



拾參、消費者保護類

辦理因廣告不實案件檢查表

蘇錦霞 律師 原著
吳鏡瑜 律師 修訂

一、按廣告之性質究為要約抑或僅為要約引誘，固非無爭議，惟依消費者保護法（下稱消保法）第 22 條：「（第 1 項）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。（第 2 項）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。」，已明文將企業經營者之廣告視為契約內容之一部分，故消保法第 22 條第 1 項後段規定企業經營者對消費者所負之義務不得低於廣告之內容，乃依據誠實信用原則對契約之內容所作解釋之結果，其立法意旨在於使任何足以影響消費者形成消費動機、決定訂立契約之廣告宣傳內容，均成為契約內容之一部分；而第 2 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，使其成為對消費者最低限度之保障。

二、關於判斷不實廣告之基本原則，可分為二：

（一）依一般消費者認知，解釋廣告所傳遞之訊息

在解釋一項廣告訊息真實性時，對於訊息所傳遞予讀者之印象，可分為「明示的不實」與「暗示的不實」。蓋消費者自廣告訊息所獲最後印象，並

不限於廣告文義表面上之陳述或表示，更包含其中合理之暗示。因此當廣告文義內容似乎均為真實時，並不意味該廣告訊息真實無偽，而應進一步考慮訊息中所可能包含之其他暗示。

(二) 須從廣告之全體來判斷廣告訊息是否有欺瞞消費者之可能

廣告訊息之表達，包括「廣告形式」、「廣告內容」與「廣告隱含之意義」，其中前二者於學理上可稱為「明示的訴求」，用以與隱含意義之訴求（又稱為「暗示的訴求」）相區別。廣告訊息之傳播方式，從結構上分析，雖有如上分類，惟在解釋廣告訊息之真實性方面，並無二致，亦即應以廣告給予讀者之一般印象為整體考量。簡言之，即須參酌廣告「全體的各部組合」而不是「個別的拼圖」。

三、而廣告內容是否成為契約內容之一部分，應依廣告所提供之訊息以觀，若廣告內容在交易習慣上足使其所訴求之對象，即消費者，對該廣告將成為契約內容之一部分，具有一定程度之信賴，且廣告之內容具體明確，該廣告內容即可為契約內容之一部分。若企業經營者違反廣告內容時，消費者得依據民法債務不履行等相關規定主張權利。

四、另按公平交易法第 21 條禁止事業在商品或其廣告上等為虛偽不實及引人錯誤之表示或表徵，旨在避免不實廣告造成潛在之消費者對商品或服務之錯誤認識，因

此不以造成特定消費者實質經濟損害為要件。而依據公平交易法第 30 條之規定事業違反本法之規定，致侵害他人權益者，應負損害賠償責任。

辦理因廣告不實案件檢查表

序號	檢查事項	摘要
1	<p>是否屬於廣告？</p> <p>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，可使不特定多數人知悉其宣傳內容之傳播。</p>	
2	<p>是否為廣告不實？</p> <p>事業不得在商品或其廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於商品之價格、數量、品質、內容、製造方法、製造日期、有效期限、使用方法、用途、原產地、製造者、製造地、加工者、加工地等，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。</p>	

辦理消費團體訴訟檢查表

蘇錦霞 律師 原著
陳雅萍 律師 修訂

消費者保護法第 50 條第 1 項規定：「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」，即受害的消費者可以讓與損害賠償請求權給消費者保護團體，由消費者保護團體以自己名義提起訴訟。消費者保護團體之資格係為許可設立 2 年以上，並申請消費者保護委員會評定為優良，而置有消費者保護專門人員，始得以自己之名義，提起第 50 條消費者損害賠償訴訟（消費者保護法第 49 條第 1 項）。

經受害消費者受讓請求權後，消費者保護團體依消費者保護法第 49 條規定提起訴訟時應委任律師代理訴訟。且受委任之律師，就該訴訟，除得請求預付或償還必要之費用外，不得請求報酬。

由於消費者保護團體受讓多數消費者之損害賠償請求權，將使訴訟標的之價額增高，為考慮消費者保護組織之經費負擔及其公益性，並發揮消費者求償訴訟之功能，所以消費者保護法第 52 條規定，其標的價額如超過 60 萬元時，超過部分可以免繳裁判費。

辦理消費團體訴訟檢查表

序號	檢查事項	摘要
1	原告是否為消費者保護團體？	
	(1) 許可設立 2 年以上。	
	(2) 行政院消費者保護委員會評定為優良消保團體。	
2	是否為同一事件所受損害？	
3	是否有 20 人以上之請求權讓與？	
	(1) 20 人以上同一事件之損害賠償請求權人。	
	(2) 讓與同意書。	
4	是否為消費訴訟？	
5	是否委任律師為訴訟代理人？	

辦理因定型化契約未給予審閱期間 案件檢查表

蘇錦霞 律師 原著
吳鏡瑜 律師 修訂

按消費者保護法（下稱消保法）第 11 條之 1 第 1 項：「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。」、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。」等規定，可知企業經營者對於消費者負有揭露交易資訊之義務。

此等揭露交易資訊義務，在定型化契約之交易上，尤其重要性。蓋因定型化契約之相對人即消費者，縱非皆為經濟上弱者，然多屬資訊及法律上弱者，資訊上所以弱勢或因極少甚至第一次從事系爭交易，或因與他方之資訊不對稱；至於法律上之所以弱勢，則因企業經營者通常藉助律師等專業人士為其擬定定型化契約條款，而消費者則大都欠缺相關法律常識，遑論專業知識。

是定型化契約既為企業經營者單方預先擬定，其條款或使用專門用語，致使消費者難以理解，或隱藏風險轉嫁，而使交易他方承擔不利，惟企業經營者不但具備專業知識，且通常均已累積豐富交易經驗，消費者就定型化契約之內容既無法參與於前，企業經營者即應於訂約前，向消費者揭露該契約條款之內容，並使消費者於依該條款訂約前，有審閱內容之機會，始符消保法第 4 條、第 5 條之規範要求，此即基於企業經營者擬定之定型化契約條款，應經消費者同意，始得成為契約內容之契約法基本法理而來。

實務上常見企業經營者於其擬定之密密麻麻定型化契約書中，在前言或末端部分，印有「本契約（及其附件）業經甲方（即消費者）於簽約前○日（或合理期間內），（攜回）審閱全部條款內容。」等文字之定型化契約條款方式，履行其依前揭所訂應提供消費者審閱條款內容期間之義務。如定型化契約全部條款之條文數量不少、詳細內容複雜，客觀上不可能為一般消費者於簽約當場或簽約前之短暫時間內，予以全部審閱，或該等「定型化審閱期間條款」字體細小、位置隱蔽、印刷不清或其他情事，致相對人難以注意其存在或辨識，然該等「定型化審閱期間條款」卻載明消費者業已在短暫時間內審閱全部條款內容，則此等條款顯有突襲性情事，自不構成契約內容。

此參最高法院 98 年度台上字第 168 號判決：「按消費者保護法第十一條之一第一項固規定，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。惟依同條第二項規定，倘企業經營者於訂約前，未予消費者合理之審閱期間，亦僅生由企業經營者單方所預先擬定之定型化契約條款，不構成契約之內容，非謂當事人間之契約關係不成立或無效。此因定型化契約條款未能列為契約內容之事項，應視兩造間契約之性質，依相關法律規定補充之。次按企業經營者於其所提供之定型化契約中，加註消費者自願拋棄契約審閱權之條款，按其情形顯失公平者，依民法第二百四十七條之一第三款、第四款之規定，該條款應屬無效者，仍應由企業經營者舉證證明已提供消費者合理審閱契約之期間，否則即應依前開情形處理。」可知。且消保法第 11 條之 1 第 2 項更明文規定：「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。」確保消費者不會因企業經營者以定型化契約之方式讓消費者拋棄權利。

從而，消費者得依消保法第 11 條之 1 第 2 項規定，選擇主張系爭定型化契約全部或部分條款是否構成契約之內容。至消費者訂約前，企業經營者是否已提供全部條款內容以供審閱乙節有爭執時，應由企業經營者負舉證責任，此乃企業經者在締約時應盡之揭露資訊義務，觀諸前揭消保法第 4 條、第 5 條及第 11 條之 1 第 1 項規定自明。

是企業經營者以「定型化審閱期間條款」方式，抗辯其已盡此義務，而消費者有爭執時，應由企業經營者證明消費者就該「定型化審閱期間條款」已有同意之表示。此於消保法第 17 條之 1 明文要求，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。據此企業經營者無法證明有該同意者，不得僅憑契約書上有「定型化審閱期間條款」之記載，即認定消費者已審閱全部條款內容。如企業經營者無法證明所提供之定型化契約，業經消費者審閱時，消費者得主張該條款不構成契約之內容。

辦理因定型化契約未給予審閱期間案件檢查表

序號	檢查事項	摘要
1	是否屬於定型化契約？	
	(1) 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定之契約。	
	(2) 定型化契約條款：指企業經營者為與不特定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。	
2	是否經事先審閱？	
	由企業經營者舉證之。	

