

裁判字號：臺灣桃園地方法院 102 年訴字第 505 號民事判決

裁判日期：民國 102 年 05 月 31 日

裁判案由：履行契約

臺灣桃園地方法院民事判決

102年度訴字第505號

原告 洪詩益

吳宜臻

陳文源

邱智翔

上四人共同

訴訟代理人 魏鈺沛律師

被告 錫陽車業股份有限公司

法定代理人 謝水旺

訴訟代理人 李宏文律師

上列當事人間請求履行契約事件，於民國102 年5 月2 日辯論終結，本院判決如下：

主 文

原告之訴駁回。

訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

壹、程序方面：

一、按「因契約涉訟者，如經當事人定有債務履行地，得由該履行地之法院管轄。」民事訴訟法第12條定有明文，是以苟經定有債務履行地，無論明示或默示，該債務履行地即有管轄權。次按「管轄權之有無，應依原告主張之事實，按諸法律關於管轄之規定而為認定，與其請求之是否成立無涉。本件相對人依其主張，既係向契約履行地之法院起訴，按諸民事訴訟法第十二條規定，原第一審法院即非無管轄權。至相對人主張之契約是否真正存在，則為實體法上之問題，不能據為定管轄之標準。」（最高法院65年台抗字第162 號判例參照）。本件原告主張被告應負交付如附表所示數量之商品型號商品予原告，且交付之方式係應由被告將商品送達原告在被告刊登廣告之網站上指定之處所而為交付，即被告所負者為赴償債務，則有關本件網路購物契約，被告給付商品之債務履行地自係原告等人指定之處所，而原告等人指定之處所均在桃園縣境內，則參酌上開法條內容及最高法院判例意旨，本院自有管轄權。至被告雖抗辯稱訂購單所載交貨地點，為原告單方對訴外人網元國際資訊股份有限公司（下稱網元公司）所指定，並未經被告同意而達成買賣契約履行地約定之合致云云。惟查：依據被告提出之網元公司與被告簽訂之線上訂購合作契約書三線上訂購(一)約定「乙方（即被告）應

負責將線上訂購者所訂購之標的商品，於接獲甲方（即網元公司）通知後三個工作日內出貨至線上收貨人或甲方所指定之地址。」，有該合作契約書影本1份在卷可稽（見本院卷第83頁），足見被告與網元公司亦約定以線上收貨人之住址為契約履行地，被告抗辯本院無管轄權，尚屬無據。

- 二、另參酌消費者保護法第47條規定：「消費訴訟，得由消費關係發生地之法院管轄。」第2條第3款規定：「消費關係：指消費者與企業經營者間就商品或服務所發生之法律關係。」本件被告係以在網站刊登有關其商品優惠、特價之訊息，並任由購買者在網站下單購買，此消費型態，與消費者保護法第2條第10款所指「郵購買賣」之定義相符，且本件被告係企業經營者，而兩造之紛爭在於有無標錯價格，被告拒絕履行是否符合公平交易之情況等等，屬消費訴訟，有消費者保護法之適用，原告既於桃園縣下單購買，桃園縣自係消費關係發生地，依該消費者保護法第47條之規定，本院亦有管轄權，合先敘明。

貳、實體方面：

一、原告起訴主張：

(一)原告等4人於民國101年9月16日，於網元公司設置之「Go My購買網」（<http://www.gomy.com.tw>）上發現被告刊登「『開學季』特賣會～RV 250 EVO 雙燈版2011年全新出廠車未領牌新車」（下稱系爭商品）之促銷廣告，並於該廣告中標示系爭商品之建議售價為175,000元，原網路價為170,000元，活動特價為16,000元。顯見系爭商品在做特惠價折扣促銷活動，原告4人因有購買之需求，而且被告係三陽機車在台灣南部最大的經銷商，因而信賴該廣告之內容並以網頁上之標示價格下單訂購如附表所示數量之商品。詎料，被告事後竟以網站系統上之線上價格標示錯誤、訂單不被接受等片面理由，拒絕履行契約。

(二)兩造就系爭商品如附表之買賣契約已有效成立，茲分述如下：

1. 系爭商品之廣告屬「要約」：

- ①「要約」與「要約引誘」，應有下列之不同：(1)性質不同：要約為意思表示，要約引誘則為單純事實通知；(2)目的不同：要約為喚起相對人為承諾，要約引誘為喚起相對人為要約；(3)是否具體明確：要約須具體表明契約內容，要約引誘未具體表明契約內容；(4)重視當事人資格否：要約注重當事人資格，要約引誘不注重當事人資格。
- ②網路購物在無法律特別規定之情形，則應視表示之內容物是否明確、契約是否重視當事人或物之資格以及依交易習慣或社會通念加以認定。原則上，如銷售者之網站中有使訂購者得確定商品之外觀、規格、型號以及售價，同時訂購者得於確認後直接為訂購之表示者，銷售者提供之商品訂購選單因足以呈現契約必要之點，應屬要約之表示，而於訂購者以滑

鼠或按鍵圈選或勾選者即為承諾之表示。此時，除另有契約約定（例如限制銷售數量），否則認為契約成立。

- ③系爭商品之廣告明確標示商品的外觀、規格、型號及售價，整個訂購過程足以呈現契約必要之點，因此符合要約的表示。

2.被告不適用民法第88條撤銷錯誤意思表示之規定：

- ①按民法88條第1 項後段之規定，主張意思表示錯誤而撤銷者，須以該錯誤「非由表意人自己之過失者為限。」。
- ②被告於消保官介入調解時雖一再主張標錯價，但廣告之標錯價並非因遭駭客等外力入侵或第三人所致，而係被告或被告之受雇人所為。且被告已於消保官介入調解時自承此次事件是自己出錯，因此被告自己顯有過失應無疑義。故被告亦難免除其過失之責任而得主張得撤銷意思表示。
- ③再者，當前我國無論網路交易或實體商店之消費購物習性，為了促銷突然大幅降價乃司空見慣之事，百貨公司於所謂的年中慶或週年慶或年終特買會時有一折、兩折商品之促銷，有時大幅下殺數千甚至數萬之譜；而網路或電視購物平台上亦常聽聞有限時、限量的特價搶標等活動。故，一般消費者並無從瞭解廠商對於商品定價之標準或心態，更無義務去反覆衡量廠商所售商品價格合理與否，否則購物時機即可能稍縱即逝。因此，要求消費者去判斷每個買賣行為之交易價格是否合理，不僅對交易相對人法無明文的不必要負擔，而且，各消費者對於商品價格之合理區間認定亦可能顯不相同，故據以作為判斷標準也將過於主觀而失其意義。更何況，線上特惠多寡及是否合理乃係被告自身之交易動機為何所能衡量者，自非消費者所能及所該判斷是否具備合理性之標的。因此，於系爭案件事實中，原告無從由被告之銷售頁面中知悉其網路上之標價是否存有錯誤或是促銷的優惠價格，僅能仰賴被告提供標示的特惠價格，作為判斷是否購買的依據。準此，被告若欲以民法88條後段主張撤銷其意思表示，於法顯有不合，且亦不當侵害原告對此一交易之信賴。故系爭案件之買賣契約顯已成立且不得撤銷之理由已不辨自明。

- (三)末以，若被告得恣意以標錯價為由撤銷意思表示，往後所有消費者在網路購物時，豈不均應了解該樣商品的合理價格，判斷是否為錯標，才能決定是否訂購。此舉不僅會混亂網路購物之信賴與秩序，往後消費者更祇得任由廠商魚肉宰割，廠商若反悔不願履約，僅需主張其商品標價錯誤，消費者只能啞巴吃黃蓮，自認倒楣接受？那麼往後又有誰敢在網路上安心購物？在網際網路日趨發達的現代社會，網路購物的蓬勃發展將會因此次事件而蒙上陰影。

(四)對被告答辯之陳述：

- 1.網元公司於「GoMy聯合廠商網」之「聯合廠商網問題集錦—上架篇」曾清楚載明「Q5：供應商所上架的商品價格有誤或已售完要如何處理？A5：供應商可進入商品管理介面將商品

下架，再提案一正確價格之新商品，唯調整前若有產生之訂單，依據合約供應商必須出貨。…」，故足證：

- ①兩造買賣契約於原告下訂時已成立。
- ②不論是商品價格有誤或已售完，在被告下架及調整價格前所收到之訂單，被告均有依該買賣條件出貨之義務。
- 2.次提出台灣台南地方法院98年訴字第1009號民事判決，並援引該判決理由五作為認定被告於「GoMy聯合廠商網」標價販售系爭商品屬於「要約」，絕非「要約引誘」之見解。
- (五)並提出系爭商品廣告影本1份、洪詩益系爭商品之網路訂購單、調解不成立文件證明之影本1份、吳宜臻系爭商品之網路訂購單、調解不成立文件證明之影本1份、陳文源系爭商品之網路訂購單、調解不成立文件證明之影本1份、邱智翔系爭商品之網路訂購單影本1份、http://merchant.gomy.com.tw/merchant_qa_1.asp網路列印資料1份、台灣台南地方法院98年訴字第1009號民事判決網路列印資料1份為證。並聲明：被告應將各如附表所示數量之商品交付原告。

二、被告答辯以：

(一)就程序部份而言，被告主張本件 鈞院應無管轄權：

- 1.被告營業所在地為高雄市，故如以被告為對象起訴者，除有其他管轄規定外，依民事訴訟法第2條第2項規定，自應以台灣高雄地方法院為第一審管轄法院，此為被告固有之應訴權利，本件被告並不同意捨棄。
- 2.原告主張鈞院有管轄權，無非先依民事訴訟法第12條規定主張契約履行地為鈞院轄區，然本件原告所提用以證明契約履行地之網路訂購單，為網元公司（即本件網路交易平台GoMy購買網之經營者）所出具，故以訂購單所載交貨地點，為原告單方對網元公司所指定，並未經被告同意而達成買賣契約履行地約定之合致，參照最高法院98年度臺抗字第468號判決意旨，自尚不得為遽以此為定本件管轄之依據：
- ①按「按因契約涉訟者，如經當事人定有債務履行地，得由該履行地之法院管轄，此乃民事訴訟法第十二條就特別審判籍所設之規定，是項規定，無論以文書或言詞，抑以明示或默示為之，是否與債權契約同時訂定，固均無不可，即其履行地定有數處或雙務契約當事人所負擔之債務雙方定有互異之債務履行地者，各該履行地之法院亦皆有管轄權，惟必以當事人間有約定債務履行地之意思表示合致，始有該條規定之適用。又事件管轄權之有無，乃法院應依職權調查之事項，當事人如主張受訴法院依民事訴訟法第12條規定有管轄權，而為對造所否認者，自仍應依同法第277條本文之規定，就該「定有債務履行地」之利己事實負舉證責任。」最高法院98年度台抗字第468號判決要旨可參。
- ②本件原告所提用以證明契約履行地之網路訂購單，為網元公司所出具，故以訂購單所載交貨地點，為原告單方對網元公司所指定，並未經被告同意而達成買賣契約履行地約定之合

致，故參照前開最高法院判決意旨，自尚不得為遽以此為定本件管轄之依據。如原告未能就此為舉證者，自應以被告營業所在地之台灣高雄地方法院為第一審管轄法院。

③原告復另主張本件為消費訴訟，原告於鈞院轄區下訂，依消費者保護法第47條規定，鈞院有管轄權，惟查：本件原告主張依買賣契約請求交付買賣標的物，並無主張消費者保護法之相關權利，本件自非消費訴訟，應無消費者保護法第47條規定適用之餘地。上情更遑論原告亦未提出其於○○○區○○○○路進行下訂之任何證明（依原告所提單據，至多僅能證明原告住所地於鈞院轄區，然尚不能證明於原告下訂當時係於其住所地或鈞院轄區內之其他地點），故本件原告尚不得主張依消費者保護法第47條規定，由鈞院受理本件之管轄。

(二)就實體而言，系爭商品廣告並非原告等人下訂系爭商品之廣告內容，此由原告所提網路訂購單之記載原告等人下訂商品品項全名為「『開學季』特賣會～RV250 EVO 雙燈版2011年全新出廠車未領牌新車只有一台黑色」等語，此與被證一號原告等人下訂系爭商品之廣告內容所載商品品名相符，故依原告主張系爭商品之廣告內容為被告所為之出賣要約而言，被告既已明示其所要約具有數量限制僅有1 台及車色為黑色之條件，即其出賣商品僅有黑色機車1 台，則該機車已於10 1 年9 月15日10時2 分由消費者吳則泰所訂購，則此後其他消費者縱再為承諾，被告自不受拘束，兩造間並無成立買賣契約關係，原告自無履行交付買賣標的之義務。

(三)依原告所提原證三至六號網路訂購單（含購買證明）所載之下訂商品品名均為：「『開學季』特賣會～RV250 EVO 雙燈版2011年全新出廠車未領牌新車只有一台黑色。」，與原證二號所載銷售商品品名為「『開學季』特賣會～RV250 EVO 雙燈版2011年全新出廠車未領牌新車。」顯然不同，足證原證二號應非原告等人下訂系爭商品之廣告網頁內容。

(四)被告另提出原告等人當時所下訂之系爭商品廣告網頁內容乙份（見被證一號），該網頁所載廣告商品名稱確為：「開學季』特賣會～RV250 EVO 雙燈版2011年全新出廠車未領牌新車只有一台黑色。」，此係因本件事發當時，標價錯誤之網頁共有3 種，原告等人下訂之廣告網頁為被證一號，故以該廣告網頁下訂者，網元公司出具之訂購單及購買證明記載之品名，即與該網頁所載商品品名完全相同，此見他案（現由台灣台北地院台北簡易庭辦理，已定於102 年5 月14日宣判）消費者於原證二號網頁下訂之訂購單（見被證二號）有關商品名稱之記載為「開學季』特賣會～RV250 EVO 雙燈版2011年全新出廠車未領牌新車」，確與原告等人提出者不同，同得明證。

(五)再者，原告於起訴狀主張系爭商品之銷售廣告網頁為被告出賣之要約（見起訴狀第2 頁倒數第5 行），甚且肯認如契約

有約定限制銷售數量者，得阻卻契約之成立（見起訴狀第3頁第9行），則被證一號所示，系爭商品之廣告內容為被告所為之出賣要約而言，被告既已明示其所廣告要約內容具有數量限制僅有1台且車色為黑色之條件，即其出賣商品僅有黑色機車1台，則該機車已於101年9月15日10時2分由消費者吳則泰所訂購（見被證3號，該消費者事後同意增加價金，以13萬元向被告完成該機車之交付），則此後其他消費者縱再為承諾，被告自不受該承諾拘束，故兩造間並無成立買賣契約關係，原告自無履行交付買賣標的之義務。

(六)另原告邱智翔提出之訂購單所載買受人為「邱治翔」，與原告邱智翔並非同一人，再原告吳宜臻、邱智翔均未完成付款，渠等訴請被告交車條件亦未成就，請鈞院參著。

(七)退萬步言，倘鈞院認定本件之網路銷售模式，係有可能認定應以被告為出賣人有交貨義務者，惟本件系爭機車之出賣價格純屬誤植，此為原告所明知，原告中之吳宜臻、邱智翔甚且藉此向網元公司分向訂系爭機車2台、4台，原告陳文源亦下訂5台，然僅付款1台，此均非一般交易之常態，確足證原告等人下訂前確明知系爭商品標價錯誤情事，故原告並無足資值得保護之信賴存在。是於衡量兩造之利益後，網元公司已於101年9月16日之下午1時（與原告等人下訂間隔10小時內），已依民法第88條規定公告撤銷上開錯誤之意思表示，同日下午再以電子郵件向原告為因標價錯誤取消訂單之意思表示通知，上開撤銷行為，係屬契約成立後因意思表示錯誤，經撤銷而溯及使原已成立之契約，因撤銷有效後意思表示不合致而不生效，此仍屬法之所許，且與經濟部公告之「零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項」第5條規定並無違背。故於網元公司撤銷上開錯誤之意思表示後，系爭買賣關係即因該撤銷權之行使溯及未合致而不成立，原告自無權請求被告履行交付商品之義務。

1.現在國內機車新車銷售行情，單以排氣量50cc之輕機車之售價即不低於5萬元，更遑論排氣量達250cc之重型機車，其歷來售價從未低於15萬元以下，是一般機車消費者對系爭機車之標價為16,000元，應屬誤植錯標乙節，均應知之甚詳。是網元公司及被告事後發現上開誤植錯標價格情事者，除另有法令規定外，自得主張價格錯標而拒絕原告之訂單。

2.依被證四號所示，系爭機車商品網頁內含消費者提問內容，然原告等人係依該網頁下單，故於閱覽系爭機車商品網頁時，就如此偏離市場行情之低價，自會對其他消費者之提問資料同有閱覽，以瞭解銷售產品之狀況，俾為形成購買之決意。故如同一網頁中已可見該商品有標價錯誤之留言者，原告自不得諉為不知。而依被證一之內容，其中於101年9月15日22時11分31秒，有IP位置111.241.4.229之消費者留言『250cc 賣16,000元，標錯價了』，同日下午11時27分9秒，有消費者留言稱：『訂了算不算數啊？』，同日下午11時38

分49秒，有消費者留言：『公司資本額500 萬元…這會出貨就神了』，同日下午11時57分7 秒，有消費者留言：『請問可以一次買100 台嗎，最近想開機車行，你們網站很慢，我下標五次要跑很久』，同日下午12時0 分57秒更有消費者留言稱：『從民國100 年1 月1 日起，網路交易完成付款後，訂單就成立了，業者不能反悔，除非有正當理由，可以於2 天內解約，但所謂正當理由，是像駭客入侵這樣外力介入，否則業者內部系統出錯，或工作人員自行輸入錯誤，都得依約出貨，網拍業者對新公告，看法各有不同』等語，甚且於同年月16日凌晨12時33分43秒、1 時6 分24秒，亦有消費者留言稱：『買個100 台，五折賣，不用去澳洲拉……人生第一桶金』、『1萬6 …我訂500 部…快！』 等語。以上留言均可明證系爭機車標價錯誤之事實，且上開留言存在原告等人101 年9 月16日凌晨2 時3 分下訂前（陳文源為9 月16日2 時3 分下單，吳宜臻為同日3 時40分下單、洪詩益為同日4 時35分下單、邱智翔為同日5 時12分下單），自為原告等人於下訂前所知之甚詳。是原告確有系爭銷售機車商品之標價確屬誤植之認識，如趁機強行下單（因本件為網路交易模式，相關接受訂單及回覆訂單之相關意思表示，係以設定模式之電磁資訊透過電子郵件方式進行，並無另透過人工事後檢核以確認訂單之有效性，故如設定之產品標價錯誤時，只要消費者下訂，系統仍會接受該訂單，並給予同意訂單之回覆，此同為原告所明知。故此部所稱之強行下訂，為原告明知網元公司之訂購系統於此情形下無從拒絕，利用此狀態故為下訂之意。），雖可取得該誤植價格與正常銷價差額之錯價利益，然該利益顯為利用被告公司人員之意思表示錯誤所強行取得，並非正當，且結果亦當然造成被告產生同金額之錯價損失，此應同為原告所明知。

(八)再者，於下定系爭機車交易之前，原告從未於網元公司之Go My購買網購賣任何商品，甚且得知GoMy購買網之存在，而有關係系爭機車商品標價錯誤為消費者所得知，並瘋狂前往GoMy購買網下訂，造成伺服器塞爆，影響消費者下訂困難，主要即為被證五號所示之國內最大消費社群網站「Mbile01 」中「有關” RV250 EVO 雙燈版2011年全新出廠車2 萬有找” 此一文章內之相關討論，原告得知系爭機車商品網頁及標價資訊之存在，應係來自上開文章，被告爰將原告101 年9 月16日凌晨2 時11分下訂前之相關留言，其中可明確得知系爭機車標價錯誤之留言內容及時間，整理如下：

- 1.署名ff8dq7tw者，於101年9月15日21時55分，即以「可能標錯價」為由，開設上開討論文章，該時間早於原告下訂前5 小時有餘，且為開欄文章，原告如有閱讀，絕無可能不知。
- 2.同日22時19分，即有署名adwer 人員留言稱：「應該不會出貨吧」。
- 3.同日22時27分，繼而有署名sakie77 者，留言稱：「RV250

常常被標錯價」。

4. 同日22時52分、23時6分，有署名皮丘丘人員留言稱：「應該不會出貨」、「應該是不可能出貨的，上次是MOMO資本粗，才經的起定錯價。」。
 5. 同日23時9分，有署名小氣宅男者留言稱：「忘記是DELL還是哪家，後來判廠商勝訴不用出貨。原因為一般大眾也知道那個價格是極不合理的，還瘋狂下訂。」
 6. 同日23時18分，有署名gas178654者，將先位被告之免責聲明：「GoMy線上購物網所展售的商品皆由合作供貨廠商所提供及委託刊載。針對商品價格、內容、圖片等，其真實性、準確性和合法性概由合作供貨廠商負責，GoMy線上購物網不提供任何保證，並不承擔任何法律責任。」內容，轉載於該討論頁中。
 7. 同日23時31分，署名皮丘丘者再留言稱：「照現在這種訂購量，可能會飆到500台吧，到最後應該會裝死放給他倒…，資本額500萬…真的要出絕對倒的。」。
 8. 同年月16日零時3分，署名小衡衡留言稱：「剛下單下到一半進不去了，真可惜說，已經480台訂單了，要8千多萬，有辦法接嗎？」
 9. 同日零時34分，署名tao0214ss稱：「小弟我想下單～可是伺服器已經爆了==」，
 10. 同日1時50分，署名ENJOY者留言稱：「各位，別傻了，訂了只會白忙一場，都訂到三千多台了！一台虧14萬總共要賠四億，連原廠都賠不出來吧，放給它倒，再來跟訂購的打官司都很划算，你們還要去刷退，麻煩死了！」等語。
- (九)再查，上述留言同早於原告下訂前，是原告應係於閱覽上開留言內容後，繼而努力突破伺服器塞爆之障礙，於上開各自下定時間加入網元公司之會員，並嗣後成為系爭機車商品之6千餘台訂購者之一，並因上開留言得知需完成付款，始得避免遭出賣人發現錯誤而取消訂單，故雖網元公司回覆付款期限為9月17日23時59分前，然原告洪詩益、陳文源仍於101年9月16日凌晨，網元公司之交易系統完成訂單確認後，旋即急忙外出至提款機完成ATM轉帳付款手續，故由原告深夜外出完成ATM轉帳付款，亦可得知原告確有閱覽上開留言資訊。是原告既因被證四、五而得知系爭機車商品之銷售資訊，並已知悉相關留言內容，自不得對其於下訂前已對系爭機車商品有標價錯誤，甚且消費者蜂擁下訂，造成伺服器無法即時處理之訂單之情事，諉為不知。再按，是倘鈞院認為有關本件網站商品之銷售模式，係有可能認定應以被告有交貨義務者，雖依原告依經濟部公告之「零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項」第五條確認機制：「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。」等語，主張其已以匯款方式完成付款，應視為買賣契約成立，惟上開經濟部公告條款，尚無排除民法第88條規定有關撤銷錯誤意思表示之適用。即買賣契約視為成立在先，惟如事後因發現意思表示錯誤者，仍得主張撤銷，否則民法第88條規定豈非因經濟部公告之「零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項」第5條規定而成為具文。

- (+)又原告明知系爭銷售機車商品網頁標價錯誤後，仍執意利用該網路銷售系統無從拒絕原告訂單之設定漏洞，進行下訂，意圖取得利用他人錯誤而額之差價利益，自屬並非正當，是原告所為之買受意思表示並無足資值得保護之信賴存在，且復衡量兩造利益，如認定網元公司撤銷錯誤之意思表示為有效者，亦無損原告正常應有之利益及交易安全，反而網元公司如未能撤銷意思表示，無異承認原告可利用被告錯誤取得不相當之利益，自非合理，故網元公司依民法第88條規定，撤銷錯誤之意思表示並取消原告訂單，應為法之所許，而屬有效，故系爭買賣關係於網元公司撤銷錯價之意思表示後，自不存在，原告自無權請求被告交付系爭機車：

0. 網元公司於101年9月16日中午發現系爭銷售機車商品網頁標價錯誤後，旋即發出公告說明標價錯誤，取消所有訂單，嗣於同日下午以電子郵件向原告在內之所有下訂者為取消訂單之通知，故形式上網元公司已即時向原告為撤銷標價錯誤之意思表示通知，本件應討論者，為網元公司上開撤銷意思表示通知是否符合民法第88條規定之要件。
2. 依民法第88條第1項規定：「意思表示之內容有錯誤，或表意人若知其事情即不為意思表示者，表意人得將其意思表示撤銷之。但以其錯誤或不知事情，非由表意人自己之過失者為限。」，所謂錯誤，乃指意思表示之人對於構成意思表示內涵之效果意思，與其表示於外之表示內容，因錯誤或不知而致生齟齬而言。再者，意思表示錯誤之態樣原則上分為：①動機錯誤，②內容錯誤，③表示行為錯誤，④當事人之資格或物之性質的錯誤等等。而本條所稱「表意人若知其事情即不為意思表示者」，主要指表示行為之錯誤而言，即表意人誤為表示其所意欲者，如誤說、誤寫、誤取等情形，換言之，即表意人使用了其所不欲使用的表示方法。
3. 按民法第88條第1項但書所謂之過失，法條並未明文規定究竟為抽象輕過失、具體輕過失，抑或為重大過失，而未就過失之標準作進一步之具體規定，準此，此條所舉之過失概念，可認為係具開放性的規範性概念，法院在個案中得因應相關事實透過法律解釋或補充予以認定、適用。就以我國民法關於債務人所負過失責任輕重在不同情狀下有不同之程度規定，則債務人究竟應就何種過失負其責任，當依法律之規定定之，是以民法第220條第2項前段方規定過失之責任，依事件之特性而有輕重，在過失責任輕重之決定，倘法律無規定且當事人又無約定時，則依事件之特性定之。同此觀點，

民法第88條第1項但書係規定於民法第一編總則第四章第三節意思表示下，而法律行為係以意思表示為要素（民法第153條規定參照），故關於意思表示錯誤之撤銷，表意人過失程度之決定自應依該意思表示之特性、所欲成立之法律行為內涵加以判斷，法院可以彈性地權衡、調整雙方當事人之利益，而不必先機械地界定本項過失之標準，換言之，在不同之法律行為，表意人有不同之注意義務，相對應之過失程度即依此而決定。

4. 又意思表示錯誤之理論旨在調和表意人與相對人之利益，表意人得否撤銷其錯誤之意思表示，除行使時間上有限制外（見民法第90條規定），另須非由表意人之過失所生者，已於前述。然則，判斷應否允許表意人撤銷其錯誤之意思表示時，相對人是否有值得保護之信賴存在、允許表意人撤銷是否會害及交易安全，以及相對人之主觀心態等，自應一併審酌。此必須依據雙方當事人之市場地位與締約之期待、交易之過程與實情等具體狀況，以及在該具體狀況下，允許相對人利用表意人之錯誤是否合理等因素，個別加以判斷。其中關於相對人是否有值得保護之信賴存在，可資判斷之狀況應以相對人對錯誤有無認識之可能性為首要。
 5. 故依上述，系爭機車商品於網頁銷售價格標示錯誤，並非網元公司人員所為，網元公司自無過失可言。退萬步言，以網元公司所經營網路平台之銷售模式，係提供網頁由供貨廠商自行載入銷售商品品項及價格內容，而與消費者進行交易，網元公司對供貨廠商之銷售商品品項及價格內容並不過問之情形下，網元公司之注意義務應限縮以其明知被告提供之價格標示錯誤為限，始得謂有過失，然本件並無此情事，故網元公司確無過失可言。
 6. 如前所述，原告已明知系爭機車商品於網頁之銷售價格16,000元為誤載。仍執意下訂，甚且下訂多台機車，意圖取得不正當之錯價利益實已甚明，故原告買受之意思表示並無足資值得保護之信賴存在，且復衡量兩造利益，如認定網元公司撤銷錯誤之意思表示為有效者，亦無損原告正常應有之利益及交易安全，反而網元公司如未能撤銷意思表示，無異承認原告可利用被告之錯誤取得不相當之利益，自非合理，更有違誠信。故網元公司依民法第88條規定，撤銷錯誤之意思表示並取消原告訂單，應為法之所許，而屬有效，故系爭機車之買賣關係於網元公司撤銷錯價之意思表示後，自不存在，被告自無交付機車之義務。
- 再退步言之，原告明知系爭機車出售價格確屬誤植，然竟利用此價格誤植機會，強行下單而欲取得不正當之錯價利益，造成被告須蒙受超過9億元以上之巨大之錯價損失，自有違誠信且屬權利濫用，除應准許網元公司撤回錯誤之意思表示外，亦應無對原告特別加以保護之必要，請鈞院依民法第148條規定駁回原告之請求：

1. 「權利之行使，不得違反公共利益，或以損害他人為主要目的。行使權利，履行義務，應依誠實及信用方法。」，民法第148條定有明文。該條所稱權利之行使，是否以損害他人為主要目的，應就權利人因權利行使所能取得之利益，與他人及國家社會因其權利行使所受之損失，比較衡量以定之。倘其權利之行使，自己所得利益極少而他人及國家社會所受之損失甚大者，非不得視為以損害他人為主要目的，此乃權利社會化之基本內涵所必然之解釋。
 2. 如上所述，原告明知系爭銷售機車商品標價錯誤上情，竟利用此價格誤植機會，強行下單而欲取得不正當之錯價利益，相同情形之消費者下訂車輛總數合計有6,605輛，故如以被告均需履行交車者，以每輛機車差價144,000元計算（即 $160,000 - 16,000 = 144,000$ ），被告須蒙受951,120,000元（計算式： $6,605 \times 144,000 = 951,120,000$ ）之巨大之錯價損失。衡量被告因此等包括原告在內之下訂消費者行使買賣契約，請求交付貨品權利行使而所受損失甚鉅，及原告受領系爭銷售機車商品後所得之利益尚微，若不允許網元公司撤銷其錯誤之意思表示，自顯有違誠信原則。
 3. 綜上所述，衡量兩造之利益及原告是否有值得保護之信賴存在等情狀，暨本諸錯誤之理論係在調和表意人與相對人之利益的規範目的觀點，除應允表意人即網元公司依據民法第88條第1項規定撤銷其錯誤之意思表示外，如未能撤銷者，亦請鈞院斟酌，原告此舉同屬有違誠信，且屬權利濫用而無保護之必要，請鈞院依法駁回原告之請求。
- 提出原告等人下訂之系爭商品網頁廣告內容1份、他案彭姓消費者以原證二號網頁下訂之訂購單影本1份、消費者吳則泰訂購單影本1份、系爭機車商品網頁內之消費者提問內容1份、「MOBIL01」網站機車版有關係爭機車網頁價格誤植相關討論留言內容1份、網元公司101年9月16日公告1份等影本為證。並聲明：原告之訴駁回。
- 三、下列事實為兩造所不爭執：
- (一)原告於101年9月16日在系爭網站，或以填寫信用卡資訊之方式，或以匯款方式向被告表示訂購前揭系爭商品。
 - (二)被告並未實際收取原告吳宜臻、邱智翔表示購買系爭商品之信用卡款項。而原告洪詩益、陳文源ATM轉帳付款部分，渠等2人係將款項轉入網元公司帳戶，而網元公司並未將該等款項交付被告公司，而係以郵局存證信函通知原告陳文源等人退款銀行及帳號，此有被告提出之台北中審第000649號郵局存證信函1紙在卷可證（見本院卷第107頁至第108頁）。
- 四、原告主張其已就被告標售系爭商品之要約為承諾之意思表示，兩造間買賣契約業已成立，被告負有出賣人應交付系爭商品之義務等語，被告則否認之，並以前詞置辯，是本件首應審究者，厥為：被告於系爭網站上張貼系爭商品規格、價格

及販賣，是屬於要約或要約引誘？兩造是否已就系爭商品成立買賣契約？又若認被告所為係要約意思表示，被告得否以錯誤為由撤銷該意思表示？茲分述如下：

(一)被告於系爭網站上張貼系爭商品規格、價格及販賣，是屬於要約或要約引誘？兩造是否已就系爭商品成立買賣契約？

1.按契約因當事人意思表示一致而成立，為民法第153 條第1 項所明定；又契約之成立，須有要約與承諾二者意思表示一致之事實始足當之，若無此事實，即契約尚未合法成立，自不發生契約之效力（最高法院88年度台上字第661 號判決意旨參照）。又標賣之表示，究為要約之引誘抑為要約，法律無明文規定，應解釋標賣人之意思定之。依普通情形而論，標賣人無以之為要約之意思，應解為要約之引誘，但標賣之表示，如明示與出價最高之投標人訂約者，除別有保留外，則應視為要約，出價最高之投標即為承諾，買賣契約因之成立，標賣人自負有出賣人之義務（最高法院33年永上字第53 1 號判例意旨參照）。次按契約之要約人，因要約而受拘束。但要約當時預先聲明不受拘束，或依其情形或事件之性質，可認當事人無受其拘束之意思者，不在此限，民法第154 條第1 項亦定有明文。是要判斷表意人所為究為要約或要約之引誘，即應以表意人「有無受其意思拘束」之主觀意思或「表現出受其意思拘束之行為」之客觀行為標準，若屬要約，則相對人所為應允之意思表示即屬承諾，契約即屬互相意思表示一致而成立；若屬要約之引誘，因其並不具有拘束力，故相對人就之所為進一步之表示，性質上應屬新的要約，須待原表意人再為承諾後意思表示始為一致，契約方始成立。而表意人有無受其意思拘束之意思，除以上之明文規定外，性質上仍應綜合參酌當事人之明白表示、相對人之性質、要約是否向一人或多數人為之、當事人之磋商過程、交易習慣，並依誠信原則合理認定之。

2.按商品的供應者雖然希望能夠順利將商品售出，但為保留決定契約成立與否的最後決定機會，契約實務上常有（不受拘束）之附記。如無類此之附記，商品供應者供應商品本身之表示，將被理解為要約，相對人同意，契約即成立。反之，有此附記，供應者就能針對市場狀況、自己履約的能力，決定是否成立契約，維護自己利益，而相對人既然知悉供應者有不受要約拘束的意思，不會發生意思表示有效存在的信賴，亦能避免相對人因信賴意思表示而受不測的損害，此為民法第154 條第1 項但書所由規定。本件被告於系爭網站之系爭商品廣告網頁內容記載：「『開學季』特賣會～RV250 EV 0 雙燈版2011年全新出廠車未領牌新車只有一台黑色。」，此觀原告陳文源、洪詩益、吳宜臻等提出之Go My 購買證明單上均如上開之記載，有購買證明單3 紙在卷可稽（見102 年度桃簡字第291 號卷及本院卷第94頁），被告既已明示其所廣告要約內容具有數量限制僅有1 台且車色為黑色之條件

，即其出賣商品僅有黑色機車1 台，則該機車已於101 年9 月15日10時2 分由消費者吳則泰所訂購，此有吳則泰之訂購單在卷可稽（見本院卷第40頁，該消費者事後同意增加價金，以13萬元向被告完成該機車之交付），足見被告自始即表明於其接受客戶訂單後若該台黑色機車存貨尚存在，始願成立契約，消費大眾由此亦可知悉被告並無受拘束之意。足認被告並無以系爭網站張貼系爭商品之相關訊息為要約，並受其拘束之意思表示，應僅屬要約之引誘，待消費者（原告）後續之訂購行為方屬要約。

3.綜上所述，被告於系爭網站張貼系爭商品照片、規格、標價之標價展售行為，其性質上應屬價目表之寄送，而僅為要約之引誘，原告利用網路訂購之行為為要約，原告並未舉證證明被告於其要約後，曾對其為承諾之意思表示，況且原告或以信用卡刷卡，或以ATM 轉帳付款予網元公司，然網元公司並未將上開款項轉交予被告，甚至原告若係以信用卡付款方式，網元公司扣還該筆款項，若以ATM 轉帳方式付款，則由網元公司通知退款，此為原告所不爭執，自不能認為兩造已成立買賣契約。從而，原告主張依買賣之法律關係，請求被告履行出賣人之責任，交付如其訴之聲明所示之系爭商品，尚無理由。

(二)又若認被告所為係要約意思表示，被告得否以錯誤為由撤銷該意思表示？茲分述如下：

1.本件本院認被告爭商品廣告網頁內容僅為要約引誘，已如前述，被告不受拘束。況且現今國內機車新車銷售行情，單以排氣量50cc之輕機車之售價即不低於5 萬元，更遑論排氣量達250cc 之重型機車，其歷來售價從未低於15萬元以下，此為原告所不爭執，是一般機車消費者對系爭機車之標價為16,000元，顯係誤植錯標價格。再依被告提出之系爭機車商品網頁內含消費者提問內容觀之，原告等人係依該網頁下單，故於閱覽系爭機車商品網頁時，就如此偏離市場行情之低價，自會對其他消費者之提問資料有所閱覽，以瞭解銷售產品之狀況，俾為形成購買之決意。故如同一網頁中已可見該商品有標價錯誤之留言者，原告自難諉為不知。而依被告提出被證一之內容，其中於101 年9 月15日22時11分31秒，有IP 位置111.241.4.229 之消費者留言『250cc 賣16,000元，標錯價了』，同日下午11時27分9 秒，有消費者留言稱：『訂了算不算數啊？』，同日下午11時38分49秒，有消費者留言：『公司資本額500 萬元…這會出貨就神了』，同日下午11時57分7 秒，有消費者留言：『請問可以一次買100 台嗎，最近想開機車行，你們網站很慢，我下標五次要跑很久』，同日下午此12時0 分57秒更有消費者留言稱：『從民國100 年1 月1 日起，網路交易完成付款後，訂單就成立了，業者不能反悔，除非有正當理由，可以於2 天內解約，但所謂正當理由，是像駭客入侵這樣外力介入，否則業者內部系統出錯

，或工作人員自行輸入錯誤，都得依約出貨，網拍業者對新公告，看法各有不同』等語，甚且於同年月16日凌晨0 時33分43秒、1 時6 分24秒，亦有消費者留言稱：『買個100 台，五折賣，不用去澳洲拉……人生第一桶金』、『1 萬6 …我訂500 部…快！』等語。以上留言均可明證系爭機車標價錯誤之事實，且上開留言存之時間在原告等人101 年9 月16日凌晨下訂單前（下訂單時間詳如附表），原告等人於下訂前就上開標錯價格之情形應有所認知。是原告明知系爭商品之標價確屬誤植，而仍以設定模式之電磁資訊透過電子郵件方式強行下單，而網元公司之訂購系統於此情形下亦無從拒絕，雖可取得該誤植價格與正常銷價差額之錯價利益，然該利益顯為利用被告公司人員之意思表示錯誤所強行取得，並非正當，且結果亦當然造成被告產生相當金額之錯價損失，此應為原告所明知。

- 2.再者，原告等既明知系爭銷售機車商品標價錯誤等情，竟仍利用此價格誤植機會，強行下單而欲取得不正當之錯價利益。本件系爭商品，被告陳稱消費者下訂車輛總數合計有6,605 輛，然此部分未據被告舉證，惟依被告提出之網頁內容，其顯示「目前購買人數3668」，故消費者對系爭商品下訂單之數量，如以每人訂購一輛計有3,668 輛，每輛機車差價144,000 元計算，若被告均須履約，則被告將受有528,192,000元（計算式：144,000 元 $\times$ 3,668=528,192,000 元）之損失。故本件縱解釋上開廣告內容屬於被告要約之意思表示，民法第88條第1 項固規定：「意思表示之內容有錯誤，或表意人若知其事情即不為意思表示者，表意人得將其意思表示撤銷之。但以其錯誤或不知事情，非由表意人自己之過失者為限。」，然該撤銷權之規定，乃係為救濟表意人主觀上之認知與事實不符，因而造成意思表示錯誤之情形而設。參以民法第220 條第2 項規定：「過失之責任，依事件之特性而有輕重，如其事件非予債務人以利益者，應從輕酌定。」是否允許表意人撤銷錯誤之意思表示，應就表意人及相對人於為意思表示時之整體情況為一綜合評估，以調和表意人與相對人之利益。是判斷應否允許表意人撤銷其錯誤之意思表示時，相對人是否有值得保護之信賴存在、允許表意人撤銷是否會害及一般交易安全，以及相對人之主觀心態等，亦應一併審酌。本件系爭商品網頁上之標價不及建議售價十分之一，且被告銷售該商品並非採取超低價競售之手法，則原告等居於一般消費者之地位，以社會上相同經驗智識之人，處於相同之狀態下，應可判斷知悉此網頁上所登載之銷售價格有相當可能係出於誤載，況從該網頁內容消費者留言，亦可輕易發現上開情事，原告等對系爭商品售價表示錯誤應有認識之可能性，則原告等信賴利益即無保護之必要，對表意人即被告注意義務之要求程度亦應大幅降低，方才能符事理之平，故此時縱認上開廣告係要約，亦應認被告已盡其注意義

務，而准許被告撤銷錯誤之表示行為。

五、綜上所述，原告依買賣之法律關係，請求被告交付如其訴之聲明所示之系爭商品，為無理由，應予駁回。

六、本件為判決基礎之事證已臻明確，本院經逐一審酌兩造所提其餘攻擊、防禦方法，均與前開論斷結果無礙，爰不再一一論述，併此敘明。

七、本件原告之訴為無理由，依民事訴訟法第78條，判決如主文。

中 華 民 國 102 年 5 月 31 日
民事第一庭 法 官 徐 培 元

正本係照原本作成。

如對本判決上訴，須於判決送達後20日內向本院提出上訴狀。如委任律師提起上訴者，應一併繳納上訴審裁判費。

中 華 民 國 102 年 5 月 31 日
書記官 邱 仲 騏

附表：

編號	姓名	商 品 名 稱	下訂單時間	數量 (台)	每輛車單 價	合 計 (新台幣)
原告 1	洪詩益	RV 250 EVO 雙燈版2011年 全新出廠車 未領牌新車	101 年9 月16日 上午4 時35分	1	16,000元	16,000元
原告 2	吳宜臻	RV 250 EVO 雙燈版2011年 全新出廠車 未領牌新車	101 年9 月16日 上午3 時40分	2	16,000元	32,000元
原告 3	陳文源	RV 250 EVO 雙燈版2011年 全新出廠車 未領牌新車	101 年9 月16日 上午2 時3 分	1	16,000元	16,000元
原告 4	邱智翔	RV 250 EVO 雙燈版2011年 全新出廠車 未領牌新車	101 年9 月16日 上午5 時12分	4	16,000元	64,000元

資料來源：司法院法學資料檢索系統