

臺灣臺北地方法院民事判決

109年度北消小字第10號

原告 蔡佳叡
被告 噴室股份有限公司

法定代理人 徐震

訴訟代理人 馮昌國律師
連家麟律師
楊淇皓律師

上列當事人間請求債務不履行損害賠償事件，本院於民國110年1月21日言詞辯論終結，判決如下：

主 文

原告之訴駁回。

訴訟費用新臺幣壹仟元由原告負擔。

事實及理由

壹、程序方面：

按訴狀送達後，原告不得將原訴變更或追加他訴，但擴張或減縮應受判決事項之聲明，不在此限。民事訴訟法第255條第1項第3款定有明文。查原告起訴時訴之聲明原為：「被告應給付原告新臺幣（下同）1萬2,750元，及其中2,480元自民國109年6月1日起至清償日止，1萬0,270元自109年7月23日起至清償日止，按週年利率5%計算之利息」（見本院卷第9頁），嗣於109年10月22日具狀變更為：「被告應給付原告1萬0,130元。」（見本院卷第141頁），核屬減縮應受判決事項之聲明，與前揭規定相符，應予准許。

貳、實體方面：

一、原告起訴主張：原告於109年4月7日自被告經營之噴噴募資平台網站（下稱系爭平台網站）訂購「Cleansebot | 智慧UV C消毒機器人-全台唯一正版授權，最安心的居家旅遊消毒好幫手！」之商品1組（下稱系爭商品），售價為2,480元，且

原告於當日即以信用卡支付完畢，而頁面資訊顯示本筆訂單將於109年5月實現即最晚應於109年5月31日履行出賣人義務。又被告於109年6月10日寄發電子郵件告知原告可執行退款事宜，原告已於109年6月18日回覆被告相關退款資訊，惟被告於109年6月18日竟又回覆原告因已出貨故無法退款，然卻未提供出貨單號供原告追蹤系爭商品是否在途。嗣系爭商品直至109年6月22日仍未到貨，原告再次詢問被告出貨進度，卻遭推諉於供應商，供應商則於隔日通知原告將於109年6月23日收到系爭商品，惟遲至109年7月4日原告始收受系爭商品，而原告隨後即依照供應商指示於109年7月6日將系爭商品寄回，供應商並於109年7月8日告知原告預計下周前會完成退款，然原告遲至109年7月22日仍未收受退款，係經原告於109年7月23日向鈞院起訴後，被告始於109年7月28日退還價金2,480元，且於109年9月3日才退回運費140元。因被告至遲應於109年5月31日交付系爭商品，卻未依約履行，且原告已於109年6月18日主張解除契約，原告亦分別於109年6月22日、7月14日申請消費申訴，並於109年7月16日以臺北樂群二路郵局第000297號存證信函（下稱系爭存證信函）催告被告退款，然被告遲未退款，則被告所提供之服務顯然有瑕疵，以致原告耗費時間、精力撰寫信函及出庭，並支出催告及起訴等費用，原告自得依據消費者保護法（下稱消保法）第7條、第8條、第19條、第19條之2及第51條之規定請求被告賠償損害額5倍之懲罰性賠償金1萬2,750元【計算式： $(2,480\text{元} + 70\text{元}) \times 5\text{倍} = 1\text{萬}2,750\text{元}$ 】，扣除供應商分別於109年7月28日及109年9月3日給付之2,480元及140元運費後，被告尚應賠償1萬0,130元【計算式： $1\text{萬}2,750\text{元} - (2,480\text{元} + 140\text{元}) = 1\text{萬}0,130\text{元}$ 】等語。並聲明：被告應給付原告1萬0,130元。

二、被告則以：被告經營之系爭平台網站，僅提供「提案人」將其廣告、計畫等創意以文案之方式刊載於系爭平台網站，使瀏覽者得以「贊助人」身分向提案人出資，並由與系爭平台

01 網站合作之第三方支付機構代收代付款項，並於募資結束
02 後，提案人將依照其與贊助人間成立之契約關係自行出貨予
03 贊助人。又系爭平台網站刊載之提案內容均係由提案人自行
04 設計、製作及刊載，網路行銷廣告亦為提案人自行製作、上
05 傳，且消費收據或發票為提案人所開立，被告並未參與協
06 助、服務，僅係提供網路空間租予提案人使用，且縱被告得
07 針對提案人所刊登之內容進行審查，然對於提案之新創團隊
08 能否如期出貨或商品品質有無瑕疵等，均非被告所得知悉，
09 故買賣契約僅存在於贊助人與提案人間（本案即為原告與訴
10 外人CleansebotTaiwan間），被告僅為資訊提供者，並非契
11 約當事人，自無履行契約之義務，且贊助人透過系爭平台網
12 站購買商品，自應承擔一定程度之不確定性風險，不得轉嫁
13 於被告。另被告亦非第三方支付業者，系爭平台網站之交
14 易、請款系統係由第三方支付機構即立吉富線上金流股份有
15 限公司建置之Paynow及藍新科技股份有限公司建置之藍新金
16 流NewePay代為收款，而代收代付帳戶名稱為被告公司是因
17 被告係代所有提案人向代收代付機構達成協議，提供此部分
18 金流服務，但無法以此認定被告為契約當事人，被告亦不需
19 符合第三方支付業者之標準。再者，原告所提鈞院卷第35
20 頁、第37頁之頁面並非系爭商品，被告爭執其形式上之真
21 正，且系爭平台網站上關於系爭商品之頁面資訊，其上所載
22 之聯絡提案人、售後保固、風險與承諾、客服專區等，均係
23 由CleansebotTaiwan負責，臉書及粉絲服務連結亦均為Clea
24 nsebot專屬對話信箱，系爭平台網站之公開留言板係由Clea
25 nsebot回覆，且網路開箱影片僅得證明被告有受提案人之委
26 託或與提案人協議而協助其宣傳、行銷，由上可知本契約之
27 義務人為CleansebotTaiwan而非被告。此外，因契約存在於
28 原告及CleansebotTaiwan間，故原告於109年6月18日向原告
29 主張解除契約，顯屬有誤，且原告請求之原因事實，純屬契
30 約履約糾紛，自無消保法第7、8條之適用，而CleansebotTa
31 iwan已將系爭商品價金2,480元退還予原告，並另外免費提

01 供乙份商品贈與原告，又補償雙倍之郵寄費用共140元，故
02 原告並未受有損害，其應舉證證明受有之損害為何。再者，
03 因被告從未參與商品之設計、生產、製造、輸入、經銷之行
04 為，並非消保法所稱之企業經營者，自無消保法之適用，而
05 兩造間並無消費履約關係，並未存有定型化契約或擬訂定型
06 化契約，僅有系爭平台網站使用服務條款，其中亦無免除或
07 減輕預定契約條款之當事人責任等語，資為抗辯。並聲明：
08 原告之訴駁回。

09 三、經查，原告於109年4月7日在系爭平台網站訂購系爭商品，
10 系爭商品價款為2,480元，訂單頁面顯示將於109年5月實
11 現，又原告於109年7月4日收受系爭商品後，於109年7月6日
12 將系爭商品寄回，原告曾於109年7月16日以系爭存證信函通
13 知被告退款，被告於109年7月28日退還價金2,480元、於109
14 年9月3日退還運費140元等情，此有交易明細及系爭存證信
15 函等件在卷可稽（見本院卷第17至21頁、第47頁），且為兩
16 造所不爭執，均堪信為真實。

17 四、得心證之理由：

18 （一）按從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者，
19 於提供商品流通進入市場，或提供服務時，應確保該商品
20 或服務，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性。
21 商品或服務具有危害消費者生命、身體、健康、財產之可
22 能者，應於明顯處為警告標示及緊急處理危險之方法。企
23 業經營者違反前2項規定，致生損害於消費者或第三人
24 時，應負連帶賠償責任。但企業經營者能證明其無過失
25 者，法院得減輕其賠償責任。從事經銷之企業經營者，就
26 商品或服務所生之損害，與設計、生產、製造商品或提供
27 服務之企業經營者連帶負賠償責任。但其對於損害之防免
28 已盡相當之注意，或縱加以相當之注意而仍不免發生損害
29 者，不在此限。前項之企業經營者，改裝、分裝商品或變
30 更服務內容者，視為第7條之企業經營者。消保法第7條及
31 第8條分別定有明文。是消保法第7條之責任，區分為商品

及服務責任。而商品之責任主體著眼於設計、生產、製造者，服務之責任主體則著眼於提供者。網路服務提供者若係以提供商品交易資訊為其內容者，因商品本身之多樣化，網路服務提供者客觀上更無針對每件商品進行安全性事前審查之可能，且網路服務提供者並非該等商品之設計、生產、製造者，並無具備審查商品安全性之專業度，即不具備審查商品之主觀條件，況網路平台既屬服務提供者，應僅就其服務本身擔其責任，其既非商品責任之主體，無從課予前揭商品責任。另消保法第7條第1項所定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，應就下列情事認定之：一、商品或服務之標示說明。二、商品或服務可期待之合理使用或接受。三、商品或服務流通進入市場或提供之時期。消保法施行細則第5條亦有明文。是消保法之立法目的，必須企業經營者或從事經銷之企業經營者所提供之商品或服務有「安全」或「衛生」之危險而造成消費者之損害，方有適用消保法之餘地。雖消保法之規範非僅限於確保商品或服務無安全或衛生上之危險，而係包括保護消費者權益之眾多事項，但若本於消保法第7條、第8條之規定主張，依學說及實務見解，皆認為「要成立服務之企業經營者責任，應以服務在性質上有發生安全或衛生上之危險性者，始足當之。」，亦即消費者因使用商品或接受服務而致生損害(固有利益之損害)，而此損害係因商品或服務之缺陷所致者，方適用消保法，若單純係商品或服務本身有瑕疵者，而商品或服務並無安全或衛生上之危險，應回歸適用民法規定，否則消保法豈非可取代一切與交易有關之民事損害賠償之法律。再依消保法第7條、第8條請求賠償者，必須係企業經營者所設計、生產、製造銷售而流入市場之商品有不符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性，而因此直接所致之損害為限。

(二) 次按消費者保護法第51條規定，依本法所提之訴訟，因企

業經營者之故意所致之損害，消費者得請求損害額5倍以下之懲罰性賠償金。但因重大過失所致之損害，得請求3倍以下之懲罰性賠償金，因過失所致之損害，得請求損害額1倍以下之懲罰性賠償金。然該條文立法原意係為促使企業經營者重視商品及服務品質，維護消費者利益，懲罰惡性之企業經營者，並嚇阻其他企業經營者仿效，乃參酌美國、韓國立法例而為之規定，係為貫徹保護消費安全之政策作用，防範企業經營者濫用實力之行為（以上參照該條立法理由）。而懲罰性賠償金實係「損害額」（消費者實際上所受之損害）以外之賠償金，其與一般損害賠償制度不同。其目的係在對於有不良動機，或非道德的、意圖不軌之人施以一定懲處，進而防止他人效尤的處罰性賠償。因而該條文之適用上，應予做目的性限縮，僅係指依同法第7條以下規定所稱消費者或第三人因企業經營者所提供之商品或服務，發生安全或衛生上之危險而致生之損害，或因商品或服務具有違害消費者生命、身體、健康、財產之可能而企業經營者未於明顯處為警告標示及處理危險之方法，致生損害於消費者而言。

（三）查稽諸系爭平台網站之嘖嘖服務條款第7條言明：「嘖嘖是一個集合群眾並贊助創意的平台。嘖嘖允許部份的使用者（提案人）將創意提出並尋求第三方（贊助者）的贊助。嘖嘖使用的金流服務協力廠商為立吉富線上金流股份有限公司的Paynow和藍新科技股份有限公司建置之『藍新金流NewebPay』。透過本網站存取協力廠商服務時，會請您同意接受協力廠商新的條款及條件。嘖嘖不會對您與該協力廠商之間的糾紛負責。嘖嘖將不會對任何在服務中所接觸的個人以及團體做任何的擔保。這包括但不限於下列行為：貨品的運送以及其他的服務，任何跟嘖嘖無關的相關條約規定以及保固和保證等等。嘖嘖將不會負責監控專案的進度以及表現，也不會負責專案失敗所造成的金錢損失以及任何可能的權利喪失。所有的贊助以及交易皆為提

01 案人以及贊助者間之行為，贊助者有權決定是否贊助專
02 案，提案人亦有權決定是否接受贊助者的贊助，嘖嘖不會
03 也並無義務對任何提案人以及資助者間的糾紛，以及任何
04 網站會員和第三方的糾紛，做任何形式的負責。在糾紛
05 中，任何嘖嘖的主管員工，以及相關人員皆與任何形式的
06 求償以及傷害賠償等無關。由於嘖嘖無法完全控制提案人
07 的行為，因此提案人將對其提供的專案以及全部的內容做
08 完全的負責。嘖嘖保存隨時可取消專案提供並隨時退還所
09 有資助者金額的權利。嘖嘖對於paynow及藍新金流NewwebP
10 ay平台服務的效能以及服務品質，不負任何責任以及保
11 證。有時Paynow及藍新金流NewwebPay平台會出現信用卡的
12 付款問題，嘖嘖無法保證您的付款網能夠完整到達。提案
13 人可自行決定退還款項，嘖嘖不負責提案人的退款，包含
14 任何手續和過程。…」等語（見本院卷第115至116頁）；
15 又參以原告自承其必須於系爭平台網站點選上開服務條款
16 後始能於系爭平台網站註冊等語（見本院卷第320頁）；
17 另參以系爭平台網站上公開之嘖嘖網站群眾募資專案委託
18 契約書第6條約定：「1、乙方應完整刊載包含：○專案說
19 明影片及圖片○專案詳細說明文案○專案募集金額目標○
20 提供贊助者之回饋項目2、本網站上所刊載之物件、說明
21 內容、及相關訊息，包括所刊載之多媒體檔案，均係由乙
22 方自行提供、上載、及發布，並由本服務系統刊載於網
23 站，乙方應擔保其內容之真實性、合法性、即時性等，甲
24 方就刊載內容之真實性、合法性、即時性等並無審查之義
25 務，亦不負任何明示或默示之承諾或擔保。乙方所刊載之
26 物件、說明內容、或相關訊息等，如有違反法令、違背公
27 序良俗、侵害第三人權益、或有違反本合約之虞之情形，
28 甲方得不經事先通知，直接加以移除、使之無法被存取或
29 被閱讀、或採取其他限制性措施。」等語（見本院卷第12
30 2頁），可認原告對於系爭平台網站係供系爭平台網站上
31 之部分使用者以「提案人」之身分自行將其廣告、計畫等

01 創意以「文案」之形式提供、上載、發布於系爭平台網站
02 上，使瀏覽者點閱並能夠以「贊助人」之身分向提案人出
03 資，待募資結束後，提案人則依照其與贊助人間成立之契
04 約關係自行出貨、回饋予贊助人，而被告並不參與提案人
05 商品之行銷、進出貨程序及退貨款之服務等節，應有所認
06 知。是原告主張遲延退款乙節，因被告於系爭平台網站所
07 提供者乃提案者募資資訊及贊助者贊助資訊之流通服務，
08 並非從事商品本身之設計、生產及製造，且提案者於系爭
09 平台網站上之商品行銷、進出貨程序及退貨款等，並非原
10 告所提供之服務範疇，又原告主張之遲延退款，核其性質
11 亦非屬原告提供之服務發生安全或衛生上之危險性，並使
12 原告直接受有損害。基上，核與消保法第7條、第8條及第
13 51條等規定之要件不符。從而，原告依據消保法第51條之
14 規定請求被告給付5倍之懲罰性賠償金計1萬0,130元，應
15 屬無據。

16 (四) 另原告依據消保法第19條及第19條之2為本件之請求云
17 云。按消保法第19條規定，通訊交易或訪問交易之消費
18 者，得於收受商品或接受服務後7日內，以退回商品或書
19 面通知方式解除契約，無須說明理由及負擔任何費用或對
20 價。但通訊交易有合理例外情事者，不在此限。前項但書
21 合理例外情事，由行政院定之。企業經營者於消費者收受
22 商品或接受服務時，未依前條第1項第3款規定提供消費者
23 解除契約相關資訊者，第1項7日期間自提供之次日起算。
24 但自第1項7日期間起算，已逾4個月者，解除權消滅。消
25 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
26 者，契約視為解除。通訊交易或訪問交易違反本條規定所
27 為之約定，其約定無效。消保法第19條之2規定，消費者
28 依第19條第1項或第3項規定，以書面通知解除契約者，除
29 當事人另有個別磋商外，企業經營者應於收到通知之次
30 起15日內，至原交付處所或約定處所取回商品。企業經營
31 者應於取回商品、收到消費者退回商品或解除服務契約通

知之次日起15日內，返還消費者已支付之對價。契約經解除後，企業經營者與消費者間關於回復原狀之約定，對於消費者較民法第259條之規定不利者，無效。查系爭商品之退貨款並非被告於系爭平台網站所提供之服務範疇，已如前述，則被告並無上開消保法規定之適用，是原告依據上開規定而為請求，亦屬無據。

（五）再原告主張系爭平台網站動輒數千萬之販售總金額，且屬有償行為，被告本應負善良管理人之注意義務，而被告之嘖嘖服務條款，係以定型化契約，單方限制被告身為出賣人、企業經營者應負擔或善盡之義務，顯然違反民法第247條之1、消保法第11條及第12條之規定，應屬無效云云。然本件原告主張遲延退款乙節，非屬被告提供之服務發生安全或衛生上之危險，致原告直接受有損害，已如前述，是被告之嘖嘖服務條款是否有無效之情形，亦與本件原告依據消保法第51條請求之懲罰性賠償金無涉。

五、綜上所述，原告依據消保法第7條、第8條、第11條、第12條、第19條、第19條之2、第51條及民法第247條之1等規定，請求被告給付1萬0,130元，為無理由，應予駁回。

六、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法及舉證，核與本件判決結果無影響，爰不另予一一論述，併此敘明。

七、訴訟費用負擔之依據：民事訴訟法第78條。

中 華 民 國 110 年 2 月 23 日
臺北簡易庭 法 官 陳家淳

以上正本證明與原本無異。

如不服本判決，須以違背法令為理由，於判決送達後20日內向本庭（臺北市○○區○○○路0段000巷0號）提出上訴狀。（須按他造當事人之人數附繕本）。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 110 年 2 月 26 日
書記官 蘇炫綺

計 算 書

01	項 目	金 額 (新臺幣)	備 註
02	第一審裁判費	1,000元	
03	合 計	1,000元	
04	附錄：		
05	一、民事訴訟法第436條之24第2項：		
06	對於小額程序之第一審裁判上訴或抗告，非以其違背法令為		
07	理由，不得為之。		
08	二、民事訴訟法第436條之25：		
09	上訴狀內應記載上訴理由，表明下列各款事項：		
10	(一)原判決所違背之法令及其具體內容。		
11	(二)依訴訟資料可認為原判決有違背法令之具體事實。		
12	三、民事訴訟法第436條之32第2項：		
13	第438條至第445條、第448條至第450條、第454條、第455條		
14	、第459條、第462條、第463條、第468條、第469條第1款至		
15	第5款、第471條至第473條及第475條第1項之規定，於小額		
16	事件之上訴程序準用之。		