

# 淺談消費者保護法與 食品餐飲服務業糾紛 案例探討

台南市政府法制處  
消費者保護官  
林國禎

106年8月7日

# 消費者保護法關於消費者權益之保護相較於民法主要表現在：

- 企業經營者應負之責任
- 定型化契約
- 特種買賣之解約
- 消費訴訟
- 懲罰性賠償金之請求

# 消費關係、企業經營者與消費者

**消費者：**指以消費為目的而為交易、使用商品或接受服務者。

**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。

**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。

(消保法第2條第1至3款)

# 消費關係、企業經營者與消費者

「查消費係指以消費為目的而交易使用商品或接受服務而言，非因消費關係所引起之法律關係，自無適用消費者保護法之餘地。」

八十九年度訴字第4164號判決

消費者保護法係以消費關係為規範範圍，只要具有消費關係存在，均應適用本法。至於所謂「消費關係」，依本法第二條第三款規定，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而言，至所謂之「消費」，係指不再用於生產情形下的**最終消費**而言。（消保會88年11月5日(88)台消保法字第01332號函）

## 例一：有關為營業而購買之商品發生糾紛，可否適用消費者保護法疑義

- 民眾購買商品，如其目的主要供執行業務或投入生產使用，並非單純供最終消費使用者，核與消費者保護法第二條有關消費者及消費關係之定義未合，尚無消費者保護法之適用，惟仍有民法及其他相關法規之適用。（消保會87年11月5日(87)台消保法字第01250號函）

例二：如買受人係以所買受之曳引機為其生產因素，而從事生產者，參酌前揭說明，尚非本法所稱消費者與企業經營者間之法律關係，未有消費關係存在，如有任何爭議，屬私權爭議事項，允宜適用民法等相關規定。

例三：中古車商向顧客收購中古車後非自用而再轉賣他人，非屬最終消費之消費者。

例四：申訴人如係以所買受之傳銷產品為其經銷產品，而從事銷售者，參酌前揭說明，尚非本法所稱消費者與企業經營者間之法律關係(消費關係)，如有任何爭議，係屬私權爭議事項，允宜適用民法等相關規定。

例五：苟農藥使用者其使用農藥之目的在於生產農作物販售所需，即非屬消保法適用範圍之消費者，應回歸民法相關規定。

## 例六：

個人透過網路銷售家庭日常使用之衣物、家具、自用小客車等二手用品、買來尚未使用就因為不適用或他人贈送的物品，自己認為不實用透過拍賣網站出售等，不以營利為目的之網拍行為，買家是否仍有「消保法」特種買賣條款“七日內”退貨之適用？

消保法第 19 條中所定義之企業經營者，凡以提供商品或服務為營業的廠商業者，不論該業者為公司、團體或個人，只要是營業之人，均為企業經營者。惟如只是偶爾將其商品出售，並不是以之作為營業，自非企業經營者。

# 企業經營者之分類與責任

- 製造商〈含設計商〉—無過失責任
- 經銷商—中間責任（無過失與過失間）
- 進口商—視同國內製造商負無過失責任
- 媒體經營者—連帶損害賠償責任
- （消保法第7至9條）

# 企業經營者之分類與責任

所謂商品或服務無過失責任係指因商品或服務在設計、生產、經銷或提供服務諸過程中，因其所有之缺陷致他人之生命、身體或其他權利發生損害，而應對消費者負損害賠償責任。商品製造人或服務提供者有無故意或過失，在所不問。

商品：流通進入市場時

服務：提供服務時

符合當時專業科技合理期待之安全性

# 定型化契約

◆ **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。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。

# 定型化契約

定型化契約之基本原則：

- 平等互惠原則
- 誠信原則
- 如有疑義，應為有利消費者之解釋

# 定型化契約

**例一：**電影院片面禁止消費者攜帶外（熱）食入場規定，倘目的係利用優勢地位，限制消費者只能向其販賣部購買較高之商品，以牟取利益時，該等片面規定難認符合平等互惠原則。若電影院認有禁止消費者攜帶外食之必要，以維護其他消費者之權益時，則必須在業者與消費者受到相同之限制下，始可對消費者為此等要求，且應以顯著明確方式預先告知消費者，充實消費資訊，以利消費者採取正確合理之消費行為。

# 定型化契約

例二：為保障消費者權益，凡商場上所將「貨物出門，概不退換」之告示，均應予以制止。

- 依民法第三百五十四條以下規定，顧客買到瑕疵品，可以要求解除契約或減少價金，或另行交付無瑕疵之物，此乃顧客之瑕疵擔保請求權，業者片面宣稱「貨物出門，概不退換」，事先排除顧客之瑕疵擔保請求權，顯然違反民法規定。

# 定型化契約

定型化契約之審閱期間：

- 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。
- 違反前項規定者，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。（消保法11條之1）

# 定型化契約

例一：

陳先生於100年11月27日中午看完○○建設公司的房屋後，馬上給付新臺幣5萬元斡旋金，當晚建設公司業務通知以650萬元成交，需馬上簽約，並再支付15萬元訂金，合計20萬元。5天後，陳先生反悔不願意購買，以建設公司未給予契約審閱期，主張解除契約，是否有理？

# 定型化契約

- 例二：

- 參照行政院公平交易委員會之公平交易法對房屋仲介業之規範說明，房屋仲介業者應使消費者有選擇採用內政部所擬定之要約書，或交付不動產仲介業者斡旋金之自由，惟消費者如與不動產仲介業者約定交付斡旋金時，除須有明確之書面約定，告知消費者交付斡旋金目的外，不動產仲介業者若有欺罔或顯失公平情事，公平會將依公平法第二十四條處罰違規業者。

# 定型化契約

定期化契約與個別磋商條款之效力

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。(消保法15條)

# 定型化契約

- 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。(消保法第17條)
- 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16規定定之。  
(目前依行政院消保會網站公告約有81種)

# 定型化契約

應記載或不得記載之事項具法規效力：

中央主管機關，公告規定其定型化契約應記載或不得記載之事項，其目的係為導正不當之交易習慣及維護消費者之正當權益，係由中央主管機關依據上開規定授權公告特定行業之契約應記載或不得記載之事項，該特定行業之定型化契約如有違反者，其條款為無效。準此，該項公告係對多數不特定人民就一般事項所作抽象之對外發生效律效果，屬實質意義之法規命令。

# 定型化契約

餐飲業等商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項(105年1月1日生效)

**禮券**定義：

所稱商品(服務)禮券，指發行人發行一定金額之憑證、晶片卡或其他類似性質之證券，而由持有人以提示、交付或其他方法，向發行人或其指定之人請求交付或提供等同於上開證券所載金額之商品或服務。但不包括發行人無償發行之抵用券、折扣(價)券。

# 定型化契約

- 重要規定：
- 商品(服務)禮券券面應載明履約保障機制。
- 商品(服務)禮券如因毀損或變形，其換發費用紙券每次不得超過新臺幣五十元，磁條卡或晶片卡每張不得超過新臺幣一百元。
- 商品(服務)禮券為記名式者，如發生遺失、被竊或滅失等情事，得申請補發；其補發費用紙券每次不得超過新臺幣五十元，磁條卡或晶片卡每張不得超過新臺幣一百元。
- 商品(服務)禮券應記載消費者要求退回禮券之返還價金程序；以優惠措施購買之禮券需返還或折抵退還價金者，亦同。
- 不得記載使用期限。
- 不得記載「未使用完之禮券餘額不得消費」。

# 定型化契約

效力：

消費者保護法第56條之1規定：

中央記罰屆十而五  
中應處而三正上  
反之有正上改以  
違告另改以期元罰  
約一項法律期元限萬處  
契一除其三令幣按  
化第，令幣次臺得  
型條者關臺再新並  
定七項機新經處，  
使用十事管處；  
使第載主，緩者罰  
者依記經者罰正下  
營關得，正下改以  
業管或定不元期萬  
企主載規期萬屆十

# 定型化契約

## 定期化契約範本

中央各目的事業主管機關發布之定型化契約範本計有國內外旅遊、海外留遊學、健身中心、殯葬服務、禮券等91種（詳見消保會網站）

# 訂席、外燴（辦桌）服務定型化契約範本

## • 甲方（消費者）任意解除契約

### • 甲方訂席期日距約定辦席、外燴（辦桌）日九十日以前者：

（一）甲方通知於原定辦席、外燴（辦桌）日前九十日以上到達者，得請求乙方退還已付定金百分之百。

（二）甲方通知於原定辦席、外燴（辦桌）日前六十日至八十九日到達者，得請求乙方退還已付定金百分之七十五。

（三）甲方通知於原定辦席、外燴（辦桌）日前三十日至五十九日到達者，得請求乙方退還已付定金百分之五十。

（四）甲方通知於原定辦席、外燴（辦桌）日前十五日至二十九日到達者，得請求乙方退還已付定金百分之二十五。

（五）甲方通知於原定辦席、外燴（辦桌）日前十四日內到達或怠於通知者，乙方得不退還甲方已付定金。

# 訂席、外燴(辦桌)服務定型化契約範本

- 甲方任意解除契約
- 甲方訂席期日距約定辦席、外燴(辦桌)日前二十九日至八十九日者：
  - (一)甲方通知於原定辦席、外燴(辦桌)日前六十日至八十九日到達者，得請求乙方退還已付定金百分之百。
  - (二)甲方通知於原定辦席、外燴(辦桌)日前三十日至五十九日到達者，得請求乙方退還已付定金百分之七十五。
  - (三)甲方通知於原定辦席、外燴(辦桌)日前十日至二十九日到達者，得請求乙方退還已付定金百分之五十。
  - (四)甲方通知於原定辦席、外燴(辦桌)日前九日內到達或怠於通知者，乙方得不退還甲方已付定金。

# 訂席、外燴(辦桌)服務定型化契約範本

## • 甲方任意解除契約

- 甲方訂席期日距約定辦席、外燴(辦桌)日前二十八日以內者：
  - (一) 甲方通知於原定辦席、外燴(辦桌)日前二十日至二十八日到達者，得請求乙方退還已付定金百分之百。
  - (二) 甲方通知於原定辦席、外燴(辦桌)日前十至十九日到達者，得請求乙方退還已付定金百分之五十。
  - (三) 甲方通知於原定辦席、外燴(辦桌)日前九日內到達或怠於通知者，乙方得不退還甲方已付定金。

## • 乙方(企業經營者)違約時之處理

- 因可歸責於乙方之事由，致不能履行或不能完全履行本契約者，乙方應立即通知甲方；甲方解除契約者，乙方應加倍返還甲方全額定金，並應賠償甲方所受損害。

# 特種買賣

## 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。

## 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。

# 特種買賣

## 特種買賣的特殊解約權：

- 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。(104年6月17日增訂)

# 特種買賣

- 通訊交易7日解除權例外規定：
  - 1、易於腐敗、保存期限較短或解約時即將逾期。
  - 2、依消費者要求所為之客製化給付。
  - 3、報紙、期刊或雜誌。
  - 4、經消費者拆封之影音商品或電腦軟體。
  - 5、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。
  - 6、已拆封之個人衛生用品。
  - 7、國際航空客運服務。

# 特種買賣

消費者因企業經營者之廣告，主動至企業經營者之營業場所，所生之買賣行為，與訪問買賣之定義不符。

- 消費者保護法（以下簡稱本法）第二條第九款所稱之「訪問買賣」，係指企業經營者未經消費者邀約而在消費者之住居所或其他場所主動從事銷售，而發生之買賣行為而言。如消費者因企業經營者之廣告，主動至企業經營者之營業場所，所生之買賣行為，與「訪問買賣」之定義尚有不符。

# 特種買賣

瘦身美容業者在消費者前往銜接課程，強行推銷產品及課程，是否屬於消費者保護法所稱之「訪問買賣」

- 訪問買賣除應檢視契約成立之處所、邀約之過程外，尚應斟酌契約成立時，消費者有無同類商品之比較機會及是否無心理準備等因素決定之。陳情書所詢問題，如係企業經營者未經消費者邀約，即誘使消費者前往銜接課程，並趁機推銷商品，契約成立之時，如無同類商品可供比較，而消費者在無心理準備下所生之交易行為，可認為有消費者保護法第十九條有關特種買賣規定之適用。

## 特種買賣

購物後發現其他商店之商品較便宜，可否請求退費

- 台端以電子郵件詢問於運動用品店購物，事後發現其他商店之商品較便宜，可否請求退費一節，倘係逕赴店家之門市購買，．．．，消費者於契約成立（買賣完成）後，除了商品有瑕疵或者在購買過程中受到詐欺或脅迫等情事，而可依照民法相關規定主張權利外，尚無法單純以其他商店售價較便宜之理由主張解除契約、退還價款。

## 特種買賣

### 案例：

陳先生得知資策會及相關資訊廠商於台南市辦理資訊展，基於是否能買到便宜又好之資訊產品心態，即興沖沖到參展地點逛逛。經不起資訊公司銷售人員之遊說，陳先生衝動買下四萬元之書籍與商品，回家後始後悔買下不太用得到之物。**問：**

陳先生可否主張七日內退貨還款？

## 特種買賣

消費者於書展展覽會購買圖書，  
原則上非屬訪問買賣

- 查訪問買賣係指「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。」  
• 消費者主動至展覽會場所生之買賣行為，與「訪問買賣」之定義尚有不符。

# 特種買賣

- 特種買賣權力之行使
- 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。

# 特種買賣

- 例一：
- 郭小姐於100年9月間，因某數位教材至其工作地點推銷兒童數位教材，郭小姐適有兒子1人五歲，基於愛子心切，乃訂購兒童數位教材乙份，價值新臺幣73260元，分36期給付，爾後為其丈夫發現，造成家庭不睦，於七天內電話通知推銷員解除契約，但公司不承認郭小姐有解除契約之意思表示。

# 特種買賣

- 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。（消保法施行細則第17條）
- 猶豫期間不等於鑑賞期。
- 必要檢查不等於可以使用商品。

# 特種買賣

例一、

高雄市○○公司推銷人員於96年1月16日於台南縣仁德車路墘郵局前向本人推銷蜂膠花粉等健康食品。自稱為台南縣○○鄉農會人員。本人經推銷買下兩個月份價值兩萬零七百元之產品，並以現金支付訂金新台幣五千七百元整。但經深思熟慮後，本人因認暫無購買該物品之必要，又到原購買處要求退回商品，對方同意此要求，但要求本人買下已拆封的兩盒金線蓮+綠豆癢及蜂膠花粉，本人又以現金支付一千四百五十元買下前揭物品，加上原先所繳付之訂金總計支付對方七千一百五十元整。

# 特種買賣

例二：

吳先生於100年12月23日至家樂福大賣場購物，○○美容業者請求吳先生幫忙填寫問卷，並以可以免費體驗美容保養服務，將吳先生帶回專櫃，趁機推銷美容保養課程及商品達新臺幣5萬元。吳先生事後主張消保法第19條第1項(特種買賣)解除權，美容業者則以吳先生已拆除部分美容商品，不願全額退還。

## 應注意事項：

- 消保法第19條規定，訪問買賣之消費者，對於所收受之商品不願買受時，得於收受商品7日內，退回商品或解除契約。
- 消保法施行細則第17條規定，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19條第1項規定之解除權不消滅。
- 業者常用技倆，現場拆除包裝，製造解約障礙。

## 特種買賣

什麼是現物要約？現物要約就是沒有經過消費者的要求，企業經營者就直接將商品寄給消費者，藉以徵詢消費者是否願意購買的銷售方式。

**案例：**張老爹早上起來發現門旁放了一瓶羊奶，心裡想，大概是放錯了吧！可是接下來三天又都發生同樣的情形，張老爹該怎麼辦呢？

# 特種買賣

現物要約消費者之保管義務(消保法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。

# 特種買賣

- 分期付款買賣契約
- 企業經營者與消費者分期付款買賣契約書應以書面為之
- 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。（消保法21條1、2項）

# 特種買賣

## 例一、推銷數位補習教材：

威O科技文化事業股份有限公司於在台南縣某國中設攤推銷國中數位補習教材。並電話通知某學生家長柯小姐中獎，可免費到府安裝數位學習教材，柯小姐乃於98年3月3日向其訂購國中數位教材乙批共3套，威O公司告知教材價金可分期付款，並提供遠O國際資融公司「分期付款買賣申請書暨約定書」，由柯小姐填寫，將應繳金額分24期給付，每期繳交新台幣(下同)2990元，共71760元。威O公司於98年3月6日派員至柯小姐家中安裝交貨，同年3月14、15日再派員教導使用，嗣因柯小姐認為小孩使用意願不高，向威O公司請求解約遭拒，乃衍生消費爭議案。

## 應注意事項：

- 購買學習教材時應索取訂購契約，注意分辨商品內容，審慎審閱契約條款。並注意消保法第19條第1項規定：「郵購或訪問買賣之消費者，對所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。」
- 有業者對於商品及服務內容於行銷時揭示模糊不清，究竟是教授課程契約？還是補習教材契約？於解約之際，故意調高教師鐘點費或教材費用，提高解約補償費用。

- **製造解約障礙**（如本案交貨日期為3月6日，3月14、15日始派員教導使用，其目的係在規避申訴人得依消保法第19條規定，收受商品七日內無條件解除契約權益。另其他常見類型：稱業務員恰巧離職，無法聯繫，另再回復，以使消費者訪問買賣之無條件解約權失效等等情形）。
- 「**假分期，真借貸**」，於推銷之際，告知消費者可分期付款，實際上係代理資融公司辦理信用借貸，導致解約之際，藉故推托，聲稱須獲得資融公司同意取消借貸契約，或稱要支付借貸違約金，增加解約之困難度。消費者於購買之際，應請業者詳列「分期付款」與「未分期付款」各別金額？確實認清係業者同意分期付款，或者是向資融公司辦理借貸。

# 消費資訊之規範

## 廣告內容真實義務

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。(消保法22條)

# 消費資訊之規範

例一：

顏先生於100年3月向福斯汽車購買保時捷柴油休旅車(2011年式)1部，後來發覺每次開車回來，汽車尾部均有黑色斑點，詳查後，始知該汽車未如「車主使用手冊」及「標準配備表」所揭露之資訊，裝置「柴油微碳濾清器」，主張解除汽車買賣契約。

汽車公司則以標準配備表已備註「此表僅供參考，配備以實車為準，永業公司保留更改之權利，不另行通知」回應。

# 消費訴訟

消費者保護團體得提起之消費訴訟：

## 團體消費訴訟

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。（消保法50條第1項前段）

## 不作為訴訟

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。（消保法53條第1項）

# 消費訴訟

## 消費者保護團體提起消費訴訟優勢：

- 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。（消保法49條第2項）
- 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。（消保法52條）

# 懲罰性賠償金之請求

- 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。
- 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。

(消保法51條)

## 食品餐飲業消費爭議案例(1)

- 消費者在○○餐廳舉辦喜宴，宴後發現有180多名親友有上吐下瀉症狀，向業者請求賠償未果，遂向本府提起消費爭議申訴。

## 食品餐飲業消費爭議案例(2)

消費者主張於向○○百貨公司購買「果醬3入」1組，食用後發生腹瀉等身體不適症狀，再發現瓶裝果醬蓋子有刮痕，以及3瓶果醬標示保存期限日期也不同，向業者請求賠償未果，遂向本府提起消費申訴。

## 食品餐飲業消費爭議案例(3)

### 購買禮券消費糾紛

消費者於106年4月15日至○○○餐廳用餐，以去年買的餐券結帳，服務人員說今年3月1日起漲價，所以必須加收30元差額。消費者認為餐券無使用日期限制，亦無補差價約定，向業者反應未有結果，遂向本府提起消費申訴。

## 食品餐飲業消費爭議案例(4)

消費者106年6月7日晚間至○○○餐飲店用餐，其中餐點「藍帶豬排咖哩蛋包飯」，且呈現粉紅色，當後發現肉咬場，不服務，但再加工後，業者後不調的粉紅色，炸熟者起遂向本府提起消費申訴。

## 食品餐飲業消費爭議案例(5)

- 消費者因母親節，於網路訂購花束及蛋糕，訂購的是幕斯的蛋糕體，結果送來的是奶油，花束整體外觀和色系完全荒腔走板，與網路刊登圖片完全不同，向業者反應，未獲結果，遂向本府提起消費申訴。

# 食品餐飲業消費爭議案例(6)

## • 西瓜汁1杯250元 郝曾撻話「天天查」 竟查到倒

- 台北市士林夜市的「木桶道」餐廳，一杯西瓜汁竟要價兩百五十元，疑坑騙外國遊客，重傷士林夜市形象。台北市長郝龍斌撻話「這家業者，市府會天天查」，台北市政府全力查辦，不料竟查到倒、木桶道「關了」。(2014-9-4 自由時報)

## • 六合夜市惡攤商 攤主限一周內走人

一盤要價新台幣1680元的烏魚腩，讓六合夜市惡攤的郭姓攤商涉嫌長期哄抬物價及積欠攤租浮上檯面，李姓攤主受輿論壓力下最後通牒，要求郭姓攤商一週內走人，不再續租。(2017-1-3 中央社)

# 食品餐飲業消費爭議案例(7)

## • 服務態度問題

- 消費者表示欲向○○自助火鍋店消費，該店於11：00開始營業，消費者於11點過後進入該店，服務人員表示尚在準備中，予以婉拒。等待1分多鐘，看見其他客人陸續進入該店，隨即受到導引入座，自己卻未受到任何招呼，感覺受到歧視，遂向本府提起消費申訴。

## 食品餐飲業消費爭議案例(8)

- 消費者將於104年10月24日結婚，104年5月3日向○○餐廳預定宴席，並付定金15000元，因故於104年6月23日取消預約，請求返還訂金遭拒，遂向本府提起消費爭議申訴。
- 消費者向○○餐廳訂購喜宴，宴席時間為晚上時間，業者誤記為中午，致喜宴為無法於該餐廳舉辦，須覓其他餐廳舉行，認受有損失。



謝謝耐心聆聽

敬請指教