

【100 年至 107 年度網路購物相關法院實務判決整理】

- (一) 出賣人於網頁登載資訊，為價目表之寄送之「要約之引誘」行為，抑或「要約」，即存有爭議，並影響後續消費者下單行為，為「要約」或「承諾」之判定，更進而影響「契約成立」之判定。再者，出賣人是否得保留決定契約成立與否的最後決定機會，即契約實務上常有「不受拘束」之附記，同樣影響契約成立。

項目	法院	判決理由
1	臺灣苗栗地方 法院 100 年度 苗簡字第 496 號民事判決	法院認定一般在線上商店標價展示販賣者，如同寄送價目表一般，常須考量相對人下單之數量、自己之存貨、履約能力等等。一般而言，應無因此行為而受拘束之意思，否則如意外獲得超量訂單，將使自己陷於債務不履行之危險，故如無特別約定或註明情形，應解釋為「要約之引誘」，與「貨物標定賣價陳列者」，業者必實際上有相關貨物，始能標定賣價陳列之情形不同。出賣人於網路商店中既未具體陳列商品實物，

		<p>而係向多數不特定人為之，性質上應相當於「價目表之寄送」。又，出賣人於網頁多處表示「出賣人在收到您的訂單後，仍保有決定是否接受訂單及出貨與否之權利」之說明，應認出賣人於網頁上標示系爭貨品之行為，屬於「寄送價目表」之要約誘引行為，出賣人應不受其拘束。</p>
2	臺灣臺中地方法院 100 年度簡上字第 308 號民事判決	<p>法院認定買受人在網站內依該要約之內容點選欲購買之商品及其數量後回覆下單，則兩造之買賣契約在買受人下單表示購買時，買賣契約即已成立。出賣人即使辯稱其於網站已預先聲明「保留接受訂單與否之權利」等語，然買受人下單購買後，出賣人即以電子郵件通知買受人應於「訂單成立後」五天內完成匯款手續，買受人亦旋即完成匯款，則出賣人仍保留是否接</p>

		受訂單之辯稱不足採。
3	臺灣苗栗地方法院 101 年度簡上字第 9 號民事判決	<p>法院認定出賣人於超級商城網站之網頁上展示圖片，對不特定多數人為意思表示之行為，性質上與「價目表之寄送」相近，且網路交易上之出賣人，並不需備有存貨，甚至可於接單後再轉交實際有存貨之其他業者或製造商出貨，因此出賣人多僅係提供該等商品圖片供消費者參考，似難認有受該等商品圖片展示行為之拘束，而企圖與「所有」看見該圖片而欲訂購產品之消費者成立契約之意思。</p> <p>雖出賣人辯稱因其保有最後締約之決定權，由系統自動發送之付款成功通知信並非承諾交易之文件，但法院認為不得以有上開記載即認非出賣人之意思表示。此等透過系統寄發之訂單</p>

		<p>確認通知信性質乃在於傳達出賣人之意思表示，出賣人既以通知信向買受人告知「交易已成立」，要約已表示承諾，則買賣契約已成立。</p>
4	<p>臺灣基隆地方法院 102 年度基消簡字第 1 號民事判決</p>	<p>法院認定網路購物依其特質，非如傳統買賣般得以實品上架陳列以供消費者實際檢視，以決定是否購買，是消費者購買與否全憑企業主在網路廣告之刊載。網站上之廣告既明確標有商品實圖、品牌、規格、型號描述及售價，究其實質，應足以認為與傳統買賣之陳列有同一之效果，是廣告應視為「要約」之性質，而非僅係要約之引誘。</p> <p>又消保法第 22 條規定，廣告內容於契約簽訂後將成為契約內容之一部分，而應認係要約。買受人既本於出賣人之廣告要約而下單訂購，自屬承諾之通知，且因其承諾內容與要約之內容相互一致，依民法第 153 條</p>

		第 1 項規定，雙方間之買賣契約即已成立，法院認定廣告內容於契約簽訂後將成為契約內容之一部分，而應認係要約。
5	臺灣桃園地方法院 102 年度訴字第 505 號民事判決	部分判決特別提到出賣人為保留決定契約成立與否的最後決定機會，契約實務上常有「不受拘束」之附記。出賣人如無此附記，則供應商品之表示將被理解為要約，相對人同意則契約即成立。反之，若有此附記，出賣人即能針對市場狀況、本身履約能力，決定是否成立契約，維護自己利益。相對人既知悉出賣人不受要約拘束之意思，亦不會發生意思表示有效存在之信賴，能避免相對人因信賴意思表示而受不測之損害。
6	臺灣臺南地方法院 106 年度南消小字第 8 號民事判決	認定出賣人於網路商店中所銷售之商品已附加照片，且明確表明品牌名稱、規格、型號及價格。訂購者確認後，得直接為訂購之表示等情況，已達明確特定程度，

	<p>且其標示之售價足以確定，出賣人在網路平臺刊登出賣訊息之意思表示足以呈現契約必要之點，自應認定為「要約」無疑。</p> <p>再者，買受人依前開網路平台刊登之「要約」內容，點選所要購買之商品及數量後回覆下訂單，並未將被告所刊登之商品內容為擴張、限制或為其他變更，是原告之下訂單行為，應為對被告要約所為之「承諾」，是兩造契約業已成立。</p>
--	--

(二) 縱經法院判斷契約成立，且買受人已付款，出賣人仍可主張意思表示錯誤而不出貨。

臺灣臺南地方法院 107 年度消字第 10 號民事判決：「……被告於其官方網站購物頁面上刊登系爭商品時，已將各項編訂型號、規格、名稱之電腦商品分別標示優惠之售價而刊登在其網站，此刊登之內容，就各該商品而言，因已編訂其貨物型號、規格、名稱，則就各該商品已達確定或可得確定之程度，而其標示之售價亦已臻確定，依此實際情形判斷，本件被告在所屬網站所刊載相關買賣訊息之意思表示，自符合「要約」，應受其要約之拘束。而原告在網站內依該要約之內容，點選要購買之商品及其數量後回覆下單，則兩造之買賣契約，在原

告下單表示購買時，買賣契約即已成立生效。……原告等明知被告公司官方網站以一折價格計算渠等所購買如附表編號 1 至 9 所示商品總價，極可能係內部系統異常所致，仍點擊網頁超連結結帳付款，完成購買程序，並提起本訴請求被告交付如附表編號 1 至 9 所示商品，有違誠信原則，被告得據民法第 88 條第 1 項規定，主張撤銷其錯誤之意思表示……原告主張依「零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項」第 5 點規定，被告不得據民法第 88 條第 1 項主張撤銷其本件錯誤之意思表示云云，惟上開規定僅為主管機關依據法律授權，對多數不特定民眾就一般事項所作抽象之對外發生法律效果之法規命令，自不排除民法第 88 條第 1 項規定之適用。四、綜上，系爭商品之買賣契約既經撤銷，原告等提起本訴請被告交付如附表編號 1 至 9 所示商品，即屬無據，且有違誠信原則，故渠等請求被告交付系爭商品，為無理由。」。