

民事法判解

網路標價錯誤

臺灣臺北地方法院民事判決99年度訴字第559號

【實務選擇題】

知名網路書店甲公司，欲將一批單價甚高之原文書以定價6折出售，卻於網頁上誤登為0.6折。乙見此標價，即立即下標購買一本，丙則猜測甲公司應係誤載定價，否則不太可能賣如此便宜，故立即下標100本。甲公司之電腦系統於收到乙丙之訂單後，均自動回函表示訂單成立。試問下列何者為是？

- (A) 甲乙、甲丙間之契約均未成立，甲自無出貨之義務
- (B) 甲乙、甲丙間之契約均有效成立，甲均有出貨之義務
- (C) 甲之標價錯誤雖係意思表示錯誤，但甲不得撤銷其錯誤之意思表示
- (D) 乙丙係對他人之錯誤標價下單，均屬權利濫用

答案：C

【裁判要旨】

按契約因當事人意思表示一致而成立，為民法第153條第1項所明定；又契約之成立，須有要約與承諾二者意思表示一致之事實始足當之，若無此事實，即契約尚未合法成立，自不發生契約之效力（最高法院88年度台上字第661號判決意旨參照）。又標賣之表示，究為要約之引誘抑為要約，法律無明文規定，應解釋標賣人之意思定之。依普通情形而論，標賣人無以之為要約之意思，應解為要約之引誘，但標賣之表示，如明示與出價最高之投標人訂約者，除別有保留外，則應視為要約，出價最高之投標即為承諾，買賣契約因之成立，標賣人自負有出賣人之義務（最高法院33年永上字第531號判例意旨參照）。次按契約之要約人，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，民法第154條第1項亦定有明文。是要判斷表意人所為究為要約或要約之引誘，即應以表意人「有無受其意思拘束」之主觀意思或「表現出受其意思拘束之行為」之客觀行為為準，若屬要約，則相對人所為應允之意思表示即屬承諾，契約即屬互相意思表示一致而成立；若屬要約之引誘，因其並不具有拘束力，故相對人就之所為進一步之表示，性質上應屬新的要

【高點法律專班】

版權所有，重製必究！

約，須待原表意人再為承諾後意思表示始為一致，契約方始成立。而表意人有無受其意思拘束之意思，除以上之明文規定外，性質上仍應綜合參酌當事人之明白表示、相對人之性質、要約是否向一人或多數人為之、當事人之磋商過程、交易習慣，並依誠信原則合理認定之。

【裁判分析】

近來常見之網路標價錯誤之問題，實則涉及四個不同層次之問題：

一、網頁刊登商品廣告之性質：要約/要約引誘

學說與實務有認為，網頁刊登廣告考量到業主之出貨能力，應認定其性質為要約引誘。惟林誠二老師認為，網頁刊登之廣告，已就商品之型號、價格等買賣契約之必要之點明確表示（§153I），自屬要約。

二、意思表示錯誤

若採要約說，則業者之標價錯誤自屬§88I意思表示錯誤。

三、得否撤銷意思表示：§88I但書

§88I但書所謂表意人之「過失」，通說採抽象輕過失說，惟林誠二老師採「重大過失說」，理由在於§91已對表意人課予無過失擔保責任，自無必要在§88I但書嚴格認定表意人之過失而減少其撤銷錯誤意思表示之機會。然在網路標價錯誤之情形，業者仍係具有重大過失，理由在於業者之內控應可輕易避免標價錯誤，故仍不得撤銷錯誤之意思表示。

四、權利濫用

若消費者明知業者標價錯誤而大量下標，則屬權利濫用，業者無需出貨。

【考題分析】

甲於網路刊登標價錯誤，就此一刊登行為係要約或要約引誘，學說上有爭論，惟因題示中有指明甲公司電腦系統於收到訂單後均會自動回函表示訂單成立，故縱使採要約引誘說，則消費者之下單屬要約，業者回函屬承諾，契約成立。故本題甲乙、甲丙之契約均成立；惟甲是否均有出貨之義務，則須分別視乙、丙有無構成§148之權利濫用。又甲係意思表示錯誤，惟不論採通說之「抽象輕過失說」或林誠二老師之「重大過失說」，甲均有過失，自不得依§88I但書撤銷意思表示。

【高點法律專班】

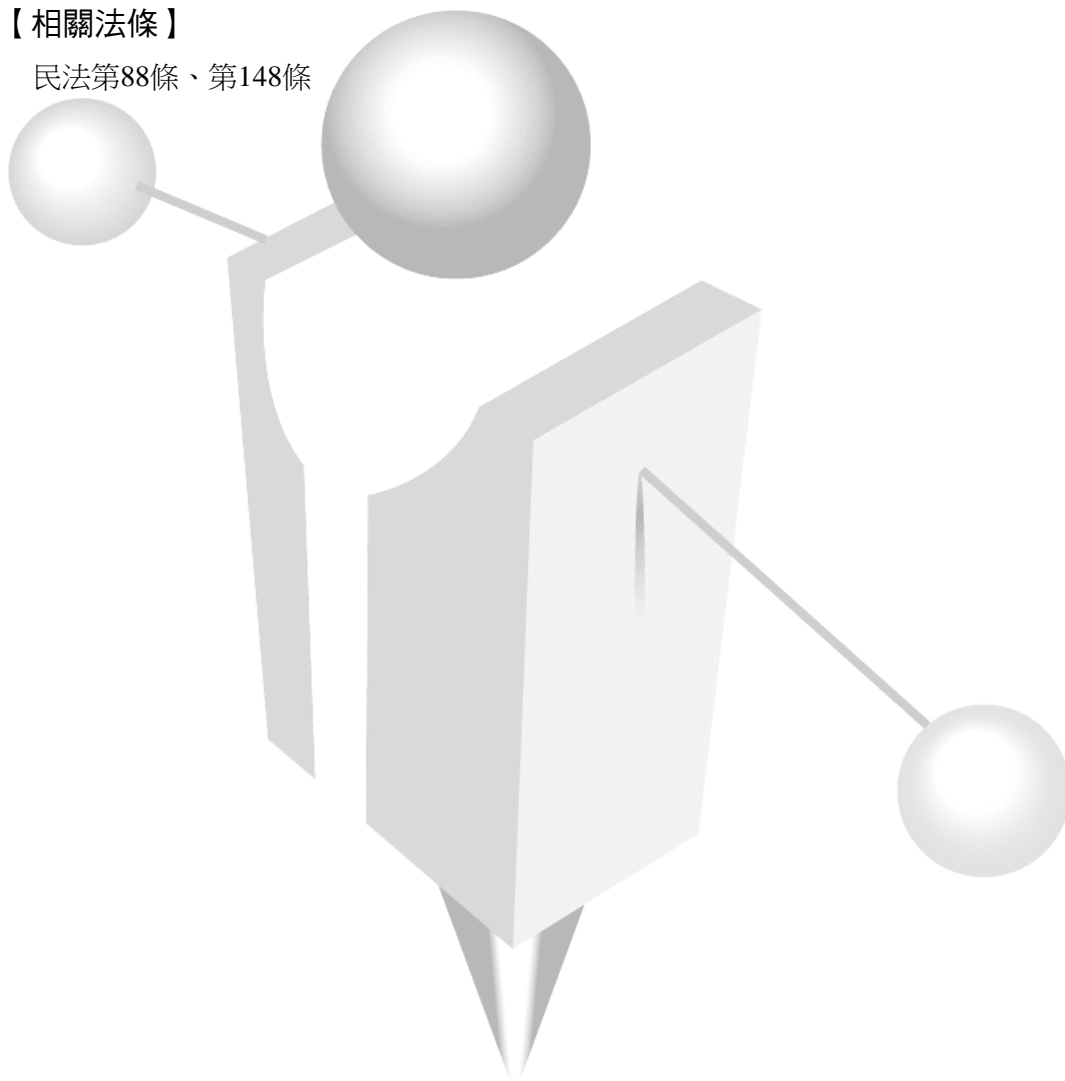
版權所有，重製必究！

【關鍵字】

撤銷意思表示

【相關法條】

民法第88條、第148條



【高點法律專班】

版權所有，重製必究！