臺灣新竹地方法院民事簡易判決

115年度竹簡字第364號

原　　告　鄭伃涵

訴訟代理人　林文彥

被　　告　萬里遊科技股份有限公司

000000000000000000

法定代理人　陳柏安

上列當事人間解除契約等事件，本院於民國115年8月4日辯論終結，判決如下：

主　　文

一、確認兩造於民國115年3月1日簽訂之編號001725號訂購契約書及數位互動軟體教學系統訂購契約書之契約關係不存在。

二、被告應返還原告新臺幣1萬1880元。

三、訴訟費用由被告負擔。

四、本判決第2項得假執行。

事實及理由要領

一、本判決依民事訴訟法第434條第1項規定，合併記載事實及理由要領，其中原告之主張及被告之答辯，並依同條項規定，分別引用其歷次書狀及本院民國115年8月4日言詞辯論筆錄。

二、本院之判斷：

㈠原告主張其於民國115年3月1日因幼兒園之親子活動DM而參加活動，但到現場後卻係被告進行產品推銷，而非單純親子活動。原告於資訊不足之情況下，經由被告人員推銷而當場簽立編號001725之訂購契約書及數位互動軟體教學系統訂購契約書(下合稱系爭契約)，以每期新臺幣(下同)1980元，共37期，總額7萬3260元之價金，購買商品即愛米的夢境學堂課程及軟體(下稱系爭商品)，並贈送如系爭契約所示之平板設備等商品等節，有活動DM、自送單、訂購契約書、分期付款申請暨約定書等件為證，被告對於有於上開時、地，與原告簽訂系爭契約，約定原告以上開價金購買系爭商品等節並

不爭執，此部分之事實，堪以認定。然原告主張本件交易具突襲性及誘導性，為訪問交易，原告已依消費者保護法第19條第1項之規定解除系爭契約，故兩造契約關係已不存在，被告並應返還原告已繳價金1萬1880元等節，則為被告所否認，並辯稱：交易是在被告承租之場地內完成，由原告自主報名及現場親自洽談，現場復有樣品試用，之後由原告自行決定簽約，故本件非屬訪問交易；另縱屬訪問交易，但系爭商品為數位互動教學軟體系統，一啟用就難以回復原狀，經被告後臺查悉原告已啟用系統而享有利益，依通訊交易解除權合理例外情事適用準則第2條規定，屬消費者保護法第19條第1項但書所定之例外。本件原告之解約理由與被告無關，被告又給予原告充分審閱契約之期間，故原告本件請求均無理由等語置辯。

㈡按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7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；消費者於第1項及第3項所定期間內，已交運商品或發出書面者，契約視為解除，消保法第19條第1項、第4項分別定有明文。次按訪問交易乃指企業經營者未經邀約而與消費者在其住居所、工作場所、公共場所或其他場所所訂立之契約，消保法第2條第11款定有明文；其立法目的在於考量此種交易型態迥異於企業經營者傳統上在店鋪進行銷售而與消費者訂立之買賣契約，而訪問交易之買受人通常欠缺事前準備及心理狀況下，囿於企業經營者之促銷技巧、手段，在未深思熟慮情況下即逕與企業經營者訂立契約，因而為貫徹保護消費者之權益、促進國民消費生活之安全而設。至於現行實務上常見之誘導邀約，乃係指企業經營者藉由展覽、贈送或其他活動方式，而使消費者前往場所洽談並合意締約之情形，與前開訪問交易具有欠缺事前準備及未及深思熟慮之交易情形，就此種情狀下所締結之買賣契約，仍屬於上述消保法所規範「訪問交易」之類型，適用該法相關

規範，方符合消保法原就訪問交易立法以保護消費者之目的。至於前引法條所謂「在消費者之住居所或其他場所從事銷售」，為達保護消費者在無心理準備下與企業經營者訂立買賣契約之旨，此處之「其他場所」，解釋上凡消費者無法正常考慮締約機會之任何場所即屬之，而非以「限於須經消費者要約始能訪問進入之場所」為限，俾與立法旨意相符。經查，原告主張其於115年3月1日，因先前接獲幼兒園親子活動DM而參加活動，進而在現場與被告交易等節，並提出廣告DM及報名截圖為證(見本院卷第15-17頁)。觀諸原告所提供之活動DM，其上僅記載「彩繪星球OR挖掘恐龍蛋」、「首座體驗」等文字，並記載活動時間、地點及相關報名聯繫方式，並無任何將於現場銷售商品之註記，可知原告於當日到場前並無法預先知悉現場會有商品推銷，到現場後始經被告人員推銷商品，可見原告未及對系爭商品之全部功能、效果、銷售價格等重要資訊有充足認識，亦無任何比較各家廠牌優劣的機會，對於被告之推銷行為處於毫無心理準備，無法詳細判斷思考之情況，核諸前揭消保法立法理由之說明，同樣具有欠缺事前準備與未深思熟慮之情，是系爭契約應屬消費者保護法規定之「訪問交易」無疑。

㈢又按消費者保護法為民法之特別法，所特別創造之買受人法定解除權，不以契約標的物存有瑕疵為必要，另此項解除權，乃屬形成權，因消費者單方對企業經營者為意思表示即生效力，本不以起訴為必要，更無須徵得企業經營者之同意，是該法第19條第1項所規定買受人解除權之行使，亦不以退回商品為唯一之方式，以書面而為解除之意思表示通知，亦屬適法，並於書面發出時，契約即告解除，而所謂以「書面」為解除之意思表示通知，所著重者並非書面之形式，凡可藉由文字方式表達解除契約之意思者，無論是以實體文書之紙張為之，抑或係以電子文字方式為之，均應認係此處所稱之書面，始符立法意旨。經查，原告於115年3月1日與被告訂立系爭契約後，即於同年月2日向被告表示解除

契約並請求退費，並於同年月6日向新竹市政府消費中心申訴請求解約退費，最後於同年4月7日寄發存證信函向被告再次重申解除契約並返還價金等情，據原告提出存證信函、新竹市政府函、消費爭議申訴資料北、LINE對話截圖為證(本院卷第27-57頁)，堪認原告已於7日內通知被告解除契約，依消費者保護法第19條第4項規定，兩造間就系爭契約業經原告解除而自始不生效力。是原告訴請確認兩造於115年3月1日就系爭商品成立之系爭契約關係不存在，為有理由，應予准許。

㈣被告雖執上詞，辯稱系爭商品為消費者保護法第19條第1項但書所定之例外，且商品包裝上也明確註記「3C產品經拆封後不得退貨」之標示，被告提供之商品也容易被複製，故原告主張解約無理由等語。惟按消費者保護法第19條第1項但書所稱合理例外情事，指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，將排除本法第19條第1項解除權之適用：四、經消費者拆封之影音商品或電腦軟體，通訊交易解除權合理例外情事適用準則第2條第4款定有明文。其立法理由為：第4款規定經消費者拆封之影音商品或電腦軟體。以有形媒介提供之影音商品或電腦軟體經拆封後，處於可複製之狀態，性質上不易返還。故須購買之商品為影音商品或電腦軟體，且經拆封後處於可複製狀態，性質上不易返還者，方屬上開準則所定之例外。然觀諸卷附系爭契約書，系爭契約第1條約定：「訂購產品項目包括完整實體商品及數位軟體授權之教材，內容詳如產品出貨明細欄所載。」、第3條約定：「本數位互動軟體教學系統產品數位內容加密於平板電腦搭配使用，如產品售出後，因不可歸責本公司之事由，訂購人如有軟體重新安裝需求者，本公司將另行報價，其依官方實際報價為準。」；出貨明細亦記載出貨內容包含平板電腦等文字(見本院卷第21-23頁)。是本件原告購買者，顯非單純軟體，而包含實體商品，且購買之系爭商品縱使經拆封，因經加密於搭配之平板電腦，若另有安

裝需求尚需由被告另行報價處理，可見亦非處於可輕易複製或不易返還之狀態，依上說明，系爭商品顯非通訊交易解除權合理例外情事適用準則第2條第4款所定之例外。又消費者保護法第19條第5項明文：「通訊交易或訪問交易違反本條規定所為之約定，其約定無效」，可知企業經營者不得以約定方式限縮消費者依同條第1項前段得享有之權利，故縱使系爭契約第5條約定本件交易排除消費者保護法第19條第1項前段7日解除權之適用，商品包裝上亦有「經拆封後不得退貨」等文字，依上開規定，該等約定或註記亦屬無效。是被告此部分所辯，亦無所憑。

㈤末按契約解除時，當事人雙方回復原狀之義務，除法律另有規定或契約另有訂定外，依左列之規定：一、由他方所受領之給付物，應返還之。二、受領之給付為金錢者，應附加自受領時起之利息償還之。民法第259條第1、2款定有明文。本件兩造於115年3月1日成立買賣契約後，被告已向原告收取價款1萬1880元，而兩造間就系爭契約業經原告解除，已如前述，是被告即有回復原狀之義務即返還已受領之價款，是以，原告依解除契約之法律關係，請求被告給付1萬1880元，應有理由。

三、綜上所述，兩造於115年3月1日就系爭商品成立之系爭契約，業經原告解除而自始不生效力，是原告請求確認兩造就系爭商品成立之系爭契約關係不存在，並請求被告返還價金1萬1880元，為有理由，應予准許。

四、本件係適用簡易程序所為被告敗訴之判決，就判決主文第2項，應依職權宣告假執行。至本判決主文第1項係屬確認之訴，無假執行之問題，附此敘明。

五、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法及所提證據，經核於結果不生影響，爰不一一論述，併此敘明。

六、訴訟費用負擔之依據：民事訴訟法第78條。

中　　華　　民　　國　　115　　年　　8　　月　　25　　日

新竹簡易庭　法　官　黃世誠

以上正本係照原本作成。

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　　115　　年　　8　　月　　25　　日

書記官　楊霽