

立法院議案關係文書

(中華民國 41 年 9 月起編號)
中華民國 101 年 3 月 21 日印發

院總第 1450 號 委員提案第 13031 號

案由：本院委員丁守中、吳育仁、蔡錦隆、林明溱、蔡其昌等 23 人，鑑於「消費者保護法」第十九條第一項目前並無合理例外之情事，在實務上對若干商品或服務提供，恐引發爭議，例如生鮮食品、音樂、影像等。為使「消費者保護法」能鼓勵新興產業與文創產業之發展、避免不必要之購物爭議、保護消費者權益，特修正「消費者保護法」第十九條第一項但書條文，予以合理例外情事；及增訂同條文第三項，予行政院另定行政命令之權，予以例示或列舉合理例外之情事。是否有當？敬請 公決。

說明：

- 一、「消費者保護法」第十九條第一項在民國 83 年訂定理由為：「由於郵購買賣與訪問買賣之交易通常是在消費者無法詳細判斷或思考之情形下，而使消費者購買不合意或不需要之商品，為衡平消費者在購買前無法獲得足夠的資料或時間加以選舉，故採將判斷時間延後之猶豫期判斷時間延後之猶豫期間制，俾供消費者詳細考慮，並予解約的機會。」
- 二、隨著網際網路所提供之商品與服務越益豐富、付款機制越益安全、商品或服務提供者信用越益可靠後，消費者逐漸加重依賴自網際網路購買商品或服務。然網際網路所提供之商品或服務種類眾多，為鼓勵若干新興產業之創作力提昇、避免網路購物爭議，實有必要在消費者與商品或服務提供者之權益保護取得平衡。
- 三、台北市政府在去年（民國 100 年）與 Google 對下載 App 程式引發七天猶豫期間之爭議，並對 Google 處分 100 萬元罰鍰。Google 付費之 App 程式從此退出我國市場，使得擁有 Android 手機軟體之消費者無法購買跟更新 App 軟體，且對我國軟體業之發展亦產生若干之限制。雖然行政院消費者保護處（前行政院消費者保護委員會）已於民國 92 函釋，數位化商品之販售亦適用「消費者保護法」；但經由網際網路銷售之數位化商品，若已提供軟體試用版是否已給予消費者合理之檢視機會，實仍具有爭議性。究其原因，系爭問題乃目前

立法院第 8 屆第 1 會期第 5 次會議議案關係文書

「消費者保護法」第十九條第一項尚無合理例外情事，但日本、韓國、英國、美國等國相關之消費者保護法雖亦有猶豫期間之規定，卻訂有除外規定。

- 四、以美國「冷靜規則」(Cooling-Off Rule)為例，猶豫期間並不包括若干情事，例如(一)銷售價格低於 25 美金、(二)商品或服務並非主要提供個人或家庭使用，而係供指導或訓練課程所需、(三)全部係經電子郵件或電話提供該商品或服務、(四)商品銷售或服務提供前，已在其營業場所向消費者說明或溝通過、(五)係為了緊急事件之需，例如昆蟲突然出現在消費者家中，而消費者亦同意放棄解除權、(六)依據消費者之要求，修理或保全其個人財產。同時，對住宅、保險、證券、汽車、藝術、工藝亦有類似之除外規定條款。
- 五、以英國「2000 年消費者保護(遠距離銷售)條例」(The Consumer Protection (Distance Selling) Regulations 2000)，消費者對以下例外情事無取消之權利，例如(一)商品或服務之價格係依據金融市場變化而決定，而非由商品或服務提供者決定之、(二)該商品或服務主要係提供予特定消費者之需，或其品質容易快速損壞或過期者(例如生鮮、易腐食物)、(三)音樂、影像或電腦軟體若已為消費者拆封(unsealed)、(四)報紙、雜誌、期刊、(五)賭博、彩券等。
- 六、為使「消費者保護法」能鼓勵新興產業與文創產業之發展、避免不必要之購物爭議、保護消費者權益，特修正「消費者保護法」第十九條第一項但書條文，予以合理例外情事；及增訂同條文第三項，予行政院另定行政命令之權，例示或列舉合理例外情事。

提案人：丁守中	吳育仁	蔡錦隆	林明溱	蔡其昌
連署人：張嘉郡	李桐豪	江惠貞	林岱樺	陳鎮湘
	呂學樟	徐欣瑩	陳根德	盧嘉辰
	翁重鈞	廖正井	廖國棟	陳學聖
	潘維剛	徐少萍	楊應雄	

消費者保護法第十九條條文修正草案對照表

修正條文	現行條文	說明
<p>第十九條 郵購或訪問買賣之消費者，對所收受之商品不願買受時，得於收受商品後七日內，退回商品或以書面通知企業經營者解除買賣契約，無須說明理由及負擔任何費用或價款。<u>但郵購買賣者有合理例外情事，不在此限。</u></p> <p>郵購或訪問買賣違反前項規定所為之約定無效。</p> <p><u>第一項合理例外情事，由行政院定之。</u></p> <p>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。</p>	<p>第十九條 郵購或訪問買賣之消費者，對所收受之商品不願買受時，得於收受商品後七日內，退回商品或以書面通知企業經營者解除買賣契約，無須說明理由及負擔任何費用或價款。</p> <p>郵購或訪問買賣違反前項規定所為之約定無效。</p> <p>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。</p>	<p>一、增訂第一項但書及第三項條文。</p> <p>二、隨著網際網路所提供之商品與服務越益豐富、付款機制越益安全、商品或服務提供者信用越益可靠後，消費者逐漸加重依賴自網際網路購買商品或服務。然網際網路所提供之商品或服務種類眾多，為鼓勵若干新興產業之創作力提昇、避免網路購物爭議，實有必要在消費者與商品或服務提供者之權益保護取得平衡。</p> <p>三、經由網際網路銷售之數位化商品，若已提供軟體試用版是否已給予消費者合理之檢視機會，實仍具有爭議性。究其原因，系爭問題乃目前「消費者保護法」第十九條第一項尚無合理例外情事，但日本、韓國、英國、美國等國相關之消費者保護法雖亦有猶豫期間之規定，卻訂有除外規定。</p> <p>四、以美國「冷靜規則」(Cooling-Off Rule)為例，猶豫期間並不包括若干情事，例如(一)銷售價格低於 25 美金、(二)商品或服務並非主要提供個人或家庭使用，而係供指導或訓練課程所需、(三)全部係經電子郵件或電話提供該商品或服務、(四)商品銷售或服務提供前，已在其營業場所向消費者說明或溝通過、(五)係為了緊急事件之需，例如昆蟲突</p>

然出現在消費者家中，而消費者亦同意放棄解除權、(六)依據消費者之要求，修理或保全其個人財產。同時，對住宅、保險、證券、汽車、藝術、工藝亦有類似之除外規定條款。

五、以英國「2000 年消費者保護（遠距離銷售）條例」（The Consumer Protection (Distance Selling) Regulations 2000），消費者對以下例外情事無取消之權利，例如(一)商品或服務之價格係依據金融市場變化而決定，而非由商品或服務提供者決定之、(二)該商品或服務主要係提供予特定消費者之需，或其品質容易快速損壞或過期者（例如生鮮、易腐食物）、(三)音樂、影像或電腦軟體若已為消費者拆封（unsealed）、(四)報紙、雜誌、期刊、(五)賭博、彩券等。

六、為使「消費者保護法」能鼓勵新興產業與文創產業之發展、避免不必要之購物爭議、保護消費者權益，特修正「消費者保護法」第十九條第一項但書條文，予以合理例外情事；及增訂同條文第三項，予行政院另定行政命令之權，例示或列舉合理例外情事。