

# 租賃住宅市場發展及管理條例第 5 條第 1 項 修法目的與修法前後實務判決差異評析

陳倩宇\*

## 前言

租賃住宅市場發展及管理條例（下稱租賃條例）於民國 112 年 1 月 12 日修正、同年 2 月 8 日公布、同月 10 日施行，首次修改、增訂部分條文，其中第 5 條第 1 項於 106 年 11 月 28 日制定時之內容為「租賃契約具消費關係者，適用消費者保護法相關規定；非具消費關係者，其應約定及不得約定事項，由中央主管機關定之」（下稱原條文），於本次修正時調整為「租賃契約出租人及承租人間視為具消費關係，適用消費者保護法相關規定」。上開修正無非係將「所有」租賃契約<sup>1</sup>均納入消費者保護法所適用之範疇，而未如原條文規範僅於租賃契約係在「消費關係」之前提下，始得適用消費者保護法。是以，此次修法目的為何及修法前後實務判決適用租賃條例第 5 條第 1 項之情形為何，將係本文探究之重點。

## 租賃條例第 5 條第 1 項修法歷程

觀租賃條例第 5 條第 1 項之修法歷程，係來自部分立委提案主張不再區分租賃契約是否具消費關係，而使租賃契約因是否具消費關係而有不同的規定和法律效果，並於租賃條例增訂調解機制及相關罰則，以避免現

行租賃條例僅規定於租賃爭議時，得向直轄市或縣（市）政府申請調處<sup>2</sup>，所可能衍生之調處會議召開程序繁雜，行政單位基於效率與成本，通常會收集數件糾紛事由後才召集調處會議，致民眾罹於請求權時效或除斥期間之問題，且即便雙方當事人達成協議並做成調處結果，惟因調處結果不具法律拘束力，當事人仍可在接到調處結果之書面通知後十五日內訴請法院審理，即可輕易且片面的推翻調處結果<sup>3</sup>，遂提出租賃條例第 5 條第 1 項將住宅租賃契約出租人及承租人間視為具消費關係，適用消費者保護法相關規定。

此一提案在立法院於 111 年 9 月 27 日進行協商會議時，內政部代表於會中表示，倘不再區分租賃契約是否具消費關係，全部於租賃條例中規範，恐衍生與消費者保護法相關契約保障、爭議申訴調解等法令適用競合及實務執行之疑義；行政院消費者保護處代表則指出，現行實務已將大部分的租賃案件納入消費者保護法適用，惟如將一般的房東也認定為企業經營者而使其負擔無過失責任，在國民情感上似乎也難以理解而無法獲致共識。嗣於同年及 12 月 16 日二度協商，內政部終於妥協而獲致部分共識 -- 租賃契約視為消費關係<sup>4</sup>。

\* 本文作者為探理法律事務所律師，國立政治大學法律學系學士，台灣消費者保護協會法律委員。

1. 本文所提及之租賃契約、租賃關係均係指「住宅」租賃契約及租賃關係，非「營業用」租賃契約及租賃關係。

2. 租賃條例第 16 條：「住宅租賃爭議，出租人或承租人得向直轄市或縣（市）政府申請調處，並免繳調處費用。」（本次修法未調整）。

3. 立法委員吳玉琴等 19 人擬具「租賃住宅市場發展及管理條例部分條文修正草案」，院總第 447 號委員提案第 28588 號，立法院第 10 屆第 5 會期第 11 次會議議案關係文書，111 年 5 月 4 日印發，第委 904 頁。

4. 林旺根（112 年 3 月 7 日），〈評 2023 年租賃專法之修正 — 以租賃契約回歸消保法為中心〉，《全國律師》第 27 卷第 10 期，第 50 頁。

## 租賃條例第 5 條第 1 項修法前後實務判決差異分析

租賃條例第 5 條第 1 項自 106 年 11 月 28 日制定、同年 12 月 27 日公布後，實務見解援引之案例為數不多，經筆者搜尋約 20 件案例，而修法後至今（114 年 2 月 1 日），則有約 10 多則<sup>5</sup>判決引用該新修之條文。

不論修法前後，實務案例多係適用於租賃契約條款違反消費者保護法第 17 條授權內政部制定公告之「住宅租賃定型化契約應記載及不得記載事項」時，該條款之效力為何。此外，修法前有少部分案例援引租賃條例第 5 條第 1 項探討租賃契約單方約定加重承租人失火責任之條款之效力，修法後則尚無見援引租賃條例第 5 條第 1 項討論承租人失火責任之案例。以下分別就「違反消費者保護法第 17 條授權內政部制定公告之『住宅租賃定型化契約應記載及不得記載事項』時條款之效力」及「承租人失火責任」兩類型之案例探討租賃條例第 5 條第 1 項修法前後對實務判決之影響及差異：

### 1. 違反消費者保護法第 17 條授權內政部制定公告之「住宅租賃定型化契約應記載及不得記載事項」時條款效力之實務案例：

臺灣臺南地方法院 112 年度南簡字第 1578 號民事判決（援引修法後之租賃條例第 5 條第 1 項）已表明：「租賃住宅市場發展及管理條例於 112.02.08 修正公布施行（第 34、38-2 條自 112.09.01 施行），依同條例第 5 條第 1 項規定，該租約視為具消費關係，適用消費者保護法相關規定，依消費者保護法第 17 條規定，就住宅租賃契約書範本所載條款，具有強制效力。」由此可知，消費者保護法第 17 條授權內政部制定公告之「住宅租賃定型化契約應記載及不得記載事項」對於所有租賃契約均具有強制效力，一旦租賃契約條款經法院認定有「住宅租賃定型化契約應記載及不得記載事項」之應記載事項未記載，該應記載事項仍構成租賃契約之一部<sup>6</sup>；如認租賃契約條款與「住宅租賃定型化契約應記載及不得記載事項」抵觸，則認該條款無效<sup>7</sup>；如租賃契約條款文字內容不明而有疑義時，則應為對消費者（即承租人）有利之解釋<sup>8</sup>。

對比修法前後援引租賃條例第 5 條第 1 項之差異，以第一個修法後引用租賃條例第 5 條第 1 項之判決 -- 臺灣新北地方法院板橋簡易庭 112 年度訴字第 458 號民事

5. 已排除修法後仍引用原條文或未依新修法條文適用消費者保護法之判決。

6. 如臺灣新北地方法院板橋簡易庭 112 年度訴字第 458 號民事判決。

7. 如臺灣臺南地方法院 113 年度南小字第 418 號民事判決：「又租賃契約出租人及承租人間視為具消費關係，適用消費者保護法相關規定，為 112 年 2 月 10 日修正生效之租賃住宅市場發展及管理條例第 5 條第 1 項所明定。是系爭租約雙方即兩造視為具消費關係，應適用消費者保護法之規定。另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。違反第 1 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，消費者保護法第 17 條第 1 項、第 4 項、第 5 項亦有明文。經查，系爭租約其中第 18 條第 1 點約定「租賃期間內乙方（即原告）若擬提前還離他處時，乙方應賠償甲方（即被告）2 個月租金，乙方絕無異議。」（本院卷第 27 頁）。而依內政部公告之住宅租賃定型化契約應記載事項第 14 點第 2 項規定，租賃契約約定得終止租約者，租賃之一方應至少於終止前 1 個月通知他方。一方未為先期通知而逕行終止租約者，應賠償他方最高不得超過 1 個月租金之違約金。則系爭租約第 18 條第 1 點約定在承租人任意提前終止系爭租約之情形，不問承租人有無於終止前 1 個月通知出租人，承租人一律應扣除 2 個月押金之違約金即賠償相當 2 個月租金之違約金，違反前開應記載事項規定，且不利於承租人，則該抵觸前揭應記載事項規定之部分，應屬無效。」

8. 如臺灣臺南地方法院 113 年度南小字第 680 號民事判決：「次按押金由甲（即被告）乙（即原告）雙方約定為 2 個月租金，金額為元整（最高不得超過 2 個月租金之總額）。乙方應於簽訂本契約之同時給付甲方。前項押金除有第 11 條第 4 項、第 13 條第 3 項、第 14 條第 4 項及第 18 條第 2 項得抵充之情形外，甲方應於租期屆滿或租賃契約終止，乙方返還租賃住宅時，返還押金或抵充本契約所生債務後之賸餘押金。本契約於期限屆滿前，除依第 16 條及第 17 條規定得提前終止租約外，甲（即被告）乙（即原告）雙方得不得任意終止租約。依前項約定得終止租約者，租賃之一方應至少於終止前 1 個月通知他方。一方未為先期通知而逕行終止租約者，應賠償他方最高不得超過 1 個月租金之違約金等情，為系爭租約第 4 條、第 13 條第 1 項、第 2 項所約定，有系爭租約 1 件在卷可稽，可知兩造並未於系爭租約第 13 條第 1 項規定中勾選是得否任意終止租約，則系爭租約得否提前終止，應審酌當事人主觀意思、客觀事實綜合判斷，並為有利於承租人即原告之解釋。」

判決，對照援引原條文之臺灣嘉義地方法院 111 年度訴字第 261 號民事判決，可見臺灣新北地方法院板橋簡易庭 112 年度訴字第 458 號民事判決得直接以租賃關係視為消費關係，適用消費者保護法之規定，並依消費者保護法第 17 條之規定認該案租賃契約未約定「出租人租期屆滿或終止，於承租人返還租賃住宅時，應返還押金或抵充租賃契約所生債務後之賸餘押金<sup>9</sup>」條款（下稱返還賸餘押金條款）違反內政部公告之「住宅租賃定型化契約應記載及不得記載事項」，有上開應記載事項（返還賸餘押金條款）未記載，故法院認定返還賸餘押金條款仍應構成該租賃契約之內容，以此即可保障承租人，在租賃契約未約定之情形下，仍得於租賃關係消滅時向出租人主張應先以押金抵充未繳清之租金及其他相關費用<sup>10</sup>後如仍不足，始得另外要求承租人給付不足之租金及其他費用。

反觀引用原條文（即未修法前）之臺灣嘉義地方法院 111 年度訴字第 261 號民事判決，原條文要求出租人必須是以出租為業之企業經營者，始得適用消費者保護法，如承租人無法舉證出租人係以出租為業且伊與出租人所簽訂之租賃契約為定型化契約（修法後，許多實務判決理由對於租賃契約是否為「定型化契約」似乎即未加著墨，詳下述），法院自難直接認定該出租人為企業經營者，承租人便難援引消費者保護法第 17 條授權內政部制定公告之「住宅租賃定型化契約應記載及不得記載事項」去主張與出租人間之租賃契約部分條款無效，而需透過原條文後半段另外

授權內政部訂定頒布之「住宅租賃契約應約定及不得約定事項」再檢視與出租人、承租人間之租賃契約是否相抵觸或漏未約定。是以，原條文修法前，需先區分該租賃契約是否具消費關係及性質為定型化契約，再決定應適用「住宅租賃定型化契約應記載及不得記載事項」或「住宅租賃契約應約定及不得約定事項」去評價該租賃契約是否有無效或依法漏未約定之條款，認定程序相當繁瑣。

況「住宅租賃定型化契約應記載及不得記載事項」及「住宅租賃契約應約定及不得約定事項」兩者條文間之差異甚微，僅前者較後者於應記載事項多了契約審閱期（第一點）、電費如約定由承租人負擔，是否以使用電量度數計費（第六點第（三）項）及不得記載事項中規範不得記載拋棄審閱期（第一點）及承租人不得申請租金補貼（第十點），然而二條文之所以有上開差異僅係因前者係用於規範定型化契約，故多了有關審閱期間之規定，本質及文字上幾乎無差異，故原條文區分租賃契約是否具消費關係，如具消費關係即適用前者；如未具消費關係又非定型化契約，需另外適用後者，除案件涉及「審閱期」之爭議外，大抵上所能獲得之結論係相同的，是本次修法將租賃契約均視為消費關係，顯然免除了法院認定出租人是否為企業經營者之累，亦解決承租人需舉證出租人為企業經營者之困境。

惟修法後之租賃條例第 5 條第 1 項，

9. 住宅租賃定型化契約應記載事項第 5 點第 2 項。

10. 住宅租賃定型化契約應記載事項第 6 點所規範之相關費用包含管理費、水費、電費、瓦斯費、網路費、其他。

將所有租賃契約均視為消費關係，雖無需細究出租人是否為企業經營者，但伴隨而來之問題係多數法院<sup>11</sup>於審酌租賃契約是否有條款無效或應記載事項未記載時，似乎直接跳過認定該租賃契約是否為「定型化契約」之判斷過程，而直接適用消費者保護法第 17 條授權內政部制定公告之「住宅租賃定型化契約應記載及不得記載事項」來判定該租賃契約條款之效力，對於該租賃契約之締約及雙方是否經磋商等過程均未加以著墨，不細究該租賃契約是否本質上係「定型化契約」，即因修法後之租賃條例第 5 條第 1 項賦予租賃相關爭議均得適用消費者保護法，就直接以消費者保護法第 17 條第 1 項授權內政部制定公告之「住宅租賃定型化契約應記載及不得記載事項」來判定，而忽略定型化契約需符合企業經營者為與多數消費者訂立同類契約之用，所提出預先擬定之契約條款之定義<sup>12</sup>，實際上個案之租賃契約是否為定型化契約則未細究，難謂判決適用「住宅租賃定型化契約應記載及不得記載事項」作為個案租賃契約條款效力認定依據即絕對適法，如遇個案租賃契約非定型化契約，似乎就無法直接適用「住宅租賃定型化契約應記載及不得記載事項」，而需回

歸民法條文審酌該租賃契約條款之效力，抑或是立法上需增訂如原條文後半段授權內政部訂定之「住宅租賃契約應約定及不得約定事項」之規範，可見本次修法縱解決了租賃契約不再因是否具消費關係而有不同的規定和法律效果，惟實務操作上可能因租賃契約本質上是否為定型化契約，而有不同之結論。

## 2. 失火責任案例探討

按民法第 434 條規定：「租賃物因承租人之重大過失，致失火而毀損、滅失者，承租人對於出租人負損害賠償責任。」承租人僅需因其「重大過失」所致之租賃物失火對出租人負損害賠償責任，惟實務上不乏有以租賃契約條款加重要求承租人須盡「善良管理人」之注意義務之前提下，始免除租賃物失火之損害賠償責任。

臺灣嘉義地方法院 109 年度嘉簡字第 535 號民事判決（該判決二審臺灣嘉義地方法院 109 年度簡上字第 80 號民事判決結論及理由相同）係租賃條例第 5 條第 1 項修法前所為之判決，該案原告（出租人）主張兩造所簽之租賃契約約定「乙方應以善良管理之注意使用房屋及設備，除因天災地變等不可抗拒之因素外，因乙方過失導致房屋損毀，應負損害賠償之責。

11. 租賃條例第 5 條第 1 項修法後有詳細認定租賃契約是否為定型化契約之案例：

臺灣臺中地方法院 112 年度中消字第 18 號民事判決：「系爭租約其他約定條款第 3 點約定『不可申請租屋補助』（見本卷第 23 頁）係以手書寫之文字，並非以印刷之定型化契約條款，該約定顯係經過兩商議後所為決定，在未違反強制及禁止規定之情形下，自不能認該約定為無效。況承租人在傳統上雖認係經濟弱勢一方，而多以法律保障其權益，惟當前租屋市場常因經濟循環景氣情況而變化，市場上並非僅有被告所有房屋出租，相同條件之出租房屋非僅少數，如原告不同被告所提出不申請租屋補助之約定，當可另尋其他房屋承租，斷無於同意後復生毀約之理，此顯違背契約自由之精神，亦與平等互惠原則、契約主要權利或義務受條款限制而無法達成目的均無關係，核與消保法第 12 條所指各款顯失公平之要件不符，原告此部分主張，尚屬無據。系爭租約雖係定型化契約之定型化條款，惟記載『原告不可申請租金助』並非以印刷之定型化契約條款，而係經過兩商議後所為決定，已如前述，在契約自由之精神下，該條款既係經兩造合意訂之，對兩造

自均發生效力而拘束兩造。而民法第 247 條之 1 所規定定型化契約之定型化條款有『免除或減輕預定契約條款之當事人之責任者』、『加重他方當事人之責任者』、『使他方當事人拋棄權利或限制其行使權利者』、『其他於他方當事人有重大不利益者』情形而顯失公平者，該部分約定無效之規定，自不適用本件系爭租約之上開約定，應可認定，原告此部分主張，核屬無據。」

臺灣臺南地方法院 113 年度南小字第 680 號民事判決：「系爭租約形式上外觀係全文印刷，並有部分欄位空白供契約當事人填載或勾選，且系爭租約封面載有『最新版』、『中國民國 109 年 8 月 26 日內政部台內地字第 1090264511 號函修正版本』，可知系爭租約係大量印刷並會依內政部公告函文改版，係供出租人與承租人訂約使用之定型化契約，且原告承租系爭房屋係供住宅使用，是以系爭租約雙方即兩造視為具消費關係，應適用消保法之規定，於系爭租約條款有疑義時，應為有利於消費者即原告之解釋。」

12. 消費者保護法第 2 條第 7 款。

房屋因自然之損壞有修繕必要時，由甲方負責修繕。」因此原告出租其所有之房屋因被告（承租人）有過失致其房屋失火而不堪居住，經被告以租賃條例第 5 條第 1 項、消費者保護法第 12 條第 1 項<sup>13</sup>、民法第 247 條之 1 第 1、2 款抗辯兩造上開條款約定片面限制被告權利或加重被告責任，應為無效，且伊並無過失。該案法院並未審酌兩造間之租賃契約是否為「定型化契約」，而係認定兩造間之租賃契約加重承租人失火責任條款無關於公序良俗，倘當事人約定承租人就輕過失之失火仍應負責，以加重承租人之注意義務者，其特約亦屬有效，僅係兩造間上開約定僅係與民法第 432 條關於承租人就租賃物之保管應盡善良管理人注意義務之規定相仿，難認係就承租人失火責任加重之特約，是本案仍應回歸民法第 434 條審視被告對於原告之房屋失火致毀損、滅失時，是否具有重大過失而需負損害賠償責任。

臺灣嘉義地方法院 109 年度嘉簡字第 535 號民事判決就租賃契約特約約定加重承租人失火責任，仍採用實務主流最高法院 89 年度台上字第 1416 號判決之見解：

「按民法第 434 條之排除同法第 432 條規定之適用，固僅在保護承租人之利益，以減輕其賠償責任而設，惟該失火責任之特別規定，無關於公序良俗，倘當事人約定承租人就輕過失之失火仍應負責，以加重承租人之注意義務者，其特約亦難謂為無效」，惟本文以為基於特別法（租賃條例）

優於普通法（民法）原則，該案之租賃契約得否以特約約定排除民法第 434 條之適用前提，應係建立在該租賃關係係修法前之租賃條例第 5 條第 1 項所稱之「非消費關係」、租賃契約非「定型化契約」，況該案被告業已抗辯該租賃契約係定型化契約，亦舉證該租賃契約蓋有「租管中心」字樣戳印，且原告平時亦有多間房屋出租，乃至招攬短租客戶，並亦有租管中心字樣刊登廣告等事實，足以證明原告係反覆出租房屋為業之租賃業者，該租賃契約應為定型化契約。

因此，該案法院如有先進一步審酌兩造之租賃契約是否為定型化契約，並採用最高法院 107 年度台上字第 1402 號判決見解：「定型化契約，係由締約當事人之一方預先擬定契約條款，他方當事人僅能依該預擬條款訂立契約，惟恐當事人間因經濟上與智識上處於地位不對等狀態，使締約地位弱勢之一方喪失決定契約內容之自由，立法或司法者乃積極介入定型化契約關係之調整及契約內容之控制，甚而授權以行政規制介入方式，以確保締約弱勢一方之權益。消費者保護法第 12 條、第 16 條即係針對定型化契約中定型化契約條款之效力為管制之規範，同法第 17 條並就中央主管機關得公告特定行業定型化契約應記載或不得記載之事項及效力予以規定」，則本案即可能產生不同之結論，即該租賃契約加重承租人失火責任之條款很可能因片面限制承租人（即消費者）權利或加重承租人責任被認定無效，而應回歸適用民法第 434 條使承租人僅於重大過失

13. 該案被告抗辯原告所提出之租賃契約蓋有「租管中心」字樣戳印，且原告平時亦有多間房屋出租，乃至招攬短租客戶，並亦有租管中心字樣刊登廣告等事實，足以證明原告係反覆出租房屋為業之租賃業者。

致房屋失火毀損之情形下須負賠償責任。

新修正之租賃契約第 5 條第 1 項已擬制所有住宅租賃關係為消費關係，希冀消費者保護法能介入所有租賃關係，進而更加保護消費者即承租人之權益，故上開臺灣嘉義地方法院 109 年度嘉簡字第 535 號民事判決之案例事實，如係發生於租賃契約第 5 條第 1 項修正後，本文認為有可能該租賃契約加重承租人之失火責任條款會因違反消費者保護法第 12 條而無效，而回歸適用民法第 434 條之規定。

## 結論

實務上目前引用新修之租賃條例第 5 條第 1 項之情形，幾乎大多聚焦在該案之租賃契約是否有違反消費者保護法第 17 條授權內政部制定公告之「住宅租賃定型化契約應記載及不得記載事項」，以及違反後之法律效果，又本次修法後將租賃關係均視為消費關係，就目前實務判決引用情形，確實如修法歷程討論所述使所有租賃關係均得適用消費者保護法，兩造即無需再就出租人是否為企業經營者進行攻防，亦免除法院審酌此一爭點之累，對於個案之租賃契約違反消費者

保護法第 17 條授權內政部制定公告之「住宅租賃定型化契約應記載及不得記載事項」亦得直接認定應記載事項未記載仍構成租賃契約之一部、抵觸者無效或有疑義時，則應為對消費者（即承租人）有利之解釋。此一修法使法院在個案租賃契約條款效力認定上較修法前簡化許多，亦免除承租人需舉證出租人為企業經營者之困難，確實增加了對消費者（即承租人）之保障，惟消費者保護法僅就「定型化」契約部分有進一步之規範，對於實務上有經出租人及承租人磋商約定之租賃契約，則可能因非定型化契約，而無法適用消費者保護法、住宅租賃定型化契約應記載及不得記載事項之情形，是針對租賃契約涉及非定型化契約之案例，本次修法上似乎無法顧及到，又原條文後半段另外授權內政部訂定頒布之「住宅租賃契約應約定及不得約定事項」，亦因本次修正而無法律授權依據，故針對租賃契約非定型化契約之案例，似乎得回歸抽象民法條文審酌其效力，對於一般不熟悉法律之民眾而言，等於少了一項訂定契約之參考依據，立法上似乎可針對非定型化契約之案例亦得訂定應約定及不得約定事項參考基準，使租賃市場之制度更完善周全。



# 論消費者保護法商品責任與純粹經濟上損失

## —從最高法院 111 年度台上字第 339 號判決談起—

黃有衡\*

### 壹、前言

當商品或服務存在瑕疵，導致消費者或第三人之生命、身體、健康、財產遭受損害時，消費者得依《消費者保護法》<sup>1</sup>第 7 條向企業經營者請求損害賠償。然而，該條文中所指稱之「財產」，是否包含存有瑕疵之商品本身，抑或僅限於商品瑕疵所導致損害之其他固有財產，即消保法第 7 條商品責任之保護客體是否涵蓋「商品自傷」，歷來為學說爭議之焦點。

本文以最高法院 111 年度台上字第 339 號判決為例，探討學說上關於「商品自傷」或「純粹經濟損失」是否屬於消保法第 7 條商品責任規範保護範圍之不同見解，除分析學說理論外，並就其他有關實務見解為簡要說明。

### 貳、判決概要

#### 一、案例事實

本文案例主要為大樓區分所有權人與建商間，就建物外牆帷幕玻璃掉落所生糾紛。被上訴人甲為系爭建物之大樓管理委員會，為本件訴訟之被選定人，選定人共計 117 人為甲大樓之區分所有權人；系爭建物為上訴人乙建設公司所建造、出售；另丙建築師為

系爭建物之設計、監造建築師；丁建經公司為系爭建物建造時之建築經理公司，受乙建設公司委託控管興建資金，乙建設公司並將建案起造人名義信託登記予丁公司；戊營造公司承包上訴人乙建設公司之系爭 15 層樓高建物新建工程之結構及裝修工程，為系爭建物使用執照上之承造人。

系爭建屋部分外牆及陽台女兒牆（以下簡稱外牆）為玻璃帷幕，於 101 年 1 月間獲核發使用執照並陸續交屋，但自 103 年 3 月間至 106 年 2 月間，發生 7 次外牆玻璃及部分金屬支架掉落至建物外一樓人行道之事件（其中 6 次發生時並無颱風、暴雨、地震等外力因素），所幸無人傷亡。

#### （一）被上訴人甲管委會主張

大樓各區分所有權人授與甲管委會訴訟實施權後，被上訴人甲以乙建設公司、丙建築師、丁建經公司以及戊營造公司為共同被告，起訴請求被告四人連帶給付全面更換大樓外牆玻璃之工程費用 3,700 餘萬元，主要理由為：

1. 乙、丙、丁、戊皆屬消費者保護法第 7 條所定之企業經營者，其所設計、製造與銷售之系爭建物玻璃帷幕與陽台玻璃外牆之材質、厚度、固定方式與施工品質應確保該玻璃不會掉落，蓋因作為外牆使用之玻璃當可合理期待具備不破損掉落之安全性，然其等並未為之，致該

\* 本文作者為探理法律事務所合署律師，國立臺灣大學法學碩士，台灣消費者保護協會法律委員、全國律師聯合會不動產委員會委員。

1. 以下簡稱消保法。

商品或服務有安全上瑕疵，違反消保法第 7 條第 1 項之規定，依同條第 3 項應對被上訴人負連帶損害賠償責任。

2. 另依建築法第 39 條及營造業法第 26 條，乙建設公司、丁建經公司、戊營造公司皆違反依照核定工程圖樣及說明書施工之義務，乙建設公司亦違反建築法第 77 條第 1 項所規定交屋前維護建築物構造安全之義務，丙建築師另違反建築師法第 18 條監督營造業依圖說施工、查核建築材料之規格及品質等義務，故乙建設公司、丁建經公司、戊營造公司自該當民法第 184 條第 2 項違反保護他人之法律，三人依民法第 184 條第 2 項、第 191 條之 1，丙建築師應依民法第 184 條第 2 項，對被上訴人甲負侵權行為損害賠償責任，且四人屬共同侵權行為，應依民法第 185 條規定連帶賠償。
3. 系爭建物之玻璃帷幕頻繁掉落，致生危險，乙建設公司所交付之系爭建物，並不符合一般作「民宅」使用建物之品質與通常效用，而有瑕疵，應依民法第 354、359、360 條等規定負瑕疵擔保責任。
4. 另系爭建物外牆玻璃帷幕之實際材質與使用執照竣工圖說記載之材質不符，是乙建設公司亦顯有違反買賣契約之債務不履行情事，應依民法第 226 條 1 項、第 227 條第 1 項，對被上訴人負損害賠償責任。

## （二）上訴人乙建設公司主張

應駁回被上訴人之請求，主要理由為：

1. 系爭建物外牆玻璃帷幕實際使用材質強度高於使用執照竣工圖說記載之材質，無任何瑕疵或違約情事。

2. 建築法及營造業法之行為主體，限於建築師及營造業者，建商非建築師亦非營造業，不受該法條之規制，且系爭建物外牆皆按法規設計、草擬圖說，並按圖說施工。

3. 被上訴人所指系爭建物外牆玻璃帷幕瑕疵，均屬商品本身之瑕疵，並非消保法第 7 條、民法第 191 條之 1 之保護客體。

## （三）所涉爭點

本案例所涉爭點眾多<sup>2</sup>，若僅聚焦於本文主題，本件主要爭點在於：消保法第 7 條規定：「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（第 1 項）。商品或服務具有危害消費者生命、身體、健康、『財產』之可能者，應於明顯處為警告標示及緊急處理危險之方法（第 2 項）；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。（第 3 項）」，第 2 項所謂『財產』是否包括商品本身？若商品本身受有損害，消費者或第三人得否依同條第 3 項規定請求損害賠償？由於本案例事實中似僅有商品本身（即玻璃帷幕）之損害，而無消費者生命、身體、健康以及商品本身以外之財產損害，故上開爭點直接牽涉本案有無消費者保護法第 7 條之適用，至為重要。

2. 本案亦涉及消滅時效的起算時點、消費關係的界定、管委會的權利能力等爭議問題，惟與本文較無關聯，故不予討論。

## 二、第一審判決

就上開爭點，第一審法院（臺灣新北地方法院 106 年度重訴字第 391 號民事判決）採肯定見解，即消保法第 7 條第 2 項所謂「財產」包含商品本身，法院囑託之鑑定報告指出強化玻璃中含有微量雜質……可能使強化玻璃發生自爆，強化玻璃一般常情應不得有可能發生自爆之情形，上訴人乙建商又未提出其他證據證明系爭建物陽台帷幕玻璃符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性，致被上訴人之財產權受有損害，損害與瑕疵間具有相當因果關係，是上訴人乙建商應負消保法第 7 條之損害賠償責任，賠償改善系爭建物外牆帷幕玻璃所需工程費用約 3,772 萬餘元。至於其他請求權基礎，第一審法院認為消保法為民法之特別法，且舉證責任亦較契約責任減輕，故無再審酌之必要。

第一審法院稱消保法第 7 條第 2 項所謂「財產」包含商品本身，其理由概略為：

- （一）觀察消保法第 1 條第 1 項之立法宗旨，將企業經營者之責任類型囊括「商品與服務」責任，倘以民事法律已有債務不履行、瑕疵擔保責任之規定，即認消保法第 7 條第 2 項所規定所受危害之財產不含商品本身，進而排除消保法保護消費者權益之規範精神，將產生以既存法律體系限制新生法規範目的之情形，將有侵害人民依消保法行使權利以捍衛受憲法所保障財產權之嫌。
- （二）被害人與企業經營者或經銷商之間，如不具契約關係時，常因不能證明商品製造人之故意或過失，致無法依侵

權責任規定獲得賠償，從而消保法第 7 條特別立法規定「無過失責任」，以救濟民法侵權責任之窮。按此立法精神，實不宜將商品本身因瑕疵存在而致被害人之權利受損排除在適用範圍外。

- （三）商品製造人生產製造之商品，應確保其無安全上之危險，若該商品因自體瑕疵而毀損或滅失，買受人因買受該產品所受財產上之損害，實與所有權被侵害無異，應容許買受人得就此一損害向企業經營者主張商品製造人責任。
- （四）若限制消費者如德國一般，僅能依契約不履行，向其直接契約當事人請求，再由受請求者層層轉向製造者請求，不僅於消費者權益之保護，未見貫徹，而且徒增訟累。
- （五）消保法第 7 條規定之賠償責任，本質上係侵權責任，自應依民法第 216 條之規定填補債權人所受損害及所失利益，解釋上，當包括商品本身之損害。故商品製造人生產具有瑕疵之商品，流入市場，成為交易之客體，顯已違反交易安全之義務。
- （六）另消保法第 7 條於 83 年 1 月 11 日制定時，其立法理由並未載明所謂財產並不包含商品本身。
- （七）倘若將消保法第 7 條保護範圍局限於商品危險，而排除商品自傷之瑕疵等情，無異於形成無過失之人僅需負較重之責任，無須負較輕之責任，法秩

序規範將顯失輕重。

至於被上訴人甲管委會請求丙建築師、丁建經公司及戊營造公司連帶負損害賠償部分，第一審法院分別以被上訴人未舉證說明丙建築師有何違反設計或監造義務；丁建經公司僅受託管理興建資金而非系爭建物之設計、製造、生產或提供相關服務之人；丁營造公司並未實際承攬施做系爭建物外牆玻璃帷幕等理由，駁回被上訴人甲管委會之請求。

### 三、第二審判決

甲管委會和乙建設公司於第二審皆提起上訴，甲管委會僅就第一審對丙建築師敗訴部分聲明不服，乙建設公司則是就第一審敗訴部分聲明不服。就前開爭點，第二審法院（臺灣高等法院 108 年度重上字第 744 號民事判決）亦採上述理由，肯定消保法第 7 條第 2 項所謂「財產」應包含商品本身，判決乙建設公司應依消費者保護法第 7 條規定，賠償甲管委會修復玻璃帷幕費用 3,451 萬餘元，至於其餘請求權則未論述。甲管委會請求丙建築師賠償部分，第二審法院亦認甲管委會未舉證證實丙建築師有何違反設計或監造義務，而駁回此部分請求。

### 四、最高法院判決

案經上訴人乙建設公司上訴最高法院，最高法院（最高法院 111 年度台上字第 339 號民事判決）認消保法第 7 條之「財產」不含商品本身，從而廢棄第二審判決關於命乙建設公司給付部分，發回臺灣高等法院。判決所採理由為：「上開條文（指消保法第 7 條）規定於第 2 章『消費者權益』之第 1 節

『健康與安全保障』，佐以消保法第 1 條明定該法之立法目的，在於保護消費者權益，促進國民消費生活安全，提昇國民消費生活品質，可見上開規定旨在規範商品或服務應具備安全性與衛生性，以保護消費者從事消費活動時，其自身之安全及固有財產，不致因所購買之商品或服務不具備當時科技或專業水準可合理期待之安全性，而受到危害。至商品因本身缺陷或不具安全性，致毀損、滅失或不堪使用而生之財產上損失，與消費者之健康與安全保障並無直接關係，消費者得依民法瑕疵擔保責任或債務不履行等規定請求賠償，應不在消保法第 7 條規定保護範圍之列。原判決以上開理由，認消保法第 7 條規範之範圍，包括商品本身瑕疵所生之損害，並進而據此命上訴人負消保法之賠償責任，所持法律見解，依上開說明，即有可議。」

### 參、相關理論

自 1970 年代起，台灣陸續發生「多氯聯苯」、「甲醇假酒」、「鎘米」等重大消費事件，消費者保護之權利意識也逐漸抬頭，財團法人消費者文教基金會於 1980 年成立，推動費者保護運動，也促成政府於 1994 年 1 月 11 日制定公布「消費者保護法」，頒布消保法第 7 條商品任等相關規定，俾保護消費者權益，促進國民健康與安全保障。其後民法債編於 1999 年 4 月 21 日修正之際，增訂民法第 191 條之 1 商品製造人責任規定，並自 2000 年 5 月 5 日施行<sup>3</sup>。有學者認為，

3. 有關消保法立法時之社會脈絡與立法過程，參洪誌宏，消費者保護法，2023 年 3 月，第 1-5 頁；曾品傑，臺灣商品責任法之發展—以消費者保護法上之商品責任為中心，收錄於：成大法學第 23 期，2021 年 6 月，第 4 頁。

民法增設商品製造人責任，其理由應係維護民法體系完整，並補消保法第7條規定適用之不足<sup>4</sup>。自此，消保法第7條商品責任與民法第191條之1商品製造人責任，共同形成了消費者保護法制的雙軌規範體系。

消保法第7條與民法第191條之1，二者處於競合關係<sup>5</sup>。然對照條文內容，可知消保法「商品責任」與民法「商品製造人責任」，無論構成要件或法律效果皆有不同，例如消保法將服務提供者也納入責任主體，民法則限於商品製造人；消保法創設無過失責任，民法為推定過失；消保法第51條定有懲罰性賠償，民法則以填補損害為原則<sup>6</sup>，明顯在多數案例類型，主張消保法第7條之商品責任，無論是在舉證責任或是請求賠償金額，都對請求權人更為有利，因此大多數的商品責任損害賠償案件，訴訟上攻防都有如本文案例一般，著重於消保法第7條，而非民法第191條之1，本文亦因囿於篇幅，僅以討論消保法第7條為主。

與本文案例最密切相關的法律爭點為<sup>7</sup>：**消保法第7條第2項所謂『財產』是否包括商品本身？**本文中乙建設公司建造房屋完成後，出售予消費者，然其外牆玻璃帷幕多次掉落於一樓騎樓處，雖無任何人身或固有財產之損害，消費者可否依消保法第7條主張乙建設公司賠償玻璃帷幕之維修費用或價值減損？抑或消費者只能依契約關係向乙建設

公司主張？此為消保法最具爭議性的問題之一，若商品本身受有損害，消費者或第三人得否依同條第3項規定請求損害賠償？

就此案例，學說多以「商品自傷」(Product injuries only itself)稱之，即商品自體的損害，除毀損滅失外，尚包括不堪使用，必須修繕或喪失營業利益<sup>8</sup>，依據通說見解，「商品自傷」所生之損失即為「純粹經濟上損失」(Pure economic loss)<sup>9</sup>，參考王澤鑑教授所舉案例類型<sup>10</sup>，可知以本文案例而言，例如A向B建商購買C營造商建造的建物，因帷幕玻璃商品自傷而生之純粹經濟上損失可能有以下五種主要類型：

1. 因帷幕玻璃具有瑕疵而導致建物價值減少。
2. 為修帷幕繕玻璃而支出費用。
3. 因帷幕玻璃之瑕疵而無法使用，喪失營業利益。
4. 帷幕玻璃部分因瑕疵而毀損滅失。
5. A轉售該建物予D，須對D所受的損害負賠償責任。

由上開五種類型可知，帷幕玻璃本身的損害為商品自傷，其所導致之「建物價值減少」、「修繕所支出費用」、「營業利益的喪失」、「毀損滅失」、「對第三人的賠償責任」，則為商品自傷所生之純粹經濟上損失。

就商品自傷或純粹經濟上損失是否為消

4. 王澤鑑，侵權行為法（二）特殊侵權行為，2006年3月，第313-314頁。  
5. 有關消保法第7條與民法第191條之1的交錯適用關係，常見有「法條競合說」、「請求權自由競合說」、「請求權自由規範競合說」等，此並非本文主題，故不詳述，請參閱謝哲勝，商品自傷非商品責任的保護客體——評最高法院九十六年度台上字第二一三九號民事判決，收錄於：月旦法學雜誌第232期，2014年9月，第252-253頁。  
6. 詳細說明，請參閱林誠二，債法總論新解：體系化解說（上），2012年10月，第400-403頁。  
7. 此外學界對於民法191條之1所定「商品」是否包含不動產，甚至是消保法施行細則第4條將不動產納入消保法第7條第1項所定「商品」範圍，有不同看法，請參閱謝哲勝，前引註5，第248至251頁。

8. 王澤鑑，商品製造者責任與純粹經濟上損失——最高法院二則判決的評釋及消費者保護法第七條的適用，收錄於：民法學說與判例研究，2003年9月，第260頁。  
9. 陳聰富，建物瑕疵之侵權責任——商品自傷的損害賠償，收錄於：政大法學評論第143期，2015年12月，第61-122頁；王澤鑑，前引註8，第261頁。  
10. 節錄原文供參：「甲向乙購買丙製造的汽車，該車機件具有瑕疵，甲因車禍受傷，手錶毀損時，係權利遭受侵害。至於純粹經濟上損失，其主要情形有五：1. 汽車因具有瑕疵而減少價值。2. 為修繕汽車瑕疵而支出費用。3. 汽車因瑕疵而不能使用，喪失營業利益。4. 汽車本身因車禍而毀損滅失。5. 甲轉售該車於丁，須對丁所受的損害負賠償責任」，王澤鑑，前引註8，第236頁。

保法第7條商品責任的規範保護範圍，目前學說多採否定說，認為該條文所稱「財產」，應限於被害人之所有權或其他物權等財產權，不包括純粹經濟上損失，尤其是商品本身因其缺陷或不具安全性，毀損滅失或不堪使用而生財產上的損失（即商品自傷），主要理由多為<sup>11</sup>：

1. 消保法第7條屬侵權責任，非契約責任<sup>12</sup>。侵權責任的保護範圍，原則上僅及於請求權人人身傷害與固有財產受損害之情形，至於因商品自傷而生之純粹經濟上損失，其範圍往往不易界定，應由當事人於契約條款中事先規範，諸如保固條款、違約金條款、免責條款等，若肯定消保法第7條之保護範圍包含純粹經濟上損失，將使侵權責任範圍陷於不明確、無邊際的狀態，過度限制企業經營者之營業自由，不利工商業發展。
2. 同為侵權責任，採過失責任原則的民法第184條第1項所稱「權利」，通說肯定不含純粹經濟上損失，若肯定採無過失責任的消保法包含純粹經濟上損失，無疑為輕重失衡。
3. 契約法對於商品瑕疵所生之損害，就其成立要件、法律效果及消滅時效皆已有規定，若肯認消費者以消保法規定求償，將使契約法失去意義，形同具文。
4. 消保法第7條採無過失責任，第51條並定有懲罰性賠償，若又肯定純粹經濟

上損失也在消保法第7條保護範圍內，將過度加重企業經營者之負擔。

5. 從比較法上觀察，美國、日本，及我國繼受的歐體1985年商品責任指令或德國商品責任法，皆不包含純粹經濟上損失。

就此爭議，學說亦有持特殊見解者，陳忠五教授獨排眾議地認為「商品自傷」與「純粹經濟上損失」並不相同，若為「商品瑕疵」，應為純粹經濟上損失，非消保法第7條第2項所稱「財產」；然若為「商品自傷」，則屬「物的所有權的侵害」，應屬該條文所稱「財產」，例如海砂屋所造成的價值減損，為商品瑕疵，為純粹經濟上損失，消費者僅能依契約規定求償，若海砂屋倒塌，則就倒塌部分之商品自傷，應屬「物的所有權的侵害」，消費者即得依消保法第7條主張商品責任<sup>13</sup>。

上開見解另闢蹊徑，與通說「商品自傷屬純粹經濟上損失」之論述前提全然不同，值得深研，然若適用在本案例，似會得出：「具有瑕疵但尚未掉落的帷幕玻璃為純粹經濟上損失，甲管委會須依契約規定求償；已掉落的帷幕玻璃則屬商品自傷，甲管委會得依消保法第7條求償的結果」，如此恐會產生訴訟實務上區分困難，且法律適用過度複雜的現象。再者，帷幕玻璃最初安裝時，由於房屋尚未銷售，其所有權尚屬企業經營者而非消費者，存在於該帷幕玻璃之瑕疵，是

11. 詳王澤鑑，前引註8，第268頁以下；陳聰富，前引註9，第82-85頁；謝哲勝，前引註5，第253-254頁；洪誌宏，前引註3，第124-126頁；詹森林，純粹經濟損失與消保法之商品責任—最高法院97年台上字第2348號判決之研究，收錄於：法令月刊第60卷，2009年7月，第60-61頁；吳從周，臺灣商品責任之實體與程序主要爭議現況—特別聚焦檢討舉證責任分配之實務案例，收錄於：月旦法學雜誌第214期，2013年3月，第77-78頁；吳瑋瑜，房屋之商品責任在臺灣之發展現況及其挑戰—以臺灣最高法院九十八年度台上字第十七二九號判決為觀

察，收錄於：月旦民商法第31期，2011年3月，第161-163頁。

12. 此為學界通說，消保法第7條立法理由雖未論及，但民法第191條之1立法理由開宗明義闡明：「商品製造人責任，宜採侵權行為說」可資參照。

13. 陳忠五，論消費者保護法商品責任的保護法益範圍，收錄於：最高法院學術研究會叢書第19冊，2010年7月，第39頁以下（此為月旦知識庫所編頁碼）。

否可稱之為對消費者之物的所有權的侵害？亦有討論空間。

有學說另從賠償責任的合理範圍著眼，提出法定責任說，主張應依據當事人是消費者或第三人，提供強弱有別的保護機制，若被害人是消費者，應肯認消費者不但可依消保法請求賠償商品自傷等純粹經濟損失，亦得就缺陷商品以外之非供營業用的物品所有權受侵害一事，主張權利。相對的，若被害人為第三人則為合理限制企業經營者之責任範圍，第三人依消保法商品責任所受到之保護法益，僅限於生命、身體、健康、以及缺陷商品以外其他供非營業使用之物所有權受侵害的情形，並不包含商品自傷等純粹經濟上損失，然需注意的是，此學說將「消費者」重新定義為：應指「與企業經營者有契約關係之非營業的當事人，或當事人之父母、子女、配偶，或與當事人同居之親屬，或與其有經濟上或工作上密切關係之同僚、下屬，基於非營業性目的而使用商品之人」<sup>14</sup>，與消保第2條第1款「消費者：指以消費為目的而為交易、使用商品或接受服務者。」大不相同，而更為限縮。

上開學說從風險、責任範圍之合理分配角度出發，重新劃定消保法第7條之適用範圍，其立論基礎似建立於對「消費者」的重新定義之上，恐過度限縮消保法第2條之文義，惟在立法論上仍非常值得參考。

## 肆、實務發展

對於消保法的解釋適用，司法實務並未如學說形成通說。我國消保法和民法第191條之1，分別於1994年和2000年施行，在此之前法規範裡並無商品責任此類特殊侵權行為之規定，就純粹經濟上損失之案例，在此前最高法院有認為債務人應依民法不完全給付之規定負損害賠償責任，如77年度台上字第1989號判決即為適例<sup>15</sup>，亦有肯定應依侵權行為負責者：「按商品製作人生產具有瑕疵之商品，流入市場，成為交易之客體，顯已違反交易安全義務，苟因此致消費者受損害，自應負侵權行為損害賠償責任…（78年度台上字第200號判決）<sup>16</sup>」，對消費者是否得依侵權行為法之規定，對企業經營者請求商品自傷所生之純粹經濟上損失，在消保法尚未立法前，最高法院似傾向肯定見解<sup>17</sup>。

消保法於1994年施行後，依照曾品傑教授之整理，最高法院在2007年以前，傾向認為消保法第7條商品責任不包含純粹經濟上損失，如95年度台上字第637號判決謂：「況消費者保護法第七條規定之商品製造人責任，性質上同屬侵權責任範疇，故該條所謂之財產，應作限縮解釋，不包括具有瑕疵（安全上危險）商品本身的損害及其他純粹經濟上損失…」，以及96年度台上字第2139號判決似亦同此見解<sup>18</sup>。2007年後，

14. 曾品傑，論消費者保護法上之商品責任—以商品自傷之損害賠償為中心，收錄於：月旦民商法第27期，2010年3月，第34頁以下。

15. 當時民法第227條尚為舊條文：「債務人不為給付或不為完全之給付者，債權人得聲請法院強制執行，並得請求損害賠償」，至於「不為完全給付」是否包括不完全給付，法律上該如何適用，在當時頗有爭議，該條文已於1999年修正為現行版本，明文規定不完全給付亦為債務不履行類型之一。

16. 此判決之案例事實可簡化為甲向乙購買丙所製造之磁磚，貼用於丁，不久後磁磚發生龜裂，甲遭丁索賠，因而受有商品自傷所生的純粹經濟上損失，甲與丙間無契約關係，只能訴諸侵權行為為法索賠。

17. 上揭判決及評析，請參閱王澤鑑，前引註8，第246-254頁。

18. 本件最高法院對原審表示商品自傷不屬消保法第7條範疇，似無反對：「且原審謂：消費者保護法第七條第二項所稱之受侵害之「財產」並不包括「商品本身」。查上訴人直接、或間接承購之系爭房屋，被上訴人雖係起造人、設計人、及承造人，惟上訴人請求被上訴人連帶賠償之損害，係「安全或衛生上之有危險之商品」房屋本身，依前揭說明，自不屬消費者保護法第七條第二項所規定受侵害之「財產」云云，惟上訴人起訴所請求賠償者，除房屋本身之損害外，尚包括上訴人之室內裝修因地震房屋半倒而生之損害（見一審卷第一宗第九頁），此部分原審未說明其取捨意見，殊欠允洽」，詳請參閱曾品傑，前引註3，第13-14頁。

最高法院則有認同商品自傷可依消保法第7條求償之趨勢，如98年度台上字第1729號判決（即九二一地震時之東勢王朝大樓倒塌事件）：「消保法第七條規定之賠償責任，本質上係侵權責任，自應依民法第二百十六條之規定填補債權人所受損害及所失利益，解釋上，當包括商品本身之損害。故商品製造人生產具有瑕疵之商品，流入市場，成為交易之客體，顯已違反交易安全之義務，苟因此致消費者受有損害，自應負包括商品本身損害之侵權行為賠償責任」，以及98年度台上字第2273號判決（台北新家族社區房屋半倒事件）似亦同此立場<sup>19</sup>。

至於近10年的最高法院，依筆者觀察似傾向採否定說，如105年度台上字第65號判決、106年度台上字第1號判決、106年度台上字第356號裁定，以及本文案例111年度台上字第339號判決，皆為適例。

另值得注意的是，事實審法院近年對此爭議的見解亦不一致，採否定說者如臺灣高等法院102年度上字第1361號判決、臺灣臺南地方法院105年度消字第6號判決等，採肯定說者，除了本文案例的一、二審判決外，亦有如臺灣臺南地方法院106年度消字第2號判決（即著名之維冠大樓倒塌案，本案並判准懲罰性賠償）等。

## 伍、結論

消保法第7條第2項所稱「財產」，是否包含商品本身？消保法商品責任之保護範圍，是否包含純粹經濟上損失？是長久以來爭論不休的議題，雖然在有契約關係的情

形，純粹經濟上損失可藉由契約關係加以請求，然此爭論在訴訟實務上仍頗具重要性，因為在許多情形，請求權人（即消費者或第三人）未必與企業經營者有契約關係，例如本案例中，可能有住戶為第二手住戶（非直接向乙建設公司購買房屋），若採否定見解，就玻璃帷幕自傷的損失，該住戶則只能依契約關係向前手出賣人求償，而無法依消保法向乙建設公司求償。再者，若依契約關係，請求權人需就出賣人可歸責事由或有瑕疵之事實負舉證責任，未如消保法第7條採無過失責任，企業經營者需舉證證明商品或服務無欠缺安全性，且消保法第51條又定有懲罰性賠償，是以訴訟上無論是否有契約關係，只要具有消費者身分，請求權人多會直接援引消保法第7條為請求權基礎。

雖學界通說多由比較法、避免侵權責任範圍漫無邊際、商品責任已採無過失責任及懲罰性賠償制度等理由，主張消保法第7條商品責任保護範圍不應包括純粹經濟上損失，然法院審理實務上似乎並未全然受到學界通說影響，無論是否為最高法院，採取肯定說允許純粹經濟上損失藉由消保法第7條求償者，所在多有，然本文所舉最高法院111年度台上字第339號判決則採否定見解，其發回更審之後續發展，值得觀察。

再者，由於此爭議尚未形成穩定之實務見解，因在訴訟實務上仍有相當大的攻防空間，訴訟律師宜就此爭點多加準備、充分論述，以說服法院採取對當事人最有利之見解。至於未來實務上是否會由最高法院大法庭裁定或以累積實務判決的方式統一見解，或是否會有立法層次的變動，亦值得多加注意。

19. 請參閱曾品傑，前引註3，第14-21頁；吳瑾瑜，前引註11，第161-163頁。

# 訪問交易之法律爭議

黃柔雯\*

## 前言

筆者於調解消費法律爭議時，常見的爭議內容有實體購物，賣方保證的商品品質與買方所購買的商品品質不符，買方因而要求解約；又自新冠肺炎疫情後，網路購物消費行為大舉增加，民眾在網路購物（即消費者保護法所稱之通訊交易），網路購物商品遲延到達、到達之商品不符消費者所欲購買之商品之期待（特別在網路購入1至2年期教學課程部分）而要求解約退款；另較有爭議為訪問交易，舉例：若消費者於百貨公司購物時，受業者引導至所開設之臨時賣場，觀看型錄後未看見實體商品即購買大量家具，此情形究竟屬實體購物抑或為訪問買賣？本文茲就訪問交易之定義、實務見解、法律爭議為分析：

### 一、定義

（一）按消費者保護法第2條第11款明定：

「訪問交易：指企業經營者未經邀約而與消費者在其住居所、工作場所、公共場所或其他場所所訂立之契約。」

（二）次按消費者保護法第18條第1項明定：「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19條規定解除契約之行使期限及方式。

四、商品或服務依第19條第2項規定排除第19條第1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。

七、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。」

（三）訪問交易的地點

1. 消費者的住居所：依據民法第20條規定，依一定事實，足認以久住之意思，住於一定之地域者，即為設定其住所於該地。

2. 工作場所：消費者所工作之地點

3. 公共場所：供不特定多數人共同使用或集合之場所，如公園、道路、廣場等。

4. 其他場所：解釋上凡類似消費者之住居所情境，消費者無法作正常考慮締約機會之任何場所者即屬之，而非以「限於須經消費者邀約始能訪問進入之場所」為限，始符合立法旨意。（臺灣臺北地方法院88年訴字第2570號民事判決意旨參酌）

二、訪問買賣為消費者保護法所規定之特種交易

\* 本文作者係執業律師。

(一) 因訪問買賣的交易通常係業者自動上門推銷，消費者對於所推銷商品並無足夠資訊及時間得以判斷，而迫使消費者在銷售人員推銷壓力下購買商品，嗣後發現「該商品並不合適自己」或是「購入後詢價，發現係以昂貴價格購買訪問交易之商品」。是以，考量此種訪問交易，消費者於簽訂契約時與業者所立於不平等關係，故此賦予與通訊交易相同之解約權，係為消費者保護法特別規定為特種交易。

(二) 上開保護消費者之立法目的可參酌相關實務見解：

1. 按「訪問買賣，指企業經營者未經邀約而在消費者之住居所或其他場所從事銷售，所為之買賣，消保法第2條第1項第11款定有明文。又郵購或訪問買賣之消費者，對所收受之商品不願買受時，得於收受商品後7日內，退回商品或以書面通知企業經營者解除買賣契約，無須說明理由及負擔任何費用或價款，同法第19條第1項亦有明文。其**立法理由係因郵購買賣與訪問買賣之交易通常是在消費者無法詳細判斷或思考之情形下，使消費者購買不合意或不需要之商品，為衡平消費者在購買前無法獲得足夠的資料或時間加以選擇，故採將判斷時間延後之猶豫期間制，即收受商品後7日之猶豫期間，俾供消費者詳細考慮，並予解約之機會。此給予買方消費者訂約後於一定期間不附理由解除契約之權利，乃為保障消費者使其**

有充分瞭解產品內容之機會，以決定締約與否，惟如係消費者已有檢視及了解商品之時間或機會，即難遽論其屬訪問買賣而有消費者保護法第19條第1項規定之適用。」(臺灣臺中地方法院臺中簡易庭112年中消簡字第1號民事判決意旨參照)，由上開判決即知訪問買賣因受經營者主動推銷，消費者並無合理判斷時間、亦無蒐集有關商品充足資料而購買，故賦予消費者無理由之7日解約權。

2. 「復按為使消費者能夠事後主動與企業經營者取得聯絡，並明瞭交易條件，消保法第18條特別規定企業經營者之告知義務，即應將買賣之條件、出賣人之姓名、名稱、負責人、事務所或住居所告知買受之消費者。**又為平衡消費者在購買前無法獲得足夠的資料，或並無充足的時間加以選擇，故特別採取將判斷時間延後之猶豫期間，遂有消保法第19條第1項賦予消費者在收受商品後7日內得行使法定解除權之權利。**」(臺灣桃園地方法院101年度桃簡字第1637號民事判決意旨參照)，就訪問買賣，企業經營者具有消費者保護法第18所列之告知義務，本判決亦強調訪問交易之時間急迫性、資訊不確定性故賦予消費者7日無條件解除契約之權利。
3. 企業經營者主動致電消費者，消費者被動同意企業經營者前往消費者之住居所、工作場所亦屬訪問買賣：

訪問買賣之立法目的係避免消

費者受企業經營者主動推銷而喪失考慮時間進而衝動購物，又在企業經營者主動電詢是否可至住家、公司拜訪，而經消費者同意，是否屬於訪問買賣所說「未經邀約」定義，此一情形亦經法院採認屬訪問買賣，此可參酌臺灣臺北地方法院 88 年度簡上字第 788 號民事判決：「是所謂『訪問買賣』，係指企業經營者未經邀約而在消費者之住居所或其他場所從事銷售，而發生之買賣行為，此種新興交易型態迥異於企業經營者以前利用傳統店鋪之行銷手法，而與消費者訂立之買賣契約，在現代大眾播媒體日新、商品促銷方式生動誘人，訪問買賣之買受人通常欠缺事前準備及心理狀況下，囿於企業經營者之促銷手段，在未深思熟慮情況下逕與企業經營者訂立契約，為貫徹保護消費者之權益、促進國民消費生活之安全而設；惟現行實務上多見『誘導邀約』之情況，即企業經營者往往依電話簿、通訊錄或其他資訊，而主動去電消費者，以各式說法引發消費者之吸引力，使消費者於電話談話中『被動』同意前往企業經營者之住居所、辦公處所或其他場所，洽談締約情事，並於該次洽談中即與企業經營者合意締約，消費者於此種『誘導邀約』下同樣具有欠缺事前準備及深思熟慮之情況，故通說仍認為屬於『訪問買賣』。」

### 三、法律效果

- (一) 消費者保護法第 19 條第 1 項規定：「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 7 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。」
- (二) 消費者保護法第 19 條第 3、4、5 項規定：「企業經營者於消費者收受商品或接受服務時，未依前條第 1 項第 3 款規定提供消費者解除契約相關資訊者，第 1 項 7 日期間自提供之次日起算。但自第 1 項 7 日期間起算，已逾四個月者，解除權消滅。」、「消費者於第 1 項及第 3 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。」
- (三) 相關實務見解：
  - 「『按郵購或訪問買賣之消費者，對所收受之商品不願買受時，得於收受商品後 7 日內，退回商品或以書面通知企業經營者解除買賣契約，無須說明理由及負擔任何費用或價款。郵購或訪問買賣違反前項規定所為之約定無效。契約經解除者，企業經營者與消費者間關於回復原狀之約定，對於消費者較民法第 259 條之規定不利者，無效。』『消費者於收受商品或接受服務前，亦得依本法第 19 條第 1 項規定，以書面通知企業經營者解除買賣契約。』』修正前消費者保護法

第 19 條第 1 項、施行細則第 18 條分別定有明文。其立法意旨在於保障通訊交易或訪問交易消費者之權益，使其於受領買賣標的後，有相當期間瞭解買賣標的，得在相當期間內解除契約。因此在分次給付商品之郵購或訪問買賣，如各次給付之商品不同，消費者既係於實際收受各次給付之商品後始瞭解買賣標的，如以消費者已受領第一期給付之商品後逾 7 日為由，即剝奪消費者就未受領商品部分解除買賣契約之權利，將有悖於消費者保護法第 19 條保障郵購或訪問買賣消費者權益之立法本旨，故在分次給付商品之郵購或訪問買賣中，消費者於收受第一期商品後雖逾 7 日而不得解除該期商品之買賣契約，然對於尚未收受其餘不同內容之各期商品，應許其解除買賣契約，方為公平。」（臺灣花蓮地方法院 105 年度簡上字第 39 號民事判決參照）

（四）據此，若被認定此次交易為訪問買賣，即有消費者保護法第 19 條不附理由得於收受商品或服務 7 日內無條件解約，又未依照同法第 18 條第 1 項第 3 款規定提供消費者解除契約相關資訊者，關於 7 日期間自提供解約相關資訊之次日起算；另特別須注意的為若分期收受不同商品，應自收受每次給付商品時，起算 7 日，不得以收受第一期商品已超過 7 日，遽認消費者就第二期之後所收受的商品不得解約。

#### 四、實務案例

（一）路上填寫問卷美容案（臺灣新北地方法院 112 年簡上字第 361 號民事判決）

1. 消費者（被上訴人、原告）主張略以：在路上遭企業經營者艾妮雅化妝品集團（上訴人、被告）的店員以填寫問卷為由攔下，被上訴人出於好意完成問卷，卻遭上訴人店員帶到上訴人旗下經營之西湖店，由店內的 4 位店員輪番推銷，被上訴人遭受疲勞轟炸推銷後，在未能正常思考的情況下，購買了新臺幣（下同）10 萬元的美容保養品（包含後續之保養服務）及 600 元的絲瓜露，並簽訂美容服務契約，然被上訴人返家後，檢視契約發現該合約內容有眾多不公平之處，且上網查詢企業經營者之評價多係負評，顯然是趁被上訴人無法詳細判斷或思考的情形下，誘使被上訴人購買上開不需要、不必要的商品，爰依消費者保護法關於訪問買賣中無條件解除契約之規定，解除契約，並依照民法第 259 條請求返還價金。
2. 企業經營者（上訴人、被告）主張略以：根據消費者保護法第 2 條第 11 款規定，訪問買賣的銷售地點必須在「消費者的住居所、工作場所、公共場所或其他場所」，業者之營業場所則非屬此處所稱之「其他場所」，故被上訴人既然是在上訴人營業場所內為交易行為，自非訪問買賣，應無消保法第 19 條之適用。另被上訴人

為具社會經驗之成年人，其依自由意志至上訴人營業處所參加膚質測試活動，主觀上應有預期在該處所進行買賣交易之行為，並非處於毫無心理準備，而無法詳細判斷或思考之情況。又美容師僅提供免費膚質測試，不會對參與民眾進行推銷，並無4位店員輪番推銷之情形…，且上訴人亦無限制被上訴人不得離去之情形，故被上訴人縱使停留店內較長近3小時時間，也不能指上訴人意圖以長時間疲勞轟炸之煩擾方式，使消費者為交易之決定。被上訴人於店內進行產品體驗，且經上訴人介紹產品功能、效用，在經現場由上訴人檢視產品後，被上訴人認為產品符合需求才決定購買，並非處於資訊不足、判斷不周延之情況下而倉促決定購買，故被上訴人主張解除契約並請求返還價金，實無理由。

3. 法院見解：惟現行實務上常見之「誘導邀約」情況，即企業經營者往往藉由展覽、贈送、填寫問卷、免費試用商品或其他活動方式，而取得與消費者接觸之機會，以各式說法誘發消費者與之締約之動機，使消費者「被動」同意前往企業經營者之營業所、辦公處所或其他場所，洽談締約事宜，並於該次洽談中即與企業經營者合意締約，消費者於此種「誘導邀約」下同樣具有欠缺事前準備與未及深思熟慮之情，故應認於此種情狀下締結之買賣契約，仍屬於消保法所規範之「訪

問交易」，契約當事人之權利義務仍應有該法相關規範之適用。本院審酌上開被上訴人因受招攬而進入上訴人西湖店、上訴人銷售模式、兩造締約過程、洽談久暫等一切情形，並參酌行政院公平交易委員會111年7月11日公處字第111056號處分書認定上訴人「實質控制艾妮雅集團各分店，於銷售美容商品過程中隱匿關於商品及做臉服務之重要交易資訊，並誤導銷售標的包括做臉服務及謊稱以優惠價格銷售商品，又於民眾接受做臉服務之際以急迫或煩擾方式迫使其作成交易決定；並對於續行做臉之民眾以補充『耗材』為名不當推銷，使其加購商品，甚而採取不當措施妨礙民眾行使退費權利，其整體行銷手法為足以影響交易秩序之欺罔及顯失公平行為，違反公平交易法第25條規定。處新台幣2,500萬元罰鍰。」等情（見士院簡字卷第43頁），**足證被上訴人主張其當時係在上訴人店員不斷以推銷催促作成交易決定之情形下，未及深思熟慮，始與上訴人締結系爭買賣契約一節，應堪採信。經核系爭買賣契約具備消保法第2項第11款所稱「訪問交易」性質，而有消保法第19條第1項規定之適用。**

4. 本文簡要分析：消費者主張在路上遇到艾妮雅集團之員工已填寫問卷為名義，填寫完後被帶至艾妮雅集團所經營的美容店面，經4位店員輪流推銷後購買價值10萬600元之美容產品

(含美容療程)，主張本次交易為訪問買賣，因受推銷壓力且思考不足欲無條件解約，企業經營者則主張本件業者營業處所並非訪問買賣所定之其他場所，並非訪問買賣，且消費者係經體驗膚質測驗後，基於自主意思而為簽約故不同意消費者解約，惟法院則以「誘導邀約」之概念，認為業者隨機攔下消費者，以填寫問卷、贈送贈品、禮卷之方式，使消費者「被動」同意前往企業經營者之營業所因而締約，因考量消費者事前未對商品有一定程度了解，且當下未有思考空間而締約，仍屬業者主動邀約消費者至其他處所而屬訪問買賣。

(二) 展覽購買家具案(臺灣臺北地方法院 110 年度北消小字第 12 號、111 年度消小上字第 2 號民事判決參照)：

1. 消費者(被上訴人、原告)主張略以：於 110 年 10 月 3 日前往世貿一館參觀展覽時，被告之銷售人員向前攀談，開始強力推銷展場專案促銷方案，強調展場專案促銷方案可優惠包套設計，全套內容都可依原告實際需求訂做，是展場才有的促銷優惠價格，原告告知中古屋尚未交屋實際屋況尚無法確知，且現場並無原告喜歡的床組樣式，被告銷售人員表示被告公司之商品型錄眾多，**促銷方案內容皆為暫定，可先於訂購單內簽暫定項目，後續均可修改，待其寄送型錄供原告挑選所有項目再決定，沒有和原告確認商品之樣式、尺寸、顏色、材**

**質等，因其強調展場專案促銷方案限時、限量，及因已中午而原告尚未用餐，致原告在欠缺準備下，倉促於同日 12 時 48 分當場刷卡支付訂金 22,000 元並在訂購單(下稱系爭買賣契約)上簽名。**原告於同日 15 時許以 Line 訊息通知被告銷售人員提供商品型錄，銷售人員稱於同月 4 日家具展結束後才可提供商品目錄，但嗣僅於同月 5 日 16 時提供床頭箱部分型錄，並稱其他商品型錄於同月 12 日才能提供，原告因並未收到床組、床頭櫃及沙發款式完整型錄，為免日後產生糾紛，遂於同月 8 日以存證信函及 Line 訊息通知被告解除系爭買賣契約。

2. 企業經營者(上訴人、被告)主張略以：被告於 110 年 10 月 3 日在世貿一館參展銷售商品，原告進入世貿一館參觀，被告現場展示之愛麗絲沙發為原告確定購買之品項，其餘商品仍待被告提供商品型錄挑選，被告之銷售人員已向原告明確告知商品仍待原告特定且被告後續將提供相關型錄供原告挑選，兩造同意買賣價金為 72,000 元，原告並同意支付訂金 22,000 元，系爭買賣契約已有效成立。被告係於展覽場館參展銷售商品，**原告進入展覽場館參觀而為買賣，非消費者保護法第 19 條未經邀約而與消費者訂立契約之情形，非訪問交易，原告不得依消費者保護法第 19 條第 1 項解除契約、消費者保護**

法（下稱消保法）第 19 條之訪問交易，其判斷重點在於消費者是否在毫無心理準備下被推銷，而無考慮締約與否之機會。消費者進入家具展之展覽館參觀購買商品，因有諸多不同商家產品可供消費者挑選、比較，未使消費者在毫無預期之心理狀態下被推銷，自非屬訪問交易。

3. 法院見解：至於企業經營者自行在特定場所舉辦展覽、特賣會或其他活動，誘使消費者至其預先安排行銷之處所，固然係由消費者自己主動前往行銷地點，**惟該地點非消費者邀請企業經營者到場，消費者對於行銷處所展覽、推銷之物品、價格無法完全預料，並預作查詢、比價之準備，囿於時間、資訊及行銷場所氛圍、情境之心理因素，消費者亦未必得以審慎思考，即可能因現場行銷手法而驟然簽立契約，此情形則與企業經營者「未經邀約」前往公共場所推銷無異。**故消費者因企業經營者之要約引誘，至企業經營者預先安排之特定行銷場所與之締結契約，屬於消保法第 2 條第 11 款之「訪問交易」，至為明確。本件被上訴人於民國 110 年 9 月 30 日，在網路報名參加「2021 臺北國際夏季暨秋季聯合旅展」、「第 22 屆新世紀家具精品大展」（下合稱系爭展覽），並於同年 10 月 3 日至世貿一館參觀系爭展覽，經訴外人即上訴人銷售人員推銷，於同日以新臺幣（下同）72,000 元之價格，訂購

沙發、床頭、床頭櫃、後掀床等家具（下稱系爭家具），並給付訂金 22,000 元乙情，為兩造所不爭執，且有電子郵件、訂購單、信用卡簽帳單、LINE 對話紀錄為憑（見原審卷第 15 至 23、31 至 39、59 至 107 頁）；觀諸前開訂購單之內容，僅記載購買之品項名稱，其餘顏色、金額欄均為空白（見原審卷第 59 頁），被上訴人於 110 年 10 月 3 日訂購系爭家具後，復以通訊軟體請銷售人員傳送型錄，經銷售人員於同年 5 日後陸續傳送型錄照片予被上訴人（見原審卷第 31 至 39、61 至 107 頁），堪信被上訴人係因上訴人於網路之要約引誘而前往系爭展覽，且囿於時間、資訊及行銷場所氛圍、情境之心理因素，因現場上訴人推銷人員之推銷而訂購系爭家具，尚未確定購買之家具型號、樣式、顏色等具體內容甚明，**故兩造間所簽立之買賣契約，符合「欠缺事前準備」及「未及深思熟慮」之情形，依上開說明，該契約自屬上訴人未經邀約前往公共場所推銷之「訪問交易」無疑。**

4. 本文簡要分析：消費者主張參觀展覽時，經家具廠商店員詢問消費需求，並經消費者表示有購買房屋，該店員表示可參考優惠包套設計服務，於訂購單內簽暫定項目，後續再依照消費者需求修改訂購項目，又因店員強調展場專案促銷方案屬限時、限量，即原告因近中午有吃午餐需求，致原告

在欠缺準備下簽下訂購單，惟因店員因屢次催討遲延提供完整型錄時間，消費者主張此次為訪問買賣故解除契約，又業者主張消費者參加家具展係屬主動進入展場，非消費者保護法第19條未經邀約而與消費者訂立契約之情形，非訪問交易，又商品可使原告觀看型錄後再特定，契約已合法成立，惟法院判決認為固然係由消費者自己主動前往行銷地點，展覽或特賣會該地點並非消費者主動邀請業者到場，且消費者對於所展覽、推銷之物品、價格無法事先做功課而為性價比之準備，且因行銷場所氛圍（如飢餓行銷、多名店員圍繞推銷）之心理因素，消費者因無法審慎思考而率爾簽立契約，則應屬企業經營者「未經邀約」前往公共場所推銷無異，本文認為若該展覽之地點非公園或廣場等公

共場所，而係私人出借之賣場，亦可援引法務部（83）法檢字第 16531 號行政函釋：「如旅客將其租用之旅館房間供多數人共同使用或聚集，**例如供作開會之場所或以之供作不特定多數人隨時得出入之場所，則仍應視為公共場所或公眾得入之場所。**」，解釋該展覽之地點為公共場所。

## 五、結論

多媒體時代下，推銷手法日新月異，業者亦會使用取巧之行銷手段，用以規避訪問交易之解除契約規定，由於消費者保護法特就訪問交易賦予消費者 7 日解約權，避免消費者受突襲性推銷，遭受巨大心理壓力時而為購物。然並非企業經營者具有推銷商品之銷售行為，即可一概而論屬訪問交易，就是否為訪問交易應就消費者保護法第 2 條第 11 款之定義，並參酌該條款立法目的認定之。

