

一、從消費者保護規定的介紹兼論損害賠償責任歸屬的立法趨勢

(一) 無過失責任主義

1. 消費者保護法第 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。

2. 消費者保護法第 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。

3. 民法第 487 條之 1

受僱人服勞務，因非可歸責於自己之事由，致受損害者，得向僱用人請求賠償。

前項損害之發生，如別有應負責任之人時，僱用人對於該應負責者，有求償權。

4. 勞動基準法第 59 條

勞工因遭遇職業災害而致死亡、殘廢、傷害或疾病時，雇主應依左列規定予以補償。但如同一事故，依勞工保險條例或其他法令規定，已由雇主支付費用補償者，雇主得予以抵充之：

一、 勞工受傷或罹患職業病時，雇主應補償其必需之醫療費用。職

業病之種類及其醫療範圍，依勞工保險條例有關之規定。

二、 勞工在醫療中不能工作時，雇主應按其原領工資數額予以補償。但醫療期間屆滿二年仍未能痊癒，經指定之醫院診斷，審定為喪失原有工作能力，且不合第三款之殘廢給付標準者，雇主得一次給付四十個月之平均工資後，免除此項工資補償責任。

三、 勞工經治療終止後，經指定之醫院診斷，審定其身體遺存殘廢者，雇主應按其平均工資及其殘廢程度，一次給予殘廢補償。殘廢補償標準，依勞工保險條例有關之規定。

四、 勞工遭遇職業傷害或罹患職業病而死亡時，雇主除給與五個月平均工資之喪葬費外，並應一次給與其遺屬四十個月平均工資之死亡補償。

其遺屬受領死亡補償之順位如左：

(一) 配偶及子女。

(二) 父母。

(三) 祖父母。

(四) 孫子女。

(五) 兄弟姐妹。

(二) 推定過失主義責任（舉證責任之倒置）

1. 消費者保護法第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，視為前條之企業經營者。

2. 民法

(1) 民法第 191 條之 1

商品製造人因其商品之通常使用或消費所致他人之損害，負賠償責任。但其對於商品之生產、製造或加工、設計並無欠缺或其損害非因該項欠缺所致或於防止損害之發生，已盡相當之注意者，不在此限。

前項所稱商品製造人，謂商品之生產、製造、加工業者。其在商品上附加標章或其他文字、符號，足以表彰係其自己所生產、製造、加工者，視為商品製造人。

商品之生產、製造或加工、設計，與其說明書或廣告內容不符者，視為有欠缺。

商品輸入業者，應與商品製造人負同一之責任。

(2) 民法第 191 條之 2

汽車、機車或其他非依軌道行駛之動力車輛，在使用中加損害於他人者，駕駛人應賠償因此所生之損害。但於防止損害之發生，已盡相當之注意者，不在此限。

(3) 民法第 191 條之 3

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。

3. 職業災害勞工保護法第 7 條的規定

勞工因職業災害所致之損害，雇主應負賠償責任。但雇主能證明無過失者，不在此限。

4. 民事訴訟法第 277 條但書的規定

當事人主張有利於己之事實者，就其事實有舉證之責任。**但法律別有規定，或依其情形顯失公平者，不在此限。**

(三) 過失責任主義：

1. 民法第 184 條

因故意或過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任。故意以背於善良風俗之方法，加損害於他人者亦同。

違反保護他人之法律，致生損害於他人者，負賠償責任。但能證明其行為無過失者，不在此限。

2. 醫療法第 82 條第 2 項－故意過失責任

醫療機構及其醫事人員因執行業務致生損害於病人，以故意或過失為限，負損害賠償責任。

(四) 判例：

最高法院 100 年度台上字第 104 號 損害賠償案件

惟查甲○○於事故發生時當場拍攝之現場照片，貼近上訴人右小腿，可辨識出地板上留有漬痕，為原審所確認之事實。證人更○○、辛○○又分別證述：因用拖把拖地，有沾到水，故地板顏色較深；拖地之前先放小心地滑之警告標示。等到地乾之後才會將警告標示收起。上訴人滑倒時，警告標示尚未收起各等語。顯見上訴人滑倒時，地板尚未全乾。縱令該漬痕係滲入地板尚未完全乾涸之水漬痕跡。然衡諸經驗法則，於供行走之地板上殘留污漬之情形，通常降低物理上摩擦力，使行走其上較易滑倒，原審未遑審認該漬痕是否符合消費者保護法第七條所謂企業經營者提供服務時，應確保該商品或服務符合專業水準可合理期待之安全性，是否與上訴人之跌倒具有因果關係，竟以上訴人未能證明點餐櫃檯前地板殘留有上訴人所主張之濃湯類之殘留物，其亦已知被上訴人曾進行拖地工作，並擺放小心地滑之標誌，且其本身長期左膝痛、身體微胖、行動不便、腳穿夾腳拖、邊走邊談等情，進而為上訴人不利之判決，不免速斷。

二、廣告不實或商品標示不實及廣告代言人的責任

(一) 消費者保護法的相關規定

1. 消費者保護法第 7 條第 2 項

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。

2. 消費者保護法第 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。

3. 消費者保護法第 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。

4. 消費者保護法第 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。

5. 消費者保護法第 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。

(二) 商品標示法第 6、8、9、10、12、15、16 條的規定

1. 商品標示法第 6 條

商品標示，不得有下列情事：

- 一、虛偽不實或引人錯誤。
- 二、違反法律強制或禁止規定。
- 三、有背公共秩序或善良風俗。

2. 商品標示法第 8 條

進口商品在流通進入國內市場時，進口商應依本法規定加中文標示及說明書，其內容不得較原產地之標示及說明書簡略。
外國製造商之名稱及地址，得不以中文標示之。

3. 商品標示法第 9 條

商品於流通進入市場時，生產、製造或進口商應標示下列事項：

- 一、商品名稱。
- 二、生產、製造商名稱、電話、地址及商品原產地。屬進口商品者，並應標示進口商名稱、電話及地址。
- 三、商品內容：
 - (一) 主要成分或材料。
 - (二) 淨重、容量、數量或度量等；其淨重、容量或度量應標示法定度量衡單位，必要時，得加註其他單位。
- 四、國曆或西曆製造日期。但有時效性者，應加註有效日期或有效期間。

五、其他依中央主管機關規定，應行標示之事項。

商品經認定原產地為我國者，得標示台灣生產標章。

前項原產地之認定、標章之圖樣、推廣、獎勵及管理辦法，由中央主管機關定之。

4. 商品標示法第 10 條

商品有下列情形之一者，應標示其用途、使用與保存方法及其他應注意事項：

- 一、 有危險性。
- 二、 與衛生安全有關。
- 三、 具有特殊性質或需特別處理。

5. 商品標示法第 12 條

販賣業者不得販賣或意圖販賣而陳列未依本法規定標示之商品。

6. 商品標示法第 15 條

流通進入市場之商品有下列情形之一者，直轄市或縣（市）主管機關應通知生產、製造或進口商限期改正；屆期不改正者，處新臺幣二萬元以上二十萬元以下罰鍰，並得按次連續處罰至改正為止：

- 一、 違反第七條第一項規定為標示。
- 二、 未依第八條第一項規定加中文標示或說明書。
- 三、 未依第九條規定標示。
- 四、 未依第十條規定標示。
- 五、 違反依第十一條規定公告之應行標示事項或標示方法。

7. 商品標示法第 16 條

販賣業者違反第十二條規定，販賣或意圖販賣而陳列未依本法規定標示之商品者，直轄市或縣（市）主管機關得通知限期停止陳列、販賣；

該商品對身體或健康具有立即危害者，得逕令立即停止陳列、販賣。其拒不遵行者，處新臺幣二萬元以上二十萬元以下罰鍰，並得按次連續處罰至停止陳列、販賣時為止。

(三) 公平交易法第 21 條、第 41 條的規定

1. 公平交易法第 21 條

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。

事業對於載有前項虛偽不實或引人錯誤表示之商品，不得販賣、運送、輸出或輸入。

前二項規定於事業之服務準用之。

廣告代理業在明知或可得而知情形下，仍製作或設計有引人錯誤之廣告，與廣告主負連帶損害賠償責任。廣告媒體業在明知或可得而知其所傳播或刊載之廣告有引人錯誤之虞，仍予傳播或刊載，亦與廣告主負連帶損害賠償責任。廣告薦證者明知或可得而知其所從事之薦證有引人錯誤之虞，而仍為薦證者，與廣告主負連帶損害賠償責任。但廣告薦證者非屬知名公眾人物、專業人士或機構，僅於受廣告主報酬十倍之範圍內，與廣告主負連帶損害賠償責任。

前項所稱廣告薦證者，指廣告主以外，於廣告中反映其對商品或服務之意見、信賴、發現或親身體驗結果之人或機構。

2. 公平交易法第 41 條

公平交易委員會對於違反本法規定之事業，得限期命其停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣五萬元以上二千五百萬元以

下罰鍰；逾期仍不停止、改正其行為或未採取必要更正措施者，得繼續限期命其停止、改正其行為或採取必要更正措施，並按次連續處新臺幣十萬元以上五十萬元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措施為止。

事業違反第十條、第十四條，經中央主管機關認定有情節重大者，得處該事業上一會計年度銷售金額百分之十以下罰鍰，不受前項罰鍰金額限制。

前項事業上一會計年度銷售金額之計算、重大違法情節之認定、罰鍰計算之辦法，由中央主管機關定之。

(四) 刑法第 339 條與民法第 184 條的規定

1. 刑法第 339 條

意圖為自己或第三人不法之所有，以詐術使人將本人或第三人之物交付者，處五年以下有期徒刑、拘役或科或併科一千元以下罰金。

以前項方法得財產上不法之利益或使第三人得之者，亦同。

前二項之未遂犯罰之。

2. 民法第 184 條

因故意或過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任。故意以背於善良風俗之方法，加損害於他人者亦同。

違反保護他人之法律，致生損害於他人者，負賠償責任。但能證明其行為無過失者，不在此限。

三、 法院實務判決對於消費者保護法第 22 條的看法

(一) 消費者保護法第 22 條的規定

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。

(二) 判例

1. 最高法院 92 年度台上字第 2694 號 返還價金案件

消費者保護法第二十二條係規定：「企業經營者應確保廣告內容之真實，其對於消費者所負之義務不得低於廣告內容」，並未明定「廣告為要約」或「廣告必為契約內容之一部」，故消費者如信賴廣告內容，依企業經營者提供之廣告訊息與之洽談而簽訂契約，於契約中雖未就廣告內容再為約定，企業經營者所應負之契約責任，仍及於該廣告內容，該廣告固應視為契約之一部。惟簽訂契約時倘雙方已就廣告內容另為斟酌、約定，或企業經營者並未再據原屬「要約引誘」之廣告為訂約之說明、洽談，使之成為具體之「要約」，縱其廣告之內容不實，應受消費者保護法或公平交易法之規範，自難逕謂該廣告為要約或已當然成為契約之一部。

2. 最高法院 90 年度台上字第 1585 號 回復原狀案件

惟查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，為消費者保護法第二十二條所明定。...原審謂廣告僅為「要約」之引誘，兩造從未枕此進行磋商，難謂為契約內容之一部云云，已屬可議。...倘依被上訴人之廣告內容、平面圖冊及工地樣品屋，足使消費者誤認可合法擁有夾層之規劃及使用空間，則被上訴

人興建之房屋是否不應具有該「可施作夾層」之效用，即非無疑。如應具有該項效用，而實際依相關建築法規規定，不能施作夾層，能否謂被上訴人不應就該項瑕疵負責，尚值深究。

3. 最高法院 88 年度台上字第 1892 號 返價價金案件

上訴人既以廣告等促銷方法強調系爭房屋夾層部分之合法性，致被上訴人誤認可合法使用，則於訂約時，本諸誠信原則，上訴人理應明確告知購買戶關於夾層部分非適法而可能遭拆除之危險，自不得將此出賣人應告知之義務轉換由買受人負擔查詢該夾層是否為違章建築之義務，上訴人主張被上訴人未查問清楚，為有重大過失云云，殊不足取。

4. 最高法院 93 年度台上字第 2103 號 請求返還價金等案件

按當事人之一方將其因契約所生之權利義務，概括的讓與第三人承受者，屬契約承擔，與單純的債權讓與不同，承受人所承擔者非僅限於讓與人享有之債權及負擔之債務，且及於因契約所生法律上地位。舉凡撤銷權、解除權、終止權等與契約關係不可分離之形成權，均由承受人行使之，讓與人則脫離原有契約關係。原審既認定系爭買賣契約由上訴人承擔，即係概括承受訴外人蔡○○以降的買受人地位，惟又以上訴人對於系爭房屋不能合法興建夾層之事實已知悉或可得知悉，因而不得主張原買受人得基於瑕疵擔保請求權所生之契約解除權、或減少價金請求權，遽以駁回上訴人請求，判決理由前後即有矛盾。次按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，消費者保護法第二十二條定有明文。此係為保護消費者而課企業經營者以特別之義務，不因廣告內容是否列入契約

而異，否則即無從確保廣告內容之真實。預售屋之購買人與建商訂定買賣契約時，既無何成品可供檢視，祇能信賴建商之廣告，建商以廣告內容誘發客戶預購房屋之動機，且以廣告內容與購屋人洽談該屋之性質，廣告之說明及樣品屋示範應成為契約內容之一部。

5. 最高法院 92 年度台上字第 906 號 請求返還價金案件

查出賣人將廣告平面圖放置於售屋現場供人取閱，固屬契約之引誘，然買受人受此要約之引誘後，進而與出賣人之使用人洽談買賣；出賣人之使用人並依據該平面圖向買受人解說，表示買賣房屋之空間、隔局按該平面圖所示，買受人因該平面圖所示之空間、隔局而決定簽約訂購，即足認定該平面圖所示房屋之空間、隔局等項，確已成為買賣雙方合致之意思表示，該平面圖自屬契約之一部分。次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，即為物之瑕疵（本院七十三年台上字第一一七三號判例參照）。買賣標的物在交付前，因不具備當事人契約所定應具備之效用及品質，即為物之瑕疵，經催告後不補正，或事實上無法補正，自得解除契約。依房屋銷售情形，所言高度一般固指樓層高度而言，惟房間內之淨高，如有特殊設計，致使其樓層高度於扣除通常應有之樓板高度後，顯然有所減少或高低不一者，出賣人自應告知買受人，否則即應認欠缺通常應有之品質及效用，而認有減少契約預定之效用之瑕疵。

四、 法院相關實務判例：

(一) 臺北地院 101 年度簡上字第 137 號返還價金等事件

再按買賣因物有瑕疵，而出賣人依前五條之規定，應負擔保之責者，賣受人得解除其契約或請求減少其價金。但依情形，解除契約顯失公平者，買受人僅得請求減少價金，民法第 359 條定有明文。系爭車輛因機油潤滑異常，造成引擎內部零件損壞，交付時即有瑕疵，已如前述，則依前揭規定，被上訴人得擇一行使其契約解除權或減少價金請求權。但本件被上訴人於修復系爭車輛引擎後，倘仍准許其對上訴人主張解除契約，上訴人除須返還買賣價金 220,000 元外，尚應給付被上訴人修車費用 90,925 元，而本件修車費用已占買賣總價四成以上，解除契約之結果對上訴人而言顯失公平，是依前揭規定，被上訴人僅得請求減少價金。而關於本件減少價金之數額，被上訴人於本院並未再提出任何證明或參考資料供法院審酌，原審以系爭契約買賣總價、系爭車輛瑕疵狀況、修理車輛之花費及斟酌其他一切情狀，認被上訴人得向上訴人主張減少價金之數額以 30,000 元，尚屬允當，並無違誤。

(二) 新北地院 102 年度簡上字第 67 號返還價金事件

查系爭汽車經甲○○送 A 公司鑑定結果，認：系爭汽車之引擎蓋、左前及右前葉子板、左後及右後車門、左後葉子板曾維修焊接及鈑修，前保桿及內骨曾維修，左 C 柱內部板件有切焊痕跡，左側結構曾撞擊受損板件有焊修及鈑修痕跡，水箱架右側曾撞擊有鈑修焊修痕跡，右前內規板件有鈑修痕跡，曲軸皮帶盤運轉時會晃動，右直樑前端曾撞擊受損焊修，工字樑擦撞傷，右前底板焊修，行駛時採煞車踏板抖動等情，已如前述，有鑑定報告 1 份在卷可佐。而於原審審理時，再經送 B 公司鑑定結果，

亦認：系爭汽車確有重大瑕疵…該車受損程度已達車身整體的 1/3，已屬重大事故車等情，亦有鑑定報告書 1 份在卷可佐。併審酌前開 2 份鑑定報告就系爭汽車受損具體內容之判定，大致互核相符等情。經本院調查結果，認甲○○主張：系爭汽車屬具重大瑕疵之重大事故車一節，應認屬實。又乙○○雖以：甲○○於購買系爭汽車時，其與店長丙○○均已告知系爭汽車曾發生事故，是於交車時特別註明「2 年 5 萬公里保固」等語為辯。然查本件乙○○與被上訴商行於原審審理時，均僅稱：系爭汽車有發生過小擦撞並有小瑕疵等語（詳原審 101 年 6 月 19 日言詞辯論筆錄）。而所謂「小擦撞」與前述鑑定結果認定之「重大事故」二者間於程度上本有相當差異，實難以乙○○曾為「小擦撞」之告知即謂其已盡告知之責。再經本院依乙○○聲請傳證人丙○○，則固到庭證稱：（當初賣車的時候如何介紹？）交車的當天，甲○○要我們交車給他那邊，車子有撞到什麼的都有告知，我印象深刻的時候如果不跟他簽 2 年 5 萬公里的保固，尾款不交給我們，我們都有比給他看車子的狀況，具體講的內容時間隔太久，我不太記得。因為有跟他講車況，所以才要求我們 2 年 5 萬公里的保固，正常都是半年，是在交車的時候甲○○才這樣要求，他會這樣要求是因為事故有撞到，可能怕有損傷，交車的時候，後車廂的門有隙縫不一樣，有跟他說是有撞到，他問我們可以修一下等語。惟由證人丙○○之證詞可悉，其等於買賣當時告知甲○○之「事故」至多僅係指後車廂部分之擦撞，而未提及鑑定報告所認定系爭汽車「車頭」及「車身」之曾受撞擊損害。惟承前述，系爭汽車經鑑定結果認屬重大事故車，乃與車頭、車身曾受撞擊間具較重要關聯，反與後車廂遭擦撞間較無相涉。則經比對乙○○、被上訴人商行於原審之陳述與證人

丙○○於本院證述內容結果，應認甲○○主張：於簽署系爭買賣契約前後，乃迄交車日止，乙○○等人均未就系爭汽車之車頭、車身曾受撞擊之重大瑕疵並未告知一節，應屬有據。

再參酌乙○○乃受僱於專門經營交易中古車輛之被上訴人商行，對於系爭汽車之前開瑕疵本諸其專業自不得諉為不知。準此，甲○○主張：乙○○於系爭買賣契約簽訂時，故意不告知甲○○此項瑕疵，亦堪認定。是乙○○自不得以系爭買賣契約上附註之約定解免物之瑕疵擔保責任。又系爭汽車前因事故受損程度既達車身整體的 1/3，其瑕疵核屬重大，應達得解除契約程度。從而，本件甲○○主張解除系爭買賣契約回復原狀請求乙○○於甲○○返還系爭小客車之同時，應給付甲○○41萬元（承前述，41 萬元買賣價金既包含出賣人應完成申請變更營業牌照，車體顏色及營業用燈等費用，系爭買賣契約內容自應認係甲○○以41 萬元(買賣價金)向乙○○購入改裝後之系爭汽車(買賣標的)；而非甲○○以 37 萬 6,675 元(即扣除改裝費用之金額)向乙○○購入改前系爭汽車。是本件回復原狀請求權當事人所互負返還義務，應指 41 萬元價金及改裝後系爭汽車，併此敘明。），為有理由，應予准許。

(三) 高等法院 104 年度上易字第 1505 號詐欺案件

A○○原係新北市○○區○○路 0 段 000 號 X X 汽車聯盟商行（下稱 X X 汽車行）之負責人，負責車輛之採購，B○○為 A○○所僱用之汽車銷售業務員（第一審判處罪刑確定），民國 100 年 6 月 3 日前某日，C○○看中待售之 9432-YH 車號自用小客車（下稱訟爭小客車），與 B○○洽詢買賣車輛事宜，同年 6 月 3 日，C○○再度上門，表示欲購買一般自用車輛、不要營業車，B○○意圖為自己不法之所有，明知訟爭

小客車原為營業小客車，重新領牌後始登記為自用小客車，竟隱匿訟爭小客車前為營業小客車之事，致C○○陷於錯誤，當場簽立中古汽車介紹買賣合約書，雙方約定以新臺幣（下同）26萬元購買訟爭小客車，除當場支付定金1萬元外，並於同年月7日支付餘款25萬元，B○○將定金1萬元轉予A○○，A○○明知B○○將訟爭小客車以一般自用車出售，基於與B○○共同不法所有之犯意，同意出售訟爭小客車，並於100年6月7日，在C○○付清尾款（車貸）時，同意B○○將訟爭小客車交付C○○。嗣C○○於101年6月28日將訟爭小客車送往維修，始察覺訟爭小客車之車輛里程數遭到修改，並曾為營業小客車使用，始悉受騙。

共犯B○○於第一審作證表示：「C○○很明確說他不希望買到營業車這一點。」、「我們業務在賣C○○車輛時，A○○都在辦公室坐，交車、付款也都要經過負責人。」（原審卷第90頁）。被告對B○○證詞，表示「沒有意見」（原審卷第91頁），並於本院辯論庭：「賣成後，B○○有跟我報告，因為他要拿訂金給我，說他賣了多少錢。」、「我跟B○○利潤對半分。」（本院卷第50頁正反面）。因訟爭車輛買賣，採分期付款方式，定金（即頭期款）為1萬元，餘款（車貸）為25萬元，在被害人C○○付清車款、被告方面交付車輛即雙方履行買賣合約義務完成前，雖僅由業務B○○出面議約，然被告為XX汽車行之負責人，事前知悉訟爭小客車原為營業車，在業務員B○○以一般自用車輛價格議約出售，被告同意業務員所作所為，並在實際交車之前，收受定金、收取尾款，係利用業務B○○先前所實行之犯罪行為與結果，中途參與後階段詐取車款之行為，應屬事中共犯，仍應對B○○先前所實行之販售營

業車之行為暨所發生之犯罪結果共同負責。

(四) 高等法院 104 年度上易字第 609 號詐欺案件

公訴意旨略以：被告乙○○於民國 102 年 10 月 16 日，透過不知情之丙○○，販售車牌號碼 000—0000 號賓利自用小客車與甲○○。乙○○明知車輛之里程數為 71073 英哩（折合 114381.33 公里），竟意圖為自己不法之所有，於汽車買賣合約書中偽填里程數為 36274 公里，使甲○○陷於錯誤，而以新臺幣（下同）390 萬元購入。嗣車輛過戶後，甲○○取得證明文件，始知受騙。因認被告乙○○涉有刑法第 339 條第 1 項詐欺取財罪嫌。

本件車籍資料已明確記載賓利車實際里程數為 71073 英哩，而汽車儀表板上之里程數為 36274 公里。被告辯稱為其買入前即已由前手調整過，且告知介紹人丙○○，依卷證資料，並無任何證據證明被告明知而故為不實記載。且被告在本案交易過程，並未隱瞞里程不準之事，並給予甲○○、丙○○檢驗賓利車、確認里程數、可送公證單位檢驗，係丙○○賺取仲介費用，從中隱瞞，而告訴人甲○○因信任好友丙○○，而未詳細檢查。被告並無所謂不確定故意或消極詐欺之情事。被告與甲○○並未實際見面，均透過丙○○傳遞訊息，認知難免落差。且本件經溝通後，被告已退回價金 120 萬元，均難認被告有詐欺之意圖與行為。

五、中古汽車買賣仲介定型化契約範本及應記載不得記載事項介紹

(一) 定型化契約：

注意：本契約簽訂前，應有三日之審閱期間。															
仲 介 人 (受 託 人)	姓名或 名稱		電話		行動電話										
			傳真		電子信箱										
	負責人		身分證統一編號 (營利事業統一編號)												
			地址	縣市	鄉鎮市區	村里	街路	段	弄	號	樓	室			
出 賣 人 (委 託 人)	姓名或 名稱		電話		行動電話										
			傳真		電子信箱										
			身分證統一編號 (營利事業統一編號)												
	地址	縣市	鄉鎮市區	村里	街路	段	弄	號	樓	室					
標 的 物	廠牌		產地	☐ 國產 ☐ 進口 產地_____											
	型式	型	車牌號碼												
	出廠年月	年	月	引擎號碼											
	型式年份 (model year)	年	車身號碼												
	排氣量	立方公分	其他配備												
	顏色														
	交車時碼表 之里程數	_____公里 ☐ 擔保 ☐ 不擔保													
	交易次數	☐ 一手中古車 ☐ 二手以上中古車〔不擔保次數〕			用途	☐ 營業用車（包括租賃車） ☐ 自用車 ☐ 其他_____									
權利瑕疵	有無設定動產抵押及其他負擔： ☐ 無 ☐ 有 _____ ☐ 不知														

委託人希望買受人價金支付方式	定金	☐ 不須支付定金 ☐ 須支付定金新台幣_____元整
	付款方式	☐ 現金 ☐ 票據 ☐ 隨意 ☐ 其他_____
委託銷售期間	自民國 _____年 _____月 _____日起至 _____年_____月____日止為期_____天	
	◎本委託期間得經委託人及受託人雙方以書面同意變更之。	
仲介報酬	金額	☐ 新台幣_____元整 ☐ 成交價格之____%
	支付時間	買賣契約成立時，支付： ☐ 新台幣_____元 ☐ 成交價格之____% 交車於買受人時，支付： ☐ 新台幣_____元 ☐ 成交價格之____%
代理收受定金或價款 ★依照其他約定事項三	買賣契約成立後，委託人 ☐ 不同意 ☐ 同 意 授權受託人代為收受買受人支付之 ☐ 定金 ☐ 價款	
其他約定事項 ★	一、委託人之義務如下： (一) 委託人擔保就本件標的物現況如上所示真實陳述，若有不實，致受託人受有損害者，應負賠償責任。 (二) 委託人應依受託人之通知，辦理過戶及交車手續。 二、受託人之義務如下： (一) 受託人對委託人所提供之標的物現況，應誠實告知買受人。如有隱瞞不實，由受託人自負一切法律責任，若因而致委託人受有損害者，並應負賠償責任。 (二) 受託人應隨時向委託人報告銷售狀況。 (三) 受託人應於代理收受定金或價款後廿四小時內將收受之定金或價款交付予委託人。若無法交付時，受託人應於二日內書面通知委託人。 (四) 買賣成交後，受託人應協助買賣雙方辦理過戶、交車及其他相關手續。 (五) 受託人應依本契約所訂條件，仲介出售本契約標的物，不得逾越授權範圍。 三、買受人支付定金後，如不願買受，得拋棄定金，解除契約。委託人如不願出賣，得加倍返還買受人所支付之定金後，解除契約。	

		前項情形和其他因可歸責買受人之事由解除契約者，委託人應將取得之價金（定金）之_____％支付予受託人，作為該次委託銷售服務之支出費用。但以不逾約定之仲介報酬為限。 四、委託人有下列情形之一時，委託人仍應支付仲介報酬，並應全額一次支付予受託人： （一）委託期間內，委託人自行將本契約標的物出售或另行委託第三人仲介者。 （二）與買受人簽立書面買賣契約後，因可歸責於委託人之事由而解除買賣契約者。 （三）委託人於委託期間屆滿後二個月內，逕與受託人曾經仲介予委託人之客戶成交者。 五、受託人違反其他約定事項第二條第一款、第三款或第五款者，委託人得解除本委託契約，並得請求受託人支付與仲介報酬同額之違約金；但受託人所受利益高於前述違約金者，委託人得請求與該利益同額之違約金。 六、本契約訂立後，若有任何增刪修改，須經雙方當事人書面同意。 七、雙方因本契約發生訴訟時，同意由 _____地方法院為第一審管轄法院。但不得排除消費保護法第四十七條及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。 八、本契約如有未盡事宜，由雙方本誠信原則協議之，或依民法或其他相關法令定之。 九、本契約書正本壹式貳份，副本_____份，由委託人及受託人各持正本一份、副本_____份為憑。
--	--	--

中 華 民 國 年 月 日

立契約書人：

仲介人：

法定代理人：

地址：

出賣人：

地址：

(二) 中古汽車買賣定型化契約應記載及不得記載事項

經濟部 100 年 8 月 18 日經商字第 10002421600 號函公告 中古汽車買賣定型化契約應記載及不得記載事項

一、契約審閱權

- (一) 本契約訂定前，出賣人應將本契約書之正本及相關附件交付買受人攜回審閱，未經買受人攜回審閱，買受人得主張不受本契約之拘束。
- (二) 本契約於中華民國____年____月____日經買受人攜回審閱____日（契約審閱期間不得少於二日）。

買受人簽名：

二、(出賣人)

出賣人之名稱、電話、行動電話、電子信箱、公司（商號）統一編號、地址、代表人、身分證統一編號。

三、(買受人)

買受人之姓名、電話、行動電話、電子信箱、身分證統一編號、地址。

四、(過戶登記人)

過戶登記人之姓名、電話、行動電話、身分證統一編號、地址。

五、(標的物)

- (一) 廠牌：
- (二) 產地：☐國產 ☐進口 進口國：_____。
- (三) 型式：_____型。
- (四) 年份：
- (五) 出廠年月：
- (六) 牌照號碼：
- (七) 原有強制汽車責任保險到期日為____年____月____日。
- (八) 前車主之行車執照影本（詳如附件）。
- (九) 車身號碼：

如有引擎號碼，其引擎號碼為_____。

出賣人說明本汽車之引擎係 ☐原裝 ☐已換過原廠新引擎 ☐已換過
原廠中古引擎

☐不知。

(十) 領牌日： 年 月 日。

(十一) 領照日： 年 月 日。

(十二) 排氣量： 立方公分。

(十三) 顏色：

(十四) 配備：

1. 由雙方確認下列現有配備：

☐冷氣機、☐音響、☐影音播放系統主機(包含 VCD、DVD)、
☐皮椅、☐鋁圈、☐安全氣囊、☐防鎖死剎車系統(ABS)、☐標準
備胎、☐緊急備胎、☐隨車工具、☐安全帶、☐其他配備
_____。

2. 出賣人提供之配件：(詳如附件)。

契約未記載者，應依據一般經驗法則及交易習慣決定該配備是否
為一般賣車之基本配備。

(十五) 交車時碼表之里程數：雙方依據車輛現況記錄里程數為_____公里

☐擔保車輛之里程數和現況之里程數一致。

☐不擔保車輛之里程數和現況之里程數一致。

(未勾選則視為擔保)

(十六) 交易次數：

☐一手中古汽車

☐二手以上中古汽車(轉手次數____)

☐不知

(十七) 交易車輛之原使用情形：

☐自用車

☐計程車

☐租賃車

☐教練車

☐公司行號業務用車

☐展示車

☐常租車

☐法拍車

☐其他_____

六、(權利瑕疵擔保)

出賣人擔保本汽車及選用配件及從物擁有所有權，且無任何第三人得對本汽車主張任何權利。

出賣人擔保本汽車之全部或一部分非贓車或贓物，且無來歷不明、產權糾紛或其他權利瑕疵之情事。

七、(試車責任)

買受人要求試車時，出賣人非有正當理由不得拒絕。出賣人不得要求買受人支付定金後方予試車。

買受人於締約前試驗行駛車輛而對車輛造成損害時，出賣人僅能就可證明歸責於買受人之損害請求賠償。

八、(影響車況重大事項之告知)

(一)曾否發生重大事故：

☐否 ☐是，受損狀況_____ ☐不知

所謂『重大事故』，係指車輛發生事故致汽車之引擎、變速箱、懸吊系統或車體主要結構(如大樑、門柱、底盤、車頂)受損或發生其他重大損壞，亦即車輛受損係在「車門柱、水箱上支架、水箱下支架、劍尾、內龜前板、戶定內板、戶定外板、後內龜板、後尾板、備胎中心螺絲外側後廂底板」範圍內者。

(二)是否為泡水車：

☐否。

☐全部泡水(指浸水高度超過引擎蓋)。

☐一半泡水(指浸水高度超過車椅座或超過機油尺)。

☐浸水車(水位超過腳踏墊，未超過車椅座或機油尺)。

☐浸水車(水位超過車底盤，未超過腳踏墊)。

(三) 出賣人於明知標的物曾發生交通事故致人於死、或曾於車內發生自殺、他殺、或因意外事故死亡之情形，應告知買受人。

(四) 出賣人擔保本汽車非以其他車輛之車牌裝置於本汽車及非由不同車輛解體拼裝之汽車。

(五) 出賣人擔保交車之汽車與試車之汽車為同一車輛。

(六) 若出賣人有違反前述規定之一者，買受人得請求減少價金，或得解除契約，並得請求返還扣除使用利益之價金及自解約日至返還日之利息。

九、(交車)

交車日期： 年 月 日 時 分。

交車前應辦妥過戶手續。交車時應交付辦妥過戶手續之新行車執照。

十、(過戶)

過戶日期： 年 月 日。

出賣人應於締約日之翌日起 日內(不得逾三日)，向監理機關辦理過戶予買受人或其指定之第三人。但有正當事由無法於期限內辦理者，不在此限。

買受人於辦理過戶前，應辦理強制汽車責任保險。

法拍車之過戶與交付，由雙方另行約定。

如出賣人未能於第二項所定期限內完成過戶，買受人得解除契約。

十一、(分期付款應記載事項)

出賣人與買受人以分期付款之買賣契約，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。

十二、(出賣人給付遲延)

出賣人逾約定交車日期未交付車輛，經買受人定____日(最低不得少於五日)以上之期間催告，出賣人仍不履行時，買受人得解除契約，並請求返還已支付之價金，及自支付日起至返還日止依法定利率計算之利息。前項情形，買受人證明有其他損害者，並得請求賠償。

買受人支付定金者，出賣人並應賠償與定金同額之違約金。

十三、(買受人受領遲延)

出賣人能證明買受人受領遲延者，關於買受人於受領遲延期間內之車輛的保管，僅就故意或重大過失負其責任。出賣人並得請求買受人賠償保管汽車之必要費用。

買受人遲延受領後，出賣人得定相當期限催告買受人受領標的物，買受人不於所定期限內受領者，出賣人得解除契約。

前項情形，買受人應於出賣人解除契約後三日內回復原狀。

十四、(因不可歸責於雙方當事人之事由致給付不能)

因不可歸責於雙方當事人之事由，致出賣人給付不能者，出賣人應返還買受人已付之價金(含定金)，及自受領日起至返還日止依法定利率計算之利息。

十五、(危險負擔)

本汽車之危險負擔於交付之時點移轉於買受人。

十六、(任意解除權)

買受人支付定金後，如不願買受，得拋棄定金，解除契約。

出賣人如不願出賣，得加倍返還買受人所支付之定金後，解除契約。

十七、(欠繳罰鍰)

辦理交車前，欠繳之一切罰鍰，均由出賣人負擔。

十八、(稅費)

辦理過戶手續前，欠繳之一切稅費，均由出賣人負擔。

十九、(保固責任)

除本契約所約定之保固責任外，出賣人並擔保本件標的物於交車前已完成正常使用檢查，且符合交車時之其他相關法令規定。

二十、(契約之修改及效力)

本契約訂立後，若有任何增刪修改，非經雙方當事人書面同意，不生效力。

二十一、(契約之附件)

本契約書正本壹式二份，副本____份，由買受人及出賣人各持正本一份、副本____份為憑。

二十二、(其他約定事項)

於分期付款買賣，買受人得隨時提前清償，出賣人不得拒絕。買受人提前清償者，應按攤還表所示之未償還本金給付。出賣人不得加收手續費、提前解約金或其他任何費用。

於分期付款買賣，買受人因可歸責於自己之事由，遲付之價額已達全部價金之五分之一時，經出賣人定____日（最低不得少於五日）以上之催告期間，買受人仍不履行時，出賣人得解除契約，並沒收買受人已付之價金。但出賣人亦得不解除契約，請求買受人一次清償如附件分期攤還表所示未清償本金及其遲延利息。

前項得沒收之已付價金不得逾買賣標的物現金交易總價之百分之十，逾百分之十者縮減為百分之十。但出賣人能證明其所受損害超過現金交易總價之百分之十者，不在此限。

中古汽車買賣定型化契約不得記載事項

- 一、 不得以定型化契約條款概括約定買受人已完成定型化契約條款之審閱，轉換舉證責任。
- 二、 不得約定買受人應繳回買賣契約書及其附件。
- 三、 不得約定出賣人收取之定金逾契約總價金之百分之十。
- 四、 以分期付款方式之買賣契約，不得約定買受人一期未繳其餘各期視為全部到期，或得立即收回車輛。

出賣人除能證明其所受損害超過買賣標的物現金交易總價百分之十者，不得約定沒收已付價金逾買賣標的物現金交易總價之百分之十。
- 五、 不得約定以營業稅或其他名義，要求買受人給付買賣價金以外之金額。但辦理過戶手續費及規費不在此限。
- 六、 不得約定拒絕買受人為期前清償。

不得約定買受人為期前清償者，應支付手續費、違約金及其他費用。
- 七、 不得約定廣告、傳單或其他宣傳品僅供參考。
- 八、 不得約定變更民法上有關瑕疵擔保之期間。但有利於買受人者，不在此限。
- 九、 不得對買受人約定懲罰性違約金。
- 十、 不得以保證書、使用說明書或車主手冊，約定與契約相反或抵觸之事項。
- 十一、 出賣人與買受人合意定第一審管轄法院者，不得約定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有關小額訴訟管轄法院規定之適用。

六、消費者保護法重要新修正條文與舊文條對照表

修正條文	現行條文
第二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、<u>通訊交易</u>：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、<u>訪問交易</u>：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。	第二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。 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定之契約。 十、<u>郵購買賣</u>：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所為之買賣。 十一、<u>訪問買賣</u>：指企業經營者未經邀約而在消費者之住居所或其他場所從事銷售，所為之買賣。 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。

修正條文	現行條文
第十一條之一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。 <u>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。</u> 違反<u>第一項</u>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。	第十一條之一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<u>前項</u>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。
第十三條 <u>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。</u> <u>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。</u> <u>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。</u>	第十三條 <u>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；明示其內容顯有困難者，應以顯著之方式，公告其內容，並經消費者同意受其拘束者，該條款即為契約之內容。</u> <u>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。</u>

修正條文	現行條文
第十七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、<u>契約之重要權利義務事項。</u> 二、<u>違反契約之法律效果。</u> 三、<u>預付型交易之履約擔保。</u> 四、<u>契約之解除權、終止權及其法律效果。</u> 五、<u>其他與契約履行有關之事項。</u> 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、<u>企業經營者保留契約內容或期限之變更權或解釋權。</u> 二、<u>限制或免除企業經營者之義務或責任。</u> 三、<u>限制或剝奪消費者行使權利，加重消費者之義務或責任。</u> 四、<u>其他對消費者顯失公平事項。</u> 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。	第十七條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。
第十七條之一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，就其實事負舉證責任。	
第三節特種交易	第三節特種買賣

修正條文	現行條文
第十八條企業經營者<u>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：</u> 一、<u>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。</u> 二、<u>商品或服務之內容、對價、付款期日及方式、交付期日及方式。</u> 三、<u>消費者依第十九條規定解除契約之行使期限及方式。</u> 四、<u>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。</u> 五、<u>消費申訴之受理方式。</u> 六、<u>其他中央主管機關公告之事項。</u> <u>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。</u>	第十八條企業經營者<u>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。</u>
第十九條<u>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。</u> <u>前項但書合理例外情事，由行政院定之。</u> <u>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。</u> <u>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。</u> <u>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。</u>	第十九條<u>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> <u>郵購或訪問買賣違反前項規定所為之約定無效。</u> <u>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。</u>
第十九條之一（刪除）	第十九條之一前二條規定，於以郵購買賣或訪問買賣方式所為之服務交易，準用之。

修正條文	現行條文
第十九條之二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。	
第二十二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。 <u>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。</u>	第二十二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。
第二十九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、<u>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。</u> <u>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。</u> <u>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。</u>	第二十九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、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。

修正條文	現行條文
第四十九條消費者保護團體許可設立<u>二</u>年以上，<u>置有消費者保護專門人員，且申請行政院評定優良者</u>，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。 <u>優良消費者保護團體之評定辦法，由行政院定之。</u>	第四十九條消費者保護團體許可設立<u>三</u>年以上，申請<u>消費者保護委員會評定優良</u>，置有消費者保護專門人員，<u>且合於下列要件之一，並經消費者保護官同意者</u>，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： 一、<u>社員人數五百人以上之社團法人。</u> 二、<u>登記財產總額新臺幣一千萬元以上之財團法人。</u> 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，<u>除得請求預付或償還必要之費用外，不得請求報酬。</u> 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。 消費者保護團體評定辦法，由<u>消費者保護委員會</u>另定之。
第五十一條 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<u>五</u>倍以下之懲罰性賠償金；<u>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</u>，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。	第五十一條 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<u>三</u>倍以下之懲罰性賠償金；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。
第五十六條之一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。	

修正條文	現行條文
第五十七條企業經營者 <u>規避、妨礙或拒絕</u> 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 <u>按次</u> 處罰。	第五十七條企業經營者 <u>拒絕、規避或阻撓</u> 主管機關依第十七條第三項、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 <u>連續</u> 處罰。
第五十八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 <u>按次</u> 處罰。	第五十八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 <u>連續</u> 處罰。
第六十條企業經營者違反本法規定， <u>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。</u>	第六十條企業經營者違反本法規定情節重大， <u>報經中央主管機關或消費者保護委員會核准者</u> ，得命停止營業或勒令歇業。
第六十二條本法所定之罰鍰，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。	第六十二條本法所定之罰鍰，由主管機關處罰，經限期繳納後，屆期仍未繳納者，依法移送 <u>強制</u> 執行。
第六十四條本法自公布日施行。 <u>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。</u>	第六十四條本法自公布日施行。