

臺灣臺北地方法院民事判決

112年度消字第26號

原告 傅奇財
葉佩瑜
楊志斌

共同

訴訟代理人 趙偉傑律師
蘇錦霞律師

上一人

複代理人 李維恩律師

被告 冠德建設股份有限公司

法定代理人 馬志綱

訴訟代理人 梁穗昌律師

上列當事人間請求損害賠償事件，本院於民國114年8月13日言詞
辯論終結，判決如下：

主 文

原告先位及備位之訴暨假執行之聲請均駁回。

訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

壹、程序部分：

按訴狀送達後，原告不得將原訴變更或追加他訴，但請求之
基礎事實同一者，不在此限，民事訴訟法第255條第1項第2
款定有明文。本件原告起訴時聲明為：一、被告應給付原告
傅奇財新臺幣(下同) 93萬0,400元及自起訴狀繕本送達翌日
起至清償日止，按週年利率5%計算之利息。二、被告應給
付原告葉佩瑜93萬0,400元及自起訴狀繕本送達翌日起至清
償日止，按週年利率5%計算之利息。三、被告應給付原告
楊志斌27萬9,000元及自起訴狀繕本送達翌日起至清償日
止，按週年利率5%計算之利息。四、願供擔保，請准宣告
假執行。(見本院卷一第13至14頁)，嗣迭經追加、變更聲明

01 (見本院卷二第533至535頁、本院卷三第57至58頁)如後述原
02 告聲明欄所示，均係本於兩造間買賣契約及廣告內容是否包
03 含Duravit品牌浴缸、懸吊式馬桶、蓮蓬頭、水龍頭及YKK品
04 牌24小時防塵有氧換氣窗同一基礎事實，核與前揭規定相
05 符，應予准許。

06 貳、實體部分：

07 一、原告主張：

08 (一)原告傅奇財於民國109年5月8日與被告簽立房屋土地預定買
09 賣契約書(下稱系爭12樓買賣契約)購買冠德泰極建案(下稱
10 系爭建案)A5棟12樓房屋(下稱系爭12樓房屋)；原告葉佩瑜
11 於109年7月19日與被告簽立房屋土地預定買賣契約書(下稱
12 系爭25樓買賣契約)購買系爭建案A7棟25樓房屋(下稱系爭25
13 樓房屋)；原告楊志斌於109年8月18日與被告簽立房屋土地
14 買賣契約書(下稱系爭16樓買賣契約，與系爭12樓買賣契
15 約、系爭25樓買賣契約下合稱系爭買賣契約)購買系爭建案A
16 2棟16樓房屋(下稱系爭16樓房屋，與系爭12樓房屋、系爭25
17 樓房屋下合稱系爭房屋)，嗣系爭房屋分別於109年年底交
18 屋，然原告陸續發現系爭房屋屋內非被告書面、網路廣告
19 (下分別稱系爭書面廣告、系爭網路廣告，合稱系爭廣告)及
20 知名Youtuber部落格廣告代言上載日本YKK品牌24小時防塵
21 有氧換氣窗，僅為YKK一般氣密窗配紗窗，衛浴設備即浴
22 缸、蓮蓬頭、水龍頭為不知名品牌，非系爭廣告所稱Duravi
23 t品牌，而馬桶雖為Duravit品牌卻非系爭廣告圖片所示懸吊
24 式而為直立式，免治馬桶蓋則為Panasonic品牌，而非Durav
25 it品牌，均與系爭廣告保證品質不符，原告係閱覽系爭廣告
26 且經被告銷售人員於銷售中心強調系爭廣告保證之品質，始
27 向被告簽立系爭買賣契約，且系爭12樓買賣契約及系爭25樓
28 買賣契約第2條均約定廣告內容為契約一部，經原告多次向
29 被告反映上情均未獲置理，被告甚經公平交易委員會111年1
30 2月23日公處字第111090號處分書(下稱系爭公平會處分書)
31 認定上開情形違反公平交易法第21條第1項而裁處120萬元罰

01 緩。而113年11月12日新北市鑑字第555號新北市建築師公會
02 鑑定報告書(下稱鑑定報告)已載明依現場設備施作情形須拆
03 除原有設施含浴室防水層、磁磚、地磚、管線等，可證瑕疵
04 回復顯有重大困難，爰依消費者保護法(下稱消保法)第22
05 條、民法第360條、第227條第1項先位主張瑕疵不能補正準
06 用同法第226條第1項、備位主張遲延後給付於原告無利益，
07 依同法第232條請求損害賠償，而拆除重作費用則依鑑定報
08 告附件7估算之系爭12樓房屋及系爭16樓房屋之金額，因原
09 告葉佩瑜房屋格局與原告傳奇財完全相同，故系爭25樓房屋
10 請求項目金額與系爭12樓房屋相同，如認瑕疵可補正或回復
11 未有重大困難，則請求被告依債之本旨即鑑定報告書附件7
12 為給付，提起本件訴訟等語。

13 (二)對被告抗辯則略以：

- 14 1.竣工日期僅代表系爭房屋雖施作完成，仍為毛胚屋狀態，應
15 以被告施作設備完成日為準。原告傳奇財於簽約時，被告表
16 示因內部未完工無法參觀，從未至現場看過，原告葉佩瑜、
17 楊志斌簽約前雖至現場參觀，然現場鷹架林立，並未裝設衛
18 浴設備及室內建材。
- 19 2.系爭書面廣告於德國Duravit衛浴記載旁搭配具體衛浴廣告
20 圖，系爭網路廣告於德國Duravit衛浴記載旁搭配浴缸，足
21 以使消費者產生聯想，認定系爭房屋會使用Duravit品牌衛
22 浴設備。系爭網路廣告記載YKK氣密隔音窗、24小時防塵有
23 氧換氣窗、限開開關鎖定後，可限制開啟寬度約10-15公
24 分，通風換氣兼顧安全，足以使消費者產生聯想，認定系爭
25 建案使用YKK24小時防塵有氧換氣窗。
- 26 3.依消保法第22條，契約內容若與廣告不同，被告對原告所負
27 義務，仍不得低於廣告內容。
- 28 4.衛浴設備及氣密窗非實際使用無法具體從外觀輕易察知瑕
29 疵，且驗收單及點收單並未針對衛浴設備及氣密窗確認或記
30 載不再對廣告請求，被告交屋後原告隨即進行裝潢短時間難
31 以察知瑕疵之存在，並無怠於通知被告等情，原告於入住後

01 於110年4月發現瑕疵並於同年4、5月間以各種管道向被告、
02 新北市工務局、新北市法制局消保官申訴。

03 5.系爭12樓買賣契約及系爭25樓買賣契約第31條第4項雖約定
04 廣告不屬於買賣契約之一部，然依照消保法第17條第1項、
05 第4項及預售屋(成屋)買賣定型化契約應記載及不得記載事
06 項，不得記載廣告僅供參考，該約定因違反前揭規定而無
07 效。

08 (三)並先位聲明：

09 1.被告應給付原告傅奇財65萬6,654元，及自起訴狀繕本送達
10 翌日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息。

11 2.被告應給付原告葉佩瑜65萬6,654元，及自起訴狀繕本送達
12 翌日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息。

13 3.被告應給付原告楊志斌23萬9,961元，及自起訴狀繕本送達
14 翌日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息。

15 4.願供擔保請准宣告假執行。

16 (四)備位聲明：

17 1.被告應依鑑定報告附件7第1頁之「A5棟12樓拆除重做費用估
18 算表」替原告傅奇財安裝衛浴設備及窗戶工程。

19 2.被告應依鑑定報告附件7第1頁之「A5棟12樓拆除重做費用估
20 算表」替原告葉佩瑜安裝裝衛浴設備及窗戶工程。

21 3.被告應依鑑定報告附件7第2頁之「A2棟16樓拆除重做費用估
22 算表」替原告楊志斌安裝裝衛浴設備及窗戶工程。

23 4.願供擔保請准宣告假執行。

24 二、被告則以：

25 (一)系爭建案於109年4月16日竣工、109年6月12日取得使用執

26 照，原告傅奇財、葉佩瑜、楊志斌分別於109年5月9日、7月
27 19日、8月18日實地選屋購買，系爭房屋已為成屋而非預售
28 屋，屋內設備裝潢均已設置完成，可現場知悉實際狀況及品
29 牌，並經被告檢查人分別於109年6月23日、5月28日、7月24
30 日自主查驗，原告傅奇財購入之系爭12樓房屋浴缸早於108
31 年設置完成。又樣品屋設置與系爭房屋完全一致之直立式馬

01 桶、浴缸、水龍頭及氣密窗，銷售人員即證人蔡玉靖現場依
02 據電子表板內容、樣品屋及房屋實際裝置現況介紹說明，並
03 無欺騙或誤導原告之情形。況系爭買賣契約經原告攜回審
04 閱，其中系爭12樓買賣契約及系爭25樓買賣契約第二條約定
05 建材設備表為契約之一部分，而依照附件七：建材與設備說
06 明書、四、住宅已分別載明氣密窗及衛浴設備之品牌，系爭
07 16樓買賣契約第9條第8項、第21條第2項更約定原告楊志斌
08 為成屋買賣，以標的物現況為準，買方於簽約前已查看房屋
09 狀態。甚且，原告於109年11月間點交前已分別至現場查
10 驗，原告葉佩瑜甚於查驗時要求補正鋁窗刮傷、馬桶無法止
11 水，原告楊志斌於查驗時則要求改善鋁門窗刮傷、汙染，並
12 於複驗確認後原告均簽具交屋點收單，載明衛浴設備全部點
13 交，原告已承認現場裝置符合系爭買賣契約，由上足證原告
14 於購屋時亦已知悉衛浴及氣密窗品牌並於契約中約定，依照
15 民法第355條第1項被告不負瑕疵擔保責任。

16 (二)再者，系爭廣告僅載有「德國Duravit衛浴」，不包含水龍
17 頭、免治馬桶座、蓮蓬頭、浴缸，亦無原告自行加註之「懸
18 吊式」馬桶，系爭書面廣告並有被告實際裝設之直立式馬
19 桶、免治馬桶蓋及浴缸照片，原告傳奇財甚於點交後向被告
20 加購另一免治馬桶蓋使用。就氣密窗部分系爭廣告僅有「YK
21 K氣密窗」、「YKK隔音氣密窗」及「24小時防塵有氧換氣
22 窗」之記載，尚非「YKK24小時防塵有氧換氣窗」，搭配系
23 爭網路廣告檢附之氣密窗照片、系爭12樓買賣契約及系爭25
24 樓買賣契約附件七、四、住宅之記載「鋁門窗：採用YKK…
25 等廠牌氣密式鋁門窗附紗窗」足見系爭廣告未表示YKK24小
26 時防塵有氧換氣窗，且YKK無有氧換氣窗產品，僅有氣密窗
27 另有獨立產品換氣框，系爭公平會處分書亦經臺北高等行政
28 法院112年度訴字第207號判決(下稱系爭行政法院判決)撤銷
29 原處分，認定被告無廣告不實之情。原告未證明其購買前曾
30 閱得系爭廣告，且廣告非當然成為契約一部，買賣雙方亦得
31 合意變更或補充，依前揭說明及系爭12樓買賣契約及系爭25

01 樓買賣契約第31條第4項約定買方簽約前取得之廣告應要求
02 賣方作為契約附件，廣告未作為契約附件者，廣告內容不屬
03 於買賣契約一部分，足證雙方同意變更且合意以現場實際裝
04 設之品牌及型號交付，自不得再依系爭廣告主張，否則有違
05 雙方真意及誠信原則。況原告未曾為瑕疵通知，依照民法第
06 356條第2項已承認其所受領之物無瑕疵。

07 (三)縱認被告應負損害賠償責任，然鑑定報告附件七所列項次3
08 至7單價偏高、並有出工數亦偏高、零星與隱蔽修復項次無
09 具體內容及必要、利潤稅捐及管理費應調降為8%、換氣框尺
10 寸不同價格不應同一等問題。另原告於締約時未主張與廣告
11 不符、點交時亦未表示與廣告不符、驗收點交後已使用相當
12 時日始稱不符契約，依民法第217條，應減免被告之責任。
13 加諸原告接受點交者為新品並使用數年取得使用利益，該新
14 品已成舊品而無價值，如更換重作應賠償被告原設備之價
15 金，並自原告請求金額抵銷等語，資為抗辯。並聲明：1.原
16 告之訴及假執行之聲請均駁回。2.願供擔保請准宣告免為假
17 執行。

18 三、兩造不爭執之事項（見本院卷二第450至452頁，並依判決論
19 述方式略為文字修正）：

20 (一)原告傅奇財於109年5月8日與被告簽訂系爭12樓買賣契約(見
21 本院卷一第143至252頁)，購買坐落於新北市○○區○○段0
22 00地號，權利範圍10,000分之51，及其上編號A5棟12樓之房
23 屋及其地下貳層編號第62號停車位，總價為2,525萬元。

24 (二)原告葉佩瑜於109年7月19日與被告簽訂系爭25樓買賣契約
25 (見本院卷一第253至362頁)，購買坐落於新北市○○區○○
26 段000地號，權利範圍10,000分之48，及其上編號A7棟25樓
27 之房屋及其地下參層編號第141號停車位，總價為2,638萬
28 元。

29 (三)原告楊志斌於109年8月18日與被告簽訂系爭16樓買賣契約
30 (見本院卷一第363至362頁)，購買坐落於新北市○○區○○
31 段000號，權利範圍10,000分之31，及其上門牌號碼新北市

01 ○○區○○街00號16樓之房屋及其地下貳層編號第33號停車
02 位，總價為1,688萬元。

03 (四)對於系爭建案之銷售，被告官方發布本院卷一第67至90頁之
04 系爭書面廣告，並放置在銷售現場供客戶取閱，被告亦發布
05 本院卷一第91至117頁之系爭網路廣告。

06 (五)本院卷一第71、88頁系爭書面廣告上記載：「**科技** | 24小
07 時防塵有氧換氣窗」、「日本YKK氣密隔音窗—冠德的房
08 子，細節裡都是天使。追求最高生活品質，專為挑剔的你而
09 精挑，嚴選日本YKK鋁窗，創造氣密、水密、寧靜的優雅歲
10 月。」；本院卷一第96、110頁系爭網路廣告文宣上記載：
11 「日本YKK氣密隔音窗—限開開關鎖定後，可限制開啟寬度
12 約10-15公分，通風換氣兼顧安全。」，其上另有其他照片
13 及圖示。

14 (六)本院卷一第88頁系爭書面廣告上記載：「『德國Duravit衛
15 浴—冠德的房子總是把舒適擺第一，精選五星飯店指定品牌
16 —德國Duravit，精鑄耐用機能強，同時具備歐洲當代美學
17 概念，被譽為衛浴界勞斯萊斯。』及搭配具體衛浴之廣告
18 圖」另有其他照片及圖示；本院卷一第96頁系爭網路廣告文
19 宣上記載：「『德國Duravit衛浴』及搭配具體『德國Durav
20 it懸吊式免治馬桶』之廣告圖」；本院卷一第110頁系爭網
21 路廣告文宣載明：「『德國Duravit衛浴』及搭配具體『德
22 國Duravit浴缸』之廣告圖」。

23 (七)被告實際安裝非德國Duravit牌之浴缸、懸吊式馬桶及免治
24 馬桶座、蓮蓬頭套組、洗手台水龍頭。

25 (八)被告並未安裝YKK牌之24小時防塵有氧GreenBreath換氣框
26 (見本院卷一第139至141頁)。

27 (九)系爭建案使用執照記載，109年4月16日竣工，109年6月12日
28 取得使用執照。

29 四、得心證之理由：

30 原告主張被告系爭廣告，保證系爭房屋有如附表所示項目之
31 品質，為被告否認並以前詞置辯，是本件之爭點厥為：(一)

01 兩造是否因系爭廣告而約定如附表所示項目為契約內容？又
02 原告是否同意改依系爭房屋實際安裝之設備為契約內容？系
03 爭房屋是否有未依附件一所示項目施作之瑕疵？(二)如是，
04 原告得否依民法360條前段、後段、第227條第1項準用第226
05 條第1項規定，主張瑕疵不能補正請求損害賠償？如否，原告
06 是否得依民法第227條第1項準用第232條規定，主張遲延後
07 給付於原告無利益請求損害賠償？如是，數額為若干？如否，
08 原告得否請求被告依鑑定報告書附件7替原告安裝衛浴設備
09 及窗戶工程？(三)如是，被告民法第217條及抵銷抗辯抗辯，
10 有無理由？分述如下：

11 (一)原告主張兩造簽訂系爭買賣契約，系爭建案於109年4月16日
12 竣工，109年6月12日取得使用執照，系爭房屋並未實際裝設
13 如附表所示項目，而被告曾有發布系爭書面廣告及系爭網路
14 廣告，被告曾經系爭公平會處分書裁處120萬元，嗣經系爭
15 行政法院判決撤銷原處分等節，有系爭書面廣告、系爭網路
16 廣告、系爭12樓買賣契約、系爭25樓買賣契約、系爭16樓買
17 賣契約、系爭房屋照片、系爭公平會處分書、系爭建案使用
18 執照、系爭行政法院判決在卷可稽(見本院卷一第67至117、
19 143至421、423至429、435至472、531、本院卷三第321至34
20 9頁)，且為被告所不爭執，堪信為真。

21 (二)按因可歸責於債務人之事由，致為不完全給付者，債權人得
22 依關於給付遲延或給付不能之規定行使其權利；因可歸責於
23 債務人之事由，致給付不能者，債權人得請求賠償損害；買
24 賣之物，缺少出賣人所保證之品質者，買受人得不解除契約
25 或請求減少價金，而請求不履行之損害賠償，民法第227條
26 第1項、第226條、第360條第1項分別定有明文。又企業經營
27 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
28 廣告之內容；企業經營者之商品或服務廣告內容，於契約成
29 立後，應確實履行，消保法第22條亦有明定。

30 (三)次按所謂物之瑕疵係指物之缺點而言，應依通常交易觀念，
31 或依當事人之決定，認為物所應具備之價值、效用或品質而

01 不具備者，始為物有瑕疵（最高法院90年度台上字第915號
02 判決意旨參照）。又消費者與企業經營者就其商品或服務發
03 生之法律關係，如因信賴企業經營者之廣告內容，依該廣告
04 提供之訊息簽訂契約，企業經營者所負之契約責任，固應及
05 於該廣告內容；惟商業廣告型態複雜，內容萬變，非盡符合
06 法律行為之確定、可能、適法等有效要件，廣告得成為契約
07 之一部，發生契約之效力者，其內容須具體明確，所提供之
08 訊息，在交易習慣上足以使一般消費者信賴其將成為契約內
09 容之一部，始足當之。倘廣告內容抽象、模糊，或一般消費
10 者閱聽廣告內容，得以辨識係商業上常見之情境營造、願景
11 示意、樂觀誇飾等宣傳方法，無法合理期待其為交易客體之
12 一部，或消費者與企業經營者於締約時，就廣告內容已另為
13 斟酌、約定，均難認該廣告內容當然成為契約之一部（最高
14 法院107年度台上字第1434號判決意旨參照）。復廣告具有多
15 樣性及複雜性，是否屬契約之一部，仍應參酌當事人之意
16 思，包括廣告表示內容是否具體詳盡、當事人之磋商過程、
17 交易慣例等綜合判斷。如消費者信賴廣告內容，依企業經營
18 者提供之廣告訊息與之洽談而簽訂契約，於契約中雖未就廣
19 告內容再為約定，企業經營者所應負之契約責任，仍及於該
20 廣告內容，該廣告固應視為契約之一部。惟簽訂契約時倘企
21 業經營者並未再據原屬「要約引誘」之廣告為訂約之說明、
22 洽談，使之成為具體之「要約」，縱其廣告之內容不實，應
23 受消保法或公平交易法之規範，仍難逕謂該廣告為要約或已
24 當然成為契約之一部（最高法院108年度台上字第1201號判決
25 意旨參照）。

26 (四)原告主張如附表所示項目因系爭廣告之記載應構成系爭買賣
27 契約之一部，故被告未實際裝設如附表所示項目構成瑕疵，
28 不符合債之本旨等情，既為被告否認並爭執，自應由原告就
29 此事實負舉證責任，觀諸系爭廣告固有以「24小時防塵有氣
30 換氣窗」、「日本YKK氣密隔音窗」、「德國DURAVIT衛浴」
31 之文字搭配示意圖，然未明確記載特定型號及規格，亦無原

01 告所稱YKK24防塵有氣Green Breath換氣窗框、Duravit浴
02 缸、懸吊式免治馬桶、蓮蓬頭套組及水龍頭之文字，原告固
03 主張交互對照系爭廣告之記載及示意圖足以使消費者產生聯
04 想，認定被告將使用如附表所示項目，惟僅以系爭廣告尚不
05 足以認定兩造間就如附表所示項目已洽談商議，使之成為要
06 約而簽訂契約並成為契約內容之一部，仍應視兩造間是否以
07 廣告內容為締約基礎。

08 (五)就原告傳奇財及葉佩瑜部分，稽諸系爭12樓買賣契約及系爭
09 25樓買賣契約第34條前段均約定：「附件為本契約之一部
10 分。」(見本院卷一第202、312頁)，並於附件七：建材與設
11 備說明書第4條住宅、門窗項記載：「3. 鋁門窗：採用YKK、
12 SHOWA、中華等廠牌氣密式鋁門窗(附紗窗)。」(見本院卷一
13 第222、332頁)、衛浴設備項約明：「1. 臉盆、馬桶：選用T
14 OTO、V&B、DURAVIT、LAUFEN、KARAT等品牌瓷器設備，臉盆
15 下加贈浴櫃，並附裝毛巾架、及明鏡等衛浴配件。2. 主臥室
16 浴廁附裝多功能暖風機及免治馬桶座」(見本院卷一第223、
17 333頁)，並無隻字片語提及系爭房屋應提供如附表所示項
18 目，甚明文約定鋁門窗為氣密式含紗窗，鋁門窗、衛浴設備
19 可採用YKK、DURAVIT以外之其他品牌，可徵被告亦未再據系
20 爭廣告為訂約之說明、洽談，難逕謂該廣告為要約或當然成
21 為契約之一部。再觀以系爭12樓買賣契約及系爭25樓買賣契
22 約第31條第4項復約定：「買方在簽訂本契約前取得之任何
23 關於本件買賣房屋契約之廣告，應要求賣方作為本契約之附
24 件，成為買賣契約之一部分。未作為本契約之附件者，因雙
25 方並未就廣告內容有所磋商；買方亦未表明係因廣告所載之
26 內容而與賣方訂約，故廣告內容不屬於買賣契約之一部分」
27 等語，原告傳奇財及葉佩瑜並於該條末再次簽署姓名並蓋章
28 (見本院卷一第191至193、301至303頁)，物理上足以使消費
29 者再次審視前開契約條款，實質內容亦足使消費者明瞭系爭
30 房屋之實際規格並非以系爭廣告為準，而應以附件七所示建
31 材設備所載為準，更徵原告傳奇財、葉佩瑜就鋁門窗及衛浴

01 設備規格並非依系爭廣告為準，無從諉為不知，揆諸上開說
02 明之意旨，原告傅奇財、葉佩瑜自不得再主張系爭廣告作為
03 契約之一部。

04 (六)至原告楊志斌部分，為成屋買賣尚非預售屋買賣，有系爭16
05 樓買賣契約第9條第8項可稽(見本院卷一第379至380頁)，而
06 系爭16樓買賣契約第21條第2項約明：本約係成屋買賣，買
07 方已赴標的現場確認現況無誤，一切以本約及標的現況為
08 準，並經原告楊志斌於該條下方再次簽署及蓋章(見本院卷
09 一第395條)，原告楊志斌於締約前，系爭16樓房屋已建成，
10 自得實地參觀並確認系爭16樓房屋是否符合契約之約定及廣
11 告之內容，既事後決定與被告締約，足認其已就系爭16樓買
12 賣契約約定之內容充分理解，並認系爭16樓買賣契約與契約
13 約定及廣告內容相符，難認被告未使用如附表所示項目屬物
14 之瑕疵或未合於系爭16樓買賣契約。

15 (七)再參以系爭買賣契約均已由原告攜回審閱相當之期間，有系
16 爭買賣契約第1條可稽(見本院卷一第146、256、366頁)，
17 前揭買賣契約條款使用文字尚屬明確，應為一般具通常智識
18 經驗之人所得了解其意義，原告既主張對於衛浴設備及氣窗
19 品質規格極為講究與重視(見本院卷一第15頁)，系爭買賣契
20 約內開攸關如附表所示項目之內容，衡情當更為注意，締約
21 時亦將審慎了解契約內容，不至毫無所悉，如原告對契約內
22 容有所疑問，亦可持契約向具有專業知識之人諮詢意見，再
23 決定是否締約，亦可與被告磋商修訂契約內容。然原告將契
24 約攜回審閱後，仍決定與被告締約，足認其等就所簽訂之系
25 爭買賣契約內容已有相當之理解，自不容其等事後改稱不
26 知。故系爭買賣契約既已約明上情，即難認被告未實際交付
27 如附表所示項目，有何不符合債之本旨或構成瑕疵之處。況
28 原告既自承係閱覽系爭書面廣告及系爭網路廣告後，信賴廣
29 告內容訂立買賣契約(見本院卷一第15頁)，即足以知悉系爭
30 書面廣告亦包含平面式馬桶之照片示意圖(見本院卷一第87
31 頁)，與原告所稱系爭網路廣告內開懸吊式馬桶照片示意圖

01 (建本院卷一第96頁)互有扞格，尚不能純以原告之主張逕採
02 對原告有利之懸吊式馬桶示意圖，遽認屬系爭買賣契約之一
03 部，而捨系爭廣告內其他示意圖不顧。

04 (八)至原告主張被告銷售人員於銷售中心再次強調系爭廣告所保
05 證之品質云云，然經證人蔡玉靖到庭證述略以：我對於原告
06 三人有印象，當時擔任被告之銷售人員在接待中心接待客
07 人，我對原告傳奇財特別有印象，原告傳奇財來的時候電子
08 表板介紹得比較久，傳奇財看了很多次電子表板及樣品屋，
09 他沒有特別詢問馬桶、洗手台、蓮蓬頭、窗戶的品牌跟型
10 號，但我有跟他介紹馬桶、馬桶蓋、洗手台、窗戶的品牌，
11 蓮蓬頭沒有；原告葉佩瑜部分，是由她先生來看，是從預售
12 開始看一直看到成屋，她先生也在成屋裡面待了相當時間，
13 她們沒有特別提出疑問，但表板的時候都有介紹品牌，蓮蓬
14 頭部分我沒有印象；原告楊志斌部分，蓮蓬頭我沒有告知，
15 我是在成屋房子裡面向楊志斌說馬桶、馬桶蓋及窗戶的品
16 牌；樣品屋中之馬桶為直立式、樣品屋的浴缸品牌與電子表
17 板品牌一樣、樣品屋蓮蓬頭使用的品牌為paffoni等語(見本
18 院卷三第221至229頁)，經提示本院卷一第557、559頁及本
19 院卷二第317至323頁，證人蔡玉靖並確認為其向客戶介紹時
20 之電子表板圖片及樣品屋照片。由證人蔡玉靖之證述可稽，
21 銷售人員不僅未向原告保證系爭廣告之品質，交互勾稽電子
22 表板圖片、樣品屋照片內容，反足徵銷售人員於現場曾向原
23 告明確告知衛浴設備之品牌諸如免治馬桶蓋為日本Panasoni
24 c、面盆龍頭為義大利Paffoni等情，而被告實際安裝之衛浴
25 設備及窗戶品牌(見鑑定報告第0-6至0-8、9-1至9-71頁)，
26 亦與系爭買賣契約附件七第4條、表板圖片及樣品屋互核一
27 致，原告既未據其他證據證明被告曾保證系爭廣告之品質，
28 其前開主張，難認有據。

29 (九)原告另主張系爭12樓買賣契約及系爭25樓買賣契約第31條第
30 4項，依照消保法第17條第1項、第4項及預售屋(成屋)買賣
31 定型化契約應記載及不得記載事項，不得記載廣告僅供參

01 考，該約定無效云云，惟該不得記載事項係指企業經營者不得
02 於定型化契約條款內概括記載廣告僅供參考，以避免企業
03 者廣泛規避所有廣告內容構成契約義務之責任，然對於特定
04 廣告內容細節事項既已於定型化契約中特別約定，而避免產
05 生糾紛爭議，自不在此限，再衡酌預售屋之銷售與成屋行銷
06 相比，並無實際已建好之房屋可供消費者參觀，該條款為免
07 系爭廣告展示內容之糾紛與爭議，於附件七載明實際使用之
08 建材與設備，尚非概括約定所有廣告內容均僅供參考而全面
09 迴避企業經營者廣告責任，尚難認有抵觸上開規定之情形，
10 是原告前揭主張，尚屬無據。

11 (十)原告再以系爭公平會處分書認被告實際交付之馬桶蓋及馬桶
12 座體、24小時防塵有氧換氣窗等與廣告內容不符對足以影響
13 交易決定之商品內容為虛偽不實及引人錯誤之表示，違反公
14 平交易法第21條第1項規定裁處被告120萬元罰鍰云云，然系
15 爭公平會處分書乃主管機關對於被告違反其依公平交易法所
16 生之公法上義務所為裁罰，與本件係基於私法上權利向被告
17 有所請求並不相同，本院自不受系爭公平會處分書處分書認
18 定之拘束，況經被告不服提起訴願，經系爭行政法院判決撤
19 銷原處分，該判決略以廣告所示馬桶座體、馬桶蓋及窗戶等
20 設備，並無公平交易法第21條第1項所稱虛偽不實之情事等
21 語，本院亦同此認定。

22 五、綜上所述，原告依消保法第22條、民法第360條、第227條第
23 1項先位主張瑕疵不能補正準用同法第226條第1項、備位主
24 張遲延後給付於原告無利益，依同法第232條請求損害賠償
25 ，均屬無據。從而，原告先位請求被告分別給付原告傳奇
26 財、葉佩瑜、楊志斌65萬6,654元、65萬6,654元及23萬9,96
27 1元，均自起訴狀繕本送達翌日起至清償日止，按週年利率
28 5%計算之利息；備位請求被告依鑑定報告附件7第1頁之「A
29 5棟12樓拆除重做費用估算表」替原告傳奇財、原告葉佩瑜
30 安裝衛浴設備及窗戶工程，並依鑑定報告附件7第2頁之「A2
31 棟16樓拆除重做費用估算表」替原告楊志斌安裝衛浴設備及

01 窗戶工程，均為無理由，應予駁回。原告之訴既經駁回，其
02 假執行聲請即失所附麗，應併予駁回。

03 六、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法及所提證據，核
04 與判決結果不生影響，爰不逐一論述，併此敘明。

05 七、訴訟費用負擔之依據：民事訴訟法第78條。

06 中 華 民 國 114 年 10 月 8 日

07 民事第三庭 審判長 法官 方祥鴻

08 法官 楊承翰

09 法官 趙國婕

10 以上正本係照原本作成。

11 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
12 委任律師提起上訴者，應一併繳納上訴審裁判費。

13 中 華 民 國 114 年 10 月 8 日

14 書記官 程省翰

15 附表

原告傳奇財		
編號	項目	數量
1	德國Duravit品牌浴缸	1
2	德國Duravit品牌懸吊式免 治馬桶	2
3	德國Duravit品牌蓮蓬頭套 組	3
4	德國Duravit品牌水龍頭	1
5	YKK24小時防塵有氧Green B Rreath換氣窗框	7
原告葉佩瑜		

(續上頁)

01

編號	項目	數量
1	德國Duravit品牌浴缸	1
2	德國Duravit品牌懸吊式免治馬桶	2
3	德國Duravit品牌蓮蓬頭套組	3
4	德國Duravit品牌水龍頭	1
5	YKK24小時防塵有氧Green B Rreath換氣窗框	7

原告楊志斌

編號	項目	數量
1	德國Duravit品牌懸吊式免治馬桶	1
2	德國Duravit品牌蓮蓬頭套組	1
3	YKK24小時防塵有氧Green B Rreath換氣窗框	2