



# 消費者保護規範與實務

財經法律系 副教授  
楊東連

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務



公民培力推廣計畫



# 消費者保護規範與實務

## 案例思考

2020年3月4日  
Newtalk新聞

- 食藥署公佈108年電子媒體廣告監測數據，並公布廣告違規次數前3名產品，為宣稱可保護眼睛的「PPLs」、宣稱可挽救筋骨退化的「駝鳥精」及宣稱可減肥、消肚子的「大通酵素」，食藥署指出，對產品本身沒意見，但違規宣稱甚至宣稱療效，已經觸犯法規，將對廠商處以罰鍰。
- 消費者的一般合理期待認識？



公民培力推廣計畫



# 消費者保護規範與實務

## 案例思考

1996年11月8日  
釋字第414號解釋

- 甲藥商，1994年於長春雜誌刊登廣告。廣告內容均於事前送審，僅「慶祝周年慶·父親節期間購買本公司富士低週波治療器則送台北至韓國濟州島來回機票抵用券三千元」部分未予送審。
- 台北市政府於1994年9月送處分書於受處分人於長春月刊刊登「購買公司富士低週波治療器送台北至韓國濟州島來回機票抵用券三千元」，違反藥事法第66條規定，處罰鍰新台幣3萬元整。



公民培力推廣計畫



# 消費者保護規範與實務

## 案例思考

1996年11月8日  
釋字第414號解釋

- 藥物廣告係為獲得財產而從事之經濟活動，涉及財產權之保障，並具商業上意見表達之性質，惟因與國民健康有重大關係，基於公共利益之維護，應受較嚴格之規範。藥事法第六十六條第一項規定：藥商刊播藥物廣告時，應於刊播前將所有文字、圖畫或言詞，申請省（市）衛生主管機關核准，旨在確保藥物廣告之真實，維護國民健康，為增進公共利益所必要，與憲法第十一條及第十五條尚屬相符。



公民培力推廣計畫



# 消費者保護規範與實務

## 案例思考

2017年1月6日  
釋字第744號解釋

- 乙化粧品股份有限公司，未先向主管機關申請核准，即於購物中心網站刊登防曬乳之化粧品廣告，經臺北市政府衛生局以其違反化粧品衛生管理條例第二十四條第二項規定，依系爭條例第三十條第一項規定，處新臺幣三萬元罰鍰。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 案例思考

2017年1月6日  
釋字第744號解釋

- 言論自由在於保障資訊之自由流通，使人民有取得充分資訊及自我實現之機會。化粧品廣告係利用傳播方法，宣傳化粧品效能，以達招徠銷售為目的，具商業上意見表達之性質。商業言論所提供之訊息，內容非虛偽不實或不致產生誤導作用，以合法交易為目的而有助於消費大眾作出經濟上之合理抉擇者，應受憲法第十一條言論自由之保障。



公民培力推廣計畫



# 消費者保護規範與實務

## 案例思考

2017年1月6日  
釋字第744號解釋

- 就化粧品廣告採取事前審查制，已涉及對化粧品廠商言論自由及人民取得充分資訊機會之限制。按化粧品廣告之事前審查乃對言論自由之重大干預，原則上應為違憲。系爭規定之立法資料須足以支持對化粧品廣告之事前審查，係為防免人民生命、身體、健康遭受直接、立即及難以回復危害之特別重要之公共利益目的，其與目的之達成間具直接及絕對必要關聯，且賦予人民獲立即司法救濟之機會，始符合憲法比例原則及保障言論自由之意旨。



公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 案例思考

2017年1月6日  
釋字第744號解釋

- 系爭規定之立法目的應係為防免廣告登載或宣播猥褻、有傷風化或虛偽誇大，以維護善良風俗、消費者健康及其他相關權益，固均涉及公益之維護，然廣告之功能在誘引消費者購買化粧品，尚未對人民生命、身體、健康發生直接、立即之威脅，則就此等廣告，予以事前審查，難謂其目的係在防免人民生命、身體、健康遭受直接、立即及難以回復之危害。



公民培力推廣計畫



# 消費者保護規範與實務

## 案例思考

2004年5月7日  
釋字第577號解釋

- 丙菸草股份有限公司，係外國香菸代理商，其所進口之三種品牌香菸，因未標示尼古丁及焦油含量而於台北市某百貨之超市上架販售，為衛生局查獲，以菸害防制法第八條「菸品所含之尼古丁及焦油含量，應以中文標示於菸品容器上」及第二十一條規定「違反...第八條第一項...者，處新臺幣十萬元以上三十萬元以下罰鍰，並通知製造、輸入或販賣者限期收回改正；逾期不遵行者，停止其製造或輸入六個月至一年；違規之菸品並沒入銷燬之。」處以新臺幣十萬元罰鍰。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 案例思考

2004年5月7日  
釋字第577號解釋

- 國家為增進國民健康，應普遍推行衛生保健事業，重視醫療保健等社會福利工作。菸害防制法第八條第一項規定：「菸品所含之尼古丁及焦油含量，應以中文標示於菸品容器上。」另同法第二十一條對違反者處以罰鍰，對菸品業者就特定商品資訊不為表述之自由有所限制，係為提供消費者必要商品資訊與維護國民健康等重大公共利益，並未逾越必要之程度，與憲法第十一條保障人民言論自由及第二十三條比例原則之規定均無違。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 原則

- 商業言論自由
- 憲法言論自由保障範圍

## 高審查

- 醫療性廣告言論限制
- 預防制，高密度審查，涉及生命

## 低審查

- 化妝品廣告言論限制
- 追懲制，低密度審查，涉及一般



# 消費者保護規範與實務

開頭

懂法與權利

法律行為

消費行為邏輯

講綱

買賣契約

瑕疵請求權利

媒體消費

消費者權利

結尾

消費爭議處理





# 消費者保護規範與實務

法律行為



公民培力推廣計畫



# 消費者保護規範與實務

## 案例思考

2018年12月6日  
EToday

- 新北市土城，黃姓女子出面投訴，說自己辛苦打拼才買到一間公寓，不料後來才發現，**自己的房子有1/3是規劃在農業用地**，屬於都市計畫外，不但影響日後都更權益，合理房價也差了**1百多萬**！
- 黃小姐從事美甲業，一個月薪水**2到3萬元**，原本以為投資這間土城公寓是買到寶，沒想到美夢破碎，她提告損害賠償。



公民培力推廣計畫



# 消費者保護規範與實務

## 案例思考

2019年5月12日  
自由時報

- 張姓民眾花了 160 多萬元購買一部全新進口休旅車，卻發現該車標榜的自動煞停系統不靈光，他堆起高出引擎蓋的紙板模擬路上障礙物，結果新車卻偵測不出直接撞上，**自動煞停裝置毫無作用。**
- 縣府消保室指出，售車前車商有責任向消費者說清楚該系統作動條件，而不是利用話術吸引消費者，**若有廣告不實的情事，歡迎消費者檢舉。**

公民培力推廣計畫







# 消費者保護規範與實務

## 案例思考

2019年5月17日  
EToday

- 一名消費者從網路上訂購了實木床架跟茶几，沒想到師傅到府組裝完後，竟發現床架歪斜不齊，表面還有擦撞的痕跡，茶几也有類似情形，因此決定打電話向老闆反映，但對方堅稱這個情況是正常的，因為實木家具「還會生長」！
- 消費者一聽決定在7日鑑賞期內退貨，但老闆卻回覆要扣5000元，車錢、工錢、搬運包裝費都要求原PO負擔，態度惡劣，甚至還直接掛斷電話，至今費用仍一毛未退，家具也不派員收走。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 問題思考

- 你買賣房屋（買賣車輛）時，你會注意或者在意甚麼事情？
- 你買賣汽車（租賃車輛）時，你會注意或者在意甚麼事情？
- 你網購買賣（實體買賣）時，你會注意或者在意甚麼事情？

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 法律行為

- 意義：以**意思表示為要素**，依意思表示之內容而發生一定私法效果之行為。
- 成立要件：**當事人、標的及意思表示**，欠缺其一，法律行為不成立。
- **消費行為的思考與審查**：
  - 當事人：買方與賣方之確認；
  - 標的：消費物與價金之確認；
  - 意思表示：消費合意之確認。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 法律行為

- 特別成立要件：各別法律行為所特別規定之成立要件，欠缺此種要件，亦不成立。
- 遺囑除一般成立要件，還需要特別成立要件的法  
定方式，自書得親筆書寫。
- 買賣不動產，除當事人、標的及意思表示外，還  
得以書面為之。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 法律行為

- 一般生效要件：法律行為生效之一般共同要件，如欠缺此等要件時，法律行為，無效。
  - 當事人有完全行為能力：二十歲以上之人。
  - 標的合法、確定及可能：不違法的內容，如毒品。
  - 意思表示無瑕疵：無被詐欺等。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 法律行為

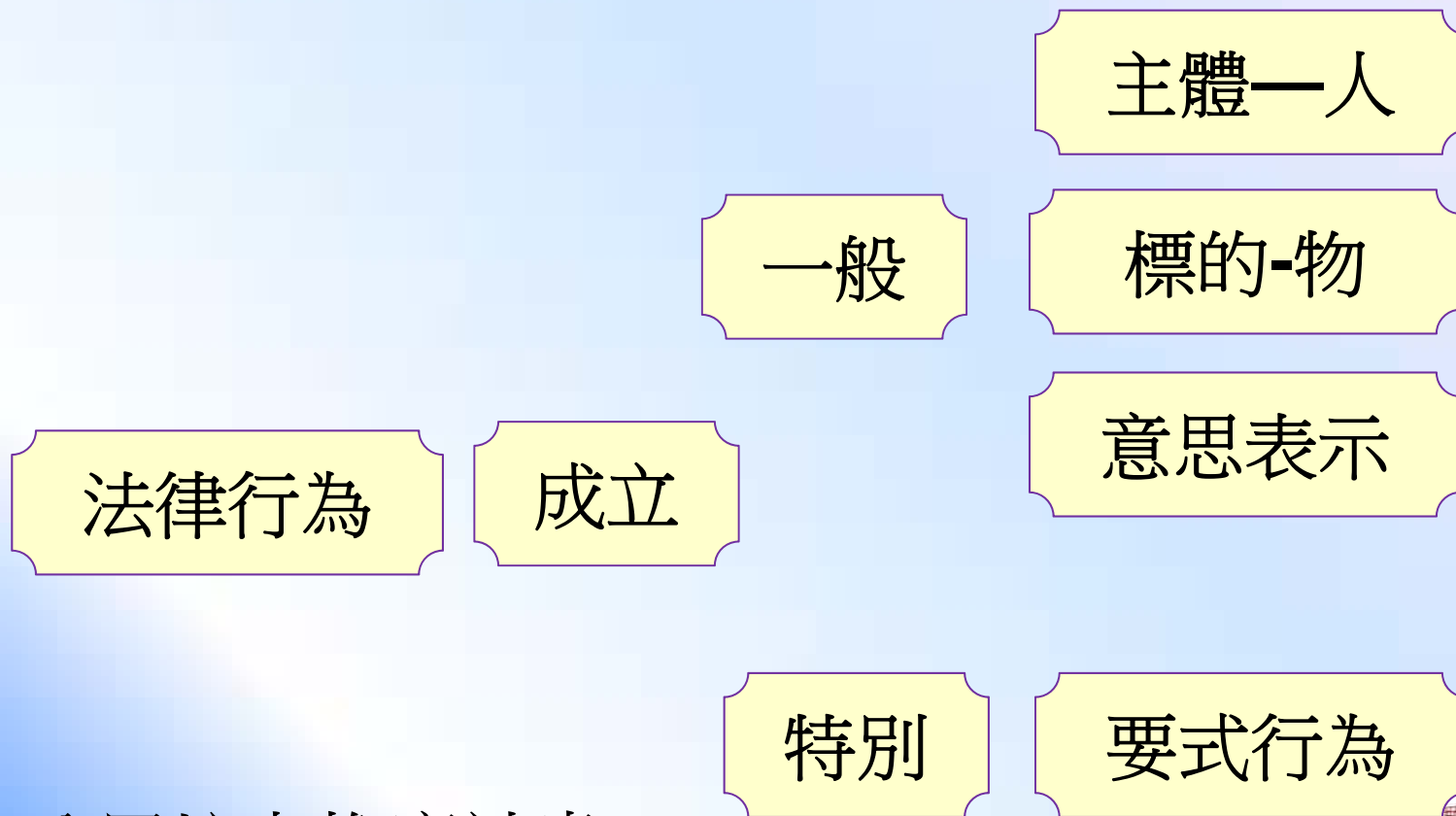
- 特別生效要件：各別法律行為所特別規定之生效要件，欠缺此種要件，無效。
- 遺囑除一般與生效成立要件外，還需要特別生效要件，死亡，遺囑生效。
- 買賣不動產，除以書面為之，登記始發生移轉的效力。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

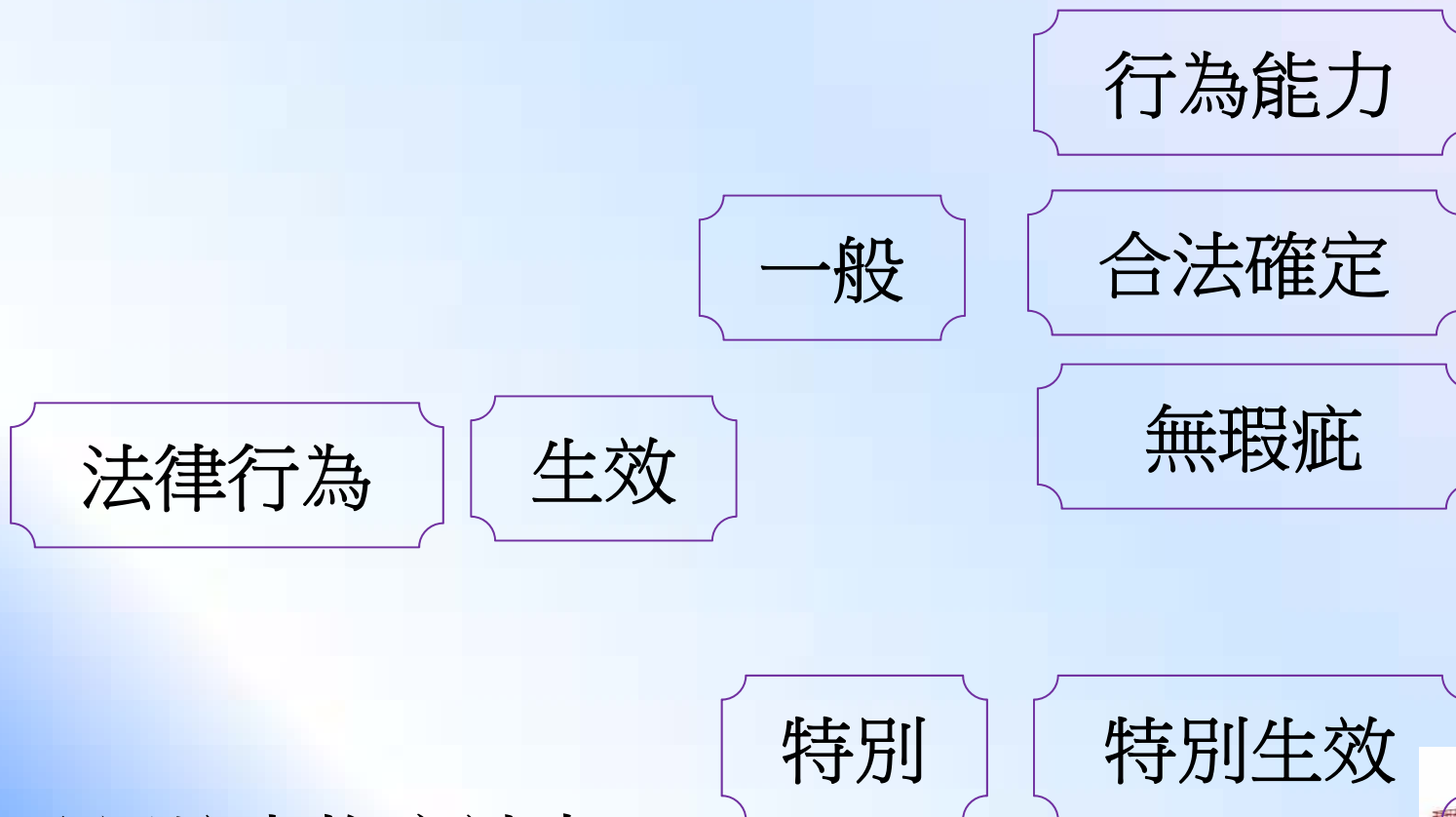


公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務



公民培力推廣計畫







# 消費者保護規範與實務

買賣行為



公民培力推廣計畫



# 消費者保護規範與實務

## 案例思考

2020年6月19日  
蘋果日報

- 吳女向林女購買的透天厝行情價約650萬，吳女花580萬元買下後約1個月，才從前屋主劉姓男子家屬的臉書得知，劉男兒子2005年在該屋浴室內輕生亡。吳女因而心生畏懼，不敢入住，並認為林女以低於市價價格出售，明顯有隱匿凶宅事實，因此對林女及房仲提告。
- 刑事庭法官認為，林女凶宅隱匿，依詐欺罪判3個月徒刑。民事庭法官認為，民法第359條，該凶宅為瑕疵物，判定貶損程度為30%，林女應歸還吳女125萬元。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 買賣契約

- 意義：「稱買賣者，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」（民法第345條）。
- 性質：不要式契約，雙方合意則契約成立。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 買賣契約

### □ 出賣人（賣方）

□ 交付義務：「物之出賣人，負交付其物於買受人，並使其取得該物所有權之義務。權利之出賣人，負使買受人取得其權利之義務，如因其權利而得占有有一定之物者，並負交付其物之義務」（民法第348條）。

□ 權利瑕疵擔保責任：「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」（民法第349條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 買賣契約

### □ 出賣人（賣方）

□ 物之瑕疵擔保責任：：「物之出賣人對於買受人，應擔保其物依第三百七十三條之規定危險移轉於買受人時無滅失或減少其價值之瑕疵，亦無滅失或減少其通常效用或契約預定效用之瑕疵。但減少之程度，無關重要者，不得視為瑕疵。出賣人並應擔保其物於危險移轉時，具有其所保證之品質」（民法第354條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 買賣契約

### □ 出賣人（賣方）

- 預先免除瑕疵義務：「以特約免除或限制出賣人關於權利或物之瑕疵擔保義務者，如出賣人故意不告知其瑕疵，其特約為無效」（民法第366條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 買賣契約

### □買受人（買方）

- 檢查義務：「買受人應按物之性質，依通常程序從速檢查其所受領之物。如發見有應由出賣人負擔保責任之瑕疵時，應即通知出賣人。買受人怠於為前項之通知者，除依通常之檢查不能發見之瑕疵外，視為承認其所受領之物。不能即知之瑕疵，至日後發見者，應即通知出賣人，怠於為通知者，視為承認其所受領之物」（民法第356條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 買賣契約

### □買受人（買方）

□瑕疵物得主張之權利：「買賣因物有瑕疵，而出賣人依前五條之規定，應負擔擔保之責者，買受人得解除其契約或請求減少其價金。但依情形，解除契約顯失公平者，買受人僅得請求減少價金」（民法第359條）。

公民培力推廣計畫







# 消費者保護規範與實務

## 買賣契約

### □買受人（買方）

□損害賠償請求權：「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」（民法第360條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 買賣契約

### □買受人（買方）

- 請求另行交付：「買賣之物，僅指定種類者，如其物有瑕疵，買受人得不解除契約或請求減少價金，而即時請求另行交付無瑕疵之物。出賣人就前項另行交付之物，仍負擔保責任」（民法第364條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 買賣契約

### □買受人（買方）

- 消滅時效：「買受人因物有瑕疵，而得解除契約或請求減少價金者，其解除權或請求權，於買受人依第三百五十六條規定為通知後六個月間不行使或自物之交付時起經過五年而消滅。前項關於六個月期間之規定，於出賣人故意不告知瑕疵者，不適用之」（民法第364條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 買賣契約

### □ 共同原則

- 同時履行：「買賣標的物與其價金之交付，除法律另有規定或契約另有訂定或另有習慣外，應同時為之」（民法第369條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 買賣契約

### □ 共同原則

- 危險移轉：「買賣標的物之利益及危險，自交付時起，均由買受人承受負擔，但契約另有訂定者，不在此限」（民法第373條）。





# 消費者保護規範與實務

買賣契約

性質

不要式契約

瑕疵

解除契約

損害賠償

減少價金

交付新物

時效

通知後**6**個月

交付起**5**年

危險

交付移轉



公民培力推廣計畫



# 消費者保護規範與實務

## 消費保護



公民培力推廣計畫



# 消費者保護規範與實務

## 案例思考

- A熱愛自行車運動，某日A騎著組裝的新車，與車友行經某高速下坡路段，卻發現甲品牌自行車大廠購買的碟煞失去剎車功能，A為免於帶車摔下山谷導致生命危險，於是以自行車放倒摩擦地面的方式減速，使自己臉部及四肢等多處嚴重擦挫傷，緊急送醫進行縫合手術，事後傷口仍需復健治療，工作也得聘請他人協助處理。

公民培力推廣計畫







# 消費者保護規範與實務

## 消費保護

- 製造商無過失責任：「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，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性。商品或服務具有危害消費者生命、身體、健康、財產之可能者，應於明顯處為警告標示及緊急處理危險之方法。企業經營者違反前二項規定，致生損害於消費者或第三人時，應負連帶賠償責任。但企業經營者能證明其無過失者，法院得減輕其賠償責任。」（消費者保護法第7條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 消費保護

- 製造商舉證責任：「企業經營者主張其商品於流通進入市場，或其服務於提供時，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性者，就其主張之事實負舉證責任。商品或服務不得僅因其後有較佳之商品或服務，而被視為不符合前條第一項之安全性」（消費者保護法第7-1條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 消費保護

- 經銷商推定過失責任：「從事經銷之企業經營者，就商品或服務所生之損害，與設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者連帶負賠償責任。但其對於損害之防免已盡相當之注意，或縱加以相當之注意而仍不免發生損害者，不在此限。前項之企業經營者，改裝、分裝商品或變更服務內容者，視為第七條之企業經營者」（消費者保護法第7-1條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 消費保護

- 輸入商無過失責任：「輸入商品或服務之企業經營者，視為該商品之設計、生產、製造者或服務之提供者，負本法第七條之製造者責任」（消費者保護法第8條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 消費保護

- 媒體經營商故意責任：「刊登或報導廣告之媒體經營者明知或可得而知廣告內容與事實不符者，就消費者因信賴該廣告所受之損害與企業經營者負連帶責任。前項損害賠償責任，不得預先約定限制或拋棄」（消費者保護法第23條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 消費保護

- 廣告代理業故意責任：「廣告代理業在明知或可得而知情形下，仍製作或設計有引人錯誤之廣告，與廣告主負連帶損害賠償責任」（公平交易法第21條）。
- 廣告媒體業故意責任：「廣告媒體業在明知或可得而知其所傳播或刊載之廣告有引人錯誤之虞，仍予傳播或刊載，亦與廣告主負連帶損害賠償責任」（公平交易法第21條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 消費保護

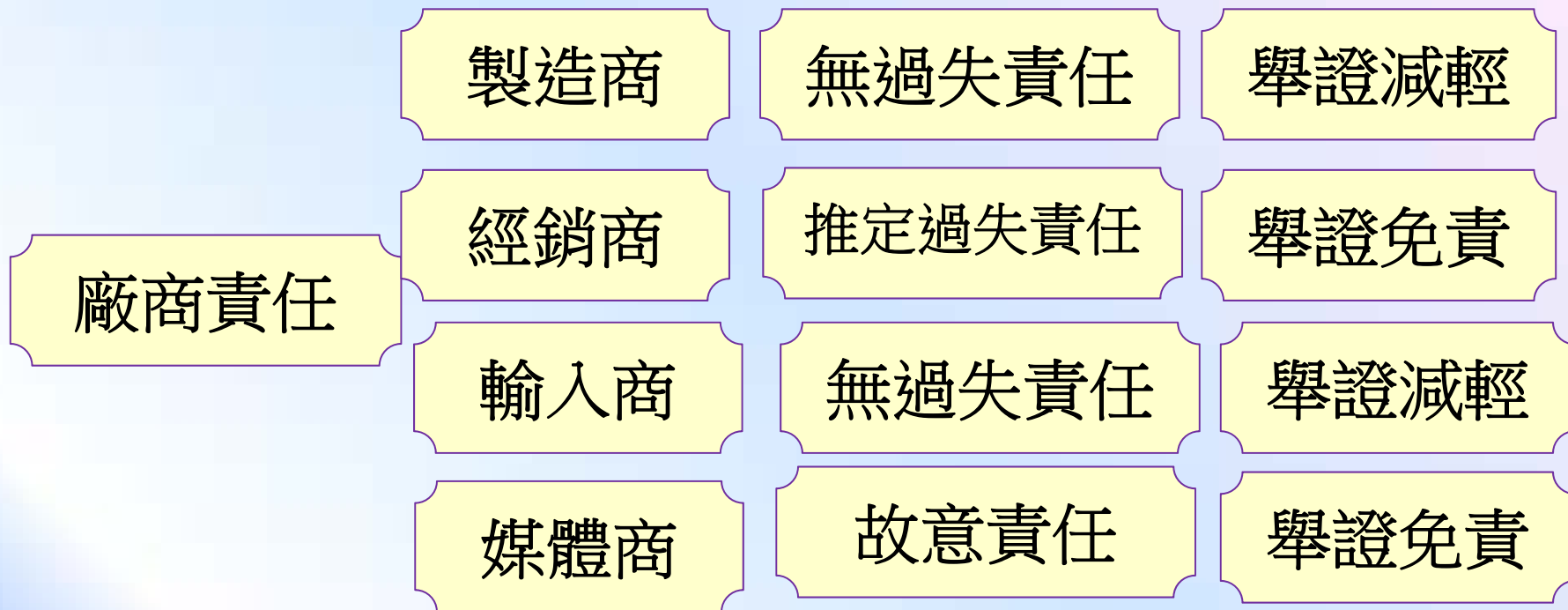
- 廣告薦證者故意責任：「廣告薦證者明知或可得而知其所從事之薦證有引人錯誤之虞，而仍為薦證者，與廣告主負連帶損害賠償責任。但廣告薦證者非屬知名公眾人物、專業人士或機構，僅於受廣告主報酬十倍之範圍內，與廣告主負連帶損害賠償責任」，「前項所稱廣告薦證者，指廣告主以外，於廣告中反映其對商品或服務之意見、信賴、發現或親身體驗結果之人或機構」（公平交易法第21條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務



公民培力推廣計畫







# 消費者保護規範與實務

## 消費保護

- 定型化契約：
- 概念：「指以企業經營者提出之定型化契約條款作為契約內容之全部或一部而訂立之契約」（消費者保護法第2條）。
- 審閱期：「企業經營者與消費者訂立定型化契約前，應有三十日以內之合理期間，供消費者審閱全部條款內容」、「違反規定者，其條款不構成契約之內容。但消費者得主張該條款仍構成契約之內容」（消費者保護法第11-1條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 消費保護

- 定型化契約：
- 無效：「定型化契約中之條款違反誠信原則，對消費者顯失公平者，無效。定型化契約中之條款有下列情形之一者，推定其顯失公平：一、違反平等互惠原則者。二、條款與其所排除不予適用之任意規定之立法意旨顯相矛盾者。三、契約之主要權利或義務，因受條款之限制，致契約之目的難以達成者」（消費者保護法第12條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 案例思考

2018年10月24日  
EToday

- 消費者購買3999元的行動麥克風，使用後認為功能不符預期，想要退款卻遭拒絕，業者主張《消保法》規定「拆封的影音商品或電腦軟體」不適用7日無條件解約，且還有個人衛生之虞。
- 消基會表示「拆封的影音商品或電腦軟體」是指DVD、光碟等「容易複製」、「難以返還原狀」的商品，且須具備多媒體效果，麥克風屬於硬體設備，非此類別

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 消費保護

- 通訊交易或訪問交易買賣：
- 七日內無條件解約：「通訊交易或訪問交易之消費者，得於收受商品或接受服務後七日內，以退回商品或書面通知方式解除契約，無須說明理由及負擔任何費用或對價。但通訊交易有合理例外情事者，不在此限」（消費者保護法第19條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 消費保護

- 通訊交易或訪問交易買賣：
- 例外：「通訊交易之商品或服務有下列情形之一，並經企業經營者告知消費者將排除消保法第19條第1項規定解除權之適用者，屬排除7日解除權之合理例外情事：1、易於腐敗、保存期限較短或解約時即將逾期。2、依消費者要求所為之客製化給付。3、報紙、期刊或雜誌。4、經消費者拆封之影音商品或電腦軟體。5、非以有形媒介提供之數位內容或一經提供即為完成之線上服務，經消費者事先同意始提供。6、已拆封之個人衛生用品。7、國際航空客運服務。」（通訊交易解除權合理例外情事適用準則第2條）。



# 消費者保護規範與實務

## 消費保護

- 未經消費者要約之商品投遞：
- 消費者無保管義務：「未經消費者要約而對之郵寄或投遞之商品，消費者**不負保管義務**」（消費者保護法第20條）。
- 視為拋棄：「前項物品之寄送人，經消費者定相當期限通知取回而逾期未取回或無法通知者，**視為拋棄其寄投之商品**。雖未經通知，但在寄送後逾一個月未經消費者表示承諾，而仍不取回其商品者，亦同」（消費者保護法第20條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 消費保護

- 分期付款買賣
- 要式契約：「企業經營者與消費者分期付款買賣契約應以書面為之」（消費者保護法第21條）。
- 契約書內容：「契約書應載明：一、頭期款。二、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。三、利率」。「企業經營者未依前項規定記載利率者，其利率按現金交易價格週年利率百分之五計算之」（消費者保護法第21條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 消費保護

- 企業經營者消費資訊告知義務
- 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」（消費者保護法第22條）。
- 標示義務：「企業經營者應依商品標示法等法令為商品或服務之標示。輸入之商品或服務，應附中文標示及說明書，其內容不得較原產地之標示及說明書簡略」（消費者保護法第24條）。

公民培力推廣計畫







# 消費者保護規範與實務

## 消費爭議



公民培力推廣計畫



# 消費者保護規範與實務

## 消費爭議排行

- 1-網路購物2039件，物品瑕疵、退換貨爭議及賣家網路詐騙等。
- 2-線上遊戲1252件，帳號被盜用、停權、系統設備維修故障、抽獎爭議及退費爭議等。
- 3-通訊及週邊產品859件，手機瑕疵、系統更新後降低效能、過保固期後維修費用及退換貨等。
- 4-運輸及車輛814件，引擎冷卻液洩漏導致車輛降速及衍生機件故障等。
- 電信爭議705件，設備通訊及資費爭議等。



# 消費者保護規範與實務

## 消費爭議

- 申訴
- 要件：「消費者與企業經營者因商品或服務發生消費爭議時，消費者得向企業經營者、消費者保護團體或消費者服務中心或其分中心申訴」（消費者保護法第43條）。
- 效力：「企業經營者對於消費者之申訴，應於申訴之日起十五日內妥適處理之。消費者依第一項申訴，未獲妥適處理時，得向直轄市、縣(市)政府消費者保護官申訴」（消費者保護法第44條）。





# 消費者保護規範與實務

## 消費爭議

- 調解
- 要件：「消費者依前條申訴未能獲得妥適處理時，得向直轄市或縣(市)消費爭議調解委員會申請調解」（消費者保護法第44條）。
- 效力：「調解成立者應作成調解書。前項調解書之作成及效力，準用鄉鎮市調解條例第二十五條至第二十九條之規定」（消費者保護法第46條）。





# 消費者保護規範與實務

## 消費爭議

- 訴訟
- 管轄：「消費訴訟，得由消費關係發生地之法院管轄」（消費者保護法第47條）。
- 團體訴訟：「消費者保護團體對於同一之原因事件，致使眾多消費者受害時，得受讓二十人以上消費者損害賠償請求權後，以自己名義，提起訴訟。消費者得於言詞辯論終結前，終止讓與損害賠償請求權，並通知法院。前項訴訟，因部分消費者終止讓與損害賠償請求權，致人數不足二十人者，不影響其實施訴訟之權能」（消費者保護法第50條）。



# 消費者保護規範與實務

## 消費爭議

- 訴訟
- 懲罰性賠償金：「依本法所提之訴訟，因企業經營者之故意所致之損害，消費者得請求損害額五倍以下之懲罰性賠償金；但因重大過失所致之損害，得請求三倍以下懲罰性賠償金，因過失所致之損害，得請求損害額一倍以下之懲罰性賠償金」  
（消費者保護法第51條）。

公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 消費爭議

- 訴訟
- 訴訟費用：「消費者保護團體以自己之名義提起第五十條訴訟，其標的價額超過新臺幣六十萬元者，超過部分免繳裁判費」（消費者保護法第52條）。
- 命停止營業：「企業經營者違反本法規定，生產商品或提供服務具有危害消費者生命、身體、健康之虞者，影響社會大眾經中央主管機關認定為情節重大，中央主管機關或行政院得立即命令其停止營業，並儘速協請消費者保護團體以其名義，提起消費者損害賠償訴訟」（消費者保護法第60條）。



# 消費者保護規範與實務

## 消費權利意識



公民培力推廣計畫





# 消費者保護規範與實務

## 消費權利意識

- **消費者意識**：持續學習相關消費者智識，基於「一般知識合理認知」理念，「產品不能不當對價」認知，建構合理的消費意識。
- **消費者權利**：認知權利來自「法律規範」為依據，「受侵害得救濟」權力，認識法律作為消費者保護的自我保護手段。

公民培力推廣計畫



# 消費者保護規範與實務

報告完畢!!

感謝聆聽!!

