

新消費觀念

蘇錦霞
弘道聯合法律事務所律師

前言

消費行為在每一天、每一小時、甚至每一分鐘都可能發生，我們都希望能在合理平等的狀況下，完成我們的交易。我們常說：「貨比三家，不吃虧」，就以比貨的方式，觀念上就有所不同，一般我們所謂的比貨，是比價格，而不是比品質。我們通常會去選擇價目最低者，事實上這個觀念並不正確。一分錢一分貨，價格高的不一定絕對好，價格低的也不一定絕對壞。其實要想改變一些我們固有的消費觀念，需要一些特別的法律基礎，讓我們能進一步依據法律的規定來保障自己的權益，所以，新的世紀要有新觀念，新的觀念就要由法律著手。

消費者保護法

法律跟我們日常生活息息相關，如果沒有觸犯法律時，根本不知道法律的存在，但是「消費者保護法」卻是不可不知，消費者保護法是消費行為中最基本的保障，如果能瞭解其中的規定，相信在一般消費行為中，就不會吃太大的虧了。

「消費者保護法」於八十三年一月十一日公布，十三日實施。因「中央法規標準法」規定，如果法令在立法院三讀時，未訂生效日期，就是公布之後第三天開始生效。

「消費者保護法」屬民法特別法。如果消費者保護法有特別規定的，即適用消費者保護法，如果未規定的就回歸到民法的適用。

無過失責任主義

民法屬故意過失責任，即是您若要請求賠償，一定要對方有故意過失，才可以請求損害賠償。如果

對方沒有故意、過失，是無法請求賠償的。

舉一個最常見的例子：如果某人到店家買食物，吃了卻引起胃腸不適，要向店家討回公道，即使備有購物證明(如：發票)和醫師證明，店家還是有可能推三阻四。先推給上游廠商，上游廠商又推給製造商。製造商說他們製造工廠是 G M P 的工廠，所生產的產品是 C A S。因此製造商又將責任推給經銷商，主張一定是經銷商在運輸過程中冷藏部份出錯，要求消費者應該找經銷商。經銷商認為他的冷藏車溫控沒有問題，一定是店家為了省電，冷度不夠造成變質，消費者應該回去找店家才對。

在業者互踢皮球中，消費者只有無功而返。依照民法規定是要求消費者證明企業經營者的故意過失才能求償，可是消費者那有能力去證明，只有自認倒霉了事。然而為了讓消費者不必去證明企業經營者的故意或過失，「消費者保護法」規定消費者不用去證明產品不佳、運送或生產過程有問題，只要證明確實是因為某一商品，所產生消費者衛生安全上之危險，而消費者受

有損害，即可要求店家、經銷、製造商等企業經營者，通通負連帶賠償責任，這就是企業經營者的無過失責任主義及連帶賠償的規定。

這樣的規定會讓業者覺得動輒得咎，沒有店家、經銷商願意承擔風險，使得產品都要製造商自行銷售，會影響整個經濟狀況。「消費者保護法」也考慮及此，就規定：如果店家或經銷商能證明自己沒有故意過失，就可以主張免責，但是製造商不能主張免責只能主張減輕損害賠償責任，因此現在製造商很多都有產品保險（商品責任險、第三人責任險），來保障他自己的權利，分擔他的責任。

如今進口商品日益增加，所有經銷商都主張免責，萬一有問題豈不要到國外去告？不用！代理商或進口商就要負擔如同製造商一樣的責任，只能減輕賠償責任。

郵購

因應許多行銷方式的改變，消費者購買商品不再是直接到店家購買，有時會利用電視、電話、廣播、傳真、型錄或網路來購物，在消費者保護法中將此種買賣行為，

定義稱為郵購買賣。

郵購買賣最大的特色就是規定有七天猶豫期，就是拿到商品的七天之內都可以不具任何理由要求退貨。而七天的計算是以收到商品第七天，把它寄出去或以書面（最好是存證信函）通知，打電話是不算的。郵購買賣可以在合理的使用範圍之內作檢試使用，如果是包裝上註明「一經拆封，恕不退貨」的約定是無效的，消費者仍然有七天的猶豫期。

如果從第四台購物頻道郵購一組不鏽鋼刀，收到之後切魚時，刀柄折斷，這是在七天內，又是合理使用範圍，因此可以退貨。由於七天是由收到之日算起，其間生病、出國．．．都計算在內，消費者可要注意這七天的時間。

訪問買賣

另一種行銷方式，就是訪問買賣，訪問買賣的形式，第一代是推銷員到家中來按電鈴推銷；第二代是在路邊擺攤推銷；第三代現在最常發生，在公共場合美女找帥哥、帥哥找美女，藉填問卷之名，纏著你推銷東西。在急於脫身之時隨意

買下，回來就後悔了，沒關係，這也有七天免費鑑賞期，可以要求退貨。

現在更進一步的方式是先以電話問卷中獎為由，請你去公司，然後以人海戰術、疲勞轟炸方式，大家輪番鼓吹，讓你無法脫身的方式，要不要接受？這就視你自己的需要而定，只是方式不夠正當。這也是一種訪問買賣，一樣有七日猶豫期，如果不喜歡可以退掉，不用付費。

另一種最新的訪問買賣是先寄公文過來，以公司名義要求檢查瓦斯等，再派人穿上制服，帶著公司標誌就登門檢查，隨手即安裝上瓦斯防爆器。這也是不正確的銷售手法，也是一種訪問買賣，也有七天猶豫期，七天內可以退回。如果你擔心找對方來拆除，他們會在瓦斯管線上動手腳，你可以找熟識的瓦斯行拆除之後還給他。

郵購買賣是因為我們沒有實際看到商品，訪問買賣是因為我們倉促中下決定，讓你有一段時間想清楚，東西是不是我要的，可以要求退貨，但是如果是在店家買的商品，就沒有七天的猶豫期間，只是有瑕疵時，可以要求換貨或退錢。

未經邀約而投遞的商品

時常在信箱中，會收到我們並沒有訂的商品，卻自己送來的東西，最多的就是雜誌，通常上面寫：「如經拆封，視為訂閱」。對這種商品，依「消費者保護法」規定，我們不用付任何費用，因為未經我們邀約而投遞的商品，我們不受到約束，不負任何保管責任。我們就不必再受到那些商品困擾，不必再有到底要不要付錢的疑慮！

分期付款

有越來越多的商品是可以分期付款的，以往分期付款消費者並沒有注意分期付款的一些規定，例如利率、分期的期限等等。總是商品購買之後就一期一期付錢，根本不在意如何計算，如此一來可能有很多權益就在不注意中消失。

依據消費者保護法的規定，分期付款一定要以書面為之，否則所有對消費者的約束都變成無效，書面必須記載：頭期款、各期價款與其他附加費用合計之總價款與現金交易價格之差額以及利率，尤其利率如果沒寫，就變成百分之五。

定型化契約－合乎平等互惠、誠信原則

經濟的發達，企業經營的組織愈來愈龐大，許多企業經營者用自行設定好的契約，要求消費者一定要遵守，讓許多消費者吃了很多的虧。因此消費者保護法就將企業經營者為與不特定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。定義成定型化契約。

定型化契約條款不限於書面，其以放映字幕、張貼、牌示、網際網路、或其他方法表示者，亦屬之，例如：貼在牆上的標語：「貨物出門，概不退還」、「打折期間、恕不試穿」．．．都屬定型化契約。

以往企業經營者，根本連契約都不給你看，一定要先付錢才跟你簽契約。現在不行了，如果提供的是定型化契約，消費者事先有三十天以下的審閱期。且規定定型化契約要合乎平等互惠、誠信原則。主管機關，要訂定定型化契約的範本供人參考。你可以把契約拿來，找官方範本仔細核對。定型化契約可以要求修改、刪除，否則就不要買。

萬一遇到“孤行獨市”的商品，故意刁難該怎麼辦？法令更進一步規定，主管機關要公告定型化契約中的應記載事項和不應記載事項。應記載事項指契約書中一定要有這些條約來保護消費者，如果沒有寫這幾條，消費者依然可以依照應記載事項中的規定來主張自己的權利。而不應記載事項指不可以寫在契約書中的項目，縱然約定在契約中，也是無效。目前汽車買賣、電器化用品、有線電視用戶與系統業者的定型化契約、旅遊契約、駕訓班．．．已公布定型化契約的應記載事項和不應記載事項。（定型化契約之範本及應記載事項及不應記載事項可參考行政院消費者保護委員會網站<http://www.cpc.gov.tw/>）

如果企業經營者不給你審閱期怎麼辦？在法律上，我們可以主張契約對我們不利的條款無效。

消費糾紛

雖然有了各種規定，可是有些廠商不一定這樣做。如果發生消費糾紛，我們要如何來救濟？

一、申訴

(一)企業經營者一收到消費者申

訴，十五日內必須有回應，表示如何處置，而且消費者不用付費。

(二)消費者保護團體一例如中華民國消費者協會、中華民國消費文教基金會．．．等民間組織都可接受申訴。

(三)各縣市政府消費者服務中心一有消保官接受申訴。

初次申訴時可擇其一，或三者皆申訴。若沒有結果，可以直接找消保官作第二次申訴。消費者服務中心電話是在各縣市撥「一九五〇」就會轉到各縣市政府的消費者服務中心。

二、調解

各縣市政府都有一個消費爭議調解委員會（跟鄉鎮市調解委員會是不一樣的組織），你可以申請調解，請雙方當面溝通。

三、仲裁

仲裁制度是有一個仲裁人，就雙方敘述的事實，作下決定。仲裁人類似法官的地位，但是必須雙方同意去仲裁。

仲裁人可以做判斷、調解委員不能。調解、申訴不用對方同意，仲裁要雙方同意。

四、訴訟

- (一) 小額訴訟—十萬以下，可以二人一起去法院，而且下班時間或星期六、星期日，利用空閒時刻去打官司。
- (二) 簡易訴訟程序—五十萬元以下，可以到簡易庭，申請簡易判決。
- (三) 普通訴訟—超過五十萬元。
- (四) 消費團體訴訟—同一事件，有二十人以上受害者，同時有二十人以上，把權利受讓給消費者保護團體，而且是優良的。優良的認定是由消費者保護委員會作評定。消費者保護團體，以自己的名義當原告，去告企業經營者。消費者的好處：
1. 不用負擔律師費。
2. 自己不用出庭。
3. 可以減免裁判費用。
4. 贏訴後，消費者保護團體還會把權利還給消費者。
- (五) 選定當事人訴訟—若是人數未達二十人，可選定一、二人或三人，代表受害者出庭請求即可。

家比的是品質、價格，了解自己的權利，就能去比較。在選擇時就要想到：我在法律上有什麼樣的權利？在享受權利之餘，我們也有一些義務，就是在消費時，要注意檢視商品，平時增加消費資訊，分享同事、家人，讓消費環境越來越好、糾紛越來越少。

臺北

結論

便宜並非絕對的選擇，貨比三