

臺灣高雄地方法院小額民事判決

110年度雄小字第2797號

原告 鍾雅蓁

訴訟代理人 周峰年

被告 亞太家居有限公司

法定代理人 謝薔薇

訴訟代理人 孫志賢

蕭任哲

上列當事人間因返還價金事件，經本院於民國111 年4 月13日言詞辯論終結，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

一、原告主張：伊於民國109 年12月11日至高雄市○○區○○○路00號3 樓家具展場（下稱系爭展場）參觀，伊本未有何特定消費意願，然於經過被告所設立之攤位時，遭被告公司銷售人員蕭任哲以訪問交易方式積極遊說推銷招攬，於系爭展場無從事前準備，並經深思熟慮全盤了解、比較之情況下，因而當場與被告訂立買賣契約（下稱系爭契約），購買艾瑪仕涼爽釋壓記憶床墊、HL香奈兒房間組（含7 尺衣櫃、6 尺床架、床頭櫃兩座、含化妝檯桌椅、4 尺斗櫃）（下稱系爭商品）等，總價共計新臺幣（下同）19萬8,000 元，伊並以信用卡支付方式先行給付5 萬8,000 元。惟嗣經伊返家思索後，認被告所販售之商品並不符合伊使用，伊隨即於同年12月15日以臺中何厝郵局542 號存證信函告知被告解除系爭契約，詎被告至今仍未退還伊所給付之款項。為此，爰依消費者保護法（下稱消保法）第19條第1 項規定行使無條件解約權，復依民法第259 條第1 款、第179 條規定請求被告返還買賣價金等語，並聲明：被告應給付原告5 萬8,000 元，及

01 自起訴狀繕本送達翌日起至清償日止，按週年利率5 %計算
02 之利息。

03 二、被告則以：原告當日係因伊公司展覽活動之廣告而偕同其配
04 偶自行進入伊公司之展場參觀選購現場所陳列之實體商品，
05 因原告發現伊公司所陳列之床墊非常特別，遂經由業務人員
06 介紹，並經原告親自試用及比較後，始選定特定型號、顏
07 色、尺寸之床墊，原告尚就購買價格、數量與伊公司銷售人
08 員磋商，於經原告審慎考量後，方與伊公司訂立系爭買賣契
09 約，故原告本即有替換家具之需求及考量始會進入系爭展場
10 參觀，自難謂原告無事先準備或無法考慮締約機會，在未經
11 深思熟慮之情況下而簽訂系爭契約，因之本件實非訪問交易
12 型態，原告之主張顯無理由等語置辯。並聲明：原告之訴駁
13 回。

14 三、本院得心證之理由：

15 （一）原告與其配偶等2人（下稱原告等2人）於109 年12月11日
16 共同至系爭展場參觀，原告等2人至被告設立之攤位後，
17 兩造當場簽立爭契約，為兩造所不爭執。

18 （二）關於系爭契約是否為消保法所定「訪問交易」之型態：

19 1、按所謂訪問交易：指企業經營者未經邀約而與消費者在其
20 住居所、工作場所、公共場所或其他場所所訂立之契約。
21 又通訊交易或訪問交易之消費者，得於收受商品或接受服
22 務後7 日內，以退回商品或書面通知方式解除契約，無須
23 說明理由及負擔任何費用或對價，消保法第19條第1 項、
24 第2 條第11款分別定有明文。而訪問交易之交易型態，與
25 傳統上企業經營者在店鋪進行銷售行為之方式迥異，訪問
26 交易之買受人在欠缺事前準備之心理狀況下，因企業經營
27 者之強力促銷手段，常未經深思熟慮即逕與企業經營者締
28 結契約，為貫徹保護消費者權益、促進國民消費生活安
29 全、提昇國民消費生活品質，消費者保護法乃就此種交易
30 型態設專節加以規範，此交易型態所生之權利義務關係，
31 應受上開規定之規範。如上所述，訪問交易之認定，首需

消費者訂約前欠缺交易之心理準備，次需消費者因企業經營者之強力促銷，在未經深思熟慮情況下逕與企業經營者締約交易，始得謂成立訪問交易，而有上開得於期限內隨意解除契約規定之適用。

2、申言之，「訪問交易」的特徵，係在企業經營未經消費者之邀約，以"主動突襲性"之方式對消費者在上開所示之場所進行銷售，而消費者在此種情形下往往無充分時間為仔細之考慮與欠缺商品之比較機會，並處於資訊不充分之狀態。亦即，我國消保法特別規範訪問交易之重點，在於企業經營者未經消費者之邀約，即有計畫地、有目的地採取行銷活動，主動突襲消費者，使消費者在無心理準備及未充分明瞭利害關係的情況下，面對壓力式的行銷，處於被動地位，承受壓力與潛在的心理壓力，使消費者一方面無法謹慎的思考，另一方面在當下也欠缺商品比較的可能性，其締約決定並不健全，不具有事實上的決定自由。因此，如企業未經消費者之邀約，而在上開場所主動突襲消費者進行行銷活動，雖原使消費者欠缺訂約前交易之心理準備，但如消費者在企業經營者推銷說明下仍可深思熟慮，對於締約決定具有事實上的決定自由者，此應非訪問交易所欲保護或規範之範疇（此部分或屬企業經營者舉證責任之範圍）。

3、再者，與上開所示消費者之自願邀約應予區別者為「誘導邀約」。亦即，現行企業經營者為推廣其經營範圍及提升銷售業績，多以電話簿、通訊錄、網路行銷或其他可得資訊"主動"聯絡消費者，或以取得試用品或贈品方式誘引消費者，再以第三人使用心得等廣告手法，引發消費者好奇心或吸引力，使消費者於電話談話或網路訊息聯絡下（例如可來電到府專人服務等），"被動同意"企業經營者委派業務員前往消費者之住居所、辦公室或其他場所，洽談締約情事，並於洽談中即與企業經營者合意締約，可見消費者於此種誘導邀約下，同樣具有欠缺事前準備及深思熟慮

之情形。但消費者係個人主動自願或因企業經營者之廣告而主動至店裡或旅展、婚紗展或美食展等大型展覽場，因消費者原則上已有預期可能將與企業經營者訂約之心理準備，自與訪問交易之要件有間。至一般消費者主動至店內或展覽場詢問商品或服務時，遭受企業經營者壓力式的行銷而訂立契約時，本院認訪問交易在我國消保法屬於特種交易，為一般的買賣或交易之特別規範，立法者就訪問交易已為特別規範，基於特別例外從嚴條款原則，當不應過度擴張解釋消保法所規範之訪問交易範圍，仍應回歸到一般民法相關之規範或原理原則處理，否則將影響現階段市場交易之正常秩序，並紊亂民法與消保法間各自應存在職掌之體系。

4、查當時係原告等2人去逛街時，見系爭展場舉辦國際家具展而進入參觀，原告主動至被告設置之櫃位並主動詢問商品事宜，亦有與其配偶討論要購買家具，為原告所是認（本院卷第57、65、66頁），核與證人即當時在櫃位現場之被告經理蕭任哲證稱：當天是原告主動到我們的櫃位參觀，我們做基本的引導及介紹後，原告就主動說她要買傢俱，當時原告說她有一間房間要整理，看到我們的櫃位有展示系統的傢俱，她覺得不錯，所以她說要這套等語相符（本院卷第63頁）。顯見原告當時係主動至被告位於系爭展場之櫃位參觀並主動詢問商品販售事宜，並非「企業未經消費者要約而主動突襲性前來」之構成要件，亦非企業誘導邀約由原告聯絡企業前來服務之情，依前揭意旨所示，並未構成「消費者訂約前欠缺交易之心理準備」之要件，是認系爭契約之成立並非消保法所定「訪問交易」之型態。

5、綜上，系爭契約並非消保法所定「訪問交易」之型態，原告自不得依消保法第19條第1項規定行使無條件解約權。從而，原告依民法第259條第1款、第179條規定請求被告返還買賣價金，自屬無據。

01 四、綜上所述，原告依消保法第19條第1 項，及民法第259 條第
02 1 款、第179 條等規定，請求被告應給付5 萬8,000 元，及
03 自起訴狀繕本送達翌日起至清償日止，按週年利率5 %計算
04 之利息，為無理由，應予駁回。

05 五、據上論結，本件原告之訴為無理由，依民事訴訟法第78條，
06 判決如主文。

07 中 華 民 國 111 年 4 月 28 日
08 高雄簡易庭 法 官 饒志民

09 以上正本係照原本作成。

10 民事訴訟法第436條之24第2項：對於本判決之上訴，非以違背法
11 令為理由，不得為之。

12 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，並
13 須表明原判決所違背之法令及其具體內容與依訴訟資料可認為原
14 判決有違背法令之具體事實之上訴理由。（均須按他造當事人之
15 人數附繕本）。

16 中 華 民 國 111 年 4 月 28 日
17 書 記 官 史華齡