

消費者保護：  
不動產買賣實務

新北市政府法制局  
消保官陳世欽

# 消費者保護法立法目的

- 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

# 認識消保法基本概念

## 消費關係：

指消費者與企業經營者間就商品或服務所發生之法律關係。

## 消費者：

指以消費為目的而為交易、使用商品或接受服務者。

## 企業經營者：

指以設計、生產、製造、輸入、經銷商品或提供服務為營業者。

# 何謂消費

- 消費者保護法係以消費關係為其規範範圍，只要有消費關係存在，均應適用本法。
- 消費者保護法所稱的「消費」，並非純粹經濟學理論上的一種概念，而是事實生活上之一種消費行為。其意義包括：
  - (一) 消費係為達成生活目的之行為，凡係基於求生存、便利或舒適之生活目的，在食衣住行育樂方面所為滿足人類慾望之行為，即為消費。
  - (二) 消費係直接使用商品或接受服務之行為，蓋消費雖無固定模式，惟消費係與生產為相對之二名詞，從而，生產即非消費，故消費者保護法所稱之消費，係指不再用於生產之情形下所為之最終消費而言。惟此種見解是否得適用於消費者保護法所定之一切商品或服務之消費，仍應就實際個案認定之。

(84年4月6日台84消保法字第00351號)

# 消保法上消費者權益之維護

- 健康與安全保障
- 定型化契約
- 消費資訊之規範

# 健康與安全保障

## 企業經營者分為：

- 製造者(從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者)。
- 經銷者(從事經銷之企業經營者)。
- 輸入者(輸入商品或服務之企業經營者)。
  - (一)製造者責任(7)
  - (二)經銷者責任(8)
  - (三)輸入者責任(9)
  - (四)回收商品或停止服務(10)

# 企業經營者責任

## 一 責任要件

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，符合當時科技或可合理期待之安全性。

## 二 符合當時可合理期待之安全性之認定標準：

- (一) 商品或服務之標示說明。
- (二) 商品或服務可期待合理使用或接受。
- (三) 商品或服務流通進入市場或提供之時期。

## 三 危險標示義務

商品或服務具有危害消費者生命，身體，健康，財產之可能者，應於明顯處現為警告標示及緊急處理危險之方法

## 四 責任內容

無過失賠償責任

## 五 案例

實務：黑心鴨血案、頂呱呱燙傷女童案、速食店跌倒案。





# 原則、效力及行政規制

## 定型化契約之原則(11, 12)

1、平等互惠原則與不明確條款解釋原則

2、誠信原則

3、違反平等互惠原則之認定：

(1)當事人間之給付與對待給付顯不相當

(2)消費者應負擔非其所能控制之危險者

(3)消費者違約時，應負擔顯不相當之賠償責任者

(4)其他顯有不利於消費者之情形者

## 定型化契約事前審閱權(11-1)

## 行政規制 (17)

## 實務解析——定型化契約

消保法所謂定型化契約，係指當事人之一方為與不特定多數相對人訂立同類契約之用而預先擬定之交易條款所訂定之契約。然基於契約自由原則，此等契約條款，原則上應屬有效，當事人雙方理應受拘束，而僅在**企業經營者濫用締約優勢地位，以違反誠信原則，對消費者以顯失公平之約款圖謀己利之範圍內，始應認為無效**。故基於契約自由原則，法院對當事人意思合致之契約內容原則上即應予尊重，此亦可由消保法第12條、同法施行細則第13條、第14條均以該約款對消費者「顯」失公平、消費者負擔「顯」不相當、「顯」有不利於消費者等為約款無效之要件即明，是以倘該契約約款尚未達「顯」不公平、不相當之狀況，法律上均應承認其效力，縱該契約係以定型化約款之形式為之，亦與一般私法行為無異，原則上應認有效，而僅於有法定情形始例外無效。是若僅因契約係以定型化約款之方式為之，即由法院就約款內容之對價關係嚴加審核，一旦不能認定雙方之給付義務客觀價值完全相等，即逕予宣告無效，**顯然過度干預上開法律所容許之契約自由範圍，亦與民法之基本精神不符**。

(臺灣高等法院民事判決99年度上易字第964號)

## 實務解析\_\_契約審閱期

按企業經營者與消費者訂立定型化契約前，應有30日以內之合理期間，供消費者審閱全部條款內容。違反前項規定者，該條款不構成契約之內容，消費者保護法施行細則第11條固有明文，惟上開條文之立法目的，係在使消費者能充分瞭解契約之內容，避免消費者匆忙間不及瞭解其依契約所得主張之權利及應負之義務，致訂定顯失公平之契約而受有損害。

(台灣高等法院 97年度消上字第1號)

按消費者保護法第十一條之一第二項規定，倘企業經營者於訂約前，未予消費者合理之審閱期間，亦僅生由企業經營者單方所預先擬定之定型化契約條款，不構成契約之內容，非謂當事人間之契約關係不成立或無效。此因定型化契約條款未能列為契約內容之事項，應視兩造間契約之性質，依相關法律規定補充之。

(最高法院民事判決九十八年度台上字第一六八號)

# 不動產買賣定型化契約行政規範

- 預售屋買賣定型化契約應記載及不得記載事項
- 預售屋買賣定型化契約範本
- 成屋買賣定型化契約應記載及不得記載事項
- 成屋買賣定型化契約範本
- 不動產委託銷售定型化契約應記載及不得記載事項
- 不動產委託銷售定型化契約範本

# 消費資訊之規範

## 廣告之意義

所謂廣告，是指利用電視、廣播、影片、幻燈片、報紙、雜誌、傳單、海報、招牌、牌坊、電腦、電話傳真、電子視訊、電子語音或其他方法，可使不特定多數人知悉其宣傳內容之傳播。

## 廣告真實義務

企業經營者應確保廣告內容之真實，其對消費者所負之義務不得低於廣告之內容。

## 實務解析——廣告真實義務

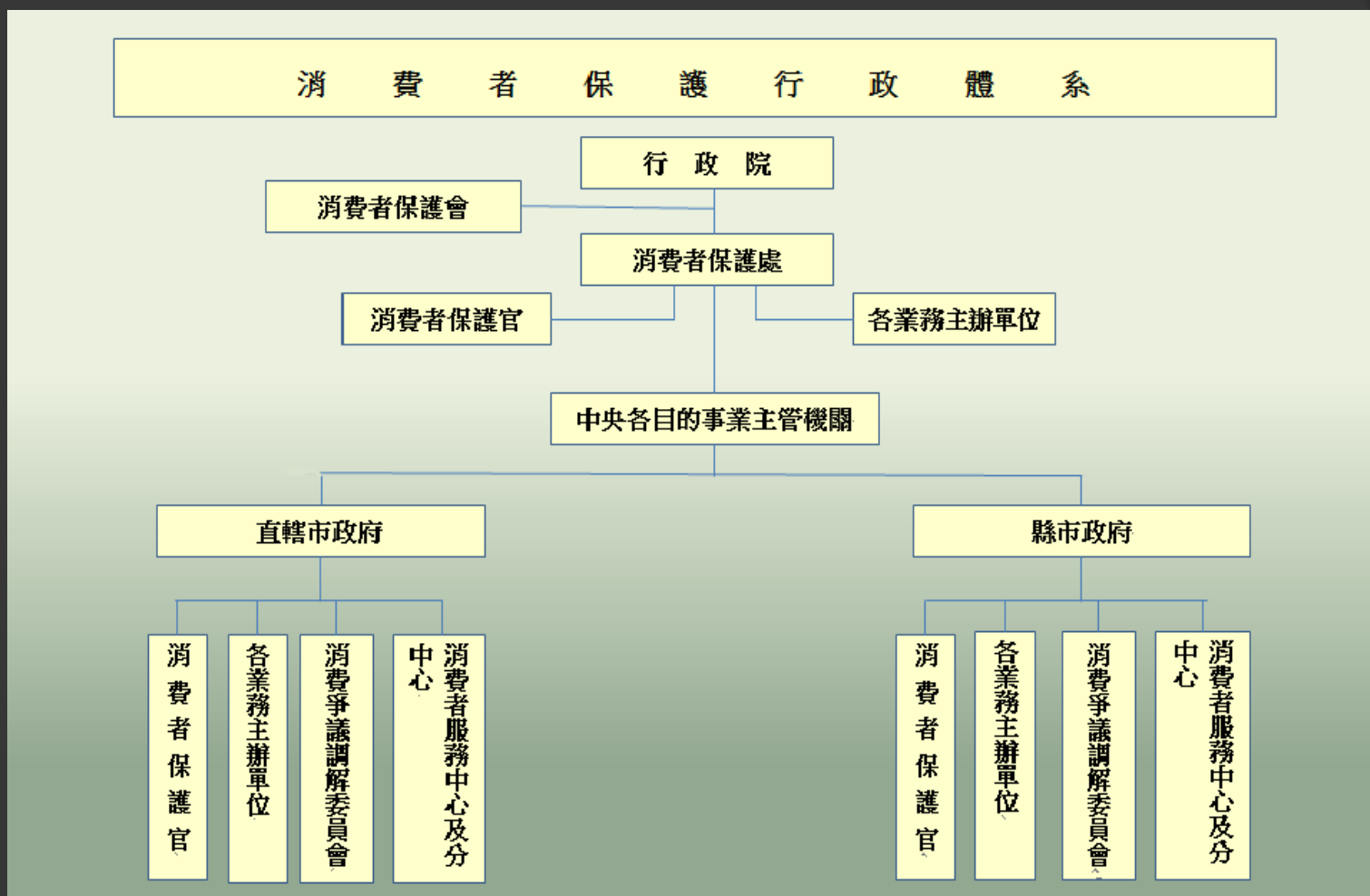
按企業經營者應確保廣告內容之真實，其對於消費者所負之義務不得低於廣告內容，消費者保護法第二十二條定有明文，是以此企業經營者與消費者間所訂定之契約，雖無廣告內容記載，消費者如因信賴該廣告內容，而與企業經營者簽訂契約時，企業經營者所負之契約責任應及於該廣告內容。

(最高法院民事判決 一〇一年度台上字第二四六號)

按消費者保護法第22條係規定：並未明定「廣告為要約」或「廣告必為契約內容之一部」，故消費者如信賴廣告內容，依企業經營者提供之廣告訊息與之洽談而簽訂契約，於契約中雖未就廣告內容再為約定，企業經營者所應負之契約責任，仍及於該廣告內容，該廣告固應視為契約之一部。惟簽訂契約時倘雙方已就廣告內容另為斟酌、約定，或企業經營者並未再據原屬「要約引誘」之廣告為訂約之說明、洽談，使之成為具體之「要約」，縱其廣告之內容不實，應受消費者保護法或公平交易法之規範，自難逕謂該廣告為要約或已當然成為契約之一部。

(最高法院92年度台上字第2694號判決要旨參照)。

# 消費者保護行政體系

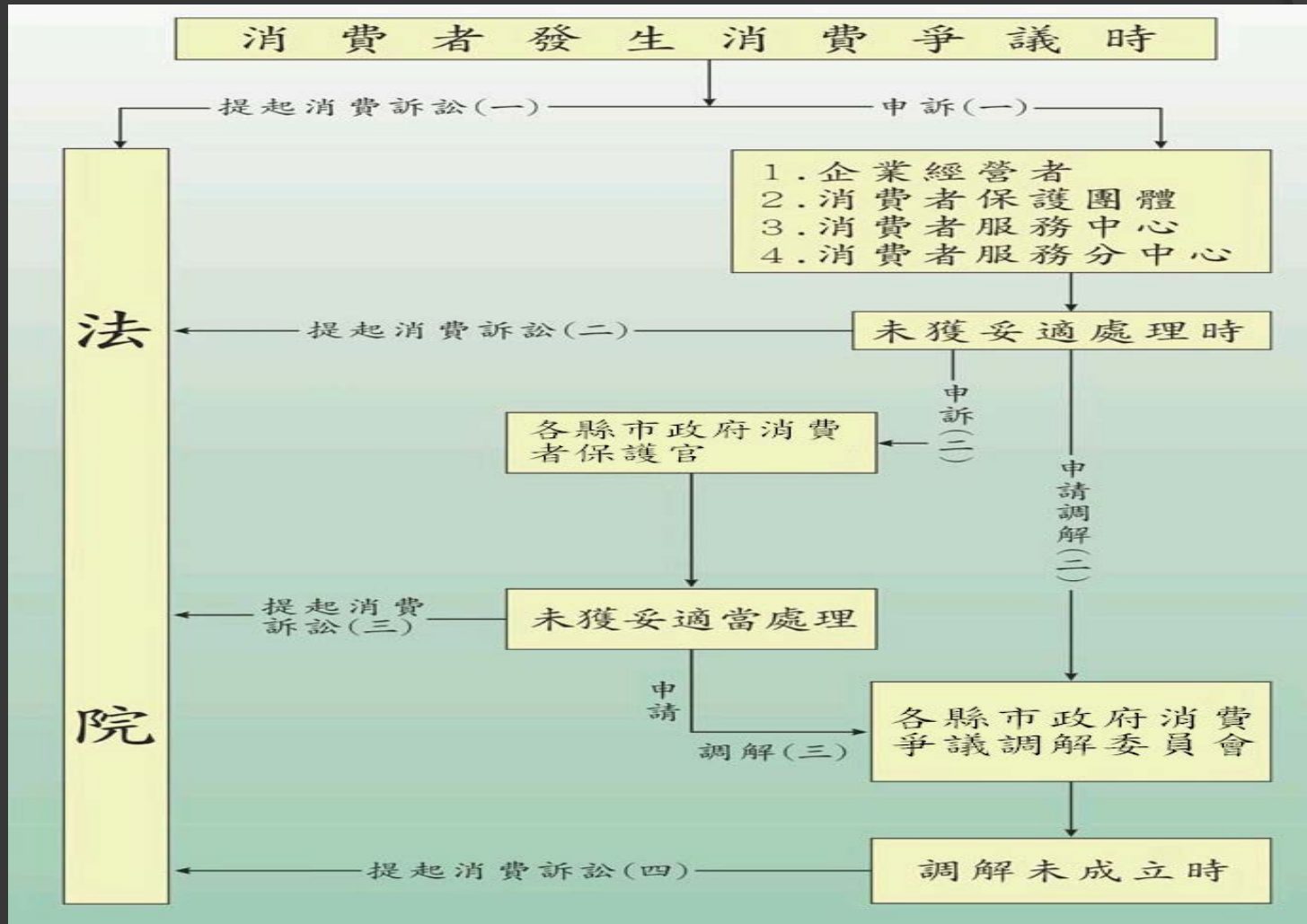


# 消費者保護行政監督

- 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。(33 I)
- 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33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。(36)
- 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。(37)
- 企業經營者違反主管機關依第33條或第38條規定所為之命令者，處新臺幣6萬元以上150萬元以下**罰鍰**，並得**連續處罰**。(58)

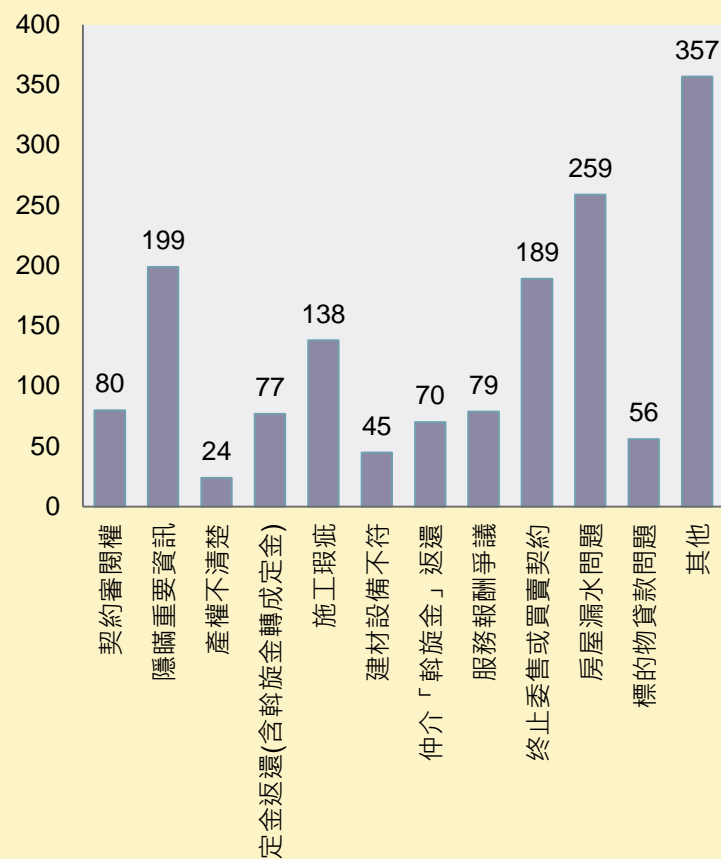
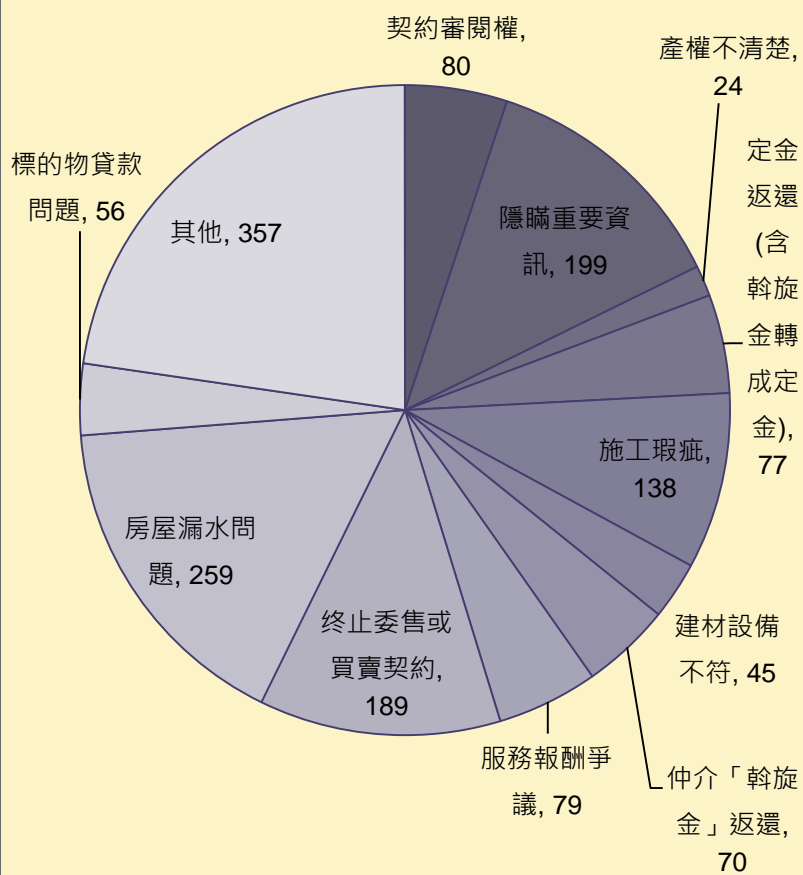


# 消費爭議之處理



# 103年房地產消費糾紛原因統計表(內政部)

共計1912件糾紛。



# 不動產消費糾紛態樣

資料來源:公平會處分案

家喜建設有限公司	<p>一、銷售「家喜大富來」建案，於「全區配置示意圖 TYPE A」及「全區配置示意圖 TYPE B」，將法定空地、停車空間、陽台、樓梯間及屋頂平台標示為室內空間使用，就商品之用途及內容為虛偽不實及引人錯誤之表示。</p> <p>二、處新臺幣 15 萬元罰鍰。</p>
敦柏建設股份有限公司	<p>一、於「皇品苑 2」建案廣告上，將天井標示為室內空間之一部分，就商品之用途及內容為虛偽不實及引人錯誤之表示。</p> <p>二、處新臺幣 10 萬元罰鍰。</p>
尚欣建設股份有限公司	<p>一、銷售「林語堂 11」建案廣告，將 1F、2F、3F、4F之停車空間、陽台標示為臥室等室內空間，就商品之用途及內容為虛偽不實及引人錯誤之表示。</p> <p>二、處新臺幣 10 萬元罰鍰。</p>
弘軒建設有限公司	<p>一、銷售「蘭·會所」建案，其廣告所載之平面傢俱配置圖將「機電空間」位置標示為居室空間之一部分，就商品之內容及用途為虛偽不實及引人錯誤之表示。</p> <p>二、處新臺幣 30 萬元罰鍰。</p>
日光行館建設開發有限公司	<p>一、於「日光行館 2」建案廣告將停車空間及陽台位置標示為室內空間，就商品之內容及用途為虛偽不實及引人錯誤之表示。</p> <p>二、處新臺幣 10 萬元罰鍰。</p>

永寅建設有限公司	<p>一、銷售「藍光城市」建案時，對於使用分區為甲種工業區的建案使用一般住宅用語及配備圖示之廣告，就商品之用途與內容為虛偽不實及引人錯誤之表示。</p> <p>二、處新臺幣 350 萬元罰鍰。</p>
圓頂建設股份有限公司	<p>一、銷售「圓頂 20e3」建案，於 B1、B5、B6 及 B7 平面配置參考圖，以虛線方式標示為室內空間及戶外庭園，就商品之內容及用途為虛偽不實及引人錯誤之表示。</p> <p>二、處新臺幣 60 萬元罰鍰。</p>
捷盛不動產仲介經紀有限公司	<p>一、仲介銷售「三禾硯」建案預售屋，於該建案工地圍籬上廣告宣稱「凡成交送 60 吋 LED 電視」，就其服務之內容為虛偽不實及引人錯誤之表示。</p> <p>二、處新臺幣 5 萬元罰鍰。</p>
大江土地開發股份有限公司	<p>一、於廣告傳單宣稱「餐飲、住宿土地變建地」及「休閒農業設施由 10% 增加至 40 %」，就服務之品質為虛偽不實及引人錯誤之表示。</p> <p>二、處新臺幣 5 萬元罰鍰。</p>
甲士林建設股份有限公司及甲山林房屋仲介股份有限公司	<p>一、於銷售「甲山林丰藝」建案廣告上，宣稱系爭建案為「萬坪公園第一排」，並以位置圖將所稱公園標註為「廣慈公園」，就商品之內容為虛偽不實及引人錯誤之表示。</p> <p>二、處甲士林建設股份有限公司、甲山林房屋仲介股份有限公司各新臺幣 20 萬元罰鍰。</p>
名達建設股份有限公司	<p>一、於銷售「講潭舍」預售屋過程中，未提供各戶持分總表，及締約前未載明 A1 戶 1 樓共有部分資訊，卻於交屋時要求購屋人找補價款，為足以影響交易秩序之欺罔行為。</p> <p>二、自本處分書送達之次日起，應立即停止前項違法行為。</p> <p>三、處新臺幣 50 萬元罰鍰。</p>

<p>龜山房屋仲介有限公司</p>	<p>一、被處分人於從事房屋仲介交易時，<b>利用業務上享有之資訊優勢，虛報交易價格，並輔以欺罔手段詐騙當事人以賺取差價</b>，為足以影響交易秩序之欺罔行為，違反公平交易法第24條規定。</p> <p>二、被處分人自本處分書送達之次日起，應立即停止前項違法行為。</p> <p>三、處新臺幣10萬元罰鍰。</p>
<p>大台北房屋仲介股份有限公司</p>	<p>一、被處分人於仲介房屋買賣以<b>虛報交易價格之欺罔手段詐騙當事人賺取差價行為</b>，足以影響交易秩序，違反公平交易法第24條之規定。</p> <p>二、被處分人於收受本處分書之次日起，應立即停止為前項之欺罔行為。</p>
<p>聯宏房屋仲介股份有限公司</p>	<p>一、被處分人於仲介房屋買賣過程中以<b>「賣方不付服務費」欺瞞買方之欺罔行為</b>，違反公平交易法第24條規定。</p> <p>二、被處分人自本處分書送達之次日起，應立即停止為前項足以影響交易秩序之欺罔行為。</p>
<p>太平洋房屋仲介股份有限公司</p>	<p>一、被處分人於成屋銷售廣告中，<b>對於坪數及每坪成交單價為虛偽不實及引人錯誤之表示及表徵</b>，違反公平交易法第21條第一項之規定。</p> <p>二、被處分人自本處分書送達之次日起，應立即停止於成屋銷售廣告上，為前項虛偽不實及引人錯誤之表示或表徵。</p>
<p>連城房屋仲介有限公司</p>	<p>一、被處分人於從事房屋仲介交易時，<b>以不充分揭露交易資訊之消極隱瞞手段誤導交易相對人，使其認為名為「不動產買賣要約／承諾書」之斡旋金契約，即內政部所訂要約書之行為</b>，構成欺罔，違反公平交易法第24條規定。</p> <p>二、被處分人自本處分書送達次日起，應立即停止前項欺罔行為。</p>

# 契約責任

## 出賣人責任

- 所謂稱買賣，依民法345條規定，謂當事人約定一方移轉財產權於他方，他方支付價金之契約。當事人就標的物及其價金互相同意時，買賣契約即為成立。
- 買賣契約的出賣人，對於出賣的物品應負瑕疵擔保的責任。瑕疵擔保的責任分為權利瑕疵擔保及物之瑕疵擔保責任。

### 一、「權利瑕疵擔保」：

指出賣人應擔保第三人就買賣之標的物，對於買受人不得主張任何權利，如出賣人未盡此項義務，買受人可依債務不履行規定，請求解除契約、違約金、或損害賠償等。

### 二、「物之瑕疵擔保」：

則指出賣人應擔保物交付買受人時，無滅失或減少其價值之瑕疵，亦無滅失或減少通常效用，或契約預定之效用。但減少程度無關重要者，不得認為瑕疵。買賣契約中，出賣人應負瑕疵擔保責任。

- 買賣標的如有瑕疵，依民法第359條規定「買賣因物有瑕疵，而出賣人依前五條之規定（從速檢查的義務、發現瑕疵通知的義務），應負擔保之責者，買受人得解除其契約，或請求減少其價金。但依其情形，解除契約顯失公平者，買受人僅得請求減少價金。」民法第360條規定「買賣之物，缺少出賣人所保證之品質者，買受人得不解除契約或請求減少價金，而請求不履行之損害賠償。出賣人故意不告知物之瑕疵者，亦同。」

## 受任人責任

**稱委任者，指當事人約定，一方委託他方處理事務，他方允為處理之契約**（民法第528條），契約指當事人互相意思表示一致者，無論其為明示或默示，契約即為成立（民法第153條第1項）。委託一方為委任人，受託處理事務之一方為受任人，處理事務指處理吾人生活有關一切事項。

此外，依民法535條及544條規定，有委託關係之受任人處理委任事務，應依委任人之指示，並與處理自己事務為同一之注意，其**受有報酬者，應以善良管理人之注意為之**。受任人因處理委任事務有過失，或因逾越權限之行為所生之損害，對於委任人應負賠償之責。

# 結語

消費者保護由於關係國民消費生活福利甚鉅，其涵蓋範圍甚廣，包括食、衣、住、行、育、樂等各方面，因此，世界各國政府莫不重視國內之消費者保護工作。惟消費者保護工作並非政府所能獨立完成，必須政府機關、企業經營者及消費者三方面，全體共同重視與努力，才能有效落實，以保護消費者權益，提昇國民消費生活品質。

謝謝指教