



消費者保護知能推廣

產業議題及示範案例研析

- 美容美體業
- 運動服務業
- 短期住宿服務業

指導單位：經濟部中小企業處

執行單位：社團法人中華民國全國中小企業總會

合作單位：社團法人中華民國管理科學學會



【目 錄】

■美容美體業-消費者保護法規議題.....	1
壹、前言.....	1
貳、法規介紹.....	3
一、申請階段.....	3
二、研發階段.....	9
三、營運階段.....	22
四、後續服務階段.....	54
參、示範案例實際執行之研析.....	69
一、示範案例簡介.....	69
二、實際執行情形.....	70
肆、未來發展之建議.....	74
伍、結語.....	76
■運動服務業-消費者保護法規議題.....	77
壹、前言.....	77
貳、法規介紹.....	77
一、申請階段.....	77
二、研發階段.....	88
三、營運階段.....	95
四、後續服務階段.....	109
參、示範案例實際執行之研析.....	110
一、示範案例簡介.....	110
二、實際執行情形.....	111
肆、未來發展之建議.....	114
伍、結語.....	116

■短期住宿服務業-消費者保護法規議題.....	117
壹、前言.....	117
貳、法規介紹.....	119
一、申請階段.....	119
二、研發階段.....	130
三、營運階段.....	132
四、後續服務階段.....	147
參、示範案例實際執行之研析.....	157
一、示範案例簡介.....	157
二、實際執行概況.....	158
肆、未來發展之建議.....	161
伍、結語.....	163



◆ 美容美體業-消費者保護法規議題

吳榮達律師

壹、前言

擁有曼妙身材，晶瑩剔透肌膚，是許多女性同胞的夢想或期盼，因此所謂的美麗產業，遂如雨後春筍般，應運而生，甚至風起雲湧，蓬勃發展。所謂的美麗產業，基本上包括了醫美、專業保養、造型、美髮等四類。其中不涉及醫療行為，但標榜從分析、設計、建置、導入、評估而提供消費者全方位的臉部、身體、頭皮專業保養服務的美麗產業，正努力地在醫美以外的夾縫空間中，尋求突破、生存。該美麗產業具體服務內容包括：顏面保濕修復的精緻臉部保養課程；身體的舒壓放鬆，胸部、腹部、手部、腿部等身體部位的塑形、去角質、淨化、嫩膚、芳香等健康身體保養課程；頭皮活化、精油護理等頭部調理課程。

由於美容保養專業業者所提供的服務內容，不論臉部、胸部、身體、手、腿部的美容或塑形，有蠻大部分係屬於醫美（醫療美容）或恐涉及醫療行為的範圍，非屬醫療機構或合格醫事人員不得從事，其究屬單純美容保養行為，或已涉跨未被允許的醫療行為，關乎業者是否合法經營，影響至鉅；另美容保養業者為肆應同業間的激烈競爭，及欲與醫美業者一爭天下，爭取客源，恐於其刊登的廣告內容中或誇大不實，甚或宣傳醫療效能，此均非法之所許；再者，美容保養業者在提供美容保養服務的過程中，往往會兼及使用化妝品、保養品，甚或製造（包括委託製造）販售該等化妝品、保養品，是美容保養業者應在如何的法律規範下，始能從事化妝品、保養品的製造、販售及使用，實亦為重要課題；再查，美容保養業者既收取一定費用或價款而提供瘦身美容商品（服務）予消費者，其與消費者間自成立契約關係，

而主管機關衛生福利部既又曾就此公告有瘦身美容定型化契約應記載及不得記載事項與定型化契約範本，美容保養業者顯有遵循責任。

復按美容保養業者，與消費者間既有收取費用提供服務的對價關係，自屬消費者保護法所規定企業經營者的範疇，則就業者與消費者間的權利義務關係而言，當然應優先適用消費者保護法的相關規定。特別是現代交易型態，多數已透過電話、傳真、網際網路或第三方交易平台方式進行，而屬於通訊交易性質，此通訊交易態樣在解約或退款的期限、方式或條件上，消費者保護法對消費者有其特別的保護規定。此外，業者在洽訂業務、執行服務內容、收取費用的過程中，難免會接觸到消費者的個人資料，那些個資是屬於個人資料保護法的範圍，應為如何的蒐集、處理、利用，才不會違法。本文將就提供美容保養專業服務的企業經營者，在上述問題上所可能面臨的法律問題，及就筆者參訪示範業者時，觀察業者實際經營的現況，及在法律適用上所面臨的問題及疑慮，提出分析說明。

貳、法規介紹

一、申請階段

(一) 目前中央主管機關對於美容保養專業服務業者的設立申請，並未訂有許可條件，僅有少數的地方政府於地方自治法規中，對於業者的設立及經營地點的樓層，設有限制。故就申請階段而言，美容保養服務業者的設立，一般應依公司法、商業登記法、加值型及非加值型營業稅法，及營業登記規則等相關規定辦理，茲介紹相關法規規定如下：

1.公司法的相關規定：

(1) 公司法第 6 條

公司非在中央主管機關登記後，不得成立。

(2) 公司法第 7 條

公司申請設立登記之資本額，應經會計師查核簽證；公司應於申請設立登記時或設立登記後三十日內，檢送經會計師查核簽證之文件。

公司申請變更登記之資本額，應先經會計師查核簽證。

(3) 公司法第 9 條

公司應收之股款，股東並未實際繳納，而以申請文件表明收足，或股東雖已繳納而於登記後將股款發還股東，或任由股東收回者，公司負責人各處五年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣五十萬元以上二百五十萬元以下罰金。

有前項情事時，公司負責人應與各該股東連帶賠償公司或第三人因此所受之損害。

第一項裁判確定後，由檢察機關通知中央主管機關撤銷



或廢止其登記。但裁判確定前，已為補正或經主管機關限期補正已補正者，不在此限。

公司之設立或其他登記事項有偽造、變造文書，經裁判確定後，由檢察機關通知中央主管機關撤銷或廢止其登記。

(新法條-民國 107 年 08 月 01 日修正第三項、第四項，施行日期由行政院定之。)

第一項經法院判決有罪確定後，由中央主管機關撤銷或廢止其登記。但判決確定前，已為補正者，不在此限。

公司之負責人、代理人、受僱人或其他從業人員以犯刑法偽造文書印文罪章之罪辦理設立或其他登記，經法院判決有罪確定後，由中央主管機關依職權或依利害關係人之申請撤銷或廢止其登記。

(4) 公司法第 12 條

公司設立登記後，有應登記之事項而不登記，或已登記之事項有變更而不為變更之登記者，不得以其事項對抗第三人。

(5) 公司法第 19 條

未經設立登記，不得以公司名義經營業務或為其他法律行為。

違反前項規定者，行為人處一年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣十五萬元以下罰金，並自負民事責任；行為人有二人以上者，連帶負民事責任，並由主管機關禁止其使用公司名稱。

2. 商業登記法的相關規定：

(1) 商業登記法第 4 條

商業除第五條規定外，非經商業所在地主管機關登記，不得成立。

(2) 商業登記法第 9 條

商業開業前，應將下列各款申請登記：

一、名稱。

二、組織。

三、所營業務。

四、資本額。

五、所在地。

六、負責人之姓名、住、居所、身分證明文件字號及出資額。

七、合夥組織者，合夥人之姓名、住、居所、身分證明文件字號、出資額及合夥契約副本。

八、其他經中央主管機關規定之事項。

(3) 商業登記法第 30 條

申請登記事項有虛偽情事者，其商業負責人處新臺幣六千元以上三萬元以下罰鍰。

(4) 商業登記法第 31 條

申請登記事項有虛偽情事者，其商業負責人處新臺幣六千元以上三萬元以下罰鍰。

3. 加值型及非加值型營業稅法的相關規定：

(1) 加值型及非加值型營業稅法第 28 條

營業人之總機構及其他固定營業場所，應於開始營業前，分別向主管稽徵機關申請營業登記。

(2) 加值型及非加值型營業稅法第 45 條

營業人未依規定申請營業登記者，除通知限期補辦外，並得處新臺幣三千元以上三萬元以下罰鍰；屆期仍未補辦者，得按次處罰。

(3) 加值型及非加值型營業稅法第 51 條

納稅義務人，有下列情形之一者，除追繳稅款外，按所漏稅額處五倍以下罰鍰，並得停止其營業：

- 一、未依規定申請營業登記而營業者。
- 二、逾規定期限三十日未申報銷售額或統一發票明細表，亦未按應納稅額繳納營業稅者。
- 三、短報或漏報銷售額者。
- 四、申請註銷登記後，或經主管稽徵機關依本法規定停止其營業後，仍繼續營業者。
- 五、虛報進項稅額者。
- 六、逾規定期限三十日未依第三十六條第一項規定繳納營業稅者。
- 七、其他有漏稅事實者。

4. 營業登記規則的相關規定：

(1) 營業登記規則 2 條

營業人有下列情形之一者，應於開始營業前，向主管稽徵機關申請營業登記：

- 一、新設立。
- 二、因合併而另設立。
- 三、因受讓而設立。
- 四、因變更組織而設立。
- 五、設立分支機構。

公司、獨資及合夥組織者之營業登記，由主管稽徵機關依據公司或商業登記主管機關提供登記基本資料辦理，並視為已依本法第二十八條規定申請辦理營業登記。

營業人之管理處、事務所、工廠、保養廠、工作場、機房、倉棧、礦場、建築工程場所、展售場所、連絡處、辦事處、服務站、營業所、分店、門市部、拍賣場及類似之其他固定營業場所如對外營業，應於開始營業前依本規則規定，分別向主管稽徵機關申請營業登記。

外國之事業、機關、團體、組織在中華民國境內之固定營業場所，應向所在地主管稽徵機關申請營業登記。

(2) 營業登記規則 3 條

營業人申請營業登記，應登記事項如下：

一、營業人名稱及地址。

二、負責人姓名、出生年月日、身分證統一編號及戶籍所在地地址。

三、組織種類：獨資、合夥、公司或其他組織。

四、資本額。

五、營業種類。

六、合夥組織者，合夥人之姓名、出生年月日、身分證統一編號、出資種類、數額。

七、有總機構之固定營業場所，其總機構之名稱、地址及其營利事業統一編號。但總機構在中華民國境外者，免予載明營利事業統一編號。

非依前條第二項辦理營業登記之分支機構申請營業登記時，其依第一項第一款規定應登記之名稱，除應表明總機構名稱外，尚須附記其為分支機構之明確字樣。另外

國公司之分支機構名稱應標明國籍，並置於地區名或特取名稱之前。

(3) 營業登記規則 10 條

營業人違反本規則規定者，除通知限期補辦外，並依本法規定處罰。

5. 地方自治法規規定

(1) 都市計畫法臺中市施行自治條例第 19 條

住宅區之建築物及土地之使用…美容美髮服務業者，限於使用建築物之第一層、第二層及地下一層。

(2) 臺中市住宅區設置「資訊休閒業」及「健身休閒場所」之限制條件規定：

二、「健身休閒場所」使用樓地板面積除設置健身休閒中心及美容瘦身中心合計每戶不得超過 300 平方公尺外，每戶不得超過 500 平方公尺；

三、申請設置之樓層限於地面上第一層、第二層及地下一層，各樓層該戶應有獨立之出入口（若同一樓層有不同使用項目亦應有個別獨立之出入口）。

（二）由以上規範內容可知，美容保養服務業者，不論是要以法人組織、合夥或獨資方式，從事服務事業的營運，於營業前必須依公司法、商業登記法、加值型及非加值型營業稅法，及營業登記規則等相關規定辦理設立登記及營業登記，否則重則將面臨如公司法第19條第1項所規定之一年以下有期徒刑的刑罰，輕則也會面臨行政機關新台幣伍萬元以下的裁罰，且可按次連續處罰。另外，以法人組織方式辦理公司登記者，負責人更要注意公司法第9條的規定，對於公司股款需實際充足繳納，且不可任意發還，或由股東任意取回，否則更會面臨五年以下有期徒刑

的刑罰。另關於美容保養業者的設置場址，部分地方政府的地方自治法規就樓層、出入口、面積訂有限制，美容保養業者於設立前，對於營業場址的選擇，是否符合規定，亦應注意，以免徒勞無功。

二、研發階段

- (一) 美容保養業者所提供的服務不外為保濕嫩白、緊緻潔淨、亮顏美肌、活絡按摩、深層按摩、芳香舒緩按摩、精油按摩、全背減壓、通筋活絡、美胸保養、胸部拉提按摩、美體手雕塑、纖體手技、腿部抗壓保養舒緩、去角質、手足呵護、蜜蠟除毛等。而此等服務多數會藉助或使用洗卸品、保養品、保濕品、面膜、精油、芳香劑進行，美容保養業者甚至兼及委託製造和銷售該等產品。由於該等產品既使用於與消費者顏面、肌膚的接觸，故該等產品的成份若有害於人體，將造成消費者或輕或重，甚至不可回復的損害，因此立法及主管機關就等產品的成份、包裝、標示、仿單說明，均頒訂有嚴格的法令規定(按現行法律無特別規定的部分，仍有一般民法相關規定的適用)；另消費者保護法對於從事設計、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，及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，亦有其規定，茲分別列載如下：

1.化粧品衛生安全管理法

(1) 化粧品衛生安全管理法第 3 條

本法用詞，定義如下：

一、化粧品：指施於人體外部、牙齒或口腔黏膜，用以潤澤髮膚、刺激嗅覺、改善體味、修飾容貌或清潔身體之製劑。但依其他法令認屬藥物者，不在此限。

二、化粧品業者：指以製造、輸入或販賣化粧品為營業者。

三、產品資訊檔案：指有關於化粧品品質、安全及功能之資料文件。

四、化粧品成分：指化粧品中所含之單一化學物質或混合物。

五、標籤：指化粧品容器上或包裝上，用以記載文字、圖畫或符號之標示物。

六、仿單：指化粧品附加之說明書。

前項第一款化粧品之範圍及種類，由中央主管機關公告之。

(2) 化粧品衛生安全管理法第 4 條

經中央主管機關公告之化粧品種類及一定規模之化粧品製造或輸入業者應於化粧品供應、販賣、贈送、公開陳列或提供消費者試用前，完成產品登錄及建立產品資訊檔案；其有變更者，亦同。

前項之一定規模、產品登錄之項目、內容、程序、變更、效期、廢止與撤銷及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。

第一項之一定規模、產品資訊檔案之項目、內容、變更、

建立與保存方式、期限、地點、安全資料簽署人員資格及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。

(3) 化粧品衛生安全管理法第 5 條

製造或輸入經中央主管機關指定公告之特定用途化粧品者，應向中央主管機關申請查驗登記，經核准並發給許可證後，始得製造或輸入。

前項取得許可證之化粧品，非經中央主管機關核准，不得變更原登記事項。但經中央主管機關公告得自行變更之事項，不在此限。

輸入特定用途化粧品有下列情形之一者，得免申請第一項之查驗登記，並不得供應、販賣、公開陳列、提供消費者試用或轉供他用：

一、供個人自用，其數量符合中央主管機關公告。

二、供申請第一項之查驗登記或供研究試驗之用，經中央主管機關專案核准。

前項第一款個人自用之特定用途化粧品超過公告數量者，其超量部分，由海關責令限期退運或銷毀。

本法中華民國一百零七年四月十日修正之條文施行前，製造或輸入化粧品含有醫療或毒劇藥品，領有許可證者，其許可證有效期間於一百零七年四月十日修正之條文施行之日起五年內屆滿，仍須製造或輸入者，得於效期屆滿前三個月內申請展延，免依第一項申請查驗登記。第一項與第二項之許可證核發、變更、廢止、撤銷、第三項第二款之專案核准、第五項之許可證展延之申請程序及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。

第一項及第二項規定，於本法中華民國一百零七年四月十日修正之條文施行之日起五年後，停止適用。

(4) 化粧品衛生安全管理法第 6 條

化粧品不得含有汞、鉛或其他經中央主管機關公告禁止使用之成分。但因當時科技或專業水準無可避免，致含有微量殘留，且其微量殘留對人體健康無危害者，不在此限。

中央主管機關為防免致敏、刺激、褪色等對人體健康有害之情事，得限制化粧品成分之使用。

第一項禁止使用與微量殘留、前項限制使用之成分或有其他影響衛生安全情事者，其成分、含量、使用部位、使用方法及其他應遵行事項，由中央主管機關公告之。

化粧品業者於國內進行化粧品或化粧品成分之安全性評估，除有下列情形之一，並經中央主管機關許可者外，不得以動物作為檢測對象：

- 一、該成分被廣泛使用，且其功能無法以其他成分替代。
- 二、具評估資料顯示有損害人體健康之虞，須進行動物試驗者。

違反前項規定之化粧品，不得販賣。

第四項以動物作為檢測對象之申請程序及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。

(5) 化粧品衛生安全管理法第 7 條

化粧品之外包裝或容器，應明顯標示下列事項：

- 一、品名。
- 二、用途。
- 三、用法及保存方法。

四、淨重、容量或數量。

五、全成分名稱，特定用途化粧品應另標示所含特定用途成分之含量。

六、使用注意事項。

七、製造或輸入業者之名稱、地址及電話號碼；輸入產品之原產地（國）。

八、製造日期及有效期間，或製造日期及保存期限，或有效期間及保存期限。

九、批號。

十、其他經中央主管機關公告應標示事項。

前項所定標示事項，應以中文或國際通用符號標示之。

但第五款事項，得以英文標示之。

第一項各款事項，因外包裝或容器表面積過小或其他特殊情形致不能標示者，應於標籤、仿單或以其他方式刊載之。

前三項之標示格式、方式及其他應遵行事項，由中央主管機關公告之。

化粧品販賣業者，不得將化粧品之標籤、仿單、外包裝或容器等改變出售。

(6) 化粧品衛生安全管理法第 8 條

化粧品製造場所應符合化粧品製造工廠設廠標準；除經中央主管機關會同中央工業主管機關公告者外，應完成工廠登記。

經中央主管機關公告之化粧品種類，其化粧品製造場所應符合化粧品優良製造準則，中央主管機關得執行現場檢查。

化粧品之國外製造場所，準用前項規定。

第一項標準，由中央主管機關會同中央工業主管機關定之；第二項準則，由中央主管機關定之。

(7) 化粧品衛生安全管理法第 11 條

化粧品業者應建立與保存產品直接供應來源及流向之資料。但直接販賣至消費者之產品流向資料，不在此限。

前項資料之範圍、項目、內容、建立與保存期限、方式及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。

(8) 化粧品衛生安全管理法第 12 條

化粧品業者對正常或合理使用化粧品所引起人體之嚴重不良反應或發現產品有危害衛生安全或有危害之虞時，應行通報，並依消費者保護法第十條規定辦理。

前項所稱之嚴重不良反應，指有下列各款情形之一者：

- 一、死亡。
- 二、危及生命。
- 三、暫時或永久性失能。
- 四、胎嬰兒先天性畸形。
- 五、導致使用者住院治療。

第一項通報對象、方式、內容、期限及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。

(9) 化粧品衛生安全管理法第 15 條

化粧品業者疑有違反本法規定或化粧品有下列情形之一者，主管機關應即啟動調查，並得命化粧品業者暫停製造、輸入或販賣，或命其產品下架或予以封存：

- 一、逾保存期限。
- 二、來源不明。

三、其他足以損害人體健康之情事。

主管機關執行前項調查或本法其他之抽查、抽樣檢驗，得命化粧品業者提供原廠檢驗規格、檢驗方法、檢驗報告書與檢驗所需之資訊、樣品、對照標準品及有關資料，化粧品業者應予配合，不得規避、妨礙或拒絕。

第一項情形經調查無違規者，應撤銷原處分，並予啟封。

(10) 化粧品衛生安全管理法第 16 條

化粧品業者有下列情形之一者，該違規之化粧品不得供應、販賣、贈送、公開陳列或提供消費者試用：

一、違反第四條第一項規定。

二、違反依第四條第二項或第三項所定辦法有關登錄或檔案之項目、內容、變更或建立與保存方式、期限及地點之規定，經主管機關認定有害衛生安全之虞。

三、違反第五條第一項或第二項規定。

四、違反第六條第一項規定或依第三項公告之事項。

五、違反第七條第一項、第二項、第三項或第五項規定或依第四項公告之事項。

六、違反第八條第一項規定，未辦理工廠登記。

七、違反第八條第一項化粧品製造工廠設廠標準或第二項化粧品優良製造準則規定，經主管機關認定有害衛生安全之虞。

八、違反第十條第一項或第二項之標示規定。

九、經中央主管機關撤銷或廢止產品登錄或產品許可證。化粧品逾保存期限、來源不明或其他經中央主管機關公告有害衛生安全，亦同。

(11) 化粧品衛生安全管理法第 18 條

化粧品業者有下列情形之一者，該違規之化粧品沒入銷毀之：

一、違反第四條第一項規定、依第二項或第三項所定辦法有關登錄或檔案之項目、內容、變更或建立與保存方式、期限及地點之規定，經主管機關認定有害衛生安全。

二、違反第五條第一項、第二項或第三項規定，經主管機關認定有害衛生安全。

三、違反第六條第一項規定或依第三項公告之事項。

四、違反第七條第一項、第二項、第三項或第五項規定或依第四項公告之事項，經主管機關認定有害衛生安全。

五、違反第八條第一項或第二項規定，經主管機關認定有害衛生安全。

六、違反第九條第一項規定，經主管機關認定有害衛生安全。

七、違反第十條第一項或第二項規定，經主管機關認定有害衛生安全。

八、經中央主管機關撤銷或廢止產品登錄或產品許可證。化粧品逾保存期限、來源不明或其他經中央主管機關公告有害衛生安全，亦同。

(12) 化粧品衛生安全管理法第 22 條

化粧品業者有下列行為之一者，處新臺幣二萬元以上五百萬元以下罰鍰，並得按次處罰；情節重大者，並得處一個月以上一年以下停業處分或令其歇業、廢止其公司、商業、工廠之全部或部分登記事項，或廢止該化粧品之登錄或許可證：

- 一、違反第六條第一項規定或依第三項公告之事項。
- 二、違反第八條第一項規定。
- 三、違反第八條第二項規定，經令限期改正，屆期不改正。

前項經廢止化粧品之登錄或許可證者，一年內不得再辦理該產品登錄或申請查驗登記。

(13) 化粧品衛生安全管理法第 23 條

化粧品業者有下列行為之一者，處新臺幣一萬元以上一百萬元以下罰鍰，並得按次處罰；情節重大者，並得處一個月以上一年以下停業處分或令其歇業、廢止其公司、商業、工廠之全部或部分登記事項，或撤銷或廢止該化粧品之登錄或許可證：

- 一、違反第四條第一項規定。
- 二、依第四條第一項規定所登錄或建立檔案之資料不實。
- 三、違反第四條第二項或依第三項所定辦法有關登錄或檔案之項目、內容、變更或建立與保存方式、期限及地點之規定，經令限期改正，屆期不改正。
- 四、違反第五條第一項、第二項或第三項規定。
- 五、以不實資料申請第五條第一項或第二項之登記。
- 六、違反第六條第四項、第五項規定。
- 七、違反第七條第一項、第二項、第三項或第五項規定或依第四項公告之事項。
- 八、違反第九條第一項規定。
- 九、依第十一條第一項規定所建立之來源或流向資料不實。
- 十、違反第十三條第一項規定。

十一、違反第十五條第二項規定。

十二、違反第十六條規定，供應、販賣、贈送、公開陳列違規化粧品或提供消費者試用。

前項經撤銷或廢止化粧品之登錄或許可證者，一年內不得再辦理該產品登錄或申請查驗登記。

2.除上述化粧品衛生安全法的規定外，主管機關衛生福利部另訂頒有「化粧品中禁止使用成分規定」、「化粧品中防腐劑成分使用及限量規定基準表」、「化粧品中抗菌劑成分使用及限量規定基準表」、「法定化粧品色素品目總表」、「化粧品範圍及種類表」、「含藥化粧品基準」、「化粧品標籤仿單包裝之標示規定」等子法。

3.商品標示法

(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 7 條

商品標示所用文字，應以中文為主，得輔以英文或其他外文。

商品標示事項難以中文為適當標示者，得以國際通用文字或符號標示。

(3) 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。

(4) 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。

(5) 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。

(6) 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。

(7) 商品標示法第 14 條

流通進入市場之商品有第六條各款規定情事之一者，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，處新臺幣三萬元以上三十萬元以下罰鍰，並得按次連續處罰至改正為止；其情節重大者，並得令其停止營業六個月以下或歇業。

(8) 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。

(9) 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。

(10) 商品標示法第 18 條

第十四條至第十六條之處罰，主管機關於必要時，得於大眾傳播媒體公告該企業經營者名稱、地址、商品，或為其他必要處置。

4. 消費者保護法的相關規定：

(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 7-1 條

企業經營者主張其商品於流通進入市場，或其服務於提供時，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性者，就其主張之事實負舉證責任。

商品或服務不得僅因其後有較佳之商品或服務，而被視為不符合前條第一項之安全性。

(3) 消費者保護法第 10 條

企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品或停止其服

務。但企業經營者所為必要之處理，足以除去其危害者，不在此限。

商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法者，準用前項規定。

- (二) 如前所述，立法機關及行政機關為保障民眾生命身體的健康安全，因而對於美容保養業者於提供服務時所藉助或使用，甚至委託製造、銷售的各項洗卸品、保養品、保濕品、面膜、精油、芳香劑等產品的製造成份、包裝、標示、仿單說明，均訂頒有嚴格的法令規範，俾為遵守；另為保護消費者權益，消費者保護法對於企業經營者（當然包括美容保養業者）所提供的商品或服務，亦要求需符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性，及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。美容保養業者如未能遵行，輕者將受主管機關的行政罰鍰裁罰，重者甚或將受暫停製造、輸入、販賣、下架、封存、沒入銷毀、停業、命令歇業、廢止登記、廢止登錄或許可證的處分；當然如進一步有造成消費者損害，消費者也可據而請求損害賠償，美容保養業者於經營過程中，確需謹慎行之。

三、營運階段

- (一) 美容保養業者係向消費者收取費用或價款，而提供美容保養服務或交付美容保養商品，其為消費者保護法第 2 條第 2 款規定的企業經營者，應屬無疑，故其於營運銷售階段與消費者的權利義務關係，自應優先適用消費者保護法的規定，如有不足再適用民法的相關規定。主管機關衛生福利部更依消費者保護法第 17 條規

定公告瘦身美容定型化契約應記載及不得記載事項和定型化契約範本，俾供消費者參考及美容保養業者遵循。又現代交易型態已呈多元態樣，不再限於實體店面的即時交易，業者以透過電話、傳真、網際網路或第三方交易平台方式等通訊交易的方式，進行營運銷售，已屬常態。此通訊交易的消費型態，消費者保護法在解約及退款的條件、期限上，不同於民法的規定。再者，美容保養業者為爭取客源及業績，在廣告的宣傳上，或浮誇吹噓，甚或涉及療效；或於服務的提供上涉及侵入性處置，已影響人體身體結構及生理機能，而有違反醫療法、醫師法及公平交易法的疑慮，或依消費者保護法的規定，其就消費者所應負的義務，不得低於廣告的內容等，特分別列載相關法規及定型化契約內容如下：

1. 消費者保護法的相關規定：

(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 7-1 條

企業經營者主張其商品於流通進入市場，或其服務於提供時，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性者，就其主張之事實負舉證責任。

商品或服務不得僅因其後有較佳之商品或服務，而被視為不符合前條第一項之安全性。

(3) 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，視為第七條之企業經營者。

(4) 消費者保護法第 10 條

企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品或停止其服務。但企業經營者所為必要之處理，足以除去其危害者，不在此限。

商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法者，準用前項規定。

(5) 消費者保護法第 10-1 條

本節所定企業經營者對消費者或第三人之損害賠償責任，不得預先約定限制或免除。

(6) 消費者保護法第 11 條

企業經營者在定型化契約中所用之條款，應本平等互惠之原則。

定型化契約條款如有疑義時，應為有利於消費者之解釋。

(7) 消費者保護法第 11-1 條

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。

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。

違反第一項規定者，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。

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。

(8) 消費者保護法第 12 條

定型化契約中之條款違反誠信原則，對消費者顯失公平者，無效。

定型化契約中之條款有下列情形之一者，推定其顯失公平：

- 一、違反平等互惠原則者。
- 二、條款與其所排除不予適用之任意規定之立法意旨顯相矛盾者。
- 三、契約之主要權利或義務，因受條款之限制，致契約之目的難以達成者。

(9) 消費者保護法第 13 條

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。

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。

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。

(10) 消費者保護法第 14 條

定型化契約條款未經記載於定型化契約中而依正常情形顯非消費者所得預見者，該條款不構成契約之內容。

(11) 消費者保護法第 16 條

定型化契約中之定型化契約條款，全部或一部無效或不構成契約內容之一部者，除去該部分，契約亦可成立者，該契約之其他部分，仍為有效。但對當事人之一方顯失公平者，該契約全部無效。

(12) 消費者保護法第 17 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、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：

一、企業經營者保留契約內容或期限之變更權或解釋權。

二、限制或免除企業經營者之義務或責任。

三、限制或剝奪消費者行使權利，加重消費者之義務或責任。

四、其他對消費者顯失公平事項。

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。

(13) 消費者保護法第 18 條

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。

(14) 消費者保護法第 19 條

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。

前項但書合理例外情事，由行政院定之。

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。

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。

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。

(15) 消費者保護法第 19-2 條

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。

(16) 消費者保護法第 22 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。

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。

(17) 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。

(18) 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。

(19) 消費者保護法第 33 條

直轄市或縣(市)政府認為企業經營者提供之商品或服務有損害消費者生命、身體、健康或財產之虞者，應即進行調查。於調查完成後，得公開其經過及結果。

前項人員為調查時，應出示有關證件，其調查得依下列方式進行：

一、向企業經營者或關係人查詢。

二、通知企業經營者或關係人到場陳述意見。

三、通知企業經營者提出資料證明該商品或服務對於消費者生命、身體、健康或財產無損害之虞。

四、派員前往企業經營者之事務所、營業所或其他有關場所進行調查。

五、必要時，得就地抽樣商品，加以檢驗。

(20) 消費者保護法第 36 條

直轄市或縣(市)政府對於企業經營者提供之商品或服務，經第三十三條之調查，認為確有損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞者，應命其限期改善、回收或銷燬，必要時並得命企業經營者立即停止該商品之設計、生產、製造、加工、輸入、經銷或服務之提供，或採取其他必要措施。

(21) 消費者保護法第 37 條

直轄市或縣(市)政府於企業經營者提供之商品或服務，對消費者已發生重大損害或有發生重大損害之虞，而情況危急時，除為前條之處置外，應即在大眾傳播媒體公告企業經營者之名稱、地址、商品、服務、或為其他必要之處置。

(22) 消費者保護法第 38 條

中央主管機關認為必要時，亦得為前五條規定之措施。

(23) 消費者保護法第 51 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五倍以下之懲罰性賠償金；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，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。

(24) 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。

(25) 消費者保護法第 56-1 條

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。

(26) 消費者保護法第 57 條

企業經營者規避、妨礙或拒絕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，並得按次處罰。

(27) 消費者保護法第 58 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，並得按次處罰。

(28) 消費者保護法第 59 條

企業經營者有第三十七條規定之情形者，主管機關除依該條及第三十六條之規定處置外，並得對其處新臺幣十五萬元以上一百五十萬元以下罰鍰。

(29) 消費者保護法第 60 條

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。

2. 瘦身美容定型化契約應記載及不得記載事項，和定型化契約範本的相關規定：

(1) 瘦身美容定型化契約應記載及不得記載事項

壹、應記載事項

第一條 當事人

甲方(瘦身美容消費者)之姓名、電話、住居所、出生年月日、未成年者之法定代理人及其住居所。

乙方(瘦身美容業者)之名稱、電話、營業所、營業登記證字號、代表人、締約職員、簽約地點。

第二條 瘦身美容之定義

瘦身美容，係指藉手藝、機器、用具、用材、化妝品、食品等方式，為保持、改善身體、感觀之健美，所實施之綜合指導、措施之非醫療行為。本契約乙方所提供之瘦身美容項目包括體型重量之控制調整及下列勾選之項目：☐肌膚保養；☐身體油壓；☐臉部美容、化妝；☐脫毛；☐美容諮詢；☐其他相關商品之販賣；☐其他：

_____。

乙方完成前述項目之方式如附件_____。

第三條 會員權利義務之說明

甲方如有需要，得申請成為乙方之會員，其權利義務依會員規約之規定，雙方其他權利義務並得以書面約定之。會員就相同瘦身美容項目所得享受之權利，不得低於非會員，所負擔之義務，不得高於非會員。

前項會員規約為本契約之一部分，並應於締約前交付甲方審閱。

乙方應就會員種類及會員資格之權利義務，於訂約時向甲方為明確之口頭或書面說明。

如發行會員卡者，會員卡不慎遺失、毀損或被竊時，乙方於甲方填具切結書後，應無償製作補發新卡。

第四條 瘦身美容課程、項目及方式之說明

乙方應將甲方得接受瘦身美容實施之條件以及甲方所選擇之瘦身美容項目、對價、計價方式、次數、期間、課程數、效果分析、副作用及危險性等，及為實施瘦身美容所必須購買相關產品之內容、性質、效用、數量及其價格，於訂約時向甲方為充分明確之說明，並提供相關之書面。

乙方應將為甲方所提供之服務內容及使用之商品留作紀錄，並予甲方簽名確認之，且於紀錄後至少保留二年，以供查對。甲方得隨時請求乙方提供前述紀錄之影本。

第五條 業者之詢問及處置義務

乙方於實施瘦身美容項目前，應詢問、確認甲方有無因患疾現正治療中，是否屬過敏性體質、現有無服用何種藥物、肌膚有無敏感性及其他不利於接受瘦身美容之事項。甲方對於乙方之詢問應誠實告知。

前項詢問，應以書面為之，並經甲方簽名確認後至少保留二年，以供查對。甲方得隨時請求乙方提供前述紀錄之影本。

於甲方接受瘦身美容期間，任一方發現甲方身體狀況有異樣或實施之部位有異常現象時，應即告知他方。乙方除應即中止實施外，並有義務採取

甲方接受醫師診療等適當之處理措施。但甲方發生異常或異樣情形之原因，如非乙方之實施行為、使用之商品或甲方未對乙方之詢問誠實告知所致者，甲方應負擔乙方所採取處理措施之相關費用。

關於診治醫師之選定，應尊重甲方之意見。於甲方受診療期間中，就該瘦身美容契約之期間應予延長。

第六條 費用明確性原則

入費會新台幣_____元。(非會員免填)

本契約之總費用(含所需用品及材料費)共計_____元，其細目如附件_____。

第七條 付款方式

甲方全額預付或依課程進度分期給付對價。如全額預付之折扣率應載明，並不得高於週年利率百分之二十。分期給付者，毋須計付利息，且應載明頭期款及各期價款與其他附加費用合計之總價款與預付全額之差額。

前項價款得以現金、票據、信用卡或其他方式給付之。以信用卡分期給付對價者，應每期一次刷付，同一日不得分期分刷或預刷未到期價款。全額預付者，不得分刷。若甲方用信用卡付款者，手續費應由乙方負擔。

第八條 卡券之使用

乙方如以卡、券或其他類似方式作為提供服務之憑證者，應將卡、券之使用方式、服務內容、使

用時段、使用地點、使用次數及有效期間等項目，載明於卡、券之上，並向甲方為明確說明。契約終止或解除時，乙方應退還價金並收回卡、券。關於退費及賠償之標準，該卡、券除依訂約時之原價計算外，並應依本應記載事項第十一條至第十二條規定辦理。

第九條 實施前，消費者任意解除契約之退費標準甲方於瘦身美容課程實施前因甲方任意解除本契約者，乙方應於解約日後____日內(不得逾十五日)將已收取之費用扣除解約手續費後退還於甲方。前項之解約手續費，係指本契約價金總額之百分之____(但其最高金額不得逾本契約價金總額之百分之五)。若未約定解約手續費之金額時，乙方不得扣除解約手續費。

第十條 實施後，消費者任意終止契約之退費標準
甲方於瘦身美容課程實施後因甲方任意終止本契約者，乙方應於終止日後____日內(不得逾三十日)將已收取之費用扣除已接受服務之費用，並扣除已提領並拆封之附屬商品金額，及再扣除終止契約手續費後退還於甲方。
前項之終止契約手續費，係指價金總額扣除已接受服務之費用，及已提領並拆封之附屬商品價額後之剩餘金額之百分之____(但其最高金額不得逾上述金額之百分之十)。若未約定終止契約手續費之金額時，乙方不得扣除終止契約手續費。
第一項之已提領並拆封之附屬商品，係指已拆封

使用之最小消費包裝商品，其以整組或量販方式行銷而未拆封使用之最小消費包裝商品仍屬未拆封。

已接受服務及已提領並拆封附屬商品之價格，以契約所定單價為準，未約定單價者，以平均價格或市價為準。

第十一條 消費者法定解除或終止契約事由

甲方於瘦身美容課程實施前或實施中，因死亡、疾病、副作用、遷移他處致未能接受服務或其他不可歸責於自己之事由致不能或難以參加或繼續本契約之課程者，甲方或其繼承人得解除或終止本契約，並請求乙方將已支付之價金總額扣除已接受服務之費用，及已提領並拆封之附屬商品價額後退還，但不得扣除手續費。

甲方因可歸責於乙方之事由，而解除、終止契約者，除得請求退還已繳交費用外，並得請求損害賠償。

第十二條 業者得解除或終止契約事由

有下列事由之一者，乙方得於瘦身美容課程實施前解除或實施後終止本契約之全部或一部：

- 一、因天災、戰亂、罷工、政府法令等不可抗力或不可歸責於乙方之事由，致不能履行債務者。
- 二、甲方因疾病或健康情形不佳，致難以完成本契約之課程者，但其情形為乙方訂約時已知或可得而知者，不在此限。

乙方依前項第二款因甲方之疾病或健康情形不

佳而終止契約者，應自知悉或可得而知之日起一個月內為之，逾期不得終止。

前項情形，乙方應依本契約第九條或第十條規定退還費用於甲方，但不得扣除手續費。

第十三條 終止契約後業者之附隨義務

甲方於實施瘦身美容課程後，本契約終止者，乙方就有關甲方之生命、身體或健康等事項，於相當期間內仍有義務為必要之告知、協助及交付第四條之紀錄。

第十四條 擔保條款

乙方向甲方為效果擔保者，其擔保事項為____、____，而甲方應配合事項為____、____(上述空白內容皆應具體載明)。

乙方向甲方為前項之擔保而未達其約定效果者，乙方應退還甲方已付之費用。但因甲方未遵守配合事項，致無法達成約定效果者，不在此限。若未約定賠償甲方損失之金額時，以甲方所給付之全部費用，作為退還之金額。

第十五條 契約代為履行或變更服務地點

乙方未經甲方之同意，將本契約之全部或部分委由其他瘦身美容業者或乙方之分支機構代為履行，或變更服務地點或約定之美容師時，甲方得解除或終止契約。乙方應依約退費且不得扣除手續費。甲方如另有損害，並得請求賠償。

就本契約之履行，受託瘦身美容業者視為乙方之代理人或使用人。

第十六條 業者之保密義務

乙方因甲方參加本契約瘦身美容課程，而知悉或持有甲方所參加之課程事項、課程紀錄及其他相關之個人資料，應予保密，並不得為不當使用。乙方違反前項規定致甲方受有損害者，應負賠償責任。

第十七條 契約審閱期間

本定型化契約之審閱期間不得少於七日。

第十八條 未盡事宜之處理

本契約之約定事項若有未盡，應依相關法令規定辦理。

貳、不得記載事項

第一條 不得約定甲方違反本契約時甲方應支付違約金或拋棄已支付之費用。

第二條 不得約定甲方加入會員之費用，一經享受會員權利即不得要求退費之規定。

第三條 不得約定免除或限制乙方依消費者保護法規定所應負之責任。

第四條 不得約定「貨物出門，概不退換」等概括免責條款。

第五條 不得約定乙方得收回甲方之瘦身美容契約書。

第六條 不得約定於本契約實施期間，得追加產品之購買及課程並增收相關費用。

第七條 不得約定乙方之廣告及甲、乙間之口頭約定不構成契約之內容，亦不得約定廣告僅供參考。

第八條 不得約定甲方未於一定期限實施課程時，即不得

再行實施。

第九條 不得為其他違反法律強制、禁止規定或欺罔、顯失公平之約定或行為。

(2) 瘦身美容定型化契約範本

立契約書人(瘦身美容消費者姓名)：(以上簡稱甲方)

(瘦身美容者名稱)：(以下簡稱乙方)

甲乙雙方同意就瘦身美容契約事項依下列約定辦理：

第一條 (瘦身美容之定義)

本契約所謂瘦身美容，係指藉手藝、機器、用具、用材、化妝品、食品等方式，為保持、改善身體、感觀之健美，所實施之綜合指導、措施之非醫療行為。

瘦身美容之項目包括：(一)體型、重量之控制、調整；(二)肌膚保養；(三)身體油壓；(四)臉部美容、化妝；(五)脫毛；(六)美容諮詢及其相關商品之販賣；

(七)_____；(八)_____...等。

第二條 (權利義務之依據)

甲乙雙方關於本瘦身美容之權利義務，依本契約條款之約定定之；本契約未約定者，依有關法令及誠信原則定之。

本契約之附件、乙方之廣告及本契約當事人間之口頭約定，均為本契約內容之一部分。

甲方雙方之其他特別協議事項，其效力優於本契約條款。

第三條 (未成年人之訂約)

甲方應具備完全之行為能力。

甲方為限制行為能力人者，須得其法定代理人之允許或承認，本契約始為有效。

甲方為無行為能力人者，應由其法定代理人代為及代受意思表示。

第 四 條(會員權利義務之說明)

甲方如有需要，得申請成為乙方之會員，其權利義務依會員規約之規定(如附件一)，雙方其權利義務並得以書面約定之。會員就相同瘦身美容項目所得享受之權利，不得低於非會員，所負擔之義務，不得高於非會員。

前項會員規約為本契約之一部分，並應於締約前交付甲方審閱。

乙方應就會員種類及會員資格之權利義務，於訂約時向甲方為明確之說明。

如發行會員卡者，會員卡不慎遺失，毀損或被竊時，乙方於甲方填具切結書後，應無償製作補發新卡。

第 五 條 (課程及附屬商品之說明)

乙方應將甲方得接受瘦身美容實施之條件以及甲方所選擇之瘦身美容項目、對價、計價方式、次數、期間、課程數、效果分析、副作用及危險性等，及為實施瘦身美容所必須購買相關產品之內容、性質、效用、數量及其價格，於訂約時向甲方為充分明確之說明，並提供相關之書面。

乙方應將為甲方所提供之服務內容及使用之商品留作記錄，並予甲方簽名確認之，且於記錄後至少保留二年，以供查對。甲方得隨時請求乙方提供前述紀錄之影本。

第 六 條(業者之詢問及處置義務)

乙方於實施瘦身美容項目前，應詢問、確認甲方有無因患疾現正治療中、是否屬過敏性體質、現有無服用何種藥物、肌膚有無敏感性及其他不利於接受瘦身美容之事項。甲方對於乙方之詢問應誠實告知。

前項詢問，應以書面為之，並經甲方簽名確認後至少保留二年，以供查對。甲方得隨時請求乙方提供前述紀錄之影本。

於甲方接受瘦身美容期間，任一方發現甲方身體狀況有異樣或實施之部位有異常現象時，應即告知他方。乙方除應即中止實施外，乙方並有義務採取甲方接受醫師診療等適當之處理措施。但甲方發生異常或異樣情形之原因，如非乙方之實施行為所致者，甲方應負擔乙方所採取處理措施之相關費用。

關於診治醫師之選定，應尊重甲方之意見。於甲方受診療期間中，就該瘦身美容契約之期間應予延長。

第 七 條 (診約審閱期間)

乙方與甲方訂立契約前，應給與甲方至少七日之期間以審閱契約內容。

第 八 條(收費標準：費用增減之限制)

本契約之瘦身美容課程之費用共計新台幣_____元；因參加課程所需之用品之費用共計新台幣_____元，其細目如附件二、附件三所示。

第 九 條(付款方式)

甲方得全額預付或依課程進度分期給付對價。如全額預付之折扣率應載明，並不得高於週年利率百分之二十。分期給付者，毋須計付利息，且應載明頭期款及各期價款與其他附加費用合計之總價款與預付全額之差額。前項價款得以現金、票據、信用卡或其他方式給付之。以信用卡分期給付對價者，應每期一次刷付，同一日不得分刷或預刷未到期價款。全額給付者，不得分刷。若甲方用信用卡付款者，手續費應由乙方負擔。

第十條 (卡券之使用)

乙方如以卡、券或其他類似方式作為提供服務之憑證者，應將卡、券之使用方式、服務內容、使用時段、使用地點、使用次數及有效期間等項目，載明於卡、券之上，並向甲方為明確說明。

前項所謂有效期間係指瘦身美容服務預定開始日起 年(月)之期間內。但嗣後甲乙雙方另有約定期限者，不在此限。

契約終止或解除時，乙方應退還價金並回收卡、券。關於退費及賠償之標準，該卡、券除依訂約時之原價計算外，並應依本契約第十一條至第十四條、第十八條及第十九條等之規定辦理。

第十一條 (實施前，消費者在任意解除契約之退費標準)

甲方於瘦身美容課程實施前因甲方任意解除本契約者，乙方應於解約日後____日內(不得逾十五日)將已收取之費用扣除解約手續費後退還於甲方。

前項之解約手續費，係指本契約價金總金額之百分之

_____ (但其最高金額不得逾本契約價金總額之百分之五)。若未約定解約手續費之金額時，乙方不得扣除解約手續費。

第十二條 (實施後消費者任意終止契約之退費標準)

甲方於瘦身美容課程實施後因甲方任意終止本契約者，乙方應於終止後_____日內(不得逾三十日)將已收取之費用扣除已接受服務之費用，並扣除已提領並拆封之附屬商品金額，及再扣除終止契約手續費後退還於甲方。

前項之終止契約手續費，係指價金總額扣除已接受服務費用，及已提領並拆封之附屬商品的剩餘金額之百分之_____ (但其最高金額不得逾上述剩餘金額之百分之十)。若未約定終止契約手續費之金額時，乙方不得扣除終止契約手續費。

第一項之已提領並拆封之附屬商品，係指已拆封使用之最小消費包裝商品，其以整組或量販方式行銷而未拆封使用之最小消費包裝商品仍屬未拆封。

已接受服務及已提領並拆封附屬商品之價格，以契約所定單價為準，未約定單價者，以平均價格或市價為準。

第十三條 (實施前，業者任意解除契約之賠償標準)

乙方於瘦身美容課程實施前解除本契約者，應於解約後_____日內(不得逾十五日)退還甲方已繳費用，並賠償甲方之損失。

前項甲方之損失，係指本契約金總額之百分之

_____ (其百分比應與第十一條規定之百分比一致)。但甲方能證明其所受損害超上述金額者，不在此限。

未依前項約定賠償甲方損失之金額時，以第十一條所定之解約手續費為賠償金額。

第十四條（消費者法定解除或終止契約事由）

甲方於瘦身美容課程實施前或實施中，因死亡、疾病、副作用、遷移他處致未能接受服務或其他不可歸責於自己之事由致不能或難以參加或繼續本契約之課程者，甲方或其繼承人得解除或終止本契約，並請求乙方將已支付之價金總額扣除已接受服務之費用，及已提領並拆封之附屬商品價額後退還，但不得扣除手續費。

甲方因可歸責於乙方之事由，而解除、終止契約者，除得請求退還已繳交費用外，並得請求損害賠償。

第十五條（業者得解除或終止契約事由）

有下列事由之一者，乙方得於瘦身美容課程實施前解除或實施後終止本契約之全部或一部：

一、 因天災、戰亂、罷工、政府法令等不可抗力或不可歸責於乙方之事由，致不能履行債務者。

二、 甲方因疾病或健康情形不佳，致難以完成本契約之課程者，但其情形為乙方訂約時已知或可得而知者，不在此限。

乙方依前項第二款因甲方之疾病或健康情形不佳而終止契約者，應自知悉或可得而知之日起一個月內為之，逾期不得終止。

前項情形，乙方應依本契約第十一條或第十二條規定退還費用於甲方。但前項第一款情形，乙方不得扣除手續費。

第十六條 (終止契約後業者之附隨保護義務)

甲方於實施瘦身美容課程後，本契約終止者，乙方就有關甲方之生命、身體或健康等事項，於相當期間仍有義務為必要之告知、協助及交付。

第十七條 (解除契約或終止契約之方式)

甲乙雙方得以書面或口頭方式向他方為解除契約或終止契約之意思表示。

以書面解除契約或終止契約時，其範本參照附件四。

第十八條 (擔保約款)

乙方向甲方為效果擔保者，其擔保事項為_____、_____, 而甲方應配合事項為_____, _____(上述空白內容皆應具體載明)。

乙方向甲方為前項之擔保而未達其約定效果者，乙方應退還甲方已付之費用。但因甲方未遵守配合事項，致無法達成約定效果者，不在此限。

若未約定賠償甲方損失之金額時，以甲方所給付之全部費用，作為退還之金額。

第十九條 (消費者之變更)

甲方經乙方之同意後，得將其依本契約所應承受負擔之權利義務移轉予第三人。

前項之第三人，自乙方同意時起，承受負擔甲方依本契約之一切權利義務。

第二十條 (業者之變更)

乙方經甲方之同意後，得將依本契約所生之權利義務讓

與其他瘦身美容業者。

前項情形，甲方於不同意時得解除或終止契約，乙方於退費時不得扣除手續費。甲方如另有損害，並得請求賠償。

第二十一條（契約代為履行）

乙方未經甲方之同意，將本契約之全部或部分委由其他瘦身美容業者或乙方之分支機構代為履行，或變更服務地點或約定之美容師時，甲方得解除或終止契約。

就本契約之履行，該受託瘦身美容業者視為乙方之代理人或使用人。

第一項情形，甲方於不同意時得解除或終止契約，乙方於退費時不得扣除手續費。甲方如另有損害，並得請求賠償。

第二十二條（業者之保密義務）

乙方因甲方參加本契約之瘦身美容課程，而知悉或持有甲方所參加之課程事項、課程記錄及其他相關之個人資料，應予保密，並不得為不當使用。

乙方違反前項規定致甲方受有損害者，應負賠償責任。

第二十三條（從業人員之資格）

依本契約提供服務之美容師、營養師或其他從業人員，須具備合法之專業資格。

第二十四條（服務處所之選擇）

甲方得於乙方之分支機構接受瘦身美容之服務。

第二十五條（訂約後雙方合意變更契約）

甲乙雙方於契約訂定後，得依合意變更契約內容。

第二十六條（爭議之處理）

甲乙雙方就本契約發生消費爭議時，甲方得依消費者保護法之規定，為申訴、申請調解或提起消費訴訟。

第二十七條（法院管轄）

因本契約所生之訴訟，甲乙雙方同意以_____地方法院為本案之第一審管轄法院，但甲方得主張由消費關係發生地方法院管轄。

第二十八條（契約書之分執保管）

本契約一式二份，應由甲乙雙方分執保管，乙方不得藉故收回。

第二十九條（其他協議事項）

一、

_____。

二、

_____。

三、

_____。

立契約書人：

立契約書人：

甲方：(消費者姓名)

住址：

身份證統一編號：

電話或電傳：

乙方：(事業名稱)

負責人：
住址：
電話或電傳：

簽約地點：

中 華 民 國 年 月 日

3. 醫療法的相關規定

(1) 醫療法 9 條：

本法所稱醫療廣告，係指利用傳播媒體或其他方法，宣傳醫療業務，以達招徠患者醫療為目的之行為。

(2) 醫療法 84 條：

非醫療機構，不得為醫療廣告。

(3) 醫療法第 85 條：

醫療廣告，其內容以下列事項為限：

一、醫療機構之名稱、開業執照字號、地址、電話及交通路線。

二、醫師之姓名、性別、學歷、經歷及其醫師、專科醫師證書字號。

三、全民健康保險及其他非商業性保險之特約醫院、診所字樣。

四、診療科別及診療時間。

五、開業、歇業、停業、復業、遷移及其年、月、日。

六、其他經中央主管機關公告容許登載或播放事項。

利用廣播、電視之醫療廣告，在前項內容範圍內，得以口語化方式為之。

但應先經所在地直轄市或縣(市)主管機關核准。

醫療機構以網際網路提供之資訊，除有第一百零三條第二項各款所定情形外，不受第一項所定內容範圍之限制，其管理辦法由中央主管機關定之。

(4) 醫療法第 86 條：

醫療廣告不得以下列方式為之：

- 一、假借他人名義為宣傳。
- 二、利用出售或贈與醫療刊物為宣傳。
- 三、以公開祖傳秘方或公開答問為宣傳。
- 四、摘錄醫學刊物內容為宣傳。
- 五、藉採訪或報導為宣傳。
- 六、與違反前條規定內容之廣告聯合或並排為宣傳。
- 七、以其他不正當方式為宣傳。

(5) 醫療法第 87 條：

廣告內容暗示或影射醫療業務者，視為醫療廣告。

醫學新知或研究報告之發表、病人衛生教育、學術性刊物，未涉及招徠醫療業務者，不視為醫療廣告。

(6) 醫療法第 103 條：

有下列情形之一者，處新臺幣五萬元以上二十五萬元以下罰鍰：

- 一、違反第十五條第一項、第十七條第二項、第二十二條第二項、第二十三條第四項、第五項、第五十七條第一項、第六十一條、第六十三條第一項、第六十四條、第七十二條、第八十五條、第八十六條規定或擅自變更核准之廣告內容。
- 二、違反中央主管機關依第六十二條第二項、第九十三條第二項規定所定之辦法。

三、醫療機構聘僱或容留未具醫師以外之醫事人員資格者，執行應由特定醫事人員執行之業務。

醫療廣告違反第八十五條、第八十六條規定或擅自變更核准內容者，除依前項規定處罰外，其有下列情形之一者，得處一個月以上一年以下停業處分或廢止其開業執照，並由中央主管機關吊銷其負責醫師之醫師證書一年：

- 一、內容虛偽、誇張、歪曲事實或有傷風化。
- 二、以非法墮胎為宣傳。
- 三、一年內已受處罰三次。

(7) 醫療法第 104 條：

違反第八十四條規定為醫療廣告者，處新臺幣五萬元以上二十五萬元以下罰鍰。

4. 醫師法第 28 條的規定：

未取得合法醫師資格，執行醫療業務者，處六個月以上五年以下有期徒刑，得併科新臺幣三十萬元以上一百五十萬元以下罰金。但合於下列情形之一者，不罰：

- 一、在中央主管機關認可之醫療機構，於醫師指導下實習之醫學院、校學生或畢業生。
- 二、在醫療機構於醫師指示下之護理人員、助產人員或其他醫事人員。
- 三、合於第十一條第一項但書規定。
- 四、臨時施行急救。

5. 瘦身美容業管理規範的相關規定：

- 一、行政院衛生署為監督瘦身美容業者確實保護消費者權益，特訂定本規範。

- 二、 本規範所稱瘦身美容係指藉手藝、機器、用具、用材、化妝品、食品等方式為保持、改善身體、感觀之健美，所實施之綜合指導、措施之非醫療行為。
- 三、 瘦身美容業者（以下簡稱業者）須辦理公司登記、營利事業登記，並載明相關營業項目。營業項目中未記載之事項，業者不得違法營業。
- 四、 業者營業場所之建築設施、空調設備及消防設施應符合建築法、消防法及其他相關法規之規定。
- 五、 業者使用或販售之化妝品應有完整之中文標示；標籤及仿單不得虛偽誇大或宣稱療效。
- 六、 業者使用或販售之食品應有完整之中文標示；標示及說明書不得虛偽、誇張或易使人誤認有醫藥之效果。
- 七、 業者使用之器材涉及醫療器材者，應依規定辦妥查驗登記。
- 八、 業者利用飲食控制、飲食設計或營養諮詢等方式指導消費者時，必須聘用合格之營養師，營養師必須親自執行業務，其證照應置於明顯處所。
- 九、 業者所聘美容師應有美容師技術士執照。其證照應置於明顯處所。
- 十、 業者提供消費者各項資訊及其行銷手法，應遵循行政院公平交易委員會對瘦身美容業消費資訊透明化及不當行銷行為處理原則之規範。
- 十一、 業者提供顧客使用之機器、用具、用材、用品等，均應保持整潔，每次使用後應洗淨並做必要之消毒。

十二、業者刊登食品、化妝品、器材及瘦身美容廣告，不得誇大、虛偽不實、引人錯誤或宣稱療效，並應符合相關法規之規定。

十三、業者不得強迫或鼓勵消費者採預刷信用卡方式付費。

十四、業者販售、使用之化妝品、食品及提供之服務，應符合消費者保護法之規定。

十五、業者應訂定自主管理方案切實執行之。

十六、違反本規範規定者，依有關法律處罰之。

6. 公平交易法的相關規定：

(1) 公平交易法第 21 條

事業不得在商品或廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於與商品相關而足以影響交易決定之事項，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。

前項所定與商品相關而足以影響交易決定之事項，包括商品之價格、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，及其他具有招徠效果之相關事項。

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。

前三項規定，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 24 條

事業不得為競爭之目的，而陳述或散布足以損害他人營業信譽之不實情事。

(3) 公平交易法第 30 條

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。

(4) 公平交易法第 32 條

本章所定之請求權，自請求權人知有行為及賠償義務人時起，二年間不行使而消滅；自為行為時起，逾十年者亦同。

(5) 公平交易法第 34 條

違反第九條或第十五條規定，經主管機關依第四十條第一項規定限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，而屆期未停止、改正其行為或未採取必要更正措施，或停止後再為相同違反行為者，處行為人三年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣一億元以下罰金。

(二) 如上所述，美容保養業者係為消費者保護法第 2 條第 2 款規定的企業經營者，故其於提供服務及銷售商品的過程與消費者的權利義務關係，應優先適用消費者保護法的規定，其中有關第 7 條企業經營者的法定擔保責任；第 8 條企業經營者賠償責任免除的舉證責任；第 11 條之 1 消費者契約審閱期規定；第 17 條與第 56

條關於主管機關擇定行業公告規定其定型化契約應記載或不得記載之事項的效力，及業者的定型化契約內容，違反應記載或不得記載之事項，可能會受到的裁罰；第 19 條通訊交易消費者的解約權；第 22 條企業經營者對其所刊登廣告內容應負的義務；第 25 條企業經營者就其商品或服務的品質，應出具保證書的義務；第 51 條企業經營者就其故意或過失行為，對消費者所生損害，消費者得請求的懲罰性賠償等規定，尤值企業經營者重視依行。另衛生福利部既曾擇定瘦身美容業者，公告瘦身美容定型化契約應記載及不得記載事項和定型化契約範本，美容保養業者如與其相違，更將受到主管機關最高新台幣貳拾萬元的裁罰。再者，美容保養業者如為爭取客源及業績，而製播刊登浮誇不實廣告，甚至涉及療效，亦會讓主管機關依化粧品衛生管理法、商品標示法、公平交易法、醫療法等相關規定予以裁罰；另美容保養業者在服務提供的過程，絕對不可有任何涉及侵入性處置，影響消費者人體身體結構及生理機能的行為（如以美容棒扎毛孔、挑開粉刺、清除臉部膿瘡、痘痘），因為這已涉及到醫療業務行為，應由醫師或相關醫事人員從事或依醫囑為之，否則將會因違反醫師法第 28 條規定而被科處六個月以上五年以下有期徒刑刑責，美容保養服務的經營者或實施者，絕對需為切記。

四、後續服務階段

除了少數企業經營者外，一般企業經營者莫不希望提供高品質服務和商品，贏得消費者的肯定和信任，並換來源源不絕的業績和賺錢機會。而所謂高品質的內涵，當然包括售後服務及客訴處理。另者，不論企業經營者如何的強調，其提供的服務和商品多麼的高品質、高水準，或多麼的高效能，但企業經營者與消費者間感受或認知的落差，及產生的爭議，仍時有所聞。當企業經營者與消費者產生消

費爭議時應如何處理，除企業經營者可能有其自訂的客訴處理制度或程序外，另我消費者保護法中，對於消費者消費爭議申訴、調解的程序，亦定有明文，特予列載介紹。另美容保養業者與多數企業經營者相同，在契約洽訂、服務提供或商品銷售的過程中或多或少會接觸到消費者的個人資料，由於個人資料保護法，已在民國 101 年 10 月 1 日公布施行，並於 104 年 12 月 30 日修正，美容保養業者，既是個人資料保護法第 2 條第 8 款所稱的非公務機關，則其對於消費者個人資料的蒐集、處理、利用，均應符合個人資料保護法的規定，否則即會面臨民事損害賠償、行政罰鍰科處，甚至刑事的起訴判刑。因此，也在本文中對個人資料保護法中規定的重要條文內容，列載如下：

1. 消費者保護法對於消費爭議申訴及調解程序的相關法律規定：

(1) 消費者保護法第 43 條

消費者與企業經營者因商品或服務發生消費爭議時，消費者得向企業經營者、消費者保護團體或消費者服務中心或其分中心申訴。

企業經營者對於消費者之申訴，應於申訴之日起十五日內妥適處理之。

消費者依第一項申訴，未獲妥適處理時，得向直轄市、縣(市)政府消費者保護官申訴。

(2) 消費者保護法第 44 條

消費者依前條申訴未能獲得妥適處理時，得向直轄市或縣(市)消費爭議調解委員會申請調解。

(3) 消費者保護法第 45-2 條

關於消費爭議之調解，當事人不能合意但已甚接近者，調

解委員得斟酌一切情形，求兩造利益之平衡，於不違反兩造當事人之主要意思範圍內，依職權提出解決事件之方案，並送達於當事人。

前項方案，應經參與調解委員過半數之同意，並記載第四十五條之三所定異議期間及未於法定期間提出異議之法律效果。

(4) 消費者保護法第 45-3 條

當事人對於前條所定之方案，得於送達後十日之不變期間內，提出異議。

於前項期間內提出異議者，視為調解不成立；其未於前項期間內提出異議者，視為已依該方案成立調解。

第一項之異議，消費爭議調解委員會應通知他方當事人。

(5) 消費者保護法第 45-4 條

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，並記載第四十五條之五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。

(6) 消費者保護法第 45-5 條

當事人對前條之方案，得於送達後十日之不變期間內，提出異議；未於異議期間內提出異議者，視為已依該方案成立調解。

當事人於異議期間提出異議，經調解委員另定調解期日，無正當理由不到場者，視為依該方案成立調解。

(7) 消費者保護法第 46 條

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第二十五條至第二十九條之規定。美容保養業者最殷殷期盼的，就其所提供的高品質服務，贏得消費者的肯定和信任，並換來源源不絕的業績和賺錢機會。而所謂高品質的內涵，當然包括售後服務及客訴處理。我消費者保護法中，對於消費者消費爭議申訴、調解的程序，定有明文，特予列載介紹。另美容保養業者與多數企業經營者相同，在服務過程中或多或少會接觸到受雇者及消費者的個人資料，由於個人資料保護法，已在民國 101 年 10 月 1 日公布施行，並於 104 年 12 月 30 日修正，一美容保養業者，既是個人資料保護法第 2 條第 8 款所稱的非公務機關，故關於個人資料的蒐集、處理、利用，均應符合個人資料保護法的規定，否則即會面臨民事損害賠償、行政罰鍰科處，甚至刑事的起訴判刑。因此，也在本文對個人資料保護法中重要的條文內容，列載如下：

2. 個人資料保護法的相關規定：

(1) 個人資料保護法第 2 條

本法用詞，定義如下：

一、個人資料：指自然人之姓名、出生年月日、國民身分證統一編號、護照號碼、特徵、指紋、婚姻、家庭、教育、職業、病歷、醫療、基因、性生活、健康檢查、犯罪前科、聯絡方式、財務情況、社會活動及其他得以直接或間接方

式識別該個人之資料。

二、個人資料檔案：指依系統建立而得以自動化機器或其他非自動化方式檢索、整理之個人資料之集合。

三、蒐集：指以任何方式取得個人資料。

四、處理：指為建立或利用個人資料檔案所為資料之記錄、輸入、儲存、編輯、更正、複製、檢索、刪除、輸出、連結或內部傳送。

五、利用：指將蒐集之個人資料為處理以外之使用。

六、國際傳輸：指將個人資料作跨國（境）之處理或利用。

七、公務機關：指依法行使公權力之中央或地方機關或行政法人。

八、非公務機關：指前款以外之自然人、法人或其他團體。

九、當事人：指個人資料之本人。

(2) 個人資料保護法第 3 條

當事人就其個人資料依本法規定行使之下列權利，不得預先拋棄或以特約限制之：

一、查詢或請求閱覽。

二、請求製給複製本。

三、請求補充或更正。

四、請求停止蒐集、處理或利用。

五、請求刪除。

(3) 個人資料保護法第 5 條

個人資料之蒐集、處理或利用，應尊重當事人之權益，依誠實及信用方法為之，不得逾越特定目的之必要範圍，並應與蒐集之目的具有正當合理之關聯。

(4) 個人資料保護法第 6 條

有關病歷、醫療、基因、性生活、健康檢查及犯罪前科之個人資料，不得蒐集、處理或利用。但有下列情形之一者，不在此限：

一、法律明文規定。

二、公務機關執行法定職務或非公務機關履行法定義務必要範圍內，且事前或事後有適當安全維護措施。

三、當事人自行公開或其他已合法公開之個人資料。

四、公務機關或學術研究機構基於醫療、衛生或犯罪預防之目的，為統計或學術研究而有必要，且資料經過提供者處理後或經蒐集者依其揭露方式無從識別特定之當事人。

五、為協助公務機關執行法定職務或非公務機關履行法定義務必要範圍內，且事前或事後有適當安全維護措施。

六、經當事人書面同意。但逾越特定目的之必要範圍或其他法律另有限制不得僅依當事人書面同意蒐集、處理或利用，或其同意違反其意願者，不在此限。

依前項規定蒐集、處理或利用個人資料，準用第八條、第九條規定；其中前項第六款之書面同意，準用第七條第一項、第二項及第四項規定，並以書面為之。

(5) 個人資料保護法第 7 條

第十五條第二款及第十九條第一項第五款所稱同意，指當事人經蒐集者告知本法所定應告知事項後，所為允許之意思表示。

第十六條第七款、第二十條第一項第六款所稱同意，指當事人經蒐集者明確告知特定目的外之其他利用目的、範圍及同意與否對其權益之影響後，單獨所為之意思表示。

公務機關或非公務機關明確告知當事人第八條第一項各款應告知事項時，當事人如未表示拒絕，並已提供其個人資料者，推定當事人已依第十五條第二款、第十九條第一項第五款之規定表示同意。

蒐集者就本法所稱經當事人同意之事實，應負舉證責任。

(6) 個人資料保護法第 8 條

公務機關或非公務機關依第十五條或第十九條規定向當事人蒐集個人資料時，應明確告知當事人下列事項：

- 一、公務機關或非公務機關名稱。
- 二、蒐集之目的。
- 三、個人資料之類別。
- 四、個人資料利用之期間、地區、對象及方式。
- 五、當事人依第三條規定得行使之權利及方式。
- 六、當事人得自由選擇提供個人資料時，不提供將對其權益之影響。

有下列情形之一者，得免為前項之告知：

- 一、依法律規定得免告知。
- 二、個人資料之蒐集係公務機關執行法定職務或非公務機關履行法定義務所必要。
- 三、告知將妨害公務機關執行法定職務。
- 四、告知將妨害公共利益。
- 五、當事人明知應告知之內容。
- 六、個人資料之蒐集非基於營利之目的，且對當事人顯無不利之影響。

(7) 個人資料保護法第 9 條

公務機關或非公務機關依第十五條或第十九條規定蒐集

非由當事人提供之個人資料，應於處理或利用前，向當事人告知個人資料來源及前條第一項第一款至第五款所列事項。

有下列情形之一者，得免為前項之告知：

- 一、有前條第二項所列各款情形之一。
- 二、當事人自行公開或其他已合法公開之個人資料。
- 三、不能向當事人或其法定代理人為告知。
- 四、基於公共利益為統計或學術研究之目的而有必要，且該資料須經提供者處理後或蒐集者依其揭露方式，無從識別特定當事人者為限。
- 五、大眾傳播業者基於新聞報導之公益目的而蒐集個人資料。

第一項之告知，得於首次對當事人為利用時併同為之。

(8) 個人資料保護法第 10 條

公務機關或非公務機關應依當事人之請求，就其蒐集之個人資料，答覆查詢、提供閱覽或製給複製本。但有下列情形之一者，不在此限：

- 一、妨害國家安全、外交及軍事機密、整體經濟利益或其他國家重大利益。
- 二、妨害公務機關執行法定職務。
- 三、妨害該蒐集機關或第三人之重大利益。

(9) 個人資料保護法第 11 條

公務機關或非公務機關應維護個人資料之正確，並應主動或依當事人之請求更正或補充之。

個人資料正確性有爭議者，應主動或依當事人之請求停止處理或利用。但因執行職務或業務所必須，或經當事人書

面同意，並經註明其爭議者，不在此限。

個人資料蒐集之特定目的消失或期限屆滿時，應主動或依當事人之請求，刪除、停止處理或利用該個人資料。但因執行職務或業務所必須或經當事人書面同意者，不在此限。

違反本法規定蒐集、處理或利用個人資料者，應主動或依當事人之請求，刪除、停止蒐集、處理或利用該個人資料。因可歸責於公務機關或非公務機關之事由，未為更正或補充之個人資料，應於更正或補充後，通知曾提供利用之對象。

(10) 個人資料保護法第 12 條

公務機關或非公務機關違反本法規定，致個人資料被竊取、洩漏、竄改或其他侵害者，應查明後以適當方式通知當事人。

(11) 個人資料保護法第 19 條

非公務機關對個人資料之蒐集或處理，除第六條第一項所規定資料外，應有特定目的，並符合下列情形之一者：

一、法律明文規定。

二、與當事人有契約或類似契約之關係，且已採取適當之安全措施。

三、當事人自行公開或其他已合法公開之個人資料。

四、學術研究機構基於公共利益為統計或學術研究而有必要，且資料經過提供者處理後或經蒐集者依其揭露方式無從識別特定之當事人。

五、經當事人同意。

六、為增進公共利益所必要。

七、個人資料取自於一般可得之來源。但當事人對該資料之禁止處理或利用，顯有更值得保護之重大利益者，不在此限。

八、對當事人權益無侵害。

蒐集或處理者知悉或經當事人通知依前項第七款但書規定禁止對該資料之處理或利用時，應主動或依當事人之請求，刪除、停止處理或利用該個人資料。

(12) 個人資料保護法第 20 條

非公務機關對個人資料之利用，除第六條第一項所規定資料外，應於蒐集之特定目的必要範圍內為之。但有下列情形之一者，得為特定目的外之利用：

一、法律明文規定。

二、為增進公共利益所必要。

三、為免除當事人之生命、身體、自由或財產上之危險。

四、為防止他人權益之重大危害。

五、公務機關或學術研究機構基於公共利益為統計或學術研究而有必要，且資料經過提供者處理後或經蒐集者依其揭露方式無從識別特定之當事人。

六、經當事人同意。

七、有利於當事人權益。

非公務機關依前項規定利用個人資料行銷者，當事人表示拒絕接受行銷時，應即停止利用其個人資料行銷。

非公務機關於首次行銷時，應提供當事人表示拒絕接受行銷之方式，並支付所需費用。

(13) 個人資料保護法第 25 條

非公務機關有違反本法規定之情事者，中央目的事業主

管機關或直轄市、縣（市）政府除依本法規定裁處罰鍰外，並得為下列處分：

- 一、禁止蒐集、處理或利用個人資料。
- 二、命令刪除經處理之個人資料檔案。
- 三、沒入或命銷燬違法蒐集之個人資料。
- 四、公布非公務機關之違法情形，及其姓名或名稱與負責人。

中央目的事業主管機關或直轄市、縣（市）政府為前項處分時，應於防制違反本法規定情事之必要範圍內，採取對該非公務機關權益損害最少之方法為之。

(14) 個人資料保護法第 27 條

非公務機關保有個人資料檔案者，應採行適當之安全措施，防止個人資料被竊取、竄改、毀損、滅失或洩漏。

中央目的事業主管機關得指定非公務機關訂定個人資料檔案安全維護計畫或業務終止後個人資料處理方法。

前項計畫及處理方法之標準等相關事項之辦法，由中央目的事業主管機關定之。

(15) 個人資料保護法第 28 條

公務機關違反本法規定，致個人資料遭不法蒐集、處理、利用或其他侵害當事人權利者，負損害賠償責任。但損害因天災、事變或其他不可抗力所致者，不在此限。

被害人雖非財產上之損害，亦得請求賠償相當之金額；其名譽被侵害者，並得請求為回復名譽之適當處分。

依前二項情形，如被害人不易或不能證明其實際損害額時，得請求法院依侵害情節，以每人每一事件新臺幣五百元以上二萬元以下計算。

對於同一原因事實造成多數當事人權利受侵害之事件，經當事人請求損害賠償者，其合計最高總額以新臺幣二億元為限。但因該原因事實所涉利益超過新臺幣二億元者，以該所涉利益為限。

同一原因事實造成之損害總額逾前項金額時，被害人所受賠償金額，不受第三項所定每人每一事件最低賠償金額新臺幣五百元之限制。

第二項請求權，不得讓與或繼承。但以金額賠償之請求權已依契約承諾或已起訴者，不在此限。

(16) 個人資料保護法第 29 條

非公務機關違反本法規定，致個人資料遭不法蒐集、處理、利用或其他侵害當事人權利者，負損害賠償責任。但能證明其無故意或過失者，不在此限。

依前項規定請求賠償者，適用前條第二項至第六項規定。

(17) 個人資料保護法第 30 條

損害賠償請求權，自請求權人知有損害及賠償義務人時起，因二年間不行使而消滅；自損害發生時起，逾五年者，亦同。

(18) 個人資料保護法第 31 條

損害賠償，除依本法規定外，公務機關適用國家賠償法之規定，非公務機關適用民法之規定。

(19) 個人資料保護法第 41 條

意圖為自己或第三人不法之利益或損害他人之利益，而違反第六條第一項、第十五條、第十六條、第十九條、第二十條第一項規定，或中央目的事業主管機關依第二十一條限制國際傳輸之命令或處分，足生損害於他人

者，處五年以下有期徒刑，得併科新臺幣一百萬元以下罰金。

(20) 個人資料保護法第 42 條

意圖為自己或第三人不法之利益或損害他人之利益，而對於個人資料檔案為非法變更、刪除或以其他非法方法，致妨害個人資料檔案之正確而生損害於他人者，處五年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣一百萬元以下罰金。

(21) 個人資料保護法第 43 條

中華民國人民在中華民國領域外對中華民國人民犯前二條之罪者，亦適用之。

(22) 個人資料保護法第 45 條

本章之罪，須告訴乃論。但犯第四十一條之罪者，或對公務機關犯第四十二條之罪者，不在此限。

(23) 個人資料保護法第 46 條

犯本章之罪，其他法律有較重處罰規定者，從其規定。

(24) 個人資料保護法第 47 條

非公務機關有下列情事之一者，由中央目的事業主管機關或直轄市、縣（市）政府處新臺幣五萬元以上五十萬元以下罰鍰，並令限期改正，屆期未改正者，按次處罰之：

一、違反第六條第一項規定。

二、違反第十九條規定。

三、違反第二十條第一項規定。

四、違反中央目的事業主管機關依第二十一條規定限制國際傳輸之命令或處分。

(25) 個人資料保護法第 48 條

非公務機關有下列情事之一者，由中央目的事業主管機關或直轄市、縣（市）政府限期改正，屆期未改正者，按次處新臺幣二萬元以上二十萬元以下罰鍰：

- 一、違反第八條或第九條規定。
- 二、違反第十條、第十一條、第十二條或第十三條規定。
- 三、違反第二十條第二項或第三項規定。
- 四、違反第二十七條第一項或未依第二項訂定個人資料檔案安全維護計畫或業務終止後個人資料處理方法。

(26) 個人資料保護法第 49 條

非公務機關無正當理由違反第二十二條第四項規定者，由中央目的事業主管機關或直轄市、縣（市）政府處新臺幣二萬元以上二十萬元以下罰鍰。

(27) 個人資料保護法第 50 條

非公務機關之代表人、管理人或其他有代表權人，因該非公務機關依前三條規定受罰鍰處罰時，除能證明已盡防止義務者外，應並受同一額度罰鍰之處罰。

(28) 個人資料保護法第 51 條

有下列情形之一者，不適用本法規定：

- 一、自然人為單純個人或家庭活動之目的，而蒐集、處理或利用個人資料。
- 二、於公開場所或公開活動中所蒐集、處理或利用之未與其他個人資料結合之影音資料。

公務機關及非公務機關，在中華民國領域外對中華民國人民個人資料蒐集、處理或利用者，亦適用本法。

3. 關於個人資料保護法施行細則部分：

(1) 個人資料保護法施行細則第 12 條

本法第 6 條第 1 項第 2 款所稱適當安全維護措施、第 18 條所稱安全維護事項、第 27 條第 1 項所稱適當之安全措施，指公務機關或非公務機關為防止個人資料被竊取、竄改、毀損、滅失或洩漏，採取技術上及組織上之措施。前項措施，得包括下列事項，並以與所欲達成之個人資料保護目的間，具有適當比例為原則：一、配置管理之人員及相當資源。二、界定個人資料之範圍。三、個人資料之風險評估及管理機制。四、事故之預防、通報及應變機制。五、個人資料蒐集、處理及利用之內部管理程序。六、資料安全管理及人員管理。七、認知宣導及教育訓練。八、設備安全管理。九、資料安全稽核機制。十、使用紀錄、軌跡資料及證據保存。十一、個人資料安全維護之整體持續改善。

(2) 個人資料保護法施行細則第 22 條

本法第 12 條所稱適當方式通知，指即時以言詞、書面、電話、簡訊、電子郵件、傳真、電子文件或其他足以使當事人知悉或可得知悉之方式為之。但需費過鉅者，得斟酌技術之可行性及當事人隱私之保護，以網際網路、新聞媒體或其他適當公開方式為之。依本法第 12 條規定通知當事人，其內容應包括個人資料被侵害之事實及已採取之因應措施。

(3) 個人資料保護法施行細則第 28 條

本法第 19 條第 1 項第 7 款所稱一般可得之來源，指透過大眾傳播、網際網路、新聞、雜誌、政府公報及其他一般人可得知悉或接觸而取得個人資料之管道。

(二) 企業經營者（包括本文所探討的美容保養業者）遇有消費爭議時，當然有其各自處理的機制和辦法，但如與消費者間無法達成爭議的解決時，透由消費者保護法第 43 條、第 44 條規定的申訴及調解機制，或向消費者保護團體，或消費者服務或其分中心申訴，或向各直轄市、縣(市)政府設置的消費爭議調解委員會申請調解，希能獲致雙贏的圓滿結果，消弭消費爭議於無形。如前所述，企業經營者（包括本文所探討的美容保養業者）於訂約、履約的過程中，難免會接觸到消費者的個人資料，可能包括姓名、出生年月日、國民身分證統一編號、護照號碼、特徵、指紋、婚姻、家庭、教育、職業、病歷、醫療、基因、性生活、健康檢查、犯罪前科、聯絡方式、財務情況、社會活動及其他得以直接或間接方式識別該個人之資料等。企業經營者對於消費者個人資料的蒐集、處理、利用上，均應遵守個人資料保護法的規定要求，包括對於所有可能接觸到消費者個資的相關人員，經常進行與個資法相關的法治教育訓練，或訂定完備的管理規章，對於個資管理為嚴格的要求，否則將面臨民、刑事法律責任繩加，及行政處罰的嚴重後果，所以，企業經營者（包括本文所探討的美容保養業者）對於個人資料保護法的相關規定，一定慎重認知依行。

參、示範案例實際執行之研析

一、示範案例簡介

示範案例公司成立於民國 93 年，迄今已超過 14 年。示範案例公司的實際負責人陳凱若女士從事專業保養美容行業迄今已 25 年，目前為全國美容公會監事，並在建國科技大學授課，可謂產學兼具。依陳凱若女士表示，示範案例公司目前經營的項目大致上為，一般個人頭皮、臉皮、身體的清潔、修復及保養，但兼及清潔、修復、保養商品的銷售。關於使用於頭皮、臉皮、身體清潔、修復及保養

相關商品的來源（包括所銷售的商品部分），除了部分為示範案例公司委託工廠製造外，另方面也會向其他廠商購買，或自為使用，或再為銷售，目前商品的銷售額，已逐漸追上專業美容保養業務的營業額。在商品的銷售對象上，除了販售給前往示範案例公司營業處所，接受美容保養服務的消費者外，還會利用網路平台、自家網站、DM、平面媒體、口碑相傳等多重管道，銷售商品予消費者。陳凱若女士進一步說明，要從事此項美容保養服務事業，需具備三個利器，包括優質美容保養商品（非醫療商品）、嫻熟技術和適宜的輔助工具。陳凱若女士也強調，示範案例公司使用於消費者或銷售予消費者的美容保養商品，均會做到溯源（可輕易尋得商品的製造者或銷售者，產銷履歷透明化）、認證（每項商品都可載有政府機關許可的字號，或廠商所出具確保商品品質的保證書）、臨床（每項商品一定會經過臨床試驗，確定具有效用，且無不良反應後，始會提供予消費者使用，或銷售予消費者）等原則，以贏得消費者的信任，並建立示範案例公司在美容保養業界，無可取代的地位。

二、實際執行情形

（一）申請階段

示範案例公司乃係依照公司法規定成立的法人組織，且經依法辦理營業登記，又因為美容保養服務行業及相關商品的銷售事項，並非屬於需經主管機關特許的行業，而示範案例公司的營業場所係設置於一樓完全符合都市計畫法臺中市施行自治條例及臺中市住宅區設置「資訊休閒業」及「健身休閒場所」之限制條件規定，故示範案例絕對是一個合法成立正常營運的公司。

（二）研發及生產階段

1. 示範案例公司為提供美容保養服務而使用於消費者，或基於銷售目的交付予消費者的商品，最大宗者大概包括保濕面膜、歡顏保濕露、不可抗拒洗卸露、芳香精油等。筆者因無法親自前往上述商品的生產工廠瞭解該等商品的製造過程，及商品製造過程中所聚摻的原料及成分，故僅能從商品包裝及仿單上印載的文字，目測判斷該等商品中所添加的成分、原料是否符合化粧品衛生管理法及相關法令的規定。就上述示範案例公司使用或銷售的商品包裝外觀文字及仿單文字觀之，尚無發現摻有法令所不許可的原料和成份的情形（商品實際原料及成分，當然需以實際檢測結果為準）。
2. 上述示範案例公司使用或銷售的商品，其外包裝除載有商品的原料、成分外，另標有保存方法、工廠登記字號、製造商名稱、地址、諮詢電話、容量、製造日期、保存期限、注意事項，大致上符合化粧品衛生安全管理法及商品標示法的規定。

（三）營運銷售階段

1. 契約訂定問題：

示範案例公司不論於營業場址所在的實體店面交易，或透過電話、網路平台、自家網站的通訊交易部分，均僅依其自行製作內容較為簡略的「服務兼銷售單」與消費者約定交易的權利義務事宜，此與主管機關衛生福利部依消費者保護法第 17 條擇定公告的瘦身美容定型化契約應記載及不得記載事項和定型化契約範本的內容相距甚遠，實有大大改善空間，建議示範案

例公司應積極改進，避免受到主管機關依消費者保護法第 56 條之 1 規定裁罰的疑慮。

2. 通訊交易問題：

如前所述，示範案例公司的交易態樣中包括透過電話、網路平台、自家網站交易的通訊交易情形，示範案例公司遵行消費者保護法第 18 條、第 19 條、第 19 之 2 的規定內容辦理，但筆者實際進入示範案例公司的網站觀之，顯然未能符合消費者保護法第 18 條的規範要求，示範案例公司於其前述的「服務兼銷售單」上，書載「保養課程經本人同意購買恕不退費或更換，實不符合消費者保護法第 19 條規定消費者得擁有七天解約權的規定。若示範案例公司往後若有採訪問交易的行銷方式，也必需依此消費者保護法第 19 條規定，處理解約退貨問題。

3. 契約審閱期問題

示範案例公司在與消費者簽訂契約前，大致上並未依消費者保護法第 11 之 1 條規定事先給予消費者契約內容審閱的權利。

4. 廣告宣傳問題

觀諸示範案例公司於網站上揭示的廣告內容「高效術前/後保濕修復、芳香精油不老說駐顏術、舒壓放鬆、疏肝解鬱、自然美胸、完美曲雕、塑身型體雕、全身去角質、嫩膚美背、海泥美背、芳香魔手、頭皮活化、黃金小米頭皮管理」等，實有令人擔心之處，蓋：（1）「疏肝解鬱」是否被主管機關認定為涉及療效宣傳，而依醫療法為處罰，確有相當的可能性存在；（2）消費者第 22 條規定「企業經營者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」，上述廣告的內容是否確能完全履行，或是否已完全履行，在廣告文字內容不明確、不精確下，恐將造成業者與消費者間認知上的差異，易生消費爭議，甚至有構成違反公平交易法第 21 條「引人錯誤之表示或表徵」的疑慮，示範案例公司應有再檢視的空間。

5 是否涉及醫療行為疑慮問題

凡是涉及人體的侵入性處置，及已影響人體身體結構及生理機能的行為（如以美容棒扎毛孔、挑開粉刺、清除臉部膿瘡、痘痘的行為），實務上被認為係屬執行醫療業務的行為的案例（行政院衛生署 97 年 1 月 14 日衛署醫字第 0960070074 號函），並不少見，以示範案例乙公司美容保養修復的服務內容觀之，參諸示範案例公司所稱的輔具協助，誠擔心示範案例公司，稍有逾越而為侵入處置，就會有涉犯醫師法第 28 條的疑慮，示範案例公司絕對要小心從事。

(四) 後續服務階段

1. 消費爭議及申訴案件的處理

據示範案例公司實際負責人陳凱若所言，示範案例公司完全秉持以客為尊，與人為善，和氣生財的原則，所以自公司成立以來，甚少有客戶提出消費爭議申訴的情形，即使有也都在滿足客戶需求的共識上，圓滿獲得解決至今只有一件糾紛。示範案例公司如此處理消費爭議的態度及方式，除可完全消弭示範案例公司與客戶間的各项爭議外，更可贏得客戶對於示範案例公司的信任與讚譽外，迎來更多的客源和商機。所以消費者保護法中有關申訴及調解程序的相關規定，對於示範案例公司來講，幾乎派不上用場。

2. 個資的保護和管理

目前示範案例公司對於客戶的個資，均存放於上鎖的櫥櫃及抽屜，除公司的少數核心人員外，甚少能接觸及窺視者，管理上可謂嚴謹，另據陳凱若女士表示，示範案例公司也會經常性地對公司員工進行在職訓練，當然也包括法治教育，特別是個資保護的宣導，目前可能需要再補強者，大概是要訂定周詳的個資管理規章，讓公司對於個資管理上更為完備，避免違法情事的發生。

肆、未來發展之建議

美容保養業者，目前應該算是相當艱困的行業，其最主要原因乃係受到醫美行業大軍壓境的衝擊，且大多數醫美業者並聘有公關或業務代表，開疆闢土衝刺業績，一般民眾對於什麼是醫美，什麼是美容保養服務，根本無法辨識，甚至心中只有醫美概念，並無美

容保養服務行業意念的存在，在此不利的大環境及背景下，美容保養業者所可爭取到的業務和客源相對更被緊縮，若以夾縫中求生存來形容目前美容保養業者的處境，一點都不為過。但即便如此，美容保養業者亦非完全沒有立足之地，單舉示範案例公司為例，該公司自成立至今已近15年，不但依然屹立不搖，業務甚至已擴及到海峽對岸，可見天下無難事，只怕有心人。足見不論任何行業，都有其成功的案例，值得我們效法學習。事實上，就一般而言，美容保養業者，仍有其價格上的優勢。蓋醫美行業動輒數萬元、數拾萬元，甚至上百萬元的費用，實非一般人所能負擔；反觀美容保養服務課程，消費者總能量力而為，視其自身口袋的深淺，決定接受服務範圍的多寡及時程的長短，仍有與醫美一較高下的空間。但筆者想要建議美容保養業者的，是否可以考慮另闢平價專區，以開拓年輕族群的客源。另美容保養業者所標榜的，以保濕潤膚、清淨去污、按摩塑身等方法，還回消費者軀體顏面的潔淨、緊嫩、曲線的自然美體現，相較於醫美泛以施打、植入、修削、抽吸等方法，打造非自然的美顏身段，但不知是否會留有後遺症的疑慮，確實讓美容保養業者，仍保有一息生存的空間。但在此仍然想建議美容保養業者，如欲突破目前經營的瓶頸，一定要結合所有業者的力量，做好與醫美行業的清楚區隔，讓消費大眾有明確的認知下，得做出適切的服務選擇。另外，美容保養業者應僱用有專業證照的服務人員，提昇服務的品質，並建立優良品牌形象，均有助於客源的擴展。再者，開拓平價的消費族群，也是值得業者列為營運考量的選項之一。但在此也要特別提醒美容保養業者，競爭再怎麼激烈，營運環境再怎麼艱困，但在提供服務的過程中絕對不可涉跨醫療行為，另在促銷的廣告文宣中也不得宣傳療效，否則將會為業者本身及服務人員

帶來嚴重的後果。再者，主管機關衛生福利部既然已依消費者保護法第17條規定擇定公告瘦身美容定型化契約應記載及不得記載事項和定型化契約範本，美容保養業者本即有遵行責任，另方面也可藉此提昇業者的服務品質，但觀諸業界的慣例或常態，似乎與之相距甚遠，建議業者應儘可能更行。又按通訊交易模式已成年輕人的最愛，且有為數眾多的其他消費族群也經常透過通訊方式消費交易。美容保養業者不但不能逆於潮風而行，相反地更應該透過此快速簡便的交易態樣，積極開發消費客源，但千萬不要忘記消費者保護法第18條、第19條、第19條之2對於通訊交易的規範內容，並為依行。

伍、結語

美容保養業者在面臨醫美業者林立設置、美容保養業者同業間削價競爭及消費者對於美容保養修護行業服務內容及成效的模糊認知，三方夾擊之下，經營上確屬艱困，因此美容保養業者殷殷期盼政府能施以援手，協助業者脫離目前面臨的困境。其中最重要者，包括徹底改變考照制度，希望就美容保養管理師的證照考領部分，法令上能改為甲、乙、丙三級管考，並由政府機關負責辦理考試及核發證照的工作（目前證照係由美容公會考發），以建立美容保養管理師專業證照的鑑別度及公信力，讓消費者得以作為判斷業者服務品質良窳及服務人員程度水準高低的參考，俾免劣幣逐良幣的憾事發生。另外，業者也希望政府能採取適當的措施，協助業者可塑造健康、價值、活力、美麗的行業價值觀，讓業者可以建立類於國際知名廠牌沙宣的良好品牌及信用，使業者能兼具素質、專業、水準、收入，而得於艱困的夾縫中尋求生存突破，甚至發光發熱，喚起消費者對於美容保養修護業者熟識、認同及支持。

◆ 運動服務業-消費者保護法規議題

戴智權律師

壹、前言

根據衛福部統計，近年國人整體過重及肥胖（身體質量指數BMI ≥ 24 ）人口比率仍一路攀升，台灣已蟬聯多年亞洲「胖胖國」冠軍的寶座。醫學研究也指出肥胖是導致心臟疾病、腦血管疾病、糖尿病、高血壓、慢性病等疾病的根源，而造成國人肥胖的因素不外乎飲食不均及缺乏運動。

運動健身不僅可以促進新陳代謝以保持體態良好外，也可以增強免疫力、促進大腦內細胞增生，預防失智症、增加肌耐力、改善骨質疏鬆、消除抑鬱和焦慮精神等好處。近年來，政府也極力推廣全民運動、宣導「運動就贏」的觀念，使得國內運動風氣逐漸興盛。

運動健身服務產業，曾經歷經亞歷山大、邱素貞瑜伽天地等消費糾紛，但仍有不少運動健身服務業者秉持著提供消費者舒適的運動空間、優良的品質服務的經營理念。本文透過與運動服務業者的訪談，了解運動服務業的產業生態，進而分析該產業實務運作所面臨的制度問題，以及探討消費者保障的落實狀況，如何使得業者與消費者達成雙贏之局面。

貳、法規介紹

一、申請階段

（一）早期健身房因為有鍋爐、烤箱、供人沐浴之三溫暖設備，故依視聽歌唱理髮三溫暖舞廳舞場酒家酒吧及特種咖啡茶室業管理規則（民國90年1月3日已廢止）常被歸類為特種行業（俗稱：八大行業）。

(二) 依教育部體育署101年3月23日體委綜字第10100085673號令「運動產業內容及範圍」可知，運動服務業可分為「運動場館業」、「運動休閒教育服務業」、「運動保健業」，其定義分別為「從事室內（外）運動場館經營管理行業，如球類運動場館、室內（外）游泳池、拳擊館、田徑場、健身中心及賽車場等經營管理。以自有運動場所從事籌辦職業或業餘運動競賽組織，亦歸入本類。」、「凡從事對群體或個人間教育（指導）服務行業均屬之，如各種球類運動、啦啦隊、體操、馬術、游泳、武術、圍棋、紙牌遊戲（如橋牌）或瑜珈等教育服務。」、「凡提供其專門知識管理、技術能力或產品器材，進行健康促進、運動傷害預防及保護，並包含延緩老化預防功能性退化等維護身心健康服務行業，皆屬之，服務對象分別為一般消費者及從事體能運動者。從業人員如運動防護、運動保健、防護保健用品及器材產銷指導管理人員等。」，其中央目的主管機關均為「行政院體育委員會」。運動服務產業雖有運動產業發展條例、運動產業輔導獎助辦法等相關命令，但仍無完善的法令規定，故成立健身中心，不僅須符合一般商業登記法令，場館之設立尚須符合建築、消防等相關法令規範。運動服務產業主要分為「J801030競技及休閒運動場館業」、「J802010運動訓練業」兩種，但其申請設立的相關法律規範卻不盡相同，茲謹論述如後。

(三) 臺北市土地使用分區管制自治條例：

- 1.第五條：本市都市計畫範圍內土地及建築物之使用，依其性質、用途、規模，分為下列各組：三十二 第三十三組：健身服務業。

- 2.第八條之一：在第三之一種住宅區、第三之二種住宅區內得為第三種住宅區規定及下列規定之使用：二、附條件允許使用（六）第三十三組：健身服務業。
- 3.第九條：在第四種住宅區內得為下列規定之使用：二、附條件允許使用（十三）第三十三組：健身服務業（設置地點應臨接寬度三十公尺以上道路，含鐵路用地）。
- 4.第九條之一：在第四之一種住宅區內得為第四種住宅區規定及下列附條件允許使用：五 第三十三組：健身服務業。
- 5.第三十五條：在第二種工業區之使用，應符合下列規定：一、不允許使用（二十一）第三十三組：健身服務業之營業性浴室（含三溫暖）。二、不允許使用，但得附條件允許使用（十七）第三十三組：健身服務業之（一）籃球、網球、桌球、羽毛球、棒球、高爾夫球等球類比賽練習場地、（二）國術館、柔道館、跆拳道館、空手道館、劍道館及拳擊、舉重等教練場所、健身房、韻律房、（三）室內射擊練習場（非屬槍砲彈藥刀械管制條例規定之械彈且不具殺傷力者）、（四）保齡球館、撞球房、（五）溜冰場、游泳池。
- 6.第八十六條之一：建築物新建、改建、變更用途或增建部分應依都市計畫規定設置停車空間，都市計畫未規定者，依下表規定。但基地面積達一〇〇〇平方公尺以上之公有建築物之停車空間應依下表規定加倍留設。

建築物用途		建築物總樓地板面積（平方公尺）	應附設小汽 車位數	應附設機車 位數
第四類	第三十三組： 健身服務業	(一)四、000 以下部分	每滿一 00 平方公尺設 置一輛	每滿七 0 平 方公尺設置 一輛
		(二)超過四、000 未 滿一、0000 之部分	每滿一二 0 平方公尺設 置一輛	
		(三)一、0000 之部 分	每滿一五 0 平方公尺設 置一輛	

7.第八十六條之二：建築物新建、改建、變更用途或增建部分，

依下表規定設置裝卸位：

建築物用途		建築物總樓地板面積（平方公尺）	應附設小汽 車位數	應附設機車 位數
第四類	第三十三組： 健身服務業	(一)四、000 以下部分	每滿一 00 平方公尺設 置一輛	每滿七 0 平 方公尺設置 一輛
		(二)超過四、000 未 滿一、0000 之部分	每滿一二 0 平方公尺設 置一輛	
		(三)一、0000 之部 分	每滿一五 0 平方公尺設 置一輛	

說明：

一、總樓地板面積之計算，不包括室內停車空間面積、法定防空

避難設備面積、騎樓或門廊、外廊等無牆壁之面積及機械房、變電室、蓄水池、屋頂突出物、保齡球館之球道等類似用途部分。

二、同一幢建築物內供二類以上用途使用時，其設置基準分別依右表規定計算予以累加後合併計算。

三、停車空間之汽車出入口車道，如情況許可應位於側街，並應距最近之交叉口至少在三〇公尺以上。

四、國際觀光旅館應於基地地面層或法定空地上按其客房數每滿四十間設置一輛大型客車停車位。每設一輛大型客車停車位，減設右表三輛停車位。

五、機車停車位需長二·二公尺以上，寬〇·九公尺以上。

六、已設置之法定機車停車位無實際使用需求時，得申請將該部分改置為汽車停車位。

七、其餘未規定者，依建築技術規則有關規定辦理。

(四) 臺北市土地使用分區附條件允許使用核准標準：

1.第二條：臺北市各使用分區附條件允許使用之組別及使用項目，

其核准條件如下：

分區	使用類別	核准條件
住三之一 住三之二	第三十三組：健身服務業 (一) 籃球、網球、桌球、羽毛球、棒球、高爾夫球等球類運動比賽練習場地。	一、除保齡球館、撞球房營業樓地板面積未達一〇〇平方公尺者，設置地點應臨接寬度十公尺以上之道路；其餘設置地點應臨接寬度十二公尺以上之道路，並設有獨立樓梯及出入口。



	(二) 國術館、柔道館、跆拳道館、空手道館、劍道館及拳擊、舉重等教練場所、健身房、韻律房。 (三) 室內射擊練習場(非屬槍砲彈藥刀械管制條例規定之械彈且不具殺傷力者)。 (四) 保齡球館、撞球房。 (五) 溜冰場、游泳池。 (六) 營業性浴室(含三溫暖)。	二、除三溫暖限於建築物第一層、第二層及地下一層使用外，其餘限於建築物第一層、第二層及地下一層、地下二層使用。但自地面層以上及地下層連續使用者，得不受現行樓層規定之限制，惟限於地面層以上總樓層數三分之一以下樓層設置。 三、擬設置之樓層，其同層及以下各樓層須均為非住宅使用
住四	第三十三組：健身服務業。 (一) 籃球、網球、桌球、羽毛球、棒球、高爾夫球等球類運動比賽練習場地。 (二) 國術館、柔道館、跆拳道館、空手道館、劍道館及拳擊、舉重等教練場所、健身房、韻律房。	一、設置地點應臨接寬度三〇公尺以上之道路(含鐵路用地)，並設有獨立樓梯及出入口。 二、除三溫暖限於建築物第一層、第二層及地下一層使用外，其餘限於建築物第一層、第二層及地下一層、地下二層使用。 三、擬設置之樓層，其同層及以下各樓層須均為非住宅使用。



	(三) 室內射擊練習場 (非屬槍砲彈藥刀械管制條例規定之械彈且不具殺傷力者)。 (四) 保齡球館、撞球房。 (五) 溜冰場、游泳池。 (六) 營業性浴室 (含三溫暖)。	
住四之一	第三十三組：健身服務業 (一) 籃球、網球、桌球、羽毛球、棒球、高爾夫球等球類運動比賽練習場地。 (二) 國術館、柔道館、跆拳道館、空手道館、劍道館及拳擊、舉重等教練場所、健身房、韻律房。 (三) 室內射擊練習場 (非屬槍砲彈藥刀械管制條例規定之械彈且不具殺傷力者)。	一、除保齡球館、撞球房營業樓地板面積未達一〇〇平方公尺者，設置地點應臨接寬度十公尺以上之道路；其餘設置地點應臨接寬度十二公尺以上之道路，並設有獨立樓梯及出入口。 二、除三溫暖限於建築物第一層、第二層及地下一層使用外，其餘限於建築物第一層、第二層及地下一層、地下二層使用。但自地面層以上及地下層連續使用者，得不受現行樓層規定之限制，惟限於地面層以上總樓層數三分之一以下樓層設置。 三、擬設置之樓層，其同層及以下各樓層須均為非住宅使用。



	(四) 保齡球館、撞球房。 (五) 溜冰場、游泳池。 (六) 營業性浴室(含三溫暖)。	
工二	第三十三組：健身服務業 (一) 籃球、網球、桌球、羽毛球、棒球、高爾夫球等球類運動比賽練習場地。 (二) 國術館、柔道館、跆拳道館、空手道館、劍道館及拳擊、舉重等教練場所、健身房、韻律房。 (三) 室內射擊練習場(非屬槍砲彈藥刀械管制條例規定之械彈且不具殺傷力者)。 (四) 保齡球館、撞球房。 (五) 溜冰場、游泳池。	一、限廠商附屬設施，並須於同一建築基地設置供員工使用 二、使用樓地板面積不得超過總樓地板面積之百分之十五。 三、設置地點應臨接寬度十二公尺以上之道路，並設有獨立之出入口。 四、高爾夫球及棒壘球比賽練習場限室內型。
工三	第三十三組：健身服	一、限廠商附屬設施，並須於同

	務業 (一) 籃球、網球、桌球、羽毛球、棒球、高爾夫球等球類運動比賽練習場地。 (二) 國術館、柔道館、跆拳道館、空手道館、劍道館及拳擊、舉重等教練場所、健身房、韻律房。 (三) 室內射擊練習場(非屬槍砲彈藥刀械管制條例規定之械彈且不具殺傷力者)。 (四) 保齡球館、撞球房。 (五) 溜冰場、游泳池。	一建築基地設置供員工使用 二、使用樓地板面積不得超過總樓地板面積之百分之十五。 三、設置地點應臨接寬度十二公尺以上之道路，並設有獨立之出入口。 四、高爾夫球及棒壘球比賽練習場限室內型。
--	---	--

(五) 建築法規相關(建築物使用類組及變更使用辦法):

一般運動服務業屬運動場館業及運動教學者，建築物使用類組適用D-1，又依內政部 105.5.31 台內營字第 10508071222 號函，訓練場所使用為「(一) 訓練場所使用面積在300平方公尺以下。(二) 未附設鍋爐、水療、三溫暖、蒸氣浴、烤箱設備。(三) 未附設按摩服務及設備。(四) 未有明火設備及餐飲供應。」條件者，屬 J802010『運動訓練業』(Sporting Training)，適



用建築物使用類組D-5。另運動訓練班尚須符合「(一)依公司法、商業登記法或其有關法規規定，其登記行業別為『運動訓練業』。(二)置具有機關或體育運動團體發給證照之教練或國民體適能指導員，以教授運動訓練為營業行為。.....(四)使用之訓練器材為簡易、輕量及可輕易移動之設備，並檢附建築師或結構技師簽署所有器材設備對建築結構載重安全性之證明。」等條件。

建築物之使用類別、組別及其定義（建築物使用類組及變更使用辦法第2條）：

類別	類別定義	組別	組別定義	使用項目舉例
D類 休 閒、文 教類	供運動、休閒、參觀、閱覽、教學之場所。	D-1	供低密度使用人口運動休閒之場所。	1.保齡球館、室內溜冰場、室內游泳池、室內球類運動場、室內機械遊樂場、室內兒童樂園、保健館、健身房、健身服務場所(三溫暖除外)、公共浴室(包括溫泉泡湯池)、室內操練場、撞球場、室內體育場所、少年服務機構(供休閒、育樂之服務設施)、室內高爾夫球練習場、室內釣蝦(魚)場、健身休閒中心、美容瘦身中心等類似場所。2.資訊休閒服務場所(提供場所及電腦設備，供人透過電腦連線擷取網路上資源或利用電腦功能以磁碟、光碟供人使用之場所)。
		D-5	供短期職	1.補習(訓練)班、文康機構等



			業 訓 練、各類 補習教育 及課後輔 之場所。	類似場所。2.兒童課後照顧服務 中心等類似場所。
--	--	--	-------------------------------------	-----------------------------

(六) 消防相關（各類場所消防安全設備設置標準）：

建築物使用類組符合D-5的「運動訓練班」，適用各類場所消防安全設備設置標準第12條第2款第3目之乙類場所「訓練班」用途檢討消防安全管理事項，其餘運動服務業則適用同標準第12條第1款第2目之甲類場所「健身休閒中心」。

建築物公共安全檢查申報期間及施行日期（建築物公共安全檢查簽證及申報辦法第5條）：

類別	組別	規模		檢查及申報期間	
		樓層、建築物高度	樓地板面積	頻率	期間
D 類 休閒、文教類	D-1		三百平方公尺以上	每一年一次	七月一日至九月三十日止 (第三季)
			未達三百平方公尺	每二年一次	七月一日至九月三十日止 (第三季)
	D-5			每一年一次	七月一日至十二月三十一日止 (第三、



					四季)
--	--	--	--	--	-----

(七) 小結：

以台北市為例，「台北市土地使用分區管制自治條例」即將運動服務業定義為健身服務業，並限制得以設置健身服務業之區域為商業區為當然可經營健身服務業，而住宅區第三之一種、第三之二種、第四種、第四之一種住宅區係附條件允許設置；另外工業區部分，原則上不允許經營健身服務業，但有例外之情形可以設置。如果未依照主管機關的土地使用分區管制自治條例，在不可經營之處所經營，政府機關可依都市計畫法開罰，並勒令停業。又建築相關法規認定運動服務業之場地適用使用類別為D-1，但另有函釋指出場地小於300平方公尺、無鍋爐等三溫暖設備者之使用類別即為D-5，此亦攸關使用執照之核發申請及消防檢查之項目。

二、研發階段

- (一) 運動服務業的內部除了環境裝修、運動器材的購置外，還有健身教練的教學團隊組成及培訓也是運動服務業成功行銷的關鍵。我國並未就從事運動服務業之教練資格或是專業證照考試有嚴格之法規限制，運動服務業之教練之專業證照考試大部分為國外相關運動組織協會所核發的體適能指導員證照，例如美國運動委員會ACE、美國運動醫學會ACSM、NASM 美國國家運動醫學會、NSCA 美國肌力體能協會等，但近期為因應國內體適能產業蓬勃發展，已修正國民體適能指導員資格檢定辦法，以規範國民體適能指導員之資格、執行業務範圍及相關專業能力。

(二) 國民體適能指導員資格檢定辦法：

第一條：本辦法依國民體育法第十條第二項規定訂定之。

第二條：國民體適能指導員（以下簡稱指導員）之分級及執行業務範圍如下：

一、初級指導員：

(一) 擔任機關（構）、學校、民間機構、團體或個人之體適能指導。

(二) 擔任體適能檢測工作。

(三) 指導未滿六十五歲民眾體適能活動。

二、中級指導員：

(一) 執行前款初級指導員之業務。

(二) 擔任健身中心之體適能指導員。

(三) 指導六十五歲以上民眾體適能活動。

三、高級指導員：

(一) 執行前二款初級及中級指導員之業務。

(二) 擔任前二款初級與中級指導員之訓練及輔導。

(三) 擔任健身中心之經營及管理。

第三條：申請指導員之檢定者，應具備下列資格：

一、年滿十八歲；未滿二十歲者，並徵得法定代理人之同意。

二、學歷、經歷：

(一) 初級指導員：高級中等以上學校畢業或具有同等學歷。

(二) 中級指導員：經初級指導員檢定合格及一年以

上指導經驗，或大專校院體育運動相關科、系、所畢業。

(三) 高級指導員：經中級指導員檢定合格及三年以上指導經驗。

第四條：有下列情形之一，且經判刑確定，不得申請指導員資格之檢定；已取得指導員資格者，撤銷之：

- 一、犯傷害罪章。但其屬過失犯，不包括之。
- 二、犯中華民國刑法第二百九十四條之遺棄罪。
- 三、犯性侵害犯罪防治法第二條第一項之性侵害犯罪、妨害風化罪章及妨害自由罪章之罪。
- 四、犯毒品危害防制條例之罪。
- 五、犯殺人罪章。

第五條：申請指導員資格之檢定，應填具申請書，並檢附下列文件，向教育部（以下簡稱本部）提出：

- 一、國民身分證、護照或其他身分證明文件。
- 二、符合第三條資格規定之證明文件。
- 三、最近一個月內核發之無違反前條規定之警察刑事紀錄證明。

第六條：前條申請，應依下列規定繳交費用：

- 一、檢定費用：
 - (一) 初級指導員：新臺幣三千元。
 - (二) 中級指導員：新臺幣四千元。
 - (三) 高級指導員：新臺幣五千元。
- 二、證書費用：初發、展延、換發或補發者，每件新臺幣五百元。

前項第一款術科測驗檢定費用，包括投保公共意外責任保險之費用。

前項公共意外責任保險，其保險範圍及最低保險金額如下：

- 一、每一個人身體傷亡：新臺幣五百萬元。
- 二、每一事故身體傷亡：新臺幣三千萬元。
- 三、每一事故財物損失：新臺幣二百萬元。
- 四、保險期間內總保險金額：新臺幣六千四百萬元。

第七條：第五條申請經審查合格者，得參加學科及術科測驗；其測驗科目，規定如附件。

學科測驗成績以七十分為及格；術科測驗分三站方式進行，每站均達七十分為及格。

學科測驗及術科測驗均及格者，發給指導員證書。

初級及中級指導員之測驗，其學科、術科測驗成績僅通過一項者，得保留二年，並於繳交前條第一項第一款第一目或第二目檢定費用二分之一後，報考該不及格單項項目。

第八條：指導員證書有效期間為三年；期限屆滿有展延之必要者，應於屆滿三個月前，檢具專業能力證明文件，申請展延，每次展延期間為三年。

前項專業能力，按初級、中級、高級指導員，其點數各應至少具備三十點、四十點、六十點。

第九條：前條第二項專業能力之項目及其點數之計算基準如下：

- 一、執行業務：

- (一) 各級指導員均應至少具備十點。
- (二) 依累積時數計點，每小時○．一點。
- (三) 累積點數上限，按初級、中級、高級指導員，各為二十五點、三十點、三十五點。

二、專業進修：

- (一) 參加國內或國際體育學術團體或機構舉辦之專業知能講習或進修課程：依累積時數計點，每小時○．五點。
- (二) 參加國內或國際學術團體或機構辦理之專業知能講習或進修課程：依累積時數計點，每小時○．一點。
- (三) 前二目合計累積點數上限為十五點。

三、專業論述：

- (一) 在國內或國際學術期刊發表論文或論述性文章：論文每篇三點，論述性文章每篇一點。
 - (二) 在國內或國際學術研討會發表論文：每篇○．五點。
 - (三) 在國內或國際學術研討會演講：每小時一點。
- 前項第一款為必備之項目，第二款及第三款為各級指導員自行選擇之項目；其各款項目內容之認定基準及程序，由本部公告之。

第十條：指導員證書毀損或遺失時，應填具申請書，向本部申請換發或補發。

第十一條：指導員應遵守下列事項：

一、工作倫理規範：



(一) 於執行指導員工作時段，應專職執行體適能指導工作，不得於同時間有執行其他工作情形。

(二) 應隨時觀察受指導者身心狀況及情緒反應，作妥適處理。

(三) 對受指導者不得有性騷擾疑慮之行為。

二、應定期參加相關專業講習活動。

三、受指導者發生重傷、失蹤或死亡事故者，應立即為必要之處理，並於事故發生時起三小時內通報事故發生地之直轄市、縣（市）政府。

第十二條：指導員有下列情形之一者，應廢止其資格：

一、合法取得指導員資格後，有第四條規定情形之一。

二、擔任指導員，怠忽職守致學員失蹤或死亡。

三、轉讓、出借或出租指導員證書予他人使用。

四、違反前條規定，情節重大。

五、有客觀事實足認其身心狀況有傷害學員之虞，經本部邀請相關專家學者組成審查小組認定不能執行職務。

第十三條：指導員資格經撤銷或廢止者，本部應通知其限期繳回指導員證書；屆期未繳回者，註銷之。

指導員經依前條第二款至第四款規定廢止資格者，自廢止之日起三年後，或因第五款規定經廢止資格者，於原因消失後，得依本辦法規定申請資格之檢定。

第十四條：本辦法所定本部應辦理之事項，得委任教育部體育



署為之。

第十五條：本辦法自中華民國一百零八年一月一日施行。

附件：國民體適能指導員測驗科目

等級名稱	學科範圍	術科項目
初級國民體適能指導員	一、運動生理學概論 二、人類發展及老化概論 三、病理生理學及危險因子概論 四、人類行為心理學概論 五、緊急事件處理及安全 六、營養及體重控制概論 七、運動處方規劃	一、心肺復甦術 二、團體領導能力：暖身、心肺訓練、緩和 三、肌力訓練及動作修正 四、柔軟度訓練 五、國民體適能檢測實務
中級國民體適能指導員	一、功能解剖學及生物力學 二、運動生理學 三、人類發展及老化 四、病理生理學及危險因子 五、人類行為心理學 六、緊急事件處理及安全 七、營養與體重控制 八、健康評估及體適能測試 九、運動計畫設計與管理 十、特殊族群運動指導	一、心肺復甦術 二、血壓、脈搏、皮脂厚及體圍測量 三、一般及特殊族群之柔軟度、肌力測驗指導 四、運動處方設計 五、個案分析 六、健身器材操作
高級國民體適能指導員	一、人類行為心理學 二、緊急事件處理及安全 三、營養及體重控制個案分	一、心肺復甦術 二、以口試方式就設施規劃、管理、行銷、財務、

	析 四、健康評估及體適能測試 五、設施規劃 六、運動計畫設計 七、運動計畫管理 八、行銷、業務及營運管理 九、財務及人事管理 十、會員溝通服務	人事（會員溝通）、緊急事件處理等項目進行測驗
--	--	------------------------

（三）由於運動服務業者除了健身運動設施、空間之經營，也提供一對一或團體之教練課程，消費者也會因為特定教練而購買課程，相對的，教練也會因為學員購買課程增加獎金，為了避免課程期間教練離職導致學員權益受損，運動服務業主於招攬教練人才時，可考慮簽訂定期勞動契約，以減少內部教練人才突然流失以及學員權益受損之情形。

三、營運階段

（一）運動服務業提供運動休閒之場地，多半也有搭配音樂作為背景音樂，或是撥放影片之情形，故亦有涉及著作權法之問題。

1. 著作權法第3條：本法用詞，定義如下：

- 一、著作：指屬於文學、科學、藝術或其他學術範圍之創作。
- 二、著作人：指創作著作之人。
- 三、著作權：指因著作完成所生之著作人格權及著作財產權。
- 四、公眾：指不特定人或特定之多數人。但家庭及其正常社交之多數人，不在此限。

七、公開播送：指基於公眾直接收聽或收視為目的，以有線電、無線電或其他器材之廣播系統傳送訊息之方法，藉聲音或影像，向公眾傳達著作內容。由原播送人以外之人，以有線電、無線電或其他器材之廣播系統傳送訊息之方法，將原播送之聲音或影像向公眾傳達者，亦屬之。

九、公開演出：指以演技、舞蹈、歌唱、彈奏樂器或其他方法向現場之公眾傳達著作內容。以擴音器或其他器材，將原播送之聲音或影像向公眾傳達者，亦屬之。

2. 著作權法第 24 條：著作人除本法另有規定外，專有公開播送其著作之權利。表演人就其經重製或公開播送後之表演，再公開播送者，不適用前項規定。

3. 著作權法第 26 條：著作人除本法另有規定外，專有公開演出其語文、音樂或戲劇、舞蹈著作之權利。表演人專有以擴音器或其他器材公開演出其表演之權利。但將表演重製後或公開播送後再以擴音器或其他器材公開演出者，不在此限。錄音著作經公開演出者，著作人得請求公開演出之人支付使用報酬。

4. 著作權法第 92 條：擅自以公開口述、公開播送、公開上映、公開演出、公開傳輸、公開展示、改作、編輯、出租之方法侵害他人之著作財產權者，處三年以下有期徒刑、拘役，或科或併科新臺幣七十五萬元以下罰金。

(二)多數運動服務業採取會員制度，而有蒐集會員個人資料之情形，茲就個人資料保護法規定析述如下。

1.個人資料保護法第 5 條：個人資料之蒐集、處理或利用，應尊重當事人之權益，依誠實及信用方法為之，不得逾越特定目的之必要範圍，並應與蒐集之目的具有正當合理之關聯。

2.個人資料保護法第 6 條：有關病歷、醫療、基因、性生活、健康檢查及犯罪前科之個人資料，不得蒐集、處理或利用。但有下列情形之一者，不在此限：

一、法律明文規定。

二、公務機關執行法定職務或非公務機關履行法定義務必要範圍內，且事前或事後有適當安全維護措施。

三、當事人自行公開或其他已合法公開之個人資料。

四、公務機關或學術研究機構基於醫療、衛生或犯罪預防之目的，為統計或學術研究而有必要，且資料經過提供者處理後或經蒐集者依其揭露方式無從識別特定之當事人。

五、為協助公務機關執行法定職務或非公務機關履行法定義務必要範圍內，且事前或事後有適當安全維護措施。

六、經當事人書面同意。但逾越特定目的之必要範圍或其他法律另有限制不得僅依當事人書面同意蒐集、處理或利用，或其同意違反其意願者，不在此限。

依前項規定蒐集、處理或利用個人資料，準用第八條、第九條規定；其中前項第六款之書面同意，準用第七條第一項、第二項及第四項規定，並以書面為之。

3.個人資料保護法第 8 條：公務機關或非公務機關依第十五條或第十九條規定向當事人蒐集個人資料時，應明確告知當事人下

列事項：

- 一、公務機關或非公務機關名稱。
- 二、蒐集之目的。
- 三、個人資料之類別。
- 四、個人資料利用之期間、地區、對象及方式。
- 五、當事人依第三條規定得行使之權利及方式。
- 六、當事人得自由選擇提供個人資料時，不提供將對其權益之影響。

有下列情形之一者，得免為前項之告知：

- 一、依法律規定得免告知。
- 二、個人資料之蒐集係公務機關執行法定職務或非公務機關履行法定義務所必要。
- 三、告知將妨害公務機關執行法定職務。
- 四、告知將妨害公共利益。
- 五、當事人明知應告知之內容。
- 六、個人資料之蒐集非基於營利之目的，且對當事人顯無不利之影響。

4.個人資料保護法第 19 條：非公務機關對個人資料之蒐集或處理，除第六條第一項所規定資料外，應有特定目的，並符合下列情形之一者：

- 一、法律明文規定。
- 二、與當事人有契約或類似契約之關係，且已採取適當之安全措施。

- 三、當事人自行公開或其他已合法公開之個人資料。
- 四、學術研究機構基於公共利益為統計或學術研究而有必要，且資料經過提供者處理後或經蒐集者依其揭露方式無從識別特定之當事人。
- 五、經當事人同意。
- 六、為增進公共利益所必要。
- 七、個人資料取自於一般可得之來源。但當事人對該資料之禁止處理或利用，顯有更值得保護之重大利益者，不在此限。
- 八、對當事人權益無侵害。蒐集或處理者知悉或經當事人通知依前項第七款但書規定禁止對該資料之處理或利用時，應主動或依當事人之請求，刪除、停止處理或利用該個人資料。

5.個人資料保護法第 29 條：非公務機關違反本法規定，致個人資料遭不法蒐集、處理、利用或其他侵害當事人權利者，負損害賠償責任。但能證明其無故意或過失者，不在此限。依前項規定請求賠償者，適用前條第二項至第六項規定。

6.個人資料保護法第 41 條：意圖為自己或第三人不法之利益或損害他人之利益，而違反第六條第一項、第十五條、第十六條、第十九條、第二十條第一項規定，或中央目的事業主管機關依第二十一條限制國際傳輸之命令或處分，足生損害於他人者，處五年以下有期徒刑，得併科新臺幣一百萬元以下罰金。

7.個人資料保護法第 42 條：意圖為自己或第三人不法之利益或損害他人之利益，而對於個人資料檔案為非法變更、刪除或以其他

非法方法，致妨害個人資料檔案之正確而生損害於他人者，處五年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣一百萬元以下罰金。

8.個人資料保護法第 48 條：非公務機關有下列情事之一者，由中央目的事業主管機關或直轄市、縣（市）政府限期改正，屆期未改正者，按次處新臺幣二萬元以上二十萬元以下罰鍰：

- 一、違反第八條或第九條規定。
- 二、違反第十條、第十一條、第十二條或第十三條規定。
- 三、違反第二十條第二項或第三項規定。
- 四、違反第二十七條第一項或未依第二項訂定個人資料檔案安全維護計畫或業務終止後個人資料處理方法。

（三）健身中心定型化契約應記載及不得記載事項：

壹、應記載事項

一、（當事人及其基本資料）

- （一）消費者：消費者姓名、電話及其住居所。
- （二）企業經營者（以下簡稱業者）：業者名稱、代表人、電話、電子郵件、網址、營業所在地、營業登記證字號。
- （三）簽約地點。

二、（會員人數揭露）

業者應於營業場所以明顯可見之形式揭露下列資訊：

- （一）本場所預計招收會員數：人。
- （二）本場所現有會員數：人（以上一個月最後一日止之有效契約數為計算基準）。
- （三）本場所實際可供消費者使用之總面積：平方公尺。

(四) 本場所最大容留人數：人。

三、(契約起訖時間、種類及額度)

契約中應載明契約起訖時間(期間不得逾十年)及消費者會員種類及其權利義務。

契約起訖時間一個月以上者，應載明同等級服務契約之單月會籍費用額度，且明確告知消費者。

前項單月會籍費用額度，不得逾該消費者所訂會員契約月平均價格二倍。

四、(消費者應繳納費用種類、金額及其付款方式)

消費者應繳納費用新臺幣元，明細如下：

- ☐ 入會費新臺幣元。
- ☐ 使用費：
- ☐ 年費新臺幣元。
- ☐ 季費新臺幣元。
- ☐ 月費新臺幣元。
- ☐ 週費新臺幣元。
- ☐ 其他費用(如：)，新臺幣元。

前項費用得以下列方式給付：

- ☐ 現金。
- ☐ 信用卡。
- ☐ 即期支票。
- ☐ 其他方式(如：)。

五、(業者服務提供及其內容說明)

業者應於營業時間內，提供下列服務內容：

- (一) 合格可供正常使用之運動器材設備。

(二) 各種設備使用方法之說明。

(三) 各種設備於明顯處所張貼不當使用可能產生危險之警告標示及緊急處理危險方法之說明。

(四) 具有合法證照或專業資歷之教練或指導員，及其提供指導之課程。

前項第一款及第四款之數量、人數、名稱及規範等應詳列於契約，或以附件方式呈現。

六、(入會後使用設施或個人教練課程前解除契約)

消費者於繳納費用後，有下列情形之一者，得解除契約，並請求全額退還已繳費用：

(一) 所簽契約始期尚未屆至。

(二) 契約生效後七日內未使用業者設施或個人教練課程。

消費者係以訪問買賣或郵購買賣訂約者，雖已使用業者設施或個人教練課程，七日內仍可適用消費者保護法第十九條及第十九條之一規定解除契約。

消費者與業者簽訂個人教練課程契約者，如本契約或個人教練課程契約終止或解除時，另一契約亦同時終止或解除，但消費者得保留本契約。

七、(契約終止及其效果)

消費者得於契約期限屆滿前，隨時終止契約。

消費者依前項約定終止契約時，業者應就消費者已繳全部費用依下列方式之一退還其餘額：

(一) 扣除依簽約時單月使用費新臺幣元乘以實際經過月數（其有未滿十五日者，以半個月計，逾十五日者，以一個月計）之費用。

(二) 無法認定簽約時單月使用費者，按契約存續期間比例退還消費者已繳之費用，作為退費金額。業者並得另外請求依退費金額百分之（不得逾退費金額之百分之二十）計算之違約金，以賠償所受損失。

(三) 個人教練課程：因不可歸責於消費者事由（例如：業者解聘或教練辭職）而終止契約者，依簽約時單堂課程費用新臺幣元乘以實際使用堂數。無法認定簽約時單堂課程費用者，以總費用除以總堂數計算（小數點無條件去除）。消費者並得另外請求以全部費用百分之計算之違約金。

消費者因傷害或疾病等產生不可回復之健康問題，致不適宜運動須終止契約者，業者應依前項規定辦理退費，且不得向消費者收取任何費用或賠償。

業者提供之服務或器材設備有缺失，經主管機關限期改善或經消費者催告改善，仍未改善，消費者因此終止契約時，業者應按契約存續期間比例退還消費者已繳之費用，且不得收取任何費用。消費者並得另外請求以全部費用百分之計算之違約金。

雙方未為前三項約定時，以最有利消費者權益之計算方式為之。

八、(契約到期通知)

業者應於契約期間屆滿一個月前，依本契約所載資料通知消費者。

業者未能證明前項通知致消費者於契約期間屆滿後仍繼續使用其服務設備者，業者不得視為續約行為及收取任何費用。

九、(贈與約款及其效果)

業者以贈與商品或服務為內容所為贈與，於契約終止或解除時，業者不得向消費者請求返還該贈與，亦不得向消費者主張自應返還費用金額當中，扣除該贈與價額。

業者以贈送會員會籍期限為內容而簽訂契約者，應將各該期限合併納入契約範圍。

十、(會員權暫停)

消費者有下列情形之一者，得事先以書面向業者辦理暫停會員權行使，於停權期間，免繳月費，會員權有效期間順延：

- (一) 因出國逾二個月者，依本款辦理暫停會員權益，其期間以個月為限（不得超過六個月）。但消費者同意得於境外使用業者所提供健身設施者，不在此限。
- (二) 因傷害、疾病或身體不適致不宜運動者。
- (三) 因懷孕或有育養出生未逾六個月嬰兒之需要者。
- (四) 因服兵役致難以行使會員權者。
- (五) 因職務異動或遷居致難以行使會員權者。
- (六) 其他雖不符合前列各款事由，但不可歸責於消費者事由致無法使用健身設備者。

前項情形消費者應檢附各款事由相關證明或釋明文件。

十一、(消費者會籍、個人教練課程轉讓)

- (一) 消費者會籍：經通知業者後，得讓與第三人，讓與時：
 - 1. 業者不收取費用。
 - 2. 向消費者酌收費用（含會員證製作及鑰匙提供）新臺幣元整（不得超過新臺幣三百元）。

(二) 個人教練課程：經通知業者後，得讓與第三人，讓與時，業者不收取費用。

十二、(營業場所、服務內容之變更)

業者有下列情形之一者，應於一個月前依契約所載方式通知消費者，及於營業場所明顯處公告，消費者得變更會員權之行使：

(一) 業者營業場所搬遷者，搬遷日起至回復營業期間，消費者免繳月費，會員權有效期間順延。

(二) 業者營業場所總面積縮減或搬遷者，消費者得自業者公告日起三十(含)日內終止契約，並依第七點規定退費，業者不得收取任何費用。

(三) 業者提供之運動器材設備、課程、教練或指導員等少於契約約定內容時，消費者得：

1.免繳一個月費用。無法認定簽約時單月會籍使用費用者，依所繳費用總額除以契約時間。

2.三十(含)日內終止契約，並依第七點規定退費，業者不得收取任何費用。

(四)業者營業場所因例行維修需要而造成營業期間暫停者，會員權有效期間順延。但每月2日以內例行維修者，不在此限。

業者未能證明前項通知及公告，致消費者會員權利受損者，業者應無條件賠償，不得收取任何費用。

十三、(會員轉換使用業者其他營業場所)

消費者於契約存續期間均可轉換其他營業場所(下稱轉點)，轉點時：

- (一) 不收取任何轉點費。
- (二) 收取轉點費新臺幣元整。
- (三) 其他約定方式：。

業者未於網站或相關資訊揭露收取轉點費用者，視為不收取任何轉點費。

十四、(業者通知義務)

消費者未繳費用時，業者應依契約約定方式通知消費者定日（不得少於十日）完成繳納。

前項催告期限屆滿翌日起計二十（含）日，業者得停止消費者使用其設備，待繳清費用後，恢復其權利。逾二十日仍未繳清者，契約自動終止，並依第七點規定退費。業者未終止契約，致契約仍為存續狀態者，後續衍生之費用，業者不得向消費者收取。

業者未能證明前項催繳通知，致消費者會員權利受損者，業者應無條件賠償，不得收取任何費用。

十五、(業者履約保證)

業者應就收取金額（含入會費用、預收使用費及其他一切收取費用）百分之五十額度，提供履約保證。但於契約期間內按月收款者，不適用之。

業者提供履約保證應就下列方式擇之一為之，所為履約保證內容，載於契約正面明顯處：

- (一) 依信託法規規定交付○○○銀行（即信託業者）開立信託專戶管理，業者為委託人，且得自為受益人，並依實際交付信託額度，按比例按期（年、季或月）自專戶領取。業者發生解散、歇業、破產宣告、遭撤銷設立登記、假

扣押或其他原因而導致無法履行服務契約義務者，視為業者同意其受益權歸屬消費者或其受讓人。

(二) 其他經中央主管機關許可之履約保證方式。

十六、(業者保密義務)

業者因消費者簽訂本契約，或參加課程、各種活動，或申請會員權暫停，而知悉或持有消費者資料者，均應保密及依「個人資料保護法」相關規定辦理。

業者違反前項規定者，消費者得請求損害賠償。

十七、(訴訟管轄)

因本契約涉訟者，同意以○○地方法院為第一審管轄法院。但不得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之適用。

十八、(消費資訊及廣告)

業者之廣告，均為契約內容。業者應確保其廣告內容真實，其對消費者所應負義務不得低於前項廣告內容。

貳、不得記載事項

一、(不得約定拋棄契約審閱權)

不得約定消費者拋棄契約審閱期間及審閱權利。

不得以定型化契約記載消費者已審閱契約或同意等類此字樣。

二、(不得事先約定免除業者責任)

不得約定業者對於其所提供服務及設備造成消費者身體、健康、財產等損害免除或限制其賠償責任。

三、(不得約定片面變更契約)

不得約定業者於訂約後得片面變更契約內容。

四、(不得約定得片面調高會費或類此字樣)

不得約定業者於訂約後得片面調高會費、其他契約所定各種費用或類此字樣。

五、(消費者通常物品毀損滅失責任歸屬)

對於消費者所攜帶通常物品毀損滅失，業者不得為違反民法第六百零七條之約定。

六、(廣告用語)

業者之廣告說明，不得使用「終身」、「永久」等用語或類此字樣。

七、(其他違反法律強制、禁止規定之約定)

不得為其他違反法律強制、禁止規定或顯失公平之約定。

八、(消費者持有之契約)

不得約定業者得保管或收回消費者持有之契約或類此字樣。

九、(違反退費基準之禁止)

業者不得增列應記載事項第七點、第十二點及第十四點規定以外之退費方式或類此字樣。

十、(不得藉以商品為簽約標的而免除服務契約責任)

本契約存續期間內，如需終止本服務契約者，應依「應記載事項」第七點及第九點規定處理，不得事先約定業者僅係出售器材或教材而排除或限制消費者終止契約之要求或類此字樣。

十一、(續約應經雙方書面確認)

本契約期間期限屆滿後，如需續約者。應經雙方書面確認。業者不得事先約定屆期自動續約不另通知消費者或類此字樣。

十二、契約不得約定「最低使用期限」

契約除載明起訖時間外，業者不得與消費者約定「最低使用期限」或類此字樣。

- (四) 依「健身中心定型化契約應記載及不得記載事項」可知，目前法律規定運動服務業者若有預收費用之情形需提供履約保證，而其履約保證之方式包括預收款之履約保證，其方式包括：銀行履保、銀行信託、同業互保、公會聯保以及由經濟部許可之履約保證方式等。但實務上，運動服務業者若欲採用銀行足額履約保證和銀行信託專戶這2種方式，對於規模小或資金不足的中小企業而言，因為需付出之成本較高，且銀行大多不願承作履保，導致無法提供履約保證，而出現執行層面上的困難。於民國104年金管會制定「電子支付機構管理條例」開放電子支付機構經營電子支付金流業務。由電子支付機構向消費者的款項，並將收取之款項存入銀行之專用存款帳戶，且全部交付信託或取得銀行十足履約保證，而得作為另外一種履約保證之方式。

四、後續服務階段

- (一) 運動服務業之營業場所為公共場所，而運動通常帶有著或大或小的風險，故運動服務業須保公共意外責任險，以利消費者於消費過程中受傷之賠償事宜，此以臺北市消費場所強制投保公共意外責任保險實施辦法為例：

第 3 條：依本辦法規定應投保公共意外責任保險之消費場所如附表。前項以外之使用項目，是否屬應投保公共意外責任保險之消費場所所有疑義時，由本府依場所類別定

義認定之。

臺北市應投保公共意外責任保險之消費場所執行機關一覽表			
類序	場所類別定義	使用項目	執行機關
六	低密度使用人口運動休閒之場所。	健身運動場所	臺北市體育處

第 6 條：依本辦法規定應投保公共意外責任保險之消費場所，以該場所或其經營主體為一投保單位，每一場所之最低保險金額如下：

- 一、每一個人身體傷亡：新臺幣三百萬元。
- 二、每一意外事故傷亡：新臺幣一千五百萬元。其屬第三條第一項類序一之電影院，樓地板面積在五百平方公尺以上之類序二、類序三及客房數超過一百間之類序五等消費場所，為新臺幣三千萬元。
- 三、每一意外事故財產損失：新臺幣二百萬元。其屬室內（含建物附設一樓地面）營業性停車場者，為新臺幣四百萬元。
- 四、保險期間總保險金額：每年新臺幣三千四百萬元。其屬室內（含建物附設一樓地面）營業性停車場者，為新臺幣三千八百萬元。其屬第三條第一項類序一之電影院，樓地板面積在五百平方公尺以上之類序二、類序三及客房數超過一百間之類序五等消費場所，為新臺幣六千四百萬元。

中央法令規定之最低保險金額高於前項規定者，從其規定。

參、示範案例實際執行之研析

一、示範案例簡介

(一) 本件示範案例廠商，運動服務業者「F」於民國103年設立，除了主打TRX小班團體教學，還包含個人體重控管、曲線雕塑、強化肌肉線條、復健運動訓練。目標客戶除了個體戶以外，F廠商同時也積極與公司行號、企業配合開發團體教學。

教練藉由小班教學可及時發現學員的錯誤並指導避免運動傷害。這是近年來健身教室除了大型健身俱樂部、1對1教學外，健身房走向微型化、精緻化的代表之一。截至目前為止，在台北設有2家分店，分別坐落在古亭捷運站和小巨蛋捷運站附近。F業者提供一個安全、舒適又乾淨的環境，針對不同學員的身體狀況給予適當的運動知識和技巧。

(二) 搭配健康飲食的異業結合

為了提供學員更完善的服務項目，運動服務業者F與健康蔬餐廳「Ooh Cha Cha自然食」合作，獨創「動吃動吃大作戰」，協助代訂蔬食健康餐服務。在此提供適當的運動及健康的餐點，進而使會員達到最佳的運動效果。

(三) 創業理念

運動服務業者F創辦人始終堅信運動能拉近人與人之間的距離，藉由相同的話題使不同的人群拉近彼此之間的關係。創辦人希望將來除了教導消費者正確的運動觀念外，同時會繼續導入「預防醫學」的想法，而未來也會朝著結合運動與醫學的方向前進。

二、實際執行情形

(一) 申請階段

本案運動服務業者 F 第一家創始店設立於小巨蛋捷運站附近，創辦人本身係運動服務業之教練出身，初期創辦人因為不瞭解設立運動服務業的相關法規限制，以及主管機關（體育局）、相關機關（建管處、消防局）之認定不同，導致找到的場地物件不符規範使用，大部分專業人士(室內設計師、建築師)不清楚關於健身房和訓練中心兩者之間的差異和規定。從一開始申請健身房項目，中途發現場地無法符合健身房之規定，例如：樓地板面積須大於 300 平方公尺以上、現場要有鍋爐、水蒸、消防設備須每一年申報檢查一次等等，進而將健身房改成訓練教室，而這中間不論是時間成本或是修改項目之費用都是一筆額外的開銷。

（二）研發階段

1.教練培訓

市面上運動服務產業競爭激烈，運動設備、場地環境、課程設計等條件已變成普遍健身中心需要盡善盡美的條件，而非消費者選擇健身中心的因素，消費者主要選擇因素仍還是在於教練的水準素質，所以教練培訓就變成運動服務業者的重要課題。

在學員第一次到健身中心時，會由櫃檯人員針對學員的健康、體能狀況等情形瞭解及篩選，再推薦適合的課程及教練，課堂上教練也會對於學員的狀況做評估及建議，藉由上課過程讓學員認識自身體能狀況。

2.課程設計

配合學員身體狀況、客製化量身訂製合適之課程，課程內容以符合「運動科學」邏輯背景為導向，並同時參考國外訓練課程。以 10-12 人小班教學為主，讓教練可以隨時指導學員、瞭解學員的狀況，當下若學員覺得身體不適教練會立即上前關心並停止其動作。小班教學能更及時調整學員的動作，達到運動課程最佳效果。

（三）營運階段

1.無綁約、無會費，客群鎖定團體、教練課程

不同於大型健身中心需要綁約、繳會費，F 廠商無須綁約，或預收一至二個月之會費，現場一律收現金，學員有使用教材、有運動付費即可。本案運動服務業者主要推出團體、個人教練課程，且客群鎖定年輕族群、有運動習慣者，使得學員就運動課程能夠趨向專精，呈現較佳的運動效果。

2.異業結合，推出運動餐

由於運動後搭配健康飲食可以達到更好的運動效果，而礙於法規限制，健身房不能有廚房設備，但為了不要讓學員煩惱運動後的飲食，與健康蔬餐廳「Ooh Cha Cha 自然食」合作，獨創「動吃動吃大作戰」，協助會員配合飲食達到更佳運動效果，運動餐部分係讓學員自由選擇是否訂購，不強迫、不推銷。

（四）後續服務階段

針對課程過程於櫃檯、教室均設有錄影監視，以便釐清責任歸屬，但面對體驗課程或是正式課程學員於課程過程中受到意外的傷害，即以公共意外責任保險理賠，以和為貴。根據 F 廠商創辦人分享，先前課堂上曾發生學員運動失手跌落之事，

第一時間教練有上前詢問及關心，學員並無任何不舒服之反應，當下也沒與店家反應有跌落之事。事發隔數日，此學員才與 F 廠商投訴，由於課堂上之意外造成學員牙齒斷裂，並要求民事賠償。隨後 F 廠商以調閱教室監視器方式，證明此狀況是學員自己失手跌落而並非教練造成，才順利解決此紛爭。但也有些個案就不是那麼幸運，之前有學員於教室外的樓梯摔倒，並要求 F 廠商賠償，為了要平撫學員的怒氣，F 廠商只能先賠償，之後再擴大保險範圍(樓梯及電梯)，以降低被要求賠償之風險。

肆、未來發展之建議

一、參與課程購買團體保險

運動課程過程中，雖然場地已經有完善的防護措施(例如鋪設軟墊)，但難免還是有學員會因為動態活動或姿勢不正確等因素而造成受傷之風險，而運動服務業依法規規定雖已有公共意外責任保險，但意外發生與責任釐清不免衍生雙方協調、溝通上的問題，且嗣後保費增加，相對增加運動服務業者保費之支出，變相的運動服務業者也會將該支出反映在課程收費上，相較之下，若是購買課程時搭配學員的團體保險，由保險公司變成意外發生後理賠之對口單位，更能保障學員之權益。

二、組成運動服務業同業公會

運動服務業並沒有專門的法規規範，但設立過程中卻會遇到機關認定不一致的問題，導致業者耗費較高的時間、金錢成本；另外運動服務業也沒有就教練的資格、證照有法規上的限制，導致自由教練林立的亂象，甚至類似社區型的小型運動教室，因為資本不足、沒有財報等問題，導致無法向銀行業者申請履約保證，上開總總問題都是運動服務業在成立或營運過程中的難處，而雖

然立法者曾經有意就運動服務業者訂定相關的法規，但至今卻仍毫無下文，若是可以組成運動服務業之公會，由公會代表發聲、推動立法者去針對運動服務業的專法，對於運動服務業的發展能有較好的成效。

三、推行第三方電子支付

行動支付已變成目前消費者付款的選擇之一，運動服務業推行行動支付將成為未來的趨勢，而金管會制定「電子支付機構管理條例」後，已開放電子支付機構經營電子支付金流業務，亦即電子支付機構收到消費者的款項，將款項存入銀行之專用存款帳戶，並全部交付信託或取得銀行十足履約保證，相較於銀行履保或信託，小型的運動服務業者不會礙於履約保證之資本額限制，而遭受被金融機構拒於門外之情形。目前台灣已有歐付寶、國際連、橘子支行動支付、台灣電子支付、智付寶等多家公司專營電子支付服務，數量持續增加中，若運動服務業者可配合電子支付，不但可以減輕櫃台保管金錢的壓力，相對的可以提供消費者多元支付選擇，同時讓消費者安心、方便預付課程費用，進而讓消費者願意購買長期課程，以維持運動服務業者的長期客源。

伍、結語

運動健身已變成現代人保持身體強健、抒發壓力的一種活動，甚至醫學報導也指出「運動即醫療」的概念，所以許多消費者就算工作再忙碌，也會抽出時間去運動健身。但運動服務業因為過去曾多次發生大型連鎖健身房倒閉風波，導致消費者求償無門之消費紛爭，所以對於運動服務業者的履約保證則賦予較多的限制，變相地使得小型、社區型之運動服務業者無法符合履約保證之要求，而提供較完善的服務，更使得小型運動服務業主之發展限縮，亦非消費者之福！

◆ 短期住宿服務業-消費者保護法規議題

許宏宇律師

壹、前言

一、產業概況

依照行政院主計總處《中華民國行業標準分類》之定義，「短期住宿業」指：從事以日或週為基礎，提供客房服務或渡假住宿服務之行業，如旅館、旅社、民宿等，可附帶提供餐飲、洗衣、會議室、休閒設施、停車等服務。

二、產業法規概況與介紹

（一）經營類型：

依據發展觀光條例之規定，短期住宿服務業可分為下列三種：

1. 觀光旅館業：

指經營國際觀光旅館或一般觀光旅館，對旅客提供住宿及相關服務之營利事業。

2. （一般）旅館業：

指觀光旅館業以外，以各種方式名義提供不特定人以日或週之住宿、休息並收取費用及其他相關服務之營利事業。

3. 民宿：

指利用自用住宅空間房間，結合當地人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，以家庭副業方式經營，提供旅客鄉野生活之住宿處所。

（二）類型差異：

依照上述經營類型之不同，所適用之法令規範也不盡相同，其主要之差異如下。

1. 適用法令不同：

觀光旅館適用「觀光旅館業管理規則」，一般旅館業適用「旅館業管理規則」，民宿業則適用「民宿管理辦法」。

2. 營業項目不同：

觀光旅館登記之營業項目為「J901011觀光旅館業」，且限定以公司型態經營；一般旅館登記之營業項目為「J901020一般旅館業」；民宿業登記之營業項目則為「J905010民宿」。

3. 是否為許可行業：

觀光旅館為籌設許可制，在興建前或以既有建物改建為觀光旅館前，須先向主管機關申請核准籌設，籌設完成後經主管機關會同警察、建築管理、消防及衛生等有關機關查驗合格後，發給觀光旅館業營業執照及觀光旅館業專用標識，始得營業；一般旅館及民宿則為登記制。

4. 主管機關不同：

觀光旅館又可區分為「國際觀光旅館」及「一般觀光旅館」，前者之主管機關為交通部觀光局，後者如營業所在地為直轄市由直轄市政府管轄，其餘皆由交通部觀光局管轄；一般旅館及民宿之主管機關則為其營業所在地之直轄市或縣（市）政府。

貳、法規介紹

一、申請階段

由於觀光旅館、一般旅館及民宿適用法規不盡相同，就申請階段所涉及之法規，本文依觀光旅館、一般旅館及民宿各類申請規範臚列如下：

（一）觀光旅館：

1. 發展觀光條例第21條

經營觀光旅館業者，應先向中央主管機關申請核准，並依法辦妥公司登記後，領取觀光旅館業執照，始得營業。

2. 觀光旅館業管理規則第5條

申請經營觀光旅館業者，應備具下列文件，向交通部申請核准籌設：

一、不涉及都市計畫變更或非都市土地變更編定者：

- （一）觀光旅館籌設申請書。
- （二）發起人名冊或董事、監察人名冊。
- （三）公司章程。
- （四）營業計畫書。
- （五）財務計畫書。
- （六）最近三個月內核發之土地登記謄本、土地使用權利證明文件及土地使用分區證明；以既有建築物供作觀光旅館使用者，並應附最近三個月內核發之建築物登記謄本及建築物使用權利證明文件。
- （七）建築設計圖說。

(八) 設備總說明書。

二、涉及都市計畫變更或非都市土地變更編定者，應先擬具興辦事業計畫，報請主管機關核准後，再備具興辦事業計畫定稿本及前款第一目、第六目至第八目之文件，向交通部申請核准籌設。

前項營業計畫書或興辦事業計畫所列之興建範圍，得採分期、分區方式興建。

3. 觀光旅館業管理規則第7條

依前條規定申請核准籌設觀光旅館業者，應依法辦理公司登記，並備具下列文件報交通部備查：一、公司登記證明文件影本。二、董事及監察人名冊。前項登記事項有變更時，應於公司主管機關核准日起十五日內，報交通部備查。

4. 觀光旅館業管理規則第8條

觀光旅館之中、外文名稱，不得使用其他觀光旅館已登記之相同或類似名稱。但依第三十六條規定報備加入國內、外旅館聯營組織者，不在此限。

5. 觀光旅館業管理規則第9條

經核准籌設之申請經營觀光旅館業者，應於期限內完成下列事項：

一、於核准籌設之日起二年內依建築法相關規定，向當地建築主管機關申請核發用途為觀光旅館之建造執照依法興建，並於取得建造執照之日起十五日內報交通部備查。

二、於取得建造執照之日起五年內向當地建築主管機關申請核發用途為觀光旅館之使用執照，並於取得使用執照之日起十五日內報交通部備查。

三、供作觀光旅館使用之建築物已領有使用執照者，於核准籌設之日起二年內向當地建築主管機關申請核發用途為觀光旅館之使用執照，並於取得使用執照之日起十五日內報交通部備查。

四、於取得用途為觀光旅館之使用執照之日起一年內依第十二條規定申請營業。

未依前項規定期限完成者，其籌設核准失其效力，並由交通部通知有關機關。但有正當事由者，得於期限屆滿前敘明理由向交通部申請延展。

依前項規定申請延展者，總延展次數以二次為限，每次延展期間以半年為限，延展期滿仍未完成者，其籌設核准失其效力。

本規則中華民國一百零五年一月二十八日修正生效前，已獲交通部核准延展逾二次以上者，應於修正生效之日起一年內，取得用途為觀光旅館之建造執照或使用執照，屆期未完成者，原籌設核准失其效力，並由交通部通知有關機關。

6. 觀光旅館業管理規則第10條

申請經營觀光旅館業者於籌設中變更籌設面積，應報請交通部核准。但其變更逾原籌設面積五分之一或交通部認其變更對觀光旅館籌設有重大影響者，得廢止其籌設之核准。申請

經營觀光旅館業者，其建築物於興建前或興建中變更原設計時，應備具變更設計圖說及有關文件，報請交通部核准，並依建築法相關規定辦理。

7. 觀光旅館業管理規則第12條

申請經營觀光旅館業者籌設完成後，應備具下列文件報請交通部會同警察、建築管理、消防及衛生等有關機關查驗合格後，發給觀光旅館業營業執照及觀光旅館業專用標識，始得營業：

- 一、觀光旅館業營業執照申請書。
- 二、建築物使用執照影本及竣工圖。
- 三、公司登記證明文件影本。

(二) 一般旅館：

1. 發展觀光條例第24條

經營旅館業者，除依法辦妥公司或商業登記外，並應向地方主管機關申請登記，領取登記證及專用標識後，始得營業。
主管機關為維護旅館旅宿之安寧，得會商相關機關訂定有關之規定。

2. 旅館業管理規則第4條

經營旅館業，除依法辦妥公司或商業登記外，並應向地方主管機關申請登記，領取登記證後，始得營業。

旅館業於申請登記時，應檢附下列文件：

- 一、旅館業登記申請書。
- 二、公司登記或商業登記證明文件。

三、建築物核准使用證明文件影本。

四、土地、建物同意使用證明文件影本。(土地、建物所有人申請登記者免附)

五、責任保險契約影本。

六、提供住宿客房及其他服務設施之照片。

七、其他經中央或地方主管機關指定之有關文件。

地方主管機關得視需要，要求申請人就檢附文件提交正本以供查驗。

3. 旅館業管理規則第5條

旅館業應設有固定之營業處所，同一處所不得為二家旅館或其他住宿場所共同使用。

旅館名稱非經註冊為商標者，應以該旅館名稱為其事業名稱之特取部分；其經註冊為商標者，該旅館業應為該商標權人或經其授權使用之人。

4. 旅館業管理規則第6條

旅館營業場所至少應有下列空間之設置：一、旅客接待處。
二、客房。三、浴室。

(三) 民宿：

1. 發展觀光條例第25條

主管機關應依據各地區人文、自然景觀、生態、環境資源及農林漁牧生產活動，輔導管理民宿之設置。

民宿經營者，應向地方主管機關申請登記，領取登記證及專用標識後，始得經營。

民宿之設置地區、經營規模、建築、消防、經營設備基準、申請登記要件、經營者資格、管理監督及其他應遵行事項之管理辦法，由中央主管機關會商有關機關定之。

2. 民宿管理辦法第3條

民宿之設置，以下列地區為限，並須符合各該相關土地使用管制法令之規定：

一、非都市土地。

二、都市計畫範圍內，且位於下列地區者：（一）風景特定區。（二）觀光地區。（三）原住民族地區。（四）偏遠地區。（五）離島地區。（六）經農業主管機關核發許可登記證之休閒農場或經農業主管機關劃定之休閒農業區。（七）依文化資產保存法指定或登錄之古蹟、歷史建築、紀念建築、聚落建築群、史蹟及文化景觀，已擬具相關管理維護或保存計畫之區域。（八）具人文或歷史風貌之相關區域。

三、國家公園區。

3. 民宿管理辦法第5條

民宿建築物設施，應符合地方主管機關基於地區及建築物特性，會商當地建築主管機關，依地方制度法相關規定制定之自治法規。地方主管機關未制定前項規定所稱自治法規，且客房數八間以下者，民宿建築物設施應符合下列規定：

一、內部牆面及天花板應以耐燃材料裝修。

- 二、非防火區劃分間牆依現行規定應具一小時防火時效者，得以不燃材料裝修其牆面替代之。
 - 三、中華民國六十三年二月十六日以前興建完成者，走廊淨寬度不得小於九十公分；走廊一側為外牆者，其寬度不得小於八十公分；走廊內部應以不燃材料裝修。六十三年二月十七日至八十五年四月十八日間興建完成者，同一層內之居室樓地板面積二百平方公尺以上或地下層一百平方公尺以上，雙側居室之走廊，寬度為一百六十公分以上，其他走廊一點一公尺以上；未達上開面積者，走廊均為零點九公尺以上。
 - 四、地面層以上每層之居室樓地板面積超過二百平方公尺或地下層面積超過二百平方公尺者，其直通樓梯及平臺淨寬為一點二公尺以上；未達上開面積者，不得小於七十五公分。樓地板面積在避難層直上層超過四百平方公尺，其他任一層超過二百四十平方公尺者，應自各該層設置二座以上之直通樓梯。未符合上開規定者，應符合下列規定：（一）各樓層應設置一座以上直通樓梯通達避難層或地面。（二）步行距離不得超過五十公尺。（三）直通樓梯應為防火構造，內部並以不燃材料裝修。（四）增設直通樓梯，應為安全梯，且寬度應為九十公分以上。
- 地方主管機關未制定第一項規定所稱自治法規，且客房數達九間以上者，其建築物設施應符合下列規定：

- 一、內部牆面及天花板之裝修材料，居室部分應為耐燃三級以上，通達地面之走廊及樓梯部分應為耐燃二級以上。
 - 二、防火區劃內之分間牆應以不燃材料建造。
 - 三、地面層以上每層之居室樓地板面積超過二百平方公尺或地下層超過一百平方公尺，雙側居室之走廊，寬度為一百六十公分以上，單側居室之走廊，寬度為一百二十公分以上；地面層以上每層之居室樓地板面積未滿二百平方公尺或地下層未滿一百平方公尺，走廊寬度均為一百二十公分以上。
 - 四、地面層以上每層之居室樓地板面積超過二百平方公尺或地下層面積超過一百平方公尺者，其直通樓梯及平臺淨寬為一點二公尺以上；未達上開面積者，不得小於七十五公分。設置於室外並供作安全梯使用，其寬度得減為九十公分以上，其他戶外直通樓梯淨寬度，應為七十五公分以上。
 - 五、該樓層之樓地板面積超過二百四十平方公尺者，應自各該層設置二座以上之直通樓梯。
- 前條第一項但書規定地區之民宿，其建築物設施基準，不適用前二項規定。

4. 民宿管理辦法第6條

民宿消防安全設備應符合地方主管機關基於地區及建築物特性，依地方制度法相關規定制定之自治法規。地方主管機關

未制定前項規定所稱自治法規者，民宿消防安全設備應符合下列規定：

- 一、每間客房及樓梯間、走廊應裝置緊急照明設備。
- 二、設置火警自動警報設備，或於每間客房內設置住宅用火災警報器。
- 三、配置滅火器兩具以上，分別固定放置於取用方便之明顯處所；有樓層建築物者，每層應至少配置一具以上。

地方主管機關未依第一項規定制定自治法規，且民宿建築物一樓之樓地板面積達二百平方公尺以上、二樓以上之樓地板面積達一百五十平方公尺以上或地下層達一百平方公尺以上者，除應符合前項規定外，並應符合下列規定：

- 一、走廊設置手動報警設備。
- 二、走廊裝置避難方向指示燈。
- 三、窗簾、地毯、布幕應使用防焰物品。

5. 民宿管理辦法第7條

民宿之熱水器具設備應放置於室外。但電能熱水器不在此限。

6. 民宿管理辦法第8條

民宿之申請登記應符合下列規定：

- 一、建築物使用用途以住宅為限。但第四條第一項但書規定地區，其經營者為農舍及其座落用地之所有權人者，得以農舍供作民宿使用。

- 二、由建築物實際使用人自行經營。但離島地區經當地政府或中央相關管理機關委託經營，且同一人之經營客房總數十五間以下者，不在此限。
- 三、不得設於集合住宅。但以集合住宅社區內整棟建築物申請，且申請人取得區分所有權人會議同意者，地方主管機關得為保留民宿登記廢止權之附款，核准其申請。
- 四、客房不得設於地下樓層。但有下列情形之一，經地方主管機關會同當地建築主管機關認定不違反建築相關法令規定者，不在此限：（一）當地原住民族主管機關認定具有原住民族傳統建築特色者。（二）因周邊地形高低差造成之地下樓層且有對外窗者。
- 五、不得與其他民宿或營業之住宿場所，共同使用直通樓梯、走道及出入口。

7. 民宿管理辦法第10條

民宿之名稱，不得使用與同一直轄市、縣（市）內其他民宿、觀光旅館業或旅館業相同之名稱。

8. 民宿管理辦法第11條

經營民宿者，應先檢附下列文件，向地方主管機關申請登記，並繳交規費，領取民宿登記證及專用標識牌後，始得開始經營：

- 一、申請書。
- 二、土地使用分區證明文件影本（申請之土地為都市土地時檢附）。

三、土地同意使用之證明文件（申請人為土地所有權人時免附）。

四、建築物同意使用之證明文件（申請人為建築物所有權人時免附）。

五、建築物使用執照影本或實施建築管理前合法房屋證明文件。

六、責任保險契約影本。

七、民宿外觀、內部、客房、浴室及其他相關經營設施照片。

八、其他經地方主管機關指定之文件。

申請人如非土地唯一所有權人，前項第三款土地同意使用證明文件之取得，應依民法第八百二十條第一項共有物管理之規定辦理。但因土地權屬複雜或共有持分人數眾多，致依民法第八百二十條第一項規定辦理確有困難，且其他應檢附文件皆備具者，地方主管機關得為保留民宿登記證廢止權之附款，核准其申請。

前項但書規定確有困難之情形及附款所載廢止民宿登記之要件，由地方主管機關認定及訂定。

其他法律另有規定不適用建築法全部或一部之情形者，第一項第五款所列文件得以確認符合該其他法律規定之佐證文件替代。

已領取民宿登記證者，得檢附變更登記申請書及相關證明文件，申請辦理變更民宿經營者登記，將民宿移轉其直系親屬或配偶繼續經營，免依第一項規定重新申請登記；其有繼承

事實發生者，得由其繼承人自繼承開始後六個月內申請辦理本項登記。

本辦法修正前已領取登記證之民宿經營者，得依領取登記證時之規定及原核准事項，繼續經營；其依前項規定辦理變更登記者，亦同。

9. 民宿管理辦法第20條

民宿經營者依商業登記法辦理商業登記者，應於核准商業登記後六個月內，報請地方主管機關備查。

前項商業登記之負責人須與民宿經營者一致，變更時亦同。

民宿名稱非經註冊為商標者，應以該民宿名稱為第一項商業登記名稱之特取部分；其經註冊為商標者，該民宿經營者應為該商標權人或經其授權使用之人。

民宿經營者依法辦理商業登記後，有下列情形之一者，地方主管機關應通知商業所在地主管機關：

- 一、未依本條例領取民宿登記證而經營民宿，經地方主管機關勒令歇業。
- 二、地方主管機關依法撤銷或廢止其民宿登記證。

二、研發階段

交通部觀光局為提昇短期住宿服務業品質，於臺灣永續觀光發展方案（106-109年）核定版中提出「旅宿業品質化計畫」。就該計畫確立四大方向：

（一）星級旅館評鑑：



交通部觀光局於民國98年訂定「星級旅館評鑑作業要點」，針對觀光旅館及一般旅館，積極推動星級旅館評鑑，一方面透過客觀公正之評鑑制度，輔導業者提昇相關住宿設施及服務品質；另一方面也讓消費者得藉此選擇合適且品質優良之旅館。

（二）好客民宿輔導：

除了旅館業的星級旅館評鑑外，交通部觀光局自民國101年起針對民宿業推出「好客民宿」標章制度，好客民宿除須具備乾淨、衛生、安心等要件外，業者還要具有好客、友善及親切服務等特質，透過輔導訓練課程強化在地特色連結及產學合作，經過遴選委員實地訪查通過後即頒發「好客民宿」標章，並協助推廣行銷，以維持民宿品牌形象。

（三）輔導旅館轉型：

依據「交通部觀光局獎勵觀光旅館業及旅館業品質提昇補助要點」規定，提供下列幾種補助費用，輔導旅館業者轉型：

1. 針對客房總數15間以下之旅館業者，補助規劃設計、經營管理顧問費用，以提昇品質。
2. 領有星級旅館標識之旅館業者得申請補助興建、更新、整修無障礙設施。
3. 領有星級旅館標識之旅館業者得申請補助結合在地文化、藝術、農特產品、製造業或餐飲業，發展出自有創新元素。
4. 領有三星級以下旅館標識之旅館業者，首次加入國際或國內外連鎖旅館品牌者，得申請補助加入連鎖旅館品牌當年度所

實際支出入會費、管理費、加盟金、權利金、品牌授權使用費、教育訓練或技術指導費等支出費用。

5. 領有三星級以下旅館標識之旅館業者，創新本土連鎖品牌，得申請補助辦理事項支出費用。

6. 領有一星級或二星級旅館標識之旅館業者，加入觀光局認定之訂房系統者，得申請補助訂房系統收取費用。

（四）輔導經營數位化計畫：

為強化短期住宿服務業數位科技的運用，協助業者整合運用企業各項資源、掌握內外環境、降低交易成本、提升作業效率，加強輔導業者建置企業資源規劃或加入訂房平臺或系統等電子商務或數位工具，以提升業者競爭力及科技化發展。

三、營運階段

短期住宿服務業在營運階段所涉及之法規，同樣會因經營類型為觀光旅館、一般旅館或民宿而異。雖然法規依據不盡相同，但業者所應共同遵守之法規範則大同小異，本文將之統整如：應投保責任保險、懸掛觀光專用標誌、登記並保存每日住宿旅客資料、遵守個人資料保護法規範、妥為保管旅客寄存之財物、處理遺留物品、遵守社會秩序維護法規範、協助罹病或受傷旅客、揭露客房定價及服務費用計費基準、確保服務之安全性及廣告內容之真實性、發行商品（服務）禮券應遵守主管機關之規範等。茲將各相關法規範列明如下：

（一）發展觀光條例：

1. 發展觀光條例第31條第1項

觀光旅館業、旅館業、旅行業、觀光遊樂業及民宿經營者，於經營各該業務時，應依規定投保責任保險。

2. 發展觀光條例第41條第1項

觀光旅館業、旅館業、觀光遊樂業及民宿經營者，應懸掛主管機關發給之觀光專用標識；其型式及使用辦法，由中央主管機關定之。

(二) 觀光旅館業管理規則：

1. 觀光旅館業管理規則第19條

觀光旅館業應登記每日住宿旅客資料；其保存期間為半年。前項旅客登記資料之蒐集、處理及利用，並應符合個人資料保護法相關規定。

2. 觀光旅館業管理規則第20條

觀光旅館業應將旅客寄存之金錢、有價證券、珠寶或其他貴重物品妥為保管，並應旅客之要求掣給收據，如有毀損、喪失，依法負賠償責任。

3. 觀光旅館業管理規則第21條

觀光旅館業知有旅客遺留之行李物品，應登記其特徵及知悉時間、地點，並妥為保管，已知其所有人及住址者，通知其前來認領或送還，不知其所有人者，應報請該管警察機關處理。

4. 觀光旅館業管理規則第23條

觀光旅館業之經營管理，應遵守下列規定：

- 一、不得代客媒介色情或為其他妨害善良風俗或詐騙旅客之行為。
- 二、附設表演場所者，不得僱用未經核准之外國藝人演出。
- 三、附設夜總會供跳舞者，不得僱用或代客介紹職業或非職業舞伴或陪侍。

5. 觀光旅館業管理規則第24條

觀光旅館業知悉旅客有下列情形之一者，應即為必要之處理或報請當地警察機關處理：

- 一、有危害國家安全之嫌疑者。
- 二、攜帶軍械、危險物品或其他違禁物品者。
- 三、施用煙毒或其他麻醉藥品者。
- 四、有自殺企圖之跡象或死亡者。
- 五、有聚賭或為其他妨害公眾安寧、公共秩序及善良風俗之行為，不聽勸止者。
- 六、有其他犯罪嫌疑者。

6. 觀光旅館業管理規則第25條

觀光旅館業知悉旅客罹患疾病或受傷時，應提供必要之協助。

消防或警察機關為執行公務或救援旅客，有進入旅客房間之必要性及急迫性，觀光旅館業應主動協助。

7. 觀光旅館業管理規則第26條

觀光旅館業客房之定價，由該觀光旅館業自行訂定後，報交通部備查，並副知當地觀光旅館商業同業公會；變更時亦同。

觀光旅館業應將客房之定價、旅客住宿須知及避難位置圖置於客房明顯易見之處。

8. 觀光旅館業管理規則第28條

觀光旅館業收取自備酒水服務費用者，應將其收費方式、計算基準等事項，標示於網站、菜單及營業現場明顯處。

9. 觀光旅館業管理規則第29條

觀光旅館業於開業前或開業後，不得以保證支付租金或利潤等方式招攬銷售其建築物及設備之一部或全部。

10. 觀光旅館業管理規則第35條

觀光旅館業不得將其客房之全部或一部出租他人經營。觀光旅館業將所營觀光旅館之餐廳、會議場所及其他附屬設備之一部出租他人經營，其承租人或僱用之職工均應遵守本規則之規定；如有違反時，觀光旅館業仍應負本規則規定之責任。

(三) 旅館業管理規則：

1. 旅館業管理規則第18-1條

旅館業以廣告物、出版品、廣播、電視、電子訊號、電腦網路或其他媒體業者，刊登之住宿廣告，應載明旅館業登記證編號。

2. 旅館業管理規則第21條

旅館業應將其客房價格，報請地方主管機關備查；變更時，亦同。旅館業向旅客收取之客房費用，不得高於前項客房價格。

旅館業應將其客房價格、旅客住宿須知及避難逃生路線圖，掛置於客房明顯光亮處所。

3. 旅館業管理規則第21-1條

旅館業收取自備酒水服務費用者，應將其收費方式、計算基準等事項，標示於菜單及營業現場明顯處；其設有網站者，並應於網站內載明。

4. 旅館業管理規則第22條

旅館業於旅客住宿前，已預收訂金或確認訂房者，應依約定之內容保留房間。

5. 旅館業管理規則第23條

旅館業應將每日住宿旅客資料登記；其保存期間為半年。
前項旅客登記資料之蒐集、處理及利用，並應符合個人資料保護法相關規定。

6. 旅館業管理規則第24條

旅館業應依登記證所載營業場所範圍經營，不得擅自擴大營業場所。

7. 旅館業管理規則第25條

旅館業應遵守下列規定：

- 一、對於旅客建議事項，應妥為處理。
- 二、對於旅客寄存或遺留之物品，應妥為保管，並依有關法令處理。
- 三、發現旅客罹患疾病時，應於二十四小時內協助其就醫。

四、遇有火災、天然災害或緊急事故發生，對住宿旅客生命、身體有重大危害時，應即通報有關單位、疏散旅客，並協助傷患就醫。

旅館業於前項第四款事故發生後，應即將其發生原因及處理情形，向地方主管機關報備；地方主管機關並應即向交通部觀光局陳報。

8. 旅館業管理規則第26條

旅館業及其從業人員不得有下列行為：

- 一、糾纏旅客。
- 二、向旅客額外需索。
- 三、強行向旅客推銷物品。
- 四、為旅客媒介色情。

9. 旅館業管理規則第27條

旅館業知悉旅客有下列情形之一者，應即報請當地警察機關處理或為必要之處理：

- 一、攜帶槍械或其他違禁物品。
- 二、施用毒品。
- 三、有自殺跡象或死亡。
- 四、在旅館內聚賭或深夜喧嘩，妨害公眾安寧。
- 五、行為有公共危險之虞或其他犯罪嫌疑。

(四) 民宿管理辦法：

1. 民宿管理辦法第25條

民宿客房之定價，由民宿經營者自行訂定，並報請地方主管機關備查；變更時亦同。

民宿之實際收費不得高於前項之定價。

2. 民宿管理辦法第26條

民宿經營者應將房間價格、旅客住宿須知及緊急避難逃生位置圖，置於客房明顯光亮之處。

3. 民宿管理辦法第28條

民宿經營者應將每日住宿旅客資料登記；其保存期間為六個月。

前項旅客登記資料之蒐集、處理及利用，並應符合個人資料保護法相關規定。

4. 民宿管理辦法第29條

民宿經營者發現旅客罹患疾病或意外傷害情況緊急時，應即協助就醫；發現旅客疑似感染傳染病時，並應即通知衛生醫療機構處理。

5. 民宿管理辦法第30條

民宿經營者不得有下列之行為：

- 一、以叫嚷、糾纏旅客或以其他不當方式招攬住宿。
- 二、強行向旅客推銷物品。
- 三、任意哄抬收費或以其他方式巧取利益。
- 四、設置妨害旅客隱私之設備或從事影響旅客安寧之任何行為。
- 五、擅自擴大經營規模。

6. 民宿管理辦法第31條

民宿經營者應遵守下列事項：

- 一、確保飲食衛生安全。
- 二、維護民宿場所與四週環境整潔及安寧。
- 三、供旅客使用之寢具，應於每位客人使用後換洗，並保持清潔。
- 四、辦理鄉土文化認識活動時，應注重自然生態保護、環境清潔、安寧及公共安全。
- 五、以廣告物、出版品、廣播、電視、電子訊號、電腦網路或其他媒體業者，刊登之住宿廣告，應載明民宿登記證編號。

7. 民宿管理辦法第32條

民宿經營者發現旅客有下列情形之一者，應即報請該管派出所處理：

- 一、有危害國家安全之嫌疑。
- 二、攜帶槍械、危險物品或其他違禁物品。
- 三、施用煙毒或其他麻醉藥品。
- 四、有自殺跡象或死亡。
- 五、有喧嘩、聚賭或為其他妨害公眾安寧、公共秩序及善良風俗之行為，不聽勸止。
- 六、未攜帶身分證明文件或拒絕住宿登記而強行住宿。
- 七、有公共危險之虞或其他犯罪嫌疑。

(五) 消費者保護法：

1. 消費者保護法第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。

2. 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。

3. 消費者保護法第7-1條

企業經營者主張其商品於流通進入市場，或其服務於提供時，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性者，就其主張之事實負舉證責任。

商品或服務不得僅因其後有較佳之商品或服務，而被視為不符合前條第一項之安全性。

4. 消費者保護法第22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。

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。

(六) 商品（服務）禮券定型化契約應記載及不得記載事項：

交通部觀光局分別就觀光旅館業、旅館業、民宿業公告三種商品（服務）禮券定型化契約應記載及不得記載事項如下：

1. 觀光旅館業商品（服務）禮券定型化契約應記載及不得記載事項

前言：

本契約所稱商品（服務）禮券，指由發行人發行記載或圈存一定金額、項目或次數之憑證、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。

前項所稱晶片卡不包括多用途現金儲值卡（例如：悠遊卡）或其他具有相同性質之晶片卡。

一、商品（服務）禮券之應記載事項：

- （一）發行人名稱（僅限觀光旅館業者）、地址、統一編號及負責人姓名。
- （二）商品（服務）禮券之面額或使用之項目、次數。
- （三）商品（服務）禮券發售編號。
- （四）使用方式。

(五) 發行人委託第三人代為銷售所發行之禮券者，應於禮券同時載明受委託第三人名稱、委託銷售起迄日期及經目的事業主管機關同意備查之文號。

二、發行人之履約保證責任（發行人應依下列方式之一為之）：

☐ 本商品（服務）禮券內容表彰之金額，已經○○金融機構提供足額履約保證，前開保證期間自中華民國○○年○○月○○日（出售日）至中華民國○○年○○月○○日止（至少1年）。上開履約保證內容應載於禮券正面明顯處。

☐ 本商品（服務）禮券，已與○○公司（同業同級，市占率至少5%以上）等相互連帶擔保，持本禮券可依面額向上列公司購買等值之商品（服務）。上列公司不得為任何異議或差別待遇，亦不得要求任何費用或補償。

☐ 本商品（服務）禮券所收取之金額，已存入發行人於○○金融機構開立之信託專戶，專款專用；所稱專用，係指供發行人履行交付商品或提供服務義務使用。

☐ 本商品（服務）禮券已加入由○○商業同業公會辦理之○○同業禮券聯合連帶保證協定，持本禮券可依面額向加入本協定之公司購買等值之商品（服務）。

☐ 其他經交通部許可，並經行政院消費者保護委員會同意之履約保證方式。

三、消費爭議處理申訴（客服）專線。（電話：02-23491500；
網址：www.tbroc.gov.tw；全國性消費者服務專線：1950
）。

觀光旅館業商品（服務）禮券定型化契約不得記載事項

- 一、不得記載使用期限。
- 二、不得記載「未使用完之禮券餘額不得消費」。
- 三、不得記載免除交付商品或提供服務義務，或另行加收其他費用。
- 四、不得記載限制使用地點、範圍、截角無效等不合理之使用限制。
- 五、不得記載發行人得片面解約之條款。
- 六、不得記載預先免除發行人故意及重大過失責任。
- 七、不得記載違反其他法律強制禁止規定或為顯失公平或欺罔之事項。
- 八、不得記載廣告僅供參考。

2. 旅館業商品（服務）禮券定型化契約應記載及不得記載事項

前言：

本契約所稱商品（服務）禮券，指由發行人發行記載或圈存一定金額、項目或次數之憑證、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。

前項所稱晶片卡不包括多用途現金儲值卡（例如：悠遊卡）或其他具有相同性質之晶片卡。

旅館業商品（服務）禮券定型化契約應記載事項：

一、旅館業商品（服務）禮券之應記載事項

- （一）發行人名稱、地址、統一編號及負責人姓名。
- （二）商品（服務）禮券之面額或使用之項目、次數。
- （三）商品（服務）禮券發售編號。
- （四）使用方式。
- （五）履約保證內容應載於禮券正面明顯處。
- （六）禮券發行人委託第三人代為銷售所發行之禮券者，應載明受託人名稱及委託銷售起迄日期。
- （七）商品（服務）禮券之履約保證期間，自中華民國○○年○○月○○日（出售日）至中華民國○○年○○月○○日止（至少一年），期間屆滿後，禮券持有人仍得向發行人請求給付。

二、發行人之履約保證責任，應依下列方式之一為之：

- ☐ 本商品（服務）禮券內容表彰之金額，已經○○金融機構提供足額履約保證。
- ☐ 本商品（服務）禮券，已與○○旅館業相互連帶擔保（保證人與發行人之旅館應位於同一直轄市或縣（市），市占率百分之五以上且已取得「旅館業登記證」者），持本禮券可依面額向上列旅館業購買等值之商品（

服務)。上列旅館業不得為任何異議或差別待遇，亦不得要求任何費用或補償。

☐ 本商品（服務）禮券所收取之金額，已存入發行人於○○金融機構開立之信託專戶，專款專用；所稱專用，係指供發行人履行交付商品或提供服務義務使用。

☐ 本商品（服務）禮券已加入由○○商業同業公會辦理之○○同業禮券聯合連帶保證協定，持本禮券可依面額向加入本協定之公司購買等值之商品（服務）禮券。

☐ 其他經交通部許可，並經行政院消費者保護委員會同意之履約保證方式。

三、消費爭議處理申訴專線（應記載提供商品（服務）之旅館業申訴專線及所屬縣市政府主管機關電話及網址）。

旅館業商品（服務）禮券定型化契約不得記載事項：

一、不得記載使用期限。

二、不得記載「未使用完之禮券餘額不得消費」。

三、不得記載免除交付商品或提供服務義務，或另行加收其他費用。

四、不得記載限制使用地點、範圍、截角無效等不合理之使用限制。

五、不得記載發行人得片面解約之條款。

六、不得記載預先免除發行人故意及重大過失責任。

七、不得記載違反其他法律強制禁止規定或為顯失公平或欺罔之事項。

八、不得記載廣告僅供參考。

3. 民宿商品（服務）禮券定型化契約應記載及不得記載事項

民宿商品（服務）禮券定型化契約應記載事項

一、民宿商品（服務）禮券之應記載事項

- （一）發行人名稱、地址及經營者姓名。
- （二）商品（服務）禮券之面額或使用之項目、次數。
- （三）商品（服務）禮券發售編號。
- （四）使用方式。
- （五）履約保證內容應載於禮券正面明顯處。
- （六）禮券發行人委託第三人代為銷售所發行之禮券者，
應載明受託人名稱及委託銷售起迄日期。
- （七）商品（服務）禮券之履約保證期間自發行日起算至
少一年（自中華民國○○年○○月○○日（出售日）
至中華民國○○年○○月○○日止），期間屆滿後，
禮券持有人仍得向發行人請求給付。

二、發行人之履約保證責任，應依下列方式之一為之：

- ☐ 本商品（服務）禮券內容表彰之金額，已經○○金融機構提供足額履約保證。
- ☐ 本商品（服務）禮券所收取之金額，已存入發行人
於○○金融機構開立之信託專戶，專款專用；所稱
專用，係指供發行人履行交付商品或提供服務義務
使用。

☐其他經交通部許可，並經行政院消費者保護委員會
同意之履約保證方式。

三、消費爭議處理申訴專線（應記載提供商品（服務）之
民宿申訴專線及所屬縣市政府主管機關電話及網址）
。

民宿商品（服務）禮券定型化契約不得記載事項

一、不得記載使用期限。

二、不得記載「未使用完之禮券餘額不得消費」。

三、不得記載免除交付商品或提供服務義務，或另行加收
其他費用。

四、不得記載限制使用地點、範圍、截角無效等不合理之
使用限制。

五、不得記載發行人得片面解約之條款。

六、不得記載預先免除發行人故意及重大過失責任。

七、不得記載違反其他法律強制禁止規定或為顯失公平或
欺罔之事項。

八、不得記載廣告僅供參考。

四、後續服務階段

短期住宿服務業在服務個別消費者時，是依據雙方所約定的住宿契約。然而我國民法中並沒有「住宿契約」之規範，就此部分依照學界及司法實務均認為住宿契約屬於無名契約、混合契約之性質，亦即契約中包含了買賣、租賃、寄託、僱傭等契約之要素在內，必需依照具體個案而適用相關法規範。有鑑於此，交通部依據消費者保

護法第17條之授權，公布「個別旅客訂房定型化契約應記載及不得記載事項」，明定房價總額或定金之數額、消費者解約之配套措施、業者無法履約之處理、旅宿設備毀損之處理、應遵守個人資料保護法規範等相關具體規範，並提供個別旅客訂房定型化契約範本供業者使用。本文業者服務消費者時主要涉及之具體法規範臚列如下：

(一) 個人資料保護法：

1. 個人資料保護法第5條

個人資料之蒐集、處理或利用，應尊重當事人之權益，依誠實及信用方法為之，不得逾越特定目的之必要範圍，並應與蒐集之目的具有正當合理之關聯。

2. 個人資料保護法第11條

公務機關或非公務機關應維護個人資料之正確，並應主動或依當事人之請求更正或補充之。

個人資料正確性有爭議者，應主動或依當事人之請求停止處理或利用。但因執行職務或業務所必須，或經當事人書面同意，並經註明其爭議者，不在此限。

個人資料蒐集之特定目的消失或期限屆滿時，應主動或依當事人之請求，刪除、停止處理或利用該個人資料。但因執行職務或業務所必須或經當事人書面同意者，不在此限。

違反本法規定蒐集、處理或利用個人資料者，應主動或依當事人之請求，刪除、停止蒐集、處理或利用該個人資料。

因可歸責於公務機關或非公務機關之事由，未為更正或補充之個人資料，應於更正或補充後，通知曾提供利用之對象。

3. 個人資料保護法第19條

非公務機關對個人資料之蒐集或處理，除第六條第一項所規定資料外，應有特定目的，並符合下列情形之一者：

- 一、法律明文規定。
 - 二、與當事人有契約或類似契約之關係，且已採取適當之安全措施。
 - 三、當事人自行公開或其他已合法公開之個人資料。
 - 四、學術研究機構基於公共利益為統計或學術研究而有必要，且資料經過提供者處理後或經蒐集者依其揭露方式無從識別特定之當事人。
 - 五、經當事人同意。
 - 六、為增進公共利益所必要。
 - 七、個人資料取自於一般可得之來源。但當事人對該資料之禁止處理或利用，顯有更值得保護之重大利益者，不在此限。
 - 八、對當事人權益無侵害。
- 蒐集或處理者知悉或經當事人通知依前項第七款但書規定禁止對該資料之處理或利用時，應主動或依當事人之請求，刪除、停止處理或利用該個人資料。

(二) 消費者保護法：

1. 消費者保護法第10-1條

本節所定企業經營者對消費者或第三人之損害賠償責任，不得預先約定限制或免除。

2. 消費者保護法第11條

企業經營者在定型化契約中所用之條款，應本平等互惠之原則。

定型化契約條款如有疑義時，應為有利於消費者之解釋。

3. 消費者保護法第11-1條

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。

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。

違反第一項規定者，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。

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。

4. 消費者保護法第12條

定型化契約中之條款違反誠信原則，對消費者顯失公平者，無效。定型化契約中之條款有下列情形之一者，推定其顯失公平：

一、違反平等互惠原則者。

二、條款與其所排除不予適用之任意規定之立法意旨顯相矛盾者。

三、契約之主要權利或義務，因受條款之限制，致契約之目的難以達成者。

5. 消費者保護法第13條

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。

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。

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。

6. 消費者保護法第14條

定型化契約條款未經記載於定型化契約中而依正常情形顯非消費者所得預見者，該條款不構成契約之內容。

7. 消費者保護法第16條

定型化契約條款未經記載於定型化契約中而依正常情形顯非消費者所得預見者，該條款不構成契約之內容。

8. 消費者保護法第18條

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。

9. 消費者保護法第19條

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。

前項但書合理例外情事，由行政院定之。

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。

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。

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。

10. 個別旅客訂房定型化契約應記載及不得記載事項

本契約應記載及不得記載事項適用於個別旅客直接或間接向觀光旅館業、旅館業、民宿經營者（以下簡稱業者）訂房者。

個別旅客訂房定型化契約應記載事項

一、旅客之姓名、電話、住（居）所、身分證字號（外國護照號碼、居停留證號碼）。業者公司或商號之名稱、代表人或經營者之姓名、電話、地址、營業執照或登記證號碼、網址、聯絡人姓名、電話、傳真或電子信箱。

二、住宿期間、所需客房房型、數量、訂房者或住房者姓名及連絡方式。

三、房價總金額（含稅金及服務費）、付款方式、房價所含之商品（服務）及提供之設施設備。

四、業者接受旅客訂房後旅客入住前，業者應依下列方式之一與旅客約定是否收取定金、收取定金金額或預收約定房價總金額：

☐不收取定金。

☐收取定金新臺幣____元（不得逾約定房價總金額百分之三十，但預定住宿日為三日以上之連續假期期間，定金得提高至約定房價總金額百分之五十）。

☐預收約定房價總金額新臺幣____元。

五、旅客解除契約時，應通知業者，並得要求業者依下列基準處理：

☐收取定金者，依下列方式處理：

(一)旅客解約通知於預定住宿日前第十四日以前到達者，得請求業者退還定金百分之百。

(二)旅客解約通知於預定住宿日前第十日至第十三日到達者，得請求業者退還定金百分之七十。

(三)旅客解約通知於預定住宿日前第七日至第九日到達者，得請求業者退還定金百分之五十。

(四)旅客解約通知於預定住宿日前第四日至第六日到達者，得請求業者退還定金百分之四十。

(五)旅客解約通知於預定住宿日前第二日至第三日到達者，得請求業者退還定金百分之三十。

(六)旅客解約通知於預定住宿日前第一日到達者，得請求業者退還定金百分之二十。

(七)旅客解約通知於預定住宿日當日到達或未為解約通知者，業者得不退還定金。

☐預收約定房價總金額者，依下列方式之一處理：

☐比例退還預收約定房價總金額：

(一)旅客解約通知於預定住宿日前第三日以前到達者，業者應退還預收約定房價總金額百分之百。

(二)旅客解約通知於預定住宿日前第一日至第二日到達者，業者應退還預收約定房價總金額百分之五十。

(三)旅客解約通知於預定住宿日當日到達或未為解約通知者，業者得不退還預收約定房價總金額。

☐一年內保留已付金額作為日後消費折抵使用：

(一)旅客解約通知於預定住宿日當日前到達者，得於一年內保留已付金額作為日後消費折抵使用。

(二)旅客解約通知於預定住宿日當日到達或未為解約通知者，業者得不退還預收約定房價總金額。

六、旅客於訂房後，要求變更住宿日期、住宿天數、房型、房間數量，經業者同意者，旅客不需支付因變更所生之費用。

七、業者無法履行訂房契約時，應即通知旅客。

八、因可歸責於業者之事由致無法履行訂房契約者，旅客得請求約定房價總金額一倍計算之損害賠償；其因業者之故意所致者，旅客得請求約定房價總金額三倍計算之損害賠償。

旅客證明受有前項所定以外之其他損害者，得併請求賠償之。

業者與旅客有其他更有利於旅客之協議者，依其協議。

九、因不可抗力或其他不可歸責於雙方當事人之事由，致契約無法履行者，業者應即無息返還旅客已支付之全部定金及其他費用。

十、業者應設消費爭議處理申訴（客服）專線或電子郵件信箱。

十一、業者對旅客個人資料之蒐集、處理及利用，應依個人資料保護法規定，並負有保密義務，非經旅客書面同

意，業者不得對外揭露或為契約目的範圍外之利用。

契約關係消滅後，亦同。

十二、業者與旅客應於入住當日____時前，向對方確認住房。

十三、業者應確保旅客入住期間客房合於使用狀態，並提供各項約定之服務。非因旅客之事由致客房設備故障者，旅客得請求業者立即為妥適之處理或更換房間。旅客應注意並遵守業者之管理規定，使用業者各項設施，如因故意或過失破壞或損毀者，應負損害賠償責任。

十四、雙方就契約有關之爭議，以中華民國之法律為準據法。因契約發生訴訟時，雙方同意以____地方法院為第一審管轄法院，但不得排除消費者保護法第四十七條及民事訴訟法第四百三十六條之九規定之小額訴訟管轄法院之適用。

個別旅客訂房定型化契約不得記載事項

- 一、不得記載約定拋棄契約審閱期間。
- 二、不得記載廣告內容僅供參考或類此字樣。
- 三、不得記載排除旅客之任意解除及終止契約權利。
- 四、不得記載業者於訂約後得片面變更契約內容。
- 五、不得記載違反法律強制、禁止規定或違反公序良俗、誠實信用及對消費者顯失公平之條款。

參、示範案例實際執行之研析

一、示範案例簡介

(一) 精心規劃，注重細節：

本件示範案例廠商「甲精品旅館」於民國 93 年間設立，聘請港台六位國際有名設計師精心規劃，每一間房間都有不同主題。房內之設計特別將陽光、空氣、水、植物等元素納入整體規劃中，讓人有接近大自然的感覺。不但種植大面積之天然植栽景觀，且設有6米至13米的挑高天井，配合天井上方窗口形成自然換氣對流的舒適環境。

在衛浴設備部分，甲精品旅館設有美膚牛奶浴設備，將水打成細小的水分子；在浴缸管路也增設全國首創的「逆洗沖洗設備」，房務人員在清洗浴缸同時，會將前位消費者使用過按摩浴缸後管路內殘留的水沖出；在地板部分鋪設整塊的進口大理石，而甲精品旅館不但在地板上「刻溝止滑」，在地板下方還設有熱水管，讓消費者冬天赤腳踏在地板上能感受到「足感心」。從這些細微之處，都可以看到甲精品旅館的用心。

(二) 國際認證，殊榮不斷：

甲精品旅館領有三星級標識，也是全國第一家榮獲ISO 9001國際品質認證的旅館；更在交通部觀光局舉辦的「星好旅宿1+1」
「微服務、心感動」活動中經網路投票票選為「第一名旅館」；第二階段則經由專家委員與秘密客實地訪查，甲精品旅館再榮獲「最佳合作獎」等10獎項，為旅館同業之冠，為彰化縣市爭光。在「幸福旅宿.百種感動」活動中，亦榮獲國內百大感動旅

館獎。對此，觀光局長更特別題字稱讚「品質保證」，可見甲精品旅館之品質經過多方肯定。

二、實際執行概況

（一）申請階段

甲精品旅館是以公司組織之型態經營，除依公司法設立登記外，亦依旅館業管理規則規定向交通部觀光局申請旅館業登記後開始營業。

（二）研發階段

1. 對內提昇服務品質：

甲精品旅館在空間規劃及硬體設備方面，著重於從消費者立場出發進行規劃，如室內挑高天井、大面積天然植栽景觀、逆洗沖洗設備、浴室地板溫熱設備等，都是有別於一般旅館的創新設備。甲精品旅館會不定期斥資改善裝潢設備，汰舊換新，以期能讓消費者感受到最好的住宿品質。而甲精品旅館注意到消費者非常重視早餐，因此特別在餐飲部分下足功夫，餐廳提供中西式早餐，由有執照之廚師依消費者之要求現點現做，提供給客戶最新鮮美味的餐點。

2. 對外參與評鑑認證，提高能見度：

如前所述，甲精品旅館對外積極參與星級旅館評鑑、ISO 9001 國際認證制度，也在交通部觀光局舉辦的「星好旅宿1+1」、「微服務、心感動」、「幸福旅宿.百種感動」等活動競賽中脫穎而出，藉此提昇品牌形象及能見度。

（三）營運階段

1.積極推廣在地觀光產業：

甲精品旅館內提供當地縣市所有相關旅遊介紹與說明、提供景點諮詢，更特別的是，甲精品旅館自費推出的宣傳影片，大篇幅出現縣長現身介紹在地景點、小吃，積極推廣在地觀光產業。甲精品旅館負責人對此表示，要積極推廣在地觀光，讓大家都能體會到在地之美，這樣才能帶動在地的市農工商一起進步。這種利人利己的經營思維，對於當地觀光帶來相當正面的影響。

2.網路口碑行銷，打出一片藍海市場：

在甲精品旅館努力之下，面對各項評鑑制度屢屢獲得殊榮。筆者在平日下午前往訪談時，發現甲精品旅館的平日住房率相當高，顯示甲精品旅館在當地已獲得肯定。而今日許多消費者都是透過網路資訊來選擇決策，因此懂得透過網路及各種媒體行銷，就能達到加成的效果。就甲精品旅館之網路評價方面，甲精品旅館在Google評論4.6/5分、Expedia網站評鑑4.8/5分、Hotels.com網站評價9.6分、Booking.com網站評價8.3分、Agoda網站評鑑8.2分，網路評價相當之高，而多數消費者的評論大多著重在「服務人員親切專業」、「房間非常大、很乾淨舒適」、「中西式早餐現點現做」等，甲精品旅館在網路上已累積相當多口碑，因此客源相當穩定。

（四）後續服務階段

1. 充分揭露資訊：

要避免消費糾紛，業者在訂約前做到充分揭露消費資訊是相當重要的一件事。就此部分，甲精品旅館在各訂房網站載明房型、房價、服務設施、現場照片及旅館住宿規範等資訊，真實且充分地揭露消費資訊供消費者判斷選擇。在營運時難免遇到突發狀況，例如在消費者入住前臨時發現房間設備故障而無法即時排除，甲精品旅館會事先告知並徵詢消費者意見，讓消費者選擇更換房間或入住該房間再給予折扣。

2. 具顧客導向的思維：

甲精品旅館在空間規劃、設備及服務方面，盡可能從消費者立場出發，體會消費者的感受及需求，除了前述自然植栽規劃、逆洗沖洗設備、浴室地板防滑保暖等創新設備外，在服務方面如：

- (1) 考量到女性消費者在餐廳用餐時的下半身穿著及隱私，而特別在餐廳的桌巾布長度予以規劃設計。
- (2) 消費者訂房時未將孩童人數算入，甲精品旅館會依照現場房型，與消費者溝通調整為更適合之房型。
- (3) 注重員工訓練及素質，不請任何工讀生，務必在與消費者應對進退時，同理消費者的感受。員工不以「公司規定」等制式或冷漠之對話回應消費者。

3. 通情達理，進退有度：

- (1) 甲精品旅館面對消費者有時提出不符契約約定之要求，盡量都站在體諒消費者的立場從寬處理。以取消訂房為例，訂房網站雖然設有不退款項之規範，但甲精品旅館仍願意

將款項退給消費者；又例如消費者逾時退房，在一定時間內，甲精品旅館仍會給予消費者方便，不會加收費用。

(2) 雖然執行從寬，但甲精品旅館仍會堅持底限。例如，消費者入住人數超過房間人數上限時，雖然可以加收人頭費方式處理，但通常開放給家庭成員，對於其他入住者之身分仍須嚴格把關，以維護品質及安全。

(3) 而服務業難免遇到消費者提出不合理的要求，例如，甲精品旅館就曾遇到一位消費者入住很久後，反應其在浴缸內發現一小張衛生紙，要求抵免費用。甲精品旅館告知該消費者可換房間，該消費者均不願接受。由於該消費者所述狀況及要求不符常情，甲精品旅館判斷該消費者並非善意，因此甲精品旅館仍堅守底限，依規定收費處理。

肆、未來發展之建議

(一) 示範案例之借鏡：

本文認為甲精品旅館能成功之關鍵因素在於：

1. 在研發階段，一方面創新、改進硬體設備及服務品質，另一方面積極參與各項評鑑活動，提高品牌正面形象及能見度。
2. 在營運階段，以利人利己的精神，積極結合在地特色及相關週邊產業，帶動當地整體發展；其次，在現今網路資訊發達時代，利用網路建立口碑行銷，效果顯著。
3. 在服務階段，充分揭露消費資訊，以顧客導向之思維提供服務，著重於同理消費者感受。

(二) 產業法規評析：

1. 線上訂房糾紛：

網路科技促成了訂房網站（如agoda、Hotels.com、Booking.com、Expedia、Asiarooms等）及比價網站（如Hotelscombined、tripadvisor、trivago等）的興起，也連帶影響到短期住宿服務業的營運、行銷與服務模式。愈來愈多消費者懂得以網路搜尋旅宿的資訊與評價，相對而言，若業者未注重服務品質，可能會逐漸在這片紅海中被市場所淘汰。

在另一方面，有別於傳統的訂房模式，現今消費者透過第三方訂房網站訂購旅宿，取而代之的是複雜的三角關係，故時有發生訂房網站資訊錯誤或不當、退款機制不公等消費糾紛。當涉及糾紛的這些訂房網站是境外公司時，就更難以處理。尤其，這些訂房網站被歸類為「資訊服務業」而非旅宿業，非由中央或地方觀光主管機關管轄，形成管理上之漏洞，對於消費權益影響甚鉅。就此部分，本文建議應將觀光相關之資訊服務業納入法規範予以監督管理，以健全消費權益及觀光產業之發展。

2. 非法旅宿問題：

近年來，非法日租套房及非法旅宿過於氾濫，不但對於消費者有安全上之疑慮，也造成合法立案的旅宿業者收益減少。在Airbnb網站進入臺灣市場後，非法房源的問題也再度引起關注。同上所述，除了訂房網站應納入觀光法規範予以監督管理外，主管機關亦應大刀闊斧取締非法旅宿，保障合法旅宿業者之權益。

伍、結語

本文針對短期住宿服務業，從申請、研發、營運、服務階段，配合觀光旅館、一般旅館及民宿等經營型態所涉及之相關法規予以介紹。再由示範案例的分享，使我們瞭解到經營旅宿成功的關鍵因素，得以此借鏡學習。而因網路科技發展所衍生的訂房網站監督管理問題，亦是現前產業法規上之漏洞，亟待立法者及主管機關解決的難題，有待各界先進共同為健全旅宿產業之發展而努力。