校閱修正，始克初成。惟本冊編輯疏漏之處在所難免，仍期待各界不吝惠賜寶貴意見，以供改進參考。

經濟部中小企業處處長

 謹識

105 年 10 月

## 【導讀】

消費者保護法於民國 83 年 1 月 11 日公布實施以來，迄今已滿 22 週年。在此期間，歷經社會及經濟變遷，政府組織再造，消費爭議仍然時有所聞，未曾間斷。因此，如何喚醒企業良心與社會責任，加強預防消費糾紛的發生，並快速、有效解決層出不窮的消費事件，使消費者能夠安心消費、避免危害，乃成為社會各界普遍關心的共同課題。

經濟部中小企業處為協助中小企業因應消費者保護法的實施，自民國 86 年起委託中華民國管理科學學會編印「中小企業落實消費者保護法指引」手冊，且自 99 年度起，手冊以針對特定產業為主，就該產業之中小企業所易發生的消費爭議問題，聘請專業律師針對個案的處理，提出解說與建議，使中小企業瞭解消費者保護法的全盤規定，採取妥適的因應措施，以提升商品或服務的品質，重視消費者的健康與安全，從而加強中小企業產銷體質，促進產業全面升級，增進經濟發展繁榮，造就安和樂利的美好社會。

本年度特別以房屋類-裝潢修繕與旅遊及住宿類為探討主題，除由本人及陳智義律師分別撰寫該二產業概述與規範外，另就房屋裝潢修繕業與旅遊及住宿業常見之消保糾紛問題，邀請鄭文婷律師、游開雄律師，分別撰寫「業者通知消費者需追加費用，消費者不同意追加費用，反而要求解約退還定金，業者應如何處理?」、「消費者如遇工程瑕疵問題，業者應如何處理以降

低消費糾紛?」、「消費者因不滿意施工品質，反應未獲置理，故延拖尾款，業者保衛之道」、「遇到消費者於裝修過程中不斷變更設計，業者追價過程中所產生爭議解決辦法?」、「業者因不可抗力因素而延期完工，消費者請求賠償有無理由?」、「業者若遇到消費者針對裝潢成果有疑慮，要求退費時，業者應如何處理?」、「業者遇到消費者對於施工成果爭執與契約預期之品質不同時，業者應如何因應?」、「消費者不滿意裝修成果，而向消保官申訴，業者處理之道?」；並請蘇錦霞律師、苗怡凡律師就旅遊及住宿業分別撰寫「旅行社在收取護照及收取台胞證但未收定金時，旅行社可否因人數不足為由取消既定行程?」、「旅行社於行程中需更動旅遊行程，為避免產生消費糾紛，業者應該如何處理?」、「消費者參團回國後，投訴領隊服務不佳，旅行社應該如何處理?」、「消費者於線上旅遊展中訂購旅遊套票後要求退費，業者應該如何保護經營權利?」、「業者與消費者因退還定金比例，而產生消費爭議時，業者應該如何保護營運方式?」、「業者因提供服務不符合消費者預期，而遭投訴時，業者應該如何處理?」、「業者所提供住宿環境，因消費者個人因素危及生命安全，而遭致消費者投訴理賠，業者應該如何處理?」、「業者販售住宿禮券，遇到消費者超過使用期限欲要求退費或其他要求，業者應該如何處理?」等 16 則案例，分別蒐集資料、整理案例，並以中小企業角度出發，剖析案例事實、處理經過與建議事項，並附上參考法令，期望中小企業藉由淺明的文字，迅速掌握不同類型消費爭議的發生與經過，並加強消費爭議

的處理能力，進而了解相關法令，以收預防或盡速解決消費爭議之效。

手冊編撰期間，召開二次編輯會議，分別邀請產、官、學界委員，對於四位執筆律師撰寫的 16 篇案例詳加審查，並提供標點符號、文字與案例內容等修正意見。值得說明的是，為本手冊案例內容完善，本年度特別邀請社團法人台灣住宅品質消費者保護協會吳翊毅理事長及台北市旅行商業同業公會陳豐華主任委員列席提供意見，並於第二次編審會前召開會前會，就相關事項整合意見。對於執筆的四位律師費心蒐集資料、熱心撰寫個案；對於參與審查的產、官、學者專家熱心出席，認真斧正，以及工作同仁的辛勞與付出，謹代表中小企業界表達最高的敬意與謝意。

最後，本輯附錄消費者保護法、消費者保護法施行細則、相關法規摘錄、消費者保護行政機關體系表、消費爭議處理程序表及消費者保護機構連絡資訊，以及中小企業落實消費者保護指引手冊索引 / 各年度案例標題（行業別），俾供讀者隨時參考，儘速找到所需資訊，以利中小企業消保工作的順利推動與執行。

翰笙法律事務所主持律師

 謹識

中華民國 105 年 10 月

# 【房屋類 - 裝潢修繕概述與規範】

翰笙法律事務所/姜志俊 律師

## 壹、室內裝修業概述

- 一、為規範建築物室內裝修事項，內政部於民國 85 年 5 月 29 日發布「建築物室內裝修管理辦法」，共 42 條，並於 88 年 6 月 29 日、89 年 9 月 1 日、92 年 6 月 24 日、99 年 12 月 23 日、102 年 3 月 1 日多次修正，其中對室內裝修之範圍、室內裝修從業者及其業務範圍、審查機構、審查人員、專業技術人員（包括設計、施工二者）、室內裝修業登記證、專業技術人員登記證等相關人員之資格、證照，及室內裝修之申請、設計、施工、竣工之審查、查驗等事項，均有明確規定，以保障建築物之合法與安全。
- 二、所謂室內裝修從業者，包括建築師、營造業及室內裝修業，從而，各縣市多成立建築師公會、營造業公會及室內裝修商業同業公會，以謀劃室內設計業務與裝修工程之改進，舉辦技能訓練及業務講習，處理同業間的爭議糾紛等事項。此外，為讓消費者能找到正派經營的室內裝修業者，得到優良建材商品及服務品質，熱心人士吳翊毅等人於 100 年 1 月 8 日成立台灣住宅品質消費者保護協會（簡稱住宅消保會），以維護消費者室內設計裝修、建材、家具等相關品質及保障交易安全，輔導正派經營業者為宗旨，從事室內裝修糾紛之申訴、調處，以導正市場亂象及預防裝修詐騙，共創優質的台灣「安心裝修」、「安心住宅」的良好環境。

## 貳、室內裝修相關規範

內政部於民國 101 年 6 月 25 日公布「建築物室內裝修—設計委託契約書範本」、「建築物室內裝修—工程承攬契約書範本」、「建築物室內裝修—設計委託及工程承攬契約書範本」，作為室內裝修業者與消費者簽約的參考範本，並於 103 年 12 月 9 日修正公布。茲以「建築物室內裝修—設計委託及工程承攬契約書範本」為例，摘要其內容如下：

- 一、室內設計業者必須在契約內記載登記證書字號或專業證照字號，並將設計及工程案名稱、設計及工程案地點、設計面積及工程範圍、設計面積、工程範圍及消費者認可之設計施工圖說文件（含施工圖、估價單及施工說明書等）施工。
- 二、消費者應提供或委託室內裝修業者協助取得建築物圖說文件，供核對現況及規劃設計參照之用。此外，如應向政府機關申請室內裝修許可，消費者應提供申請所需證件及用印，並配合所需一切手續。
- 三、室內裝修業者之義務如下：
  - （一）室內裝修業者應本於善良管理人注意義務，依據建築法及建築物室內裝修管理辦法等相關規定提供服務。
  - （二）室內裝修業者之義務包含依法代為辦理本案室內裝修許可及消防審查申請。但不包括使用執照（用途）變更之申請。
  - （三）如依消費者之指示可能使本案無法取得室內裝修許可或有違反相關建築法令之情形者，室內裝修業者應即時告

知；如未即時告知，應賠償消費者因此所受損害。

- 四、設計服務費用及初估工程費用之估價，須有估價單詳細記載項目、數量、單價及總價，如有其他費用，例如：（一）依法應辦理室內裝修許可或消防審核申請，由室內裝修業者代為辦理時，如發生審查費用及相關專業簽證費用，應由消費者負擔者，憑據按實付款。（二）其他依法令應由申請人繳納之各項規費，應由消費者負擔。（三）前二目之費用，消費者應於預定申請送件日前，全數預付，並於取得室內裝修合格證明時結清，憑單據多退少補。
- 五、實際工程費用係室內裝修業者提供給消費者確認後之施工圖說文件為依據，所估算之費用，經雙方簽字確認為準。實際工程費用以不超過初估工程費用 20% 為原則（最高不得逾初估工程費用 20%），但經消費者同意者，不在此限。實際工程費用如超過初估工程費用 20% 且消費者不同意者，室內裝修業者應調整細部設計及施工圖；如室內裝修業者不調整，消費者得通知室內裝修業者停止工作，並得終止契約。契約總價為設計服務費用與實際工程費用之合計金額。
- 六、消費者付款方式應依下列規定辦理：
- （一）本契約簽定日，消費者支付契約總價\_\_%（最高不得逾本契約總價 5%）簽約金計\_\_元。
- （二）依整體設計委託及工程承攬預定進度表完成至節點 2：設計階段三工作時或尚未完成，但消費者指示或雙方協

議進場施工時，消費者應於工程開工日支付契約總價\_\_%（最高不得逾本契約總價 5%）計\_\_元。

（三）依整體設計委託及工程承攬預定進度表進行至節點 3：工程完成時，消費者應支付契約總價\_\_%（最高不得逾本契約總價 25%）計\_\_元。

（四）依整體設計委託及工程承攬預定進度表進行至節點 4：工程完成時，消費者應支付契約總價\_\_%（最高不得逾本契約總價 25%）計\_\_元。

（五）依整體設計委託及工程承攬預定進度表工程進行至節點 5：完工清潔時，消費者應支付契約總價\_\_%（最高不得逾本契約總價 30%）計\_\_元。

（六）全部工程驗收完畢並取得室內裝修合格證明且室內裝修業者將保固保證金交付消費者後，室內裝修業者得向消費者申請結清本契約所餘款項。

此外，契約還要約定保固保證金計\_\_元（不得低於契約總價 5%），由室內裝修業者以無記名可轉讓定期存單、銀行保證書、銀行本行本票、保付支票或無記名政府公債提供消費者為保固擔保，於保固責任解除且無待解決事項後，由消費者無息退還給室內裝修業者。

消費者應自接獲室內裝修業者請款日起\_\_日（不得少於 7 日）內支付，如消費者遲延給付者，應自遲延之日起按年利率百分之\_\_（最多不得超過 5%）計算遲延利息給予室內裝修業者。

七、有關設計變更方面，經消費者書面通知室內裝修業者辦理下列變更設計項目時，室內裝修業者應配合辦理：

(一) 消費者於室內裝修業者設計服務範圍及費用估價單之階段二、階段三檢視確定各該階段設計內容後，因變更需求，而導致室內裝修業者需重新辦理規劃設計。

(二) 未涵蓋於本契約內之新增或減少原服務項目及範圍。

前項變更設計服務費用依室內裝修業者設計服務範圍及費用估價單之單價，就各階段尚未服務完成部分，辦理設計服務費用追加減。其變更設計服務費用、支付期程及方式，由雙方另行協議定之。

但是，室內裝修業者有下列變更設計項目時，不得向消費者要求增加工作期限及服務費用：

(一) 規劃、設計辦理期間，因政府法令變更而導致需辦理變更設計事項者。

(二) 原設計圖說未符合消費者要求之功能需求或可歸責室內裝修業者因素而導致之變更設計者。

(三) 室內裝修業者作有利於消費者之修改且經消費者同意者。其他不可歸責於消費者與室內裝修業者之事由導致需變更設計時，變更設計費用由雙方平均分攤。

八、有關工程變更方面，應依下列規定辦理：

(一) 本工程範圍及內容得經雙方同意後增減之，其增減部分如與本工程契約附件內所訂項目相同時，即比照該單價計算增減金額；其增減項目與本契約附件有所不同時，

應由雙方議定其金額。由消費者簽認後施工，並用書面作為本契約之附件。

(二) 增減工程價款之支付或扣減，雙方另行協議付款期程。

(三) 因消費者指示廢棄部分工程，其已訂購之成品、半成品之費用，由消費者與室內裝修業者協議處理。

(四) 設計變更、工程變更致使局部或全部停工，其合理延展工程期限，由雙方協議之。

九、有關權利讓與及義務承擔方面，消費者與室內裝修業者雙方未經他方書面同意，不得將本契約之權利義務移轉第三人。

十、室內裝修業者負責事項應依下列規定辦理：

(一) 室內裝修業者應依本契約書、所附圖說文件及估價單施工，其有違反致消費者或其他第三人任何損害，室內裝修業者應負賠償責任。

(二) 室內裝修業者得依專業分工原則，將本工程分包給第三人承作，但不得將本工程轉包或全部分包予第三人承作。

(三) 室內裝修業者工程完成後應進行環境清潔，並將施工期間內造成公共設施之損害予以修復。

(四) 室內裝修業者應採取適當之安全措施，以避免發生損及他人生命、身體、健康或財產之事故；如遇有緊急事故，室內裝修業者應立即採取必要之措施，並儘速通知消費者。

(五) 室內裝修業者應遵守環境保護、勞工安全衛生等相關法

規，並辦理有關工程意外保險及火災保險。

十一、有關工程驗收方面，應依下列規定辦理：

- (一) 除有其他約定之情形外，本工程全部完工時，室內裝修業者應以書面通知消費者驗收，消費者應於書面通知送達之翌日起 10 日內會同室內裝修業者進行驗收。如消費者無正當理由未於期間內會同驗收，經室內裝修業者先後再定相當期限之書面催告二次仍未會同驗收者，推定完成驗收程序。
- (二) 經驗收發現瑕疵部分，室內裝修業者應於消費者書面通知或驗收紀錄所協商約定之期限內修繕，並依前款方式通知消費者再行驗收；室內裝修業者未於修繕期限內完成修繕者，經消費者催告，室內裝修業者仍未完成修繕者，消費者得另委託第三人修繕，所生費用得由未撥付款項支應。
- (三) 前二款規定，不妨礙消費者就工作物之瑕疵，依民法向室內裝修業者主張承攬瑕疵擔保、不完全給付或其他責任。
- (四) 工作物之瑕疵經驗收完成後逾 5 年者，消費者不得主張。

十二、有關提前使用方面，消費者提前使用應依下列規定辦理：

- (一) 消費者對於已完成之工程，如有提前使用之必要，應會同室內裝修業者驗收完成後使用，室內裝修業者得請領該已完成部分之工程全部費用。

(二) 消費者對於未完成之工程，得經室內裝修業者同意後使用。但因消費者使用致工程延宕，或造成工程瑕疵時，消費者應負其責。

(三) 消費者對提前使用部分，應負保管之責。

十三、關於違約處理方面，應依下列規定辦理：

(一) 室內裝修業者違約之處理：室內裝修業者如未依本契約所定之期限內完成本案之規劃設計或施工，室內裝修業者應個別按日以設計服務費用或實際工程費用，每逾期 1 日，課以設計服務費用或實際工程費用之千分之一之遲延違約金予消費者，違約金總額以本契約總價百分之十為限。上述違約金得由消費者應付室內裝修業者之款項中扣除。但因消費者之因素或不可歸責於室內裝修業者之事由而遲延者，不在此限。

(二) 消費者違約之處理：消費者未依約定付款時，經室內裝修業者書面定相當期間催告履行，仍不履行付款者，消費者應個別按日以設計服務費用或實際工程費用，每逾期 1 日，課以設計服務費用或工程費用之千分之一之遲延違約金予室內裝修業者，違約金總額以本契約總價百分之十為限。

十四、關於契約解除方面，雙方於一方有下列情形之一者，他方得解除本契約：

(一) 室內裝修業者無正當理由遲未依第十一條契約期間進場施工，超過約定期限\_\_日（不得逾 30 日，但契約期間

在 30 日以下者，不得逾契約期間之半；未填寫者，亦同) 以上者。

(二) 消費者無正當理由遲未交付場地，經室內裝修業者書面催告逾 30 日，室內裝修業者仍無法進場施工。

(三) 未經他方書面同意將本契約之權利義務移轉第三人。

十五、關於契約終止方面，應依下列規定辦理：

(一) 消費者之終止權：

1、本契約工程未完成前，消費者得以書面終止契約，但應賠償室內裝修業者因契約終止而產生之損害。

2、室內裝修業者有下列情形之一者，消費者得以書面終止本契約：

(1) 因可歸責於室內裝修業者之事由致未能依第十一條規定契約各階段期間完成工作，經消費者書面催告逾 15 日仍無法完成者。

(2) 室內裝修業者將本契約工程轉包或全部分包給第三人承作者。

(二) 室內裝修業者之終止權：

1、消費者違反規定，未依約定付款時，經室內裝修業者書面催告逾 15 日，仍未給付者，室內裝修業者得以書面終止本契約。

2、終止契約時，室內裝修業者得自己收之價款抵償已完成工作之報酬，差額得向消費者追償。

十六、關於契約終止後之處理，雙方應依下列規定辦理結算：

(一) 非可歸責於消費者部分：

- 1、室內裝修業者尚未執行設計階段二者，應全額退還消費者已給付之簽約金並加計法定利息。
- 2、室內裝修業者已進行設計階段三以後之工作者，消費者應結算室內裝修業者已完成階段之服務費用予室內裝修業者。室內裝修業者應給付完成階段之圖說文件。消費者並得另委託第三人修正圖面，接續工程承攬工作。
- 3、已施作之工程經雙方驗收同意者，依估價單內項目及單價結算。
- 4、已預先訂購之成品與半成品、材料由室內裝修業者自理，消費者毋須支付費用。消費者若願收購，則由雙方協議價購。

(二) 可歸責於消費者部分：

- 1、室內裝修業者得請領已完成各階段之設計服務費用。但室內裝修業者應給付完成階段之圖說文件。消費者並得另委託第三人修正圖面，接續工程承攬工作。
- 2、已施作之工程經雙方驗收同意者，依估價單內項目及單價結算。
- 3、已預先訂購之成品與半成品、材料，依估價單項目單價計算之，由消費者收購。室內裝修業者若願收購，則由雙方協議價購。

十七、關於材料所有權之歸屬，本契約工程所有室內裝修業者自備之裝修材料未固著前，在消費者尚未付清該部分工程款前，其所有權歸室內裝修業者所有。但該材料消費者已付款者，不在此限。

十八、關於保固期限及範圍，室內裝修業者對於施作之工程，應自驗收完成之日起負保固一年，在保固期間內非可歸責於消費者之損壞者，室內裝修業者應無條件照圖說文件負修復之責。但因不可抗力及材料自然之因素，或消費者使用不當、未善盡保管之責所造成之損害及消耗性物品（如燈泡等），不在此限。保固期限經過後，不免除室內裝修業者依民法承攬規定所負瑕疵擔保相關責任。

十九、關於爭議處理方面，因本契約發生之爭議，雙方得於直轄市、縣（市）政府消費爭議調解委員會、鄉（鎮、市、區）公所調解委員會或法院調解，或依下列方式擇一處理：

（一）除專屬管轄外，以標的物所在地之法院為第一審管轄法院。但不排除消費者保護法第四十七條或民事訴訟法第四百三十六條之九小額訴訟管轄法院之適用。

（二）依仲裁法規定進行仲裁。

二十、關於消費者資訊之利用及保密方面，分別規定如下：

（一）室內裝修業者僅得於履行本契約之目的範圍內蒐集處理及利用消費者之個人資料。但相關法律或法律具體明確

授權之法規命令另有規定者，不在此限。

(二) 雙方保證凡因本契約所知悉對方之秘密決不外洩，如有違反應賠償對方因此所生之損害。

二十一、關於著作權之歸屬，除另有約定外，依本契約所完成之設計圖說，其著作財產權屬於室內裝修業者。消費者欲使用前項設計圖說於本契約以外之工程地點或其他用途時，須經室內裝修業者書面同意。但有前項另有約定或消費者合理使用之情形者，不在此限。

## 【旅遊及住宿類概述與規範】

當代聯合律師事務所/陳智義 律師

對於旅遊業及住宿業之規範，分別由交通部公告「觀光旅館業與旅館業及民宿個別旅客直接訂房定型化契約應記載不得記載事項」，交通部 102 年 8 月 1 日交通部交路（一）字第 10282004115 公告於 102 年 8 月 1 日制定，同年 10 月 1 日生效，共計 14 點應記載事項，5 點不應記載事項；應記載事項舉凡「旅客資料」、「住宿期間、房型、數量」、「房價付款方式」、「收取定金否」、「旅客解除契約時定金退款方式」、「旅客訂房後，契約變更規定」、「可歸責於業者無法履約時處理方式」、「不可抗力及不可歸責雙方事由，無法履約時處理方式」及「業者應確保旅客入住期間客房應合於使用狀態」等規定供業者遵循。另就旅遊部分則按國外、國內旅遊定立；國外旅遊定型化契約應記載及不得記載事項，交通部於 88 年 5 月 18 日交路 88（一）字第 04164 號函公告，105 年 9 月 13 日修正，舉凡「雙方當事人資料」、「審閱期間」、「廣告責任」、「旅遊費用」、「旅遊活動無法成行時業者之通知義務及賠償責任」、「集合及出發地」、「出發前旅客解約之處理」、「出發後無法完成旅遊契約之處理」、「領隊」、「證照之保管及返還」、「出發前旅行業轉讓之處理」、「不可抗力或不可歸責雙方，旅遊內容變更之處理」、「歸責業者至旅客滯留國外之處理」、「業者惡意棄置或滯留旅客之處理」、「業者應辦理責任險及履約險之投保」、「旅客中途離隊之處理」。及國內旅遊定型化契約應記載事項不得記載事項，自民國 88 年 5 月 18 日公告以交

通部(88)交路(一)字第04164號公告全文，歷經101年7月17日及105年9月13日兩次修正。條文內容舉凡「旅客資料、旅行業資料」、「審閱期間」、「廣告內容確保真實之義務」、「簽約地點及日期」、「旅遊行程(地區、城市或觀光地點等)」、「旅遊費用(旅遊總費用及包含之項目)」、「付款方式」、「歸責旅客事由無法付費處理方式」、「旅客協力義務」、「旅行社須強制投保保險」、「歸責於旅行社而無法成行時處理方式」、「旅程內容應實現例外經同意可變更」、「出發前旅客任意解約之處理」、「不可歸責雙方或不可抗力事由無法履約之處理」、「出發前旅遊地區有客觀風險存在解約之處理」、「出發後旅客終止契約之處理」及「旅途中旅遊內容變更之處理」供業者遵循。

對於旅遊業之規範，首先民法第514條之1，旅遊營業人定義的是以提供旅客旅遊服務為營業而收取旅遊費用之人。而所謂的旅遊服務係指安排旅程及提供交通、膳宿、導遊或其他有關之服務。所以由上開的規定，檢視國人不論旅遊之目的地在國內或國外，只要業者安排或提供服務的內涵如上經雙方合意，即為旅遊契約，而提供服務即是旅遊業者。而旅遊業者因旅客之請求，應按民法第514條之2的規定，提出契約內容應有「旅遊業主之名稱、地址」、「旅客名單」、「旅遊地區及旅程」、「旅遊業者提供之交通、膳宿、導遊或其他有關服務及其品質」、「旅遊保險之種類及其金額」、「其他有關事項」、「填發之年月日」以明白載明雙方旅遊服務之內容，藉以供雙方遵守依據。

經常發生旅遊服務爭議的大宗之一是行程變更，就此爭議民法

在第 514 條之 5 明文規定，旅遊業非有不得已事由，原則上不允許變更旅遊內容。除非在不得已情形下才容許變更旅遊行程內容，且變更後有減少費用時，應將之退還給旅客；但因為變更旅程有增加費用者，不得向旅客收取。另外較大宗的旅遊爭議是在業者提供之旅遊品質低落時，旅客得要求改善，旅遊業者不為改善時，會面臨旅客請求減少費用。由於上述規定尚不簡單且觀光條例明文（詳後述）規定，所以主管機關交通部觀光局分別公告有「國內旅遊定型化契約應記載及不得記載事項」、「國外旅遊定型化契約應記載及不得記載事項」，此公告的事項，在旅遊業者與旅客消費者以定型化契約訂立旅遊服務契約時，有他的規範做用，其作用有兩面，一方面是旅遊業者提出之定型化契約條款違反上述公告之應記載或不應記載事項之條款時，該抵觸即不符合之條款無效。二方面是應記載之事項未見載明於旅遊業者提供之契約條款內的話，發生自動補充的效果，就是未載明的條款直接以公告之應記載條款內容做為雙方契約之條款，所以公告之應記載不得記載事項至為重要。

契約內容按法律規定之內容有上述的介紹，而對於旅遊業者之行政上規範有立法院三讀通過公布施行已久之發展觀光條例可按；該法係針對「有關觀光資源之開發建設與維護，觀光設施之興建、改善，為觀光旅客旅遊、食宿提供服務與便利及提供舉辦各類型國際會議、展覽相關之旅遊服務業」（見發展觀光條例（下稱觀光條例）第 2 條第 1 項第一款），該範圍大於民法規定之旅遊服務業，但仍有重疊部分，所以觀光條例的規定，業者亦必須掌握了解。例如：要經營觀光條例第 27 條規定之業務，依第 26 條之規定，該經

營旅行業者，應向中央主管機關申請核准，並依法辦妥公司登記後，領取旅行業執照，始得營業。由於觀光條例之旅遊業者之營業項目龐雜且牽扯到代售海、陸、空運輸事業之售票及幫旅客購買客票等事務，慎重起見要求業者必須先得到主管機關之特許，以保障消費者之權益。有關旅行契約訂立之方式，在觀光條例第 29 條規定，「旅行業辦理團體旅遊或個別旅客旅遊時，應與旅客訂立書面契約。」「前項契約之格式、應記載不得記載事項，由中央主管機關定之。」也因此才有前述之公告事項，是本此規定，現今旅遊業者均會與旅客訂立書面契約，讓雙方清楚遵循。旅遊過程有不確定的變數與風險，所以為降低業者與旅客之損失風險，提高業者在不幸遇到事故時的賠償能力無虞，觀光條例第 31 條 1 項，特別要求業者應投保責任保險。另外為避免業者收受費用在先，事後不履約，讓旅客求償無門，觀光條例規定業者須投保履約保證保險，上開種種規定業者應清楚瞭解。



# 第一篇

## 房屋類-裝潢修繕

中小企業落實消費者保護指引

**【案例一】業者通知消費者需追加費用，消費者不同意追加費用，反而要求解約退還定金，業者應如何處理？**

鄭文婷律師

**案例說明**

某甲欲開設糖果屋，因而委託 A 公司設計及施工，雙方並簽定工程合約約定 A 公司提出之設計圖確稿後 7 日內開工，工期 30 個工作天，某甲因此給付定金，A 公司提出第一次設計圖(並報價 38 萬元)後，某甲要求做 7 項修改(其中包括糖果盒部分原為木板材質變更為壓克力)，待 A 公司提出第二次設計圖時，某甲認為糖果盒數量過少，希望追加糖果盒數量，並同意追加費用，A 公司因此提出追加費用後之報價單(46 萬元)，惟某甲認為原先報價部分已經包含壓克力材質之糖果盒，此部分不應追加費用，某甲僅同意糖果盒數量增加部分之費用追加，並發函通知 A 公司解除契約，並請求返還定金。

**業者指南**

● **業者在提出報價時應力求品項、數量與金額明確**

本案例業者提出第一次報價之內容，有關壓克力之報價僅 2 萬元，而木作部份的報價則為 13 萬元(約佔總工程款 1/3)，而業主委請施工之目的係欲經營糖果屋，因此工程內糖果盒所佔之比例應不低，如果簽約時雙方已約定第一次報價便應包含全部糖果盒均用壓克力材質者，則壓克力之報價理應占全部工程款有相當之比例，但本案中第一次報價單壓克力占

全部工程款之比例僅 1/19，而木作部分則占約 1/3，法院以此認定第一次報價之糖果盒並非壓克力材質。

據此可知，倘若業者在提出報價單時能夠將施作之品項、數量與金額清楚標明，例如本案中壓克力糖果盒單價及數量等是，則業主當無對此部分之費用變動產生疑義。

● **變動及追加之項目為何，均應在報價單上列明**

本案涉及變動之部分除了前述之施工材質變動之外，消費者亦提出追加糖果盒施作數量之要求，此部分消費者固已承諾願意負擔追加之費用，但該部分費用與先前報價之單價部分是否相同？以及倘若報價不同者，其原因為何，均應明載於嗣後提出之報價單。

再者，前述之施工材質變動後業者在第二次提出報價時，亦應列明與第一次之差異所在，俾免消費者誤以為第一次報價後之變動材質部分均包含在原先之報價內容，而無庸負擔變動之費用。

**案例解析**

- 一、本案例某甲針對 A 公司提出之報價曾提出變動及追加之請求，在第一次報價單提出時，要求變更糖果盒之材質為壓克力，因而與第一次報價單上所載之報價產生齟齬，此部分當會發生報價之變動；A 公司第二次提出之報價單，係包含前述變動材質

及追加糖果盒部分之報價，但無論如何在 A 公司提出第二次報價單前，某甲已經針對 A 公司修改之設計圖簽名確認，縱某甲對於第二次報價單之報價不同意，雙方亦應遵循雙方均以確認之設計圖履約(亦即尚未有追加糖果盒部分之設計圖)，亦即並無追加糖果盒部分，但某甲卻在此時發函通知 A 公司解約，顯見某甲有預告拒絕受領給付之意思，而 A 公司並無不履行債務之情事，是依民法第 249 條規定：「定金除當事人另有訂定外，適用左列之規定：二、契約因可歸責於付定金當事人之事由，致不履行時，定金不得請求返還。」，則 A 公司並無返還定金之義務。

#### 處理建議

業者在與消費者洽談契約內容時，有很多細部項目確實無法一一顧及，並逐一討論，所以建議業者在與消費者磋商契約條款時，針對消費者的需求最好能夠逐一系列出，然後對應各個需求提出施作項目的品項、數量及金額，以免消費者錯認費用均已包含在內。

#### 參考法令

- 民法第 249、235 條。
- 臺灣雲林地方法院斗六簡易庭 96 年度六簡字第 168 號判決。

## 【案例二】消費者如遇工程瑕疵問題，業者應如何處理以降低消費糾紛？

游開雄律師

### 案例說明

某甲為裝修其新買之毛胚屋，透過友人引薦，委由 A 公司設計，A 公司並請配合之承包商 B 工程行裝修，某甲因信賴友人推薦，認口碑良好，雙方並未簽約，僅由 A 公司出具一張報價單，粗以數工項，乙式計價方式載明費用；不意於裝修過程中，B 工程行即出現施工狀況斷斷續續情形；嗣好不容易完工交屋後數日，某甲竟發現，因管路設置不良而造成廁所積水不消，某甲遂每天狂 call 找 A 公司要求盡速處理，則 A 公司就上開糾紛，究竟應如何善後？。

### 業者指南

- 縱未訂定履約期限，仍有遲延責任。
- 完工交付後，非一勞永逸，仍須負瑕疵修補義務。

### 案例解析

坊間裝修公司五花八門、有些劣質廠商於簽約時說得天花亂墜、施工時百般拖延、完工後消失不見人、瑕疵產生時矢口否認，更屬惡質廠商施工不良之常態；是以朋友介紹、網路通訊或電視廣告所得之「口碑良好」，是否即是民眾心中所想要的優質廠商，仍有待確

定；惟如發生履約拖延、品質保證或施工瑕疵等不良情況時，民眾及業者應如何因應？

**一、以報價單、數工項、乙式計價等內容充作雙方契約，仍得依雙方口頭約定、或探求當事人真意，來加以認定契約內容：**

按民法第 98 條所稱「探求當事人之真意」，係指兩造就其意思表示真意有爭執時，應從該意思表示所植基之原因事實、經濟目的、社會通念、交易習慣、一般客觀情事及當事人所欲使該意思表示發生之法律效果而為探求，並將誠信原則涵攝在內，藉以檢視其解釋結果是否符合公平原則（最高法院 104 年台上字第 2305 號判決要旨可參）。是雙方就契約內容意思有爭執時，法院即應詳為探究契約約定之真意，不受書面文字或截取書據中一二語所限制，是縱算契約雙方之當事人，因不諳法律或便宜行事，坊間多有粗以報價單、寥寥工項或乙式計價方式簡單書寫契約內容之情形，實務上仍將依社會通念、一般客觀情事或相關人事物等加以進行判斷，以求公平合理。

**二、施工狀況斷斷續續，縱令締約時未以書面約明施工期限，消費者仍得定相當時間催告履行後，主張減少報酬或請求賠償因遲延而生之損害，甚而解除契約，並得請求賠償因不履行而生之損害：**

「因可歸責於承攬人之事由，致工作逾約定期限始完成，或未定期限而逾相當時期始完成者，定作人得請求減少報酬或請求賠償因遲延而生之損害。前項情形，如以工作於特定期限完成或交付為契約之要素者，定作人得解除契約，並得請求賠償因

不履行而生之損害。」民法第 502 條定有明文、「不定期債務，應於受債權人催告履行後，始發生遲延責任。」最高法院 18 年上字第 1318 號判例在案可參，本件某甲委託 A 公司進行設計裝修，固因信賴對方而未具體約明履約期限，惟因給付期限之不確定者，如經某甲進行催告而仍未為給付，應自受催告時起，負遲延之責任；而催告之定有期限者，應自期限屆滿時起，負遲延之責任。是故，本件委託設計裝修工程因係屬承攬契約範疇，某甲即得先定相當期間向 A 公司進行催告履行，倘相當期間屆至，A 公司仍未施工完繕，即得依上揭民法條文向業者主張減少本件承攬報酬或請求賠償因業主施工遲延而生之損害，甚而解除契約，並得請求賠償因不履行而生之損害。

### **三、承攬工作物具有瑕疵者，消費者得依法請求修補或解除契約，或請求減少報酬外，更得請求損害賠償：**

「從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者，於提供商品流通進入市場，或提供服務時，應確保該商品或服務，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性。」、「承攬人完成工作，應使其具備約定之品質及無減少或滅失價值或不適於通常或約定使用之瑕疵。」、「工作有瑕疵者，定作人得定相當期限，請求承攬人修補之。承攬人不於前項期限內修補者，定作人得自行修補，並得向承攬人請求償還修補必要之費用。」、「承攬人不於前條第一項所定期限內修補瑕疵，或依前條第三項之規定拒絕修補或其瑕疵不能修補者，定作人得解除契約或請求減少報酬。」、「因可歸責於承攬人之事由，致

工作發生瑕疵者，定作人除依前二條之規定，請求修補或解除契約，或請求減少報酬外，並得請求損害賠償。」消費者保護法第 7 條及民法第 492 條、第 493 條第 1 項、第 2 項、第 494 條及第 495 條第 1 項訂有明文；某甲委託 A 公司進行設計裝修，完工後有管路施工不良，造成廁所積水不退之狀況，即屬物之瑕疵狀況，則本件承攬工作既有瑕疵者，雖已交付工作物，然某甲依法仍得定相當期限，請求 A 公司進行修繕。倘 A 公司不於前項期限內進行修繕者，某甲亦得自行或委託他人修繕，並得向 A 公司請求償還修繕必要之費用；倘 A 公司未再期限內修繕，或因修繕費用過高，拒絕修繕或瑕疵已無法修繕者，某甲更得逕自解除契約或請求減少報酬；如再有其他損害，比方因積水未消，造成廁所物品浸水毀損故障，某甲亦得請求 A 公司負其他損害之損害賠償責任。

### 處理建議

#### 一、妥善利用政府資源，訂定合宜定型化契約：

生意人講求信用，台灣民眾身處在「誠懇鬥陣」的樸實社會裡，簽立契約的重點不是在於相關條款的具體呈現，而是「頂港有名聲、下港最出名」的口碑保證，彼此信任的「誠意」最為重要；然而在事後撕破臉的同時，各說各話也成了一場羅生門。本件某甲透過友人介紹，就承攬契約各要項的記載，均以口說為憑，倘事後發生爭執，則無明文契約得持以主張，是為避免事後紛爭，內政部即對此公告了建築物室內裝修之工程承攬契約書範本、設計委託契約書範本等相關契約範本，用以保

障消費者權益。且「企業經營者在定型化契約中所用之條款，應本平等互惠之原則。定型化契約條款如有疑義時，應為有利於消費者之解釋。」於消費者保護法第 11 條載有明文情況下，為因應坊間五花八門之承攬裝修業者之定型化契約，立法者除於消費者保護法第 11 條之 1 訂定應給予消費者適當審閱期保障外，為保障消費者權益，如何具體適用民法第 247 條之 1 及前揭消費者保護法第 11 條文規範，主管機關所頒布之定型化契約條款範本，即成判斷定型化契約條款有無符合公平合理原則準據之一，是裝修業者在制定類似之定型化裝修契約之同時，即應先行參考前揭範本，以避免白費功夫。

## **二、交付工作物後一個月內給付尾款，給予適當發現瑕疵時間，平衡雙方風險：**

「稱承攬者，謂當事人約定，一方為他方完成一定之工作，他方俟工作完成，給付報酬之契約。」民法第 490 條訂有明文，惟依一般承攬裝修工程實務，價金給付通常皆以分期付款為之，一方面固得減輕消費者一次付款壓力，另一方面業主亦可藉由先行獲得資金以便支付備料、給付僱傭工人工資等營運資金壓力。然因尾款常於交付工作物時給付，將導致後續工作物陸續發見瑕疵時，消費者僅得一再去電、向業者要求盡速處理，卻苦無其他方式促使業者盡快履行修補瑕疵義務，而業者亦將因消費者之心急如焚，疲於應對，無法妥善處理。是倘若能於契約中約明，尾款於驗收後一個月給付者，給予消費者一定期間發現瑕疵，則消費者再未為給付尾款前，一來將有所憑

恃，不再急於催促，二來亦可自行修補，修補費用即從尾款中扣除；而業者亦得避免消費者事後奪命連環 call 或因進行其他工作，苦無人力安排修補計劃。

### **三、設計公司應與承包商訂立書面契約，以避免裝修工程有瑕疵時，無法請求包商修補：**

設計公司於接受消費者委託進行房屋設計案時，通常會指示配合之包商進行施作，然因雙方長期合作，因此往往僅有口頭約定，而未訂立書面契約，則當裝修工程有瑕疵時，消費者要求設計公司修補時，倘包商不認帳，設計公司於追究責任時，恐生困難，因此建議不論雙方配合時間多久，儘量能訂立書面契約為宜，並約明於何種情況下，包商負有修繕保固之責任，避免設計公司夾在消費者與包商間，進退維谷。

#### **參考法令**

- 消費者保護法第 7 條、第 11 條、第 11 條之 1
- 民法第 98 條、第 247 條之 1、第 490 條、第 492 條、第 493 條第 1 項、第 2 項、第 494 條、第 495 條第 1 項及第 502 條
- 最高法院 18 年上字第 1318 號判例
- 最高法院 104 年台上字第 2305 號判決
- 建築物室內裝修之工程承攬契約書範本
- 建築物室內裝修之設計委託契約書範本

## 【案例三】消費者因不滿意施工品質，反應未獲置理，故延拖尾款，業者保衛之道

游開雄律師

### 案例說明

A 室內設計公司於民國 104 年 6 月間受某甲委託承攬其住家之裝修工程。嗣上開裝修工程於同年 9 月間全部完工，某甲並已搬入該屋，A 公司爰向某甲請求工程尾款 10 萬元，但是某甲抗辯 A 公司施工品質粗糙，並有諸多瑕疵，於施工過程中，已向 A 公司多次反應，卻未獲置理，致其另行雇工修繕而受有 6 萬元之損失，進而主張該裝修既未經驗收，尚未全部完工，而拒絕支付全部尾款。A 公司應如何處理？

### 業者指南

- A 公司只要完成住宅裝修工作，即可向某甲請求報酬，某甲不得以裝修有瑕疵拒絕支付尾款。
- A 公司倘接到某甲通知裝修有瑕疵需要修補時，應加重視，即時處理，以避免某甲自行雇工修補，致 A 公司增加額外負擔。

### 案例解析

因消費者委託業者進行房屋裝修工程施作，著重於一定裝修工作之完成，故雙方所約定之裝修契約，應屬民法所規定之承攬契約。而依民法第490條「稱承攬者，謂當事人約定，一方為他方完成一定

之工作，他方俟工作完成，給付報酬之契約。」規定可知，業者完成工作時，即可向消費者請求報酬，然應如何認定業者已完成裝修工作？倘業者所完成之工作有瑕疵，是否仍可認為已完成工作？消費者又可否以裝修工程有瑕疵而拒絕支付尾款？相關爭議於實務上層出不窮，茲以該案例，針對上述爭議，解說如下：

### **一、某甲已搬入裝修後之住宅，即不得以工程尚未經驗收，而拒絕支付全數尾款：**

(一) 按「承攬人完成工作，應使其具備約定之品質及無減少或滅失價值或不適於通常或約定使用之瑕疵。」、「工作有瑕疵者，定作人得定相當期限，請求承攬人修補之。承攬人不於前項期限內修補者，定作人得自行修補，並得向承攬人請求償還修補必要之費用。如修補所需費用過鉅者，承攬人得拒絕修補，前項規定，不適用之。」、「承攬人不於前條第一項所定期限內修補瑕疵，或依前條第三項之規定拒絕修補或其瑕疵不能修補者，定作人得解除契約或請求減少報酬。但瑕疵非重要，或所承攬之工作為建築物或其他土地上之工作物者，定作人不得解除契約。」、「因可歸責於承攬人之事由，致工作發生瑕疵者，定作人除依前二條之規定，請求修補或解除契約，或請求減少報酬外，並得請求損害賠償。前項情形，所承攬之工作為建築物或其他土地上之工作物，而其瑕疵重大致不能達使用之目的者，定作人得解除契約。」民法第 492 條、第 493 條、第 494

條、第 495 條定有明文。

- (二) 而法院實務見解亦認承攬人完成工作，應使其具備約定之品質，無減少或滅失價值或不適於通常或約定使用之瑕疵，固為民法第四百九十二條所明定，惟此乃有關承攬人瑕疵擔保責任之規定，與承攬工作之完成無涉。倘承攬工作已完成，縱該工作有瑕疵，亦不得因而謂工作尚未完成(最高法院 85 年台上字第 2280 號判決可資參照)。
- (三) 某甲雖指稱於裝修施工過程中，多次向 A 公司反應施工品質有瑕疵，但約定的裝修工項既已完成，則某甲於裝修工程完工後，始主張該裝修工程並未通過驗收，而拒絕支付全數尾款 10 萬元，參以上開說明，縱該工作有瑕疵而無法通過驗收，某甲亦不得因而謂工作尚未完成，蓋工程之是否完工，與工程之瑕疵及工程之驗收各有不同之概念，工程雖已完工，但有瑕疵，致未完成驗收，僅生瑕疵修補或減少價金請求之問題，究不能謂尚未完工。
- (四) 再者，依建築物室內裝修—工程承攬契約書範本第十五條提前使用第二款約定，消費者對於未完成之工程，得經業者同意後使用。故縱使某甲主張裝修工程尚未全部完工，其未徵得 A 公司同意即入住使用，恐有違約之虞，況某甲既已搬入住宅內，開始使用工作物，倘認某甲猶可主張裝修有瑕疵拒絕支付尾款，則將形成某甲一

方面可先行受領工作物之利益，另一方面又可以工程有瑕疵而未驗收之爭議，拒絕給付報酬，自難謂公允（台灣台北地方法院 100 年度建字第 330 號判決參照）。

（五）是以，某甲既然已經搬入裝修之房屋，自無法主張裝修工程尚未完工，而拒絕支付全數尾款。

## **二、某甲僅能於裝修瑕疵所生之損害 6 萬元範圍內，拒絕交付尾款與 A 公司，而不得主張扣留剩餘 4 萬元尾款：**

（一）按「承攬人完成之工作有瑕疵，而其瑕疵係因可歸責於承攬人之事由所致者，承攬人應負不完全給付之債務不履行責任，定作人得請求修補或賠償損害，並有民法第二百六十四條規定之適用。」、「雙務契約之當事人因他方當事人為部分之給付時，固得依民法第二百六十四條第二項規定行使同時履行抗辯權，惟部分或瑕疵之給付（不完全之給付），在性質上均屬非依債務本旨而給付，是該條第二項所稱之『部分之給付』，尚應包括『瑕疵之給付』在內，若瑕疵僅屬輕微，縱不得拒絕自己全部之給付，亦仍得拒絕自己部分之給付。」，最高法院 94 年台上字第 93 號、94 年台上字第 1861 號判決分別可資參照。

（二）依題意所示，A 公司施工品質粗糙，並有諸多瑕疵，某甲已向 A 公司反應，而未獲置理後，方另行花費 6 萬元雇工修繕，此時某甲自可依民法第 493 條第 2 項之規定，向 A 公司請求償還上開修補瑕疵之必要費用，而揆

諸前揭說明，某甲對於 A 公司之上開求償權，與 A 公司對某甲之承攬報酬請求權間，並有民法第 264 條規定之適用，從而某甲自得就尚未給付之工程款 10 萬元中之 6 萬元行使同時履行抗辯權，換言之，某甲僅能於 6 萬元範圍內拒絕支付 A 公司，而不得拒絕給付剩餘尾款 4 萬元。

### 處理建議

#### 一、企業經營者應參照內政部公告之建築物室內裝修—工程承攬契約書範本及設計委託契約書範本與消費者簽訂裝修契約。

歸納實務上因室內裝修所產生的消費糾紛原因，主要為契約約定不明、未依施工圖說施作、施工品質不良、工期延宕，追加減款爭議等情形，每每事後檢討其成因，多為業者與消費者簽訂之裝修契約內容有所缺漏所導致，為免類似爭議不斷，建議企業經營者可參照內政部公告之建築物室內裝修—工程承攬契約書範本及設計委託契約書範本內容與消費者訂立契約，應能有效減少消費糾紛。

#### 二、室內裝修工程完工與否之認定，除以契約圖說所載工項已否施作為憑外，多係以鑰匙是否交還屋主為判斷標準：

依上述說明可知，承攬契約中完工與驗收為兩種不同之概念，且承攬人於工作完成後，即可向定作人請求報酬，不論其所完成的工作是否具有瑕疵；而裝修工程之完工，固可依裝修契約所附施工圖說所載工項一一核對加以認定外，依一般室內裝修

慣習，基於入內施工及實施保全之考量，多係以鑰匙是否交還屋主為斷（台灣高等法院 94 年建上易字第 31 號判決參照），換言之，業者將鑰匙交還消費者時，即可向消費者請求尾款支付，但鑰匙交還通常難以舉證，因此建議業者可以要求消費者書立簽收鑰匙之書面，藉以證明裝修工程已完工。

### **三、消費者發現裝修工程有瑕疵而催告業者修補時，業者應即時處理，以避免損害擴大：**

另外需注意者，雖然業者所完成之裝修工程是否有瑕疵，並不影響請求尾款給付之權利，但是倘裝修工程有瑕疵，消費者依然可依民法第 493 條以下之規定，請求業者賠償或支付修繕必要費用，並可於支出之修繕費或損害賠償之範圍內，主張拒絕尾款支付，因此倘消費者發現瑕疵而催告業者修補時，業者即應加重視，及時處理，以免消費者自行雇工修繕，而花費超出業者預估之金額，致衍生無謂爭端。

#### **參考法令**

- **民法第 264 條、民法第 492 條、第 493 條、第 494 條、第 495 條**
- **最高法院 85 年台上字第 2280 號判決**
- **最高法院 94 年台上字第 93 號判決**
- **最高法院 94 年台上字第 1861 號判決**
- **台灣高等法院 94 年建上易字第 31 號判決**
- **台灣台北地方法院 100 年度建字第 330 號判決**
- **建築物室內裝修—工程承攬契約書範本及設計委託契約書範本**

## 【案例四】遇到消費者於裝修過程中不斷變更設計，業者追價過程中所產生爭議解決辦法？

游開雄律師

### 案例說明

A 公司於民國 104 年 6 月間承攬某甲之住家廚房裝修工程，雙方並簽訂裝修工程合約書，約明以總價新台幣 350 萬元進行施作，並於附件載明各工項單價，施工期間某甲仍居住於該屋內。其後，A 公司進場均依某甲施工圖施工，但某甲在 A 公司施工期間，一而再要求變更原設計，A 公司爰先以口頭告知應追加之金額，經某甲初步確認後才進行施作，嗣後 A 公司將追加報價單送交某甲，並多次催促某甲於追加報價單上簽名確認，然均遭某甲藉詞拖延，直至工程完成，業已累積追加工程款 30 萬元。問：A 公司應如何請求追加工程款？

### 業者指南

- 成立裝修契約除約定總價外，雙方應確認施工圖說及材質，並載明工項單價，以減少糾紛。
- A 公司僅先取得某甲口頭同意，即進行追加工項之施作，倘能舉證亦得請求追加工程款。

## 案例解析

消費者將住家委託裝修時，因無法預先具象目睹裝修後之成果，為求盡善盡美，多於裝修過程中，要求承攬人變更設計，而承攬人基於尊重客戶之立場，往往只能被動配合，並便宜行事，依消費者口頭指示為之，嗣後向消費者要求追加工程所生之工程款時，消費者常以承攬人所施作之工項，本屬原契約應施作之範圍，或雙方未達成追加工程之合意等藉口為由，拒絕支付追加工程款，雖實務上認為變更設計所致之工程追加，並無須以契約當事人有簽訂白紙黑字之書面為前提，但是若承攬人未訂立書面，即依消費者口頭指示進行追加工程施作，承攬人將面臨舉證之困難，尤其倘承攬人僅得消費者口頭同意，即進行施作時，如何認定雙方有無達成追加工程之合意？亦值推敲。茲以本案作為說明，供企業經營者參考。

### 一、消費者與業者雖成立總價承攬契約，然業者亦可請求追加工程之工程款：

(一) 所謂總價承攬契約，係指業主提供詳細、正確之設計圖及詳細價目表，由廠商依圖說完成契約約定之一定工作後，業主悉依契約約定之總價計算報酬辦理結算，並參酌契約所訂之變更或調整價金事由約款辦理計價，其重點在於計價結算方式，係以契約約定總價為基礎，而非以個別工作項目實際施作數量加乘單價後累計結算，與實作實算契約係以廠商最後實際施工數量計價結算報酬不同。然總價契約亦非不得依法或依約變更給付報酬之總價，倘實際施作數量與該預估數量差距過大，或工作

範圍變更致與締約時約定工作範圍不一致，即有依約調整契約總價之可能，以符公平。」(台灣高等法院 102 年上字第 1361 號判決可資參照。)

(二) 依題意，A 公司與某甲間固成立以裝修住家廚房為內容之總價承攬契約，並已將施工圖說經某甲確認，然某甲在 A 公司施工期間，一再要求變更原設計，則雙方既已口頭達成協議，堪認工作範圍變更致與締約時約定工作範圍不一致，雙方並口頭達成工程範圍變更時如何調整價金之約定，揆諸前揭判決說明，仍應參酌該等約定計價，簡言之，A 公司自可向某甲請求調整後之契約價金。

**二、A 公司與某甲僅口頭達成追加工程之協議，而未簽立任何書面，然承攬契約乃係諾成契約，即以口頭同意即可成立之契約，從而追加工項而變更承攬契約內容，亦不以書面為必要，因此某甲仍可向 A 公司請求追加工程款：**

(一) 承攬契約為諾成契約，不以訂立書面契約為必要，只須當事人約定一方為他方完成一定之工作，他方俟工作完成給付報酬即可成立。」(台灣高等法院 95 年度建上易字第 6 號判決可資參照。)

(二) 而室內裝修工程，依消費者個人不同需求，容為客製化商品的代表，因此消費者與裝修公司成立契約時，當以施工圖說為雙方約定施工項目之重要依據，除經雙方同意變更，承攬人即應依圖說施工，消費者倘於施工期間

要求變更設計，亦需經承攬人同意，方能認雙方已就變更設計後追加之工程項目達成合意。

(三) 然應注意者係，裝修工程實務上，消費者往往會於施工過程中，以口頭指示變更，承攬人為符合消費者之需求，當會依消費者指示變更施作內容，且多為便宜行事，僅取得消費者口頭承諾，即進行施作，參以前揭法院判決要旨，承攬契約乃係諾成契約，從而追加工項而變更承攬契約內容，亦不以書面為必要，換言之，承攬人倘可舉證與消費者已達變更契約內容之合意時，即可向消費者請求追加之工程款。

(四) 依題示，A 公司於某甲多次要求變更設計時，均以口頭告知應追加之金額，經某甲口頭確認後即進行施作，倘有在場第三人可加證實的話，則本件某甲既已口頭確認 A 公司提出之變更設計內容，應認已生變更設計之效果，如變更項目與工程契約之估價單上項目相同者，A 公司即可比照其上單價核算之金額向某甲請求追加工程款。尤其某甲於施工過程中仍居住於該屋內，若某甲無追加之意，則於 A 公司施作追加工程項目時，某甲理當適時制止 A 公司施作該等追加項目，否則將造成與系爭裝修工程契約不符之情形，且若非經某甲之同意，A 公司殊無自行施作追加工程項目之必要，益徵雙方當有口頭約定同意追加上開工程，從而 A 公司向某甲請求追加工程之費用，應有理由。

**一、承攬人與消費者簽訂裝修契約時，除應約明總價外，宜制作施工圖說、估價單及施工範圍說明做為附件，以明雙方權義：**

室內裝修工程，在實務上多有消費者於承攬人施作過程中，要求變更設計，增減工程項目之情形，其變更部分或僅為數量之增減，或為不同工項之增減，不一而足，承攬人宜參考內政部公告之建築物室內裝修工程承攬契約書範本及設計委託契約書範本內容，於契約中載明各工項之單價材質以利數量增減時核算追加減工程款之依據，如為不同工項追加，則宜於雙方達成協議後再行施工，以免施作後雙方就金額認知不同衍生爭議。

**二、如遇消費者提出變更設計要求時，雙方應另立書面，倘因而影響工程進度者，並應協議合理展延工期，俾免爭議：**

雖實務上認為變更設計所致之工程追加，並無須以契約當事人有簽訂白紙黑字之書面為前提，但是為降低舉證困難，建議仍應另立書面，倘因變更設計而有造成工期展延之虞者，亦應明確約定，以免遭計罰逾期完工罰金，惟如僅能取得消費者口頭承諾變更設計事宜，為降低舉證之困難，亦宜由在場員工佐證，或透過社群網路聯絡留言，以自我保障權益。

### 參考法令

- 台灣高等法院 95 年度建上易字第 6 號判決
- 台灣高等法院 102 年上字第 1361 號判決
- 建築物室內裝修—工程承攬契約書範本及設計委託契約書範本

【案例五】業者因不可抗力因素而延期完工，消費者請求賠償有無理由？

鄭文婷律師

案例說明

某甲、A 公司雙方於 88 年 8 月 5 日簽訂「工程合約書」，就某甲所有房屋之設計裝潢交由 A 公司承攬，約定工程總價為 210 萬元，約定工程應於 88 年 10 月 2 日完工，價款分五次給付，其中尾款四十萬元應於完工驗收一週內給付，另雙方於同年 9 月 2 日再簽訂「工程雙方協議約定書」，將完工日期延至 88 年 10 月 29 日，嗣工程期間遭逢九二一大地震，房屋所在地區因停電無法操作電動工具，A 公司主張該段期間因電力中斷無法施工，某甲因結婚在即，並未同意 A 公司停工，甚至要求 A 公司自備發電機繼續趕工，A 公司無法配合趕工衍生爭議，致本件工程遲至 88 年 12 月 21 日才完工遷入居住，某甲因而訴請業者賠償。

業者指南

- 通常不可抗力事由係非人類之行為所致，例如颱風天、地震、水災等是，既然非人力所致，一般均會認為係屬非可歸責於當事人之事由導致債務不履行，因此業者只要能提出事件之證明，例如主管機關發佈之停班、停課通知，或者氣象局公布之訊息等是，該等停工之天數均不應列入工作天數內，但事故結束後，業主即應盡速恢復施工，以免無限期延宕工程。

### 案例解析

88年9月21日臺灣發生強烈地震，致全省電力、交通等重大癱瘓，此乃屬不可抗力之事由，因此停電無法施工之停工日數，不可列計為A公司之遲延，某甲主張因結婚在即，締約當時便已告知裝潢之目的係為供作結婚之用，況其有要求A公司使用大樓內緊急用電或裝置小型發電機施工，故無停工之情形，惟本案因地震導致全省電力中斷，縱使能使用大樓內緊急用電，但該部分電力終非一般用電之電力所能承擔，且A公司並無另行裝置發電機應急施工之義務，是以民法第225條第1項規定：「因不可歸責於債務人之事由，致給付不能者，債務人免給付義務。」，因此業者並無遲延給付之情形。

### 處理建議

業者與消費者訂約時，最好能夠約定工作期間究為工作日或日曆日，此外倘遇天災等非人力所能控制之事由導致給付遲延或給付不能者，最好也能夠在契約內明訂業者毋庸負責，避免消費者因不知法律率而主張請求賠償。

### 參考法令

- 民法第 225 條、第 230 條。
- 臺灣臺北地方法院 90 年度簡上字第 462 號民事判決。

【案例六】業者若遇到消費者針對裝潢成果有疑慮，要求退費時，業者應如何處理？

鄭文婷律師

案例說明

某甲、A 公司於 102 年 5 月 11 日就某甲承租房屋之室內裝修工程，簽訂室內裝修工程合約書約定開工日期為 102 年 5 月 11 日，完工日期為 102 年 6 月 30 日，工程總價為 47 萬元，約定第一期款即工程總價 30% 於同年 5 月 11 日支付；第二期款即工程總價 60% 約定於同年 5 月 31 日支付，某甲已交付 A 公司工程款 42 萬 3000 元，但施工期間因 A 公司施作之工程多有瑕疵且品質極差，未能符合契約約定之標準，某甲遂於 6 月 21 日先以電子郵件反映油漆部分施作不佳，同日 A 公司便收到某甲寄發之存證信函要求解約，返還已付之工程款。

業者指南

- 業者在施工期間前、中及後均應多拍照存證：  
建議業者在施工前就先對施作之現場進行拍照存證，施工期間在面對消費者提出之諸多疑慮時，亦應該先就爭議部分拍照存證，以供作為日後判斷履約爭議之參考，當然在完工時亦應拍照存證，以免業主主張未完工。

- 施作工程之小包是否須具有特定資格，應明定在契約內：  
消費者對於業者是否必須具有特定資格(如本案例是否為專業裝潢業者)，除非消費者在締約伊始就提出特定資格之限制，表明倘無該等資格者將不願與之締約，否則除非在特定職業需具有特定執照(如醫師必須具有醫師執照等)外，一般契約訂定均不要求當事人必須具有一定之資格，而著重在是否具有履約能力即可。

### 案例解析

- 一、本案雙方約定之工期係於 102 年 6 月 30 日始到期，但因 A 公司派遣之包商均是不具專業能力之粗工，所施作之工程有多處瑕疵，某甲於 102 年 6 月 21 日觀察到之工程現況，雖預期工程將無法如期完工，但雙方約定之工期既未屆至，且距離雙方約定之工期屆至時間尚有近 10 日之久，某甲自無理由以其臆測判斷屆期時將無法完工為由發函解除契約；再者，在施工過程中某甲雖眼見工程品質不佳，難以忍受，但該部分尚非屬未完工之範疇，而是事後修補義務之履行問題，亦即某甲在發現瑕疵時應通知 A 公司修補瑕疵，而非發函解約，兩者並不能混為一談。
- 二、某甲主張 A 公司施作系爭工程有遲延完工及有多處瑕疵之事實，所提出之照片多數為 102 年 6 月 11 日至同年月 25 日拍攝所得，亦即尚在施工階段並非完工後拍攝所得。再者，某甲所主張之瑕疵多為油漆不均、施工粗糙等情形，此等瑕疵尚非無

法修補之瑕疵，因此某甲應將瑕疵之情形通知 A 公司，並限期令 A 公司進行修補，A 公司在接到某甲有關瑕疵通知時，亦應在 A 公司所定之期限內盡速完成瑕疵修補，倘若 A 公司不於前項期限內修補者，某甲得自行修補，並得向 A 公司請求償還修補必要之費用。如 A 公司拒絕修補或其瑕疵不能修補者，某甲依民法得解除契約或請求減少報酬。

三、民法第 493 條至第 495 條有關承攬人瑕疵擔保責任之規定，原則上固然是在工作完成後始有其適用，但若承攬之工作為建築物或其他土地上之工作物者，業主如發現業者施作完成部分之工作已有瑕疵，非不得及時依上開規定行使權利，否則坐待工作全部完成，瑕疵或損害已趨於擴大，業主始得請求業者負瑕疵擔保責任，絕非立法之本旨。是本案某甲系爭工程完成前，若發現系爭工程有重大瑕疵，足以影響建築物或工作物之結構或安全時，某甲得不待 A 公司修補瑕疵，逕依民法第 494 條前段規定解除契約。

#### 處理建議

業者在與消費者磋商契約條款時，如曾對工作物之品質有特別約定者，應於訂約時明載於契約內，否則經常會發生業者認知之品質與消費者希求之品質不一致，因而衍生爭議之事發生。在本例中雙方並未約定品質，且業者亦無保證品質，依據民法第360條規定準用於有償契約者，業者亦僅需提供中等品質之物即可，但為避免雙方產生爭議，建議仍應載明約定之品質較妥。

### 參考法令

- 民法第 493 條、第 494 條、第 495 條及第 497 條。
- 最高法院 92 年度台上字第 2741 號判決。
- 臺灣桃園地方法院中壢簡易庭 102 年度壠簡字第 900 號、臺灣桃園地方法院 103 年度建簡上字第 6 號判決。

【案例七】業者遇到消費者對於施工成果爭執與契約預期之品質不同時，業者應如何因應？

鄭文婷律師

案例說明

某甲僱請 A 公司裝潢房屋，雙方於 102 年 1 月 11 日簽訂工程契約，雙方約定工程款 222 萬元，驗收後付款，A 公司並於 102 年 3 月開工，同年 7 月，A 公司以周轉有困難為由，催促某甲交付尾款，某甲遂於 102 年 7 月 23 日付清全數款項。嗣後某甲發現眾多瑕疵，其中以天花板及牆壁龜裂、大理石電視牆與電器櫃破損、以及玄關進門處大理石地磚突起最為嚴重：計玄關、浴室外左方牆壁及客房牆壁龜裂 7 處，吧台區天花板龜裂 25 處，大理石電視牆與電器櫃龜裂 19 處，玄關大理石地磚突起，與相接地磚有約半公分差距。A 公司抗辯應係肇因於地震及捷運共構致生震動，與 A 公司之施工無關。

業者指南

- 室內裝修除涉及裝修工程本身之施工品質外，因建築物本身結構之良莠亦會受有影響，如本件鑑定報告所指出捷運共構因為是鋼構建築，地震時它會有相對大的震動，這會造成物體相接的位置比較容易產生裂縫，這類裂縫多半為明顯而長的型態，因此單從裝修工程本身顯示出來的瑕疵部分，尚無法單獨判斷是否是施工造成之瑕疵，因此業者在施作前，最好能夠對於建

建築物本身結構有所了解，必要時更應委請專業之鑑定機構就建築物之現況進行現況調查，尤其需要進行室內裝修工程者，有很多是老舊建築而須重新翻修，此時業者及消費者均需深入了解建築物本身究為水泥磚造？鋼筋混凝土造？抑或近年來常見之鋼構建築？否則進行裝修後倘若發生雙方認知差異時，很難判斷究竟何人所言有理。

- 此外，對於業主要求採用之材料亦應要有相當程度之認識與了解，本案業主認為大理石電視牆與電視櫃破損之瑕疵係因施工不良所致，但如果業者能事先對於大理石材質有些認識，並事先告知業主大理石常因紋路導致業主錯認為係裂痕者，則業主當可事先心裡有譜而不至在完工後錯認係因施工所致。又工程施作難免有誤差值，但業者應與業主約定在若干範圍內之誤差係屬可容許，以免雙方認知產生差距，因而衍生爭議。
- 本案雙方係約定驗收後付款，業主係在驗收後始付清全部款項，雖業主在驗收後發現房屋有諸多瑕疵，但部分瑕疵並非不可修補，因此業者應在業主限期通知後，盡速完成瑕疵修補；至於無法修補之瑕疵者，業者固可拒絕修補，但相對地業主則可要求解約或減少報酬。另本案業主既是在驗收後始付清全部款項，則業主事後恐無法再執工程瑕疵主張減價，況經鑑定機構專業鑑定後，亦認為本案房屋之裂縫係因地震及捷運共構震動所生，尚與施工之瑕疵無涉，因此業者在施工前更因著重在建築物本身結構的了解，始能避免遭到業主指摘施工品質不佳。

## 案例解析

- 一、本案經法院囑託鑑定機構就系爭瑕疵產生之原因及其應扣款之金額若干為鑑定，經該公會派員至現場勘查後作成鑑定報告，其鑑定結果認為牆壁龜裂、天花板龜裂，按常理來看皆非結構性的問題，捷運共構因為是鋼構建築，地震時它會有相對大的震動，這會造成物體相接的位置比較容易產生裂縫，此外現場看到或長、或細小的裂縫，應都屬於版面熱漲冷縮造成的，一般是屬於正常的物理現象，用批土處理即可以改善。至於某甲主張的大理石電視牆與電視櫃破損之瑕疵及玄關大理石地磚突起與相關地磚有約 0.5 公分差距，則認為此為大理石本身的石英紋路，是其在生成時，有不同的化學成分夾雜在中間，因此有不同顏色的呈現，會被誤以為是裂縫，實際卻是大理石本身的結構紋路，不是施工單位施工造成，也不是建物外力震動所致，這不能算為瑕疵。地磚突起與相關地磚有約 0.5 公分差距則認為此為施工誤差，但為可容許範圍內。
- 二、某甲在驗收後始完成付款義務，顯見某甲亦是認同施工之結果並無疑慮，事後雖發現房屋有裂縫等瑕疵，A 公司亦已多次進行修補瑕疵之工作，可見 A 公司並非拒不修補瑕疵，或修補有所延宕，而係因該等瑕疵乃肇因於捷運共構是鋼構建築，地震時它會有相對大的震動，這會造成物體相接的位置比較容易產生裂縫，係屬非可歸責於 A 公司之事由所致，因此 A 公司應無庸負責。

### 處理建議

業者與消費者簽訂工程契約時，最好能夠將施工之品質做好約定，尤其當消費者對於施工品質有所疑慮時，建議業者應妥善處理，例如可以找來公正的第三鑑定機關，對消費者之疑慮詳加解釋說明，同時保留施工期間之原料、物件等樣品，以作為日後鑑定之標的，避免消費者片面指摘業者施工不良，進而衍生爭議。

### 參考法令

- 民法第 492 條。
- 臺灣新北地方法院板橋簡易庭 103 年度板簡字第 1281 號判決。

## 【案例八】消費者不滿意裝修成果，而向消保官申訴，業者處理之道？

游開雄律師

### 案例說明

某甲新添購台北市大安區某社區高樓層景觀大宅一戶，委由 A 室內設計公司進行裝修，於締約前，某甲即言明因該社區皆大富大貴之人，要求 A 室內設計公司裝修成果須呈現富麗堂皇氛圍，不落於鄰居裝修水準；A 室內設計公司即從事設計並開始裝修，過程中，某甲俱無意見；孰料，裝修完畢交屋後，某甲竟一反其詞，數落裝修成果未呈現其所預想的富貴效果，僅有暴發戶的俗氣，並向消保官申訴，要求修繕並賠償。A 室內設計公司應如何處理？

### 業者指南

- 某甲因個人主觀不滿意裝修成果，認未達富貴效果，恐無法視為瑕疵。
- 某甲向消保官申訴，要求修繕並賠償時，設計公司應積極處理，盡力向消費者溝通說明，爾後並應與消費者訂明契約，避免因主觀上認知差異發生爭議。

### 案例解析

許多人窮盡畢生積蓄，才能購得一戶理想中的好宅，但對於金字塔頂端的富豪巨賈而言，值得擁有的房子除需坐落人人稱羨的燙金地段外，獨特的內部陳設、裝修更是彰顯個人身分地位的象徵，本件某甲指示 A 公司從事設計、裝修之理念，固以富麗堂皇為訴求，但

所稱富貴效果或暴發戶俗氣顯為個人觀感，究應如何判斷是否具瑕疵概念，實屬本件重點；而民眾在遇到消費糾紛時，應如何尋求救濟程序，更是先於實體權利保障，所應探求的方向，才能在即時有效率、適法的救濟途徑中尋求適當幫助：

**一、所謂瑕疵係指不具備通常交易觀念或當事人所約定之價值、效用或品質，尚未及於單純之主觀認知：**

(一) 所謂物之瑕疵係指存在於物之缺點而言，包括物之交換價值、使用價值及所保證品質之瑕疵。凡依通常交易觀念，或依當事人之決定，認為物應具備之價值、效用或品質而不具備者，即為物有瑕疵，且不以物質上應具備者為限。且若出賣之特定物所含數量缺少，足使物之價值、效用或品質有欠缺者，亦屬之。是民法上物之瑕疵擔保之認定標準，實務上即有認為，尚可區分為「契約預定效用之減損」因係當事人取向之主觀瑕疵概念，則以雙方之約定為準；而「交換價值及通常效用之減損」，乃物體取向之客觀瑕疵概念，即依該物種之自身決之（福建金門地方法院 98 年訴字第 13 號判決要旨可參）。

(二) 然例外者，單純因一般民眾心理預期、感受，依通常交易觀念進行判斷，而有影響交易物價值之虞者，即可認定為物之瑕疵一種，於早期實務上，或有嚴格認定，否定之情形（臺灣高等法院 86 年上字第 1637 號判決要旨可參），惟現今實務上大多以是否為交易之重要資訊，

且將影響交易價值作為判斷，而認係屬物之重大瑕疵，比方，兇宅、嫌惡設施等（臺灣臺北地方法院 96 年訴字第 8434 號判決要旨可參）。

（三）從而，本件某甲所指裝修成效無法達成所預期的富貴效果，是否構成物之瑕疵，即應依當事人特別約定之使用目的（主觀的瑕疵概念），並在當事人意思範疇內，就該物依其種類一般具有的客觀特徵（客觀的瑕疵概念）加以判斷，倘某甲或 A 設計公司無法就具體內容予以預先約定清楚，比方，品牌、質材等可具客觀評價或得依交易觀念具體衡量價值者，明訂於契約之中，且某甲於裝修過程之中，並未提出質疑，而裝修成果於通常交易觀念，亦無價值或效用之減損，自難僅憑某甲單純之主觀認知即非可直指為物之瑕疵範疇。

## **二、消費糾紛之處理，民眾不應逕行向消保官提出申訴，惟企業經營者仍應依法踐行第一線消費紛爭之消弭者責任：**

（一）「消費者與企業經營者因商品或服務發生消費爭議時，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。企業經營者對於消費者之申訴，應於申訴之日起十五日內妥適處理之。消費者依第一項申訴，未獲妥適處理時，得向直轄市、縣（市）政府消費者保護官申訴。」、「申訴案件未向企業經營者、消費者保護團體或消服中心申訴者，錄案後將有關資料轉請企業經營者或消服中心、主辦單位處理，並請其將處

理情形及結果逕復申訴人及副知消費者保護官。」、  
「申訴人於下列期間未接獲處理情形之通知，其所提出  
之申訴案件視為本法第四十三條所稱未獲妥適處理：

(一) 企業經營者於接獲申訴之日起，逾十五日者。」

消費者保護法第 43 條、消費爭議申訴案件處理要點第  
12 點第 1 小點、第 11 點第 1 小點定有明文規範。

(二) 倘消費者於接受企業經營者之服務產生消費爭議時，逕  
自向消保官提出申訴者，依法應先行錄案並轉知企業經  
營者處理解決；而企業經營者即應妥善應對、處理客訴  
問題，並依法應於接獲申訴 15 日內，即時給予解決方案  
及適當回應，倘未即時回應，則依前揭要點第 11 點將視  
為未獲妥適處理，是故，本件某甲逕向消保官申訴，消  
保官應依法轉知 A 公司進行處理，務使其負起作為堅實  
第一線消費紛爭之消弭者責任。

### 處理建議

**一、明訂契約內容，避免爭議；運用現今科技展示設計，創造雙  
贏：**

按「承攬人完成工作，應使其具備約定之品質及無減少或滅失  
價值或不適於通常或約定使用之瑕疵。」民法第 492 條定有明  
文，另按「所謂物之瑕疵係指存在於物之缺點而言。凡依通常  
交易觀念，或依當事人之決定，認為物應具備之價值、效用或  
品質而不具備者，即為物有瑕疵，且不以物質上應具備者為  
限。」最高法院 73 年台上字第 1173 號判例可資參照，則某甲

要求 A 公司負擔物之瑕疵責任，即應以符合前開法文規定的瑕疵存在為前提，而為避免爭執及保障雙方權益，負責裝修之公司即應於接受委託設計裝修時，先行於契約上明定各工程細項、尺寸及質材用料、品牌出處等內容，並附以提出設計圖說供業主確認，甚或以 3D 立體圖例予以補充，俾就完工後之意象具體呈現予業主，始得免因主觀上之認知差異產生爭議為是。

## **二、企業經營者應負起消費紛爭最前線的消弭者責任：**

消費者遇有消費糾紛，第一時間往往會直接尋求企業經營者處理，是故如何解決客訴問題，將是企業經營者於經營時一大難題，惟為避免企業形象受損，且彌來消費者因應網路資訊流通及消費者意識抬頭，遇有消費糾紛時，皆會求助於各地方政府、消費者團體或消保官進行處理，從而，倘若是企業經營者在遇有客訴問題時，優先提出解決之道、處理過程之記錄及相關事證之預先蒐集，將大幅減少公司損失；甚且於消費者跳過企業經營者，逕向消保官提出申訴時，更應於接獲通知後，法定日期內，儘速處理解決，以落實第一線消費紛爭之消弭者責任，俾免被視為未妥適處理之劣境。

## **三、倘申訴無結果，消費者依規定申請消費爭議調解時，企業經營者應積極參與調解，與消費者當面溝通，嘗試尋求雙贏之解決方案：**

倘消費者之申訴未獲妥適處理時，消費者得向直轄市或縣(市)消費爭議調解委員會申請調解(消費爭議調解辦法第 2 條第 1

項)，此時建議企業經營者能出席調解，一方面藉此了解消費者之需求，與消費者當面溝通，尋求雙贏之解決之道外，另一方面亦能避免因不到場，於 10 萬元以內之小額消費爭議，遭調解委員逕行認定調解方案恐生之不利益(消費爭議調解辦法第 20 條第 1 項、第 21 條參照)。

#### 參考法令

- 消費者保護法第 43 條
- 民法第 492 條
- 最高法院 73 年台上字第 1173 號判例
- 福建金門地方法院 98 年訴字第 13 號判決
- 臺灣高等法院 86 年上字第 1637 號判決
- 臺灣臺北地方法院 96 年訴字第 8434 號判決
- 消費爭議申訴案件處理要點第 11 點、第 12 點
- 消費爭議調解辦法第 2 條第 1 項、第 20 條第 1 項、第 21 條



## 第二篇

### 旅遊及住宿類

中小企業落實消費者保護指引

**【案例九】旅行社在收取護照及收取台胞證但未收定金時，旅行社可否因人數不足為由取消既定行程？**

蘇錦霞律師

**案例說明**

A 旅行社舉辦 105 年 5 月 24 日「江南黃山 7 日遊」之行程，約定團費新臺幣（下同）27,000 元，旅客某甲表示要參加該團，A 旅行社的業務人員交給某甲 1 紙行程表及國外旅遊定型化契約範本，向某甲收取護照、台胞證，並未簽訂契約收取定金，嗣 A 旅行社因為人數不足，而無法成行，A 旅行社該如何處理？

**業者指南**

- 旅遊契約並非要式契約，是否簽訂書面，並不影響旅遊契約之成立，若雙方意思表示合致，雙方即成立旅遊契約。許多旅行業者認為未收取定金，旅行契約並未成立，此乃錯誤的觀念，因此特別提醒契約成立並非一定要簽署書面的契約或收取定金，只要雙方就行程、價格等契約必要之點要約承諾後，旅遊契約既為成立，若是要取消行程，仍要依據國外旅遊定型化契約應記載事項規定負賠償責任，建議若參團人數的限制，宜於契約中註明，以免生糾紛。

## 案例解析

- 一、按發展觀光條例第 29 條規定：「旅行業辦理團體旅遊或個別旅客旅遊時，應與旅客訂定書面契約。前項契約之格式、應記載及不得記載事項，由中央主管機關定之。旅行業將中央主管機關訂定之契約書格式公開並印製於收據憑證交付旅客者，除另有約定外，視為已依第一項規定與旅客訂約。」。又旅行業管理規則第 24 條第 1 項前段及第 2 項、第 4 項規定：「旅行業辦理團體旅遊或個別旅客旅遊時，應與旅客簽定書面之旅遊契約」、「團體旅遊文件之契約書應載明下列事項，並報請交通部觀光局核准後，始得實施同條」、「旅行業將交通部觀光局訂定之定型化契約書範本公開並印製於旅行業代收轉付收據憑證交付旅客者，除另有約定外，視為已依第一項規定與旅客訂約」，交通部為規定旅遊契約必須記載之事項，及免各旅行社就此等旅行契約需一一報請核准之麻煩，除於上開規則第 23 條第 2 項，列舉旅遊契約必備之內容，並據此訂定「國外旅遊定型化契約應記載及不得記載事項」，而於 88 年 5 月 18 日以交路 88 (一) 字第 04164 號公告發布，又於 93 年 11 月 5 日修正「國外旅遊定型化契約書範本」。同上規則第 27 條並規定：「甲種旅行業代理綜合旅行業招攬第三條第二項第五款業務，或乙種旅行業代理綜合旅行業招攬第三條第二項第六款業務，應經綜合旅行業之委託，並以綜合旅行業名義與旅客簽定旅遊契約。前項旅遊契約應由該銷售旅行業副署」

- 二、據消費者保護法第 17 條之規定：中央主管機關公告應記載之事項，未經記載於定型化契約者，仍構成契約之內容，因此雖然雙方並未簽訂書面的旅遊契約，依據細則之規定仍可作為契約的內容主張。
- 三、而消費者保護法第 17 條規定：「中央主管機關得選擇特定行業，公告規定其定型化契約應記載或不得記載之事項」。而交通部於 105 年 9 月 13 日交路(一)字第 10582003605 號公告，修訂之國外旅遊定型化契約書應記載事項第 12 點之規定：因可歸責旅行業之事由，致旅遊活動無法成行者，旅行業於知悉無法成行時，應即通知旅客且說明其事由，並退還旅客已繳之旅遊費用。若旅行業怠於通知者，亦應賠償旅客依旅遊費用之全部計算之違約金。有關的通知，則按通知到達旅客時，距出發日期時間之長短，依下列規定計算其應賠償旅客之違約金：
- (一)通知於出發日前第四十一日以前到達者，賠償旅遊費用百分之五。
  - (二)通知於出發日前第三十一日至第四十日以內到達者，賠償旅遊費用百分之十。
  - (三)通知於出發日前第二十一日至第三十日以內到達者，賠償旅遊費用百分之二十。
  - (四)通知於出發日前第二日至第二十日以內到達者，賠償旅遊費用百分之三十。
  - (五)通知於出發日前一日到達者，賠償旅遊費用百分之五十。

(六)通知於出發當日以後到達者，賠償旅遊費用百分之一百。

但是旅客如能證明其所受損害超過前項之基準者，得就其實際損害請求賠償。

四、本件旅客某甲表示要參加該團，A 旅行社的業務人員交給某甲 1 紙行程表及國外旅遊定型化契約範本，向某甲收取護照、台胞證，雖未簽訂契約收取定金，但某甲以表示參加該團，並且交附護照及台胞證，業務人員亦告知團費並交付行程表，足認 A 旅行社與某甲已成立旅遊契約之合意，因此旅遊契約業已成立。固然沒有簽訂書面旅遊契約，但 A 旅行社取消出團，係屬可歸責於 A 旅行社之事由，即依照觀光局修訂之國外旅遊定型化契約書應記載事項第 12 點之規定，以 A 旅行社通知到達某甲時，距出發日期之長短，按上開規定計算賠償之違約金。

五、**有關業者可否以未達最低出團人數來主張無法成團，而取消行程？**

在國外旅遊定型化契約範本第 11 條有組團最低人數之約定，而在新修正的國外旅遊定型化契約應記載事項已將組團最低人數之約定納入第 11 點組團旅遊最低人數，規定契約須就最低組團人數記載，若未在契約中紀最低組團人數時，視為無最低組團人數。如未達約定人數，旅行業應於預訂出發之\_\_日前(至少七日，如未記載時，視為七日)通知旅客解除契約；怠於通知致旅客受損害者，旅行業應賠償旅客損害。本件因為 A 旅行社並未與某甲國外旅遊定型化契約範本簽約，且 A 旅行社未提供

契約，所以就在組團最低人數未記明，即不能以人數不足無法成團為由，而不予出團。A 旅行社應依照國外旅遊定型化契約第 12 點的規定賠償甲旅客。契約是保障雙方權利義務的基本要求，建議旅行業之經營者一定要與消費者簽定旅遊契約，以免權益受損。

### 處理建議

- 一、本件 A 旅行社未與某甲簽訂旅遊契約，契約因為雙方對於旅遊的內容及費用有意思表示一致的情形，而使契約成立。而旅行業管理規則第廿五條更明確規定：「旅行業辦理旅遊業務，應製作旅客交付文件與繳費收據，分由雙方收執，並連同與旅客簽定之旅遊契約書，設置專櫃保管一年，備供查核。」若違反時就該規則第五十六條規定，可按發展光觀條例第五十五條第二項處罰九萬元以上四十五萬元以下之罰鍰，並禁止其營業，後果非常嚴重！旅行業者應該極力避免，未簽訂旅遊契約的情形發生。若旅客未給付旅費時，旅行社可以通知並訂出催告期間，旅客未於期限內繳納旅費時，旅行社可主張解除契約。
- 二、而在國外旅遊契約定型化契約書應記載或不得記載之事項經公告後，即受消費者保護法中關於定型化契約規定的拘束，契約中的一般條款，不得違反中央主管機關所公告的應記載及不得記載事項。但是，**相對的公告事項之部份無法涵蓋所有契約之內容，故無法引用所公布旅遊契約範本中對旅行社有利的條文來對抗消費者！**於 105 年 9 月 13 日新修正的應記載事項及不

得記載事項，有將原本只在國外旅遊定型化契約範本第 11 條之組團最低人數之約定，亦規定在應記載之事項中。契約是保障雙方權利義務的基本要求，若是對於履約有特別事項或情事者，一定要記明於契約，以免權益受損。

#### 參考法令

- 消費者保護法第 17 條
- 國外旅遊定型化契約書應記載事項第 11、12 點
- 旅行業管理規則第 23、24、27 條
- 發展觀光條例第 29、55 條

【案例十】旅行社於行程中需更動旅遊行程，為避免產生消費糾紛，業者應該如何處理？

蘇錦霞律師

案例說明

A 旅行社規劃「海峽號體驗之旅五日」的行程，然因海峽號故障停駛三天，而欲變更回程之行程，向旅客表示，行程將多留一天，待海峽號修復後再搭船返回臺灣。但是某甲表示不同意變更行程，要求要依照原訂時間回台灣，A 旅行社應該如何處理才能避免消費糾紛之產生？

業者指南

- 旅遊途中因不可抗力或不可歸責於旅行社之事由，致無法依預定之旅程、食宿或遊覽項目等履行時，旅行社得變更旅程、遊覽項目或更換食宿、旅程，因此超過原定費用時，不得向消費者收取。但因變更致節省支出經費，應將節省部分退還消費者。消費者不同意變更行程時，可以終止契約，亦可以請旅行社墊付費用將其送回原出發地，到達後，由消費者附加利息償還。

案例解析

一、A 旅行社規劃「GO 好玩假期，海峽號體驗之旅五日」，每人團費為新臺幣（下同）4,980 元。然海峽號通知因故障停駛三

天，該旅程因而需要變更回程之行程，將在廈門多留一天，待海峽號修復後再搭船返回臺灣。

二、然而某甲向 A 旅行社的領隊表示不同意變更行程，領隊將某甲載至廈門五通碼頭後即離開，某甲就自行購買小三通套票，自廈門坐船至金門，再搭乘飛機返回臺北松山機場。

三、某甲回台後，向旅行社要求返還其原應搭乘海峽號返回臺灣之船票及平潭至臺北港之船票金額；並要求支付小三通套票費用，及自松山機場至臺北火車站計程車之車資損害。

四、旅遊營業人主要義務為提供旅客旅遊服務，所謂旅遊服務，依民法第 514 條之 1 第 2 項規定係指安排旅程及提供交通、膳宿、導遊或其他有關服務，而旅客通常衡量旅遊營業人之信譽、能力、服務態度、旅遊專業性而決定與旅遊營業人訂立契約，旅遊營業人所提供旅遊服務自應符合旅客當初訂立旅遊契約之本旨。

五、次按旅行營業人非有不得已之事由，不得變更旅遊內容，民法第 514 條之 5 第 1 項定有明文。所謂不得已之事由依社會上的一般通念，以原定給付會導致給付上的重大困難，或是逾越旅遊營業人合理範圍之費用者而言，此參照立法理由謂：「為保障旅客之權益，旅遊營業人對其所提供之旅遊內容，不得任意變更。但有不得已之事由，宜允許變更，方為合理，爰為第一項規定。」可明。

六、海峽號於行程開始後，始宣布因故障而停駛三天，故海峽號故障非 A 旅行社於辦理行程事務時所可預見，則於第五天無法

搭乘海峽號返回臺灣，係不可歸責於 A 旅行社，依前述規定，此事件應該非可歸責於旅行社的事由。

七、並依據民法第 514 條之 5 第 3 項旅遊營業人依第一項規定變更旅程時，旅客不同意者，得終止契約。所以如果**旅客不同意變更可以終止旅遊契約。有關終止後，旅行社可以墊付費用將旅客送回原出發地，但是，所墊付的費用可以向旅客要求附加利息返還。**

八、因此，某甲不同意變更返回台灣的時間，要求終止契約在法律上是允許的，然而返還原出發地的費用係要由某甲自行負擔。但是 A 旅行社如果有節省下來的費用，應該返還給旅客某甲。

#### 處理建議

一、旅遊途中有許多不確定的因素會發生，不僅在民法中有就此不可抗力或不可歸責的事項處理方式加以規範，於國外旅遊定型化契約應記載事項第 20 點訂有：「旅遊中因不可抗力或不可歸責於旅行業之事由，致無法依預定之旅程、交通、食宿或遊覽項目等履行時，為維護旅遊團體之安全及利益，旅行業得變更旅程、遊覽項目或更換食宿、旅程；其因此所增加之費用，不得向旅客收取，所減少之費用，應退還旅客。」「旅客不同意前項變更旅程時，得終止契約，並得請求旅行業墊付費用將其送回原出發地，於到達後附加利息償還之。」

二、旅行社若遇到不可抗力或不可歸責之情形，就發生事件原由及變更旅程、食宿之情形向旅客說明，並且請旅客就同意變更的

事項簽署同意書，並避免旅程結束後，旅客主張並未同意變更事項，或變更事項之內容與原本所說的內容有差異而產生糾紛。對於不同意的旅客亦可以與之說明，若不同意時，可終止旅遊契約，終止後要返回出發地之費用，必須由旅客自行負擔，另外，如果有節省之費用亦將歸還旅客，此部分亦應簽立書面之文件，以證明旅客確實之意思，否則若旅客返回出發地之後，仍向旅行社要求賠償，增加旅行社處理作業的困擾。

#### 參考法令

- 民法第 514 條之 1
- 民法第 514 條之 5
- 國外旅遊定型化契約應記載事項第 20 條

## 【案例十一】消費者參團回國後，投訴領隊服務不佳，旅行社應該如何處理？

蘇錦霞律師

### 案例說明

A 旅行社接獲參團回國後之團員某甲，投訴領隊服務不佳，例如未於下車前宣布停留時間、不點名即離開景點造成團員失散而耽誤 30 分鐘、入住飯店程序草率令團員久候、私自宣布前往商店購物、團員住宿飯店時均未曾打電話查房等疏失，要求 A 旅行社賠償，旅行社應如何處理？

### 業者指南

- 隨團領隊的服務影響該旅行團是否令消費者滿意的關鍵之一，因此，建議領隊的管理，可以讓旅遊的團員在旅遊結束後填寫意見表，就此部份可以收集參團的消費者的意見。旅行業者因消費者事後有投訴領隊服務不佳的情形，時常因為舉證困難，而遭到法院敗訴判決，需要賠償消費者損失，特以此例，建議業者正確的處理方式，以填具意見表方式做為證明，表明僅係該投訴消費者個人之意見，而非實際之情形，若有糾紛時，可以做為舉證之方式。

## 案例解析

- 一、本案係 A 旅行社舉辦美洲旅遊團，旅遊期間自 104 年 2 月 26 日起至 104 年 3 月 21 日止共 24 日，每人團費 245,000 元，依旅行社所規劃行程 104 年 2 月 28 日參觀世界文化遺產墨西哥大學，此部分景點於招攬廣告上特別載明，某甲主張領隊沒有帶其前往參觀；又原訂 104 年 3 月 12 日應造訪咖啡工廠，領隊亦未帶領團員造訪，而變更為爬山中步道，甚而領隊未全程陪同團員，當日下午 4 時即返回飯店；另於 104 年 3 月 13 日原安排參觀聖荷西市國立歌劇院、國立博物館、中央公園及大都會等 4 處景點，領隊僅於國立歌劇院停留 1 小時，其餘 3 處均未帶領團員前往。領隊服務不佳例如未於下車前宣布停留時間、不點名即離開景點造成團員失散而耽誤 30 分鐘、入住飯店程序草率令團員久候、私自宣布前往商店購物、團員住宿飯店時均未曾打電話查房等疏失，而消費者要求賠償。
- 二、按旅遊營業人提供旅遊服務，應使其具備通常之價值及約定之品質，旅遊服務不具備前條之價值或品質者，旅客得請求旅遊營業人改善之。旅遊營業人不為改善或不能改善時，旅客得請求減少費用。其有難於達預期目的之情形者，並得終止契約。因可歸責於旅遊營業人之事由致旅遊服務不具備前條之價值或品質者，旅客除請求減少費用或並終止契約外，並得請求損害賠償，民法第 514 條之 6、第 514 條之 7 分別定有明文。並依於國外旅遊定型化契約應記載事項第 20 點訂有：「旅遊中因

不可抗力或不可歸責於旅行業之事由，致無法依預定之旅程、交通、食宿或遊覽項目等履行時，為維護旅遊團體之安全及利益，旅行業得變更旅程、遊覽項目或更換食宿、旅程；其因此所增加之費用，不得向旅客收取，所減少之費用，應退還旅客。」  
「旅客不同意前項變更旅程時，得終止契約，並得請求旅行業墊付費用將其送回原出發地，於到達後附加利息償還之。」另應記載事項第 21 點亦規定：「**因可歸責於旅行業之事由**，致未達旅遊契約所定旅程、交通、食宿或遊覽項目等事宜時，**旅客得請求旅行業賠償各該差額二倍之違約金**。旅行業者應提出前項差額計算之說明，如未提出差額計算之說明時，其違約金之計算至少為全部旅遊費用之百分之五。旅客受有損害者，另得請求賠償。」若旅行社未依契約所訂「等級」辦理餐宿、交通旅程或遊覽項目等事宜時，消費者可得請求賠償「差額」2 倍之違約金。

三、本件某甲因為與旅行社調解不成，就向法院提出請求賠償之訴訟，於法院審理時，領隊向法院表示：行程表有以三角形標示的地點確實是會安排下車參訪的行程，104 年 3 月 13 日在車子經過大都會大教堂時，領隊有跟團員宣布這裡不能停車，有興趣的自由活動時間可以下車照相，大教堂離自由活動的地方走路只有 5 分鐘，中央廣場就是文化廣場，也就是歌劇院、國立博物館上面的空間，當天行程自由活動地點就包含當天預定的全部景點；導遊有帶領團員到歌劇院大廳及國立博物館的入口處講解，有詢問團員有無問題，因團員表示均無問題後才自

由活動。有關 104 年 3 月 12 日參訪咖啡工廠，因為導遊將行程移到隔天會比較順路，雖然 12 日未參訪但隔日有前往。

四、104 年 3 月 12 日當天參觀一個蝴蝶谷公園，原本行程上沒有安排附贈的，在公園裡跟著導遊從植物園、鳥園、蝴蝶園、美洲豹園一路走到餐廳，當時因為在下雨，而且大家吃飯時間有早有晚，大家方向都不一樣，所以沒有辦法團體行動，並無任何造成團員失散而耽誤 30 分鐘之情形。

五、法院判決依據某甲所填寫之旅遊團員意見表各項欄位均勾選良好以上之評等意見，且亦未具體記載任何旅遊品質不佳之情形，而認定 A 旅行社不必賠償任何損失。

#### 處理建議

一、按當事人主張有利於己之事實者，就其事實有舉證之責任，民事訴訟法第 277 條本文定有明文。民事訴訟如係由原告主張權利者，應先由原告負舉證之責，若原告先不能舉證，以證實自己主張之事實為真實，則被告就其抗辯事實即令不能舉證，或其所舉證據尚有疵累，亦應駁回原告之請求（最高法院 17 年上字第 917 號判例意旨參照）。請求履行債務之訴，除被告自認原告所主張債權發生原因之事實外，應先由原告就其主張此項事實，負舉證之責任，必須證明其為真實後，被告於其抗辯事實，始應負證明之責任，此為舉證責任分擔之原則（最高法院 43 年臺上字第 377 號判例意旨參照）。

二、法律有明文規定對於事實的主張必須負舉證責任，消費者雖有所抱怨，但是，若無法舉出實際的證明時，難能僅以其個人的感受，做為請求的依據，所以，本件消費者若是無法提出其他的證明，縱然走進法院進行訴訟，仍無法依照其主張做賠償。旅行社其實為保障權益，應要求領隊對於旅遊行程是否依據契約行程規劃履行，應該詳實記錄，避免紛爭。

#### 參考法令

- 民法第 514 條之 6、第 514 條之 7
- 國外旅遊契約定型化契約書應記載事項第 20、21
- 民事訴訟法第 277 條
- 最高法院 43 年臺上字第 377 號民事判例

## 【案例十二】消費者於線上旅遊展中訂購旅遊套票後要求退費，業者應該如何保護經營權利？

蘇錦霞律師

### 案例說明

A 旅行社在網站上推出線上旅展「新春開喜泰國雙主題樂園 + 雙遊船 5 + 1 日」之套票行程，消費者 105 年 1 月 10 日在線上旅展中訂購 4 人行程，並約定出團日期為 105 年 2 月 1 日，消費者主張係為通訊交易於訂購後七天內可要求退費，旅行社是否可以不同意消費者退費？

### 業者指南

- 在網路上作為交易的平台，旅行社者已施行多年，糾紛漸趨和緩，而因行政院消費者保護處所公告「通訊交易解除權合理例外情事適用準則」，自 105 年 1 月 1 日起施行，依據準則第 3 條規定，旅遊契約，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，可視為消費者保護法第 19 條第 1 項但書之合理例外情事，故不適用通訊交易之規定有七日解除權利。就此公告內容之後，旅行業者更有法律上依據，無須適用消費者保護法第 19 條第 1 項，消費者有七日的猶豫期間。

## 案例解析

- 一、立法院院會於 104 年 6 月 2 日增修消費者保護法中有關網路買賣的部分條文，將「郵購買賣」修正為「通訊交易」，郵購買賣依一般社會觀念，概指傳統上業者透過型錄之寄送，使消費者訂購商品。而消費者保護法對郵購買賣之定義尚包括新興之網路交易或透過電視購物頻道交易等其他類似交易，本次修正參考外國立法例，修正名詞用語(參考消費者保護法第 2 條)。
- 二、且規定通訊交易之企業經營者應提供清楚易懂之消費資訊，以預防消費糾紛，通訊交易業者於交易時，應提供消費者充分之資訊，包括：得迅速有效聯絡之通訊資料；商品或服務之內容、對價、付款期日及方式、交付期日及方式；相關交易是否適用 7 日猶豫期；消費申訴之受理方式等資訊。(參考消費者保護法第 18 條)
- 三、此外增訂了通訊交易有合理例外情事得不適用 7 日猶豫期，因為外國對於性質特殊之商品或服務於通訊交易多有排除適用 7 日猶豫期之規定，為衡平業者及消費者之權益，增列但書規定，使通訊交易有合理例外情事得不適用 7 日猶豫期，並授權行政院訂定合理例外情事。(參考消費者保護法第 19 條)
- 四、因此行政院所公告「通訊交易解除權合理例外情事適用準則」，自 105 年 1 月 1 日起施行，依據準則第 3 條規定，旅遊契約，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，可視為消費

者保護法第 19 條第 1 項但書之合理例外情事，故不適用通訊交易之規定有七日解除權利。

- 五、消費者在網站上訂購 A 旅行社「新春開喜泰國雙主題樂園 + 雙遊船 5 + 1 日」之套票行程，消費者主張係為通訊交易於訂購後七天內可要求退費，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，可視為消費者保護法第 19 條第 1 項但書之合理例外情事，故不適用通訊交易之規定有七日解除權利。

#### 處理建議

- 一、國內旅遊定型化契約應記載第 3 點(國外旅遊定型化契約應記載事項第 3 點亦是同樣規定)對於廣告責任規定：應記載旅行業應確保廣告內容之真實，其對旅客所負之義務不得低於廣告之內容。廣告、宣傳文件、行程表或說明會之說明內容均視為本契約內容之一部分。國內旅遊定型化契約不得記載事項第 1 點(國外旅遊定型化契約不得應記載事項第 1 點亦是同樣規定)：旅遊之行程、住宿、交通、價格、餐飲等服務內容不得記載「僅供參考」或使用其他不確定用語之文字。國內旅遊定型化契約不得記載事項第 2 點(國外旅遊定型化契約不得應記載事項第 1 點亦是同樣規定)旅行業對旅客所負義務排除原刊登之廣告內容。
- 二、近年來部分旅遊業者，結合傳統特色旅遊產品走個性化發展，以網路作為行銷的方式可將運作成本降低，客源具有個別化差

異，增加業務之發展。然而，多數的業者透過網路行銷進而直接在線上與消費者進行交易，旅遊的服務範圍包括了安排旅程及提供交通、膳宿、導遊或其他有關服務，建議業者在網上交易時，應將各項服務範圍詳細明確的記載說明，清楚註明旅行團的售價、逗留期間，以及有關交通安排的內容，如刊登其他有條件的優惠團價，應與相對的非優惠團價並列，避免產生糾紛。

三、雖然有關於通訊交易解除權合理例外情事適用準則第 3 條已將旅遊契約排除有七日猶豫期間解除權之適用。但是，在消費者保護法第 18 條也要求業者應提供清楚易懂之消費資訊；應提供消費者充分之資訊，包括：得迅速有效聯絡之通訊資料；商品或服務之內容、對價、付款期日及方式、交付期日及方式；相關交易是否適用 7 日猶豫期；消費申訴之受理方式等資訊。

四、因此，消費者雖然無法主張七日猶豫期間解除契約，若是業者的廣告不實或資訊揭露不完整，而損害消費者的權益，消費者仍可依據契約或民法的相關規定主張解除契約或損害賠償，並非取消了七日猶豫期間解除權，其他的權益就無法主張。況且，依據國內旅遊定型化契約應記載事項及國外旅遊定型化契約應記載事項，消費者仍可在旅遊前或旅遊中隨時解除或終止契約，但消費者需負擔解除或終止應給付業者之費用。在國內旅遊定型化契約應記載事項第 13 點(國外旅遊定型化契約應記載事項第 13 點亦是同樣規定)旅客出發前任意解除契約及其責

任中規定：旅客於旅遊活動開始前解除契約者，應依旅行業提供之收據，繳交行政規費，並應賠償旅行業之損失，其賠償基準如下：

- (一) 旅遊開始前第四十一日以前解除契約者，賠償旅遊費用百分之五。
- (二) 旅遊開始前第三十一日至第四十日以內解除契約者，賠償旅遊費用百分之十。
- (三) 旅遊開始前第二十一日至第三十日以內解除契約者，賠償旅遊費用百分之二十。
- (四) 旅遊開始前第二日至第二十日以內解除契約者，賠償旅遊費用百分之三十。
- (五) 旅遊開始前一日解除契約者，賠償旅遊費用百分之五十。
- (六) 旅客於旅遊開始日或開始後解除契約或未通知不參加者，賠償旅遊費用百分之一百。

前項規定作為損害賠償計算基準之旅遊費用，應先扣除行政規費後計算之。

旅行業如能證明其所受損害超過第一項之基準者，得就其實際損害請求賠償。

五、建議業者若是透過網路上交易，應具體將上開解除契約之相關資訊揭露於網站中，避免其他爭議產生。

### 參考法令

- 消費者保護法第 18 條
- 消費者保護法第 19 條
- 通訊交易解除權合理例外情事適用準則第 3 條
- 國內旅遊定型化契約應記載第 3、13 點
- 國外旅遊定型化契約應記載事項第 3、13 點
- 國外旅遊定型化契約不得記載第 1、2 點
- 國外旅遊定型化契約不得記載第 1、2 點

【案例十三】業者與消費者因退還定金比例，而產生消費爭議時，業者應該如何保護營運方式？

苗怡凡律師

案例說明

難得連續假期，某甲想要來趟環島之旅，在飯店的官網上預先訂好住宿房間。沒想到出發前一天全台發佈大雨預告，蘇花跟南迴恐怕會有落石坍方，安全有很大疑慮，只好打電話取消訂房，業者卻表示要根據取消日期比例收取違約金，但某甲表示，明明訂房網站上說免定金免違約金。業者該如何處理？

業者指南

- 業者與訂房網站合作時應該注意網站給予消費者之條件。訂房網站如載明免收定金、取消免違約金，則應構成雙方契約內容；業者不能再行主張依照旅客解除契約通知到達業者之時間扣款。
- 業者應注意收取定金之上限；並注意因可歸責於業者而解除契約之情況，如未收取定金係以房費總金額計算損害賠償之規定。

## 一、契約應符合公平

契約內容於當事人間應盡量符合公平，尤其是契約當事人如果在締約前沒有事先磋商的機會，而是直接以一方預先擬定的內容做為契約內容的情況下，很容易發生預擬契約者，以其立場、考量訂立契約內容，而可能發生未必符合兩方利益之情況。因此，業者應特別注意，如業者為規範與消費者間之關係而自行擬定規範內容，難免會以業者之立場考量，特別處理業者關注之問題，因此法律對於此種情況特別介入調整。

例如，民法第 247-1 條即規定：「依照當事人一方預定用於同類契約之條款而訂定之契約，為左列各款之約定，按其情形顯失公平者，該部分約定無效：

- 1.免除或減輕預定契約條款之當事人之責任者。
- 2.加重他方當事人之責任者。
- 3.使他方當事人拋棄權利或限制其行使權利者。
- 4.其他於他方當事人有重大不利益者。」

民法規定了上述大原則方向，消費者保護法則更進一步具體化實踐契約平等之精神。

根據消費者保護法第 17 條規定：「中央主管機關為預防消費糾紛，保護消費者權益，促進定型化契約之公平化，得選擇特定行業，擬訂其定型化契約應記載或不得記載事項，報請行政院核定後公告之。」

前項應記載事項，依契約之性質及目的，其內容得包括：

- 1.契約之重要權利義務事項。
- 2.違反契約之法律效果。
- 3.預付型交易之履約擔保。
- 4.契約之解除權、終止權及其法律效果。
- 5.其他與契約履行有關之事項。

第一項不得記載事項，依契約之性質及目的，其內容得包括：

- 1.企業經營者保留契約內容或期限之變更權或解釋權。
- 2.限制或免除企業經營者之義務或責任。
- 3.限制或剝奪消費者行使權利，加重消費者之義務或責任。
- 4.其他對消費者顯失公平事項。

違反第一項公告之定型化契約，其定型化契約條款無效。該定型化契約之效力，依前條規定定之。中央主管機關公告應記載之事項，雖未記載於定型化契約，仍構成契約之內容。企業經營者使用定型化契約者，主管機關得隨時派員查核。」

根據消費者保護法規定，主管機關公布之定型化契約應記載或不得記載事項具有強制效力，如果業者自行擬定之契約條款未納入應記載事項規定，則應記載事項之規定仍會構成雙方契約內容之一部分；如果約定事項與應記載事項有所牴觸或違反，則該部分之條款無效，仍應依以應記載事項為準；而如業者執意將不得記載事項列入自己契約，該部分亦會因為違反不得記載事項之規定而歸於無效。

因此，業者應特別注意自己經營之行業，主管機關是否已經公

布定型化契約應記載或不得記載事項；並注意算盤不可以打錯，如果忽略應記載或不得記載事項之規定，即有可能錯誤估計營業風險，並增加不必要的糾紛。

## **二、經營旅館、民宿業務，應注意參考「觀光旅館業與旅館業及民宿個別旅客直接訂房定型化契約應記載及不得記載事項」**

中央主管機關交通部對於旅館、民宿業務，於 102 年 8 月 1 日訂立「觀光旅館業與旅館業及民宿個別旅客直接訂房定型化契約應記載及不得記載事項」（以下簡稱訂房契約應記載不得記載事項），規範內容係觀光旅館業、旅館業及民宿業者間與個別旅客間之訂房關係。對於旅客訂房及退訂，下列事項應特別注意。

## **三、業者及旅客之身分均應特定**

觀光旅館業、旅館業或者民宿雖均應符合主管機關規定之條件始得開始營業；然實務上仍經常發現冒充合法民宿業者於網路上招攬生意之情況發生；因此旅客訂房時，不僅業者應留下旅客之姓名、電話、住（居）所、身分證字號等資料，以利聯絡；但同時業者也應該將公司或商號之名稱、負責人或經營者之姓名、電話、地址、營業執照或登記證號碼、網址、聯絡人姓名電話、傳真或電子信箱留給訂房旅客，以免後續連繫、履約時出現問題，甚至爭議發生時，求助無門。

## **四、業者提供之住宿及服務內容應明確詳細**

業者除提供住宿外，是否包括早餐、午餐、晚餐或下午茶、哪幾餐包括？住宿地點是否有空調設備、是否提供盥洗用具、大

廳或房間內有無無線上網、有無特定地點接送、接送時間及班次等等，應係旅客在意而應在契約中納入之事項。

另外，旅客之住宿期間、所需客房房型、數量、訂房者或住房者姓名及連絡方式、房價總金額（含稅及服務費）及付款方式，亦屬應明確約定事項。

上開內容或屬業者一般給付內容，或係特定時間之促銷方案，因為旅客訂房時間不一，可能異其內容。故不論業者或旅客，都應該注意契約內容是否已經明確約定上開事項。

## **五、定金收取及退訂規定**

### **(一) 定金上限**

業者於接受旅客訂房時，可以選擇收取定金或不收定金；惟如收取定金，不得逾約定總房價百分之三十。換言之，如預先收取全額房費，即屬超收定金，消費者有權拒絕。

### **(二) 旅客解約時之定金退還方式**

旅客於訂房後，經常會發生行程變更、人員變動，而必須變動訂房時間及內容之需要。

如旅客要求變更住宿日期、住宿天數、房型、房間數量，經業者同意者，旅客即不需支付因變更所生之費用；換言之，即不能視之為原訂房契約解除、另訂一新訂房契約。定金數額牽涉契約解除時之退還金額。如旅客要求解除契約，應通知業者；根據旅客通知時間，應退還之金額不同：

1.於預定住宿日十四日前通知者，得請求業者退還已付定金

- 百分之百；
- 2.於預定住宿日十至十三日前到達者，得請求業者退還已付定金百分之七十；
  - 3.於預定住宿日七至九日前到達者，得請求業者退還已付定金百分之五十；
  - 4.於預定住宿日四至六日前到達者，得請求業者退還已付定金百分之四十；
  - 5.於預定住宿日二至三日前到達者，得請求業者退還已付定金百分之三十；
  - 6.於預定住宿日一日前到達者，得請求業者退還已付定金百分之二十。
  - 7.於預定住宿日當日到達或怠於通知者，業者得不退還旅客已付全部定金。

### **(三)業者無法履行契約時之定金退還**

業者如無法履行訂房契約，應儘速通知旅客。如係可歸責於業者之原因，如業者收取定金者，應加倍返還定金；其因業者之故意所致者，旅客並得另外請求以定金三倍計算之損害賠償。如業者未收取定金，旅客得請求以約定房價一倍計算之損害賠償；其因業者之故意所致者，旅客得請求以約定房價三倍計算之損害賠償。

同時，旅客如可以證明受有其他損害者，得一併請求賠償。且業者與旅客有其他更有利於旅客之協議者，依其協議。

#### (四)因不可抗力或不可歸責於雙方當事人事由之解除

如果係因不可抗力或不可歸責於雙方當事人、致業者無法履行者，業者應無息返還旅客已支付之全部定金及其他費用。

#### 六、業者應承受訂房網站給予的優惠及風險

由於旅遊型態改變，除了團體旅遊外，自由行也是國人愛好的旅遊方式；為了處理住宿問題，國人對於國際訂房網站越來越熟悉，甚至國內旅遊，也習慣直接找尋訂房網站。

為了打響知名度、衝業績，訂房網站經常發布特別優惠活動，例如保證最低價、免收定金，甚至取消訂房免違約金。然因訂房網站並非訂房契約當事人，縱於訂房網站付費刷卡、完成交易，訂房網站仍不能取代旅館或民宿而成為契約當事人。

依據民法第 224 條前段規定：「債務人之代理人或使用人，關於債之履行有故意或過失時，債務人應與自己之故意或過失負同一責任。」故不論係訂房網站與旅館或民宿間之內部關係如何，旅館或民宿業者都應該根據訂房網站所顯示之條件，對旅客負履約責任。

#### 處理建議

如本案例所述，某甲因為連續假期前天氣有大雨預報，於前一天打消行程。此應屬某甲個人的考量，某甲應盡速通知業者。惟某甲於住宿日前一日始通知業者，故業者可僅退還定金百分之二十。如業者已經要求某甲刷卡付清全額房價，則因定金金額不得超過總房價之百分之三十，故計算下來，業者應退還已收總房價之76%。

### 參考法令

- 民法第 247-1 條
- 消費者保護法第 17 條
- 觀光旅館業與旅館業及民宿個別旅客直接訂房定型化契約應記載及不得記載事項

## 【案例十四】業者因提供服務不符合消費者預期，而遭投訴時，業者應該如何處理？

苗怡凡律師

### 案例說明

旅館標榜有六星級服務水準，但入住後卻發現隔音不佳、熱水不熱、服務台無人接聽電話等等問題！某甲之反應，未獲業者回應，於是向觀光局提出申訴。業者該如何處理？

### 業者指南

- 業者提供之服務應與廣告、網站內容相符，並不得誇大不實。
- 業者如因特殊因素臨時無法提供部分服務，建議於旅客入住時即刻說明，取得旅客之諒解及簽名。
- 業者應以客為尊，如果入住賓客對於服務品質有意見，當然應該即刻進行改善；旅客投訴雖必然有其原委，但投訴內容未必屬實，建議業者將旅客投訴事項視為提供改善建議，以化解爭執。

### 案例解析

#### 一、觀光旅館、旅館及民宿各有不同服務水準

根據我國發展觀光條例之規定，觀光旅館業、旅館、民宿各為不同之住宿服務提供類型：「觀光旅館」分為國際觀光旅館及一般觀光旅館；除此之外，以各種方式名義提供不特定人以日

或週之住宿、休息並收取費用及其他相關服務之營利事業即屬「旅館」。至於「民宿」，係利用自用住宅空閒房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所。三種型態之住宿服務，不論經營之內容及方式，均有相當大之差異，而且各有不同服務水準之要求。例如觀光旅館，設備上應符合觀光旅館建築及設備標準之規範，住宿品質上亦有相當之要求；未依該規則取得核准，不得使用國際觀光旅館或一般觀光旅館之名稱或專用標識。根據相關法規，主管機關對於旅館之行業規範甚為嚴謹，相關應遵循事項均制定有法規規定。

## **二、我國並無六星等之旅館；業者如為招攬業務，標榜六星級服務，即有觸法可能**

為決定「觀光旅館」及「旅館」服務之等級，主管機關依據觀光旅館業管理規則第十四條及旅館業管理規則第三十一條規定，制定有星級旅館評鑑作業要點；並依據住宿設施及提供服務之水準，分別等級由一星至五星。

例如一星級旅館：要求此等級旅館提供旅客基本服務及清潔、安全、衛生、簡單的住宿設施；二星級旅館則應提供旅客必要服務及清潔、安全、衛生、舒適的住宿設施，包括簡易用餐場所、客房內設有具良好衛浴設備之衛浴間，且有二十四小時服務之櫃檯服務；三星級旅館：此等級之旅館應提供旅客親切舒適之服務及清潔、安全、衛生良好且舒適的住宿設施，並設有餐廳提供早餐服務、設有旅遊（商務）中心能提供影印、傳

真、電腦網路等設備、客房內之衛浴設備品質良好且乾濕分離；四星級旅館，則應能提供旅客精緻貼心之服務及清潔、安全、衛生優良且舒適之住宿設施，並設有二間以上能提供三餐服務之高級餐廳、旅遊（商務）中心、宴會廳、會議室、運動休憩及全區智慧型網路服務等設施，並能以外語提供全日之客務、房務服務，及適時之餐飲服務。最高等級之五星級旅館，應要求提供旅客頂級豪華之服務及清潔、安全、衛生，且精緻舒適的住宿設施，並設有二間以上高級餐廳、旅遊（商務）中心、宴會廳、會議室及運動休憩及全區智慧型無線網路服務等設施。

旅館星級應根據評鑑決定。評鑑時分為「建築設備」及「服務品質」二階段辦理；

**（一）於「建築設備」之評鑑項目如下：**

- |              |            |
|--------------|------------|
| 1.建築物外觀及空間設計 | 6.運動休憩設施   |
| 2.整體環境及景觀    | 7.客房設備     |
| 3.公共區域       | 8.衛浴設備     |
| 4.停車設備       | 9.安全及機電設施  |
| 5.餐廳及宴會設施    | 10.綠建築環保設施 |

(二) 於「服務品質」評鑑項目如下：

- |          |             |
|----------|-------------|
| 1.總機服務   | 7.房務服務      |
| 2.訂房服務   | 8.客房餐飲服務    |
| 3.櫃檯服務   | 9.餐廳服務      |
| 4.網路服務   | 10.用餐品質     |
| 5.服務中心   | 11.運動休憩設施服務 |
| 6.客房整理品質 |             |

依據上開評鑑結果，僅參加「建築設備」評鑑而未參加「服務品質」評鑑之旅館，最高只核給三星級；參加「服務品質」評鑑之旅館，則依「建築設備」與「服務品質」兩項加總分數核給三星至五星等級。

由上述規定說明，我國法令對於不同等級之旅館，要求提供不同水準之服務；五星已是最高等級，服務上要求頂級豪華，住宿上亦要求達到精緻舒適；此種頂級豪華之服務沒有上限，故法規上不能、亦未再有高於五星等級之標準能予設置。

**三、我國並無六星等之旅館；業者如為招攬業務，標榜六星級服務，即有觸法可能**

我國既無六星級而業者竟然標榜自己提供六星等級，則因為法規限制，不論服務頂級豪華、住宿精緻舒適至何種程度，均只能符合五星級之服務水準，故縱使業者對於自身之服務、住宿水準有多自信，客觀上均屬不可能達成，故如果業者標榜六星級服務，均使自己處於客觀上無法履約之狀態。更何況，根據旅館之星等評鑑，業者無法拿六星級，不論業者獲得四星或者

五星評鑑結果，均非六星；業者明知自己經營之旅館僅有四星而標榜六星，顯可判斷主觀上有使人陷於錯誤之意圖。

我國並無六星等級旅館，且而業者竟然自許為六星等級，則引人錯誤、廣告不實之情明確，除民事上可能陷業者自身於履約不能、廣告不實之情況外，更有可能致生刑事詐欺責任，業者不可不慎。

#### **四、業者應提供具有與廣告內容相同、且與住宿目的相符之服務； 如客房設備故障，應立即為旅客更換客房**

根據星級旅館評鑑結果，業者可向觀光局申請星級旅館評鑑標識，旅館業應將該等級區分標識，置於門廳明顯易見之處，為旅館業管理規則第 31 條規定。故根據業者懸掛之星級旅館區分標誌，業者所應提供之服務及設備，實已相當明確。

#### **處理建議**

本件旅客入住後，發現隔音不佳、熱水不熱、服務台無人接聽電話等等，隔音及熱水應屬旅館之設施，服務台則係業者提供之服務，惟二星級旅館即應提供旅客必要服務及清潔、安全、衛生、舒適的住宿設施，包括客房內設有具良好衛浴設備之衛浴間，且有二十四小時服務之櫃檯服務。惟業者標榜六星，卻連基本二星級之服務水準均無法達成，無怪乎旅客要提出申訴。

依據觀光旅館業與旅館業及民宿個別旅客直接訂房定型化契約應記載及不得記載事項第十三點規定：「業者應確保旅客入住期間客房合於使用狀態，並提供各項約定之服務。非因旅客之事由致客房設

備故障者，旅客得立即通知業者，並得要求更換房間。」

本案旅客於發現設備上問題後，立即反應，卻面臨服務台無人、無人回應之情況，果真屬實，則業者所提供之服務，除不能滿足最基本於旅館住宿服務及設備上之要求外，如果業者對於服務台電話未有任何紀錄設備，恐怕也難以反駁旅客之說法。如客觀上判斷業者確有服務不周，建議妥善與旅客協調處理。

否則依據星級旅館評鑑作業要點第16點規定：「核發星級旅館評鑑標識後，如經消費者投訴且情節嚴重，或發生危害消費者生命、財產、安全等事件，或經查有違規事實等，足認其有不符該星級之虞者，經查證屬實，本局得提會決議，廢止或重新評鑑其星等。」則業者恐怕面臨廢止或重新評鑑星等之情況，更加勞神傷神，實應避免。

#### 參考法令

- 發展觀光條例
- 觀光旅館業管理規則
- 旅館業管理規則
- 星級旅館評鑑作業要點
- 觀光旅館業與旅館業及民宿個別旅客直接訂房定型化契約應記載及不得記載事項

**【案例十五】業者所提供住宿環境，因消費者個人因素危及生命安全，而遭致消費者投訴理賠，業者應該如何處理？**

苗怡凡律師

**案例說明**

某甲住進旅館十分開心，一進房間就放了滿滿的熱水打算泡澡，水滿了也沒關掉；由於地板濕滑，某甲因此滑倒撞到頭而暈過去；還好同行友人發現送醫。某甲認為浴室沒有止滑設備、也未配置緊急求救鈴，要求旅館應該賠償醫藥費、房費，以及行程不能如預期進行的損失。

**業者指南**

- 止滑設備確實為浴室應考量之設計；設置時，設計上應予注意且保持通常效用。
- 如跌倒原因並非因為浴室防滑性不足，則業者應可從旅客使用浴室之方式確實不當而主張旅客對於損害之發生具有過失。

**案例解析**

**一、業者應確保營業場所安全**

依據消費者保護法第 7 條規定：「從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者，於提供商品流通進入市場，或提供服務時，應確保該商品或服務，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性。商品或服務具有危害消費者生命、身體、

健康、財產之可能者，應於明顯處為警告標示及緊急處理危險之方法。企業經營者違反前二項規定，致生損害於消費者或第三人時，應負連帶賠償責任。但企業經營者能證明其無過失者，法院得減輕其賠償責任。」

依據上開規定，業者所提供之商品或服務，或許種類態樣繁多，雖然店面並非業者提供的商品或者服務，惟因為業者營業場所有助於交易達成，因此，只要具有實體店面、可供消費者進入選購，業者即應注意場所安全；而旅館業所提供之商品或服務內容，即係場所之本體，故對於場所安全，更形重要。

## 二、前車之鑑

對於場所安全問題，已有相當多之前例可供參考。以下即分別兩種情況各舉一例：

### 1. 銷售商品或服務之營業場所

最高法院 102 年台上字第 1445 號 民事判決係針對百貨公司內，消費者搭乘手扶梯之意外。消費者搭乘手扶梯由二樓往一樓時，因手扶梯突然停頓，造成消費者身體急速往前傾倒，然後又往後傾倒，致腰臀部撞及手扶梯。經送醫救治，發現受有第五腰椎腰弓骨折合併第一薦椎脊椎滑脫、第四到五腰椎椎間盤突出、右側手腕三角纖維軟骨破裂等傷害。

於本案例中，消費者主張百貨公司為銷售商品，提供服務之企業經營者，應確保其營業場所之安全...於手扶梯，應設置警告標示及緊急處理危險之方法而未設置，故違反販賣商品之空間與附屬設施應確保其安全之作為義務。

## 2. 旅館業之大眾池

臺灣高等法院 101 年消上字第 10 號 民事判決則係處理消費者至旅館大眾池泡溫泉，發生心肌梗塞死亡之狀況。

此案消費者係與同行友人一同至旅館大眾池泡湯。友人先使用完畢，於是換裝至外等候。久候多時，仍未見消費者出門，因大眾池外未派駐服務人員，遂詢問櫃檯小姐。經櫃檯小姐陪同進入查看，始發現消費者已倒在系爭溫泉浴場內，經現場急救並送往醫院，仍急救無效後死亡。

於本案例中，消費者主張業者設置之溫泉浴場，其池緣、池底之設計在溫泉泉質較滑之狀況下易使消費者滑倒，系爭溫泉浴場未有扶手設計致令人容易滑倒，此與消費者之死亡結果間，具有相當因果關係。且業者亦未依行政院衛生署所訂定之溫泉浴場設施衛生基準第 8 條規定設置急救鈴，未派員管理及定時派人巡查溫泉浴場，故系爭溫泉浴場實不具有符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性。

## 三、場所安全之標準

旅館業因必須以建築物提供住宿服務，故由商品或服務之性質、及由建築物本身之安全性言，法規上均有一定要求。

依據民法第 191 條規定：「土地上之建築物或其他工作物所致他人權利之損害，由工作物之所有人負賠償責任。但其對於設置或保管並無欠缺，或損害非因設置或保管有欠缺，或於防止損害之發生，已盡相當之注意者，不在此限。前項損害之發生，如別有應負責任之人時，賠償損害之所有人，對於該應負

責者，有求償權。」；「經營一定事業或從事其他工作或活動之人，其工作或活動之性質或其使用之工具或方法有生損害於他人之危險者，對他人之損害應負賠償責任。但損害非由於其工作或活動或其使用之工具或方法所致，或於防止損害之發生已盡相當之注意者，不在此限。」民法第 191 條之 3 亦定有明文。

## 1. 建築物本身之安全

業者如係旅館建築之所有權人，即應注意建物建造之初是否存在瑕疵，並應於建造後妥善保管；如非建築物所有權人，雖不能責令對於建造之初之瑕疵負責，但仍應負妥善保管責任。

至於該法條所稱之「土地上之工作物」，則係指人工作成之設施，建築物係其例示，故如露天泡湯池、更衣遮掩等，亦屬工作物之範圍。至於建築物內部設備如天花板、樓梯、水電配置管線設備等，應視為建築物之成分，為建築物之一部。其餘如插於建築物設置電源管線插座之電器電源線、延長電源線，用電人得隨時插拔，係單獨之動產，非民法第 191 條第 1 項所稱之建築物成分。

為確保建築物或工作物安全而制定之建築法令、建築技術成規、安全檢查規則，固可供具體認定所有人是否已盡設置及保管責任之證據，但非可謂所有人於防止損害之發生，已盡相當注意義務而可免責。縱已符合法規規定，其客觀上現狀之安全設置仍有不足，所有人倘未採必要防範危險措施，仍

應負過失責任。

依據上開實務意見總結，工作物所有人責任係針對工作「物」之瑕疵致他人權利受損害所為特殊型態侵權行為，苟非工作物設置之初即已欠缺應有之品質或安全設備，或設置以後之保管方法有欠缺致其物發生瑕疵所生之損害，即無適用。

## **2. 營業活動應防範之危險**

因應現代複雜生活所產生之高風險，對於自己所營事業或所從事工作或活動本質上具有之危險性，應予防範，避免對他人造成危險。若僅為日常生活上之危險，則應由行為人自己注意。

故實務上曾經發生病人家屬提著滾燙熱水於醫院走道上滑倒，法院認為醫院走道設置，並非本質上具有危險之事業活動，以事故發生之地點係在供人通常行走之走道上，可以認為此係一般日常生活之通行風險，而非具有本質上之特殊危險性之行為。

### 處理建議

本件因為浴室濕滑導致旅客滑倒，首應考慮浴室設計上是否具有相當之排水、防滑效果，其次，應注意相關設備是否均能正常運作。如均正常，則業者方面之過失即有排除之可能；其次即應考量旅客使用設施之方式，是否依據正常之方法使用，例如通常可以預見浴室使用時難免有濕滑之危險，業者通常會提供腳墊吸水或者止滑墊，消費者是否確實使用，是否對於一般可以預見的危險進行防範。如係因為旅客使用設施之方式不當，則於旅客以訴訟方式提出主張時，法院當會考量雙方間過失之有無及程度及雙方間之過失比例，依實際損害賠償數額進行斟酌認定。

### 參考法令

- 民法第 191 條、第 191 之 3 條
- 消費者保護法第 7 條
- 臺灣高等法院 101 年消上字第 10 號 民事判決
- 最高法院 102 年台上字第 1445 號 民事判決

**【案例十六】業者販售住宿禮券，遇到消費者超過使用期限欲要求退費或其他要求，業者應該如何處理？**

苗怡凡律師

**案例說明**

一年一度的旅展是兵家必爭之地；今年 A 民宿特別推出限期使用的超級優惠住宿券。但沒想到使用期限經過後，還有約一半的住宿券沒有登記使用。如果消費者在期限過後才拿著優惠券要求住宿或退費，A 民宿該怎樣處理？發行禮券，應該注意甚麼？

**業者指南**

- 限期優惠券，其性質屬於禮券；視其發行之業別，各有應符合之商品（服務）禮券定型化契約應記載及不得記載事項。本件發行禮券之業者係民宿，故應符合民宿商品（服務）禮券定型化契約應記載及不得記載事項之規定。

**案例解析**

**一、禮券之使用越來越普遍，使用行業也越來越廣**

銀行經常性推出各種不同的信用卡，加上金融卡、各種會員卡、儲值卡，消費者似乎越來越不喜歡使用現金，越來越希望一卡搞定！甚至喜歡只帶著一支手機就出門。

各行各業似乎也搭上順風車，推出各式各樣商品禮券，例如百貨公司發行、一到過年尾牙時節就很搶手的現金禮券，甚至街

坊麵包、咖啡館、塑身美容、按摩、餐飲店、書局、洗車等等，經常可見禮券、回數券的發行，並由紙本式禮券發展到卡式晶片紀錄之形式。但不論其名稱有何不同，只要是消費者預付一定金錢，由業者交付消費者供未來使用的憑證，均屬於禮券之範圍。

由於以往對於業者發行禮券並無規範，經常發生業者突然倒閉、人去樓空，消費者手中之憑證瞬間變成廢紙之情況；或者在禮券上記載使用期限、截角無效、使用地點等諸多限制使用條件，造成禮券使用之消費糾紛，層出不斷。

為防範企業經營者經營不善倒閉或惡意捲款消失讓消費者遭受損害的情況，主管機關遂介入管理，要求業者於發行禮券時應提供一定之履約保證機制，要求業者在發行禮券時，必須提供履約保證；如果發生業者無法提供商品或服務而消費者求救無門的狀況，即可以藉由履約保證機制，取回所繳交之價款，或由其他業者代為提供商品或服務，來維護受害消費者的權益。同時，由於消費者已經支出一定金額，故於禮券之使用上，亦有限制業者不得為不當之限制。

## 二、禮券種類

市面上之禮券可以分為商品禮券及現金禮券。此二種禮券之差異在於商品禮券係載明憑券兌付一定數量之貨物（或服務），業者在發行、出售禮券時，應開立統一發票，所以消費者於持券消費時，不得要求再開統一發票。而現金禮券上，則係表彰一定金額之價值，消費者按禮券上所載金額憑以兌購貨物時，

業者應依兌付貨物之時間及金額開立統一發票。

### 三、「買五千元送五百元」之「禮券」非禮券

由於「禮券」係由民眾、公司等支出一定之「價金」而取得，兩者間之對待給付等值、相當。至於百貨公司以「買滿五千元送五百元」之方式促銷，所給予消費者之五百元折價優惠券，究其性質，係業者之贈與，消費者並未支付任何禮券的對價。故為消費者無償取得之票券，尚無禮券定型化契約應記載及不得記載事項之適用。因此於各類禮券定型化契約應記載及不得記載事項皆規定禮券不包括發行人無償發行之抵用券、折扣（價）券。

### 四、禮券應載明事項及履約保證機制

#### 1. 目前行政院消保處已初步完成研議商品（服務）禮券定型化契約應記載及不得記載事項之整併

鑒於禮券為預付型交易型態，早已是各行各業普遍採用的行銷方式，各主管機關為對所轄行業進行管理，分別制定出 18 種禮券定型化契約應記載及不得記載事項，例如：瘦身美容業、餐飲業、體育場館業、電信、觀光旅館業、電影片、圖書...等；然內容均大同小異。倘消費者購買不同行業禮券，即需查閱各行業所定之禮券定型化契約應記載及不得記載事項，顯有不便。

為促進法規適用之便利，行政院消費者保護會已通過其中 17 種禮券定型化契約應記載及不得記載事項之整併，將 17 種禮券定型化契約，整併為單一版本之商品（服務）禮券定型

化契約應記載及不得記載事項。

至於「公路（市區）汽車客運業無記名票證定型化契約應記載及不得記載事項」，併入「公路汽車客運業旅客運送定型化契約應記載及不得記載事項」中規範。

## 2. 禮券之應記載事項

根據商品（服務）禮券定型化契約應記載及不得記載事項規定，禮券應載明下列事項：

- （一）發行人名稱、地址及經營者姓名。
- （二）商品（服務）禮券之面額或使用之項目、次數。
- （三）商品（服務）禮券發售編號。
- （四）使用方式。
- （五）履約保證內容應載於禮券正面明顯處。
- （六）禮券發行人委託第三人代為銷售所發行之禮券者，應載明受託人名稱及委託銷售起迄日期。
- （七）商品（服務）禮券之履約保證期間自發行日起算至少一年（自中華民國○○年○○月○○日（出售日）至中華民國○○年○○月○○日止），期間屆滿後，禮券持有人仍得向發行人請求給付。

另外，也應記載消費爭議處理申訴專線，包括業者申訴專線及所屬縣市政府主管機關電話及網址。

## 3. 禮券應有之履約保證責任機制

發行人之履約保證責任，應依下列方式之一為之：

### a. 金融機構履約保證

業者可與金融機構合作，由金融機構對於本商品（服務）禮券內容表彰之金額，提供足額履約保證。

b.存入信託專戶，專款專用

業者可以將商品（服務）禮券所收取之金額，存入業者於特定金融機構開立之信託專戶，專款、專用於發行人履行交付商品或提供服務義務。

c.其他經交通部許可，並經行政院消費者保護委員會同意之履約保證方式。

## 五、禮券之不得記載事項

民宿商品（服務）禮券定型化契約不得記載事項包括：

- 1.不得記載使用期限。
- 2.不得記載「未使用完之禮券餘額不得消費」。
- 3.不得記載免除交付商品或提供服務義務，或另行加收其他費用。
- 4.不得記載限制使用地點、範圍、截角無效等不合理之使用限制。
- 5.不得記載發行人得片面解約之條款。
- 6.不得記載預先免除發行人故意及重大過失責任。
- 7.不得記載違反其他法律強制禁止規定或為顯失公平或欺罔之事項。
- 8.不得記載廣告僅供參考。

### 處理建議

本案，A民宿發行的禮券，應該要符合主管機關對於商品（服務）禮券定型化契約應記載及不得記載事項；至於A民宿擔心，本來希望給予一定期限內使用優惠達到促銷之目的，但優惠期間過了一半，使用人數仍然有限的問題，則必須要釐清，如果是在一定期間內使用給予優惠、或者未在一定時間使用則必須加價等條件，並不違反規定；但如果認為未在一定時間內使用則禮券失效，這樣的條件限制，可是不生效力的。

A民宿應特別注意，如果企業經營者使用定型化契約、卻違反應記載或不得記載事項，除法律另有處罰規定外，經主管機關令其限期改正而屆期不改正者，會處新臺幣三萬元以上三十萬元以下罰鍰；經再次令其限期改正而屆期不改正者，處新臺幣五萬元以上五十萬元以下罰鍰，並得按次處罰。

### 參考法令

- **消費者保護法第二節 定型化契約第 11 條至第 17-1 條及第 56-1 條**
- **商品（服務）禮券定型化契約應記載及不得記載事項**



# 附 錄

# 【附錄一】消費者保護法

(民國 104 年 06 月 17 日 修正)

## 第一章 總則

- 第 1 條 為保護消費者權益，促進國民消費生活安全，提昇國民消費生活品質，特制定本法。  
有關消費者之保護，依本法之規定，本法未規定者，適用其他法律。
- 第 2 條 本法所用名詞定義如下：
- 一、消費者：指以消費為目的而為交易、使用商品或接受服務者。
  - 二、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。
  - 三、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。
  - 四、消費爭議：指消費者與企業經營者間因商品或服務所生之爭議。
  - 五、消費訴訟：指因消費關係而向法院提起之訴訟。
  - 六、消費者保護團體：指以保護消費者為目的而依法設立登記之法人。
  - 七、定型化契約條款：指企業經營者為與多數消費者訂立同類契約之用，所提出預先擬定之契約條款。定型化契約條款不限於書面，其以放映字幕、張貼、牌示、網際網路、或其他方法表示者，亦屬之。
  - 八、個別磋商條款：指契約當事人個別磋商而合意之契約條款。
  - 九、定型化契約：指以企業經營者提出之定型化契約條款作為契約內容之全部或一部而訂立之契約。
  - 十、通訊交易：指企業經營者以廣播、電視、電話、傳真、型錄、報紙、雜誌、網際網路、傳單或其他類似之方法，消費者於未能檢視商品或服務下而與企業經營者所訂立之契約。
  - 十一、訪問交易：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。

十二、分期付款：指買賣契約約定消費者支付頭期款，餘款分期支付，而企業經營者於收受頭期款時，交付標的物與消費者之交易型態。

第 3 條 政府為達成本法目的，應實施下列措施，並應就與下列事項有關之法規及其執行情形，定期檢討、協調、改進之：

- 一、維護商品或服務之品質與安全衛生。
- 二、防止商品或服務損害消費者之生命、身體、健康、財產或其他權益。
- 三、確保商品或服務之標示，符合法令規定。
- 四、確保商品或服務之廣告，符合法令規定。
- 五、確保商品或服務之度量衡，符合法令規定。
- 六、促進商品或服務維持合理價格。
- 七、促進商品之合理包裝。
- 八、促進商品或服務之公平交易。
- 九、扶植、獎助消費者保護團體。
- 十、協調處理消費爭議。
- 十一、推行消費者教育。
- 十二、辦理消費者諮詢服務。
- 十三、其他依消費生活之發展所必要之消費者保護措施。

政府為達成前項之目的，應制定相關法律。

第 4 條 企業經營者對於其提供之商品或服務，應重視消費者之健康與安全，並向消費者說明商品或服務之使用方法，維護交易之公平，提供消費者充分與正確之資訊，及實施其他必要之消費者保護措施。

第 5 條 政府、企業經營者及消費者均應致力充實消費資訊，提供消費者運用，俾能採取正確合理之消費行為，以維護其安全與權益。

第 6 條 本法所稱主管機關：在中央為目的事業主管機關；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。

## 第二章 消費者權益

### 第一節 健康與安全保障

- 第 7 條 從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者，於提供商品流通進入市場，或提供服務時，應確保該商品或服務，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性。
- 商品或服務具有危害消費者生命、身體、健康、財產之可能者，應於明顯處為警告標示及緊急處理危險之方法。
- 企業經營者違反前二項規定，致生損害於消費者或第三人時，應負連帶賠償責任。但企業經營者能證明其無過失者，法院得減輕其賠償責任。
- 第 7-1 條 企業經營者主張其商品於流通進入市場，或其服務於提供時，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性者，就其主張之事實負舉證責任。
- 商品或服務不得僅因其後有較佳之商品或服務，而被視為不符合前條第一項之安全性。
- 第 8 條 從事經銷之企業經營者，就商品或服務所生之損害，與設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者連帶負賠償責任。但其對於損害之防免已盡相當之注意，或縱加以相當之注意而仍不免發生損害者，不在此限。
- 前項之企業經營者，改裝、分裝商品或變更服務內容者，視為第七條之企業經營者。
- 第 9 條 輸入商品或服務之企業經營者，視為該商品之設計、生產、製造者或服務之提供者，負本法第七條之製造者責任。
- 第 10 條 企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品或停止其服務。但企業經營者所為必要之處理，足以除去其危害者，不在此限。
- 商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法者，準用前項規定。

- 第 10-1 條 本節所定企業經營者對消費者或第三人之損害賠償責任，不得預先約定限制或免除。
- 第 二 節 定型化契約
- 第 11 條 企業經營者在定型化契約中所用之條款，應本平等互惠之原則。定型化契約條款如有疑義時，應為有利於消費者之解釋。
- 第 11-1 條 企業經營者與消費者訂立定型化契約前，應有三十日以內之合理期間，供消費者審閱全部條款內容。企業經營者以定型化契約條款使消費者拋棄前項權利者，無效。違反第一項規定者，其條款不構成契約之內容。但消費者得主張該條款仍構成契約之內容。中央主管機關得選擇特定行業，參酌定型化契約條款之重要性、涉及事項之多寡及複雜程度等事項，公告定型化契約之審閱期間。
- 第 12 條 定型化契約中之條款違反誠信原則，對消費者顯失公平者，無效。定型化契約中之條款有下列情形之一者，推定其顯失公平：  
一、違反平等互惠原則者。  
二、條款與其所排除不予適用之任意規定之立法意旨顯相矛盾者。  
三、契約之主要權利或義務，因受條款之限制，致契約之目的難以達成者。
- 第 13 條 企業經營者應向消費者明示定型化契約條款之內容；明示其內容顯有困難者，應以顯著之方式，公告其內容，並經消費者同意者，該條款即為契約之內容。企業經營者應給與消費者定型化契約書。但依其契約之性質致給與顯有困難者，不在此限。定型化契約書經消費者簽名或蓋章者，企業經營者應給與消費者該定型化契約書正本。
- 第 14 條 定型化契約條款未經記載於定型化契約中而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。

- 第 15 條 定型化契約中之定型化契約條款牴觸個別磋商條款之約定者，其牴觸部分無效。
- 第 16 條 定型化契約中之定型化契約條款，全部或一部無效或不構成契約內容之一部者，除去該部分，契約亦可成立者，該契約之其他部分，仍為有效。但對當事人之一方顯失公平者，該契約全部無效。
- 第 17 條 中央主管機關為預防消費糾紛，保護消費者權益，促進定型化契約之公平化，得選擇特定行業，擬訂其定型化契約應記載或不得記載事項，報請行政院核定後公告之。
- 前項應記載事項，依契約之性質及目的，其內容得包括：
- 一、契約之重要權利義務事項。
  - 二、違反契約之法律效果。
  - 三、預付型交易之履約擔保。
  - 四、契約之解除權、終止權及其法律效果。
  - 五、其他與契約履行有關之事項。
- 第一項不得記載事項，依契約之性質及目的，其內容得包括：
- 一、企業經營者保留契約內容或期限之變更權或解釋權。
  - 二、限制或免除企業經營者之義務或責任。
  - 三、限制或剝奪消費者行使權利，加重消費者之義務或責任。
  - 四、其他對消費者顯失公平事項。
- 違反第一項公告之定型化契約，其定型化契約條款無效。該定型化契約之效力，依前條規定定之。
- 中央主管機關公告應記載之事項，雖未記載於定型化契約，仍構成契約之內容。
- 企業經營者使用定型化契約者，主管機關得隨時派員查核。
- 第 17-1 條 企業經營者與消費者訂立定型化契約，主張符合本節規定之事實者，就其事實負舉證責任。

### 第三節 特種交易

- 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。
- 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。
- 第 19-1 條 (刪除)
- 第 19-2 條 消費者依第十九條第一項或第三項規定，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十五日內，至原交付處所或約定處所取回商品。

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十五日內，返還消費者已支付之對價。

契約經解除後，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二百五十九條之規定不利者，無效。

第 20 條 未經消費者要約而對之郵寄或投遞之商品，消費者不負保管義務。前項物品之寄送人，經消費者定相當期限通知取回而逾期未取回或無法通知者，視為拋棄其寄投之商品。雖未經通知，但在寄送後逾一個月未經消費者表示承諾，而仍不取回其商品者，亦同。  
消費者得請求償還因寄送物所受之損害，及處理寄送物所支出之必要費用。

第 21 條 企業經營者與消費者分期付款買賣契約應以書面為之。前項契約書應載明下列事項：  
一、頭期款。  
二、各期價款與其他附加費用合計之總價款與現金交易價格之差額。  
三、利率。  
企業經營者未依前項規定記載利率者，其利率按現金交易價格週年利率百分之五計算之。  
企業經營者違反第二項第一款、第二款之規定者，消費者不負現金交易價格以外價款之給付義務。

#### 第 四 節 消費資訊之規範

第 22 條 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。  
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。

第 22-1 條 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。  
前項所稱總費用之範圍及年百分率計算方式，由各目的事業主管機關定之。

- 第 23 條 刊登或報導廣告之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。  
前項損害賠償責任，不得預先約定限制或拋棄。
- 第 24 條 企業經營者應依商品標示法等法令為商品或服務之標示。  
輸入之商品或服務，應附中文標示及說明書，其內容不得較原產地之標示及說明書簡略。  
輸入之商品或服務在原產地附有警告標示者，準用前項之規定。
- 第 25 條 企業經營者對消費者保證商品或服務之品質時，應主動出具書面保證書。  
前項保證書應載明下列事項：  
一、商品或服務之名稱、種類、數量，其有製造號碼或批號者，其製造號碼或批號。  
二、保證之內容。  
三、保證期間及其起算方法。  
四、製造商之名稱、地址。  
五、由經銷商售出者，經銷商之名稱、地址。  
六、交易日期。
- 第 26 條 企業經營者對於所提供之商品應按其性質及交易習慣，為防震、防潮、防塵或其他保存商品所必要之包裝，以確保商品之品質與消費者之安全。但不得誇張其內容或為過大之包裝。
- 第 三 章 消費者保護團體
- 第 27 條 消費者保護團體以社團法人或財團法人為限。  
消費者保護團體應以保護消費者權益、推行消費者教育為宗旨。
- 第 28 條 消費者保護團體之任務如下：  
一、商品或服務價格之調查、比較、研究、發表。  
二、商品或服務品質之調查、檢驗、研究、發表。  
三、商品標示及其內容之調查、比較、研究、發表。  
四、消費資訊之諮詢、介紹與報導。

- 五、消費者保護刊物之編印發行。
- 六、消費者意見之調查、分析、歸納。
- 七、接受消費者申訴，調解消費爭議。
- 八、處理消費爭議，提起消費訴訟。
- 九、建議政府採取適當之消費者保護立法或行政措施。
- 十、建議企業經營者採取適當之消費者保護措施。
- 十一、其他有關消費者權益之保護事項。

第 29 條 消費者保護團體為從事商品或服務檢驗，應設置與檢驗項目有關之檢驗設備或委託設有與檢驗項目有關之檢驗設備之機關、團體檢驗之。  
執行檢驗人員應製作檢驗紀錄，記載取樣、儲存樣本之方式與環境、使用之檢驗設備、檢驗方法、經過及結果，提出於該消費者保護團體。  
消費者保護團體發表前項檢驗結果後，應公布其取樣、儲存樣本之方式與環境、使用之檢驗設備、檢驗方法及經過，並通知相關企業經營者。  
消費者保護團體發表第二項檢驗結果有錯誤時，應主動對外更正，並使相關企業經營者有澄清之機會。

第 30 條 政府對於消費者保護之立法或行政措施，應徵詢消費者保護團體、相關行業、學者專家之意見。

第 31 條 消費者保護團體為商品或服務之調查、檢驗時，得請求政府予以必要之協助。

第 32 條 消費者保護團體辦理消費者保護工作成績優良者，主管機關得予以財務上之獎助。

#### 第 四 章 行政監督

第 33 條 直轄市或縣 (市) 政府認為企業經營者提供之商品或服務有損害消費者生命、身體、健康或財產之虞者，應即進行調查。於調查完成後，得公開其經過及結果。  
前項人員為調查時，應出示有關證件，其調查得依下列方式進行：  
一、向企業經營者或關係人查詢。  
二、通知企業經營者或關係人到場陳述意見。  
三、通知企業經營者提出資料證明該商品或服務對於消

- 費者生命、身體、健康或財產無損害之虞。
- 四、派員前往企業經營者之事務所、營業所或其他有關場所進行調查。
- 五、必要時，得就地抽樣商品，加以檢驗。
- 第 34 條 直轄市或縣 (市) 政府於調查時，對於可為證據之物，得聲請檢察官扣押之。  
前項扣押，準用刑事訴訟法關於扣押之規定。
- 第 35 條 直轄市或縣 (市) 主管機關辦理檢驗，得委託設有與檢驗項目有關之檢驗設備之消費者保護團體、職業團體或其他有關公私機構或團體辦理之。
- 第 36 條 直轄市或縣 (市) 政府對於企業經營者提供之商品或服務，經第三十三條之調查，認為確有損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞者，應命其限期改善、回收或銷燬，必要時並得命企業經營者立即停止該商品之設計、生產、製造、加工、輸入、經銷或服務之提供，或採取其他必要措施。
- 第 37 條 直轄市或縣 (市) 政府於企業經營者提供之商品或服務，對消費者已發生重大損害或有發生重大損害之虞，而情況危急時，除為前條之處置外，應即在大眾傳播媒體公告企業經營者之名稱、地址、商品、服務、或為其他必要之處置。
- 第 38 條 中央主管機關認為必要時，亦得為前五條規定之措施。
- 第 39 條 行政院、直轄市、縣 (市) 政府應置消費者保護官若干名。  
消費者保護官任用及職掌之辦法，由行政院定之。
- 第 40 條 行政院為監督與協調消費者保護事務，應定期邀集有關部會首長、全國性消費者保護團體代表、全國性企業經營者代表及學者、專家，提供本法相關事項之諮詢。
- 第 41 條 行政院為推動消費者保護事務，辦理下列事項：  
一、消費者保護基本政策及措施之研擬及審議。  
二、消費者保護計畫之研擬、修訂及執行成果檢討。  
三、消費者保護方案之審議及其執行之推動、連繫與考

核。

四、國內外消費者保護趨勢及其與經濟社會建設有關問題之研究。

五、消費者保護之教育宣導、消費資訊之蒐集及提供。

六、各部會局署關於消費者保護政策、措施及主管機關之協調事項。

七、監督消費者保護主管機關及指揮消費者保護官行使職權。消費者保護之執行結果及有關資料，由行政院定期公告。

第 42 條 直轄市、縣 (市) 政府應設消費者服務中心，辦理消費者之諮詢服務、教育宣導、申訴等事項。

直轄市、縣 (市) 政府消費者服務中心得於轄區內設分中心。

## 第 五 章 消費爭議之處理

### 第 一 節 申訴與調解

第 43 條 消費者與企業經營者因商品或服務發生消費爭議時，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。

企業經營者對於消費者之申訴，應於申訴之日起十五日內妥適處理之。

消費者依第一項申訴，未獲妥適處理時，得向直轄市、縣 (市) 政府消費者保護官申訴。

第 44 條 消費者依前條申訴未能獲得妥適處理時，得向直轄市或縣 (市) 消費爭議調解委員會申請調解。

第 44-1 條 前條消費爭議調解事件之受理、程序進行及其他相關事項之辦法，由行政院定之。

第 45 條 直轄市、縣 (市) 政府應設消費爭議調解委員會，置委員七名至二十一名。

前項委員以直轄市、縣 (市) 政府代表、消費者保護官、消費者保護團體代表、企業經營者所屬或相關職業團體代表、學者及專家充任之，以消費者保護官為主席，其組織另定之。

- 第 45-1 條 調解程序，於直轄市、縣（市）政府或其他適當之處所行之，其程序得不公開。  
調解委員、列席協同調解人及其他經辦調解事務之人，對於調解事件之內容，除已公開之事項外，應保守秘密。
- 第 45-2 條 關於消費爭議之調解，當事人不能合意但已甚接近者，調解委員得斟酌一切情形，求兩造利益之平衡，於不違反兩造當事人之主要意思範圍內，依職權提出解決事件之方案，並送達於當事人。  
前項方案，應經參與調解委員過半數之同意，並記載第四十五條之三所定異議期間及未於法定期間提出異議之法律效果。
- 第 45-3 條 當事人對於前條所定之方案，得於送達後十日之不變期間內，提出異議。  
於前項期間內提出異議者，視為調解不成立；其未於前項期間內提出異議者，視為已依該方案成立調解。  
第一項之異議，消費爭議調解委員會應通知他方當事人。
- 第 45-4 條 關於小額消費爭議，當事人之一方無正當理由，不於調解期日到場者，調解委員得審酌情形，依到場當事人一造之請求或依職權提出解決方案，並送達於當事人。  
前項之方案，應經全體調解委員過半數之同意，並記載第四十五條之五所定異議期間及未於法定期間提出異議之法律效果。  
第一項之送達，不適用公示送達之規定。  
第一項小額消費爭議之額度，由行政院定之。
- 第 45-5 條 當事人對前條之方案，得於送達後十日之不變期間內，提出異議；未於異議期間內提出異議者，視為已依該方案成立調解。  
當事人於異議期間提出異議，經調解委員另定調解期日，無正當理由不到場者，視為依該方案成立調解。
- 第 46 條 調解成立者應作成調解書。  
前項調解書之作成及效力，準用鄉鎮市調解條例第二十

五條至第二十九條之規定。

## 第二節 消費訴訟

- 第 47 條 消費訴訟，得由消費關係發生地之法院管轄。
- 第 48 條 高等法院以下各級法院及其分院得設立消費專庭或指定專人審理消費訴訟事件。  
法院為企業經營者敗訴之判決時，得依職權宣告為減免擔保之假執行。
- 第 49 條 消費者保護團體許可設立二年以上，置有消費者保護專門人員，且申請行政院評定優良者，得以自己之名義，提起第五十條消費者損害賠償訴訟或第五十三條不作為訴訟。  
消費者保護團體依前項規定提起訴訟者，應委任律師代理訴訟。受委任之律師，就該訴訟，得請求預付或償還必要費用。  
消費者保護團體關於其提起之第一項訴訟，有不法行為者，許可設立之主管機關應廢止其許可。  
優良消費者保護團體之評定辦法，由行政院定之。
- 第 50 條 消費者保護團體對於同一之原因事件，致使眾多消費者受害時，得受讓二十人以上消費者損害賠償請求權後，以自己名義，提起訴訟。消費者得於言詞辯論終結前，終止讓與損害賠償請求權，並通知法院。  
前項訴訟，因部分消費者終止讓與損害賠償請求權，致人數不足二十人者，不影響其實施訴訟之權能。  
第一項讓與之損害賠償請求權，包括民法第一百九十四條、第一百九十五條第一項非財產上之損害。  
前項關於消費者損害賠償請求權之時效利益，應依讓與之消費者單獨個別計算。  
消費者保護團體受讓第三項所定請求權後，應將訴訟結果所得之賠償，扣除訴訟及依前條第二項規定支付予律師之必要費用後，交付該讓與請求權之消費者。  
消費者保護團體就第一項訴訟，不得向消費者請求報酬。

- 第 51 條 依本法所提之訴訟，因企業經營者之故意所致之損害，消費者得請求損害額五倍以下之懲罰性賠償金；但因重大過失所致之損害，得請求三倍以下之懲罰性賠償金，因過失所致之損害，得請求損害額一倍以下之懲罰性賠償金。
- 第 52 條 消費者保護團體以自己之名義提起第五十條訴訟，其標的價額超過新臺幣六十萬元者，超過部分免繳裁判費。
- 第 53 條 消費者保護官或消費者保護團體，就企業經營者重大違反本法有關保護消費者規定之行為，得向法院訴請停止或禁止之。  
前項訴訟免繳裁判費。
- 第 54 條 因同一消費關係而被害之多數人，依民事訴訟法第四十一條之規定，選定一人或數人起訴請求損害賠償者，法院得徵求原被選定人之同意後公告曉示，其他之被害人得於一定之期間內以書狀表明被害之事實、證據及應受判決事項之聲明、併案請求賠償。其請求之人，視為已依民事訴訟法第四十一條為選定。  
前項併案請求之書狀，應以繕本送達於兩造。  
第一項之期間，至少應有十日，公告應黏貼於法院牌示處，並登載新聞紙，其費用由國庫墊付。
- 第 55 條 民事訴訟法第四十八條、第四十九條之規定，於依前條為訴訟行為者，準用之。
- 第 六 章 罰 則
- 第 56 條 違反第二十四條、第二十五條或第二十六條規定之一者，經主管機關通知改正而逾期不改正者，處新臺幣二萬元以上二十萬元以下罰鍰。
- 第 56-1 條 企業經營者使用定型化契約，違反中央主管機關依第十七條第一項公告之應記載或不得記載事項者，除法律另有處罰規定外，經主管機關令其限期改正而屆期不改正者，處新臺幣三萬元以上三十萬元以下罰鍰；經再次令其限期改正而屆期不改正者，處新臺幣五萬元以上五十萬元以下罰鍰，並得按次處罰。

- 第 57 條 企業經營者規避、妨礙或拒絕主管機關依第十七條第六項、第三十三條或第三十八條規定所為之調查者，處新臺幣三萬元以上三十萬元以下罰鍰，並得按次處罰。
- 第 58 條 企業經營者違反主管機關依第三十六條或第三十八條規定所為之命令者，處新臺幣六萬元以上一百五十萬元以下罰鍰，並得按次處罰。
- 第 59 條 企業經營者有第三十七條規定之情形者，主管機關除依該條及第三十六條之規定處置外，並得對其處新臺幣十五萬元以上一百五十萬元以下罰鍰。
- 第 60 條 企業經營者違反本法規定，生產商品或提供服務具有危害消費者生命、身體、健康之虞者，影響社會大眾經中央主管機關認定為情節重大，中央主管機關或行政院得立即命令其停止營業，並儘速協請消費者保護團體以其名義，提起消費者損害賠償訴訟。
- 第 61 條 依本法應予處罰者，其他法律有較重處罰之規定時，從其規定；涉及刑事責任者，並應即移送偵查。
- 第 62 條 本法所定之罰鍰，由主管機關處罰，經限期繳納後，屆期仍未繳納者，依法移送行政執行。
- 第 七 章 附 則
- 第 63 條 本法施行細則，由行政院定之。
- 第 64 條 本法自公布日施行。但中華民國一百零四年六月二日修正公布之第二條第十款與第十一款及第十八條至第十九條之二之施行日期，由行政院定之。

## 【附錄二】消費者保護法施行細則

(民國 104 年 12 月 31 日 修正)

### 第一章 總則

第 1 條 本細則依消費者保護法 (以下簡稱本法) 第六十三條規定訂定之。

第 2 條 本法第二條第二款所稱營業，不以營利為目的者為限。

第 3 條 (刪除)

### 第二章 消費者權益

#### 第一節 健康與安全保障

第 4 條 本法第七條所稱商品，指交易客體之不動產或動產，包括最終產品、半成品、原料或零組件。

第 5 條 本法第七條第一項所定商品或服務符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性，應就下列情事認定之：

- 一、商品或服務之標示說明。
- 二、商品或服務可期待之合理使用或接受。
- 三、商品或服務流通進入市場或提供之時期。

第 6 條 (刪除)

第 7 條 (刪除)

第 8 條 本法第八條第二項所稱改裝，指變更、減少或增加商品原設計、生產或製造之內容或包裝。

#### 第二節 定型化契約

第 9 條 (刪除)

第 10 條 (刪除)

第 11 條 (刪除)

第 12 條 定型化契約條款因字體、印刷或其他情事，致難以注意其存在或辨識者，該條款不構成契約之內容。但消費者得主張該條款仍構成契約之內容。

第 13 條 定型化契約條款是否違反誠信原則，對消費者顯失公平，應斟酌契約之性質、締約目的、全部條款內容、交易習慣及其他情事判斷之。

- 第 14 條 定型化契約條款，有下列情事之一者，為違反平等互惠原則：
- 一、當事人間之給付與對待給付顯不相當者。
  - 二、消費者應負擔非其所能控制之危險者。
  - 三、消費者違約時，應負擔顯不相當之賠償責任者。
  - 四、其他顯有不利於消費者之情形者。

- 第 15 條 定型化契約記載經中央主管機關公告應記載之事項者，仍有本法關於定型化契約規定之適用。

### 第 三 節 特種交易

- 第 16 條 (刪除)

- 第 17 條 消費者因檢查之必要或因不可歸責於自己之事由，致其收受之商品有毀損、滅失或變更者，本法第十九條第一項規定之解除權不消滅。

- 第 18 條 消費者於收受商品或接受服務前，亦得依本法第十九條第一項規定，以書面通知企業經營者解除契約。

- 第 19 條 (刪除)

- 第 20 條 (刪除)

- 第 21 條 企業經營者應依契約當事人之人數，將本法第二十一條第一項之契約書作成一式數份，由當事人各持一份。有保證人者，並應交付一份於保證人。

- 第 22 條 本法第二十一條第二項第二款所稱各期價款，指含利息之各期價款。  
分期付款買賣契約書所載利率，應載明其計算方法及依此計算方法而得之利息數額。  
分期付款買賣之附加費用，應明確記載，且不得併入各期價款計算利息；其經企業經營者同意延期清償或分期給付者，亦同。

### 第 四 節 消費資訊之規範

- 第 23 條 本法第二十二條至第二十三條所稱廣告，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。

- 第 24 條 主管機關認為企業經營者之廣告內容誇大不實，足以引人錯誤，有影響消費者權益之虞時，得通知企業經營者提出資料，證明該廣告之真實性。
- 第 25 條 本法第二十四條規定之標示，應標示於適當位置，使消費者在交易前及使用時均得閱讀標示之內容。
- 第 26 條 企業經營者未依本法第二十五條規定出具書面保證書者，仍應就其保證之品質負責。

### 第三章 消費者保護團體

- 第 27 條 主管機關每年應將依法設立登記之消費者保護團體名稱、負責人姓名、社員人數或登記財產總額、消費者保護專門人員姓名、會址、聯絡電話等資料彙報行政院公告之。
- 第 28 條 消費者保護團體依本法第二十九條規定從事商品或服務檢驗所採之樣品，於檢驗紀錄完成後，應至少保存三個月。但依其性質不能保存三個月者，不在此限。
- 第 29 條 政府於消費者保護團體依本法第三十一條規定請求協助時，非有正當理由不得拒絕。

### 第四章 行政監督

- 第 30 條 本法第三十三條第二項所稱出示有關證件，指出示有關執行職務之證明文件；其未出示者，被調查者得拒絕之。
- 第 31 條 主管機關依本法第三十三條第二項第五款抽樣商品時，其抽樣數量以足供檢驗之用者為限。  
主管機關依本法第三十三條、第三十八條規定，公開調查經過及結果前，應先就調查經過及結果讓企業經營者有說明或申訴之機會。
- 第 32 條 主管機關依本法第三十六條或第三十八條規定對於企業經營者所為處分，應以書面為之。
- 第 33 條 依本法第三十六條所為限期改善、回收或銷毀，除其他法令有特別規定外，其期間應由主管機關依個案性質決定之；但最長不得超過六十日。

第 34 條 企業經營者經主管機關依本法第三十六條規定命其就商品或服務限期改善、回收或銷毀者，應將處理過程及結果函報主管機關備查。

## 第 五 章 消費爭議之處理

第 35 條 (刪除)

第 36 條 本法第四十三條第二項規定十五日之期間，以企業經營者接獲申訴之日起算。

第 37 條 本法第四十九條第一項所稱消費者保護專門人員，指該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：

一、曾任法官、檢察官或消費者保護官者。

二、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。

三、曾在消費者保護團體擔任保護消費者工作三年以上者。

第 38 條 (刪除)

第 39 條 本法第五十條第五項所稱訴訟及支付予律師之必要費用，包括民事訴訟費用、消費者保護團體及律師為進行訴訟所支出之必要費用，及其他依法令應繳納之費用。

第 40 條 本法第五十三條第一項所稱企業經營者重大違反本法有關保護消費者規定之行為，指企業經營者違反本法有關保護消費者規定之行為，確有損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞者。

## 第 六 章 罰 則

第 41 條 依本法第五十六條所為通知改正，其期間應由主管機關依個案性質決定之；但最長不得超過六十日。

## 第 七 章 附 則

第 42 條 本法對本法施行前已流通進入市場之商品或已提供之服務不適用之。

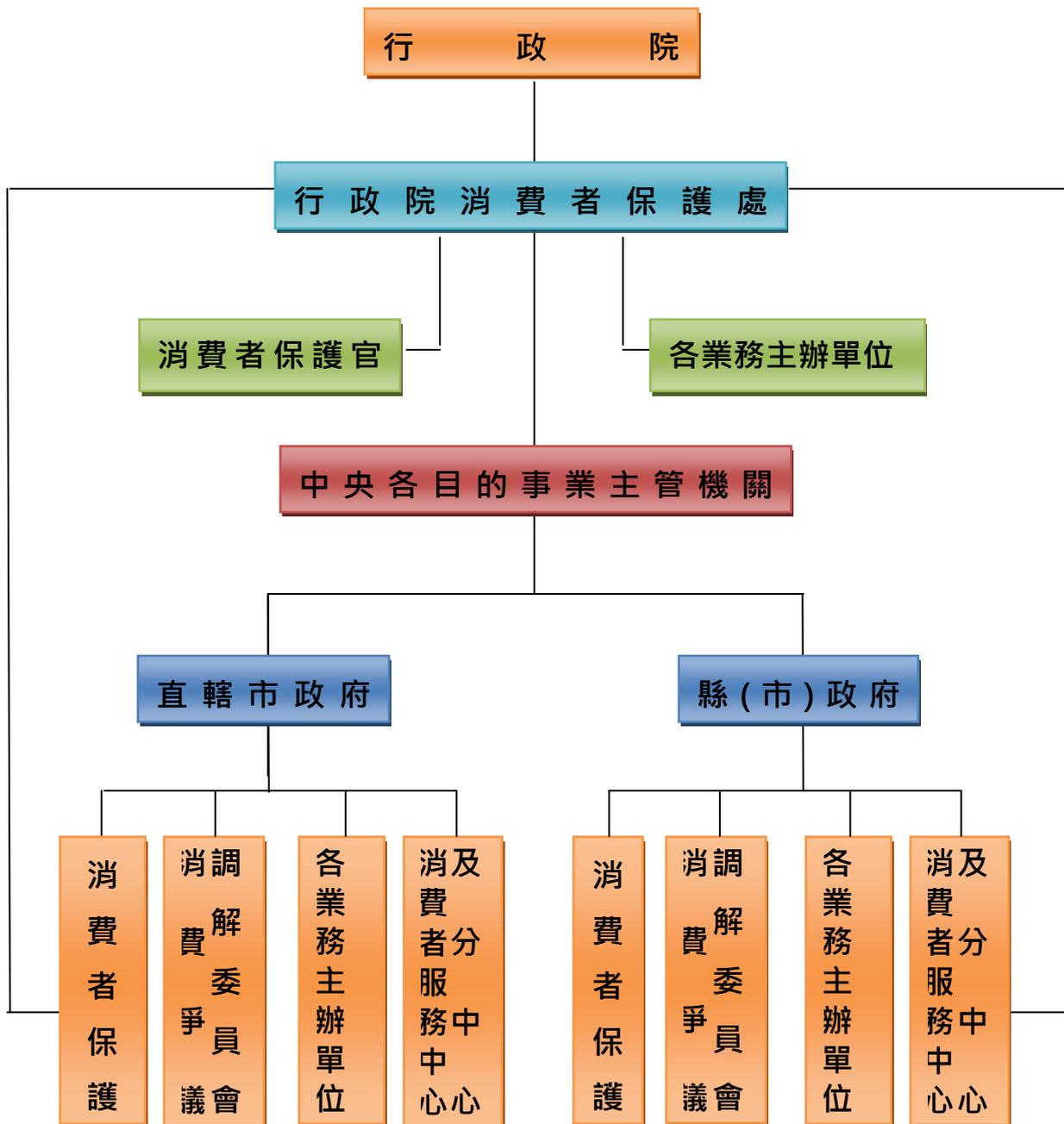
第 43 條 本細則自發布日施行。

## 【附錄三】通訊交易解除權合理例外情事適用準則

(民國 105 年 1 月 1 日 施行)

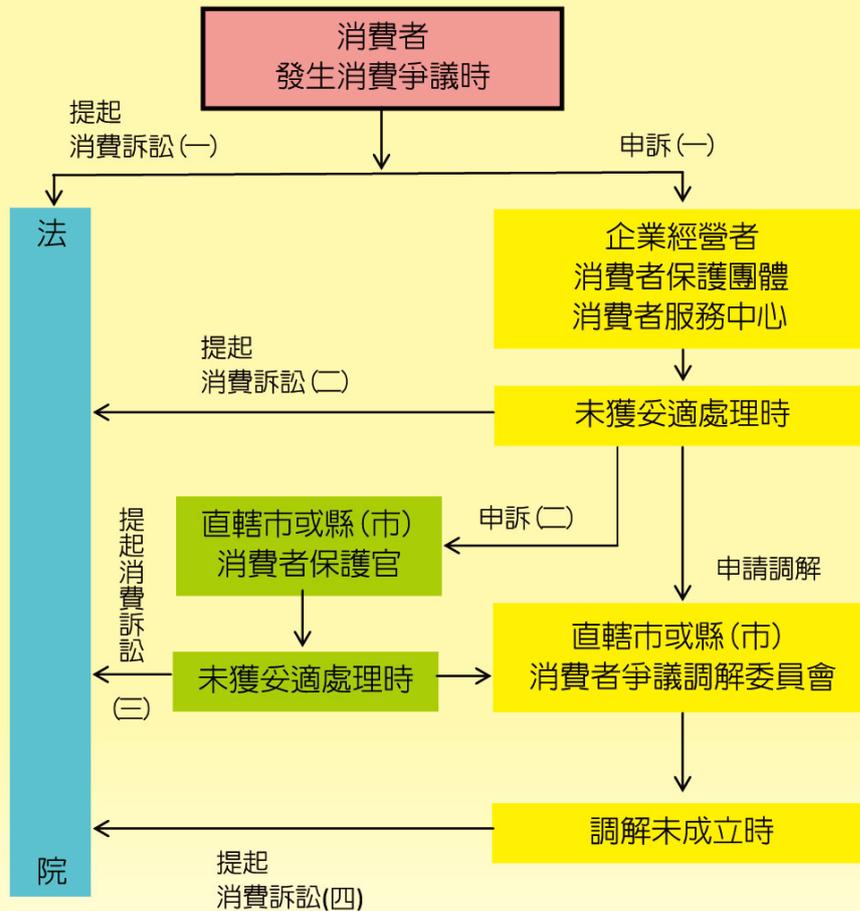
- 第 1 條 本準則依消費者保護法 ( 以下簡稱本法 ) 第十九條第二項規定訂定之。
- 第 2 條 本法第十九條第一項但書所稱合理例外情事，指通訊交易之商品或服務有下列情形之一，並經企業經營者告知消費者，將排除本法第十九條第一項解除權之適用：
- 一、易於腐敗、保存期限較短或解約時即將逾期。
  - 二、依消費者要求所為之客製化給付。
  - 三、報紙、期刊或雜誌。
  - 四、經消費者拆封之影音商品或電腦軟體。
  - 五、非以有形媒介提供之數位內容或一經提供即為完成之線上服務，經消費者事先同意始提供。
  - 六、已拆封之個人衛生用品。
  - 七、國際航空客運服務。
- 第 3 條 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，適用該事項關於解除契約之規定。
- 第 4 條 本準則自中華民國一百零五年一月一日施行。

## 【附錄四】消費者保護行政機關體系表



# 【附錄五】消費爭議處理程序表

## 消費爭議救濟程序



- 消費者提起消費訴訟，不以進行申訴及調解程序為必要。縱於申訴及調解程序進行中，也可提起消費訴訟。
- 消費者利用行政救濟程序，可上行政院消費者保護會網站<http://www.cpc.ey.gov.tw>，或行政院全球資訊網<http://www.ey.gov.tw>資訊與服務項下之「消費者保護」，點選「線上申訴調解」，就可以進行線上申訴。



行政院消費者保護處  
全國消費者服務專線 1950

廣告

## 【附錄六】消費者保護機構聯絡資訊

### ◆ 中小企業消費爭議諮詢服務

電話：(02)3343-1191

傳真：(02)2393-9143

地址：台北市中正區羅斯福路 1 段 4 號 13 樓之 1

網址：<http://consumer.moeasmea.gov.tw>

### ◆ 經濟部中小企業處法律諮詢服務

網址：<http://law.moeasmea.gov.tw>

### ◆ 行政院消費者保護處

電話：(02)3356-6500

地址：台北市忠孝東路 1 段 1 號

網址：[www.cpc.ey.gov.tw](http://www.cpc.ey.gov.tw)

### ◆ 中華民國消費者文教基金會

電話：(02)2700-1234

地址：台北市大安區 106 復興南路一段 390 號 10 樓之 2 (總會)

網址：<http://www.consumers.org.tw>

### ◆ 台灣住宅品質消費者保護協會

電話：(02)8252-1568

地址：新北市板橋區文化路二段 367 號 7 樓之 7

網址：<http://www.dqpa.org>

### ◆ 中華民國中小企業總會

電話：(02)2367-5952

地址：台北市大安區羅斯福路二段 95 號 6 樓

網址：[www.nasme.org.tw](http://www.nasme.org.tw)

### ◆ 法律相關網

中小企業法規諮詢服務網

網址：<http://law.moeasmea.gov.tw/>

全國法規資料庫入口網站

網址：<http://law.moj.gov.tw/>

法源法律網站

網址：<http://lawbank.com.tw/>

## 【附錄七】中小企業落實消費者保護指引手冊 索引

年度別	冊數別
84	I
87	II
90	III
91	IV
92	V
93	VI
94	VII
95	VIII
96	IX
97	X
98	漫畫版*
99	旅遊休閒業&食品業
100	無店面零售業
101	無店面零售業(續)
102	通訊業&服飾業
103	汽車租賃買賣業&食品製造業
104	瘦身美容及健身業&通訊及週邊產品業

\*98 年度中小企業因應消費者保護指引

【漫畫版】為 94(VII)-97(X)年統整之範例

## 【附錄八】中小企業落實消費者保護指引手冊 各年度之案例標題

行業別	年度別
<b>文教類</b>	
上了課之後，竟發現補習班廣告不實	91
線上學習交易糾紛多	96
簽約前應給審閱期間	100
數位商品廣告內容不可誇大不實	101
<b>日常用品類</b>	
企業經營者的責任範圍—說清楚危險即可減免責任	84
贈送者也要為贈品的安全負責	84
玩具的安全標準	84
電視購物的遊戲規則	84
買一送一與買大送小，一樣嗎？	84
包裝的藝術與責任	84
誰是可以請求損害賠償的「消費者」？	87
誰做的洗髮精？	87
摸清天羅與地網	87
恐怖快鍋	87
商品比較測試，獎優懲劣保健康	90
洗臉盆崩裂誰該負法律責任	91
過度包裝應予限制	94
網購交易有鑑賞期	100

提供充分正確的交易資訊以為消費權益	100
型錄買賣可以收手續費嗎？	100
購買型錄商品沒瑕疵可以要求退貨嗎？	100
<b>交通類</b>	
什麼是定型化契約？	84
搭乘大眾運輸工具受傷，誰該負責	91
消費者保護團體可以為消費者做哪些事情？	92
森林小火車憾事不可重演	94
消費者官司的指定代打	94
團體訴訟好處多	97
<b>百貨類</b>	
禮券，難道變成廢紙了嗎？	95
發行商品禮券，必須履約保證	96
<b>汽車類</b>	
車輛天窗夾傷人，製造商應負賠償責任	91
天啊！我的安全氣囊爆開了！	95
再生輪胎，切莫上路	96
中古車買賣，應誠實揭露車況	96
羊毛出在羊身上？	84
分期付款說不清	87
調解之路，怎麼走？	84
消費者應善加利用完善之救濟管道	94
消保官可非九品芝麻官？	87
啟動愛車突然發生暴衝，車商竟置之不理	91

租車間發生車輛拋錨或車禍時之處理方式	103
長期租車租金未給付，可以請求違約金嗎？	103
買賣中古車里程數的消費爭議	103
出售瑕疵車輛的法律責任	103
<b>其他類</b>	
把洗衣店當成自己家中的衣櫥，行嗎？	84
特種買賣，非關服務	87
直銷生前契約爭議多	95
以瓦斯安檢為由，推銷靈骨塔	91
你是真正找到了工作，還是只是被推銷了東西呢？	92
訪問買賣陷阱多	94
只要標示不要傷害	94
消費者保護團體公信力，消費大眾有依據	91
資訊不足 特色變瑕疵	97
誠信的路走的遠	97
真假寶石需依法標示	100
參加多層次傳銷組織可以任意退會嗎？	100
衣物洗滌方式及成分應清楚標示	102
<b>房屋類</b>	
什麼是契約審閱權？	84
裝潢公司的重責大任	84
海砂屋的法律責任	84
科技水準影響賠償責任	87
定型化契約如何解釋？	84

周瑜打黃蓋、一個願打、一個願挨	84
聰明使用契約範本	87
消費團體訴訟，省錢省力有保障	90
銷售違建夾層，建商遭解約懲罰	90
未先審閱契約，可要求返還定金	90
定型化契約條款違反誠信、公平，無效	91
夾層預售屋，小心違法	95
廣告即契約？	87
廣告誇張，該誰倒楣？	90
誇大不實房屋廣告，當心觸法	96
消保團體可為消費者提起團體訴訟	96
投機取巧招殃禍	96
主管機關「其他必要處置」之說明	96
<b>金融類</b>	
企業如何與銀行打交道？	84
信用卡遭盜刷，銀行負擔損失風險	90
授信額度提高，保人只就原額負責	90
信用卡正、附卡需負連帶清償責任	91
消費者可否直接向銀行提出提前清償房貸呢？	92
消費者透過銀行郵購型錄購物，可要求銀行連帶負責？	93
借錢真的不用付利息嗎？	94
不實廣告依法處罰	94
錢，真的那麼好借嗎？	95
為了 90 元，銀行讓我的信用破產了！	95

卡奴負債整合、債務拖管問題多	96
「分期付款」V.S「分期貸款」大不同	96
<b>非消費類</b>	
減輕「無過失責任」的原則性方法	84
無過失責任不可事先免除或限制	84
遇到不愉快的消費經驗，上網罵他可以嗎？	92
<b>美容類</b>	
美容服務的衛生與安全	84
消保團體，與我何干？	84
顧客入店被訪問？	87
團結力量大	87
消保會是啥玩意？	87
推銷會員卡是否構成訪問買賣	90
瘦身減肥糾紛，申訴調解按步來	90
不實廣告，刊登或報導的媒體經營者也有責任	91
不是所有的團體都是消費者保護團體！	92
瘦身廣告，名不符實！	92
芳香精油，包裝標示不明業者該負什麼法律責任？	92
我要美容不要毀容	94
小心！瘦身不成反受罪	95
消費者因不滿業者收取體驗優惠單額外的費用，業者處理因應之道？	104
消費者因消費金額過高而要求退費時，業者的處理方法？	104

食品類	
誰是消費者？	84
好心沒好報，做好事也要負賠償責任？	84
熱咖啡的溫度界限	84
超級市場的衛生與安全	84
千面人事件的危機處理	84
無理申訴，如何解決？	84
團體訴訟，怎麼玩？	84
不讓你賣！	87
瓜田李下，怎麼辦？	87
消失的冰棒	87
太陽下的雞腿便當	87
架子上的鳳梨罐頭	87
酒國英雄	87
掛羊頭賣狗肉	87
不新鮮的「鮮」乳	87
路見不平，拔刀相助	87
病從口入	87
缺席的代價	87
僅供參考	87
進口糖果傷人，代理商理應賠償	90
政府公權力，解決毒米酒	91
拒絕主管機關調查，小心會受處罰	91
銷售過期食品，當心受罰	91

餐廳燙傷用餐客人，可以自定賠償上限嗎？	92
消費者可以請消費者保護團體代為提出損害賠償訴訟嗎？	92
地方政府對於市面上有瑕疵的商品，可以命廠商回收或銷毀嗎？	92
當甜美的禮券變成帶有苦味的壁紙，除了自認倒楣，別無他法？	93
消費金額雖小，爭議卻很大	93
都是土耳其藍莓惹的禍	93
消費糾紛，哪裡找幫手？	93
被下毒的商品千萬別再賣了	94
鑑賞期間內真的包退貨嗎？	94
共同打擊黑心商品	94
神奇奈米水，讓你保健？	95
「再忙也要喝咖啡」？紅、黃、綠標示仔細看	95
消保官能為我們做些什麼？	95
消保團體如何發表檢驗結果？	95
食品履歷即標示，一定要清楚	96
企業經營者應受行政監督	96
消費爭議處理不當，恐成為企業形象危機	96
奶粉標示不明，小心觸法	97
消費糾紛，小心處理	99
產銷履歷【TAP】農產品的身分證	99
廣告、包裝不實，小心受罰！	99
餐飲場所安全不可不慎	99
散裝食品標示不能免、衛生安全更重要	99

保健食品≠健康食品，更不可當藥賣	99
通過認證才可稱「有機食品」及使用有機農產品標章	99
食品不得為醫療效能標示、宣傳或廣告	99
交易資料應說清楚講明白	100
在貨物運送過程中食品變質，應為誰的責任	103
上游提供的產品品質有問題，業者如何求賞?	103
產品日期標示不清或錯誤，業者應如何處理?	103
<b>娛樂類</b>	
使用健身房設備摔傷，健身房應否負責？	93
健身不成反受氣	94
契約提供審閱期，消費爭議不會來	96
契約提供審閱期，消費爭議不會來	92
電話行銷獲利高，相關法規知多少	100
私人教練所引發會員糾紛，健身中心處理方法?	104
會員持續造成其他會員不便，健身中心如何處理?	104
會員因個人因素終止會籍，健身中心如何處理?	104
APP 遊戲虛寶裝備消失異常問題發生，業者與消費者應如何處理?	104
<b>旅遊類</b>	
旅行契約如何簽訂？	84
掃興的假期	87
鈔票出門求救無門？	90
旅客參團受傷，旅行社難辭其責	90
以中獎為由，強迫推銷休閒渡假村會員卡	91

郵輪旅途中發生人身傷害或財務損失，消費者得主張何種權利？	92
旅客取消行程，旅行業者可否拒絕返還定金？	93
簽約前停、看、聽	94
旅館，你的名字叫「安全」	95
享受「分時度假」，停、看、聽！	95
電視購物購買門票旅遊亦得退貨	97
處理退費問題學問大	99
健身中心必須提供履約保證	99
廣告是契約的一部分	99
關於禮券的「三要八不」	99
機位難求	99
行程變更	99
民宿損害事件	99
大陸團	99
<b>書籍文具類</b>	
天下有白吃的午餐嗎？	84
光享受，不付款	87
不請自來路難行	87
向業者購買套書，試閱期滿後，可否要求業者無條件取回呢？	92
同樣買書，退或不退，大不同！	95
<b>電信類</b>	
依據什麼法律，向那一機關檢舉？	87
電話遭盜打，廠商應負警示不足之責任	93

電話無故斷訊，可否向電信業者請求損害賠償？	92
免費鑑賞商品七日，是消費者的福音？	93
遭冒名申請大哥大，無庸負擔通話費	91
阿川的難題	87
預付型票券應提供履約保證	101
通訊行針對通訊品質與消費者簽訂合約時應注意事項	102
停話期間資費內容應清楚標明	102
<b>電視購物類</b>	
電視購物旅遊糾紛	94
電視購物美容諮詢券，無條件解約之計算	97
郵購買賣對消費者之告知義務	97
產品或服務試用、退貨規則應明瞭	100
票券銷售問題多，退貨處理宜謹慎	100
產品保險很重要，問題發生沒煩惱	100
<b>電腦類</b>	
來就送的服務	87
保證書內容應如何記載？	93
網路拍賣定型化契約規範之適用	97
重要規格說明清楚爭議少	101
遊戲費率好好定，爭議不會來	101
特殊重要條件應明示	101
一碼歸一碼，停權處理重點	101
試用後可否主張退貨	101
對消費者不實評論之處理	101

銷售軟體程式應標示之內容	101
消費爭議調解之進行	101
良好的網路認證可避免糾紛	101
廣告文宣及網頁說明都是契約的一部分	101
定型化契約應記載及不得記載事項要遵守	101
消費者的契約合理審閱期間	101
販售二手 3C 商品時，資訊揭露應確實	102
<b>電器類</b>	
用過的東西，可以退貨嗎？	84
標價廣告易放難收	84
商品標示，有那麼重要嗎？	84
進來負賠償責任？	87
奇怪的微波爐	87
有幅射線的電視機需要回收嗎？	87
消費發生糾紛，可找消保團體幫忙	90
天外飛來橫禍，雷擊導致電視故障，誰之過？	93
電器產品之分期買賣契約，應載明於契約內之事項	93
資訊商品標示不清，究竟誰該負責？	93
手機漏電傷人，廠商舉證免責	97
家電產品廣告應真實且正確的標示	97
商品內容表示要清楚實在	101
退貨退費爭議多	101
業者標榜防水功能手機是否應完全具備防水功能以供消費者使用？	104

<b>網路類</b>	
網路購物算不算郵購買賣	90
網路交易糾紛多？	95
網路上購票，應准予退票	96
網路銷售保養品，產品責任不打折	97
網站訂購產品與實際收受者不同，應如何處理？	102
經營二手服飾拍賣網注意事項	102
網路標錯價，造成消費者搶購，業者是否可以取消訂單不出貨？	104
手機下載 APP 發生資安外洩問題時，業者與消費者應如何處理？	104
<b>廣告類</b>	
經由電視廣告訂購之 CD，交貨後發現品質不良欲退貨，遭業者拒絕，消費者得主張何種權利？	92
誇大不實減肥廣告，當心受罰	96
廣告內容誘發客戶訂購，即成契約一部	97
廣告內容應真實，不實廣告引罰鍰	102
<b>餐飲類</b>	
餐廳地面濕滑，應附提醒標示	93
代客泊車，應善盡保管責任	96
電話行銷應將商品與交易內容說清楚	100
<b>醫療類</b>	
訪問買賣，生意不好做	84
吃錯藥，找誰賠？	84

原裝進口比較高級？	90
廣告食品具療效，誰該負責？	93
業者「保證」須確實履行	100
<b>藥物類</b>	
進口商切忌輸入危險商品	84
廣告不靈，找誰賠？	87
如何善用消費調解程序	100
型錄買賣商品該如何標示？	100

# 中小企業落實消費者保護指引手冊

---

發行單位：經濟部中小企業處

發行人：葉雲龍

地址：台北市羅斯福路 2 段 95 號 3 樓

電話：(02)2368-0816

網址：<http://www.moeasmea.gov.tw>

執行單位：社團法人中華民國管理科學學會

地址：台北市羅斯福路 1 段 4 號 13 樓之 1

電話：(02) 3343-1100

網址：<http://www.management.org.tw>

編輯指導：程道琳、蔡宜兼、林昱奇、林婉慈

編輯：張玉山、呂春榮、張凌豪、黃于芳、曹秀菊

執筆人：游開雄、鄭文婷、蘇錦霞、苗怡凡

審閱：姜志俊、陳智義、賴淑銘、陳威達、蕭旭東、

林瑞珠、郭麗珍、吳翊毅、陳豐華

**出版年月：中華民國 105 年 10 月**

---

本書保有所有權利，欲利用本書全部或部分內容者，需徵求經濟部中小企業處同意。

---

尊重。 瞭解。 關心。 服務。

## 中小企業落實消費者保護指引

經濟部中小企業處 編印



經濟部中小企業處

地址：台北市羅斯福路2段95號3樓

電話：(02)2368-0816 / (02)2368-6858

傳真：(02)2367-3883

網址：<http://www.moeasmea.gov.tw>



社團法人中華民國管理科學學會

地址：台北市羅斯福路1段4號13樓之一

電話：(02)3343-1100

傳真：(02)2393-9143

網址：<http://www.management.org.tw>