

# 消費者保護法

## ※近年沿革：

1. 中華民國 100 年 12 月 16 日行政院院臺規字第 1000109431 號公告第 39 條、第 40 條第 1 項、第 41 條第 1、2 項、第 44-1 條、第 49 條第 1、4 項所列屬「行政院消費者保護委員會」之權責事項，自 101 年 1 月 1 日起改由「行政院」管轄；第 40 條第 2 項所列「行政院消費者保護委員會」，自 101 年 1 月 1 日起改爲諮詢審議性質之任務編組「行政院消費者保護會」，並以設置要點定之；第 60 條所列屬「行政院消費者保護委員會」之權責事項，自 101 年 1 月 1 日起停止辦理。
2. 中華民國 104 年 06 月 17 日總統華總一義字第 10400070691 號令修正公布第 2、8、11-1、13、17、18、19、22、29、39~41、44-1、45、45-4、46、49、51、57、58、60、62、64 條條文及第三節節名；增訂第 17-1、19-2、56-1 條條文；刪除第 19-1 條條文；並自公布日施行，但第 2 條第 10、11 款及第 18~19-2 條條文之施行日期，由行政院定之（目前尚未施行）。

※注意事項：本表以 104 年所修正公布之法條爲主，另加附立法理由（修正說明，請見立法院議案關係文書）以作參考。

## 消費者保護法修正背景

消費者保護法（以下簡稱本法）於 83 年 1 月 11 日公布施行，於 92 年及 94 年歷經二次修正。近年來網路交易蓬勃發展，網路上交易之客體多元化，衍生本法賦予消費者 7 日無條件解除權是否應有除外適用之標的等爭議；其次，企業經營者使用定型化契約已爲現今實務交易之常態，然因條款係由企業經營者單方面所預先擬訂，內容可能包括使消費者負擔不合理或不公平風險等違背契約正義之條款，故定型化契約之導正及規制極具重要性，爲使本法有關特種交易及定型化契約之規範更加完備，並解決實務爭議，爰參考日本及歐盟等最新外國立法例，增修相關規定。此外，工商團體對於消保團體多年來爲促進商品安全及消費品質，不定期發布檢測資訊所爲之努力與付出，深表肯定，惟爲維護商譽，故對於消保團體檢測之程序及發表資訊前之意見參與多所建言，爲建立工商團體與消保團體之良性互動，使檢驗結果更昭公信，本次並就消保團體之檢驗規定酌作修正。另爲因應組織改造後管轄權之變更，行政院已於 100 年 12 月 16 日以院臺規字第 1000109431 號公告變更管轄機關，本次修法配合調整相關條文，以完備組織改造相關法制，爰擬具「消費者保護法」部分條文修正草案（以下簡稱本修正草案）。

## 消費者保護法修正草案（行政院版）

消費者保護法（以下簡稱本法）於八十三年一月十一日公布施行歷經二次修正，最後修正日期為九十四年二月五日。茲因定型化契約條款通常由立於優勢地位之企業經營者單方面預先擬訂，其內容常包括加重消費者負擔與責任，減免企業經營者責任，限制或剝奪消費者權利之行使，使消費者負擔不合理或不公平之風險等違背契約正義之條款，定型化契約之導正及規制極具重要性；為使本法第二章第二節「定型化契約」相關規範切合實務運作之需，爰檢討修正定型化契約條款定義及授權公告事項等相關規範。另檢討郵購買賣及訪問買賣之定義，充實企業經營者之資訊告知義務，與違反告知義務之法律效果，及因商品或服務之性質特殊，消費者依規定行使解除權對企業經營者顯失公平者，得排除適用，並明定契約解除後之法律效果，爰擬具「消費者保護法」部分條文修正草案，其修正要點如下：

1. 企業經營者為與消費者訂立契約之用所預先擬定之定型化契約條款，不限於與「不特定」多數消費者訂約之情形始有本法之適用，爰修正定型化契約條款之定義。另參考日本「特定商事交易法」，修正「郵購買賣」及「訪問買賣」之名詞為「通訊交易」及「訪問交易」，並修正定義。（修正條文第二條）
2. 中央主管機關公告特定行業定型化契約應記載或不得記載事項，為避免爭議，增訂授權公告之目的、內容、範圍及法律效果。（修正條文第十七條）
3. 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，增訂經主管機關令其限期改正而屆期不改正者之行政罰。（修正條文第五十六條之一）
4. 充實通訊交易及訪問交易之企業經營者資訊告知義務，及違反告知義務之法律效果。另因商品或服務之性質特殊，消費者依第十九條第一項規定行使解除權，對企業經營者顯失公平者，增訂得排除適用之規定。並將本法施行細則有關契約解除後之法律效果等規定移列於本法。（修正條文第十八條、第十九條、第十九條之二及第十九條之三）
5. 消費者保護團體發表檢驗結果後，應公布檢驗相關資訊並通知相關企業經營者。發表檢驗結果有錯誤時，應進行更正及澄清等措施。（修正條文第二十九條）
6. 行政院消費者保護委員會之業務及人力自一百零一年一月一日起，已併入行政院，爰將本法相關條文有關「消費者保護委員會」之文字，修正為「行政院」。（修正條文第三十九條至第四十一條、第四十四條之一及第四十九條）

## 消費者保護法修正重點（行政院版）

建立公平、合理及安全之消費環境，為本法之立法目的及政府所致力之目標，本次有關定型化契約及特種交易之修正，係為促進企業經營者使用定型化契約條款符合平等互惠與誠信原則，避免消費糾紛與疏解訟源，衡平消費者與企業經營者利益，兼顧消費者保護與產業永續發展，以建構更優質之消費環境。

### 1. 定型化契約：

- (1) 定型化契約條款之定義：本法有關定型化契約相關規範，係為保護無磋商能力之消費者，故只要業者預先擬定之契約條款係為與「多數」消費者訂約之用，均應有本法之適用，爰修正現行規定限於與「不特定」多數消費者訂約之情形。（第 2 條第 7 款）
- (2) 公告事項之核定：增訂中央主管機關擬訂定型化契約應記載或不得記載事項，於公告前須先報請行政院核定。行政院為監督與協調消費者保護事務，均定期邀集相關部會及團體代表召開消費者保護會議，公告事項由行政院提報消費者保護會議討論通過並予核定，程序上踐行公開討論與多方意見參與，俾使公告事項更為周延。（第 17 條第 1 項）
- (3) 公告事項之授權：定型化契約應記載及不得記載事項依現行規定係屬「概括授權」，依司法院大法官會議釋字第 606 號、第 612 號及第 643 號等解釋，授權範圍應就法律本身之立法目的，及其整體規定之關聯意義為綜合判斷，本次增訂公告定型化契約應記載及不得記載事項之授權目的、內容及範圍，有助於法規之明確性及可預測性。（第 17 條第 2 項及第 3 項）
- (4) 公告事項之行政罰配套：主管機關依本法公告定型化契約應記載及不得記載事項之目的，在於使業者遵守公告事項，避免業者使用對消費者顯失公平之定型化契約條款，惟依現行規定，主管機關查核後，若發現業者有違反之情形，僅能勸導改善，業者若不改善，於本法中尚無行政罰配套。本次增訂業者使用定型化契約，違反公告事項，經主管機關令其限期改正而屆期不改正者之行政罰，以落實公告事項之執行。（第 56 條之 1）

### 2. 郵購買賣及訪問買賣：

- (1) 名詞及定義：修正「郵購買賣」及「訪問買賣」之名詞為「通訊交易」及「訪問交易」，以切合實務交易形態。此外，在「消費者之工作場所」或「公共場所」從事推銷，為我國實務所常見，本次修法參考相關外國立法例規定，使訪問交易之定義更加明確。（第 2 條第 10 款及第 11 款）
- (2) 充實資訊告知義務：為避免消費者無法從通訊交易或訪問交易過程獲得充分之消費資訊，本次修法，明列告知資訊之詳細內容。此外，實務上常見消費者不知道自己之權利，超過 7 日行使解約權而被業者拒絕之案例。為保障消費者之權利，增訂通訊或訪問交易之業者應告知消費者享有 7 日解除契約之權利，若有違反，7 日期間自告知之次日起算。（第 18 條及第 19 條第 2 項）
- (3) 猶豫期除外規定：工商團體近年來多所主張，部分商品或服務有易腐壞或可複製等性質特殊之情形，若一律賦予消費者行使 7 日解除契約之權利，對企業經營者顯失公平，本次修法，為衡平企業經營者與消費者之權益，增訂授權規定，中央主管機關就主管行業需特別處理之部分，得依職權進行排除適用程序並報請行政院核定後，公告排除適用。（第 19 條之 2）
- (4) 解約後法律效果：為避免消費糾紛，增訂消費者解除契約後之法律效果。消費者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 15 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 15 日內，返還消費者已支付之對價。（第 19 條之 3）

※立法院委員提案版本與行政院之答覆綜合說明請另參見立法院關係文書（院總第 1450 號；收文編號：104000449；議案編號：1040122070300100）

## 消費者保護法修正條文對照表

修正後條文	修正前條文
<p><b>第 2 條</b>            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<b>多數消費者</b>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<b>訂立</b>之契約。            十、<b>通訊交易</b>：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<b>或服務下</b>而與企業經營者<b>所訂立之契約</b>。            十一、<b>訪問交易</b>：指企業經營者未經邀約<b>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</b>。            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。</p>	<p><b>第 2 條</b>            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<b>不特定多數消費者</b>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<b>訂定</b>之契約。            十、<b>郵購買賣</b>：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，使消費者未能檢視商品而與企業經營者<b>所為之買賣</b>。            十一、<b>訪問買賣</b>：指企業經營者未經邀約<b>而在消費者之住居所或其他場所從事銷售，所為之買賣</b>。            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。</p>
<p>立法理由</p>	<p>一、原條文第一款至第六款、第八款及第十二款未修正。            二、按定型化契約條款係企業經營者為與消費者訂立契約之用所預先擬定之契約條款，不論係供不特定多數消費者或特定多數消費者使用，均應有本法定型化契約相關規範之適用，爰參考德國民法第三百零五條規定，刪除原條文第七款「不特定」之文字。            三、原條文第九款酌作文字修正。            四、原條文第十款所稱「郵購買賣」，按買賣之標的物依民法第三百四十五條規定為「財產權」，其範圍較為狹隘。依原條文第十九條之一規定，郵購買賣相關規定於以郵購買賣所為之服務交易，亦準用之，故將服務併同納入定義規範。另參考歐盟指令「2011/83/EU」第二條第七款及日本「特定商事交易法」第二條第二項等外國立法例，其類似我國「郵購買賣」概念之名詞定義中，均包括商品及服務，爰修正名詞及定義，並將「使消費者未能檢視商品」修正為「消費者於未能檢視商品或服務下」，形容其訂立契約之狀態。            五、原條文第十一款所稱「訪問買賣」，其範圍較為狹隘，爰將服務併同納入定義規範。另參考歐盟指令「2011/83/EU」第二條第八款及日本「特定商事交易法」第二條第一項等外國立法例，其類似我國「訪問買賣」概念之名詞定義中，均包括商品及服務，爰修正名詞及定義。另在「工作場所」或「公共場所」從事推銷，均為我國實務所常見，爰參考德國民法第三百十二條第一項規定，於定義中增列「工作場所」及「公共場所」。並刪除「從事銷售」，以避免訪問交易僅限於買賣契約之誤解。</p>

<p><b>第 8 條</b> 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<b>第七條</b>之企業經營者。</p>	<p><b>第 8 條</b> 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<b>前條</b>之企業經營者。</p>
<p>立法理由</p>	<p>一、原條文第一項未修正。 二、原條文第二項所定「前條」，原係指「第七條」，為配合本法於九十二年一月二十二日修正公布，增訂第七條之一，爰酌作修正。</p>
<p><b>第 11-1 條</b> 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。 <b>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。</b> 違反<b>第一項</b>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。</p>	<p><b>第 11-1 條</b> 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。 違反<b>前項</b>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。</p>
<p>立法理由</p>	<p>一、參考最高法院九十八年度台上字第一六八號民事判決理由：「……爭專任委託銷售契約書所載消費者自願放棄契約審閱權之定型化契約條款，依其情形顯失公平，故該拋棄契約審閱期之條款應屬無效……」，增訂第二項，以保護消費者審閱契約之權利。 二、原條文第三項酌作文字修正。</p>
<p><b>第 13 條</b> <b>企業經營者應向消費者明示定型化契約條款之內容</b>；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。 <b>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。</b> <b>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。</b></p>	<p><b>第 13 條</b> <b>定型化契約條款未經記載於定型化契約中者，企業經營者應向消費者明示其內容</b>；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<b>受其拘束</b>者，該條款即為契約之內容。 <b>前項情形，企業經營者經消費者請求，應給與定型化契約條款之影本或將該影本附為該契約之附件。</b></p>
<p>立法理由</p>	<p>一、原條文第一項酌作文字修正。 二、定型化契約條款通常係由具優勢地位之企業經營者單方面所預先擬訂，在有紛爭時常為企業經營者與消費者雙方之重要文書，甚至係唯一憑據，尤以一般消費者為然。是若依原條文第二項規定，未經記載於定型化契約中之條款尚須「經消費者請求」方才給與影本或附為契約附件，則一旦企業經營者未盡本條第一項明示告知義務或消費者未依同條第二項請求，嗣後若生爭執，消費者手中僅有原定型化契約而已，實難舉證企業經營者未予告知未經記載於定型化契約中之條款，極不利於居弱勢地位之消費者，爰修訂第二項為「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。」。 三、增訂第三項，明定「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。」。</p>
<p><b>第 17 條</b> 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：</p>	<p><b>第 17 條</b> 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。 違反前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，依前條規定之。 企業經營者使用定型化契約者，主管機關得隨時派員查核。</p>

<p>一、企業經營者保留契約內容或期限之變更權或解釋權。</p> <p>二、限制或免除企業經營者之義務或責任。</p> <p>三、限制或剝奪消費者行使權利，加重消費者之義務或責任。</p> <p>四、其他對消費者顯失公平事項。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>企業經營者使用定型化契約者，主管機關得隨時派員查核。</p>	
<p>立法理由</p>	<p>一、為使授權公告定型化契約應記載或不得記載事項之目的及程序更加明確化，爰修正原條文第一項。</p> <p>二、為使公告事項之內容及範圍更加明確化，爰參酌現行中央主管機關已公告事項之重要權利義務內容，增訂第二項及第三項有關應記載及不得記載事項之規定，惟因應否記載內容，尚須依個別行業之契約性質及目的定之，故所定應否記載之內容得包括所列事項，而非必然包括全部事項。</p> <p>三、原條文第二項移列第四項，並酌作文字修正。</p> <p>四、第五項新增。將本法施行細則第十五條第二項有關公告事項之效力規定，酌作文字修正，移列本法。</p> <p>五、原條文第三項移列第六項。</p>
<p><b>第 17-1 條</b>  <b>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。</b></p>	
<p>立法理由</p>	<p>一、本條新增。</p> <p>二、由於定型化契約條款係從企業經營者角度切入，該契約條款內容係由企業經營者單方所決定並大量印製使用，契約內容已被定型化，更容易存在對消費者不利的地方。雖然對於定型化契約之立法（消費者保護法之制定）、行政（74 種定型化契約範本之公告及其拘束力）、司法（於定型化契約有關之司法爭議以有利於消費者作解釋判決）規制上，近十幾年來政府相關部門對於消費者保護實已盡相當之努力。然實務上消費者保護法關於定型化契約最大之疏漏，並非現行實體法上之保障不足，而係於定型化契約爭議發生後，消費者往往無法舉證證明企業主違反消費者保護法相關規定，進而主張對其有利的權益，如法諺有云：「舉證之所在，敗訴之所在」，實體法之保護變成具文。</p> <p>三、除本法已有諸多對於定型契約條款內容效力之實體規制外，於程序法上亦應對企業經營者課予其於締約過程符合本節規定之事實之舉證責任，期能實踐本法對消費者保障之目的。</p>
<p><b>第三節 特種交易</b></p>	<p><b>第三節 特種買賣</b></p>
<p>立法理由</p>	<p>第二條第十款「郵購買賣」修正為「通訊交易」，第十一款「訪問買賣」修正為「訪問交易」，爰配合修正本節名稱。</p>
<p><b>第 18 條</b>          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。</p>	<p><b>第 18 條</b>          企業經營者為郵購買賣或訪問買賣時，應將其買賣之條件、出賣人之姓名、名稱、負責人、事務所或住居所告知買受之消費者。</p>
<p>立法理由</p>	<p>一、為避免消費者無法從通訊交易或訪問交易過程獲得充分之消費資訊，爰參考歐盟指令「2011/83/EU」第六條至第八條及日本「特定商事交易法」第四條及第十一條有關通訊交易及訪問交易相關規範修正之。</p>

	<p>二、企業經營者提供消費資訊之義務，應以書面為之，俾消費者得以留存運用，爰於第一項予以明定，第一款及第五款規範企業經營者提供相關資訊，方便消費者聯繫或日後產生消費爭議時進行申訴；第二款為原條文有關「買賣條件」之要項；第三款自本法施行細則第十六條移列，並酌作文字修正；第四款就商品或服務因第十九條第二項規定而無第十九條第一項解除權之適用時，規定應告知消費者；第六款授權中央主管機關斟酌特殊情況，作補充規範。</p> <p>三、經由網際網路所為之通訊交易，具有大量及快速之特性，消費資訊得以可供消費者完整查閱、儲存之電子方式為之，爰增訂第二項。</p>
<p><b>第 19 條</b>  <b>通訊交易或訪問交易</b>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<b>方式解除契約</b>，無須說明理由及負擔任何費用或<b>對價</b>。  <b>但通訊交易有合理例外情事者，不在此限。</b>  <b>前項但書合理例外情事，由行政院定之。</b>  <b>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。</b>  <b>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。</b>  <b>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。</b></p>	<p><b>第 19 條</b>  <b>郵購或訪問買賣</b>之消費者，<b>對所收受之商品不願買受時</b>，得於收受商品後七日內，退回商品或以書面通知<b>企業經營者解除買賣契約</b>，無須說明理由及負擔任何費用或<b>價款</b>。  <b>郵購或訪問買賣違反前項規定所為之約定無效。</b>  <b>契約經解除者，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。</b></p>
<p>立法理由</p>	<p>一、將原條文第一項「郵購或訪問買賣」修正為「通訊交易或訪問交易」；另配合服務契約納入通訊交易及訪問交易之交易類型，將「價款」修正為「對價」，增列服務契約之解除權行使起點，並增訂但書規定。原條文「對所收受之商品不願買受時」係屬贅文，爰刪除之。</p> <p>二、增訂第二項。</p> <p>三、企業經營者違反第十八條規定，未提供消費者解除契約相關資訊者，應有法律效果配套，爰參考歐盟指令「2011/83/EU」第十條規定，增訂第三項。</p> <p>四、增訂第四項，自本法施行細則第十九條第一項移列，並參考歐盟指令「2011/83/EU」第十一條第二項及日本「特定商事交易法」第九條第二項規定，消費者只要在法定期間內發出解約通知或交運退回之商品，契約即視為解除，酌作文字修正。</p> <p>五、原條文第二項移列於第五項，俾使本條各項均可適用，並酌作文字修正，使適用更加明確。</p> <p>六、有關契約解除後之法律效果，於第十九條之二另行規範，爰將原條文第三項刪除。</p>
<p><b>第 19-1 條</b> (刪除)</p>	<p><b>第 19-1 條</b>  前二條規定，於以郵購買賣或訪問買賣方式所為之服務交易，準用之。</p>
<p>立法理由</p>	<p>一、<b>本條刪除</b>。</p> <p>二、本法本次修正後，通訊交易或訪問交易之契約標的已包含商品及服務，爰予刪除。</p>
<p><b>第 19-2 條</b>  <b>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。</b>  <b>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。</b>  <b>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。</b></p>	
<p>立法理由</p>	<p>一、<b>本條新增</b>。</p> <p>二、第一項自本法施行細則第二十條移列，並酌作文字修正，消費者通知解除契約時，除當事人另有個別磋商外，企業經營者應於期限內取回商品，避免企業經營者單方事先以定型化契約條款為不利於消費者之約定。</p> <p>三、第二項規定企業經營者返還對價之期限。</p> <p>四、第三項自原條文第十九條第三項移列。</p>

<p><b>第 22 條</b>          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。  <b>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。</b></p>	<p><b>第 22 條</b>          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。</p>
<p>立法理由</p>	<p>一、由於國內眾多食品、藥品、化妝品、家電、3C 產品、首飾、汽車及房地產等商品及服務的廣告誇大不實事件不斷發生，讓消費大眾對業者的誠信產生質疑，且我國法院有不少判決，認為「廣告內容」僅屬於「要約之引誘」，而非「要約」，也就是業者無須對其宣傳廣告負責，法院如此的見解，是對消費者權益的一大損傷。</p> <p>二、由於各類不實廣告充斥電子或平面媒體，為保護民眾的消費權利，實現公平、正義的消費社會，爰修正原條文，增列第二項，明定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，以落實企業經營者的法律責任，並杜絕不實與誇大的廣告。</p>
<p><b>第 29 條</b>          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、<b>儲存樣本之方式與環境</b>、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。  <b>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。</b>  <b>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。</b></p>	<p><b>第 29 條</b>          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、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。</p>
<p>立法理由</p>	<p>一、原條文第一項未修正。</p> <p>二、第二項增列儲存樣本之方式與環境，俾檢驗程序之記載更加完備。</p> <p>三、消費者保護團體發表檢驗結果後，公布檢驗相關資訊，並通知相關企業經營者，可使檢驗結果更昭公信，並促進企業之良性發展，爰增訂第三項。</p> <p>四、消費者保護團體發表檢驗結果有錯誤時，應主動對外更正，並使相關企業經營者有澄清之機會，爰增訂第四項。</p> <p>五、消費者保護團體發表檢驗結果若有侵害企業經營者之權利，依其他法律規定，負相關責任。</p>
<p><b>第 39 條</b>  <b>行政院</b>、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<b>辦法</b>，由行政院定之。</p>	<p><b>第 39 條</b>  <b>消費者保護委員會</b>、直轄市、縣(市)政府各應置消費者保護官若干名。          消費者保護官之<b>任用及職掌</b>，由行政院定之。</p>
<p>立法理由</p>	<p>一、行政院消費者保護委員會之業務及人力自一百零一年一月一日起，已併入行政院院本部，爰將原條文第一項「消費者保護委員會」之文字，修正為「行政院」。</p> <p>二、第二項配合現行係以訂定辦法規範，爰酌作修正。</p>
<p><b>第 40 條</b>  <b>行政院</b>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，<b>提供本法相關事項之諮詢。</b></p>	<p><b>第 40 條</b>  <b>行政院</b>為研擬及審議消費者保護基本政策與監督其實施，設<b>消費者保護委員會</b>。  <b>消費者保護委員會</b>以行政院副院長為主任委員，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、專家為委員。<b>其組織規程由行政院定之。</b></p>
<p>立法理由</p>	<p>一、按中央行政機關組織基準法第五條第三項規定，該法施行後，不得以作用法規定機關之組織，原條文第一項有關消費者保護委員會組織之規定，已另以行政院處務規程及行政院消費者保護會設置要點規定，爰予刪除。</p> <p>二、為持續監督與協調消費者保護事務之推動，爰修正原條文第二項，並列為本條文，規定行政院應定期邀集有關部會首長及團體代表等，提供本法相關事項之諮詢，並保留原條文有關參與人員之身分規範，以達成多方參與之公平原則。另原條文第二項後段有關組織之規定，予以刪除。</p>

<p><b>第 41 條</b>  <b>行政院為推動消費者保護事務，辦理下列事項：</b>  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，<b>由行政院</b>定期公告。</p>	<p><b>第 41 條</b>  <b>消費者保護委員會之職掌如下：</b>  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。  <b>消費者保護委員會應將</b>消費者保護之執行結果及有關資料定期公告。</p>
<p>立法理由</p>	<p>配合組織改造，原條文第一項及第二項「消費者保護委員會」修正為「行政院」，並酌作文字修正。</p>
<p><b>第 44-1 條</b>  前條消費爭議調解事件之受理、程序進行<b>及其他相關事項之辦法，由行政院定之。</b></p>	<p><b>第 44-1 條</b>  前條之消費爭議調解事件之受理<b>及程序進行等事項，由消費者保護委員會定之。</b></p>
<p>立法理由</p>	<p>配合組織改造，「消費者保護委員會」修正為「行政院」；另授權規定係以辦法規範，爰酌作修正。</p>
<p><b>第 45 條</b>  直轄市、縣（市）政府應設消費爭議調解委員會，置委員七名至<b>二十一</b>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、<b>學者及專家</b>充任之，以消費者保護官為主席，其組織另定之。</p>	<p><b>第 45 條</b>  直轄市、縣（市）政府應設消費爭議調解委員會，置委員七至<b>十五</b>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充任之，以消費者保護官為主席，其組織另定之。</p>
<p>立法理由</p>	<p>一、原條文第一項修正。為因應地方主管機關就消費爭議調解案件之增加，調解委員會委員可能超過原條文第一項上限之需求，爰修正委員名額上限至二十一名。  二、消費爭議類型常涉及專業領域，調解委員會之運作需要學者及專家之參與，為解決實務運作之需要，爰修正原條文第二項。</p>
<p><b>第 45-4 條</b>  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<b>第四十五條之五</b>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。</p>	<p><b>第 45-4 條</b>  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<b>第四十五條之三</b>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。</p>
<p>立法理由</p>	<p>一、原條文第一項、第三項及第四項未修正。  二、原條文第二項配合小額消費爭議解決方案所定異議期間及未於法定期間提出異議之法律效果，係另規定於第四十五條之五，爰予修正。</p>
<p><b>第 46 條</b>  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<b>第二十五條至第二十九條</b>之規定。</p>	<p><b>第 46 條</b>  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<b>第二十二條至第二十六條</b>之規定。</p>
<p>立法理由</p>	<p>一、原條文第一項未修正。  二、為配合鄉鎮市調解條例於九十四年五月十八日修正，原該條例第二十二條至第二十六條有關調解書之作成及效力，已移列於同條例第二十五條至第二十九條，爰配合修正。</p>

<p><b>第 49 條</b> 消費者保護團體許可設立<b>二年以上</b>，<b>置有消費者保護專門人員，且申請行政院評定優良者</b>，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，<b>得請求預付或償還必要費用</b>。 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。 <b>優良消費者保護團體之評定辦法，由行政院定之。</b></p>		<p><b>第 49 條</b> 消費者保護團體許可設立<b>三年以上</b>，<b>申請消費者保護委員會評定優良，置有消費者保護專門人員，且合於下列要件之一，並經消費者保護官同意者</b>，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： <b>一、社員人數五百人以上之社團法人。</b> <b>二、登記財產總額新臺幣一千萬元以上之財團法人。</b> 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，<b>除得請求預付或償還必要之費用外，不得請求報酬</b>。 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。 <b>消費者保護團體評定辦法，由消費者保護委員會另定之。</b></p>
<p>立法理由</p>	<p>一、將消費者保護團體許可設立三年以上修正為設立二年以上；刪除經消保官同意之要件及刪除律師不得請求報酬之規定。 二、刪除原條文第一項所列二款有關消保團體規模之要件，以放寬消保團體提起團體訴訟之要件。 三、為確保團體訴訟之品質，維持消保團體提起團體訴訟需經評定優良之要件。優良消費者保護團體評定辦法，由行政院修正放寬要件。</p>	
<p><b>第 51 條</b> 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<b>五倍以下</b>之懲罰性賠償金；但<b>因重大過失所致之損害，得請求三倍以下之懲罰性賠償金</b>，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。</p>		<p><b>第 51 條</b> 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<b>三倍以下</b>之懲罰性賠償金；但因過失所致之損害，得請求損害額一倍以下之懲罰性賠償金。</p>
<p>立法理由</p>	<p>一、本條之目的在保護消費者不受企業經營者為獲利而為惡意侵害，本條文為模倣美國法制之懲罰性賠償制度，規定企業如故意或過失造成消費者損害，消費者得要求超過所受損害額之賠償，試圖藉由跨越民法損害賠償以填補損害為原則之法理，來提供消費者更優惠的賠償並試圖以此規定嚇阻不肖企業，惟我國法院近年來解釋適用本條規定，態度過於謹慎保守，以至於懲罰性賠償金之請求不易成立，或是酌定數額普遍偏低，不足以充分制裁或發揮嚇阻之功效，據台北地方法院一〇一年度消字第一六號民事判決：「我國消保法第五十一條所謂過失，應為目的性限縮而限於重大過失，亦即當企業經營者顯然欠缺注意，如稍加注意，即得避免損害，有明顯應究責之行為時，法院始課以懲罰性賠償金。雖有注意義務之違反，然尚非達到重大過失之程度，自無消保法第五十一條之適用」類似見解亦見於高等法院一〇一年度消上字第八號民事判決。從法院判決中不難發現，實務運作上往往將本條之過失限縮解釋為重大過失，使現行條文之立意大打折扣。 二、如企業經營者所提供之商品或服務因故意或過失致消費者有損害，而法院於裁量時將過失限縮解釋為重大過失，導致消費者縱使透過司法途徑，亦不能獲得合理之結果，乃援引我國民事法之責任體系，建立層級化之歸責要件，將本條對於故意、重大過失及過失之規定明文化，避免司法裁量空間過於模糊，修改懲罰性賠償金之懲罰範圍，將企業經營者因故意所致之損害賠償額由三倍以下提高至五倍以下，增訂因重大過失所致之損害賠償額為三倍以下，明確區分故意、重大過失及過失之責任。</p>	
<p><b>第 56-1 條</b> <b>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。</b></p>		
<p>立法理由</p>	<p>一、<b>本條新增</b>。 二、中央主管機關依第十七條第一項公告定型化契約應記載或不得記載事項，旨在預防消費糾紛，保護消費者權益，促進定型化契約之公平化，惟上開應記載或不得記載事項並無行政罰配套，難以貫徹施行。為落實應記載或不得記載事項之施行，爰增訂本條。 三、現行老人福利法、身心障礙者權益保障法、有線廣播電視法及電信法等就企業經營者之定型化契約已訂有相關管制及處罰規定。基於主管機關業務推動繼續性及整體性之考量，上開法律之相關罰則優先於本條之適用。</p>	

<p><b>第 57 條</b> 企業經營者<b>規避、妨礙或拒絕</b>主管機關依<b>第十七條第六項</b>、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。</p>	<p><b>第 57 條</b> 企業經營者<b>拒絕、規避或阻撓</b>主管機關依<b>第十七條第三項</b>、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，並得連續處罰。</p>
立法理由	原條文第十七條第三項已移列為第十七條第六項，爰配合修正，並酌作文字修正。
<p><b>第 58 條</b> 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，<b>並得按次處罰</b>。</p>	<p><b>第 58 條</b> 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，<b>並得連續處罰</b>。</p>
立法理由	依法制體例酌作文字修正。
<p><b>第 60 條</b> 企業經營者違反本法規定，<b>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。</b></p>	<p><b>第 60 條</b> 企業經營者違反本法規定情節重大，<b>報經中央主管機關或消費者保護委員會核准者，得命停止營業或勒令歇業。</b></p>
立法理由	<p>一、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、健康之虞影響社會大眾情節重大，中央主管機關或行政院得立即命令其停止營業，避免損害之擴大。</p> <p>二、就重大消費事件所導致眾多消費者受損害而有集體求償之必要時，中央主管機關或行政院應儘速協請消費者保護團體提起消費者損害賠償訴訟，以保護消費者權益。</p>
<p><b>第 62 條</b> 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，<b>依法移送行政執行</b>。</p>	<p><b>第 62 條</b> 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，<b>依法移送強制執行</b>。</p>
立法理由	原條文後段文字「依法移送強制執行」修正為「依法移送行政執行」。
<p><b>第 64 條</b> 本法自公布日施行。<b>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。</b></p>	<p><b>第 64 條</b> 本法自公布日施行。</p>
立法理由	本法本次修正之通訊交易與訪問交易相關規定，授權由行政院定施行日期。