

— 目錄 —

一、 遞延性商品（服務）契約之研究動機.....	3
（一） 遞延性商品（服務）契約簡述.....	3
（二） 本縣遞延性商品（服務）案件研究背景.....	3
二、 遞延性商品（服務）契約之繼續性定義及法律性質.....	5
（一） 繼續性定義.....	5
（二） 法律性質.....	7
（三） 契約當事人之權利義務.....	10
（四） 契約之終止.....	14
三、 實務爭議問題與分析－以短期補習班、套書及美容產品為例.....	15
（一） 以短期補習班為例－臺灣高等法院 108 年度消上字第 2 號判決... ..	15
（二） 以套書為例－臺灣台中地方法院 109 年度小上字第 56 號判決	20
（三） 以美容產品為例－臺灣彰化地方法院 109 年度員小字第 182 號判決	
.....	24
四、 遞延性商品（服務）契約業者與消費者間衡平機制.....	30
（一） 債權相對性原則之突破.....	30
（二） 消費者延伸抗辯權之提出.....	32
（三） 判決研析與構築我國延伸抗辯類型.....	33

(四) 現行行政機關解決機制，惟均限於商店倒閉無法繼續商品或服務之情形，未包括消費者行使意定解約權之情形：	45
五、 結論與建議	49
六、 參考文獻	56

一、遞延性商品（服務）契約之研究動機

（一）遞延性商品（服務）契約簡述

近年來隨著交易模式日新月異，因而衍生繼續性消費模式之流行，常見方式為業者與金融機構或資融公司合作之異業結盟行銷模式，常因業者未提供正確資訊導致消費者需承擔難以預知之風險，類此行銷，如何強化弱勢消費者之權益，成為重要之消費議題。業者常就契約價金高昂之契約，同時利用行銷話術及只要負擔一期之金額，向無資力之消費者進行推銷，誘使其於不知情情況下簽約並同時簽下貸款申請書，或居間介紹授信契約，而導致後續消費者收到分期付款劃撥單時才明瞭當初所簽下的究為何種消費付款，而很多消費者往往還是大學生、未工作或是畢業待業中，這龐大消費金額壓得消費者像熱鍋上的螞蟻且一旦無資力履約時卻苦於契約條款及欠缺相關保護機制，皆無法順利終止契約，分期付款亦無法因爭議程序處理而暫緩繳納，致消費者無法就與商家間之消費爭議同時對抗資融公司。

（二）本縣遞延性商品（服務）案件研究背景

因彰化縣近年來受理很多遞延性商品之買賣糾紛案件，就本縣消費者爭議案件 108 至 109 年度第一次申訴統計，化妝品美容案件數總計 236 件、補習班總計 133 件，常常佔本縣案件類型前三名，

其中申訴意旨大多與消費性分期付款有關，消費者欲終止契約卻礙於與業者消費契約債權已被轉讓予資融公司而無法即時向賣方業者為止付款項，因消費交易型態轉為多元化，補習班、套書銷售及瘦身美容業者經常利用與資融公司合作，亦即消費者不需要持有信用卡亦可向資融業者申請分期付款，即可享有分期付款之繳款方式，此種消費借貸的行銷手法往往包裝在話術中，使得許多尚無資力負擔之消費者忽略契約之總價金，以此將債權轉讓與資融公司，使得消費借貸與買賣契約產生債之牽連，消費爭議處理上亦涉及三方當事人，故在消費者發現高額價金而欲解約時，卻遭業者拖延不解約，或是即使向資融公司表示要終止付款時，卻反被資融公司要求要先終止與業者之主契約關係方能止付，否則消費者拖欠款項將被資融公司催繳或是以此向法院申請支付命令，甚或被業者要求給付高額違約金，此時消費者將會面臨即使不接受服務仍被要求支付款項之窘境，且此種消費分期之方式也會發生在業者突然歇業或是惡性倒閉時，造成後續無法接受服務，卻迫於因消費分期之債務仍需持續繳納之困境，讓消費者之權益無法受到保障，鑑於上述多種遞延性商品之消費爭議層出不窮，本處認為針對此議題有再進一步探討之必要性，現行有關消費遞延性交易之保護機制，為求實效，目前雖可由定型化契約中明定載入規範，但未來仍需朝向如何使相關

保護機制法制化；而在第三人介入契約之「抗辯延伸」的問題中，應如何維護消費者之權益，以達到與契約自由原則、債之相對性原則間之衡平，本處將進一步評估及研議，期許深入問題之核心，並尋求解決之道。

二、遞延性商品（服務）契約之繼續性定義及法律性質

（一）繼續性定義

1、繼續性契約

所謂契約，依其是否因一次性給付而致債之關係消滅，分為一時性契約」及「繼續性契約」，一時性契約為一次性給付款項，而契約目的即實現；而繼續性契約，指一段時間內持續給付款項，始能達成契約目的，而致債之關係消滅之契約¹，該契約於實現期間，無論定期或不定期給付，均持續發生給付義務及保護義務。

實務上，就繼續性契約之定義，參照臺灣臺北地方法院 106 年簡上字第 567 號民事判決²：「所謂繼續性契約，乃指債之內容，非一次之給付可完結，而係繼續地實現，繼續性契約又分為固有的繼續性契約及繼續性供給契約，固有的繼續性契約如僱傭、合夥、租賃、使用借貸及寄託等，繼續性供給契約與固有繼續性契約之不同，在於其之繼續性，係依當事人之意思於契約中訂定之，即當事

¹ 林誠二，民法債篇各論，1990 年 8 月，自版，頁 43。

² 臺灣臺北地方法院 106 年簡上字第 567 號民事判決參照。

人約定一方於一定或不定期限內，向他方繼續供給定量或不定量之一定種類品質之物，而由他方按一定之標準支付價金之契約。」

原則上，繼續性契約，僅有契約終止問題，而無契約解除³，因繼續性契約透過一定期間之持續性給付，達成契約目的，並使得債之關係消滅之契約，若中途不欲履行契約，因此契約存續之性質，僅能為終止而非解除，使得雙方契約權利義務係向後失效，且因繼續性契約著重於雙方間之信賴關係，通常不得將繼續性契約再為任意轉讓。而實務上具繼續性契約性質如租賃契約、勞動契約、承攬契約、委任契約、保險契約等。

2、繼續性供給契約

本文所討論之遞延性商品屬繼續性契約中「繼續性供給契約」，即雙方當事人買賣契約成立後，約定業者於一定或不定之期限內，向他方繼續供給定量或不定量之一定種類、品質之物(服務)，而由消費者按一定之標準支付價金之契約⁴。然在繼續性供給契約架構下，仍可討論「長期供應契約」及「分期交付契約」是否屬於繼續性供給契約範疇，前者約定契約以不定期或長期，但供給之數量無法確定，是日後訂購數量為決定；而後者為給付數量已確定僅為日後分次給付而已。故所謂繼續性供給契約亦可能出現給付範圍自始可確定之情形，

³ 楊凱婷，論遞延性商品(服務)契約之相關法律問題，國立政治大學法律學系碩士論文，頁13。

⁴ 邱聰智，新訂債法各論(上)，2008年8月，初版二刷，頁221-222。

惟其與分期給付不同之處在於繼續性供給契約，有因時間長久而決定給付之質量，觀諸常見之補習班及美容服務，雖利用一次性消費性借貸由業者先行取得價金，後續由消費者自行向資融公司分期給付價款，但雙方之主服務契約，在約定之契約期間中，在每一次接受服務或是上課之時間及長短皆由消費者決定，故仍可認其為一種繼續性供給契約。在此持續接受服務及持續給付價金之契約下，若有給付遲延或給付不能時，應類推適用民法第 254 條至 256 條規定，終止雙方契約關係。⁵

（二）法律性質

所謂遞延性商品（服務）法律性質上應屬之預付型不定期繼續性契約，即消費者已將費用一次繳清，嗣後始分次、分期或持續取得商品或服務，遞次或持續發生對價給付之效果⁶，當事人間須具有相當之信賴，而因其具有長期性、繼續性之拘束力。

因遞延性商品（服務）契約之性質在定性上應為無名之不定期繼續性供給契約，此種契約來自於交易型態之發展，此一特殊之契約類型，於學說及實務上僅就其繼續性討論該契約之定義。

以下再就遞延性商品（服務）契約具有預付、不定期、繼續性之性質論述之：

⁵ 最高法院 106 年台上字第 402 號民事判決參照。

⁶ 最高法院 100 年度台上字第 1619 號判決參照。

1、預付性：

就「是否已將對價預先支付給對方」區分「一般型繼續性供給契約」及「預付型繼續性供給契約」，因遞延性商品（服務）之交易方式，消費者已預先將價金一次繳清予業者，後續再以消費借貸方式分期給付給資融公司，嗣後再分次領受商品或服務之契約，應屬預付型繼續性供給契約。⁷往往此種模式有一定債務不履行之風險，而消費者與業者間亦需具有一定程度之信賴基礎。⁸

2、不定期性：

所謂不訂期限，指企業經營者須於不定期間繼續不斷提供消費者使用遞延性商品（服務）者，依據個別當事人約定之契約內容，就雙方契約間約定有一定之存續期間，透過繼續性、長期性之性質，無論其約定之期限為定期或不定期，在契約存續期間，雙方當事人就契約負給付價金及分次受領之權利及義務。⁹

3、繼續性：

所謂繼續性供給契約，亦即當事人約定給付之範圍與各個供給之時間，在其中一方於一定或不定之期限內，繼續供給一定種類之物品或物質於他方，他方支付一定價金之契約。¹⁰而繼續性供給契約之成

⁷ 最高法院 100 年度台上字第 1619 號判決參照。

⁸ 楊凱婷，論遞延性商品(服務)契約之相關法律問題，國立政治大學法律學系碩士論文，頁 24。

⁹ 臺灣台北地方法院 99 年度重訴字第 530 號判決參照。

¹⁰ 林誠二，同註 1，頁 44。

立要件及當事人間之權利行使，在實務上甚為重要，事實上，繼續性供給契約之法律關係與紛爭解決，尤其多元化的有形商品或無形服務，其契約成立要件、消滅與回復原狀等，在學理與實務運作仍有爭議，多數認為以公平原則或價值衡量之方法，來調節當事人間之法律關係，亦即以終止契約之方式使契約向後失其效力，以免法律關係複雜化，是較為妥適之方法。

綜上所述，遞延性商品為預付型繼續性契約，而因繼續性契約之性質，著重雙方當事人之信賴感，即雙方當事人於簽訂契約時，均信賴彼此能忠實依照契約內容履行義務，故對於此契約之處理，有別於一時性契約，其契約之同時履行抗辯權之行使¹¹，及其因契約著重人格性，而禁止債權讓與，繼續性契約之終止，因法律無針對遞延性商品有明文規定，目前依照類推適用有名契約之方式處理之。

4、小結：

就遞延性商品之契約性質，認為應與繼續性供給契約有相似性，且繼續性供給契約定義上，具有當事人約定一方於一定或不定期限內，繼續供給一定種類之物品、物質或服務於他方，他方支付一定價金之契約，而給付範圍攸關契約存續期間長短而決定，故有學者認為遞延性商品(服務)可歸類為預付性繼續性供給契約¹²，雖相較於一般

¹¹ 楊凱婷，同註3，頁27。

¹² 向明恩，繼續性供給契約與終止權之發生/最高法院100台上675判決，台灣法學雜誌第205期，頁235。

繼續性供給契約，仍存有差異性，但屬於繼續性契約之其中一種特殊類型，故契約效力上可比照繼續性契約，依照相同部分可類推適用，例如同時履行抗辯權可在前後期之對待給付上，或是基於雙方信賴關係，而有債權禁止轉讓之規定，就契約之終止法尚無明文規定，僅能類推適用有名契約處理。

（三）契約當事人之權利義務

1、業者之權利義務：

企業經營者之資訊揭露義務，本於消費者固有之資訊自主權，對於消費者欲購買之商品，業者應給予充分且正確之商品(服務)資訊，避免產生資訊不對等，致使消費者做出錯誤之選擇。¹³

再按民法第 245 條之 1 規定：「契約未成立時，當事人為準備或商議訂立契約而有左列情形之一者，對於非因過失而信契約能成立致受損害之他方當事人，負賠償責任：一、就訂約有重要關係之事項，對他方之詢問，惡意隱匿或為不實之說明者。」，此為雙方訂立契約所需有之附隨義務，但此並未課予當事人主動告知資訊之義務¹⁴，而僅消極規範就重大事項經詢問後不得為不實之陳述，惟依消費者保護法第 5 條規定，政府及企業經營者、消費者均應充實消費資訊，但此條文僅為訓示規定，並未規範違反者之處罰效果，又於同法第 18 條

¹³ 黃宏全，消費者人權，消費者保護法制作為維護消費者資訊自主權的方式，臺北市法務局，頁 9。

¹⁴ 王澤鑑，債法原理(一):基本理論債之發生，1999 年 10 月增訂版，頁 273。

規範告知義務，惟僅限通訊及訪問交易之情形，真正有規範上之強制力，應屬同法第 22 條至第 24 條，明定企業經營者應依商品標示法等法規為商品或服務之標示，又依據商品標示法第 4 條之規定，規範標的僅限於「陳列販賣之商品」，並未包括服務，據此，對於企業經營者之資訊揭露義務，仍須有明文規範。

而遞延性商品或服務契約簽訂過程中，發生爭議之處往往在於業者未充分說明契約義務內容，如為達到推銷產品，業者所提供消費者「融資申請書」，並未說明其為消費性借貸分期付款申請書¹⁵，而係透過話術包裝達到締約目的，使得消費者往往在日後接獲融資公司通知繳納款項時始發現此一消費陷阱。業者透過不熟悉金融借貸往來之消費者，藉此說服消費者簽訂契約，刻意不將消費性借貸資訊解釋清楚。且大多遞延性商品或服務，所簽訂之契約為長期性，而業者會因時間變化而有服務上之變更，致發生後續所提供之服務並非締約當時所約定之服務內容，如補習班簽訂一定期間之課程合約，於最初約定給予消費者之課程，可能出現無法給消費者約定之課程而擅自增加其他課程以代替原先締約之課程，或是雙方對於可以上課之課程內容選擇上有所落差，補習班業者於締約時僅會分析對消費者有利或是容易吸引消費者簽約之課程內容，但並未說明清楚可以選擇之課程範圍及

¹⁵ 劉藝文，信用卡或資融型分期付款交易之研究，國立政治大學法學院碩士在職專班碩士論文，頁 99。

限制，故為避免雙方對於契約完整資訊產生落差，應給予消費者合理審閱期限外，亦應落實企業經營者之據實說明義務。¹⁶

審閱期間部分，依據消費者保護法第 11 條：「企業經營者與消費者訂立定型化契約前，應有 30 日以內之合理期間，供消費者審閱全部條款內容。企業經營者以定型化契約條款使消費者拋棄前項權利者，無效。違反第 1 項規定者，其條款不構成契約內容。但消費者得主張該條款仍構成契約之內容。中央主管機關得選擇特定行業，參酌定型化契約條款之重要性、涉及事項之多寡及複雜程度等事項，公告定型化契約之審閱期間。」，按本條之目的在於給予消費者充分瞭解契約內容之機會，並規範企業經營者不可限制消費者簽訂契約之時間，使得消費者在匆忙之間且不瞭解契約權利義務之下簽訂，故需在簽約之前給予消費者充分的時間認識契約。¹⁷

就遞延性商品(服務)契約中，多由具專業背景或知識、交易經驗豐富之企業經營者預先制定之定型化契約，一般消費者無法在短暫對話之時間內理解契約之所有內容，且面對熟悉交易之業者前，僅單方面聽業者講述合約內容，業者亦會利用話術包裝或隱蔽應該讓消費者知悉之權益，如業者未給予合理審閱期間，消費者可依據消費者保護法主張定型化契約全部或部分條款不構成契約內容。然實務上有對於

¹⁶ 楊凱婷，同註 3，頁 31。

¹⁷ 黃慈姣，定型化契約審閱期間之實務問題，萬國法律第 189 期，頁 95-96。

消費者在契約上簽名，推定其於簽名前已詳細審閱，並以消費者如主張業者未給予契約審閱期間時，應負舉證責任。參考臺灣臺北地方法院 110 年簡上字第 87 號民事判決：「如消費者已有詳細審閱契約之機會，該條之保護目的即屬已達。職此，消費者審閱定型化契約內容之期間，雖未達規定期間，倘企業經營者未有妨礙消費者事先審閱契約之行為，消費者有充分了解契約條款之機會，為節省時間、爭取交易機會或其他因素，而自願放棄契約審閱權，而同意與企業經營者成立契約關係，基於私法自治及契約自由之原則，自非法所不許。」雖實務上有認消費者簽名時已無審閱期間可主張，但企業經營者亦不可利用定型化契約上有記載審閱期間而表示有給予消費者審閱期間，仍需以實際情形論斷，而實務判決亦多以具體簽約情形而認定是否有給予消費者充分知悉資訊之時間或理解資訊之程度，如有達消費者可充分瞭解之情形時，並不會違反消費者保護法上審閱期之規定。

但基於保護消費者權益立場，仍應給予消費者合理期間攜回契約，以理解契約內容後再行簽訂合約，落實平等互惠原則、消費資訊公開及契約自由原則，而實務上對合理審閱期間之舉證，仍由具備較多專業背景及資訊之業者負擔舉證責任。¹⁸

2、消費者之權利義務：

¹⁸ 楊凱婷，同註 3，頁 31-39。

遞延性商品契約中，消費者除有業者有不履行給付義務之風險，亦可能要面對無資力繳納款項時，對資融公司之抗辯權問題，因此種契約，消費者須先支付對價再分次受領服務，在企業經營者與金融機構合作時，消費者與企業經營者簽訂契約，又與資融公司簽訂消費借貸契約，形成三方關係，消費者可否將對抗企業經營者之同時履行抗辯權，也對金融機構主張，為遞延性商品(服務)常常發生爭議之所在，待後續章節論述之。

對於此遞延性商品之同時履行抗辯，消費者可依每期之價金與企業經營者提供服務之間主張同時履行抗辯。若企業經營者倒閉無法提供服務時，消費者就剩餘價金未支付之情形，消費者可對剩餘價金主張同時履行抗辯，拒絕支付價金與企業經營者。¹⁹

(四) 契約之終止

按遞延性商品(服務)契約與繼續性契約性質相似，而其終止權參照繼續性契約之終止，該契約可依照當事人任意終止契約，實務上針對遞延性商品(服務)契約，認契約雙方具相當信賴關係，且契約具長期、繼續性，且消費者無法為同時履行抗辯權時，應給予消費者任意終止之權利，以此衡平。而因無明文規定其終止權，可類推適用性質

¹⁹ 楊凱婷，同註3，頁41-42。

相似之有名契約規定，亦有實務認為，應視個案認定考量終止契約所產生之損害，而是當事人任意終止權受限²⁰。

三、實務爭議問題與分析－以短期補習班、套書及美容產品為例

由於消費者所簽訂之遞延性商品之契約具有長期性、繼續性之特性，業者會因時間變化而有服務上之變更，致發生後續所提供之服務並非締約當時所約定之服務，抑或係消費者面臨業者因故不繼續履約的風險，消費者對於遞延性商品之契約的拘束，是否有跳脫的機會或權利？又多數簽訂遞延性商品之契約之消費者往往同時與資融公司或金融業者簽訂分期付款，消費者得否以遞延性商品之契約所生之抗辯，對抗分期付款(消費借貸)契約？涉及契約相對性與牽連關係間之見解。遞延性商品(服務)契約中，多由具專業背景或知識、交易經驗豐富之企業經營者預先制定之定型化契約，合理契約審閱期亦為消保法第 11 條所規定。

以下用幾個實務上案例闡析遞延性商品的見解：

(一) 以短期補習班為例－臺灣高等法院 108 年度消上字第 2 號判決

【本案判決以消費者得選擇貸款銀行或知悉締約對象不同，採債之相對性之見解】

消費者與補習班簽訂補習班契約，並使消費者與金融機構或資融公司簽訂消費者信用貸款契約，以預繳補習費方式購買課程。詎料補

²⁰ 楊凱婷，同註 3，頁 66-70。

習班無預警停業，基於債之相對性，消費者無法以補習班停業為由，對抗金融機構或資融公司而拒絕給付分期款項。

1、案例事實：

消費者甲等分別於 102 至 104 年間與 W 公司簽訂補習契約，約定由 W 公司以終身學習、贈送課程之方式，提供美語教學補習服務，並使消費者與乙金融機構，抑或與丙資融公司簽訂消費者信用貸款契約（下稱信用貸款契約）、分期付款購物申請暨約定書或分期付款契約書，以預繳補習費方式購買課程。詎 W 公司於 105 年 1 月間無預警停業，消費者甲等未獲提供後續補習服務，經社團法人 C 協會（下稱 C）代上開消費者甲等以本件起訴狀繕本之送達，向 W 公司為終止補習契約之意思表示，並以乙金融機構與丙資融公司違反消保法第 4 條、第 11 條第 1 項規定，爰依消保法第 53 條第 1 項規定，請求法院禁止乙金融機構與丙資融公司向消費者甲等請求給付金額。

2、判決見解：

(1)W 公司與乙金融機構與丙資融公司間是否具有經濟上一體性：

乙金融機構：

乙金融機構與 W 公司之合作內容，乃乙金融機構於 W 公司之營業場所擺放「消費者信用貸款申請書暨契約書」相關文宣資料，為 W 公司之消費者提供信用貸款服務，俾供消費者繳納補習費以履行補習

契約之義務，有關廣告宣傳、租借展示場地及設置 Take one 架等相關費用均由乙金融機構自行負擔，乙金融機構有決定核貸與否之權利，消費者亦得自由選擇付款方式及貸款銀行，且 W 公司不得為使人對提供補習服務之主體發生混淆之任何行為，若與消費者發生消費爭議，應由 W 公司自行解決，與乙金融機構無涉，倘消費者終止補習契約，W 公司應將退還之補習費優先清償消費者尚欠貸款，不得逕退還予消費者，尚難認乙金融機構與 W 公司就補習契約之履行具有互相依存、緊密結合之經濟上一體性，而應就本件消費爭議負企業經營者之責任。

丙資融公司：

丙資融公司僅係基於資融業者之地位提供資金予消費者甲等支付補習費，至於補習契約所生消費糾紛由 W 公司自行負責，與丙資融公司無涉，實難認丙資融公司與 W 公司就補習契約之履行具有互相依存、緊密結合之經濟上一體性，而應就本件消費爭議負企業經營者之責任。消費者甲等已知悉補習契約與分期付款契約之締約對象不同，前者為 W 公司，後者為丙資融公司，且兩契約之目的不同，效力亦未互相依存，應無誤認 W 公司與丙資融公司間具有經濟上一體性之虞。

(2)C 得否請求法院禁止乙金融機構與丙資融公司向消費者甲等請求給付金額：

乙金融機構：

乙金融機構於核貸後，直接將消費者甲等申辦之貸款，一次撥付予 W 公司作為給付補習費之用，係基於消費者甲等之同意及指示而為，其後消費者甲等向乙金融機構分期償還貸款，乃履行信用貸款契約所負義務，乙金融機構依信用貸款契約請求消費者甲等清償貸款之行為，難謂屬違反消保法有關保護消費者規定，致損害消費者甲等生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞之侵權行為，C 自不得訴請法院停止或禁止之。

丙資融公司：

a. 消費者甲等與 W 公司成立補習契約，約定以分期付款方式支付補習費，另與丙資融公司成立分期付款契約，約定向丙資融公司繳納分期款，形式上由 W 公司以債權讓與之方式，將其對消費者甲等之補習費債權出售及讓與丙資融公司，並由丙資融公司一次付款予 W 公司作為對價，但丙資融公司對於上開消費者甲等得否申辦分期付款有審核之權限，且實際上丙資融公司一次撥付予 W 公司之款項，係代上開消費者甲等支付補習費，雙方並約定消費者甲等不得執補習契約所生之抗辯事由對抗丙資融公司，顯然與債

權讓與之性質不符，參以 C 代上開消費者甲等於 107 年 8 月 19 日合法終止補習契約後，尚得請求 W 公司比例退還補習費，足見消費者甲等對 W 公司所負支付補習費之義務，於丙資融公司撥付款項予 W 公司時即履行完畢，丙資融公司與消費者甲等簽訂之分期付款契約性質上為消費借貸，消費者甲等繳付分期付款予丙資融公司，係為履行對該公司所負清償貸款之義務，並非履行對 W 公司所負支付補習費之義務。職是，基於債之相對性原則，消費者甲等自不得以 W 公司之補習費債權因補習契約終止而消滅為由，拒絕給付丙資融公司尚欠之分期付款。

- b. 丙資融公司基於其等與消費者甲等間之消費借貸及分期付款契約關係，分別向消費者甲等請求償還分期付款，乃合法行使權利之行為，消費者甲等不得以補習契約業已終止為由，拒絕給付尚欠之分期付款，故丙資融公司請求消費者給付尚欠分期付款之行為，難謂係違反消保法有關保護消費者規定，致損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞之侵權行為，C 自不得訴請法院停止或禁止之。

3、小結：【本案判決就契約部分，因消費者得選擇貸款銀行或知悉締約對象不同採債之相對性之見解】

(1)本案法院以金融機構有決定核貸與否之權利，消費者亦得自由選擇付款方式及貸款銀行，且補習班與消費者發生消費爭議，應由自行解決等理由；及資融公司係基於資融業者之地位提供資金予消費者支付補習費，而補習契約所生消費糾紛由補習班自行負責，又消費者已知悉補習契約與分期付款契約之締約對象不同為由，雙雙否認乙金融機構與丙資融公司與 W 公司就補習契約之履行上具有互相依存、緊密結合之經濟上一體性。

(2)基於債之相對性原則，消費者甲等自不得以 W 公司之補習費債權因補習契約終止而消滅為由，拒絕給付乙金融機構與丙資融公司尚欠之分期款。乙金融機構依信用貸款契約請求消費者甲等清償貸款之行為，及丙資融公司依消費借貸及分期付款契約關係，向消費者甲等請求償還分期款，乃合法行使權利之行為。

(二) 以套書為例－臺灣台中地方法院 109 年度小上字第 56 號判決

【本案判決因業者與資融公司經營模式上存在緊密關係，採經濟上同一體之見解】

消費者以分期付款方式訂購短期數位圖書，由業者提供數位教學內容供消費者數位研讀，經使用一段期間後，消費者不再觀看該數位教學內容，因數位圖書服務消費契約屬遞延性商品(服務)之預付型繼

續性契約，消費者得任意終止契約，又資融公司與業者具有經濟上一體性之關係，故消費者亦得抗辯拒絕資融公司之分期價款請求。

1、案例事實：

消費者甲向 S 科技股份有限公司（下稱 S 公司）訂購數位圖書，由 S 公司於甲之子就學國中三年期間，提供數位教學內容予甲之子數位研讀，總價為新臺幣（下同）99,050 元。並約定自民國 107 年 9 月 15 日起至 110 年 7 月 15 日止，分期付款計 35 期，每期金額為 2,830 元，甲自第 11 期即未再給付，合計已繳 31,130 元，尚有 67,920 元未付。後因甲之子升國中二年級不再觀看該數位教學內容，於 108 年 11 月 5 日繳完款後，經甲向 S 公司表示終止不再觀看，而未繼續繳款。另 S 公司已將其對甲之債權讓與乙資融公司。因甲自第 11 期即未再給付，乙資融公司主張其餘未到期部分視為全部到期。

2、判決見解：

- (1)按遞延性商品(服務)之預付型不定期繼續性契約，消費者已將費用一次繳清，嗣後始分次、分期或持續取得服務，遞次或持續發生對價給付之效果，當事人間須具有相當之信賴，而因其具有長期性、繼續性之拘束力，應使消費者有任意終止之機制，以求衡平，且消費者無從為同時履行之抗辯，尤應賦予任意終止之權利，以資調

和，準此，消費者自得類推適用民法繼續性有名契約如租賃之任意終止規定，予以終止（最高法院 100 年度台上字第 1619 號民事判決意旨可資參照）。

(2)本件甲向 S 公司訂購服務，係由 S 公司提供數位教學內容予甲之子數位研讀，審諸甲之子就讀國中，其購買之數位教學服務為國中三年學習服務內容，甲按月繳款，並由 S 公司提供數位教學內容，由甲之子逐月研讀，甲初購系爭數位教學服務時，甲之子時為國中一年級，自不可能研習國中二年級、三年級之數位教學內容，顯見甲於購買數位教學服務之初，本即預計可供其子國中三年繼續所用，實非購買一次性商品，而係欲於分期付款期中，按期繳費及逐月接受 S 公司所提供數位教學內容服務，客觀上，系爭交易型態屬遞延性商品（服務）之預付型繼續性契約。

(3)甲已將費用一次繳清（一次刷卡並分期繳納），嗣後始向 S 公司持續取得服務，持續發生對價給付之效果。顯見甲與 S 公司間須具有相當之信賴，而因其具有長期性、繼續性之拘束力，自應使甲（即消費者）有任意終止之機制，以求衡平，且甲（即消費者）無從為同時履行之抗辯，尤應賦予任意終止之權利，以資調和，準此，甲自得類推適用民法第 549 條第 1 項、第 450 條第 2 項委任規定，任意

終止其與 S 公司間之產品契約，而於終止後，甲即無再向 S 公司繳納服務費用之義務。

(4)又甲向 S 公司辦理分期付款購買商品服務，且以乙資融公司提供之分期付款申請書，申請分期付款，乙資融公司係專為 S 公司提供分期付款契約，以供消費者用分期付款之方式向 S 公司購買數位教學內容服務，進而收購 S 公司對消費者債權並從中獲取經濟利益，是乙資融公司與 S 公司就該交易於經濟上存在緊密關係，結合成一體進行營業活動，共同獲取利益。今甲既對 S 公司終止委任服務契約之情況下，甲即得拒絕再給付服務價金予 S 公司，且甲亦得據以抗辯而拒絕乙資融公司之分期價款請求。

3、小結：【本案判決在契約上，因業者與資融公司經營模式上存在進緊密關係，採經濟上同一體之見解】

(1)本判決認為甲與 S 公司間簽立之數位圖書服務消費契約，交易型態屬遞延性商品(服務)之預付型繼續性契約，故依該契約特性，甲自得適用或類推適用民法第 549 條第 1 項、第 450 條第 2 項規定，任意終止兩造間之契約，故甲於繳交數期價款後因甲之子升國中二年級不再觀看該數位教學內容，向 S 公司表示終止契約，該終止自屬合法有效。

(2)又甲在終止與 S 公司之契約情形下，甲自即得拒絕再給付服務價金予 S 公司，惟得否拒絕給付乙資融公司之分期價款？本判決認為乙資融公司與 S 公司交易上的經營模式存在緊密關係，結合成一體進行營業活動，共同獲取利益，故甲亦得抗辯而拒絕乙資融公司之分期價款請求。

(三) 以美容產品為例 - 臺灣彰化地方法院 109 年度員小字第 182 號判決

【本案判決因業者與融資公司在經濟上存在緊密關係，故契約具有牽連關係，採經濟上同一之見解】

綜觀定型化契約簽訂當時之客觀情狀，足見消費者確已知悉定型化契約條款之內容，則消費者如為節省時間、爭取交易機會或其他因素，而自願放棄契約審閱權，應非法所不許。本案因美容業者與資融公司具有經濟上一體性之關係，消費者得以對抗美容業者之事由對抗資融公司，始符誠信原則。

1、案例事實：

甲於 108 年 7 月 14 日，因 W 企業社(為從事美容業務)其下轄之美容美體店(店名：千伊柔)員工向其推銷美容體驗課程，遂於同日與 W 企業社簽訂商品買賣與服務契約書(下稱契約書)及購物分期付款申請暨約定書，由甲以分期付款方式購買美容產品及美容課程，分期總價為 12 萬元，並約定由乙資融股份有限公司(下稱乙資融公

司)向 W 企業社支付全額款項後，再由甲自 108 年 8 月 19 日起至 110 年 7 月 19 日止，共計 24 期，每期應繳 5,000 元，甲於 108 年 7 月 14 日簽約日已做第一次課程並拆開部分商品，並以現金給付 W 企業社 5,000 元，及全部已施作五次課程，並已給付乙資融公司自 108 年 8 月 19 日起迄 109 年 1 月 19 日止六期之分期款項共 3 萬元。嗣後甲求診皮膚科診所醫師，始知臉部痘症無法藉由一般護膚過程改善，甲遂向 W 企業社員工表示依契約書第 6 條規定終止契約，請求 W 企業社、乙資融公司請求返還款項。

2、判決見解：

(1)未給予消費者合理審閱期間之契約效力：

消費者保護法第 11 條之 1 第 1 項明文規定企業經營者與消費者訂立定型化契約前，應有 30 日以內之合理期間，供消費者審閱全部條款內容，其立法目的，在維護消費者知的權利，確保其於訂立定型化契約前，有充分了解定型化契約條款之機會，但綜觀定型化契約簽訂當時之客觀情狀，足見消費者確已知悉定型化契約條款之內容，則消費者如為節省時間、爭取交易機會或其他因素，而自願放棄契約審閱權，應非法所不許。

倘企業經營者於訂約前，未予消費者合理之審閱期間，亦僅生由企業經營者單方所預先擬定之定型化契約條款，不構成契約之內容，非謂當事人間之契約關係不成立或無效。

考量甲於簽訂系爭契約後，已施作五次課程，堪認甲主張 W 企業社未給予合理審閱期間，認系爭契約無效，為無理由。

(2) 甲得否向 W 企業社終止契約：

契約書第六條(實施後消費者任意終止契約之退費標準)約定「甲方(依系爭合約內容綜合判斷，甲方應係指原告，下同)於瘦身美容商品實施後，因甲方任意終止本契約者，乙方(依系爭合約內容綜合判斷，乙方應係指被告 W 企業社，下同)應於終止日後 30 日內(不得逾三十日)將已收取之費用扣除已接受商品及附屬商品之費用，並扣除已提領並拆封之商品及附屬商品金額，及再扣除終止契約手續費後退還甲方。前項之終止契約手續費，係指價金總額扣除已使用商品，及已提領並拆封之附屬商品價額後之剩餘金額之百分之十(但其最高金額不得逾上述金額之百分之十)。若未約定終止契約手續費之金額時，乙方不得扣除終止契約手續費。第一項之已提領並拆封之商品，係指已拆封使用之最小消費包裝商品，其以整組或量販方式行銷而未拆封使用之最小消費包裝商品仍屬未拆

封。已接受服務及已提領並拆封商品之價格，以契約所訂單價為準，未約定單價者，以平均價格或市價為準。」

甲於契約實施後，有任意終止契約之權利，甲主張其於彰化縣政府調解時，其終止契約之意思表示已達到 W 企業社，核屬有據，應認兩造契約於調解時業已終止。

(3) 甲得否主張乙資融公司契約一併終止：

於分期付款買賣，如企業經營者為提升無力購買之消費者之慾望，並強化其對價金債權之受償，乃居間介紹金融機構，由企業經營者處可直接取得金融機構之申請貸款表格，或以金融機構之貸款條件、貸款金額為其廣告之內容者，其與金融機構就該交易於經濟上實存在一緊密關係，結合成一體進行營業活動，共同獲取利益。

鑒於將經濟上處於一體關係之交易，以契約書分離為買賣契約與消費借貸契約，應認該二契約互有履行及效力上之牽連關係，消費者得以對抗企業經營者之事由對抗金融機構，始符誠信原則。

甲既已對 W 企業社終止契約，則甲與乙資融公司之購物分期付款申請暨約定書亦應一併終止。

3、小結：【本案判決就契約部分，因業者與融資公司在經濟上存在緊密關係，故契約具有牽連關係，採經濟上同一之見解】

(1) 契約審閱期部分(善加利用契約審閱期以保護權益)

消費者保護法第 11 條有關契約審閱期之規定，其目的係確保簽立定型化契約前，消費者有充分了解定型化契約條款之機會，至於如何認定企業經營者已給予消費者「契約審閱期」或消費者已享有「契約審閱期」或企業經營者未違反「契約審閱期」，本案法院認為應綜觀定型化契約簽訂當時之客觀情狀，足見消費者確已知悉定型化契約條款之內容，則消費者如為節省時間、爭取交易機會或其他因素，而自願放棄契約審閱權，並非法所不許。故本案法院並非以僅係消費者有無簽名為準據，而係以消費者具體簽約情形而認定消費者是否確已知悉定型化契約條款之內容。

(2) 契約終止部分

本案契約書第 6 條已有實施後消費者任意終止契約之約定，則甲自有任意終止權，自不待言。惟若消費者與企業經營者間於立約時並無明確約定時，則消費者是否擁有終止契約之權利？

對此，在遞延性商品(服務)之契約類型(例如本案美容課程消費契約)，法院多認為「按遞延性服務之預付型不定期繼續性契約，消費者已將費用一次繳清，嗣後始分次、分期或持續取得服務，遞次或持續發生對價給付之效果，當事人間須具有相當之信賴，而因其具有長期性、繼續性之拘束力，應使消費者有任意終止之機制，以求衡平，且消費者無從為同時履行之抗辯，尤應賦予任

意終止之權利，以資調和，準此，消費者自得類推適用民法繼續性有名契約如租賃之任意終止規定，予以終止（最高法院 100 年度台上字第 1619 號民事判決意旨可資參照）²¹。又當事人之任何一方，得隨時終止委任契約，民法第 549 條第 1 項定有明文。委任契約依民法第 549 條第 1 項規定，當事人之任何一方既得隨時終止，則當事人為終止之意思表示時，不論其所持理由為何，均應發生終止之效力（最高法院 85 年度台上字第 1864 號民事判決意旨可資參照）。簡言之，遞延性服務之預付型不定期繼續性契約若欠缺信賴關係，因其特殊性，故宜賦予消費者任意終止權²²，而實務上行使終止權之方式有以寄發存證信函方式終止²³、有於協調時向他方為終止之意思表示²⁴、有以起訴狀送達作終止之意思表示²⁵。

(3) 債之相對性與一體性部分

本案分期付款買賣上，法院認為 W 企業社與乙資融公司就該交易於經濟上實存在一緊密關係，結合成一體進行營業活動，共同獲

²¹ 臺灣臺北地方法院 109 年度訴字第 7561 號判決、臺灣橋頭地方法院 106 年度橋簡字第 457 號判決亦有引用此見解

²² 例如：臺灣臺中地方法院 108 年度沙小字第 855 號判決，其認為「…美容課程消費契約，係原告業已經由刷卡方式繳清，嗣後始分次受領被告提供之美容課程，遞次發生對價給付之效果，為一繼續性之服務契約，性質上亦類似委任契約，依上開說明，原告自得適用或類推適用民法第 549 條第 1 項、第 450 條第 2 項規定，任意終止兩造間之美容產品契約甚明，…」

²³ 臺灣臺中地方法院 108 年度沙小字第 855 號判決：「原告前既已於 108 年 5 月 30 日寄發存證信函向請求被告退費，其真意即向被告表明終止兩造間契約之意思，自己生合法終止之效力。」

²⁴ 臺灣嘉義地方法院 108 年度訴字第 505 號判決：「…原告主張其於 107 年 8 月 1 日在嘉義市政府進行協調時，向被告為終止系爭契約之意思表示…則原告就附表編號…部分任意終止系爭瘦身美容契約，自屬合法有效…。」

²⁵ 臺灣橋頭地方法院 106 年度橋簡字第 457 號判決：「…系爭契約之性質既為遞延性商品（服務）契約，原告自得任意終止系爭契約，而原告以起訴狀繕本送達作為終止契約之意思表示，系爭契約效力當向後歸於無效…。」

取利益，故甲與 W 企業社間之契約及甲與乙資融公司間之購物申請分期付款申請暨約定書(貸款契約)，具有相牽連關係，甲得以對抗 W 企業社之事由對抗乙資融公司，始符誠信原則，亦係採「一體性」之見解。而非採基於債之相對性原則，二契約各自獨立之看法。

四、遞延性商品(服務)契約業者與消費者間衡平機制

承前所述，上開交易類型雖消費者於交易之初雖有選擇以一次現金給付之方式購買商品或服務，或選擇以分期付款方式給付之自由，惟一旦消費者選擇以分期付款繳付者，衡諸一般交易情形，於交易當下消費者就其申請貸款之對象即已特定為與企業經營者簽訂業務合作契約之特定金融機構或其他貸款業者，易言之，消費者實際上並無從選擇其所申辦貸款之對象，處於實際上之弱勢，且自整體交易秩序之觀察而言，應認企業經營者與金融機構或其他貸款業者就該交易於經濟上實存在一緊密關係，故傳統上債權相對性原則，應有突破藩籬之必要。

(一) 債權相對性原則之突破

債權相對性，或稱債之關係相對性，是指債權人僅得向債務人主張權利。因為債之關係既然是債權人與債務人間所生之法律關係，當然只能在債權人與債務人之間發生效力，故不得對相對人以外之第三人主張之。惟現代商品銷售體系分工細緻，直接與消費者進行交易者

之經銷商未必財力雄厚，而企業經營者為確保自身得於交易完成時得一併取得價款，避免消費者不足清償價金之風險，即可能與銀行業者合作，銀行業者同意經銷商於買賣商品之同時代為申請貸款，因借貸契約成立後，企業經營者毋寧係直接取得銀行之撥款，而銀行亦可藉此方式獲取經濟利益，節省締結契約之交易成本，雙方互為利用、緊密合作而具有經濟上之同一性，此經濟上之同一性係指企業經營者自己對於消費者應給付之對價提供融資，或第三人提供融資與消費者時，因企業經營者參與貸與人與消費者間準備或訂立消費者借款契約之過程。此時，原本單純出賣人與買受人之二人關係，切割為三角關係，而成為第三人融資的分期付款買賣，一般而言，若交易圓滿達成，則三方各取所需，皆大歡喜，惟交易實況往往不如預期。如消費者嗣後發現商品有瑕疵，甚或服務之提供者，經營困難，惡性倒閉，若係傳統之二人消費關係，消費者自得依其商品服務契約直接對契約相對人主張權利，如依民法第 359 條解除契約，或依民法第 264 條行使同時履行抗辯，但在前述第三人融資之情形，消費者與企業經營者訂立之商品或服務契約與消費者與銀行訂立之借貸契約，具有形式上之獨立性，基於「債之相對性原則」，消費者僅得對契約相對人主張買賣契約之解除及抗辯之權利，不得以該等事由對抗非買賣契約當事人之銀行，最終之結果可能係消費者仍須自行負擔借款之返還。

（二）消費者延伸抗辯權之提出

參照前章論述，消費者之價金業已支付但未能獲得服務，即應認購買契約與消費借貸契約互有履行及效力上之牽連關係，消費者得以對抗企業經營者之事由對抗金融機構，始符誠信原則。即應使消費者基於原因關係（如購買契約）所得主張之抗辯，對於具經濟上同一性之消費借貸契約之貸與人，亦得行使及主張，方屬適法。

準此，回顧上述三角關係締約之過程，有時借貸契約之締結並非出於消費者自己之要求，就同意代為申請貸款一事，消費者也許從頭到尾均無從知曉，畢竟在締結買賣契約之過程中，銀行實際上並未出現，而係藉由經銷商之手法居中促成借貸事宜，如在訂約過程中，見消費者躊躇不決，即拿出事先準備好之銀行借貸表格或小額信用貸款申請書（有時甚至名為分期付款契約，實為銀行借貸契約書），若經銷商再誘之以利（如稱辦比較省錢等行銷用詞）或以言詞規避借貸之事實（如稱只是公司標準作業程序，簽了不表示要跟銀行借錢或若要適用優惠措施，必須通過其特約銀行之徵信服務等），消費者很可能即在不知情之情況下簽訂借貸契約，在上述情況，借貸行為與交易行為實已具備密不可分之關係，若堅持契約相對性原則將導致消費者無法對銀行主張在傳統二人關係中本得主張之抗辯，造成經銷商與貸款銀行雙贏之局面。有鑑於此，基於買方與授信方之一體性，在一定前

提下，各國立法例及實務皆肯定買方之抗辯與請求，具體而言，如業者於締約後未給付標的物或勞務、或其給付為有瑕疵者，則消費者是否仍須對授信人支付價金？

(三) 判決研析與構築我國延伸抗辯類型

若將上述視角延伸置於我國交易實務，茲分析歸納法院就此類型之爭議如下：

1、有採「嚴守傳統債之相對性原則」之看法者-基於債權債務相對性原則，債權人以外之人自無基於契約對債務人或其他第三人請求履行債務之餘地：

「被告既係以辦理消費性貸款之撥付，以為對 D 公司買賣價金之給付，D 公司電信給付如有瑕疵，基於債之相對性原告，應依買賣之法律關係向 D 公司主張權利，無從以之拒絕系爭貸款之清償。被告雖又辯稱上開申請書約定事項第 3 點約定 S 銀行將貸款撥予原告，再由原告撥付 D 公司，依民法第 247 條之 1 之規定，應屬無效等語；然被告與 D 公司簽訂買賣契約時，本可選擇以其他方式付買賣價金，不一定要以向 S 銀行貸款之方式為之，如其決定貸款，而貸款撥付後，逕行轉予經銷商，以縮短給付流程，並無加重被告之責任，或對被告有重大不利益之情形，自無違反民法第 247 條之 1 可言，被告辯稱契約無效等語，自無可採。」(臺灣臺北地方法院 98 年度北小字第 1580

號判決參照)。另臺灣臺北地方法院 98 年度審小上字第 101 號判決仍維持同一之見解：「再按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。定型化契約中之條款有違反平等互惠原則者、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、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，推定其顯失公平，消費者保護法第 12 條定有明文。查上訴人主張申請表之貸款約款違反誠信原則，對其顯失公平，應為無效云云，惟上訴人向 D 公司購買商品時，本得自由選擇繳費方式，如上訴人不願向被上訴人 S 銀行貸款，上訴人仍需自行給付貨款，則其付款義務與申請表約定由被上訴人 S 銀行直接撥付貨款予 D 公司，並無不同。姑不論上訴人是否向被上訴人申辦貸款，皆須承擔 D 公司事後違約之風險，自不得援引不同之契約關係為抗辯，而違反契約相對性原則，故申請表載明買賣契約與消費借貸契約分屬不相牽連之契約關係，並無不當之處。是本件貸款契約並無加重上訴人之責任或免除被上訴人責任之情，難謂有何違反誠信原則而顯失公平之處，上訴人主張原審判決違反消費者保護法第 12 條規定云云，自無可採。」

復依臺灣臺中地方法院 96 年簡上字第 120 號民事判決：「上訴人與 M 公司所簽合作協議書第肆部分第四點固約定上訴人於因 M 公司因素而導致被上訴人要求中止契約或拒付剩餘之貸款本金時，M 公司

願無條件就所收取貨款之範圍，償還被上訴人在上訴人所貸款之餘額，但該合作協議書之內容，係上訴人與 M 公司間之約定，且屬給付或履行方法之約定，已如前述，基於契約相對性原則，只在上訴人與 M 公司之間發生契約之拘束力，被上訴人不得在兩造間之契約關係上援引該約定而對抗上訴人；被上訴人已終止或解除與 M 公司間之契約，或被上訴人因 M 公司之債務不履行而受有損害，應向 M 公司請求返還價金或請求賠償，要屬另一回事。」

2、有採「勇於突破債之相對性」之看法者-實務見解亦有肯認消費者得以買賣契約之抗辯對借貸銀行主張之判決，使原本不受債權拘束之第三人例外受債權拘束：

(1)臺灣板橋地方法院 95 年度小上字第 58 號判決-消費者基於原因關係（如購買契約）所得主張之抗辯，對於具經濟上同一性之消費借貸契約之貸與人，亦得行使及主張：

上開判決指出「被上訴人雖主張：上訴人與 M 公司間之購買契約及兩造間契約係屬二分別獨立之契約，上訴人不得以其得對抗 M 公司之事由對抗被上訴人等情，惟為上訴人所否認。經查：1、於分期付款買賣，如企業經營者為提升無力購買之消費者之慾望，並強化其對價金債權之受償，乃居間介紹金融機構，由企業經營者處可直接取得金融機構之申請貸款表格，或以金融機構之貸款條件、

貸款金額為其廣告之內容者，其與金融機構就該交易於經濟上實存在一緊密關係，結合成一體進行營業活動，共同獲取利益。德國、日本及美國法院鑒於將經濟上處於一體關係之交易，以契約書分離為買賣契約與消費借貸契約，並由貸與人自身主張因此而生對貸與人有利之效果，乃有違誠信原則。蓋允許將被分離之買方的立場置於較未被分離之狀態更為不利之立場，應為法所不允許，且消費者之價金業已支付但未能獲得服務，應認該二契約互有履行及效力上之牽連關係，消費者得以對抗企業經營者之事由對抗金融機構，始符誠信原則。嗣日本更於其「割賦販賣法」第 304 條之 4 明文規定「購買人依第 2 條第 3 項第 1 款或第 2 款所定分期付款購入斡旋購買方法購入指定商品，且受．．．付款請求時，得以就該指定商品之販賣，對依分期付款購入斡旋買賣該商品之販賣業者所生事由，對抗請求付款之分期付款購入斡旋業者。」，德國亦於其 1991 年 1 月 1 日生效之消費者信用（或譯為融資）法（Das Verbraucherkreditgesetz）將上開原本以德國民法第 242 條所定之誠信原則為適用依據之抗辯延伸，明文規定於第 9 條第 3 項：「消費者依基於結合之買賣契約所生之抗辯，就得對賣方拒絕自己之支付的權限內，得拒絕清償信用供與額。」²⁶，使消費者基於原

²⁶ 參見楊淑文撰，消費者保護法關於定型化規定在實務上之適用與評析，收錄於氏著新型契約與消費者保護法，1999 年 5 月版，第 172-173 頁；陳洸岳撰，信用卡交易中之抗辯的接續，國科會 88 學年度專題研究報告。

因關係（如購買契約）所得主張之抗辯，對於具經濟上同一性之消費借貸契約之貸與人，亦得行使及主張。

- (2) 被上訴人與 M 公司於 94 年 2 月 21 日有簽訂合作協議書約定消費者向 M 公司購買學習課程、產品等相關專案時，得以零利率之分期條件向被上訴人申請融資貸款，但 M 公司須給付被上訴人 14% 的帳戶管理費等情，有合作協議書之影本 1 件在卷可參（見本院卷第 57-60 頁）。又上訴人於 94 年 7 月間向 M 公司購買「3G 省錢專案」時，M 公司即以被上訴人貸款之條件、金額為廣告內容，並經由其業務人員之推銷、介紹、提供向被上訴人申請辦理貸款之表格，上訴人始同時向被上訴人申辦 24 期分期付款貸款 71,976 元，貸款指定用途用以支付上開價金，該貸得款項未經上訴人即由被上訴人扣除 14% 帳戶管理費後，於嗣後撥付 61,900 元予 M 公司之事實，業據上訴人陳明，並為被上訴人所不爭執，足見本件 M 公司為刺激、提升消費者之慾望，並強化其對價金債權之受償，乃以被上訴人之貸款條件、貸款金額為其廣告之內容，居間介紹被上訴人為授信，且直接提供被上訴人申請貸款表格予上訴人，並限定該貸款僅得用以支付向 M 公司購買物品或服務之價金，就上訴人所貸 71,976 元中，被上訴人以帳戶管理費名義取得 14% 金額，M 公司則取得餘款 61,900 元，其與被上訴人間實存在一緊密關係，於經濟上結合成一

體進行營業活動，透過彼此之合作依存關係而共同獲取利益，於經濟上有其一體性。又 M 公司與被上訴人之合作協議書第肆大點誠信原則中第四點約定：「若因乙方（按指 M 公司）之因素導致申請人要求中止契約或拒付剩餘之貸款本金時，乙方願無條件就所收取貸款之範圍，償還申請人在甲方（按指被上訴人）所貸款之餘額。」，此有上開合作協議書可稽，是兩造間及 M 公司與被上訴人間之契約均載有涉及他方之契約內容，除足徵被上訴人與 M 公司經濟上之緊密關係外，亦得見被上訴人顯充分知悉上訴人與 M 公司之締約內容，而得正確評估貸款風險。且本件係被上訴人與 M 公司合作，藉由授與信用與上訴人，並限定該信用僅得用以支付向 M 公司購買物品或服務之價金，係以被上訴人為中心而相互結合之契約關係，已與債權關係因欠缺公示外觀，為維護交易安全，而必須承認債務人之抗辯中斷（即僅具相對性）之情形有間，故本件自不得過度固守於各該契約形式上之獨立性，致有失公平及消費者之保護。基於被上訴人與 M 公司有前述經濟上一體性之緊密關聯，於經濟上結合成一體進行營業活動，共同獲取利益，並無為維護交易安全而必須承認債務人之抗辯中斷之情形，且為消費者之上訴人價金業已支付但未能獲得服務之立場，應參考上述日本與德國之立法例作為法理，依債權關係之誠信原則，創設消費者之抗辯權，使二契約互

有履行及效力上之牽連關係，上訴人應得以對抗 M 公司之事由對抗被上訴人。

- (3) 臺灣臺北地方法院 97 年度北小字第 1234 號判決-「消費者在企業經營者因經營不善倒閉而無法繼續基於消費行為提供商品或服務時，基於上開買賣契約及消費消費借貸契約間之相關連性，且此相關連性亦為該等契約當事人間所知悉之情況下，應認消費者得以對抗企業經營者之事由對抗金融機構」：

上開判決指出「末按，現今社會交易型態中，由企業經營者與金融機構合作，提供分期付款之優惠予消費者以刺激其消費慾望之現象，實屬常見，而當企業經營者以金融機構之貸款條件、金額為其廣告內容，並經由其於消費者購買商品或服務時之推銷、介紹及提供向金融機構申請貸款之資料，使消費者於購買商品時，同意向該金融機構辦理分期付款之貸款以支付價金時，在此企業經營者、金融機構互為利用而緊密結合進行營業活動以共同獲取利益，且企業經營者、金融機構與消費者間皆知悉彼此在該次消費行為中 3 方所各自簽訂之契約係相關連而互為影響之情形下，即不應再以消費者係採取分別與企業經營者及金融機構訂定購買商品或服務之契約以及消費借貸契約之方式，來達成其對向企業經營者所為之消費行為價金之履行，而以「債之相對性」原則為藉口而免責。並且，從

經濟分析之角度觀察，在存有不確定風險的情形下，必須將風險可能產生之成本，歸由能以最小成本預防風險、控制風險之人承擔，如此之經濟活動方屬最有效率者。在此種分期付款買賣中，企業經營者藉由消費者向金融機構貸款，而將貸得款項直接撥入企業經營者所之指定帳戶中，在未完全履行完畢其所負債務之情形下，即享受直接自金融機構套利之利益，惟同時亦產生將來債務不履行之道德風險；而觀之可能因企業經營者之債務不履行受損害之金融機構及消費者，金融機構在系爭消費行為中，藉由要求消費者繳交手續費、帳戶管理費用等名目之費用，賺取貸款金額與實際撥款金額差額之利益，且可於與企業經營者簽立合作契約前，以確實之徵信及收取保證金等方式，控制將來企業經營者債務不履行之風險；惟消費者則不但未因此而享有任何實質上之利益，僅是分期清償之對象由原先之企業經營者轉為金融機構，且尚須負擔額外之費用予金融機構，又就企業經營者不履行之風險也僅能自停止續付價金來控管（但如囿於傳統「債之相對性」之概念，則消費者於此幾無控制風險之能力！），是就風險控制能力及平等互惠之原則以觀，在此等情況下，對於已事先收取全部價金而有不履約可能之企業經營者之風險控制來說，應歸由較有能力控制風險，且實際上享受利益之金融機構負擔，較之將全部風險轉嫁於無此控管能力之消費者為公

允。是消費者在企業經營者因經營不善倒閉而無法繼續基於消費行為提供商品或服務時，基於上開買賣契約及消費消費借貸契約間之相關連性，且此相關連性亦為該等契約當事人間所知悉之情況下，應認消費者得以對抗企業經營者之事由對抗金融機構。本件被告係向訴外人 K 購買商品及服務時，經由 K 之業務員介紹而向原告申請系爭貸款之事實，為兩造所不爭執，復可自前揭信用貸款申請書及被告所提之上開入會申請書上所記載之內容得知此情，應堪信為真實。是顯見被告所簽訂之系爭消費消費借貸契約，係以滿足契約目的之而生之相關連契約。而 K 因經營不善而倒閉，以致無從繼續提供被告基於消費行為而生之服務時，被告辦理系爭消費消費借貸契約之目的亦將失所附麗，故被告上開向 K 購買服務之契約及被告向原告申辦貸款之消費消費借貸契約，雖為兩個不同之契約，但彼此相關連且契約當事人間均知悉其情事者，且被告不受上開信用貸款申請書內定型化契約條款有關被告不得以企業經營者之不履行而對抗原告等語之拘束，已如前述，是應認被告仍得以 K 之未履行債務為由對抗原告。又查，K 因經營不善而倒閉之事實，為兩造所不爭執，並為公眾所周知，無庸舉證，顯然 K 已無從提供被告服務，揆諸上開說明，被告自得拒絕對原告為剩餘借款之給付。」。

(4) 臺灣新北地方法院 106 年度小上字第 49 號民事判決-「基於誠實信用原則而就債之相對性原則之適用予以限縮，並非法所不許」：

上開判決指出「債之相對性原則固為民法重要之原則及法理，惟債之相對性並不排除誠實信用原則之適用，於具體事實中，基於誠實信用原則而就債之相對性原則之適用予以限縮，並非法所不許。本件事實所涉交易型態，係企業經營者即 W 與被上訴人於交易過程中所生之連結，應否依債權關係之誠信原則，賦予抗辯權，使繼續性服務提供契約與分期償還之消費借貸契約間，互有履行及效力上之牽連關係，學說上諸說併存，應持肯定或否定見解，目前尚無法規判例可據，自無拘束法院判決之效力。而原審既援引外國法例，並已充分說理、辯證、引據認 W 與上訴人間有經濟上之一體性，難認有何違反法理之處。又經濟上之一體性，核為國外之法理及學說上之見解，並未限於消費者在無從選擇其所申辦貸款之對象時，始得適用此原則。又原審係因被上訴人就契約之締結與商品服務買賣價金之支付，存有緊密關係，而認上訴人與 W 間具有其經濟上之一體性，此與被上訴人是否得選擇所申辦貸款之對象無涉，上訴人據以認為原審適用法理有誤，實有誤會，自不可採。再者債之相對性，雖於學者之著作論述中係屬債法之基本原則，我國民法債編各種之債於買賣及借貸等節均未有關於債之相對性之直接明文規

範，且債之相對性，亦非無例外，大法官會議解釋釋字第 349 號於解釋文即已明白揭示：共有人於與其他共有人訂立共有物分割或分管之特約後，縱將其應有部分讓與第三人，倘該應有部分之受讓人知悉或可知有分管或分割契約，為維持法律秩序之安定性，其分割或分管契約，對於受讓人仍繼續存在之旨。是以，債之相對性原則固為民法重要之原則及法理，惟債之相對性並不排除誠實信用原則之適用，於具體事實中，基於誠實信用原則而就債之相對性原則之適用予以限縮，並非法所不許，是上訴人主張原審判決有違債之相對性原則，原審法院認事用法錯誤云云，自無足取。」

- (5) **臺灣臺北地方法院 106 年度北簡字第 12923 號民事簡易判決-「依債權關係之誠信原則，創設消費者之抗辯權，使二契約互有履行及效力上之牽連關係，消費者得以對抗企業經營者之事由對抗金融機構，始符誠信原則」：**

上開決指出「G 經其業務人員之推銷、介紹、提供向被告 E 申請辦理貸款之表格，G 為刺激、提升消費者之慾望，並強化其對價金債權之受償，乃以系爭貸款條件、貸款金額居間介紹被告 E 為授信，且直接提供申請貸款表格予原告，並限定該貸款之用途，堪信被告 G 與 E 間存在一緊密關係，於經濟上結合成一體進行營業活動，透過彼此之合作依存關係而共同獲取利益，於經濟上有其一體

性，自無為維護交易安全而必須承認債務人之抗辯中斷之情形，且為消費者之原告支付價金但未能獲得服務之立場，應參考上述日本與德國之立法例作為法理，依債權關係之誠信原則，創設消費者之抗辯權，使二契約互有履行及效力上之牽連關係，消費者得以對抗企業經營者之事由對抗金融機構，始符誠信原則。G 與被告以事先印製擬與不特定多數申請分期付款之消費者訂立同類契約所用之契約條款，排除消費者所得主張同時履行抗辯之權利，減輕企業經營者之責任，惡化消費者在雙務契約當中對等之法律地位，有違民法第 264 條及第 299 條規定之立法意旨，違反誠信原則，且對消費者顯失公平，依消保法第 12 條之規定，應為無效。故被告此部分所辯，為無理由。附此敘明。」

由上開判決更明白於判決理由中揭示應參考上述日本與德國之立法例作為法理，依債權關係之誠信原則，創設消費者之抗辯權，並於判決理由中援引學者見解，以作為其理論之基礎，跳脫以往法院判決見解趨於一致之現象，促進實務與理論之對話，為消費者在消費者保護法於此部分付之闕如，轉而回歸適用民法有關消費借貸之陰影中，開闢一道新的曙光，此項法律見解，深具開創性，足堪贊同。

(四) 現行行政機關解決機制，惟均限於商店倒閉無法繼續商品或服務之情形，未包括消費者行使意定解約權之情形：

1、商店倒閉無法繼續提供商品或服務時，消費者可向貸款銀行申請停止繼續付款：

針對現行遞延性消費所面臨消費者權益保障不足之問題，得透過行政機關現行諸多機制，依消費者保護處網站「預付型交易疑難解答」消保 Q&A：向銀行貸款購買預付型商品或服務，商店倒閉無法繼續商品或服務，因銀行與商店間有「策略聯盟」、「共同推廣」或其他合作關係，消費者可向貸款銀行申請停止繼續付款。

(1) 消費者為購買預付型交易商品，而向銀行辦理消費性貸款，因貸款契約係消費者與銀行所簽訂之契約，與店家和消費者所簽訂之買賣契約，二者係各自獨立。未來如果發生商店經營不善倒閉，無法繼續提供商品或服務，消費者仍須按期償還所借款項予銀行。

(2) 惟若銀行與商店間有「策略聯盟」、「共同推廣」或其他合作關係，而購買該商品或服務之價金，係由銀行貸予借款人（消費者）者，遇到商店倒閉無法繼續商品或服務時，消費者可檢具當初所簽訂之買賣或服務契約、購貨證明（或收據）及未獲提供商品或服務之證明文件等，向貸款銀行申請停止繼續付款。（消保

會顯採「經濟上之一體性」概念，主張在交易上，資融業者應與消費者交易之企業經營者，視為經濟上結合為一體，進行營業活動，共同謀取利益，於企業經營者倒閉無法繼續提供商品或服務時，消費者可停止付款）。

2、針對遞延（預付）型商品或服務無法提供時，消費者得向銀行申請爭議款項處理：

金融監督管理委員會針對遞延（預付）型商品或服務無法提供時之消費性貸款處理機制，曾以 106 年 5 月 19 日金管銀合字第 10600009800 號函釋意旨略以，「為解決遞延（預付）型商品或服務無法提供時之問題，所以消費性無擔保貸款定型化契約應記載事項第 15 點訂有遞延（預付）型商品或服務無法提供時之消費性貸款處理機制聲明書，以此機制處理消費爭議。不過鑑於實務執行上衍生相關爭議事項，所以發函要求銀行受理借款人申請停止繼續付款時，配合辦理相關事項，以增進消費爭議處理效能。消費性無擔保貸款定型化契約應記載事項第 15 點附件之聲明書中關於借款人就業者不能依約繼續提供商品或服務之事實時，所應檢具之證明文件部分，如果屬於經媒體報導社會關注之『重大案件』，得免除由消費者個別提供存證信函。重大案件是指已經相關政府機關，如政府消保單位、相關廠商之目的事業主管機關、地方政府等進行公告

或召開協調會進行調查處理之案件。根據消費者保護法第 11 條規定，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。所以對於消費性無擔保貸款定型化契約應記載事項第 15 點附件之聲明書中關於「依遞延（預付）型商品或服務未獲提供之比例計算借款人免予支付之金額。已獲商品或服務提供之比例部分金額仍應支付。」條款，消費者雖然應支付銀行不足之款項，反過來而言，銀行也應當退還消費者溢繳之款項。另依信用卡業務機構管理辦法第 26 條第 1 項第 10 款之規定，特約商店之遞延性商品或服務無法提供時，收單機構應依主管機關規定辦理爭議帳款處理事宜。

3、消保法第 17 條第 1 項第 3 款規定授權-預付型交易之履約擔保，惟履約擔保機制亦於商店倒閉無法繼續商品或服務時，始啟動之交易安全機制：

消保法第 17 條第 1 項第 3 款規定授權中央主管機關，於預付型交易得要求企業經營者提供履約擔保。諸多定型化契約因此有著履約擔保機制。透過這項回復任意擔保機制（同時履行抗辯權與報酬後付原則）適用之規範設計，例如惡性倒閉之相關消費糾紛，晚近已鮮有耳聞。在諸多定型化契約，消保法與最高法院均允許消費者得隨時終止繼續性、繼續供給性之消費者契約。這項法律狀態不僅

可以維護、貫徹消費者意志下之人格保護，亦可使消費者擺脫喪失任意擔保狀態。

4、消費者於補習班中途倒閉時，如果消費者係以信用卡付款交易，於檢附催告補習班之存證信函或其他得證明補習班已無法繼續提供服務之佐證者，得終止消費借貸契約，並向貸款銀行申請止付補習班未提供服務部分之貸款餘額：

消費者保護處網站「補習班中途倒閉，消費者權益如何保障」

消保 Q&A：若繳交補習費是使用信用卡付款者，依信用卡定型化契約範本第 11 條及第 13 條規定，消費者購買預付型商品或服務，如果係以信用卡付款交易（含一次繳清及分期付款），當發生原應給付服務卻未獲提供等情形，而符合各信用卡國際組織所訂之爭議帳款扣款申請事由時，消費者得暫時停止對銀行支付該筆款項；另發卡機構對已檢附完整證明文件之持卡人，如屬已繳納款項者，發卡機構應按未獲得商品或服務之比例退還款項，如屬未繳納款項者，持卡人就未獲得商品或服務之比例則無須再繳納。倘補習班提供消費者與第三人訂定消費者信用貸款契約（下稱消費借貸契約）之機會，並由消費者與該第三人自行辦理訂約事宜，且消費者係以此消費借貸之方式繳納補習費用者，如遇有補習班中途倒閉，無法繼續提供服務時，消費者得主張遞延（預付）型商品或服務無法提供，於檢附

催告補習班之存證信函或其他得證明補習班已無法繼續提供服務之佐證者，消費者得終止消費借貸契約，並向該第三人申請止付補習班未提供服務部分之貸款餘額。但補習班已有提供履約保障且經消費者同意適用者，不在此限。

五、 結論與建議

在預付型商品所涉及之會員權或補習課程、電信服務、網路系統供應等新型契約，應就其權利義務內容之明確、存續期間、終止條款、預付條款等依消保法第 11 條以下，為契約之訂立、異常條款、個別磋商約定等、契約條款之效力等為嚴格審查。因為定型化契約條款之大量使用所帶來之全面性對契約自由的濫用已成洪水猛獸。其次，針對結合契約之抗辯延伸，我國部分實務見解已拋開債之相對性之疑慮而邁出司法造法的重大一步，喚起更多對消費者金錢借貸保護之關注目光而對現代新型契約型態之爭議與紛爭解決，可喜可賀，未來在相關爭議中，例如債權讓與之抗辯排除條款、預付條款或有更嚴密審查其效力之必要。如此，則此種新型態之消費爭議必能更妥善解決。然最釜底抽薪之方法，仍須透過立法方式，填補此型態於消費者行使任意解約權衍生消費糾紛之法律漏洞，使該糾紛有更明確規範，方為解決消費者之困境解藥。

準此，本文建議為完整保障消費者權益，以立法制定遞延性消費完整法制，填補消費者行使意定解約權之漏洞，使法律制度更臻周延完善：

建議立法機關將連結契約理論或抗辯權延伸理論入法才能釜底抽薪，徹底解決。又行政院曾於 97 年函送「融資公司法」送立法院審議，然因立法院屆期不續審退回行政機關迄今，該法亦無後續進度，故現行就融資公司部分尚無相關法令規範。基此，爰參考上開應記載事項規定，就遞延性商品(服務)之預付型契約爭議，以立法規範加以解決。茲提出二修法建議，一為同失其效力說；一為抗辯權延伸說，茲說明如下：

1、甲案：同失其效力說

預付遞延性商品(服務)之企業經營者有給付不能情事，如經法院宣告破產、經主管機關撤銷登記或認定歇業等無法提供商品(服務)，予以明定消費者得終止契約，另與其具有一定依存關係而互相結合之關連契約，亦同失其效力。

本文建議修正消費者保護法相關條文如下：

消費者保護法第十二條之一修正草案條文對照表

修正條文	現行條文	說明
第十二條之一 預付遞延性商品(服務)之定型化		一、 <u>本條新增</u> 。 二、因應多元之交易型態，現行

修正條文	現行條文	說明
<p>契約，於企業經營者未依契約分次提供商品(服務)時，消費者得終止契約，另與其具有一定依存關係而互相結合之關連契約，亦同失其效力。</p> <p>前項所稱關連契約，係指關連契約之相對人與預付遞延型商品(服務)之企業經營者具有策略聯盟或共同推廣等合作關係，由關連契約之相對人為消費者購買預付遞延性商品(服務)之價金提供消費性貸款服務。</p>		<p>遞延型商品(服務)契約(如健身房、補習班或美容業等)，企業經營者多與金融業者(銀行或融資公司)間具策略聯盟、共同推廣或其他合作關係，消費者除與企業經營者締結契約外，亦與金融業者締結契約以支付契約價金，亦即二契約有履行及效力上之關連關係，實務上有稱此二契約為關連契約。消費者於企業經營者倒閉或歇業無法提供商品或服務時，消費者得否行使終止權？又關連契約之效力又為何？</p> <p>三、依最高法院一百零一年度台上字第一六一九號判決意旨，遞延性商品(服務)之預付型不定期繼續性契約，消費者已將費用一次繳清，嗣後始分次、分期或持續取得商品或服務，遞次或持續發生對價給付之效果。當事人間須</p>

修正條文	現行條文	說明
		<p>具有相當之信賴，而因其具有長期性、繼續性之拘束力，應使消費者有任意終止之機制，以求衡平，且消費者無從為同時履行之抗辯，尤應賦予任意終止之權利，以資調和，準此，消費者自得類推適用民法繼續性有名契約如租賃之任意終止規定，予以終止。</p> <p>四、揆諸上揭說明，爰於第一項明定預付遞延性商品(服務)之定型化契約，於企業經營者未依契約分次提供商品(服務)時，消費者得終止契約，另與其具有一定依存關係而互相結合之關連契約，亦同失其效力，並於第二項就關連契約加以定義。</p>

2、乙案：抗辯權延伸說

預付遞延性商品(服務)之企業經營者有給付不能或不完全給付情事，如企業經營者無法提供商品(服務)或其提供不符締約目的或債之本旨，明定消費者得以對抗預付遞延性商品(服務)企業經營者

之事由，對抗關連消費借貸契約之相對人。亦即消費者就經濟上一體性之關連契約之相對人，得行使抗辯延伸權。

本文建議修正消費者保護法相關條文如下：

消費者保護法第十二條之一修正草案條文對照表

修正條文	現行條文	說明
<p>第十二條之一 預付遞延性商品(服務)之定型化契約與具有一定依存關係而互相結合之關連契約，消費者得以對抗企業經營者之事由，對抗關連契約之相對人。</p> <p>前項所稱關連契約，係指關連契約之相對人與遞延性商品(服務)之企業經營者具有策略聯盟或共同推廣等合作關係，由關連契約之相對人為消費者購買遞延性商品(服務)之價金提供消費性貸款服務。</p>		<p>一、<u>本條新增。</u></p> <p>二、因應多元之交易型態，現行遞延型商品(服務)契約（如健身房、補習班或美容業等），企業經營者多與金融業者（銀行或融資公司）間具策略聯盟、共同推廣或其他合作關係，消費者除與企業經營者締結契約外，亦與金融業者締結契約以支付契約價金，亦即二契約有履行及效力上之牽連關係，實務上有稱此二契約為關連契約。消費者於企業經營者倒閉或歇業無法提供商品或服務；或其提供不符締約目的或繼續性債之關係之本旨時，消費者對關連契約之相對人，得否以所得對抗企業</p>

修正條文	現行條文	說明
		<p>經營者之事由，以之對抗金融業者，亦即有否抗辯延伸權？實務跟學說見解不一。</p> <p>三、實務上有認消費者與企業經營者所締結之契約，分別為不同之契約，依債之相對性原則，不得以對企業經營者所締結契約之抗辯對抗金融業者；亦有認金融業者與企業經營者在經濟上存在緊密關係，若認金融業者得主張債之相對性而免除其責任，顯有違誠信原則。</p> <p>四、學說上參考德國與日本之立法例，提出經濟上一體性之概念，認為此時企業經營者與金融業者在經濟上存在緊密關係，係結合一體共同從事營業活動，進而共同獲取各自之利益，使得消費者分別與企業經營者及金融業者間締結之契約，產生履行及效力上之牽連關係，消費者即得據以對企業經營者之抗</p>

修正條文	現行條文	說明
		<p>辯，對抗金融業者。</p> <p>五、由於遞延(預付)型商品或服務契約之消費爭議不斷，受害之消費者人數眾多，為保障消費者之權益，爰於第一項明定預付遞延性商品(服務)之定型化契約與具有一定依存關係而互相結合之關連契約，消費者得以對抗企業經營者之事由，對抗關連契約之相對人，亦即消費者就經濟上一體性之關連契約之相對人得行使抗辯延伸權，以保障其權益。另於第二項就關連契約加以定義。</p>

六、參考文獻

- (一) 林誠二，民法債篇各論，1990年8月，自版，頁43。
- (二) 臺灣臺北地方法院106年簡上字第567號民事判決參照。
- (三) 楊凱婷，論遞延性商品(服務)契約之相關法律問題，國立政治大學法律學系碩士論文，頁13。
- (四) 邱聰智，新訂債法各論(上)，2008年8月，初版二刷，頁221-222。
- (五) 最高法院106年台上字第402號民事判決參照。
- (六) 最高法院100年度台上字第1619號判決參照。
- (七) 最高法院100年度台上字第1619號判決參照。
- (八) 楊凱婷，論遞延性商品(服務)契約之相關法律問題，國立政治大學法律學系碩士論文，頁24。
- (九) 臺灣台北地方法院99年度重訴字第530號判決參照。
- (十) 林誠二，同註1，頁44。
- (十一) 楊凱婷，同註3，頁27。
- (十二) 向明恩，繼續性供給契約與終止權之發生/最高院100台上675判決，台灣法學雜誌第205期，頁235。
- (十三) 黃宏全，消費者人權，消費者保護法制作為維護消費者資訊自主權的方式，臺北市法務局，頁9。
- (十四) 王澤鑑，債法原理(一):基本理論債之發生，1999年10月增訂版，

頁 273。

(十五) 劉藝文，信用卡或資融型分期付款交易之研究，國立政治大學法學院碩士在職專班碩士論文，頁 99。

(十六) 楊凱婷，同註 3，頁 31。

(十七) 黃慈姣，定型化契約審閱期間之實務問題，萬國法律第 189 期，頁 95-96。

(十八) 楊凱婷，同註 3，頁 31-39。

(十九) 楊凱婷，同註 3，頁 41-42。

(二十) 楊凱婷，同註 3，頁 66-70。

(二十一) 臺灣臺北地方法院 109 年度訴字第 7561 號判決、臺灣橋頭地方法院 106 年度橋簡字第 457 號判決亦有引用此見解

(二十二) 例如：臺灣臺中地方法院 108 年度沙小字第 855 號判決，其認為

「…美容課程消費契約，係原告業已經由刷卡方式繳清，嗣後始分次受領被告提供之美容課程，遞次發生對價給付之效果，為一繼續性之服務契約，性質上亦類似委任契約，依上開說明，原告自得適用或類推適用民法第 549 條第 1 項、第 450 條第 2 項規定，任意終止兩造間之美容產品契約甚明，…」

(二十三) 臺灣臺中地方法院 108 年度沙小字第 855 號判決：「原告前既已於 108 年 5 月 30 日寄發存證信函向請求被告退費，其真意即向被

告表明終止兩造間契約之意思，自己生合法終止之效力。」

(二十四) 臺灣嘉義地方法院 108 年度訴字第 505 號判決：「…原告主張其於 107 年 8 月 1 日在嘉義市政府進行協調時，向被告為終止系爭契約之意思表示…則原告就附表編號…部分任意終止系爭瘦身美容契約，自屬合法有效…。」

(二十五) 臺灣橋頭地方法院 106 年度橋簡字第 457 號判決：「…系爭契約之性質既為遞延性商品（服務）契約，原告自得任意終止系爭契約，而原告以起訴狀繕本送達作為終止契約之意思表示，系爭契約效力當向後歸於無效…。」

(二十六) 參見楊淑文撰，消費者保護法關於定型化規定在實務上之適用與評析，收錄於氏著新型契約與消費者保護法，1999 年 5 月版，第 172-173 頁；陳洸岳撰，信用卡交易中之抗辯的接續，國科會 88 學年度專題研究報告。