



評《消費者保護法實務》

執業律師
謝天仁



消費者保護法實務

姜志俊等撰文

消基會 / 8510

ISBN 9579722137 / 平裝

消費猶如柴米油鹽醬醋茶，在現代生活中，不可或缺。您不注意「它」，「它」將令您煩惱。因此，想要生活無憂無慮，勢必要有「消保」(即消費者保護)意識，簡單地講，「懂消保，生活沒煩惱」。舉例而言，距今較遠的，如病死豬肉流入市面、輻射屋、海砂屋、國際渡假村會員證不當行銷等，或許記憶猶新；近的如九二一地震屋毀人傷亡，洗臉盆碎裂傷人、抗生素濫用等，更令人震驚。在在顯示消費在日常生活中確實佔有相當之份量，不容輕忽。此從消費者文教基金會諮詢及申訴，不是餐廳用餐中毒，就是建商廣告不實、坪數不足；不是保險公司不理賠，就是旅遊遭受不好待遇；不是醫療有糾紛；就美容瘦身被騙錢，更可佐證。但是，這麼多消費問題，消費者該怎麼辦？

法律是保障知道法律的人，不知道法律的人，無從主張法律上之權益，縱有保障相關明文，亦屬枉然。同理，不知消費者保護法的人，談「消費者保護」，無異緣木求魚。因此，消費者在諸多消費問題中，想要保障其權益，顯然，不能不知「消費者保護法」。

談到法律，一般人印象總是感覺文字艱澀難懂，不易入門。條文再三朗讀，仍不知所

云。有心者，或閱讀闡釋該等法律之書籍，但覺抽象難懂的，比比皆是，從而，認識該等法律之精神及意義者，寥寥可數。甚至研讀未幾，即束諸高閣，更不鮮見，令人抱憾。事實上，法律乃社會生活的規範，自人而生，非從天而降，有心學習者，理應覺得親切易懂，始符實情。觀其癥結，乃條文本即簡潔，釋論者，若仍咬文嚼字，當抽象難懂。必也釋論通俗，淺顯易懂，始能使學習者達到瞭解消費者保護法之意義。消費者文教基金會出版之《消費者保護法實務》乙書，闡釋消費者保護法之相關規定，用字通俗，容易閱讀，無一般法律書籍之艱澀難懂的缺點。但專有名詞之介紹，使用文字過於法律用語化，在該書依稀可見，似難避免。

《消費者保護法實務》是消費者文教基金會對前出版之《消費者保護法導讀》採問答方式，改為逐條釋義，並為使閱讀起來生動真實，附上消費者申訴案例。體例上，更切合消費者需要，對於消費者研讀消保法，確實助益良多。

一般法律書籍在本論之前，或有緒論或前言，目的無非使讀者，先有整體之概念，以促進學習之效果，但未切合讀者之需求，即讀者詳讀緒論或前言，頂多知該法之體系，對於該法之一般概念或基本認識，所知仍然有限。《消費者保護法實務》乙書，卻能洞悉一般消費者研讀消保法書籍，所欠缺之基本認識，在該書本論前加入消費者保護法簡介，對於消保法適用之主體、客體及原則、製造商及經銷商及進口商之一般損害賠償責任及消保法特有之懲罰性賠償金、特種買賣及與定型化契約、廣告、商品標示、品質保



證 消費爭議處理等，消費者應瞭解之基本規定，條列說明，確實有畫龍點睛之功效，對消費者研習消保法助益匪淺，令人印象深刻。

本論部分闡釋消保法各相關規定，即便是文字說明，亦諸多日常生活中常見案例，譬如，關於定型化契約違反平等互惠原則有「貨物出門，概不退還」、「銀錢當面點清，離櫃蓋不負責」；關於品質保證有「保證班」、「包醫」、「二年五萬公里」；關於不實廣告有「註明僅供參考」不勝枚舉，使讀者倍感熟悉與親切。更值得一提是，該書將消費者文教基金會消費者申訴化作案例，附在每一段落後面，印證該法律規定適用於案例之結論，增加實用性，以提高研習者之興趣。

消費者是商品或服務最末端之品管員，當最末端的品管員發現商品或服務有瑕疵，而無所適從或不知解決管道，將可能造成企業經營者無改善的機會，繼續傷害消費者之權益。因此，消費爭議事件最重要的管道，即是消費爭議之申訴及處理。《消費者保護法實務》非但具體指出受理申訴之機關組織及申訴之程序，即連受理申訴電話、地址，均詳載於該書中，使擁有該書之消費者除瞭解其消費權益外，尚且可實現確保其權益，

《消費者保護法實務》確實是消保之寶典。

此外，「消費者保護法實務」除介紹既有條文外，尚引臺中市衛爾康大火，業者雖然有保險，但以自己為被保險人，並為受益人，以致受害人求償無門，並點出現行保險法之責任保險，對消費者保護不足為例，指出消保法宜增訂「消費保險」，以確保消費者權益，頗具前瞻性，使研讀該書之消費者，瞭解現行保險制度之不足，值得肯定。

附帶而言，消費者權益之保護，透過消費權益之申訴及處理，固然重要，但倘若，轉由消費資訊之傳遞與散布，能使消費者防患於未然，對消費者權益之保障，將更為有效。因此，消費資訊之取得管道，日趨重要。《消費者保護法實務》或囿於消保法實務是以法律規定為架構，以致於消費資訊之公布及取得管道等消保法條文以外之範疇，未予介紹，對於有心研習消費者保護相關知識，保障權益之讀者，似乎可考慮加入，以達到消費者保護之目的。

整體而言，對於一般的消費者，為保障消費權益，只要好好研讀《消費者保護法實務》，確實能達到「懂消保」進而「生活沒煩惱」之境界。

消費者的8大權利與5大義務

消費者的8大權利：

1. 為避免危及健康，您有權要求安全。
2. 為做明智選擇，您有權瞭解商品及服務的真相。
3. 為獲得良好的商品及服務，您有權要求選擇。
4. 對於消費者相關的公共政策，您有權表達意見。
5. 為維持生命與生存，您有權要求基本需求的滿足。
6. 對於瑕疵商品或低劣的服務，您有權要求賠償。
7. 要想成為有見地的消費者，您有權獲得

消費相關知識及技術。

8. 要想長居久安，您有權要求健康的環境。

消費者5大義務：

1. 對於商品品質、價格與服務，您有義務提高警覺、提出質疑，並吸收消費資訊。
2. 為增進消費者權益，您有義務支持消保行動。
3. 為確保個人消費行為不會傷害他人，您有義務關懷整個消費環境。
4. 為永續生存，您有義務消費而不浪費，並支持綠色消費。
5. 為凝聚力量，所有消費者都有義務團結起來，發揮影響力。