

## 網路賣家標錯價，下單到底成不成立？

文:黃郁真（認證法律人）· 消費·借還錢·契約· 2024-07-29

---

本文

網路購物是人們現今生活不可或缺的一部分，但也帶來更多不同的消費紛爭，舉例來說，在網路上看到相機只要888元，便一次買了10台，但事後賣家卻說是標錯價，因此訂單不成立，賣家可以這麼主張嗎？

本篇要來討論的，正是「網路交易」標錯價該如何處理的問題，我們來看看法律怎麼說。

### 一、契約成立要件

關鍵點在於相機的買賣契約何時成立？如果認為買家下單的那一刻契約已成立，賣家就應該要出貨，反之亦然。不過契約成立時點，依民法第153條第1項規定：「當事人互相表示意思一致者，無論其為明示或默示，契約即為成立。」<sup>[1]</sup>民法學對於契約雙方之間的意思溝通，區分為，要約跟承諾<sup>[2]</sup>，例如在買賣契約，A問對方要不要買／賣？B接著回答說好呀我賣／買了，A的詢問就是要約，B的回答就是承諾。要約與承諾是契約成立的要件，二者兼備時就是「意思表示一致」，契約成立。

### 二、要約的引誘

你可能會覺得，依照前述標準，賣家在網頁上商品的標價是要約，而買家的下單是承諾，契約因此成立，賣家就是要出貨，有什麼好吵的？

但締結契約的過程千變萬化，賣家的行銷方式推陳出新，賣家的行為不一定都可認為有要受到要約拘束的意思<sup>[3]</sup>，為了處理這個問題，民法學在要約的前階段，還有要約的引誘這個概念，指賣家行為只是為了吸引買家提出要約，例如拍賣網上的商品刊登<sup>[4]</sup>。

舉例來說，計程車隨機開在路上而乘客招手，但會過敏的司機看到乘客帶著狗於是拒載是沒問題的，因為計程車在路上行駛屬於要約的引誘，是吸引乘客提出要約的方式，本身不算要約，因此乘客的招手就不算承諾，契約未成立，司機就沒有履行的問題。行駛本身不是要約，乘客招手才是，所以司機可以決定是否為承諾。綜上所述，此爭議在於判斷賣家網頁上的標價，屬於要約還是要約的引誘，而這仍須視個案具體情形為何才能判斷。

### 三、意思表示錯誤

如果商品標價被認為是要約，賣家就一定要出貨嗎？賣家心中相機想賣8,880元但誤打成888元，是外在行為

與內在意思不一致，構成意思表示錯誤，依據民法第88條<sup>[5]</sup>第1項表示意思的人有撤銷權，但考量到買家權益，此時是否准許賣家撤銷意思表示進而使要約及契約失效，實務<sup>[6]</sup>認為要綜合考量，例如視允許賣家撤銷是否會害及一般交易安全、買家是否有值得保護之信賴存在及其主觀心態（是否明知標錯價而惡意下單）。

#### 四、標錯價不代表賣家一定要負責

為解決各種網路消費紛爭，經濟部依據消費者保護法<sup>[7]</sup>制定了「零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項」，但最初2010年公布的條文，賦予賣家在契約成立後2日內附正當理由就能夠拒絕買家下單的權利，反而衍生更多爭議，故2016年修正規定<sup>[8]</sup>：「企業經營者應於消費者訂立契約前，提供商品之種類、數量、價格及其他重要事項之確認機制，並應於契約成立後，確實履行契約」，要求賣家不得任意以標價錯誤而不履行「已成立」的契約，若違反得處罰鍰<sup>[9]</sup>。

你可能會想，如此一來標錯價應一律由賣家負責、下單後一定要出貨了吧？不不不，還記得契約成立的前提是該網路標價屬於「要約」而非只是「要約的引誘」嗎？因此，法院仍有空間個案判斷標價的性質是要約還是要約的引誘，審酌因素包括網站上有無標語如「店家保留訂單接受與否權利」、「是否出貨仍會受到實際商品數量、商家成本變動之影響」等。有認定賣家標價已經是要約，買家下單是承諾，所以賣家必須負責<sup>[10]</sup>；也有認定賣家標價只是要約的引誘，買家下單才是要約，賣家可以決定不承諾，所以契約沒成立當然也就不出貨<sup>[11]</sup>。

此外，若像上述案例，發現相機在網站上的標示價格顯低於一般行情，可推知是賣家誤植標價卻強行下單數台的情形，也有可能被認為是買家違反誠實信用原則<sup>[12]</sup>，不能要求賣家出貨喔！

#### 註腳

[1] 民法第153條第1項。

[2] 臺灣最高法院88年度台上字第661號民事判決。

[3] 民法第154條：「

Ⅰ 契約之要約人，因要約而受拘束。但要約當時預先聲明不受拘束，或依其情形或事件之性質，可認當事人無受其拘束之意思者，不在此限。

Ⅱ 貨物標定賣價陳列者，視為要約。但價目表之寄送，不視為要約。」

[4] 臺灣雲林地方法院虎尾簡易庭102年度虎簡字第120號民事小額判決。

[5] 民法第88條。

[6] 臺灣桃園地方法院102年度訴字第505號民事判決。

[7] 消費者保護法第17條。

[8] 零售業等網路交易定型化契約應記載事項第5點：「企業經營者應於消費者訂立契約前，提供商品之種類、數量、價格及其他重要事項之確認機制，並應於契約成立後，確實履行契約。」

[9] 消費者保護法第56條之1、第17條。

[10]例如臺灣桃園地方法院105年度小上字第65號民事判決：「查原判決依原審卷內相關訴訟資料，本於職權認定：『被告（即上訴人）於系爭網頁上就系爭商品所刊登之促銷優惠活動之廣告內容，已附加系爭商品之照片，並明確標明系爭商品之名稱、規格、市價、售價、促銷折扣等資訊，……該廣告畫面自非僅為單純價目表之標示』、……『是揆諸前揭廣告之內容及上開規定，前揭廣告訊息，業已符合「要約」之要件』、『原告依系爭網頁上所刊登之「要約」內容，向被告訂購系爭商品，已如前述，並未將被告所刊登系爭商品之廣告內容為擴張、限制或為其他變更，原告所為之上開訂購行為，應係對於被告之要約所為之『承諾』，是系爭契約即為成立』……因認兩造間系爭商品買賣契約已經成立；……『被告亦未能舉證以證明，原告於訂購系爭商品前，確實對於被告在系爭網頁上之價格折扣誤植乙節有所認識』等語……，因而認本件被上訴人並無何權利濫用或違反誠信原則之情事……。」

[11]例如臺灣新北地方法院109年度簡上字第213號民事判決：「被上訴人主張於系爭網站標價出售商品之網頁內容均有記載：『若您下單後商品持續缺貨，我們聯繫您後做換色或直接做取消訂單的動作，請您知悉並諒解，謝謝！』『建議您先聯繫客服人員詢問是否有無現貨！』『作業難免疏忽，如商品價格有標錯，低於市價太多，標錯價低於市價1,000元以上，以YAHOO購物中心售價為依據，本公司保有取消訂單的權利』……等字句，且系爭網站於消費者下單後之回覆通知有『注意事項：店家保留訂單接受與否權利，若因交易條件有誤或有其他情形導致商店無法接受您的訂單，將以email發送無法出貨通知給您，造成您的不便，敬請見諒。……』等字，……是以，被上訴人於系爭網站上張貼系爭商品，是喚起他人向自己要約為作用之意思通知，必須經被上訴人承諾後，契約始能成立，故被上訴人在YAHOO超級商城之張貼系爭商品性質為要約之引誘。……本件依前開所述，被上訴人在系爭網站上之刊登內容僅屬要約之引誘，而上訴人在其系爭網站下單購買係屬要約，被上訴人並未承諾，此時兩造尚未成立買賣契約，則上訴人請求被上訴人履行契約並賠償價差，均無可採。」

[12]民法第148條：「

I 權利之行使，不得違反公共利益，或以損害他人為主要目的。

II 行使權利，履行義務，應依誠實及信用方法。」

例如板橋簡易庭109年度板簡字第121號民事宣示筆錄：「查系爭商品於108年4月正常售價SAMSUNG S10+ 6.4吋512G為38999元、APPLE iPhone XS Max 6.5吋265G為43999元，與原告下標時之價格均為7800，每支手機價差約達5倍，顯已非一般合理商業促銷，縱認係商家特別優惠活動，亦多會採取限量、限時或每人限購數量等方式為之，然觀諸原告下標時之網頁內容，並無特別標示系爭商品為出清促銷或特價拍賣，復未限制購買數量，則一般正常、理性消費者對於系爭商品標價均可能產生懷疑，如欲購買者，應當先以訊息或電子郵件聯絡賣家確認售價，以免衍生交易糾紛，何況原告下單5支手機，且均為高單價手機，然原告均捨此不為，即逕自下標，顯已有利用被告標價錯誤之僥倖心態，顯屬惡意以圖利自己，而有違誠實及信用方法，是原告請求被告依約履行，不符交易之公平正義，應屬權利濫用而不得主張其權利，則原告訴請被告交付系爭手機5支及差價43809元，要屬無據。」

標籤

👉 網購，契約成立，要約，承諾，意思表示錯誤