

揪團不「瞎」拼—破解宅配美食不合理條款！

發佈日期：
2011.02.14

網路購物近幾年來大行其道，消費者不出門即可購天下物，業者又提供宅配到府的服務，可說是相當便利。其中，尤以食品類最受到消費者的青睞，辦公室、親朋好友間「揪團」下訂，可以享受大量購買的優惠（如免運費），創造出了一片宅經濟的榮景。根據媒體報導，網路宅配美食1年的商機可達新台幣200億元！可見其市場是不容忽視的。

不過，在網購宅配廣受消費者歡迎的同時，網路交易的相關糾紛也屢有發生。消基會於100年1月間，以「2010年十大宅配美食風雲店家」為調查樣本，瞭解業者的交易資訊是否對消費者友善。

本次調查樣本包括1號「阿舍乾麵」、2號「東海蓮心冰雞腳凍」、3號「堤拉米蘇蛋糕店」、4號「田原香滴雞精」、5號「巴特里精緻烘焙（爆漿餐包）」、6號「BLACK AS CHOCOLATE」、7號「阿默蛋糕」、8號「奕順軒（奶凍捲）」、9號「角之館」及10號「18度C巧克力工房」。

一、7家業者基本資料揭露不全，占70%（詳見表一）

參考「零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項」，網路交易企業經營者應於網站上揭示「企業經營者之名稱、負責人、電話、電子郵件信箱及營業所所在地地址」。

本項調查係以各業者官方網站上「首頁」、「購物須知（說明）」、「會員（客服）中心」、「聯絡我們」、「關於我們（簡介）」、「Q&A」、「訂購單（資訊）」等網頁為憑，檢視是否有刊出以上的訊息，若刊登於他處，則顯然未能明確被消費者查知，視為未揭露。

經過檢視，僅有3家業者完全揭示了以上資訊，包括2號「東海蓮心冰雞腳凍」、6號「black as chocolate」與9號「角之館」，其餘7家業者都至少有一個項目未揭示，比例高達70%，其中以「企業經營者名稱、負責人」為最多業者未揭示的項目，在7家未揭示完全的業者中，全數都缺少這一個項目；另外4號的「田原香滴雞精」沒有標明營業處所地址、5號的「巴特里精緻烘焙（爆漿餐包）」則是沒有提供電子郵件信箱。消基會呼籲業者應秉持誠信經營、服務至上的原則，將各項基本資料明白揭示於網站。

二、其他缺失（詳見表二）

在本次調查的10個樣本店家中，不少業者有實體店面，但全數業者均可讓消費者直接於網站上線上購物、或透過傳真訂購單的方式讓消費者下單後再宅配

到府，因此仍具有特種買賣的性質，故本次亦針對業者是否符合特種買賣的相關規定進行調查。

(1) 90%未揭示《消費者保護法》第 19 條之退换货說明。

「零售業等網路交易定型化契約應記載事項」第十一條：「消費者得依消費者保護法第十九條第一項行使相關權利。」然而，一般消費者可能不清楚相關規定的詳細內容，導致權益受到損傷。

因此，消基會認為，若業者有從事透過網路、傳真等方式為交易的業務，即應將《消費者保護法》第 19 條有關特種買賣消費者之特殊解約權的規定：「郵購或訪問買賣之消費者，對所收受之商品不願買受時，得於收受商品後七日內，退回商品或以書面通知企業應營者解除買賣契約，無須說明理由及負擔任何費用或價款」揭示於網站。

根據檢視的結果，有高達 90%的樣本沒有將以上規定揭示於網站，僅 1 家 1 號的「阿舍乾麵」註明「謹依消費者保護法的規定」處理退貨事宜，但卻沒有說明是如何的內容，因此仍不算完整。

(2) 有 3 家業者不提供貨到付款服務、3 家業者規定若選擇貨到付款將加收手續費！

由於消費者透過線上購物或傳真購物時，往往可能需要等待一段時間後才能收到貨，部分狂銷熱賣的商品，甚至要等上個把月，也曾經發生已超過約定時間業者仍遲遲沒有出貨的爭議。因此消基會認為，業者應提供貨到付款的服務，對消費者比較有保障，否則若於下訂後就付款，業者卻延誤出貨日期甚至無法再出貨的話，消費者還要付出時間與聯絡的成本，與業者溝通退費問題，萬一業者屆時已產生營運危機，消費者豈不是索討無門？！

在本次調查的 10 家業者中，共有 3 家不提供貨到付款的服務，包括 1 號「阿舍乾麵」、6 號「BLACK AS CHOCOLATE」與 10 號「18 度 C 巧克力工房」。另外也有 3 家業者雖有提供服務貨到付款的服務，但卻規定如消費者選擇此種付款方式，會收加手續費：5 號「巴特里精緻烘焙（爆漿餐包）」規定，如訂購貨款未達 10,000 元，將視金額收取 20 或 60 元的手續費、貨款達 10,000 元以上還要另計；8 號「奕順軒（奶凍捲）」則限定訂購金額若為 20,000 元以下，每筆加收 30 元；9 號「角之館」則規定，消費者如選擇貨到付款的方式，會被索取 30 元的手續費。

消基會認為，業者於消費者選擇貨到付款時，向消費者索取額外的手續

費，一來沒有合理的理由，因為消費者並沒有少付價金、業者更不會衍生其他成本（若店家成為信用卡特約商店，還要吸收刷卡手續費），二來也影響消費者選擇貨到付款的意願，實在不可取！

(3) 4 家業者訂有其他對消費者不利的條款

根據檢視業者網站資訊後發現，有 4 家業者訂有各種不利於消費者的條款。部分約定甚至已構成違法事由，消費者不可不慎。

3 號「提拉米蘇蛋糕店」規定：如果發現貨物有損壞情形或數量短少時，請當天立即打電話告知我們，若於次日再行告知我們，將無法為您處理……。然事實上，如果業者提供的貨品有損壞情形，即屬於有瑕疵，根據《民法》第 365 條的規定：「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 356 條規定為通知後 6 個月間不行使或自物之交付時起經過五年而消滅。」業者負有瑕疵擔保責任，應恢復原狀或更換無瑕疵的商品給消費者，但該店家卻規定如當日未反應即不予處理，已違反上述條文，故消費者可據理力爭，消基會也提醒，消費者本身亦負有檢查商品的義務（《民法》第 356 條），故仍應儘速確認商品的狀況並立即通知業者處理。

另外，4 號「田原香滴雞精」規定：「本公司的熟食產品皆為客製化新品，不享有一般商品鑑賞期和退貨退款的服務。」然根據《消費者保護法》第 19 條，消費者從事特種買賣，即享有 7 日的猶豫期，不因商品的種類或特性而有差別，況且，消費者也可能收到有瑕疵的商品，其依法更換無瑕疵商品的權利也不受影響。

再者，6 號「BLACK AS CHOCOLATE」規定：「您因存取本網站所生一切損失或就任何因此所生之直接、間接、偶發、特殊或嗣後損失所提出之法律上請求，其超出您已支付之數額者，BLACK AS CHOCOLATE 不負賠償責任。」這樣的條款，等於是限縮企業經營者對消費者負有的損害賠償責任，根據《消費者保護法》第 7 條，企業經營者應確保其商品或服務，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性。該店家販售的商品主要是巧克力（或蛋糕），單價介於數百至 1 千元左右，但消費者因使用該店家網站而產生損害的請求，要視實際狀況來估算，與消費者支付的商品價金無關。該條款恐違反同法第 10 條之 1：「企業經營者對消費者或第三人之損害賠償責任，不得預先約定限制或免除」，呼籲業者應立即改善。

而 10 號「18 度 C 巧克力工房」共有 3 項對消費者不公平的規定，其一：「本公司保有條款修改權限」，但契約應經雙方合議後始生效力，業者此種規定，即是要求消費者無條件接受其單方面擬定的條款。根據《消費者保護法》

第 11 條之 1，企業經營者與消費者訂定合約前，應提供消費者至少 30 日的契約審閱期，否則該條款不構成契約之內容；又根據同法第 13 條與第 14 條，企業經營者應向消費者明示契約之內容，否則若非為消費者所得預見，亦不構成契約的一部分。因此，業者此等規定，並無效力。

其二，該業者規定：「新鮮食品一經出售恕不退換貨，包裝商品不得拆封，否則恕不接受退換貨」。也同樣有違反《消費者保護法》第 19 條的情形，況且若消費者不拆封，則無法檢視商品，因此業者此等規定完全是沒有道理的。其三，該業者規定，如果訂購的商品無問題但消費者卻想退貨，則必須自行負擔運費。然根據《消費者保護法》第 19 條，消費者從事特種買賣而欲解約時，無須說明任何理由及負擔任何費用或價款，故消費者可主張該等規定為無效，並要求業者負擔退換貨的運費。

消基會呼籲

一、 政府主管機關：

有鑑於網路交易糾紛頻傳，經濟部已於 99 年 6 月間公布「零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項」、自 100 年 1 月 1 日生效。為提醒從事網路購物的業者應注意加快腳步以符合法規的規範、避免消費者權益受損，消基會籲請主管機關應加強查核業者使用的契約內容，替消費者把關。

二、 業者：

網購宅配服務近年來廣受消費者歡迎，但業者也應該重視消費者的權益與相關法令的規範，除了產品的口味之外，創造好的服務口碑，讓消費者有信心持續支持，才是經營之道。

三、 消費者：

消費者於進行網購交易之前，應看清楚業者的各項約定，不要衝動下訂，以免事後衍生爭議。也可參考前述的「零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項」與《消費者保護法》的規定，不要讓自己的權益睡著了！