

專案質詢

8-2-15-1054

立法院議案關係文書 中華民國 101 年 12 月 26 日印發

案由：本院江委員啟臣，針對網路消費市場已逐漸成形，透過各式網路商城，民眾可以更便利購買各種商品，但也隨之衍生不少消費糾紛，例如，惡意下訂之消費行為是否仍應受民法、消費者保護法等法律之保護，如何避免廠商利用標錯價格之行為吸引社會注意，達到行銷之目的，應予檢討乙事，特向行政院提出質詢。

說明：

- 一、拜科技發達之賜，消費行為已從實體店面延伸到網路世界，消費者只要在電腦螢幕前動動手指即可瀏覽各式商品，然而，因為消費者在選購商品時無法親自確認商品品質的好壞及商品價格的正確性，衍生出各種網路消費糾紛也時有所聞。
- 二、根據媒體報導，日前蘋果官網上的 iPad mini 疑似標錯價，網路售價與實際售價價差 4,000 元，引起網友大量搶購；又過去曾發生微星 20 吋雙核心觸控式液晶電腦，特價 17,000 元，但博客來網路書店誤標價為 17 元。兩個案例發生時，同樣都遭到部分人士大量訂購，面對這些大量訂單，業者是否需要按約出貨，或可以主張人為操作疏失，撤銷契約，存有爭議。
- 三、為保障消費者權益，在經濟部公布之「零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項」有關應記載事項第 5 點「確認機制」規定：「消費者依據企業經營者提供之確認商品數量及價格機制進行下單。企業經營者對下單內容，除於下單後二工作日內附正當理由為拒絕外，為接受下單。但消費者已付款者，視為契約成立。」在此規定下，消費者若已付款，契約即成立生效。此項規定之目的是為避免廠商利用「標錯價」作為行銷手法，但卻也為惡意下訂的消費者開了一扇大門。
- 四、所謂的惡意下訂，是指明知或可得而知業者有疏失，卻仍下單訂購之行為，消費者通常會主張誤以為是特價活動而購買，因此廠商應該遵守買賣契約按時出貨；然而，所謂特價與否應可按一般生活經驗推知，且在多數案例中，消費者往往透過網路串連的方式在短時間內大量搶訂，實屬趁他人疏失圖自我小利之行為，此種惡意下訂之消費行為，是否仍應受

立法院第 8 屆第 2 會期第 15 次會議議案關係文書

民法、消費者保護法之保護，實有檢討之必要。然而，不可否認有部分廠商以標錯價格的方式引起外界關注，利用網路串連之傳播力及媒體之影響力作為行銷之手段，這些惡意宣傳手法，應如何規範，容有深思之必要。

五、針對上述網路交易糾紛，目前僅以民法、消費者保護法及零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項等相關規定加以規範，然而，此些法規命令是否足以規範隨科技發達而起之各種買賣交易型態，應予檢討；爰此，要求行政院全面檢視、修改相關法規命令，在保障消費者權益之同時，亦應顧及買賣雙方之公平性，不可任由有心人士濫用法律作為保護網，侵害他人權益。