

消費者權益保護概論

一、消費者保護法之立法目的

消費者保護法之立法目的主要有二：

- (一) 保障消費者權益：消費者保護法第一條第一項即明定本法之立法意旨為：『保護消費者權益，促進國民消費生活安全，提昇國民消費生活品質。』其目的就是要使消費者權益能夠獲得有效保障。
- (二) 促進企業良性發展：消費者保護法之立法目的，除了在保障消費者權益外，事實上也具有社會政策與經濟政策的使命。未來，由於消費者保護法之落實執行，將不但使消費者應有權益能獲得合理保障，也能帶動商品與服務品質的提昇，促進企業良性發展。

二、消費者保護法與其他法令關係

關於消費者保護法與其他法令之關係，消費者保護法第一條第二項已經明文規定為『有關消費者之保護，依本法之規定，本法未規定者，適用其他法律。』其意義如下：

- (一) 消費者保護法具有消費者保護基本法之性質：有關消費者保護之問題，應優先適用消費者保護法規定予以解決。
- (二) 其他相關法令均屬本法之補充規定：有關消費者保護之問題，只有消費者保護法沒有規定時，始補充適用其他相關法令予以解決。

三、消費者保護法與公平交易法之關係

消費者保護法具有消費者保護基本法性質，與公平交易法僅為保護消費者利益之一種立法不同，該兩法之關係如下：

- (一) 消費者保護法之立法，主要在規定政府、企業經營者、消費者及消費者保護團體之關係，包括範圍甚廣，牽涉各有關部會，故消費者保護法不能併入公平交易法中規範。
- (二) 公平交易法之立法，主要目的在建立交易行為之規範，例如反獨占、反傾銷、聯合獨占、壟斷或其他不正當之競爭等。
- (三) 公平交易法原則上不涉及商品本身之實質問題，例如食品衛生及商品標示等，均依其他法律規定辦理，不予列入。

(四) 公平交易法固亦有保護消費者權益之作用，但不能涵蓋所有保護消費者權益之法律關係，僅為消費者保護法律之一種而已。

四、消費者保護法主要內容

消費者保護法計分 7 章 75 條，其主要內容如下：

(一) 消費者保護之組織行政：

1. 主管機關：中央目的事業主管機關、直轄市政府及縣〈市〉政府。
2. 行政院消費者保護委員會：消費者保護基本政策研擬、審議及監督機關：
3. 申訴機關及調解機關：消費者服務中心、消費爭議調解委員會及消費者保護官。

(二) 消費者權益之保障：除分別就健康與安全保障、定型化契約、特種買賣及消費資訊等四方面予以具體規範，來保障消費者權益。

(三) 消費者保護團體：明定消費者保護團體成立之性質、宗旨、任務及權限，並以取得社團法人或財團法人資格者為限。

(四) 消費爭議之處理：

1. 申訴：發生消費爭議時，消費者得為申訴。
2. 調解：消費者在申訴未獲妥適處理時，得申請調解。
3. 消費訴訟：規定消費者除得依法提出申訴及調解外，並得提起消費訴訟。同時賦予消費者保護團體訴權。

(五) 罰則：對違反本法者，採取行政罰方式，以維護消費者權益。

五、消費者保護法所稱之主管機關

依消費者保護法第 6 條規定：『本法所稱之主管機關：在中央為目的事業主管機關；在直轄市為直轄市政府；在縣〈市〉為縣〈市〉政府。』其意義如下：

(一) 中央目的事業主管機關的意義：

保護消費者的法規，現行政府體制即依保護事項之性質，規定分由不同的目的事業主管機關來辦理，例如食品衛生、化妝品及藥品為行政院衛生署主管，電器安全及商品標示為經濟部主管。

(二) 目前消費者保護主要的中央目的事業主管機關：

計有內政部、財政部、教育部、經濟部、交通部、行政院新聞局、行政院衛生署、行政院農業委員會、行政院公平交易委員會及行政院環

境保護署等機關。

- (三) 行政院消費者保護委員會研擬、審議消費者保護基本政策及監督機關：主要負責有關政策及法規的研擬與審議工作，本身並不負實際執行責任。

六、我國之消費者保護行政體系

我國之消費者保護行政體系，依消費者保護法規定，可分為主管機關、研擬、審議消費者保護基本政策及監督機關、執行機關及調解機關，爰分項說明如下：

- (一) 主管機關：1. 中央主管機關：中央各目的事業主管機關。2. 直轄市主管機關：直轄市政府。3. 縣〈市〉主管機關：縣〈市〉政府。
- (二) 研擬、審議消費者保護基本政策及監督機關：行政院消費者保護委員會。
- (三) 執行機關及調解機關：1. 消費者服務中心。
2. 消費爭議調解委員會。
3. 消費者保護官。

七、政府推動消費者保護

消費者保護工作之範圍甚廣，因此必須依靠政府各部門、社會各界和消費者同心協力、共同重視，才能落實消費者保護工作。其中最重要之工作是與消費者關係最密切之企業經營者，應有重視消費者權益之觀念。政府推動消費者保護工作之具體作法如次：

- (一) 除依法建立消費者保護行政體系，如消費者保護官制度、消費者服務中心、消費爭議調解委員會及業務協調會報外，將利用各種統計報表或有關調查資料以瞭解各項消費者問題之所在，研擬對應措施，制定或修訂相關法規。
- (二) 積極研擬消費者保護計畫，並請各主管機關檢討修訂現行法令，以有效落實消費者保護工作。
- (三) 積極推動消費者保護教育宣導工作，編印及發行消費者保護之書刊。
- (四) 協調並促請各企業經營者設立消費者申訴或服務中心，加強與消費者之溝通，提供良好服務，使申訴案件在消費者與企業經營者間妥為解決。

八、企業經營者消費者保護工作

消費者保護工作之目的，不僅為保障消費者權益，更是企業經營者為企業之永續經營所必須，企業經營者如能體認消費者權益與企業利益相輔相成之關係，並能依消費者保護法第四條規定，落實以下工作，當得促進消費者與企業經營者之良性發展：

(一) 重視消費者之健康與安全：

1. 加強產品品質管理，防止有瑕疵之產品流入市場。危險產品應有警告標示，及載明使用、保存、處理危險方法及使用期限等。
2. 產品流入市場有危害消費者安全與健康之虞時，應即收回或停止提供該產品，或為其他必要處理。
3. 透過產品責任保險以分散企業經營者之責任，惟為降低保險費用，可由同業公會集體辦理產品責任保險。

(二) 向消費者說明商品或服務之使用方法：

依消費者保護法第五條規定，企業經營者應致力充實消費資訊，向消費者說明商品或服務之使用方法提供消費者運用，俾消費者採取正確合理之消費行為。

(三) 維護交易之公平：

企業經營者應配合主管機關檢討定型化契約，落實平等互惠、誠實信用原則，另刊登廣告內容不得誇大不實或引人錯誤，以降低消費爭議之發生，並提昇消費生活品質。

(四) 提供消費者充分與正確之資訊：

企業經營者對於郵購買賣或訪問買賣等交易型態，應提供充分與正確之資訊，俾消費者得以採取正確合理之消費行為。企業經營者並應依消費者保護法之規定，在買賣契約上明訂解除契約、回復原狀、費用負擔等規定，以防止消費爭議之發生。

(五) 加強消費爭議處理：

為因應消費者保護法有關消費訴訟之規定，企業經營者應調整以往對消費爭議被動消極處理之態度，宜設立消費者服務中心，或消費者申訴電話專線，專責處理消費爭議案件，俾消費爭議儘可能透過雙方當事人和解解決，或透過消費爭議調解委員會申請調解解決，避免興訟之鉅大社會成本。

九、消費者維護本身之消費安全與權益

消費者可以要求保障他的消費安全與權益，這是消費者應有的權利。但是消費者在要求這項權利時，消費者亦有自行維護本身消費安全與權益的責任，這就是消費者的義務。消費者為維護本身的消費安全與權益，依照消費者保護法第五條規定應為下列措施：

(一) 消費者應致力充實消費資訊：

1. 消費者為充實消費資訊，平時應多接受消費教育宣導。
2. 消費者從事消費前應蒐集消費相關資料。
3. 消費者有疑問應即查詢。

(二) 消費者從事消費時應採取正確合理消費行為：

1. 不買具有危險的商品或服務。
2. 詳細閱讀商品之說明及標示等資料。
3. 不為商品之不當使用。
4. 向企業經營者索閱品質保證書或相關文件。

(三) 發生消費爭議時，應儘速依照消費者保護法規定申訴、調解、消費訴訟程序解決。

十、消費爭議

所謂消費爭議，依照消費者保護法第二條第四款規定，是指消費者與企業經營者間因商品或服務所生之爭議。其意義說明如下：

(一) 消費爭議，以消費者與企業經營者間的爭議為限：

消費爭議限於消費者與企業經營者間的爭議，如為企業經營者與企業經營者間，或消費者與消費者間，所發生之爭議，均不屬於本法所稱消費爭議的範圍。

(二) 消費爭議，以因商品或服務所生的爭議為限：

消費爭議限於消費者與企業經營者間因商品或服務所生的爭議，並不包括其他爭議在內，如一般消費者與企業經營者間於尚未發生與商品或服務有關的消費關係前，消費者即因企業經營者商品或服務之品質不良所為的告發，由於其不具有消費關係存在，亦不屬於本法所稱消費爭議的範圍。

費者保護法摘要表

98. 08.

條文	條文要點	規定內容
§ 01	立法目的	為保護消費者權益，促進國民消費生活安全，提昇國民消費生活品質，特制定本法。
§ 02	名詞定義	<ol style="list-style-type: none"> 1. 消費者：指以消費為目的而為交易、使用商品或接受服務者。 2. 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。 3. 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。 4. 消費爭議：指消費者與企業經營者間因商品或服務所生之爭議。 5. 消費訴訟：指因消費關係而向法院提起之訴訟。 6. 消費者保護團體：指以保護消費者為目的而依法設立登記之法人。 7. 定型化契約條款：指企業經營者為與不特定多數消費者訂立同類契約之用，所提出預先擬定之契約條款。定型化契約條款不限於書面，其以放映字幕、張貼、牌示、網際網路、或其他方法表示者，亦屬之。 8. 個別磋商條款：指契約當事人個別磋商而合意之契約條款。 9. <u>定型化契約</u>：指以企業經營者提出之定型化契約條款作為契約內容之全部或一部而訂定之契約。（*） 10. <u>郵購買賣</u>：指企業經營者以廣播、電視、電話、傳真、型錄、報紙、雜誌、網際網路、傳單或其他類似之方法，使消費者未能<u>郵</u>檢視商品而與企業經營者所為之買賣。 11. <u>訪問買賣</u>：指企業經營者未經邀約而在消費者之住居所或其他場所從事銷售，所為之買賣。 12. <u>分期付款</u>：指買賣契約約定消費者支付頭期款，餘款分期支付，而企業經營者於收受頭期款時，交付標的物予消費者之交易型態。

條文	條文要點	規定內容
§ 03	* 政府措施	<p>政府為達成本法目的，應實施下列措施，並應就與下列事項有關之法規及其執行情形，定期檢討、協調、改進之：</p> <ol style="list-style-type: none"> 一、維護商品或服務之品質與安全衛生。 二、防止商品或服務損害消費者之生命、身體、健康、財產或其他權益。 三、確保商品或服務之標示，符合法令規定。 四、確保商品或服務之廣告，符合法令規定。 五、確保商品或服務之度量衡，符合法令規定。 六、促進商品或服務維持合理價格。 七、促進商品之合理包裝。 八、促進商品或服務之公平交易。 九、扶植、獎助消費者保護團體。 十、協調處理消費爭議。 十一、推行消費者教育。 十二、辦理消費者諮詢服務。
§ 7	<p>健康及安全</p> <p>* 製造安全責任 (製造者)</p>	<p>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。</p> <p>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。</p>
§ 8	<p>連帶負賠償責任 (經銷者)</p>	<p>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。</p> <p>前項之企業經營者，改裝、分裝商品或變更服務內容者，視為前條之企業經營者。</p>
§ 9	<p>製造安全義務 (輸入商品者)</p>	<p>輸入商品或服務之企業經營者，視為該商品之設計、生產、製造者或服務之提供者，負本法第七條之製造者責任。</p>

條文	條文要點	規定內容
§ 10	回收責任	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。
§ 11	定型化契約 平等互惠原則	企業經營者在定型化契約中所用之條款，應本 <u>平等互惠</u> 之原則。
§ 11-1	* 審閱期	企業經營者與消費者訂立定型化契約前，應有 <u>三十日</u> 以內之合理期間，供消費者 <u>審閱</u> 全部條款內容。
§ 12	公平原則	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。
§ 15	磋商效力	定型化契約中之定型化契約條款抵觸個別 <u>磋商</u> 條款之約定者，其抵觸部分無效。
§ 16	契約效力	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。
§ 17	定型化契約 (特定行業)	中央主管機關得選擇特定行業，公告規定其定型化契約應記載或不得記載之事項。 違反前項公告之定型化契約，其定型化契約條款無效。該定型化契約之效力，依前條規定定之。 企業經營者使用定型化契約者，主管機關得隨時派員查核。
§ 19	特種買賣 (郵購或訪問買賣)	<u>郵購或訪問買賣</u> 之消費者，對所收受之商品不願買受時，得於收受商品後 <u>七日</u> 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。 郵購或訪問買賣違反前項規定所為之約定無效。

條文	條文要點	規定內容
§ 20	不負保管義務	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
§ 22	資訊規範	<p>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。</p>
§ 23	連帶責任 (媒體)	<p>刊登或報導廣告之媒體經營者明知或可得而知廣告內容與事實不符者，就消費者因信賴該廣告所受之損害與企業經營者負連帶責任。</p>
§ 24	標示	<p>企業經營者應依商品標示法等法令為商品或服務之標示。</p> <p>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。</p>
§ 25	書面保證書	<p>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。</p> <p>前項保證書應載明下列事項：</p> <ol style="list-style-type: none"> 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。
§ 27	保護團體	<p>消費者保護團體以社團法人或財團法人為限。</p> <p>消費者保護團體應以保護消費者權益、推行消費者教育為宗旨。</p>

條文	條文要點	規定內容
§ 28	保護團體之任務	<p>消費者保護團體之任務如下：</p> <p>一、商品或服務價格之調查、比較、研究、發表。</p> <p>二、商品或服務品質之調查、檢驗、研究、發表。</p> <p>三、商品標示及其內容之調查、比較、研究、發表。</p> <p>四、消費資訊之諮詢、介紹與報導。</p> <p>五、消費者保護刊物之編印發行。</p> <p>六、消費者意見之調查、分析、歸納。</p> <p>七、接受消費者申訴，調解消費爭議。</p> <p>八、處理消費爭議，提起消費訴訟。</p> <p>九、建議政府採取適當之消費者保護立法或行政措施。</p> <p>十、建議企業經營者採取適當之消費者保護措施。</p> <p>十一、其他有關消費者權益之保護事項。</p>
§ 29	檢驗設備	<p>消費者保護團體為從事商品或服務檢驗，應設置與檢驗項目有關之檢驗設備或委託設有與檢驗項目有關之檢驗設備之機關、團體檢驗之。</p> <p>執行檢驗人員應製作檢驗紀錄，記載取樣、使用之檢驗設備、檢驗方法、經過及結果，提出於該消費者保護團體。</p>
§ 33	行政監督 (進行調查)	<p>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。</p> <p>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：</p> <p>一、向企業經營者或關係人查詢。</p> <p>二、通知企業經營者或關係人到場陳述意見。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>五、必要時，得就地抽樣商品，加以檢驗。</p>

條文	條文要點	規定內容
§ 36	限期改善	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。
§ 37	緊急公告	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。
§ 41	職掌	<p>消費者保護委員會之職掌如下：</p> <p>一、消費者保護基本政策及措施之研擬及審議。</p> <p>二、消費者保護計畫之研擬、修訂及執行成果檢討。</p> <p>三、消費者保護方案之審議及其執行之推動、連繫與考核。</p> <p>四、國內外消費者保護趨勢及其與經濟社會建設有關問題之研究。</p> <p>五、消費者保護之教育宣導、消費資訊之蒐集及提供。</p> <p>六、各部會局署關於消費者保護政策、措施及主管機關之協調事項。</p> <p>七、監督消費者保護主管機關及指揮消費者保護官行使職權。</p> <p>消費者保護委員會應將消費者保護之執行結果及有關資料定期公告。</p>
§ 43	申訴與處理	<p>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。</p> <p>企業經營者對於消費者之申訴，應於申訴之日起<u>十五日</u>內妥適處理之。</p> <p>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。</p>

條文	條文要點	規定內容
§ 44	申請調解	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。
§ 45	調解委員會	直轄市、縣（市）政府應設消費爭議調解委員會，置委員七至十五名。 前項委員以直轄市、縣（市）政府代表、消費者保護官、消費者保護團體代表、企業經營者所屬或相關職業團體代表充任之，以消費者保護官為主席，其組織另定之。
§ 45-1	調解程序	調解程序，於直轄市、縣（市）政府或其他適當之處所行之，其程序得不公開。 調解委員、列席協同調解人及其他經辦調解事務之人，對於調解事件之內容，除已公開之事項外，應保守秘密。
§ 45-3	提出異議	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。
§ 45-4	調解程序 (小額消費爭議)	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三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。
§ 45-5	成立調解	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，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。

條文	條文要點	規定內容
§ 46	調解書	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二十二條至第二十六條之規定。
§ 47	訴訟	消費訴訟，得由消費關係發生地之法院管轄。
§ 49	訴訟名義	消費者保護團體許可設立三年以上，經申請消費者保護委員會評定優良，置有消費者保護專門人員，且合於下列要件之一，並經消費者保護官同意者，得以自己之名義，提起第五十條消費者損害賠償訴訟或第五十三條不作為訴訟： 一、社員人數五百人以上之社團法人。 二、登記財產總額新臺幣一千萬元以上之財團法人。 消費者保護團體依前項規定提起訴訟者，應委任律師代理訴訟。受委任之律師，就該訴訟，除得請求預付或償還必要之費用外，不得請求報酬。
§ 50	訴訟名義	消費者保護團體對於同一原因事件，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。消費者得於言詞辯論終結前，終止讓與損害賠償請求權，並通知法院。
§ 51	賠償金	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三倍以下之懲罰性賠償金；但因過失所致之損害，得請求損害額一倍以下之懲罰性賠償金。
§ 56	罰鍰	違反第二十四條（資訊）、第二十五條（媒體）或第二十六（標示）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。
§ 57	罰鍰	企業經營者拒絕、規避或阻撓主管機關依第十七條（定型化契約內容）第三項、第三十三條（調查）或第三十八（三十三-三十七活動）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，並得連續處罰。
§ 58	罰鍰	企業經營者違反主管機關依第三十六條（改善）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，並得連續處罰。

消費者保護法摘要表(續 8)

98.08.

條文	條文要點	規定內容
§ 59	罰鍰	企業經營者有第三十七條(緊急公告)規定之情形者，主管機關除依該條及第三十六條(限期改善)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。
§ 60	停歇業	企業經營者違反本法規定情節重大，報經中央主管機關或消費者保護委員會核准者，得命停止營業或勒令歇業。
§ 64	施行	本法自公布日(94年2月5日)施行。