

國立交通大學

科技法律研究所

碩士論文

網路拍賣交易糾紛之研究

—探討拍賣網站 **ISP** 之責任

**The Research on Transaction Disputes about Online Auction**

**--Focus on the Responsibility of Auction ISP**

研究生：蔡頌瑾

指導教授：蔡蕙芳 博士

劉尚志 博士

中華民國九十五年九月

網路拍賣交易糾紛之研究  
—探討拍賣網站 ISP 之責任

The Research on Transaction Disputes about Online Auction  
--Focus on the Responsibility of Auction ISP

研究生：蔡頌瑾

Student : Song-Jin Tsai

指導教授：蔡蕙芳 博士

Advisor : Dr. Hui-Fang Tsai

劉尚志 博士

Advisor : Dr. Shang-Jyh Liu



A Thesis  
Submitted to Institute of Technology Law  
College of Management  
National Chiao Tung University  
in partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of  
  
Master  
in  
  
Technology Law

Sep. 2006  
Hsinchu, Taiwan, Republic of China

中華民國九十五年九月

# 網路拍賣交易糾紛之研究—探討拍賣網站 ISP 之責任

研究生：蔡頌瑾

指導教授：蔡蕙芳、劉尙志

國立交通大學 科技法律研究所

## 摘要

拍賣網站為近年來新興的電子商務網路交易型態，其與一般網路購物的差異與特色在於，由「拍賣網站服務提供業者」(本文稱「拍賣網站 ISP」)提供交易平台，交易主體為會員與會員之間的「C2C」模式，交易客體則充斥大量二手物品或市面上無流通的特殊商品。然而以國內各拍賣網站成立數年來的情形觀之，會員與商品數量雖不斷增長，但形形色色網路拍賣交易糾紛不斷，詐欺取財事件層出不窮，而拍賣網站 ISP 目前則係以和會員之間的定型化契約服務條款來排除相關法律責任。因此在保護消費者與降低企業法律風險的雙重考量下，本文藉實務案例蒐集與法規介紹學理分析，研究網路拍賣交易糾紛，尤其以受害者和損失金額龐大的詐欺犯罪為主，探討拍賣網站會員利用網路拍賣對其他會員詐欺取財時，拍賣網站 ISP 可能會產生的法律風險，例如民事共同侵權責任或刑法上幫助犯成立的機會等等。最後參考各國電子商務法規架構及 ISP 相關責任規範，擬定拍賣網站自律公約草案，並嘗試草擬拍賣網站的刑事和民事免責範圍條款，藉此期望拍賣網站 ISP，對於拍賣網站詐欺犯罪，能有更合理的防治與因應措施，並能主動提供受害者更完善的補償制度，以期拍賣網站這個新興的電子商務網路交易環境能更加穩定、蓬勃地發展。

# **The Research on Transaction Disputes about Online Auction**

## **--Focus on the Responsibility of Auction ISP**

Student : Song-Jin Tsai

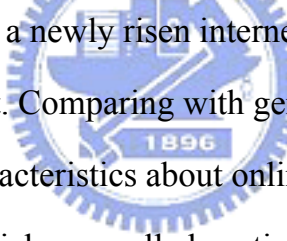
Advisor : Dr. Hui-Fang Tsai

Dr. Shang-Jyh Liu

Institute of Technology Law

National Chiao Tung University

### **Abstract**



“On-line Auction” is a newly risen internet transaction mode in electronic commerce market. Comparing with general internet transaction, there are two important characteristics about online auction. First, the online auction service provider, which was called auction ISP in this paper, provides transaction platform for their users. Therefore it is “C to C” transaction mode in online auction. Second, there will be a large number of secondhand and peculiar trade articles. In recent years, although the number of members and articles is increasing continuously, transaction disputes in online auction are also brought constantly, especially the serious falsity crime. At present, auction ISPs eliminate all above legal responsibility in a service contract with their users.

In both consideration of protecting consumers and reducing auction industry risks, we research on transaction disputes in online auction, in particular on serious falsity crime. By means of collecting cases and analyzing

rule of laws, this paper discusses the possible legal responsibility of auction ISP when their users commit falsity crime. Meanwhile, we refer international regulations about electronic commerce and ISP responsibility, and then try to draft auction website self-control convention and auction ISP responsibility regulations. We expect auction ISP could pay more resource to prevent and remedy online auction falsity crime. In such a manner, besides protection of consumers, this emerging internet transaction market will also develop in a safer and steadier environment.



## 誌謝

此篇論文的完成，首先要感謝的便是蔡蕙芳老師這一年來的指導，蔡老師總是耐心又細心的給予幫助，除了盡心盡力對這本論文內容以及架構等等的指教之外，老師也總是給予我許多精神上正面的支持和勉勵，增加我的信心，是讓我能完成此論文的最大助力。

感謝劉尚志所長，從我大學時代就引領我進入科技法律的領域，並給予我進入交大科法所就讀的機會；這三年來的學習和成長，是我人生中最重要學習歷程，也成為我規劃未來人生方向的基石，在此衷心感激劉所長這幾年來對我的指導和幫助。

感謝王文杰老師，抽空擔任此論文的口試委員召集人，認真仔細地給予我許多論文的修改建議，當然更要感謝王老師及其他所上老師，如倪貴榮老師、王敏銓老師、王明禮老師以及林三元老師等師長這三年來在課業上的教導，讓我們能奠定法學基礎，進而從事法學研究。

謝謝珮綾、淑美、敏賢等科法所的同窗好友，這三年來一起快樂的學習，尤其是珮綾，這一年來我們當室友朝夕相處，互相勉勵和陪伴，在遭遇論文瓶頸或情緒低潮時，總能彼此加油打氣，讓論文得以順利完成；特別謝謝永豪，在我面對畢業壓力的這幾個月，對我的包容、陪伴和鼓勵；除此之外，身邊還有許許多多總是不時給予我關心和鼓勵的好朋友們，在此更是由衷感謝。

當然更要感謝的是我的家人，父母親物質和精神上的支持包容、正向鼓勵，是讓我能無後顧之憂專心於論文研究的最大動力，同時也要謝謝我的姊姊頌翎總是給予我許多的關心和幫助。

最後，再次鄭重對這段日子給予頌瑾指導、幫助、關心和鼓勵的所有師長、家人及朋友們，表達心中感激，願你們永遠平安健康快樂。

# 目 錄

頁次

中文摘要.....	i
英文摘要.....	ii
誌謝.....	iv
目錄.....	v
圖表目錄.....	xi
第一章 前言.....	1
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究範圍與方法.....	2
第二章 拍賣網站交易概論.....	5
第一節 拍賣網站發展概況.....	5
第一項 什麼是拍賣網站？.....	5
第二項 國內拍賣網站發展概況.....	6
第二節 拍賣網站交易模式.....	8
第一項 拍賣網站註冊與交易流程.....	8

第二項 小結.....	12
<b>第三節 網路拍賣交易與傳統拍賣交易之區別.....</b>	<b>12</b>
第一項 我國民法上之傳統拍賣.....	13
第二項 網路拍賣交易之特色.....	14
第一款 就交易主體而言.....	14
第二款 就交易客體而言.....	14
第三款 就締約及履行方式而言.....	15
<b>第四節 電子商務與網路拍賣交易.....</b>	<b>16</b>
第一項 電子商務定義與特色.....	16
第二項 電子商務與拍賣網站交易相關法規.....	18
第一款 聯合國.....	18
第二款 美國.....	20
第三款 歐盟.....	21
第四款 德國.....	22
第五款 我國.....	23
第三項 小結.....	27



<b>第三章 拍賣網站交易糾紛.....</b>	<b>28</b>
<b>第一節 一般交易糾紛類型.....</b>	<b>28</b>
第一項 買賣雙方對物品狀況認知的差異.....	28
第二項 退換貨的紛爭.....	30
第三項 運費爭議、貨物遺失或中途毀損.....	31
第四項 棄標.....	32
<b>第二節 刑事糾紛案例.....</b>	<b>33</b>
第一項 橘子媽媽事件.....	33
第二項 利用不實評價詐欺取財.....	35
第三項 會員帳號資料冒用問題.....	38
第四項 妨害名譽--呂老師事件.....	39
第五項 劫標客之詐欺手法.....	40
第六項 預購款之糾紛.....	42
<b>第三節 拍賣網站 ISP 如何處理使用者交易糾紛？.....</b>	<b>43</b>
第一項 Yahoo!奇摩拍賣使用規範.....	43
第二項 檢視契約條款內容.....	46
第三項 對使用者詐欺行為之因應措施.....	47
<b>第四節 小結.....</b>	<b>49</b>

<b>第四章 拍賣網站 ISP 責任範圍.....</b>	<b>50</b>
<b>第一節 前言.....</b>	<b>50</b>
<b>第二節 ISP 責任規範相關法規介紹.....</b>	<b>50</b>
第一項 ISP 之概念界定.....	50
第二項 各國對於 ISP 責任規範之相關立法.....	51
第一款 美國法規.....	51
第二款 歐盟法規.....	53
第三款 德國法規.....	54
第四款 日本法規.....	55
第三項 我國現行對 ISP 責任之規範.....	55
第一款 電信法.....	55
第二款 消費者保護法.....	56
第三款 民法.....	57
第四款 刑法.....	60
第四項 ISP 之侵權代位責任.....	65
第五項 小結.....	68
<b>第三節 拍賣網站 ISP 與其使用者之關係.....</b>	<b>68</b>
第一項 何種契約關係?.....	68
第二項 從消費者保護法角度觀之.....	70

第一款 商品製造人或服務提供人之責任.....	71
第二款 定型化契約條款之效力.....	73
<b>第四節 拍賣網站 ISP 之責任分析—以網路拍賣詐欺為例..</b>	<b>75</b>
第一項 前言.....	75
第二項 刑事責任—ISP 為共同正犯或幫助犯的分析.....	75
第一款 詐欺正犯的成立.....	76
第二款 拍賣網站 ISP 為共同正犯的分析.....	80
第三款 拍賣網站 ISP 為幫助犯的分析.....	82
第三項 ISP 民事侵權責任之分析.....	85
第一款 詐欺行為侵害之權益.....	86
第二款 所受損害與侵權行為之成立.....	86
第三款 共同侵權行為之成立.....	89
第四項 拍賣網站 ISP 之侵權代位責任.....	91
第五項 小結.....	92
<b>第五節 拍賣網站 ISP 責任規範之法規草擬.....</b>	<b>93</b>
第一項 前言.....	93
第二項 拍賣網站業者自律公約.....	94
第一款 從電子商務之立法架構觀之.....	94
第二款 拍賣網站業者自律公約草案.....	95

第二項 拍賣網站 ISP 責任規範.....	96
第一款 從 ISP 責任之立法架構觀之.....	96
第二款 以中性業務行為理論排除拍賣網站 ISP 刑事幫助 犯責任.....	98
第三款 拍賣網站 ISP 之民事侵權責任免責條款.....	100
第四款 現行拍賣網站運作的檢討.....	103
第五章 結語.....	<b>105</b>
參考資料.....	<b>107</b>
附錄一.....	<b>111</b>
附錄二.....	<b>117</b>
附錄三.....	<b>119</b>
附錄四.....	<b>122</b>
附錄五.....	<b>124</b>
附錄六.....	<b>125</b>
附錄七.....	<b>126</b>
附錄八.....	<b>131</b>
附錄九.....	<b>136</b>



# 圖表目錄

圖 1-1	本論文之研究架構.....	4
圖 2-1	Yahoo 奇摩拍賣會員註冊認證流程.....	9
圖 2-2	Yahoo 奇摩拍賣買家交易流程.....	10
圖 2-3	Yahoo 奇摩拍賣賣家交易流程.....	11
圖 3-1	詐欺帳號優良評價頁面.....	35
圖 3-2	詐欺帳號極差評價頁面.....	36
圖 3-3	Yahoo ! 奇摩拍賣關於劫標信之公告.....	41
圖 3-4	Yahoo ! 奇摩拍賣會員遭檢舉而停權頁面.....	42
圖 3-5	Yahoo ! 奇摩拍賣販售預購商品之賣方負面評價頁面.....	43
圖 3-6	易付通交易流程圖.....	48
圖 4-1	民法共同侵權行為類型.....	58
圖 4-2	侵權代位責任示意圖.....	67
圖 4-3	刑法詐欺取財罪犯罪結構模式.....	77
圖 4-4	ISP 免責規定立法模式.....	97

# 第一章 前言

## 第一節 研究動機

拍賣網站，是近年來新興且迅速發展的電子商務交易市場，根據資策會資訊市場情報中心（Market Intelligence Center, MIC）於 2006 年 1 月 19 日所發布之台灣線上購物發展趨勢報告，2006 年台灣的網路購物市場呈高度成長現象，可望接近新台幣九百億元的市場規模，較去年成長近五成<sup>1</sup>；又根據資策會統計資料，截至 2005 年 12 月底，台灣經常上網人口已達 959 萬人<sup>2</sup>；再根據創市際網路調查公司的資料，在 2003 年 6 月，拍賣網站「不重複訪問者」高達 572 萬，約佔了整體網路人口的 70%，且以女性精品最受歡迎。<sup>3</sup>以「YAHOO！奇摩拍賣網站」為例，數年來的商品數量與成交金額也一直是女性精品奪冠。與許多女性相同，對於購物有著莫名熱誠的筆者，早在 2002 年 9 月便加入了「YAHOO！奇摩拍賣網站」，註冊為網站會員，起初被大量便宜又有趣的二手商品，以及與其他會員競標商品時的刺激性所吸引，開啓了在拍賣網站下標購物的買家生涯，進而也開始將自身的二手物品於拍賣網站上刊登銷售，以賺取更多的購物成本，於是漸漸成爲了一個雖稱不上專業，但也頗有交易經驗與心得的拍賣網站使用者，亦同時身兼買家與賣家身分。在這幾年間，看著不斷成長的會員數量與刊登商品數量，便可看出這個拍賣網站的蓬勃發展與亮麗前景，而隨著 YAHOO！奇摩拍賣網站歷經幾次的重要變革，例如會員手機或信用卡的認證制度、自 2004 年 4 月 9 日開始的刊登商品收費制度，造成使用者集體反彈遷移但之後仍又逐漸回流等等，亦可看出在使用者交易糾紛與詐欺案件頻傳的種種壓力下，此拍賣網站也急欲創造一個讓使用者有信心，穩定安全的網路交易環境。

然而，形形色色的網路拍賣交易糾紛，近年來似乎並沒有因各種拍賣網站的推陳出新而減少，或出現一個能讓買賣雙方均滿意的解決之道，尤其是許多詐欺事件和各種詐欺手法層出不窮，雖然筆者所親身經歷過的交

---

<sup>1</sup> HiNet 新聞網，工商時報，網路購物明年破 1300 億：  
<http://times.hinet.net/news/20060120/infotech/ecb3c8187f2e.htm>。

<sup>2</sup> 資策會 FIND 網站，2005 年 12 月底止台灣上網人口：  
<http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=many&id=134>

<sup>3</sup> 方文昌、汪志堅，電子商務與網路行銷，2004 年 6 月初版，頁 10。

易糾紛，通常只是和賣家或買家之間商品認知的差異，以及退換貨問題等等簡單的「民事糾紛」，糾紛金額也不高，然而時常可在與其他拍賣網站使用者的交流討論區中，看見目前所發生的許多拍賣網站交易糾紛，已是涉及詐欺罪嫌的「刑事犯罪」，甚至是屬於有詐騙集團操控策劃的集體犯罪，而被欺騙的不幸買家們損失的金額從數百元到數萬元不等，此時使用者該如何才能獲得合理賠償？又拍賣網站服務提供業者（即本文所稱「拍賣網站 ISP」）是否應負連帶責任，責任範圍又為何呢？

因此，身為拍賣網站的長久參與者，激起了筆者對於這些網路拍賣交易糾紛研究分析的興趣，尤其是針對涉及詐欺之案例，因受害者人數與損失金額，均相對於一般民事交易糾紛較高，故對於拍賣網站詐欺案例加以蒐集分析，並進一步去探討拍賣網站 ISP 業者所扮演的角色和糾紛發生時的責任範圍，期望能找出一個平衡點，讓拍賣網站這個交易環境更加安定，讓拍賣網站之會員，無論是身為買家或賣家（許多會員是兩者身分兼具），未來都能更加安心的享受拍賣網站交易之樂。

## 第二節 研究範圍與方法



本文所指的「拍賣網站服務提供業者」（或稱「拍賣網站 ISP」），是指有償或無償提供網際網路世界一個「交易平台服務」給予於拍賣網站註冊的會員，讓賣家刊登商品，買家競標購買，並附帶提供其他如商品廣告刊登或個人帳房等等的服務。本文主要將拍賣網站發生交易糾紛時的法律關係分成三個方面來探討：第一方面是拍賣網站 ISP 與拍賣網站會員的關係；第二方面是拍賣網站會員之間的買賣交易糾紛；第三方面，則為拍賣網站內的犯罪問題，以及發生犯罪時拍賣網站 ISP 的責任。在第一方面，有拍賣網站 ISP 與會員之間的契約關係，可能為民法上的居間契約關係，以及可從消費者保護法的角度切入，探討拍賣網站服務條款的合理性；第二方面則屬會員之間的買賣交易糾紛，本文有許多相關案例的蒐集，並介紹拍賣網站 ISP 對於此種民事交易糾紛的處理方式，並且藉此延伸討論拍賣網站 ISP 對其會員是否可能有如美國法「侵權代位責任」<sup>4</sup>的存在；而第

---

<sup>4</sup> 蔡蕙芳，用戶著作權侵權之網路服務業者責任，科技法律評論文章，註10：「侵權代位責任，vicarious infringement 或 vicarious liability，承擔此種責任之人並非代替別人從事侵權行為，本

三方面的刑事糾紛，主要以拍賣網站會員利用網路拍賣交易行使詐欺犯罪爲主，進而探討拍賣網站 ISP 所可能因此產生的刑事上共犯或民事共同侵權責任等等，而此方面即爲本論文研究的主題與方向。

由於我國目前並無專門規範 ISP 業者責任範圍的單一法規，因此對於研究拍賣網站服務提供業者的法律責任範圍，本文之研究方法主要是蒐集整理拍賣網站形形色色的交易糾紛案例，從消費者保護法的觀點，基礎的民事侵權或共同侵權法規法理，以及刑事詐欺共犯角度來做個案分析討論；<sup>5</sup>另一方面並整理各國目前電子商務相關法規以及對於 ISP 責任規範法規的架構，嘗試針對國內拍賣網站 ISP 業者責任範圍的規範做一法規建議。

本文首先於第二章中，介紹目前國內的拍賣網站經營發展概況，並以「YAHOO！奇摩拍賣網站」爲例，介紹在拍賣網站從註冊會員，到正式完成一筆買賣交易的流程，以讓讀者釐清或思考此種電子商務模式的特殊之處；又拍賣網站交易本就屬於電子商務中的一小環節，故本文在第二章第三節中從電子商務的角度切入，介紹電子商務特色及各國和我國的相關法規，以應用於第四章第五節中針對拍賣網站交易糾紛的法規設計。

本文第三章則以筆者近年來在拍賣網站的所見所聞與資料蒐集，歸納整理拍賣網站的交易糾紛類型，並介紹數個真實的拍賣網站詐欺案例。

第四章爲本文研究重點，首先以「YAHOO！奇摩拍賣網站」爲例，列出其使用規範，說明其目前對於拍賣網站交易糾紛，尤其是與詐欺相關的處理原則和方式；接著於第四章第三節整理簡介美國、歐盟、德國、日本以及我國目前對於 ISP 責任規範之相關立法；第四節則以我國刑法和民法的原理原則，來分析第三章所介紹拍賣網站詐欺案例類型，討論拍賣網站 ISP 爲詐欺共犯或構成民事共同侵權的可能性，並加上消費者保護法的觀點，討論拍賣網站 ISP 與使用者間的消費關係；最後於第四章第五節筆者便嘗試做關於拍賣網站使用者詐欺行爲之 ISP 連帶責任的法規建議。

---

身並未從事侵權行爲，只是責任歸屬上，必須由此人代位承擔，因此是一種因侵權而產生的代位責任。」

<sup>5</sup> 已搜尋查閱國內司法判決，目前仍無與拍賣網站責任相關之案例，因此未做法院判決之分析。



本論文之研究方法架構如下：

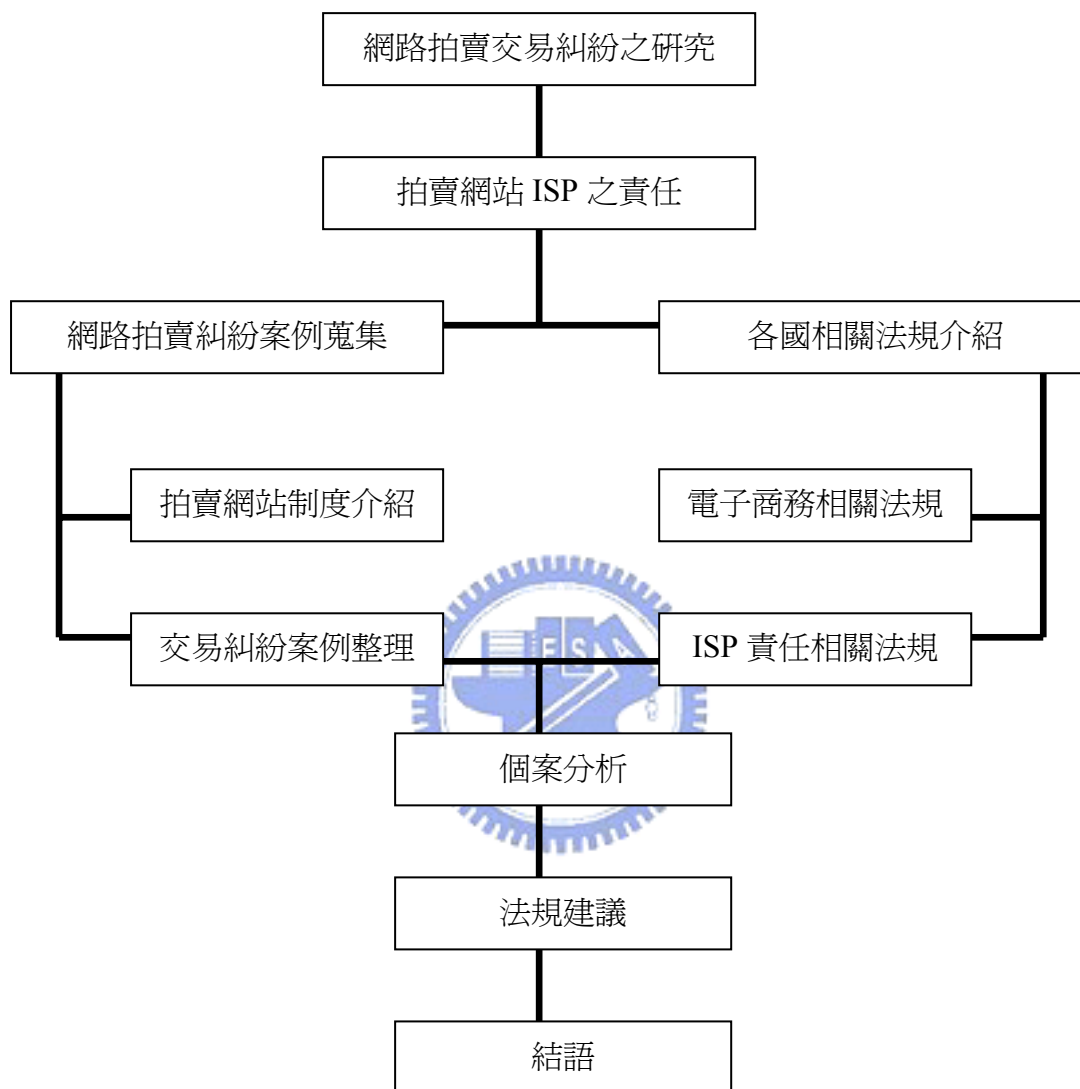


圖 1-1 本論文之研究架構

## 第二章 拍賣網站交易概論

### 第一節 拍賣網站發展概況

#### 第一項 什麼是拍賣網站？

在這個電子商務蓬勃發展的時代，各式各樣的網路交易，例如網路證券下單、網路商店購物、網路申請資料與刷卡繳費等等，儼然已經成為現代人生活中相當重要的交易模式，而本文所要探討的部分則是網路交易中這個新興的交易市場——拍賣網站。

所謂拍賣網站，簡單來說主要是以個人資料註冊為網站的會員，當會員將欲出售的物品刊登於網站上時，便具有「賣家」的身分，可設定物品的起標價格、結標日期、底價或直接購買價格等等，而相對的欲對一物品出價競標或直接購買時，會員便具有「買家」的身分，當一項物品有多人競標並已超過底價時，最後結標時間出價最高者便得標，或是當賣家有設定直接購買價時，買家亦可選擇直接購買的方式直接結束此項物品之拍賣，而無須再等待賣家原本設定的結標時間；於是當物品結標後，買家賣家雙方便可藉由系統顯示的對方之聯絡方式，來溝通付款、交貨的事宜。而拍賣網站服務提供業者所得之利益，則大多來自賣家，例如收取商品刊登費、底價設定費、廣告費等等。

因此拍賣網站與電子商務早期發展出的網路購物，最大的不同點應在於「交易主體」，基本上網路購物的賣家多為公司或商行，交易的物品亦為傳統市場上的「商品」，也就是把傳統交易的商店搬到網路上來，讓消費者使用網路這個「工具」來從事一般商品交易的締約及買賣，故以實體商品來說（有論著將網路商品區分為實體商品、數位化商品、服務及設備<sup>6</sup>），自然而然可推定應受到一般民法債編與買賣契約相關的約束，例如給付價金、物或權利的瑕疵擔保等等，以及因為網路交易之無法預見實體物品的特性，而可進一步探討買家是否受到消費者保護法中，關於「郵購買

---

<sup>6</sup> 參見王傳芬，網路交易法律問題之研究——以消費者保護為依歸，台大法研所碩士論文，1999年6月，頁24-25。

賣」七日猶豫期的保護，故筆者認為網路購物的交易主體應屬於電子商務中的「B to C」(business to consumer)；然而在拍賣網站的交易模式中，係由網際網路服務提供者 (Internet Service Provider, ISP) 提供一個平台，讓加入這個網站的會員之間去從事物品的買賣交易，套句 Yahoo 奇摩拍賣網站的廣告詞：「什麼都有、什麼都賣、什麼都不奇怪！」交易商品五花八門，特別是會充斥大量的二手物品與私人珍藏等等，故筆者認為拍賣網站交易的交易主體是屬於 C to C (consumer to consumer)，此時所產生的契約關係與交易糾紛，和一般 B to C 的網路購物模式相比，可能更加曲折複雜，而 ISP 業者於其中所扮演的角色，更是本文的研究重點所在。

## 第二項 國內拍賣網站發展概況

目前全世界較著名的拍賣網站為「e-Bay」，其亦為全球最大拍賣網站，於 2002 年年初，eBay 在台灣併購了力傳資訊，並整合旗下兩個拍賣網站「買賣王」(uBid.com) 和「拍賣王」(bid.com)，並在 6 月正式上線，更名為 eBay 台灣<sup>7</sup>。於台灣的 e-Bay 拍賣網站上摘錄其公司簡介如下<sup>8</sup>：

「全球網路市集 eBay 創立於 1995 年 9 月，其經營方針是為多元化的個人及小型公司，提供一個可對商品或服務進行交易的平台。至今，eBay 社群在全球各地已有為數超過一億的註冊會員！人們在 eBay 上流連的時間遠超過任何其它網站，eBay 也因此榮登最熱門網路購物站的龍頭寶座。目前，eBay 已在許多國家設立了專屬網站，包括澳洲、奧地利、比利時、加拿大、中國、法國、德國、香港、印度、愛爾蘭、義大利、荷蘭、紐西蘭、新加坡、西班牙、瑞典、瑞士、台灣、英國，以及美國。此外，eBay 也透過投資於南韓的 Internet Auction 以及拉丁美洲的 MercadoLibre.com，將業務拓展至此兩地。」

然而從會員數量與商品刊登數量來看，目前在台灣最大的拍賣網站則為「Yahoo!奇摩拍賣網站」，可說是遙遙領先國內其他拍賣網站經營業者，

<sup>7</sup> 網路女皇談 eBay 及網路未來，e 天下雜誌第 21 期，2002 年 9 月：  
<http://www.techvantage.com.tw/content/021/020140.asp>。

<sup>8</sup> e-Bay 網站公司簡介：<http://pages.tw.ebay.com/aboutebay/thecompany/companyoverview.html>  
2005/11/3 造訪。

同時也是目前唯一在台灣先行採取向賣家收取刊登費用的拍賣網站，其入口網站即為「Yahoo!奇摩」，拍賣網站為其中一項服務平台，此網站另有其他如電子信箱、購物、交友等熱門的網路服務項目；摘錄該公司簡介如下<sup>9</sup>：

「雅虎公司成立於 1995 年 3 月，並於 1996 年 4 月成爲一個上市公司，創辦人爲楊致遠及 David Filo。雅虎公司是全球性的網際網路通訊、商業及媒體公司，目前每月爲全球超過三億的使用者提供完整的網路品牌服務。研究調查機構如 ACNielsen、NetWatch 等針對台灣地區網路使用或創世紀 ARO 針對家庭/公司上網用戶調查顯示，Yahoo!奇摩不論在網站的使用率或者實質的流量、不重覆使用者、國內網友的到達率與網友平均停留時間都名列第一，爲台灣最受網友歡迎的網際網路領導品牌。根據創市紀 ARO 在 2004 年七月的調查結果顯示，目前有高達 95%的網友使用 Yahoo!奇摩...」；而其拍賣網站之成立則是在 2001 年 9 月左右<sup>10</sup>，摘錄其拍賣網站四週年慶公告如下：「2005 年，Yahoo!奇摩拍賣線上商品數突破 300 萬，各項商品累積成交件數也非常亮眼，包括女裝累積成交超過 500 萬套、女包達 125 萬個、手機超過 19 萬支...，同時也產生了 27 位超過萬分的賣家...」。

國內還有其他如「樂多市場」<sup>11</sup>或是針對某些特定商品如時尚精品的「Bid+時尚拍賣競標網」<sup>12</sup>等拍賣網站，但人氣均遠不如「Yahoo 奇摩拍賣網站」，而爲何大家願意去選擇一個要收取費用的拍賣網站來刊登商品呢？筆者以數年來身爲 Yahoo 奇摩拍賣網站之會員的經驗推斷原因可能有：Yahoo 奇摩拍賣網站成立並達穩定之時期，較早於現存的其他國內拍賣網站，並以入口網站經營模式吸引大量會員註冊，其刊登商品與交易的操作介面方便易懂，且拍賣商品數量之多爲國內其他拍賣網站所不及，數年下來的經營成果，大量舊會員對於使用介面之習慣難以更改等等。

綜合上述等原因便可理解，爲何當 Yahoo 奇摩拍賣網站於 2004 年宣布將於 4 月份開始向賣家收取刊登費用時，造成大量會員抗議並將商品下架，遷移至 eBay 台灣或樂多市場等其他拍賣網站，但於數個月後賣家們

<sup>9</sup> Yahoo!奇摩公司簡介：<http://tw.promo.yahoo.com/aboutcompany/>，2005/11/3 造訪。

<sup>10</sup> Yahoo!奇摩拍賣於 2005 年 9 月慶祝四週年之公告：[http://tw.mb.yahoo.com/auction/new.php?action=b&bname=9\\_announce&mesg\\_id=218](http://tw.mb.yahoo.com/auction/new.php?action=b&bname=9_announce&mesg_id=218)，2005/11/3 造訪。

<sup>11</sup> 樂多市場：<http://www.roodo.com/>，2005/11/3 造訪。

<sup>12</sup> Bid+時尚拍賣競標網：<http://www.bidplus.com.tw/>，2005/11/3 造訪。

仍又乖乖回流的結果，畢竟買家們並沒有遷移的動機，大量可瀏覽比價的商品與慣用的操作介面讓會員想買東西時仍然會選擇 Yahoo 奇摩拍賣網站，因而在利益衡量下賣家們自然就必須妥協了。

故本文之研究內容均以「Yahoo 奇摩拍賣網站」為例，雖係貪筆者為多年會員之便，亦是因其確實居於國內拍賣網站龍頭之地位，自然得為合理的研究對象及指標，在此說明之。

## 第二節 拍賣網站交易模式

### 第一項 拍賣網站註冊與交易流程

接下來筆者便以親身參與多年的 Yahoo 奇摩拍賣網站為例，並參考拍賣網站提供之新手教學指南，介紹欲成為拍賣網站會員，並於拍賣網站完成網路拍賣交易流程的過程<sup>13</sup>。

無論欲成為網路拍賣的買家或賣家，參與拍賣網站之活動，首先須申請註冊，填寫個人基本資料成為 Yahoo 奇摩入口網站之會員，於填寫資料之前並須同意接受 Yahoo 奇摩網站擬定的服務條款，此服務條款之內容包括認知與接受條款，會員註冊義務，Yahoo!奇摩隱私權政策，會員帳號、密碼及安全，使用者的守法義務及承諾，關於使用及儲存之一般措施，買賣或其他交易行為，免責聲明，對 Yahoo!奇摩之授權，對智慧財產權的保護等等<sup>14</sup>。於使用者點選同意接受此服務條款之後，便可自行選擇網站會員的帳號密碼，並填寫個人資料後，便完成了 Yahoo 奇摩網站的會員註冊程序，成為網站會員<sup>15</sup>。

在註冊成為網站會員後，便可享有 Yahoo 奇摩網站提供的許多服務與功能，包括電子信箱、交友網站、部落格建立等等，而 Yahoo 奇摩拍賣網站便是其中的一項服務，而參與拍賣網站的活動前，除了上述的註冊會員外，還須再通過拍賣網站的數項認證，流程如下：

<sup>13</sup> 資料來源均來自 YAHOO 奇摩拍賣網站 <http://tw.bid.yahoo.com/yahoo> 2005/11/1 造訪。

<sup>14</sup> 詳細內容參見附錄一：YAHOO 奇摩服務條款。

<sup>15</sup> 可參見附錄二：Yahoo 奇摩網站會員註冊流程圖檔。



圖 2-1 Yahoo 奇摩拍賣會員註冊認證流程

圖片來源：[http://tw.bid.yahoo.com/phtml/auc/tw/classroom/newbie/newbie\\_reg\\_home.html](http://tw.bid.yahoo.com/phtml/auc/tw/classroom/newbie/newbie_reg_home.html)

在確認會員資料方面，再次填入註冊為網站會員時的帳號密碼，確認會員基本資料無誤即可。而因為註冊成為奇摩網站會員後，即可免費擁有一奇摩電子信箱，會員可利用此電子信箱，或亦可選擇其他的電子信箱來做確認電子信箱的認證，目的為確認會員資料中填入的聯絡用電子信箱可收發信無誤。而手機認證，則是自 2004/6/1 起的新制度，會員必須完成手機確認後才能使用拍賣網站的出價及刊登商品功能，認證方式為使用在會員註冊時填寫的手機號碼，於認證頁面按下〔傳送確認碼〕，稍候手機就會收到一通由 Yahoo!奇摩所發送的簡訊，將簡訊內的「確認碼」填到認證頁面上「手機確認碼」的欄位中，並依步驟再輸入一次 Yahoo!奇摩帳號密碼。輸入完畢後請按下〔確定〕將資料送出，即可完成手機認證。至於信用卡認證，需填入以下資料：持卡人姓名、卡別（只接受 VISA, Master）、卡號、信用卡有效期限，將以上資料正確填入後，按下「認證」並等候幾秒鐘，待信用卡授權通過，就可以開始刊登商品了。但如果是民國 92 年 7 月 4 日前已完成註冊的舊會員，則不需要通過信用卡認證也能刊登商

品。<sup>16</sup>

於此特別值得注意的是，只有會員欲刊登商品時（即欲為拍賣網站賣家時）才需經過此信用卡認證步驟，而在完成帳號密碼、電子信箱、以及手機認證步驟後，無論是否進行信用卡認證（即無論是否欲刊登商品成為拍賣網站賣家，或僅為一買家身分），會員在使用拍賣功能之前則均必須先同意接受 Yahoo 奇摩拍賣網站所擬定的「Yahoo!奇摩拍賣使用規範」。而此拍賣使用規範是否成立了拍賣網站服務提供業者與會員之間的「契約」，對會員們的約束力如何？又此條款是否屬於「定型化契約」，是否有對消費者顯失公平之內容？都是本文研究之重點，將於之後章節一併討論之。

完成手機認證後，於拍賣網站上欲購買物品時，買家之交易之流程圖如下：

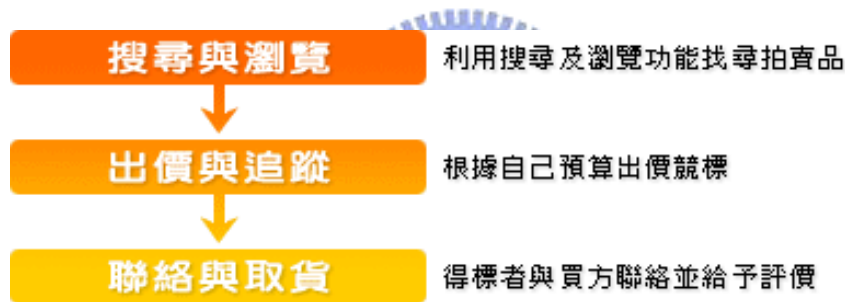


圖 2-2 Yahoo 奇摩拍賣買家交易流程

買家可利用拍賣網站提供的搜尋引擎搜尋瀏覽欲購買的商品，搜尋引擎的設定條件相當多樣化，包括商品名稱、價格範圍，物品的照片有無或新舊程度，物品所在地等等，在鎖定有興趣購買的商品後，可加入追蹤清單將其儲存在自己的拍賣資料庫中，以方便追蹤或比價，並利用商品問與答的功能，和賣家詢問物品詳細狀況，以及交易細節的聯絡溝通。另外可視賣方商品的價格設定模式或個人預算，選擇直接購買、等待商品結標或與他人競標等等。

<sup>16</sup> 可參見附錄三：Yahoo 奇摩拍賣網站會員認證網頁圖檔。

商品結標後，買家會收到來自奇摩拍賣網站發出的得標通知信，且該商品網頁會出現賣家的資料與聯絡方式等等，買家便可與賣家聯絡給付款項和貨品事宜。在完成匯款與收到商品之後，便完成了一筆交易，而每一筆拍賣網站的交易，買賣雙方都可利用評價功能給予此項交易評價，可給予良好、普通或極差，並可簡單發表對此次交易的心得<sup>17</sup>。

而當會員完成手機認證與信用卡認證後，便可身兼買家與賣家，除了上述的購買物品外，便還可付費刊登商品，拍賣網站會員於拍賣網站上刊登賣出商品的交易流程如下：



圖 2-3 Yahoo 奇摩拍賣賣家交易流程

拍賣網站之賣家可於網頁上刊登欲拍賣物品之照片、物品描述、標題等等，並須設定物品所在地、新舊程度，並可設定起標價、直接購買價或底價，選擇買家付款與交易的方式，最後預覽確認；目前 Yahoo 奇摩拍賣網站之收費方式有刊登費、底價設定費、直接購買價設定費及其他廣告費用等等，並公告自 2006 年 9 月起將向賣家收取商品成交金額百分之三的交易手續費；一般分類的商品刊登費目前為每件 3 元，音樂、影片/圖書、雜誌、文具類則為每件 1 元，刊登天期可選擇 2~10 日，另可選擇若商品無人結標，可最多自動重新刊登兩次，底價設定費為每件 5 元，直接購買價設定費為每筆 1 元，其他廣告費則另計。特殊分類如汽機車、房地產等的刊登費則為數十至數百元不等，刊登天期與自動重新刊登之規定與一般分類商品亦有差異。

當有買家於問與答中詢問物品狀況時，賣家可選擇給予回應或刪除問

<sup>17</sup> 可參見附錄四：Yahoo! 奇摩拍賣網站買家交易網頁圖檔。



題，當物品結標後，亦會收到來自奇摩拍賣網站發出的結標通知信，便可利用系統提供的買家資料，與買家聯絡後續交易事宜。當收到匯款與寄出商品後，便可給予買家此次交易之評價<sup>18</sup>。

## 第二項 小結

實際操作之後可知，以 Yahoo 奇摩拍賣網站為例，欲作為一買家，只要加入 Yahoo 奇摩網站成為會員，設定可正常收發信之電子信箱，以及可收到簡訊之手機門號，在填入個人資料、經過上述認證程序與同意接受拍賣網站使用條款之後，便可開始使用拍賣網站提供的各種功能，包括搜尋物品、追蹤物品、對賣家提出問題、以及競標或直購結標等等；而買家欲進一步成為拍賣網站上之賣家，除了上述程序外，還須有一張有效的信用卡，填入信用卡相關資料作為信用卡認證之用，才可開始刊登商品，至於刊登費或廣告費等等則是達到一定金額後再給付拍賣網站即可。

上述的拍賣網站註冊流程，重重關卡、多項認證手續，乍看之下繁複但事實上對於會員資格的要求並不嚴厲，舉例來說，填寫個人資料並不需填真實姓名與身分證字號，身分證字號只要為合理序號能通過系統測試即可（筆者嘗試過任意更改兩個數字便能通過，或是使用網路上已流傳多年的身分證字號產生程式亦可），而手機門號與信用卡均不一定要是會員本人名下所有等等，整個註冊過程約半小時即可完成，接下來的拍賣網站買賣交易便可順利進行，因此不難理解為何拍賣網站能成為犯罪之溫床。

## 第三節 網路拍賣交易與傳統拍賣交易之區別

### 第一項 我國民法上之傳統拍賣

---

<sup>18</sup> 可參見附錄五：Yahoo！奇摩拍賣網站賣家交易網頁圖檔。

本節首先討論「拍賣」在我國民法債編中的定義，拍賣係歸於民法各種之債買賣章節中的「特種買賣」。所謂拍賣，一般係指由出賣人以對話方式，誘發多數應買人公開表示應買，而出賣人與出價最高之應買人訂約的競爭買賣<sup>19</sup>；也就是說，多數應買人彼此競爭出價，而拍賣人就其中擇定出價最高的應買人為買受人，與之締結買賣契約，學者以「競爭締結」稱之，即拍賣僅為買賣締結契約之方法，與依通常方法所訂立之買賣契約性質差異不大，為締結方法的不同而已。<sup>20</sup>

我國民法中關於拍賣之締約法條如下：

第 391 條：「拍賣，因拍賣人拍板或依其他慣用之方法，為賣定之表示而成立」；

第 393 條：「拍賣人除拍賣之委任人有反對之意思表示外，得將拍賣物拍歸出價最高之應買人」；

第 394 條：「拍賣人對於應買人所出最高之價，認為不足者，得不為賣定之表示，而撤回其物」；

第 395 條：「應買人所為應買之表示，自有出價較高之應買或拍賣物經撤回時，失其拘束力」；

因此由法條之解釋規定，例如第 394 條拍賣人有撤回拍賣物之權利，可知我國民法對於傳統拍賣之定義，於出賣人為拍賣之表示時屬於「要約之引誘」，應買人之出價則為「要約」，而第 391 條「拍賣人拍板或依其他慣用之方法為賣定之表示」時則為「承諾」，此時拍賣契約因此成立。拍賣契約經出賣人表示賣定而成立之後，雙方當事人的權利義務與一般買賣並無不同，例如出賣人應交付標的物、移轉財產權，標的物瑕疵擔保責任，以及買受人受領標的物與給付價金之義務等等<sup>21</sup>。

<sup>19</sup> 黃立等人合著，民法債編各論（上），初版，2002 年 7 月，頁 199-203。

<sup>20</sup> 戴修瓚，民法債編各論，民國 64 年 1 月出版，頁 67。

<sup>21</sup> 同前揭註 19 書，頁 204-206。

## 第二項 網路拍賣交易之特色

### 第一款 就交易主體而言

在前述介紹拍賣網站的註冊交易流程時，筆者便已說明拍賣網站應是屬於交易主體為 C2C (consumer to consumer) 的商業模式，畢竟拍賣網站的會員都是以個人的身分資料來註冊，應非一個完整的企業，但目前拍賣網站的許多會員其實已經成為專職的網拍賣家，而成立專屬「商店」<sup>22</sup>，也有許多其實是公司行號或商家使用個人資料註冊後，將其商品於拍賣網站這個市場做網路行銷，而使拍賣網站不再僅是單純的 C2C 模式而是摻有 B2C (business to consumer) 的交易情形。

其實無論是何種交易主體態樣，其終究是在買賣契約的涵蓋範圍之下，雙方當事人的契約效力、權利義務等等，並不會因為使用網際網路的交易方式而跳脫傳統民法之概念，而筆者極欲將拍賣網站交易主體定義在單純的 C2C 模式，乃為研究主題之方便，避免與網路購物 (B2C) 的商業模式混淆而將探討拍賣網站 ISP 業者責任的情形複雜化。

### 第二款 就交易客體而言

有論著將網路交易的交易客體區分為三類：實體商品、數位化商品、服務及設備<sup>23</sup>。就拍賣網站的交易而言，以 Yahoo! 奇摩拍賣網站的商品分類為例，大部分交易客體仍屬於實體商品，但亦於 2005 年新增了「服務」的交易客體<sup>24</sup>，不過目前此項分類的商品數並不多，約為一千至兩千項左右。

而拍賣網站交易客體的一大特色便是「二手商品」，讓會員可將仍有經濟價值的二手商品於網站上販賣，因此在刊登商品時的商品說明會有商

<sup>22</sup> Yahoo! 奇摩拍賣商店頁面，針對專職賣家所提供的新服務，讓賣家可擁有自己的拍賣虛擬店面：<http://tw.help.yahoo.com/auct/promo/store/index.html>，2006/7/4 造訪。

<sup>23</sup> 王傳芬，同前揭註 6 書，頁 24-25。

<sup>24</sup> 拍賣網站交易客體分類及商品數可參考 Yahoo! 奇摩拍賣首頁：<http://tw.bid.yahoo.com/>，2006/7/5 造訪。

品新舊程度、使用多久的選項設計；筆者認為二手商品交易客體由於許多的特殊性和優點，能吸引許多會員購買，讓拍賣網站成為消費者熱門的購物所在地。其價格通常比新品便宜，二手商品的價格通常低於新品八折以下，視新舊程度而定，只要買家能接受賣家所描述的商品新舊程度，多會有讓買家有撿到便宜的感覺；而稀有性或非流通性商品更是讓消費者樂於在拍賣網站上挖寶的特點之一，例如 e-Bay 廣告唐先生的花瓶即為代表，拍賣網站上的商品五花八門，大量二手商品讓會員能搜尋其在實體市場上已無法購得的物品；而資源再利用不浪費更是拍賣網站商品的優點，喜新厭舊是許多流行商品消費者的習性，此時拍賣網站便成為讓許多仍具經濟價值的二手物品流通的管道，因此除了吸引買家瀏覽，也吸引了賣家大量刊登。

然而，二手商品的買賣雖然有其特色與吸引力，卻也常是拍賣網站買賣交易糾紛的禍源之一，畢竟網路交易看不見實體商品，買賣雙方對於物品新舊認知的差異往往造成許多爭議，此類型糾紛案例筆者將於第三章介紹之。



### 第三款 就締約及履行方式而言

相較於本節第一項所介紹我國民法對傳統拍賣的定義及契約成立方式，可知拍賣網站其功能的設計與買賣雙方的締約型態，與學者對傳統拍賣之「一種買賣契約之締約方式」的定義是相同的，即無論競標過程為何，最終物品結標時都會產生締結契約的買賣雙方；但若將其出賣人之設定與出價方式，依照現行拍賣網站的規定與交易習慣，則可做下列契約成立情形與法條適用的區分：

當賣方僅設定「起標價」，而無設定「底價」或「直接購買價」：此時當到達結標時間拍賣結束時，最高出價者即可得標，賣方亦無撤回拍賣物之權利。

賣方設定了「起標價」與「底價」：此種情形下，結標時間一到，最高出價者的出價未達底價時，買賣便不成立，亦即民法 394 條的拍賣物撤回權是在賣家有設定底價的情形時適用之。

賣方設定了「起標價」與「直接購買價」：此時買家若覺得直接購買

價的價格合理可接受，便可按下直接購買而讓此項拍賣提前結束，而無需再與他人競標，這種情形下直接成立一般的買賣交易，而非特種買賣中的拍賣方式。

此外，由於拍賣網站都有提供「問與答」功能，以利買賣雙方於買賣契約成立前有良好的溝通，對物品的狀況與交易方式等等達成共識，也因此許多交易便是在問與答中「議價」完成的，當雙方達成以某一價格（可能低於直接購買價）完成交易的協議時，賣家可能就會提前結束拍賣並讓該買方成爲得標者<sup>25</sup>。

如上所述，無論是直接購買的一般買賣，還是用競標方式的拍賣模式，在買賣雙方最終要約承諾的合意之下，結束此項物品的拍賣而買方順利成爲得標者後，買賣雙方的權利義務便與一般傳統的出賣人及買受人並無不同，只是因爲藉由網際網路的交易管道，提高了許多交易風險，或是產生拍賣網站特有的糾紛類型等等，例如買方或賣方都有可能拒絕完成交易，就會有民法債務不履行的相關法律問題產生，也可能發生對物品認知差異的交易糾紛，甚至涉及刑事詐欺糾紛的情形等等。

## 第四節 電子商務與網路拍賣交易

### 第一項 電子商務定義與特色

隨著網際網路的高速發展，電子商務是近年來迅速新興且持續蓬勃成長的商業型態，舉凡網路交易、電子銀行、證券下單、金融匯兌、資訊提供等等都屬於現今廣義的電子商務範圍；Kalakota & Whinston (1996) 將電子商務定義爲：「利用電腦資訊網路，進行資訊、產品及服務的銷售與購買。」<sup>26</sup>，這應是屬於電子商務發展之初較傳統的定義，也就是單純的「網路交易」。而我們可以從各種不同的觀點來劃分電子商務的類別，在此參

<sup>25</sup> 此時提前結標的方式有兩種可能，若賣方有設定直接購買價，便可要求買方按下直接購買而結束該項拍賣成爲得標者；若無設定，則可要求該特定買方先對物品出價而成爲最高出價者，再由賣方提前結束拍賣讓該買方順利得標。

<sup>26</sup> Kalakota, R. & Whinston, A. B., *Frontiers of Electronic Commerce*, Addison Wesley, 1996.

照「電子商務與網路行銷」<sup>27</sup>一書，以服務對象的範圍來做如下圖電子商務模式的分類：

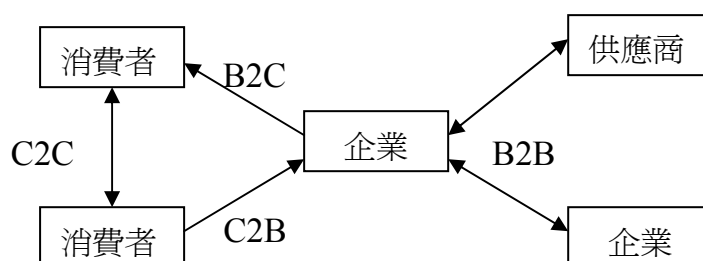


圖 2-4 電子商務模式分類

在此種電子商務模式分類下，拍賣網站交易主要包括拍賣網站經營業者提供使用者拍賣交易平台的「服務」(Business to Consumer, B2C)，使用者向拍賣網站經營業者支付商品刊登費用或廣告費用等等 (Consumer to Business, C2B)，以及拍賣網站使用者之間的交易 (Consumer to Consumer, C2C)。而本文主要研究客體「拍賣網站交易糾紛」便是著重討論拍賣網站使用者買賣雙方的交易糾紛，即屬於此種電子商務網路交易分類中的「C2C」環節，進而去探討這些交易糾紛發生時，拍賣網站經營業者的民事或刑事責任範圍。因此本文於此章節先從整體電子商務的角度切入，探討電子商務的特點及其目前國內外相關的法制架構，進而於第四章將其應用在本文主題「拍賣網站交易」的規範研究上。

相較於傳統商業模式，電子商務有許多特點<sup>28</sup>：包括普及性、全球可及性、全球化標準、豐富性、互動性、資訊密集性、個人化 / 客製化等。由於網際網路的便利性與高度發展，電子商務的市場範圍已超越傳統，促使虛擬市場的誕生，讓購物行為可以在任何地方進行，進而提升消費的便利性並降低購物成本；而商務行為跨越了文化與國家藩籬，創造出全世界的消費者與企業的虛擬市場；網際網路開放的技術標準，則如 TCP/IP、HTML、Java 等等；而網路可傳送影像、聲音與文字的訊息，豐富行銷訊息的呈現與消費體驗；且在網際網路中，消費者處於交談式的狀態，此項技術會因個人不同而動態調整，並使消費者成為運送產品至市場的共同參

<sup>27</sup> 方文昌、汪志堅，同前揭註 3 書，頁 39-47。

<sup>28</sup> Kenneth C. Laudon & Carol Guercio Traver 著，高卉芸譯，『電子商務的商業、科技與社會』，2002。

與者。當資訊的流通性、正確性與即時性被大幅提昇時，資訊的處理、儲存與通訊成本亦大幅降低，資訊因而變得充足、便宜、精確。此外，網際網路可傳遞個人化訊息給個人或群體，並針對個人特性發展出不同的行銷訊息與個別化的產品服務。

## 第二項 電子商務與拍賣網站交易相關法規

網際網路的發展，所面臨的法律挑戰一直是極具爭議的，到底該不該有別於現實世界法律的「網路法」的獨立存在？抑或如近年來外國學者所云，所有法律都是網路法（All law will be internet law），即網際網路並非法外之域，其一切活動仍須依循現實世界的法律規範呢？<sup>29</sup>

其實就廣義的電子商務而言，已不僅止於把傳統交易放在網路上進行這麼簡單了，電子商務的特性帶來了許多傳統法律的衝擊，例如全球化的結果帶來管轄權的爭議，資訊普及性與豐富性，造成了保護兒童法規的負面問題，資訊密集與效率提升的結果，亦促成了網路犯罪的便捷，並大大提高受害者數量與損失的嚴重程度，例如本文所研究之網路交易詐欺課題即是如此。因此面對電子商務所面臨的法律問題，國際上近年來有積極的法制建設，包括電子商務原則性的法制架構，以及特別針對電子商務契約的法規制定等等，在此簡介聯合國、美國、歐盟、德國以及我國目前的電子商務相關法規：

### 第一款 聯合國

爲因應電子商業的趨勢，聯合國國際貿易法委員會（The United Nations Commission on International Trade Law，簡稱 UNCITRAL）於 1996 年通過聯合國國際貿易法委員會電子商業模範法（UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce）<sup>30</sup>。其立法目的主要在處理電子商業中三大極待

<sup>29</sup> 陳家駿，網路法律導論－數位時代法律面面觀，網頁庫存資料。

<sup>30</sup> 此段內容參考資策會科技法律中心專文論述，[http://stlc.iii.org.tw/stlc\\_c.htm](http://stlc.iii.org.tw/stlc_c.htm)，聯合國國際貿易法委員會電子商業模範法之研究。

解決的法律障礙：

- (一) 由於許多法律行為都屬於要式行為，需要有書面存在，電子傳輸的資料訊息<sup>31</sup>可否符合書面的要求？
- (二) 在法律有簽名的規定時，經由電子傳輸所產生的簽名能否符合要求？
- (三) 利用電子傳輸的資料訊息是否具有證據適格性？

聯合國電子商業模範法希望排除上述法律障礙，在第五條中明確給予資料訊息法律地位：「不得因資訊為資料訊息之形式而否認其法律效力、合法性與強制性。」接著便於第六條至第八條分析傳統上紙本書面、簽名、原本之功能目的，以提供電子式資訊在法律上有與紙本文件相當的待遇，並於第十一條中明白承認當事人雙方得約定以資料訊息方式為要約或承諾的表示，強調電子商務契約的法律效力、合法性與強制性。

聯合國電子商業模範法雖然不具有正式國際法的地位和效力，但其重要性不僅在於聯合國國際貿易法委員會的成員包括許多先進國家，更重要的是許多國家與重要國際組織均已聲明支持聯合國電子商業模範法，或是採納該法案意見作為條文內容。美國全球電子商業綱要也主張在網際網路上應該發展國際一致的商業法典（Uniform Commercial Code For Electronic Commerce），明白宣示支持聯合國電子商業模範法，並建議各國應以聯合國電子商業模範法為原則，就電子契約、電子文件的效力、書面性簽名等問題提出規範標準，制訂其內國之統一規範。國際商會（ICC）所頒佈的國際數位簽署商務通用規範（General Usage in International Digitally ensured Commerce）中，也大量採用聯合國電子商業模範法有關確認資料訊息與身份認證的規定為基礎，並針對國際貿易與商務的使用作更進一步的規範。美國與歐盟於 1997 年 12 月所召開的高峰會議（EU-U.S. Summit）所發表的聯合聲明（Joint Statement）亦指出，應該透過聯合國國際貿易法委員會的途徑，與各國共同排除電子商業的法律障礙。

---

<sup>31</sup> 資料訊息於此法規第二條(a)項中定義為：資料訊息係指經由電子、光學或其他類似方法，例如電子資料交換、電子郵件、電報、電傳、電子複製等所產生、傳送、收受或儲存之資訊。



## 第二款 美國

美國於 1997 年公佈了全球電子商業綱要 (A Framework For Global Electronic Commerce)，內容包括了五大基本原則與九大議題<sup>32</sup>，此五大原則分別為：(一) 私人企業應居於領導地位；(二) 政府應避免對電子商業做不必要的限制；(三) 政府參與之目的在於支持及實施一個可預測的、最小化的、持續的及簡單的商業法律環境；(四) 政府應該肯認網際網路的獨特性質；(五) 網際網路上電子商業的推動應以全球為基礎。

從這五大原則來看，美國對於電子商務的管制傾向於政府的最小介入，也就是說針對網路的特殊性，政府的介入管制是有其必要的，但介入的程度則以產業自律、商業活動自由為前提，以市場導向為基礎，並支持全球化一致、可預測的網路交易法律架構；此外於九大議題中亦主張網際網路上應發展針對電子商務的國際一致的商業法典，方能促進電子商業的發展，並建議世界各國以 UNCITRAL 的模範法為原則，制訂其內國之統一規範。在制訂規範之時，美國也希望各國政府能遵從「契約自由」、「技術中立」及「法律僅在必要範圍內修訂與新增」等原則。

在公佈全球電子商業綱要後，美國迅速的於 1998 年底依循上述電子商業綱要通過了四個相關法案，分別是網路免稅法(Internet Tax Freedom Act)，數位千禧年著作權法(Digital Millennium Copyright Act)，兒童線上隱私權保護法(Children's Online Privacy Protection Act)以及政府文書作業簡化法(Government Paperwork Elimination Act)。法國、愛爾蘭、荷蘭、澳洲、日本與韓國等也在稍後跟美國簽訂雙邊條約，部份或全部支持配合美國的電子商務政策。

另外須注意的是，美國原本欲嘗試在統一商法典中增訂 UCC2B 章以規範電腦資訊交易，但於 1999 年則決定針對電腦資訊交易獨立制定一「統一電腦資訊交易法案」(Uniform Computer Information Transaction Act, UCITA)<sup>33</sup>，也就是將無形資訊(intangible information)之交易型態與有形商品(tangible goods)作區別，以避免故意為協調兩者之規範卻忽略了彼此個別的獨特內涵，因此只要是交易客體為電腦資訊，均將屬於此法案

<sup>32</sup> 此段內容參考資策會科技法律中心專文論述，[http://stlc.iii.org.tw/stlc\\_c.htm](http://stlc.iii.org.tw/stlc_c.htm)，美國全球電子商業綱要與我國因應之道。

<sup>33</sup> 美國統一州法全國委員會會議(UCCUSL) 2002 年最終修定版本，可至 <http://www.law.upenn.edu/bll/ulc/ucita/2002final.htm> 下載。

的規範範圍。<sup>34</sup>

### 第三款 歐盟

如前段所述於 1997 年 12 月歐盟與美國於高峰會中共同發表電子商務聯合聲明<sup>35</sup>，重申電子商務一制性法律架構與產業自律的重要性。而早在 1997 年 10 月 8 日歐盟執委會便提出了一份電子商務法律架構報告，名為「確保電子通訊中安全與信賴-朝向一個電子簽章與加密的歐洲架構」(Ensuring security and trust in electronic communication: Towards a European Framework for Digital Signatures and Encryption)，在報告中提出有必要建立一致性的架構，處理網路身份鑑別(authentication)與認證(certification)事宜<sup>36</sup>。歐盟並且於 1998 年 12 月正式通過頒布一「建立共同電子商務法律架構」(Legal Framework for the development of Electronic Commerce)之指令提案，以清除歐盟境內對於電子商務發展有所窒礙之不合宜法律，<sup>37</sup>特別是針對使用電子方式來締結契約及進行商業行為(creating contracts and other commercial activity)的部分<sup>38</sup>，並要求各會員國調整修改其國內法律，對於限制阻礙使用電子媒介訂定契約之法律效力的法規，都應檢視修改之。此指令之適用範圍涵蓋所有電子資訊服務業者，包括 B2B 及 B2C 服務，特別是免費提供資訊服務業者(及主要以廣告費用為收益)，及以線上電子交易方式提供物品及服務之業者均包含在內，範圍相當廣泛。

在電子商務的 ISP 業者責任範圍方面，上述歐盟指令中亦有提到，對於「單純從事媒介、仲介行為」之業者，希望能免除或減少其法律義務。釐清單純傳送或儲存使用者資訊之網際網路服務提供業者的法律責任義務，對電子商務的發展相當重要，因此對於單純被動媒介角色的 ISP，應

<sup>34</sup> 王傳芬，同前揭註 6 書，頁 61-62。

<sup>35</sup> Joint Statement released in conjunction with the EU-US Summit in Washington, DC, December 5, 1997. 英文內容參照 <http://www.eurunion.org/partner/summit/Summit9712/electrst.htm>。

<sup>36</sup> 戴豪君，歐盟電子簽章法指令之簡析，資策會科技法律中心專文論述。

<sup>37</sup> 歐盟正式頒布區域電子商務法律架構相關條文：<http://stlc.iii.org.tw/tlnews/02-2-1.htm#n6>，科技法律要聞。

<sup>38</sup> 李科逸，歐盟委員會提出電子商務法律架構，資訊法務透析，1999/2，頁 14-15。

朝免除或減低其法律義務之方向進行立法。<sup>39</sup>

此外，歐盟執委會於 1998 年 5 月亦提出了電子簽章法草案 (Proposal for a European Parliament and Council Directive on a common framework for electronic signatures)，這項草案由數個有完善電子簽章法律制度的歐盟會員國提出，被視為創造一個調和的歐洲鑑別服務市場的預防性措施，同時草案內容一併考量了電子商務的國際性。至 1999 年 11 月 30 日歐盟電信部長理事會正式通過電子簽章法指令(Directive 1999/93/EC of the European Parliament and of the Council of 13 Dec. 1999 on the a Community framework for electronic signatures)，於 2000 年 1 月 19 日正式公佈生效。各會員國均須依據指令之規範，有 18 個月的時間，在 2001 年 7 月 19 日前完成符合指令規範之國內法律、規則與行政措施等法律。此指令全文共 15 條，其立法目的在降低使用電子簽章 (electronic signature) 之困難，並提供承認其法律地位。即電子簽章不能僅因其以電子形式存在，而給予法律上歧視。歐盟希望藉由建構電子簽章與憑證服務 (certification-services) 之法律架構，確保內部市場的妥善運作 (參見指令第 1 條)。本指令相較其他電子交易法 (Electronic Transactions Bill) 之立法體例，較大差異之處，在於並未規範各會員國或共同體法律所規範契約的締結與效力或其他法律責任；且不影響就文件使用之規定與限制。<sup>40</sup>

#### 第四款 德國

德國於 1997 年 6 月通過了「資訊與通訊服務法」(IuKDG，又稱為多元媒體法，Multimediasgesetz)<sup>41</sup>，並於同年 8 月 1 日生效施行。可說是世界上第一個對網際網路應用行為提出單一法律架構的法律規範，堪稱為網路立法之祖。其內容包羅萬象，刑法、違反秩序法、散布危害青少年文書法、電信服務使用法、電信服務資料保護法、著作權法、價格標示法及其辦法、數位簽章法等被列在其中，以配合發展資訊與通訊的腳步。與之相較，其他地區大部分的電子商業立法都是在舊系統中加上新章節，例如在

<sup>39</sup> 同前註。

<sup>40</sup> 同前揭註 36。

<sup>41</sup> 自由電子新聞網，資訊時代深度報導，標題：德國網路法跨大步 電子簽章終於正身，作者胡蕙寧；<http://www.libertytimes.com.tw/2001/new/apl/1/today-i1.htm>，2006/1/19 造訪。

2000年3月生效施行的英國新競爭法，就在第二章中加入了專門規範電子商業的競爭規則，而非單行法規。

此外德國聯邦議會於2001年通過新電子簽章法(Signatur-Gesetz)，主要是自1997年施行的舊簽章法基礎上，轉植歐盟頒布的相關電子商務發展指令(Richtlinie)。電子商務上往來的電子或數位簽章(Digitale Signatur)將視同與親筆簽名同樣效力。個人的電子簽章將被編譯成密碼(Code)，在設有一定保護程式的晶片卡上儲存，使用者可以在個人電腦上安裝解碼器，經由PIN-Code來解碼簽章。此新電子簽章法亦將提供認證服務之憑證機構的管理從強制許可制改為自願認可制，並將適用的範圍從數位簽章括及於所有電子簽章產品。此外，新簽章法還有一個特色，就是在歐洲境內採「來源地主義」，也就是電子商務的供應商必須以其公司駐所地的法律為依據。於是以德國為駐所地的公司所提供的電子產品或勞務發生糾紛時，即使顧客是歐境內的非德國人，也須適用德國法規。

## 第五款 我國



我國行政院在1997年12月第2557次會議通過「國家資訊通信基本建設推動方案」，確立「健全法規組織」為七大推動工作項目之一，並於1997年4月由經建會召集相關部會組成「NII法制推動工作小組」，負責與NII發展之相關法規的研修。該小組成立以來，已檢討約22項法律11種行政命令。<sup>42</sup>修定內容重點有電信網路鋪設、網路安全與犯罪防治、智財權保護、網路身分認證（如電子簽章法的推動）、消費者保護、民間自律規範等等，以及與電子商務相關的資訊流、物流、金流之相關法規調整。<sup>43</sup>而後行政院又於2001年成立了「國家資訊通信發展推動小組」(NICI小組，即原NII小組之改組)，其組織架構下即設有專責網際網路相關法規研修的「法制規劃組」<sup>44</sup>，其數年來的修法推動成果如附錄六之圖表，內容包括了電子契約法制、網路智慧財產權保障、網路市場發展、消費者權益保障、網路金流規範、電子化政府等等。

<sup>42</sup> NII 相關法規，科技法律中心相關法規網頁：<http://stlc.iii.org.tw/03-2-1.htm>。

<sup>43</sup> 參考洪麗玲，電子商務之基石---談基礎法律環境，資策會科技法律中心專文論述。

<sup>44</sup> 該小組設於行政院經建會法協中心，網際網路法制發展計畫：<http://www.cedi.cepd.gov.tw/>。

在電子契約法制方面，完成了電子簽章法和施行細則的修定，以及憑證實務作業基準應載明事項和外國憑證機構管理辦法等等，並有電子交易相關法制與認證的研究；商標法、著作權法等等亦有配合電子商務之發展做相關修定；在網路市場發展上，有對於網路交易爭端機制之研究，電子商務消費者的保護法規也因應而生。

而我國目前與拍賣網站交易較密切相關的電子商務法規建設有：

## 一、中華民國電子商務政策綱領

我國政府於 1998 年底 APEC 會議頒佈「中華民國電子商務政策綱領」，展現出政府推動電子商務的決心。此政策綱領對我國電子商務發展的願景、目標及策略內容簡介如下：<sup>45</sup>

### 1. 電子商務發展願景

希望能使我國成為亞太地區的商務中心，積極服務區域內各會員體以及國際社會。作為一個亞太地區的國家，我們期望許多企業能到台灣來設立據點、做生意，因此「商務中心」的文字意涵包括：便利性（Convenient）、有效率（Efficient）、親和性（Friendly）、領先性（Advanced）、網路化（Networked）以及易進入（Easy Accessed）等等。期望在硬體軟體設備的健全下，有助於電子商務交易的便利，讓全球企業樂於與我國透過網路完成 B2B 與 B2C 的電子商務，而透過電子商務，資訊、交易與服務都能提升效率，並提供親和友善的服務；積極投入研究發展，應用領先的資訊科技，並於無國際的網際網路上，與全球交易夥伴形成關係密切的人際網、生意網，使全世界的人都能容易進入與接觸等等。

### 2. 發展目標

發展出一套可以與全球性的電子商務指標相契合的指標，構想中的指標架構包括了網路與資訊化總體環境、電子商務環境、個別產業電子商務

---

<sup>45</sup> 賴杉桂（時為經濟部商業司副司長），我國電子商務 SWOT 對策，資訊與電腦，1998 年 12 月號，221 期，頁 26。

應用等等。

整體環境之發展在於提升網際網路使用人口占總人口的比例，指標如每百人擁有電腦數、每百人擁有 Internet Access 數、每百個企業擁有電腦數、每百企業擁有 Internet Access 數等等。而電子商務環境的發展指標則為企業應用電子商務比例、產業應用電子商務比例、Domain Name 為 .com 數、國內提供電子商務的廠商之產值、天下前 500 以及 1000 大企業應用電子商務的比例等。在個別產業電子商務應用方面，企業應用電子商務家數與產值、應用效益等等這些指標仍在構想階段，有待進一步的討論，若確定此為可以衡量我國、也可以具國際慣用的比較指標時，將再進一步檢討目前的數值、訂定目標值。

### 3. 基本原則

我國電子商務發展的基本原則為，民間部門主導電子商務發展，政府則積極協助建構良好的發展環境：政府擔任的角色是觸媒（Catalyst），例如觀念推廣；政府應該擔任前瞻者與電子商務模範使用者的角色，例如率先逐步推動電子公文、電子採購、線上資料庫與網路報稅等措施，善用國家資源提升全民網路應用水準。政府最重要的角色是基礎公共建設的建立者，必須致力於網路建設、法規研修、電子認證體系（Public Key Infrastructure；PKI），並排除推動電子商務的障礙，例如標準制定等等。

同時，必須確保中小企業公平參與之機會以及積極參與國際合作，在推動電子商務的過程中，政府必須建立公平參與的環境，確保中小企業能夠在一個公平的基礎上參與競爭。而電子商務為全球性活動，無法由單一區域或單一國家推動。我國身為地球村之一員，應積極參與國際電子商務合作。

## 二、電子簽章法

我國電子簽章法於民國 90 年 11 月公佈，第 1 條即明定立法宗旨為推動電子交易之普及運用，確保電子交易之安全，促進電子化政府及電子商

務發展。此法規內容並且秉持以下原則：<sup>46</sup>

技術中立：任何可確保資料在傳輸或儲存過程中之完整性及鑑別使用者身分之技術，皆可用來製作電子簽章，以免阻礙其他技術之應用發展。

契約自由：對於民間之電子交易行為，宜在契約自由原則下，由交易雙方當事人自行約定採行何種電子簽章或電子文件，作為雙方法律責任之基礎。

市場導向：政府對憑證機構的管理及電子認證市場之發展，宜以最低必要之規範為限，宜由民間主導發展各項電子交易所需之電子認證服務及相關標準。

### 三、電子商務業者自律公約

電子商務業者自律，在國際電子商務發展趨勢上已經成為一股勢不可擋的潮流。在各國政府方面，例如澳洲金融服務暨法規部，於 1999 年 5 月所公布之電子商務消費者保護政策綱領（A Policy Framework for Consumer Protection in Electronic Commerce）草案中，即強調推動業者自律，是保護消費者從事電子商務中重要的一環；政府將配合民間業者與業界團體，共同來推動自律工作。英國在同年 7 月，由貿易與產業部公佈「現代市場-確保消費者信心」之消費者白皮書（White Paper Modern Markets: Confident Consumers）中，宣示將推動由政府與英國電子商業協盟（AEB）、消費者協會（Consumers' Association）等相關機構，共同制訂電子商務行為準則（An E-commerce Codes of Conduct）；同時對符合規定業者，頒發名為 E 標誌（e-hallmark）的電子商店標識。

除了政府政策之外，民間電子商務自律組織的發展同樣日益蓬勃，例如美國電子商務業者的自律組織如 TRUST.e、BBB Online (Better Business Bureau Online)、Online Privacy Alliance 等組織。在日本則有電子商務推動協會(ECOM)，透過其消費者問題工作小組與業者共同努力，草擬出消費者交易指導準則(ECOM guidelines for consumer transaction)、虛擬商店與消

<sup>46</sup> 電子簽章法之規範內容與影響，經建會法協中心，中華民國 90 年 11 月 9 日。

費者交易指導準則 ( ECOM Guidelines for Transactions between Virtual Merchants and Consumers ) 等自律規範。日本情報處理開發協會 ( JIPDEC )，已經制訂授予隱私標章之建立與運作規則 ( Rules for the Establishment and Operation of Privacy Mark System )。<sup>47</sup>

而我國於 1999 年亦由多家資訊業者發起，成立台北市電子商務消費者協會<sup>48</sup>，以推廣電子商務之應用、建立自律有序、公平效率、明確安全的電子商務環境、協助消費者和會員間紛爭的協調與解決為宗旨。其他例如中華民國網路消費協會<sup>49</sup>等也都是我國陸續投入業者自律與消費者保護的組織；我國經濟部商業司亦委託資策會科技法律中心，於 1999 年 5 月提出「電子商務業者自律公約」草案。期能塑造全面性安全交易環境，加速推動國內電子商務業者自律規範的形成。此電子商務業者自律公約草案主要規範內容有<sup>50</sup>：電子商店身份資料與完整交易條件資訊之提供、電子商店對消費者應履行之責任範圍與內容、網路廣告與宣傳原則規範之建立與遵守、尊重消費者個人資料及隱私權保障、提供安全之付款機制及交易環境，以及其他如揭示標識與定期檢視公約以及準據法與管轄法院之說明等等。



### 第三項 小結

縱觀以上所介紹的國際間，以及我國電子商務法規的相關立法方向，主要有兩大架構，其一為排除電子商業的法律障礙，也就是電子簽章法的發展，確保電子交易行為之下，契約的有效性與契約自由的保障等等；另一發展架構乃是政府管制的程度，美國和我國均明確主張「市場導向」與「政府最小必要介入」，強調電子商務市場的自由發展與自律原則。這些電子商務立法方針與方向，將為筆者於本文第四章第五節中，嘗試草擬拍賣網站 ISP 責任規範時的重要參考依據。

<sup>47</sup> 戴豪君、林育廷，談電子商務業者自律公約/電子商店與消費者的雙贏：  
<http://www.moderncom.org.tw/past.asp?Page=35e1.htm&Style=2&Topic=新知>

<sup>48</sup> SOSA 台北市電子商務消費者協會網頁：<http://www.sosa.org.tw/about/about1.asp>。

<sup>49</sup> 本會之網址為：<http://www.net080.com.tw/>

<sup>50</sup> 戴豪君，我國電子商務業者自律規範之現況與展望，資策會科技法律中心專文論述。




## 第三章 拍賣網站交易糾紛

於此一章節中，筆者將以國內現今的拍賣網站之龍頭：「Yahoo！奇摩拍賣網站」為研究對象，蒐集整理近幾年來發生於拍賣網站上的網路拍賣交易糾紛案例。

首先於第一節中介紹拍賣網站上一般可能會產生的民事交易糾紛，第二節則為可能涉及詐欺等罪嫌的刑事糾紛與介紹案例，最後並介紹拍賣網站會員買賣雙方，以及拍賣網站服務提供業者，目前對於這些交易糾紛的處理方式。

### 第一節 一般交易糾紛類型



本節中列舉不涉及「詐欺」或其他刑事犯罪的交易糾紛，其中某些類型的交易糾紛其實已經有著「交易習慣」的存在，也就是拍賣網站會員們有著自行溝通與處理的模式，例如有些賣家會直接於其賣場訂定處理某些交易糾紛時的規則（此時多為對賣家本身有利無害之規則），要求欲交易的買家們詳細閱讀該規則並且確認可接受後再下標，即便如此，很多買家卻也並非是確實讀過或真的同意賣家自定之規則後才下標購買，因此於結標後還是有許多類型的交易糾紛浮上檯面，當買賣雙方無法達成良好共識時，互相給予極差負面評價，惡言相向不歡而散的情形常有之，以下便將拍賣網站交易中可能發生的一般民事交易糾紛逐項列出。

#### 第一項 買賣雙方對物品狀況認知的差異

此項交易糾紛應是相當普遍存在於所有的網路交易中，畢竟網路購物

或網路拍賣的買家在收到貨品之前，大多無法真正接觸到實體物品<sup>51</sup>，除非是購買仍在實體市場中流通販賣，可於買家所在地方接觸到的商品，否則買家常常只能藉由網拍賣場的物品相片、賣家對物品的說明、以及利用問與答功能對賣家提問等等的途徑，來「想像」與「期待」所欲購買之物品的模樣，特別是在充斥二手商品的拍賣網站市場中，對物品「新舊」的定義，或是尺寸、顏色、使用狀況等等常常是屬於相當主觀的描述，於是當買賣雙方對於物品的主觀認知度差異太大，買家所收到的物品與「預期」中差距過大時，此種交易糾紛便容易產生，此時買家也許會忍氣吞聲，或是給予賣家一個不好的評價便作罷（但此舉亦有可能遭受賣家回報一個負面評價），而若買家態度強硬要求退貨或是賣家賠償負責，而賣家又堅持貨物既出概不退換之原則時，於信件或評價頁面中你來我往的惡言相向就在所難免了。

該如何處理這樣的交易糾紛呢？以目前 Yahoo！奇摩拍賣網站的政策規則來看，拍賣網站服務提供業者完全不介入不涉及詐欺類型的交易糾紛，即「買方和賣方必須自行解決由交易引起的糾紛。」<sup>52</sup>在其關於買賣糾紛的服務說明中亦如此表示：

「收到的商品與描述不符或有瑕疵時，您可以這樣做：

1. 再次對照商品描述，是否有極大的差異。
2. 與賣家溝通，若有明顯的差異要求退貨。

通常商品與描述不符的問題，請檢視在交易商品的描述中，對方有無刻意掩藏商品的瑕疵或真偽，亦或在溝通上有認知的差距。若為雙方認知上的差距：這樣的爭議通常是在商品顏色、新舊、污損、配件等差異，通常能藉由再次溝通化解大多數的誤會與問題。」

也就是說，在網路拍賣的世界中，以目前的形勢來看，並無法強制規範賣家對於此種交易糾紛須負任何責任，買家必須自行承擔這種收到的實品與網頁描述有落差的風險，除非賣家於其賣場有明定因為此種對物品主

<sup>51</sup> 賣家刊登物品時可設定相約取貨，與買家一手交錢一手交貨，或雙方可於問與答功能中溝通，看賣家是否同意讓買家先看過實體物品再決定是否購買等等，通常以此種方式完成交易之網路交易糾紛相對會較少，筆者認為其較接近一般的傳統交易模式。

<sup>52</sup> Yahoo！奇摩拍賣，買賣雙方的權利與義務：

[http://tw.bid.yahoo.com/phtml/auc/tw/tos\\_add/obligation.html](http://tw.bid.yahoo.com/phtml/auc/tw/tos_add/obligation.html)，2005/11/8 造訪。

觀認知上差異，而得退換貨的規則，而實際上是很少見到如此體貼之賣家的，或是可能會要求由買家自行負擔來回郵資甚至換貨手續費的收取等等。

另外於此須注意的是，賣家「主觀認知上差異」與「故意隱瞞商品資訊」是不同的交易糾紛，後者有可能已落入了詐欺的範疇中，將於第三節中討論之，然而事實上發生此種交易糾紛且雙方認知差距太嚴重時，例如描述一件衣服穿過一次九成新，買家收到時衣服卻已縮水起毛球，買家要如何去舉證賣家是刻意隱瞞而要求賣家全權負責？又該向誰申訴呢？難道買家須爲了可能交易金額只有三百元的二手衣物而告上法院嗎？而在現行交易模式下買家又似乎只有忍氣吞聲的份，因此筆者認爲對於加強拍賣網站服務提供業者介入交易糾紛的程度，有其必要，此論點將於本文第四章中進一步詳細討論之。

## 第二項 退換貨的紛爭



除了上述因買家收到物品與認知或描述不符，而與賣家要求退換貨的紛爭之外，近年來有一熱門的網路交易糾紛爭點即爲消費者保護法第 19 條<sup>53</sup>在網路購物的適用，也就是網路交易之買家，是否有如郵購或訪問買賣之消費者，有七日的無條件退貨猶豫權？根據媒體報導，消基會說法爲：「網路購物和一般所謂的郵購，都是在無法親眼看到實體，憑著宣傳單、型錄或是網路上刊載的照片而下單取貨，依消保法規定，消費者享有不必具備任何理由，只要覺得不喜歡，都可以請求退貨還錢的權利。」<sup>54</sup>而筆者也贊同網路購物之情形下，有消保法此條之適用，但是網路拍賣呢？如前面章節所介紹，網路拍賣交易主體應爲 C to C 而非如網路購物 B to C 的交易模式下，似乎就不是規範企業經營者與消費者之間消費關係的消費者保護法所可適用的範圍了。

而目前於拍賣網站中，可見到多數賣家自定的規矩便是「貨物既出概

<sup>53</sup> 消費者保護法(民國 94 年 2 月 5 日修正)第 19 條第 1 項：郵購或訪問買賣之消費者，對所收受之商品不願買受時，得於收受商品後七日內，退回商品或以書面通知企業經營者解除買賣契約，無須說明理由及負擔任何費用或價款。

<sup>54</sup> 2005/5/9 中時晚報，【消基會呼你靠】網購逾七天仍可退貨，李南燕/台北報導。

不退换货」，而較類似以商店模式在經營的賣家，例如專門去批貨來銷售衣服鞋子等等的網拍賣家，其退换货規定亦多為買家自行負擔郵資「換貨」一次，至於「退貨」也多只有在賣家有明顯疏失時才可能接受，在此引用 Yahoo! 奇摩拍賣的一著名賣家「白鳥花子」(會員帳號 repiy2001) 之退换货處理規則中的內容供讀者參考：「除非商品有瑕疵或無現貨可換，否則絕不接受任何理由要求更換款式，請大家務必注意喔」，以及「絕不接受美眉們使用不適合、不喜歡、跟想像不同等理由要求更換顏色、更換款式或退錢，沒有任何例外」<sup>55</sup>，因此筆者認為除了上一項中所述對於物品認知度差異的糾紛，或是網路拍賣世界中退换货的爭議，買家目前均處於相當弱勢的地位。

### 第三項 運費爭議、貨物遺失或中途毀損

拍賣網站之賣家於刊登物品時，可設定運費之多寡，以及設定由誰負擔運費，運送方式可能為郵局或宅配，通常發生關於運費的交易糾紛可能為：賣家未於拍賣頁面說明清楚，而買家未問清楚就下標，或是買家實際收到物品時才發現賣家收取了過高的運費等等；Yahoo! 奇摩拍賣網站的拍賣服務說明中，有公告提醒買賣雙方避免郵資爭議的方法<sup>56</sup>，而一旦發生此種交易糾紛，仍須會員之間自行溝通解決。

另外在郵寄過程中發生物品的遺失或毀損時，該由誰負責？物品遺失通常是可向運送的單位請求賠償，但賠償金額可能會有上限，此時多出的損害該由買賣之一方或雙方共同分擔呢？又物品之毀損，是因賣家之包裝不慎，還是運送單位之過失，抑或買家拆封物品時所造成，其實舉證相當困難，更難以歸責於誰該負擔損失。因此，於此項爭議 Yahoo! 奇摩拍賣網站亦鼓勵賣家於其賣場規則中事先說明清楚，其關於此項買賣糾紛的服務說明如下<sup>57</sup>：「Yahoo!奇摩拍賣是不涉入商品裝運、付款等事宜的，請雙

<sup>55</sup>網拍賣家 repiy2001 之售後服務退换货說明：<http://home.kimo.com.tw/repiay2001/6667.html>，2005/11/8 造訪。

<sup>56</sup> Yahoo!奇摩拍賣服務說明，買賣糾紛—郵資或運費該如何計算：<http://tw.help.yahoo.com/auct/faq/abuse/abuse-07.html>，2005/11/10 造訪。

<sup>57</sup> Yahoo!奇摩拍賣服務說明，買賣糾紛—商品寄丟怎麼辦？中途破損怎麼辦？誰該負責？<http://tw.help.yahoo.com/auct/faq/abuse/abuse-41.html>，2005/11/10 造訪。

方自行溝通協調。Yahoo!奇摩拍賣原則上不介入雙方的溝通，若賣家賣場規則中有相關的規定，會尊重賣家的規則。」

## 第四項 棄標

在拍賣網站上所謂的「棄標」，其實就代表著買賣之一方於物品結標後，不願履行交易，例如賣家不願將物品售予該得標買家，或是買家於結標後反悔了而不願購買，由於 Yahoo! 奇摩拍賣網站現行是採取向賣家收取刊登費用的制度，故大部分發生棄標的交易糾紛多為買家棄標，此時賣家便會損失商品刊登費用，而且當結標之後買家失去音訊聯絡不上，而賣家根本不知是否要保留物品等待該買家之聯繫時，所浪費的精神與時間對賣家來說相當不公平。

關於此項棄標交易糾紛的處理，Yahoo!奇摩拍賣網站有一項針對買方可能棄標時的「棄標處理制度」，當有一商品結標後，賣方無法確認該得標者是否願意履行交易時，賣方可以透過這個制度來與買方取得聯繫，並讓買方確認是否履行交易。當買方反悔不買，或在合理的時間內沒有回應時，系統將會記錄棄標的買方一次違規，當違規紀錄累積到一定的程度，便有可能導致買方帳號被停權，藉此制度與會員互助的力量來維護拍賣平台中買賣交易的秩序<sup>58</sup>。首先賣方可於商品結標後 5 天之內，提出交易提醒，系統便會將此提醒發信給買方，買方可選擇做出「確定購買」或「因故不買」的回應，若因故不買，該買方便會得到系統的棄標違規警告。而若賣方提出交易提醒後超過五天仍未得到買方的回應，便可於買方得標 14 天內提出「棄標抗議」，系統便會發出棄標抗議通知給買方，並給予買方一次棄標違規嚴重警告。

此制度可讓被棄標之賣家向該買家提出抗議，但要求賣家須於五日內提出第一步的交易提醒，否則過後便無法再對此結標商品的得標者提抗議。且提出交易提醒後，須等待買方回應確定不履行交易，或是買方 5 日後無回應而提出棄標抗議之後，才能移除該得標者重新販售，此時對於一些具時效性的商品，例如快到期限之電影票券、食品或保養品等等，賣家怎堪如此等候？而且此制度係依據買家違規次數執行適當的處分，也就是

---

<sup>58</sup> Yahoo!奇摩拍賣棄標處理制度：<http://tw.help.yahoo.com/auct/policy/nopaybid.html>，2006/7/4 造訪。網頁內容可參考附錄七。

必須要累積一定數量的賣家向同一買家提出棄標抗議後，該買家才有可能會遭受暫時停權或永久停權的處分，且被惡意棄標的賣家無法獲得任何賠償，例如商品刊登費用或廣告費用的損失等等；故筆者認為此制度對於棄標交易糾紛之防制效果實在有限。

因此雖然依據 Yahoo!奇摩拍賣使用規範第一項：買方和賣方必須對交易之履行負完全的責任。事實上並無強制力去要求買賣雙方履行交易，或是讓棄標之買家賠償賣家的損失，而其所提供如上述之棄標處理制度亦效果不彰，於是被棄標之一方往往只能自認倒楣，給予對方負面評價，以及將該帳號列入黑名單等等的方式，來結束此項交易糾紛。

## 第二節 刑事糾紛案例

本節將介紹目前發生於國內拍賣網站上，利用網路拍賣的特性，而使用各種不同犯罪手法的刑事糾紛的案例，特別是涉及詐欺取財罪嫌的交易糾紛。整理後可知發生於拍賣網站上的詐欺案例多屬詐欺取財之財產犯罪，例如賣家可能使用不實的商品描述來騙取買家下標匯款，或是買家欺騙賣家已完成匯款而要求賣家寄出物品等等，犯罪手法五花八門，接下來逐項介紹數個真實案例。

### 第一項 販賣侵害著作權或商標權商品--橘子媽媽事件<sup>59</sup>

於 2003 年 7 月間，Yahoo！奇摩拍賣網站為慶祝拍賣網站商品數量破兩百萬，與其網站評選出的幾位優良賣家共同召開記者會，其中「橘子媽媽」便是一個正面評價數千的優良賣家，然而就在 2003 年 12 月間，開始有網友指稱橘子媽媽販賣假貨，主要是其以低於專櫃正品不少的價格，販賣號稱為工廠私自流出之「剪標品」<sup>60</sup>的「Burberry」品牌衣物，然而買賣

<sup>59</sup> 整理東森新聞電子報相關報導：<http://www.ettoday.com/2003/12/19/10846-1559982.htm>。

<sup>60</sup> 所謂剪標品，多是指有小瑕疵的原廠正品，廠商以較低價格賣出，但於衣物上的標籤會剪上一刀或一洞，以與一般正品有所區別。

雙方各說各話，因為並沒有一個具有公信力的驗貨管道可以證明橘子媽媽所賣的到底真的是原廠流出的剪標品，還是其實是仿冒品但欺騙網友是剪標品，橘子媽媽本身亦無積極提出證據證明自身清白，至於 Yahoo！奇摩的處理方式便是重申其平台中立立場：「賣家所販賣的商品 Yahoo！奇摩沒有能力辨別真假，會向廠商請求援助，同時也呼籲廠商加入 Yahoo！奇摩合作，一同打擊盜版。」Yahoo！奇摩拍賣網站取消了橘子媽媽的優良賣家資格，但對於後續的買賣糾紛處理就不再介入。

如果橘子媽媽真的是販賣仿冒品，而打著工廠流出之剪標品的名號來欺騙買家，那麼其將涉及著作權法<sup>61</sup>、商標法<sup>62</sup>與刑事詐欺罪嫌<sup>63</sup>，可惜此轟動一時的網拍案例似乎已不了了之，沒有走上司法判決途徑，橘子媽媽亦放棄了其辛苦建立的優良賣家形象與月入百萬的網路拍賣生意。

其實像此種可能涉及商標法與詐欺的買賣糾紛在拍賣網站是相當多的，尤其是許多高價位的名牌商品，如進口衣物、皮件等等，一般買家並無鑑定能力去判斷商品真偽，常常只能看到商品照片，又因為與專櫃價差的誘因而被吸引，況且有心詐欺的賣家亦可能會使用真品的照片，但結標後卻是寄送仿冒品來欺騙買家！買家可說是完全是憑藉拍賣網站所建立的「評價制度」，抱持著誠信原則信任賣家所述商品資訊而下標交易，然而橘子媽媽的事件之所以如此轟動，便是告訴所有拍賣網站買家，原來就算該賣家擁有數千分的百分之百正面評價，甚至讓網站業者挑選為優良賣家後，還是有可能發生涉及詐欺的交易糾紛！

---

<sup>61</sup> 我國著作權法第 87 條：「有下列情形之一者，除本法另有規定外，視為侵害著作權或製版權：一、以侵害著作人名譽之方法利用其著作。二、明知為侵害製版權之物而散布或意圖散布而公開陳列或持有者。三、輸入未經著作財產權人或製版權人授權重製之重製物或製版物者。四、未經著作財產權人同意而輸入著作原件或其重製物者。五、以侵害電腦程式著作財產權之重製物作為營業之使用者。六、明知為侵害著作財產權之物而以移轉所有權或出租以外之方式散布者，或明知為侵害著作財產權之物，意圖散布而公開陳列或持有者。」

<sup>62</sup> 我國商標法第 62 條：「未得商標權人同意，有下列情形之一者，視為侵害商標權：一、明知為他人著名之註冊商標而使用相同或近似之商標或以該著名商標中之文字作為自己公司名稱、商號名稱、網域名稱或其他表彰營業主體或來源之標識，致減損著名商標之識別性或信譽者。二、明知為他人之註冊商標，而以該商標中之文字作為自己公司名稱、商號名稱、網域名稱或其他表彰營業主體或來源之標識，致商品或服務相關消費者混淆誤認者。」

<sup>63</sup> 我國刑法第 339 條：「意圖為自己或第三人不法之所有，以詐術使人將本人或第三人之物交付者，處五年以下有期徒刑、拘役或科或併科一千元以下罰金。以前項方法得財產上不法之利益或使第三人得之者，亦同。前二項之未遂犯罰之。」

## 第二項 利用不實評價詐欺取財得利

於此介紹典型網路拍賣詐欺的案例，犯罪手法相當清楚簡單，即以低於市面價格的商品吸引買家，其中多如筆記型電腦、數位相機等高價位商品，於買家結標匯款之後，便失去聯絡，例如 Yahoo! 奇摩拍賣帳號為「x6684s」的這個賣家，最初其為已累積了數十個正面評價（多為買家身份）的拍賣網站使用者，之後開始刊登低於市價數位相機吸引買家，每筆結標價格為一兩萬元不等，並且可能使用多重帳號或是盜用他人帳號給予自己數位相機交易成功的優良評價，讓網友以為已經有成功交易存在而鬆懈警戒心結標匯款，之後便出現了一連串的負評，因為已匯款的網友發現此賣家音訊全無，當然也並未收到任何數位相機商品：

x6684s 於 2004 年 1 月開始出現數位相機交易成功優良評價：



第 3 頁，共 9 頁

55  - 25  = 30

詳細資料 詳細資料

正面評價百分比：68.75% ※計算方式：正評 / (正評+負評)

• 有 55 個不同的使用者給您正面評價，共計 56 項交易。

過去的評價				
	前一週	前一個月	前六個月	合計
良好	0	0	0	56
普通	0	0	0	4
極差	0	0	0	25

圖 3-1 詐欺帳號優良評價頁面



之後 x6684s 開始有連續 25 個負面評價指稱此賣家收了錢後消失無蹤：

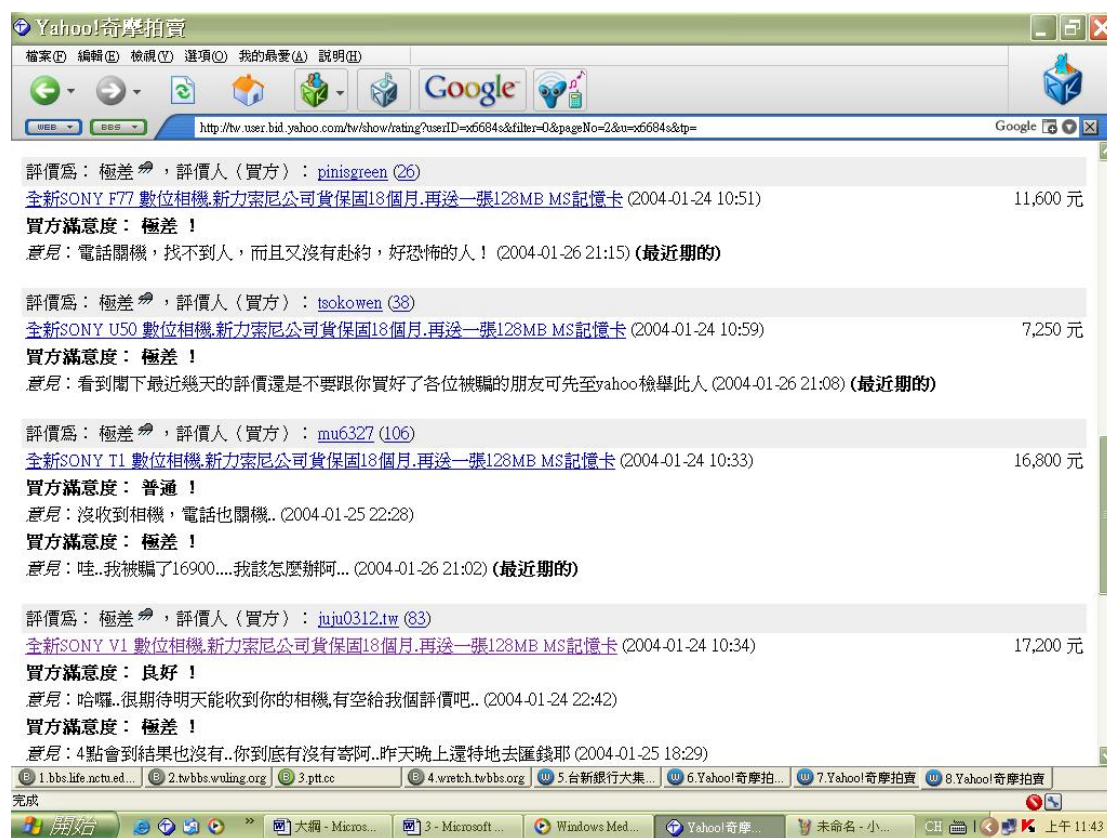


圖 3-2 詐欺帳號極差評價頁面

以筆者所見和所蒐集的案例，遭到此種詐欺手法而受財產損害的拍賣網站買家不在少數，目前處理方式多為受害者自行去警局報案或備案，或是互相聯絡組成自救會，但對於之後是否能順利要回受騙金額則不得而知。而身為拍賣網站服務提供者，Yahoo！奇摩拍賣網站對於目前此種層出不窮的詐欺事件，其處理的制度和流程包括<sup>64</sup>：提供一詐欺檢舉信箱受理詐欺檢舉，詐欺處理小組接獲檢舉後，會確認該名賣家是否具有詐欺嫌疑，並調查詐欺賣家是否有其他多重帳號，嫌疑重大時，將會對所有帳號一併停權，以防更多會員上當；而因涉嫌詐欺被停權的帳號，防詐小組會於每個工作日公告黑名單，同時該帳號的評價等相關頁面上會出現警示語，提醒尚未匯款的買家勿上當。最後並提供一「買家/賣家保障方案」，讓受害者申請補償。

<sup>64</sup> Yahoo！奇摩拍賣如何處理詐欺檢舉？ <http://tw.help.yahoo.com/auct/safety/antifraud.html>，2006/7/4 造訪。

由此制度觀之，許多涉及詐欺的帳號應會在受害者的檢舉下而被 Yahoo！奇摩調查後停權，但卻可發現筆者上述所舉的案例之詐欺帳號 x6684s 並未被停權，原因不明，也許是因為此帳號主人本身亦是受害者，係被犯罪集團盜用來行使詐欺，而關於此種帳號盜用、使用多重帳號甚至買賣帳號的問題，將於第三項討論之。

因此 Yahoo！奇摩對於此種典型詐欺糾紛的後續處理方式，例如公告黑名單，僅有警告其他使用者勿繼續與該帳號交易的警示效果，筆者認為對於已經確實受到詐欺而受損失的會員幫助並不大，況且評價制度讓充滿負面評價的詐欺帳號，無須待公告黑名單，應該就已有防止其他買家再受騙的功用了；而最後一道處理「受害者補償制度」，是這兩年來的新制度，也就是 Yahoo！奇摩拍賣網站的「買家/賣家保障方案」，此方案內容包括<sup>65</sup>：補償對象的適用規定，例如已出貨但未收到買方付款，或是買方已付款但未收到商品，或是收到的商品不符；而金額方面一般最高補償額度為七千元，且每一筆補償申請須收取七百元的手續費；在適用要件上，申請的會員本身須評價信用良好、個人資料正確，且於六個月內未申請過才可；在不適用要件上，將現金交易、預售物品、當面交易、物品認知不同、非實體商品等等的情形排除之；且若受害的會員已從加害人或其關係人取得全部或部份賠償時，亦不可再申請此補償方案。

而申請此補償方案所需的文件有許多規定，包括申請表格、奇摩系統的詐欺確認信件與商品結標通知信，申請人身分證影本、買賣雙方聯絡信件、報案三聯單影本等等，而受害賣家必須提供寄貨憑證或買家簽收憑證等證明出貨的文件，受害買家則須提出付款憑證，若以信用卡付款時還須提供發卡銀行拒絕補償憑證，而若為商品不符的情形，則須提供鑑定人之鑑定書。在申請的時效方面亦有許多規定，例如須於商品結標後 30 日內提出詐欺檢舉，並於提出詐欺檢舉後 30 日內會收到 Yahoo！奇摩回覆的確定詐欺與保障方案表格，收到後 60 日內提出補償申請，Yahoo！奇摩會於收到完整申請文件 60 日內完成調查與賠償的事宜。

由上述介紹可知，雖然 Yahoo！奇摩拍賣網站有提供此項會員遭到詐欺時的補償方案，以降低會員受到的損害，但其限定最高補償金額為 7000 元或 10000 元(限於使用 ezPay 個人帳房系統時)，另需扣除 700 元手續費，

<sup>65</sup> Yahoo!奇摩拍賣服務說明，買家/賣家保障方案：  
<http://tw.help.yahoo.com/auct/policy/protection.html>，2006/7/4 造訪。網頁內容資料可參見附錄八。

且有許多條件限制，例如排除了現金交易、當面交易或預購款等類型的交易糾紛，另外在申請文件方面，賣家須向警方報案而持報案三聯單，買家若是商品不符的情形下則需有鑑定書等等，時間上的限制則為商品結標後30日內提出詐欺檢舉，Yahoo！奇摩拍賣網站於受理調查後再處理後續的補償申請。對於拍賣網站受到詐欺的使用者有諸多賠償限制，補償金額也相當有限。

### 第三項 會員帳號資料之冒用問題

對於會員帳號的管理問題，筆者於論文第二章第二節中已介紹了拍賣網站會員的註冊流程，只要有一有效的手機門號與信用卡卡號，便可迅速的取得一個拍賣帳號，而有心人士甚至詐騙集團，對於拍賣網站網路交易詐欺犯案的準備，便是先取得拍賣網站會員帳號，而由於會員公開評價制度的建立，理所當然使用高評價的帳號可降低受害者心防，讓詐騙更為順利。因此，可能有多重帳號的產生，即同一人或一集團申請數個帳號，互相交易並給予良好評價，以累積某個特定帳號的正面評價，就如同上述數位相機詐欺案例中的最初三個正面評價，便很有可能是多重帳號的傑作。

另外有可能的一種情形便是會員帳號被盜用來作為犯罪工具，盜用的手法也許是會員帳號密碼被側錄或破解等等，此時該網路犯罪首先便涉及了電腦犯罪，例如無故取得或變更他人電磁紀錄<sup>66</sup>，或是偽造私文書罪<sup>67</sup>，以及涉及與隱私權相關的「電腦處理個人資料保護法」<sup>68</sup>等等。但筆者認

---

<sup>66</sup> 我國刑法第 358 條：「無故輸入他人帳號密碼、破解使用電腦之保護措施或利用電腦系統之漏洞，而入侵他人之電腦或其相關設備者，處三年以下有期徒刑、拘役或科或併科十萬元以下罰金。」

第 359 條：「無故取得、刪除或變更他人電腦或其相關設備之電磁紀錄，致生損害於公眾或他人者，處五年以下有期徒刑、拘役或科或併科二十萬元以下罰金。」

<sup>67</sup> 我國刑法第 210 條：「偽造、變造私文書，足以生損害於公眾或他人者，處五年以下有期徒刑。」

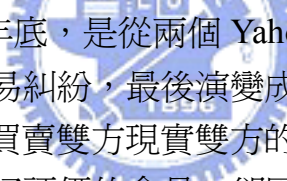
第 220 條：「在紙上或物品上之文字、符號、圖畫、照像，依習慣或特約，足以為表示其用意之證明者，關於本章及本章以外各罪，以文書論。錄音、錄影或電磁紀錄，藉機器或電腦之處理所顯示之聲音、影像或符號，足以為表示其用意之證明者，亦同。」

<sup>68</sup> 電腦處理個人資料保護法第 34 條：「意圖為自己或第三人不法之利益或損害他人之利益，而

爲此種方式其實機率會比多重帳號小很多，因爲只要該被盜用帳號的主人，本身仍有在定期上線使用拍賣網站，就絕對不難發現自己的帳號正在從事自己所不知道的交易，畢竟刊登商品、結標商品等等都會在會員的功能網頁中顯示，因而筆者認爲只有在該帳號主人長久不使用該帳號的情形下，才會輕易被盜用來行使詐騙。

除此之外，還有一種手法爲「租用帳號」或「買賣帳號」，拍賣網站上一些交易評價良好的會員們便會收到不明人士以一些藉口，例如自身無信用卡手機但又很想購買某樣拍賣網站商品等等，而要求租借帳號，甚至轉賣高評價帳號，若會員因一時貪圖小利而出賣自己信用良好的帳號，便極有可能成了詐騙集團的幫兇而不自覺。

#### 第四項 妨害名譽--呂老師事件<sup>69</sup>



此案例發生於 2003 年底，是從兩個 Yahoo! 奇摩拍賣會員之間的一般物品狀況認知差異的交易糾紛，最後演變成雙方互告詐欺、毀謗、妨害名譽等罪嫌的刑事糾紛，買賣雙方現實雙方的職業均爲老師，目前於拍賣網站也都是各達數百個良好評價的會員，卻因此項網路拍賣糾紛而興訟。

此案例起因是一拍賣網站會員（帳號 sisiring）於拍賣網站上販售一套吊牌已拆的衣服，商品說明爲全新未穿，而另一會員（帳號 nuunuu0915，即網友所稱之呂老師）於結標匯款收到商品後，認爲衣服有起毛球並非全新，而給予賣方 sisiring 一個普通評價，賣方 sisiring 收到評價後希望以退款退貨的方式處理，但呂老師以沒時間去郵局爲由拒絕將商品寄回，於是賣方 sisiring 希望以退款一半的處理方式作爲補償，於是在收到呂老師給的金融帳戶帳號後退還了結標金額一半的款項，並希望呂老師能於收到退款後更改該普通評價，但呂老師卻以其並不想收到退款、衣服真的很舊等等爲由來回應，並且在評價頁面或是以電子郵件的方式，向賣方 sisiring 表明

---

對於個人資料檔案爲非法輸出、干擾、變更、刪除或以其他非法方法妨害個人資料檔案之正確，致生損害於他人者，處三年以下有期徒刑、拘役或科新臺幣五萬元以下罰金。」

<sup>69</sup> 資料來源：整理台大「批踢踢實業坊」之「e-shopping」看版精華區「呂老師事件」之電子佈告欄文章；並以信件聯絡賣方 sisiring 詢問案情後續發展。

自己有律師執照或家族企業有數家律師事務所等等讓賣方 sisiring 覺得受到威嚇的言論，於是賣方 sisiring 希望能求助於其他網友，便於台灣大學的電子佈告欄「批踢踢實業坊」之「e-shopping」看版發表糾紛經過，得到許多網友熱烈回應與支持，也有連署活動欲向 Yahoo！奇摩拍賣網站檢舉呂老師一些違反拍賣規定的行為，但卻有部分網友出現反應較激烈的言論，甚至到呂老師自己所架設之網站留言版謾罵，因此於 2004 年 3 月至 4 月間，呂老師寄律師函至會員 sisiring 的租處與過去就讀之大學，要求校方處分等等，之後並控告會員 sisiring 詐欺、妨害名譽，而會員 sisiring 亦委託律師正式向呂老師提出毀謗、妨害名譽之訴，雙方自此正式進入互控的司法程序。

此案目前仍無判決結果，呂老師已被檢察官起訴，而賣方 sisiring 最初為不起訴處分，但呂老師仍委請律師聲請再議而發回調查，故原本只是一件金額極低（結標金額台幣三百元）的交易糾紛，卻演變成讓雙方心力交瘁、佔用司法資源的刑事訴訟，而整個事件過程中，Yahoo！奇摩拍賣網站仍一貫秉持其於服務條款中所明定的中立立場之角色，不介入會員之間的交易糾紛。



## 第五項 劫標客之詐欺手法

這是近一兩年來新興的拍賣網站詐欺取財犯罪手法，Yahoo！奇摩拍賣網站也是於 2005 年年初才開始發現此種詐騙手法，而發出公告提醒會員；不法行為人盯上某些接近結標時間的高價位拍賣商品，於商品結標後假冒賣方寄出匯款通知信給得標買方，來詐騙得標該商品的買家，使買方陷於錯誤，逕行匯款至行為人所指定之金融帳戶，進行詐欺，此種信件被拍賣網站稱為「劫標信」，內容則常以賣方即將出國、出差等為藉口，要求買家儘早匯款，甚至強調幾點之前匯款有折扣優惠，讓買家快速的轉帳後才發現被詐騙。

刑事局偵九隊於 2005 年 3 月起陸續接獲此種詐欺案例的檢舉後，成立專案小組全力追緝，與拍賣網站業者合作，於 2005 年 9 月宣布破案<sup>70</sup>，

<sup>70</sup> [http://www.cib.gov.tw/news/news01\\_2.aspx?no=920](http://www.cib.gov.tw/news/news01_2.aspx?no=920)，刑事局破案公告：查獲網路拍賣新型態詐

但這只是破獲其中一個犯罪集團，因為之後仍然有會員陸續檢舉劫標客發出劫標信的惡行，而且犯罪手法不斷更新，歹徒除了會冒充賣家發信外，近日來更上一層，可能係利用軟體技術或其他手法，假冒 Yahoo!奇摩拍賣系統帳號「"Yahoo!奇摩拍賣" tw-auctions-sys 」，讓買家誤以為是 Yahoo!奇摩拍賣網站所發出的通知信，而假造該結標通知信上的賣方帳戶資料，讓買方受騙匯出款項遭到詐欺。

這類詐欺事件，很明顯地並不在 Yahoo!奇摩拍賣網站的「買家/賣家保障方案」補償範圍內，對於此種犯罪手法，Yahoo!奇摩目前的處理方式便是於其公告區發出警告與提醒買家小心核對發信者與賣方帳號，並於接獲會員檢舉通報時進行調查和提供資料協助警方偵辦。下圖即為 2005 年 11 月 Yahoo!奇摩拍賣網站上警告拍賣網站使用者小心劫標信的公告：

#### 公告歷史區

**公告：買家請小心假冒Yahoo!奇摩系統名義發出的結標信**

作者：討論區管理員 張貼時間：2005/11/17 16:08

親愛的Yahoo!奇摩拍賣會員，

Yahoo!奇摩拍賣近日接獲會員檢舉，歹徒假冒Yahoo!奇摩，藉著發送假的結標通知信來詐欺買家。請您注意，即使收到發信人為Yahoo!奇摩拍賣系統寄來的結標通知信，也務必小心核對**確認是否為真實交易的賣家帳號**，並且以**結標頁面所留下的資料為準**來進行溝通或匯款。

歹徒可能利用軟體技術，假冒Yahoo!奇摩拍賣系統帳號「"Yahoo!奇摩拍賣" tw-auctions-sys 」，讓買家誤以為是Yahoo!奇摩拍賣或真賣家所發出的通知信。請您匯款一定要以結標頁面所留下的資料，或再確認為真賣家所提供的資料，切勿輕易相信來路不明要求匯款的銀行帳戶。

參見：[交易安全](#)>[劫標信辨識法](#)

**請賣家注意：**

請多利用「自訂通知信」的功能，在頁面留下匯款帳號給買家核對，避免歹徒有機可乘。這個資訊只有真正結標者可以看得到。參見：[如何在給得標者的通知信中加自訂的訊息？](#)

此類新型態犯罪手法，嚴重影響拍賣平台交易秩序，不但買家受害，也造成一般賣家的困擾。如果您發現有可疑的帳號出現，請您立刻至[詐欺檢舉信箱](#)通報，通報時記得附上信件標頭（即來信者帳號、發信時間、信件標題，而不要只提供劫標信件內容），我們的詐欺處理小組將會儘速處理。

Yahoo!奇摩拍賣致力維護賣場秩序，維持Yahoo!奇摩拍賣交易安全還需要您的配合與協助，再次提醒您，雖然大部份的買家/賣家都是善良的，但詐騙的歹徒手法不斷翻新，仍要小心自身的交易安全。

維持賣場秩序，Yahoo!奇摩拍賣需要您一起努力！

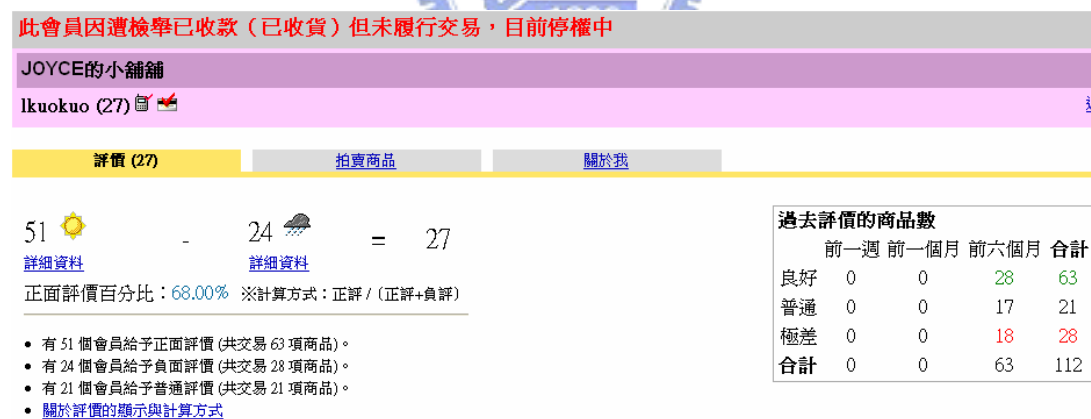
Yahoo!奇摩拍賣敬上  
bid.yahoo.com.tw

圖 3-3 Yahoo ! 奇摩拍賣關於劫標信之公告

## 第六項 預購款之糾紛

所謂「預購」，顧名思義即係指賣方尚無實體商品可立即與買家交易，賣家只是刊登樣品甚至只是相似的照片，再加上一些商品描述，或許再加上「預購優惠價」或「限量訂購」來吸引買家下標，在此引用 Yahoo!奇摩拍賣網站的一起女鞋預購款交易糾紛作為案例介紹。

會員拍賣帳號 lkuokuo，於 2005 年 5 月初以「==Joyce==美國精品鞋慾望城市時尚 MINI 風小羊皮高跟鞋」為標題，吸引買家下標購買其所稱預購款的女鞋，並要求買家至少須匯款結標價格一半以上的定金，才可幫買家向工廠下訂單，然而賣方的交貨時間卻延誤許久，商品說明為 14 個工作天不含假日，但最後係將近結標後一至兩個月買家們才陸續收到商品，期間並被部分買家集體懷疑而檢舉其已收貨款卻未履行交易，因而拍賣帳號遭到停權處分，6 月底買家收到商品後的紛爭也不少，其評價頁面便有部分買家抱怨鞋子並非真皮，或是與照片不符、作工粗糙不合等等。因這次交易糾紛遭到停權的 lkuokuo 賣家：





此會員因遭檢舉已收款（已收貨）但未履行交易，目前停權中

JOYCE的小舖舖

lkuokuo (27)

評價 (27) 拍賣商品 關於我

51  - 24  = 27

[詳細資料](#) [詳細資料](#)

正面評價百分比：68.00% ※計算方式：正評 / (正評+負評)

- 有 51 個會員給予正面評價 (共交易 63 項商品)。
- 有 24 個會員給予負面評價 (共交易 28 項商品)。
- 有 21 個會員給予普通評價 (共交易 21 項商品)。
- [關於評價的顯示與計算方式](#)

過去評價的商品數	前一週	前一個月	前六個月	合計
良好	0	0	28	63
普通	0	0	17	21
極差	0	0	18	28
合計	0	0	63	112

圖 3-4 Yahoo! 奇摩拍賣會員遭檢舉而停權頁面

部分對商品不滿意的買家給予負面評價：

評價為：普通，評價人（買方）：[health08 \(39\)](#)  
==Joyce==美國精品鞋慾望城市時尚MINI風小羊皮高跟鞋==免運費==(紅色下標區) (2005-05-31 16:08)  
**買方滿意度：極差！**  
意見：到目前為止都沒有收到貨！ (2005-06-30 23:38)  
**買方滿意度：普通！**  
意見：和照片的不一樣，而且質感很差！ (2005-07-16 01:49) (最近期的)

評價為：極差，評價人（買方）：[green0939677 \(78\)](#)  
==Joyce==美國精品鞋慾望城市時尚MINI風小羊皮高跟鞋==免運費==(黃色下標區) (2005-05-10 22:57)  
**買方滿意度：極差！**  
意見：鞋子等超久的啦..說要送小禮物也都沒送來.感覺差掉 (2005-06-19 15:22)  
意見：我不想要等ㄉ.我要求退款.我要退錢 (2005-06-19 21:03)  
**買方滿意度：良好！**  
意見：好久我不想等ㄉ.我要退款 (2005-06-26 00:58)  
**買方滿意度：極差！**  
意見：我要退款拉.不是真皮ㄉ.我要退貨>< (2005-07-12 14:36) (最近期的)

評價為：極差，評價人（買方）：[appppa123 \(302\)](#)  
==Joyce==美國精品鞋慾望城市時尚MINI風小羊皮高跟鞋==免運費==小S都穿我家鞋!(黃色) (2005-05-09 11:45)  
**買方滿意度：極差！**  
意見：今天已經6.23ㄉ~~沒有任何回覆~請退款!!不然好歹也告知一下現在狀況! (2005-06-23 12:17)  
意見：請告出一下現在狀況好ㄇ~ (2005-06-27 10:17)  
意見：你好~已經很有耐心ㄉ打電話~傳簡訊給你~可是你不接也不回~請你立刻與我聯絡~不然將照拍賣ㄉ指示尋求法律途徑!!麻煩你

圖 3-5 Yahoo! 奇摩拍賣販售預購商品之賣方負面評價頁面

由於接觸不到實體商品的特性，網路交易的買賣雙方容易產生對商品認知度的差異，而預購款的行銷模式更是提高此種交易糾紛的風險，

並伴隨著給付延遲時買方要求退款的爭議，且「預購」商品是被排除在 Yahoo!奇摩拍賣網站的「買家/賣家保障方案」之外的，所以對於前段賣方延遲交貨的行為，在買家檢舉下該帳號遭到停權處分，但對於後段的商品糾紛，例如若鞋子確實是人造皮革但賣方卻宣稱是小羊皮，這種亦可能涉及詐欺的糾紛的情形，對於買家是完全沒有保障的。

### 第三節 拍賣網站 ISP 如何處理使用者交易糾紛？

#### 第一項 Yahoo!奇摩拍賣使用規範

於本文第二章第二項第一節中介紹的拍賣網站會員註冊流程中，提及



了會員在經過資料認證後，開始使用拍賣功能之前，便會出現「Yahoo!奇摩拍賣使用規範」，會員必須先勾取「我已經閱讀、了解並且同意遵守此使用規範的規定」，並點擊（click）確定鍵後，方可使用拍賣功能，此使用規範的內容包括<sup>71</sup>：

關於 Yahoo!奇摩拍賣的介紹與立場聲明，強調 Yahoo! 奇摩拍賣服務係提供使用者之間交易的平台，Yahoo!奇摩不參與使用者間之交易，對於出現在拍賣上的商品品質、安全性或合法性，Yahoo!奇摩均不予保證。並要求會員使用 Yahoo! 奇摩拍賣時，必須瞭解且遵守以下事項：如買方和賣方必須對交易之履行負完全的責任、必須自行解決由交易引起的糾紛、必須自行負擔因交易而產生的費用等等。同時要求會員須完成其所規定的註冊認證程序，並聲明 Yahoo! 奇摩拍賣服務僅提供予 20 歲以上的個人與有合法登記之法人或團體。若為未成年人，應在法定代理人同意本規範後，始得使用服務：「當您使用或繼續使用拍賣服務時，即表示您的法定代理人已同意接受本規範及其後之修正。」

在服務費用的收取規定上，Yahoo!奇摩得隨時變更或調整其收費項目或金額，經公告後生效。且除本使用規範另有規定者外，使用者於刊登商品、設立拍賣商店或購買廣告後，即不得以任何理由拒絕付款或要求退費，即使 Yahoo!奇摩依本規範刪除您所刊登的拍賣資訊時亦同。

在使用規則上，Yahoo!奇摩聲明對於會員所刊登之拍賣商品及資訊(不會進行檢查、過濾或其他調查，但仍保留刪除該拍賣資訊之權利。如會員違反使用規範或任何服務使用說明或拍賣資訊有違法之虞，Yahoo!奇摩有權不經通知立即刪除該會員所刊登的拍賣資訊且終止其使用拍賣服務的權利，情節嚴重時並得終止該會員使用 Yahoo! 奇摩其他服務。如因使用者所刊登之拍賣資訊商品侵害第三人權利或違反法令，致 Yahoo!奇摩受第三人追償或受主管機關處分時，該使用者應賠償 Yahoo!奇摩因此所生之一切損失及費用。而使用 Yahoo!奇摩拍賣服務應遵守下列規定：不得刊登禁止及限制的商品、不得違反刊登行為之規範、不得違反會員評價之規範。對於出售之商品如已有買方得標時，賣方即有責任按照得標金額與其他約定之交易條件出售該商品。對於已經得標的商品，買方即有責任按照得標

---

<sup>71</sup> Yahoo!奇摩拍賣服務說明-政策與規則-Yahoo!奇摩拍賣使用規範：  
<http://tw.help.yahoo.com/auct/policy/tos.html>，2006/7/4 造訪。詳細內容參見附錄九。

金額與其他約定之交易條件付款。且不得操縱拍賣，或干擾正常之拍賣與競標程序，例如利用多重帳號對自己的拍賣物品進行出價，故意抬高最高出價，或在其他賣方進行拍賣時與對其出價的買方接洽，向買方兜售類似或相同物品等等。

在刊登資料的授權方面，使用規範的規定為：任何拍賣商品資料（含廣告內容），經會員上載、傳送、輸入或提供至 Yahoo!奇摩拍賣時，視為已允許 Yahoo!奇摩可以為宣傳 Yahoo!奇摩拍賣服務或拍賣商品之目的，無條件重製、散布、修改、展示、公開播送、公開傳輸該等資料，會員並對此絕無異議。

在交易安全注意事項的說明中，聲明網路上的身份認證是很困難的，因此 Yahoo!奇摩拍賣提供會員評價制度、會員註冊與確認程序、黑名單制度、檢舉商品、檢舉詐欺及棄標處理等機制，藉由確實的交易紀錄與網友守望相助的力量共同來維護線上交易環境。

在服務有中止情形時，除因不可抗力事件或因其他不可歸責於 Yahoo!奇摩之事由所致者外，若由於 Yahoo!奇摩拍賣服務之系統維護、更新、故障或中斷，使會員暫時無法使用全部或部分的拍賣服務功能時，Yahoo!奇摩拍賣服務將依情況分別提供適當的補償。

在責任範圍的聲明上，除使用規範另有規定外，Yahoo!奇摩對於會員因使用拍賣服務所生之損害不負任何補償或賠償責任，惟如依法令規定 Yahoo!奇摩因此應負損害賠償責任時，會員應瞭解並同意 Yahoo!奇摩所負之責任應不逾您當次就使用 Yahoo!奇摩拍賣服務所支付之費用。並有免責約款如下，Yahoo!奇摩僅以「現狀」提供服務，對下述事項不為保證：「Yahoo!奇摩拍賣系統符合使用者的需求」以及「Yahoo!奇摩拍賣內容及系統程式不發生錯誤或障礙等情事。」

最後有稅務申報，準據法與管轄法院等的相關規定，最後並聲明 Yahoo!奇摩拍賣上之所有服務說明均為本使用規範之一部分，Yahoo!奇摩有權於任何時間修改或變更使用規範之內容，建議會員隨時注意該等修改或變更。本使用規範如有任何重大變更或修正時，Yahoo!奇摩會以公告或電子郵件通知。

## 第二項 檢視契約條款內容

YAHOO! 奇摩拍賣網站現今採取向賣家收取刊登商品費用的制度，而此使用規範應可視為 YAHOO! 奇摩拍賣網站與其會員間的有償或無償契約（不分買方或賣方均須接受此規範才可使用拍賣網站功能），且應屬於消費者保護法中的「定型化契約」，然而其內容是否有依消保法中定型化契約的規範，本平等互惠與誠信原則，對消費者無顯失公平之事呢？此使用規範涵蓋了許多層面，包括 ISP 責任、商品資料著作權、網站功能的瑕疵擔保及免責條款、會員稅務申報等等，由於本文之研究重點在於交易糾紛發生時 ISP 的責任範圍，故以下僅將此使用規範中與此研究有關的部分討論之。

在第一條使用規範中，YAHOO! 奇摩拍賣即開宗明義表示其為「提供使用者之間交易的平台」，不對刊登之商品有任何的保證義務，同時強調會員之間應「自行解決由交易引起的糾紛」。從筆者於第三章介紹的數個案例中，亦不難發現 YAHOO! 奇摩拍賣所一直堅持扮演的角色便是如此，強調其為一中性平台，絕不介入會員間交易糾紛，這樣的規範內容筆者認為 ISP 業者逕自將所有責任完全排除，對會員是相當沒有保障的，尤其此網站現今係採取收費制度，數百萬商品刊登費用與廣告費用的收益何等龐大，是否能容許其藉由此種定型化的規範條款將所有商品責任、交易糾紛責任完全排除呢？筆者認為此條款對於拍賣網站會員是顯失公平的！於之後章節的研究分析，筆者便希望能將拍賣網站 ISP 業者導向共同負擔會員侵權責任的位置，而非如此條規範所述，僅為一個能排除所有交易糾紛責任的平台。

而第八條所述之責任範圍：「除本使用規範另有規定外，Yahoo!奇摩對於您因使用拍賣服務所生之損害不負任何補償或賠償責任」，便可見在此使用規範下，會員如果遭受詐欺等較大金額的損失時，幾乎無任何保障可言，且其亦於條款中補充「惟如依法令規定 Yahoo!奇摩因此應負損害賠償責任時，您瞭解並同意 Yahoo!奇摩所負之責任應不逾您當次就使用 Yahoo!奇摩拍賣服務所支付之費用。」賣家所支付的費用可能僅有 3 元的刊登費，而買家則並無支付 YAHOO! 奇摩拍賣網站任何費用，筆者認為

此條款將 ISP 的損害賠償責任範圍縮小到極至，對於一個商業利益龐大的企業經營者來說，於情於理都不合，至於此使用規範的有效性與合法性，則有是否違反消保法等等的研究空間，本文將於本章第四節討論之。

### 第三項 對使用者詐欺行為之因應措施

於本章第三節案例中已介紹了 YAHOO！奇摩拍賣網站，於會員遭受詐欺時的處理方式，即受理詐欺檢舉、確認詐欺者進行停權、公告黑名單、請受害者申請補償的流程；而關於申請補償，便是「買家/賣家保障方案」，然而筆者也介紹了此方案的內容，是極多條件限制與時間限制，並且有金額賠償上限的。這些處理方式和原則乃拍賣網站 ISP 對於使用者詐欺行為的「事後措施」或「補償」。

至於使用者詐欺行為的「事前預防」，在過去這幾年，筆者所見的拍賣網站 ISP 之做法便是用「公告」或「警告」的方式，例如在拍賣網站首頁公告新興詐欺手法，或不定時用電子郵件提醒使用者慎防詐欺受騙等等。而自 2004 年年底開始 YAHOO！奇摩拍賣網站與「ezPay 個人帳房」合作，推動個人對個人線上收付款服務(C2C payment)，並有「交易履約保障服務」的配套措施，可視為對拍賣網站使用者詐欺行為的「事前預防」。其制度設計介紹如下<sup>72</sup>：

「易付通」是專為網路拍賣所設計的交易履約保障服務。買賣雙方約定使用「易付通」後，買方先將款項交付給 ezPay，ezPay 會通知賣方已收到款項，賣方可以放心出貨；待買方確認收到貨品無誤，即可提示 ezPay 將款項交付給賣方，完成交易。其功能特色如下：

- 一、以「ezPay 個人帳房」為買賣雙方貨款支付平台。
- 二、接受網路 ATM、信用卡、ezPay 帳戶餘額作為付款方式。
- 三、同時適用虛擬商品與實體商品，買賣雙方不受物流方式之限制。

<sup>72</sup> 「ezPay 個人帳房」之易付通概念說明網頁：  
[https://www.ezpay.com.tw/ezPay\\_C2C/welcome/about\\_safepay.jsp](https://www.ezpay.com.tw/ezPay_C2C/welcome/about_safepay.jsp)，2006/3/2 造訪。

四、交易完成後若買方否認交易，ezPay 不向賣方索回已撥之款項，保障賣方權益。

五、使用網路 ATM 付款，買賣雙方不需通過身分驗證，款項立即撥入 ezPay 帳戶。

交易流程圖簡介如下：

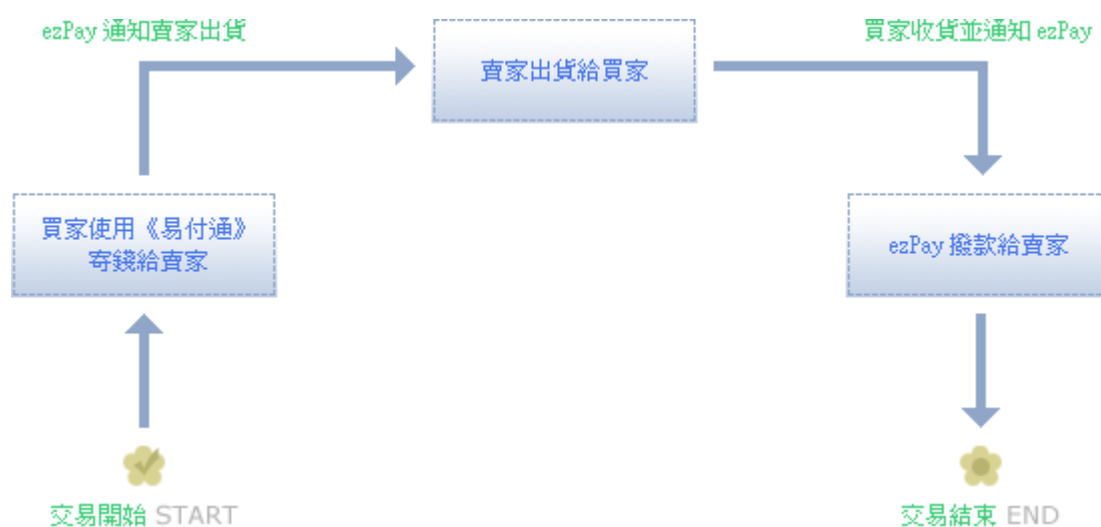


圖 3-6 易付通交易流程圖

這項服務的提供及其概念，對於拍賣網站詐欺犯罪的預防看似有所助益，讓買賣雙方藉由一金流媒介來保障彼此不受詐欺；然而筆者實際走訪奇摩拍賣的 ezPay 使用者討論區<sup>73</sup>時，發現其啓用至今有許多消費者問題存在，包括網頁系統的不穩定，使用的賣家過少，使用者對於提存錢制度不完善的抱怨，手續費的負擔爭議，買家盜刷信用卡或使用偽卡的風險等等，也出現被認為只是企業多賺取一層利益，徒增消費者成本的反彈風聲，甚至被質疑其僅為科技公司而非經過認證的金融機構，卻作為消費者金流媒介的風險。因此這個成立一年多的機制仍不太穩定，未來發展也值得擔憂，對於使用者的推廣和增加消費者信任度都仍待努力。且對

<sup>73</sup> 奇摩拍賣首頁→互動討論區→ezPay 使用體驗區：  
<http://tw.mb.yahoo.com/auction/board.php?bname=2092094716>，2006/3/2 造訪。

YAHOO！奇摩拍賣網站來說，這也僅是與一家科技公司合作，提供拍賣網站使用者金流方式的另一選擇，對於預防拍賣網站詐欺的成效如何難以論斷，甚至又可能衍生出另一種詐欺型態（例如利用 ezPay 盜刷信用卡或使用偽卡）。

## 第四節 小結

從本章蒐集整理的拍賣網站上形形色色交易糾紛，可知網路拍賣交易由於其虛擬網路市場的特性，雖然有方便使用者大量搜尋、比價，或是無營業時間限制等等的優勢，但相較於傳統市場交易，卻多了許多交易風險和安全性的憂慮，從民事的契約責任、物之瑕疵擔保責任、侵權責任等等，到刑事的詐欺犯罪，都是拍賣網站交易糾紛可能涉及的法律問題。對於金額較小或的交易糾紛，例如本文所介紹的買賣雙方對物品認知差異的民事糾紛，使用者也許各自退讓一步，例如賣家接受買家自行負擔郵資來退換貨以平息糾紛，拍賣網站 ISP 其實無須過度介入或負擔法律責任，此時其所應盡的責任為拍賣網站交易制度的完善規劃，例如評價和問答功能的設計，買家任意棄標時的懲罰與對賣家的保護，鼓勵賣家自行建立各種類型的糾紛發生時的處理準則等等。

但例如金額達數萬元甚至更高，或有大量受害者的詐欺案件，對於不法使用者犯罪的防治、被害使用者的賠償或補償等等，筆者認為應該都要有立即必要的因應措施，尤其是向使用者收取服務費用的拍賣網站 ISP，筆者認為其更應為這個新興交易環境所造成的社會風險負起企業經營者的責任。因此在下一章節中，筆者將以本章的詐欺案例做個案分析，討論拍賣網站 ISP 在我國目前法規下可能產生的刑事以及連帶民事侵權賠償責任，並進一步參考國內外立法架構，嘗試草擬拍賣網站 ISP 對於其使用者為詐欺行為時的責任範圍法規。

## 第四章 拍賣網站 ISP 責任範圍

### 第一節 前言

本文前述章節，介紹了現今國內拍賣網站普遍的運作方式，會員之間的一般交易情形、可能產生的民事或刑事交易糾紛，以及國內拍賣網站之發展和簡介數件真實的拍賣網站交易糾紛案例等等；而本文之研究重點便在於探討拍賣網站服務提供業者在網路拍賣刑事詐欺交易糾紛中所應扮演的角色：拍賣網站 ISP 面對會員之間的刑事交易糾紛，介入程度究竟應至多深或多廣才算合理？又面對各種不同的交易糾紛類型時，尤其是使用者涉及刑事詐欺取財罪嫌時，拍賣網站 ISP 之責任範圍是否應該要有個明確的界線呢？

在本章接下來的小節中，首先介紹美國、歐盟、德國、日本等國和我國目前對於 ISP 責任規範的相關法規，並導入美國法對於 ISP 可能對其使用者產生「侵權代位責任」的概念。接著於第四節中以基礎法規學理來分析拍賣網站 ISP 業者，於使用者交易糾紛涉及詐欺行為的案例發生時，成為刑事共犯或幫助犯，或是民事共同侵權成立的可能性等等；第五節中筆者嘗試參考美國如 CDA 的分散式立法，草擬一「拍賣網站經營業者責任範圍」條款，欲規範 ISP 業者在其會員於該網站有犯罪行為時，ISP 業者的責任範圍或免責條款。

### 第二節 ISP 責任規範相關法規介紹

#### 第一項 ISP 之概念界定

網際網路服務提供者 (Internet Service Provider, ISP)，依其所提供之服務項目與內容，一般可區分為以下三種服務類型：1. 網路連線服務提供者(Internet Access Provider, IAP)；2. 網路平台服務提供者(Internet Platform

Provider, IPP)；3. 網路內容提供者(Internet Content Provider, ICP)<sup>74</sup>。但現今網路市場競爭激烈，大部分的 ISP 均多方面經營，很多不再只是單純提供連線服務，而是結合了上述功能，而本文所研究之拍賣網站 ISP 因所提供的服務功能亦應屬兼具第二種 IPP 及第三種 ICP 服務類型的提供者。

對 ISP 的概念界定，可能單純界定為傳統的「公共載具 (common carrier)」，性質如傳統的電信服務，例如提供電話連線服務 (IAP)，此時其僅為資訊傳輸的被動通路，大量的傳播資訊使其控制資訊內容有技術上的困難度，且基於對消費者隱私權的保護，亦不能要求業者監控或過濾傳送內容，因此若其使用者之通話內容有不法情事，業者應不必為此負法律責任，此為美國法院對公共載具責任的見解<sup>75</sup>。而我國電信法第 8 條第 1 項亦有對此種 ISP 業者免責條款之規定：「電信之內容及其發生之效果或影響，均由使用電信人負其責任。」

然而如上所述，現今的 ISP 大多已非單純的公共載具，所提供的服務跨足各個角落，因而電信法免責條款的引用亦僅得限定在單純電信連線服務的範圍內；而綜合各種經營型態的 ISP 之法規與責任範圍，我國目前則尚未制定專門的法律規範，美國之相關規定亦為散見於各個立法中的分散式立法模式，而歐盟、德國、日本則有單一立法模式，將於下面小節中介紹之。

## 第二項 各國對於 ISP 責任規範之相關立法

### 第一款 美國法規

美國對於 ISP 的責任規範，隨著各種不同的不法行為，而分散式的規定於各個相關法規，例如關於網路使用者的誹謗行為，在 1996 年修正電信法 (Telecommunications Act of 1996) 時，制定了通訊端正法 (Communication Decency Act, CDA)，限縮 ISP 的責任範圍；CDA 中的

<sup>74</sup> 網際網路服務提供者法律責任與相關法制之研究，資策會科法中心 92 年研究報告，頁 3。

<sup>75</sup> 同前註研究報告，頁 13。



Section 230(c)(1)，亦被稱為「好撒馬利亞人條款(Good Samaritan Provison)<sup>76</sup>」，規定了互動式 ISP 或是其使用者不應被視為其他使用者提供之資訊的出版者或發表者，明確排除了 ISP 於網路傳播資訊的「出版者 (publisher)」責任，不過這個條款於數個案例中有用語解釋不明確，以及是否排除 ISP 「散佈者(distributors)」的責任等等的爭議。

對於使用者於網路上散佈猥褻資訊的行為，於 1998 年有兒童網路保護法 (Child on-line Protection Act) 等相關法案來規範 ISP 責任，但因其對於 ISP 之免責規定，有阻礙資訊流通之嫌，而引發了違反美國第一修正案保障言論自由之爭議，故通過後不久即被美國公民自由聯盟 (ACLU) 提起違憲之訴，而被法院宣告違憲，其網路散播猥褻資訊 ISP 免除責任的規定亦不再適用。<sup>77</sup>

另外在網路著作權的侵害方面，美國 1998 年數位千禧著作權法共分為五編，其第二編即為：線上著作權侵害責任之限制(Title II: Online Copyright Infringement Liability Limitation)，藉由對於著作權法第 512 條的修正，規定網路使用者經由 ISP 業者所提供之線路侵害他人著作權時，ISP 業者責任範圍的問題，其對於 ISP 業者之著作權侵害限制責任，分為四種型態，包括(1)暫時性數位化網路傳輸 (transitory communication)；(2)系統自動存取 (system caching)；(3)使用人要求下之資訊存取於系統或網路 (storage of information on systems or networks at direction of users)；(4)資訊蒐尋工具 (information location tools)。對於符合前述四種限制責任規定之 ISP 業者，不必負擔著作權侵害責任，以免阻礙網路科技之發展。但縱使不符合各該限制責任之規定，也不必然就須承擔著作權侵害責任，而仍須依其他規定 (例如合理使用原則) 來具體認定。<sup>78</sup>

另外，美國國會針對網路服務提供者的責任還曾提出下列數個法規，包括「網路賭博禁止法 (Internet Gambling Prohibition Act)」、「毒品反擴散法 (Methamphetamine Anti-Proliferation Act of 1999)」、「負責監控

---

<sup>76</sup> Good Samaritan Provison：「No provider or user of an interactive computer service shall be treated as the publisher or speaker of any information provided by another information content provider.」

<sup>77</sup> 同前揭註 74 研究報告，頁 50。

<sup>78</sup> 簡榮宗，從 Napster 案談 ISP 之著作權侵害免責規定，<http://www.cyberlawyer.com.tw/alan4-1201.html>，2006/1/2 造訪。

法」(Responsible Monitoring Act of 2000, H.R.5673)及「線上責任標準化法」(Online Liability Standardization Act of 2002, H.R.3716)等等<sup>79</sup>。

## 第二款 歐盟法規

歐盟議會在西元 2000 年所通過的電子商務指令<sup>80</sup>(Directive on electronic commerce), 該指令中的第 4 節第 12 條至第 15 條部分, 便是在處理有關媒介服務提供者責任(Liability of Intermediary Service Providers)的問題, 將網路服務提供者於電子商務中依其營業活動功能型態, 分為「單純連線」(mere conduit)、「快速存取(caching)服務者」及「資訊儲存(hosting)」三種服務類型, 依其性質的不同來界定責任。此種立法模式對於使用者提供不法資訊, 無論其涉及何種法規, 均給予相同的標準規範, 同時可適用於民法與刑法領域, 不僅能提供網路服務提供者明確完整的責任規範, 亦不會出現責任規範相衝突的不合理情形。<sup>81</sup>

此電子商務指令對 ISP 的規範內容, 主要是在特定的條件下, 要求各會員國原本對於 ISP 須為他人(使用者)所提供的資訊負擔共同責任的情形, 予以豁免, 並依上述三種不同服務類型的 ISP 來區分其責任; 依據電子商務指令第 15 條, 各會員國不得對提供第 12、13、14 條的 ISP, 課以要求監控其所傳輸或儲存之資訊的義務, 亦不得課以主動發現或尋找使用者違法行為的義務, 此規定讓 ISP 無須知悉使用者傳輸或儲存的資訊內容, 亦不須對違法資訊內容負責。<sup>82</sup>

除了電子商務指令外, 於 2001 年 5 月通過「資訊社會中之著作權及其相關權利一致化指令」(Directive 2001/29/EC of the European Parliament and of the Council of 22 May 2001 on the harmonisation of certain aspects of

---

<sup>79</sup> 張懿云、廖文慈, 網路服務提供者能否免除商標輔助侵權責任, 智權情報網商標專區, <http://www.apipa.org.tw/Area/TaiwanIndex.asp?intAreaType=3>。

<sup>80</sup> Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ('Directive on electronic commerce')。

<sup>81</sup> 陳人傑, 歐盟電子商務指令對於媒介服務提供者之責任規範簡析, 科技法律透析, 2004 年 1 月, 頁 32-33。

<sup>82</sup> 同前揭註 74 研究報告, 頁 68。

copyright and related rights in the information society)，指令第 5 條第 1 項，主要在處理網路上之快取(caching)與瀏覽(browsing)行爲，其中 ISP 爲了增進使用者網路傳輸效率而提供的快速存取服務，就須遵守此規定的要求才得豁免責任；另外，此著作權指令第 8 條第 3 項規定，在 ISP 所提供的服務下，當第三人使用者侵害著作權或相關權利時，各會員國應確保著作權人得申請禁制令（injunction）等相關救濟途徑。

### 第三款 德國法規

德國於 1997 年 6 月通過「資訊通信服務法」(Information-und Kommunikationsdienste-Gesetz; IuKDG)，此爲一綜合法規，整合電子資訊與通訊服務之相關規定，其中與網際網路服務提供者相關者爲「電信服務法」(Teledienste-gesetz; TDZ)，其中第 5 條即爲 ISP 責任之規範，條文中對提供不同服務的 ISP 有不同的責任規定，主要區分爲自己提供內容者（content provider），提供他人之內容者（如單純的連線服務，access provider），以及資訊儲存服務提供者（host provider）；其責任之區別爲：第一種內容提供服務者須就自己提供之資訊內容負責，後兩種 ISP 則僅在其明知內容違法，並可合理期待其技術上得封鎖而不封鎖該違法內容時，才須負責。

之後爲配合歐盟電子商務指令，德國的電信服務法於 2001 年修正，新法第 8 條第 1 項規定：「服務提供者對自己所提供之資訊依法負責」，自不待言；第 9 條中則對於連線服務提供者有較詳細具體的免責規定；新電信服務法隨著歐盟指令排除了 ISP 監控資訊內容的義務，第 11 條並規定了對於資訊儲存服務提供者的免責條款，ISP 僅在其確實認知該內容違法時才須負責。

但此法第 8 條第 2 項則有此規定：「依法除去或封鎖網路資訊義務，服務提供者不因依第 9 條至第 11 條之免責情形而有差別。」也就是在新

法規定下，無論是否可合理期待技術上可能性，所有的 ISP 都負有依法除去或封鎖資訊之義務。<sup>83</sup>

#### 第四款 日本法規

日本於 2002 年 5 月起施行了「服務提供者責任限制法」，對 ISP 可能負擔的損害賠償責任加以限制，並課以其揭露侵權者資訊的義務；責任限制方面，在不區分受害權利為何的法律架構下，採取「限縮主觀要件」及「踐行特定程序」的做法，增設阻卻責任事由；揭露義務方面，以「權利侵害明確性」及「受揭露的正當理由」為實質要件來課以 ISP 義務，故日本於規範 ISP 責任範圍的立法上，重視 ISP、侵權者、被害者之間的互動關係，並將其作為 ISP 欲主張免責時須踐行的法定程序，有意促進自主性的紛爭解決。<sup>84</sup>



#### 第三項 我國現行對 ISP 責任之規範

我國目前尚無針對 ISP 之責任制定法律規範，故對於 ISP 責任分析的我國法制研究，可探討 ISP 是否屬於電信法免責條款所適用的對象，以及是否與其使用者有消費關係而有消費者保護法的適用；另外若為媒體經營者的 ISP，還可探討其是否適用消保法或公平交易法中關於不當競爭的規定；而對於其使用者之不法行為的責任範圍分析，則可從民法共同侵權行為或傳統刑法上幫助犯的概念來探討。

#### 第一款 電信法

<sup>83</sup> 同前揭註 74 研究報告，頁 75-79。

<sup>84</sup> 同前揭註 74 研究報告，頁 103-105。

電信法的規範對象為電信事業，依我國電信法第 2 條之數款定義如下：「電信」，係指利用有線、無線，以光、電磁系統或其他科技產品發送、傳輸或接收符號、信號、文字、影像、聲音或其他性質之訊息。「電信服務」，係指利用電信設備所提供之通信服務。「電信事業」，係指經營電信服務供公眾使用之事業。

因此 ISP 中屬於電信事業的，應該是指單純提供傳輸線路的網路連線服務提供者(Internet Access Provider, IAP)，但也有可能包括網路平台服務提供者(Internet Platform Provider, IPP)，其實定義並不是非常明確，因而也影響到 ISP 是否適用我國電信法第 8 條第 1 項的免責規定。而如上所述，電信法中有此免責規定，乃是因為傳統見解（例如美國法院對傳統公共載具的見解）認為電信事業對於其所傳送的資訊內容，並無控制能力，因此不能要求其對傳送內容負責<sup>85</sup>。因此本文認為，仍須回歸到個案中看該 ISP 對於其傳送內容的控制能力為何，是否僅為單純的傳輸儲存資訊，才能決定其是否適用傳統電信事業的免責條款。

## 第二款 消費者保護法



我國消費者保護法第 2 條有數款名詞定義如下：「消費者」，指以消費為目的而為交易、使用商品或接受服務者。「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營業者。「消費關係」，係指消費者與企業經營者間就商品或服務所發生之法律關係。「消費爭議」，指消費者與企業經營者間因商品或服務所生之爭議。「消費訴訟」，係指因消費關係而向法院提起之訴訟。「定型化契約條款」，指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。「個別磋商條款」，指契約當事人個別磋商而合意之契約條款。「定型化契約」，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。

因此如本文研究對象拍賣網站服務提供業者，或其他如提供電子信箱

<sup>85</sup> 同前揭註 75。

與網路相簿空間服務等等的 ISP，只要是以此營利向消費者收取費用，筆者認為就應屬於消保法中以提供服務為營業者的「企業經營者」，當 ISP 與其使用者之間因其所提供的服務而產生紛爭時，應可適用消保法中關於企業經營者與消費者之間消費爭議的種種規定，且 ISP 與其使用者之間的服務契約條款，亦符合上述消保法第 2 條對定型化契約條款的定義，例如本文第三章所介紹之 Yahoo! 奇摩拍賣網站的拍賣使用規範，便符合以「網際網路」方法，「預先擬定」的「與不特定多數消費者」所定之「同類契約」，因此該定型化契約的有效性，或是企業經營者的連帶責任等等都應有消費者保護法的規範適用，筆者將於本章第三節深入討論之。

而目前較常見的 ISP 與其使用者負連帶責任的情形，多如 ISP 為單純媒體經營者，提供平台讓其他企業經營者，例如網路商家從事商業活動，當發生不法情事例如商家刊登不實廣告，現行消費者保護法與公平交易法均會課以 ISP「廣告媒體業者之連帶責任」<sup>86</sup>，現行消保法第 23 條明文規定：「刊登或報導廣告之媒體經營者明知或可得而知廣告內容與事實不符者，就消費者因信賴該廣告所受之損害與企業經營者負連帶責任。前項損害賠償責任，不得預先約定限制或拋棄。」而公平法第 21 條第 4 項則規定：「廣告媒體業在明知或可得知其所傳播或刊載之廣告有引人錯誤之虞，仍予傳播或刊載，亦應與廣告主負連帶損害賠償責任。」至於 ISP 是否為消保法或公平法所稱的「媒體經營者」或「廣告媒體業」，行政院消費者保護委員會曾做出解釋（台八十六消保法字第 00 六四八號函）：「凡提供刊登廣告之媒介，無論該媒介之方式為何，只要能使不特定多數人得以知悉該廣告之內容，並以之為經常業務者，均屬於本法第二十三條所稱「媒體經營者」之範圍。」因而提供網路媒體的 ISP，應須負起該法所規定之媒體經營者的連帶責任。

### 第三款 民法

回到本文研究的重點，即 ISP 對於其使用者之不法行為的共同侵權責任，我國民事共同侵權責任規範於民法第 185 條：「數人共同不法侵害他

---

<sup>86</sup> 張雅雯，網路商家與 ISP 刊登網路不實廣告的法律責任，<http://stlc.iii.org.tw/WEBgais/webgaislink/home1/stlcweb/articles/Netlaw/9711c.htm>，2006/3/1 造訪。

人之權利者，連帶負損害賠償責任；不能知其中孰為加害人者，亦同。造意人及幫助人，視為共同行為人。」因此共同侵權行為可區分其類型如下<sup>87</sup>：



圖 4-1 民法共同侵權行為類型

### (一) 共同加害行為

共同加害行為為共同侵權行為之基本類型，成立要件為：1.須行為人為數人；2.須多數人均具備侵權行為之要件；3.多數人須造成同一損害；以 ISP 提供服務的型態而言，雖然其應非與侵權者共同具備故意之意思聯絡的直接加害人，但學者通說與晚近實務見解<sup>88</sup>，均認為損害之共同關聯性，只須損害同一，並不以各行為人主觀上有意思聯絡為必要，多數人過失競合而造成同一損害者，仍應成立共同侵權行為而負連帶損害賠償責任，因此當網際網路的使用者發生侵權行為時，ISP 亦有可能負起此類型的共同侵權責任，只要能證明其有故意或過失的侵權行為，且該行為與不法使用者造成了同一損害。

### (二) 共同危險行為

<sup>87</sup> 邱聰智，新訂民法債編通則（上），新訂一版，頁 193。本段民法共同侵權行為之法條分析均參考此書。

<sup>88</sup> 最高法院 67 年度台上字第 1737 號判例：「民事上之共同侵權行為（狹義的共同侵權行為，即加害行為）與刑事上之共同正犯，其構成要件並不完全相同，共同侵權行為人間不以有意思聯絡為必要，數人因過失不法侵害他人之權利，苟各行為人之過失行為，均為其所生損害共同原因，即所謂行為關連共同，亦足成立共同侵權行為，依民法第一百八十五條第一項前段之規定，各過失行為人對於被害人應負全部損害之連帶賠償責任。」

行爲人有數人，但致生損害結果之加害行爲只有一人或一部份人，即數行爲只造成一個因果關係，但不能知其中孰爲加害人，此時該數人便成立共同危險行爲，負連帶損害賠償責任，其立法意旨是爲保護被害人而設；在 ISP 對於其使用者不法行爲的共同侵權責任分析上，因爲可以確知加害人即爲該不法使用者，因而此種共同侵權型態應是難以成立的。

### （三） 造意行爲

造意與刑法上之教唆類似，係指對於本無加害他人意思之人，勸誘其爲加害行爲，致被造意人（即主行爲人）行使加害他人之行爲而造成具體損害，依據此項規定，造意人須與主行爲人負共同侵權行爲責任。在 ISP 的責任分析上，應難以成立其故意造意使用者爲侵權行爲，但是否有過失的可能仍值得探討。



### （四） 幫助行爲

此共同侵權類型顧名思義即爲對他人爲侵權行爲時給予助力，對於加害行爲之完成有行爲參與，故幫助人與上述造意人相同，均須與主行爲人負共同侵權行爲之連帶損害賠償責任。而 ISP 對其使用者之侵權行爲，例如提供軟體和服務平台讓使用者交換侵害著作權之 MP3 或軟體，或是例如有誹謗或不實廣告詐欺等等的非法資訊儲存於 ISP 之伺服器，甚至更進一步 ISP 幫助散佈或傳輸該些非法資訊，都可符合此項侵權行爲之幫助人之客觀要件，但主觀要件上的故意或過失則須進一步討論，有論著認爲此乃涉及 ISP 應盡的注意義務爲何<sup>89</sup>，而依據學說與實務見解，侵權行爲之過失概念，應以行爲人是否盡善良管理人之注意義務爲判斷標準<sup>90</sup>；當然對於不同類型的 ISP，其善良管理人注意義務的範圍亦有所不同，因此亦會影響到不同類型 ISP 有不同免責要件的立法。

<sup>89</sup> 同前揭註 74 研究報告，頁 107。

<sup>90</sup> 邱聰智，同前揭註 87 書，頁 173-174；最高法院 19 年上字第 2746 號判例：「因過失不法侵害他人之權利者，固應負損害賠償責任。但過失之有無，應以是否怠於善良管理人之注意爲斷者，苟非怠於此種注意，即不得謂之有過失。」



## （五）ISP 的民事共同侵權責任

此處欲研究 ISP 民事共同侵權責任時須注意的一點是，當我們欲課以 ISP 民事共同侵權責任時，上述第 185 條條文僅稱曰：「共同不法侵害他人權利」，而未與民法 185 條條文未與 184 條第 1 項後段和 184 條第 2 項相呼應，則是否共同侵權僅能限定在「權利」之侵害，而無法包含如純粹經濟上損失的權利以外之利益？有學者認為此應僅為立法技術上之精簡，在其解釋和適用上仍應與第 184 條同一，以求一致。故多數人共同違反保護他人之法律，或是共同故意以背於善良風俗之方法加損害於他人者，解釋上亦應可成立共同加害行為，且行為人亦須具備侵權行為的基本主觀要件，如故意或過失等等<sup>91</sup>，筆者亦贊同此觀點，避免限縮共同加害者或幫助加害者的責任範圍，以保障被害人之權益。

## 第四款 刑法



在犯罪理論結構上所謂的犯罪乃指一個「構成要件該當」、「違法」、且具有「罪責」的「行為」<sup>92</sup>。因此欲探討 ISP 的刑事責任，首先須討論 ISP 所提供之服務是否屬於刑法上可評價的行為，接著列舉出其提供服務之行為所可能造成的刑法上法律風險，並對 ISP 在不法構成要件和客觀歸責層面上，分別以故意過失、作為犯與不作為犯以及風險容許等概念來分析其刑事責任，最後再回到本文研究重點；ISP 對於其使用者之不法行為，在刑法評價上成立共同正犯或幫助犯的討論分析。

### （一）ISP 之服務與刑法上之行為評價

無行為即無犯罪，行為可謂刑法評價及犯罪判斷的基礎<sup>93</sup>。故欲對 ISP

<sup>91</sup> 邱聰智，同前揭註 87 書，頁 193-194，註解 67、68。

<sup>92</sup> 林山田，刑法通論（上），增訂八版，頁 159。

<sup>93</sup> 林山田，同前註 92 書，頁 167。

做刑事責任的判斷，首先即須判定其提供之服務屬於刑法概念上的行為之後，才能繼續從事構成要件該當性、違法性與罪責等的犯罪判斷。

ISP 雖多係藉由電腦與軟體程式傳送或處理大量的資訊，但仍是基於人類意思主宰支配下而為提供服務的設計，這種自動化設備就類似自動販賣機或 ATM 提款機與人之間的互動關係，此種利用機器自動化特性為一定行為之情形，司法院 83 廳刑一字第 07568 號函已將其定性：「自動販賣機或自動提款機等自動化設備，均為設置者的意思或手足之延伸。」也就是自動化設備因相對人的行為而產生的回應，可視為設置者本身的行為<sup>94</sup>；又依據刑法行為理論概念之通說「社會行為論」，認為凡人類的行止，包括作為與不作為，不問出於故意或過失，只要足以惹起有害於社會的結果，而具社會重要性質者，均屬刑法概念上的行為<sup>95</sup>。因此以自動化設備所提供之網路服務，應可被認定為 ISP 之行為，並且是得以作刑事責任判斷對象的刑法概念上之行為。

然而此處還有一重要爭議，就是我們若將 ISP 視為一「法人」，在刑事犯罪上除了處罰其代表人或代理人外，ISP 本身是否可成為「犯罪主體」與「刑事責任」主體呢？刑法上的行為人乃指實施犯罪行為，而實現構成要件的行為主體<sup>96</sup>，因此自是以自然人為核心；關於法人可否為刑法之犯罪主體，乃與法人之本質有關，而法人之本質如何，學說不一，學者有如下的不同見解<sup>97</sup>：

採否定立場的「否定說」，即否認法人具有人格，認為法人不過為一定目的而存在之無主體財產，或多數受益人權利義務之集合。此說既不承認法人之存在，則法人自不能成為犯罪主體。

另一說為「擬制說」，此說認為法人為法律所擬制之人格，非實際之存在，故法人本身不能為固有之行為，僅依法律之規定，將代表人之行為，視為其自己之行為；若代表人之違法行為，因非法律所承認目的範圍內之行為，則其效果自不及於法人，故對法人自無承認其為犯罪主體之必要。

<sup>94</sup> 同前揭註 74 研究報告，頁 110。

<sup>95</sup> 林山田，同前揭註 92 書，頁 175。

<sup>96</sup> 林山田，同前揭註 92 書，頁 176。

<sup>97</sup> 刑法講義，《第貳編》第一章 故意犯 2-9：<http://book.sir.com.tw/pdf/W05-2.pdf>。

另有「實在說」，主張法人實在說者，認為法人有實體之存在，故有獨立之人格，因而以法人資格所為之意思表示與行為，不能認為係組織法人之自然人之意思與行為，此在民法上已為當然之事實。法人在民法上既有為法律行為及不法行為之能力，在刑法上自亦應有犯罪能力，故得為犯罪之主體。

而我國在傳統大陸法系的刑法概念下，亦認為只有自然人才有所謂作為或不作為的行止，法人因不具倫理性與道德性，且並無如自然人的意思決定與意思活動，判例與通說均否定法人之犯罪能力，僅在特別法例外規定可處罰法人的情形，例如公司法或著作權法以及行政刑法等等。然而法人之活動在現代社會生活上具有重要的地位及意義，隨著法人活動範圍之擴大，以刑法來限制法人活動之必要性逐漸提高，故積極承認法人犯罪能力的理論見解亦快速發展，例如「企業組織體責任論」的概念：如法人活動有怠忽安全對策之社會不合理情形發生時，組織內各個人並無過失，無法具體確定企業組織體中特定何人為可罰之行為時，應處罰法人<sup>98</sup>。

此外，在個案中我們還可判斷 ISP 之行為型態，是屬於作為還是不作為，尤其是不作為犯的認定，係限於「不為被期待的特定行為」，而違背了「作為義務」，因而可進一步探討在使用者為不法行為的預防或處理上，ISP 究竟該有哪些被期待的特定行為或是作為義務，即 ISP 之行為於刑法第 15 條之適用情形<sup>99</sup>。

## （二）ISP 在刑法上可能有的法律風險

刑法可就不同的觀點而作不同的分類，依立法體例的不同，可分為主刑法與輔刑法。主刑法係指規定犯罪與刑罰的主要法律，如中華民國刑法，而輔刑法則指本法以外的刑事單行法，以及其他分散規定於民商法、行政法、經濟法、財稅法等等的附屬刑法<sup>100</sup>。此處便依此分類推測 ISP 因其使用者之違法行為而致其於刑法上可能產生的法律風險。

<sup>98</sup> 川端 博著，甘添貴監譯、余振華譯，法人之犯罪能力與兩罰規定，刑法總論二十五講，1999 年 11 月初版，頁 9。

<sup>99</sup> 刑法第 15 條：「對於犯罪結果之發生，法律上有防止之義務，能防止而不防止者，與因積極行為發生結果者同。因自己行為致有發生犯罪結果之危險者，負防止其發生之義務。」

<sup>100</sup> 林山田，同前揭註 92 書，頁 50-51。

在主刑法上，ISP 提供服務時可能成立的罪名有妨害秘密相關罪名、妨害電腦使用罪、第 153 條煽惑他人犯罪或違背法令之罪、第 191 條販賣陳列妨害衛生物品罪、第 235 條散佈播送猥褻物品罪、賭博罪名、誹謗、詐欺等等，當 ISP 本身已並非單純提供連線或平台服務，而係結合了提供網路資訊內容者（ICP）的身分時，便可能為種種刑法罪名之正犯，而以使用者為主行為人為不法行為作前提時（即本文研究之主題），便有可能成立該不法使用者所犯罪名的共同正犯或幫助犯。

在輔刑法方面，近年來熱門的著作權或商標侵權，企業經營者不當競爭時違反公平交易法，均有刑事責任的規定；另外例如國家機密保護法、電腦處理個人資料保護法等附屬刑法，亦屬實務上 ISP 較易涉入的罪名。<sup>101</sup>

### （三）主觀不法構成要件

如第（一）小段所述，依據兩種不同的基本行為型態，可將犯罪類型可區分成「作為犯」和「不作為犯」，又可依構成要件故意的有無區分為「故意犯」與「過失犯」，故在 ISP 各種可能有刑事責任法律風險的個案上，我們可依不同罪名的構成要件該當性，檢驗其為「故意的作為犯」，「過失的作為犯」，「故意的不作為犯」，或是「過失的不作為犯」。

在故意犯的主觀不法構成要件中除了出於主觀心態之故意而實現客觀不法構成要件外，若為意圖犯則還包括「特定意圖」；判斷行為人主觀上有無構成要件故意，其關鍵性時間點在於「行為當時」，且故意須包括「認知要素」和「決意要素」。所以在判斷 ISP 是否構成主觀故意時，應須於個案中判定其行為時點，是否對於客觀的構成犯罪事實有全部認識，並進而具有實現客觀構成犯罪事實的決意。<sup>102</sup>

故意犯所能構成的犯罪類型，過失犯在理論上亦均能構成。但我國刑法規定處罰的過失行為僅以刑法設有特別規定者為限<sup>103</sup>。在刑法概念上過失可區分為無認識的過失、有認識的過失、一般過失與業務過失等，而刑

<sup>101</sup> 同前揭註 74 研究報告，頁 112。

<sup>102</sup> 林山田，同前揭註 92 書，頁 239-242。

<sup>103</sup> 刑法第 12 條第 2 項：「過失行為之處罰，以有特別規定者，為限。」

法論理學上對於過失作為犯的不法構成要件之論述，認為過失犯的構成要件該當應須具備「因果關係」、「行為不法」、「結果不法」的要件；因此對於判斷 ISP 於刑事犯罪是否有過失時，可以此檢驗之，特別是行為不法的檢驗，可探討其提供之服務，是否製造了法律所不容許的風險，是否有違反客觀注意義務，在個案上 ISP 的應注意方式與注意程度究竟為何等等。

#### （四） 違法性與罪責

即使某個行為具有犯罪的構成要件該當性，但在特定條件下該行為是社會或法律所允許，抑或是社會共同生活所必需時，就刑法的犯罪判斷來說，即因不具違法性而不構成犯罪，例如法定的阻卻違法事由，像正當防衛、緊急避難、一法令的行為等等，也有其他雖非法定，但刑法學說上肯定的超法律的阻卻違法事由，例如被害人同意或承諾、義務衝突<sup>104</sup>。故在分析 ISP 刑事責任時，亦須注意個案中是否有阻卻違法事由之情事，例如假設 ISP 提供之服務雖有教唆或幫助使用者犯罪的構成要件該當，但若該使用者的行為本身即不具違法性，那麼 ISP 也無法構成教唆犯或幫助犯。

罪責亦是行為人的行為能夠成立犯罪的要素之一，罪責的非價判斷即針對行為人雖然可以決定適法行事，但卻決定違法行事所為的可責難性；其判斷內容包括行為人是否為法律規範的適格受規範者、行為人是否能夠或必須接受法律規範、以及在刑法評價上行為人之行為是否可責。通說認為罪責要素應包括：責任能力、故意或過失的罪責型態、不法意識、合乎規範行止的期待可能性等<sup>105</sup>。

#### （五） ISP 為共同正犯、教唆犯或幫助犯之探討

刑法為了妥適評價各種不同參與方式的行為人的刑事責任，乃在刑法理論中創造出「正犯」與「共犯」兩種刑法制裁體系上的類型。<sup>106</sup>我們在評價 ISP 對於其使用者之違法行為的刑事責任時，在共犯從屬性原則下，

<sup>104</sup> 林山田，同前揭註 92 書，頁 265-266。

<sup>105</sup> 林山田，同前揭註 92 書，頁 322-327。

<sup>106</sup> 林山田，刑法通論（下），增訂八版，頁 42。

需有該不法使用者為一刑事違法行為之正犯的前提，再來討論 ISP 為共同正犯或共犯<sup>107</sup>的可能性。

共同正犯是指兩個以上的行為人，基於共同的行為決意（主觀要件），各自分擔犯罪行為的一部，而共同實施構成要件的一種參與犯<sup>108</sup>；故我們欲在個案中檢驗 ISP 是否成立共同正犯的要件時，重點便在於「犯意聯絡」與「行為分擔」，即須證明 ISP 與該不法使用者有共同犯罪的認識，有相互利用以遂行犯罪目的的意願，進而直接參與犯罪的構成要件行為，或是策劃與指揮，或僅參與預備階段等等，均可認定其參與了共同犯罪行為的實施。目前國內已有此類型實務案例（92 年度訴字第 2146 號，即 Kuro 案），該判決內容即認為被告的 ISP 與不法使用者共同侵害原告著作權，成立共同正犯。

而在共犯理論中的教唆犯，乃係對本來無犯罪故意的人實施造意行為，在討論 ISP 於其使用者犯罪時是否可能成立教唆犯，本文認為個案中應難以認定 ISP 具備喚起使用者從事特定犯罪的「教唆故意」，以及促使被教唆者實現不法構成要件的「教唆既遂故意」，因為欠缺「雙重教唆故意」，而不會構成教唆犯。幫助犯，則係指對於實施故意的犯罪行為或刑事違法行為的他人，提供助力的行為人，探討 ISP 此類型刑事責任時，需判斷使用者的故意違法主行為以及 ISP 的幫助行為（客觀要件）是否成立，以及其主觀要件與教唆犯類似，須證明 ISP 有「幫助故意」以及「幫助既遂故意」的「雙重幫助故意」，才能成立幫助犯。

#### 第四項 ISP 之侵權代位責任（vicarious liability）

網際網路服務提供業者的責任問題，可說是網路時代的熱門議題，例如網路著作權的侵害、網路世界的誹謗罪責等等都與 ISP 的責任規範息息相關；而除了上述介紹各國對於 ISP 的責任相關規範外，本文亦於此導入美國侵權法上「侵權代位責任」的概念，以有助於探討使用者為侵權行為

<sup>107</sup> 參見同前註。國內通說，廣義的共犯即包括共同正犯、教唆犯、幫助犯；但林山田老師認為共犯應僅指教唆犯與幫助犯，共同正犯乃屬真正的正犯，而非共犯。

<sup>108</sup> 林山田，同前揭註 106 書，頁 86-100。

時，ISP 應有的合理責任分配。

美國侵權法實務判決上，為彌補直接侵權責任之不足，而發展出「間接責任」的理論，包括「參與侵權責任」(contributory liability)與「侵權代位責任」(vicarious liability)。「參與侵權責任」類似我國民法「共同侵權」責任的概念，但基本上須以「故意」甚至「實質上參與」為前提；而「侵權代位責任」則是強調承擔此種責任之人，本身並未從事侵權行為，只是在責任歸屬上必須由此人代位承擔<sup>109</sup>。此種「侵權代位責任」類似我國民法 188 條僱用人責任<sup>110</sup>的概念，即員工於執行職務時為侵權行為，其雇主本身雖未親身為侵權行為，但卻可能因其員工的作為而負上法律責任。而美國法院實務上於判斷雇主是否應負侵權代位責任時，係用“服務動機 (motivation to serve)”的概念，也就是該員工為故意侵權行為之原因，乃是基於執行職務以達成服務雇主之目的，此時雇主便需連帶負責<sup>111</sup>。

後來美國法院便將此種雇主之侵權代位責任的概念，擴張應用至著作權侵害案件中。例如美國最高法院於 *Sony Corp. v. Universal City Studio, Inc.*, 464 U.S. 417, 435 (1984) 一案中，便指出著作權侵害案件，除了著作權之直接侵害以外，亦有代理侵害或輔助侵害責任之適用；接著在 *Religious Technology Center v. Netcome On-Line Communications Services, Inc.* 907 F. Supp. 1361 (N.D. 1995) 一案中，美國法院則就 ISP 對於網路使用者之侵害著作權行為應否負責，作出具代表性之見解<sup>112</sup>。基本上，法院認為 ISP 對於網路使用者之侵害著作權行為應否負責，應視其是否知情及可得知悉而定。此一見解為往後 ISP 之著作權侵害責任定下標準<sup>113</sup>。

由於相較於現實世界，網際網路有其許多特殊性，例如使用者的匿名性，造成身份辨識的困難等等，而 ISP 之經濟能力與掌握資源的能力又通常較強，因此當網際網路世界發生侵權行為時，受害人將 ISP 與侵權者列為共同被告，確有其權利侵害救濟上的考量實益。在大多數案例情形下，

---

<sup>109</sup> 蔡蕙芳，用戶著作權侵權之網路服務業者責任，科技法律評論，第一卷第二期，2004 年 9 月，頁 45-73。

<sup>110</sup> 我國民法 188 條第 1 項：「受僱人因執行職務，不法侵害他人之權利者，由僱用人與行為人連帶負損害賠償責任。」

<sup>111</sup> Joseph W. Glannon, *The Law of Torts*, second edition, 2000, p.400.

<sup>112</sup> 判決全文可於 <http://www.jmls.edu/cyber/cases/netcom.txt> 網址中閱覽。

<sup>113</sup> 章忠信，網路服務業者(Internet Service Provider)之著作權侵害責任，萬國法律第 97 期，民國 87 年 2 月。

ISP 並非直接對被害人為侵權行為，因而其所產生的責任便為上述所介紹的「間接責任」，也就是以他人直接侵權行為的發生為前提，因間接參與侵權而成立。因此從美國實務上發展的理論觀之，若欲單純提供傳輸或平台服務而無直接參與侵權行為的 ISP，對其使用者之侵權行為共同負責時，便引用此「侵權代位責任」的概念。又依據美國法院所表示的見解，侵權代位責任的兩個必須同時具備的要件：一、承擔侵權代位責任之人對他人直接侵權行為具有控制監督的權利與能力。二、從他人直接侵權行為直接獲得財產上利益。簡單而言，侵權代位責任之二要素即為控制(control)與利益(benefit)<sup>114</sup>。示意圖如下：<sup>115</sup>

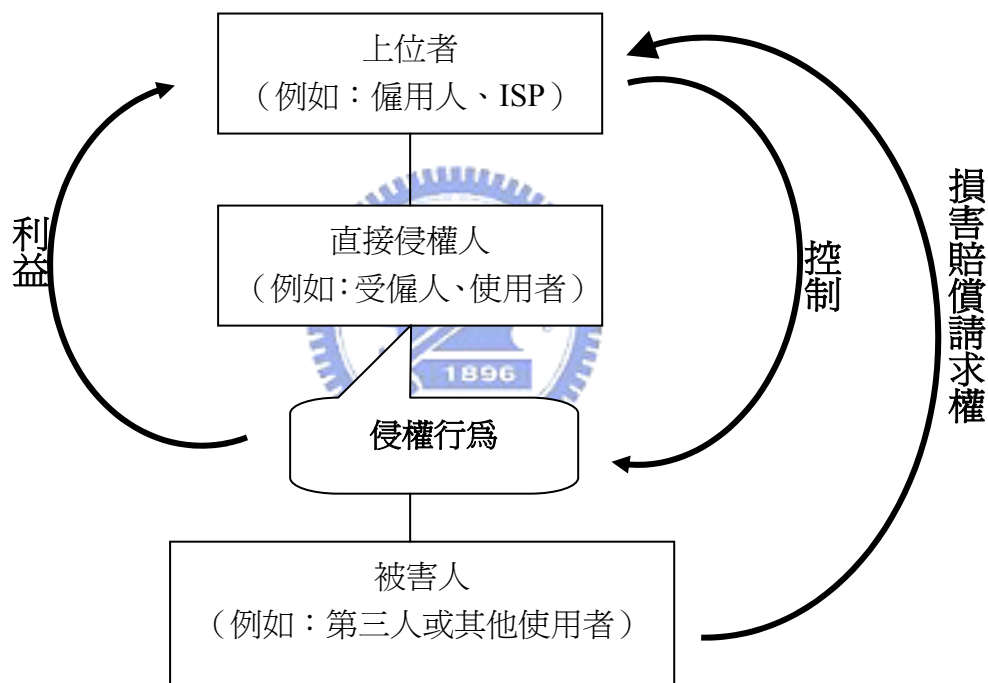


圖 4-2 侵權代位責任示意圖

也就是說，將傳統僱用人責任，因僱主對於受雇人之行為有監督權，且藉由受雇人之行為獲有經濟上之利益，而須負起侵權代位責任的概念，擴張到網路世界的 ISP 責任，無論是著作權侵害，誹謗，或是本文所討論

<sup>114</sup> 參見蔡蕙芳，同前揭註 109 文章，頁 6。

<sup>115</sup> 參考蔡蕙芳，P2P 網站經營者在刑法共犯及民事共同侵權行為之構成要件差異分析，投影片 11，2005 全國科技法律研討會講義，頁 136。



的拍賣網站使用者詐欺，欲判斷 ISP 是否要對其使用者之侵權行為負起「侵權代位責任」時，均應就個案中 ISP 的角色地位討論之，即當使用者為不法侵權行為時，ISP 對其使用者之行為的監督控制能力為何，以及使用者之侵權行為是否讓 ISP 獲得經濟上之利益等等。

## 第五項 小結

本節介紹了各國對於 ISP 責任的相關立法，以及研究廣義的 ISP 在我國相關法規下可能產生的種種法律責任，可知其零星分散在電信法、消費者保護法、公平交易法等特別法規當中，而無專門針對 ISP 特定法律責任的立法規定。因此當網站使用者有不法行為時，欲研究 ISP 之連帶責任，仍須回歸到我國民法和刑法的規定下，來分析 ISP 可能會產生的共同侵權責任，以及共同正犯、共犯成立的可能性；同時亦可導入美國侵權法中代位責任的概念來研究之。此外，我們還可從消費者保護法的角度切入，從網站經營者與其消費者間的消費關係，討論當消費爭議發生時 ISP 的法律責任。

以上是對於我國 ISP 責任的相關現行法規介紹與學理探討，而本文欲研究之主題既為拍賣網站 ISP 對於拍賣網站交易糾紛的責任範圍，因此先在本章第三節，釐清拍賣網站 ISP 與會員間之關係，是否可能有代位責任的產生，並討論消費者保護法在拍賣網站 ISP 與使用者間消費爭議的適用情形。再於本章第四節中，以本文第三章所介紹的拍賣網站詐欺交易糾紛案例情形為主，配合本節的相關學理，做拍賣網站 ISP 責任的案例分析。

## 第三節 拍賣網站 ISP 與其使用者間之關係

### 第一項 何種契約關係？

為有助於拍賣網站 ISP 責任範圍的釐清與分析，本文於此小節整理拍

賣網站 ISP 與其使用者之間的法律關係。首先再次說明本文所述之「拍賣網站」的經營型態，網路拍賣的交易關係是存在於拍賣網站使用者之間，拍賣網站 ISP 則是有償或無償提供網路交易平台與其他加值服務，而基本上各大拍賣網站目前均設立定型化的使用規範，主觀意思表示不介入使用者之間的買賣契約關係與交易糾紛。

若 ISP 為有償的提供交易平台，例如收取刊登費用和底價、直購價等設定費用的台灣 Yahoo!奇摩拍賣網站，拍賣網站 ISP 與其使用者間，除了 ISP 提供服務平台的一般服務買賣契約外，有學者論此種經營型態的拍賣網站 ISP 應有民法上「居間人」的法律地位<sup>116</sup>。依我國民法第 565 條規定：「稱居間者，謂當事人約定，一方為他方報告訂約之機會或為訂約之媒介，他方給付報酬之契約。」此種契約為不要式的有償契約。

若將此契約關係適用在拍賣網站 ISP 與其使用者之間，拍賣網站 ISP 提供服務平台讓賣家刊登或宣傳商品，讓買家搜尋和下標，應可視作其為使用者「報告訂約之機會或為訂約之媒介」，但因目前以 Yahoo!奇摩拍賣網站為例，僅向賣家收取報酬，所以應僅可將居間關係適用在拍賣網站 ISP 與賣家會員之間。此時拍賣網站 ISP 為居間人，賣家為委託人，拍賣網站 ISP 有居間人之報酬請求權，但亦應有民法所定之居間人義務，包括如下逐一說明的忠實辦理義務、據實報告義務、調查義務、不告知姓名義務、介入義務等等：

首先基於民法的誠實信用原則，居間人必有「忠實辦理」之義務，亦如民法第 571 條規定：「居間人違反其對於委託人之義務，而為利於委託人之相對人之行為，或違反誠實及信用方法，由相對人收受利益者，不得向委託人請求報酬及償還費用。」，由於拍賣網站 ISP 係提供多數不特定消費者一買賣交易平台，因此應不會有此圖利相對人之情形。

其次為「據實報告義務」與「調查義務」，依民法第 567 條第 1 項：「居間人關於訂約事項，應就其所知，據實報告於各當事人。對於顯無履行能力之人，或知其無訂立該約能力之人，不得為其媒介。」以及民法第 567 條第 2 項：「以居間為營業者，關於訂約事項及當事人之履行能力或訂立該約之能力，有調查之義務。」現今拍賣網站 ISP 確係以居間為常業為營

<sup>116</sup> 林瑞珠，網路拍賣契約爭議問題之研究，月旦法學雜誌，第 130 期，2006 年 3 月，頁 45。

業，但並無確實調查過濾其會員之訂約或履行能力，而直接作為一交易媒介來營利。

另有「不告知姓名義務」與「履行義務」，依民法第 575 條第 1 項：「當事人之一方，指定居間人不得以其姓名或商號告知相對人者，居間人有不告知之義務。」民法第 575 條第 2 項：「居間人不以當事人一方之姓名或商號告知相對人時，應就該方當事人由契約所生之義務，自己負履行之責，並得為其受領給付。」此乃為學者所稱「隱名媒介」之情形時的居間人義務<sup>117</sup>。

由上述法條解釋關之，以本文所舉的台灣 Yahoo!奇摩拍賣網站為例，會員經過註冊及認證手續後參與拍賣網站活動，均有其註冊的個人資料與帳號，因此應無上述居間人不告知姓名義務以及履行義務的「隱名居間」問題，比較值得探討的便為拍賣網站 ISP 之「據實報告、妥為媒介及調查」的義務。網路世界的匿名性、資訊大量快速流通等等的特性，造成了拍賣網站 ISP 應有對其使用者訂約能力、履行能力負起責任的主張。

此外，現今拍賣網站 ISP 亦在其使用規範或與會員合約中明文排除上述的這些責任義務，因此究竟拍賣網站之經營是否應受民法居間契約的規範？又這樣的定型化免責契約條款之效力為何？以下於本節第二項從消費者保護法的角度切入探討之，並有助於思考在網路拍賣交易糾紛下拍賣網站 ISP 的責任範圍應擴張之程度。

## 第二項 從消費者保護法角度觀之

本段從消費者保護法的角度切入，以 Yahoo!奇摩拍賣網站為例，討論拍賣網站 ISP 與其使用者間的消費關係，其定型化契約的效力，以及例如當使用者被詐欺的消費爭議發生時，是否有消保法企業經營者無過失責任的適用等等。

而本文所舉詐欺案例，雖然多為買家遭受詐欺之情形，以 Yahoo!奇摩

---

<sup>117</sup> 戴修瓚，同前揭註 20 書，頁 72-73。

拍賣網站為例，係僅向賣家收取服務費用，則恐有不需付費之使用者（即買家）不為我國消保法所定義之消費者之虞。然筆者認為拍賣網站之經營乃係依賴買家與賣家的共存，且會員隨時可能改變身分為某件網路拍賣物品的買家或賣家，且拍賣網站 ISP 要求所有使用者使用拍賣網站功能前均須接受其「服務使用規範」，並無針對賣家或買家之分。因此雖然目前一項刊登商品的結標，買方不需付費給拍賣網站 ISP，但應視為賣家已將刊登商品費用列入交易成本之考量，買家應仍屬拍賣網站的「消費者」；且未來國內拍賣網站，亦有可能如國外某些拍賣網站之收費方式，收取每筆刊登物品的「成交手續費」，此時拍賣網站使用者，無論作為賣家或買家，與拍賣網站經營業者之間，更無疑存在企業經營者與消費者間的消費關係，而有我國消費者保護法之適用。

## 第一款 商品製造人或服務提供人之責任

我國消費者保護法第 7 條第 1 項規定：「從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者，於提供商品流通進入市場，或提供服務時，應確保該商品或服務，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性。」又第 7 條第 3 項：「企業經營者違反前二項規定，致生損害於消費者或第三人時，應負連帶賠償責任。但企業經營者能證明其無過失者，法院得減輕其賠償責任。」這是我國現行民法體系中，將「服務」概括地認為其為法律事實，使其足生一定法律上之效力，而對企業經營者課予高度損害賠償責任的立法例<sup>118</sup>。又就消費者權益之保護，本法屬民法之特別法，應優先於民法加以適用，姑且不論學理上關於服務之概念範圍的界定，以及對於企業經營者無過失責任適法性等等的爭議，本文乃從企業經營者服務責任的基礎理論分析，來討論拍賣網站 ISP 服務責任的成立要件，包括責任主體、責任原因、損害、因果關係<sup>119</sup>，如下以拍賣網站使用者受詐欺的情形為例來分析之：

### （一）責任主體

<sup>118</sup> 朱柏松，消費者保護法論，增訂版，民國 88 年 9 月，頁 177。

<sup>119</sup> 姜志俊，消費者保護法，初版，民國 94 年 6 月，頁 81。

於上一節的法規介紹中，已說明我國消費者保護法對於消費者、企業經營者、定型化契約等等的定義。拍賣網站經營業者，提供交易平台服務給予其使用者，並對刊登商品的使用者收取服務費用，因此我們應可將拍賣網站 ISP 視為消費者保護法第 2 條第 2 款所定義之「提供服務」的企業經營者，故拍賣網站 ISP 與其使用者之間的消費關係，便應有消費者保護法的適用，可將拍賣網站 ISP 視為消保法中的責任主體。

## （二）責任原因

接著我們必須探討，拍賣網站 ISP 提供的「服務」，是否符合現時可合理期待之安全性？消保法中所規定的商品或服務責任，只要該商品或服務具有欠缺安全性之客觀事實存在即足夠，而不考慮發生危險之行爲是否具有可責性（即故意或過失）<sup>120</sup>。拍賣網站 ISP，對於使用者刊登仿冒商品的過濾，使用者利用多重帳號製造假評價的管理，或是當發現拍賣網站使用者爲詐欺行爲時的應變處理等等，都可視爲交易糾紛個案中該服務的安全性水準之考量，必須以現今網路技術的科技或專業水準來衡量該拍賣網站 ISP 的所提供的服務安全性是否具有缺陷。

筆者從許多案例的蒐集，以及從受到詐欺並有財產損害的消費者角度觀之，認爲拍賣網站管理有缺陷的客觀事實確實存在，尤其是當一詐欺案例發生，該行使詐欺行爲的使用者受到檢舉時，拍賣網站 ISP 卻未能即時處理，而導致更多使用者受害的情形，但在個案上仍須視拍賣網站 ISP 於案例發生時所做的處理來判斷。因而拍賣網站 ISP 若欲完全免責，應須在此部分舉證其所提供之服務已具「通常可合理期待之安全性」。

## （三）損害

在本文所舉的拍賣網站詐欺案例中，使用者所受的損害無疑爲「財產上損失」，若賣家遭受買家詐欺時，可能損失一商品，而買家受到詐欺時，便多爲金錢上的損害。

---

<sup>120</sup> 姜志俊，同前揭註 119 書，頁 86。

#### （四）因果關係

而拍賣網站 ISP 若因其所提供的這些「服務」未符合標準，與使用者遭受詐欺所受的「損害」，兩者之間因果關係程度的要求，將影響法院對於拍賣網站 ISP 與詐欺使用者對被害人負連帶賠償責任的判定。以消保法第 7 條第 3 項但書的文義觀之，即使企業經營者能證明其無過失，也僅得減輕而非完全免除其賠償責任。因此，拍賣網站 ISP 若已被判定具有服務缺乏安全性的客觀事實存在，則此種情形下欲完全免責，因果關係的判定便相當重要，也就是該拍賣網站「服務缺乏安全性」是否導致了使用者遭受詐欺的「損害」。對於因果關係程度的要求，可從法院相關個案中得知，消費者若要依消保法向企業經營者請求損害賠償，仍須依民法之規定，證明其所受損害與該有安全上之危險的服務間有「相當因果關係」<sup>121</sup>。

#### 第二款 定型化契約條款之效力

依據我國消費者保護法第 2 條的名詞定義，定型化契約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；而定型化契約條款，則是指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，且定型化契約條款不限於書面，以網際網路等方法表示者亦屬之。

而依據我國消保法對於定型化契約條款內容的規定，例如第 11 條：「企業經營者在定型化契約中所用之條款，應本平等互惠之原則。定型化契約條款如有疑義時，應為有利於消費者之解釋。」以及第 12 條第 1 項：「定型化契約中之條款違反誠信原則，對消費者顯失公平者，無效。」可知定型化契約條款的基本原則為「平等互惠」和「公平誠信」。而這些抽象概念的認定標準，消保法亦另有規定，例如消保法第 12 條第 2 項<sup>122</sup>便列舉三種推定該契約條款顯失公平的情形，包括違反平等互惠原則，條款與其

<sup>121</sup> 姜志俊，同前揭註 119 書，頁 106。

<sup>122</sup> 消保法第 12 條第 2 項：「定型化契約中之條款有下列情形之一者，推定其顯失公平：一、違反平等互惠原則者。二、條款與其所排除不予適用之任意規定之立法意旨顯相矛盾者。三、契約之主要權利或義務，因受條款之限制，致契約之目的難以達成者。」

所排除不適用之任意規定之立法意旨顯相矛盾者，以及契約之主要權利或義務，因受條款之限制，致契約之目的難以達成者。對於契約條款是否違反誠信原則和平等互惠原則的判斷，則於消保法施行細則中有加以說明之<sup>123</sup>。而依學者見解，所謂平等互惠，係指定型化契約條款訂約人固然得本於契約自由原則，並為其正當利益，而為有利於己之約定，但應同時兼顧消費者之利益，尤其不得因為該有利於己之約定而使消費者處於法律上毫無救濟的地位<sup>124</sup>。

因此以 Yahoo!奇摩拍賣網站為例，如前述章節所介紹，於網站註冊的會員於開始使用拍賣網站功能，接受拍賣網站 ISP 提供的服務之前，會於網頁上出現「Yahoo!奇摩拍賣使用規範」，使用者必須先勾選「我已經閱讀、了解並且同意遵守此使用規範的規定」，並點擊（click）確定鍵後，方可開使使用拍賣網站功能。此使用規範應可視為拍賣網站 ISP（即企業經營者）與拍賣網站使用者（即消費者）間的「定型化契約」。

而就「Yahoo!奇摩拍賣使用規範」（參見附錄九）為例，舉出與拍賣網站 ISP 責任範圍相關的條款內容討論之，筆者認為此定型化契約的第八條，關於責任範圍的條款，即有消保法施行細則第 14 條第二款和第四款違反平等互惠原則的情形存在，此條款內容為：「除本使用規範另有規定外，Yahoo!奇摩對於您因使用拍賣服務所生之損害不負任何補償或賠償責任，惟如依法令規定 Yahoo!奇摩因此應負損害賠償責任時，您瞭解並同意 Yahoo!奇摩所負之責任應不逾您當次就使用 Yahoo!奇摩拍賣服務所支付之費用。」此條款內容完全排除了拍賣網站 ISP 對消費者的損害賠償責任，無提及拍賣網站 ISP 本身提供服務時所應盡的控制危險義務，且讓使用者自行負擔所有的交易風險，明顯為不利於消費者之情形。

而我國法院案例實務上，對於契約條款究竟是否因違反平等互惠原則、顯失公平而為無效，則仍需依契約本質所生之主要權利義務，或按法律規定加以綜合判斷<sup>125</sup>。筆者認為，拍賣網站 ISP 乃為一商業利益龐大的

<sup>123</sup>消保法施行細則第 13 條：「定型化契約條款是否違反誠信原則，對消費者顯失公平，應斟酌契約之性質、締約目的、全部條款內容、交易習慣及其他情事判斷之。」第 14 條：「定型化契約條款，有下列情事之一者，為違反平等互惠原則：一、當事人間之給付與對待給付顯不相當者。二、消費者應負擔非其所能控制之危險者。三、消費者違約時，應負擔顯不相當之賠償責任者。四、其他顯有不利於消費者之情形者。」

<sup>124</sup> 詹森林，馮震宇，林明珠三人合著，認識消費者保護法，民國 94 年 8 月，頁 93-94。

<sup>125</sup> 參見 91 年台上字第 2336 號判決要旨。

企業經營者，此定型化契約條款卻將其對使用者的損害賠償責任範圍無條件排除之，違反平等互惠原則亦顯失公平，因此該條款依消費者保護法第12條之規定，應為無效。

## 第四節 拍賣網站 ISP 之責任分析—以網路拍賣詐欺為例

### 第一項 前言

網路拍賣交易糾紛型態眾多，本文已於第三章中簡單介紹數個真實案例，有一般的民事買賣契約糾紛，亦有涉及刑事詐欺罪嫌的情形，此章節筆者便以其中的案例情形<sup>126</sup>作拍賣網站 ISP 責任分析，尤其是詐欺類型案例，例如會員以賣家身分刊登商品，吸引買家下標匯款後，不履行交易甚至消聲匿跡，此種案例多以高價位商品為主，交易金額較龐大，且通常不只一個買家受害，因此是筆者認為急需規範 ISP 責任範圍的網路拍賣交易糾紛類型，故筆者在此選擇網路拍賣詐欺案例，依循第四章第二節所介紹與 ISP 責任規範相關之法理，作拍賣網站 ISP 刑事或民事共同侵權責任的分析。

### 第二項 刑事責任—ISP 為共同正犯或幫助犯的分析

整理本文第三章所舉案例，拍賣網站會員利用拍賣網站交易而詐欺取財的情形可能有：

案例類型一：商品狀況故意描述不實，例如賣家將仿冒品當真品販售，或是對於商品材質、新舊程度等等的不實陳述，讓買家對該商

---

<sup>126</sup> 參照本文第三章第二節各項。



品有錯誤的認識而下標購買<sup>127</sup>；

案例類型二：販售的商品根本不存在，行為人利用拍賣網站刊登商品來吸引買家下標匯款後消聲匿跡<sup>128</sup>；

案例類型三：其他新興的詐欺手法，例如劫標客寄出假的匯款通知信函<sup>129</sup>。

## 第一款 詐欺正犯的成立

在上述情形中，因為拍賣網站 ISP 並非對受害買家進行詐欺的主行為人，故必須以有一拍賣網站會員（即主行為人）為詐欺行為之正犯為前提，我們才能進一步去分析拍賣網站 ISP 為網路拍賣詐欺的共同正犯或共犯成立的可能性。

詐欺罪乃行為人出於不法之獲利意圖，以詐欺為手段，騙得他人之物或財產利益，造成他人財產損失的「財產罪」。我國詐欺取財罪主要條文為中華民國刑法第 339 條第 1 項：「意圖為自己或第三人不法之所有，以詐術使人將本人或第三人之物交付者，處五年以下有期徒刑、拘役或科或併科一千元以下罰金。」以及 339 條第 2 項：「以前項方法得財產上不法之利益或使第三人得之者，亦同。」

詐欺罪乃具有特別之犯罪結構，即詐欺罪之客觀不法構成要件中的各個構成要件彼此之間，必須存有接續性之原因與結果上之關聯，亦即行為人之施行詐術乃為造成被騙者陷於錯誤之原因，同時被騙者之財產處分必須是造成被害人之財產損失之原因，故犯罪結構模式如下<sup>130</sup>：

<sup>127</sup> 如第三章第二節第一項之橘子媽媽事件以及第六項預購款之迷思。

<sup>128</sup> 如第三章第二節第二項之標準詐欺案例。

<sup>129</sup> 如第三章第二節第五項之劫標客虎視眈眈。

<sup>130</sup> 林山田，刑法各罪論（上冊）修定三版，頁 405-407。

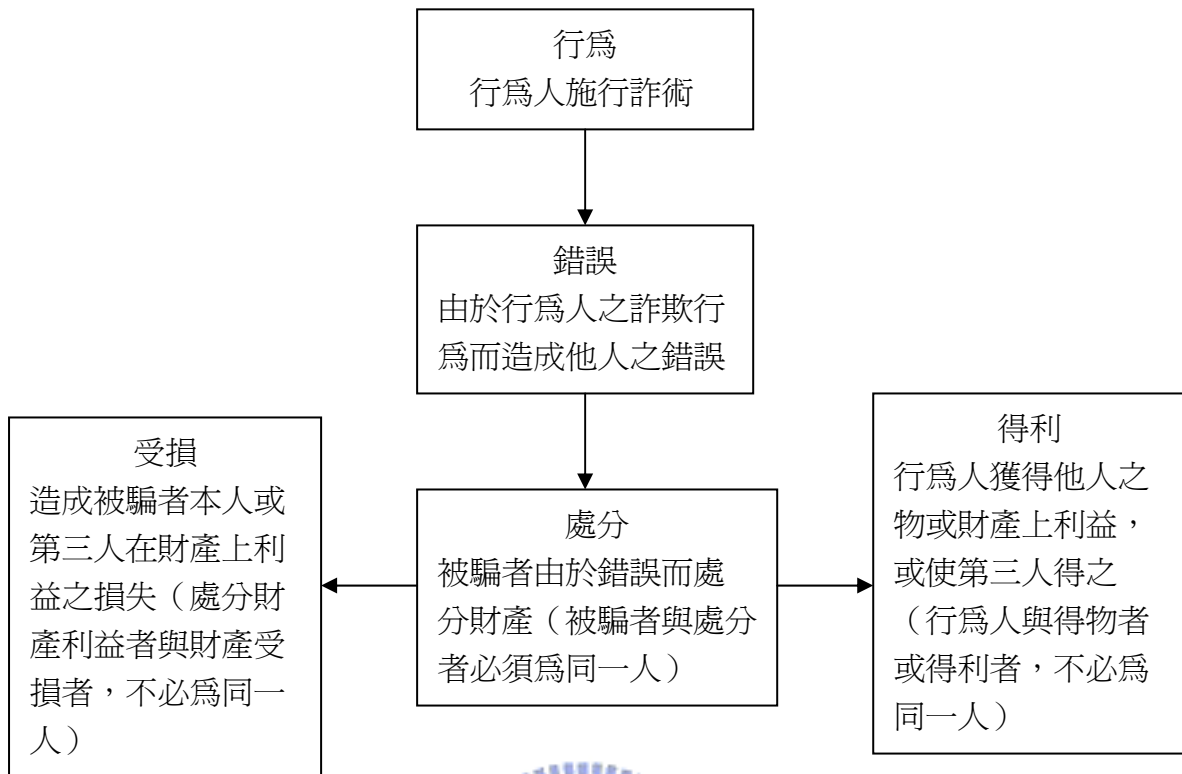


圖 4-3 刑法詐欺取財罪犯罪結構模式

因此首先我們以詐欺取財罪與詐欺得利罪做不法要件的分析，確定一拍賣網站會員（即主行為人）的行為成立詐欺罪之正犯。

## 一、客觀不法構成要件之分析

### （一）行為人施用詐術

行為人必須有施用詐術之行為，才有可能構成詐欺罪。所謂詐術，乃指一切足以使人陷於錯誤之行為，並不以欺罔為限<sup>131</sup>。不論是以語言、文字或舉動，為虛偽之陳述或隱瞞重要事實等，均可該當本罪之行為。此外，

<sup>131</sup> 24 年上字第 4515 號判例要旨：「刑法第三百三十九條第一項所謂之詐術，並不以欺罔為限，即利用人之錯誤而使其為財物之交付，亦不得謂非詐欺。」

通說認為消極之不作爲亦可爲施詐之行爲<sup>132</sup>，此時行爲人須居於保證人地位，而具備故意不純正不作爲犯之客觀不法構成要件；也就是在法律上負有告知事實義務之人，違反其告知義務，始能構成不作爲詐欺罪。而直接出於民法的誠實信用原則，亦足以構成居於保證人地位而負防止義務之法理由<sup>133</sup>。

在本文上述的網路拍賣交易糾紛情形中，因買賣契約或基於誠實信用原則，拍賣網站賣家應爲負有告知義務或對於其買家之陷於錯誤而損失財產負有防止義務之保證人；案例類型一的賣家爲虛偽不實的商品陳述便即爲施用詐術，或是不據實告訴買家其商品的材質、品牌真偽等等亦可屬消極不作爲的施用詐術；至於案例類型二的虛偽刊登和案例類型三的假匯款通知信，則均屬於明顯積極的施詐行爲。

## （二）被騙者陷於錯誤

因行爲人施行詐術的行爲，而導致被騙者之錯誤，才有構成本罪之可能。而所謂「錯誤」係指任何一種不正確而與事實真相不符合的事件或狀態；在案例類型一中，買家對欲下標購買的商品，因賣家的不實陳述或刻意隱瞞，而有錯誤的認識，案例類型二中亦錯誤的認爲該刊登商品確實存在，案例類型三則係因假的賄款通知信而錯誤的認爲該劫標客即是該筆交易之賣方。

## （三）被騙者陷於錯誤後而爲財產處分

此「處分財產」並不限於民法上之法律行爲，被騙者對本人或第三人財產之任何事實行爲、忍受或不作爲，而足以使本人或第三人之財產減少經濟價值者，均足以當之；在拍賣網站詐欺糾紛案例中，被騙者在陷於錯誤而結標後，便以轉帳方式或郵寄現金袋交付金錢，或是在案例類型三將金錢交付於寄假匯款通知信的劫標客，都是屬於被騙者陷於錯誤後而爲的財產處分。

<sup>132</sup> 林山田，同前揭註 130 書，頁 410。甘添貴，體系刑法各論【第二卷】，2000 年 4 月，頁 284-285。

<sup>133</sup> 林山田，同前揭註 130 書，頁 411。

#### （四）財產損失

被騙者之處分財產行爲，必須造成財產損失，且此財產損失必須與行爲人（或第三人）之獲利形成一種直接、對等的關係；受害買家交付金錢，造成財產損失，並使施詐術的行爲人或第三人（例如將金錢轉入他人帳戶）獲利，而能構成本罪。

### 二、主觀不法構成要件之分析<sup>134</sup>、<sup>135</sup>

#### （一）詐欺故意

行爲人對於詐欺取財之客觀不法構成要件中的各構成要件，例如以詐術使人將物交付，或因而取得財產上利益之事實，均有所認識，並且進而決意爲本罪行爲之主觀心態，便具詐欺故意。因此拍賣網站賣家必須爲故意施行商品描述不實的詐術，並進而決意使買方陷於錯誤而結標後交付金錢，即構成詐欺故意；此種詐欺故意可能因構成要件錯誤而被阻卻，例如行爲人本身誤將仿冒品當真品販售而不自知，則因其構成要件錯誤而欠缺構成要件故意，而無由成立詐欺罪。

#### （二）爲自己或第三人不法所有或利益之意圖。

在學說上，詐欺罪之不法意圖應爲「獲利意圖」，即行爲人必須具有爲自己或第三人獲取違法之財產利益之不法意圖，方能構成本罪。而「意圖不法所有」之內涵，乃行爲人明知自己在法律上不具完全合法權利，而有使自己或第三人在經濟上與所有人享同等利益或爲同等支配之意思。又所謂財產利益，則係指所有足以增加財產之經濟價值，或一切對於財產之有利情狀。因此，故意施行詐術的拍賣網站賣家，其目的即爲使買家陷於錯誤而交付金錢，明顯具有欲獲取財產利益的不法意圖，足以構成本罪此

<sup>134</sup> 林山田，同前揭註 130 書，頁 416-417。

<sup>135</sup> 甘添貴，同前揭註 132 書，頁 299-301。

主觀不法要件。

### 三、小結：

上述的拍賣網站詐欺案例情形，無論是案例類型一，類型二或類型三，該主行為人之行為，均符合詐欺取財罪之客觀不法構成要件，亦可判定其具有主觀不法構成要件的詐欺故意和不法意圖，因此詐欺取財罪之正犯均可成立之。但案例類型三的劫標客，通常並非該筆交易之賣方，亦不一定是拍賣網站會員，因此本文接著分析拍賣網站 ISP 責任範圍時，便不將此種案例列入，而僅討論案例類型一和案例類型二兩種較典型的拍賣網站交易詐欺案例。

## 第二款 拍賣網站 ISP 為共同正犯的分析



由上一段的分析可得，在本文所舉的拍賣網站交易糾紛案例情形下，賣方（即主行為人）詐欺正犯成立，接著我們便分析在這些情形下拍賣網站 ISP 的共同刑事責任；我國刑法第 28 條：「二人以上共同實行犯罪之行為者，皆為正犯。」即為規定共同正犯之條文，而於本文第四章第三節的 ISP 規範分析中筆者已概略提到共同正犯的基本定義與要件，即兩個以上行為人，具有共同的行為決意（主觀要件），並參與共同行為的實施（客觀要件），檢驗拍賣網站 ISP 是否為詐欺共同正犯的要件如下：

### （一）兩個以上行為人

此要件之成立，無論是案例類型一或類型二，如上所述已有一主行為人的存在，因而我們欲檢驗的便是「拍賣網站 ISP」之作為是否可為刑法概念上可評價的「人的行為」，以及 ISP 是否可為刑法上的「行為人」。關於此種電腦自動化設備與人類之間的互動關係，本文亦已於第四章第三節的討論中將其定義為人類行為的一種，於此不再贅述；然而拍賣網站 ISP

是否可為「行為人」而成為「犯罪主體」呢？如本章第三節討論的學說與實務觀之，在我國法人難為犯罪主體，亦無法對其執行徒刑或拘役等刑罰，除非有處罰非自然人之特別明文規定，否則原則上不具有為刑事訴訟上被告的當事人能力<sup>136</sup>。刑事實務上將法人列入被告的情形，例如 Kuro 案<sup>137</sup>之判決以「飛行網股份有限公司」為被告，並列其代表人，應是由於著作權法有明文處罰法人之規定。在本文所舉案例中，若欲課以刑法上「詐欺罪」之刑責，因刑法詐欺罪並無處罰自然人以外之規定，似乎僅能以其代表人或代理人為被告，而無法將 ISP 列為科罰對象。但此企業組織體之社會行為造成刑事風險乃為案例事實，將刑事責任歸於一代表人似乎不甚合理，故在此拍賣網站 ISP 為詐欺罪共犯或共同正犯之行為人的要件，筆者認為有值得爭議的空間。

## （二）具有共同的行為決意

上述的兩個以上行為人，彼此之間必須對於犯罪的實施，形成共同行為的意思決定，才能成立此共同正犯的主觀要件。對拍賣網站 ISP 而言，網站會員數十萬，而其中如案例類型一或類型二行使詐欺之賣家，與拍賣網站服務提供者間，以常理推斷是不可能共同對買家詐欺取財的「共同犯罪之認識」，畢竟基本上拍賣網站 ISP 的立場絕對是反詐欺的，倡導與其會員和警方合作共同防治以維護網路交易安全。此外拍賣網站 ISP 並不會主動去探查是否有賣家從事詐欺行為，而通常是等有其他拍賣會員檢舉後才會介入處理，因此不可能於主行為人實施犯罪之前，彼此聯絡或計畫來成立共同一致的犯意，雖然實務上並不限定共同行為決意需在「著手實行行為之前」<sup>138</sup>，但在 ISP 接獲詐欺檢舉後，必定也是以警告或停權等方式處理該會員，而不會有與該會員共同為詐欺犯罪之主觀意圖。因此這個要件是無法成立的。

## （三）參與共同行為的實施

<sup>136</sup> 李知遠，例解刑事訴訟法，2004 年 8 月初版，頁 42。

<sup>137</sup> 92 年度訴字第 2146 號判決。

<sup>138</sup> 73 年台上字第 1886 號判決：共同正犯之意思聯絡，不限於事前有所協議，其於行為當時，基於相互之認識，以共同犯罪之意思參與者，亦無礙於共同正犯之成立。

此為客觀要件，係指該兩個以上具有共同行為決意的行為人，基於共同行為決意中角色的分配，而分擔此犯罪之共同行為的實施；由於該共同行為決意之要件已不成立，因此我們就不在此多做共同行為實施的刑法學理探討。

#### （四）小結

雖然我國刑法關於共同正犯之條文，僅就客觀要件「二人以上共同實行犯罪」規定之，但學說與判例均已肯定並創造出「犯意聯絡」或「共同行為決意」的主觀要件；而在共同正犯成立要件的檢驗下，先無論犯罪行為主體與被告當事人適格的爭議，由於明顯欠缺拍賣網站 ISP 與詐欺案例情形中之賣家的「犯意聯絡」或「共同行為決意」，因此視拍賣網站 ISP 為網路拍賣詐欺行為人之共同正犯應難以成立。

### 第三款 拍賣網站 ISP 為幫助犯的分析



我國刑法第 30 條第 1 項規定：「幫助他人實行犯罪行為者，為幫助犯。雖他人不知幫助之情者，亦同。」此即為我國刑法上對於幫助犯之刑事責任的規範。刑法上之幫助犯，係指以幫助之意思，對於正犯資以助力，而未參與實施犯罪之行為者而言，如就構成犯罪事實之一部，已參與實施即屬共同正犯<sup>139</sup>。幫助犯的成立要件包括被幫助者故意犯罪的主行為，幫助者的幫助行為，以及幫助者的幫助故意。分析拍賣網站詐欺發生案例如類型一或類型二之情形時，拍賣網站 ISP 是否成立幫助犯如下：

#### （一）故意違犯的主行為

基於共犯從屬性原則<sup>140</sup>，拍賣網站 ISP 的幫助行為必須依附案例類型

<sup>139</sup> 參見 49 年台上第 77 號判例要旨。

<sup>140</sup> 60 年台上字第 2159 號判例要旨：刑法上之幫助犯，以正犯已經犯罪為構成要件，故幫助犯無獨立性，如無他人犯罪行為之存在，幫助犯即無由成立。

一或類型二該賣家的主行爲，且此主行爲須爲一個故意的刑事違法行爲，而如本節第一項之分析，主行爲人詐欺取財罪成立，因此本項幫助犯之要件成立無礙。

## （二）幫助行爲

所謂幫助行爲，係指對於被幫助者的犯罪行爲，給予物質或精神的支持，而使被幫助者得以實現該犯罪的構成要件，或是更易於實施實現該犯罪的構成要件，或使被幫助者的犯罪行爲造成更大的損害<sup>141</sup>。也就是幫助者的幫助行爲，與被幫助者的犯罪成效或被害者之損害擴大，有因果關係。

案例類型一或類型二的發生，筆者認爲拍賣網站 ISP 給予已決意詐欺取財的不法賣家物質上的幫助，是毫無疑問的（暫且不論主觀要件），包括讓不法賣家刊登不實資訊的商品，交易平台的提供，幫助該商品的廣告宣傳，於商品結標後幫助買賣雙方完成交易的資訊提供等等，因而對於不法賣家來說，拍賣網站整個環境的設計和服務就是一種物質支持，讓不法賣家「得以」、「易於」實現對下標買家詐欺取財的構成要件。

此外，尤其是在案例類型二，受害者通常不只一人，那麼較早下標匯款卻未收到商品的買家，可能已經通知拍賣網站 ISP 該不法賣家有詐欺嫌疑，這時拍賣網站 ISP 若是沒有做出立即適當的處理，而放任該不法賣家能成功的繼續騙取許多買家的金錢時，其「不作為」之幫助亦有可能成立，並造成了其他買家損害風險的擴大。不過此種「不作為之幫助犯」，須以幫助人爲具法律上防止犯罪義務的「保證人地位」爲前提，而拍賣網站 ISP 是否或因何種個別情狀足以構成保證人地位的問題，此種不作為義務的學理討論相當豐富<sup>142</sup>，筆者認爲拍賣網站 ISP 較有可能成立的情狀爲「自願承擔保護義務」或「對於危險源有防害或監督義務」。

<sup>141</sup> 林山田，同前揭註 106 書，頁 132。

<sup>142</sup> 林山田，同前揭註 106 書，頁 227-235：新近學說依據實質的功能內涵，將足以構成保證人地位的個別情狀區分爲對特定法益的保護義務與對危險源的防害義務或監督義務等兩類。



### （三）幫助故意

幫助者在主觀上必須出於幫助故意，而為幫助行為，才能成立幫助犯，此即為幫助犯的主觀要件。且幫助故意須有「雙重幫助故意」，即幫助他人從事犯罪行為的「幫助故意」與幫助他人實現不法構成要件的「幫助既遂故意」。

因此我們須檢驗拍賣網站 ISP 主觀上，有認識該不法賣家正欲從事犯罪或正在從事犯罪，而給予上述物質上或不作為的幫助；以及認識該不法賣家所實施的詐欺取財有既遂的可能，並有意願幫助其實現不法構成要件的幫助既遂故意。在此我們以拍賣網站 ISP 接獲會員檢舉該不法賣家有詐欺嫌疑之通報時，將網路拍賣詐欺案例分兩個時點來看，即 ISP 是否得知有網站會員正欲或可能正在從事詐欺犯罪：

第一，在尚未有人檢舉之前，拍賣網站 ISP 無法合理預測獲得知某特定會員欲利用拍賣網站交易行使詐欺取財之不法行為，則 ISP 所有客觀的幫助行為，均欠缺主觀幫助故意。

第二，已獲報特定會員有詐欺嫌疑之檢舉，此時拍賣網站 ISP 明知其會員有詐欺取財的犯罪可能性，仍繼續提供該不法賣家交易平台和服務，而不加以干涉或使其停權的不作為，便可能構成主觀上幫助故意與幫助既遂故意。

此處還有一爭點值得討論，即刑法學理或法條<sup>143</sup>上對「故意」的主觀心態要求，分為直接故意與間接故意，而事實上我們難以苛責拍賣網站 ISP 於認識或預見該不法賣家詐欺取財之後，還決意幫助該犯罪結果發生的「直接故意」；因此有討論空間的便是拍賣網站 ISP 的主觀心態，是「間接故意」還是僅有過失。

我國刑法法條雖將此種間接故意的型態規定為：「對於構成犯罪之事實，預見其發生而其發生並不違背其本意者」，看似不法賣家詐欺取財結果之發生，若係違背拍賣網站 ISP 之本意，即無法成立間接故意，然而刑

<sup>143</sup> 我國刑法第 13 條：「行為人對於構成犯罪之事實，明知並有意使其發生者，為故意。行為人對於構成犯罪之事實，預見其發生而其發生並不違背其本意者，以故意論。」

法學者則有著書中解釋間接故意<sup>144</sup>，乃行為人主觀上，預見其行為讓不法構成要件實現，或發生構成要件該當結果的高可能性，但卻不顧高危險性的存在而仍實施其行為，而容任實現不法構成要件或聽任結果發生的內心情狀。在此種解釋下，筆者認為拍賣網站 ISP 即有主觀心態間接故意的可能。

#### （四）小結

因為幫助犯主觀要件的要求，所以我們必須去判斷拍賣網站 ISP 在案例情形中的主觀認識程度，而如以上分析，當發生了詐欺案例類型一或類型二，而拍賣網站 ISP 未接獲通報時，雖然已檢驗通過幫助犯的客觀要件，但因為明顯欠缺幫助故意之要件，而無法成立詐欺取財的幫助犯。但若拍賣網站 ISP 已接獲詐欺檢舉，此時其處理的態度和方式便成為是否成立詐欺取財幫助犯的重要依據；若拍賣網站 ISP 沒有謹慎完善的處理受害者之檢舉，而放任（間接故意）高危險性的不法賣家繼續刊登銷售商品，使用拍賣網站 ISP 所提供之服務，進而造成更多買家受害，那麼等於拍賣網站 ISP 已認識或預見該特定不法賣家正欲或正在從事詐欺取財犯罪，而幫助該不法賣家實現犯罪構成要件（幫助故意），並且認識該不法賣家在繼續使用拍賣網站服務後實施詐欺取財既遂的可能性，仍繼續給予提供網站服務的幫助（幫助既遂故意），進而幫助了該不法賣家詐欺取財的構成要件實現和其他受害買家損害結果的發生。因此筆者分析結果，如拍賣網站詐欺案例類型一或類型二，拍賣網站 ISP 為詐欺取財幫助犯在上述特定情形下應可成立之，但仍須注意刑事訴訟上，ISP 為詐欺罪共犯之被告，當事人不適格的問題存在。

### 第三項 ISP 民事侵權責任之分析

接著本文從民法的角度，探討拍賣網站詐欺案例發生時，拍賣網站 ISP 可能產生的民事侵權責任，即與該不法使用者（詐欺主行為人）共同侵權

---

<sup>144</sup> 林山田，同前揭註 92 書，增訂八版，頁 245。

的責任。而要探討民事侵權責任，首先必須確定侵權行為之成立。也就是如本節第一項所舉之案例類型一或類型二的賣家（主行為人），其詐欺而使買家為下標購買的意思表示，進而給付價金，是否構成民法上的侵權行為？於主行為人侵權行為成立之前提下，我們才能討論拍賣網站 ISP 之民事共同侵權責任。

## 第一款 詐欺行為侵害之權益

首先確定拍賣網站使用者的詐欺行為，是否侵害我國民法第 184 條侵權行為所述之權益。我國民法第 184 條第 1 項前段：「因故意或過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任。」第 184 條第 1 項後段：「故意以背於善良風俗之方法，加損害於他人者。」第 184 條第 2 項前段：「違反保護他人之法律，致生損害於他人者，負賠償責任。」

本文所舉案例中，拍賣網站使用者以詐欺手段，故意使受害者陷於錯誤而為意思表示之行為，便可謂故意以背於善良風俗之方法侵害他人權益；又因此種情形可構成刑法 339 條詐欺罪，而詐欺罪應屬「保護他人之法律」，故詐欺亦侵害了法律所保護之權益。而較有爭議的則是詐欺是否侵害民法第 184 條第 1 項前段所稱之「權利」，我國學者見解採肯定說，認為受詐欺而為意思表示時，意思決定之自由權受到侵害，且若因受詐欺而交付金錢或物品，則可認為係所有權遭受侵害。<sup>145</sup>

## 第二款 所受損害與侵權行為之成立

民事責任以填補損害為目的，有上述侵害行為後，侵害之結果須發生損害，才能構成侵權行為。因我國民法第 92 條規定：「因被詐欺或被脅迫而為意思表示者，表意人得撤銷其意思表示。」而當受詐欺而為買賣之表

<sup>145</sup> 王澤鑑，意思表示之詐欺與侵權行為，民法學說與判例研究第二冊，1992 年 9 月 11 版，頁 215-216。

意人，撤銷其意思表示時，買賣契約將視為自始無效<sup>146</sup>。產生一爭點：表意人因受詐欺而為買賣，在其撤銷意思表示之前，該買賣之法律行為仍是有效的，則表意人是否仍得依侵權行為法之規定，請求損害賠償？

### （一）實務見解

關於此爭點，最高法院有做出相關決議，最高法院 63 年度第 2 次民庭庭推總會議決議（二）：「因受詐欺而為之買賣，在經依法撤銷前，並非無效之法律行為，出賣人交付貨物而獲有請求給付價金之債權，如其財產總額並未因此減少，即無受損害之可言。即不能主張買受人成立侵權行為而對之請求損害賠償或依不當得利之法則而對之請求返還所受之利益。」其觀點為受詐欺之表意人在撤銷其意思之前，尚有請求給付之債權，因而「無受損害」，不能主張侵權行為之損害賠償。

而最高法院 67 年度第 13 次民事庭庭推總會議決定則針對上述 63 年之決議再做說明：「六十三年四月九日本院六十三年度第二次民庭庭推總會議議案（二）之決議所謂『因受詐欺而為之買賣，在經依法撤銷前，並非無效之法律行為，出賣人交付貨物而獲有請求給付價金之債權，如其財產總額並未因此減少，即無受損害之可言，即不能主張買受人成立侵權行為而對之請求損害賠償……』。旨在闡明侵權行為以實際受有損害為其成立要件。非謂類此事件，在經依法撤銷前，當事人縱已受有實際損害，亦不得依侵權行為法則請求損害賠償。」

也就是說，我國實務上對於侵權行為的成立著重於「填補損害」，且認為如受詐欺而為買賣契約之案例，被害人於撤銷意思表示前該契約仍有效，因而尚有對待給付請求權，財產總額並未減少，而無損害可言。因此雖有加害行為，但不生損害便不構成侵權行為。雖然後有決議補充說明，在撤銷意思表示之前，若當事人受有實際損害便得依侵權行為法請求損害賠償，但對於「實際損害」之觀點則未再多加解釋。

<sup>146</sup> 民法第 114 條第 1 項：「法律行為經撤銷者，視為自始無效。」

## （二）學者見解

關於財產上之損害，通說採德國法學家所創之差額說，亦即以侵害行為前後之被害人財產狀況加以比較之<sup>147</sup>，上述最高法院決議亦採此見解。但對於受詐欺之被害人，因取得對待給付請求權而無損害的論點，學者並不贊同<sup>148</sup>，認為被害人受詐欺而為意思表示，是否受有損害應就具體情形決定，而非如最高法院之決議從形式上來論斷，並舉出許多例子反駁最高法院觀點，例如因詐欺而訂立契約以致喪失其他較有利之訂約機會者，亦可認為受有損害。且受詐欺之被害人，其意思表示撤銷權與侵權行為損害賠償請求權，兩者性質、功能、構成要件與法律效果均不同，因而得以並存而發生競合關係，被害人兩者應均可行使不相排斥，而主要實益在於其時效期間對被害人權益之保護將較為有利。

## （三）本文案例情形之適用

縱上所述，拍賣網站詐欺案例類型一或類型二發生時，被害之買家因受詐欺而為與該不法賣家定立買賣契約之意思表示，並為下標匯款等法律行為，雖然可依民法第 92 條撤銷其意思表示，但如上述學者見解，應無礙於該不法賣家侵權行為之成立，且最高法院近期實務亦因 67 年之決議而修正了「有對待給付請求權便無損害」的論點<sup>149</sup>，即有無實際損害仍須依具體個案情形來判斷。

拍賣網站不法使用者之詐欺行為，侵害了法律所保護之權益，且造成受害買家給付金錢卻得到低於應有價值之物（如案例類型一）或根本未收到商品（如案例類型二），均可判斷為已遭受金錢上的損失，無論買家撤銷其受詐欺之意思表示與否，拍賣網站不法賣家已構成民法上的侵權行為，被害人應得依民法第 184 條請求損害賠償。

<sup>147</sup> 王澤鑑，同前揭註 145 書，頁 217；邱聰志，同前揭註 87 書，頁 162。


<sup>148</sup> 王澤鑑，同前揭註 145 書，頁 217-223。

<sup>149</sup> 最高法院 93 年台上字第 73 號判決要旨後段：「又查被詐欺而成立之契約，縱未經撤銷，如契約之當事人實際受有損害，亦非不得請求賠償（本院六十七年第十三次民庭庭推決議參照）。」

### 第三款 共同侵權行為之成立

接著本文進一步分析，當發生詐欺案例類型一或類型二，即不法使用者有侵權行為時，拍賣網站 ISP 共同侵權成立的可能性。關於民事共同侵權責任的法規分析，已於本文第四章第三節介紹，可知其類型可分為共同加害行為、共同危險行為、造意行為、幫助行為，而 ISP 較有可能成立的則為共同加害行為和幫助行為。首先我們將案例事實釐清，即拍賣網站 ISP 究竟有哪些「行為」可為被分析的客觀要件，其主觀意圖又該如何判定，接著再依所舉案例情形，拍賣網站 ISP 之行為，就共同加害行為和幫助行為的共同侵權類型成立與否加以分析之。

#### (一) 拍賣網站 ISP 之行為



在此亦將詐欺案例發生的時點切割為拍賣網站 ISP「受詐欺檢舉通報」之前後來討論。而拍賣網站 ISP 的行為包括讓消費者通過註冊成為拍賣網站使用者、提供拍賣網站使用者交易平台、收取賣家刊登商品費用、幫助商品宣傳（如賣家付費刊登廣告）、商品結標後給予買賣雙方個人聯絡資訊等等。由於這些行為乃為一拍賣網站服務提供業者的正常經營模式，因此在討論侵權行為的成立時，本文排除第 184 條第 1 項後段違背善良風俗，與第 184 條第 2 項違反保護他人法律的侵權行為成立可能性，而著重於民法第 184 條第 1 項前段：「因故意或過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任」的分析。

在拍賣網站 ISP「受詐欺檢舉通報」之前，種種經營行為難論其侵權故意，但可討論其過失。而侵權行為之過失概念，乃以行為人是否盡善良管理人之注意義務為判斷標準<sup>150</sup>。善良管理人的注意，乃通常合理人的注意，屬於一種客觀化或類型化的過失標準，即行為人應具備其所屬職業、某種社會活動的成員、或某年齡層通常所具的智識能力。<sup>151</sup>拍賣網站 ISP，

<sup>150</sup> 參見最高法院 19 年上字第 2746 號判例。

<sup>151</sup> 王澤鑑，侵權行為法第一冊，2002 年 9 月，頁 296。

賺取商品刊登費用、廣告收益的同時，其防範不法賣家藉由拍賣網站行使詐欺行爲的能力爲何？其又投入了多少預防成本在保護拍賣網站使用者？均可爲其過失程度的判斷依據。而在拍賣網站 ISP「受詐欺檢舉通報」之後，其若未爲積極有效的處理，造成更多使用者陸續受害，侵權主觀要件除了過失外更可判斷爲「間接故意」<sup>152</sup>。

## （二）共同加害行爲

### 1. 數行爲人之行爲：

不法賣家與拍賣網站 ISP。

### 2. 均具備侵權行爲之要件：

已確立該不法賣家侵權行爲的成立；故此處需討論拍賣網站 ISP 的行爲是否亦具備侵權行爲之要件。本文認爲拍賣網站 ISP 就其會員註冊制度的寬鬆（可參考本文第二章第二節之介紹），提供了不法賣家犯罪之溫床，而本文的交易情形介紹和案例整理都顯示，ISP 對於詐欺行爲的預防能力和管制能力都應有再改善的空間，其侵權行爲要件的成立是有可能的。

### 3. 造成同一損害：

不法賣家與拍賣網站 ISP 之故意或過失行爲，須均爲造成被害買家金錢損失的共同原因，才有所謂「行爲關連共同」，而成立共同侵權行爲。拍賣網站 ISP 的商業經營行爲通常不足以直接造成買家受詐欺而有損害，故可能缺乏「相當因果關係」；但若是屬於拍賣網站 ISP「受詐欺檢舉通報」之後「間接故意」的處理行爲，造成後續更多使用者受害，本文認爲此種情形下，拍賣網站 ISP 便應與該不法賣家成立共同侵權行爲，連帶負損害賠償責任。

<sup>152</sup> 可參照本節第一項拍賣網站 ISP 爲幫助犯的主觀要件分析。

### （三）幫助行爲

在本文所舉案例中，拍賣網站 ISP 的種種行爲，本文認爲均可視爲已構成幫助行爲的客觀要件，即在該不法賣家爲侵權行爲時給予助力，對於詐欺之加害行爲的完成有行爲參與，例如服務的提供、商品的宣傳、結標後雙方資料的提供等等。因此重點仍在於主觀要件的分析，如上所述的「間接故意」或「過失」都是有可能成立的，且必須界定其「善良管理人注意義務」的注意程度，才能加以判斷其過失之有無。

因此縱上所述，在本文案例所舉特定情形下，拍賣網站 ISP 有可能因客觀上的共同加害行爲或幫助行爲，與實施詐欺行爲的賣家，成立我國民法上的共同侵權行爲。而主要重點應仍在於法院對其主觀要件的判定，尤其是如何界定拍賣網站 ISP 「善良管理人注意義務」的範圍或程度實爲重要，以利侵權行爲故意或過失要件的判斷。

## 第四項 拍賣網站 ISP 之侵權代位責任

從本章第二節第四項所介紹，美國侵權法上「侵權代位責任」的概念觀之，拍賣網站 ISP 對於其會員的侵權行爲，例如詐欺取財，是否可能有代位責任的產生，因此需就個案探討拍賣網站 ISP 對於其使用者的不法侵權行爲是否有「控制」和「利益」的存在。

在美國關於網路服務業者侵權代位責任的案例中，例如 *Fonovisa v. Cherry Auction* 案，即爲經營以物易物交易之電子佈告欄經營者，在使用者涉及從事仿冒物品交易時，是否要負侵權代位責任的問題，*Fonovisa* 案法院主張如果只是收取固定費用，並未構成直接取得財產上利益要件。而在 1995 年 *RTC v. Netcom* 一案中，關於網路服務業者的侵權代位責任，法院亦引用 *Fonovisa* 案觀點，認爲該案判決理由適用於網路服務業者與其會員間關係，因此表示沒有證據顯示 *Netcom* 公司因爲侵權行爲而讓網路服務增值，或者因爲侵權存在而吸引新的用戶，最後判決由於不具備直接財產



上利益，Netcom 公司不承擔侵權代位責任。<sup>153</sup>然而 Fonovisa 案後來則遭到上級審廢棄，因此關於網路服務提供業者的侵權代位責任問題，仍有許多爭議和討論的空間。

而本文所研究之拍賣網站 ISP，掌握了使用者的註冊資料，有審核、過濾拍賣網站會員資格的監督與控制能力，並且依據契約或自定的服務條款，ISP 有將使用者帳號停權，以及將拍賣商品停止刊登的權利和能力，且拍賣網站 ISP 又經由此種提供交易平台的服務而獲利，可說符合侵權代位責任的兩個客觀條件，但要再深入探究的是：拍賣網站 ISP 對於其使用者為「詐欺取財」的「侵權行為」，有無控制與監督的權利與能力？而是否又有從此使用者侵權行為直接獲得財產上利益？

因此再進一步思考，拍賣網站 ISP 對於網路拍賣詐欺的預先防治，盡了多少努力？對於會員或商品的過濾，該有什麼樣的程度和準則？當發生使用者詐欺行為時，拍賣網站 ISP 的監督控制能力要如何完善發揮以防止損害的擴大？畢竟隨著受害者人數的增加，拍賣網站 ISP 無疑是可從中獲得財產上利益的，例如商品刊登費用或成交費用的收取等等。這些侵權代位責任的理論和觀念，將有助於本文在例如免責條款等法規設計時的考量。



## 第五項 小結

本節案例分析結果，當網路拍賣使用者有詐欺行為時，拍賣網站 ISP 有可能成為刑事幫助犯或民事上的共同侵權行為人，主要關鍵則應在於法院如何認定拍賣網站 ISP 的主觀不法要件。

本文認為在 ISP 接獲使用者詐欺行為檢舉通知的前後，都應該有其應盡的注意義務，無論是網路交易詐欺犯罪的預防，或是事發之後即時的阻止與有效處理等等。然而目前國內尚無法規或法院判決可作為依據，而拍賣網站 ISP 自定的使用規則是完全排除使用者交易糾紛責任的免責條款。故本文第四章第五節的法規草擬，將嘗試規劃出拍賣網站 ISP 應盡的注意

<sup>153</sup> 參見蔡蕙芳，同前揭註 109 文章，頁 56-57。

義務，以及詐欺案例發生時可歸責 ISP 之界限，以期改變目前拍賣網站 ISP 所持的「完全不介入交易糾紛」之立場，對 ISP 而言，也能因為有明確規範可遵循而降低其涉訟風險，對拍賣網站電子商務之蓬勃發展，與消費者權益之保障均有所助益。

## 第五節 拍賣網站 ISP 責任規範之法規草擬

### 第一項 前言

從上述章節對於現今拍賣網站交易糾紛的介紹，以及實例個案分析研究結果，可得知拍賣網站 ISP 在現有的法規或學理下，面對使用者利用網路拍賣對其他使用者為詐欺行為時，其可能需共同承擔之法律責任。因此本文認為對於此問題，應有初步的相關法規架構，除了係對於廣大消費者的權益保障之外，對於此新興電子商務交易市場的發展，ISP 業者法律風險的降低亦能有所助益。

本節的法規草擬，將朝兩個方向發展。首先為基於此電子商務新興市場初步發展的考量下，以政府不介入，傾向業者間自律的原則為主，草擬「拍賣網站業者自律公約」，此部分乃為概括性的對於拍賣網站經營業者的基本自律條款，期望藉此提升拍賣網站 ISP 對於自身服務品質與保障其消費者重要性的自覺；另一方面，則係針對本文所討論，日益嚴重與受害者損失較大的拍賣網站詐欺事件，作一政府最小必要介入管制的 ISP 責任法規設計，盼拍賣網站 ISP 正視此問題之嚴重性，並藉此促使其為求免責而去承擔其該有的義務，而不再係僅以一紙定型化契約來排除所有相關的責任問題。

## 第二項 拍賣網站業者自律公約

### 第一款 從電子商務之立法架構觀之

本文於第二章第四節中，介紹了聯合國、美國、歐盟等國以及我國對於電子商務的法規立法方向，整理其主要的立法架構，一為排除電子商業的法律障礙，也就是電子簽章法的發展；另一方向則是討論政府法制介入的程度，而國際法規潮流目前是朝市場導向、業者自律、或政府最小必要程度介入來發展，以避免法制的過度介入去扼殺此新興產業的成長。

而本文所研究之拍賣網站，無疑為電子商務網路交易的一環。我們可將拍賣網站 ISP 本身即視為一電子商店，它有償或無償地提供網際網路世界的「服務」給予拍賣網站註冊的會員，主要係提供一網路交易平台，讓賣家刊登商品，買家競標購買，並附帶提供其他如商品廣告刊登或個人帳房的服務，故自然應受電子商務相關法規的約束。

然而我國目前並無針對電子商務或網路交易做立法規範，主要是仍在致力於電子商務的基礎環境建設，期望排除電子商務發展障礙，因此於管制上亦推動業者自律；我國 1998 年 11 月於 APEC 會議中提出的「中華民國電子商務政策綱領」對於電子商務法規的政策方向，亦為尋求電子商務法規與國際規範之調和，以及重視電子商務法律機制與產業自律之配合。因此筆者參考本文第三章所舉的 Yahoo! 奇摩拍賣使用規範的內容，以及我國的電子商務業者自律公約草案內容，同時並配合加入消費者保護法之觀點，嘗試刻劃一「拍賣網站業者自律公約草案」的雛型。

我國電子商務業者自律公約草案的六大原則：包括電子商店身份資料與完整交易條件資訊之提供；電子商店對消費者應履行之責任範圍與內容；網路廣告與宣傳原則規範之建立與遵守；尊重消費者個人資料及隱私權保障；提供安全之付款機制及交易環境；其他如揭示標識與定期檢視公約以及準據法與管轄法院之說明等等。

## 第二款 拍賣網站業者自律公約草案

- 一、拍賣網站業者應於公開網頁提供服務業者之詳細身分資料，並且明確提供使用者完整交易條件之資訊：包括且不限於拍賣網站經營方式、服務內容、收費制度、使用者註冊與使用方式等等。
- 二、拍賣網站業者對其使用者因使用拍賣網站服務所受之損害，所應負之補償或賠償責任，應遵守公平互惠與誠實信用原則；拍賣網站業者對其使用者應履行之責任範圍與內容，不應於契約條款中逕行免責。
- 三、拍賣網站業者對其服務或拍賣商品之廣告宣傳，例如重製、散布、修改、展示、公開播送、公開傳輸該等資訊，應遵守著作權法、商標法、公平交易法以及其他相關法規之規範。
- 四、拍賣網站業者應建立完善的保護個人資料之隱私權政策，包括對於個人資料之蒐集、使用、分享、公開方式等等，並應將其隱私權政策內容公開公告之<sup>154</sup>。
- 五、拍賣網站業者應確保其提供之服務，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性，例如對違法使用者或不法商品的過濾、安全付款機制的建立、交易環境風險的降低，以及詐欺行為的防止等等。
- 六、拍賣網站業者應公告並定期檢視上述自律公約，並明定糾紛處理之準據法與管轄法院。

自律公約的拘束力與執行力，雖不如政府正式頒布的法規，但建議政府仍可處於一監督的角色，例如主動促進產業公會的成立，要求公會設計對網站經營者的認證制度，替消費者多一道交易安全機制的把關，當有網站服務業者違反公約時，或可利用取消認證並公告消費大眾的方式來產生

<sup>154</sup> 參考 Yahoo!奇摩隱私權保護政策：<http://privacy.yahoo.com/privacy/tw/>，2006/7/10 造訪。

阻赫作用；此外，政府亦可發布行政規章要求公會之自律公約內容的訂定，須符合消費者保護法或其他現行法規內容，或是制定公約時，能有消費者委員會或是網路拍賣使用者代表的共同參與等等，以兼顧消費者之權益。

## 第二項 拍賣網站 ISP 責任規範

### 第一款 從 ISP 責任之立法架構觀之

本章第三節中，介紹了各國關於 ISP 責任的相關立法，基本上各國所採取的都是「免除責任」的立法模式，即規定在何種情形下，ISP 得以豁免或排除與其使用者共同承擔民事或刑事責任，也就是所謂的免責條款，而非課以 ISP 一定的義務。此種立法模式的好處在於建立網際網路服務業者的「避風港」，讓產業發展不被法律過度限制，並有助於產業評估其法律風險。而我國目前對於網際網路與電子商務的政策，乃是國家發展重點計畫之一，因此應與各先進國家相同，採取免責條款立法模式為宜。

在立法體例上，有如歐盟、德國等國的單一立法模式，直接將網際網路服務提供者的責任範圍立於單一法規之下，不論可能侵害或欲保護的法益，而是僅就 ISP 的服務型態的不同來做責任的區分，日本的「服務提供者責任限制法」則為不區別 ISP 免責類型的單一要件免責規定；另有如美國分散式立法，根據保護法益的不同而將 ISP 責任規範在不同的法規中，例如關於誹謗資訊的散佈，規範在通訊端正法（CDA）中，網路著作權侵害的 ISP 業者責任則於著作權法規定之等等。歸納整理圖示如下<sup>155</sup>：

---

<sup>155</sup> 同前揭註 74 研究報告，頁 141。

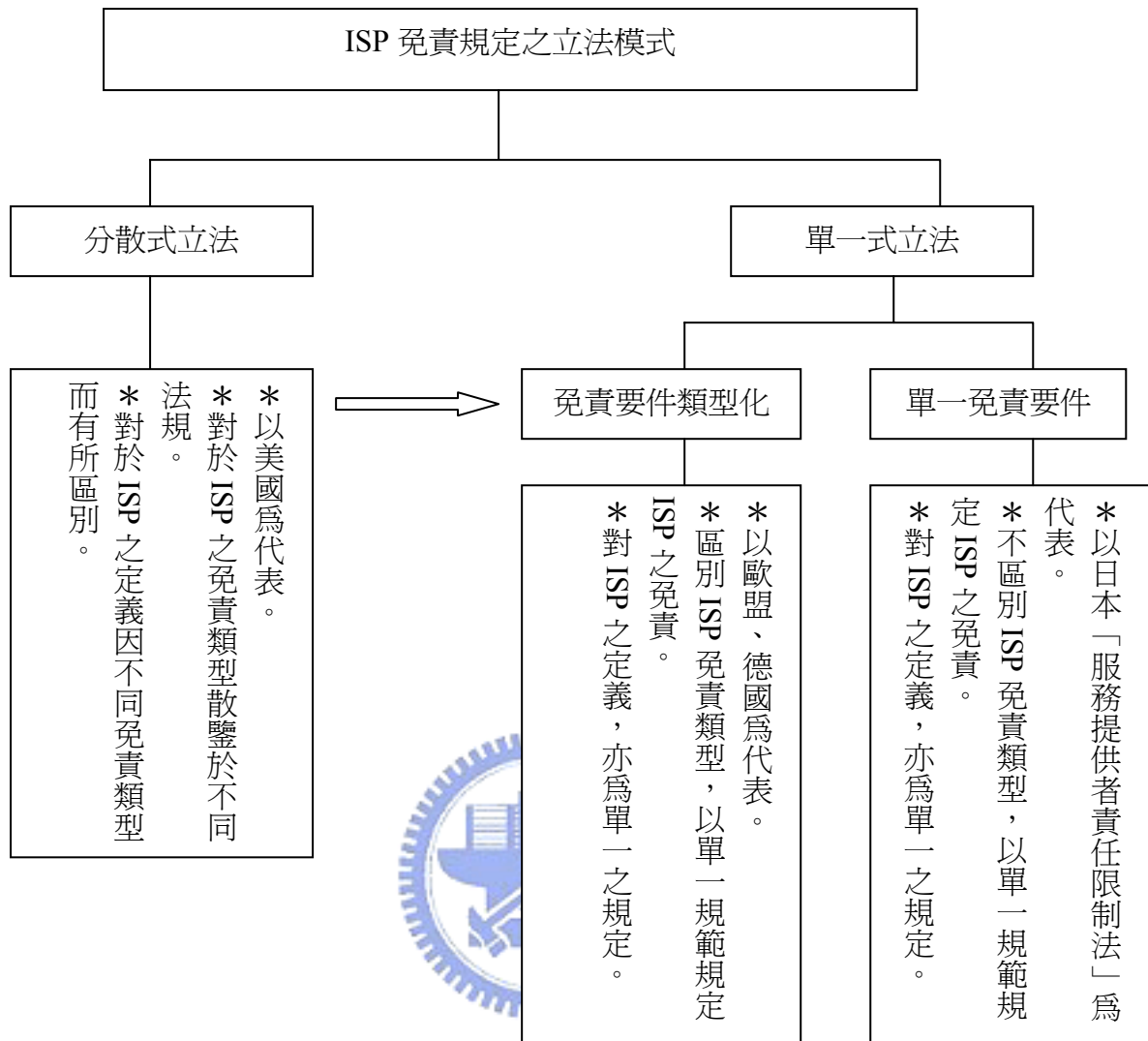


圖 4-4 ISP 免責規定立法模式

單一立法模式的優點在於，不破壞現有法律體系，僅需增訂責任要件即可達免責效果，但因各種可能被侵害權益性質的不同，難以用有限的條文概括所有，因此單一立法下勢必需另訂許多行政規章或命令的配套法規。而美國分散式立法，雖得以因應不同法規的規範目的做立法考量，但卻可能產生各法規之 ISP 免責要件不同的法律不安定性。因我國目前並無對 ISP 責任的單一立法，各法規中亦無對 ISP 責任的規範，而本文之法規草擬係針對拍賣網站 ISP 對於使用者詐欺行為的責任，乃為分別對拍賣網站 ISP 與詐欺賣家民事共同侵權責任和刑事幫助犯責任的免責條款，日後國內若有針對 ISP 責任的單一立法，此草擬法規即可為電子商務拍賣網站 ISP 的免責規定之參考；若我國欲採取分散式立法，則此草擬法規或將可放入未來與電子商務或網路交易相關的法規之下。

## 第二款 以中性業務行為理論排除拍賣網站 ISP 刑事幫助犯責任

在本章第四節的個案分析中，從刑法基礎學理的刑事共犯構成要件研究探討，雖認為當網路拍使用者行使詐欺取財不法行為時，拍賣網站 ISP 在特定情形<sup>156</sup>下有刑法幫助犯成立的可能，但這樣的刑事法律風險對於現今的網站經營者來說是相當沉重的，亦可能導致刑法處罰範圍過度擴張，且拍賣網站的正常經營應係屬社會所容許的「正當行為」，因此對於拍賣網站 ISP 刑事責任的免責範圍應明確界定之。

目前國內網站經營者的刑事案例，審理 ezPeer 網站案的士林地方法院<sup>157</sup>之判決內容亦引用德國刑法上中性業務行為理論，主張 ezPeer 網站的經營者對會員所成立之擅自重製罪或公開傳輸罪，不承擔幫助犯責任。故本文在此亦以德國業務中性行為理論<sup>158</sup>為基礎，界定拍賣網站 ISP 之刑事幫助犯的免責範圍。

刑法的「中性行為」(neutrale Handlung)可理解為如下的行為模式：實施者假使面對與正犯相同情況的其他人，也會從事的行為，因為其行為自始是為了實現獨立於犯罪或犯罪人之外，而且是並非法所不容許之自我目的。<sup>159</sup>以中性業務行為的客觀理論來說，如果該業務行為具有「社會相當」(Sozialadäquanz)或屬於「職業上相當」(professionelle Adäquanz)的行為，便不應被認為是幫助行為。既然不是幫助行為，幫助犯之客觀不法構成要件已不該當，也無須再進行幫助故意的檢驗，即可認定該行為不具備幫助犯之構成要件該當性。在客觀歸責理論方面，當行為人執行業務行為之時已經知道有正犯存在，而他所提供的助力具有客觀上明確的犯罪關連時，該行為始具備客觀歸責性<sup>160</sup>。

檢視本文所舉拍賣網站 ISP 的網路拍賣功能服務，當其並未接獲任何

<sup>156</sup> 即接獲詐欺檢舉通報後，仍幫助該詐欺使用者繼續刊登宣傳商品之作為幫助犯，或不予即時有效處理而造成受害者更多損害擴大的不作為幫助犯。

<sup>157</sup> 士林地方法院 92 年度 728 號判決。

<sup>158</sup> 參考蔡蕙芳老師文章，P2P 網站經營者之作為幫助犯責任與中性業務行為理論之適用，<http://web.nchu.edu.tw/~hftsai/>。

<sup>159</sup> 同前註，頁 4。

<sup>160</sup> 同前註，頁 5-7。

詐欺檢舉通報時，乃係提供服務給其所有通過會員身分認證的使用者；也就是無論對詐欺行為人，還是一般的會員，拍賣網站所提供的服務（即本文詐欺案例所討論的客觀幫助行為）都是一視同仁提供的；而此提供服務的行為，自始便是為了實現一個社會所容許的網站經營業務行為之目的，而獨立於某不特定、未知的使用者行使詐欺犯罪之外。因此以拍賣網站 ISP 來說，若以此客觀歸責理論為基礎，在未獲詐欺檢舉通報的情形下，便可以其提供網路拍賣服務之行為，係為法所容許風險之中性業務行為，來排除幫助犯客觀不法構成要件之該當。

而在主觀理論方面，中性業務行為對他人犯罪所提供的助力行為是否成立幫助犯，應取決於行為人是否具有促進他人犯罪的意思；而在通常情形下拍賣網站 ISP 係為經營網站事業而提供服務，應無促進他人犯罪之意思。但值得注意的是，德國學者 Roxin 認為，直接獲得助力的行為本身是合法，但提供助力者如果已經知道他人（正犯）從事此行為的其中一個目的，是使自己能實行犯罪行為或使此犯罪行為更易進行，針對此合法行為所提供助力行為仍可被認為具有「犯罪關連性」，而有成立幫助犯之可能；又 Roxin 教授認為必須考慮中性業務行為的特性來認定幫助故意，因此他提議在此種情形應適用「信賴原則」。亦即每個人都可以信賴他人不會故意實行犯罪行為，除非他人的行為呈現出明顯的犯罪傾向，否則應可信賴他人不會故意實行犯罪行為，此時提供助力行為則尚屬法所容許的風險，不具有客觀歸責性。反之，如果是讓自己的行為去促進已有明顯犯罪傾向的行為人，則超過法所容許風險的界線，如此情形下所主張的信賴原則已不具有正當性。

因此從上述理論介紹，我們首先可將拍賣網站之經營行為定義為一「中性業務行為」，而其對於網路拍賣使用者為詐欺行為的助力行為，是否可評價為刑法上的幫助行為，在 ezPeer 案中法院在判決內文有摘錄德國實務見解：「如果正犯的行為客觀上顯示正犯就是要從事犯罪的行為，而提供助力者也知悉時，提供助力的行為才能評價為刑法規定之幫助行為；反之，相對地，如果提供助力者不知道正犯如何去運用其助力行為，或只是認為其助力行為有可能被用來作為犯罪時，則其助力行為仍然不能被評價為刑法規定之幫助犯。」將此理論應用到本文之拍賣網站詐欺案例，欲歸責拍賣網站 ISP 為詐欺幫助犯，其情形應必須為：「拍賣網站 ISP 已知悉該不法使用者從事詐欺行為，而仍提供繼續提供助力」。



因此應用上述之德國中性業務行為理論與信賴原則，對於拍賣網站 ISP 可能為使用者詐欺幫助犯的刑事免責範圍，應可作如下的設計：

拍賣網站服務提供者，對於其使用者之網路拍賣詐欺行為，除下列情形外，可免除刑事責任：

一、拍賣網站服務提供者懷疑其使用者為網路拍賣詐欺行為，未盡主動調查之程序。

二、拍賣網站服務提供者明知其使用者已為或將為網路拍賣詐欺行為，仍繼續提供該不法使用者網路拍賣服務。

也就是在詐欺幫助犯的刑事責任上，拍賣網站 ISP 在未見任何使用者有詐欺意圖時，其網站經營與提供服務的行為均可屬中性業務行為，而非幫助犯之幫助行為，但仍須注意德國刑法理論中此「信賴原則」之適用前提為：拍賣網站 ISP 已盡其業務上應注意之義務。然此應注意之義務的範圍為何？或可如本文所建議定於「拍賣網站自律公約」中，亦或參考如本文下一款之民事侵權責任免責條款之內容。

畢竟 ISP 所能掌握的資訊，以及對其使用者行為的管理控制能力，是比其他使用者要強大的多，尤其是當會員有詐欺通報檢舉，或是設置類似網路糾察隊的主動巡邏查驗等管道，獲得足夠訊息懷疑，甚至已得知某特定使用者有網路拍賣詐欺行為發生時，便應盡其調查、介入，進而停止提供該使用者服務和通知可能受害者等等的義務。否則，其繼續提供服務予該「已呈現明顯詐欺犯罪傾向」之使用者的助力行為，便可被評價為刑法上的幫助行為，進而為刑法上幫助犯之成立。

### 第三款 拍賣網站 ISP 之民事侵權責任免責條款

在拍賣網站 ISP 對其使用者民事侵權的介入程度方面，本文亦同意拍賣網站 ISP 不需介入其使用者一般的民事交易糾紛，例如本文第三章第二節所舉的形形色色，關於拍賣網站使用者間買賣契約的糾紛，此乃基於民

法的契約自由原則，以及此類型交易糾紛通常損害較小，較不涉及公共利益為由。但面對使用者為網路拍賣詐欺行為時，受害者可能不只一人，損失範圍亦相對較廣，又有刑事犯罪與涉及社會公共利益等問題，因而以此為常業營利的拍賣網站 ISP 應有責任介入與防治，進而在特定情形下與其使用者共同承擔民事侵權責任，以保障社會大眾利益；但又為避免過度遏止此新興電子商務市場的成長，仍應以免責條款設計之，讓拍賣網站業者有一定的法律風險範圍可循，兼顧保護產業發展之目的。

筆者在嘗試草擬拍賣網站服務提供業者的民事責任免責條款之前，於此先介紹一篇美國與 ISP 免責條款相關的學術論文<sup>161</sup>：「網路世界的善良撒馬利亞人(GOOD SAMARITANS IN CYBERSPACE)」；作者 Keith Siver 乃針對美國 1996 年的通訊法中 (Telecommunications Act of 1996)，關於排除 ISP 對其傳播內容有誹謗資訊的「出版者 (publisher)」責任之「善良撒馬利亞人條款 (Good Samaritan Provision)」<sup>162</sup>，做了法規沿革介紹、評論和建議。此善良撒馬利亞人條款中文翻譯內容為：「互動式電腦服務提供者或使用者不可被視為任何其他資訊內容提供者所提供之資訊的出版者 (publisher) 或發表者 (speaker)」。此為美國國會針對網際網路服務提供者 (ISP) 責任所制定通過的第一個法案。但由於該法案之用語有些地方不甚明確，因此在適用上即產生了許多解釋和討論的空間<sup>163</sup>。

Keith Siver 認為，網路媒體多樣化角色的特性，不應直接適用美國對於傳統誹謗罪的出版者 (publisher) / 散佈者 (distributor) 責任二分法，「Good Samaritan」條款雖然排除了 ISP 的「publisher」責任，但仍未切斷「內容控制 (content control)」和「責任 (liability)」之間的連結，並讓 ISP 之「distributor」責任繼續存在；因此 Keith Siver 於文中提出了另一套對於網路誹謗資訊的 ISP 免責條款和管制模式，重點包括強調 ISP 須有「明知 (actual knowledge)」才有歸責的可能，而非僅須有控制傳播內容的行為

<sup>161</sup> Keith Siver, GOOD SAMARITANS IN CYBERSPACE, 23 Rutgers Computer and Technology Law Journal, 1(1997).

<sup>162</sup> 條款原文：Telecommunications Act of 1996, Section 230 (c)： PROTECTION FOR “GOOD SAMARITAN” BLOCKING AND SCREENING OF OFFENSIVE MATERIAL- (1)TREATMENT OF PUBLISHER OR SPEAKER- No provider or user of an interactive computer service shall be treated as the publisher or speaker of any information provided by another information content provider.

<sup>163</sup> 張懿云、廖文慈，自 Doe 案論美國通訊端正法對網路服務提供者責任規定的妥適性，智權情報網文章。<http://www.apipa.org.tw/index.asp>，2006 年 6/10 造訪。

就落入「可得而知 (having reason to know)」的「distributor」責任範圍，而應將犯罪的責任回歸到製造不法誹謗資訊的使用者身上，至於 ISP 的責任主要應在於建立嚇阻不法行為以及補償受害者的機制，例如提供受害者檢舉誹謗資訊的管道，以及有助於受害者尋求賠償的保險金或保證金制度等等。

雖然本文研究重點之拍賣網站使用者詐欺取財或得利罪，與上述論文「GOOD SAMARITANS IN CYBERSPACE」之研究主題：網路使用者的「誹謗」罪，乃為犯罪結構和侵害法益均不同的罪行，但筆者認為兩者之間重要的相同點係在於網路資訊時代中，網路不法使用者、受害者與 ISP 之間的角色關係和適當的責任分配，因此 Keith Siver 於該文中所建議的規範模式，筆者於研讀後，贊同其許多立法觀點和概念，故參考該文中所提出之法規架構觀念，綜合本文各章節對拍賣網站刑事交易糾紛之研究，草擬出下列針對拍賣網站使用者為網路交易詐欺行為時，拍賣網站 ISP 之民事責任免責條款與規範模式，可作為未來我國電子商務或網路交易相關法規內容之參考。



一、拍賣網站服務提供業者，除非有下列情形，否則無須對其使用者詐欺而導致其他使用者或第三人受損害之行為，負損害賠償責任：

- (一) 對於該詐欺行為之發生，拍賣網站服務提供業者已確實得知或已可合理預見該不法使用者為詐欺之行為；
- (二) 拍賣網站服務提供業者得知該詐欺行為發生後，卻未即時為合理因應措施。

二、對於「合理因應措施」之定義，拍賣網站服務業者有下列作為可推定其有合理因應措施：

- (一) 建立被害人檢舉詐欺管道，並確保對於檢舉通報有即時處理之資源和能力；
- (二) 接獲檢舉後，依通報內容和主動調查之證據，判定該不法使用者有詐欺嫌疑後，立即中止對該帳號提供服務；

(三) 通知警告近期內與該帳號進行交易之其他使用者。

### 三、事後補償制度之建議

(一) 拍賣網站服務業者應盡力協助警調單位，對詐欺不法使用者之逮捕。

(二) 幫助拍賣網站詐欺受害者尋求賠償。

(三) 拍賣網站保證金制度或保險制度的建立。

以上拍賣網站服務提供業者免責條款的設計，乃配合本文所述「拍賣網站 ISP 接獲詐欺檢舉通知時點」的區隔，在接獲檢舉通報之前，雖不強制課以 ISP 須事先審查、過濾其會員或拍賣物品的義務，但 ISP 仍須提供符合「當時科技或專業水準可合理期待之安全性」的服務，若以其網站功能技術能得知或合理預見詐欺行為的發生，便應當負連帶責任；而在接獲檢舉通報後則應當有「合理因應措施」，才可免除連帶責任。

而對於合理因應措施的定義，則以第二部分條文所述內容來推定，拍賣網站 ISP 若有實施這些行為，便可推定其對使用者詐欺行為有合理因應措施，此條款設計讓拍賣網站業者有機可循，降低其負詐欺連帶責任的法律風險。除此之外，這部分的條文亦可藉由同業規範的方式，例如自律公約，來進一步詳細定義，例如對於「即時」處理的時間長短或是判定詐欺嫌疑的有效方式與細節等等。

第三部分則是其他對於拍賣網站 ISP 防治使用者詐欺行為的建議，若拍賣網站 ISP 能有這些制度，便可提高法院對其有「合理因應措施」的推定程度，因此可間接鼓勵拍賣網站 ISP 提供對受害者事後補償的服務，故此部分的條款設計，既可提高法院免除 ISP 責任的可能性，又可讓被害人獲得合理賠償，可謂同時兼顧了產業發展與消費者利益，好處良多。

### 第四款 現行拍賣網站運作的檢討

審視目前我國的拍賣網站服務提供業者，對於網站會員刊登之拍賣商品及資訊並不會進行檢查、過濾或其他調查，僅保留刪除該拍賣資訊之權

利(當接獲該商品的檢舉通報時)。而在目前並無強制課以 ISP 有控制傳播資訊義務的情形下，我們並無法合理期待拍賣網站 ISP 能在詐欺案發生前，能確實得知或預見該不法使用者的違法行為，因此歸責的重點乃在於拍賣網站 ISP 於確實發現(例如接獲檢舉)有詐欺情事時，是否有上述草擬條款中所舉的「合理因應措施」。

以 Yahoo!奇摩拍賣網站為例，其所提供之「詐欺檢舉制度」符合筆者草擬條款之第一步：「建立被害人檢舉詐欺管道」，但此管道是否有符合「即時處理之資源和能力」標準，則值得商榷，畢竟對於處理時間的長短，如何認定被檢舉之賣家的詐欺嫌疑等等的細節，均未公開詳細說明，而是受害者填寫基本資料後，交由拍賣網站的詐欺處理小組來判定，若該小組判斷結果無詐欺情形而僅為一般交易糾紛時，受害者便無求償管道而不了了之。

至於事後補償制度，如本文所介紹的 Yahoo!奇摩拍賣所提供之「買家/賣家保障方案」，限制繁多不甚合理。故種種防治詐欺的措施制度雖看似已有草擬免責條款的合理因應措施之雛型，卻仍有許多細節內容並不完善，對受害者的保障仍嫌不足，故筆者認為其對於使用者詐欺行為，應仍無法依此條款完全免責。

此外，從法律經濟學的角度觀之，欲減少犯罪，就要減少犯罪利得或是增加犯罪成本；而於拍賣網站詐欺案例的蒐集上我們便可見到，低於千元以下的詐欺犯罪並不多，案件多發生於交易金額為數千元或數萬元不等的商品，因為犯罪利得之提高，故詐欺事件多發生於此範圍之高價位商品，因此拍賣網站在其防治詐欺的制度設計上，或可特別針對高價位商品做增加犯罪成本之設計，畢竟目前國內拍賣網站已開始進行收取交易手續費的實施<sup>164</sup>，高價位商品的網路拍賣使用者，所付出的交易成本已提高，拍賣網站服務提供業者在賺取此大量商業利益之餘，實在更應著重於網路拍賣交易安全之維護。

---

<sup>164</sup> Yahoo!奇摩拍賣自 2006 年 9 月 1 日中午 12:00 起，新刊登之商品，成功結標後將會被計算交易手續費。費用收取說明網頁：<http://tw.bid.yahoo.com/phtml/auc/tw/fvf/fvf2.html>，2006/8/25 造訪。

## 第五章 結語

本文以「YAHOO！奇摩拍賣網站」作為主要研究對象。將拍賣網站服務業者之責任分為三個方面討論。第一方面是拍賣網站服務提供業者與會員之間的關係。第二方面是會員間有民事交易糾紛時的解決處理方式。第三方面，則為拍賣網站使用者犯罪時，拍賣網站服務提供業者的責任範圍。

在拍賣網站服務提供業者與會員間的關係上，可能為民法「居間契約」的關係，因而可課以拍賣網站 ISP 居間人的義務；又本文以消費者保護法的角度觀之，檢視其使用規範（即與會員間的定型化契約），認為其條款將對使用者的損害賠償責任範圍無條件排除之，違反平等互惠原則亦顯失公平，故應依消費者保護法第 12 條的規定而為無效。又拍賣網站使用者之間零零總總的民事交易糾紛，本文第三章第二節有舉許多案例介紹，亦認為單純的民事交易糾紛應回歸契約自由原則，應從傳統民法的契約責任或物之瑕疵擔保責任等等，來審視案例中拍賣網站每筆個別交易中買家賣家之間的責任。

因此本文乃著重於受害者可能為多數人，損失金額亦較龐大的「拍賣網站詐欺案例」之研究，也就是拍賣網站使用者為詐欺不法行為的情形，於第三章做了許多案例的蒐集，並於第四章從傳統民法、刑法的原理原則，分析拍賣網站服務提供業者在這些使用者詐欺案例情形下，可能會因此產生民事上的共同侵權責任，或是成為刑法上詐欺取財罪的幫助犯。另外也導入了美國法網路服務業者可能因使用者侵權行為而產生侵權代位責任的概念。目前日本已有拍賣網站使用者因網路詐欺事件層出不窮，而向 ISP 提出集體訴訟之案例<sup>165</sup>。而本文案例分析結果，拍賣網站 ISP 因使用者詐欺行為，而承擔刑法之幫助犯責任與民法之共同侵權責任的法律風險，對電子商務進展不利。因此本文深入研究拍賣網站問題，設計安全港之免責制度，以期在網站經營者、網站使用者、消費者之間尋求利益的均衡。

<sup>165</sup>資策會 FIND 網站網路脈動新聞：

[http://www.find.org.tw/0105/news/0105\\_news\\_disp.asp?news\\_id=3642&SearchString=&title=&article](http://www.find.org.tw/0105/news/0105_news_disp.asp?news_id=3642&SearchString=&title=&article)

故筆者在保護消費者與降低企業法律風險的雙重考量下，參考各國電子商務法規架構發展方向，草擬「拍賣網站業者自律公約草案」，同時以第四章所研究之法規理論和侵權行為等基礎概念，並參考各國對網路服務提供業者的責任規範法規，嘗試草擬拍賣網站 ISP 免責條款，藉此期望拍賣網站服務提供業者，對於拍賣網站詐欺犯罪，能有更合理的防治與因應措施，並能主動提供受害者更完善的補償制度，以期拍賣網站這個新興的電子商務網路交易環境能更加穩定、蓬勃地發展。



## 參考資料

### \* 書籍

1. 方文昌、汪志堅，電子商務與網路行銷，2004年6月初版，智高文化事業有限公司。
2. 王傳芬，網路交易法律問題之研究—以消費者保護為依歸，台大法研所碩士論文，1999年6月。
3. 黃立等人合著，民法債編各論（上），2002年7月初版，元照出版公司。
4. 戴修瓚，民法債編各論，1995年1月，三民出版社。
5. 林山田，刑法各罪論（上冊），2002年3月修定三版，作者自版。
6. 林山田，刑法各罪論（下冊），2002年4月修定三版，作者自版。
7. 林山田，刑法通論（上），2002年11月增訂八版，作者自版。
8. 林山田，刑法通論（下），2002年12月增訂八版，作者自版。
9. 甘添貴，體系刑法各論【第二卷】，2000年4月初版，瑞興圖書股分有限公司。
10. 邱聰智，新訂民法債編通則（上），2003年1月新訂一版，作者自版。
11. 川端博著，甘添貴監譯、余振華譯，刑法總論二十五講，1999年11月初版，元照出版公司。
12. 姜志俊，消費者保護法，94年6月初版，國立空中大學出版。
13. 朱柏松，消費者保護法論，1999年9月增訂版，翰蘆出版社。
14. 詹森林、馮震宇、林明珠合著，認識消費者保護法，民國94年8月再版，行政院消費者保護委員會出版。
15. 李知遠，例解刑事訴訟法，2004年8月初版，五南出版社。
16. 王澤鑑，民法學說與判例研究第二冊，1992年9月11版，作者自版。
17. 王澤鑑，侵權行為法第一冊，2002年9月，作者自版。
18. Kenneth C. Laudon & Carol Guercio Traver 著，高卉芸譯，『電子商務的商業、科技與社會』，2002，台灣培生教育出版。
19. Joseph W. Glannon, *The law of torts :examples and explanations*, c2000, Aspen Law & Business.



## \* 期刊論文

1. 張戎誼·方琇怡採訪，網路女皇談 eBay 及網路未來，e 天下雜誌，2002 年 9 月。
2. 李科逸，歐盟委員會提出電子商務法律架構，資訊法務透析，1999 年 2 月，頁 14。
3. 賴杉桂，我國電子商務 SWOT 對策，資訊與電腦，第 221 期，1998 年 12 月號，頁 26。
4. 陳人傑，歐盟電子商務指令對於媒介服務提供者之責任規範簡析，科技法律透析，2004 年 1 月，頁 32。
5. 林瑞珠，網路拍賣契約爭議問題之研究，月旦法學雜誌，第 130 期，2006 年 3 月，頁 38。
6. 戴豪君，歐盟電子簽章法指令之簡析，資策會科技法律中心專文論述：  
[http://stlc.iii.org.tw/stlc\\_c.htm](http://stlc.iii.org.tw/stlc_c.htm)，原刊載於 SMARTNET。
7. 蔡蕙芳，用戶著作權侵權之網路服務業者責任，科技法律評論，第一卷第二期，2004 年 9 月，頁 45-73。
8. 蔡蕙芳，P2P 網站經營者之作爲幫助犯責任與中性業務行爲理論之適用，<http://web.nchu.edu.tw/~hftsai/>，預計刊載於東吳法律學報，第 18 卷第 1 期。
9. Keith Siver, GOOD SAMARITANS IN CYBERSPACE, 23 Rutgers Computer and Technology Law Journal, 1 (1997).

## \* 網路資源

1. Yahoo!奇摩網站：  
<http://tw.yahoo.com/>
2. Yahoo!奇摩拍賣網站：  
<http://tw.bid.yahoo.com/>
3. e-Bay 網站：  
<http://pages.tw.ebay.com/aboutebay/thecompany/companyoverview.html>
4. 樂多市場：  
<http://www.roodo.com/>

5. Bid+時尚拍賣競標網：  
<http://www.bidplus.com.tw/>
6. 資策會科技法律中心專文論述：  
[http://stlc.iii.org.tw/stlc\\_c.htm](http://stlc.iii.org.tw/stlc_c.htm)
7. 資策會 FIND 網站  
<http://www.find.org.tw>
8. 美國統一州法全國委員會會議（UCCUSL）修法版本：  
<http://www.law.upenn.edu/bll/ulc/ucita/2002final.htm>
9. Joint Statement released in conjunction with the EU-US Summit in Washington, DC, December 5, 1997.  
<http://www.eurunion.org/partner/summit/Summit9712/electrst.htm>
10. 自由電子新聞網：  
<http://www.libertytimes.com.tw/2001/new/apl/1/today-i1.htm>
11. HiNet 新聞網：  
<http://times.hinet.net/news/20060120/infotech/ecb3c8187f2e.htm>
12. NII 相關法規：  
<http://stlc.iii.org.tw/03-2-1.htm>
13. 行政院經建會法協中心：  
<http://www.cedi.cepd.gov.tw/>
14. SOSA 台北市電子商務消費者協會網頁：  
<http://www.sosa.org.tw/about/about1.asp>
15. 東森新聞電子報  
<http://www.ettoday.com/2003/12/19/10846-1559982.htm>
16. 刑事局破案公告：  
[http://www.cib.gov.tw/news/news01\\_2.aspx?no=920](http://www.cib.gov.tw/news/news01_2.aspx?no=920)
17. ezPay 個人帳房：  
[https://www.ezpay.com.tw/ezPay\\_C2C/welcome/about\\_safepay.jsp](https://www.ezpay.com.tw/ezPay_C2C/welcome/about_safepay.jsp)
18. 全國法規資料庫：  
<http://law.moj.gov.tw/>
19. 司法院法學資料檢索系統：  
<http://nwjirs.judicial.gov.tw/Index.htm>

20. 智權情報網：

<http://www.apipa.org.tw/index.asp>

### \* 其他

1. 網際網路服務提供者法律責任與相關法制之研究，資策會科法中心 92 年研究報告。
- 2 2005/5/9 中時晚報。
- 3 台灣大學「批踢踢實業坊」之「e-shopping」看版精華區。
- 4 2005 全國科技法律研討會講義，頁 136。



## 附錄一：Yahoo!奇摩服務條款

請詳細閱讀 Yahoo!奇摩服務條款，並按下「我接受」鍵以完成註冊程序。

### 1. 認知與接受條款

雅虎國際資訊股份有限公司（「[Yahoo!奇摩](#)」）係依據本服務條款提供 Yahoo!奇摩（<http://www.yahoo.com.tw>）服務（以下簡稱「本服務」）。當您使用 Yahoo!奇摩時，即表示您已閱讀、瞭解並同意接受本約定書之所有內容。雅虎公司有權於任何時間修改或變更本約定書之內容，建議您隨時注意該等修改或變更。您於任何修改或變更後繼續使用 Yahoo!奇摩，視為您已閱讀、瞭解並同意接受該等修改或變更。如果您不同意本約定書的內容，或者您所屬的國家或地域排除本約定書內容之全部或一部時，您應立即停止使用 Yahoo!奇摩。

若您為未滿十八歲，除應符合上述規定外，並應於您的家長（或監護人）閱讀、瞭解並同意本約定書之所有內容及其後修改變更後，方得使用或繼續使用 Yahoo!奇摩。當您使用或繼續使用 Yahoo!奇摩時，即表示您的家長（或監護人）已閱讀、瞭解並同意接受本約定書之所有內容及其後修改變更。

### 2. 與第三人網站的連結

Yahoo!奇摩提供搜尋引擎之服務，旨在便利您迅速獲得檢索結果。您可能會因此連結至其他業者經營的網站，但不表示 Yahoo!奇摩與該等業者有任何關係。其他業者經營的網站均由各該業者自行負責，不屬 Yahoo!奇摩控制及負責範圍之內。Yahoo!奇摩對檢索結果不擔保其合適性、可依賴性、即時性、有效性、正確性及完整性。您也許會檢索到一些令您厭惡或不需要的網站，這是電腦運作的可能結果，遇到此類情形時，Yahoo!奇摩建議您不要瀏覽或儘速離開該等網站。

### 3. 您的註冊義務

為了能使用本服務，您同意以下事項：

- (a) 依本服務註冊表之提示提供您本人正確、最新及完整的資料，
- (b) 維持並更新您個人資料，確保其為正確、最新及完整。若您提供任何錯誤或不實的資料，Yahoo!奇摩有權暫停或終止您的帳號，並拒絕您使用本服務之全部或一部。

### 4. Yahoo!奇摩隱私權政策

關於您的會員註冊以及其他特定資料依本公司「[隱私權政策](#)」受到保護與規範。

### 5. 會員帳號、密碼及安全

完成本服務的登記程序之後，您將收到一個密碼及帳號。維持密碼及帳號的機密安全，是您的責任。利用該密碼及帳號所進行的一切行動，您將負完全的責任。您並同意以下事項：(a)您的密碼或帳號遭到盜用或有其他任何安全問題發生時，您將立即通知 Yahoo!奇摩，且(b)每次連線完畢，均結束您的帳號使用。

## 6. 兒童及青少年之保護

兒童及青少年上網已經成爲無可避免之趨勢，使用網際網路獲取知識更可以培養子女的成熟度與競爭能力。然而網路上的確存有不適宜兒童及青少年接受的訊息，例如色情與暴力的訊息，兒童及青少年有可能因此受到心靈與肉體上的傷害。因此，爲確保兒童及青少年使用網路的安全，並避免隱私權受到侵犯，家長（或監護人）應盡到下列義務：

- a.先檢閱各該網站是否有保護個人資料的隱私權政策，再決定是否同意提出相關的個人資料；並應持續叮嚀兒童及青少年不可洩漏自己或家人的任何資料（包括姓名、地址、電話、電子郵件信箱、照片、信用卡號等）給任何人。也不可以單獨接受網友的邀請或贈送禮物而與之見面。
- b.謹慎選擇合適網站供兒童及青少年瀏覽。未滿十二歲之兒童上網時，應全程在旁陪伴，十二歲以上未滿十八歲之青少年上網前亦應斟酌是否給予同意。



## 7. 使用者的守法義務及承諾

您承諾絕不爲任何非法目的或以任何非法方式使用 Yahoo!奇摩，並承諾遵守中華民國相關法規及一切使用網際網路之國際慣例。您若係中華民國以外之使用者，並同意遵守所屬國家或地域之法令。您同意並保證不得利用本服務從事侵害他人權益或違法之行為，包括但不限於：

- A. 公布或傳送任何誹謗、侮辱、具威脅性、攻擊性、不雅、猥褻、不實、違反公共秩序或善良風俗或其他不法之文字、圖片或任何形式的檔案於 Yahoo!奇摩上；
- B. 侵害他人名譽、隱私權、營業秘密、商標權、著作權、專利權、其他智慧財產權及其他權利；
- C. 違反依法律或契約所應負之保密義務；
- D. 冒用他人名義使用本服務；
- E. 傳輸或散佈電腦病毒；
- F. 從事不法交易行為或張貼虛假不實、引人犯罪之訊息；
- G. 販賣槍枝、毒品、禁藥、盜版軟體或其他違禁物；
- H. 提供賭博資訊或以任何方式引誘他人參與賭博；
- I. 濫發廣告郵件；
- J. 其他 Yahoo!奇摩有正當理由認爲不適當之行為。

## 8. 系統中斷或故障

本服務有時可能會出現中斷或故障等現象，或許將造成您使用上的不便、資料喪失、錯誤、遭人篡改或其他經濟上損失等情形。您於使用本服務時宜自行採取防護措施。Yahoo!奇摩對於您因使用（或無法使用）本服務而造成的損害，不負任何賠償責任。

## 9. 下載軟體或資料

Yahoo!奇摩對於您使用本服務或經由 Yahoo!奇摩連結之其他網站而下載的軟體或資料，不負任何擔保責任。您應於下載前自行斟酌與判斷前述軟體或資料之合適性、有效性、正確性、完整性、及是否侵害他人權利，以免遭受損失（例如：造成您電腦系統受損、或儲存資料流失等）；Yahoo!奇摩對於該等損失不負任何賠償責任。

## 10. 關於使用及儲存之一般措施

您同意 Yahoo!奇摩得就本服務訂定一般措施及限制，包含但不限於本服務將保留電子郵件訊息、佈告欄內容或其他上載內容之最長期間、本服務一個帳號當中可收發電子郵件訊息的數量限制、本服務一個帳號當中可收發電子郵件訊息的最大檔案、Yahoo!奇摩伺服器將為您分配的最大磁碟空間，以及一般特定期間內您使用本服務之次數上限（及每次使用時間之上限）。若 Yahoo!奇摩將本服務維持或傳送之任何訊息、通訊和內容刪除或未予儲存，您同意 Yahoo!奇摩毋須承擔任何責任。您亦同意，長時間未使用的帳號，Yahoo!奇摩有權關閉。您也同意，Yahoo!奇摩有權依其自行之考量，不論通知與否，隨時變更這些一般措施及限制。

## 11. 資訊或建議

Yahoo!奇摩對於您使用本服務或經由 Yahoo!奇摩連結之其他網站而取得之資訊或建議（包括但不限於，商務、投資理財、醫療、法律等方面），不擔保其為完全正確無誤。Yahoo!奇摩對於本服務所提供之資訊或建議有權隨時修改或刪除。您在做出任何相關規劃與決定之前，仍應請教專業人員針對您的情況提出意見，以符合您的個別需求。

Yahoo!奇摩隨時會與其他公司、廠商等第三人（「內容提供者」）合作，由其提供包括新聞、訊息、電子報等不同內容供 Yahoo!奇摩刊登，Yahoo!奇摩於刊登時均將註明內容提供者。基於尊重內容提供者之智慧財產權，Yahoo!奇摩對其所提供之內容並不作實質之審查或修改，對該等內容之正確真偽亦不負任何責任。對該等內容之正確真偽，您宜自行判斷之。您若認為某些內容涉及侵權或有所不實，請逕向該內容提供者反應意見。

## 12. 廣告

您在 Yahoo!奇摩上瀏覽到的所有廣告內容、文字與圖片之說明、展示樣品或其他銷售資訊，均由各該廣告商、產品與服務的供應商所設計與提出。您對於廣告之正確性與可信度應自行斟酌與判斷。Yahoo!奇摩僅接受委託予以刊登，不對前述廣告負擔保責任。

### 13. 買賣或其他交易行爲

廠商或個人可能透過本服務或經由 Yahoo!奇摩連結之其他網站提供商品買賣、服務或其他交易行爲。您若因此與該等廠商或個人進行交易，各該買賣或其他合約均僅存在您與各該廠商或個人兩造之間。您應要求各該廠商或個人，就其商品、服務或其他交易標的物之品質、內容、運送、保證事項與瑕疵擔保責任等，事先詳細闡釋與說明。您因前述買賣、服務或其他交易行爲所產生之爭執，應向各該廠商或個人尋求救濟或解決之道。Yahoo!奇摩聲明絕不介入您與廠商或個人間的任何買賣、服務或其他交易行爲，對於您所獲得的商品、服務或其他交易標的物亦不負任何擔保責任。您若係向 Yahoo!奇摩經營的購物網站進行前述買賣、服務或其他交易行爲，雙方權利義務將另行依據該網站之責任規範約定書內容決定之。

### 14. 免責聲明

您明確了解並同意：

Yahoo!奇摩對本服務不提供任何明示或默示的擔保，包含但不限於商業適售性、特定目的之適用性及未侵害他人權利。Yahoo!奇摩不保證以下事項：(i)本服務將符合您的需求，(ii)本服務不受干擾、及時提供、安全可靠或免於出錯，(iii)由本服務之使用而取得之結果爲正確或可靠，及(iv)您經由本服務購買或取得之任何產品、服務、資訊或其他資料將符合您的期望。

是否經由本服務之使用下載或取得任何資料應由您自行考量且自負風險，因前開任何資料之下載而導致您電腦系統之任何損壞或資料流失，您應負完全責任。

您自 Yahoo!奇摩或經由本服務取得之建議和資訊，無論其爲書面或口頭，均不構成本服務之保證。

### 15. 金融相關服務

本服務之目的爲提供資訊，非供交易或投資之目的。經由本服務傳送之任何資訊之正確性與適用性，Yahoo!奇摩均不承擔任何責任。基於前開資料之任何交易或投資決定，Yahoo!奇摩亦不予負責。

### 16. 會員行爲

由會員公開張貼或私下傳送的資訊、資料、文字、軟體、音樂、音訊、照片、圖形、

視訊、信息或其他資料（以下簡稱「會員內容」），均由「會員內容」提供者自負責任。Yahoo!奇摩無法控制經由本服務而張貼之「會員內容」，因此不保證其正確性、完整性或品質。您了解使用本服務時，可能會接觸到令人不快、不適當、令人厭惡之「會員內容」。在任何情況下，Yahoo!奇摩均不為任何「會員內容」負責，包含但不限於任何錯誤或遺漏，以及經由本服務張貼、發送電子郵件或傳送而衍生之任何損失或損害。

您了解 Yahoo!奇摩並未針對「會員內容」事先加以審查，但 Yahoo!奇摩有權（但無義務）依其自行之考量，拒絕或移除經由本服務提供之任何「會員內容」。在不限制前開規定之前提下，Yahoo!奇摩及其指定人有權將違反本服務條款和令人厭惡之任何「會員內容」加以移除。您使用任何「會員內容」時，就前開「會員內容」之正確性、完整性或實用性之情形，您同意必須自行加以評估並承擔所有風險。您了解並同意，Yahoo!奇摩依據法律的要求，或基於以下目的之合理必要範圍內，認定必須將「會員內容」加以保存或揭露予政府機關、司法警察或未成年人之監護人時，得加以保存及揭露：(a)遵守法令或政府機關之要求律程序，(b)執行本服務條款，(c)回應任何侵害第三人權利之主張，或(d)保護 Yahoo!奇摩及其使用者及公眾之權利、財產或個人安全。

## 17. 智慧財產權的保護

Yahoo!奇摩所使用之軟體或程式、網站上所有內容，包括但不限於著作、圖片、檔案、資訊、資料、網站架構、網站畫面的安排、網頁設計，均由 Yahoo!奇摩或其他權利人依法擁有其智慧財產權，包括但不限於商標權、專利權、著作權、營業秘密與專有技術等。任何人不得逕自使用、修改、重製、公開播送、改作、散布、發行、公開發表、進行還原工程、解編或反向組譯。若您欲引用或轉載前述軟體、程式或網站內容，必須依法取得 Yahoo!奇摩或其他權利人的事前書面同意。尊重智慧財產權是您應盡的義務，如有違反，您應對 Yahoo!奇摩負損害賠償責任（包括但不限於訴訟費用及律師費用等）。

## 18. 您對 Yahoo!奇摩之授權

若您無合法權利得授權他人使用、修改、重製、公開播送、改作、散布、發行、公開發表某資料，並將前述權利轉授權第三人，請勿擅自將該資料上載、傳送、輸入或提供至 Yahoo!奇摩。任何資料一經您上載、傳送、輸入或提供至 Yahoo!奇摩時，視為您已允許 Yahoo!奇摩可以基於公益或私益之目的，無條件使用、修改、重製、公開播送、改作、散布、發行、公開發表該等資料，並得將前述權利轉授權他人，您對此絕無異議。您並應保證 Yahoo!奇摩使用、修改、重製、公開播送、改作、散布、發行、公開發表、轉授權該等資料，不致侵害任何第三人之智慧財產權，否則應對 Yahoo!奇摩負損害賠償責任（包括但不限於訴訟費用及律師費用等）。



## 19. 拒絕或終止您的使用

您同意 Yahoo!奇摩得基於其自行之考量，因任何理由，包含但不限於缺乏使用，或 Yahoo!奇摩認為您已經違反本服務條款的明文規定及精神，終止您的密碼、帳號（或其任何部分）或本服務之使用，並將本服務內任何「會員內容」加以移除並刪除。Yahoo!奇摩亦得依其自行之考量，於通知或未通知之情形下，隨時終止本服務或其任何部分。您同意依本服務條款任何規定提供之本服務，無需進行事先通知即得終止，您承認並同意，Yahoo!奇摩得立即關閉或刪除您的帳號及您帳號中所有相關資料及檔案，及停止本服務之使用。此外，您同意若本服務之使用被終止，Yahoo!奇摩對您或任何第三人均不承擔責任。

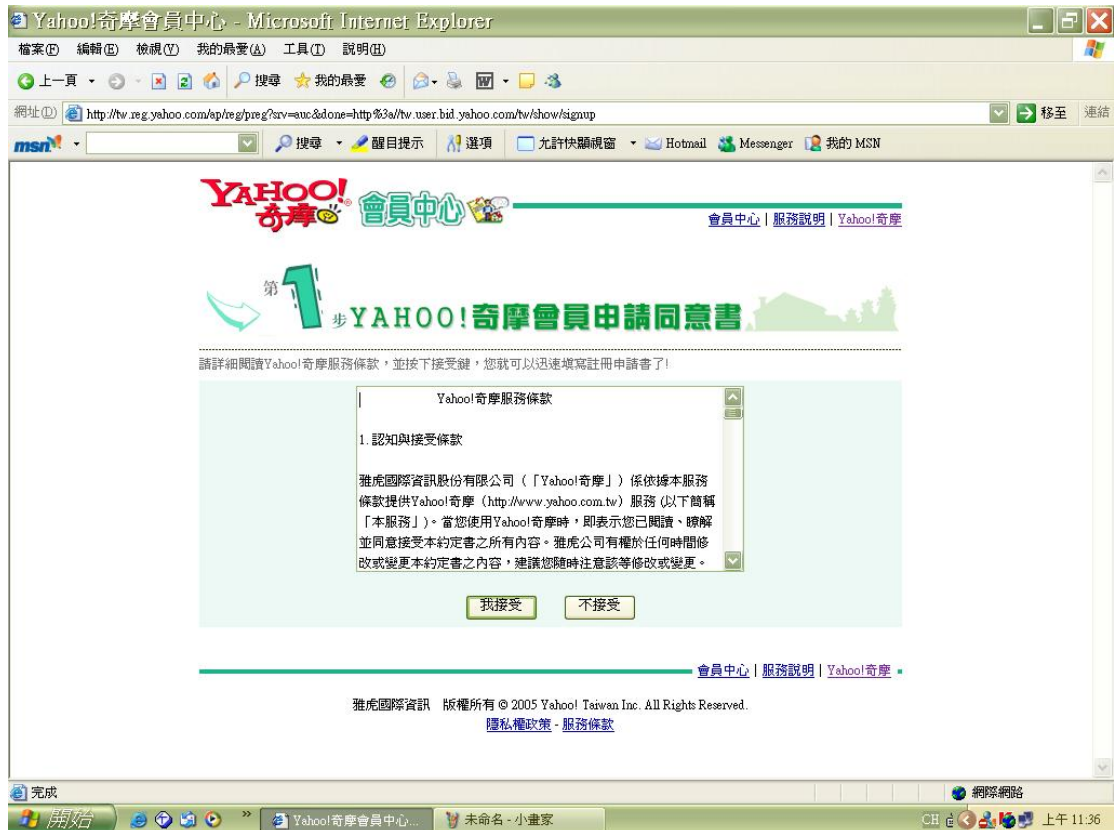
## 20. 準據法與管轄法院

本約定書之解釋與適用，以及與本約定書有關的爭議，均應依照中華民國法律予以處理，並以台灣台北地方法院為第一審管轄法院。

我接受  我不接受



## 附錄二：Yahoo 奇摩網站會員註冊流程圖檔





## 附錄三：Yahoo! 奇摩拍賣會員認證流程圖




Yahoo!奇摩拍賣 - 註冊確認程序 - Microsoft Internet Explorer

檔案(F) 編輯(E) 檢視(V) 我的最愛(A) 工具(T) 說明(H)

網址(D) http://tw.reg.yahoo.com/ap/reg/mpSend2?sr=reg&done=http://tw.user.bid.yahoo.com/tw/show/signup?skip\_intro=1%26category=%26aID=%26afsb=

msn 搜尋 醒目提示 選項 允許快顯視窗 Hotmail Messenger 我的MSN

為了提升交易的品質，從 2004/6/1 開始，我們要求所有使用者必須要完成確認手機號碼，才能正式使用拍賣的服務。確認手機號碼是免費的，只需要簡單的兩個步驟即可完成。請放心，確認後我們並不會主動公開您的號碼，您可以自行決定是否要在交易完成後顯示手機號碼給對方，以提高交易的效率。確認成功後，您的帳號旁將顯示  的符號，以展現您的交易誠信。請及早完成確認，以確保您的權益。

請先檢查以下的資料是否正確，若不正确或尚未填寫手機號碼，請按「修改」將資料更正。按下「傳送確認碼」後我們會傳送簡訊到你的手機上，請在下一頁填寫您收到的確認碼。

您的帳號資料	
Yahoo!奇摩帳號：	songingsai
未確認的手機號碼：	0910396265 (修改)

**注意事項：**

- 接收門號可以是國內各家系統門號（包括PHS及亞太寬頻電信）及國外的手機號碼。
- 確認國外手機號碼，請先於「居住地區」選項選擇非台灣地區的地點，再於「行動電話」欄位輸入：+國碼手機號碼（請連號輸入，如：+85212345678）[查詢國碼](#)。
- 簡訊費用由Yahoo!奇摩負擔，但每個帳號最多只能免費傳送三次，請勿嘗試反覆發送，以免權益受損。

如果您已經收到過確認碼，請直接按此輸入確認碼

傳送確認碼 取消

完成 網際網路

Yahoo!奇摩拍賣 - 註冊確認程序 - Microsoft Internet Explorer

檔案(F) 編輯(E) 檢視(V) 我的最愛(A) 工具(T) 說明(H)

網址(D) https://tw.billing.yahoo.com/step1?bx\_id=93B5D7E6F4210DEA&bx\_seq=1&done=http%3a%2f%2fuser.bid.yahoo.com%2f%2fshow%2f%2fsignup%2f%2fstatus%3d1&back=http%2f%2f%2f

msn 搜尋 醒目提示 選項 允許快顯視窗 Hotmail Messenger 我的MSN

Yahoo!奇摩拍賣 註冊確認程序

認證信用卡的網路傳輸過程，將受到網路加密(SSL安全協定)的保護。您可安心填寫信用卡號與有效期限等資訊，我們將透過系統取得「銀行授權交易1元」的方式，查證您信用卡的有效性。我們不會經由此動作儲存您的卡號，也不會對您的信用卡請款，因此您不會需要支付任何費用。此項授權交易紀錄會於認證完成後刪除，請安心認證。<[認證說明](#)>

**提醒您！**非持卡人切勿使用，偽冒使用他人信用卡是嚴重的犯罪行為。

**您的信用卡資料** (同一張信用卡只能認證一次)

持卡人姓名	<input type="text"/>
卡別	VISA <input type="button" value="v"/>
卡號	<input type="text"/> - <input type="text"/> - <input type="text"/> - <input type="text"/>
有效期限	06 <input type="button" value="v"/> / 2004 <input type="button" value="v"/> (月/年)

點選「認證」後，請等候認證完成的結果，過程中請保持網路連線狀態。

認證 取消

網際網路

Yahoo!奇摩拍賣 - Microsoft Internet Explorer

檔案(F) 編輯(E) 檢視(V) 我的最愛(A) 工具(T) 說明(H)

上一步 一步 搜尋 我的最愛

網址(1) http://tw.user.bid.yahoo.com/tw/show/signup?force\_cc=1&show\_end=1&show\_info=1 移至 連結

msn 搜尋 醒目提示 選項 允許快顯視窗 Hotmail Messenger 我的MSN

Yahoo!奇摩拍賣 註冊確認程序

**同意Yahoo!奇摩拍賣使用規範**

在您使用拍賣之前，請確定您已經詳細閱讀並願意遵守Yahoo!奇摩拍賣使用規範，以確保您的使用權益，並保障賣場的交易品質與安全。

Yahoo!奇摩拍賣使用規範

本使用規範是Yahoo!奇摩服務條款的補充條款，當您使用Yahoo!奇摩拍賣時，即表示您已閱讀、瞭解並同意接受本使用規範所訂之所有內容。本規範得隨時修訂並公告於Yahoo!奇摩拍賣上，修訂後之內容自公告時起生效。

一、關於Yahoo!奇摩拍賣

Yahoo!奇摩拍賣服務係提供使用者之間交易的平台，刊登之商品是由使用者所自行上傳銷售者，並非Yahoo!奇摩所販賣。Yahoo!奇摩不參與使用者間之交易，對於出現在拍賣上的商品品質、安全性或合法性，Yahoo!奇摩均不予保證。

當您使用Yahoo!奇摩拍賣時，必須瞭解且遵守以下事項：

買方和賣方必須對交易之履行負完全的責任。  
買方和賣方必須自行解決由交易引起的糾紛。  
買方和賣方必須自行負擔因交易而產生的費用。

我已經閱讀、了解並且同意遵守此使用規範的規定。

確定 取消

完成 網際網路



## 附錄四：Yahoo! 奇摩拍賣網站買家交易網頁圖檔

H2O 秋冬款羊毛五分褲---灰底粉紅點點---暖活又可愛---限時搶購加送牛仔裙!! Yahoo!奇摩拍賣 - Micro...

網址: http://tw.f5.page.bid.yahoo.com/tw/auction/e10352472

**H2O 秋冬款羊毛五分褲---灰底粉紅點點---暖活又可愛---限時搶購加送牛仔裙!!**

[檢舉拍賣品] [寄給朋友] [加入行事曆] [加入追蹤清單] [加入好友名單]

**賣方資料**

賣方(評價): **u8828007 (184)**

正面評價百分比: 99.46 %

**付款方式**

- 接受銀行或郵局轉帳

**交貨方式**

- (郵寄)買方付運費
- 先付款再交貨

**商品新舊**

- 在描述中說明

[賣方的所有拍賣商品 \(6\)](#)

[賣方「關於我」 / 評價與意見](#)

[拍賣問與答 \(2\)](#)

Not Online right now

**拍賣檔案**

目前出價: 501 元

**直接購買價: 980 元**

剩餘時間: 5 天 7 小時 (倒數計時器)

最高出價者: 無

商品數量: 1

出價次數: 0 (出價紀錄)

起標價格: 501 元

出價增額: 30 元

所在地區: 新竹市

開始時間: 2005-10-27 14:34

結束時間: 2005-11-07 01:34

拍賣編號: e10352472

運送費用: 80 元

**備註事項:**

- 賣方可提前結束拍賣。
- 拍賣時間會自動延長。
- 賣方不願意將貨品運送到其他國家。
- 這項商品有直接購買價 980 元

**出價競標或立即買**

最低出價: 501 元

最高出價:  元

自動出價 (說明)

直接出價

需要幫助嗎?請參考 [如何出價競標](#)

---

**想直接買嗎?**

直接購買價: **980 元**

遇到問題了?請參考 [直接購買價說明](#)

轉賣Cat-kids APPLE品牌黑色·蝴蝶標空鞋 39號 Yahoo!奇摩拍賣 - Microsoft Internet Explorer

網址: http://tw.f3.page.bid.yahoo.com/tw/auction/e16998743

**轉賣Cat-kids APPLE品牌黑色·蝴蝶標空鞋 39號**

[檢舉拍賣品] [寄給朋友] [加入行事曆] [加入追蹤清單] [加入好友名單]

**恭喜你! 你贏得了這次的競標 -**

Yahoo!奇摩拍賣已經寄送了電子郵件通知你和賣方, 確認你是這項拍賣的得標者, 您亦可透過以下聯絡資料主動與賣方聯繫。下一步?

- 在完成購買之後 (即收到物品之後), 並且確認商品已經結標, 你可以 [對賣方進行評價](#), 讓其他使用者可以從你們交易的經驗當中, 得到有用的訊息。

想要保留你個人這次的交易紀錄?請到 [我的紀錄](#), 是我的拍賣中的新功能。

**請注意:** 當你得標商品之後, 請留意您轉帳匯款的對象是否為賣家本人, 詳見說明: [交易時請留意匯款對象](#)。

**賣方聯絡狀況的訊息**

賣方帳號	聯絡資料	金額	數量	總計	拍賣物品 / 意見	我的紀錄
randohoney 姓名: *randol	<a href="mailto:randohoney@yahoo.com.tw">randohoney@yahoo.com.tw</a> 通訊電話: 035-928077 行動電話: (非公開資訊)	750 元	1	750 元	<ul style="list-style-type: none"> <li>評價賣方 ✓</li> <li>買賣糾紛說明</li> </ul>	<a href="#">編輯</a>

**交易紀錄**

[2005-06-21 15:12] u8828007 留下評價給 randohoney

[2005-06-21 08:11] randohoney 留下評價給 u8828007

[2005-06-17 15:36] 拍賣已經成功結束且有得標者。

使用 [網路ATM](#) 立即付款給賣方 [立即線上轉帳](#)

Yahoo!奇摩拍賣 - Microsoft Internet Explorer

網址(D) http://tw.user.bid.yahoo.com/tw/show/rating?userID=dadaiah2003&

msn! 搜尋 我的最愛 允許快顯視窗 Hotmail Messenger 我的MSN

**評價 (94)**    拍賣商品    關於我

95 - 1 = 94

詳細資料    詳細資料

正面評價百分比: 98.96% ※計算方式: 正評 / (正評+負評)

- 有 95 個會員給予正面評價 (共交易 113 項商品)。
- 有 1 個會員給予負面評價 (共交易 1 項商品)。
- 有 4 個會員給予普通評價 (共交易 4 項商品)。
- [關於評價的顯示與計算方式](#)

	前一週	前一個月	前六個月	合計
良好	2	8	33	113
普通	0	0	0	4
極差	0	0	0	1
合計	2	8	33	118

**全部評價 - 使用者意見回應**

第 1 頁, 共 10 頁    [上一頁](#) | [下一頁](#)

評價為: 良好 , 評價人 (賣方): [vv119119 \(339\)](#)

[紫鑲 凱蒂貓Hello Kitty 2006 硬殼行事曆 or 萬用手冊 【最後一本囉~】](#) (2005-10-21 09:29)

**賣方滿意度: 良好!**

意見: 過程清楚、匯款迅速的好買家哦~很愉快的一次交易, 期盼下回還能有為您服務的機會! 謝謝您的購買~謝謝!! ^\_^ (2005-10-26 18:23)

---

[紫鑲 凱蒂貓Hello Kitty 2006 草莓蛋糕桌上型月曆 / MEMO 夾款](#) (2005-10-21 09:29)

**賣方滿意度: 良好!**

意見: 過程清楚、匯款迅速的好買家哦~很愉快的一次交易, 期盼下回還能有為您服務的機會! 謝謝您的購買~謝謝!! ^\_^ (2005-10-26 18:23) (最近期的)

開始    Windows Media Player    2-1 - Microsoft Word    Yahoo!奇摩拍賣 - MI...    網路網路    CH    下午 06:18



## 附錄五：Yahoo! 奇摩拍賣網站賣家交易網頁圖檔



## 附錄六：網際網路法制發展計畫研究成果

圖表來源：經建會法協中心：<http://www.cedi.cepd.gov.tw/>

	完成法規修訂	完成前瞻性研究
電子契約法制	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;電子簽章法</li> <li>&gt;電子簽章法施行細則</li> <li>&gt;憑證實務作業基準應載明事項</li> <li>&gt;外國憑證機構管理辦法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;電子交易法制相關議題</li> <li>&gt;認證體系管理與整合</li> </ul>
網路智財權保障	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;電信法第二十條之一</li> <li>&gt;網際網路位址及網域名稱註冊管理業務監督及輔導辦法</li> <li>&gt;商標法</li> <li>&gt;著作權法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;網路著作權爭議解決</li> </ul>
網路市場發展		<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;網路交易爭端解決</li> <li>&gt;網路限制競爭與公平競爭行為規範</li> <li>&gt;電子租稅法制</li> <li>&gt;濫發電子郵件行為之管理與法制規範研究</li> </ul>
消費者權益保障	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;消費者保護法第二條</li> <li>&gt;電子商務消費者保護綱領</li> <li>&gt;網路交易定型化契約範例</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;網路交易消費者保護課題</li> <li>&gt;網際網路服務提供者法律責任與相關法制之研究</li> </ul>
網路金流規範	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;電子支票業務規範</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;電子支付系統之法律與風險</li> <li>&gt;國際貿易文件電子化</li> </ul>
電子化政府		<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;電子化政府與行政程序法</li> </ul>

## 附錄七： Yahoo!奇摩拍賣棄標處理制度

圖表來源：<http://tw.help.yahoo.com/auct/policy/nopaybid.html>

當買方得標後，賣方無法確認買方(得標者)是否履行交易時，賣方可以透過這個制度來與買方取得聯繫，並讓買方確認是否履行交易。當買方反悔不買，或在合理的時間內沒有回應時，系統將會記錄棄標的買方一次違規，當違規紀錄累積到一定的程度，將有可能導致買方帳號被停權，藉此制度與會員互助的力量來維護拍賣平台中買賣交易的秩序。

### ⚠️請注意！


若買方沒有履行交易，賣方必須走完棄標處理制度流程，才能夠移除得標者，並且賣方有權選擇要不要讓次高出價者遞補成為得標者。

## 1 提出交易提醒 (買方得標後5天之內)

**賣方：**從結標商品頁的買方帳號旁，點選 [交易提醒] (圖例)，填寫您想留給對方的訊息後送出，等候買方的回應。

提出交易提醒後，您可以從「我的拍賣>[棄標處理](#)」專區掌握處理進度。

**系統：**Yahoo!奇摩拍賣會自動將交易提醒通知信給買方。

**買方：**從交易提醒通知信或「我的拍賣>[已得標](#)」中亮警示的商品連到 [回應交易提醒] 頁面，留下要給對方的訊息，按下 [確定購買] 或 [因故不買] 的選項。**買方收到交易提醒通知後 5 天內必須做出回應**，以免賣方對您提出棄標抗議。

**後續：**若買方回應 [確定購買]，表示賣方已取得買方聯繫，請買賣雙方盡

快完成後續交易事項。但若之後買方仍遲遲不付款，賣方仍可以提出 [棄標抗議]。

若買方回應 [因故不買]

若買方回應 [因故不買]，將會得到系統的棄標違規警告。[說明](#)


請賣方立即移除得標者，並選擇要不要讓次高出價者遞補。[說明](#)



## 2 提出棄標抗議 (交易提醒後5天內~買方得標後14天內)

**賣方：** 提出交易提醒超過 5 天，買方仍未回應，或已回應確定購買但仍遲遲未收到款項，賣方可以在買方得標後 14 天內 提出 [棄標抗議]。

賣方可從結標商品頁的買方帳號旁，點選 [棄標抗議] ([圖例](#))，填寫您想留下的訊息後送出棄標抗議。

**系統：** Yahoo!奇摩拍賣會自動將棄標抗議通知 Email 給買方，並且給棄標的買方一次棄標違規嚴重警告，買家將會在「我的拍賣>已得標」中看到該商品出現  警示。[說明](#)



## 3 移除得標者 (期限為買方得標後14天內)

**賣方：** 賣方可以移除得標者的時機為：

### A. 買方回應交易提醒 [因故不買] 後

從買方回應 [因故不買] 通知信，點選 [立即移除得標者]，或從結標商品頁的買方帳號旁點選 [移除]，按照頁面指示將得標者移除。

### B. 賣方提出 [棄標抗議] 後

賣方對買方提出 [棄標抗議] 後，接著按照頁面指示將得標者移除。

移除得標者後，若該筆商品有次高出價者，賣方有權選擇要不要讓次高出價者遞補成爲得標者。(唯必須等候次高出價者接受後，才能成爲真正的得標者)

系統：Yahoo!奇摩拍賣會自動寄送「移除得標者通知信」給原買方

### 舉例說明：

買方 B 在 2006/8/1 21:38 得標了賣方 A 的商品：

1. 賣方提出交易提醒：買方得標後 5 天內

若 B 沒有適時聯絡，A 必須在 8/6 21:38 前提出 [交易提醒]

2. 買方回應交易提醒：賣方提出交易提醒後 5 天內

假設 A 在 8/5 9:55 對 B 提出了 [交易提醒]，B 可以回應 [交易提醒] 的期限爲 8/10 9:55 前

3. 賣方提出棄標抗議：賣方提出交易提醒滿 5 天後 (若買方無回應)~買方得標後 14 天內

若 B 在 8/10 9:55 前沒有回應交易提醒，A 可以在 8/15 21:38 前對 B 提出 [棄標抗議]，並且移除 B 的得標資格

## 注意事項

1. Yahoo!奇摩拍賣的系統將會對每一次交易提醒的結果，及棄標抗議的紀錄，自動對買方不履行交易的行為給予處分。
  - 買方回應交易提醒 [因故不買]：得到系統 [棄標違規警告] 一次
  - 買方收到[棄標抗議]：得到系統 [棄標違規嚴重警告]一次
2. 若是賣方反悔不願完成交易，也會獲得系統[不履行交易警告]一次
3. 當上述違規紀錄累積到一定的程度，將有可能導致棄標慣犯帳號被停權。
4. 即使賣方已移除得標者，買賣雙方仍可互給評價，不受棄標處理流程影響。
5. 若賣家未於得標後 14 天內依棄標處理流程移除得標者，系統將視為買賣雙方已完成交易。



## 提醒賣方

提出交易提醒後，您可以從「我的拍賣>[棄標處理](#)」專區掌握處理進度。

- 在買方得標後 5 天內，若無法與買方取得聯繫，請務必提出交易提醒，以免 5 天後當買家不能履行交易時，**您將無法提出交易提醒且移除得標者**。
- 有時可能因為某些原因造成聯繫上的問題，建議當您提出 [交易提醒] 時，盡量使用緩和的語氣，以便順利達成交易。

- 當買方確定不能履行交易，請您必須立即 **[移除得標者]**，以免造成後續的爭議。即使您已提出棄標抗議，若未移除得標者，系統仍視為買賣雙方已完成交易。
- 如果是因賣方因素無法售出時，請選擇「賣方因素」，可以立刻移除得標者，不須對買方提出交易提醒。
- 更多[賣家棄標處理常見問題](#)

### 提醒買方

您可以從交易提醒通知信或「我的拍賣>[已得標](#)」中查看是否有亮燈警示的商品。

- 當您得標後，請主動與賣方聯繫，或主動依照賣家的訊息完成付款動作。
- 您得標即代表您有履行交易的義務，若您真的因故無法購買，建議您主動通知賣家，主動回應 **[交易提醒]** 確定您不能購買，若您相應不理，可能會得到系統的棄標違規嚴重警告。
- 若賣方對您提出 **[交易提醒]**，請盡快按照指示做出回應。回應時請依據實際狀況回覆，**若您回應[確定購買] 而後又反悔，賣家仍然可以對您提出[棄標抗議]，而得到系統的嚴重警告。**
- 更多[買家棄標處理常見問題](#)

## 附錄八：Yahoo!奇摩拍賣買家 / 賣家保障方案

### 補償對象與金額

### 什麼是買家/賣家保障方案

### 適用與不適用要件

### 補償申請所需文件

### 補償申請流程

### 常見問題

您是買家，您害怕付了錢給賣家但是收不到貨，所以還在考慮是否要標一件讓你心動的商品嗎？您是賣家，您相信買家已依約定付錢，所以迅速出貨，但是痴痴地等也等不到匯款，怎麼辦？Yahoo!奇摩拍賣的《買家/賣家保障方案》是個全方位的保障方案，同時保護「買家」和「賣家」，不論是買家或賣家在網站上不幸遭到詐欺時，保障方案提供合理的損失補償，以減低拍賣會員所受的傷害。

## 1 補償對象與金額

補償對象	狀況
賣方	已出貨但買方未依約定付款
買方	1. 已付款但未收到商品 2. 已付款但商品不符

### 補償金額

拍賣結標價格	—	Yahoo!奇摩手續費 700 元	= 補償金額
--------	---	----------------------	--------

- 補償金額為商品的拍賣結標價格減去手續費新台幣 700 元（如上圖）。若匯款金額低於商品結標價格，則以實際匯款金額為準。
- 補償方案的最高補償額度為 7,000 元，若商品結標價格高於 7,000 元，以 7,000 元計。
- 但若買賣雙方透過「ezPay 個人帳房」完成一般服務的付款(不含交易履約保障)，最高補償額度則提高至 10,000 元，若商品結標價格高於 10,000 元，以 10,000 元計。
- 每個補償申請案 Yahoo!奇摩收取手續費 700 元。
  - 範例一：商品結標價 1,000 元，補償金額為  $1,000-700 = 300$  元。
  - 範例二：商品結標價 10,000 元，補償金額為  $7,000-700 = 6,300$  元。
  - 範例三：若買方透過「ezPay 個人帳房」付款給賣方，商品結標價 11,000 元，補償金額為  $10,000-700 = 9,300$  元。



## 2 適用與不適用要件

適用要件	不適用之要件
1 在 Yahoo!奇摩拍賣平台上結標	1 非經由 Yahoo!奇摩拍賣結標
2 由 Yahoo!奇摩拍賣系統認定之結標商品買家或賣家	2 現金交易（含使用現金袋寄送現金）
3 買賣雙方於該項商品結標時信用良好（評價要大於或等於 0）	3 預售、預購、代購等拍賣當時賣家無真實物品之情形
4 商品不屬「 <a href="#">禁止刊登商品</a> 」	4 商品已修復或再出售（商品應保持收到時之原狀）
5 商品結標金額大於 NT700 元	5 運送過程中損壞
6 包括使用實體與網路銀行匯款、實體與網路 ATM 轉帳、支票、信用卡、ezPay 個人帳房等方式付款	6 當面交易 / 個人親自取貨
7 同一人（指同一身分證字號）六個月內補償申請未超過兩次（含本次申請），每次申請補償限一筆拍賣編號。	7 超額付款
8 申請人個人資料與會員帳號基本資料必須相符 A.姓名 B.生日 C.身分證字號	8 商品和刊登頁面描述未有顯著不同（若是在商品顏色/新舊/污損/配件等發生爭議，並不構成詐欺，請參考 <a href="#">買賣糾紛說明</a> ）
9 若以信用卡付款，需提供信用卡發卡行拒絕補償憑證	9 無實體物品（例如：網路會員帳號、線上遊戲帳號或裝備、道具、遊戲點數卡、遊戲儲值卡、信用卡紅利點數等）
10 若以 ezPay 個人帳房付款，【交易狀態】為「完成」的交易	10 從加害人或其關係人取得部份或全部的賠償
	11 妨礙補償程序的順利進行（例如：不配合查證）
	12 刊登於特殊分類之商品（汽車、機車、旅遊、服務、房地產）是屬於「廣告」之性質。詳見 <a href="#">特殊分類定義</a>
	13 使用「ezPay 個人帳房」付款並選用「易付通」。

## 3 補償申請所需文件

1	補償表格-填妥並簽名
2	列印完整之 Yahoo!奇摩回覆的詐欺確認信件與 Yahoo!奇摩拍賣網站上的商品結標頁面或系統結標信
3	申請人身分證正反面影本
4	與賣家/買家聯絡往返信件
5	賣家：寄貨憑證、買家簽收憑證或其他可資證明之文件
6	報案三聯單影本
7	買家：交易時付款之付款憑證，包括以下憑證：銀行匯款單收執聯影本、自動櫃員機（ATM）交易明細表影本、銀行出據之交易明細（實體 ATM、網路 ATM 或網路銀行轉帳）信用卡帳單影本、ezPay 個人線上付款工具之付款交易憑證、支票正反面影本（不含現金袋寄件證明） ※注意：銀行出據之交易明細必須為向銀行申請之正式單據，非線上下載或列印的明細表。
8	買家：信用卡發卡行出具拒絕補償憑證（以信用卡付款時適用）
9	買家：商品不符之情形，請提供鑑定人之鑑定書
申請人請填妥申請表並將所需之書面證明文件分別依序黏貼於 A4 大小之紙上，再以掛號郵寄至 Yahoo!奇摩，文件送達日以郵戳為憑。	

#### 4 補償申請流程

申請流程圖

程序說明

## 商品結標

商品結標後30日內

### 1 檢舉：申請人提出詐欺檢舉

申請人提出詐欺檢舉後30日內

### 2 受理：Yahoo!奇摩受理表格

申請人收到Yahoo!奇摩回覆的  
申請表格60日內

### 3 申請：申請人提出補償申請

Yahoo!奇摩收到完整申請文件  
正本後60日內

### 4 補償：Yahoo!奇摩完成調查

## 商品結標

商品結標後，買賣雙方須立刻開始聯絡，善盡彼此溝通之責。若無法聯繫上，請務必以評價方式公開溝通。

### 程序 1：檢舉：申請人提出詐欺檢舉

若買家匯款 5 日後仍未收到商品，或賣家寄出商品 5 日後仍未收到貨款，且以評價方式溝通後仍無回應，請至[詐欺檢舉信箱](#)提出正式詐欺檢舉。若未透過此表格申請之檢舉案（如在互動討論區申訴）恕不受理。

※注意：買家賣家提出檢舉同時須向警方報案取得報案三聯單備查。

### 程序 2：受理：Yahoo!奇摩受理回寄表格

#### A. 經 Yahoo!奇摩認定有進行詐欺之情形：

Yahoo!奇摩將停止被檢舉人使用權限，並回覆申請人確定詐欺之信件(內含保障方案申請表格)

※注意：此時 Yahoo!奇摩尚未裁定是否符合補償標準，須待申請文件齊全後正式審理，申請人須在收到回覆後 60 日內提出補償所需完整文件。

#### B. 經認定被檢舉之行為尚不屬詐欺之情形：

Yahoo!奇摩將寄送警告信予被檢舉人促其履行交易，並回覆申請人建議再次與被檢舉人溝通。溝通未果，請申請人再次檢舉，經 Yahoo!奇摩認定有疑似詐欺情形時，依（A）項程序處理。

### 程序 3：申請：申請人提出補償申請

請填妥申請表並將所需之書面證明文件分別依序黏貼於 A4 大小紙上，再以掛號郵寄至 Yahoo!奇摩，文件送達日以郵戳為憑。Yahoo!奇摩在收到您的申請文件資料後，將以電子郵件通知您，請妥善保留該電子郵件，如欲詢問申請案之進度，請至[保障方案詢問信箱](#)查詢。

### 程序 4：補償：Yahoo!奇摩完成調查

Yahoo!奇摩將在 60 日內調查完畢。期間若有需要將與申請人聯繫，申請人有義務配合調查，並回答 Yahoo!奇摩之詢問。調查結束後，Yahoo!奇摩會將調查結果通知申請人，並將補償金額匯入申請人指定的銀行帳戶。

如申請人提出保障方案補償申請後，交易相對人有履行交易（匯款、寄貨）或退款（含部分退款）之情形，申請人須以電子郵件通知 Yahoo!奇摩。若 Yahoo!奇摩已支付補償金，申請人應將已受領之補償金返還 Yahoo!奇摩。

※ Yahoo!奇摩有權於任何時間修改或變更保障方案之內容。



## 附錄九：Yahoo!奇摩拍賣使用規範

本使用規範是 Yahoo!奇摩服務條款的補充條款，當您使用 Yahoo!奇摩拍賣時，即表示您已閱讀、瞭解並同意接受本使用規範所訂之所有內容。本規範得隨時修訂並公告於 Yahoo! 奇摩拍賣上，修訂後之內容自公告時起生效。

### 一、關於 Yahoo!奇摩拍賣

Yahoo! 奇摩拍賣服務係提供使用者之間交易的平台，刊登之商品是由使用者所自行上傳銷售者，並非 Yahoo!奇摩所販賣。Yahoo!奇摩不參與使用者間之交易，對於出現在拍賣上的商品品質、安全性或合法性，Yahoo!奇摩均不予保證。

當您使用 Yahoo! 奇摩拍賣時，必須瞭解且遵守以下事項：

- 買方和賣方必須對交易之履行負完全的責任。
- 買方和賣方必須自行解決由交易引起的糾紛。
- 買方和賣方必須自行負擔因交易而產生的費用。
- 買方和賣方必須了解並遵守中華民國相關法律規定。

為確保交易之順利履行，使用者須先行判斷是否有出售該商品之權利、交易標的是否合法，並詳細記載商品資訊及交易條件，買方於出價競標前，亦應詳細審視及評估商品說明、賣方評價、交貨方式、條件等訊息，一經得標，買賣合約即存在買賣雙方間，雙方各自負擔給付價款及交付商品之責任，除法令另有規定外，任何一方均不得以任何理由反悔。但「[特殊分類](#)」所刊登之資訊性質上屬於廣告，不在此限。

### 二、會員註冊確認程序

成為拍賣會員，您必須先完成以下註冊確認程序，步驟依序為：(1)註冊 Yahoo!奇摩帳號並且登入；(2)確認拍賣會員資料；(3)確認電子信箱；(4)確認手機號碼；(5)同意使用規範，完成以上步驟您即成為拍賣服務會員並能夠使用出價功能。

為了提昇交易的安全，我們要求民國 92 年 7 月 4 日（含）以後註冊的新會員，必須通過信用卡認證才能刊登商品。（關於《[會員註冊確認程序](#)》）

Yahoo! 奇摩拍賣服務僅提供予 20 歲以上的個人與有合法登記之法人或團體。若您為未成年人，您應在您的法定代理人同意本規範後，始得使用服務。當您使用或繼續使用拍賣服務時，即表示您的法定代理人已同意接受本規範及其後之修正。

### 三、費用

當您刊登拍賣商品、設立拍賣商店及購買廣告時，須依規定（關於《[拍賣收費標準](#)》）支付刊登功能使用費、設立拍賣商店相關費用及廣告費用。上述費用 Yahoo!奇摩得隨時變更或調整其收費項目或金額，經公告後生效。

請注意，除本使用規範另有規定者外，您於刊登商品、設立拍賣商店或購買廣告後，即不得以任何理由拒絕付款或要求退費，Yahoo!奇摩依本規範刪除您所刊登的拍賣資訊時，亦同。

#### 四、服務使用規則

Yahoo!奇摩對於您所刊登之拍賣商品及資訊(以下稱「拍賣資訊」)不會進行檢查、過濾或其他調查，但仍保留刪除該拍賣資訊之權利。如您違反本使用規範或任何服務使用說明或拍賣資訊有違法之虞，Yahoo!奇摩有權不經通知立即刪除您所刊登的拍賣資訊且終止您使用拍賣服務的權利，情節嚴重時並得終止您使用Yahoo!奇摩其他服務。如因您所刊登之拍賣資訊商品侵害第三人權利或違反法令，致Yahoo!奇摩受第三人追償或受主管機關處分時，您應賠償Yahoo!奇摩因此所生之一切損失及費用。

使用Yahoo!奇摩拍賣服務應遵守下列規定：

- 您不得刊登禁止及限制的商品《[禁止刊登商品](#)》。
- 您不得違反刊登行為之規範《[違規刊登行為](#)》。
- 您不得違反會員評價之規範《[會員評價制度](#)》。
- 對於您出售之商品如已有買方得標時，您即有責任按照得標金額與其他約定之交易條件出售該商品。
- 對於您已經得標的商品，您即有責任按照得標金額與其他約定之交易條件付款。
- 您不得操縱拍賣，或干擾正常之拍賣與競標程序。

例如：

1. 利用多重帳號對自己的拍賣物品進行出價，故意抬高最高出價。
2. 在其他賣方進行拍賣時與對其出價的買方接洽，向買方兜售類似或相同物品。

#### 五、授權

任何拍賣商品資料(含廣告內容)一經您上載、傳送、輸入或提供至Yahoo!奇摩拍賣時，視為您已允許Yahoo!奇摩可以為宣傳Yahoo!奇摩拍賣服務或拍賣商品(包括您的或他人的)之目的，無條件重製、散布、修改、展示、公開播送、公開傳輸該等資料，您對此絕無異議。

#### 六、交易安全注意事項

網路上的身份認證是很困難的，因此我們提供會員評價制度、會員註冊與確認程序、黑名單制度、檢舉商品、檢舉詐欺及棄標處理等機制，藉由確實的交易紀錄與網友守望相助的力量共同來維護線上交易環境。雖有這些機制，使用者於交易時仍應謹慎為之(關於《[交易安全須知](#)》)。

## 七、服務中止

拍賣服務宗旨在於提供 24 小時不間斷的網路拍賣活動，保持系統不間斷以及各項服務 24 小時正常運作是 Yahoo!奇摩全體工作人員努力的目標。除因不可抗力事件或因其他不可歸責於 Yahoo!奇摩之事由所致者外，若由於 Yahoo!奇摩拍賣服務之系統維護、更新、故障或中斷，使您暫時無法使用全部或部分的拍賣服務功能時，Yahoo!奇摩拍賣服務將依下列情況分別提供您適當的補償(關於《[Yahoo!奇摩拍賣補償辦法](#)》)。

## 八、責任範圍

除本使用規範另有規定外，Yahoo!奇摩對於您因使用拍賣服務所生之損害不負任何補償或賠償責任，惟如依法令規定 Yahoo!奇摩因此應負損害賠償責任時，您瞭解並同意 Yahoo!奇摩所負之責任應不逾您當次就使用 Yahoo!奇摩拍賣服務所支付之費用。

## 九、免責約款

Yahoo!奇摩僅以「現狀」提供服務，對下述事項不為保證：

- Yahoo!奇摩拍賣系統符合使用者的需求；
- Yahoo!奇摩拍賣內容及系統程式不發生錯誤或障礙等情事。

## 十、稅務申報

依中華民國所得稅法及營業稅法之規定，您使用 Yahoo!奇摩拍賣銷售商品之所得應申報並繳納所得稅及營業稅：

- 個人

您如果是以個人名義銷售商品時，應於每年申報所得稅時，一併申報及繳納銷售商品的所得。但您如果是常態性的銷售商品，而不僅僅是偶一為之者，應依商業登記法、所得稅法、營業稅法等相關規定，辦理營利事業登記，除依法申報並繳納營利事業所得稅外，並應依法領用發票並於銷售時開立發票，或依法開立收據，繳納營業稅。

- 營利事業

您如果是以營利事業（例如公司或商號）名義銷售商品，您銷售商品的所得，應計入該公司或商號營利事業所得，並於每年申報所得稅時，依法申報並繳納營利事業所得稅。銷售商品時，並應依法開立統一發票或收據，繳納營業稅。

## 十一、準據法與管轄法院

本使用規範之解釋與適用，以及與本約定書有關的爭議，均應依照中華民國法律予以處理。您並同意以台灣台北地方法院為第一審管轄法院。

## 十二、本使用規範之適用與修正

Yahoo! 奇摩拍賣上之所有服務說明均為本使用規範之一部分，Yahoo!奇摩有權於任何時間修改或變更本使用規範之內容，建議您隨時注意該等修改或變更。本使用規範如有任何重大變更或修正時，Yahoo!奇摩會以公告或電子郵件通知您，敬請隨時注意 Yahoo!奇摩拍賣公告事項及您所註冊信箱內之郵件。

