

參考法條

消費者保護法第12條、第22條

公平交易法第21條

刑法第304條、第305條、第310條

銀行法第125條之1

民法第247條之1



中古車買賣，應誠實揭露車況

蔡惠子 律師

案例說明

王一路是個著名電腦大廠的業務員，經常需要南北奔波拜訪客戶推銷產品。某日，跟隨王一路多年的汽車停在路邊不慎被偷，王一路於沮喪之際，不得不再購買一台代步工具。經過一番思考，王一路認為購買中古車一方面較經濟划算，另一方面也符合自己的工作需要。於是上網多方蒐集及比價後，王一路決定前往乾鏗中古車商行選購。在乾鏗老闆的極力推薦下，王一路選上一台2001年份，有著光鮮外型的進口轎車，王一路隨即付款取車，並委託老闆辦理過戶登記，但未簽立任何正式的書面契約。不料，王一路新買的轎車不過開上20天左右，各式各樣問題陸續出現，於是他開回乾鏗商行向老闆抱怨，誰知老闆竟完全不認帳，宣稱是王一路自己開車習慣不良的問題，並說既然是中古車，其性能怎麼可能會像新車一樣好。王一路越想越氣，便將車輛送往進口的代理商處檢查，結果才發現該部汽車根本就是一台泡水車。

案例解析

受到近年來銀行緊縮各種消費性貸款的影響，台灣新車的銷售量一直下滑，96年4月份更出現了20年來的新低紀錄。於新車市場一片淒慘之際，中古車市反而大受歡迎。購買中古車的優點主要是售價較新車便宜，如果能仔細找尋，應該

不難發現物美價廉的好車，但中古車不同於新車有一定時間或里程數的保固服務，且所有權也不易有紛爭，買中古車存有相當的風險，各式爭議案件亦層出不窮，消費者須小心提防。

長期以來，買賣中古車較常產生之爭議主要可分為二類：一是因車輛來源或所有權不清楚所生的爭議，例如贓車或竊車集團改裝零件重新拼裝之拼裝車、車輛車牌或行車證照係偽造或變造等；其二則是車輛之瑕疵擔保責任及因此所生之售後維修責任，例如中古車商未充分告知消費者車輛之車況或蓄意隱瞞車輛曾經泡水或發生重大車禍之事實，或未告知消費者車輛隱藏之瑕疵，及在車輛發生故障後，車商不願意負擔維修或賠償責任等等。

為維護交易公平及確保消費者之權益，行政院消費者保護委員會審查通過，經濟部研定之中古汽車買賣定型化契約範本供中古車商及消費者使用。依據該一範本之規定，中古車買賣時契約上應記明（1）買賣雙方之姓名或名稱、地址及統一編號等；（2）車輛之廠牌、產地、型式、出廠年月、車牌號碼、引擎號碼、車身號碼、排氣量、顏色；（3）交車時碼表之里程數、交易次數、用途、有無設定動產抵押或其它負擔；（4）是否曾發生重大事故及是否為泡水車；（5）付款方式及付款地點；（6）過戶應備文件、過戶日期、交車日期及處所；（7）有無欠繳罰鍰或稅款及規費負擔事項；

（8）車商是否負保固責任。其餘一般約定事項較重要者則有：（1）出賣人須擔保標的物非贓車，且無來歷不明、產權糾紛或其它權利瑕疵之情事；（2）出賣人應擔保於交車前已完成車輛正常使用之檢查，並符合其它相關法令之規定；（3）出賣人對於因天然災害、自然耗損或可歸責於買受人之事由所生之損害，不負保固責任；（4）買受人應依通常程序從速檢查所受領之汽車，如發現有應由出賣人負擔保責任之瑕疵時，應即通知出賣人；（5）買受人如要求試車者，出賣人除有正當理由外，不得拒絕；及（6）若有試車者，因試車所生之任何損害，除可歸責於買受人之事由所致者外，均由出賣人負擔。

依據民法第355條第1項之規定，如果買受人於契約成立時已知悉買賣標的物存有瑕疵者，出賣人對該瑕疵不負擔保責任。因此，如果車商在消費者選購中古汽車時，能夠依據前述契約範本的精神，誠實揭露車輛的實際情況並記明於契約內，使消費者在擁有完整資訊的情況下，做成交易決定，則不僅能減少爭議的產生，也可以避免瑕疵擔保之法律責任，這對消費者或廠商均是雙贏的局面。

處理過程

依據民法有關物之瑕疵擔保的規定，出賣人對於出賣之物須擔保無滅失或減少其價值之瑕疵，亦無滅失或減少其通常效用或契約預定效用之瑕疵；出賣人並應擔保其物具有其

所保證之品質。如果出賣人明知買賣標的物存有瑕疵，卻故意不告知買受人者，買受人民事上除了可以請求解除買賣契約退還價金、減少價金或另外交付無瑕疵之物外，如果受有損害，也可以依法請求損害賠償；刑事上出賣人亦有觸犯刑法詐欺罪之虞。

本件中古車商未告知消費者車輛曾泡過水之事實，對於此項瑕疵車商應負瑕疵擔保責任。買受人依法可以要求解除契約並退還價金。如果消費者因為車輛泡水導致機械故障，進而發生事故時，車商對於因此所生之財產上及非財產上之損害，均須負賠償責任。

律師的話

按消費者保護法第12條第1項規定：「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。」又民法第148條第2項規定：「行使權利，履行義務，應依誠實及信用方法。」此外，消費者保護法第4條規定：「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。」

買賣中古車之爭議所以層出不窮，主要原因是因為部分車商未能盡到檢查車輛及充分告知的義務，較惡劣者甚至以不實的謊話欺騙消費者。但是這種企業經營模式可謂是殺雞取卵，絕對沒有辦法長久經營，尤其是現代資訊流通快速，

消費者很容易取得受人詬病的廠商之訊息，正確的經營哲學還是要回到誠實信用，一旦建立良好的商譽形象，其價值與對長期獲利的幫助絕對不是一、二筆短暫交易所能比擬的。

有鑑於此，國內已有數家大型汽車公司籌組中古車經銷聯盟，透過品牌知名度及完善的售後服務保證吸引消費者。其著眼除買賣價差外，更看重中古車貸款、保險、保修、零配件銷售等周邊利益，預計每年將有上千億元之規模。而在相關業者的奔走之下，政府也開始重視中古車業的管理，有意制定相關的法規引導中古車業經營更為健全。我們期待這能形成一種良性循環，使正規經營的車商受到合法的保護，一方面可以使消費者更有保障，另一方面也可以讓消費者信賴中古車商，更願購買中古車，進一步擴大中古車市場的健康發展。

參考法條

消費者保護法第4條、第12條
民法第148條第2項、第227條、第227之1條、
第354條、第355條、第359條、第366條

