



定型化契約

案例

頂客族的張先生和老婆兩人手上有一堆信用卡，有的專門用來加油，有的專門用來看電影，有的專門用來吃飯，有的則專門用來旅遊，最近張先生為了出國旅遊又加辦了一張新卡，這張卡標榜飛行里程累積最快、旅遊平安險保額最高、旅遊不便的理賠最優惠等。正巧，老婆大人因公必須飛北京一趟，張先生遂刷卡幫她買了「機加酒」三天兩夜套裝行程，由於行程是從桃園機場出發，早去晚回，回程張先生可以開車去接她，但去程時他正好出差，不能送機，他看到



新卡發卡銀行給的持卡人權益手冊，知道發卡銀行提供每年兩次的國際機場接送服務，遂打電話去訂車。等到一切都安排好了，當天張太太拉著行李準時在大樓門廳候車，結果當司機一到，居然請張太太出示那張信用卡，她大吃一驚，解釋那張卡已被她先生帶走了，司機這才知道她不是持卡人，表示他礙於規定只能接送持卡人本人。由於時間已相當急迫，在逼不得已的情況下，張太太只好花 1,000 元請司機送她去機場。回來後她告訴張先生，張先生

怒氣沖沖地找銀行理論，客服人員解釋該項服務只提供給持卡人本人，但翻開持卡人權益手冊卻只說：刷卡支付機票或團費之八成者，將可享有機場接送服務各一次！雙方各執一詞，到底誰對誰錯？

思考問題

- 一、什麼是定型化契約？
- 二、定型化契約的要件有哪些？
- 三、什麼是定型化契約條款及個別磋商條款？
- 四、什麼是有利於消費者解釋原則？

解說

金融機構業務種類繁多，為因應數量與金額龐大的各種臨櫃和語音、網路交易，有必要使各種交易條件標準化，「定型化契約」遂應運而生，今天金融機構使用定型化契約的普遍情形可能超過其他各種產業，比如單單一種授信業務，金融機構便針對不同對象、用途、動用方式、期別長短、有無擔保等開發出 20 多種不同的定型化契約，更別說其他業務了。何謂「定型化契約」呢？所謂定型化契約，依據消費者保護法第 2 條的定義，係指以企業經營者提出之定型化契約條款作為契約內容之全部或一部而訂定之契約。鑑於交易對象的大量性、交易方式的一致化、交易活動的效率化以及契約條款的專業化等考慮，縱使定型化契約存在契約當事人地位不平等、條款內容違反法律規定、條款內容有失公平合理、條款文義有

欠明確或含有矛盾及不合邏輯等瑕疵，定型化契約仍為現代交易之常態，例如購買高鐵票、出國旅遊、買預售屋、送洗照片、使用信用卡、向銀行貸款等，可謂與每個人的日常生活密不可分。

就消費者保護法之定義分析，定型化契約之要件可分為五點：

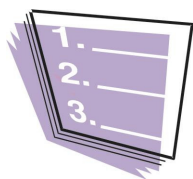
1. 契約當事人一方須為企業經營者，所謂企業經營者，係指以設計、生產、製造、輸入、經銷商品或提供服務為常業者，或從事刊登或報導廣告之媒體經營者，不問其為公司、團體或個人，均為企業經營者，不限於以營利為目的者，亦不以是否繳納營業稅為準，但僅偶爾提供服務或販售產品者，如旅遊回程中以自用車載客、農民假日於風景區販賣農產品等，則非屬企業經營者。另外，企業經營者之員工或受僱人，亦非企業經營者。
2. 契約之相對人須為不特定多數人，即相對人之個別性及人數均自始不確定，換言之，企業經營者擬交易之對象不得自始為特定之少數人，如某位友人，亦不得為特定之多數人，如某公司之員工，而必須於訂約前不將擬交易之對象加以圈定或選取，且對於任何人要求提供商品或服務之要約均可承諾，並提供完全同一之商品或服務。由於定型化契約不重視相對人之特性，因此毋庸針對其對象分別擬訂其內容，所以具有降低交易成本，提高經濟效率，加速交易過程的功能。
3. 契約須由當事人之一單方面擬定，其擬定契約者限

為企業經營者，由於其經常利用其優越的政治地位，如國營石油公司對於一般用戶之供油合約，或較具專業知識的能力，如醫院對於其病患之醫療合約，或強大之財力及人力，如發行信用卡之金融機構對於其持卡人之使用合約，在雙方進行交易之前即預為訂定有利於己而不利於相對人之條款，並一體適用於所有相對人，由於相對人之政治影響力微弱，或欠缺經濟實力，或缺乏專業知識，無法爭取自身權益，或認為所涉利益微小，無力爭之必要，或情況緊急，無充裕時間進行談判，或鄉愿，或茫然不知等原因，以致放任由企業經營者片面進行交易條件的訂定。

4. 以一般條款為限，定型化契約中之條款可以分為定型化契約條款及個別磋商條款兩類，前者依消費者保護法第 2 條第 7 款規定，乃是企業經營者為與不特定多數消費者訂立同類契約之用，所提出預先擬定之契約條款。定型化契約條款不限於書面，其以放映字幕、張貼、牌示、網際網路或其他方法表示者，亦屬之。企業經營者為與不特定多數人訂立契約之用，而單方預先擬就之條款，至於後者，依消費者保護法第 2 條第 8 款規定，乃指契約當事人個別磋商而合意之契約條款，定型化契約中至少應有部分之定型化契約條款存在，否則，即非定型化契約。至於定型化契約條款之種類，大致可分為：(1) 利於企業經營者及 (2) 不利於消費者，利於企業經營者，如減輕注意義務、契約自動展延、增強抗辯

權、排除法定責任、免除告知義務、就一定事實之發生推定或視同意思表示、定管轄法院或適用之法律以及掌握契約疑義之解釋權等，而不利於消費者，則有加重注意義務、契約自動失效、放棄法定抗辯權、限定賠償請求範圍及提出時間、剝奪猶豫期間以及過高之違約責任等。

5. 不一定記載於契約中：上述之一般條款，原則上應記載於契約中，其未記載於契約中者，依消費者保護法第 13 條規定：「定型化契約條款未經記載於定型化契約中者，企業經營者應向消費者明示其內容；明示其內容顯有困難者，應以顯著之方式，公



告其內容，並經消費者同意受其拘束者，該條款即為契約之內容。前項情形，企業經營者經消費者請

求，應給與定型化契約條款之影本或將該影本附為該契約之附件。」，應採下列方式辦理，否則不構成契約內容，即相對人可以不受拘束：

- (1) 明示其內容者，一般條款未記載於契約中者，企業經營者應向消費者明示其內容。
- (2) 公告其內容者，明示內容有困難者，企業經營者應以顯著方式公告其內容，並經消費者同意受其拘束。
- (3) 作為契約附件者，具有上述情形者，企業經營者經消費者之請求時，應給予契約一般條款之影本或將影本附為該契約之附件。