

網路購物「標錯價」之責任歸屬

近年來網路購物的商業型態日漸蓬勃，因為其交易方式特殊性，導致交易糾紛也層出不窮。因網路購物係以透過網際網路銷售商品予廣大消費者，而非透過實體通路購買商品，此種虛擬通路的模式，依現行消費者保護法第二條之規定為「郵購買賣」，消費者保護法第三節雖就特種買賣設有規範，但對於網站標錯價之責任歸屬卻並無特別規定。故本文即針對此種常見且易造成消費者不利情況的糾紛態樣，特別予以說明。

（一）發生之態樣

近年來，陸續發生部分購物網業者主張其網路商品標錯價，片面取消訂單等案件，例如某購物網陸續發生十二罐要價 900 元之蜆精標成 2 元；50,000 元的相機鏡頭標成 18,900 元；7,900 元的數位相機標為 790 元等眾多案例，造成民眾因信任該價格而訂購，業者事後卻表示其係標錯價之網購商品，認與市價差距過大，無法出貨，片面取消訂單，致原本可預期購買到商品之消費者權益受損。類此案例，由於消費者面對態度強硬的網站業者不出貨也常莫可奈何，究竟消費者應如何保障權益？可從以下幾點探討分析。

（二）法律依據

由於消費者保護法對此並無特別規定，故回歸民法相關規定可知，此種交易，業者於網路上所刊登之廣告係屬於要約或要約引誘，只要買方下單，有了成交確認信函後，買賣契約即已成立。故倘業者之意思表示有錯誤，應依民法行使撤銷權並對消費者負信賴利益之賠償責任。

1. 民法第 88 條：「意思表示之內容有錯誤，或表意人若知其事情即不為意思表示者，表意人得將其意思表示撤銷之。但以其錯誤或不知事情，非由表意人自己之過失者為限。當事人之資格或物之性質，若交易上認為重要者，其錯誤，視為意思表示內容之錯誤。」
2. 民法第 91 條：「依第八十八條及第八十九條之規定撤銷意思表示時，表意人對於信其意思表示為有效而受損害之相對人或第三人，應負賠償責任。但其撤銷之原因，受害人明知或可得而知者，不在此限。」

（三）主管機關見解

1. 作法：

業者於標錯價時，得否行使民法撤銷權及是否需負賠償責任，除應要求業者需盡善良管理人注意義務外，業者亦應負民法第 88 條及第 91 條事由之舉證責任，如能舉證則可主張撤銷買賣的意思表示，但如無法舉證時，業者仍應依照原標價負責。

2. 理由：

(1) 行政院消費者保護委員會認為，由於科技上的風險，只有業者才有吸收與解除風險管控的能力，故認為網站業者應負舉證責任。

(2) 其次，民法第 88 條第 1 項但書之過失規定，並未具體敘明表意人需達到何種過失程度，始得行使撤銷權，究係駭客入侵造成？還是網站經營者自己的錯誤？均非一般消費者可以查證的。

(3) 民法第 91 條但書「但其撤銷之原因，受害人明知或可得而知者，不在此限」，故：

A、消費者認定標價是錯誤，還是促銷？

B、若認定消費者「明知」，則前提是否認定消費者有「查價」之義務？

C、又可否用買的數量多少，來作為「可得而知」的判斷基準？如一次買 20 台相機即認為是批貨商而明知價格等。

業者若欲主張民法第 91 條但書，亦應就上述疑義負舉證責任。

(4) 此外，由於此種交易有一段是由電腦（自動回覆系統）來回覆，發確認信。既然科技風險是無法避免的，即便在購物網站上有宣示風險分擔等條款，惟因系統的掌控在於業者，故其風險分擔責任應較消費者為重。

由此可知，針對網站標錯價格之現象，因為企業經營者在各方面資源皆站在比消費者優勢的地位，所以消費者保護委員會的見解亦站在維護消費者權益的立場判斷，將舉證責任由企業承擔。畢竟，消費者在網路購物的型態中，因未見實體商品，故價格之因素更顯重要，因該標價而訂購，已成立有效的契約及合理之信賴利益，若允許業者標錯價竟可片面取消訂單，對買賣一方的消費者而言過於不利，況業者控管風險的能力大於消費者，故責任歸屬之方法，將舉證責任劃歸業者承擔，確實較為公平並保障消費者的權益。