

從最近網路電子商務的相關調查結果可以發現，網路使用者透過網路進行交易的情形並未因網路泡沫化的危機而相形減少，接受於網路上進行消費行為的使用者也愈來愈多了。然而，網路就像一般社會生活一樣，存在有許多未知的風險，消費者透過網路進行交易的保護，在許多網路公司經營並不那麼穩定的情形下，更是相形重要，因此，本文以下即針對網路交易的消費者保護相關的概念加以介紹。

### 一、網路購物與郵購買賣是否相同？

原則上，在一般交易情形所適用的法律，在透過網路進行的交易也可以適用。而攸關網路商家與一般消費者權益最重要也是最關鍵的問題在於，網路購物是否適用消費者保護法（下稱『消保法』）中關於「郵購買賣」的相關規定？因為在郵購買賣的情形，消保法賦予消費者於收到貨品後七日內，可以不附理由退還貨品，這對出賣人的責任非常重。因此，對於網路買賣是不是適用郵購買賣的規定，就變得非常重要。

依據行政院消費者保護委員會所發布的相關解釋中，認為網路購物這種交易型態，因為消費者並沒有辦法事先接觸到商品，和郵購買賣消費者也是只憑郵購目錄就進行消費行為的情形是一樣的，因此，透過網路進行交易是應該適用消保法相關規定。而目前有許多網路商家透過便利商店當場取貨並代收貨款的方式，是否能避免此一責任，筆者認為應該是從消費者決定是否購買產品時，有無接觸到實際產品作為判斷依據，若是在網路上已決定購買，買賣契約成立後，才接觸到貨物，則仍然應該受到消保法的保護。

### 二、實體商品與數位化商品

透過網路所進行的交易，大致可區分為「實體商品」與「數位化

商品」的交易。目前雖然以實體商品的交易佔多數比例，但是，鑑於網路是資訊流通管道的特性，未來大概所有可以數位化的商品，都會以數位化的方式在網路上銷售，像是電腦軟體、電子書、MP3、圖片、卡片等等，而這種「數位化商品」，和我們一般所認知具實體的「商品」或「物」有很大的差別，而且也是立法諸公在八十三年制訂消保法時所沒有想像到的地方，所以是否「實體商品」，或是「數位化商品」皆適用消保法中郵購買賣的規定呢？

觀察行政院消費者保護委員會所作的解釋函令，主管機關似乎認為凡藉由「網路」作為媒體的交易行為，全部都屬於郵購買賣，所以不論交易的商品為「實體商品」，如書本、手機、電腦零件、鮮花禮品等，或為「數位化商品」，如電腦軟體、電子書、數位CD、圖片等，皆屬於郵購買賣，而有消保法的適用。

但是，這種解釋並沒有考慮到「數位化商品」交易的特色，原則上，數位化商品的交易，消費者所獲得的商品，是不會有品質上的差異，電腦軟體被下載一百次，每一次都是相同的，電子書也不會有折損的問題，而且，數位化商品的交易通常使用者可以獲得預先使用、觀賞的機會，像是透過試用版、共享軟體或是預覽電子書等方式，加上數位化商品多以「授權」而非「買賣」的方式進行交易，在適用消保法有關郵購買賣的問題上，筆者個人認為除非另行修法規定，否則原則上不應適用。

### 三、消保法有關郵購買賣規定的介紹

在目前多數交易屬於實體商品交易，而網路交易又被認為屬於郵購買賣的情形下，以下幾點網路商家和消費者必須要加以注意：

#### (一)無條件退貨解約權

依據消保法第十九條規定，消費者如果對於其所收受的商品不願買受時，可以在收受商品後七日內，無條件退回商品，或以書面通知出賣人解除契約，消費者不須說明理由及負擔任何費用及價款。而依據行政院消費者保護委員會之見解，不論網路商家出售的商品是何種

商品（實體商品或數位化商品），消費者在收受七天內都可以要求網路商家解除契約並退還價款，就退還商品的部份所發生的費用，必須由網路商家負擔（例如：消費者將商品寄回給網路商家，這些寄送的費用都要由網路商家負擔）。

此外，依據消保法之規定，就算網路商家與消費者特別約定不准消費者於收受商品七天內解約退貨，這樣的約定也是無效的，消費者還是可以依消保法請求解約退貨。而消費者如因檢查之必要，或因不可歸責於消費者的事由（例如：商品運送的過程中因碰撞而受損），導致收受之商品有毀損或滅失時，消費者七日內的解約退貨權仍然不消滅。

## （二）商品送達前之解約權

如果消費者在網路商家的網頁上點選欲選購之商品進行交易後，但尚未實際收到商品之前，消費者突然反悔，這時候消費者可不可以要求解除契約呢？依據消保法施行細則第十八條規定，縱使在契約成立後，而消費者尚未收受商品前，消費者仍然可以無條件退回商品，或以書面通知出賣人解除契約。

## （三）書面告知義務

又依據消保法之規定，出賣人為郵購買賣時，應於訂約時以書面告知消費者下列三個事項：（一）買賣的條件；（二）出賣人的姓名、名稱、負責人、事務所或住居所；以及（三）消費者七日內得不附理由的契約解除權。以便於消費者申訴、退回商品及解除契約。

當然，這時候會產生一個問題，網路是一個「無紙化」的環境，要求網路商家還要用「書面」告知消費者前述規定的資訊，根本不切實際，而且與網路交易快速、便捷的特色完全背離。固然，消保法關於郵購買賣的一套規定，是規範在網際網路興起的時代前，所以當時根本沒有將網路交易的態樣涵蓋進去，但站在保護消費者的立場，應如何適用，其實卻是一大問題。筆者建議，網路商家為保自身權益，於其網頁設計上，最好能於明顯處標明該等告知事項，並設計消費者能按下「我已知悉該等事項」的對話方塊，以避免事後的爭議發生。

此外，目前正在立法院審議中的「電子簽章法」也可用來解決消保法對於「書面」的要求，而行政院消費者保護委員會目前正在草擬「電子商務消費者保護法草案」，以期能顧及網路交易的特性，並衡平網路商家與消費者之間的利益。其動向與發展亦值得觀察與注意。

#### 四、消費者與網路商家的互動

過去，也有許多消費者在網路上消費受騙的情形，像是買光碟燒錄機結果送來烏龍茶、買光碟結果送來空白片、付錢後商家就宣布倒閉…等，這些行為除了透過法律來規範、選擇信譽良好的商家進行交易外，業者間的自律，在目前的網路交易環境中亦屬重要，因其不但能結合網路商家的力量，由網路商家自發性自我約束，以促進網路交易的安全與發達，同時能消除消費者對於網路交易的疑慮與不安，對於網路商家與消費者而言，實屬雙贏。

資策會科技法律中心草擬之「電子商務業者自律公約」，要求凡簽署該自律公約之網路商家，應誠實提供網路商家之基本資料，如商店名稱、業務、負責人姓名、營利事業登記證、主營業所地址、及至少聯絡之電話、傳真、e-mail 的資訊；網路商家並應提供完整的交易條件資訊，如交易之一般條件、特殊條件、保證與售後服務內容、消費者得退貨、換貨或終止契約之時間與方式、消費者抱怨及申訴之管道等等，同時並要求網路商家要有合理退貨、換貨機制，其必須要不少於法定七天以上之無條件退貨期間，對於數位化商品的退貨換貨的處理原則亦應定明清楚，可供讀者參考。

此外，要求網路商家至少應提供消費者一種於當前科技下可信賴之合法付款方式，如 SSL、SET 等。雖然網路商家要無簽署自律公約純屬其自由意志，但凡簽署該自律公約之網路商家，其網頁上會揭示標誌，載明該電子商店宣示遵守電子商務業者自律公約，無形之間，亦增加消費者對於該網路商家的信譽及所提供商品或服務品質之信心，消費者選擇該等商家進行交易，對自己也多一層保障。

## 五、利用信用卡作為網路交易的付款方式，應注意哪些事項？

消費者在網路上購物，利用信用卡來付款的比率日漸增加，未來甚至可能完全取代傳統付款的方式（如劃撥、匯款或轉帳）。而以線上信用卡付款可能引發的法律爭議問題有很多，例如系統錯誤、消費者身分辨識工具遭盜用、偽造或破解時，所發生的風險由誰承擔？究竟是消費者、銀行還是網路商家，在不同的情形下，答案可能不同，實在一能一概而論。

然而，如前文所述，網路交易被認為類似郵購買賣的型態，當消費者準備要購買某一商品，並已透過自家電腦輸入信用卡號後，結果在七天內又反悔了，並決定要解除契約時，或者針對網路商家所提供之商品，其數量、品質或價金發生爭議時，此時消費者可不可以向發卡銀行要求拒付該筆帳款，並要求發卡銀行暫時止付該筆帳款給網路商家呢？

依據財政部頒布之「信用卡定型化契約範本」基本上規定，持卡人原則上不得以其與特約商店（即網路商家）之爭議，向發卡銀行拒付該應繳帳款，但如果在郵購買賣的情況下，持卡人得依一定之程序，要求發卡銀行暫停付款給特約商店（及網路商家），並就該筆交易對發卡銀行暫停付款。所以，如果消費者與其信用卡發卡銀行間的契約有依據「信用卡定型化契約範本」作相同的約定時，此時該消費者便有權要求其發卡銀行對有爭議的帳款暫停支付給網路商家，待爭議解決後再行付款，這點可要請網路商家或消費者加以注意了。

## 六、結語

**Internet** 開放商業使用後，網路的使用人口大幅增加，也吸引許多商家投入網路市場，法律在 **Internet** 時代，和過去一樣，給予人們一種法律沒有辦法跟上時代發展的印象，在攸關於多數網路使用者與網路商家的消費者保護法也有這個問題。但是，我們從另一個角度來想，這正代表了法律謹慎的特質，假如在一個新興的領域剛發展的時候，立法者就趕快進行法律的新增或修訂，很可能會讓新興領域根本

無法發展。因此，法律對於新興領域的態度，通常都是經過一段時間的等待，多數人都覺得有必要新增或修改法令的時候，再修正來適當新興領域的變化。而網路交易也是一樣，在目前這個階段，主要還是透過對於法律的解釋來處理不明確的地方，希望本文對於網路交易與消費者保護法關係的討論，能夠對讀者有一點小小的貢獻。