

消費者保護之新篇章

——論歐盟商品銷售指令與商品買賣 瑕疵擔保責任之新發展

林政君*

要 目

壹、前 言	(一)契約合致性之判斷基準時點
貳、歐盟商品銷售指令之背景及目的	(二)消費者之檢查和通知義務
參、歐盟商品銷售指令主要內容之分析	(三)出賣人之責任期間
一、商品銷售指令之適用範圍	四、舉證責任的轉換
(一)人的適用範圍	五、商業保證
(二)物的適用範圍	六、買受人的權利救濟手段
二、商品的契約合致性	(一)概 說
(一)概 說	(二)商品的維修和更換 (Nachbesserung und Ersatzlieferung)
(二)契約合致性之主觀要件	(三)減少價金
(三)契約合致性之客觀要件	(四)終止／解除契約
(四)負面品質約定 (Negative Beschaffenheitsvereinbarung)	肆、歐盟商品銷售指令對我國法之 啟示
(五)出賣人之更新義務	一、物之瑕疵概念的重新定義
(六)商品之不當安裝或組裝	二、新增對於具有數位元素之商 品的獨立規範
三、出賣人責任的成立要件	

* DOI : 10.53106/199516202025110038002

** 彰化師範大學公共事務與公民教育學系教授，德國特利爾大學法學博士。
投稿日期：一一三年十一月十日；接受刊登日期：一一四年六月二日

- | | |
|---------------------------|--------|
| 三、關於瑕疵的舉證責任之分配 | 五、修法建議 |
| 四、買受人權利救濟措施之再省思——出賣人之補正義務 | 伍、結語 |

摘 要

2019年歐盟商品銷售指令之頒布，旨在因應數位時代的挑戰，強化消費者保護，並促進歐盟單一市場的跨境交易。由於該指令對債法之現代化具有重大參考價值，本文主要探討其重要內容及其對我國法制的啟示。按商品銷售指令適用於企業對消費者的商品銷售，並特別納入具數位元素之商品。在商品契約合致性方面，建立主觀與客觀並行的判斷標準，並明定出賣人對具數位元素商品的更新義務。指令對出賣人責任採取嚴格規範，包括明確界定契約合致性之判斷標準與時點，並在舉證責任的分配上，向有利於消費者的方向傾斜。關於買受人之權利救濟，指令提供層級性的救濟途徑，包括補正或另為給付、減少價金及解除契約等選項，並對商業保證加以規範。對我國法制的啟發主要體現在：物之瑕疵概念的現代化定義、具數位元素商品的特別規範、商品瑕疵的舉證責任之分配，以及買受人權利救濟體系的重新檢討。上述啟示對於我國民法債編修正及消費者保護法制之現代化發展，具有重要的參考意義。

關鍵詞： 物之瑕疵、瑕疵擔保法、商品銷售指令、具數位元素之商品、契約合致性之欠缺、消費者權利救濟、更新義務、舉證責任、契約合致性、消費者保護

壹、前言

二〇一九年五月二十日歐洲議會和歐盟理事會通過兩項新的指令以促進契約法的現代化，並自同年六月十一日開始生效。其一為「有關數位內容和數位服務契約之特定面向之指令」，以下簡稱「數位內容指令」（Digitale-Inhalte-Richtlinie¹, DIDRL）。另一指令則為「有關商品銷售之特定契約面向之指令」，以下簡稱「商品銷售指令」（Warenkaufrichtlinie², WKRL.）。相較於數位內容指令是以諸如線上遊戲、雲端存儲或線上串流服務等數位內容或數位服務契約為規範對象，商品銷售指令之適用範圍則以非數位內容或數位服務之實體商品以及帶有數位元素（digitale elemente）的商品（例如智能電視、智能手錶或其他智能家用電器等統稱之為智慧商品）為主。

兩項指令之目的主要是為因應數位經濟時代，新型態的消費契約內容，例如數位服務的提供或帶有數位元素之商品的買賣契約，對傳統民法所帶來的挑戰。其目的不僅在於促進歐盟債法之現代化，也希望藉此提升歐盟境內有關買賣契約，特別是在跨境買賣的情況下之消費者保護水準，使其能達一致之程度。

雖然前述歐盟兩項新通過施行之指令都對於契約應如何履行方符合契約合致性（Vertragsmaessigkeit），以及在商品欠缺契約合致性時，出賣人應負如何之瑕疵擔保責任和消費者可得採取的權利救濟措施為規定，但一般認為兩項指令的適用範圍互不重疊，彼此之間也非相互排斥適用，而是屬於相互補充之關係³。

¹ Richtlinie (EU) 2019/770 des Europaeischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 2019 ueber bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen, ABl. L 136 vom 22.5.2019, 1 ff.

² Richtlinie (EU) 2019/771 des Europaeischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 2019 uber bestimmte vertragsrechtliche Aspekte des Warenkaufs, zur Aenderung der VO (EU) 2017/2394 und der RL 2009/22/EG sowie zur Aufhebung der RL 1999/44/EG, ABl. L 136 vom 22.5.2019, 28 ff.

³ 商品銷售指令立法理由第13點（Erwg. 13 WKRL.）及數位內容指令立法理由第20點（Erwg. 20 DIDRL）。

為避免本文篇幅過度擴張，本文討論之範疇乃以商品銷售指令為主⁴。故本文擬先就歐盟商品銷售指令之立法背景和目的為介紹，再就指令之主要內容為論述分析，其中除了新的物之瑕疵概念的引進外，還包括對於帶有數位元素之商品以及對商品安（組）裝或連結該商品的軟體之更新義務，舉證責任的轉換等規定，凡此，都是數位經濟時代需要加以關注的重要議題。

本文希望藉由對於商品銷售指令的規範重點之分析，並以其與我國債法及消費者保護法目前相關規定之間的差異為對照，進而討論我國現行法之規定是否足以因應數位時代的消費者保護之需求。最後總結上述分析提出結論，希冀對於我國法之發展，能有拋磚引玉之效。

貳、歐盟商品銷售指令之背景及目的

早在二〇一五年十二月，歐盟委員會就提出了有關現行商品銷售指令（WKRL.）的第一份提案，但該提案將指令的適用範圍限於線上商品交易。然而，這種限制引發了許多批評，因此在二〇一七年提出的另一項提案，即將適用範圍擴大到所有買賣契約。

儘管在商品銷售指令通過之前，有關消費商品的買賣和擔保即有「有關消費商品買賣和擔保之特定面向的指令」（Die Verbrauchsgüterkauf-Richtlinie）⁵，以下簡稱「消費物買賣指令」（1999/44/EG），提供了該領域的規範，然而消費物買賣指令僅規定了最低限度的統一化（Mindestharmonisierung），因此各成員國頒布了不同的法律規定，導致消費者保護規範的碎片化，進而給跨境交易的出賣人和買受人（消費者）帶來相當的不確定性。

⁴ 有關數位內容和數位服務契約指令之中文討論，可參考林政君，論歐盟數位內容契約和數位服務契約指令，中原財經法學，第49期，2022年12月，頁1-65。

⁵ Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Mai 1999 zu bestimmten Aspekten des Verbrauchsgüterkaufs und der Garantien für Verbrauchsgüter, ABl. L 171 vom 7.7.1999, 12 ff.

此種因規範內容不一所形成的法律障礙並非成員國單獨的努力所可克服，而是需要在歐盟層級才能有所因應⁶。再者，隨著資訊技術的突飛猛進，不但數位內容及數位服務契約隨之蓬勃發展外，帶有數位元素的商品也不斷推陳出新，消費者對這類商品的接受度和使用迅速攀升，而此發展是立法者於頒布消費物買賣指令（1999/44/EG）時還未能預見，為了有效因應由技術所驅動的經濟發展模式所帶來的多重挑戰，和改善內部市場的運作以利於其全球競爭力⁷，因此採取合理的措施來確保消費者權益，同時提升法律確定性，可謂刻不容緩。如此一來，原先以消費物買賣指令為本所建立的商品瑕疵責任制度即有重新檢視的必要⁸。

隨著商品銷售指令的通過，原來的消費物買賣指令（1999/44/EG）也被廢止。商品銷售指令的規範目的在於透過全面調和（Vollharmonisierung）的立法方式以促進會員國之間達成一致的消費者保護水準。通過對於消費者和出賣人之間關於買賣契約以及在商品與契約不合致的情況下之補救措施等共同規定，消除因各國契約法因規範內容不一，而對跨國交易之發展產生的障礙，亦即消除歐盟會員國間的法律分散化，以推動歐洲單一市場的順利運作⁹。當歐盟各會員國的買賣法一致時，則企業（尤其是中小企業）更容易在其他會員國提供其產品。因此，指令的目的可說是為追求高水準的消費者保護與企業競爭力之間的平衡¹⁰。

或許是商品銷售指令之前身的消費物買賣指令採取最低限度的調和原則，因此商品銷售指令雖然追求最大統一化，但是在一些買賣契

⁶ 商品銷售指令立法理由第6點（Erwg. 6 ff. WKRL.）。

⁷ Ekkehard Helmig, Die neuen Richtlinien zum europäischen Verbraucherkaufrecht-Überlegungen zum Kauf eines Fahrzeugs als Ware mit digitalem Inhalt, IWRZ 2019, S. 200.

⁸ 商品銷售指令立法理由第66點（Erwg. 66 WKRL.）。

⁹ 商品銷售指令立法理由第1點，第10點（Erwg. 1, 10 WKRL.）。

¹⁰ 商品銷售指令立法理由第1點（Erwg. 1 WKRL.）。

約相關的問題上仍然留給會員國許多自行規範的空間，例如成員國在以下方面即享有自由規範之空間，包括商品、數位內容或數位服務的合法性、損害賠償、契約的成立和效力、契約終止／解除的後果、關於修理和更換的某些方面（例如應進行的地點）以及債務人必須履行義務的地點¹¹。有鑒於此，本文以下則僅就統一規範中之數個重要規定為討論分析。

參、歐盟商品銷售指令主要內容之分析

一、商品銷售指令之適用範圍

（一）人的適用範圍

首先，根據商品銷售指令第3條第1項的規定，本指令僅適用於消費者和出賣人之間的買賣契約，也就是說，僅適用於消費者契約。消費者與消費者之間的買賣契約，以及企業經營者和企業經營者之間的買賣契約並不在本指令的適用範圍內。因此，本指令的適用範圍與之前消費物買賣指令的適用範圍一致¹²。至於「消費者」和「出賣人」的定義則載於指令第2條。

1. 消費者

根據指令第2條的規定，所謂的「消費者」是指就本指令所適用的契約而言，出於自身營業、業務、技能或職業以外之目的行事的自然人。然而，根據指令的立法理由，會員國有權自主決定是否將指令所提供的保護範圍擴展到不具備上述消費者資格的其他自然人或法人，例如非政府組織、初創企業或中小企業等¹³。

¹¹ 商品銷售指令第3條第6項、第16條第3項，以及立法理由第18點、第56點、第60點和第61點，茲不一一列舉（Art. 3 Abs. 6, Art. 16 Abs. 3 und Erw. 18, 56, 60 und 61 WKRL.）。

¹² Cornelia Kern, Das neue europäische Gewährleistungsrecht, VbR Heft 5 (2019), S. 164.

¹³ 商品銷售指令立法理由第21點（Erw. 21 WKRL.）。

此外，在所謂的雙重目的契約（*dual purpose contract*）中，即契約的訂立部分是出於商業目的，部分是出於非商業目的，且商業目的在整個契約條款中並不具主導地位時，是否以及在何種條件下簽訂契約的當事人可以被視為「消費者」，這個判定由每個成員國自行決定¹⁴。因此，在雙重目的契約時，判定是否為消費者的標準，重點在於契約的主要用途。然而，由於對於消費者概念的彈性適用，也引發批評，認為可能會導致各成員國之間的差異，同時削弱內部市場和消費者的有效保護，進而破壞對於完全調和的目標追求¹⁵。

2. 出賣人

根據商品銷售指令第2條第3款的解釋，所謂的「出賣人」指的是在本指令適用的契約中，為其自身或受他人委任，出於營業、業務、技能或職業目的行事的自然人或法人，無論是私法人或公法人¹⁶。

另外，商品銷售指令立法理由第23點提出了一個有趣的問題，即數位平台提供者的角色。如果平台提供商〔例如知名的雅馬遜（*Amazon*）銷售平台〕出於自己業務目的進行銷售，並作為消費者的直接契約對象，成員國可以自由地將其定位為本指令所定義的出賣人。如此一來，平台提供商在商品不符合契約的情況也應對消費者承擔相應的法律責任。這可以是與出賣人共同的責任，或者甚至是單獨的責任。當出賣人資格不符合本指令之定義而不適用時，消費者將可以向平台提供者尋求救濟，因此有其意義。在*Wathelet*¹⁷案中，歐洲法院認為，消費物買賣指令（1999/44/EG）應該適用於商人（平台提供者）代表私人做中介的情況。如果商人（平台提供者）沒明確告知消

¹⁴ 商品銷售指令立法理由第22點（*Erwg. 22 WKRL.*）。

¹⁵ Brigitta Zöchling-Jud, *Das neue Europäische Gewährleistungsrecht für den Warenhandel*, GPR 2019, S. 117 f.

¹⁶ 數位內容指令對於人的適用範圍，以消費者和企業經營者之間的契約為限，但所謂企業經營者之定義和商品銷售指令對於所謂出賣人之定義則一致。

¹⁷ C-149/15 *Sabrina Wathelet v. Garage Bietheres & Fils SPRL* [ECLI:EU:C:2016:840].

費者，出售之商品的擁有者是一般個人，則無論中介是否有收取報酬，都有指令之適用。因為在此情況下，平台提供者對於消費者而言，其行事看起來就是賣方，因此也應該承擔出賣人的責任¹⁸。

(二)物的適用範圍

根據商品銷售指令第2條，所謂買賣契約乃指出賣人將商品所有權轉讓或承諾將其轉讓給消費者，並由消費者支付或承諾支付價金的任何契約¹⁹。易言之，其適用範圍包括了所有存在於消費者和出賣人之間的商品買賣契約，甚至是尚待生產或製作之商品的買賣也在指令的適用範圍之內²⁰。本指令原則上並不適用於勞務契約或承攬契約，但若消費者和出賣人約定商品的組裝或安裝構成買賣契約的一部分，並且必須由出賣人或在其承擔責任下進行，則商品的組裝或安裝也可能納入指令的適用範圍²¹。因此類似知名瑞典家具商IKEA之類的業者，若符合前述條件，亦即契約若包含了買賣的元素和勞務的提供，則內國立法者可以決定該整體契約是否屬於指令所稱之買賣契約而有指令之適用²²。

1. 商品之定義

按商品銷售指令對於商品的定義共包含了兩大類。一是指可移動的有體物以及以有限的數量或一定數量出售的水、天然氣和電力²³。另一類則是指所謂的具有數位元素的商品（Waren mit digitalen

¹⁸ Timothy J. Dodsworth, *Intermediaries as Sellers – A Commentary on Wathelet*, 6(5) EuCML 213, 214 (2017).

¹⁹ 商品銷售指令第2條第1款（Art. 2 Nr. (1) WKRL.）。

²⁰ 商品銷售指令第3條第2項（Art. 3 Abs. 2 WKRL.）即明文規定消費者與賣方間為製造或生產商品之供應契約，亦應視為本指令目的下的買賣契約。

²¹ 商品銷售指令立法理由第17點（Erwg. 17 WKRL.）。

²² 同前註。

²³ 商品銷售指令第2條第5款a目（Art. 2 Nr. (5) a WKRL.）與消費物買賣指令第1條第2項(b)款（Art. 1 Abs. 2 b), 1999/44/EG）相反的是，在商品銷售指令中，電力現在也被歸類為可銷售之物。另外商品銷售指令立法理由第12點也指出，會員國可以自行決定是否將本制度適用於不動產。

Elementen)²⁴，亦即結合或包含數位內容或數位服務的任何有形且可移動的物品。這類商品要不就是包含有數位內容或數位服務，要不就是與數位內容或數位服務相結合，以致數位內容或數位服務的欠缺將妨礙這些商品執行其功能。例如智慧手機、智慧電視、智慧冰箱或智能手錶等冠以智慧之名的商品均屬之。至於這些數位內容或服務是否為買賣契約的構成部分，應取決於契約之內容²⁵。

若契約已明確要求提供或連結至商品的數位內容或服務，自屬契約之一部分而無疑問。即便契約並無明確規定，但考慮到商品之通常性質以及消費者可以合理期待²⁶的情況，買賣契約應包含特定數位內容或數位服務時，則數位內容或服務的提供也為買賣契約之一部分。例如智慧電視的廣告中聲稱包含特定的影像應用程式，則該應用程式即應被視為買賣契約的一部分²⁷。因此，無論數位內容或數位服務是否已安裝在商品上或是必須稍後下載安裝在另一裝置上，且僅與該商品相互連結，也無論該數位內容或數位服務是否由出賣人或第三方提供，都有商品銷售指令之適用²⁸。

另一方面，如果數位內容或數位服務的提供必須以另一獨立的契約簽訂，而且出售的商品只是用於執行此契約的媒介，則此關於數位內容或數位服務的獨立契約應適用數位內容指令，而非商品銷售指令²⁹。例如消費者從應用程式商店下載遊戲程式到其智慧手機上，提

²⁴ 商品銷售指令第2條第5款b目（Art. 2 Nr. (5) b WKRL.）。

²⁵ 商品銷售指令立法理由第15點（Erwg. 15 WKRL.）。

²⁶ 消費者的合理期待主要建立在同類商品之通常性質外，還包括訂立契約前，出賣人、受其委任之人或契約鏈之前手（包含生產者）所提供之公開聲明，例如廣告內容之陳述。Vgl. 商品銷售指令第7條第1項d款（Art. 7 Abs. 1 d). WKRL.）。

²⁷ 商品銷售指令立法理由第15點（Erwg. 15 WKRL.）。

²⁸ 同前註。例如消費者購買之智慧手錶只能通過依照買賣契約提供的應用程式來實現其功能，但該應用程式需要由消費者下載至其智慧手機，才能進行配對。

²⁹ 商品銷售指令立法理由第16點（Erwg. 16 WKRL.）；see Karin Sein, Goods with digital elements and the Interplay with Directive 2019/771 on the Sale of Goods.

供遊戲應用程式的契約不會構成智慧手機本身的買賣契約之一部分。對於遊戲應用程式本身而言，若符合數位內容指令規定之前提要件，作為遊戲程式提供者的第三方即應根據數位內容指令之規定承擔責任³⁰。最後，當數位內容或數位服務之提供是否為買賣契約之一部分存有疑義時，為避免消費者和出賣人間的不確定性，仍應推定有商品銷售指令之適用³¹。

2. 商品銷售指令之排除適用範圍

(1) 法定排除

如前所述，商品銷售指令原則上適用於所有消費者與出賣人間的商品買賣契約，但涉及專門作為數位內容或數位服務載體的有形物品之買賣，例如DVD、CD或USB隨身碟等，則應適用數位內容指令。此外，本指令也不適用於經由強制執行或其他由法院命令出售的商品³²。

(2) 任意排除

除此之外，會員國也可以將透過公開拍賣出售的二手商品和活體動物排除在本指令的適用範圍之外。當然，對於排除二手商品適用的情況，出賣人必須確保消費者事前已獲得清晰且詳細的資訊，清楚瞭解其不享有基於本指令所產生的權利³³。

二、商品的契約合致性

(一) 概 說

在商品銷售指令的諸多變革中，最大的創新莫過於對商品瑕疵概念之重新定義，並進而影響出賣人的主要履行義務之內容。作為買賣

Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3600137> (last visited: 2024.02.23).

³⁰ Vgl. Zöchling-Jud, a.a.O. (Fn. 15), 118 f.; Ivo Bach, Neue Richtlinien zum Verbrauchsgüterkauf und zu Verbraucherverträgen über digitale Inhalte, NJW (2019), S. 1706.

³¹ 商品銷售指令第3條第3項 (Art. 3 Abs. 3 WKRL.)。

³² 商品銷售指令第3條第4項 (Art. 3 Abs. 4 WKRL.)。

³³ 商品銷售指令第3條第5項 (Art. 3 Abs. 5 WKRL.)。

標的物的商品應符合買賣雙方簽訂的契約之要求，而無任何權利瑕疵或物之瑕疵，此亦稱之為商品的契約合致性（*Vertragsmässigkeit der Waren*）。按買賣標的物的契約合致性可謂是現代契約法的關鍵概念之一。此概念可追溯至聯合國國際貨物買賣契約公約（*United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods, CISG*，以下簡稱「聯合國買賣契約公約」）第35條³⁴。根據聯合國買賣契約公約，商品的契約合致性首先取決於契約的內容約定，其次則依據一系列客觀標準來確定商品是否與契約合致³⁵。而後者之建立，主要是因為當事人通常不會詳細規定商品應具有的所有屬性，因此特別建立此標準以避免可能之爭議。二〇一九年歐盟通過的商品銷售指令對於商品的契約合致性之規定，也遵循相同的邏輯體系。

但是與之前的消費物買賣指令（1999/44/EC）相較，商品銷售指令提供了一套更詳細、更清晰的構成要件來認定商品是否符合契約。指令將商品是否具備契約合致性的判別標準明確分為主觀要件和客觀要件，賣方在契約合致性方面，必須確保交付的商品符合指令第6條和第7條的主觀及客觀要求，並根據第8條確保商品的專業安裝。

由於商品銷售指令對於商品的物之瑕疵重新定義，將影響到商品是否符合契約之要求或出賣人有無違約的認定。因此以下分別就商品的契約合致性之主客觀要件以及指令之其他新增規定加以討論。

（二）契約合致性之主觀要件

按商品銷售指令對於商品之契約合致性提出包含對商品質量的四項主觀要求。首先，商品應符合契約要求之描述、類型、數量和品質，以及應具備契約要求之功能性（*Funktionalität*）、相容性（*Kompatibilität*）、相互操作性（*Interoperabilität*）和其他特性。

³⁴ 聯合國買賣契約公約第35條第1項：出賣人必須交付的貨物應在數量、質量和種類上，以及在包裝或容器方面符合契約的要求。（Art. 35 Abs. 1 CISG: Der Verkäufer hat Ware zu liefern, die in Menge, Qualität und Art sowie hinsichtlich Verpackung oder Behältnis den Anforderungen des Vertrages entspricht.）

³⁵ 同前註。

其次，商品必須能夠滿足消費者要求之特定目的，但前提是消費者最晚必須在締結契約前告知賣方該目的並經賣方同意。此外，出賣人交付商品時，應將買賣契約約定之商品的所有配（附）件與說明（包含安裝說明），妥善隨之一併交付。最後，出賣人必須提供契約約定之更新³⁶。

（三）契約合致性之客觀要件

商品銷售指令的重大革新之處在於，商品是否具備契約合致性，除符合主觀要求外，還必須滿足與契約相符的客觀要求。按商品銷售指令第7條對契約合致性的客觀要求提出了四項進一步的說明。

1. 商品必須符合適用於同類商品之通常使用目的，必要時應考量歐盟法或會員國內國法之相關規定和技術標準，在欠缺相關之技術標準時，亦可考量行業特別的行為準則³⁷。

2. 商品之品質必須與出賣人在締約前向消費者提供或展示的樣品或型號之描述相符³⁸。

3. 商品必須與消費者可以合理期待收到的任何附件或其他說明（包括包裝、組裝或安裝說明）一起交付³⁹。

4. 商品在數量、品質和其他特性上，包括其耐用性（Haltbarkeit）、功能性（Funktionalität）、相容性（Kompatibilität）和安全性（Sicherheit）等方面都必須與同類型商品的通常性質以及消費者得合理期待的內容相符。

所謂消費者之合理期待乃指消費者根據商品類型和考量出賣人或受出賣人委任，或是商品供應鏈的任一環節（包含生產者），特別是在廣告或商品標籤所提供之任何公開說明，而可以合理期待的內容⁴⁰。

³⁶ 商品銷售指令第6條（Art. 6 WKRL.）。

³⁷ 商品銷售指令第7條第1項之a款（Art. 7 Abs. 1 a). WKRL.）。

³⁸ 商品銷售指令第7條第1項之b款（Art. 7 Abs. 1 b). WKRL.）。

³⁹ 商品銷售指令第7條第1項之c款（Art. 7 Abs. 1 c). WKRL.）。

⁴⁰ 商品銷售指令第7條第1項之d款（Art. 7 Abs. 1 d). WKRL.）。

例如，製造商（或經銷商）宣傳產品具有特定功能，若商品未能實現該承諾，即使商品符合其他契約要求，也可能被視為有瑕疵，因為製造商的廣告讓消費者心中產生了該產品應具有特定功能的期望。同樣，如果製造商對產品的安全或耐用性作出聲明，而產品隨後被證明是不安全或不耐用的，則也可能被視為有缺陷，這是因為製造商的聲明讓消費者對於產品之安全或耐用性產生一定的期望。如此一來，除了可以避免商品供應鏈之其中任何一位參與者的不實廣告或承諾影響消費者的信賴，卻無法有效利用不實廣告之規範加以約束，要求出賣人需承擔契約不合致的責任，亦有助於實質提升商品質量和消費者保護。

特別值得注意的是，商品銷售指令中對於商品是否具備契約合致性的客觀要件中，新增商品的耐用性之要求⁴¹。因此如果商品在正常使用情況下保持其必要功能和性能的能力受到影響，則存在耐用性缺陷⁴²。總結而言，此一新規定旨在促進可持續的消費習慣和循環經濟，也可以視為民法領域對於聯合國永續發展目標⁴³的回應，然而其可能產生何種實質影響則仍有待觀察。

（四）負面品質約定（Negative Beschaffenheitsvereinbarung）

基於契約自由原則，買賣雙方對於商品的契約合致性之客觀要件容有自由約定的空間。按商品銷售指令第7條第5項即規定，如果消費者在訂立契約時已被明確告知商品的某項特性與契約之客觀要求有偏差，而消費者也明確且單獨地同意了這種偏差，則針對此情形，不成立商品的契約不合致。立法理由也特別強調，此是為了確保買賣契約具有足夠的靈活性，例如在二手商品的銷售方面⁴⁴，若出賣人已明確

⁴¹ 商品銷售指令第7條第1項之d款（Art. 7 Abs. 1 d). WKRL.）。

⁴² 商品銷售指令第2條第13款（Art. 2 Nr. (13) WKRL.）。

⁴³ 聯合國永續發展目標SDGs第12項：確保永續消費及生產模式（Ensuring Responsible Consumption and Production）。

⁴⁴ 商品銷售指令立法理由第36點（Erwg. 36 WKRL.）。

告知，且消費者也清楚和明確同意時，沒有理由要求出賣人還需就此契約不合致的情況負擔商品不符合契約的違約責任。

然而，仍需解決的問題是，這種負面品質約定如何產生效力。如前所述，欲透過負面品質約定排除商品之某項特質，需明確告知消費者，並取得其明確和單獨的同意，因此缺乏具體描述之約定，例如「如所見購買」（gekauft wie besichtigt）之類的一般表達方式，並無具體化何種特質偏差，故而不能作為有效的負面品質約定。但是若能描述商品的性質，使買方在做成締結契約的決定時，即能將之納入考量，例如約定「沙發座椅有使用3年以上的正常磨損」之類的除外條款則可以構成有效約定。可知，有效的負面品質約定應該是將商品符合實際地描述，以便買受人在締結買賣契約之前，可以將之納入考量。

由於負面品質的約定需要消費者單獨和明確的同意，因此不可能通過一般定型化條款以取得消費者同意。從消費者保護的角度來看，契約文件的設計必須使消費者在簽訂契約之前即能認識到買賣標的物已經偏離或可能偏離客觀的契約合致性之要求（依據行業慣例），且消費者明確並獨立地透過主動行為表示同意該偏離作為交易的一部分，只有在此前提下，才不會有違約之問題⁴⁵。此類例外情況可能存在於二手商品或測試產品的買賣，例如當賣方清楚指出，商品已有損壞或具有消費者無法使用的功能，如賣家出售之二手筆電的特定按鍵無法使用，或是賣家出售之智能電視的功能無法與某些品牌的智能音箱兼容，且消費者明確表示同意，則賣家可以免除因商品的兼容性欠缺而應負之違約責任。

（五）出賣人之更新義務

隨著數位化浪潮的不斷推進，越來越多的商品內含數位元素，或者是彼此相互連接，並仰賴數位元素才能發揮功能。對於具有數位元

⁴⁵ 商品銷售指令第7條第5項（Art. 7 Abs. 5 WKRL.）。

素的商品，其契約合致性的要求除了前述的客觀要求外，根據商品銷售指令第7條第3項的規定，出賣人在商品正常使用的生命週期內，對消費者有告知和提供安全性更新及數位元素更新的義務。這一規定的主要原因是因為許多電子產品只有在與其相結合的軟體始終處於最新狀態時，才能保持正常運作和安全性，而此同時也是商品耐用性的問題。

出賣人應向消費者提供有關更新（包括安全更新）的資訊，這些更新是為了在一定期間內保持商品的契約合致性所必需的⁴⁶。至於出賣人承擔的更新義務之期間長短，指令並無明確規定，而是將數位元素（即數位內容或服務）之提供，區分為一次性的供應或是持續性的供應。針對這兩種類別的更新義務期間，適用不同的規定⁴⁷。

在一次性提供的情况下，即使商品在交付時符合契約規定，出賣人也需要更新，以確保包含數位元素的商品仍能維持正常運作和具備安全性⁴⁸。至於更新的期間應考量商品之種類和用途並結合買賣契約的情況和類型來評估，在消費者可以合理預期的期限內為主⁴⁹。個案之具體情況，如廣告聲明、價格或商品的通常使用期限（生命週期）都是考量的因素。該期間至少必須與賣方對商品的契約不合致應負責的時間一樣長。

若買賣契約中約定，出賣人應在一段期間內持續提供數位內容或數位服務，則出賣人自商品交付之日起兩年內，對於數位內容或數位服務不符合契約規定的情況承擔責任。由此可知，出賣人原則上在商品交付後的兩年內，負有更新之義務，若契約之期間超過兩年，則更

⁴⁶ Dennis-Kenji Kipker, *Staerkung des digitalen Verbraucherschutzes durch zwei neue EU-Richtlinien: DID- und WK-Richtlinie fordern erheblichen nationalen Anpassungsbedarf*, MMR (2020), 71, 73.

⁴⁷ 商品銷售指令第7條第3項（Art. 7 Abs. 3 WKRL.）比較遺憾的是，區分這兩種類別，有時並不容易。

⁴⁸ 商品銷售指令第7條第3項a款（Art. 7 Abs. 3 a) WKRL.）。

⁴⁹ 商品銷售指令立法理由第31點（Erwg. 31 WKRL.）。

新之義務亦相應延長⁵⁰，例如導航系統的交通數據或智慧設備的雲端基礎設施之更新即為適例。若出賣人於前述期間內未履行其更新義務，則構成瑕疵。可知，和傳統瑕疵概念不同的是，原本在危險移轉時無瑕疵的買賣標的物，現在可能因為出賣人怠於履行其更新義務而在之後變得有瑕疵。因為和傳統商品不同，具有數位元素的商品即使在危險移轉後，仍未完全脫離出賣人的控制範疇，資訊科技的進步為出賣人提供了更多影響消費者設備的可能性，故而擴展其履行義務。因此，包含數位元素的買賣契約現在亦具有繼續性契約的特性。

然而，出賣人的更新義務僅限於必要的更新，以使商品繼續滿足商品銷售指令中規定的契約合致性的主觀和客觀要求，更新的範圍仍要考量具體的情況和契約類型，在消費者可以合理預期的範圍內即可，出賣人並沒有義務改進或擴展商品的功能（所謂的升級）⁵¹。再者，若出賣人已經提供消費者更新之可能並告知未安裝更新之後果，亦即，是否安裝所提供的更新取決於消費者，但出賣人必須告知消費者，選擇不安裝更新的決定，將會影響消費者的權利及出賣人的責任⁵²。若消費者未在合理期間內安裝更新，則出賣人對於未安裝更新所引發之商品與契約不一致的瑕疵即無須負責⁵³。

雖然商品銷售指令已將具有數位元素的商品買賣之特質納入規範，希冀透過更新義務之規定，強化消費者保護和維持商品之耐用性，但關於更新義務的實際實施也產生兩個新的主要挑戰：

一方面，更新義務的債務人是買賣契約的出賣人，然而，在實務中出賣人通常並非數位元素的製造商，而是（可能與品牌無關的）零售商，他們不一定與所銷售商品的製造商維持契約或類似的緊密關係，但現在卻依賴於後者的合作。因此，當出賣人不具備數位元素更

⁵⁰ 商品銷售指令第7條第3項b款，第10條第2項（Art. 7 Abs. 3 b）；Art. 10 Abs. 2 WKRL.）。

⁵¹ 商品銷售指令立法理由第30點（Erwg. 30 WKRL.）。

⁵² 商品銷售指令第7條第4項（Art. 7 Abs. 4 WKRL.）。

⁵³ 商品銷售指令第7條第4項a款（Art. 7 Abs. 4 a）WKRL.）。

新的能力時，就需依賴製造商的合作，而如何在供應鏈中傳遞（weiterreichen）這種更新義務，出賣人應思考準備措施，即如何和製造商達成協議或通過適當的契約條款加以約定，以履行其義務。

另一方面，由於商品銷售指令刻意未明確規定出賣人更新義務的期限，主要原因在於希望回應消費者的期待，這種期待可以建立在出賣人依據數位元素的性質和目的及其控制程度，以及考慮到契約的情況和性質來評估。因為持續更新的義務就建立在定義的模糊性之上，商品類型不同，該義務的期間可能即會有顯著差異。因此在確定更新義務的合理預期持續期間時就必須把廣告聲明、商品價格、生命週期，以及是否仍在市場上銷售等情況納入考慮⁵⁴。

最後需再補充的是，儘管商品銷售指令並無相似規定數位內容指令（DIDRL）第8條第6項之規定，即除非當事人另有約定，否則數位內容或數位服務應以契約簽訂時可用的最新版本提供給消費者⁵⁵。但考量數位內容和數位服務之即時性和安全性，同一原則亦應適用於商品買賣契約。此外，即使是不具數位元素之商品本身亦應有此原則之適用，例如當事人約定簽訂X型新車買賣契約時，即便雙方漏未約定，解釋上出賣人仍應負有交付該車型之最新版本的義務⁵⁶。

（六）商品之不當安裝或組裝

為保護消費者免受商品因不當安裝或組裝的影響，商品銷售指令第8條a款規定，如果安裝或組裝商品是契約的一部分，並且是由出賣人或由出賣人委任之人（在帶有數位元素的商品，亦可能是數位內容或數位服務的供應商）負責，則因商品的不當安裝或組裝而導致的任何契約合致性之欠缺，應被視為商品欠缺符合性。例如消費者向網路

⁵⁴ Piia Kalamees, Goods with Digital Elements and the Seller's Updating Obligation, 12 JIPITEC 131, 135-36 (2021).

⁵⁵ 數位內容指令第8條第6項（Art. 8 Abs. 6 DIDRL）。

⁵⁶ Jorge Morais Carvalho, Sale of Goods and Supply of Digital Content and Digital Services – Overview of Directives 2019/770 and 2019/771, 8(5) EuCML. 194-96 (2019).

商家購買一台智慧電視，商家並提供免費安裝服務，由商家委託的技術人員到家中安裝。但因技術人員未按照正確方式固定電視支架，導致電視機無法穩固地掛在牆上而掉落。由於安裝是契約的一部分，且出賣人委任的安裝人員未能正確安裝導致電視無法正常使用，因此該商品應被視為「不符合契約合致性」，消費者可主張瑕疵擔保責任。或雖然預設是由消費者自行進行安裝，但不當安裝是由於賣方提供的說明書存在缺漏（例如說明不完整，甚至說明錯誤），或在具有數位元素的商品，不當安裝是由賣方或數位內容或數位服務提供商所提供的說明書存在缺陷所致，造成一般消費者難以使用該說明，則前述之不當安裝，無論是由消費者自己執行或由消費者指定之第三方進行安裝，仍應被視為商品欠缺契約符合性，出賣人仍應負責⁵⁷。

三、出賣人責任的成立要件

（一）契約合致性之判斷基準時點

根據商品銷售指令第10條第1項之規定，出賣人應對於商品交付時以及交付後兩年內出現的商品與契約不合致負責⁵⁸。可知，商品的交付時間是評估契約合致性的關鍵因素，亦即商品在交付予買受人時，應具備契約合致性⁵⁹。原則上，對於具有數位元素的商品，其數位內容或是數位服務屬於一次性提供者，其判斷標準亦是如此。然而，如果具有數位元素的商品，其數位內容或數位服務需要在一段期間內持續性地提供，則確認商品是否符合契約的評估並不是以特定的

⁵⁷ 商品銷售指令第8條b款（Art. 8 b) WKRL.）；商品銷售指令立法理由第34點（Erwg. 34 WKRL.），vgl. Klaus Tonner, Die EU-Warenkauf-Richtlinie: auf dem Wege zur Regelung langlebiger Waren mit digitalen Elementen, VuR 10 (2019), S. 368.

⁵⁸ 商品銷售指令立法理由第33點（Erwg. 33 WKRL.）。

⁵⁹ 然而，「交付」一詞並未在商品銷售指令中明確規範其時點，而是交由歐盟成員國的國內法處理。詳見商品銷售指令立法理由第37點（Erwg. 37 WKRL.）。

時點為準，而是從數位內容或服務提供的時間點⁶⁰開始，一直到出賣人必需負違約責任的時點結束。

另一方面，在適用商品銷售指令的商品買賣中，有關危險移轉仍然受到消費者權利指令（*Verbraucherrechte-Richtlinie*⁶¹, 2011/83/EU）第20條的重要影響⁶²。因此，通常情況下，在商品占有移轉給消費者時，也就是交付時，商品滅失或損壞的風險也會移轉給消費者。如此一來，商品是否符合契約的決定性時間點和危險移轉的時間點會是重合的。

（二）消費者之檢查和通知義務

根據商品銷售指令第12條之規定，是否設立買受人對於商品瑕疵之通知義務是成員國的選擇性決定。然而，如果成員國選擇設立此義務，則消費者必須在首次發現不符合契約要求之日起，至少於兩個月內通知出賣人，以利消費者權益之行使。

此一規定旨在平衡消費者權益與出賣人之利益。從消費者角度來看，該條款提供了一段期間，讓消費者能夠仔細檢查所購買的商品是否存在瑕疵或與契約規定不符的情況。這段時間允許消費者在日常使用中發現潛在問題，不會因短暫的檢查時間而忽略細微的缺陷。例

⁶⁰ 商品銷售指令立法理由第39點（Erwg. 39 WKRL.）。

⁶¹ Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlamentes und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlamentes und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlamentes und des Rates. ABl. L 304 vom 22.11.2011, 64 ff.

⁶² 消費者權利指令第20條是有關送赴之債（*Schickschuld*）的危險移轉規定，若企業將商品寄送給消費者，在商品滅失或損壞的情況下，關於危險轉移的時間點可能會產生爭議。因此，消費者權利指令規定，消費者在取得商品之前應受到商品損失或損壞風險的保障。即便消費者從企業提供的多種選項中選擇了特定的配送方式，消費者在企業安排或執行的運送過程中仍應受到保護。然而，該規定不適用於消費者需自行取貨或委託運送者配送的合約。關於危險轉移的時間點，應視為消費者在收到商品時即取得其占有。詳見消費者權利指令立法理由第55點（Erwg. 55 *Verbraucherrechte-Richtlinie*。）。

如，某些電子產品可能在初次使用時未顯示問題，但在持續使用中可能出現功能故障。因此，兩個月的通知期對消費者來說或許是一個合理的安排。

對於出賣人而言，此一規定也提供了一定的保護措施。首先，它設定了一個明確的時間期限，避免了消費者在長時間後才提出商品不符合契約的要求，從而增加出賣人的經營風險和成本。出賣人可以在這段時間內對消費者的申訴進行處理，並在合理範圍內預計售後服務的成本。此外，這一規定也鼓勵賣方在銷售過程中提高商品質量，因為高質量的商品更不容易在短時間內出現問題。

但由於商品銷售指令第12條並非強制規定，而可能在消費者之通知義務方面留下內國法之間重大的法律差異，影響消費者權益甚鉅⁶³，甚至可能進而成為內部市場順利發展的障礙，因此商品銷售指令的此一規定，也可被認為是為德不卒之敗筆⁶⁴。

（三）出賣人之責任期間

為了確保出賣人責任的法律上確定性，並促進消費者對跨境購物的信任，需要對出賣人之責任期間設立一個明確規範，在此期間內，消費者可以對商品不符合契約規定的情況提出補救措施之要求。這段時間是基於一個關鍵的時間點，即商品是否符合契約（即是否違約）的檢查時間點，如前所述，通常以商品交付時之時間點為據⁶⁵。

絕大多數歐盟成員國在實施消費物買賣指令（1999/44/EG）時，都設定兩年的責任期間。且多數市場參與者（包括消費者和賣方）也普遍認為兩年期間應是合宜之規定，因此商品銷售指令也採行遵守兩年期限的規定⁶⁶。但是，如果契約規定數位內容或數位服務為繼續性

⁶³ 商品銷售指令立法理由第46點（Erwg. 46 WKRL.）。

⁶⁴ Bach, a.a.O. (Fn. 30), S. 1708.

⁶⁵ 商品銷售指令立法理由第41點（Erwg. 41 WKRL.）。

⁶⁶ 同前註。當然也有學者認為，從消費商品耐用性的角度來看，也應可以考慮適度地延長出賣人之責任期間。Matthias Wendland, Ein neues europäisches Vertragsrecht für den Online-Handel?, Die Richtlinienentwürfe der Kommission zu

的提供，且時間超過兩年，例如某些持續訂閱的數位服務如電子期刊或電子報，那麼消費者在整個契約規定的期間內，對於任何發生或顯現的數位內容或數位服務的不符契約情況，都應有權要求補救措施。為了給予歐盟成員國一定的靈活性，使其能夠在本國法律中規定更高水準的消費者保護，成員國可以規定超過指令標準的責任期間⁶⁷，這意味著消費者在更長時間內可以對不符合契約之商品提出補救措施之要求。如此之規定適當延伸了對消費者的保護期間，確保在現代數位經濟中的長期契約當中，消費者權益能夠得到充分保障，有助於增加市場信任和促進數位經濟的健康發展。

儘管兩年或更長的責任期間通常能夠平衡賣方和消費者的利益，但是在某些情況下，對二手商品的處理方式可能需要有所不同。尤其是二手商品因其使用狀況、市場價值等與新商品究竟有異，因此需要更靈活的責任期間安排，以確保法律規定能夠實際有效地在消費者和出賣人的利益之間取得平衡。

根據商品銷售指令第10條第6項之規定，歐盟成員國在提供二手商品時，出賣人和消費者可以約定較短的瑕疵擔保責任期間，但期間不得少於一年。如此一來，不惟增加契約的自由度，也確保消費者在購買二手商品時，會被明確告知該商品的二手性質，並且瞭解出賣人適用較短的責任期間⁶⁸，避免徒增糾紛。

四、舉證責任的轉換

商品銷售指令中另一有別於傳統規定的地方即在於對商品瑕疵之存在的舉證責任之倒置。按消費者主張商品與契約不符合時，消費者原應承擔商品與契約不符合的舉證責任⁶⁹，但商品銷售指令第11條第1

vertragsrechtlichen Aspekten der Bereitstellung digitaler Inhalte und des Online-Warenhandels, EuZW 2016, 127.

⁶⁷ 前揭註65。

⁶⁸ 商品銷售指令立法理由第43點（Erwg. 43 WKRL.）。

⁶⁹ 但消費者只需證明商品不符合契約要求，而無須證明不符合的原因或其起源可歸責於出賣人。

項則規定，如果在商品交付後一年內明顯出現商品不符合契約的情形，則推定該商品不符合契約的情況早在商品交付時就已存在，除非出賣人能證明相反之事實，或是該推定與商品的性質或違約的性質不相容。

商品銷售指令在草案階段原希望將舉證責任倒置的期限延長至兩年，雖然最終立法並沒有採納此構想⁷⁰，但允許會員國將此一期限延長至兩年，以免顯著降低其內國之消費者保護水準（亦即某些會員國本有更高的保護水準），只是如此一來，指令原欲追求的最大調和原則將受到破壞⁷¹。

前述有關舉證責任倒置之規定，也適用於具有數位元素之商品。惟在涉及具有數位元素商品的買賣契約中，如果買賣契約規定持續或提供數位內容或數位服務一定時間，若該期間少於兩年，則自商品交付之日起兩年；如果數位內容或數位服務持續或提供期間超過兩年⁷²，則在應提供數位內容或數位服務的期間內明顯出現欠缺契約合致性之情形時，應由出賣人承擔舉證責任，證明數位內容或數位服務在該期限內符合契約規定⁷³。值得注意的是，有關數位內容或數位服務的瑕疵推定，並不及於商品本身。因此，消費者需先舉證說明違約情形是因數位元素而出現，此時方有舉證責任倒置之適用而推定該數位元素具有瑕疵⁷⁴。

值得討論的是，依據商品銷售指令第7條第3項之規定，商品出賣

⁷⁰ Zöchling-Jud, a.a.O. (Fn. 15), S. 132; dies., Beweislast und Verjährung im neuen europäischen Gewährleistungsrecht, in: Johannes Stabentheiner/Christiane Wendehorst/Brigitta Zöchling-Jud (Hrsg.), Das neue europäische Gewährleistungsrecht, 2019, S. 198.

⁷¹ Bach, a.a.O. (Fn. 30), S. 1708.

⁷² 商品銷售指令第10條第2項（Art. 10 Abs. 2 WKRL.）。

⁷³ 商品銷售指令第11條第3項（Art. 11 Abs. 3 WKRL.），siehe auch Zöchling-Jud, Beweislast und Verjährung im neuen europäischen Gewährleistungsrecht, a.a.O. (Fn. 70), S. 203 ff.

⁷⁴ Zöchling-Jud, a.a.O. (Fn. 15), S. 115, 126.

人應確保在一定期間內，告知並向消費者提供維持其商品之合致性所需的更新，包括安全性更新在內，然而指令中對於有關更新的舉證責任問題並未規定。因此，若出賣人依據指令第7條第3項結合第10條第2項之規定，對於具有數位元素之商品在兩年內提供更新義務，而此更新是由出賣人準備好並提供，但是由消費者自行安裝，若消費者安裝後卻產生問題，在此情況下，是否仍有舉證責任倒置之適用？再者，出賣人提供更新後，舉證責任倒置的期間是否會重新開始起算？

論者有認為從指令第10條第2項以及第11條第3項之文義觀之，很難給予前開疑問肯定之答案，而應以商品交付之時間點為準⁷⁵。然而，對於消費者而言，要求其證明具備數位元素的商品之瑕疵（契約不合致）是如何發生以及何時發生，幾乎是不可能的任務，且商品銷售指令有關舉證責任倒置之規定，有助於提升消費者保護，因為一般而言，消費者只有在特殊情況下才能提供商品在交付時已經存在瑕疵（契約不合致）的證據。至於此規定是否將導致主張瑕疵擔保的案例增加，因此造成出賣人產生額外費用，甚至將此增生之費用反應在更高的商品價格上，進而轉嫁給消費者，可能仍有待觀察。

五、商業保證⁷⁶

商品銷售指令第17條第1項第1款為有關商業保證之規定。根據該條文意旨，任何商業保證，應依據契約簽訂時或契約簽訂之前的保證聲明以及相關廣告中所列明的條件，對保證提供者（Guarantor）產生約束力。如果商品製造人（Hersteller）為特定商品向消費者提供一定期限內的耐用性保證（Haltbarkeitsgarantie），則商品製造人應於耐用性保證期間內，直接對消費者承擔商品維修或更換的義務。當然，商品製造人可以在商業保證聲明中向消費者提供更有利的條件。但如果

⁷⁵ Zöchling-Jud, a.a.O. (Fn. 15), S. 115, 126.

⁷⁶ 此處之商業保證在其本質上，應與我國實務常見的商品製造人保證書之性質相近，屬於保固的概念。值得探討的是，保固之性質究竟為何，以及其與買賣之瑕疵擔保責任的關係。與此相關之討論，詳見後述本國法之討論。

在保證聲明中所描述的條件對於消費者而言，比相應的廣告中所陳述的條件更為不利，則商業保證將按照廣告中的條件發生拘束力，除非在契約締結之前該相關廣告已經以相同或相近的方式進行更正⁷⁷。

此外，有關商業保證之聲明最遲應於商品交付予消費者時，以簡明易懂的語言，透過耐用性的載體（*durable medium*）提供給消費者⁷⁸。為確保消費者能夠確實瞭解商業保證之內容，商品銷售指令第17條第2項⁷⁹並規定，商業保證聲明必須包括以下內容：應明確聲明，在商品欠缺契約符合性的情況下，消費者有權依法請求賣方無償提供救濟措施的法定權利，且這些救濟措施不受商業保證的影響。亦即保證聲明必須明確強調保證是一項義務，並且是法定瑕疵擔保以外的額外承諾。此外，如保證人名稱和地址、消費者為主張商業保證時應遵循的程序、商業保證所涵蓋的商品之說明和商業保證之條款等內容亦應包含在內。但指令第17條第3項也規定，即使違反前項之規定，商業保證也不會因此喪失其約束力。再者，成員國可以在其內國法中制定第17條所未規範的其他商業保證規定，例如向消費者提供的商業保證是否應使用一種或多種語言呈現⁸⁰。

六、買受人的權利救濟手段

（一）概 說

按消費者在商品與契約不合致之情形，可得採取的救濟措施，包括要求出賣人使商品具有契約符合性，或是依比例減少價金，再或是終止或解除契約⁸¹。

⁷⁷ 商品銷售指令第17條第1項（Art. 17 Abs. 1 WKRL.）。

⁷⁸ 商品銷售指令第17條第2項前段（Art. 17 Abs. 2 WKRL.）。

⁷⁹ 商品銷售指令第17條第2項（Art. 17 Abs. 2 WKRL.）。

⁸⁰ 商品銷售指令第17條第4項及立法理由第62點（Art. 17 Abs. 4 und Erw. 62 WKRL.）。

⁸¹ 商品銷售指令第13條第1項，立法理由第50點（Art. 13 Abs. 1 WKRL. und Erw. 50 WKRL.）。

由於買受人的權利救濟手段原則上為順位關係，因此在商品出現與契約不合致的情形時，消費者並不享有立即減少價金或終止（解除）契約的權利⁸²。買受人首先需向出賣人請求使商品符合契約要求，也就是消費者必須允許出賣人有一段合理期間來補正瑕疵或更換商品。在合理期間屆至，而出賣人未履行其義務使商品符合契約規定時，消費者才有權要求減少相應的價金或終止／解除契約，例如出賣人拒絕或未能依據指令第14條第2項和第3項使商品符合契約要求，又或是商品與契約不合致的程度已經嚴重到消費者有理由要求立即減少價金或終止／解除契約⁸³。

但是如果商品欠缺契約符合性只是輕微的情況，則消費者無權終止／解除契約，至於商品的契約不合致是否屬於輕微，出賣人對此負有舉證責任⁸⁴。此外，商品銷售指令第13條第6項也明確規定，消費者有權在出賣人履行其義務之前，保留尚未支付之款項的全部或一部。

透過這種優先順位的規定，構成消費者權利救濟的階層順序。按商品銷售指令之所以對於商品欠缺契約符合性的救濟措施設有限制的原因，不僅是要盡可能維持契約的效力，此外也在於鼓勵一個永續的消費和延長商品的耐用性，以實現循環和更為永續的經濟目標⁸⁵。

在契約不合致的救濟領域，成員國不得另為制訂偏離指令的規定。這意味著目前沒有針對前述救濟措施之間設有順位規定的成員國，在指令實施後反而因限制消費者的權利救濟選擇權，而降低了對消費者保護的水準⁸⁶。當然，這個問題在某種程度上可能可以透過下列規定得到緩解，因為成員國可以規定，消費者在商品交付後不超過三十天的期間內，若發現商品明顯不符合契約要求時，可以選擇具體

⁸² 商品銷售指令立法理由第50點（Erwg. 50 WKRL.）。

⁸³ 商品銷售指令第3條第4項（Art. 13 Abs. 4 WKRL.）。

⁸⁴ 商品銷售指令第3條第5項（Art. 13 Abs. 5 WKRL.）。

⁸⁵ 商品銷售指令第48點（Erwg. 48 WKRL.）。

⁸⁶ GERAINT HOWELLS, TWIGG-FLESNER, CHRISTIAN; WILHELMSSON, THOMAS, RETHINKING EU CONSUMER LAW 186 (2018).

的救濟措施⁸⁷。例如成員國可以規定，如果消費者在商品交付後的三十天內發現商品明顯不符合契約要求時，可以拒絕收受有瑕疵之商品或立即終止／解除契約。然而，同樣需要再釐清的問題是，何為明顯的契約不合致，其判定之標準又是如何。

(二)商品的維修和更換 (Nachbesserung und Ersatzlieferung)

如前所述，在商品欠缺契約符合性的情況下，買受人有權要求出賣人透過維修或更換商品的方式，使其符合契約要求。所謂維修乃指排除（原商品）之瑕疵，至於更換則是指另行交付無瑕疵之物。如果買受人選擇的補救方式無法實施，或者與其他補救方式相較，將給出賣人帶來不成比例的費用，則出賣人可以拒絕使商品符合契約要求⁸⁸。例如，當買受人要求更換的商品是獨一無二時，強要出賣人更換商品，即有迫使出賣人負擔不成比例的成本之虞。而所謂「不成比例」應在考慮所有情況的情況下進行評估，包括商品在具備契約合致性的情況下將具有的價值、商品不符合契約的嚴重度以及是否可以在不給買受人帶來重大不便的情況下提供替代補救措施⁸⁹等情況。

又根據指令第14條第1項之規定，出賣人執行商品的修補或更換時，必須滿足以下條件：1. 免費，2. 在出賣人收到消費者通知⁹⁰商品與契約不合致時起，於「合理期間」內進行，以及3. 考慮到商品的性質和消費者對該商品的使用目的，不得對消費者造成重大不便。

可知商品銷售指令將買受人的後續履行請求權之射程範圍擴張及

⁸⁷ 商品銷售指令第3條第7項和立法理由第19點（Art. 3 Abs. 7 und Erwg. 19 WKRL.）。

⁸⁸ 商品銷售指令第13條第3項（Art. 13 Abs. 3 WKRL.）；vgl. Dirk Staudenmayer, Kauf von Waren mit digitalen Elementen – Die Richtlinie zum Warenkauf, NJW 40 (2019), S. 2891.

⁸⁹ 商品銷售指令第13條第2項a, b, c款（Art. 13 Abs. 2 a), b), c) WKRL.）。

⁹⁰ 買受人要行使維修或更換商品的權利，只需向出賣人提出非正式的請求即已足夠，詳見 Bernard A. Koch, Das System der Rechtsbehelfe, in: Johannes Stabentheiner/Christiane Wendehorst/Brigitta Zochling-Jud (Hrsg.), Das neue europäische Gewährleistungsrecht, 2019, S. 157.

於使商品具備契約合致性所需的必要費用，特別是運送費、勞務費或材料費等，均不應由消費者負擔⁹¹。

有關合理期間的規定，雖然商品銷售指令立法理由第55點提到，在落實執行指令時，會員國可以通過規定普遍認為是完成修理或更換的合理的固定期限來解釋合理期間之概念，尤其是針對特定商品類別，然而，預先確定修理或更換的「合理時間」實則極具挑戰性。其次，針對特定商品類別設立固定期限可能也難以實現，並可能導致會員國之間顯著的差異和不平等。因此，如何將「合理期限」具體確定，留給學說和司法實踐似乎是更為適當的方式。歐盟立法者指出，對於完成維修或更換所認為的合理期間應當相當於完成修理或更換所需的最短時間。當然，該期限應考慮商品的性質和複雜性、不合致的性質和嚴重程度以及完成維修或更換所需的努力來客觀確定⁹²。

至於合理期間的起算點應自何時開始，亦有討論之必要。若是自消費者通知出賣人商品與契約不合致起算，恐有所不足，而是應當從消費者通知出賣人商品與契約不合致，並且消費者將商品提供給賣方並告知其修理或更換的選擇時開始計算⁹³，如此對於消費者的保障較為周延。

如果賣方沒有維修或更換商品所需的技能或必要手段，則應該請求第三方使商品與契約合致。例如在包含數位元素的商品，尤其是更新方面，可能會是常見情況，因為在大多數情況下，出賣人通常不一定具備對數位元素的提供以及如何進行合乎契約的更新的能力。在此情況下，除非出賣人能夠使第三方直接介入對消費者之商品進行修理或更換，否則消費者可能的補救措施通常只剩下請求減少價金和終止／解除契約⁹⁴。

⁹¹ 商品銷售指令第2條第14項及立法理由第49點（Art. 2 Abs. 14 und Erwg. 49 WKRL.）。

⁹² 商品銷售指令立法理由第55點（Erwg. 55 WKRL.）。

⁹³ Koch, a.a.O. (Fn. 90), S. 184.

⁹⁴ So Christiane Wendehorst, Aktualisierungen und andere digitale Dauerleistungen, in:

值得注意的是，商品銷售指令中並未設有關於執行維修或更換商品的地點之規定，而是留由各成員國自行決定⁹⁵。歐洲法院在有關 Fülle⁹⁶一案的判決中指出，法院在判斷維修或更換的履行地點時，應考慮消費物買賣指令（1999/44/EC）之目的，即「在不對消費者造成重大不利益的情況下，在相當期間內免費恢復商品至與契約合致的狀態」。從消費者權利之保護而言，該判決在商品銷售指令下同樣亦應有所適用。未來，各成員國的法院在考慮商品銷售指令第14條第1項的精神時，必須根據商品的種類及消費者對該商品的需求目的，對每個具體案件中執行修補或更換的履行地點作出判斷⁹⁷。

此外，則是有關出賣人履行其維修或更換的補救措施時的義務範圍⁹⁸。尤其是商品在發現瑕疵之前，已經根據其性質和用途安裝或組裝於他物之上，而該瑕疵商品的維修或更換需要拆卸商品和重新安裝，根據商品銷售指令第14條第3項之規定，出賣人的維修或更換義務應包括拆除瑕疵商品，以及安裝或組裝替換商品或經修理的商品，或者承擔這些拆除和安裝或組裝的費用。

舉例而言，若消費者購買一台嵌入式的洗碗機，並已經按照說明安裝在櫥台中，若因洗碗機存在的瑕疵，導致無法正常運作，則當消費者要求出賣人修理或更換這台洗碗機時，出賣人不僅有義務修理或更換洗碗機本身，還必須承擔將具有瑕疵的洗碗機自櫥台中拆除、重

Johannes Stabentheiner/Christiane Wendehorst/Brigitta Zochling-Jud (Hrsg), Das neue europäische Gewährleistungsrecht, 2019, S. 132.

⁹⁵ 商品銷售指令立法理由第56點（Erwg. 56 WKRL.）。

⁹⁶ EuGH, Urt. v. 23.5.2019 – C-52/18, NJW 2019, 2007 ff.

⁹⁷ Guillem Izquierdo Grau, Where Should the Consumer Make Goods Available to the Seller to Bring them into Conformity? An Appraisal of Directive (EU) 2019/771, 9(1) EuCML 31, 32 (2020).

⁹⁸ 詳見，歐陽勝嘉，拆卸瑕疵商品與重新安裝無瑕疵商品費用之負擔——2018年德國民法買賣瑕疵擔保新修正規定解析（Ausbau der mangelhaften und Wiedereinbau der mangelfreien Sache - Reform des deutschen kaufrechtlichen Gewährleistungsrechts im Jahr 2018），法學叢刊，第64卷第2期，2019年4月，頁72-74。

新安裝或更換新的洗碗機的所有費用。如果賣方無法親自進行拆除和安裝，也必須承擔聘請專業人士進行這些工作的費用。如此方能確保消費者在處理已經安裝或組裝的有瑕疵商品時，不會因修理或更換商品而承擔額外的費用。

商品銷售指令第14條第3項可謂對二〇一一年六月十六日歐洲法院Weber/Putz⁹⁹合併判決的具體化，該案中，歐洲法院將出賣人之後續履行義務擴及瑕疵商品之拆卸及重新安裝之費用的承擔，此責任分配，究其根本，亦有其合理性，蓋出賣人若自始即提供無瑕疵之商品，自可避免後續因維修或更換瑕疵商品而支出拆卸和重新安裝之費用¹⁰⁰。此外，根據商品銷售指令第14條第4項的規定，當出賣人通過更換商品以使商品符合契約規定之狀態時，消費者對於在商品被更換之前，正常使用該商品的情況，無須為使用此具有瑕疵的商品支付任何費用（Nutzungsersatz），這是將另一則歐洲法院判決（Quelle¹⁰¹案）的明文文化。無償性的目的在於避免消費者因為必須承擔一定之經濟負擔，以致對於行使其權利有所遲疑或猶豫¹⁰²。

商品銷售指令立法理由第57點進一步闡明「如果商品的使用符合商品的性質和用途，則應被視為正常使用」。當然，如果應被更換的商品處於與「正常使用」不相符的狀況，就為賣方提出索賠留下了敞開的大門，賣方可以要求賠償被替換商品的價值損失¹⁰³。值得注意的

⁹⁹ EuGH, Urteil v. 16.6.2011, verbundene Rs. C-65/09 und C-87/09 (Weber und Putz), NJW 2011, 2269.

¹⁰⁰ 詳見，歐陽勝嘉，前揭註98，頁94；陳瑋佑，買受人另行交付無瑕疵之物請求權的射程範圍——以歐體消費物買賣指令及歐洲法院判決對德國民法之影響為中心，法學新論，第42期，2013年6月，頁140。

¹⁰¹ EuGH v. 17.04.2006, Rs. C-404/06 – Quelle, ECLI:EU:C:2006:231 = NJW 2008, 1433. 有關本案判決之分析，詳見陳瑋佑，同前註，頁138-140。在2006年的Quelle判決中，法院認定對使用不符合契約的商品要求補償，不符合無償（補正）交付之要求。

¹⁰² 歐陽勝嘉，前揭註98，頁94。

¹⁰³ Carsten Herresthal, Die Richtlinienwidrigkeit des Nutzungsersatzes bei Nachlieferung im Verbrauchsgüterkauf, NJW (2008), S. 2475, 2476.

是，商品銷售指令雖然僅針對更換品一事，明確排除了消費者在出賣人將商品回復至符合契約要求之前支付正常使用費用的義務¹⁰⁴，但同樣的原則應該也適用於商品需要維修時的情況。

(三)減少價金

根據商品銷售指令第13條第4項之規定，若出現以下情況，消費者擁有依據第15條規定進行減少部分價金的權利，或者依據第16條規定終止／解除買賣契約的權利：

1. 出賣人未進行瑕疵修補或更換，或者在進行瑕疵修補或更換時，未按照第14條第2項和第3項的規定進行，或者賣方因為無法進行維修或更換而拒絕使商品符合契約，亦或是維修或更換會造成賣方不合比例的費用負擔¹⁰⁵。

2. 儘管賣方已試圖將商品恢復至契約規定的狀態，但仍發生了商品不符合契約的情況。

3. 由於商品不符合契約的程度嚴重到消費者可以理所應當地進行即時的減少價金或終止／解除買賣契約。

4. 賣方已經聲明，或根據情況明顯可見，無法在合理的期限內或者無法在不對消費者造成重大不便的情況下，使商品符合契約規定的狀態。

在特定情況下，消費者可能有理由要求立即減少價金或終止／解除契約。如果賣方已經採取措施試圖將商品恢復至符合契約規定的狀態，但隨後又發現了商品與契約不合致的情況，則應客觀地評估消費者是否應該接受賣方進一步努力恢復商品至合乎契約規定狀態。在進行評估時，應考慮所有案件相關的情況，例如商品的性質和價值，以及違反契約的性質和重要性，特別是對於昂貴或複雜的商品，可能只有允許賣方進一步嘗試修復以消除違約之狀況才是合理的。此外，還應該考慮消費者是否可以繼續信任賣方能夠恢復商品至契約規定的狀

¹⁰⁴ 商品銷售指令立法理由第57點（Erwg. 57 WKRL.）。

¹⁰⁵ 商品銷售指令立法理由第51點（Erwg. 51 WKRL.）。

態，例如因為同樣的問題已發生第二次甚或第三次。

同樣地，在某些情況下，契約不合致的情況可能非常嚴重，以至於消費者無法再相信賣方有能力將商品恢復至契約規定的狀態，例如當商品不符合契約的情況，已嚴重影響消費者正常使用該商品，並且無法期望消費者相信賣方進行補救或更換能夠解決問題¹⁰⁶。為了平衡締約雙方的權利和義務，只有在商品與契約不合致的違約情況非屬輕微的（geringfügig）情況下，消費者才應有權終止／解除合約¹⁰⁷。至於商品不符契約要求是否屬於輕微瑕疵，其舉證責任應由賣方承擔¹⁰⁸。

為使消費者在有權請求減少價金的情況下權利不至被架空，商品銷售指令第13條第6項特別規定，消費者有權暫停支付未付款項或其一部分，直到賣方履行其根據本指令的義務為止。成員國可以規定消費者暫停支付的條件和方式。

至於價金減免的計算問題，前此之消費物買賣指令（1999/44/EC）並未提及，而商品銷售指令在此方面則進行了明確的規定，根據指令第15條之規定，價金減少的程度，是基於有瑕疵的商品之價值與沒有瑕疵的商品之假設價值的比率，因此，採用的是所謂的「相對評價方法」¹⁰⁹作為如何減少價金的計算方式。

然而，儘管指令第15條明確規定按照價值減損的比例來計算應減少之價金，但對於帶有數位元素的商品，如何計算價金減少的數額，可能並不是那麼容易。例如，當商品的價格是作為一個整體而確定，亦即很難清楚地評估硬體和與其結合或連結的數位元素之個別價值時，如何確定價格減免的適當比例可能變得更加複雜。更普遍地說，評估具有非更新數位元素的商品價值與具有更新數位元素的商品價值之間的差異，比評估兩種沒有數位元素的商品價值之間的差異更加困

¹⁰⁶ 商品銷售指令立法理由第52點（Erwg. 52 WKRL.）。

¹⁰⁷ 商品銷售指令立法理由第53點（Erwg. 53 WKRL.）。

¹⁰⁸ 商品銷售指令第13條第5項（Art. 13 Abs. 5 WKRL.）。

¹⁰⁹ Koch, a.a.O. (Fn. 90), S. 192.

難。這是因為數位元素的更新可能對商品的價值產生較大的影響，而這種影響往往難以明確確定。為了強調與減少價金計算相關的不確定性，例如，想像一個帶有數位元素的供暖系統，在交付一年後，其中之數位漏洞使第三方可以近取設備所有者的個人資料。假設該商品無法修復，消費者要求更換商品可能是不成比例，但請求減少價金時，如何確定有這種瑕疵的暖氣系統之價值，卻顯得即為不易，因為不清楚這個錯誤如何具體影響消費者以及影響的程度，而此種不確定性將使得價格減免的計算變得很困難。

（四）終止／解除契約

此外，根據指令第16條第2項之規定，消費者收受的商品欠缺符合性且能依據第13條規定終止契約的情況，若契約符合性的欠缺僅為部分商品時，則消費者能終止的買賣契約，僅可與該部分商品相關。然而，若是無法合理地期待消費者接受保留具備契約符合性的商品，消費者應有權終止／解除與未具契約合致性之商品相關一起購買的其他商品之買賣契約¹¹⁰。

當消費者終止／解除全部或部分買賣契約時，消費者需將商品退還給賣方，退還費用由賣方承擔，且賣方應在收到商品或消費者提供商品退回的證明後，例如寄送商品的收據或物流遞送追蹤號碼，退還消費者為該商品支付的價金¹¹¹，而無須等待實際收到該退還之商品。

由於商品銷售指令僅規範了終止／解除契約權行使的主要效果和方式，在符合此處意旨的前提，會員國可以自由決定，是否就商品和價金之返還的模式制訂內國法規，例如是否要對返還價金或退貨規定特定期限為規定。因為對這些問題的進一步規範，恐會過多地介入會員國的一般契約法，這也是為何早在消費物買賣指令（1999/44/EG）中就将規範的權利留由內國法來規範。

然而，無論如何，如果商品與契約的不合致只是輕微的，消費者

¹¹⁰ 商品銷售指令立法理由第58點（Erwg. 58 WKRL.）。

¹¹¹ 商品銷售指令第16條第3項（Art. 16 Abs. 3 WKRL.）。

不能行使其終止／解除合約，以維持當事人之間權利義務的平衡¹¹²。至於商品的契約不合致是否為輕微，其舉證責任應由賣方承擔¹¹³。特別是涉及具有數位元素的商品，對於數位內容的安全性存在瑕疵，例如其設計增加了病毒感染的風險，可能導致損壞，此瑕疵是否可以被視為「只是輕微的」即值得懷疑的。

此外，允許第三方近用消費者個人資料的數位內容可能會導致另一種契約合致性的欠缺。根據歐盟基本權利憲章第8條之規定，個人資料保護是一項基本權利。因此，涉及對基本權利之侵犯或威脅的商品與契約不合致，其定性絕不應被視為「只是輕微的」¹¹⁴。

有疑問的是，在前述終止／解除契約的狀況，出賣人的義務除了承擔退回商品的費用之外，是否還包括移除已安裝商品的費用？若參考商品銷售指令第14條第3項有關商品維修和更換之相關規定，即出賣人應承擔之費用包括移除不合致商品之費用以及安裝更換品或維修品之費用，則在終止／解除契約之狀況，亦應有相同適用。至於因契約終止／解除後產生的後果，例如商品價值下降、或損壞、遺失等風險，則留由會員國自行規範¹¹⁵。

另外，對於消費者在合理終止／解除契約之前的期間，是否需承擔使用商品的費用一事，立法者雖未明文規定，但若從體系解釋的角度來看，指令第14條第4項有關消費者在商品更換之前的期間，對於商品的正常使用不承擔任何責任之規定，亦應可適用於商品正常使用至契約終止／解除的期間¹¹⁶。

¹¹² 商品銷售指令立法理由第53點（Erwg. 53 WKRL.）。

¹¹³ 商品銷售指令第13條第5項（Art. 13 Abs. 5 WKRL.）。

¹¹⁴ Alberto De Franceschi, Consumer's Remedies for Defective Goods with Digital Elements, 12 JIPITEC 143, 148 (2021).

¹¹⁵ 商品銷售指令立法理由第60點（Erwg. 60 WKRL.）。

¹¹⁶ De Franceschi, *supra* note 114, at 143, 149.

肆、歐盟商品銷售指令對我國法之啟示

如前所述，歐盟商品銷售指令主要為對於消費者與出賣人間¹¹⁷的商品買賣契約為規範，除了定義其適用範圍外，針對商品買賣契約的瑕疵情形也詳細規定其要件，並就商品不符合契約之違約時，消費者得採取之權利救濟措施為規定。歐盟各會員國也利用將指令轉化為內國法的契機，重新檢視其國內規範之適當性並為相應之修訂。以德國法為例，立法者即藉此機會進行債法之修訂，甚至有將此次修訂喻為是繼二〇〇二年之債法現代化（Schuldrechtsmodernisierung）以後最大幅度的債法革新。奧地利則是透過擔保指令實施法（Gewährleistungsrichtlinien-Umsetzungsgesetz, GRUG）之規定，分別在三部不同法規中重新納入或對某些規定進行了修訂，以將指令之內容轉化為內國法，其中包含消費者擔保法（Verbrauchergewährleistungsgesetz, VGG）（新制訂），民法（Allgemeines bürgerliches Gesetzbuch, ABGB）及消費者保護法（Konsumentenschutzgesetz）。

反觀我國關於買賣契約的相關規定，最近一次的債法修訂是於民國八十八年四月二十一日修正公布，而消費者保護法最近一次的修正通過則是於民國一〇四年六月十七日。二者之修正日期距今一為二十六年，另一則也逾十年，隨著科技發展而問世的新型態商品，如智慧手機、智慧掃地機器人等產品，亦早就超過立法者當初的想像。固然，民法的基本規定仍然能夠在數位時代的浪潮中屹立，但不可諱言的是，科技發展對於民法規範仍然構成一定挑戰。

以常見的智慧型掃地機器人為例，建立在傳統實體物品之上的物之瑕疵擔保概念，是否仍可一概適用於結合數位元素的實體商品，似值得探究。尤其是在嵌入或安裝於硬體的程式出現瑕疵以致商品無法運作時，雖經數度重新安裝，仍無法正常使用時，消費者是否得主張

¹¹⁷ 根據商品銷售指令之規定，本指令所稱之出賣人，其資格與我國消費者保護法第2條第1項第2款定義之企業經營者相近。

更換新品或解除契約？在具數位元素的商品買賣契約中，契約雙方的義務之內容和範圍如何確定？

此外，在企業經營者和消費者的買賣契約中，消費者和企業經營者的認定是否可能借鏡歐盟商品銷售指令對適用主體的規範，引進所謂雙重目的契約之判斷原則¹¹⁸？又出賣人之瑕疵擔保期間是否合理？關於物之瑕疵的舉證責任分配是否合理？出賣人更換瑕疵商品或已安裝商品之拆卸費用由何人承擔？上開問題是否能透過契約的附隨義務或誠信原則的適用得到合理的解決，凡此，均是歐盟商品銷售指令對於我國法帶來的啟發。

因此本節擬針對前開對於歐盟商品銷售指令之探討和分析結果，重新檢視我國現行法之相關規定，是否有調整或修訂之必要，以回應因科技和經濟發展不斷變遷的社會現實。然需先說明的是，有關本國法之檢討，僅限於和商品銷售指令之內容有關的討論，並以消費者之保護為重心，而不訴求關於債務不履行和瑕疵擔保制度的全面性檢討。

由於我國民法並未如現行德國民法典，特別針對消費者契約另立專章。在買賣瑕疵擔保方面並沒有區分買賣契約是存在於企業經營者之間或企業經營者與消費者之間，而是一致適用民法之相關規定，其原因在於關於契約雙方的權利義務，通常涉及相同的價值判斷，即雙方當事人間給付與對待給付關係的平衡。

然有鑑於企業經營者和消費者之間存在懸殊的資訊落差和對契約的協商能力明顯有別，因此消費者保護法才特別就企業經營者對其商品或服務所應負之責任（包括舉證責任）以及對於定型化契約條款之

¹¹⁸ 我國消保法的適用主體是否應參考歐盟雙重目的契約的認定標準，將適用主體擴展至非營利組織（NGO）、初創企業或中小企業等，恐需進一步討論，蓋適用與否的主要問題除了契約是為消費目的或營業目的的判斷易生爭議之外，對於非營利組織（NGO）、初創企業或中小企業的認定亦有所不易，因此歐盟也將此點留由內國法決定，而非強制適用。作者認為雙重目的契約有前述問題尚須克服，因此恐不適合率爾引進。

效力和解釋等為特別規定，另外並就特種交易中企業經營者的資訊提供義務和消費者之無條件解除契約權為規定，以維護消費者權益。除此之外，對於消費商品買賣並無其他特別規定。與歐盟商品銷售指令之詳盡規定相較，從對於瑕疵概念的重新定義、商品之安裝規定、以及對具有數位元素之商品的更新義務，更換瑕疵商品時的費用負擔，包括已安裝商品之拆卸費用應由何人負擔等問題，到對於商品瑕疵的舉證責任倒置以及商品買受人的瑕疵救濟權利的行使等規定，可看出商品銷售指令對於最為常見的消費型態——商品買賣契約，其規定可謂鉅細靡遺。與此相較，我國法之規定，無論是民法的瑕疵擔保責任亦或是消費者保護法之規定，其規範密度顯然較為鬆散和簡陋。本文嘗試以前述關於歐盟商品銷售指令的討論為本，分別從以下幾點，比較討論我國民法或消費者保護法現行規範並提出相關建議。

一、物之瑕疵概念的重新定義

按瑕疵擔保責任可謂是買賣契約的核心。歐盟商品銷售指令通過對於主觀要件和客觀要件之規定來定義商品的契約合致性，並放棄對於商品品質和數量偏差、以及保證和商品預期屬性之間的區別，如此可以避免對這些概念進行經常難以釐清的界定，同時有助於確保法律的明確性。商品若要偏離其客觀品質標準，僅能透過明確和單獨之約定，且需使消費者在作出締約之意思表示時清楚地意識到，所購買的商品可能與契約的客觀要求有所偏離或可能會偏離，而不能使用定型化契約條款排除商品契約合致性的客觀要件之適用。

特別值得一提的是，商品銷售指令設計一客觀要求，使賣方也必須對契約鏈中前一環節的廣告聲明（包括製造商的廣告聲明）承擔責任，並應將產品的耐用性納入客觀要求中。另外，一如指令第8條所規定的，將商品之錯誤安裝或出賣人提供錯誤的安裝說明同樣視為違反契約，也可以避免雙方之爭議。

觀諸我國民法關於買賣契約的瑕疵擔保之規定，出賣人必須向買方提供沒有物之瑕疵和權利瑕疵的標的物。根據民法第354條之規

定：「物之出賣人對於買受人，應擔保其物依第373條之規定危險移轉於買受人時無滅失或減少其價值之瑕疵，亦無滅失或減少其通常效用或契約預定效用之瑕疵。但減少之程度，無關重要者，不得視為瑕疵。出賣人並應擔保其物於危險移轉時，具有其所保證之品質」。

據此，可知民法第354條所謂物之瑕疵可區分為三種主要態樣，一為價值瑕疵，二是效用之瑕疵，三是標的物欠缺保證之品質。然而，此三種類型在概念上並不易劃分，甚至是相互連動影響。以效用之瑕疵而言，可能是因為欠缺保證之品質致影響其效用，最終亦可能影響其價值。以家用電器為例，同一品牌之洗衣機在材質、零組件以及外觀設計上，可能均無實質差異，但因生產地不同而有耐久性差異之存在，則有關產地之保證不實時，究為品質瑕疵抑或價值瑕疵，恐難一概而論。再例如有關標的物數量之短少，究是價值之減少亦或是效用之瑕疵，即有爭議¹¹⁹，可知瑕疵之態樣並無一致之認定基準而可截然區分。

又根據最高法院見解，所謂物之瑕疵，係指存在於物之缺點而言，凡依通常交易觀念，或依當事人之意思，認為物應具備之價值、效用或品質而不具備者，即為物有瑕疵，且不以物質上應具備者為限。若出賣之特定物所含數量減少，足使物之價值、效用或品質有欠缺者，亦構成物之瑕疵¹²⁰。可知，我國對於物之瑕疵的界定，除當事人意思決定之主觀瑕疵概念外，另有依社會通常交易觀念中對物之抽象的通常特質為準，所建立之客觀判斷依據¹²¹。相較於此，歐盟商品

¹¹⁹ 學者王澤鑑教授認為，當標的物數量之短少，使買受人無法使用該標的物，致原訂契約目的無法達成，應可例外認為數量短少應屬效用之瑕疵，故亦為物之瑕疵。詳見王澤鑑，物之瑕疵與不當得利，載民法學說與判例研究(三)，2009年12月，頁112。2021年修正後之德國民法第434條第2項（Art. 434 Abs. 2 BGB）則清楚將數量之短少列為主觀要件欠缺之物之瑕疵。

¹²⁰ 詳見最高法院103年台上字第442號民事判決；最高法院112年台上字第2444號民事判決。

¹²¹ 國內多數學說看法仍持主觀說優先原則，蔡晶瑩，民事買賣法物之瑕疵擔保規定之探討，法令月刊，第68卷第7期，2017年7月，頁1133。

銷售指令第7條對於商品與契約合致所訂立的客觀要件明確清晰，對於消費者而言，主張商品與契約不合致時也將更為容易。

最後，若考量現代社會中，商品種類日趨多樣，其中許多商品可能會需要買受人自行組裝，但出賣人之說明書指示錯誤，或是所附具之零配件欠缺以致組裝不完整時，是否可認為是商品瑕疵，可能會有爭議。商品銷售指令第6條及第7條則直接將其列為主觀或客觀要件之欠缺，以杜爭議。

綜上，我國法有關物之瑕疵的規定，或可參考歐盟指令之規定，揚棄傳統不易區分的瑕疵態樣之分類以及對於認定瑕疵時的主觀說優先之層級關係，取而代之的是，在瑕疵的認定上，將主觀要件、客觀要件及裝配要求等列為同等地位，並且必須同時滿足，才能確保商品無瑕疵。故商品若僅符合雙方約定的性質（*Beschaffenheit*）將不再足夠，因為商品符合約定的性質只是商品具備契約合致性需要滿足的幾個要求之一，除此之外，商品還必須適用於契約預定以及習慣的用途，並且具有同類物品的通常質量以及買受人可以預期的品質。所以符合約定品質的商品，也可能因為不具契約合致性的客觀要件而被認定為存在瑕疵。如此方能提供買受人（消費者）更明確的瑕疵判別標準，而減少買賣契約雙方之爭議。

再者，若循歐盟指令模式，將瑕疵擔保整合至「義務違反」一元體系，可避免我國法對於瑕疵擔保和不完全給付的適用爭議，例如智慧型手機交付後的內建系統瑕疵，消費者可能需同時主張民法第359條與第227條。然義務違反的模式將使消費者無須證明出賣人可歸責性，而可直接基於「契約合致性欠缺」請求救濟，更有利於其主張權利。因此建議透過主客觀要件的明確規定，定義商品的契約合致性，透過單一義務的違反解決雙軌責任的迂迴。可能之修正或應從民法第354條著眼，參考歐盟商品銷售指令有關契約合致性的主客觀條件之規定，民法第354條之內容或可酌為修訂如下：「(1)物之出賣人對於買受人，應擔保其物於危險移轉於買受人時，具備契約合致性。(2)前項所稱契約合致性，指商品符合下列要件：

一、符合契約要求之描述、類型、數量和品質，以及應具備契約要求之功能、相容性、相互操作性和其他特性。

二、必須能夠滿足消費者要求之特定目的，但前提是消費者最晚必須在締結契約前告知賣方該目的並經賣方同意。

三、出賣人交付商品時，應將買賣契約約定之商品的所有配（附）件與說明（包含安裝說明），妥善隨之一併交付。

四、出賣人必須提供契約約定之更新。

五、符合適用於同類商品之通常使用目的，必要時應考量國內或國際之相關規定和技術標準，在欠缺相關之技術標準時，亦可考量行業特別的行為準則。

六、商品之品質必須與出賣人在締約前向消費者提供或展示的樣品或型號之描述相符。

七、商品必須與消費者可以合理期待收到的任何附件或其他說明（包括包裝、組裝或安裝說明）一起交付。

八、商品在數量、品質和其他特性上，包括其耐用性、功能性、相容性和安全性等方面都必須與同類型商品的通常性質以及消費者得合理期待的內容相符。」¹²²

二、新增對於具有數位元素之商品的獨立規範

因應數位時代的發展，歐盟商品銷售指令還引入了一個全新的產品類別，即所謂具有數位元素的商品。此類經常冠以智慧之名的商品，例如智慧電視，乃指安裝數位產品或與數位產品密切相連之商品，在沒有這些數位產品的情況下無法發揮其功能。對於這類產品，我國法原則上仍適用一般買賣契約之規定。商品瑕疵可存在於安裝之軟體（例如程式侵害他人權利），亦可能出現在硬體（例如智慧電視

¹²² 透過對於傳統瑕疵分類的廢除，改採「契約合致性」之概念，有助於建立明確的瑕疵定義。二是參考歐盟指令，將主觀要件、客觀要件及裝配要求等列為同等地位，且必須同時滿足，才能確保商品屬於無瑕疵狀態。最後則是導入消費者保護精神，在認定瑕疵時，應以保護消費者權益為優先考量。

液晶螢幕破裂），前一情況，若買受人主張解除契約是否顯失公平。特別需要注意的是，關於具有數位元素之商品，商品銷售指令還規定對於數位元素的更新義務。即使商品在交付（危險轉移）買受人時並無瑕疵，若出賣人於法定期間未告知買受人更新資訊以及提供必要的更新，則該商品未來仍可能被視為有瑕疵。因數位元素對於各式智慧類商品而言，至關重要，因此商品銷售指令規定出賣人通知和提供數位元素更新的義務期間至少為兩年，且此期間不能通過雙方協議縮短。出賣人關於更新的義務無疑有利於消費者，並得以確保消費者權利獲得高度保障。

由於我國民法對於具有數位元素之商品並未特別規範，因此舉凡商品瑕疵及出賣人之責任期間均與一般商品並無二致。現行法對於出賣人之瑕疵擔保責任乃以危險移轉時（交付時）商品是否已存在瑕疵為判斷依據。然而如前所述，具有數位元素之商品與一般商品仍屬有別，以數位元素之更新義務為例，即可見一斑。更新義務的目的是擴展具數位元素之商品的可用性並強化買受人的瑕疵擔保權利。因此建議將來可制定新的規定，對數位元素更新的義務範圍和期間加以規範，如果出賣人不履行該規定義務，則可認定該商品不符合契約合致性之客觀要求，因而存在瑕疵，如此可相應延長產品的使用壽命，對於環境永續的目標之追求更有所助益。

具體而言，或可於民法第354條有瑕疵擔保的規定中增設「具數位元素商品之更新義務期間」條款，參考歐盟商品銷售指令第7條第3項有關數位元素商品之規範，內容如下：「企業經營者就其含有數位元素之商品，應提供包括安全性在內之更新，以確保該數位功能於正常使用週期內符合契約目的。前述週期不得短於商品交付後一年，但依商品性質較短期間屬合理者，應以顯著方式告知消費者。」如此也可填補傳統對於瑕疵定義過於狹隘，以致無法適用出賣人瑕疵擔保責任的問題。

三、關於瑕疵的舉證責任之分配

民法對於物之瑕疵的舉證責任分配並無明文規定，但依多數之見解，若買受人對出賣人主張買賣標的物有瑕疵，出賣人應負瑕疵擔保或不完全給付之損害賠償責任，而為出賣人所否認時，則應由買受人就瑕疵之事實負舉證責任¹²³。首先買受人需證明標的物存在不符合契約要求的瑕疵，這可能包括標的物欠缺保證之品質、不符合契約約定的標準，或無法達成契約預定之效用等主觀瑕疵，或不具備通常效用，或減少其價值等客觀瑕疵。其次，買受人需證明該瑕疵在交付時已經存在，而不是在交付後才發生。因為如果瑕疵是在交付後因買受人的不當使用或其他外部因素，如不可抗力所造成，則出賣人通常不負責任。

當買受人能夠舉證上述事實時，出賣人為免除其責任，則需證明瑕疵不可歸責於己，或是在交付後才產生，或該瑕疵為所謂的隱藏瑕疵，在交付時無法發現。因此，雖然在瑕疵擔保制度中，考量交易雙方利益之平衡，有關瑕疵的實際舉證責任是雙向的，根據具體情況由雙方分別進行舉證，但買受人仍是需承擔初步的舉證責任。對於買受人（消費者）而言，如此之舉證責任分配，可能需面臨以下幾個挑戰：

首先，因為二十一世紀的現代社會，商品日益多元複雜，特別是對於一些技術密集型的商品，例如由眾多精細元件組成的智慧手機，一般消費者通常受限於技術壁壘和資訊落差，而無相應之專業知識或資源以檢查商品是否存在瑕疵，更遑論對於隱藏瑕疵之發現。因此，消費者對於商品固有瑕疵的舉證能力，遠較企業經營者來得薄弱，要求買受人承擔初步的舉證責任，恐有不公。從現實層面來看，消費者也可能因為舉證難度而不得不放棄主張其權利，或者可能在提起訴訟時因舉證不利而遭受敗訴之後果。至於企業經營者則可透過產品生產

¹²³ 詳見最高法院104年台再字第20號民事判決，最高法院106年台上字第194號民事判決。

履歷或其他機制回溯和確認商品出廠時的狀態，從而排除某些責任或問題的可能性，且從風險源的掌控可能性而言，企業經營者亦處於較為優勢的地位，由出賣人承擔無瑕疵之舉證責任，顯然是較為合理的分配。

相較於此，歐盟商品銷售指令第11條第1項則規定了有利於消費者的舉證責任之倒置。據此，如果在商品交付後一年內出現之任何契約不合致，應被推定為在商品交付時即已存在，除非出賣人提出反證，或該推定與商品的性質或欠缺契約合致性的特質不相容。因此，對出賣人而言，當商品或瑕疵的特性本身就不符合通常的期待或合理的假設，則出賣人可免除其舉證責任。如此一來，出賣人的利益仍能在舉證責任倒置的規定下，得到一定程度的保障。

舉例而言，假設消費者購買一台標示為福利品的烤箱，因價格極低，且明確標示為「經長期展示，可能有部分功能上的瑕疵」，因此消費者對該商品的期望應當有所降低。消費者購買後發現烤箱門無法完全密合，一般情況下，消費者可能會認定此為商品瑕疵，並要求賣方負責。然而，由於商品本身的性質（福利品）及契約中已經告知可能存在的瑕疵，這種瑕疵的存在與消費者應有的合理預期應是一致的。因此，根據指令第11條第1項後段的規定，出賣人可以主張這種瑕疵與商品性質及契約瑕疵的性質一致，並因此免除舉證責任。

易言之，於此情況下，出賣人無須證明烤箱在交付時是完好無缺，因為這樣的瑕疵在交易的背景下是合理可預期的。如此也可避免出賣人在某些特定情況下因商品特性或已事先告知的瑕疵而仍須承擔不合理的責任，從而可以使交易雙方的利益得到平衡。而對於帶有數位元素的商品，如果買賣契約中已約定長期甚或永久提供數位元素，則舉證責任倒置甚至可以持續更長時間。

因此，如果以消費者保護的角度來看，我國民法現行的舉證責任規定對於消費者而言，顯然較不友善。消費者保護法第7條之1雖然對於產品責任課以企業經營者對商品安全性的舉證責任，並就商品或服務所生之損害推定企業經營者之過失（消保法第8條第1項），但對於

買賣標之物之瑕疵擔保而言，消費者仍應就商品瑕疵於交付時即已存在這一點負擔舉證責任，而如前所述，在許多情況下，消費者的舉證有其一定的難度，特別是對於一些高技術含量的商品，通常很難證明瑕疵在交付時已經存在¹²⁴。因此，商品銷售指令中將商品交付後出現瑕疵的舉證責任倒置為一年，對於消費者契約而言，應是值得肯定的作法，甚至也可以作為我國消費者保護法修正時的參考方向，以平衡買賣雙方利益並更好地保護消費者權益。

綜上，本文認為我國消費者保護法或可仿效歐盟商品銷售指令第11條的舉證責任倒置之規定，於商品交付後的適當時期（例如歐盟以一年為主），由出賣人就商品於交付時無瑕疵負舉證責任。因此可於消費者保護法第7條之1後，增設第7條之2內容為：「(1)企業經營者交付商品後一年內，消費者主張商品存在瑕疵時，推定該瑕疵於交付時已存在，除非企業經營者能證明該瑕疵係因消費者使用不當或其他外部因素所致。(2)前項推定不適用於下列情形：1.該推定與商品性質或瑕疵特質不相容。2.企業經營者於交易前已明確告知可能存在之瑕疵，且消費者明知並接受。(3)對於具有數位元素之商品，若買賣契約約定持續提供數位內容或服務，第一項所定期間應延長至該數位內容或服務提供期間屆滿時¹²⁵。(4)對於高度技術複雜之商品，主管機關得以公告方式延長第一項推定期間至二年。」

四、買受人權利救濟措施之再省思——出賣人之補正義務

根據我國民法第359條之規定，買賣因物有瑕疵，而出賣人應負

¹²⁴ 若參照消保法第7條之1有關舉證責任之精神，或可透過解釋之方式，就商品是否符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性者，提出質疑，而由企業經營者就其主張之事實負舉證責任，然此舉畢竟迂迴。

¹²⁵ 例如對於具有持續更新義務的嵌入數位元素商品（如智慧家電操作系統），其瑕疵舉證期限可延長至最後一次系統更新後一年。如某智慧手錶製造商在2025年1月交付商品後，於2025年6月、12月分別推送系統更新，則消費者最遲可在2026年12月主張瑕疵推定。如此設計可避免齊頭式適用一年期限，而產生與數位商品生命週期無法匹配的問題，進而實現法政策與產業現實的動態平衡。

擔保之責者，買受人得解除其契約或請求減少其價金。但依情形，解除契約顯失公平者，買受人僅得請求減少價金。另外，在買賣之物欠缺出賣人保證之品質，或出賣人故意不告知物之瑕疵的情況，買受人得不解除契約或請求減少價金，而請求不履行之損害賠償（民法第360條）。在種類之債，買受人得請求另行交付無瑕疵之物（民法第364條），以代替解除契約或減少價金。

可知依據我國現行法之規定，對於特定物買賣標之物之瑕疵，並未賦予買受人請求出賣人維修或更換標之物之權利，其主要理由則是出賣人通常並非製造人，因此多不具備排除或修補瑕疵的能力。其次，買賣契約中並未規定買受人有瑕疵修補請求權，但承攬契約中則明定定作人有請求修補的權利（民法第413條），顯見立法乃刻意排除買受人之瑕疵修補請求權，最後則是為避免瑕疵擔保責任與債務不履行責任之混淆，故不賦予買受人請求瑕疵補正之權利¹²⁶。

按我國民法第359條之規定，主要繼受舊德國民法第462條之規定，其基礎思維則來自於羅馬法，認為出賣人通常不具備瑕疵修補的能力，尤其是在動物或奴隸的買賣契約中，其瑕疵常非出賣人可得移除或修補，故在物之瑕疵的情況，買受人可請求減少價金或解除契約或在符合條件時，請求損害賠償，但無法向出賣人請求瑕疵修補¹²⁷。

然而特別值得討論者乃最高法院77年4月19日第7次民庭會議有關不完全給付與物之瑕疵擔保的適用關係之決議。根據該決議之意旨，買賣契約成立後，買賣標之物發生因可歸責於出賣人之事由所致之瑕疵，則出賣人除負物之瑕疵擔保責任外，同時構成不完全給付之責任，最高法院爾後之數則判決亦同此意旨¹²⁸。足見最高法院認為在嗣後瑕疵之情形，出賣人的物之瑕疵擔保責任與不完全給付之債務不履

¹²⁶ 王澤鑑，債務不履行法的變遷——違約責任與損害賠償（下），法令月刊，第67卷第10期，2016年10月，頁1468-1469。

¹²⁷ 蔡晶瑩，前揭註121，頁1139。

¹²⁸ 如86年台上字第3083號判決、93年台上字第695號判決、98年台上字第1811號判決、最高法院100年台上字第1468號判決。

行責任發生競合，若瑕疵於契約成立之前業已存在，則買受人僅得主張物之瑕疵擔保責任。

學者對於前述最高法院之見解有持批判態度者，認為債務不履行之責任不應以瑕疵之存在時點為判斷標準，即便買賣標的物於契約成立之前即已存在瑕疵，仍應有不完全給付之適用，而與物之瑕疵擔保責任成立競合關係¹²⁹，否則不足以保障買受人利益。

綜上可知，給付之物有瑕疵時，出賣人是否負有瑕疵修補義務，端視瑕疵發生之時點以判斷是否有不完全給付與物之瑕疵擔保競合之情形。而學者對此看法不一，相較於此，實務見解則肯定瑕疵發生於契約成立後的情況，出賣人的物之瑕疵擔保責任與不完全給付的債務不履行責任競合，買受人得擇一行使，故得請求出賣人履行其瑕疵修補義務。

透過不完全給付制度建構出賣人之瑕疵修補義務，固有所本，然出賣人應負不完全給付之債務不履行責任的前提是標的物之瑕疵係於契約成立後始發生，且因可歸責於出賣人之事由所致。但瑕疵究係於契約成立前或契約成立後發生，並不一定容易釐清，甚至繫之於偶然因素，而出賣人未必可歸責，例如買賣雙方就出賣人所有，妥善保管安放於書房之古董花瓶達成買賣協議，雙方簽訂契約前一刻，該花瓶在出賣人之子把玩時，無意中碰撞出小裂痕，此固為物之瑕疵，但設若該花瓶之裂痕，發生於雙方簽約後之下一刻，則出賣人是否可逕認為可歸責？應負不完全給付之責任？締約前後之偶發事件，隨機因素居多，然卻影響買受人是否得主張瑕疵修補之權利，如此規定，是否合理，容有討論之空間¹³⁰。相較於此，物之瑕疵擔保則是以危險移轉（物交付時）為準據時點，瑕疵係於訂約時即已存在或訂約後始發生，則在所不問，與不完全給付之責任尚須區分訂約前或訂約後，即

¹²⁹ 詹森林，不完全給付——最高法院決議與判決之發展，台灣本土法學雜誌，第34期，2002年5月，頁43。

¹³⁰ 王澤鑑，前揭註126，頁1473。

有所別。

對比歐盟商品銷售指令第13條，其明確規定消費者於契約不合致之情形發生時，得直接請求修補或更換，無須區分瑕疵發生時點。反觀我國實務，消費者欲主張修補義務，尚須迂迴適用不完全給付之規定，此與現代企業經營者多屬連鎖零售商、具備完善售後服務體系之現實明顯脫節。

且從立法政策來看，將修補義務直接從出賣人之瑕疵擔保責任範圍排除，是否妥當實值討論。考量現代社會之生產銷售的模式，出賣人就買賣標之物之瑕疵具有修補的能力並非罕見，即便出賣人本身不具備瑕疵修補能力，但從供應鏈關係的角度著眼，離製造商關係更近的出賣人應立於更佳之地位取得資源以進行修補¹³¹。且在許多情況下，對於買受人而言，瑕疵修補可能更符合其需求。尤其在可持續消費習慣和循環經濟比以往任何時候都更加重要的時代，面對不斷上漲的商品價格，消費者希望購買耐用且可修復的產品應可理解。從資源和金錢成本來考量，從強調便利新穎的拋棄型商品社會轉變為更珍視商品價值的社會，也有其必要性。因此，依循建立在羅馬法時代的思維而免除出賣人的瑕疵修補義務，似乎並不具備太高的說服力。

因此，論者有認為應可類推民法第493條承攬契約之瑕疵修補義務規定，使買受人得請求出賣人進行瑕疵修補，亦或是透過與不完全給付制度之競合，賦予買受人此項權利，以彌補物之瑕疵擔保規定的不足¹³²。但學者也有認為應可將民法第364條關於種類之債的另行交付請求權，作為特定物買受人請求修補的直接或間接之依據，而無須再迂迴透過民法第227條關於不完全給付之規定，來達成出賣人的修補義務¹³³。

從立法論（*De lege ferenda*）而言，若參考歐盟商品銷售指令第13

¹³¹ 歐陽勝嘉，買受人於瑕疵未獲補正時得否依不完全給付規定請求不履行之損害賠償，全國律師，第23卷第11期，2019年11月，頁41-42。

¹³² 歐陽勝嘉，同前註，頁42。

¹³³ 蔡晶瑩，前揭註121，頁1139。

條第1項之規定，將買受人在出賣人應負瑕疵擔保責任時的法律救濟措施明確擴大到包括補正（維修）權和更換權，且不應將買受人之更換權侷限於種類之債，而是在符合以下前提時將更換權擴張至特定物之債，易言之，即便是特定物買賣，如果出賣人有相同種類和相同價值之物可以交付，也應賦予買受人相同之選擇權利，如此應更有助法律適用之明確以杜爭議，且對於消費者利益之保障也將更為周延，如此，除可以延長商品的使用壽命外，也更符合永續消費的理念。

又有關買賣契約因標的物有瑕疵，而出賣人應負瑕疵擔保責任者，買受人得解除契約或請求減少其價金，但依其情形解除契約顯失公平者，買受人僅得請求減少價金，民法第359條定有明文。雖然從第359條之規定，無從看出買受人在解除契約和請求減少價金的兩個選擇之間，是否需遵守階層順位關係，但是從儘量維持契約效力的角度來看，應可參考歐盟指令第13條之規定，建立一順位關係，即買受人應先主張瑕疵商品之修補或更換，退而求其次請求價金之減少，最後再賦予買受人解除契約之權利。若從體系的一貫著眼，或可於民法債編第二章增訂第359條之1「買受人對於瑕疵商品應先行請求修補或更換，其次請求減少價金，最後請求解除契約。但修補或更換不能、顯失公平或出賣人拒絕者，不在此限。」¹³⁴前述修補或更換不能的情形，包括商品已停產或零組件已無法取得，至於顯失公平之情形則可能是修補或更換所需時間過長、次數過多、或修補後仍無法回復商品之正常效用等。至於判斷是否顯失公平，應綜合考量商品之性質、價值、瑕疵之程度、修補或更換所需之成本及時間等因素。而在出賣人拒絕之情形，則包括出賣人明確表示拒絕修補或更換，或雖未明確拒絕，但經買受人催告後仍未於合理期間內履行者。

除此之外，歐盟指令對於買受人瑕疵救濟權利之行使等諸多細節

¹³⁴ 現行民法第359條僅規範解除權與減價請求權，欠缺「修補優先」機制，而瑕疵商品的修補義務不僅應是契約責任，更具有促進循環經濟的功能，且從維持契約效力的角度而言，救濟手段的順位關係，實有其意義。

的規定，包括行使維修權時，交付待維修之瑕疵商品的費用負擔由出賣人承擔以及費用之範圍，維修地點之決定，何人應承擔更換或維修商品的安裝或承擔該移除及安裝之費用，再如買受人是否應承擔更換商品之前的正常使用費用等規定，上述規定雖屬繁瑣，但卻是消費者進行買賣交易時常見之衍生問題，也是我國民法或消費者保護法至今為止均無明文規定者，因此只能於具體個案仰賴法官的智慧來加以判斷，若欲從根本杜絕此類爭議之發生，則商品銷售指令之諸多細節規定，應可作為他山之石，供為參考。例如可考慮增訂民法第360條之1就商品安裝、設定等問題為進一步規範，具體內容可為：「(1)商品附帶安裝、設定或數位服務者，出賣人應確保該等服務符合契約約定品質。(2)前項服務瑕疵視為商品瑕疵，適用買賣契約規定。」¹³⁵蓋現行民法對於物之瑕疵擔保責任，主要規定於第354條至第366條。但針對商品附帶之安裝、設定或數位服務，若發生瑕疵，其法律性質與責任歸屬，在實務上常有爭議，例如：消費者購買DIY家具，由出賣人提供組裝服務，若組裝品質不佳，導致家具結構不穩，是否屬於商品瑕疵？或購買智慧家電，其App設定或雲端服務發生問題，是否影響商品之契約合致性？此等爭議凸顯現行法之不足，因此實有待明確規範。歐盟商品銷售指令強調商品與數位內容或服務之整合性，並強化消費者於此類混合型交易中之權益保障。因此，本條之增訂將有助於我國法制與國際趨勢接軌，提升消費者保護之水準。且本條並非加重企業經營者之責任，而係要求其確保所提供之商品及其附帶服務均符合契約約定品質，企業經營者可透過提升服務品質、加強員工訓練、建立完善之售後服務機制等方式，降低服務瑕疵之風險。

另可針對商品之維修、交付、拆卸等細項增定第359條之2，內容可為：「(1)企業經營者於消費者主張商品瑕疵時，應依下列方式履行

¹³⁵ 商品附帶之安裝、設定或數位服務，與商品本身具有不可分割之關聯性。服務之瑕疵，等同於使商品欠缺其應有之品質或效用，應視為商品瑕疵，如此，可使消費者於發生爭議時，有更明確之法律依據，並獲得更完整之救濟。

修補或更換義務：

1. 無償性：不得要求消費者支付修補、更換、運輸或安裝等必要費用。

2. 及時性：自接獲通知之日起，一般商品應於十五日內完成，耐久性商品（如家電、車輛）得延長至三十日。

3. 便利性：採取到府取件、代用商品提供等方案，避免造成消費者顯著不便。

(2)前項修補或更換應優先恢復商品之契約合致性，並符合下列要件：

1. 修補後商品功能不得低於原契約約定標準。

2. 更換商品不得為展示品或整新品，但經消費者書面同意者不在此限。

(3)商品因修補或更換需拆除已安裝之附屬設備者，企業經營者應負擔拆除及重新安裝費用，並提供必要技術協助。

(4)更換期間超過七日者，企業經營者應提供同等級替代商品供消費者使用，且不得就該替代商品之正常耗損請求賠償。」¹³⁶

五、修法建議

綜合前述商品銷售指令之分析及我國法現況之討論，可知我國民法和消費者保護法實有進一步修訂和改革的空間。然而，修法之倡議並非單純地繼受歐盟法，而應藉由比較法的啟發尋求解決方案，以適應當前的經濟發展與現實需求。綜觀前述所討論的歐盟指令之相關規定，實有諸多值得我國法借鑑之處。觀諸歐盟諸會員國於轉化該指令時所採取的方式，德國選擇將指令相關內容融入其民法體系中的消費者契約專章，奧地利則採特別立法的模式將指令之內容轉化為其內國法。

由於我國民法和消費者保護法中，類似於商品銷售指令的消費者

¹³⁶ 現行法對於瑕疵商品之修補欠缺相關規定，以致涉及商品之維修細節，悉賴當事人約定，為使法律關係明確，應可明文定之以避爭議。

保護相關規定，均付之闕如，若欲於我國法中引進相近之規定，或可採行德國模式，即於民法買賣契約專章下另設一消費者買賣契約專章為特別規定，或參考奧地利模式，於消費者保護法第二章消費者權益第二節定型化契約之後，另增第二節之一就消費者買賣契約為專門規定。個人認為，若從體系的完整性而言，既有消費者保護法作為民法的特別法，則有關消費者和企業經營者的買賣契約，無論是瑕疵的定義、權利的行使期間、舉證責任的分配以及消費者權益的救濟等規定，應可安排於同一部法典中，除符合體系邏輯，也能凸顯消費者保護法作為消費權益之保護的根本大法之地位，然而由於現行法有關物之瑕疵擔保的相關規範，主要見諸民法買賣契約一節，因此若考慮變動幅度最小的修法方式，則於民法和消費者保護法的相關條文處以增列條文之方式為之，亦為可行。因此綜合本文所討論，參考歐盟商品銷售指令之相關規範，將修法建議及理由說明以表格方式呈現於本文文末以供後續針貶。

立法修正建議	原條文	說 明
消費者保護法第7條之2： (1)企業經營者交付商品後一年內，消費者主張商品存在瑕疵時，推定該瑕疵於交付時已存在，除非企業經營者能證明該瑕疵係因消費者使用不當或其他外部因素所致。 (2)前項推定不適用於下列情形： 一、該推定與商品性質或瑕疵特質不相容。 二、企業經營者於交易前已明確告知可能存在之瑕疵，且消費者明知並接受。 (3)對於具有數位元素之商品，若買賣契約約定持	本條新增	本條參考歐盟商品銷售指令第11條之舉證責任倒置規定，旨在平衡消費者與企業經營者間之資訊不對稱，並強化消費者權益之保護。 由於現行民法對於物之瑕疵，消費者須證明瑕疵於交付時即已存在，實務上常因舉證困難而難以獲得救濟。透過本條之增訂，將舉證責任適度倒置，使企業經營者負擔證明商品交付時無瑕疵之義務，可有效減輕消費者之舉證負擔。 考量商品性質或瑕疵特質，如生鮮食品、

立法修正建議	原條文	說 明
<p>續提供數位內容或服務，第一項所定期間應延長至該數位內容或服務提供期間屆滿時。</p> <p>(4)對於高度技術複雜之商品，主管機關得以公告方式延長第一項推定期間至二年。</p>		<p>易腐壞商品等，不宜適用舉證責任倒置原則。再或是企業經營者於交易前已明確告知可能存在之瑕疵，且消費者明知並接受者，亦不適用本條之推定。</p> <p>歐盟商品銷售指令雖規定，商品交付後一年內出現之瑕疵，推定於交付時即已存在，除非出賣人提出反證。但考量我國與歐盟國情之差異，本條於適用範圍、除外情形及推定期間等方面，進行適度調整，以符合我國實際情況。</p> <p>又考量技術發展，對於高度技術複雜之商品，其瑕疵之認定及檢測可能需要較長時間，爰授權主管機關得公告延長推定期間至二年。此項規定將有助於確保消費者對於高技術複雜商品，享有足夠之保障期間。</p>
<p>民法第354條：</p> <p>(1)物之出賣人對於買受人，應擔保其物於危險移轉於買受人時，具備契約合致性。</p> <p>(2)前項所稱契約合致性，指商品符合下列要件：</p> <p>一、符合契約要求之描述、類型、數量和品質，以及應具備契約要求之功能、相容性、相互操作性和其他特性。</p>	<p>民法第354條：</p> <p>(1)物之出賣人對於買受人，應擔保其物依第三百七十三條之規定危險移轉於買受人時無減失或減少其價值之瑕疵，亦無減失或減少其通常效用或契約預定效用之瑕疵。但減少之程度，無關重要者，不得視為瑕疵。</p>	<p>現行民法第354條僅以「減失或減少其價值、效用或品質」定義物之瑕疵，概念模糊且範圍過於狹隘，難以因應現代商品多樣性及複雜性，故刪除原條文內容。</p> <p>新增內容參考歐盟商品銷售指令第6條及第7條，將「契約合致性」定義為商品應同時符合主觀要件（契約約定）</p>

立法修正建議	原條文	說 明
<p>二、必須能夠滿足消費者要求之特定目的，但前提是消費者最晚必須在締結契約前告知賣方該目的並經賣方同意。</p> <p>三、出賣人交付商品時，應將買賣契約約定之商品的所有配（附）件與說明（包含安裝說明），妥善隨之一併交付。</p> <p>四、出賣人就其含有數位元素之商品，應提供包括安全性在內之更新，以確保該數位功能於正常使用週期內符合契約目的。前述週期不得短於商品交付後一年，但依商品性質較短期間屬合理者，應以顯著方式告知買受人。</p> <p>五、符合適用於同類商品之通常使用目的，必要時應考量國內或國際之相關規定和技術標準，在欠缺相關之技術標準時，亦可考量行業特別的行為準則。</p> <p>六、商品之品質必須與出賣人在締約前向消費者提供或展示的樣品或型號之描述相符。</p> <p>七、商品必須與消費者可以合理期待收到的任何附件或其他說明（包括包裝、組裝或安裝說明）一起交付。</p>	<p>(2) 出賣人並應擔保其物於危險移轉時，具有其所保證之品質。</p>	<p>及客觀要件（合理期待），使瑕疵判斷標準更為明確。</p> <p>又，將「商品之功能、相容性、互通性」等特性納入契約合致性之判斷，使出賣人對商品之品質保證義務更為全面。</p> <p>明定出賣人對商品之「數位內容或數位服務」負有更新及技術支援義務，以確保商品功能持續符合契約合致性，蓋數位智慧商品（如智慧家電、穿戴裝置）的運作經常需要高度依賴軟體與韌體更新，否則可能逐步影響其核心功能。再者，透過強制更新義務，可使智慧商品維持其安全性和延長產品生命週期，減少電子廢棄物，除保護消費者權益，更能促進永續發展與循環經濟。</p> <p>此外，將「商品之安裝」納入契約合致性之判斷，使消費者因安裝不當所受之損害亦可獲得保障。</p> <p>消費者主張商品不具契約合致性時，無須再區分「價值瑕疵」、「效用瑕疵」或「品質瑕疵」，僅須證明商品不符合本條所列各款要件即可，降低舉證難度。而透過明確之契約合致性定義，可減少買</p>

立法修正建議	原條文	說 明
八、商品在數量、品質和其他特性上，包括其耐用性、功能性、相容性和安全性等方面都必須與同類型商品的通常性質以及消費者得合理期待的內容相符。		賣雙方之爭議，並促進企業提升商品品質及服務水準。
民法第359條之1： 買受人對於瑕疵商品應先行請求修補或更換，其次請求減少價金，最後請求解除契約。但修補或更換不能、顯失公平或出賣人拒絕者，不在此限。	本條新增	<p>本條參考國際立法趨勢（如聯合國買賣契約公約第46條、歐盟商品銷售指令第13條），明定修補義務之優先性。買受人於標的物有瑕疵時，應優先請求出賣人進行修補或更換。此舉旨在鼓勵出賣人積極履行契約義務，儘速回復商品之正常效用，並避免因輕微瑕疵即解除契約，造成社會資源浪費。</p> <p>且對於瑕疵商品的修補或更換通常較解除契約對出賣人之損害為小，亦較能符合比例原則。</p> <p>最後，透過賦予出賣人優先修補或更換之機會，可兼顧買賣雙方之利益，維持交易之穩定性。</p> <p>本條意旨並非欲剝奪消費者之權利，而係要求消費者於行使解除契約或減少價金等權利前，應先給出賣人修補或更換之機會。若修補或更換不能、顯失公平，或出賣人拒絕履行時，消費者仍得直接行</p>

立法修正建議	原條文	說 明
		<p>使解除契約或減少價金等權利，以保障自身權益。</p> <p>現行民法對於瑕疵擔保之救濟方式，並未明定優先順序，實務上常見消費者逕行解除契約，造成爭議。</p> <p>本條之增訂，可明確規範消費者之權利行使順序，減少訴訟爭議，並提升交易效率。透過賦予企業優先修補或更換之機會，可促使企業更重視商品品質及售後服務，提升消費者之滿意度。</p>
<p>民法第359條之2：</p> <p>(1)企業經營者於消費者主張商品瑕疵時，應依下列方式履行修補或更換義務：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 無償性：不得要求消費者支付修補、更換、運輸或安裝等必要費用。 2. 及時性：自接獲通知之日起，一般商品應於十五日內完成，耐久性商品（如家電、車輛）得延長至三十日。 3. 便利性：採取到府取件、代用商品提供等方案，避免造成消費者顯著不便。 <p>(2)前項修補或更換應優先恢復商品之契約合致性，並符合下列要件：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 修補後商品功能不得低於原契約約定標準。 2. 更換商品不得為展示品或整新品，但經消費者 	本條新增	<p>本條參考歐盟商品銷售指令第14條關於修補與更換之詳細規範，旨在促使企業經營者積極履行瑕疵擔保責任，確保消費者之權益。</p> <p>現行民法對於瑕疵擔保之具體履行方式，缺乏明確規範，易使企業經營者消極以對或將維修之相關費用轉嫁給買受人，致損害其權益或影響其權利之行使。</p> <p>透過本條之增訂，可明確企業經營者之義務，促其以更積極之態度處理消費爭議。</p> <p>本條明定修補或更換之義務內容，包括應符合「無償性」、「及時性」及「便利性」等原則，以確保消費者能於合理期間內獲得有效之救濟。</p>

立法修正建議	原條文	說 明
<p>書面同意者不在此限。</p> <p>(3)商品因修補或更換需拆除已安裝之附屬設備者，企業經營者應負擔拆除及重新安裝費用，並提供必要技術協助。</p> <p>(4)更換期間超過七日者，企業經營者應提供同等級替代商品供消費者使用，且不得就該替代商品之正常耗損請求賠償。</p>		<p>又為確保修補或更換之品質，本條明定修補或更換應優先恢復商品之「契約合致性」，並符合「修補後功能不得低於原契約約定標準」及「更換商品不得為展示品或整新品」等要件，以確保商品能符合預期之品質。</p> <p>考量部分商品（如家電、衛浴設備等）之修補或更換，需拆除已安裝之附屬設備，爰明定企業經營者應負擔拆除及重新安裝費用，並提供必要之技術協助，以避免消費者額外負擔成本。</p> <p>最後為降低消費者因商品更換所造成之不便，明定更換期間超過七日者，企業經營者應提供同等級替代商品供消費者使用，且不得就該替代商品之正常耗損請求賠償，以保障消費者之基本生活需求。</p>
<p>民法第360條之1：</p> <p>(1)商品附帶安裝、設定或數位服務者，出賣人應確保該等服務符合契約約定品質。</p> <p>(2)前項服務瑕疵視為商品瑕疵，適用買賣契約規定。</p>	本條新增	<p>隨著科技快速發展，越來越多商品附加安裝、設定或嵌入數位服務（如智慧家電、雲端服務、軟體更新等），成為商品整體功能不可或缺的一部分。然而現行民法對於此類混合型商品之規範，仍以傳統「物之瑕疵」概念為主，未能充分涵蓋服務瑕疵可能對消費者權益產生之影響。</p>

立法修正建議	原條文	說 明
		<p>本條之增訂，旨在因應數位經濟發展趨勢，明確規範商品附帶服務時，出賣人所應負擔之責任，以更全面地保障消費者權益。</p> <p>本條第二項明定「前項服務瑕疵視為商品瑕疵，適用買賣契約規定」，旨在確立服務與商品之連結性，使買受人得依民法關於物之瑕疵擔保責任之規定，無須再區分服務瑕疵屬於債務不履行、侵權行為或其他法律關係，僅需證明服務不符合契約約定品質，即可主張權利。</p>

伍、結 語

歐盟商品銷售指令的主要意義在於因應現代數位社會中商品銷售契約的特點，為此制定了一系列新規定，這些規定對於我國民法債編未來的修訂具有重要參考價值。

首先，該指令引進了新的物之瑕疵概念。判斷商品是否具有瑕疵，不再僅僅依賴於買賣雙方事先約定的商品規格或品質等主觀標準，還加入了商品本身的品質是否符合一般消費者的合理期待以及是否符合同類商品之通常使用目的等客觀要求。此外，產品的耐用性也被納入判定商品是否符合契約客觀要求的標準，這代表民法規定對於追求聯合國永續目標的一個實質性貢獻。最後則是在商品若需要安裝時的正確性要求，也是判斷商品是否存在瑕疵的標準之一。這些改變對消費者而言，提供了更為明確的判斷基準以認定商品是否具有瑕疵以建構出賣人之瑕疵擔保責任。同時，將商品瑕疵的舉證責任之分配

加以倒置，特別是當消費者不再需要證明商品在危險轉移時就存在瑕疵，將有助於消費者主張其權利，對消費者權益的保護意義重大。相較於此，我國現行民法第354條對於「物之瑕疵」的定義概念過於模糊，導致實務上對於瑕疵的認定標準不一致，消費者在主張權益時面臨困難。此外，依照現行民法，主張物之瑕疵擔保的消費者需要證明瑕疵在交付時就已存在，舉證責任分配不公，在許多情況下，消費者難以取得相關證據，使得權益難以獲得保障。再者，現行民法的權利救濟手段有限，主要提供解除契約或減少價金等救濟手段，缺乏更彈性的選擇，例如修補或更換等，難以滿足消費者的實際需求。

其次，商品銷售指令新增了針對具有數位元素商品的規範。出賣人除資訊告知義務外，並應提供數位元素的更新，若出賣人怠於履行其義務致未能提供更新，即便商品於移轉交付時不具瑕疵，仍可能於事後因出賣人未提供更新而被視為具有瑕疵。而此點則是我國現行法中所欠缺的明文規定，僅得仰賴雙方當事人對此是否有契約約定，無法有效解決具數位元素商品可能出現的瑕疵問題。隨著數位化智慧商品的普及，對於出賣人的更新義務應明確規範，以延長產品的生命週期和促進循環經濟，從而符合永續發展的理念。

總結而言，新的修正是重新建構商品瑕疵擔保制度的良好機會，不但可以強化消費者之保護，並促進公平市場行為，同時也使其成為實現更可持續發展目標的工具，並與消費者保護之國際發展趨勢接軌。

參考文獻

一、中 文

(一)專 書

- 王澤鑑，物之瑕疵與不當得利，載民法學說與判例研究(三)，自版，2009年12月，頁109-119。

Tze-Chien Wang, Defects in Goods and Unjust Enrichment, in: Studies on Civil Law Doctrine and Case Law (Vol. 3), Self-published, pp. 109-119 (2009).

(二)期刊論文

1. 王澤鑑，債務不履行法的變遷——違約責任與損害賠償（下），法令月刊，第67卷第10期，2016年10月，頁1459-1485。

Tze-Chien Wang, The Evolution of the Law on Non-performance—Breach of Contract and Damages (Part II), *The Law Monthly*, 67(10), 1459-1485 (2016).

2. 林政君，論歐盟數位內容契約和數位服務契約指令，中原財經法學，第49期，2022年12月，頁1-65。

Mei-Chun Lin, An Analysis of the EU Digital Content and Digital Services Directive, *Chung Yuan Financial & Economic Law Review*, 49, 1-65 (2022).

3. 陳瑋佑，買受人另行交付無瑕疵之物請求權的射程範圍——以歐體消費物買賣指令及歐洲法院判決對德國民法之影響為中心，法學新論，第42期，2013年6月，頁133-159。

Wei-Yu Chen, The Scope of the Buyer's Right to Demand Substitute Delivery of Defect-free Goods—Focusing on the Influence of Directive 1999/44/EC and European Court of Justice Decisions on German Civil Law, *Journal of New Perspectives on Law*, 42, 133-159 (2013).

4. 詹森林，不完全給付——最高法院決議與判決之發展，台灣本土法學雜誌，第34期，2002年5月，頁23-50。

Seng-Lin Jan, Incomplete Performance — Developments in Supreme

Court Resolutions and Judgments, *Taiwan Law Journal*, 34, 23-50 (2002).

5. 歐陽勝嘉，拆卸瑕疵商品與重新安裝無瑕疵商品費用之負擔——2018年德國民法買賣瑕疵擔保新修正規定解析（Ausbau der mangelhaften und Wiedereinbau der mangelfreien Sache - Reform des deutschen kaufrechtlichen Gewährleistungsrechts im Jahr 2018），法學叢刊，第64卷第2期，2019年4月，頁65-124。

Sheng-Chia Eu-Yang, Allocation of Costs for the Removal of Defective Goods and Reinstallation of Non-defective Goods—Analysis of the 2018 Reform of the German Law on Sales Warranty (Ausbau der mangelhaften und Wiedereinbau der mangelfreien Sache — Reform des deutschen kaufrechtlichen Gewährleistungsrechts im Jahr 2018), *China Law Journal*, 64(2), 65-124 (2019).

6. 歐陽勝嘉，買受人於瑕疵未獲補正時得否依不完全給付規定請求不履行之損害賠償，全國律師，第23卷第11期，2019年11月，頁39-53。

Sheng-Chia Eu-Yang, May the Buyer Claim Damages for Non-performance Based on Incomplete Performance Where the Defect Has Not Been Remedied?, *Taiwan Bar Journal*, 23(11), 39-53 (2019).

7. 蔡晶瑩，民事買賣法物之瑕疵擔保規定之探討，法令月刊，第68卷第7期，2017年7月，頁1132-1144。

Ching-Ying Tsai, A Study on the Warranty Against Defects in Sales of Goods, *The Law Monthly*, 68(7), 1132-1144 (2017).

二、英 文

(一)專 書

- HOWELLS, GERAINT, TWIGG-FLESNER, CHRISTIAN; WILHELMSSON, THOMAS, RETHINKING EU CONSUMER LAW (2018).

(二)期刊論文

1. Carvalho, Jorge Morais, Sale of Goods and Supply of Digital Content

- and Digital Services – Overview of Directives 2019/770 and 2019/771, 8(5) EuCML. 194 (2019).
2. De Franceschi, Alberto, Consumer's Remedies for Defective Goods with Digital Elements, 12 JIPITEC 143 (2021).
 3. Dodsworth, Timothy J., Intermediaries as Sellers – A Commentary on Wathelet, 6(5) EuCML 213 (2017).
 4. Grau, Guillem Izquierdo, Where Should the Consumer Make Goods Available to the Seller to Bring them into Conformity? An Appraisal of Directive (EU) 2019/771, 9(1) EuCML 31 (2020).
 5. Kalamees, Piia, Goods with Digital Elements and the Seller's Updating Obligation, 12 JIPITEC 131 (2021).

(三) 網頁文獻

- Sein, Karin, Goods with digital elements and the Interplay with Directive 2019/771 on the Sale of Goods. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3600137> (last visited: 2024.02.23).

三、德 文

(一) 專 書

1. Koch, Bernard A., Das System der Rechtsbehelfe, in: Johannes Stabentheiner/Christiane Wendehorst/Brigitta Zöchling-Jud (Hrsg.), Das neue europäische Gewährleistungsrecht, 2019, S. 157-196.
2. Wendehorst, Christiane, Aktualisierungen und andere digitale Dauerleistungen in: Johannes Stabentheiner/Christiane Wendehorst/Brigitta Zöchling-Jud (Hrsg.), Das neue europäische Gewährleistungsrecht, 2019, S. 111-140.
3. Zöchling-Jud, Brigitta, Beweislast und Verjährung im neuen europäischen Gewährleistungsrecht, in: Johannes Stabentheiner/Christiane Wendehorst/Brigitta Zöchling-Jud (Hrsg.), Das neue

europäische Gewährleistungsrecht, 2019, S. 197-214.

(二)期刊論文

1. Bach, Ivo, Neue Richtlinien zum Verbrauchsgüterkauf und zu Verbraucherverträgen über digitale Inhalte, NJW (2019), S. 1705-1711.
2. Helmig, Ekkehard, Die neuen Richtlinien zum europäischen Verbraucherkaufrecht- Überlegungen zum Kauf eines Fahrzeugs als Ware mit digitalem Inhalt, IWRZ 2019, S. 200-208.
3. Herresthal, Carsten, Die Richtlinienwidrigkeit des Nutzungsersatzes bei Nachlieferung im Verbrauchsgüterkauf, NJW (2008), S. 2475- 2478.
4. Kern, Cornelia, Das neue europäische Gewährleistungsrecht, VbR Heft 5 (2019), S. 164-170.
5. Kipker, Dennis-Kenji, Staerkung des digitalen Verbraucherschutzes durch zwei neue EU-Richtlinien: DID- und WK-Richtlinie fordern erheblichen nationalen Anpassungsbedarf, MMR (2020), S. 71-73.
6. Staudenmayer, Dirk, Kauf von Waren mit digitalen Elementen – Die Richtlinie zum Warenkauf, NJW 40 (2019), S. 2889-2894.
7. Tonner, Klaus, Die EU-Warenkauf-Richtlinie: auf dem Wege zur Regelung langlebiger Waren mit digitalen Elementen, VuR 10 (2019), S. 363-371.
8. Wendland, Matthias, Ein neues europäisches Vertragsrecht für den Online-Handel?, Die Richtlinienvorschlage der Kommission zu vertragsrechtlichen Aspekten der Bereitstellung digitaler Inhalte und des Online-Warenhandels, EuZW 2016, S. 126-131.
9. Zöchling-Jud, Brigitta, Das neue Europäische Gewährleistungsrecht für den Warenhandel, GPR 2019, S. 115-133.

A New Chapter in Consumer Protection: On the EU Sale of Goods Directive and the Evolving Liability for Defects in Sales Contracts

Mei-Chun Lin *

Abstract

The European Union's 2019 Sale of Goods Directive was enacted in response to the evolving challenges of the digital era, with the dual objectives of enhancing consumer protection and facilitating cross-border transactions within the EU single market. Given its substantial implications for the modernization of contract law, this article critically examines the directive's core provisions and evaluates its potential influence on Taiwan's legal framework.

The directive applies to business-to-consumer sales of goods and explicitly encompasses goods with digital elements. It introduces a dual standard—subjective and objective—for assessing conformity, and imposes a duty on sellers to provide updates for digital goods. The directive also adopts a stringent approach to seller liability, including precise definitions of conformity standards and relevant timeframes,

* Professor, Department of Public Affairs and Civic Education, National Changhua University of Education; Dr.iur. Trier University, Germany.

Received: November 10, 2024; accepted: June 2, 2025

while shifting the burden of proof in favor of consumers.

In terms of buyer remedies, the directive establishes a tiered relief system comprising repair or replacement, price reduction, and contract termination, alongside provisions governing commercial guarantees. The directive offers valuable insights for Taiwan's legal reform, particularly in the modernization of the concept of defects, the regulation of goods with digital elements, the allocation of the burden of proof, and the restructuring of buyer remedies. These insights are of considerable relevance to the ongoing revision of Taiwan's Civil Code (Obligations) and the development of its consumer protection legislation.

Keywords: Product Defects, Warranty Law, Sale of Goods Directive, Goods with Digital Elements, Lack of Conformity, Consumer's Remedies, Update Obligation, Burden of Proof, Contractual Conformity, Consumer Protection