東吳大學法學院法律學系

碩士在職專班跨國商務法律組

碩士論文

線上消費糾紛爭端解決機制之比較研究

Comparative Study on Online Consumer Dispute Resolution Mechanisms

指導教授：余啟民　博士

研 究 生：黃素珍

中　華　民　國　一　〇　四　年　七　月

東吳大學博碩士論文紙本著作權授權書

（提供授權人裝訂於紙本論文書名頁之次頁用）

本授權書所授權之學位論文，為本人於東吳大學 103 學年度第 2 學期，

取得 法 學院 法律 學系 ☑碩士 □博士 學位之論文。

論文名稱：線上消費糾紛爭端解決機制之比較研究

指導教授：余啟民

本人依著作權法之規定，同意將上列論文全文(含摘要)，以非專屬、無償授權東吳大學，基於「資源共享、互惠合作」之理念，與回饋社會與學術研究之目的，東吳大學圖書館得以紙本、光碟或數位化等各種方式收錄、重製與利用；於著作權法合理使用範圍內，讀者得進行閱覽或列印。

□申請延後公開

本論文已向經濟部智慧財產局申請專利，申請案號：_____，另填寫「博碩士論文(紙本)延後公開申請書」，請於_____年_____月_____日後再將上列論文公開閱覽。

※依教育部100年7月1日台高通字第1000108377號函文，論文若延後公開需訂定合理期限(不超過5年)。

授 權 人：黃素彩

(正楷簽名)

中 華 民 國 104 年 7 月 29 日

東吳大學法學院法律學系

碩士在職專班跨國商務法律組

碩士論文

線上消費糾紛爭端解決機制之比較研究

Comparative Study on Online Consumer Dispute Resolution Mechanisms

指導教授：余啟民　博士

研 究 生：黃素珍

考試委員簽名或蓋章

黃心怡

簡學三

余啟民

中　華　民　國　一　〇　四　年　七　月

謝詞

《牧羊少年奇幻之旅》裡說：「當你真心渴望某件事，整個宇宙都會聯合起來幫助你完成。（When you want something, all the universe conspires in helping you to achieve it.）」這句話我一直相信著，總算，視如畏途的論文寫完了，也即將拿到碩士學位，夢想成真。

首先，最由衷感謝的是指導老師余啟民老師，如果沒有余老師的勉勵及督促關心，這篇論文應該無法如期完成。除此之外，也要謝謝口試委員黃心怡老師及簡榮宗老師，在百忙之中不吝對本篇論文加以審閱，逐字校正內容的缺失及提供許多寶貴的意見，僅此深表謝忱。

另外，感謝摯友王瑋的引領及博鑫的鼓勵使我邁入東吳的學殿，老地方萬華麥當勞的三人聚會總鮮明浮現在腦海裡；而研究所同學玉真、珮玲、靜瑀，你們是我在研究所這些日子以來的最有力的依靠，不論是在考試、報告、翻譯、寫論文、出遊時，總能互相扶持，學校研究室總是我們的集合地，能夠認識你們，是我在研究所期間最開心的事情。

於此，將此篇論文獻給我最愛的家人，無論我做任何決定，他們總是在背後默默的給予最大的支持，謝謝。

2015 年 7 月 29 日

寫於東吳大學崇基樓研究室

中文摘要

由於網際網路迅速發展及技術亦漸成熟，再加上手機、平板電腦等行動上網設備的普及性，使得消費交易型態及模式與網際網路無法脫離，從而網路購物儼然已經成為一種嶄新的消費趨勢，電子商務線上消費呈現爆炸性的成長。

但近年來消費者意識逐漸抬頭，關於電子商務消費爭議，不但數量龐大且態樣複雜，當出現此類消費爭議糾紛時，消費者仍是處於相對弱勢之狀態，若是均透過司法訴訟或消費者申訴程序處理，恐加重法院及消保官之負擔。

另一方面，網路消費向來爭議金額不大，若以現有司法訴訟處理，似無法適時、有效的解決紛爭，耗時的訴訟程序亦無法滿足消費者期望能快速解決紛爭的心理。足見目前我國現有體所制訂之相關法律，對消費者權益之保障尚顯不足，因此，若無一套有利於消費者的解決方式，將有礙消費者使用網路交易之意願，更連帶影響電子商務之發展。

據此，藉由歸納分析目前各國對於電子商務線上消費糾紛爭端解決機制之規範與運作，作為改善我國面對該類糾紛解決機制不足之處，且為期維持電子商務交易蓬勃發展及促進消費者權益之保護兩者間能與同併進，除一方面制訂完善之線上消費糾紛爭端解決機制外；另一方面，將使廣大的消費族群藉由此機制之建立而擁有更完整之保護規範，俾將對我國電子商務消費交易之未來發展更加健全。為使消費者權益更有保障，期望藉由本論文之探討與建議，於往後得作為實務處理相類問題之參考，或作為未來相關規範修法之方向，以達與世界接軌與競爭。

關鍵字：電子商務、替代紛爭解決機制、線上爭端解決機制、消費者爭端解決機制

Abstract

Due to escalating development of the internet, and ubiquitous internet access equipment such as smartphones, tablets, the mode of consumption and internet have become inseparable connection. Consequently, e-shopping has blossomed as a brand-new consumption style in nowadays. Besides, the market of electronic commerce has been rapidly growing.

Recently, consumers pay much attention to their rights on e-shopping which simultaneously causes enormous and complicated controversies over electronic commerce. They also become a quite heavy burden to the court if all disputed cases have to be processed by judicial procedure or consumer complaints procedures.

Furthermore, the amount of disputed cases usually is small. If all cases need the present litigation procedure to deal with, it usually not only cannot be efficiently solved in time, but cannot satisfy consumers' expectations because its long-term procedure. It shows the relevant laws of the protection of consumers are still insufficient. Without a beneficial resolution to help consumers, those kinds of situations will decrease consumers' will to use online shopping, even affect the development of electronic commerce.

Therefore, on the analysis of each country's strategies about the regulation and operation of consumer dispute resolution, to solve the defect is to make a maturity online dispute resolution of our country. Under this maturity online dispute resolution, consumers can own more complete protection, and the evolution of electronic commerce will go thriving and robust as well.

By discussing the online consumer dispute resolution mechanisms, the thesis not only to offer consumers a safer online shopping environment for protecting the rights of consumers, also to hope give suggestions for some related problems of practice and regulations revise.

Keywords：

Electronic Commerce（EC）、Alternative Dispute Resolution（ADR)、Online Dispute Resolution(ODR)、Consumer Dispute Resolution(CDR)

目錄

第壹章 緒論.....1
第一節 研究動機.....1
第二節 研究目的.....3
第三節 研究方法.....5
第四節 研究架構大綱.....6
第貳章 電子商務之概念.....8
第一節 電子商務之定義.....9
第二節 電子商務交易之類型.....12
第一項 以交易主體區分.....12
第二項 以交易客體區分.....16
第三節 電子商務近期之發展.....19
第四節 小結.....21
第參章 爭端解決機制類型.....24
第一節 交易爭端解決機制途徑.....24
第一項 訴訟程序之爭端解決機制.....25
第二項 替代性爭端解決機制.....27
第二節 線上爭端解決機制.....34
第一項 線上爭端解決機制之定義.....34
第二項 線上爭端解決機制之應具備要求.....35
第三項 線上爭端解決機制之種類.....37
第四項 ODR 相較於 ADR 之優勢與劣勢.....44
第三節 我國現行消費爭議處理機制.....47
第一項 他律機制.....47
第二項 產（行）業自律機制.....50
第三項 共律機制.....53
第四節 小結.....63

第肆章　國際組織及各國線上爭端解決機制之發展介紹.....66
第一節　世界貿易組織（World Trade Organization, WTO）.....66
第二節　經濟合作發展組織（Organization for Economic Cooperation and Development, OECD）.....67
第三節　全球電子商務論壇（Global Business Dialogue on Electronic Commerce, GBDe）.....75
第四節　美國.....85
第一項　線上消費者保護原則.....85
第二項　現行電子商務相關法制.....87
第三項　線上爭端解決機制緣起及相關實例.....91
第五節　日本.....101
第一項　法制及替代紛爭解決機制之發展.....101
第二項　替代爭端解決機制之現況.....105
第三項　日本的認證制度.....108
第六節　聯合國（the United Nations, UN）.....109
第七節　歐盟.....116
第一項　法制發展.....116
第二項　延伸之相關資料.....118
第三項　著名實例.....120
第八節　中國大陸.....125
第一項　相關法制.....125
第二項　具代表性實例.....131
第九節　小結.....138
第伍章　結論與建議.....147
第一節　結論.....147
第二節　建議.....152
第一項　立法之建議.....152

第二項　糾紛處理機制之建立 154
參考文獻.....157
壹、中文文獻（依作者姓氏筆劃依序排列）.....157
貳、外文文獻（依作者姓氏字母筆劃依序排列）.....159
附件.....164

SOOCHOW UNIVERSITY 東吳大學 UNTO A FULL GROWN MAN

圖目錄

圖 1　台灣電子商務產值.....9
圖 2　O2O 示意圖.....21
圖 3　仲裁之程序圖.....33
圖 4　金融消費爭議處理機制流程圖.....62
圖 5　ECODIR 程序示意圖.....121
圖 6　淘寶網賣家處理維權流程示意圖.....133

SOOCHOW UNIVERSITY

表目錄

表 1　OECD 電子商務消費者保護議題.....73
表 2　聯合國國際貿易法委員會第三工作小組會議整理.....112
表 3　歐盟消費者 ADR 指令施行重點整理.....118
表 4　各國法制彙整比較表.....140
表 5　國外 ADR/ODR 機制比較表.....145
表 6　國外機制適用於我國之可行性分析表.....154

SOOCHOW UNIVERSITY 東吳大學

第壹章 緒論

第一節　研究動機

從網際網路興起至今，非但長久以來影響著人類的生活習性，且隨著網際網路迅速發展及技術亦漸成熟，再加上手機、平板電腦等行動上網設備的普及性，民眾對於網際網路的依賴性日趨加深，伴隨而來之影響便是與人們日常生活息息相關之消費交易型態及模式的改變，與網際網路無法脫離，從而網路購物儼然已經成為一種嶄新的消費趨勢。網路改變了傳統交易模式，一方面節省了許多成本、並帶來便利性，另一方面更破除了許多地域上及時間上的限制，復基於利用網路購物消費的限制少、甚或使用平台障礙較低等優勢，使得網路購物成為網路使用者願意並選擇使用網際網路為主要消費方式之原因。

相較於一般實體通路，網路購物少了與店員間的人際互動，傳統交易主要所仰賴藉由人際互動過程來完成服務接觸之方式，於網路購物已不復所見，線上消費的網路購物者無法在購買前實際看到或接觸到該商品，對於消費者而言存在著一定的潛在風險，例如：購買前難以確認商品或服務、網站商品說明資訊不足、到貨速度等問題。因此於網路消費環境中，往往在收到產品後，消費者對產品不滿意或收到

的產品與消費者預期不符，導致產生電子商務線上消費之糾紛。

再者，近年來消費者意識逐漸抬頭，電子商務線上消費之糾紛頻傳，造成民事訴訟案件數量暴增，不僅加重法院負擔，耗時的訴訟程序亦無法滿足消費者期望能快速解決紛爭的心理。因此，若無一套有利於消費者的解決方式，將有礙消費者使用網路交易之意願，更連帶影響電子商務之發展，因而衍生出現有法律體系是否亦適用於電子商務線上消費糾紛之疑問，抑或者須建立一套完善之電子商務線上消費糾紛解決的機制，以保護消費者權益。

一般而言，面對電子商務產生之消費糾紛，消費者可能採取的解決機制包括訴訟及非訟的方式。訴訟乃傳統的解決途徑，亦即透過法院的訟爭程序為之；而非訟為法庭外爭議解決機制或替代性爭議解決機制，前者為非藉由法院審理程序之處理程序，後者係指替代訴訟程序或當事人可選擇訴訟程序以外的處理程序。

有鑑於傳統訴訟制度的案件量日益增多及曠日費時等問題，許多國家逐漸廣泛應用效率及靈活度較傳統糾紛解決模式高之「替代性紛爭解決機制」(Alternative Dispute Resolution，下稱 ADR)，進而發展出「線上爭端解決機制」(Online Dispute Resolution，下稱 ODR)，其迅速、經濟、有效、彈性及貼近符合預期結果之特點乃消費者所需，除可緩和目前法律未及因應解決電子商務消費糾紛之窘境外，且爭端

解決過程均透過網路協商，格外適合電子商務線上消費糾紛之解決。

爰此，因我國尚未有完整之電子商務線上消費紛爭爭端解決機制，為因應此種紛爭，疏減法院訟源，完善對於電子商務線上消費者之權益保護，增進線上消費意願，促進電子商務發展，本論文將先介紹電子商務及相關爭端解決機制，並參酌國際組織及各國電子商務相關規範與線上消費紛爭解決機制之運作，藉以歸納分析，以期助益我國針對電子商務線上消費紛爭爭端解決機制之建構及發展。

第二節　研究目的

消費糾紛訴訟的日增以及消費者意識的抬頭，使的在電子商務線上消費此種新型態消費模式問世後，頻傳的消費糾紛可能導致整體電子商務交易的裹足不前，最終受到影響者反是消費者之權益。因此，為求能對消費權益提供些許助益，本文即試圖以此為目的進行研究，而根據上述研究動機，本論文擬研究目的如下：

（一）了解電子商務交易之發展現況：

電子商務交易為一種新型態的消費模式，為求能瞭解電子商務交易模式及其發展現況，本文擬從電子商務交易發展現況作出發，進而瞭解電子商務交易全貌。

（二）介紹電子商務衍生爭端之解決機制途徑及線上消費爭端解決

機制：

電子商務交易固然對生活在工商繁忙的人們帶來諸多的便利及時間節省，然而相較於面對面接觸的傳統交易，其所衍生的糾紛，無論就型態及數量而言，皆非以往交易所能比擬，為期瞭解爭端產生過程，及妥善解決紛爭，以保消費者權益，本文擬先介紹電子商務爭端解決機制，進而勾勒線上消費爭端解決機制運作之模式。

（三）分析國際上之線上爭端解決機制、相關規範、運作現況及重要案例：

鑒於電子商務交易普及性無遠弗屆，其因而產生之糾紛於世界各國層出不窮、屢見不鮮，然為保護消費者權益、使消費者更有信心及意願選擇網路購物，各國莫不積極研擬相關規範防止紛爭產生、或進而有效、快速解決各類爭端，以達買賣雙方之期待，故為求明瞭世界各國發展之趨勢，本文擬分析國際間現行線上爭端解決運作機制較為成熟之國家，以作為我國之借鏡。

（四）就國內現行消費紛爭解決機制統整，並提出完善我國電子商務線上消費紛爭爭端解決機制之建議：

電子商務線上消費近年來所生之爭議，非但無法藉由訟爭方式

予以圓滿解決，甚而諸多消費者為免冗長訴訟處理方式，耗費時間與精力，寧願選擇放棄己身權利不為任何主張，大大影響並阻礙網路交易之發展，為期我國能與世界接軌，本文除統整國內現行之解決機制外，並參佐各國線上爭端解決機制之運作，提出我國未來電子商務消費紛爭爭端解決機制建構之建議，以助於該機制之發展日趨成熟，對消費者權益能有更深一層的保障。

第三節　研究方法

一、歸納分析法

蒐集國內現有學術專書、期刊論文、學位論文、研究報告及電子資料等來源，配合題綱選擇與本論文相關之議題，了解相關議題重點，找出問題核心及解決方法，利用各種形式檔案資料再據以整理、分析及歸納。即以資料文獻之歸納與分析，先就電子商務予以介紹，進而闡述發生消費糾紛時之爭端解決機制，再分別介紹國際組織、各國及我國對於線上爭端解決機制之發展情形，藉由此分析方法，歸納文獻對於該等研究議題之討論，尋找出最能保障消費者權益之看法。

二、比較研究法

針對文獻資料歸納演繹外，亦將相關文獻資料予以對照比較，得出處理此議題最妥適之作法。本論文擬參酌國際組織、美國、歐盟、日本、中國大陸等國之文獻，探求各國制度優缺點研究此議題，因其已對於線上消費糾紛爭端解決機制已發展出較完善之規範，爰參考外國之制度，配合我國國情之需求，提出相關建議。

第四節　研究架構大綱

本論文共分為六章，章節內容大綱如下：

第一章　緒論

第一節為研究動機，說明研究本論文之動機來源；第二節為研究目的，說明本論文研究之目的；第三節為研究方法，說明本論文所欲採用之研究方法，包括歸納分析法、比較研究法；第四節為研究架構大綱，簡述本論文各章節。

第二章　電子商務之概念

簡介電子商務，第一節在於論述何謂電子商務，並予之定義；第二節簡述電子商務交易之類型；第三節介紹近期的電子商務發展；第四節為前述各節之小結。

第三章　爭端解決機制類型

說明電子商務衍生爭端時，其解決機制之類型及選擇，第一節檢視交易爭端解決機制途徑；第二節探討線上消費爭端解決機制；第三

節就國內現階段之消費紛爭爭端解決機制進行統整分析；第四節為前述各節之小結。

第四章　國際組織及各國線上爭端解決機制之發展介紹

綜整國際上對於線上爭端解決機制之態樣、立法例及案例。彙整國際組織及各國之相關規範，包括世界貿易組織（World Trade Organization, WTO）、經濟合作暨發展組織（Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD）、全球電子商務論壇（Global Business Dialogue on e-Society, GBDe）、美國、日本、聯合國、歐盟、中國大陸；最後為前述各節之小結。

第五章　結論與建議

第一節結論，整理前述章節之論述；第二節建議，參考前述國際上線上爭端解決機制之規範及運作模式，分析歸納，並研究適宜導入我國電子商務線上消費糾紛之內容，提出未來機制建立之建議。

第貳章　電子商務之概念

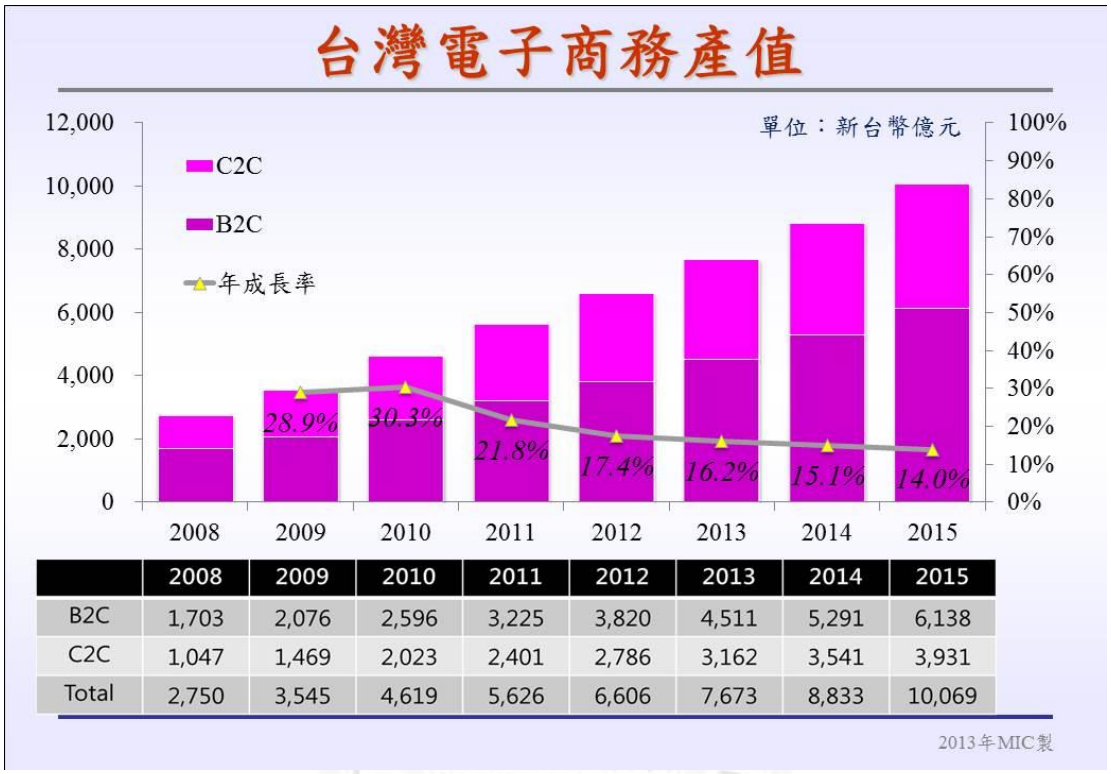
網際網路的普及與蓬勃快速的發展，使得網路已成為人類生活中不可或缺的使用工具，透過迅速與便捷的通訊傳輸，資源即可共享。且藉由網路的播送與傳遞，可得到各類生活所需之資訊，更可透過網路從事現實生活工作境界，例如網路購物、視訊會議等功能。網際網路造成使用資源的普遍性與分享資源之無國界性，過去可能因為距離遙遠無法取得的資訊，現在皆能方便取得，對於人類生活造成巨大衝擊與影響。同時，網路之盛行也使傳統產業分際模糊化，產業分工結構重新組合，打破傳統產業之既有藩籬，放寬擴大原有產業可發展之空間。也因此，商務運作交易出現一種嶄新的模式一電子商務（Electronic Commerce）[1]。且迄今電子商務不僅僅侷限於 Online Commerce，現已延伸包含 Mobile E-commerce。

電子商務在近幾年中以數位革命之姿迅速發展，其影響所及已某程度改變了交易市場的競爭規則。各國中的電子商務近年發展成長越加巨大，而我國根據中華民國無店面零售商業同業公會公佈資料顯示，2013 年台灣電子商務市場規模達到 7600 億元，且每年幾乎都有 15% 以上的成長率，2015 年有機會挑戰成為兆元產業[2]（請詳見圖１），可

[1] 王勁力，網路交易詐欺之刑罰探究-以電子商務各類電子付款工具為例，科技法律評析，第 1 期，第 78-79 頁，2008 年 6 月。

[2] 中華民國無店面零售商業同業公會-最新消息-本會整理台灣 2013 年電子商務產業市場規模報告，http://www.cnra.org.tw/index.php?action=news_detail&cid=130&id=240，最後瀏覽日：2015/06/10。

知我國電子商務規模日益茁壯，且電子商務將成為全世界經濟發展的重要推動力。



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
B2C	1,703	2,076	2,596	3,225	3,820	4,511	5,291	6,138
C2C	1,047	1,469	2,023	2,401	2,786	3,162	3,541	3,931
Total	2,750	3,545	4,619	5,626	6,606	7,673	8,833	10,069

圖 1　台灣電子商務產值

資料來源：中華民國無店面零售商業同業公會，
http://www.cnra.org.tw/index.php?action=news_detail&cid=130&id=240

第一節　電子商務之定義

電子商務最早形式可溯及於 1970 年代銀行利用原有的網路架構開始做「電子資金轉換」(Electronic Funds Transfer, EFT)，接著是 1980 年代初期之「電子資料交換」(Electronic Data Interchange, EDI)，將應用領域從財務交易擴大至其他的交易領域，而後於 1980 年代末期，網路技術已趨向成熟並被一般大眾廣泛使用，不再局限於軍事及教育

用途，一直到 1990 年代全球資訊網（WWW）的出現，網際網路被消費者大量使用，加速了電子商務的普及。

亦即網際網路的發展帶動了電子商務的盛行，所謂電子商務係消費者利用電腦或手機，即可於虛擬市場從事商品、服務之交易，賣方之企業亦可透過數位化之虛擬環境提供商品或服務之販售，雙方更可依此途徑完成法律契約締結與履行之商業交易模式[3]。而關於電子商務又有狹義及廣義之區分，所謂狹義的電子商務是指利用網際網路從事商務或活動。而廣義的電子商務是使用各種電子工具從事商務或活動。這些工具包括從初級的電報、電話、廣播、電視、傳真到電腦、電腦網路，到 NII（國家資訊基礎結構－資訊高速公路）、GII（全球資訊基礎結構）和 Internet 等現代系統。而商務活動是從泛商品（實物與非實物，商品與非商品化的生產要素等等）的需求活動到泛商品的合理、合法的消費除去典型的生產過程後的所有活動。

其次，根據經濟合作發展組織 OECD 之定義，電子商務視交易媒介之不同，可區分為廣義及狹義兩種。「廣義的電子商務」係指企業、家庭、個人、政府與其他公、私組織，彼此間透過電腦網際網路所進行的產品或服務之銷售或購買活動；產品與服務均透過此等網路進行訂購，但價金支付及產品或服務交付，則可能投過線上或離線的

[3] 經濟部商業司，電子商務法律適用解析，2009 年，頁 66-73。

方式進行。且依 OECD「資訊社會工作小組」（Working Party on Indicators for the Information Society, WPIIS）公布的解釋定義指導方針，所指的電腦網際網路，泛指所有可使用於自動交易上之線上訂單傳送及接收應用模式，例如網際網路、電子資料交換、電話視訊網路（Minitel）及互動語音系統（Interactive Telephone Systems）等。相較而言，「狹義的電子商務」僅指透過一般民眾知悉的網際網路所進行之商品或服務交易。依 WPIIS 說明，此處所指的網際網路包括了網頁、外部網路及其他基於網路而來的應用程式，但排除通過電話、傳真或一般電子郵件所傳送或接收的訂單[4]。

再者，聯合國於 1996 年通過電子商務模範法（Model Law on Electronic Commerce），雖未明確定義電子商務，但針對法規適用範圍之規定，包括各種商業活動所使用之數據資訊格式中所載之資訊，且將數據資訊定義為經由電子、光學或其他類似方法，但不限於電子資料交換、電子郵件、電報、電傳、電子複製等所產生、傳送、接收或儲存之資訊。故可推論聯合國對電子商務之定義，即係指各種透過數位科技所進行之商業活動[5]。

此外，我國行政院於 2001 年核定「電子商務消費者保護綱領」，

[4] OECD，*The OECD Definitions of Internet and E-Commerce Transactions* , http://www.oecd.org/internet/ieconomy/2771174.pdf, last visited 2015/06/10.
[5] UNCITRAL，*Model Law on Electronic Commerce* , http://www.uncitral.org/uncitral/en/uncitral_texts/electronic_commerce/1996Model.html , last visited 2015/06/10.

其中第四條明定：「電子商務：指透過電子網路所進行有關商品或服務之廣告、行銷、供應、訂購或遞送等各項商業活動」[6]，基此，電子商務涵蓋之範圍，並不僅單純涉及網路商品交易行為，而係將實體商業模式，移轉至網路上，涵蓋多元交易、行銷或互動方式，以及服務之提供等等。故所有利用網際網路傳遞訊息以從事商務活動之方法，皆可統稱為「電子商務」。

第二節　電子商務交易之類型

電子商務之特徵為交易雙方在電腦網際網路上，利用數位的電子信號傳遞交易訊息，以從事交易之進行，此新型態之交易方式，亦提供了龐大的潛在市場，包括金融匯兌、市場情報、資訊提供、虛擬商城、廣告、商品交易、服務、電信等活動，幾乎任何商品或服務都有可能透過網路來交易。由於電子商務交易型態繁多，幾乎現實社會中既有的交易態樣，均可以電子商務之方式訂立，以下就電子商務的主、客體面向，剖析電子商務交之主要交易類型。

第一項　以交易主體區分

[6] 行政院(90)臺院消企字第 01290 號函令電子商務消費者保護綱領，行政院消費者保護會，http://www.cpc.ey.gov.tw/cp.aspx?n=1E28C1D10E3B53DF&s=F14A8A36E730B4C9，最後瀏覽日：2015/06/10。

一、企業對企業（Business to Business, B2B）[7]：

這是屬於企業與企業間的商業行為，例如透過 EDI 或 Extranet 來傳遞訂單、帳單及付款。所有的商業行為皆已經事先雙方協調同意。

且電子商務一般透過以下三種形態的網路進行運作：

（一）Extranet（企業間網路）：

以網際網路的技術為基礎，連接不同地區的企業內網路，並連接到網際網路的一種網路架構。係上下游企業間藉由利用網際網路統合供貨數量、配送方式、庫存數量、通路管控及付款的管理模式，使得企業對於自身成本控制更有效率，對商品數量管控更精準。且企業在網際網路上所建置統合的詢價、報價、下單、訂單追蹤等採購或行銷系統，該系統可讓欲購買商品的企業透過網路為快速詢價、快速下單，節省交易比價的時間成本。而欲販賣的企業亦可透過網路為即時報價及訂單追蹤，精準的掌握需求商品數量，更能讓企業者避免過度囤貨，減輕成本支出。此種交易模式對企業間實屬便捷又節省成本。

（二）Intranet（企業內網路）：

是一種合作的區域網路，以網際網路的技術為基礎，但系統運行在公司的防火牆內。即企業為了增加競爭力，必須快速傳遞資料，因

[7] 劉春堂等 5 人，電子商務消費者保護之研究，2001 年，頁 5-8。

此藉由網路整合企業內部資訊與組織運作功能，使庫存、採購、會計、行銷、出貨等作業流程及客戶資訊都能快速流通，並迅速整合。

（三）Internet（網際網路）：

連接了世界上數百萬個電腦網路的自我控管網路系統。

二、企業對消費者（Business to Consumer, B2C）[8]：

這是針對一般消費者所進行零售交易。又可區分為以下二種：

（一）直接電子商務（Direct EC）：

消費者所有的交易過程均透過電腦網路來完成，包括線上訂購、付款及傳送數位式之商品或服務，例如電腦軟體、影像及音樂、資訊服務等。

（二）間接電子商務（Indirect EC）：

即消費者透過電子方式訂購有形商品，但仍透過郵寄或貨運公司等傳統的運送方式將物品送到消費者手中。如消費者上網向亞馬遜書店購買書籍，該書店則利用快遞公司（如 UPS）將書送達消費者。

三、消費者對消費者（Consumer to Consumer, C2C）[9]：

此一類型之電子商務係消費者直接將商品販賣給另一消費者，即交易主體間皆為（私）個人，此為消費者間自發性之商品交易行為。

[8] 同前註 7。
[9] 同前註 7。

目前常見樣態為網路拍賣，係買賣雙方透過網際網路中間商所建構之網站平台，例如 YAHOO 拍賣平台、露天拍賣、淘寶網...等等，進行線上交易，而當交易成立後，賣方將商品透過物流業者送至買方，買方將價金交付賣方。

四、消費者對企業（Consumer to Business, C2B）[10]：

消費者利用網際網路結合購買力向企業購買商品或服務。隨著科技的發達，人與人間可透過網際網路溝通交流，如消費者有相同的需求時，可形成群體購物力量向商家進行議價並進行交易，例如：Gomaji 團購網。

五、非企業性（Nonbusiness）[11]：

越來越多的非企業性機構，例如學術性機構、非營利性組織、宗教團體、社會團體及政府部門利用各種不同類型的電子商務來降低費用或提升其運作效率及服務。

六、企業內（Intrabusiness）[12]：

此一類型係指屬於組織內部的活動，通常是經由 Intranet 來交換商品服務或資訊。包括公司販售商品給員工及線上教育訓練。

[10] 同前註 7。
[11] 同前註 7。
[12] 同前註 7。

第二項　以交易客體區分

一、實體商品

對於消費者而言，透過網路交易事實上與現實世界的傳統交易並無不同，電子商務平台取代了實體的商店，透過實體物流將交易客體運送至買方。

易言之，與傳統交易的客體一樣，網路交易中，企業經營者或賣家透過電腦網際網路對一切實體商品物件，諸如電腦、書籍、服飾、鮮花、日常用品等商品於網路上展示，消費者則透過線上型錄瀏覽並訂購商品，並透過線上刷卡、郵政劃撥、金融卡轉帳、ibon[13]等方式進行付費後，再由網路業者透過物流業者以郵寄、快遞或專人送貨方式交付商品。此交易型態之特色通常需經送貨才能取得商品。

二、數位化商品

網路企業經營者透過網際網路，將數位資訊利用數位化技術予以儲存及轉化，以下載至消費者電腦之方式銷售數位化商品，例如 MP3 音樂、電子書、電子報、各種軟體等是。因此，凡內含數位資訊而得作為交易之客體均屬之，因具有財產上之價值，故可稱為數位商品[14]。

[13] ibon 是安裝於 7-ELEVEN 門市內之一種透過網路連線之多媒體事務機台(Multi Media Kiosk, MMK)，乃一種配有觸控螢幕之電腦裝置，消費者得透過該機台進行消費及取得其他資訊，詳細功能及使用說明參見 ibon 網站，http://www.ibon.com.tw/，最後瀏覽日：2015/06/10

[14] 戴豪君，電子商務紀元消費者保護課題(上)，科技法律透析，第 12 卷第 5 期，2000 年，頁 42；莊貫勤，網路數位化商品之相關法律問題研究—以線上遊戲虛擬物品之相關法律問題為中心，

而數位化商品，依是否附著於實體載具，可區分為有實體載具之數位化商品（例如數位影音光碟、音樂光碟、遊戲光碟、電腦軟體等產品）以及無實體載具之數位化商品（例如線上傳送應用軟體）。前者，係指數位資訊必須與特定載體結合，透過實體物品進行傳遞或交易；後者，指不需經由實體載具，即可透過網路直接下載而得加以利用之數位資訊[15]。

此交易型態之特色，係網路業者透過網際網路將軟體或資訊等交易客體傳輸下載給消費者，而網路業者無庸透過物流業者以郵寄或專人送貨方式交付商品，商品是以檔案的形式儲存於消費者的電腦中。

三、虛擬經濟商品[16]

因網際網路及資訊科技之發展，衍生出不具有實體外觀之數位化商品，即人類於網路上交易之商品不限於實體商品。而高科技創造出的虛擬空間，亦催生了新的商品類型及概念－虛擬經濟商品[17]。

與前述之數位化商品相異之處，在於數位化商品乃將實體商品予以數位化，實際上仍可找到對等之商品，例如電子書或電子雜誌。然虛擬經濟商品僅存在於虛擬之網路上，其可表彰之意義及價值亦僅適

國立雲林科技大學碩士論文，2007 年，頁 7。

[15] 薛夙珍譯，電子商務經濟學，跨世紀電子商務出版，2000 年，頁 51-54。

[16] 郭戎晉，替代性紛爭解決制度於電子商務之運用與法制發展，2008 年，中原大學碩士論文，頁 40-42。

[17] 郭戎晉，網路虛擬經濟發展面臨之法律議題，商業現代化，第 81 期，2007 年 3 月，頁 49。

用於虛擬之網路社會。

雖然虛擬經濟商品交易成為電子商務發展之新興產品，然其法律上定位，目前仍有爭議。在英美法系國家中，討論之焦點多在於虛擬經濟商品可否視為財產權而受到法律之保障，但大陸法系的我國，儘管大都承認虛擬商品具有一定的財產價值，而得視為財產權之一，但究屬權利概念下之債權、物權，抑或無體財產權，尚無定見。因此遇有虛擬經濟商品紛爭時，對於權利歸屬之問題仍欠缺共識，相關爭議尚無法有效解決[18]。

四、線上服務[19]

即透過網際網路提供服務做為交易之客體，又可依契約標的是否利用網路履行區分為「線上履行」及「非線上履行」。

線上履行諸如線上遊戲、線上法律及醫藥查詢、線上掃毒服務、線上算命等，須過網際網路提供勞務及契約之履行皆屬之，而非線上履行如機票旅館之代訂服務、電影及音樂會入場網路預約服務等，雖係透過網際網路之電子商務平台完成，但卻必須在現實生活中提供契約標的之勞務。

[18] 郭戎晉，線上遊戲「虛擬財產」法律性質與產業發展趨勢之研究，科技法律透析，第 19 卷第 8 期，2007 年 8 月，頁 40。
[19] 同註 16，頁 42。

第三節　電子商務近期之發展

近期以來，因為網際網路之發達以及數位匯流之技術融合，演化出新一代的電子商務類型。例如 B2B2C 及熱門之 O2O。

B2B2C 為「business to business to Consumer」的簡稱，是一種新的網路通信銷售方式。第一個 B 指廣義的賣方（即成品、半成品、材料提供商等），第二個 B 指交易平臺，即提供賣方與買方的聯繫平臺，同時提供優質的附加服務，C 即指買方。賣方不僅僅是公司，可以包括個人，即一種邏輯上的買賣關係中的賣方。平臺絕非簡單的中介，而是提供高附加值服務的渠道機構，擁有客戶管理、資訊反饋、資料庫管理、決策支持等功能的服務平臺。買方同樣是邏輯上的關係，可以是內部也可以是外部的[20]。

由賣方將商品上架於交易平台，透過交易平銷售給顧客，同時有廠商將商品提供給平台，即 B2B2C 定義融合了現存的 B2C 和 C2C 平臺的電子複合商業模式，把消費者放在核心地位，讓消費者與消費者結合，讓消費者與企業結合。隨著技術進步，一個企業以後的發展趨勢是需要越來越少的生產人員，但企業卻永遠無法不依賴於消費者而生存和發展。因此，在多種電子商務並行的今日，商家與商家，消費者與消費者，商家與消費者，直銷與零售；商家、消費者與銷售人

[20] MBA 智庫百科，httP://wiki.mbalib.com/zh-tw/B2B2C，最後瀏覽日：2015/06/10。

員逐漸融合，形成一個 B2B2C 聯合創收平臺[21]，例如：PChome 商店街、樂天市場等。

O2O（Online to Offline），簡言之就是為線下商品或服務提供線上展示，透過整合資訊或提供折扣方式，讓消費者先在線上完成商品或服務的預訂支付，然後把線上使用者帶到線下商店去消費，於線下取得商品或服務。即在網路平台、消費者、實體商店三方之關係中產生交易模式，例如：EZTABLE 易訂網、7-ELEVEN ibon 便利生活站等。

此一名詞是 2010 年 8 月由 TrialPay 的創辦人間執行長 Alex Rampell 所提出，而自美國折價券網站 Groupon 崛起之後，開始廣泛受到討論。經過許多網站與企業的實驗， O2O 也出現許多變形，廣義來說聚焦在「將消費者從網路上帶到實體商店」。過去實體商店對網路產業常採觀望態度，現在逐漸開始經營，包括與網路平台合作商品，或是自營網路服務。變形也包括 O2O 的反向：從實體連回網路 Offline to Online，網路商城開始往實體移動，包括販售更多線下的服務類商品，或是加入更多線下服務[22]。

此種 O2O 的電子商務模式類型，可謂重新定義了電子商務與「消費」之關係，包括三個要件：（1）消費前，關鍵資訊在線上：包含

[21] 同前註 20。
[22] 羅之盈，虛實整合再進化：迎接 O2O 大商務時代，數位時代 http://www.bnext.com.tw/article/view/id/25603，最後瀏覽日：2015/06/10。

PC 或手持上網工具。(2) 消費時，核心步驟在線上：包含線上預訂、線上支付與線上客服。(3) 消費後，訂單資訊在線上：包含訂單來源與訂單內容[23]。

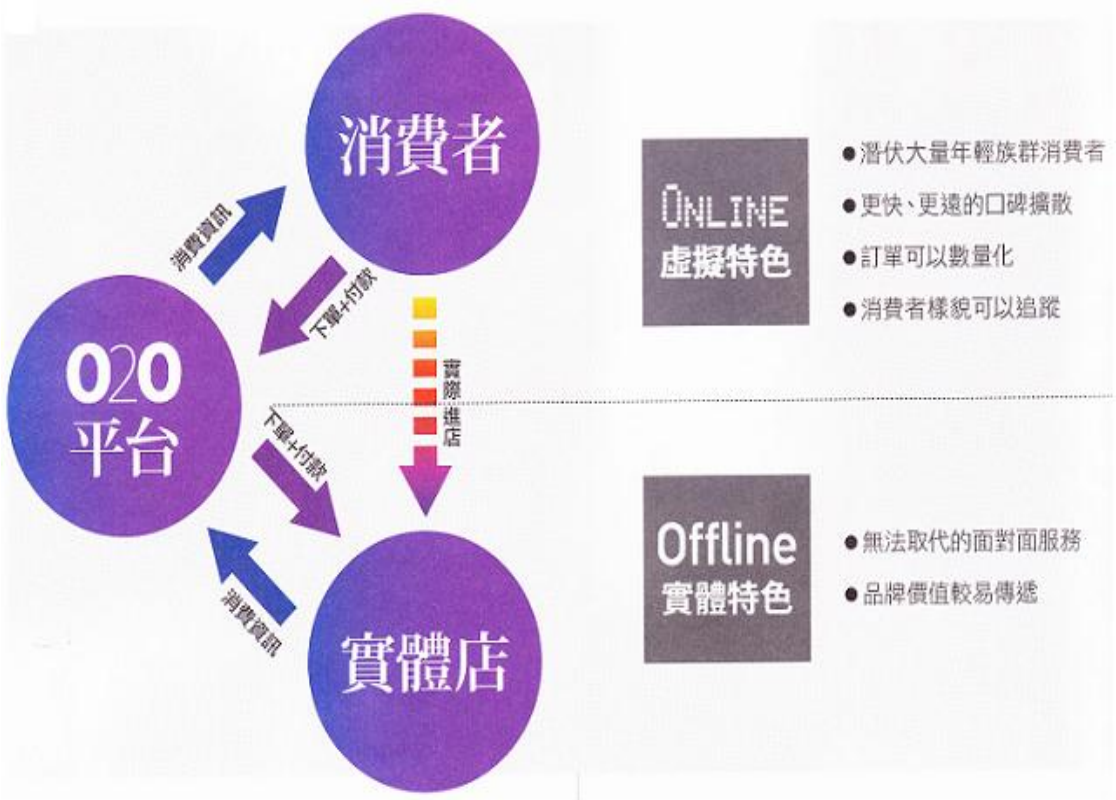


圖 2　O2O 示意圖

資料來源：http://gixiabb.blogspot.tw/2013/08/foodo2omarket.html

第四節　小結

電子商務隨著網際網路的蓬勃而跟著迅速發展，其為人類提供了一個全新管理商業交易的方法，而且將成為世界經濟向前發展的一大動力。除了能在企業、消費者及政府間提供更多、更廣及更直接的連繫之外，還能產生更多新的產品與市場。且網際網路能提供圖文並茂

[23] 同註 20。

的內容，可突破國界之藩籬讓客戶可以直接與世界上任一國家、區域之企業或個人為交流，更是透過網際網路而與企業進行諮詢、洽談、交易、訂購和簽約等行為，實顛覆以往傳統商務活動之型態。電子商務正逐漸滲入每個人的生活環境，成為人類日常生活中不可或缺的重心，影響層面更是遠遠超過傳統商務活動。

然即便各界越來越重視電子商務，迄今電子商務仍尚未有統一之定義。各國際組織、國家均依其各自發展電子商務之歷程，而各自提出對電子商務之看法。前述針對電子商務之簡介、定義、從交易主體、客體觀察及近期發展之論述，應可歸納出電子商務不僅僅網際網路上所進行的各種商務活動，亦不限於傳統的網際網路外，應擴及電信及廣播領域，形成數位匯流的新時代。

電子商務雖成為新世紀經濟發展之重心，然在此榮景背後，衍生諸多前所未見或棘手之法律糾紛，因消費者意識抬頭，近年來於網路消費糾紛之爭議數量增多且態樣複雜，尤其網路消費之金額向來為小額交易，倘若此類案件均透過傳統司法訴訟程序及替代性爭端解決機制（協商、調解、仲裁），恐造成法院之龐大負擔，勢必將使訴訟程序延宕，又會造成當事人對於解決爭議望之卻步。爰此，為了電子商務的持續發展，有效的解決電子商務產生之消費糾紛，保護消費者權益，確實需建立一套完善之線上消費糾紛爭端解決的機制，落實消費

者權益保護之必要，期能藉此替代法院之程序及可能產生的法律問題，並能有效解決因網路商業行為所產生之糾紛。

第參章　爭端解決機制類型

網際網路無國界之特性，消費者可藉由網路與世界另一端的人進行資訊流通或網路平台締結買賣契約。此種無國界特性，使得傳統交易型態及方式也跟著改變，原本須面對面交易（實體店鋪）之模式，逐漸走向為非面對面交易（無實體店鋪），惟交易糾紛，並不因一般實體通路轉換至網路世界而有減少或消失，因此，若發生交易糾紛時，反而增加了紛爭解決之困難度[24]。

當產生紛爭時，爭端之解決與當初購物之便利性差距甚大，例如交易之業者為外國公司，有可能因為語言差異之障礙而放棄處理爭議，如此實對消費者之購物意願有不利之影響。且目前網路購物多半為小額交易，若進行跨國界訴訟，往往會耗損大量時間與精神，不符訴訟經濟，有鑑於此，為解決網路消費交易糾紛問題，以下針對交易爭端解決機制及線上消費爭端解決機制分別說明及探討。

第一節　交易爭端解決機制途徑

法律爭端解決機制包括訴訟及非訟的方式。訴訟乃傳統的解決途徑，亦即透過法院的訟爭程序為之；而非訟為法庭外爭端解決機制或替代性爭端解決機制，前者為非藉由法院審理程序之處理程序，後者

[24] 陳秋芬，電子商務與消費者保護法關係之研究，2011 年，國立臺北大學碩士論文，頁 17。

係指替代訴訟程序或當事人可選擇訴訟程序以外的處理程序。[25]

第一項　訴訟程序之爭端解決機制

網路消費時，由於交易金額通常較低，性質亦較單純，因此發生交易糾紛時，現行實務處理方式有兩種，一為訴訟程序，第二為調解程序。惟電子商務線上消費糾紛若涉及債務不履行或給付方面的爭執，最常見處理爭端的方式為訴訟途徑。而根據我國民事訴訟法之規定，處理程序有通常訴訟程序、簡易訴訟程序、小額訴訟程序。

一、通常訴訟程序

電子商務線上消費糾紛若要提起民事訴訟，首先面臨之問題為訴訟標的金額之限制。依民事訴訟法第 427 條第 1 項規定[26]：「關於財產權之訴訟，其標的之金額或價額在新臺幣五十萬元以下者，適用本章所定之簡易程序。」其反面解釋為糾紛金額須達新臺幣五十萬元以上即進行通常訴訟程序。且民事訴訟之提起，除雙方約定管轄法院以外，原則上應由原告以起訴狀向被告營業所、住居所在地法院提出，此為以原就被原則。案件繫屬法院後，訴訟程序開始，法院與雙方當事人依民事訴訟法規定的程序進行。終局判決後，對雙方當事人均具拘束力，並得為執行名義。

[25] 吳光明，多元文化與訴訟外解決糾紛機制，2004 年，頁 2-4。
[26] 民事訴訟法第 427 條第 1 項。

爰此，訴訟標的較大或性質較為複雜的案件適用通常訴訟程序解決紛爭較為妥當。而電子商務線上消費交易的金額通常較小或爭端性質較單純，因此未必適用通常程序解決紛爭。

二、簡易訴訟程序[27]

簡易訴訟程序與通常訴訟程序相較而言，為一種特別程序，將訴訟標的較小或性質簡單之事件納入其中。

依民事訴訟法第 427 條第 1 項及第 436 條之 8 規定，糾紛金額在新臺幣十萬元以上與五十萬元以下者，得提起簡易訴訟。簡易訴訟的提起與通常程序提起民事訴訟最大的不同，在於依民事訴訟法第 428 條規定，簡易程序得以簡略起訴事項或言詞起訴。換言之，簡易訴訟中書面起訴並非必要要件。

簡易訴訟案件在地方法院簡易庭為第一審程序，在第一審程序進行之前，法院得依案件情形或依當事人之聲請為調解。否則雙方當事人仍應依民事訴訟法中有關簡易訴訟的程序進行。

三、小額訴訟程序[28]

小額訴訟程序規定於民事訴訟法第 436 條之 8 至第 436 條之 32，針對訴訟標的在新臺幣十萬元以下之小額糾紛而設計。此程序之增

[27] 姜世明，簡易訴訟程序及小額訴訟程序，月旦法學教室，第 63 期，2008 年 1 月，頁 43。
[28] 陳計男，小額訴訟程序簡介，收錄於氏著《程序法之研究(三)》，三民出版，初版 1 刷，2000 年 12 月，頁 65。

訂理由為，為使民眾就其日常生活中所發生之小額給付請求事件，能循簡便、迅速、經濟之訴訟方式解決紛爭。

爰此，電子商務線上消費交易金額通常較小，可適用此程序解決，且於程序進行前，亦可進行調解程序，同時亦準用簡易程序之規定。

雖然訴訟程序為解決紛爭的途徑之一，然而消費爭議雙方未必擅長訴訟程序中如起訴、審理、言詞辯論等訴訟技巧或有充足的法律知識。且網路消費金額通常不大，若以訴訟程序解決糾紛，其時間金錢的浪費，亦不符講求快速、經濟的時代需求，連帶造成的影響，或有可能使消費者對於透過網路線上交易之使用意願低落，進而阻礙電子商務之發展。

第二項　替代性爭端解決機制

替代性爭端解決機制可以民事上之爭議訴外協商制度為代表，常見之形式包括協商、調解及仲裁等，且部分協議經法律明文規定，有既判力之效果[29]。

根據我國非訟事件法及仲裁法之制度，電子商務線上消費糾紛不僅可適用調解、仲裁之程序解決，亦能透過當事人間私下協商或和解，將更為便利及有效率，亦即替代性爭端解決機制之特色在於彈性極

[29] 同註 25。

大和具多樣化。因此，替代性爭端解決程序，除了依據民事訴訟法或非訟事件法進行調解程序以外，尚包括消費者保護法之消費爭議之調解

、仲裁法之仲裁程序以及當事人間之私下協商或和解等等。

一、協商程序（Negotiation）

替代性爭端解決機制中最常被採行的方法即為協商程序，係指爭議當事人透過談判形式，進行訊息傳達或交換之過程，藉此化解歧異或達成相互妥協的結果，以達成解決紛爭的協議。現行實務上，協商多透過公正具專業第三人見證及輔助下完成，但對於協商結果接受與否，均由兩造磋商解決。

此種由當事人間談判所達成之協議，可繼續維持當事人間商業關係，並降低爭議再發生的風險，性質上相當於契約，當事人間會生契約之拘束力[30]。

二、調解（Mediation）[31]

調解係指當事人合意委託中立第三者居間協助雙方滿意的解決紛爭，該第三人可能對當事人產生影響，或單純擔任中立之觀察或監

[30] 陳思廷，B2B 電子商務訴訟外爭議處理(ADR)機制之研究（上），科技法律透析，2002 年 5 月，頁 37。
[31] 郭佳玫，論現行網路交易爭議解決的法律問題-兼談線上爭端解決機制（Online ADR），科技法律透析，2001 年 6 月，頁 6-7。

督者，積極平息對立，提出各種狀況之評估與結果，不會替當事人決定，亦不為強制性裁示。且第三人須協助確認雙方當事人間對解決方案之理解是否一致，直至雙方當事人對此協議正式簽署，方生拘束當事人之效力。

調解程序之特色包括當事人間乃自願合意達成協議、有公正中立第三人協助解決、程序迅速便利、節省時間金錢、具相當靈活性[32]。

電子商務線上消費糾紛能適用調解乃因調解程序能有效的節省金錢、精神及時間上的耗費，常見之調解方式有法院調解程序、消費者爭議調解程序、民間爭議調解機制。

（一）調解程序

我國有關調解程序之規定係民事訴訟法第 403 條至 426 條規定。又法院所為之調解可分為強制調解及任意調解，強制調解必須符合一定法定要件，如果網路交易糾紛經過其他法定調解機關調解未成立，依民事訴訟法第 403 條第 1 項但書，方由法院進行強制調解。但這項規定並不表示當事人若無法定強制調解之原因，即喪失尋求法院調解之可能。

法院調解程序的目的在使當事人間的私權爭議藉由法院從中排解調停，而使當事人能合意解決紛爭。因此，當事人間之爭議若無民

[32] 同註 30，頁 38。

事訴訟法第 403 條之原因，仍應使當事人在起訴程序前進行調解。通常網路交易發生爭執的雙方，未必願意進入法院訴訟程序，此時調解程序能為其節省金錢與精神上的耗費。

在實務上，通常調解程序會在簡易程序之前進行，法官會先行探詢當事人調解意願或勸諭當事人調解，而法院所為之調解證書則與確定判決具同一效力，故就解決紛爭，仍有很大之助益。

（二）消費爭議調解[33]

由於消費爭議具有當事人地位不對等之事件特性，立法者為拉近弭平雙方在專業知能、社經地位、與交涉能力上的差距，特別透過消費者保護法之制度框架，針對消費者保護有關實體事項與程序事項設有規定，以確保消費者權益，期能有效減少因當事人地位不對等所造成對於紛爭解決之影響。

因此若發生交易糾紛之爭議性質屬消費爭議者，可尋求消費爭議調解加以解決。消費爭議的調解，主要是由行政院消費者保護委員會所屬的各地消費爭議調解委員會，根據消費爭議調解辦法來進行。調解得提起，須以書面陳明調解事由及爭議情形並向當地消費爭議調解委員會提出。

[33] 同註 32。

然而，消費爭議可能會發生管轄權限之問題，且聲請調解有下列情事之一者，調解委員會應不予受理[34]：

1. 消費爭議事件者。
2. 未經消費者保護法第 43 條第 1 項或第 3 項之規定申訴，即發生消費爭議時，消費者未向企業經營者、消費者保護團體、或消費者服務中心或其分中心申訴，或之後向縣、市市府消保官申訴者。
3. 非消費者或其代理人提起。
4. 曾經調解委員會調解不成立。但經相對人同意重行調解者，不在此限。
5. 經第一審法院言詞辯論終結。
6. 無具體相對人。
7. 曾經法院判決確定。
8. 同一消費爭議事件，在調解程序中，重複聲請調解。

雖然消費者爭議調解委員會所為之調解證書，經法院核定後，亦具有與民事確定判決同一之效力。但消費者仍須經多道程序或必須符合一些要件（如向業者或消費者團體申訴），因此對於電子商務網路消費之當事人，亦造成相當程度之負擔。

（三）民間爭議調解機制

[34] 消費者爭議調解辦法第 5 條。

網路消費爭議的另一管道為民間爭議調解機制，與訴訟程序形式上之繁瑣及法定調解機構的一些限制相較，民間爭議調解機制形式較自由且具彈性。民間調解單位多有其專業人員負責進行調解，例如SOSA 臺北市消費者電子商務協會[35]及中華民國網路消費協會[36]等。

三、仲裁（arbitration）

所謂「仲裁」，係指透過爭議雙方當事人的合意，將爭議委由中立的仲裁人或仲裁委員會，由該仲裁人或仲裁委員會作成對當事人具有法定拘束力之仲裁判斷的機制。

仲裁之優點[37]：

1. 有效：仲裁人之判斷，依仲裁法第 37 條規定，與法院之確定判決，具有同一效力；一經判斷，即告確定，可使當事人減免訟累。
2. 快速：仲裁庭應於組成之日起六個月內作成判斷書；必要時，得延長三個月。
3. 專家判斷：仲裁人皆具各業專門知識或經驗之專家，可達成辦案之正確性。
4. 經濟：仲裁費比訴訟費為低，且仲裁判斷迅速結案，可節省當事人許多時間。

[35] SOSA 臺北市消費者電子商務協會，http://www.sosa.org.tw/index.asp，最後瀏覽日：2015/06/10。
[36] 中華民國網路消費協會，http://www.nca.org.tw/，最後瀏覽日：2015/06/10。
[37] 中華民國仲裁協會，仲裁之優點，http://www.arbitration.org.tw/content/a1.htm，最後瀏覽日：2015/06/10。

5. 保密：依仲裁法第 23 條第 2 項規定仲裁程序不對外公開，可確保工商業之營業秘密。仲裁詢問時仲裁人與當事人均分坐席位上兼顧雙方顏面與尊嚴。

仲裁在適用實體規範與程序方面具靈活性，且仲裁判斷原則上不受實體法律規範拘束，可自行決定適用法律，因此仲裁與法院之間通常根據專門之法律加以調整，存在最低限度之協調。

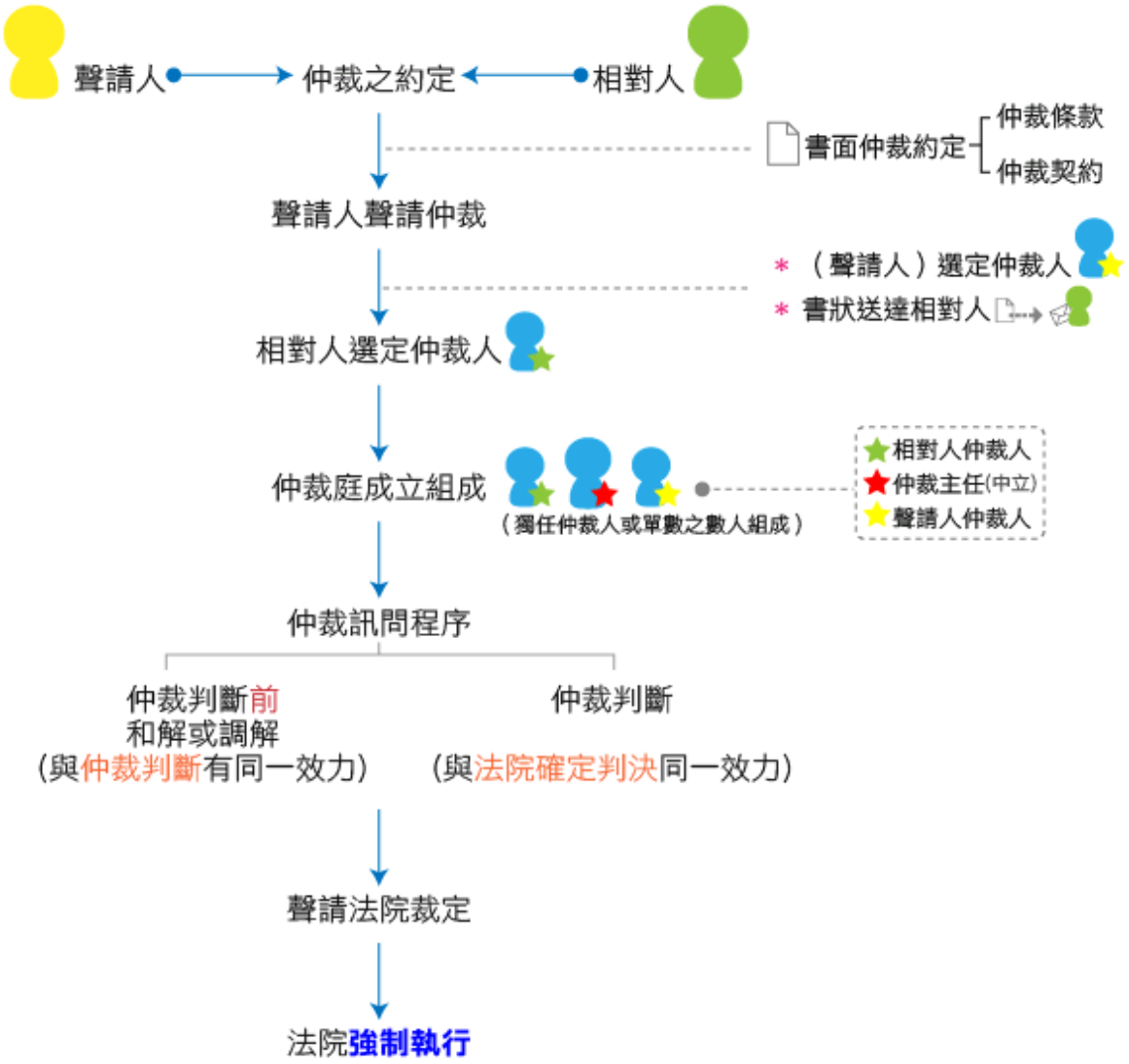


圖 3　仲裁之程序圖

資料來源：http://www.rclaw.com.tw/SwTextDetail.asp?Gid=7733

第二節　線上爭端解決機制

所謂線上爭端解決機制（Online Dispute Resolution, ODR）主要是由傳統的爭端解決機制（Alternative Dispute Resolution, ADR）發展而來，其目的係藉由專家提供意見的方式，取代法院繁瑣程序，提供因網路上消費交易而產生爭議之快速、有效率及經濟的解決爭端方式，亦即利用網路以線上方式處理交易所生爭議。

再者，由於近年網路消費型態大量崛起，衍生出特別以消費者為主體之消費者爭端解決（Consumer Dispute Resolution, CDR），甚而因利用線上解決方式而有線上消費者爭端解決（Online Consumer Dispute Resolution）處理因網路消費所生爭議。

第一項　線上爭端解決機制之定義

美國的聯邦交易委員會（Federal Trade Commission, FTC）、經濟合作發展組織 OECD、全球電子商務論壇 GBDe 等組織對於網路交易所利用之爭端解決機制所下定義為：「涵蓋所有訴訟體系以外，公正解決企業對消費者間以電子或透過網路等方式所締結之契約，而產生有關權利義務爭執之方法[38]」。

[38] Global Business Dialogue's (GBDe)working group on Alternative Dispute Resolution (ADR), Draft June 9, 2000.「The term "Alternative Dispute Resolution (ADR)" in these recommendations covers all methods of resolving disputes related to obligations resulting from contracts concluded "electronically" (primarily over the Internet) between professional sellers of goods or providers of services and final consumers (B2C), operated by neutral bodies other than public courts, under published rules of procedure.」.

從此定義來看，線上爭端解決機制即以電子或透過網路等方式解決爭議，而有別於訴訟程序之另一種紛爭解決方式。早期處理爭端的過程，在近幾年之發展下，開始出現各種模式，包括線上協商（Online Negotiation）、線上調解（Online Mediation）與線上仲裁（Online Arbitration）三種類型，近期也開始有線上客服（Online Complaint）等制度。且實體世界之爭端也可適用 ODR 處理，未必限於線上行為所產生之爭端。

再者，線上爭端解決機制可大幅降低網路消費爭議之處理成本，並具有以下優點：（1）提供經濟快速的解決方法；（2）符合網路交易特性；（3）降低跨國交易糾紛解決的困難度，有利國際商務進行；及（4）有效減少社會訴訟成本[39]。因此，線上爭端解決機制係效法實體世界法律體系內既有之替代性紛爭解決制度，而具有「替代性法律訴訟程序」之本質，以取代或補充傳統以訴訟為目的之糾紛解決機制。

第二項　線上爭端解決機制之應具備要求

一、獨立超然的立場（Independence）[40]

獨立超然的立場代表著公平正義的概念，此不僅是法院為訴訟程序的基本原則，也是所謂法庭外處理爭端機制（Out-of-court dispute

[39] 同註 16，頁 40-42。
[40] 同註 31，頁 27-28；同註 25，頁 56-57。

settlement）必須遵循之原則。而此原則讓利害關係雙方當事人可以在網路上充分陳述意見，並保護消費者權益，讓一個公正、獨立且不受影響的第三人為客觀判斷並為雙方解決爭端。且若貫徹此項原則，對於參加 ODR 電子商務者而言，也是表現對於消費者之負責態度，另一方面也會增加消費者對電子商務業者之信任度，也較不會產生糾紛發生時 ODR 偏袒業者之憂慮。

二、低廉的服務費用（Law Cost）[41]

所收取的費用必須低廉，並確保申訴及處理過程中不會再衍生其他費用，而造成消費者的負擔。如此才可解決買方如採用訴訟程序所需支出之高額費用之缺點。而這項費用應包括了此機制運作之費用、製造調解機會與程序上之費用。

三、透明性原則（Transparency）[42]

此原則係指 ODR 會公開說明其處理爭端的流程及調解的規則，俾使顧客了解其運作，使得紛爭更可透明有效率的處理。而關於調解之方式，則應清楚與明確說明，包括受理的爭端類型、處理之方式、爭執金額的上限限制、雙方在程序上應遵守的規定、做成決定的資訊、服務項目及協議成立後之法律效力。而 ODR 對於爭端的處理所具

[41] 同前註 40。
[42] 同前註 40。

備的公正性與過程的公開性，是此項機制受電子商務交易雙方及政府肯定的主要原因。

四、自由性（Liberty）[43]

利用 ODR 處理電子商務交易糾紛時，程序的進行是採當事人自由原則。雖然 ODR 所為的決定有拘束雙方當事人的效力，但前提是雙方當事人在進行程序前有受拘束及承認其結果的意思。但若消費者不願意接受 ODR 對該糾紛的決定，亦不會剝奪其為一般訴訟途徑尋求救濟之可能。

第三項　線上爭端解決機制之種類

於 1990 年代中期興起之 ODR，在近 20 餘年之發展下，開始出現各種應用模式[44]，然至今並無單一之 ODR 制度足以解決所有網路爭端，就 ODR 實務運作現況而言，亦如同實體 ADR 以協商、調解及仲裁為最常見之應用型態[45]。

主要之網路替代性紛爭解決機制茲概述如下：

一、線上客服

[43] 同前註 40。
[44] Ethan Katsh & Leah Wing, *Ten Years of Online Dispute Resolution (ODR): Looking at the Past and Constructing the Future*, 38 U. Tol. L. Rev. 19, 19 (2006).
[45] Stephen J. Ware & Sarah Rudolph Cole, *Introduction : ADR in Cyberspace*, 15 Ohio Sr. J. On Disp. Resol. 589, 589 (2000); Aashit Shah, *Using ADR to Resolve Online Disputes*, 10 Rich. J.L. & Tech. 25, 25 (2004).

（一）屬企業經營者自行架設網站提供商品或服務時

當企業經營者本身即是商品或服務之提供者時，如透過網路做為銷售媒介，通常於該同一交易網站上會揭示業者相關資訊。一旦發生糾紛時，消費者得據該交易網站所提供聯絡資訊反應問題。

而當未獲回應或其回應無法令消費者滿意時，消費者通常會轉而尋求其他替代紛爭機制或訴訟機制以求救濟，故性質上亦屬替代性爭端解決機制之一種，甚至為消費者採取替代性爭端解決解決機制之前階程序[46]。

（二）屬網站平台業者與供應商合作之銷售模式時

在網路購物平台類之銷售通路與供應商合作之電子商務模式中，交易主體為網站平台與消費者，一旦發生消費相關問題時，通常消費者首先會選擇向網站平台業者之客服中心反應。

而通常較具規模之網路購物平台業者，普遍皆設有相關客服之窗口，負責彙整顧客申訴相關資訊，並以交易當事人一方之身分主動處理契約糾紛並將該申訴向商品或服務之供應商(賣方)反映[47]。

（三）屬網路平台之特約商店交易模式時

網站平台業者招募業者進駐開設商店之銷售模式中，網路平台業者將自己定位為平台，提供商店經營者張貼廣告或利用代收付款機制

[46] 經濟部，98 年度新網路時代電子商務發展計畫，線上爭議處理及客服申訴機制建議報告書，2009 年，頁 4-10。
[47] 同前註 46。

等服務支援，但不介入商店與消費者間之交易契約，亦不涉入消費者與網路商店間之交易紛爭，並於服務條款中會為責任限制之聲明。

然實際上，因消費者往往係基於對網路平台品牌聲譽或規模之信賴，才考慮利用該平台進行交易，平台亦因提供商家開設網路商店之虛擬空間而收取服務費用或租金。而基於消費者對網路平台業者之信賴，網路平台業者應具有過濾商家品質之社會責任[48]。

（四）C2C 模式時

最典型之 C2C 電子商務模式即網路拍賣，此種電子商務模式通常係利用大型商務購物網站平台所提供之空間。縱然網站平台業者並未介入雙方交易，但由於消費者保護意識抬頭，網站平台業者於交易紛爭發生時，通常亦主動擔任溝通媒介之角色，透過電子郵件之方式催促雙方回應或面對問題。

網站平台亦可能採行「購物補償制度」或「履約保證」等若干補償消費者損失之措施；在受損害之一方無法獲得補償時可利用此等補償制度，於符合一定要件後先行取得補償[49]。

二、消費者申訴及調查

消費者申訴多半在發生在 B2C 的網路交易，由於消費者在交易過程中不論在經濟條件或資訊的取得比較困難，而在發生交易爭端時

[48] 同前註 46。
[49] 同前註 46。

，不管在爭取權益或事實調查方面，均有條件及能力不足的情形，較易居於不利的地位[50]。

基於保護消費者的立場，有些國家多會在其消費者保護法律體系中，強調解決消費者申訴的重要性並依法建立申訴機制，或在自律規範中要求業者建立申訴服務管道，以彌補消費者的弱勢，並確立商業行為的公平性。

此外，諸多推行信賴標章之國家為確保消費者對於網路交易之信心，標章認證單位亦通常會提供消費者申訴服務，以建立良好之社會形象。而許多民間消費者組織或商業組織、貿易協會，甚至業者組成之公協會，亦可能提供類似之消費申訴服務[51]。

然而，消費者申訴機制主要係站在保護消費者之立場調查及處理交易爭端事項，與仲裁或調解形式之 ADR 機制中，裁判者係採取中立之立場有所差別。因此，申訴機制之處理效果通常不太一致，若為依法建立之申訴機制，其處理效果將具行政處分之效力，拘束性較強；而民間建立之申訴處理機制，若賣方為申訴處理組織之會員，通常較可能遵循處理之結果，否則，其他情況下因組織對成員之拘束力強弱不一，故其處分效果需視實際情況而定[52]。

---

[50] 財團法人資訊工業策進會科技法律中心，網路交易爭端解決機制之法律研究，行政院經濟建設委員會委託研究，2002 年，頁 17。

[51] 同前註 50。

[52] 同前註 50。

三、線上協商

線上協商為 ODR 中最簡便之爭端解決模式，如同實體協商，線上協商無固定程序，不涉及特定法律之適用，亦無中立第三者居中協助，全然由當事人自行磋商解決爭端[53]。在各種線上協商機構中，可略分為「自動協商」（Automated Negotiation）與「輔助協商」（Assisted Negotiation）兩大類型。自動協商機制多用於解決單純的金錢糾紛如買賣價金、賠償金數額等紛爭，當事人藉由網站程式設計彼此輪流出價，有如競價般，當雙方提出的數額，差距在 15 %以內，即可達成協議。而輔助協商則是經由技術人員的協助，透過電子郵件、網站聊天室（Live chat room）或視訊會議等方式，雙方直接磋商，進而化解歧異或達成相互妥協的結果。

線上協商之優點在當事人可直接控制協商過程與結果，包含採取之原則、程序、地點、是否須尋求第三人協助，以及對於協商結果之接受與否，均由當事人雙方自行研議解決。惟由於線上協商機制並不具強制力，如何使紛爭當事人雙方透過線上協商機制達成合意後，進而執行雙方協商內容，為目前線上協商所面臨最大考驗[54]。

四、線上調解或調處[55]

[53] LUCILLE M. PONTE & THOMAS D. CAVENAGH, CYBERJUSTICE: ONLINE DISPUTE RESOLUTION (ODR) FOR E-COMMERCE 20 (2005).
[54] *Id.* at 21.
[55] *Id.* at 21.

ODR 若採線上調解或調處程序，其爭執當事人可採取透過第三方之協助以進行協商，並以較溫和之方式解決問題。經此一程序所作成之線上調解或協商之結果，必須在達成雙方合意之情形下方能發生作用。亦即在各種網路通訊工具適當運用之下，當事人得就紛爭充分交換意見，使得線上調解亦得達到有效解決紛爭之目的；但與實體調解相同，線上調解程序進行之中，調解人並不能作出拘束力當事人的決定，其作用在於使當事人了解事件的客觀情事，並提出關於紛爭解決的建議方案。

除特殊之情況下，一般而言並無任何機關得以執行該線上調解或協商程序所作成之結果，因此，其拘束力並不如仲裁式之替代紛爭解決程序明顯，對於程序方面之規定，亦較任意且並不嚴謹。

而線上調解或調處之程序進行中，任一方當事人可隨時終止程序之進行。此種類型替代性紛爭解決程序之性質，較類似契約關係，在雙方未達成合意前，調解或調處之結果就無法成立。而一方當事人拒絕履行或遵守調解或調處之結果時，其法律效果應視同違反契約。

目前此一方式在實務運作方面，亦把協商（negotiation）納入達成線上調解或調處結果之程序方式之一，但實際上仍須依賴協商協助人（assisting negotiator）引導當事人進行相關程序，故仍以調解為程

序之核心[56]。

線上調解所面臨的問題，大致上亦與線上協商相同，由於是否採取調解以及是否履行調解決定，完全取決於當事人的自主意願，如何提高當事人進行線上調解的誘因以及一套具體執行調解決定的措施，為此機制能否持續發展的重要關鍵。

五、仲裁式線上紛爭解決程序

仲裁式線上紛爭解決程序需先區別之概念為：此一程序雖名為仲裁，主要特徵亦為雙方當事人約定將紛爭交由第三人介入為判斷，且約定服從其判斷，但其機制運作上較一般之仲裁更具彈性，也可依當事人之要求而有拘束性與不具拘束性之區別。

仲裁式線上替代性紛爭解決程序採當事人進行之對抗程序，處理過程類似法院之審理程序，由仲裁人就雙方當事人所提出之爭議及事實於線上進行判斷而做出決定。此一程序與一般仲裁程序最大之不同，在於雙方當事人不需事先選擇作成決議之仲裁人。其過程通常僅需依循線上仲裁相關程序之規則進行。

既判力方面，通常仲裁式替代性紛爭解決程序所做成之判斷結果，將依參與仲裁程序雙方之合意而生契約之效力並得到法院之承認，故可具有如同確定判決之效力，因此，仲裁理由之書面，亦為此一機

[56] *Id*. at 21.

制之當然形式要件。

第四項　ODR 相較於 ADR 之優勢與劣勢

一、優勢

（一）經濟、有效率且節省訴訟成本

ADR 之模式雖較一般訴訟制度簡便，但仍須雙方當事人全程實體參與，仍須耗費相當時日。而 ODR 的運作，除了緩和目前法律在網路商業行為中的未及因應的窘境，其透過網路協商，雙方當事人無須親自到場，在網路上向仲裁人或調解人表達意見或與對方討論，即時迅速地釐清雙方問題並調和雙方爭執，對忙碌的現代人而言，是一種相當有效率的解決方式。且低廉的服務費用也使得當事人有較高的意願利用此項機制來解決難題，故此機制不會使得買賣雙方耗費過多金錢與時間，可節省原須支出之過多訴訟成本[57]。

（二）降低跨國交易糾紛解決的困難度，有利國際商務進行

因網路管轄之衝突，致使法律適用在電子商務的糾紛中成為一項難題，ADR 模式需於特定地點踐行相關程序，在地域的限制下，若紛爭當事人相隔甚遠，不利 ADR 解決爭端。但在 ODR 運作之後，這項難題因此有了另外一種迂迴解決的可能。因為 ODR 的調解或仲

[57] 同註 31，頁 26-27；同註 25，頁 58-59。

裁並不完全以某地的法律適用為原則，而是直接透過網路提供爭執雙方解決爭端的空間，這個空間有時候也是存在於網路中，藉此種跨區域（cross-border）的處理方式，能有效並實際地解決遠隔兩地的雙方之需求，即 ODR 可避免準據法與管轄權之考量，亦有助於跨國電子商務交易之發展。

（三）專業性

ODR 須確保專家顧問群確實秉持公平性及獨立性的原則，調解當事人間爭議，包括使各當事人有公平表示其意見的機會。因此調解仲裁之專家顧問人選須經過推薦遴選程序，雖然不限具備法律專業資格者，但須確定具備專業領域的調解能力，以確保可達到雙方滿意的服務標準。如有可能影響之事由，雙方當事人可立即向爭議調解機構說明，由爭議調解機構指定替代人選續行程序[58]。

（四）理性解決爭端

通常在糾紛中，傳統面對面之協商常常因當事人會有仇人相見分外眼紅之心態導致無法達成共識，使得面對面解決糾紛的可能性不高。若雙方當事人透過 ODR 協商之距離感，足以讓當事人可冷靜、理性地與對方或調解人溝通，進而達成協議，雙方都可因此互蒙其利。又 ODR 協商方式可透過即時之線上對談或視訊會議，抑或是非即時

[58] 同註 35。

之 Mail 往來，其透過文字溝通，通常也比直接語言來的理性、平和，故其多可以盡可能解決爭端。

（五）強調隱私權與營業秘密保護

電子商務網站販賣的內容五花八門，包括拍賣高價物品或一些具個人私密性的物品。且現在拍賣網站競標的顧客，係以匿名方式為之；也有一些顧客習慣用匿名方式購買商品，而這類的糾紛如訴諸訴訟程序，則無異對買方而言是項大難題。而 ODR 程序均過電子通訊方式加密進行網上處理爭執功能，除獲當事人之同意，否則全程均不得對外公開，恰可為這類消費者提供一個保護之私密空間，並解決其爭端，不會讓買方應想保有其私密性而放棄處理紛爭，因而更加保護當事人之隱私權、營業秘密或專業上機密之保護。

二、劣勢[59]

（一）當事人之信賴度及法律上之拘束力

由於 ODR 全程在虛擬環境中進行，雙方當事人與居中協調之第三者彼此並未會面，不似 ADR 程序之進行，係採取實體直接面對面之溝通方式，且 ODR 完全依賴當事人自願之合意與服從，各項通訊行為，並無法律上之拘束力。此等缺乏法律效力之 ODR 制度，該如何提升並建立當事人對於 ODR 之信賴度，為目前 ODR 發展之重要

[59] 同註 57。

議題。

（二）網站資訊之安全性

非即時性面對面溝通、程序之進行全程無須公開、有效保護當事人之隱私或機密為 ODR 之優勢之一。然而，由於 ODR 高度依賴網路及資訊科技，因此應如何確保網路資訊安全，避免第三人不當刺探或知悉當事人之機密，已成為 ODR 制度能否有效推行之必要條件。於網路犯罪層出不窮的現在，應更加重視 ODR 機制是否具備充足資訊安全防護能力。

第三節　我國現行消費爭議處理機制

第一項　他律機制

一、各目的事業主管機關之消費者保護機制

在完整之消費者保護體系下，各目的事業主管機關依消費者保護法、機關組織法及執行政策上相關之作用法，屬於實質上之消費者保護爭議處理機構[60]。

消費者保護法第 6 條規定，本法所稱主管機關，在中央為目的事業主管機關。而同法第 3 條[61]更明定政府為達成本法之目的，應實施

[60] 消費者保護法第 6 條。
[61] 消費者保護法第 3 條。

若干措施，並應就與該事項有關之法規及其執行情形，定期檢討、協調、改進之。

因此，各目的事業主管機關不但須擔負商品及服務消費者保護之第一層把關之工作，一旦發生消費爭議，除透過行政院消費者保護之申訴管道外，各目的事業主管機關應依消費者保護法第六條及第三條，負責消費者保護申訴及調查機制之運作。

二、消費者團體之爭議處理機制

現行消費者團體之爭議處理機制，主要為中華民國消費者文教基金會（簡稱消基會）所提供之消費者一般申訴及線上電子郵件申訴制度。該會受理之案件主要為關於日常生活中，食、衣、住行、育、樂、醫等各方面之民生消費性爭議問題[62]。

惟受限於資源及人力，目前該會不受理下列類型之爭議[63]：

（一）非屬於消費性問題之申訴，例如勞資糾紛、具賣方身份之買賣糾紛（如售屋、合建等）、投資理財之糾紛（首飾、股票）等。

（二）消費之目的為營利或生財者。

（三）已進入司法訴訟程序之消費糾紛。

[62] 中華民國消費者文教基金會，http://www.consumers.org.tw/unit330.aspx，最後瀏覽日：2015/06/10。

[63] 同前註 62。

（四）申訴之對造非為台、澎、金、馬地區者。

（五）本會認為不宜處理者（例如：業者之申訴）。

（六）消費者之要求顯不合理或不願依相關法令之規定提出要求者。

（七）現行法令尚未允許消費者爭取者。

此外，基於一般消費者多數認為現行機制爭議處理過程及時間過長，消基會於民國 2002 年 9 月通過將於未來成立「友善調處聯盟」，受理書面或網路請之消費爭議申訴案件，為一非法律架構下之自發性爭端處理機制[64]。

根據消基會友善聯盟明定之爭議處理原則，案件必須於十日內完成處理，而只要認同該聯盟之業者，皆可申請加入。是項制度提供企業與消費者較迅速之爭端解決平台，當消費者選擇運用此方式解決爭議時，消基會將要求消費者簽署切結書，表明其認同並願意遵照調處之結果。在此制度設計下，業者與消費者皆必須遵循調處聯盟建議之爭端解決方式。

此外，為避免資訊外流，在爭議處理過程中，消費者及業者皆必須遵守保密原則。同時，聯盟對於配合度高之業者，將給予「優良企業」之評鑑結果；相對地，經勸導卻改善不佳之業者，將遭除名之處

[64] 該制度之設計類似澳門誠信商店， 澳門特別行政區政府消費者委員會網站，http://www.consumer.gov.mo/c/certshop2.asp，最後瀏覽日：2015/06/10。

分，並將相關訊息向消費大眾揭露，因此，對業者而言仍具一定程度之影響力與拘束力。

第二項　產（行）業自律機制

目前與我國電子商務爭議糾紛處理相關之自律機構，主要為中華民國網路消費協會（簡稱網消會）[65]與台北市消費者電子商務協會（簡稱 SOSA）[66]，負責接受申訴意見之反映並作為調解電子商務爭議之窗口。同時，為貫徹自律以減少交易糾紛，是類單位並推動網站經營者資訊透明化及網站評鑑制度之推行。

一、中華民國網路消費協會

中華民國網路消費協會係全國性消費者保護團體中，最具規模之網站認證組織，為一公益性質之消費者保護團體。其所推行之優良網站認證制度，對符合條件之網站經營者，授予優良網站之認證標章[67]。

取得認證之網站經營者，除一方面可藉此標章於網站之揭示提升商譽及形象外，另一方面亦須繼續遵守該認證機構所訂定之網站交易安全規章，並妥善處理消費者申訴。同時，經認證之網站每日必須向該會辦理線上報到並即時更新資訊，以避免消費者閱覽過期資訊。此外，並須自我審查刊登於網站之廣告，以避免虛偽不實或引人錯誤之

[65] 中華民國網路消費協會網站，http://www.nca.org.tw/，最後瀏覽日：2015/06/10。
[66] 同註 35。
[67] 同註 65。

情事發生。網消會對於取得認證之網站有權進行不定期查核，當網站有嚴重違規事項時，將被取消認證資格[68]。

在網路交易糾紛之處理上，網消會提供不同之消費申訴機制：

（一）消費者申訴專區

任何消費者遭遇電子商務一般交易相關問題時，可登錄會員利用消費者申訴專區之功能，填寫欲申訴之商家名稱及反應事項，網消會將相關訊息傳送至對象之電子郵件信箱，並給予該被申訴對象回覆之機會。網消會在此僅扮演訊息傳遞媒介之角色，爭議事件或意見反應完全由交易當事人雙方進行自行溝通處理[69]。

（二）網路拍賣爭議處理

網消會「網路拍賣爭議處理」機制，則係針對網路拍賣所衍生糾紛進行調解，由買方提出申訴，在當事人雙方均表示同意接受調處之前提下，由協會指派之調處委員作成判斷。其機制設計上（主要為整合式網頁）可使爭議雙方載明爭議事實、協商條件、瑕疵證據照片，以及拍賣商品網頁，而調處委員得依據相關證物之內容釐清問題並作成解決方案。經調處委員作成判斷，案件即告終結，同一爭議即不得再重新向網消會提出[70]。

由於調處委員所作調處結果並無拘束力，因此，若一方未遵守該

[68] 同註 65。
[69] 同註 65。
[70] 同註 65。

調處結果，他方僅能透過網站信用評等制度表達訴求。惟目前僅有經認證之平台之消費者可使用此網路拍賣爭議處理機制[71]。

（三）補償申訴

網消會所規劃之「購物補償制度」係由參與此機制之業者，先提撥一筆保證金與網消會或其他中介保管機構，網消會即授予業者網消會購物補償標章，供業者公告或張貼於網站，以揭示該網站之相關購物保障[72]。

若消費者於前述之網站購物發生消費爭議，並向該網站提出申訴未果，得進一步向網消會申請購物補償申訴，以新台幣壹萬元作限額補償。當消費者提出補償申請時，視為同意接受網消會之調處，雙方必須於網消協會所指定之時間、地點進行調處。

二、台北市消費者電子商務協會（SOSA）

SOSA 為一非營利之公益組織，以監督網站業者、建立完善電子商務環境及確保消費者利益為宗旨。對於申請且願意遵守優良電子商務行為準則」之業者，SOSA 將授予優良電子標章[73]。其次，SOSA 亦建立「資訊透明化電子商店」信賴標章制度，網站業者申請且通過審查者得獲頒標章，供消費者作為辨識，並予以定期或不定期查核[74]。

[71] 同註 65。
[72] 同註 65。
[73] 同註 35。
[74] 同註 35。

在網路交易爭議處理方面，鑑於電子商務業者花費極高之成本處理客訴事件，但仍無法有效解決問題，SOSA 因此提供線上選擇性爭議處理機制，開放予網站業者申請，嗣後各該業者可於網站上放置 SOSA 標章供消費者點選連結。當消費者遭遇消費爭議時，得逕透過該網站之連結向 SOSA 提出申訴，由 SOSA 協助消費者與業者雙方透過協會之爭議處理機制，共同解決問題[75]。

第三項　共律機制

一、金融消費爭議之評議制度

（一）制度緣起

2008 年雷曼兄弟連動債在台灣造成為數眾多投資人受害之事件，暴露出我國既有之金融消費爭議處理機制並無法快速、有效地使因金融服務業之不當銷售行為，而受損害之金融消費者權益實獲得保障。為加強落實對金融消費者權益之保障，並達到快速、有效處理金融消費爭議之目的，在各界共識之下，我國於 2011 年通過「金融消費者保護法」之立法，其所採取之金融消費爭議評議機制，成為我國替代爭議解決機制之一種新態樣。

為應此一機制之實施，我國現由行政院金融監督管理委員會依據

[75] 同註 35。

「金融消費者保護法」捐助設置非官方之消費者保護暨爭議處理專責機構「財團法人金融消費評議中心」(簡稱消金評議中心),以執行金融消費者保護制度[76]。

(二)制度內容

依前揭「金融消費者保護法」之規定,當接受銀行、保險、證券等金融服務業者提供之商品或服務之金融消費者與金融服務業者間,發生民事爭議時,在向金融服務業申訴,仍無法獲得滿意之回應,消費者可向消金評議中心申請評議[77]。

消金評議中心主要採取之爭議解決措施為「試行調處」,若調處不成功,才轉由具有專業性與公正性之評議委員會,就雙方主張進行下一階段之書面評議[78]。倘書面評議之結果決定金融業者應賠付消費者,投資型商品或服務之應賠付金額在新台幣一百萬元以內,非投資型商品或服務之應賠付金額在新台幣十萬元以內,當金融消費者願意接受且業者亦事先以書面聲明願意接受該賠付之額度時,雙方必須接受該評議結果,故對於業者發生法律上之拘束力。此一拘束力之存在,乃金融消費爭議處理機制與其他訴訟外紛爭解決機制最大之不同[79]。

(三)評議機構之建制

[76] 金融消費者保護法第 13 條。
[77] 金融消費者保護法第 13 條。
[78] 金融消費者保護法第 23 條第 2 項。
[79] 財團法人金融消費評議中心,
https://www.foi.org.tw/Article.aspx?Arti=646&Lang=1&Role=1&Pno=4,最後瀏覽日:2015/06/10。

其次，金融消費者保護法第 14 條[80]規定：「爭議處理機構為財團法人，捐助財產總額為新臺幣十億元，除民間捐助外，由攻府分五年編列預算捐助。爭議處理機構設立時之捐助財產為新臺幣二億元。」第 15 條[81]明定：「爭議處理機構應設董事會，置董事七人至十一人。爭議處理機構置監察人一人至三人。爭議處理機構之董事及監察人，由主管機關就學者公正人士遴選（派)之。」至於爭議處理機制，同法第 16 條[82]規定：「爭議處理機構設金融消費者服務部門，辦理協調金融服務業處理申訴及協助評議委員處理評議事件之各項審查準備事宜。爭議處理機構內部人員應具備之資格條件，由爭議處理機構擬訂，報請主管機關核定。」

金融消費者保護法第 17 條及第 18 條第二項[83]則明定爭議處理「評議委員會」之組成。爭議處理機構為處理評議事件，設評議委員會，置評議委員九人至二十五人，必要時得予增加，其中一人為主任委員，均由董事會遴選具備相關專業學養或實務經驗之學者、專家、公正人士，報請主管機關核定後聘任。評議委員任期為三年，期滿得續聘。主任委員應為專任，其餘評議委員得兼任。評議委員均應獨立公正行使職權，其應具備之資格條件、聘任、解任、薪酬及其他應遵行事

[80] 金融消費者保護法，http://law.moj.gov.tw/LawClass/LawAll.aspx?PCode=G0380226，最後瀏覽日：2015/06/10。
[81] 同前註 80。
[82] 同前註 80。
[83] 同前註 80。

項之辦法由主管機關定之。

關於評議事務之處理，分別於同法第 18 條至第 30 條規範之。第 18 條規定[84]，評議委員會為處理評議事件，得依委員專業領域及事件性質分組。第 19 條規定[85]，金融消費爭議當事人，就他方當事人於爭議過程所提出之申請及各種說明資料或協商讓步事項，除已公開、依法規規定或經該他方當事人同意者外不得公開。爭議處理機構及其人員對所知悉金融消費爭議之資料及評議過程，除法規另有規定或經爭議雙方之同意外，應保守秘密。

評議委員對於評議事項涉及本人、配偶、二親等以內之親屬或同居家屬之利益、曾服務於該金融服務業離職未滿三年或有其他足認其執行職務有偏頗之虞時，應自行迴避；經當事人申請者，亦應迴避。如評議委員及當事人對於應否迴避有爭議，應由爭議處理機構評議委員會決議該評議委員是否應予迴避，並由爭議處理機構將決議結果於決議之日起三日內，以書面通知當事人。評議委員會主任委員應於預審委員自行迴避或前項評議委員會決議預審委員應予迴避之日起五日內，另行指派預審委員[86]。

（四）申訴及評議程序

1. 金融消費者應先向金融服務業提出申訴，金融服務業應於三十日

[84] 同前註 80。
[85] 同前註 80。
[86] 金融消費者保護法第 18 條。

內處理並回覆金融消費者[87]。

2. 金融消費者不接受處理結果者或金融服務業逾上述期限不為處理者，金融消費者得於收受處理結果或期限屆滿之日起六十日內，向評議中心申請評議。金融消費者已依其他法律規定調處或調解不成立者，亦得於調處或調解不成立之日起六十日內申請評議[88]。

3. 金融消費者直接向評議中心提出申訴者，評議中心之金融消費者服務部門應將該申訴移交金融服務業處理[89]。

4. 評議中心得試行調處（調處結果須雙方同意），調處成立者，將調處書送請法院核可，調處書經法院核可者，與民事確定判決有同一之效力；調處不成立則進行評議（準用評議書之程序）[90]。

5. 金融消費者申請評議有下列各款情形之一者，評議中心應決定不受理，並以書面通知金融消費者及金融服務業。但其情形可以補正者，評議中心應通知金融消費者於合理期限內補正[91]：

(1) 申請不合程式。

(2) 非屬金融消費爭議。

(3) 未先向金融服務業申訴。

(4) 向金融服務業提出申訴後，金融服務業處理申訴中尚未逾三十

[87] 金融消費者保護法第 13 條第 2 項。
[88] 金融消費者保護法第 13 條第 2 項。
[89] 金融消費者保護法第 13 條第 2 項。
[90] 金融消費者保護法第 23 條。
[91] 金融消費者保護法第 24 條。

日。

(5) 申請已逾法定期限。

(6) 當事人不適格。

(7) 曾依本法申請評議而不成立。

(8) 申請評議事件已經法院判決確定，或已成立調處、評議、和解、調解或仲裁。

(9) 其他主管機關規定之情形。

6. 評議程序以書面審理為原則，並使當事人有於合理期間陳述意見之機會。評議委員會認為有必要者，得於陳述意見期日七日前書面通知當事人或利害關係人親自至指定處所陳述意見或邀諮詢顧問列席評議委員會說明。當事人請求到場陳述意見，評議委員會認有正當理由者，應給予親自到場陳述意見之機會，並於陳述意見期日七日前書面通知當事人[92]。

7. 評議中心於受理申請評議後，應由評議委員會主任委員指派評議委員三人以上為預審委員先行審查，並研提審查意見報告[93]。評議委員會應公平合理審酌評議事件之一切情狀,超然獨立進行評議，以全體評議委員二分之一以上之出席，出席評議委員二分之一以

[92] 金融消費者保護法第 26 條。
[93] 金融消費者保護法第 25 條第 1 項。

上之同意，作成評議決定[94]。評議決定，應自評議中心受理評議申請之日起三個月內為之；必要時，得予延長，並通知當事人。延長以一次為限，最長不得逾二個月。

8. 評議委員會之評議決定應送達當事人，當事人應於評議書所載期限內，以書面通知評議中心，表明接受或拒絕評議決定之意思，評議經當事人雙方接受而成立[95]。

9. 金融服務業於事前以書面同意或於其商品、服務契約或其他文件中表明願意適用本法之爭議處理程序者，對於評議委員會所作其應向金融消費者給付每一筆金額或財產價值在一定額度以下之評議決定，應予接受；評議決定超過一定額度，而金融消費者表明願意縮減該金額或財產價值至一定額度者，亦同[96]。上開「一定額度」之定義，依金管會規定如下：

(1) 銀行業及證券期貨業所提供之投資型金融商品或服務，其一定額度為新臺幣一百萬元。

(2) 銀行業及證券期貨業所提供之非投資型金融商品或服務，其一定額度為新臺幣十萬元。

(3) 電子票證業所提供之非投資型金融商品或服務，其一定額度為新臺幣十萬元。

[94] 金融消費者保護法第 27 條第 2 項。
[95] 金融消費者保護法第 29 條第 1 項。
[96] 金融消費者保護法第 29 條第 2 項。

(4) 保險業所提供之財產保險給付、人身保險給付（不含多次給付型醫療保險金給付）及投資型保險商品或服務，其一定額度為新臺幣一百萬元。

(5) 保險業所提供多次給付型醫療保險金給付及非屬保險給付爭議類型（不含投資型保險商品或服務），其一定額度為新臺幣十萬元。

10. 金融消費者得於評議成立之日起九十日之不變期間內，申請評議中心將評議書送請法院核可。評議中心應於受理前述申請之日起五日內，將評議書及卷證送請評議中心事務所所在地之管轄地方法院核可。評議書經法院核可者，與民事確定判決有同一之效力，當事人就該事件不得再行起訴或依金保法申訴、申請評議[97]。

11. 金融消費者依其申訴或申請評議內容所得主張之請求權，其時效因依金保法申訴或申請評議而中斷。但有下列情形之一者，前項請求權時效視為不中斷[98]：

(1) 申訴或評議之申請經撤回。

(2) 申訴後未依第十三條第二項規定申請評議（逾法定期限）。

(3) 評議之申請經不受理。

(4) 評議不成立。

[97] 金融消費者保護法第 30 條。
[98] 金融消費者保護法第 21 條。

12.費用之收取[99]

(1) 金融消費者向評議中心申請評議，完全無須繳交規費。

(2) 有關服務費之收取，原規定逐案依調處、評議之結果，向金融服務業收取，惟於 2012 年 12 月 25 日修正，改為金融服務業應依主管機關所訂之標準，按年繳交服務費（即總繳之方式），故爭議處理服務費最終之負擔者為金融服務業及評議中心。

（五）對於評議結果之救濟途徑

對於評議中心之評議決定，原則上必須金融消費者及金融服務業雙方均接受，方能成立，一定額度以下之評議決定則強制金融服務業接受（即單方拘束），亦告成立，評議成立後始有必要送請法院核可，而產生與民事確定判決相同之效力，當事人就該事件不得再行起訴或依本法申訴、申請評議[100]。故經由雙方自由意願接受之評議，尚無不服評議之問題，有可能採取事後救濟途徑者，應屬一定額度以下強制接受之案件。依金保法規定，其救濟途徑類似仲裁法對於仲裁判斷不服之程序：

1. 評議書經法院核可後，依法有無效或得撤銷之原因者，當事人得向管轄地方法院提起宣告評議無效或撤銷評議之訴[101]。

2. 前項情形，準用民事訴訟法第五百條至第五百零二條及第五百零

[99] 金融消費者保護法第 13 條第 4、5 項。
[100] 金融消費者保護法第 30 條第 4 項。
[101] 金融消費者保護法第 30 條第 5 項。

六條、強制執行法第十八條第二項規定（即準用提起再審之理由）[102]。

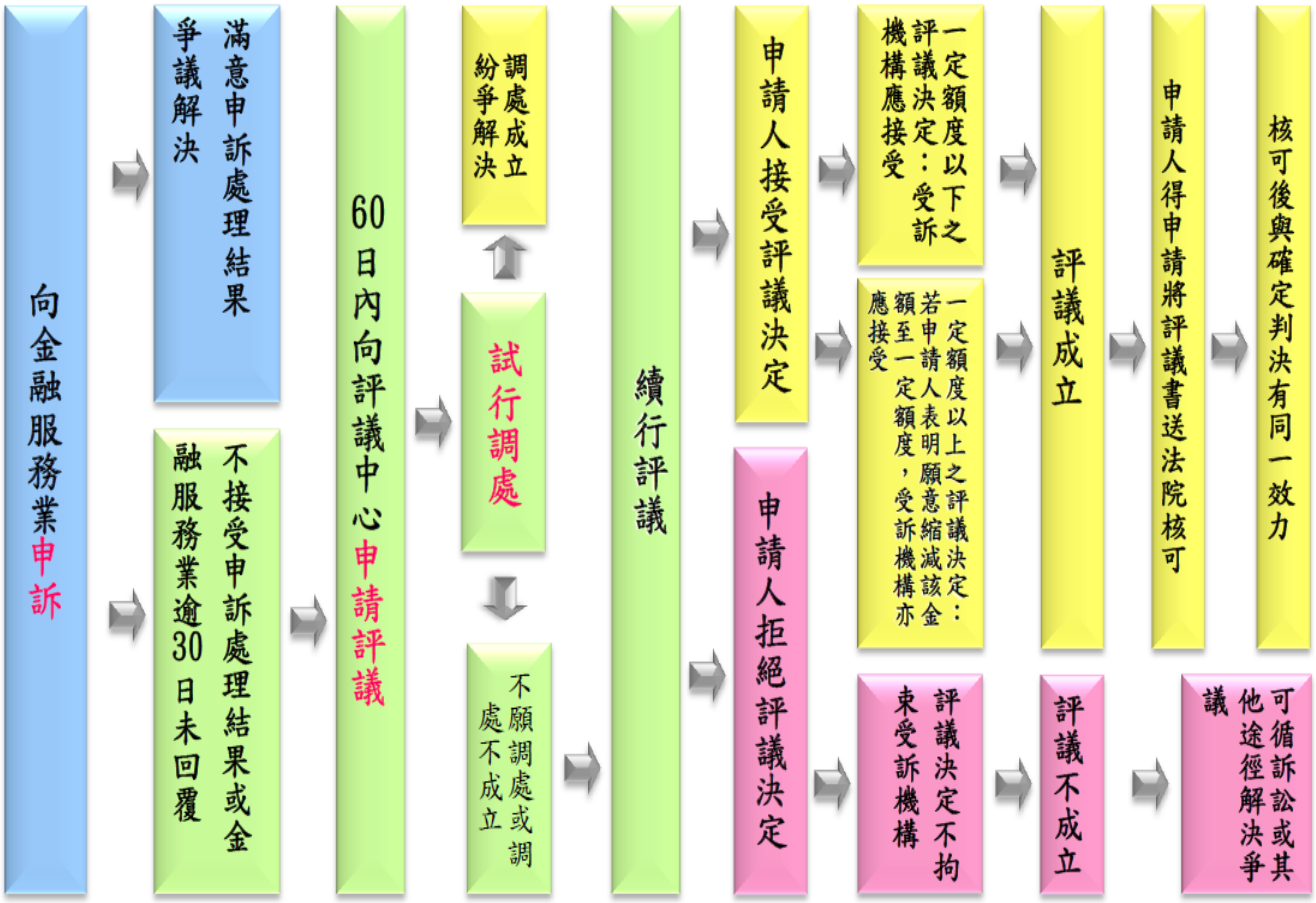


圖 4　金融消費爭議處理機制流程圖

資料來源：本研究自行整理。

二、證券投資或期貨交易糾紛調處機制

除前述之金融消費爭議之評議，當消費者遭遇證券投資或期貨交易糾紛，致使自身權益受有損害時，除可藉由民事訴訟程序提起訴訟，請求法院裁判外，亦可透過公正之調處機構進行調解，避免進入訴

[102] 金融消費者保護法第 30 條第 6 項。

訟程序，耗費精神與體力，以疏減訟源[103]。

依「證券投資人及期貨交易人保護法」之規定，政府設置財團法人證券投資人及期貨交易人保護中心，該中心設置調處委員會，專責處理證券投資人或期貨交易人之民事爭議事件申訴及調處事宜[104]。調處事件經雙方當事人達成協議，調處即成立[105]。此時，調處委員會將調處結果作成調處書，並送請管轄法院審核；一旦經法院核定之調處，便與民事確定判決具相同之效力[106]。

另民事事件若已繫屬於法院，在判決確定前，當事人向該中心申請調處成立並經法院核定者，亦視為於調處成立時已撤回起，此機制不但省卻繁瑣之法院訴訟程序，交易紛爭亦可在耗費成本極低之情況下獲得妥善解決[107]。

第四節　小結

解決民事糾紛的最後手段為法律訴訟，雖然具有強制力，但因其程序冗長及費用高昂，會造成訴訟雙方精神與經濟上之負擔，對於一些消費金額較小或性質單純之糾紛實不符合效益，因此實務上簡易訴訟程序或小額訴訟程序進行之初，法官經常會視案件性質勸諭兩造當

[103] 財團法人證券投資人及期貨交易人保護中心網站，http://www.sfipc.org.tw/main.asp，最後瀏覽日：2015/06/10。
[104] 證券投資人及期貨交易人保護法第 5 條。
[105] 證券投資人及期貨交易人保護法第 25 條。
[106] 證券投資人及期貨交易人保護法第 26 條。
[107] 證券投資人及期貨交易人保護法第 27 條。

事人進行調解。

而電子商務之崛起，帶給消費者及業者無限選擇及商機，然而隨之發生的線上消費糾紛，因為網路無遠弗屆的特質，使得交易地點與產生糾紛著地點難以界定，於是在判斷適用法律及管轄權問題上受到挑戰，亦可能造成法律衝突，使得案件的解決增加相當的困難度，而在訴訟經濟與訴訟成本的考量下，尋求跨國訴訟是否適當，此些問題，均是電子商務目前所刻不容緩待以克服之線上消費糾紛難題。

至於線上消費爭端解決機制，乃是利用網際網路跨越地理疆界之特性，以網路作為爭端解決之平台，透過當事人間之合意，可免除對於管轄權認定之問題，且網路強大的傳輸通訊功能，更可使透過網路解決消費糾紛之機制較傳統交易爭端解決機制更加快速且更有效率。

因此線上消費爭端解決機制處理的結果雖不具法律上拘束力，但其處理的模式卻是符合民事關係的私法自治原則，雙方當事人自由理性地協商解決爭端。就現實面而言，採用線上消費爭端解決機制乃實際解決問題之方法，除較為經濟有效率外，同時也維持了消費者與業者間的和諧關係，亦可促進電子商務之發展。

又我國現行相關消費爭端解決機制，可分為他律、自律、共律三面向。他律部分，主要為依據消保法負消費者保護義務之各目的事業

主管機關，其現行解決糾紛之模式，主要以網站或電子郵件方式於線上受理消費者之申訴。

其次，自律部分，目前各大型線上購物及拍賣網站提供之線上客服，即為最基本之線上消費爭端解決機制。若論及行業自律部分，中華民國網路消費協會及台北市消費者電子商務協會，則已建立線上消費爭議協商機制，爭議當事人可藉由線上機制，針對爭議進行協調與溝通。此外，旅遊品保協會針對不論是透過網路或實體所訂定之旅遊契約糾紛，業已實施調處及共保機制，消費者在與業者協調之過程中，在一定之條件下，更可事先獲得損害賠償。

至於共律機制部分，目前最主要之機制為消費金融評議機制及證券投資或期貨交易糾紛調處機制，皆係透過政府捐助成立之第三公正機構，針對相關消費爭議，提供消費者以調處為主之消費爭端解決機制。因此消費爭端解決機制係基於特別法之授權所設量，法律並賦予一定之拘束力，惟其機制之建制成本亦高於自律機制。

而目前國際組織、歐盟、美國、日本經常使用 ODR 解決電子商務之糾紛，其對於 ODR 不僅不遺餘力提倡外，亦嘗試透過立法方式，希冀以法制力量帶動 ODR 制度之發展與運用，可為我國參考之借鏡。

第肆章　國際組織及各國線上爭端解決機制之發展介紹

由於網路無國界之特性使得消費者不論位於何處皆可透過網際網路至國外網站消費，於產生消費糾紛時，易產生跨境的訴訟困擾，因此，隨著網路跨境消費所帶來的消費糾紛問題，發展線上消費糾紛爭端解決機制是必然之趨勢。而我國欲建立跨國的線上消費糾紛爭端解決機制時，建議將各國的相關法制及實例之發展納入參考，以避免與國際無法接軌。以下論述有2010年以前國際組織即世界貿易組織、經濟合作發展組織、全球電子商務論壇及美國、日本 之相關規範；近五年（2011 年開始）聯合國、歐盟、中國大陸之法制及機制發展情形。

第一節　世界貿易組織（World Trade Organization, WTO）

1998 年，WTO 發表「電子商務與 WTO 扮演角色」之研究報告，將電子商務初步定義為「藉由通訊網路生產、廣告、買賣以及配銷產品」[108]。之後又通過「電子商務工作方案」，正式將電子商務定義為「透過電子方式所進行之貨物或服務織生產、銷售、行銷、交易或傳遞之總稱」[109]。

[108] WTO, *Electronic Commerce and the Role of the WTO*, http://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/special_study_2_e.pdf, last visited 2015/06/10.
[109] WTO, *Work Programme on Electronic Commerce*, http://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/wkprog_e.htm, last visited 2015/06/10.

而後通過之「全球電子商務宣言[110]」，以期能號召各成員國對於涉及電子商務的貿易問題建立檢查機制，制定一個全面的工作計畫考察所有與電子商務相關的貿易物品。

第二節　經濟合作發展組織（Organization for Economic Cooperation and Development, OECD）

OECD認為，電子商務為將來網路世界經濟成長的主要因素，其將能提供更好的工作機會、擴大國際貿易、並增加社會福利；然而由於電子商務本質上具有跨國性，因此其成功很大一部分將依賴國際政策協調，以解決所發生的糾紛。OECD之任務，即在於考量諸多因素後，作成政策分析，以利建構更為良好的電子商務環境。為因應電子商務所可能帶來的諸多問題，從1999年起OECD陸續通過一系列有關遠程消費者保護的文件，對於遠距消費議題提供許多政策性的指導地位。其中包括：

一、1999 年「電子商務消費者保護指南」

OECD 公布「電子商務消費者保護指南」（OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce）[111]，該指

[110] WTO, *The Geneva Ministerial Declaration on Global Electronic Commerce* (Adopted on 20 May 1998), http://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/mindec1_e.htm, last visited 2015/06/10.

[111] *Recommendation of the OECD Council Concerning Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce, 1999,* http://www.jus.uio.no/lm/oecd.consumer.protection.in.electronic.commmerce.guideline.recommendati

南的適用範圍專門針對電子商務的B2C契約的消費者保護。OECD希望透過該指導原則之頒布，建立消費者對於電子商務之信心，並促成電子商務環境中更趨平衡之企業與消費者關係。為達成此一目標，各會員國政府必須檢討其國內現行之消費者保護法令，以因應電子商務之需求，並檢視有助於提供有效及公平保護消費者之行業自律方式[112]。

該指南提出幾項核心指標內容：（1）充分的資訊揭露政策；（2）保護消費者線上購物免受詐欺和不公平商業行為的侵害；（3）為消費者提供安全可靠的支付機制；（4）提供公平、效率及切實有效的爭議解決機制及消費者救濟機制，尤其考量現有的管轄權和法律使用規範是否適用於遠距消費契約，並對現有規範進行調整以力求適應電子商務的發展[113]。

雖然該指南對各會員國並無國際法上之拘束力，但其會員國有義務加以遵循。依據該指南，電子商務消費糾紛之解決，必須著重於管轄權、準據法以及救濟管道等議題，鼓勵各會員國發展能夠提供消費者公平、省時且不昂貴之機制。

二、2003 年「保護跨境消費者免受欺詐商業行為損害的指南」

---

on.1999/toc.html, last visited 2015/06/10.

[112] 陳思廷，B2B 電子商務訴訟外爭議處理(ADR)機制之研究（上），科技法律透析，2002 年 5 月，頁 22-24。

[113] *Supra* note 116.

此指南（Guidelines for Protecting Consumers from Fraudulent and Deceptive Connected Practices Across Borders）旨在建立一個架構體系以打擊線上消費詐欺的行為[114]。

三、2004 年「電子商務爭端解決說明書」

2004年6月OECD於伊斯坦堡（Istanbul）舉行第二次中小企業部長會議 （OECD Conference of Ministers responsible for SMEs ），主題為協助中小企業因應全球化之衝擊，針對B2C及B2B電子商務爭端解決提出一份簡易的說明書「線上解決電子商務爭端：消費者申訴與商務糾紛之正確行為」（Resolving E-Commerce Disputes On-Line：Doing the Right Thing about Consumer Complaints and Business Disputes）[115]，主旨在於指導中小企業應如何妥善處理網路交易產生之爭端，並有效利用相關ADR制度。

根據該份說明書，電子商務業者應立於使用者之角度，思索使用者之真正需求。電子商務業者應採行之首要步驟，在遇有消費爭端時，對於消費者之申訴處理，應於其網站上充分揭露其資訊，包括電話號碼及電子郵件等，以利使用者與業者聯繫。其他應於網站上揭露者

[114] *OECD Guidelines for Protecting Consumers from Fraudulent and Deceptive Connected Practices Across Borders, 2003*, http://www.oecd.org/internet/consumer/oecdguidelinesforprotectingconsumersfromfraudulentanddeceptivecommercialpracticesacrossbordershtml.htm, last visited 2015/06/10.

[115] *OECD SMEs Resolving E-Commerce Disputes On Line: Doing the Right Thing about Consumer Complaints and Business Disputes*, http://www.oecd.org/cfe/smes/31919880.pdf, last visited 2015/06/10.

，尚包括隱私保護（Privacy Protection）、契約條款及訂約條件（Terms and Conditions）、消費爭議處理服務（Customer Complaint Service），以及無條件退費機制（Money Back Guarantee）等重要資訊，以提高網路消費者購買之動機。

另一方面，對網路使用者而言，亦有尋求爭端處理政策（Policies on Dispute Settlement）之需求。部分已加入安全認證（Seal）或信賴標章機制之電子商務業者，已符合最低程度之標準。其次，消費者亦可能有第三方支付服務（Escrow Service）之需求，由買賣方以外之第三方暫時保管消費者之價金，直到消費者收受商品或服務為止。再者，亦有部分業者提供保險機制，若消費者未收到訂購之商品或服務時，將可自該業者取回已支付之金額。前述之各項要素，均為電子商務業者經管網路事業應加以考量之事項[116]。

此外，電子商務業者應於網站上明訂內部爭端解決機制（Internal Complaint Handling Systems），將有助於確保消費者的信心，代表電子商務業者願意善盡維持其商品或服務之品質，同時亦可以避免昂貴的跨國紛爭發生之可能，亦能建立良好企業形象並反映消費者之意見以供電子商務業者參考。

在內部爭端解決機制之考量上，該說明書建議業者應建立起事前

[116] *Id.*

防範政策，以避免爭端發生；若有爭端發生時，應建立良好的申訴管道，以利消費者表達意見，避免消費者訴諸法律。針對於消費者提出之申訴，電子商務業者應進行有效之紀錄，以便加以分析、決定對策，且對於消費者申訴的內容應盡可能加以瞭解，並追蹤處理進度[117]。

內部爭端解決機制難以完全解決各項糾紛時，電子商務業者可尋求外部ADR制度解決爭端。除一般ADR制度外，該份說明書亦建議電子商務業者可採行ODR制度，以處理某些無法透過內部機制解決之爭端，ODR機制在費用、時間工仍具有相當吸引力，對於爭端雙方都有益處，使業者及消費者無需出門即可利用ODR解決爭端。

至於業者於契約條款中選擇ADR制度時，應考慮該公正第三者所將扮演之角色、法律所將扮演的角色、第三者是否有相當資格（若是交易具專業性，則需有專業的公正第三者）以及是否願意接受程序結果之拘束；電子商務業者則應考慮其有無固定的紛爭解決規則、其收費多寡（業者可否自行吸收費用）、其運作方式、ADR業者是否有保密責任等。惟該說明書最後仍提及部分爭端可能無法全然透過ADR解決，因此電子商務業者仍可能需面對訴訟程序（包括跨國訴訟），而應將此一部分問題納入最初之爭端解決策略考量之中[118]。

四、2007 年「消費者糾紛解決及救濟意見書」

[117] *Id.*
[118] *Id.*

此意見書（Recommendations on Consumer Dispute Resolutions and Redress）提出一些解決國內及跨境遠距交易消費契約糾紛的原則，包括線上解決機制和非線上的解決機制[119]。

五、2008 年「關於行動商務中消費者保護及強化保護的政策指南」

此指南提出許多行動商務模式等新技術帶來的消費問題，並要求政府給予更多關注[120]。

六、2008 年「行動商務新興消費者保護及強化之政策指引」[121]、「通訊服務消費者保護及強化保護的政策指南」

兩者旨在確保使用通訊服務的消費者能夠得到充分的保護[122]。

七、2009 年 12 月在美國召開了「強化電子商務消費者保護」研討會

研討會主題環繞如何強化網路經濟中消費者保護，會中並獲致以下共識：第一，電子商務消費者保護不應侷限於B2C，還應考慮C2C中消費者的保護問題；第二，新型的遠距消費方式，也就是行動商務模式（M-Commerce）；第三，強化支付安全，因為支付安全是消費者決定是否採用遠距購物方式最重要的決定因素；第四，在遠距消費

[119] *OECD Recommendations on Consumer Dispute Resolutions and Redress, 2007*, http://www.oecd.org/sti/consumer/oecdrecommendationonconsumerdisputeresolutionandredress.htm, last visited 2015/06/10.
[120] *OECD Policy Guidelines for Addressing Emerging Consumer Protection and Empowerment Issues in Mobile Commerce, 2008*, http://www.oecd.org/sti/consumer/40879177.pdf, last visited 2015/06/10.
[121] *Id*.
[122] *Id*.

契約方面，建立透明、清晰的遠距消費契約機制、明確不公平條款的確定標準；第五，要為遠距消費者，尤其是跨境的遠距消費者，提供有效的糾紛解決機制和救濟機制[123]。茲將相關議題及建議彙整如下表[124]：

表 1　OECD 電子商務消費者保護議題

議題面向	議題重點
強化付款機制及保護安全	1. 消費者信心對線上付款機制仍舊不足，必須確保消費者於受害時可以透過機制獲得賠償。 2. 應透過消費者教育，讓消費者瞭解現行各種保護措施。 3. 應就付款機構是否有依規定及自律措施提供必要之保護進行確認，若消費者遭受未授權交易時，其所應負之責任應加以限制。 4. 就 1999 年綱領之安全付款部分予以加強，並建立救濟機制，倘消費者遭遇貨品未寄達或收到之貨品與訂單不同時可以獲得補償。
加強行為廣告及個資保護	1. 線上行為廣告藉由追蹤消費者於網路上之瀏覽行為模式，主動提供消費者可能有興趣的廣告，但涉及消費者隱私問題，例如：(1) 缺乏如何蒐集及保存個資之資訊；(2) 第三者未經消費者同意擅自使用個資；(3) 不公平商業行為（如個資遭移作商業行為使用）。 2. 就行為廣告之個資之搜集、分享與使用必需透明，且須取得消費者同意。
契約議題	1. 契約條款經常不易瞭解且極不公平，建議就 1999 年綱 2. 領之公平商業行為及交易資訊揭露部分詳加說明，以利消費者充分獲得告知，並拒絕不利條款。 3. 有關消費者權益及義務之條款應盡量白話以利消費者瞭解，尤其數位內容產品之交易應優先適用。

[123] *DSTL/CP (2009) 20/FINAL, OECD Conference on Empowering E-consumers Strengthening Consumer Protection in the Internet Economy Background Report, Washington D.C., 8-10 December 2009.* http://www.oecd.org/ict/econsumerconference/, last visited 2015/06/10.

[124] 行政院消費者保護會，OECD 通過強化網路社會之消費者保護研討會結論報告，2010 年，頁 1-14。

議題面向	議題重點
數位內容產品資訊透明化	1. 合約透明度及不公平條款之預防：與數位內容產品交易有關之合約條款通常冗長且不易瞭解，更有甚者是合約包含不公平條款。 2. 限制數位內容產品之使用：合約對於產品之使用限制未透明化。業者對於條款之變更必須通知消費者，並說明其變更之原因；此外，對於限制使用範圍所涉及之公平性議題亦須加以重視。
數位內容產品相容性（interoperability）	1. 部分產品限制必須使用特定的器材才能使用。 2. 應針對產品互通性議題研議解決對策。
強化執法及賠償機制	1. 取締仿冒及盜版：須加強對盜版及仿冒品網站之取締。當消費者被指控盜版時，同時須賦予正當程序的權利。 2. 賠償措施：就數位內容產品之瑕疵退換部分，，必須強化有關之賠償機制。 3. 分析工作：購買數位產品時，消費者必須事先瞭解之重要資訊類型進行研究。
兒童之保護	1. 應加強對於年齡認證之技術開發，並加強於行動裝置（手機）之採用。 2. 對兒童之網路廣告進行更廣泛之研究，包括遊戲廣告及社交網路。研究重點： (1)既有消保法規是否能涵蓋有關廣告； (2)法令適用於商業或非商業之活動並非明確，例如部落格。
行動商務之消費議題	1. 行動商務（手機）消費之議題包括：限制選擇權（如軟體相容性）、資訊揭露不足、申訴處理不易、隱私權問題、付款過程缺乏確認程序。 2. 手機廠商應開發出良好作業準則及標準，以利政府及業界有所遵循，包括年齡認證機制。

議題面向	議題重點
責任 （Accountability）	1. 加強國內及跨境之執法機關合作。 2. 強化企業責任、透明化、爭議處理及執行。 3. 加強消費者對下列事項之信心： (1)需要企業經營者之背景資料及設立處所； (2)如發生爭議，必須有可靠之爭議處理機制； (3)消保機制必須發揮功能，尤其是跨境爭議。 4. 強化政府機關對跨境議題之執法能力，包括：資訊蒐集與專家之交換、持續推動執法機關之對話、以及擴展執法範圍。例如，政府機關必須擁有控告不法業者之能力（the ability to prosecute wrongdoers）。
電子商務法制架構	1. 就電子商務本質發展特殊之工具以為因應。 2. 開放產品內容及服務之網路存取權限，以及消費者能否跨越國界購買其他國家之產品問題亦引起關注。 3. 電子商務交易通常金額不大，消費者即使受騙上當或產品出問題，通常亦不願正式提告，因此，必須建立一套有效的線上爭議處理機制。
網路詐騙	要求加強防制網路詐欺行為。
網路平台業者 （Internet intermediaries）的角色	1. 平台業者應以合理及合乎比例的方式，協助政府機關介入防制網路詐騙工作。 2. 必須對第三者張貼之內容負責，特別是涉及毀謗的內容。 3. 網路平台業者提供之資訊必須透明，特別是價格比較網站、搜索引擎及消費者評比/回饋網站，網站之支持或贊助單位也應對消費者清楚揭露。

資料來源：本研究自行整理自行政院消費者保護會，OECD 通過強化網路社會之消費者保護研討會結論報告，2010 年。

第三節　全球電子商務論壇（Global Business Dialogue on Electronic Commerce, GBDe）

全球商業電子商務論壇（GBDe）係由民間企業所組成之非官方組織。由於其會員多為全球知名企業，GBDe之決議，多數會透過組

織之會員向其政府提出建議。因此，GBDe提出之建議案或指導原則亦逐漸受各國政府及國際組織之重視。而GBDe極力倡導線上ADR機制（ODR）之建立，並積極推動務使其成為政府政策之一環[125]。

GBDe 於2000 年成立了三個工作小組，分別為：「信賴標章」（Trustmarks）、「隱私及個人資料保護」（Privacy / Personal Date Protection）及「替代性爭端解決制度」（Alternative Dispute resolution Systems）小組，希望透過細部分工，針對相關領域提出建言，以利全球電子商務之推展。

針對電子商務快速增加的消費爭議，GBDe 認為在網路無國界的環境下，消費者跨國訂購商品或服務的次數，以及伴隨而來的消費爭端，將無可避免地增加。GBDe 工作小組於2001年9月提出針對ADR制度之建議案（Consumer Confidence Alternative Dispute Resolution）[126]。經過2年的發展與修正，GBDe 於2003年11月於美國紐約召開的會議中，與「國際消費者組織」（Consumers International）共同簽署聯合聲明，推動「ADR 制度指導原則」（Alternative Dispute Resolution Guidelines）[127]。

針對電子商務環境下的ADR 制度，GBDe 則分別就「電子商務

[125] GBDe, http://www.gbd-e.org/ch/membership.html, last visited 2015/06/10.
[126] *GBDe Consumer Confidence Alternative Dispute Resolution*, http://www.gbd-e.org/ig/cc/Alternative_Dispute_Resolution_Recommendation_Sep01.pdf, last visited 2015/06/10.
[127] *GBDe Alternative Dispute Resolution Guidelines*, http://www.gbd-e.org/ig/cc/Alternative_Dispute_Resolution_Nov03.pdf, last visited 2015/06/10.

業者」、「ADR 服務提供者」以及「政府部門」等三方面提出具體的建議：

一、對電子商務業者提出之建議[128]

（一）鼓勵建立內部顧客滿意機制（In-house Customer Satisfaction Programs）

當電子商務活動中業者與消費者產生爭議時，電子商務企業本身在消費爭議解決上提供的措施，不但是消費者第一時間的選擇，往往也是最受消費者青睞之方式。就交易形式與解決方式本質而言，電子商務業者內部處理程序，甚至更有效於ADR 制度，例如若干電子商務業者對於特定金額以下的小額交易紛爭，消費者可以選擇無條件的退費。而內部處理機制相對於ADR 制度而言，更能夠直接回應消費者之申訴。

（二）透過 ADR 解決爭端的可能性[129]

電子商務業者除非其內部爭端處理機制之處理方式，已可完全滿足消費者之需求，否則縱有此機制，電子商務業者仍應於其網站上告知消費者其他的ADR 解決方式，並將之作為交易條款的一部分，且須告知消費者應如何進行ADR 程序及其產生之效果。

---

[128] *Id.*

[129] *Id.*

然而，ADR制度只是爭端發生時可供消費者選擇的解決方法之一，而不是附加於消費者之義務。對於潛在的消費者，電子商務業者必須使其知悉適用ADR 制度的條件、成本、法律性質（仲裁、調解...等）、法律效果（是否具有拘束力、強制執行力...等），及其他爭端解決之管道。而電子商務業者在爭端發生時，不得採用任何不當方法，阻止消費者利用ADR 制度。

（三）有拘束力之仲裁（Binding Arbitration）[130]

對於消費者，電子商務業者應盡量避免使用仲裁，因為仲裁本身具有拘束力的法律效果，極易削減消費者對於電子商務之信心。在信賴標章的體系內，仲裁的拘束力對電子商務業者是一種義務；另一方面，對於消費者則是信心的強化，但此等拘束力將使消費者在某些狀況下受限，且此時所面臨的還有公平性、公開、爭端處理透明性等問題。

建議電子商務業者若要採取仲裁方式解決與消費者之間之爭端，必須事先充分告知消費者，使其自願參與，且必須在爭端發生之後方得採用，而不可事先約定仲裁條款。

二、對 ADR 服務提供者（ADR Service Providers）提出之建議[131]

（一）公平性（Impartiality）

[130] *Id.*
[131] *Id.*

ADR 制度之人員必須保持公正（Impartiality），保證其於爭端處理上之超然獨立，以強化ADR 機構本身之信譽。為此，應有適當的方式證明ADR 制度之公正性，包括監察單位的成立，以及依據特定標準指派爭議解決處理人員。

上述人員必須防止其受到來自電子商務業者或消費者任何一方的壓力，特別是每當有重大爭議或決定結果對紛爭當事人雙方具有約束力時，此時即必須採用高標準的透明性。例如公布調解人的姓名以使當事人雙方得知、使任一方有權質疑其公正性，或例如某電子商務業者經常運用特定的仲裁機構時，則其仲裁人則必須持續輪替，以保證仲裁人之公正性。

（二）ADR 人員之資格（Qualification of ADR officers）[132]

ADR從事爭端解決之人，必須有充分的技巧與訓練，但此等之人並不以具有律師資格或專業執照者為限。

（三）易於使用及方便性（Accessibility and Convenience）[133]

ADR必須使各地之人均能便捷地接觸及使用，於此，線上服務顯係較受青睞的模式。對於爭議案件所須的文件作業，應當保持最低限度，而消費者在申請文件上，亦應當獲得充足之指引。且紛爭當事人雙方與ADR 機構三方之間的語言問題，應有適當之解決方式。

[132] *Id.*
[133] *Id.*

（四）時效性（Speed）

為達到處理之效率，ADR 必須盡速解決爭端，以滿足消費者與電子商務業者的需求，通常而言，ADR必須較法院解決糾紛的速度更加快速。

（五）費用相當性（Low cost for the consumer）[134]

提供消費者的ADR服務，必須是免費或合理的費用，或僅出於無益申訴時始酌收費用。ADR的案件過濾機制或是企業內部的消費者申訴流程，應就消費者提出之申訴進行先期評估。事實上，相較於行政或法律程序，對於消費者或電子商務業者而言，ADR的成本往往較低。

（六）透明度（Transparency）[135]

ADR的運作必須符合公開程序規則，使得消費者清楚知悉尋求補償的所有資訊，以決定消費者將來應利用ADR 制度或是法院訴訟途徑尋求救濟[136]。

---

[134] *Id.*

[135] *Id.*

[136] 為了確保 ADR 的信用與接受度，其應包含下列之資訊：
必須告知當事人雙方爭端的態樣、所涉團體、與涵蓋區域有關的限制，以及此一爭端涉及之金額。
必須告知當事人雙方爭端解決機制之程序規定，包含事前程序及其他程序規則，例如線上或非線上、口頭聽證程序、是否須親自出席或可由他人代理出席、程序之使用語言，以及是否有再次陳述之機會等。
協議決定方式及其管理架構。
明示爭端解決處理人員的名單及其選擇之過程，並使該等人員能夠為雙方所接受，或有對之異議的可能性。
爭端解決程序可能的花費，包括程序結束時所裁定之金額。
以何種規則解決此一爭端，包括個案決定的主要規則，如法律條款（Legal Provisions）、衡平法（Considerations of Equity）或行為準則（Codes of Conduct）等。
程序進行之方式，其中包括程序之決定應否加以公開或是逕予保密。

（七）代理原則（Principle of Representation）[137]

爭議程序處理的過程中，不論採取線上或非線上之方式，均須使有關人員有機會表示其觀點，並得知對方之看法，且不可剝奪任何一方表達的權利或接受第三方協助之權利。

（八）消費者自覺（Consumer Awareness）[138]

除非在特殊的狀況之下 ，消費者與電子商務業者同意雙方以仲裁方式解決爭端，否則消費者將不因採用ADR而須放棄向法院尋求救濟之機會。ADR僅是爭端發生時，出於當事人意願的選擇（Voluntary Option），而非為契約上義務（Contractual Obligation）。具有仲裁效力的決定，必須雙方均於事前已接受告知，並在雙方均已同意的前提之下方可為之；電子商務業者不可在爭端尚未確定之前，即要求消費者同意接受仲裁，否則此等同意無異將剝奪消費者向法院尋求救濟之機會。

（九）法律之執行（Referrals to Law Enforcement）[139]

ADR在得到消費者同意下，須將爭端提交予法定強制執行機關認可，若有詐欺情事存在或有濫用權利的情況出現，則ADR應將前述提交法定強制執行機關之情事，告知電子商務業者。

協議之強制力及任何其他可能的救濟方式。
ADR 業者應在對特定資料保密的同時，發表年度報告，以便做成進行評估，年度報告應包括爭端處理前與處理後，對於消費者較有利或是業者之資訊。

[137] *Supra* note 127.
[138] *Supra* note 127.
[139] *Supra* note 127.

三、對政府單位（Governments）之建議[140]

（一）有關管轄權及準據法之國際規則

政府應推動全球性ADR之發展，並應出於國際視野（International Perspective）與其他國家或國際組織共同致力於ADR。

即便ADR可以解決許多糾紛，但現行絕大部分的爭端仍訴諸法院。此一原因出自於ADR本身的諸多疑慮，各國政府應儘速說明其在電子商務之管轄權及準據法議題上有關ADR之疑問，以鼓勵投資並增加消費者信心。

（二）鼓勵消費者滿意機制及 ADR 之使用[141]

政府應主動推動公眾對於ADR的認識，與ADR在解決電子商務爭端扮演的角色，並使電子商務業者持續努力建立內部消費者滿意機制（Customer Satisfaction System），以使其成為ADR或法院訴訟的前置措施。此外，在政策上並應鼓勵民眾多加利用ADR，以取代傳統的法院訴訟途徑。

（三）教育及訓練活動

政府應支持並推動ADR提供的ADR人員教育活動。

（四）鼓勵有效率之 ADR 制度[142]

---

[140] *Supra* note 127.
[141] *Supra* note 127.
[142] 且政府應允許 ADR 在衡平法（Equity）或行為準則的基礎上加以運作，同時不應限制爭端解決人員須擁有正式的律師資格或執照。在某些國家，具有律師執照之人方能進行調解與仲裁程序，然取消此等規定（Deregulation）並建立更合適的法律架構，應是努力之方向。

政府應鼓勵消費者將「消費者滿意機制」作為採行ADR的首要步驟，並加速推動更高品質之ADR，使之獨立、彈性、透明與更符合經濟效益，而不應以由誰提供之標準而有所歧見。

而政府的首要任務，應在於達成ADR之競爭及相互協助，而政府亦應在消費者利益、商業公平、透明性、符合成本效益性與促進電子商務發展等因素綜合考量之下，成立一「評鑑制度」（Accreditation Systems）。任何由政府主導的評估規則（Assessment Rules），均應由消費者團體、電子商務業者，及其他利害關係團體共同研擬，且必須盡可能地與其他國家或地區一致，以利推動包含自律規範（Self-Regulatory Codes）在內的國際準則及規則之發展。另一方面，獨立的評價及分級制度（Assessment and Ratings Systems），亦應有助喚醒消費者意識（Consumer Empowerment）。

（五）保持最低程度的程序及方法要求[143]

政府應取消部分立法中對於ADR必須依循訴訟程序規定之要求。如果將法院運作方式套用於ADR之上，將妨礙ADR在網路上的發展性。當事人若利用ADR解決爭端，應使其能自由地決定程序進行的架構，以滿足其對於爭端解決結果完全透明化與資訊揭露之需求[144]。

（六）公、私部門於政策之合作（Policy Cooperation between Public

[143] *Supra* note 127.

[144] 尤其政府應避免並消弭因創新科技，特別是針對身份確認（Authentication）與安全（Security）機制之立法，所造成消費爭端處理上的障礙，始能適當的保護線上的機密與安全。

and Private sector）[145]

政府應確保公、私部門（Public and Private Sector）維持令人滿意且多樣化的ADR體系之平衡，保持緊密的合作，以期反應消費者與電子商務業者的需求，並使之易於為消費者所了解。

（七）強制措施

當ADR 制度無法符合其所宣示的政策或程序，應採取適當的強制措施。

四、綜上，GBDe 針對 ODR 之發展所提出之重要建議彙整如下[146]：

（一）鼓勵消費者使用企業內部之消費申訴處理機制。一方面，企業內部之消費申訴處理機制為第一線且最能有效降低消費者抱怨之紛爭解決方式。另一方面，經由企業與消費者自行協商解決問題，較有效率。例如：企業面對小額消費糾紛，多半可能傾向提供無條件全額退款，而非訴諸 ADR 以外之紛爭解決方式甚至司法系統。

（二）企業須充分告知消費者得使用之特定一家或數家 ADR 系統，以解決可能之交易紛爭，並將之作為交易契約條款之一部份。

（三）程序之公正透明。為了確保 ODR 之公正性，可採行之方法包括建立完善監督體系，或依據特定標準，決定紛爭解決人員之

[145] *Supra* note 127.
[146] *Supra* note 127.

任用。當紛爭標的較為重大，處理程序之透明度也必須相對提高。

（四）程序及機制必須易於利用、明確及公開。ODR 機制應具使用之便利性。例如：申訴案件受理程序應盡可能簡化，並提供最詳盡之解說。消費者必須獲得充分資訊，始待進一步選擇使用 ODR 系統或傳統訴訟程序。為確保消費者之信賴及對於系統之接受度，相關資訊應包括如何進行申訴，以及進行之過程等等，且程序必須符合明確及公開之原則。

（五）合乎效率之期待。為求合乎消費者與企業對效率之需求，ODR 系統對於紛爭之解決必須十分迅速。

（六）收費低廉且易於負擔。ODR 服務之提供應該免費，或為減少無意義之申訴而須酌收適當費用。ODR 系統應建立過濾機制，或透過消費者申訴機制對申訴事項進行早期評估[147]。

第四節　美國

第一項　線上消費者保護原則

美國聯邦交易委員會（Federal Trade Commission, FTC）與商務部（Department of Commerce, DOC）於 1999 年共同會商探討如何有效

[147] *Supra* note 127.

率保護線上消費者，提高消費者對於電子商務之信心，並針對促進消費者之合作關係，以發展線上消費者救濟機制[148]。

為此， FTC 於 1999 年 6 月召開「全球電子市場中消費者保護展望會議」(Public Workshop: Alternative Dispute Resolution for Consumer Transactions in the Borderless Online Marketplace)，集合政府、企業、企業、學界及消費者團體等，討論 ADR 制度之發展[149]。

與會者將 ADR 與傳統訴訟程序相較，鑒於 ADR 具有彈性、迅速、簡易且成本低廉等諸多優點，而建議企業界、消費者團體與各國政府在消費者保護議題上盡可能採用。同時亦提出未來值得努力的方向[150]：

（一）爭端解決模式全球化下，應降低跨國交易所生紛爭可能產生的語言與文化的隔閡，加強潛在的消費者對各 ADR 或 ODR 服務提供業者的認識與信賴，並呼籲各國政府採取統一 ADR 的政策。

（二）致力於科技發生在 ADR 上的運用，以提高效率與對安全等要求。

---

[148] 陳秀峰，線上訴訟外爭端解決機制一自電子商務消費者保護觀之(上)，司法周刊，第 1059 期，頁 3，2001 年 11 月。

[149] *Federal Trade Commission , Commerce To Host Public Workshop To Explore Online Dispute Resolution*, https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2000/02/ftc-commerce-host-public-workshop-explore-online-dispute, last visited 2015/06/10.

[150] *Id*.

（三）應建立多元化的 ADR 機制，如現行調停、仲裁與金錢爭議中雙方各自出價再視情形調整差額以求解決等模式。

（四）確保 ADR 程序之公正與效率，為了確保公平與效率，所有參與者應確保 ADR 機制是免費、經濟的、易使用、透明且快速。研討會亦建議須在公平與效率間求取平衡。

（五）應加強對於消費者與企業 ADR 之教育。

（六）針對 ADR 相關詐欺及欺瞞之行為採取對抗措施，並尋求法律執行機構協助。

此外，FTC 於 2000 年 9 月探討全球化電子市場之消費者保護的報告中，也指出 ADR 在國際消費者保護上的關鍵地位。除了跳脫出正式司法程序的框架，無須直接面對跨國訴訟中管轄法院、準據法等難題外，也提供消費者在能力、時間、費用上能夠負擔得起的爭端解決途徑[151]。

第二項　現行電子商務相關法制

美國為網際網路電子商務之創始國，從聯邦交易委員會主導之郵購或電話購物規則（The Mail or Telephone Order Merchandise Rule）[152]

[151] *Id*.
[152] *Business Guide to the FTC's Mail or Telephone Order Merchandise Rule*, http://business.ftc.gov/documents/bus02-business-guide-mail-and-telephone-order-merchandise-rule, last visited 2015/06/10.

，即可知悉美國對電子商務交易之重視程度。美國對傳統實體之商業買賣原訂有統一商法典（Uniform Commercial Code，通稱 UCC）作為規範，但隨網際網路之發展，商品交易已跳脫原有體物買賣之概念，形成以線上交易（online transaction）為主要形態之電子商務交易活動。

有鑑於此，美國統一州法委員會（The National Conference of Commissioners on Uniform State Law, NCCUSL）與美國法律學會（American Law Institute, ALI）自 1996 年起，原本嘗試在統一商法典中，以增訂 UCC2B 章之方式，來規範電腦資訊及因應透過網際網路及其他電子方式的交易模式[153]。

惟於 1997 年 7 月 29 日，美國統一州法委員會及美國法律學會聯合發表一項聲明，決定將關於電腦資訊交易所草擬之 UCC2B 章規定，不納入「統一商法典」，而獨立制定並更名為「統一電腦資訊交易法（Uniform Computer Information Transaction Act，簡稱 UCITA）」。UCITA 將有形商品與無形資訊之交易型態作一區別，藉由此種作法，有助於釐清無形資訊交易之法律性質，亦更能符合實際交易上之要求。基此，美國就電子商務網路交易之規範，乃以交易客體為實體物或無體物作為區分標準。因郵件或電話購物規則所規範之標的，僅限於

[153] 許耀銘，跨國 B2C 買賣契約的法律問題，東海大學法學研究，第 26 期，2007 年，頁 108。

實體商品，故電子商務交易之客體若其為實體物時，係依郵件或電話購物規則處理；若其為無體物時，則依 UCITA 處理[154]。

UCITA 之立法目的，係為規範電腦資訊交易之商業契約（A commercial contract code for the computer information transaction），其規範對象，係交易當事人間之契約行為，並非消費者權益之保護。惟該法針對電腦資訊（交易客體）及相關交易行為（交易標的）之界定，對於電子商務或網路交易消費者權益保護之事由，仍具有相當高之參考價值。

UCITA 第 103 條(a)項即直接規定該法案之適用或規範之對象為「電腦資訊交易」（computer information transactions）[155]。又依同條第(b)項第(1)款之規定，若該交易之標的同時包含電腦資訊及有體物品者為即屬「複合交易」（Mixed Transactions），則本法僅適用於該交易關於電腦資訊之部分，對於其有體物品之部分則無其適用，而此所謂之電腦資訊交易部分，其內容包括該電腦資訊本身、其生產（creation）或修改（modification）該資訊之權利等[156]。該法案第 102 條(a)(10)之規定，該法所稱之「電腦資訊」，係指以電子形式呈現之資訊，而該資訊係來自或藉由電腦之方法取得，或其形式得由電腦加

[154] *The Uniform Computer Information Transactions Act*, http://www.ucitaonline.com/, last visited 2015/06/10.
[155] UCITA §103(a).
[156] UCITA §103(b)(1).

以處理者。又該資訊之載具及任何與該載具有關之使用說明文件或包裝等，亦為該法所稱電腦資訊之範圍內[157]。

另第 103 條所附立法理由第 2 項亦對電腦資訊之交易行為（Transactions in Computer Information）作一補充說明。蓋本法係屬契約法而非財產法，故其僅對電腦資訊之交易行進行規範。而參與此種交易之消費者，其所需求之對償利益為該交易客體之資訊及對之加以利用之契約上權利。故相對於採行傳統交易模式之物品買受人，對此類電腦資訊交易之買受人而言，真正之財產上利益係載具上所內含之電腦資訊，而非該有體之載具，除非該資訊僅存在於該特定媒介工具之[158]。

惟於一般電腦資訊之線上交易，通常不包括實體之媒介。基此，本法之規範對象係以無體之電腦資訊為其規範交易類型之契約標的，其他與該交易有關之有體物，除本法明文為例外之規定外，則不在本法所適用之列。是就本法適用範圍規範之體例觀之，其係先將電腦資訊及物品之性質以二分法分別界定為無體物及有體物，繼而明文本法只適用於該無體物之部分，即便交易之性質屬複合交易或其交易標的物為搭售型資訊產品者亦同[159]。

此外，統一電腦資訊交易法僅適用於電腦資訊部分，對於有體物

[157] UCITA §102(a)(10).
[158] *Supra* note 154.
[159] *Supra* note 154.

部分則排除適用。換言之，若所進行之交易同時包含物品及電腦資訊者，例如電腦及軟體，原則上統一電腦資訊交易法只適用於該電腦資訊及關於其生產、變更、存取及移轉之合意部分。惟有兩種例外之情形，一係含有電腦資訊之媒介工具，亦視為電腦資訊之一部分，縱為有體物仍有該法之適用。另一例外情形，若內含之程式僅係物品之一部時，則該程式部分即例外無統一電腦資訊交易法之通用。亦即，若該電腦程式之載具係該物品不可分割之一部分時，即排除該法之適用[160]。

第三項　線上爭端解決機制緣起及相關實例

1970 年代中期後，專門解決商務糾紛之營利性替代性紛爭解決機構開始於美國迅速發展，包括調解及商務仲裁機構。調解可由當事人自行向調解專業機構申請，亦可由法院指定之機構進行，故區分為任意調解與強制調解兩大類。其次，美國在推行替代性紛爭解決機制之過程中，亦設立各種仲裁組織，在各種領城申積極推動仲裁做為紛爭解決制度。例如：美國仲裁協會（American Arbitration Association，簡稱 AAA）及商務改善機構（Better Business Bureau，簡稱 BBB）等，均致力推動仲裁制度，並向商務人士推廣於契約中訂定仲裁協議事項

[160] *Supra* note 154.

[161]。

而後於 1990 年代後期發展出混合型糾紛解決程序（Hybrid Dispute Resolution Procedures），此一程序係綜合民間與法院之替代性紛爭解決制度而發展出之創新機制。實務上，法院附設替代性紛爭解決制度，以訴訟外解決糾紛之主要原因在於，以訴訟解決糾紛效果有限，而替代性紛爭解決制度在糾紛之解決上能發揮其獨特功能及效率。因此，美國將法院附設替代性紛爭解決制度作為訴訟機制之補充（supplement）或替代（alternation）程序。混合型糾紛解決程序綜合民間與法院附設替代性紛爭解決制度，其程序涵蓋談判至仲裁間之各種不同方式，故其性質與拘束力亦各有不同。常見之方式包括：早期中立評價（Early Neutral Evaluation）、中立專家（Neutral Experts）、事實發現（Fact-Finding）、簡易陪審團審判（Summary Jury Trial）、迷你審判（Mini Trial）、私人法官（Private Judging）以及調解性仲裁（Med-Arb）等制度[162]。

針對網路民事管轄權之爭議，美國設置了線上爭端解決機制。美國為電子商務大國，早已深刻體認網路管轄權爭議對網路商業行為造成之障礙。為解決管轄權所導致法律適用上之爭議，進而提出線上爭端解決機制之構想，建立一種超越地域（各國或各州）及跨管轄權之

[161] 財團法人資訊工業策進會，網路交易消費者保護課題及法制修正之研究，行政院經濟建設委員會委託研究，2002 年，頁 148。
[162] 同前註 161。

方式，以解決於虛擬網路空間商業行為所生之糾紛。且因消費者保護成為新潮流，電子商務業者為取得消費者信心，大量採用線上爭端解決機制，使消費糾紛有迅速解決爭議之管道，如此亦同時達到提升網站商譽之目的。因此，美國電子商務市場之興起，連帶促進線上爭端解決機制之發展，並奠定相當之公信力，包含聯邦貿易委會在內之世界重要電子商務推廣機構，皆普遍認同線上爭端解決機制已成為解決電子商務紛爭之重要方式[163]。

美國線上爭端解決制度係源於替代性紛爭解決制度之網路版，例如維拉諾瓦（Villanova University）大學之虛擬判官（Virtual Magistrate，簡稱 VMAG）系統與麻州大學（University of Massachusetts） 之線上監察室（Online Ombudsman Office，簡稱 OOO）制度，均為早期具代表性之線上爭端解決制度。VMAG 提供線上仲裁之功能，OOO 係線上調處平台，其系統設計上完全仿效實體世界之制度，並利用線上聊天室（chat room）及電子郵件（Email）網路通訊軟體做為溝通之工具[164]。

其後伴隨電腦科技之發展，亦逐漸演進出其他數種創新之 ODR 運作方式。以下茲就美國代表性之線上爭端解決機制加以論述：

[163] 同前註 161。
[164] 同前註 161。

（一）維拉諾瓦（Villanova）大學之虛擬裁判官[165]

本制度始於 1996 年，提供電腦網路爭議快速之虛擬網路仲裁服務。處理之相關爭議案件型態主要包括：網路張貼錯誤訊息之爭議、不實廣告、檔案問題，以及對於網路系統服務供應商之申訴。

此一制度主要係由 Villanova 大學網路法研究中心（Cyberspace Law Institute）及資訊法與政策中心（Center for Information Law and Policy, VCILP）主導，並負責維繫其網站討論群組運作。爭議案件之處理，分別委由美國仲裁協會進行，並負責裁判人員之指派。同時，對該仲裁結果所衍生後續之訴訟，美國仲裁協會亦擔當該爭議案件當事人之訴訟代理人[166]。若網路使用者與網路業者簽定之相關契約條款中，已合意採用 VMAG 時，亦可於爭議發生時直接採行線上仲裁機制。由於仲裁者之權力經由契約賦予，因此爭議雙方必須事先約定仲裁條款，並負有交付仲裁及遵守仲裁判斷結果之義務。程序方面，VMAG 須透過雙方當事人之虛擬互動，大部分程序參與者之合意，亦係透過電子郵件或電話作成。所有文件亦透過電子系統之處理後，始取得裁判官之意見[167]。

VMAG 之申訴受理及訊息處理系統（complaint and message

[165] Virtual Magistrate, http://itlaw.wikia.com/wiki/Virtual_Magistrate, last visited 2015/06/10.
[166] *Robert Gellman, A Brief History of the Virtual Magistrate Project: The Early Months*, http://www.umass.edu/dispute/ncair/gellman.htm, last visited 2015/06/10.
[167] 劉純穎，網路仲裁之可行性及法律問題，律師雜誌，第 256 期，2000 年 1 月，頁 65；陳秀峰，線上訴訟外爭端解決機制一自電子商務消費者保護觀之(上)，司法周刊，第 1059 期，2001 年 11 月，頁 3。

processing system），係使用新聞群組討論區張貼訊息之方式，公開對當事人及其他參與者呈現案件仲裁之過程。而當事人可透過回信（reply-to）之功能表示是否接受對方之陳述，甚至透過該訊息往來表達接受或拒絕對方所提出之爭端解決方案，VMAG 一旦受理爭議事件，須於 72 小時內做出決定。此一溝通方式簡化雙方達成合意之過程，並維持談判程序之公正、公開及公平性。當裁判官收受達成協議之結果，亦會將該結果以群組方式送達至所有參與者，可節省資訊傳遞之時間及成本。此外，本系統亦提供私人（密）訊息之傳遞功能。當事人可透過此功能以私人訊息方式與裁判官溝通聯繫或交換意見。然裁判官有權力決定該訊息以私密之方式處理是否恰當[168]。

因此，此一虛擬溝通系統充分反映出電腦網路空間之文化或溝通方法，其核心價值在於：

1. 可迅速達到爭端解決之合意，並反映出現實網路世界之互動情形。
2. 其決議具備暫時拘束性命令之特性。
3. 爭議處理程序不受現實世界管轄權領域界限之限制，但結果受一般法院所接受並為執行之依據。

惟該制度最大之弱點，在於對爭議案件並無法行使正式之警察權

[168] 同前註 167。

（formal police powers），故其成效端視其爭議處理之結果，是否普遍受網路社會之接受而定[169]。

（二）麻州大學（University of Massachusetts）之線上監察室（Online Ombudsman Office）[170]

線上監察室顧名思義係由具備一定經驗及專長之人員所組成，專責調查處理網路上所發生之線上爭議事項。此制度係由三項要件所構成-多功能之線上辦公室、適格之調查處理人員，以及虛擬之線上作業環境。

首先，建立多功能線上辦公室之目的，並非僅提供爭議處理相關工作設施，而係為建立一協作平台，使調查處理人員能在此平台充分整合其網路相關技術及經驗之應用，以因應網路環境與日俱進之技術創新，使調查處理人員面對網路爭端時，能與網路使用者立於對等之地位。此一多功能線上辦公室係以網站之樣態呈現，在此尋求爭議處理協助之網路使用者，可透過網站之指引，利用自助式操作之工具（tools for self-help），使其爭議獲得初步之處理。此線上辦公室之特色之一，係容許使用人以匿名方式進入，並透過安全軟體保障其隱私權，使尋求爭議解決之當事人，能在無須介意外界異樣眼光之前提下

[169] 目前此一制度以為其他新一代之 ODR 機制所取代。
[170] Ethan Katsh, *The Online Ombuds Office: Adapting Dispute Resolution to Cyberspace*, http://www.umass.edu/dispute/ncair/katsh.htm, last visited 2015/06/10.

參與利用此一平台[171]。

網路線上辦公室具備預防爭議擴大化之功能。該平台中建置爭端案例資料庫供需求者使用，促使爭議當事人在正式調處前，有機會藉由參考相似案例自行達成爭議解決之協議。因此，該平台因具備類型化選項（outlining options）、可行方案建議（suggesting possibilities）及充分之資訊提供等特色，利於部分案件在正式調處程序前得以快速取得爭端之解決[172]。

其次，調查處理人員之建制方面，所有調查人員必須具備對網路環境爭議新穎性之敏感度。因此，調查處理人員對於網路爭議不但是中立之中間仲裁者，同時還必須具備網路技術顧問（technical advisor）之能力。在爭議處理之過程中，調查處理人員必須將其網路技術應用於搜尋判斷有關並有助於雙方爭議協調資訊之蒐集及有效率之利用，並監督協議之作成（monitor a settlement）。再者，關於線上作業環境之形成，有效通訊工具之採用至為關鍵。除須當事人透過實體環境操作之 E-mail 、及即時通訊軟體及線上聊天室外，線上監察室網站採用諸多於虛擬環境下運作之軟體，以協助調處之進行[173]。

由於線上調處不但涉及資訊之正確及有效流通，亦關係所做成調處結果之品質。因此，在該網站不斷發展之過程中，逐漸納入更多樣

[171] *Id.*
[172] *Id.*
[173] *Id.*

化之網路爭議處理可資利用之資源，特別將決策樹（decision trees）、情境模擬模型及其他決策分析軟體運用於調處程序，以做為協助模擬決策結果及效果選擇之科學工具[174]。

（三）美國聯邦國家調解委員會（National Mediation Board, NMB）

美國聯邦國家調解委員會設置線上爭端解決制度之專屬網站（the NMB's Online Dispute Resolution），所有向所該委員會申請調解程序者，可利用該網站提出線上申請，嗣後之處理程序亦盡可能利用現代資訊科技，例如視訊技術，以節省人力與文件往返與之時間及成本。此一作法將既有之糾紛處理程序，透過資訊訊科技之利用提高便利性，使既有之程序得以迅速進行[175]。

科技運用方面，線上視訊會議（Web-Based Video Conferencing）為其主要之溝通模式，在該委員會建置加密之線上調處服務系統下，爭議當事人及調處人可透過網路之視訊協作平台進行溝通聯絡會議、張貼訊息及意見，甚至簽署電子文件[176]。

（四）Square Trade 線上交易爭議處理系統

目前民間設立之線上紛爭解決機制中，最典型及最成功之模式，即 eBay 及 Amazon 網站所採行之 Square Trade 線上交易爭議處理系

[174] *Id.*
[175] *Online Dispute Resolution(ODR)*, http://www.nmb.gov/online/online-conferencing/, last visited 2015/06/10.
[176] 該系統透過密碼及 SSL 加密技術等方式保護使用者之安全。

統。當買賣雙方發生紛爭時，即可進入 Square Trade 網站進行線上協商而無需支付任何費用。當事人可利用 Square Trade 網頁上之申訴表格提出其訴求，Square Trade 於接獲訊息後，即發出電子郵件通知爭議當事人，此時 Square Trade 將提供一專門為爭議事件而開設之網頁，並發給相關當事人密碼，以利當事人直接利用該網頁進行協商，且除爭議當事人外，其他人並無法窺見網頁之內容。

此外，Square Trade 之 ODR 模式係設計用於減少協商、調解及仲裁選擇時之成本，並善用科技創新提供爭議雙方自行解決之途徑。其程序係基於以下之原則而建立，包括：釐清爭議（clarification）、獲致共識（compromise）、合意參與（consensual participation）、中立性（neutrality）以及保密性（confidentiality）。該模式之特色在於將調解程序區分為兩階段：第一階段由爭議雙方當事人自行進行直接爭議協商（Direct Negotiation），無結果時始由 Square Trade 專業人員於第二階段介入進行線上調解程序。因第一階段之調解屬免付費服務，對於小額線上交易之當事人而言，可大幅降低服務之進入障礙及使用成本[177]。

當紛爭當事人利用 Square Trade 線上協商機制仍無法順利解決紛爭時，此時紛爭當事人得要求 Square Trade 之專業人員介入進行調解

[177] Square Trade, http://www.squaretrade.com/, last visited 2015/06/10.

。進行線上調解程序時，Square Trade 將向提起調解之爭議當事人收取費用。通常 Square Trade 對於每宗糾紛事件原則上收取 20 美元之手續費，但若爭議標的金額超過一千美元時，則再以交易標的金額為基準額外抽取 1%之費用。若當事人提出線上調解申請並支付費用後，他方當事人並未參與線上調解程序時，此時 Square Trade 將退還所有費用[178]。

Square Trade 之 ODR 機制始於 1999 年，迄今已於世界一百廿餘國處理超過八十萬筆之網路交易爭端。根據實證統計，大部分之線上交易糾紛皆透過該機制並順利由當事人雙方自行獲得解決。同時，Square Trade 已完成與信賴標章系統之整合，成立全球最大線上中小型賣家認證機制（trustmark program for online small business sellers），即 Square Trade Seal，透過對會員網路交易安全之認證及適用 ODR 機制等對消費者之預先承諾，成為目前線上爭議預防之最主要且最有效之方式，特別在網路交易雙方無去私下形成共識或無其他可供選擇之爭議解決方案時[179]。

由於此一機制獲得成功發展並廣泛運用於 eBay 平台，使得線上爭端解決機制之影響力延伸至糾紛發生前之交易要約階段，成為交易規則之一環；只要購物網站上具備 Square Trade 標章，即代表該網站

[178] *Id.*
[179] *Id.*

之賣家自願接受 Square Trade 所訂定之交易規範，並隨時受其查核，一旦發生糾紛亦遵循 Square Trade 之 ODR 機制，如此不但增加交易網站之信用，提高買家之信心，亦能有效降低消費者之交易風險。

（五）PayPal

關於電子商務線上爭議之消費者是否得預先獲得退款，現行美國發展較為成功之方式為透過第三方支付服務業者進行收付款及退款作業，且發展較為成功之業者，首推 eBay 所採行之 PayPal 系統[180]。

PayPal 以透過 e-mail 帳號之方式提供支付服務，消費者不需加裝設額外軟體，付款者僅需在 PayPal 網站註冊開立帳戶，登錄會員姓名、電子郵件帳號、信用卡或銀行帳戶號碼、帳單地址等，付款時透過電腦或手機輸入收款者 e-mail 帳號及款項，對方即可收款，付款金額自動於線上帳戶、銀行帳戶扣除或透過信用卡線上刷卡扣款。一般退貨款與因 ODR 所衍生對消費者之預先退款亦同，所有款項收付作業均於 PayPal 網站上完成[181]。

第五節　日本

第一項　法制及替代紛爭解決機制之發展

日本於西元 1976 年為了針對訪問販賣、通信販賣及連鎖販賣交

[180] 陳詩蘋，風起雲湧的第三方支付，財金資訊季刊，第 71 期，2012 年 6 月，頁 28-29。
[181] 同前註 180。

易此類交易型態賦予一定的法律規範且為防止消費者於進行此類交易所可能招致之損害，特別制定了「訪問販賣法」。然而，在歷經交易環境不斷的改變以及為了因應利用網路交易時代的來臨，該法也經歷了多次的修正，其中最重要的一次是平成 13 年（2001 年）6 月 1 日，廢止原有的「訪問販賣法」，新公布「特定商事交易法」取代之[182]。

這項新法律在架構上與原有的訪問販賣法不同之處，除了原有的訪問販賣、通信販賣、電話勸誘販賣及連鎖販賣交易（即我國多層次傳銷）外，還增加了特定繼續提供服務及業務提供引誘販賣的章節。在內容部分，則在傳統的通信販賣，增補了利用電子傳遞的規定，以因應電子商務經常產生的契約及資訊傳遞的爭議問題。而特定商事交易法（以下簡稱特商法）近來最具制度性改變的修法在 2008 年，2008 年修法之前，特商法之規範客體係採所謂「指定制」亦即只有政令指定之「指定商品」、「指定服務」、「指定權利」方得成為規範客體。2008 年修法之後，廢止「指定商品」及「指定服務」制，「指定權利制」維持原狀[183]。

由於現今社會商品及服務之種類繁多，過去企業經營者常藉由販賣政令所未指定之商品或服務，規避特商法之規範，每當政令修正將

[182] 甯智倫，電子商務（B2C）中有關消費者保護法第十九條適用之探討－以線上數位資訊交易為例，東吳大學碩士論文，2004 年，頁 115。
[183] 特定商取引に関する法律における指定権利制の廃止を求める意見書，http://www.nichibenren.or.jp/library/ja/opinion/report/data/2013/opinion_131219_2.pdf，最後瀏覽日：2015/06/10。

更多商品或服務納入指定範圍，企業經營者復又販賣政令所未指定之商品或服務，此種正面表列之立法方式造成法律制度總跟不上新興之商品及服務。又列舉式之規範方式無法將未來-能引起消費者受害之商品及服務當作規範客體，欠缺預防規範之功能，因此「指定制」受到各界強烈質疑[184]。

再者，訪問販賣、通信販賣及電話推銷販賣所產生之消費糾紛金額有越來越高之趨勢，若持續採取指定制之立法，將難以確保交易得以公正進行。為防範消費者權益受害於未然，立法者乃於 2008 年將訪問販賣、通信販賣及電話推銷販賣之適用客體，由原來之指定商品制、指定服務制修正為「原則適用制」。如此一來，原則上所有商品及服務均得適用訪問販賣、通信販賣及電話推銷販賣之規定。此外，特商法第 26 條之除外條款亦配合修正。隨後為了因應整體交易環境的變遷及網路交易的普及，2009 年 12 月正式施行新制，其中尤其就數位商品及數位服務交易部分有變化[185]。

事實上，日本現存各式各樣之 ADR 制度，但除法庭訴訟程序之 ADR 外，其他均未普及。相較於歐美，日本一般民眾對於替代爭端解決機制之接受度並不高，導致替代爭端解決機制並未隨日本發達之電子商務而有特別突出之發展。然而，日本為促進 ADR 制度之普及

[184] *Id*.
[185] 特定商取引に関する法律，http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S51/S51HO057.html，最後瀏覽日：2015/06/10。

化，特別制定專法加以推廣，反而創設出替代爭端解決制度相關之特殊立法例，故其發展過程仍值得我國參考。

日本 ADR 制度以設置主體機關[186]作為分類，可區分為：

（一）司法機關替代爭端解決機制之類型如訴訟上和解、調解等，規定於日本民事訴訟法及相關程序法規之中。一般而言，法院附設替代爭端解決機制與通常訴訟程序制度上之聯結，在特定條件下，被視為訴訟程序之前階段。在日本，最典型之司法替代爭端解決機制為家事法院之強制調停機制[187]。

（二）行政機關替代爭端解決機制係由行政機關依法設立，以便民為制度設計之主要目的。行政機關在紛爭解決過程中具一定之調查權與鑑定權，其爭議處理之結果具有相當之權威性與拘束力。但為避免剝奪當事人之訴訟權。在一般情形下，行政替代爭端解決機制所為之裁決並不具終局效力。例如：日本各地勞働局（勞工局）轄下之勞資紛爭解決制度[188]、縣市消費生活中心設量之消費紛爭處理機制等等。行政機關替代爭端解決機制雖具有便利、無需費用之優點，但如同司法機關替代爭端解決機

[186] ADR 從提供主體來看，可分為法院所設置營運的「司法型 ADR」，行政機關設置營運的「行政型 ADR」，民間機構設置營運的「民間型 ADR」；從型態上來看，可分為仲裁、調解、諮詢及協商等類型。内閣府国民生活局，ADR（裁判外紛争解決手続）について資料，2007 年 5 月，頁 3-4。

[187] 家事事件手続法の施行を迎えて，http://www.courts.go.jp/vcms_lf/2412kouhou.pdf，最後瀏覽日：2015/06/10。

[188] 中央労働委員会労働争議の調整の種類（あっせん・調停・仲裁）及び手続きの流れ，http://www.mhlw.go.jp/churoi/chousei/sougi/sougi01.html，最後瀏覽日：2015/06/10。

制，主管機關受限於人力配置，無法負荷過多之民事糾紛，影響民眾對於行政機關替代爭端解決機制之信賴與使用意願。

（三）民間替代爭端解決機制因為具高度靈活性，當事人得自行選擇紛爭解決適用程序，因此充分尊重當事人之意志，加上處理流程迅速及程序之非公開性，對於追求時效與重視個人隱私及商業機密保護之電子商務紛爭當事人尤具吸引力。然而，日本雖有著名之私立交通事故紛爭處理中心、商務仲裁協會[189]、律師公會[190]及其設立之日本智慧財產仲裁[191]等為數眾多且領域不同之替代性爭端解決機構，惟日本國民對於利用民間替代爭端解決機制以解決私權紛爭之意願並不高，原因包括對紛爭解決機制之認識不足、國民對公部門外紛爭解決途徑欠缺信賴；律師法之限制，以及缺乏法律配套措施等等，導致日本推展替代爭端解決機制與法制化之層層阻礙。

第二項　替代爭端解決機制之現況

由於日本電子商務迅速發展，使得傳統之法律規範多半無法趕上科技暨網際網路技術與電子商務交易型態日新月異之變化。而日本對於電子商務所衍生法律爭議，係以制定特別法之方式作為因應，例如

[189] 一般社団法人日本商事仲裁協會，http://www.jcaa.or.jp/index.html，最後瀏覽日：2015/06/10。
[190] 日本弁護士連合会，http://www.nichibenren.or.jp/，最後瀏覽日：2015/06/10。
[191] 日本特許庁，http://www.jpo.go.jp/indexj.htm，最後瀏覽日：2015/06/10。

制定「電子消費契約及電子承諾通知之民法特別法」(電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律,日本國內簡稱「電子契約法」)[192],以及與電子商務相關專門技術之「電子簽章及認證業務法」(電子署名及び認証業務に関する法律,Law Concerning Electronic Signatures and Certification Services,簡稱ESCSL)[193]。

另一方面,日本政府透過行政或法律解釋之方式,將電子商務交易所產生之法律爭議或法規適用疑義加以解釋,並將該解釋適用至日本現行相關法律規範,例如:民法、消費者契約法、資訊安全法、智慧財產權法、商事法、商業登記法等等。又 2007 年經產省將資訊財產交易納入解釋範圍,並制定「電子商務及資訊財產交易準則」(電子商取引及び情報財取引等に関する準則,簡稱電子商務準則)[194],同時逐年更新修訂準則內容,因應網路技術及實務之發展。

此外,為促進國民對替代爭端解決制度之運用,減輕法庭之負擔日本於 2004 年通過「替代爭端解決機制利用促進法」(裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律,簡稱 ADR 法),期能於傳統訴訟

[192] 電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律,http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail/?id=116&vm=04&re=01,最後瀏覽日:2015/06/10。

[193] 電子署名及び認証業務に関する法律,http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail/?id=109&vm=04&re=01,最後瀏覽日:2015/06/10。

[194] 電子商取引及び情報財取引等に関する準則,http://www.meti.go.jp/press/2012/11/20121120001/20121120001.html,最後瀏覽日:2015/06/10。

途徑外，提供民眾便捷且公正之民事紛爭解決方式[195]。然而，如前所述，在未制定 ADR 法前，日本已具備各式各樣之替代爭端解決機制存在[196]，但除司法替代爭端解決機制外，其他方式均未為國民之充分接受並利用。

日本未能普及化替代爭端解決機制於之原因在於[197]：

（一）日本替代爭端解決制度之對象範圍較為狹隘，負責機構本身亦未廣為宣傳。

（二）且人民對該制度之中立性、信賴性或有疑義。

（三）受人民普遍信賴並尊重之律師專業界認為替代爭端解決機制已恐嚴重侵害其職業，故消極對待替代紛爭解決機制，甚至多數紛爭直接建議當事人以訴訟之方式解決。

（四）替代爭端解決制度對訴訟程序尚有不良影響，若當事人虛偽同意進行替代爭端解決程序，容易透過達成合意之拖延致時效完成，進而妨害權利人行使權利。

（五）替代爭端解決合意之執行是否與民事判決相同而具國家機關之強制力，不無疑義，因此，於權利救濟上欠缺時效性。

因此，為求充分發揮替代爭端解決機制之簡易性、迅速性、廉價

[195] 裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律，http://www.moj.go.jp/KANBOU/ADR/adr01-01.pdf，最後瀏覽日：2015/06/10。

[196] 一般社団法人日本民事紛争等和解仲介機構，http://www.jacmo.org/，最後瀏覽日：2015/06/10。

[197] 曾淑瑜，建構醫療糾紛裁判外紛爭解決模式一引進日本 ADR 制度，月旦法學雜誌，第 160 期，2008 年 9 月，頁 23。

性、秘密性、專門性、宥恕性等優點，且使民事訴訟過程更具彈性，日本政府期望透過 ADR 法之立法，賦予民事訴訟當事人選擇容易且適合之程序，以利解決紛爭，該法律亦當然適用於電子商務線上爭端解決機制之推行[198]。

ADR 法之基本理念，一方面在尊重當事人自主解決紛爭之努力外；另一方面，希望以公正適當之程序，反映專業知識、發現實情並迅速解決紛爭，且參與 ADR 之當事人間，負有相互協助以達成共識之義務[199]。此外，國家負有增進國民理解 ADR 之責任與義務，應提供調查、分析、資訊等必要之措施。至於地方公共團體為提昇民眾福祉，亦有義務協助國家分擔適當之任務，提供有關 ADR 之資訊或為其他必要之措施[200]。

第三項　日本的認證制度

日本ADR法最重要之措施，即民間紛爭解決程序的認證制度（かいけつサポート認證紛爭解決服務）[201]。日本立法機關之目的在於透過主管機關之審查與背書，並經由政府資訊公開措施，提升國民對於業經認證之民間ADR機構及相關制度之信心。

198 日本 ADR 法第 1 條。
199 日本 ADR 法第 3 條。
200 日本 ADR 法第 4 條。
201 法務大臣裁判外紛争解決手続の認証制度，http://www.moj.go.jp/KANBOU/ADR/index.html，最後瀏覽日：2015/06/10。

而關於 ADR 機構業務之執行，得向主管機關申請認證。ADR 成功與否，乃基於人民對此制度之信賴及使用意願，如何建立民間 ADR 之公信力，遂成為相關法制工作之首要任務。對此，日本 ADR 法採行認證制度（業務仿認証），ADR 機構無論其為法人組織或非屬法人之團體，關於 ADR 業務之執行，均可向法務大臣申請認證；為了維持認證品質，ADR 法亦分別規定拒絕認證、認證無效與主管機關取消認證等規定，藉以維持認證制度及受認證機構之品質[202]。

再者，上述認證制度，並未採取強制措施，各民間 ADR 機構得自由選擇是否接受認證。惟若其未接受認證，則該等 ADR 機構就其爭端所作之決定，將不具有 ADR 法所規定之時效中斷等法律效果[203]。然即使 ADR 程序最終未達成合意，亦應通知當事人應於通知 ADR 程序結束後一個月內提起訴訟，始能溯及至請求為 ADR 時中斷時效。且於 ADR 程序進行中，亦得依雙方當事人之共同聲請中止訴訟程序，但依民事調解法及家事調解法所進行之前置調解事件，則不在此限[204]。

第六節　聯合國（the United Nations, UN）

聯合國於 1996 年通過電子商務模範法（ Model Law on Electronic

[202] 日本 ADR 法第 5 條。
[203] 見前註 197，頁 26。
[204] 日本 ADR 法第 25 條至第 27 條。

Commerce），目的在於幫助各國解決電子環境下的不確定問題，雖然該法並未明確定義電子商務，但是針對法規適用範圍之規定，包括各種商務活動所使用之數據資訊格式中所載之資訊，且將數據資訊定義經由電子、光學或其他類似方法，但不限於電子資料交換、電子郵件、電報、電傳、電子複製等所產生、傳送、接收或儲存之資訊。故可推論聯合國對於電子商務之定義，即係指各種透過數位科技所進行之商業活動[205]。

聯合國貿易便捷化與電子商務中心（United Nations Center for Trade Facilitation and Electronic Business，簡稱 UNCEFACT）為鼓勵 ODR 發展，其於 2002 年提出關於 ODR 之建議書草案（Recommendation on Online Alternative Dispute Resolution），並於 2003 年正式公布。該建議書就 ODR 加以明確定義外，並建議：

（一）政府應促進 ODR 於 B2B 及 B2C 領域之發展。同時，政府應於未來各項立法中，避免採行任何可能阻礙 ODR 之規定，例如要求爭端解決服務織提供須得到主管機關之許可。另一方面，ODR 之促進及實施，亦可與電子商務有關之自律機制，例如行為準則及信賴標章等加以結合。

（二）資訊社會中服務提供者及該服務之接受者遇有爭端時，為支持

[205] *Model Law on Electronic Commerce*, http://www.uncitral.org/uncitral/en/uncitral_texts/electronic_commerce/1996Model.html, last visited 2015/06/10.

國際貿易之發展，政府應確保期內國法鼓勵並促進紛爭當事人利用法庭外爭端解決機制解決爭端。

（三）發展 ODR 織國家及國際與非政府機構，應擔保該機構針對利用法庭外爭端解決機制之當事人，提供適切之程序保障。

（四）法庭外爭端解決機構，應於爭端解決時，依循與電子商務有關之實務運作、慣行作法或習慣以告知所有與決定有關之重要資訊。

而後聯合國又通過了 2005 年的「聯合國國際契約使用電子通信公約[206]」 及 2007 的「增進電子商務信賴之報告[207]」，均為專門針對消費者保護的實質內容予以著墨。值得注意的是，於程序規範部份，聯合國國際貿易法委員會會（United Nations Commission on International Trade Law，簡稱 UNCITRAL）第三工作小組從 2010 年開始從事與跨境電子商務交易線上爭端解決機制 ODR 的工作，主要是就「跨境電子交易線上爭議解決：程序規則草案[208]」的制訂與審議，截至目前最新進度為今（2015）年 2 月於美國紐約進行討論。

茲將聯合國國際貿易法委員會第三工作小組 2010 年至今之會議

[206] *United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in International Contracts (New York, 2005),* http://www.uncitral.org/uncitral/en/uncitral_texts/electronic_commerce/2005Convention.html, last visited 2015/06/10.

[207] *UNCITRAL, Promoting Confidence in Electronic Commerce: Legal Issues on International Use of Electronic Authentications and Signature Methods*, http://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/08-55698_Ebook.pdf, last visited 2015/06/10.

[208] United Nations Commission on International Trade Law, Working Group III (Online Dispute Resolution), A/CN. 9/WG/WP, 109, Online Dispute Resolution for Cross-border Electronic Commerce Transactions Procedural Rules.

整理如下[209]：

表 2　聯合國國際貿易法委員會第三工作小組會議整理

屆數/日期	會議內容摘要
第 22 屆/2010 年 12 月 13 日至 17 日	1. 重點應放在與跨國界電子商務交易有關的網路爭端解決上，其中包括企業對企業交易和企業對消費者交易。 2. 在跨國解決方面並無公認的法律標準，企業對企業交易和企業對消費者交易所產生的爭議在全世界大量發生，需要迅速、有效和低成本的爭議解決對策。傳統爭議解決機制包括通過法院提起訴訟不適合處理這類爭議，與交易價值相比成本太高，耗時過多。且鑒於缺乏條約就企業對消費者交易中裁決的跨國界執行作出規定。 3. 各國有關電子商務和網路爭端解決的知識和經驗水準有很大差異，因此有關網路爭端解決的建議必須有靈活性，以適應各國的不同環境，其中包括：文化和經濟發展水準差異；以及某些用語的含義可能在各國有所不同。 4. 須注意不同國家之間的語文差異，以及網路爭端解決機構能夠使用自己的語言進行有效交流的必要性。 5. 網路爭端解決程序可分為談判階段、調解階段和仲裁階段。 6. 藉助 ICA-Net、eConsumer.gov、ECC-Net、Better Business Bureau（BBB）、Euro-Label 、eBay 等機構及廣為人知的信譽標記 TRUSTe 的經驗。 7. 編擬關於網路爭端解決的一般性程序規則草案，其中應考慮網路爭端解決所處理的索賠的種類（企業對企業和企業對消費者跨國界價值低、數量大的交易）；網路程式的啟動；提醒當事各方注意在簽訂合同時可能訂立的爭議解決協定；爭議解決程式的各個階段—包括談判、調解和仲裁；介紹裁決案件和作出裁決的實質性法律原則，包括平等原則；處理代理和程式所使用的語言等程序事項；《紐約公約》的適用；對其他網路爭端解決系統的提及；並酌情列出各種選擇方案。

[209] *UNCITRAL Working Group III 2010 to present: Online Dispute Resolution*, http://www.uncitral.org/uncitral/commission/working_groups/3Online_Dispute_Resolution.html, last visited 2015/06/10.

屆數/日期	會議內容摘要
第 23 屆/2011 年 5 月 23 日至 27 日	1. 《關於承認及執行外國仲裁裁決的紐約公約》（“《紐約公約》”）是否適合並適用於導致仲裁裁決的網上解決案件。 2. 若當事人例如想迅速處理，則不應強迫當事人按部就班實施程序規則所設想的所有三個階段，可直接請仲裁人做出最後的有拘束力決定。 3. 處理下述問題：(a) 仲裁人準則；(b) 網路解決機構最低限標準；(c) 解決爭議的實質性法律原則；以及(d) 跨境執行機制。並編擬新的程序規則草案。
第 24 屆/2011 年 11 月 14 日至 18 日	1. 網路爭議解決程序規則的工作並非一項孤立的工作，網路爭端解決框架一個部分的設計需要考慮到其他部分（如適用法律和裁決的強制執行），因為這些部分均聯繫在一起，並且共同發揮作用。 2. 討論涵蓋消費者對消費者交易，並在必要時規範消費者對消費者關係擬訂可能的規則，但要特別注意需要不取代消費者保護法規。
第 25 屆/2012 年 5 月 21 日至 25 日	1. 擬定處理跨境電子交易網路爭議解決程序規則草案（《規則》）的本意不是促使在全球改變國內法，而是為快捷、簡易和低廉解決價值較低的跨境爭議提供一個實際管道，目前實際上並不存在這種管道，因為在法院對此種事項提起訴訟一般並不可行。這本身普遍有益於消費者，如果網路爭議解決制度是公平和有效的，消費者就有可能不為此種案件而訴諸國內法院。 2. 《規則》對當事人的約束力限於國內法允許的範圍，不能凌駕於國內一級的強制法律之上。在國內法可確保訴諸法院的法域中，草案不能排除當事人向法院提起救濟。 3. 雖然歐洲聯盟正在研擬對於消費者非訴訟爭議解決辦法。但是，工作組的目的是設計一種能夠適合所有區域使用的全球制度。

屆數/日期	會議內容摘要
第 26 屆/2012 年 11 月 5 日至 9 日	1. 建議採用網上解決“雙軌”制，其中一軌包括談判、協助下調解和仲裁階段，另一軌將不包括仲裁階段。實現此一目的的方法或許是擬訂備選條款或條文，規定交易當事人可以約定使用《網路爭端解決規則》，並擬訂不同的條款就適用不同的“軌”作出規定。共識是，《規則》需要有靈活性，允許（除其他以外）採用此種雙軌辦法。 2. 網路爭端解決需要有一個可產生有法律約束力結果的仲裁階段，尤其是在發展中國家，以給予交易中的消費者以及小企業目前所缺乏的某種程度的保護。
第 27 屆/2013 年 5 月 8 日至 26 日	1. 工作組需設計網路爭議解決全球性制度，這種制度既能顧及那些規定爭議前仲裁協議對消費者有約束力的法域，又能顧及那些規定爭議前仲裁協議對消費者無約束力的法域。 2. 會中提出也許先審議一套只適用於企業對企業爭議的《規則》，以期此後再審議企業對消費者爭議所提出的問題。但是絕大多數交易都涉及消費者，一旦把企業對消費者交易排除在討論範圍之外，工作組迄今為止所作的工作以及在消費者保護問題上積累的知識就有可能付諸東流。 3. 會中提出另外一種雙軌制，在這種制度中，商家在交易時將根據買家所在的法域和身份（企業還是消費者）產生兩套不同的網路爭議解決條款。根據此提案，如果消費者是在爭議前仲裁協議對消費者無約束力的法域，則將在交易階段向消費者提出一個規定網路爭議解決不產生有約束力結果的爭議解決協議。如果消費者是在爭議前仲裁協議對消費者有約束力的法域，在網路商家打算提供《規則》的二軌道時，將向消費者和企業提出一個規定網路爭議解決以仲裁階段結束的爭議解決協議。

屆數/日期	會議內容摘要
第 28 屆/2013 年 11 月 18 日至 22 日	1. 工作組在第二十六屆和第二十七屆會議上一致同意從雙軌制入手審議網上解決辦法，並澄清雙軌制辦法的確承認仲裁是網路爭端解決過程的一個潛在結果。指出為網路爭議解決提供明確而簡單的辦法可以加強小企業的能力。 2. 會上介紹了 A/CN.9/WG.III/WP.125 號文件（哥倫比亞、洪都拉斯、肯雅和美利堅合眾國的提案），工作組應當審議《規則》如何回應發展中國家和面臨衝突後局勢國家的需要，特別是對於將仲裁階段作為程式一部分的需要。會上指出，應當首先討論 A/CN.9/WG.III/WP.125 號文件，因為這將實際決定工作組採用一軌道還是二軌道辦法。
第 29 屆/2014 年 3 月 24 日至 28 日	1. 《規則》的構成：正當程式、透明度以及操作方的責任和公正性。 2. 透明度，對於涉及消費者的爭議至關重要，但在實務中與網上解決機構或平臺的職能並無關聯。透明度在以下幾個方面至關重要，即：（1）在爭議初起時明確確定如何解決該爭議以及由誰來解決該爭議；（2）爭議結果是何性質（例如，受否具有約束力）。
第 30 屆/2014 年 10 月 20 日至 24 日	1. 除了第 29 屆提出 《規則》的構成為正當程式、透明度以及操作方的責任和公正性。另，《規則》對技術中性原則表示支持，換言之，並不硬性規定網上解決程式中使用的技術的類型、功能或方法。 2. 提出一關鍵論點，即（1）迫切需要制定公平、透明的爭議解決程序，從而為最廣泛的消費者提供取得公平正義的機會；同時，（2）規範過度的《規則》可能因創建的制度在實踐中不可行而妨礙實現這一目的。 3. 工作組應審議，《規則》包括一軌道和二軌道如何才能更好地納入技術中性原則。還應進一步審議《規則》的可用性，特別是《規則》的規範度是否將對使用者具有吸引力，同時又能兼顧對責任和透明度做出規定。

資料來源：本研究自行整理自聯合國國際貿易法委員會第三工作小組 UNCITRAL Working Group III 2010 to present: Online Dispute Resolution，http://www.uncitral.org/uncitral/commission/working_groups/3Online_Dispute_Resolution.html

第七節　歐盟

第一項　法制發展

歐盟是目前世界上最大的區域性國際組織，同時也是消費者保護政策非常發達的區域性國際組織。

歐盟對於ADR 制度的提倡，最早可回溯至1997 年頒布的「遠距契約消費者保護指令」（Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts），對利用遠距方式所為之交易型態，提供消費者明確之保障並創設法庭外之網路糾紛解決機制[210]。

歐盟於2000 年6 月公布的「電子商務指令」（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，簡稱電子商務指令）[211]中明確鼓勵「法庭外糾紛解決機制」的建立，並將視其為優先政策，使得ADR 制度在歐盟境內迅速發展。依據歐盟「電子商務指令」第17 條之規定，各會員國應確保其內國相關法令不會妨礙包括以電子方式進行之法庭外紛爭解決機制的使用，會員國應確保當資訊服務提供者與

[210] *Directive 97/7/EC*, http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:31997L0007, last visited 2015/06/10；行政院經建會，網路交易消費者保護課題及法制修正之研究，1999 年，頁22。

[211] *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)*, http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32000L0031:En:HTML, last visited 2015/06/10.

服務收受者意見不一致時，其內國立法不致妨礙其內國法下可得使用之法庭外機制之使用，包括適宜之電子方式。

同年，歐盟發布消費紛爭法庭外解決方式決議（Resolution of 25 May 2000 on a Community-wide network of national bodies for the extra-judicial settlement of consumer disputes）[212]，要求歐盟應就ADR制度提出所應具備之基本原則。基此，歐盟執委會提出建議書，明確指出ADR制度所應具備之四項原則，包括公正性（Impartiality）、透明性（Transparency）、有實效性（Effectiveness），及公平性（Fairness）等等[213]。

而後歐盟於2011年11月公布了兩個關於消費者糾紛解決的立法草案，分別為「消費者糾紛ADR指令草案（Directive on consumer ADR）[214]」和「消費者糾紛ODR條例草案（Regulation on consumer ODR）[215]」，並均已於2012年生效。ADR指令目的在於確保為消費者契約中的雙方當事人提供有效的法院外紛爭解決機制，ODR規則的目的在於建立一個跨境遠距消費者糾紛解決ODR平台，此等法規將於2015年7月於會

[212] *Resolution of 25 May 2000 on a Community-Wide Network of National Bodies for the Extra-Judicial Settlement of Consumer Disputes*, http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32000Y0606%2801%29, last visited 2015/06/10.

[213] *Commission Recommendation of 4 April 2001 on the Principles for Out-of-Court Bodies Involved in the Consensual Resolution of Consumer Disputes*, http://www.casebooks.eu/consumerLaw/chapter8/excerpt.php?excerptId=4024, last visited 2015/06/10.

[214] *Directive on Consumer ADR*. http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:165:0063:0079:EN:PD , last visited 2015/06/10.

[215] *Regulation on Consumer ODR*. http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:165:0001:0012:EN:PDF, last visited 2015/06/10.

員國內實施，並在2016年1月建立泛歐盟的ODR平台[216]。

第二項　延伸之相關資料

一、 歐盟消費者 ADR 指令的施行

2013年The Foundation for Law, Justice and Society與英國牛津大共同研擬「歐盟消費者ADR指令的施行」（Implementing the EU Consumer ADR Directive）[217]，提及歐盟2015年將全面使用消費者爭端解決（CDR）解決C2B之紛爭，建立泛歐盟的ODR平台，將促進並解決CDR的跨國求償。以下茲就該文件重點整理如下：

表 3　歐盟消費者 ADR 指令施行重點整理

議題	施行重點
CDR目標	1. 須高效率快速解決消費者糾紛，費用較傳統訴訟程序低廉。 2. 須增強市場監控、回饋機制，讓監督部門、企業及消費者瞭解新興趨勢及重大議題。
建置CDR應注意事項	1. CDR須保有高標準的獨立性、透明度、法律專門知識及公正的判決。 2. 在促進市場監督和公共監管機構執法的適當情況下，應公布所有數據（不識別個人消費者）和投訴內容，從此回饋可整理出有問題之企業或其他隱藏問題。 3. 由國家主管當局設立監督部門監管，確保執法機關有一定權力制止非法活動，並提供救濟。

[216] *Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on Online Dispute Resolutions for Consumer Disputes (Regulation on Consumer ODR)*. http://ec.europa.eu/consumers/redress_cons/docs/odr_regulation_en.pdf, last visited 2015/06/10.
[217] *Implementing the EU Consumer ADR Directive*. http://www.csls.ox.ac.uk/documents/FLJSCDRPolicybrief2013.pdf, last visited 2015/06/10.

議題	施行重點
企業支持CDR的理由	1. 使用 CDR 處理糾紛的成本較委任律師、法院程序低，且較靈活快速。 2. 若企業內部有良好的客服部門，相對的，使用外部 CDR 需求會降低，且客服部門處理消費者投訴後，會增加消費者的忠誠度，以長期而言，不僅消費者會回流消費，企業的處理糾紛成本亦可降低。 3. 有效的利用 CDR,可處理多數類似的求償或減少集體訴訟。
CDR的資金	有某些成員國認為CDR資金應由國家之資助，但不是每個國家皆認為如此，但若是由使用之消費者支付，非法定機構如何強制會員加入或支付費用給CDR？下列為三種可行之作法： 1. CDR 在該爭議案件結束後求償。但企業或使用的消費者不支付費用時，則 CDR 可能會金融崩潰，這對誠實支付費用之人而言是不公平的，此為典型經濟道德危險問題。 2. 國家先提撥費用給 CDR，使用之消費者不支付費用時將會被列入黑名單。但這方案可能造成 CDR 負債。英國考慮由國家授與 CDR 權力徵收費用。 3. CDR 可要求在處理糾紛前先付款，如不繳納，CDR 會拒絕處理。荷蘭即是採取此種作法。
CDR 的決定是否有拘束力	1. 以往糾紛發生後，企業和消費者使用仲裁解決紛爭，仲裁結果具有法律拘束力,但現在的消費者越來越少使用仲裁。 2. 雖然CDR的決定不具有拘束力，但企業與消費者可事先約定受CDR的決定拘束。

資料來源：本研究自行整理自 Implementing the EU Consumer ADR Directive，http://www.csls.ox.ac.uk/documents/FLJSCDRPolicybrief2013.pdf

綜上所述，CDR可使各方共同消除分歧、解決差異、共同合作，並促進市場經濟，因而歐盟偏愛CDR。

二、 客戶基於企業服務所生爭議解決之重點規範

2015年2月，澳洲政府發佈「客戶基於企業服務所生爭議解決之重點規範」（Key Practices for Industry-based Customer Dispute

Resolution）[218]，認為企業提出符合成本效益的方案與消費者解決紛爭，企業解決紛爭的替代法院方案為使用CDR。

該份文件六大重點[219]：

1. 協助：企業位於公平合理立場提供易於使用及無成本的服務給客戶。
2. 獨立：企業的決策及管理皆獨立於參與的機構，確保企業決策是客觀且公正的。
3. 公平：企業履行職責的程序及決策須公平。
4. 公開：企業須向參與機構、政府組織、監督單位發佈相關資訊、報告問題。
5. 效率：記錄投訴內容，確保投訴已經適當的程序處理並定期檢討其執行。使社會及參與機構對企業有信心，確保企業資金更有價值。
6. 效力：在合理的權限中企業須定期獨立檢討其執行，以增進社會對企業的信心，確保企業履行其職責。

第三項　著名實例

歐盟推動 ODR 機制較著名者主要為 ECODIR、Online- Schlichter

[218] *Key Practices for Industry-based Customer Dispute Resolution*. http://www.treasury.gov.au/~/media/Treasury/Publications%20and%20Media/Publications/2015/key%20pract%20ind%20cust%20dispute%20reso/Documents/PDF/key_pract_ind_cust_dispute_resol.ashx, last visited 2015/06/10.
[219] *Id*.

以及 ECC-Net 等平台：

（一）ECODIR

ECODIR（Electronic Consumer Dispute Resolution）是一個由 European Commission 以及愛爾蘭企業、貿易與勞工部（Irish Department of Enterprise, Trade and Employment）所支持成立之網路消費爭端解決平台，為歐盟官方首先支持成立之ODR平台[220]。該計畫宗旨是，建立一套以電子方式解決網際網路上，消費者與商業機構間所產生之紛爭的制度。ECODIR在紛爭解決之程序方面，採行類似Square Trade之先協商、後調解之模式，惟與Square Trade之最大不同，在於此一機制無論線上協商或線上調解服務均不收費。



圖 5　ECODIR 程序示意圖

資料來源：http://www.ecodir.org/odrp/index.htm

只要是與消費者有關的線上交易，不涉及非法內容、身體傷害、家庭、稅務及智慧財產權的爭議，即可透過ECODIR 解決[221]。電子

[220] ECODIR, http://www.ecodir.org/, last visited 2015/06/10.
[221] *Id.*

商務消費爭議當事人向ECODIR提出協商申請後，ECODIR將根據申請人提供之資訊，向對造提出進入協商之邀請通知。若對方同意配合，則雙方就可以在一段有限的時間內[222]，利用 ECODIR 的平台，就其爭議內容進行討論。原則上，首先提出該紛爭解決需求者應附帶提供一個解決的提議，而對造在回答是否接受線上紛爭解決時，應一併回答同意或拒絕此一提議。若拒絕此一提議，則應再提出另一解決方案。倘該方案未能獲得第一造的同意，即為協商失敗。

其後，若雙方協商失敗，兩造雙方即可請 ECODIR 開始調解過程。事實上，這也包含若雙方無法在 18 日的協商階段內達成結論，ECODIR 也會主動聯繫雙方，並邀請其進入調解階段[223]。

在調解階段，ECODIR 會指派一個超然獨立的調解員[224]，以協助雙方進行互動，並釐清其無法達成共識的主要歧異點。調解員可提出建議解決方案，若獲得雙方的接納，即由調解員提出一份和解協議，而該紛爭也將於此階段結束後正式終止。當然，在這段過程中，調解員也（必須）能透過安全的網站，檢視雙方交換過的資訊、曾提出過的解決方案，以及協商過程中主要的論據等。若在 15 天內無法調解成功的話，調解員將會根據誠信與公平原則，在考量雙方的權利與

[222] 對方將有七日的考慮期限，若經過七日後並未回覆，即視為拒絕。
[223] ECODIR Process Overview, http://www.ecodir.org/odrp/index.htm, last visited 2015/06/10.
[224] 或是任命一位由兩造雙方選定的調解員。

義務、其爭議的環境條件等，做成一份建議書[225]。

ECODIR 的任何過程都是完全自願的，兩造雙方都可以隨時終止程序，而調解員所出具的建議書，也只有在雙方另立契約同意受其拘束的情況下，才會對兩造雙方產生拘束效力[226]。另外，ECODIR 可以確保每個個案的機密性，根據 ECODIR Resolution Rules 第 10 條[227]，兩造雙方、ECODIR 暨其指派的調解員，都負有高度的保密義務。

（二）Online-Schlichter

Online-Schlichter 係一種處理線上交易（online trading）之 ODR 機構[228]。目前，此一機構係由歐洲消費者保護中心（Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V. ,Centre for European Consumer Protection）於 2009 年六月依據歐盟委員會 98/257/EC 之建議書（Commission Recommendation）設立，並為受歐盟委員會認可之 ODR 機構[229]。

Online-Schlichter 特別之處，在於接受德國數個州之部會預算資

---

225 *Id*.

226 *Id*.

227 ECODIR Resolution Rules, Article 10 (1)Except if the Parties decide otherwise all settlements reached through ECODIR's website will be kept confidential.(2)Except if the Parties decide otherwise, the Secretariat, the Mediator and the Parties must keep confidential all matters relating to the process and all communications exchanged during the process. Confidentiality extends also to the Settlement, except where its disclosure is necessary for purposes of implementation or enforcement.(3)When the Mediator receives information from a party, he/she will disclose the substance of the information to the other party, unless the party specified that the information must be kept confidential.(4)The Secretariat, the Mediator and the Parties will not disclose any information acquired during the course of the proceeding to any person unless compelled to do so by a court of law.(5)Data might be extracted from cases for the purpose of publishing and circulating anonymous dispute resolution information and statistics.

228 Der Online-Schlichter, https://www.online-schlichter.de/, last visited 2015/06/10.

229 European Consumer Centre Germany, *"Online-Schlichter" – an ODR body for online trading*, http://www.eu-verbraucher.de/en/consumer-topics/ecommerce/helpful-addresses/?type=270, last visited 2015/06/10.

助，包括：Baden-Württemberg 川之消費者保護部、 Bavarian 州之司法及消費者保護部、Hessen, Regierungspräsidium Gießen 州之環境、農業、能源及消費者部，以及信賴標章機構 Trusted Shops 等等。推動及執行電子商務爭議之 ODR，為此機構最主要之功能。由於該機構受德國聯邦其中三個州之財務資助，因此有義務接受所有歐盟會員國（EU member states）消費者對德國 Baden-Württemberg, Bavaria 或 Hessia 等州電子商務企業之免費消費申訴（complaints）[230]。

（三） ECC-Net

ECC-Net 係指歐盟消費者中心（European Consumer Centres）之服務網路，提供在歐洲消費者免費之消費諮詢及建議。ECC-Net 提供線上免費之專家諮詢以協助消費者處理對歐盟境內線上賣家（EU-based online seller）之申訴案件，特別在於這些無法事先取得賣家妥善處理之消費爭議案件[231]。ECC-Net 之運作主要由歐洲委員會及會員國政府共同資助。因此，各會員國皆設置 ECC-Net，透過電話、傳真或電子郵件，處理會員國間買方與賣方之線上消費爭議[232]。

此外， ECC-Net 提供文件翻譯功能，故買賣方分屬不同會員國間之申訴文件仍得以順利溝通，惟該機關僅消費爭端解決之意思傳遞

---

[230] *Supra* note 228.

[231] European Consumer Centres network, http://ec.europa.eu/consumers/ecc/index_en.htm, last visited 2015/06/10.

[232] Our network: ECC-Net, http://www.europe-consommateurs.eu/en/about-us/what-we-do/our-network-ecc-net/, last visited 2015/06/10.

之機關，其諮詢對於交易雙方並不具法律上之拘束力，需進一步透過歐盟之消費者保護合作網路（Consumer Protection Cooperation Net，簡稱 CPC-Net）申訴機制予以執行[233]。

第八節　中國大陸

第一項　相關法制

消費者使用網際網路完成交易產生糾紛時，為消費者提供保護的方式應該是具有經濟性、效率性、實質性的保護措施。國家工商行政管理總局於 2010 年 5 月頒布了《網絡商品交易及有關服務行為管理暫行辦法》[234]，該暫行辦法分為總則、網路商品經營者和網路服務經營者的義務、提供網路交易平台服務的經營者的義務、網路商品交易及有關服務行為監督管理、法律責任、負責，共 6 章 44 條。主要是對於電子商務平台業者和經營者的一些行政管理的規定，並未實際涉及消費者網路交易保護的相關制度，也沒有對消費者權利保護作出具體的規定。此暫行辦法雖在網絡服務經營者實名制、交易服務、資訊安全和維權監管等方面作了一些指導性的行政管理規定，但仍欠缺消費者網路交易保護的具體措施。

---

[233] *The Regulation on consumer protection cooperation, Regulation (EC) No 2006/2004*, http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/index_en.htm, last visited 2015/06/10.

[234] 网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法，http://www.saic.gov.cn/ywdt/gsyw/zjyw/xxb/201006/t20100601_88891.html，最後瀏覽日：2015/06/10。

2014 年 3 月 15 日國家工商行政管理總局頒布《網絡交易管理辦法》[235]（下稱《辦法》），同時廢止《網絡商品交易及有關服務行為管理暫行辦法》。

《辦法》之重點：

（一）管轄範圍更廣

相較於暫行辦法，《辦法》管轄範圍更廣，其內容包含了對網路交易主體、客體和行為三方面的規範，涵蓋了通過互聯網（含移動互聯網）銷售商品或提供服務的全部經營活動，包括為網路商品交易提供協力廠商交易平台、宣傳推廣、信用評價、支付結算、物流、快遞、網路接入、伺服器託管、虛擬空間租用、網站網頁設計製作等各類營利性服務。

（二）市場准入規定更明確

《辦法》對網路市場主體准入的規定與暫行辦法中基本保持一致，略作修改，使其更為清晰明確。

1. 按照現行登記註冊法律法規的規定，從事網路商品交易及有關服務的經營者應當依法辦理工商登記[236]。考慮到網路市場發展現狀

[235] 网络交易管理办法，http://www.saic.gov.cn/zwgk/zyfb/zjl/scgfgls/201402/t20140213_141724.html，最後瀏覽日：2015/06/10。

[236] 网络交易管理办法第 7 条 ,从事网络商品交易及有关服务的经营者 ,应当依法办理工商登记。从事网络商品交易的自然人，应当通过第三方交易平台开展经营活动,并向第三方交易平台提交其姓名、地址、有效身份证明、有效联系方式等真实身份信息。具备登记注册条件的，依法办理工商登记。

和促進創業就業的需要，現階段僅對尚不具備登記註冊條件的自然人放寬准入條件，允許其暫不辦理工商登記，但規定必須通過協力廠商交易平台開展經營並向平台進行實名登記，以保障網路交易安全、維護網路消費者權益。除此類自然人經營者外，禁止“無照經營”的網上經營主體存在。

2. 從事網路商品交易及有關服務的經營者銷售的商品或者提供的服務屬於法律、法規、國務院決定規定應當取得行政許可的，應當依法取得有關許可[237]。

3. 協力廠商交易平台承載著數量龐大的經營者、消費者和商業資料，在網路商品交易活動中的地位舉足輕重。平台運行情況直接關係網絡市場秩序和社會公共利益，經營者需具備一定的規模和技術實力才能保證平台運行安全。鑒此，《辦法》規定協力廠商交易平台經營者應當是經工商部門登記註冊並領取營業執照的企業法人。

（三）協力廠商交易平台的責任更大

協力廠商交易平台承載著數量龐大的經營者、消費者和商業資料，在網路商品交易活動中的地位舉足輕重。平台運行情況直接關係網絡市場秩序和社會公共利益。相對於暫行辦法，《辦法》第二章第

[237] 网络交易管理办法第 7 条第 3 项。

二節「協力廠商交易平台經營者的特別規定」中對協力廠商交易平台經營者應當履行的責任義務新增了 5 項內容。

且隨著互聯網的快速發展，一些網站由於各種原因進行了關停和重組。比如 2012 年團購網站出現了倒閉潮，致使很多已經團購的消費者得不到賠償。《辦法》第 31 條特別強調，協力廠商交易平台經營者擬終止提供協力廠商交易平台服務，應當至少提前三個月在其網站主頁面醒目位置予以公示並通知相關經營者和消費者，採取必要措施保障相關經營者和消費者的合法權益[238]。又比如，在明確協力廠商交易平台對申請進入平台的自然人經營者的審查責任的基礎上，第 23 條進一步明確，協力廠商交易平台在對申請進入平台的法人、其他經濟組織或者個體工商戶的經營主體身份進行審查和登記後，在其從事經營活動的網頁醒目位置公開營業執照登載的資訊或者其營業執照的電子連結標識[239]。

從京東、當當到卓越亞馬遜，隨著網路交易的發展，自營網站開放協力廠商交易平台成為電子商務發展的潮流。因此，在不少協力廠商交易平台上，實際存在著自營和其他經營者經營兩種經營方式。對於這兩種不同的經營業態，經營者的法律地位和應承擔的責任義務區別很大，消費者的信任度也有明顯差別。為明確經營模式中經營者

[238] 网络交易管理办法第 31 条。
[239] 网络交易管理办法第 23 条。

的責任義務、維護消費者的知情權和選擇權，《辦法》第 29 條規定，開展自營業務的協力廠商交易平台經營者必須以顯著方式對平台自營部分和其他經營者經營部分予以區分和標注[240]。

此外，新增的協力廠商交易平台經營者應當履行的責任義務還包括：協力廠商交易平台經營者修改其與平台內經營者的協定、交易規則應當遵循公開、連續、合理的原則，並至少提前 7 日予以公示；鼓勵協力廠商交易平台經營者通過設立消費者權益保證金來提升服務品質、更好地保護消費者合法權益等[241]。

（四）監管力度更大

1. 刷信用、差評現象將受處罰：針對目前互聯網上出現的一些賣家常常會虛構火爆交易資料、花錢買好的信用評價、刪除差評，給消費者造成假像等一些網路市場特有的新型不正當競爭行為，《辦法》增設第 19 條，對網路商品經營者、有關服務經營者不得從事的不正當競爭行為進行了擴充描述，對以虛構交易、刪除不利評價等形式，為自己或他人提升商業信譽；以交易達成後違背事實的惡意評價損害競爭對手的商業信譽等 6 類不正當競爭行為進行明確規定[242]。

2. 微博推銷商品應注明是否為廣告：日常生活中，消費者總是能在

[240] 网络交易管理办法第 29 条。
[241] 見前註 246。
[242] 网络交易管理办法第 19 条。

博客、微博、QQ、微信等網路社交載體上看到各種網購達人所謂推薦。此次《辦法》第 37 條規定，為網路商品交易提供宣傳推廣服務應當符合相關法律、法規、規章的規定。《辦法》指出，網路交易中，通過博客、微博等網路社交載體提供宣傳推廣服務、評論商品或者服務並因此取得酬勞的，應當如實披露其性質，避免消費者產生誤解[243]。

（五）工商機關管轄權劃分更合理

1. 明確了違法行為的管轄：

近年來，跨區域的網路商品交易違法行為日益增多。針對這一新形勢，《辦法》對違法行為管轄權的規定作了一些修改、完善，使之更為科學合理。新辦法規定，網路商品交易及有關服務違法行為由發生違法行為的經營者住所所在地縣級以上工商行政管理部門管轄。對於其中通過協力廠商交易平台開展經營活動的經營者，其違法行為由協力廠商交易平台經營者住所所在地縣級以上工商行政管理部門管轄。協力廠商交易平台經營者住所所在地縣級以上工商行政管理部門管轄異地違法行為人有困難的，可以將違法行為人的違法情況移交違法行為人所在地縣級以上工商行政管理部門處理[244]。

[243] 网络交易管理办法第 37 条。
[244] 网络交易管理办法第 41 条第 1 项。

同時，《辦法》新增了對指定管轄的規定：兩個以上工商部門因網路商品交易及有關服務違法行為的管轄權發生爭議的，應當報請共同上一級工商部門指定管轄。對於全國範圍內有重大影響、嚴重侵害消費者權益、引發群體投訴或者案情複雜的網路商品交易及有關服務違法行為，由工商總局負責查處或者指定省級工商局負責查處[245]。

2. 明確了網路消費者投訴的管轄：

網路商品交易及有關服務活動中的消費者向工商部門投訴的，依照《工商行政管理部門處理消費者投訴辦法》處理。《投訴辦法》第 6 條規定為：消費者因網路交易發生消費者權益爭議的，可以向經營者所在地工商行政管理部門投訴，也可以向協力廠商交易平台所在地工商行政管理部門投訴。這一規定，首次明確了網路交易消費投訴的投訴管轄[246]。

第二項　具代表性實例

淘寶網本身只是一個資訊傳遞者，真正的交易主體是商家與消費者，但是其作為交易平台提供商有責任為消費者提供維權通道。

（一）淘寶爭議處理程序

[245] 网络交易管理办法第 41 条第 2、3 项。

[246] 工商行政管理部门处理消费者投诉办法，http://www.saic.gov.cn/zwgk/zyfb/zjl/xxzx/201402/t20140214_141796.html，最後瀏覽日：2015/06/10。

根據《淘寶規則》[247]第 60 條、61 條規定，消費者對商家的違規行為先與賣家進行協商，協商不成應在規定時間內通過在線方式向淘寶客服提出投訴申請，由客服介入給出處理意見。具體內容為：

1. 維權途徑只針對在淘寶網上發生的在線糾紛。若消費者在交易進行中申請維權，例如收到貨物有質量問題、貨物與賣家描述不一致時，應及時登錄賬號在已買到的寶貝中針對此次交易申請退款，若無法與賣家達成協商一致，可自申請退款之日起三日後進入維權通道，屆時淘寶客服將介入糾紛的處理。若交易結束後，消費者有售後需要，買家在交易結束後十五天內針對此交易投訴維權，選擇對應的維權類型（違背承諾、延遲發貨、惡意騷擾等），由淘寶客服在 15 個工作日內做出處理意見[248]。
2. 維權的處理流程為：發起退款/維權，未與賣家協商達成一致意見，申請客服介入，淘寶客服在 7 個工作日幫助介入核實， 15 個工作日給出處理意見[249]。

[247] 淘宝规则，http://rule.taobao.com/detail-62.htm，最後瀏覽日：2015/06/10。
[248] 梁晓艳，在线纠纷解决机制研究—以电子商务纠纷的在线解决为视角，2012 年，郑州大学硕士学位论文，页 24-27。
[249] 同前註 248。

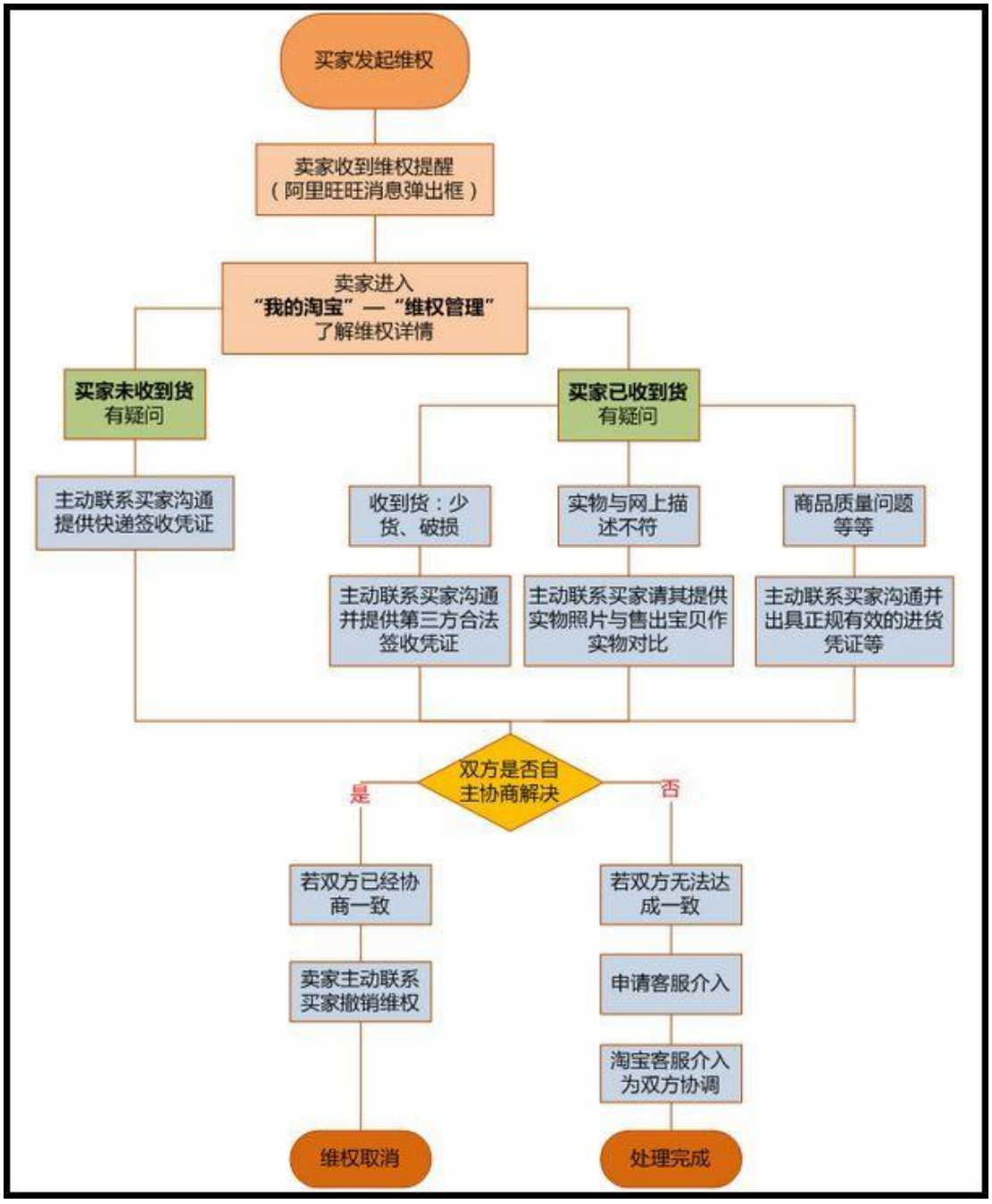


圖 6　淘寶網賣家處理維權流程示意圖

資料來源：淘寶網服務中心，
http://service.taobao.com/support/seller/knowledge-1126900.htm

3. 淘寶客服介入糾紛後，雙方應針對各自的主張進行舉證，例如旺旺聊天記錄以及淘寶帳戶記載的交易流程，客服人員作為中立協力廠商對糾紛進行調解，最終以處理意見來進行審查監督。例如，

一旦消費者投訴成立，針對商家的出售假冒商品、洩露他人資訊等嚴重違規行為扣除分數最高達 48 分，對延遲發貨、描述不符、違背承諾等一般違規行為進行不同程度的扣分，扣分達到一定數量將會導致店鋪遮罩至查封賬戶不同程度的懲罰。若消費者對處理結果不滿意可以通過其他救濟途徑解決糾紛。若商家對處理結果不滿，可在被違規處理之時起 15 天內通過在線違規申訴入口向在線平台提供商申訴[250]。

4. 為了保障交易安全、防止糾紛發生，淘寶網推出了「消費者保障計畫[251]」,作為糾紛解決的配套機制。其中有了 7 天無理由退換貨、假一賠三服務、閃電發貨服務、數碼家電 30 天維修服務及協力廠商質檢服務等多種服務，賣家可以自願選擇加入某一項或者多項保障服務，並受其約束，買家如果選擇這類賣家可以充分保障自身的網購權益。這些保障服務全程支援退貨退款，退貨運費由賣家承擔，若已經加入該計劃的賣家不履行相應承諾，淘寶給予先行賠付，這時的維權時間也將縮短，淘寶客服將在 3 天內介入處理，成功解決糾紛。通過這一保障計劃的實施，淘寶網形成內部處理糾紛的完善體系，為本網站內的購物糾紛提供了公正、快捷

[250] 同前註 248。
[251] 淘宝网消费者保障计划，http://tw.taobao.com/market/tw/twprotection.php，最後瀏覽日：2015/06/10。

的解決途徑[252]。

（二）淘寶網爭議處理機制的優點

相比於傳統的爭議解決機制如訴訟、仲裁、人民調解等，淘寶爭議處照機制的優點非常突出。

1. 成本低

以訴訟為例，當事人要到法院維權需要立案、審判、執行三大程序，而每一步都包含特定的程序，每一道程序都會產生費用，例如案件受理費、律師費、保全費、公告費、鑒定費、交通費等等，還要付出相當的精力及時間。在淘寶爭議處理機制中，買家和賣家不用就爭議仲裁向淘寶支付任何費用，也不用必須到庭，只需要在淘寶爭議處理平台發表自己的意見，提交相關的證據，淘寶在投訴後 7 日內對糾紛作出處理。足不出戶即可處理爭端，這節省了當事人大量的物質成本和時間成本[253]。

2. 執行力強

在訴訟中，買家即使勝訴，如果賣家拒絕退還交易款項，買家就必須聲請強制執行。而在執行中，又可能面臨著執行難的問題。而淘寶爭議處理機制中，淘寶網控制著支付寶，支付寶是淘寶網電子交易的支付平台。在爭議解決之前，支付寶通常不會將

[252] 同前註 248。
[253] 郑军，浅析在线纠纷解决制度(ODR)在中国的发展——以淘宝网争议处理模式为例，法制与社会，2014 年第 20 期，页 44-45。

交易款項劃付給賣家，如果處理結果是退還款項，淘寶網即通過支付寶將款項退還給買家。另外，淘寶網可能針對買家反映的問題，對賣家採取扣分、下架商品、警示公告、遮罩店鋪、關閉店鋪等處理手段，從而對賣家產生嚴重不利影響。淘寶網正是憑借著其評估反饋機制和對問題賣家的逐出權，以及對交易支付方式的控制，充分確保了淘寶爭議處理機制的執行力[254]。

（三）淘寶網爭議處理機制的不足

雖然淘寶的爭議解決機制取得了良好的效果，但是由於該機制引進較晚，實踐應用的時候有限，在機制運行中，仍然存在一些不足。

1. 查明事實手段有限[255]

淘寶爭議處理機制在查明事實時，主要依賴於買家或賣家陳述、上傳的照片（包括憑證、聊天記錄、網頁等照片），而在訴訟中查明事實的方式有許多，諸如鑒定、證人證言、視聽資料、勘驗筆錄等。由於技術限制，淘寶在處理爭議時，不可能將這些手段一一使用，那麼其所認定的事實的準確性也會受到影響。

2. 處理方式有限

根據合同法的規定，買賣合同出現爭議後，可以採取的處理方式除了退貨和繼續履行合同之外，還有修埋、更換、重作、減

[254] 同前註 253。
[255] 同前註 253。

少價款、賠償損失、支付違約金等。淘寶在處理爭議時，很難準確計算損失（如質量問題導致人身財產的損失），也很難判斷某些瑕疵是否構成根本性違約從而對不構成根本性違約的瑕疵採取減少價款的處理方式。此外，淘寶也沒有將《消費者權益保護法》中雙倍返還價款的救濟方式予以運用[256]。

3. 《淘寶爭議處理規則》[257]（以下簡稱《規則》）作為淘寶處理爭議的實體規範，內容方面有較多不足之處。

(1) 爭議解決規則不確定

依據《規則》第 5 條，淘寶有權隨時變更《規則》並在網站上予以公告[258]。作為在淘寶網平台上爭議解決的標準規範，《規則》可能隨時發生更改，這對於維護當事人自身權益的穩定性是非常不利的。淘寶在介入雙方爭議之前，應當首先讓雙方當事人認可修改後的《規則》，且一旦確定規則後非經當事人雙方同意，不得隨意更改[259]。

(2) 當事人的選擇權受到很大限制

依據《規則》第 58 條，何一方當事人都有權決定將該爭議訴諸淘寶網來解決，而且一旦授權即不可撤銷[260]。淘寶是否介入

[256] 見前註 253。
[257] 淘宝争议处理规则，http://rule.taobao.com/detail-191.htm，最後瀏覽日：2015/06/10。
[258] 淘宝争议处理规则第 5 条。
[259] 見前註 253。
[260] 淘宝争议处理规则第 58 条。

爭議，只是考慮一方當事人的訴求而不管另一方當事人的意願。選擇讓淘寶介入爭議的權利得到保障，但拒絕淘寶介入的權利卻受到了很大限制。ODR 制度屬於 ADR 制度的一個分支，選擇性是 ADR 的重要特性。顯然，第 58 條內容極大的限制了當事人的選擇權，同時也不符合意思自治這一民法的基本理論。依據意思自治原則，當事人相互之間應當尊重彼此的意願，通過協商達成一致意見[261]。

(3) 免責條款的不合理性

依據《規則》第 3 條、第 70 條，淘寶不對其做出的爭議處理結果承擔任何責任[262]。該內容實質上是淘寶的免責條款，然而，判斷淘寶是否應就錯案承擔相應責任的時候， 應當區分錯案發生的原因。針對爭議處理人員主觀存在惡意，利用權力進行尋仇情況，淘寶爭議處理人員因職務行為而造成他人損失，且淘寶沒有免責的事由，淘寶應當承擔責任[263]。

第九節 小結

傳統訴訟制度的缺失，使得各國政府及實務從事人士發展出具有簡便、快速及費用低廉特性的ADR 制度，而後又衍生出ODR制度。

[261] 見前註 253。
[262] 淘宝争议处理规则第 3、70 条。
[263] 見前註 253。

甚者，由於近年網路消費型態大量崛起，衍生出特別以消費者為主體之消費者爭端解決CDR，甚而因利用線上解決方式而有線上消費者爭端解決Online CDR處理因網路消費所生爭議。

而各國也紛紛將上述制度的理念與本國的實際情況相互結合，希望藉此強化整體爭端解決制度的建構。伴隨ODR、CDR制度不斷發展，現今早已有著諸多不同的概念與特性，從狹義到廣義，從實體到非實體（線上），均反映出此一制度靈活多變之特性。

綜上所述，可以了解近年國際均在遠距交易消費者保護方面，除重視其實質價值外，並包括下列幾項趨勢：（1）保護對象擴大化的趨勢；（2）保護機制多樣化、多元化的趨勢；（3）保護制度體系化的趨勢；（4）保護制度國際化、趨同化的趨勢。

為了促進ODR、CDR制度於電子商務領域之利用，除各國政策上的推動措施，以及WTO、OECD及GBDe等知名國際組織不遺餘力之提倡外，近來各國更嘗試透過立法方式，希冀以法制力量帶動ODR制度的發展與運用。紛爭解決制度方面，如同歐美及日本，除採取訴訟外，替代紛爭解決機制雖早已行之有年，尤其聯合國、歐盟廣泛推動發展成熟之紛爭解決機制並研擬專法；至於中國大陸，針對網路交易之紛爭已制訂網路交易管理辦法，其規範及相關措施，亦殊值我國參酌仿效。

因此，我國未來欲建構完善之電子商務線上交易之消費者保護及紛爭解決機制時，除應參酌國際間各國之發展模式，其法制政策方面宜效法聯合國、歐盟及中國大陸等國之做法，使相關機制得以按部就班並有效落實。

關於各國法制措施之彙整比較，請參閱下表：

表 4　各國法制彙整比較表

國際組織或國家	相關法規名稱	內容摘要	欲處理問題
WTO	1998 年電子商務工作方案 Work Programme on Electronic Commerce	正式將電子商務定義為「透過電子方式所進行之貨物或服務之生產、銷售、行銷、交易或傳遞之總稱」。	
OECD	1999 年電子商務消費者保護指南 OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce	1. 電子商務業者應於不增加消費者費用及負擔之前提下，提供消費者公平且即時之爭議處理及賠償機制。 2. 企業界、消費者代表及政府應共同合作，以持續發展包含選擇性爭議處理機制之公平、有效及透明之業者自律計畫及其他政策和程序，以解決消費者因為跨國電子商務所引起的申訴及爭端。	電子商務消費糾紛之解決之原則性規定，著重於管轄權、準據法以及救濟管道等議題。

國際組織或國家	相關法規名稱	內容摘要	欲處理問題
	2004 年電子商務爭端解決說明書	1. 電子商務業者應於網站上揭露包括隱私保護、契約條款及訂約條件、消費爭議處理服務，以及無條件退費機制等重要資訊，以提高網路消費之動機。 2. 業者應加入安全認證或信賴標章機制，以符合最低程度之標準。 3. 重視第三方支付服務，及保險機制。 4. 電子商務業者可採行ODR制度，使業者及消費者無需出門即可利用 ODR 解決爭端。 5. ADR 制度選擇上，電子商務業者應考慮其有無固定爭端解決規則、所需費用、運作方式、以及 ADR 機構本身之保密責任等。	電子商務業者遇有消費爭端時應採行之步驟及原則。
	2008 年關於行動商務中消費者保護及強化保護的政策指南 Policy Guidance for Addressing Emerging Consumer Protection and Empowerment Issues in Mobile Commerce	提出付款安全機制、行為廣告及個資保護等電子商務議題十餘面向。	檢視電子商務消費者保護綱領對網路數位經濟之影響，及待修正之處。

國際組織或國家	相關法規名稱	內容摘要	欲處理問題
GBDe	2001 年 ADR 制度指導原則 Alternative Dispute Resolution Guidelines	1. 鼓勵消費者使用企業內部之消費申訴處理機制。 2. 企業須充分告知消費者得使用之特定一家或數家ADR系統，以解決可能之交易糾紛，並將之作為交易契約條款之一部分。 3. 企業或政府應使潛在之電子商務消費者能夠知悉ADR或ODR機制、使用成本及可能費用、其法律性質、法律效果，以及是否仍有其它之紛爭解決管道。 4. 務求程序之公正透明。 5. 程序及機制必須易於利用、明確及公開。 6. 合乎效率之期待。 7. 收費低廉且易於負擔。	針對 ODR 之發展所提出之重要建議。
美國	統一電腦資訊交易法 UCITA	規範電腦線上交易之商業契約。	線上交易標的界定及相關商業契約訂定。
日本	特定商事交易法	消費者僅在特定條件享有無條件解約權。	在傳統通信販賣增補電子傳遞規定。
	替代紛爭解決機制利用促進法(裁判外紛爭解決手續之利用之促進相關法律)	透過主管機關之審查與背書，並經由政府資訊公開措施，提升國民對於業經認證之民間 ADR 機構及相關制度之信心。	導入認證制度。

國際組織或國家	相關法規名稱	內容摘要	欲處理問題
UN	1996 年電子商務模範法 Model Law on Electronic Commerce	1. 未明確定義電子商務，但針對法規適用範圍之規定，涵括各種商業活動所使用之數據資訊格式中所載之資訊。 2. 將數據資訊定義為經由電子、光學或其他類似方法，但不限於電子資料交換、電子郵件、電報、電傳、電子複製等所產生、傳送、接收或儲存之資訊。	定義數據資訊
	2002 年 ODR 建議書草案 Recommendation on Online Alternative Dispute Resolution	1. 政府應於未來各項立法中，避免採行任何可能阻礙 ODR 之規定。 2. ODR 之實施可與電子商務有關之自律機制，例如行為準則及信賴標章等相結合。 3. 政府應確保其內國法鼓勵並促進紛爭當事人利用法庭外爭端解決機制解決爭端。 4. 對於利用法庭外爭端解決機制之當事人，提供適切之程序保障。爭端解決時，依循與電子商務有關之實務運作、慣行作法或習慣以告知所有與決定有關之重要資訊。	明確定義 ODR 及 ODR 之重要發展方向。
	2010 年跨境電子交易線上爭議解決：程序規則草案 Online Dispute Resolution for Cross-border Electronic Commerce Transactions Procedural Rules	1. 解決制度將為“雙軌”制，其中一軌包括談判、協助下調解和仲裁階段，另一軌將不包括仲裁階段。 2. 設置網路爭議解決全球性制度，這種制度包含爭議前仲裁協議對消費者有約束力的法域，以及爭議前仲裁協議對消費者無約束力的法域。	制訂跨國界電子交易網路爭議解決之機制。

國際組織或國家	相關法規名稱	內容摘要	欲處理問題
歐盟	1997 年遠距契約消費者保護指令 Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council of 20 May 1997 on the Protection of Consumers in respect of Distance Contracts	創設法庭外之網路糾紛解決機制乃當務之急。	提供遠距交易消費者明確之保障。
	2000 年電子商務指令 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	規定各會員國應致力於法庭外糾紛解決機制之建立。	鼓勵法庭外糾紛解決機制之建立。
	2000 年消費紛爭法庭外解決方式決議 Community-wide network of national bodies for the extra-judicial settlement of consumer disputes	明確指出 ADR 制度所應具備之四項原則，包括公正性（Impartiality）、透明性（Transparency）、有實效性（Effectiveness），及公平性（Fairness）。	就 ADR 制度提出所應具備之基本原則。
	2011 年消費者糾紛 ADR 指令草案（Directive on consumer ADR）	確保為消費者契約中的雙方當事人提供有效的法院外紛爭解決機制。	為消費者建置有效的法院外紛爭解決機制。
	2011 年消費者糾紛 ODR 條例草案（Regulation on consumer ODR）	建立一個跨境遠距消費者糾紛解決 ODR 平台。	建立跨境的消費者紛機制平台。

國際組織或國家	相關法規名稱	內容摘要	欲處理問題
中國大陸	網絡交易管理辦法	1. 從事網路商品交易及有關服務的經營者應當依法辦理工商登記。 2. 增加協力廠商交易平台經營者的責任。 3. 針對消費者及業者的監督更加嚴格。 4. 明確規範工商機關管轄權劃分。	明確訂定電子商務平台業者、經營者及消費者網路交易保護具體措施。

資料來源:參考中華民國青年創業協會總會,電子商務交易紛爭解決機制之研究,行政院消費者保護會委託研究，頁 172-179 後本研究自行更新整理。

另外關於國外 ADR/ODR 機制之彙整比較，請參閱下表：

表 5　國外 ADR/ODR 機制比較表

國際組織或國家	機制名稱	種類	型態	特色
美國	AAA/BBB	ADR	自律	私人仲裁組織收取仲裁費 有拘束力
	VMAG	ODR		私人 免費 無拘束力
	OOO			
	Square Trade			私人 信賴標章 認證 第一階段免費第二階段付費 無拘束力
	Paypal			第三方支付機制
	NMB		共律	政府機構 免費 有拘束力
日本	法院/民間機構	ADR	他律/自律	

國際組織或國家	機制名稱	種類	型態	特色
歐盟	ECODIR	ODR	共律	政府資助免費
	Online-Schlichter			
	ECC-Net			
中國大陸	支付寶	ODR	自律	私人 免費 無拘束力

資料來源:參考中華民國青年創業協會總會,電子商務交易紛爭解決機制之研究,行政院消費者保護會委託研究，頁 172-179 後本研究自行更新整理。

第伍章　結論與建議

第一節　結論

電子商務隨著網際網路的蓬勃而跟著迅速發展，其為人類提供了一個全新管理商業交易的方法，而且將成為世界經濟向前發展的一大動力。除了能在企業、消費者及政府間提供更多、更廣及更直接的連繫之外，還能產生更多新的產品與市場。且網際網路能提供圖文並茂的內容，可突破國界之藩籬讓客戶可以直接與世界上任一國家、區域之企業或個人為交流，更是透過網際網路而與企業進行諮詢、洽談、交易、訂購和簽約等行為，實顛覆以往傳統商務活動之型態。電子商務正逐漸滲入每個人的生活環境，成為人類日常生活中不可或缺的重心，影響層面更是遠遠超過傳統商務活動。

然即便各界越來越重視電子商務，迄今電子商務仍尚未有統一之定義。各國際組織、國家均依其各自發展電子商務之歷程，而各自提出對電子商務之看法。前述針對電子商務之簡介、定義、從交易主體、客體觀察及近期發展之論述，應可歸納出電子商務不僅僅網際網路上所進行的各種商務活動，亦不限於傳統的網際網路外，應擴及電信及廣播領域，形成數位匯流的新時代。

電子商務雖成為新世紀經濟發展之重心，然在此榮景背後，衍生

諸多前所未見或棘手之法律糾紛，因消費者意識抬頭，近年來於網路消費糾紛之爭議實數量增多且態樣複雜，尤其網路消費之金額向來為小額交易，倘若此類案件均透過傳統司法訴訟程序及替代性爭端解決機制（協商、調解、仲裁），恐造成法院之龐大負擔，勢必將使訴訟程序延宕，又會造成當事人對於解決爭議望之卻步。爰此，為了電子商務的持續發展，有效的解決電子商務產生之消費糾紛，保護消費者權益，確實需建立一套完善之線上消費糾紛爭端解決的機制，落實消費者權益保護之必要，期能藉此替代法院之程序及可能產生的法律問題，並能有效解決因網路商業行為所產生之糾紛。

基本上，解決民事糾紛的最後手段為法律訴訟，雖然具有強制力，但因其程序冗長及費用高昂，會造成訴訟雙方精神與經濟上之負擔，對於一些消費金額較小或性質單純之糾紛實不符合效益，因此實務上簡易訴訟程序或小額訴訟程序進行之初，法官經常會視案件性質勸諭兩造當事人進行調解。

而電子商務之崛起，帶給消費者及業者無限選擇及商機，然而隨之發生的線上消費糾紛，因為網路無遠弗屆的特質，使得交易地點與產生糾紛著地點難以界定，於是在判斷適用法律及管轄權問題上受到挑戰，亦可能造成法律衝突，使得案件的解決增加相當的困難度，而在訴訟經濟與訴訟成本的考量下，尋求跨國訴訟是否適當，此些問題，

均是電子商務目前所刻不容緩待以克服之線上消費糾紛難題。

至於線上消費爭端解決機制，乃是利用網際網路跨越地理疆界之特性，以網路作為爭端解決之平台，透過當事人間之合意，可免除對於管轄權認定之問題，且網路強大的傳輸通訊功能，更可使透過網路解決消費糾紛之機制較傳統交易爭端解決機制更加快速且更有效率。

因此線上消費爭端解決機制處理的結果雖不具法律上拘束力，但其處理的模式卻是符合民事關係的私法自治原則，雙方當事人自由理性地協商解決爭端。就現實面而言，採用線上消費爭端解決機制乃實際解決問題之方法，除較為經濟有效率外，同時也維持了消費者與業者間的和諧關係，亦可促進電子商務之發展。

又我國現行相關消費爭端解決機制，可分為他律、自律、共律三面向。他律部分，主要為依據消保法負消費者保護義務之各目的事業主管機關，其現行解決糾紛之模式，主要以網站或電子郵件方式於線上受理消費者之申訴。

其次，自律部分，目前各大型線上購物及拍賣網站提供之線上客服，即為最基本之線上消費爭端解決機制。若論及行業自律部分，中華民國網路消費協會及台北市消費者電子商務協會，則已建立線上消費爭議協商機制，爭議當事人可藉由線上機制，針對爭議進行協調與

溝通。此外，旅遊品保協會針對不論是透過網路或實體所訂定之旅遊契約糾紛，業已實施調處及共保機制，消費者在與業者協調之過程中，在一定之條件下，更可事先獲得損害賠償。

至於共律機制部分，目前最主要之機制為消費金融評議機制及證券投資或期貨交易糾紛調處機制，皆係透過政府捐助成立之第三公正機構，針對相關消費爭議，提供消費者以調處為主之消費爭端解決機制。因此消費爭端解決機制係基於特別法之授權所設量，法律並賦予一定之拘束力，惟其機制之建制成本亦高於自律機制。

再者，也因為傳統訴訟制度的缺失，使得各國政府及實務從事人士發展出具有簡便、快速及費用低廉特性的ADR 制度，而後又衍生出ODR制度。甚者，由於近年網路消費型態大量崛起，衍生出特別以消費者為主體之消費者爭端解決CDR，甚而因利用線上解決方式而有線上消費者爭端解決Online CDR處理因網路消費所生爭議。

而各國也紛紛將上述制度的理念與本國的實際情況相互結合，希望藉此強化整體爭端解決制度的建構。伴隨ODR、CDR制度不斷發展，現今早已有著諸多不同的概念與特性，從狹義到廣義，從實體到非實體（線上），均反映出此一制度靈活多變之特性。

綜上所述，可以了解近年國際均在遠距交易消費者保護方面，除重視其實質價值外，並包括下列幾項趨勢：（1）保護對象擴大化的趨

勢；（2）保護機制多樣化、多元化的趨勢；（3）保護制度體系化的趨勢；（4）保護制度國際化、趨同化的趨勢。

為了促進ODR、CDR制度於電子商務領域之利用，除各國政策上的推動措施，以及WTO、OECD及GBDe等知名國際組織不遺餘力之提倡外，近來各國更嘗試透過立法方式，希冀以法制力量帶動ODR制度的發展與運用。紛爭解決制度方面，如同歐美及日本，除採取訴訟外，替代紛爭解決機制雖早已行之有年，尤其聯合國、歐盟廣泛推動發展成熟之紛爭解決機制並研擬專法；至於中國大陸，針對網路交易之紛爭已制訂網路交易管理辦法，其規範及相關措施，亦殊值我國參酌仿效。

因此，我國未來欲建構完善之電子商務線上交易之消費者保護及紛爭解決機制時，除應參酌國際間各國之發展模式，其法制政策方面宜效法聯合國、歐盟及中國大陸等國之做法，使相關機制得以按部就班並有效落實。

最後，基於協助我國電子商務市場的發展及維護消費者權益，關於完善消費糾紛解決機制之建議，立法層面上可仿效已建立專法之國家訂定法規，至於糾紛處理機制之建立，可就現有之機制加以改善並落實。

第二節　建議

依第四章關於國外爭端解決機制之整理及分析，近幾年來對於消費者線上消費所衍生之爭議，幾乎採取專屬立法及建置專門機構以解決爭議。

第一項　立法之建議

聯合國部分，針對跨境電子商務交易線上爭端解決，正在制訂審議「跨境電子交易線上爭議解決：程序規則草案」，亦即訂定網路交易爭議解決法規。且須具備公正、透明、有效及公平等原則。

歐盟方面，「消費者糾紛 ADR 指令草案」和「消費者糾紛 ODR 條例草案」，已於 2012 年生效，並將於 2015 年 7 月實施。ADR 指令目的在於確保為消費者契約中的雙方當事人提供有效的法院外紛爭解決機制，ODR 規則的目的在於建立一個跨境遠距消費者糾紛解決 ODR 平台。

中國大陸之做法，則是訂定解決消費者網路消費糾紛之專法，即網絡交易管理辦法，對於因網路消費交易產生糾紛之消費者提供救濟，其中包含對於電子商務網路平台業者及經營者的行政管理規定、消費者網路交易保護、政府監督管理、行政機關權責劃分等。

其中聯合國審議中之草案、歐盟已生效待實施之法規，皆可做為我國之效法標竿，又因中國大陸亦於去年實施新法，且與我國民情

較相近，亦值我國參酌仿效。

基此，為因應電子商務技術與應用之變遷，同時與國際趨勢、實務需求及新興商業模式之發展銜接，為電子商務交易提供明確之法律依據，我國在法制面之處理上，可考慮採行以下幾種作法：

一、修正現行消費者保護法

檢視現行消費者保護法第五章消費爭議之處理中，第一節為申訴與調解、第二節為消費訴訟，屬前述第參章第一節之交易爭端解決機制途徑。

爰於線上消費爭議之紛爭特性，需求與傳統消費爭議相異，因此建議針對電子商務消費類型之爭議另增設第三節解決線上消費紛爭，以非訟爭端解決機制處理，且範圍須包含跨境消費爭議之爭端解決。亦即在原有的消費者保護法架構上建立電子商務線上消費紛爭解決機制之章節。

二、制訂專屬立法

參酌我國現行對金融消費者保護及證券期貨投資人保護之立法模式，以特別立法方式，將電子商務交易及消費者之保護，包括紛爭處理機構之建立及紛爭處理機制等相關事項皆明文定之。

第二項　糾紛處理機制之建立

基於第肆章之分析整理，將國外機制適用於我國之可行性分析如下：

表 6　國外機制適用於我國之可行性分析表

國際組織或國家	機制名稱	型態	收費方式	政府角色	案件分類方式	特點	我國可參考之優點
美國	AAA/BBB VMAG OOO Square Trade paypal	自律	部分收取費用；部分完全免費；部分採第一階段免費第二階段付費。	除 NMB 屬政府機構之性質外，皆為私人組織，政府未干涉。	爭議型態及金額	優點：採信賴標章認證及第三方支付機制。 缺點：當事人需支付一定費用。	信賴標章及第三方支付機制。
日本	法院及商務仲裁機構	他律及自律	需支付訴訟費或仲裁費。	法院及民間仲裁機構之組合。	爭議型態及金額	優點：法院及仲裁人判斷具拘束力。 缺點：費時且成本高。	與我國目前情況類似。
歐盟	ECODIR Online-Schlichter ECC-Net	共律	完全免費。	經費補助者。	爭議型態	優點：完全免費，具公信力。 缺點：依賴政府資助，且結果不具拘束力。	免費機制，政府賦予公信力。
中國大陸	支付寶	自律	完全免費。	私人組織，政府未干涉。	無	優點：完全免費。 缺點：結果不具拘束力。	免費機制。

資料來源：參考中華民國青年創業協會總會，電子商務交易紛爭解決機制之研究，行政院消費者保護會委託研究，頁 194 後本研究自行更新整理。

根據上表整理，歸納出適用於我國現況之爭端處理機制宜具備下列特性：自律性或共律性、處理程序免費或收取有限之費用、政府賦予公信力以及處理結果具拘束力。

而就線上消費糾紛解決平台建置部分，不論是建立自律機制或共律機制，其目的皆在於快速解決線上消費糾紛，便利消費者，提升消費者使用網路交易之信心及回頭使用率，除了穩固現有交易量外，亦力求已蓬勃發展之電子商務交易數量再創新高。

因此關於成立線上消費糾紛解決機制部分，除了上述之特性外，亦應保有高標準的獨立性、透明度及公正性；費用須較傳統訴訟程序低廉且靈活快速；增強市場監控、回饋機制，公開發佈新興趨勢及重大議題。

再者，政府主管部門除應有效制止非法活動，鼓勵電子商務業者自律外，並宜與電子商務業者成立共律機制，由政府主管部門監督。

當有爭議發生時，先由電子商務業者之自律機制處理，無法解決爭議時，再由政府與電子商務業者成立之共律機制處理。

至於爭議處理結果之拘束力問題，建議應透過上述的立法賦予調處結果有既判力之效果，或於踐行此程序之當事人事先約定放棄另行一般訴訟程序之權利，可參考我國目前處理調解程序之規定。

另外關於資金方面，建議由各電子商務業者提供，就紛爭解決行

政費用予以支應。

並建議在電子商務業者無法以自律機制解決爭議，須進入共律機制解決之情形下，於共律機制處理爭議完成後，公佈該電子商務業者，即對電子商務業者為優良評比。換言之，以自律機制即可解決爭議之電子商務業者評比為優良廠商，並予以揭露、頒發標章。而民眾亦可藉由政府之公正評比，得知電子商務業者對於爭議處理之態度，進而增加民眾對電子商務業者之信賴感。若此機制建立又推廣使用，除提供多元救濟管道，亦會有效處理多數線上消費糾紛案件，疏減訟源。

參考文獻

壹、中文文獻（依作者姓氏筆劃依序排列）

一、書籍

1. 中華民國青年創業協會總會，電子商務交易紛爭解決機制之研究，行政院消費者保護會委託研究，2012 年 11 月。
2. 行政院消費者保護會，OECD 通過強化網路社會之消費者保護研討會結論報告，2010 年。
3. 行政院經建會，網路交易消費者保護課題及法制修正之研究，1999 年。
4. 吳光明，多元文化與訴訟外解決糾紛機制，2004 年。
5. 財團法人資訊工業策進會，網路交易消費者保護課題及法制修正之研究，行政院經濟建設委員會委託研究，2002 年。
6. 財團法人資訊工業策進會科技法律中心，網路交易爭端解決機制之法律研究，行政院經濟建設委員會委託研究，2002 年。
7. 陳計男，小額訴訟程序簡介，收錄於氏著《程序法之研究(三)》，三民出版，初版 1 刷，2000 年 12 月。
8. 經濟部，98 年度新網路時代電子商務發展計畫，線上爭議處理及客服申訴機制建議報告書，2009 年。
9. 經濟部商業司，電子商務法律適用解析，2009 年。
10. 劉春堂等 5 人，電子商務消費者保護之研究，2001 年。
11. 薛夙珍譯，電子商務經濟學，跨世紀電子商務出版，2000 年。

二、期刊論文類

1. 王勁力，網路交易詐欺之刑罰探究-以電子商務各類各類電子付款工具為例，科技法律評析，2008 年 6 月。
2. 余啟民，電子商務新紀元下之消費者保護，消保 20 年學術研討會，2014 年 6 月。
3. 李婉萍，ECODIR 之線上爭端解決機制介紹，科技法律透析，第 16 卷第 12 期，2004 年 12 月。
4. 姜世明，簡易訴訟程序及小額訴訟程序，月旦法學教室，第 63 期，2008 年 1 月。
5. 許耀明，跨國 B2C 買賣契約的法律問題，東海大學法學研究，第 26 期，2007 年。
6. 郭戎晉，司法改革的一小步，替代性紛爭解決機制的一大步－談日本「ADR 利用促進法」，科技法律透析，2005 年 9 月。
7. 郭戎晉，網路虛擬經濟發展面臨之法律議題，商業現代化，第 81 期，2007

年 3 月。
8. 郭戎晉，線上遊戲「虛擬財產」法律性質與產業發展趨勢之研究，科技法律透析，第 19 卷第 8 期，2007 年 8 月。
9. 郭佳玫，論現行網路交易爭議解決的法律問題-兼談線上爭端解決機制(Online ADR)，科技法律透析，2001 年 6 月。
10. 陳秀峰，線上訴訟外爭端解決機制一自電子商務消費者保護觀之(上)，司法周刊，第 1059 期，2001 年 11 月。
11. 陳思廷，B2B 電子商務訴訟外爭議處理(ADR)機制之研究(上)，科技法律透析，2002 年 5 月。
12. 陳思廷，B2B 電子商務訴訟外爭議處理(ADR)機制之研究(下)，科技法律透析，2002 年 6 月。
13. 陳詩蘋，風起雲湧的第三方支付，財金資訊季刊，第 71 期，2012 年 6 月。
14. 曾淑瑜，建構醫療糾紛裁判外紛爭解決模式一引進日本 ADR 制度，月旦法學雜誌，第 160 期，2008 年 9 月。
15. 劉純穎，網路仲裁之可行性及法律問題，律師雜誌，第 256 期，2000 年 1 月。
16. 戴豪君，電子商務紀元消費者保護課題(上)，科技法律透析，第 12 卷第 5 期，2000 年。
17. 郑军，浅析在线纠纷解决制度(ODR)在中国的发展——以淘宝网争议处理模式为例，法制与社会，2014 年第 20 期。

三、 學位論文類
1. 林仁義，網路購物於消費者保護法上的相關法律關係之研究，東吳大學碩士論文，2013 年。
2. 梁晓艳，在线纠纷解决机制研究—以电子商务纠纷的在线解决为视角，2012 年，郑州大学硕士学位论文。
3. 莊貫勤，網路數位化商品之相關法律問題研究—以線上遊戲虛擬物品之相關法律問題為中心，國立雲林科技大學碩士論文，2007 年。
4. 郭戎晉，替代性紛爭解決制度於電子商務之運用與法制發展，中原大學碩士論文，2008 年。
5. 陳秋芬，電子商務與消費者保護法關係之研究，國立臺北大學碩士論文，2011 年。
6. 甯智倫，電子商務（B2C）中有關消費者保護法第十九條適用之探討－以線上數位資訊交易為例，東吳大學碩士論文，2004 年。
7. 楊沛生，網路交易爭端解決機制之研究，東吳大學碩士論文，2005 年。

四、網路資料類
1. ibon 網站，http://www.ibon.com.tw/

2. MBA 智庫百科，httP://wiki.mbalib.com/zh-tw/B2B2C
3. SOSA 臺北市消費者電子商務協會，http://www.sosa.org.tw/index.asp
4. 工商行政管理部门处理消费者投诉办法，http://www.saic.gov.cn/zwgk/zyfb/zjl/xxzx/201402/t20140214_141796.html
5. 中華民國仲裁協會，仲裁之優點，http://www.arbitration.org.tw/content/a1.htm
6. 中華民國消費者文教基金會， http://www.consumers.org.tw/unit330.aspx
7. 中華民國無店面零售商業同業公會-最新消息-本會整理台灣 2013 年電子商務產業市場規模報告，http://www.cnra.org.tw/index.php?action=news_detail&cid=130&id=240
8. 中華民國網路消費協會，http://www.nca.org.tw/
9. 网络交易管理办法，http://www.saic.gov.cn/zwgk/zyfb/zjl/scgfgls/201402/t20140213_141724.html
10. 网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法，http://www.saic.gov.cn/ywdt/gsyw/zjyw/xxb/201006/t20100601_88891.html
11. 行政院消費者保護會，http://www.cpc.ey.gov.tw/cp.aspx?n=1E28C1D10E3B53DF&s=F14A8A36E730B4C9
12. 財團法人金融消費評議中心，https://www.foi.org.tw/Article.aspx?Arti=646&Lang=1&Role=1&Pno=4
13. 財團法人證券投資人及期貨交易人保護中心網站，http://www.sfipc.org.tw/main.asp
14. 淘宝争议处理规则，http://rule.taobao.com/detail-191.htm
15. 淘宝网消费者保障计划，http://tw.taobao.com/market/tw/twprotection.php
16. 淘宝规则，http://rule.taobao.com/detail-62.htm
17. 澳門特別行政區政府消費者委員會網站，http://www.consumer.gov.mo/c/certshop2.asp
18. 羅之盈，虛實整合再進化：迎接 O2O 大商務時代，數位時代 http://www.bnext.com.tw/article/view/id/25603

貳、外文文獻（依作者姓氏字母筆劃依序排列）

一、專書

1. Ponte, Lucille M. & Cavenagh, Thomas D., Cyberjustice: Online Dispute Resolution (ODR) For E-Commerce, Prentice Hall (2005).

二、期刊論文

1. Katsh, Ethan & Wing, Leah, Ten Years of Online Dispute Resolution (ODR): Looking at the Past and Constructing the Future, 38 U. Tol. L. Rev. 19(2006).

2. Shah, Aashit, Using ADR to Resolve Online Disputes, 10 Rich. J.L. & Tech. 25 (2004).
3. Ware, Stephen J. & Cole, Sarah Rudolph, Introduction : ADR in Cyberspace, 15 Ohio Sr. J. On Disp. Resol. 589 (2000).

三、網路資料

1. Business Guide to the FTC's Mail or Telephone Order Merchandise Rule, http://business.ftc.gov/documents/bus02-business-guide-mail-and-telephone-order-merchandise-rule
2. Commission Recommendation of 4 April 2001 on the Principles for Out-of-Court Bodies Involved in the Consensual Resolution of Consumer Disputes, http://www.casebooks.eu/consumerLaw/chapter8/excerpt.php?excerptId=4024, last visited 2015/06/10
3. Der Online-Schlichter, https://www.online-schlichter.de/
4. 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), http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32000L0031:En:HTML
5. Directive 97/7/EC, http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:31997L0007
6. Directive on consumer ADR. http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:165:0063:0079:EN:PD
7. DSTL/CP (2009) 20/FINAL, OECD Conference on Empowering E-consumers Strengthening Consumer Protection in the Internet Economy Background Report, Washington D.C., 8-10 December 2009. http://www.oecd.org/ict/econsumerconference/
8. ECODIR Process Overview, http://www.ecodir.org/odrp/index.htm
9. ECODIR, http://www.ecodir.org/
10. Ethan Katsh, The Online Ombuds Office: Adapting Dispute Resolution to Cyberspace, http://www.umass.edu/dispute/ncair/katsh.htm
11. European Consumer Centre Germany, “Online-Schlichter” – an ODR body for online trading, http://www.eu-verbraucher.de/en/consumer-topics/ecommerce/helpful-addresses/?type=270
12. European Consumer Centres network,

http://ec.europa.eu/consumers/ecc/index_en.htm
13. Federal Trade Commission , Commerce To Host Public Workshop To Explore Online Dispute Resolution, https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2000/02/ftc-commerce-host-public-workshop-explore-online-dispute
14. GBDe Alternative Dispute Resolution Guidelines, http://www.gbd-e.org/ig/cc/Alternative_Dispute_Resolution_Nov03.pdf
15. GBDe Consumer Confidence Alternative Dispute Resolution, http://www.gbd-e.org/ig/cc/Alternative_Dispute_Resolution_Recommendation_Sep01.pdf
16. GBDe, http://www.gbd-e.org/ch/membership.html
17. Implementing the EU Consumer ADR Directive. http://www.csls.ox.ac.uk/documents/FLJSCDRPolicybrief2013.pdf
18. Key Practices for Industry-based Customer Dispute Resolution. http://www.treasury.gov.au/~/media/Treasury/Publications%20and%20Media/Publications/2015/key%20pract%20ind%20cust%20dispute%20reso/Documents/PDF/key_pract_ind_cust_dispute_resol.ashx
19. Model Law on Electronic Commerce, http://www.uncitral.org/uncitral/en/uncitral_texts/electronic_commerce/1996Model.html
20. OECD Guidelines for Protecting Consumers from Fraudulent and Deceptive Connected Practices Across Borders, 2003, http://www.oecd.org/internet/consumer/oecdguidelinesforprotectingconsumersfromfraudulentanddeceptivecommercialpracticesacrossbordershtml.htm
21. OECD Policy Guidelines for Addressing Emerging Consumer Protection and Empowerment Issues in Mobile Commerce, 2008, http://www.oecd.org/sti/consumer/40879177.pdf
22. OECD Recommendations on Consumer Dispute Resolutions and Redress, 2007, http://www.oecd.org/sti/consumer/oecdrecommendationonconsumerdisputeresolutionandredress.htm
23. OECD SMEs Resolving E-Commerce Disputes On Line: Doing the Right Thing about Consumer Complaints and Business Disputes, http://www.oecd.org/cfe/smes/31919880.pdf
24. OECD， The OECD Definitions of Internet and E-Commerce Transactions ， http://www.oecd.org/internet/ieconomy/2771174.pdf
25. Online Dispute Resolution(ODR), http://www.nmb.gov/online/online-conferencing/
26. Our network: ECC-Net,

http://www.europe-consommateurs.eu/en/about-us/what-we-do/our-network-ecc-net/
27. Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on Online Dispute Resolutions for Consumer Disputes (Regulation on Consumer ODR). http://ec.europa.eu/consumers/redress_cons/docs/odr_regulation_en.pdf
28. Recommendation of the OECD Council Concerning Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce, 1999, http://www.jus.uio.no/lm/oecd.consumer.protection.in.electronic.commmerce.guideline.recommendation.1999/toc.html
29. Regulation on consumer ODR. http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:165:0001:0012:EN:PDF
30. Resolution of 25 May 2000 on a Community-wide network of national bodies for the extra-judicial settlement of consumer disputes, http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32000Y0606%2801%29
31. Robert Gellman, A Brief History of the Virtual Magistrate Project: The Early Months, http://www.umass.edu/dispute/ncair/gellman.htm
32. Square Trade, http://www.squaretrade.com/
33. The Regulation on consumer protection cooperation, Regulation (EC) No 2006/2004, http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/index_en.htm
34. The Uniform Computer Information Transactions Act, http://www.ucitaonline.com/
35. UNCITRAL Working Group III 2010 to present: Online Dispute Resolution, http://www.uncitral.org/uncitral/commission/working_groups/3Online_Dispute_Resolution.html
36. UNCITRAL， Model Law on Electronic Commerce ， http://www.uncitral.org/uncitral/en/uncitral_texts/electronic_commerce/1996Model.html
37. UNCITRAL, Promoting Confidence in Electronic Commerce: Legal Issues on International Use of Electronic Authentications and Signature Methods, http://www.uncitral.org/pdf/english/texts/electcom/08-55698_Ebook.pdf
38. United Nations Convention on the Use of Electronic Communications in International Contracts (New York, 2005), http://www.uncitral.org/uncitral/en/uncitral_texts/electronic_commerce/2005Convention.html
39. Virtual Magistrate, http://itlaw.wikia.com/wiki/Virtual_Magistrate
40. WTO, Electronic Commerce and the Role of the WTO,

http://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/special_study_2_e.pdf
41. WTO, The Geneva Ministerial Declaration on Global Electronic Commerce (Adopted on 20 May 1998), http://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/mindec1_e.htm
42. WTO, Work Programme on Electronic Commerce, http://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/wkprog_e.htm
43. 一般社団法人日本民事紛争等和解仲介機構，http://www.jacmo.org/
44. 一般社団法人日本商事仲裁協會，http://www.jcaa.or.jp/index.html
45. 中央労働委員会労働争議の調整の種類（あっせん・調停・仲裁）及び手続きの流れ，http://www.mhlw.go.jp/churoi/chousei/sougi/sougi01.html
46. 日本弁護士連合会，http://www.nichibenren.or.jp/
47. 日本特許庁，http://www.jpo.go.jp/indexj.htm
48. 法務大臣裁判外紛争解決手続の認証制度，http://www.moj.go.jp/KANBOU/ADR/index.html
49. 家事事件手続法の施行を迎えて，http://www.courts.go.jp/vcms_lf/2412kouhou.pdf
50. 特定商取引に関する法律における指定権利制の廃止を求める意見書，http://www.nichibenren.or.jp/library/ja/opinion/report/data/2013/opinion_131219_2.pdf
51. 裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律，http://www.moj.go.jp/KANBOU/ADR/adr01-01.pdf
52. 電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律，http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail/?id=116&vm=04&re=01
53. 電子商取引及び情報財取引等に関する準則，http://www.meti.go.jp/press/2012/11/20121120001/20121120001.html
54. 電子署名及び認証業務に関する法律，http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail/?id=109&vm=04&re=01

附件

壹、Implementing the EU Consumer ADR Directive.

貳、Key Practices for Industry-based Customer Dispute Resolution.

參、中华人民共和国《网络交易管理办法》

SOOCHOW UNIVERSITY

壹、Implementing the EU Consumer ADR Directive

European Civil Justice Systems

Implementing the EU Consumer ADR Directive

Policy Brief

Christopher Hodges and Naomi Creutzfeldt



www.fljs.org

The Foundation for Law, Justice and Society

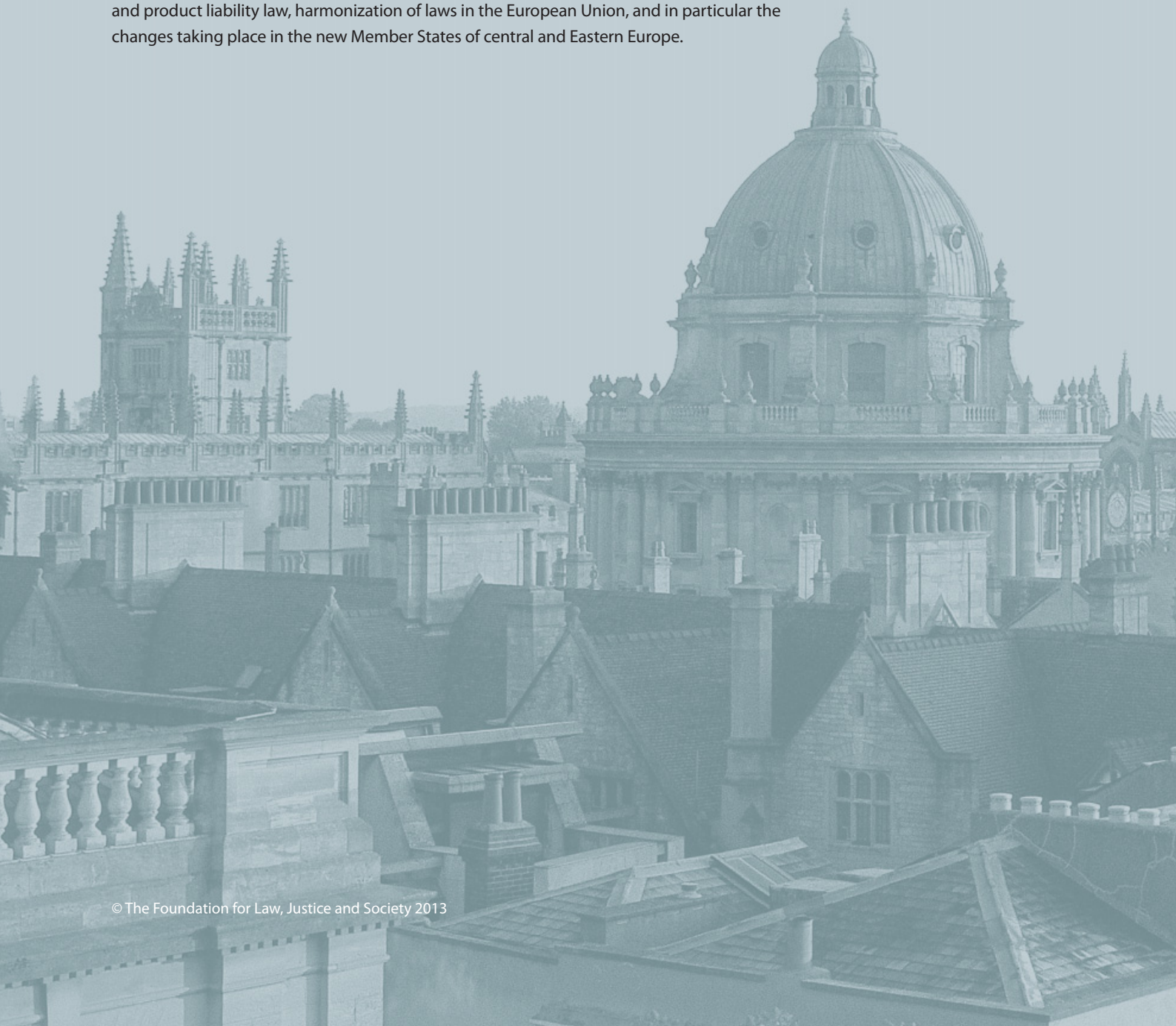
in association with **the Centre for Socio-Legal Studies** and **Wolfson College, University of Oxford**

The Foundation for Law, Justice and Society

European Civil Justice Systems

The European Civil Justice Systems programme aims to evaluate all options for dispute resolution in a European state, and to propose new frameworks and solutions. It encompasses a comparative examination of civil justice systems, including alternative dispute resolution and regulatory redress systems, aspects of system design, procedure funding, and outputs. It aims to analyse the principles and procedures that should, or do apply, and to evaluate effectiveness, in terms of cost, duration, and outcomes in redress and achieving desired behaviour.

The programme also involves research into substantive EU liability law, notably consumer and product liability law, harmonization of laws in the European Union, and in particular the changes taking place in the new Member States of central and Eastern Europe.



© The Foundation for Law, Justice and Society 2013



Executive Summary

- Consumer ADR (CDR) systems offer enormous opportunities, not just for achieving rational resolution of consumer-to-business (C2B) disputes and increasing access to justice, but also for using the aggregated data to identify emerging and illegal activities for the purposes of innovation, raising market standards, and prompting enforcement — and thereby fuelling growth.

- If they are to achieve these goals, CDR systems need to have specific design features, in order to ensure quality and maintain high standards of independence, transparency, legal expertise, and fair decision-making.

- CDR is a distinctive European technique. But the spread of CDR systems across Europe is patchy, techniques employed are variable, and many systems need modernization.

- Directive 2013/11/EU aims to establish a pan-EU framework for CDR and to modernize the C2B dispute resolution structures and bodies of EU Member States. Many states face challenges of reforming existing systems before the implementation date of 2015. But if the wider regulatory and market benefits are to be achieved, imminent decisions on re-design of CDR systems need also to take on a wider vision.

- This policy brief reports on ideas that governments and CDR bodies should bear in mind in implementing the CDR Directive. It draws on extensive original research carried out by the team from the Centre for Socio-Legal Studies, Oxford University[1] and a conference held at Wolfson College, Oxford on 26–7 September 2013.[2]

Implementing the EU Consumer ADR Directive

The background to CDR

Consumer Dispute Resolution (CDR) schemes in Europe are particular regulated arrangements for deciding consumer-to-business (C2B) disputes. There are various different types of CDR schemes across Europe, comprising public or private bodies or ombudsmen, which are based on the classic ADR techniques of mediation/conciliation, non-binding recommendations, arbitration, mediation-arbitration, or binding adjudication. There is no single model for CDR bodies in Europe, but a range of bodies, many of which are highly effective and more attractive to consumers than court alternatives.

Under the CDR Directive,[3] the EU is to build by 2015 a comprehensive network of CDR bodies that can decide every type of C2B breach of contract dispute, excluding, for the present, various disputes including health care, education,[4] and, by definition, public sector bodies. The Directive sets out a series of quality requirements that every CDR body must observe,[5] and a regulatory mechanism to control CDR bodies.[6] There will also be a single pan-EU online dispute resolution (ODR) platform, which will facilitate, in particular, cross-border CDR claims.[7]

Since there are differences in the national architectures for CDR bodies, and differences in the structures and modes of operation of individual bodies, reforms need to be made in nearly every country. Furthermore, the need to implement the Directive offers an opportunity for governments and CDR bodies to review their structures and modes of operation, and to modernize them. How should this be done, so as to derive maximum advantage from CDR systems?

The objectives for CDR systems

Extensive research into CDR systems by a team from the Centre for Socio-Legal Studies, Oxford, and consensus from a conference held in September 2013,[8] highlighted the following objectives of CDR arrangements:

- to resolve many small disputes more quickly and at lower cost than courts;
- to capture many more C2B claims than are attracted through existing systems (courts, small claims, collective actions) by providing more user-friendly, cheaper, and quicker pathways for C2B disputes;
- to achieve significant savings in public expenditure on courts by providing CDR facilities, which in some Member States may involve significant private funding;
- to provide effective and efficient mechanisms for collective redress by enabling mass issues to be identified and then resolved by applying generic solutions to multiple similar individual claims;
- to provide a source of expert advice to consumers, through a triage function prior to examination of any claim;
- to provide an enhanced market surveillance and feedback mechanism that can inform surveillance authorities, traders, and consumers about emerging trends and significant issues.

Considerations in designing CDR systems

In order to achieve these objectives, CDR systems need to be designed with appropriate functionality.

It will be necessary to:

- Scrupulously observe the Directive's quality principles and maintain high standards of independence, transparency, legal expertise, and fair decision-making.[9] Compliance needs to be robust and visible, so as to guarantee constitutional fairness and attract respect and trust. On the regulatory side, there must be robust public oversight by national competent authorities, including collaboration amongst the network of national authorities, such as through joint training and inspections, and coordinated supervisory action. On the self-regulatory side, there will be a need amongst CDR bodies for sharing best practice,[10] coordinated training programmes, quality assurance and auditing, and full transparency of governance structures and achievement of performance criteria. If elements of funding come from the private sector, this is acceptable if appropriate governance, oversight, and transparency exist.[11] Consumers retain their fundamental right to access a court.[12]

- Ensure that traders are always the first stop in relation to every complaint, but that there are time limits for customer care departments to respond to complaints, and processes are not complex, nor involve multiple stages. The existence of mediators within some companies in preference to fully independent external ADR entities is undesirable, and should be replaced by the latter.[13]

- Provide a seamless, integrated complaint-handling function for consumers. This means that there needs to be operational inter-connectivity and collaboration between individual CDR entities, so that consumer contacts are passed on swiftly to the right CDR body, and there is an acceptable level of consistency in modes of operation, procedures, and performance, so that consumers and traders are not confused. A national system needs to be designed to have maximal simplicity, so that consumers and traders can easily remember what action to take if a problem arises, for example, 'Go to the Ombudsman'. A national system that comprises too many individual CDR entities or individual mediators is unlikely to be remembered or trusted by consumers and so would not maximize the utility of the system.

- Design CDR systems so as to facilitate market surveillance and enforcement by public regulatory agencies where appropriate. CDR bodies should collect all data from inquiries and complaints. They should publish the aggregated data (without identifying an individual consumer) so as to enable feedback on market conditions, identifying emerging problems and traders who have high levels of complaints or serious issues. This may need data protection clearance in some countries.[14] It may be advisable for some CDR bodies to publish more frequent data and in greater detail than the annual activity reports required by the Directive on numbers of disputes and systematic or significant problems.[15] There should be both exchange of information between CDR entities and enforcement bodies,[16] but also close and regular cooperation.[17]

- Ensure that enforcement agencies have the capacity to review all surveillance data from all sources so as to give a full picture of the trading activities, especially where non-compliance is occurring. The need to ensure that a full picture is assembled suggests that there should not be too many individual CDR bodies. Surveillance authorities and traders need to have full access to a complete picture of data from all sources (e.g., an aggregated set of complaints to traders, CDRs, and regulators). The enforcement agencies also need appropriate powers to ensure that traders cease illegal activity, do not repeat it, and provide redress.

- Design CDR systems so as to provide mass/collective redress where multiple similar cases arise. This means that CDR bodies must be able to identify where several cases are similar, and have procedures to enable outcomes in similar cases to be consistent. There must be

managerial oversight of the content of individual cases that arise, so as to identify similar issues. There should be a mechanism for referring unclear points of law to be decided by courts, regulators, or legislators. Consumer complaints that traders have not complied with redress schemes ordered by regulators or courts could be made to specified CDR bodies, which would apply the rules of the redress scheme rather than the law relating to the original infringement, thereby saving expense.

Various possible evolutions in CDR schemes

A number of possible evolutions might be considered by individual CDR schemes, such as the following:

- Introducing an initial triage stage, that can act as a consumer advice function and also weed out claims that are clearly without merit.

- Including mediation as a first stage in an existing arbitration-only scheme. This may resolve a significant number of problems at an earlier stage and hence lower overall cost, but the total cost implications would need to be considered, such as whether the cost of having two stages makes justice too expensive.

- Evolving from panels of three arbitrators to single decision-makers in relevant cases. The types of case in which this might be appropriate need further research. The rationale for this change would be to reduce the cost and time that it takes to decide small consumer cases, so as to make it more attractive for consumers to raise more issues that they would otherwise consider to be not cost-proportionate, but which might arise from a situation in which a trader might otherwise get away with a large illicit profit.

- Dropping any charge for consumers. The Oxford research found that many of the schemes in their sample were free to consumers. The Directive states that CDR should be 'free of charge or available at a nominal fee'.[18] The historical rationale for imposing a charge on both parties to arbitration may no longer apply in relation to contemporary ideas on encouraging consumers to raise problems with low values, especially if ill-founded claims are weeded out at an initial triage stage. A counter argument might be that requiring a modest change in some types of case is a rational barrier that assists some consumers to reduce inflated demands to reasonable levels.

- Moving from an arbitration-based system towards ombudsmen, with case handlers who triage cases, assign cases to 'tracks' depending on their complexity and need for expertise, employ mediation/conciliation techniques, and ultimately make decisions. The rationale might be that a large caseload may contain cases that can be resolved faster than others, so it is helpfully responsive to have a number of possible tracks.

- Evolution to out-sourcing particular types of cases, such as those involving technical expertise. An example might be that a small country might refer financial services, or telecom or airline disputes, to a CDR body in another country, where the latter has particular expertise in the sector and its regulatory law or practices.

- Increase the number of traders that accept CDR as binding, by persuading more traders to adhere voluntarily, especially as a prior general commitment, or supported by a trade association guarantee,[19] or by enacting a legal provision that CDR recommendations that are accepted by the consumer will be binding on the trader.[20]

- Integrating comprehensive national coverage of dispute resolution systems for all types of disputes, including health care,[21] education, and complaints against public bodies.

- Constructing CDR systems for disputes outside the EU, such as on particular types of specialist claims types in which a CDR body specializes, such as travel/tourism or e-commerce. An

important example here would be to build EU–China links, since CDR is starting to emerge in China in a form that is not dissimilar to the EU approach, and the two could be connected.

Arguments for business support of CDR

If CDR systems are to expand successfully, businesses need to support both the principle and the structures of CDR. In a significant number of Member States, businesses support CDR completely, but in others the level of support is at best patchy. Some businesses are unaware of CDR, or sceptical of why they should support it, adhere to non-binding decisions, or fund CDR. The following are some of the arguments that have been expressed *by businesses* for supporting CDR.

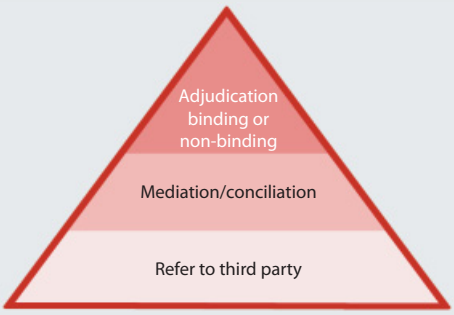
- The cost of processing disputes is far lower under CDR systems than if lawyers and courts are involved. CDR systems are also quicker and more flexible than courts.
- The level of customer loyalty retention is higher if good CDR systems are used than if adversarial procedures are used. The culture of CDR is to enable customers to obtain a personal and swift response to their problems. Customer care departments and CDR bodies report that customers often just want to ask for advice or to be heard in airing a perceived grievance. CDR entities report that if they handle complaints well, customer loyalty to the trader is often stronger than before the complaint occurred.
- Good traders want to show that they adhere to independent assessment of how they do business.
- If effective in-house customer care exists, the demand for external CDR should be low, so the cost of maintaining external CDR infrastructure can be kept low.
- An external CDR provides a long-stop for customers who do not wish to settle a dispute on a reasonable basis in direct negotiation.
- CDR can be designed to act as a swift filter for unfounded claims.
- Making CDR apply to all traders can assist a level commercial playing field between businesses, by enabling swifter identification of and penalties for those who break the law, to the advantage of the law-abiding.
- The availability of effective CDR will process multiple similar claims and reduce the perceived need for class actions.

National architectures of CDR: Providing full coverage

Member States tend to have different national architectures and models of CDR. How can full coverage be provided? The following are some suggestions for how models might evolve to provide full coverage.

- The starting point for a country that does not currently have a particularly advanced CDR system, especially if the country has a comparatively small population, is whether the CDR system should be provided by a single integral national entity. This structure has the advantage of simplicity, so is easy for consumers to remember and access (Figure 1). As suggested above, a number of expert commentators believe that CDR bodies should be separate from state regulatory authorities, so as to demonstrate independence. Statutory CDR bodies also find it difficult to change and evolve.

Figure 1: An escalating pyramid technique

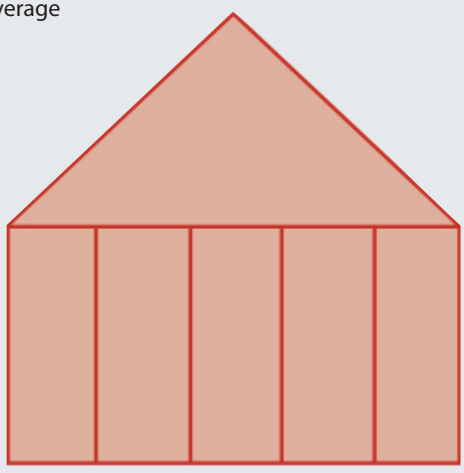


- Countries should remember that they may need CDR expertise in specialist areas, and that they are permitted to outsource CDR functions to bodies located in other Member States. Thus, the UK Financial Ombudsman or Telecom Ombudsman; or the Energy Ombudsmen in Belgium or Catalonia; or the Insurance or Transport Ombudsmen in Germany; or the Geschillencommissie Stichting in the Netherlands; or ARN in Sweden (to name only a few) might be candidates for providing outsourced services.

- The creation of ODR platforms covering each Member State, whether through the EU-level ODR platform itself or nationally, would increase accessibility and functionality.

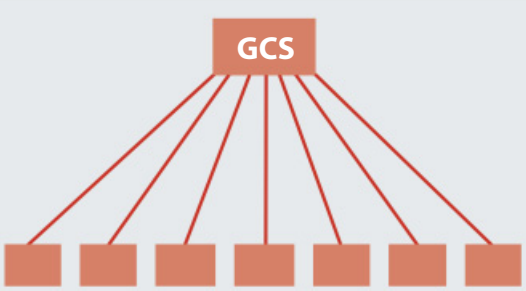
- Some Member States may already have a structure in which there is a national residual CDR body and also a number of sectoral CDR bodies that cover the main specialist areas (financial services, telecoms, energy, utilities, etc.). In this case, full coverage already exists. This is the case in the Nordic states (see Figure 2).

Figure 2: National residual CDR body plus sector coverage



- The model in the Netherlands and Bulgaria has the existing advantage of wide but not yet full coverage, so the issue is how to add on those sectors that have not joined the system or those traders who are not members of trade associations (see Figure 3).

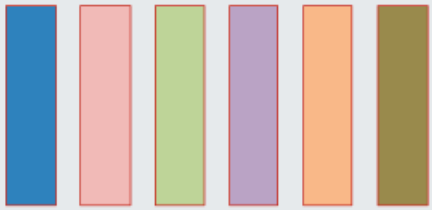
Figure 3: The Netherlands model



GCS: Geschillencommissie Stichting

- In states such as the UK, Germany, Ireland, and France, there exist some sectoral CDR bodies, but they are not joined up into a coherent single national structure, and there is not full coverage (Figure 4). Various options are possible here. One option may be to merge a number of smaller CDR bodies. A second would be to create a general consumer ADR body, whether it stands 'above' or alongside other CDR bodies.

Figure 4: Several distinct sectoral CDR bodies providing partial coverage



Funding

Some Member States, such as Nordic states and the Netherlands, believe that some or all of the cost of residual CDR entities should be funded by the state as a matter of social policy. This is consistent with the fact that states provide much of the funding for courts. Funding consensual and speedy CDR systems has social and economic benefits. However, not every government is prepared to spend public money on CDR.

If fees are to be paid by individual traders, how do non-statutory bodies have the authority to compel non-members to join, or to pay the CDR body's costs? There are three possible options on how that might be achieved:

1. The CDR body might submit the bill after the case is over. That is not a satisfactory solution, since traders who lose or small independent traders might simply not pay. If many did that, the CDR body might risk financial collapse, and it would not be fair for the honest to subsidize the wrongdoers. This would be a classic economic 'moral hazard' problem.
2. Legislation could provide that the fees of approved CDR bodies would be recoverable as a debt, perhaps on a fast-track basis, and the trader would be 'named and shamed'. That would be an improvement on the first option, but might still involve an unacceptable level of non-compliance and debt collection costs for CDR entities. A variation on this approach would be that a Minister would be granted power to approve the named CDR bodies to levy charges in certain sectors: this might work well in the UK.
3. The CDR body could demand a deposit from a trader before processing every case. If it were not paid, the CDR body would refuse to process the case and might cancel any pre-existing registration with it by the trader. This approach might work well in the Netherlands.

Should CDR decisions be binding?

As is well known, citizens' access to the courts cannot be denied.[22] The principle is enshrined in the CDR Directive.[23] This means that the US approach of permitting consumers to be bound to arbitration (or any other non-court ADR process) when they make purchases is contrary to European fundamental and human rights. The ethical and policy rationales for this position lie in protecting the fundamental asymmetry of power between individuals and larger concentrations of power.

So how can CDR decisions be made binding in Europe? The general options are as follows:

- After a dispute has arisen, a consumer and a trader may agree to enter arbitration, the outcome of which will be legally binding on each of them. That is a familiar technique, although it is somewhat old-fashioned and may be increasingly unattractive to contemporary consumers.

- Recommendations by CDR bodies are not legally binding, but the culture is that adherence is strong. This is largely the position in Nordic states. Adherence can be increased where non-adhering traders are 'named and shamed' in public media, such as in Sweden, where the publisher informs a trader in advance that his name is about to be published; this incentivizes many traders to implement the CDR entity's decision.

- Recommendations by CDR bodies are not legally binding, but traders agree in advance that they will accept the CDR entity's decision.

- Trade associations guarantee any non-payment by their trader members, such as in the Netherlands. That is attractive since it provides full confidence to consumers and also a self-regulatory mechanism for compliance by businesses, with strong peer pressure.

- A decision by a CDR body may be made binding on both parties by law if the consumer accepts it. This is the position for UK statutory ombudsmen, such as those for financial services, pensions, and lawyers. Legal challenges on the grounds that companies' human rights have thereby been compromised have failed.[24]

Implementation: the way forward

In summary, implementation of the directive in some countries may have to evolve in stages. For example, a first stage might create a network of interconnected CDR bodies that formally satisfy the requirements of the Directive. The merging or rationalization of individual CDR bodies into a

structure that is tighter, more coherent, and easy for consumers to remember could be done at the same time or later. A later stage may be to revise the law or practice on the arrangements under which final recommendations are de facto or *de jure* binding on traders.

Changing culture

Some dispute resolution systems operate on an adversarial mode, such as American adversarial legalism.[25] That approach can generate an individualist, argumentative, and divided society. In contrast, systems based on ADR techniques are designed to bring parties together to resolve their differences quickly, amicably, cooperatively; to foster redress; and to heal divisions. That approach lies at the heart of the EU's preference for CDR, and the philosophy has strong links with European ideals of social solidarity within a market economy.

Notes

[1] Christopher Hodges, Iris Benöhr, and Naomi Creutzfeldt-Banda, *Consumer ADR in Europe*. Oxford: Hart Publishing, 2012.
[2] See papers at <http://www.fljs.org/content/ec-head-representation-outlines-new-vision-consumer-dispute-resolution-across-europe>.
[3] Directive 2013/11 on alternative dispute resolution for consumer disputes and amending Regulation (EC) No 2006/2004 and Directive 2009/22/EC (Directive on consumer ADR).
[4] CDR Directive, art 2.2.
[5] CDR Directive, arts 6-11.
[6] CDR Directive, arts 18-20.
[7] Regulation (EC) No 534/2013 on online dispute resolution for consumer disputes (Regulation on consumer ODR).
[8] The views noted here should not be taken to be those of any individual save the authors of this policy brief, and in particular not those of officials from the European Commission and various governments or public bodies who attended the conference, but can be taken to be a general reflection of the broad mood of most participants.
[9] CDR Directive, art 6.
[10] CDR Directive, art 16.1.
[11] CDR Directive, arts 6, 7, 19.
[12] CDR Directive, art 10: an agreement to submit complaints to an ADR entity shall not be binding if it was concluded before the dispute has materialized and if it has the effect of depriving the consumer of his right to bring an action before the courts. Further, art 12 provides: where the outcome of an ADR is not binding, Member States are to ensure that consumers are not subsequently prevented from initiating judicial proceedings.
[13] Even though CDR Directive art 2.4 permits Member States to permit in-company mediators, this is not acceptable in almost all Member States, and the power should be exercised with restraint.
[14] CDR Directive, art 5.2(f) specifies that the processing of personal data by CDR entities shall comply with national legislation implementing Directive 95/46/EC.
[15] Directive on consumer ADR, art 17.
[16] Directive on consumer ADR, art 8(b) and (c). This provision should be included in the ODR Regulation: J. Hoernle, 'Encouraging online alternative dispute resolution (ADR) in the EU and beyond', *European Law Review*, 38/2 (2013), 187-208.
[17] Directive on consumer ADR, art 17.
[18] CDR Directive, art 8(c).
[19] As is the arrangement under the Geschillencommissie system in the Netherlands.
[20] As is provided in UK legislation for various statutory ombudsmen.
[21] Possible approaches could build on inquisitorial compensation schemes for medicines, medical, and road traffic injuries, and the French ONIAM system.
[22] ECHR, art 6; EUCFR, art 47.
[23] CDR Directive, arts 11 and 12.
[24] *Heather Moor & Edgecomb Ltd v United Kingdom* 1550/09 [2011] ECHR 1019.
[25] R. A. Kagan, *Adversarial Legalism*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2001.



The Foundation

The mission of the Foundation is to study, reflect on, and promote an understanding of the role that law plays in society. This is achieved by identifying and analysing issues of contemporary interest and importance. In doing so, it draws on the work of scholars and researchers, and aims to make its work easily accessible to practitioners and professionals, whether in government, business, or the law.

Professor Christopher Hodges is Head of the CMS/Swiss Re Research Programme on Civil Justice Systems, Centre for Socio-Legal Studies, University of Oxford; Erasmus Professor of the Fundamentals of Private Law, Erasmus University, Rotterdam; Honorary Professor, China University of Political Science and Law, Beijing; Guest Professor, Wuhan University, Wuhan; Life Member, Wolfson College, Oxford; a Director of the UK Research Integrity Office; and a Solicitor. He graduated in jurisprudence from New College, Oxford in 1976, spent twenty-five years as a lawyer based in the City of London with an international practice, before obtaining his PhD from King's College, London in 2003. His latest books are (with Benöhr and Creutzfeldt), *Consumer ADR in Europe* (Hart Publishing, 2012); (with Stadler) *Resolving Mass Disputes* (Edward Elgar, 2013).

Naomi Creutzfeldt, ESRC Research Fellow, joined the Research Programme in European and Comparative Civil Justice Systems in 2010, and is a member of Wolfson College. She holds a PhD in political science from the Georg August Universität, Göttingen, Germany.

For further information please visit
our website at www.fljs.org
or contact us at:

The Foundation for Law, Justice and Society

Wolfson College
Linton Road
Oxford OX2 6UD
T · +44 (0)1865 284433
F · +44 (0)1865 284434
E · info@fljs.org
W · www.fljs.org

FLJS

www.fljs.org

貳、Key Practices for Industry-based Customer Dispute Resolution

KEY PRACTICES FOR INDUSTRY-BASED
CUSTOMER DISPUTE RESOLUTION

Key Practices

February 2015

Released by the Hon Bruce Billson MP
Minister for Small Business

© Commonwealth of Australia 2015

ISBN 978-1-925220-40-7

This publication is available for your use under a Creative Commons Attribution 3.0 Australia licence, with the exception of the Commonwealth Coat of Arms, the Treasury logo, photographs, images, signatures and where otherwise stated. The full licence terms are available from http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/au/legalcode.



Use of Treasury material under a Creative Commons Attribution 3.0 Australia licence requires you to attribute the work (but not in any way that suggests that the Treasury endorses you or your use of the work).

Treasury material used 'as supplied'.

Provided you have not modified or transformed Treasury material in any way including, for example, by changing the Treasury text; calculating percentage changes; graphing or charting data; or deriving new statistics from published Treasury statistics — then Treasury prefers the following attribution:

Source: The Australian Government the Treasury.

Derivative material

If you have modified or transformed Treasury material, or derived new material from those of the Treasury in any way, then Treasury prefers the following attribution:

Based on The Australian Government the Treasury data.

Use of the Coat of Arms

The terms under which the Coat of Arms can be used are set out on the It's an Honour website (see www.itsanhonour.gov.au).

Other Uses

Inquiries regarding this licence and any other use of this document are welcome at:

Manager
Communications
The Treasury
Langton Crescent Parkes ACT 2600
Email: medialiaison@treasury.gov.au

FOREWORD



The Australian Government is pleased to release the *Key Practices for Industry-based Customer Dispute Resolution*. Dispute resolution services are good business practice, providing industry sectors with an external, cost-effective option to resolve disagreements with consumers.

Many of these Key Practices originated in the *Benchmarks for Industry-based Customer Dispute Resolution Schemes* (the CDR Benchmarks) established in 1997. The CDR Benchmarks were designed as a non-regulatory standard for industry-based, external dispute resolution, which was then emerging as an accessible alternative to the court system.

Since that time, the CDR Benchmarks have proven to be timeless ideals for dispute resolution services in general. As a result, the Benchmarks principles and their underlying purposes have been enshrined as the *Benchmarks for Industry-based Customer Dispute Resolution*. While adherence to the CDR Benchmarks is largely voluntary, they have been adopted by a large number of dispute resolution services.

The Key Practices are complementary to the *Benchmarks for Industry-based Customer Dispute Resolution*, which are described by many stakeholders as 'immutable' standards for industry-based dispute resolution in Australia and New Zealand. The Key Practices provide dispute resolution service providers practical ways to implement the benchmarks into their schemes. By establishing the Key Practices as a separate document, these practices can be revised as necessary in response to stakeholder feedback, or to incorporate changes in technology and the community at large.

The Key Practices were drafted to be flexible and not prescriptive or onerous. Industries are encouraged to develop further guidance material for their own industry sectors to further assist dispute resolution schemes and participating organisations to apply the Benchmarks.

Stakeholders are encouraged to write to the Commonwealth Consumer Affairs Advisory Council (CCAAC) at CCAAC@treasury.gov.au. CCAAC will then suggest revisions and updates to the Key Practices to the Government.

CONTENTS

FOREWORD **3**

BENCHMARK 1: ACCESSIBILITY **7**

Principle **7**

Purpose **7**

Key Practices **7**

Awareness/Promotion 7
Access 8
Cost 9
Staff Assistance 9
Use 9
Acceptance by Office 9
Non-adversarial Approach 10
Legal or other Representation 10
Legal Proceedings 10

BENCHMARK 2: INDEPENDENCE **11**

Principle **11**

Purpose **11**

Key Practices **11**

The Decision-maker 11
Staff 11
Overseeing Entity 12
Transparency 12
Funding 12
Terms of Reference 13

BENCHMARK 3: FAIRNESS **15**

Principle **15**

Purpose **15**

Key Practices **15**

Final Determinations 15
Procedural Fairness 15
Provision of Information to the Decision-Maker 15
Confidentiality 16
Review of Decisions and Determinations 16

BENCHMARK 4: ACCOUNTABILITY **17**

Principle **17**

Purpose **17**

Key Practices **17**

Procedures 17
Final Determinations 17
Responding to Complainants and Participating Organisations 17
Annual Report 18

BENCHMARK 5: EFFICIENCY 19
Principle 19
Purpose 19
Key Practices 19
Appropriate Process or Forum 19
Timeliness 20
Tracking of Complaints 20
Monitoring 20
Professionalism 20
BENCHMARK 6: EFFECTIVENESS 21
Principle 21
Purpose 21
Key Practices 21
Coverage 21
Systemic Problems 21
Office Performance 21
Internal Dispute Resolution Mechanisms 22
Compliance 22
Periodic Independent Review 22

BENCHMARK 1: ACCESSIBILITY

PRINCIPLE

The office makes itself readily available to customers by promoting knowledge of its services, being easy to use and having no cost barriers.

PURPOSE

To promote access to the office on an equitable basis.

KEY PRACTICES

Awareness/Promotion

1.1 The office[1] seeks to ensure that those in the community who may require its services are aware of its existence.

1.2 The office promotes its services in the media or by other means.

1.3 The office produces readily available material in simple terms explaining:

a) how to access the office;

b) how the office works;

c) the major areas with which the office deals; and

d) any limits on the office's powers.

1.4 The office requires participating organisations[2] to inform customers[3] about the office.[4] This may include providing information at the point of service (for example, in displays or brochure stands), in contracts, codes of practice and customer service charters, on websites and in newsletters and correspondence forwarded to customers.

1.5 The office ensures that information about its services, procedures and scope is made available to customers by participating organisations when the participating organisation responds to a complaint.[5]

---

1 The 'office' refers to a person or organisation providing external dispute resolution services. The type of office established will differ according to the size and nature of the industry in which it operates.

2 'Participating organisation' refers to an organisation which participates in a customer dispute resolution service or are within the jurisdiction of the office.

3 The term 'customer' is used to refer to any consumer who purchases or has purchased goods or services from participating organisations, and may also refer to someone affected by the participating organisation.

4 This key practice relates to a general promotion of the services of the office by participating organisations. The circumstances in which individual customers are required to be informed about dispute resolution services is dealt with in key practice 1.5.

5 A 'complaint' is an expression of dissatisfaction about an organisation, related to its products and services, or the complaints-handling process itself, where a response or resolution is explicitly or implicitly expected; see the Standards Australia Standard on Customer Satisfaction: Guidelines for complaints handling in organisations, AS ISO 10002 — 2006.

1.6 The office also ensures that this information is made available by participating organisations:

a) when customers are not satisfied in whole or in part with the outcome of the internal complaints mechanism[6] of a participating organisation;

b) when the participating organisation refuses to deal with a complaint; or

c) when a reasonable time[7] has passed for the participating organisation to resolve a complaint, and the complaint remains unresolved, whichever first occurs.

1.7 The office promotes its services in such a way as to be sensitive to and inclusive of customers with particular requirements, including those experiencing disadvantage. This includes making information available in appropriate languages, and in alternative formats such as large text and audio.

1.8 The office focuses its promotion efforts on areas where a customer is likely to seek information in the event of a dispute; for example, the websites of consumer agencies and advocacy services.

Access

1.9 The office seeks to ensure access to any person who may require its services.[8]

1.10 The office provides appropriate facilities and assistance to enable participation by complainants across the community, including those with particular requirements and those experiencing disadvantage. This includes allowing contact in a range of modes (in person, by telephone, telephone typewriter, fax, email or online), providing interpreter services, providing text in simplified English and/or available in large print format.

1.11 Complainants can make initial contact with the office orally or in writing.[9]

1.12 There are arrangements for participating organisations to refer a complaint to the office in appropriate circumstances.[10]

1.13 The jurisdiction of the office is expressed clearly.[11]

1.14 The office seeks to minimise any 'virtual barriers' to complainants, for example, by providing 24-hour contact options such as an online complaint form.

---

6 An 'internal complaints mechanism' refers to the system set up within a participating organisation to handle complaints by customers or complainants.

7 'Reasonable time' will depend on a number of factors, including the requirements of any internal dispute resolution procedure, the nature of the complaint and the inquiries required.

8 Maximising access to the office could include measures such as providing toll free telephone access for consumers/complainants.

9 In most cases, office staff will help a complainant reduce a complaint to writing where the complainant requires assistance to do so.

10 Any arrangements for referrals by a participating organisation must consider relevant privacy laws and any other legal requirements.

11 The jurisdiction of an office, setting out the functions of the office including the complaints the office can and cannot deal with, may be included in documents such as legislation creating the office, the terms of reference for the office, or the charter or constitution of the office.

Cost

1.15 There is no application or other fee or charge required from a complainant before a complaint is dealt with by the office, or at any stage in the process.[12]

Staff Assistance

1.16 The office's staff have the ability to handle complaints and are provided with adequate training in complaints handling.

1.17 The office's staff explain to complainants in simple terms:

a) how the office works;

b) the major areas it deals with;

c) any limits on its powers; and

d) the timelines applicable to each of the processes in the office.

1.18 The office's staff assist complainants to make a complaint, where complainants need assistance to do so.

Use

1.19 The office's processes are simple to understand and easy to use.

1.20 The office provides for a complainant's case to be presented verbally or in writing, at the discretion of the decision-maker.

1.21 The office provides for complainants to be supported by another person at any stage in the office's processes where necessary.

Acceptance by Office

1.22 The office assesses complaints received for timely and appropriate action: for referral to an alternative avenue for justice, or a regulator; for liaison where there may be an overlap in jurisdiction with another dispute resolution office; or for acceptance as a case by the office.

1.23 The office follows a defined and transparent process for excluding potentially vexatious or frivolous complaints to ensure appropriate use of the office's resources and minimise the risk of unreasonable cost increases.

12 In special cases, where an office agrees to provide services that are outside its jurisdiction at the request of a complainant, there may be a limited exception to this rule.

Non-adversarial Approach

1.24 The office uses appropriate techniques including conciliation, mediation and negotiation in attempting to settle complaints.[13]

1.25 The office provides for informal proceedings which discourage a legalistic, adversarial approach at all stages in the office's processes.

Legal or other Representation

1.26 Parties should not be prohibited from having a support person in attendance.

1.27 Legal representation will generally only be allowed with the permission of the office. Unless legal representation is required, having regard to the nature of the dispute and issues involved, it will generally be discouraged by the office.[14]

1.28 Where an office agrees to one party being legally represented:

a) the office will provide the opportunity for the other party to be legally represented; and

b) the office will require the participating organisation to pay the legal costs of complainants where the participating organisation is the first party to be legally represented.

Legal Proceedings

1.29 A participating organisation will not commence legal proceedings before a court, tribunal or other forum in respect of a complaint before an office, except in special circumstances. Special circumstances may include:

a) where the legal limitations period for brining legal proceedings is about to expire; and

b) where the complaint is to be used as a test case in legal proceedings.

13 While the focus of the scheme is mainly on alternative dispute resolution, it may also have a function allowing the making of a final determination a about dispute where a dispute cannot be resolved by alternative dispute resolution techniques. Such functions may include arbitration. Initially, complainants are encouraged to discuss their complaint with the participating organisation and use any internal complaints mechanism that is available. Offices are then encouraged to attempt to settle complaints before they are referred for a final determination. The office does not have to use all of the listed alternative dispute resolution techniques listed — those listed above are recognised techniques.

14 At times, it may be appropriate for a paid representative to act for a consumer in the dispute resolution process; for example, when a consumer experiences communication difficulties.

BENCHMARK 2: INDEPENDENCE

PRINCIPLE

The decision-making process and administration of the office are independent from participating organisations.

PURPOSE

To ensure that the processes and decisions of the office are objective and unbiased, and are seen to be objective and unbiased.

KEY PRACTICES

The Decision-maker

2.1 The scheme has a decision-maker[15] who is responsible for the final determination of complaints.

2.2 The decision-maker is appointed to the office for a fixed term.

2.3 The decision-maker is not selected directly by participating organisations, and is not answerable to participating organisations for final determinations.[16]

2.4 The decision-maker has no relationship with the participating organisations that funds or administer the office which could give rise to a perceived or actual conflict of interest.

Staff

2.5 The office selects its own staff. Office staff are not answerable to participating organisations for the operation of the office.

15 The 'decision-maker' refers to the individual, panel of individuals or other entity which is responsible for the final determination of a complaint. For most offices, the decision-maker will be the Chief Executive Officer of the office. The decision-maker most commonly has the title of Ombudsman or Commissioner. For some offices, a decision-maker may include a panel of persons charged with making a decision.

16 Where the decision-maker consists, for example, of a panel of individuals, only the chair or the individual, who controls the decision-making process, is required to be independent of an industry or consumer interests and be appointed by the entity which oversees the independence of an office's operation. Where the decision-maker consists of more than one individual, the chair ensures the independence of the decision-making. This allows for the relevant industry to be represented on the decision-making entity, as long as a balance between consumers and industry is maintained.

Overseeing Entity

2.6 There is a separate entity set up formally to oversee the independence of the office's operation.[17]

2.7 Where the office is established as a company, the overseeing entity must have a balance of consumer, industry and, where relevant, other key stakeholder interests involved in governance.

2.8 Representatives of consumer interests on the overseeing entity[18] must be:

a) capable of reflecting the viewpoints and concerns of consumers; and

b) be a person in whom consumers and consumer organisations have confidence.

2.9 As a minimum the functions of the overseeing entity should include:

a) appointing or dismissing the decision-maker;

b) making recommendations for or approving the office's budget;

c) receiving complaints about the operation of the office;[19]

d) recommending and being consulted about any changes to the office's jurisdiction;

e) receiving regular reports about the operation of the office; and

f) receiving information about systemic problems.

Transparency

2.10 The office manages any actual or perceived conflicts of interest and bias in a transparent manner.

Funding

2.11 The office has sufficient funding to enable its caseload and other relevant functions to be handled in accordance with the Benchmarks for Industry-based Customer Dispute Resolution.

---

17 There are a variety of arrangements which may be put in place to meet this requirement. For example, an overseeing entity may include a council or other body usually consisting of an independent chair, consumer member or members, member or members from participating organisations and, where relevant, other stakeholder member or members. Offices established under statute may have specified the arrangements to make sure the office is independent, and these offices may be subject to arrangements including accountability to Parliament, a Parliamentary Committee or a Minister, in addition to, or instead of, an overseeing entity. Smaller industry sectors or those with few complaints may not have the ability or need to devote large resources to setting up such an entity. Other types of overseeing entities are not precluded as long as they allow for suitable independence or a balance of competing interests.

18 Suitable consumer representatives can be ascertained by a number of methods, including the relevant consumer organisation providing a nominee, advertising for representatives, or the relevant consumer affairs agency or Minister responsible for consumer affairs nominating a representative. Suitable industry and other stakeholder representatives can be sought from the relevant industry association or stakeholders respectively.

19 The receipt of complaints about the office's operation (by the entity which oversees the independence of the office's operation) does not extend to receiving appeals against the determinations of the decision-maker.

Terms of Reference

2.12 Changes to jurisdiction of the office are made in consultation with relevant stakeholders, including participating organisations, industry and consumer organisations and government.

2.13 Participating organisations do not have a power or right to veto a proposed change to the jurisdiction of the office, or to significant rules and procedures of the office.

SOOCHOW UNIVERSITY UNTO A FULL GROWN MAN

BENCHMARK 3: FAIRNESS

PRINCIPLE

The procedures and decision-making of the office are fair and seen to be fair.

PURPOSE

To ensure that the office performs its functions in a manner that is fair and seen to be fair.

KEY PRACTICES

Final Determinations

3.1 The decision-maker bases final determinations[20] on what is fair and reasonable, having regard to good industry practice, relevant industry codes of practice and the law.

Procedural Fairness

3.2 The office's staff advise complainants of their right to access other redress mechanisms at any stage if they are dissatisfied with any of the office's decisions[21] or with the decision-maker's final determination.

3.3 The office provides information to both parties at the same time, including timely ongoing communication on the progress of the investigation and decision.

3.4 Both parties can put their case to the decision-maker.

3.5 Both parties are told the arguments, and sufficient information to know the case of the other party.

3.6 Both parties have the opportunity to rebut the arguments of, and information provided by the other party.

3.7 Both parties are told of the reasons for any decision in writing.

3.8 Both parties are told of the reasons why a complaint is outside jurisdiction or is otherwise excluded.

Provision of Information to the Decision-Maker

3.9 The decision-maker encourages, but cannot compel,[22] complainants to provide information relevant to a complaint.

---

20 The term 'final determination' is used to refer to the final decision made by the decision-maker when determining a complaint. For some offices, a final determination may be in the form of a recommendation to a participating organisation.

21 The term 'decision' is used to refer to any decision made by the office's staff other than a final determination.

22 An exception to this requirement may occur where an office has been established under statute, and the statute provides for the office to compel the production of information.

3.10 The decision-maker can demand that a participating organisation provide all information which, in the decision-maker's view, is relevant to a complaint, unless that information identifies a third party to whom a duty of confidentiality or privacy is owed,[23] or unless it contains information which the participating organisation is prohibited by law from disclosing.

Confidentiality

3.11 Where a participating organisation provides information which identifies a third party, the information may be provided to the other party with deletions, where appropriate, at the discretion of the decision-maker.

3.12 The office ensures that information provided to it for the purposes of resolving complaints is kept confidential, unless disclosure is required by law or for any other purpose specified in the Benchmarks for Industry-Based Customer Dispute Resolution.

Review of Decisions and Determinations

3.13 The office establishes a process to review decisions and determinations for consistency and compliance, such as selective sampling and auditing of cases.

23 Where a duty of confidentiality or privacy is owed to a third party in relation to information sought by the decision-maker, the participating organisation can seek the permission of the third party to release that information to the decision-maker in full or with deletions as appropriate.

BENCHMARK 4: ACCOUNTABILITY

PRINCIPLE

The office publicly accounts for its operations by publishing its final determinations and information about complaints and reporting any systemic problems to its participating organisations, policy agencies and regulators.[24]

PURPOSE

To ensure public confidence in the office and allow assessment and improvement of its performance and that of participating organisations.

KEY PRACTICES

Procedures

4.1 The office makes available to participating organisations, complainants and other interested bodies its guidelines and policies for dealing with complaints.

Final Determinations

4.2 The office makes available written reports of final determinations and the reasons for the decision[25] to participating organisations and any interested bodies for purposes including:

a) educating participating organisations and the community; and

b) demonstrating consistency and fairness in decision-making.

4.3 Public reports of final determinations do not name parties involved.

Responding to Complainants and Participating Organisations

4.4 The office uses comments received from complainants and participating organisations to inform the continuous improvement of their internal processes and procedures, and to inform their public reporting.

---

24 Systemic problems can refer to issues or trends arising either out of many complaints about one participating organisation or out of many complaints (which are essentially similar) about more than one participating organisation.

25 Written reports of final determinations can consist of a concise summary of a decision-maker's determination and reasons for the decision. It is not necessary to make all written reports of all determinations made by the decision-maker publically available. The final determinations that are reported should be left to the office's discretion. It is not envisaged that written reports would necessarily be provided of other decisions (apart from final determinations) made by the office.

Annual Report

4.5 The office publishes a detailed and informative annual report containing specific statistical and other data about the performance of the office, including:

General information

a) a description of the jurisdiction of the office (for example, a list of participating organisations and outline of complaints that can be received);

b) information about how the office works;

c) information about how the office ensures equitable access;

d) information about new developments or key areas in which policy or education initiatives have been undertaken or are required;

e) a list of participating organisations supporting the office, together with any changes to the list during the year; and

f) where the office's jurisdiction permits, the names of those participating organisations which do not meet their obligations as members of the office.[26]

Information about complaints

a) the number and types of complaints it receives and their outcome, including information outlining the complaints received and outcomes for each of the participating organisations;

b) the time taken to resolve complaints;

c) any systemic problems arising from complaints;

d) examples of representative case studies and reports on investigations; and

e) in appropriate cases, information about any participating organisations which do not meet their obligations.

4.6 The annual report is to be made public, including through distribution to participating organisations, relevant stakeholders and otherwise made available upon request.

26 The office's jurisdiction should state whether it will disclose the names of participating organisations which do not meet their obligations to the office. Examples of where a participating organisation does not meet its obligations to the office will include where it does not provide information when requested or where it does not comply with a final determination.

BENCHMARK 5: EFFICIENCY

PRINCIPLE

The office operates efficiently by keeping track of complaints, ensuring complaints are dealt with by the appropriate process or forum and regularly reviewing its performance.

PURPOSE

To give the community and participating organisations confidence in the office and to ensure the office provides value for its funding.

KEY PRACTICES

Appropriate Process or Forum

5.1 The office will only deal with complaints which are within its jurisdiction. The office will generally not deal with complaints that have been dealt with, or are being dealt with, by another dispute resolution forum.[27] The office will generally only deal with complaints:

a) which have been considered, and not resolved to a person's satisfaction, by a participating organisation's internal dispute resolution mechanism; or

b) where a participating organisation has refused, or failed within a reasonable time,[28] to deal with a complaint under its internal dispute resolution mechanism.

5.2 Any provision in the internal dispute resolution mechanism of a participating organisation requiring a complaint to reach a deadlock before it can be dealt with by the office must be reasonable, and must allow the office to deal with a complaint where it is clear that it has not been resolved to the satisfaction of the person making the complaint in reasonable time.

5.3 The office has mechanisms and procedures for referring complaints that are not within its jurisdiction to other, more appropriate, forums.

5.4 The office liaises with other forums where there is a complaint entailing a potential overlap in jurisdiction.

5.5 The office has mechanisms and procedures for dealing with systemic problems that become apparent from complaints, including by investigating these issues or referring them to relevant participating organisations, or to regulators or policy makers.

5.6 The office excludes vexatious and frivolous complaints, at the discretion of the decision-maker.

---

27 Complaints which have been made to one office but are found to be more appropriately dealt with by another office can be dealt with by the latter office. It is where a complaint has been subsequently considered by one scheme that a complainant is discouraged from forum-shopping.

28 'Reasonable time' will depend on a number of factors, including the requirements of any internal dispute resolution procedure, the nature of the complaint and the inquiries required.

Timeliness

5.7 The office considers timeliness in all of its processes and procedures, including the timeliness of acknowledging and responding to an initial complaint, time taken to investigate a complaint, and the time taken to make a decision.

Tracking of Complaints

5.8 The office has a reasonable time limit set for each of its processes which facilitate speedy resolution without compromising quality decision-making.

5.9 The office has mechanisms to ensure compliance with time limits, as far as possible.

5.10 The office has a system for tracking the progress of complaints.

5.11 Office staff keep parties informed about the progress of their complaint.

Monitoring

5.12 The office sets objective targets against which it can assess its performance.

5.13 The office keeps systemic records of all complaints and enquiries, their progress and their outcome.

5.14 The office conducts regular reviews of its performance.

5.15 Office staff seek periodic feedback from complainants and participating organisations about their perceptions of the performance of the office.

5.16 The office reports to the overseeing entity on the results of its monitoring and review.

Professionalism

5.17 The office recruits staff with the requisite skills, qualifications and experience to perform the work efficiently.

BENCHMARK 6: EFFECTIVENESS

PRINCIPLE

The office is effective by having an appropriate and comprehensive jurisdiction and periodic independent reviews of its performance.

PURPOSE

To promote community confidence in the office and ensure that the office fulfils its role.

KEY PRACTICES

Coverage

6.1 The scope of the office and the powers of the decision-maker are clear.

6.2 The scope of the office (including the decision-maker's powers) is sufficient to deal with:

a) the vast majority of complaints in the relevant industry or service area and the whole of each such complaint; and

b) complaints involving monetary amounts up to a specified maximum that is consistent with the nature, extent and value of customer transactions in the relevant industry.[29]

6.3 The decision-maker has the power to make monetary awards of sufficient size and other awards (but not punitive damages) as appropriate.[30]

Systemic Problems

6.4 The office has mechanisms for referring systemic industry problems, based on cases brought to dispute resolution, to an appropriate regulator for action if required.

6.5 The office has mechanisms to determine when to bring systemic problems to the attention of policy agencies or other relevant bodies, such as industry associations.

Office Performance

6.6 The office has appropriately qualified staff to undertake its functions, and provides ongoing professional development and appropriate resources and processes to allow staff to effectively undertake their functions.

---

29 This requirement applies only where a monetary limit is specified. Because the loss arising from the determination of a complaint may vary according to the industry or service area concerned, the Benchmarks Key Practices do not specify a monetary limit above which complaints are excluded from the office.

30 A monetary award includes a final determination.

6.7 The office has procedures in place for:

a) receiving complaints about the office; and

b) where appropriate, referring complaints about the office to the overseeing entity for action.

6.8 The office responds to complaints and any recommendations of the overseeing entity in a timely and appropriate manner.

Internal Dispute Resolution Mechanisms

6.9 The office requires participating organisations to set up internal dispute resolution mechanisms, and to inform those affected by the organisation's services about the mechanisms.[31]

6.10 The office has the capacity to advise participating organisations about their internal dispute resolution mechanisms.

Compliance

6.11 The office has mechanisms to encourage participating organisations to cooperate with the office, and to abide by the rules of the office.[32]

6.12 Final determinations of the decision-maker that are not recommendations are binding on the participating organisation if complainants accept the determination.

6.13 The office has methods to mandate or improve compliance with decisions, and ensure redress for customers when a participating member is non-compliant with an office's final determination, decision or recommendation.

Periodic Independent Review

6.14 The operation of the office is reviewed regularly by an independent party at set periods.

6.15 The review, undertaken in consultation with relevant stakeholders, includes:

a) the office's progress towards meeting the Benchmarks for Industry-based Customer Dispute Resolution;

b) whether the scope of the office is appropriate;

c) participating organisation and complainant satisfaction with the office;

d) assessing whether the dispute resolution process used by the office are just and reasonable;

---

31 The Standards Australia Standard on Complaints Handling AS 4269-1995 can assist participating organisations to set up appropriate internal dispute resolution mechanisms.

32 Mechanisms for encouraging participating organisations to abide by the rules of the office could include statutory requirements, contractual obligations of the participating organisation, or naming in annual reports or otherwise those participating organisations which do not abide by the rules of the office.

e) the degree of equitable access to the office; and

f) the effectiveness of the statute, charter, terms of reference or other document establishing the office, its jurisdiction, functions, rules and procedures.

6.16 The results of the review are made available to relevant stakeholders.

SOOCHOW UNIVERSITY UNTO A FULL GROWN MAN

参、中华人民共和国《网络交易管理办法》

国家工商行政管理总局令

第60号

《网络交易管理办法》已经中华人民共和国国家工商行政管理总局局务会审议通过，现予公布，自2014年3月15日起施行。

局长 张茅

2014年1月26日

网络交易管理办法

（2014年1月26日国家工商行政管理总局令第60号公布）

第一章 总 则

第一条 为规范网络商品交易及有关服务，保护消费者和经营者的合法权益，促进网络经济持续健康发展，依据《消费者权益保护法》、《产品质量法》、《反不正当竞争法》、《合同法》、《商标法》、《广告法》、《侵权责任法》和《电子签名法》等法律、法规，制定本办法。

第二条 在中华人民共和国境内从事网络商品交易及有关服务，应当遵守中华人民共和国法律、法规和本办法的规定。

第三条 本办法所称网络商品交易，是指通过互联网（含移动互联网）销售商品或者提供服务的经营活动。

本办法所称有关服务，是指为网络商品交易提供第三方交易平台、宣传推广、信用评价、支付结算、物流、快递、网络接入、服务器托管、虚拟空间租用、网站网页设计制作等营利性服务。

第四条 从事网络商品交易及有关服务应当遵循自愿、公平、诚实信用的原则，遵守商业道德和公序良俗。

第五条 鼓励支持网络商品经营者、有关服务经营者创新经营模式，提升服务水平，推动网络经济发展。

第六条 鼓励支持网络商品经营者、有关服务经营者成立行业组织，建立行业公约，推动行业信用建设，加强行业自律，促进行业规范发展。

第二章　网络商品经营者和有关服务经营者的义务

第一节 一般性规定

第七条 从事网络商品交易及有关服务的经营者，应当依法办理工商登记。

从事网络商品交易的自然人，应当通过第三方交易平台开展经营活动，并向第三方交易平台提交其姓名、地址、有效身份证明、有效联系方式等真实身份信息。具备登记注册条件的，依法办理工商登记。

从事网络商品交易及有关服务的经营者销售的商品或者提供的服务属于法律、行政法规或者国务院决定规定应当取得行政许可的，应当依法取得有关许可。

第八条 已经工商行政管理部门登记注册并领取营业执照的法人、其他经济组织或者个体工商户，从事网络商品交易及有关服务的，应当在其网站首页或者从事经营活动的主页面醒目位置公开营业执照登载的信息或者其营业执照的电子链接标识。

第九条 网上交易的商品或者服务应当符合法律、法规、规章的规定。法律、法规禁止交易的商品或者服务，经营者不得在网上进行交易。

第十条 网络商品经营者向消费者销售商品或者提供服务，应当遵守《消费者权益保护法》和《产品质量法》等法律、法规、规章的规定，不得损害消费者合法权益。

第十一条 网络商品经营者向消费者销售商品或者提供服务，应当向消费者提供经营地址、联系方式、商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、支付形式、退换货方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等信息，采取安全保障措施确保交易安全可靠，并按照承诺提供商品或者服务。

第十二条 网络商品经营者销售商品或者提供服务，应当保证商品或者服务的完整性，不得将商品或者服务不合理拆分出售，不得确定最低消费标准或者另行收取不合理的费用。

第十三条 网络商品经营者销售商品或者提供服务，应当按照国家有关规定或者商业惯例向消费者出具发票等购货凭证或者服务单据；征得消费者同意的，可以以电子化形式出具。电子化的购货凭证或者服务单据，可以作为处理消费投诉的依据。

消费者索要发票等购货凭证或者服务单据的，网络商品经营者必须出具。

第十四条 网络商品经营者、有关服务经营者提供的商品或者服务信息应当真实准确，不得作虚假宣传和虚假表示。

第十五条 网络商品经营者、有关服务经营者销售商品或者提供服务，应当遵守《商标法》、《企业名称登记管理规定》等法律、法规、规章的规定，不得侵犯他人的注册商标专用权、企业名称权等权利。

第十六条 网络商品经营者销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由，但下列商品除外：

（一）消费者定作的；

（二）鲜活易腐的；

（三）在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品；

（四）交付的报纸、期刊。

除前款所列商品外，其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品，不适用无理由退货。

消费者退货的商品应当完好。网络商品经营者应当自收到退回商品之日起七日内返还消费者支付的商品价款。退回商品的运费由消费者承担；网络商品经营者和消费者另有约定的，按照约定。

第十七条 网络商品经营者、有关服务经营者在经营活动中使用合同格式条款的，应当符合法律、法规、规章的规定，按照公平原则确定交易双方的权利与义务，采用显著的方式提请消费者注意与消费者有重大利害关系的条款，并按照消费者的要求予以说明。

网络商品经营者、有关服务经营者不得以合同格式条款等方式作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定，不得利用合同格式条款并借助技术手段强制交易。

第十八条 网络商品经营者、有关服务经营者在经营活动中收集、使用消费者或者经营者信息，应当遵循合法、正当、必要的原则，明示收集、使用信息的目的、方式和范围，并经被收集者同意。网络商品经营者、有关服务经营者收集、使用消费者或者经营者信息，应当公开其收集、使用规则，不得违反法律、法规的规定和双方的约定收集、使用信息。

网络商品经营者、有关服务经营者及其工作人员对收集的消费者个人信息或者经营者商业秘密的数据信息必须严格保密，不得泄露、出售或者非法向他人提供。网络商品经营者、有关服务经营者应当采取技术措施和其他必要措施，确保信息安全，防止信息泄露、丢失。在发生或者可能发生信息泄露、丢失的情况时，应当立即采取补救措施。

网络商品经营者、有关服务经营者未经消费者同意或者请求，或者消费者明确表示拒绝的，不得向其发送商业性电子信息。

第十九条 网络商品经营者、有关服务经营者销售商品或者服务，应当遵守《反不正当竞争法》等法律的规定，不得以不正当竞争方式损害其他经营者的合法权益、扰乱社会经济秩序。同时，不得利用网络技术手段或者载体等方式，从事下列不正当竞争行为：

（一）擅自使用知名网站特有的域名、名称、标识或者使用与知名网站近似的域名、名称、标识，与他人知名网站相混淆，造成消费者误认；

（二）擅自使用、伪造政府部门或者社会团体电子标识，进行引人误解的虚假宣传；

（三）以虚拟物品为奖品进行抽奖式的有奖销售，虚拟物品在网络市场约定金额超过法律法规允许的限额；

（四）以虚构交易、删除不利评价等形式，为自己或他人提升商业信誉；

（五）以交易达成后违背事实的恶意评价损害竞争对手的商业信誉；

（六）法律、法规规定的其他不正当竞争行为。

第二十条 网络商品经营者、有关服务经营者不得对竞争对手的网站或者网页进行非法技术攻击，造成竞争对手无法正常经营。

第二十一条 网络商品经营者、有关服务经营者应当按照国家工商行政管理总局的规定向所在地工商行政管理部门报送经营统计资料。

第二节 第三方交易平台经营者的特别规定

第二十二条 第三方交易平台经营者应当是经工商行政管理部门登记注册并领取营业执照的企业法人。

前款所称第三方交易平台，是指在网络商品交易活动中为交易双方或者多方提供网页空间、虚拟经营场所、交易规则、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活动的信息网络系统。

第二十三条 第三方交易平台经营者应当对申请进入平台销售商品或者提供服务的法人、其他经济组织或者个体工商户的经营主体身份进行审查和登记，建立登记档案并定期核实更新，在其从事经营活动的主页面醒目位置公开营业执照登载的信息或者其营业执照的电子链接标识。

第三方交易平台经营者应当对尚不具备工商登记注册条件、申请进入平台销售商品或者提供服务的自然人的真实身份信息进行审查和登记，建立登记档案并定期核实更新，核发证明个人身份信息真实合法的标记，加载在其从事经营活动的主页面醒目位置。

第三方交易平台经营者在审查和登记时，应当使对方知悉并同意登记协议，提请对方注意义务和责任条款。

第二十四条 第三方交易平台经营者应当与申请进入平台销售商品或者提供服务的经营者订立协议，明确双方在平台进入和退出、商品和服务质量安全保障、消费者权益保护等方面的权利、义务和责任。

第三方交易平台经营者修改其与平台内经营者的协议、交易规则，应当遵循公开、连续、合理的原则，修改内容应当至少提前七日予以公示并通知相关经营者。平台内经营者不接受协议或者规则修改内容、申请退出平台的，第三方交易平台经营者应当允许其退出，并根据原协议或者交易规则承担相关责任。

第二十五条 第三方交易平台经营者应当建立平台内交易规则、交易安全保障、消费者权益保护、不良信息处理等管理制度。各项管理制度应当在其网站显示，并从技术上保证用户能够便利、完整地阅览和保存。

第三方交易平台经营者应当采取必要的技术手段和管理措施保证平台的正常运行，提供必要、可靠的交易环境和交易服务，维护网络交易秩序。

第二十六条 第三方交易平台经营者应当对通过平台销售商品或者提供服务的经营者及其发布的商品和服务信息建立检查监控制度，发现有违反工商行政管理法律、法规、规章的行为的，应当向平台经营者所在地工商行政管理部门报告，并及时采取措施制止，必要时可以停止对其提供第三方交易平台服务。

工商行政管理部门发现平台内有违反工商行政管理法律、法规、规章的行为，依法要求第三方交易平台经营者采取措施制止的，第三方交易平台经营者应当予以配合。

第二十七条 第三方交易平台经营者应当采取必要手段保护注册商标专用权、企业名称权等权利，对权利人有证据证明平台内的经营者实施侵犯其注册商标专用权、企业名称权等权利的行为或者实施损害其合法权益的其他不正当竞争行为的，应当依照《侵权责任法》采取必要措施。

第二十八条 第三方交易平台经营者应当建立消费纠纷和解和消费维权自律制度。消费者在平台内购买商品或者接受服务，发生消费纠纷或者其合法权益受到损害时，消费者要求平台调解的，平台应当调解；消费者通过其他渠道维权的，平台应当向消费者提供经营者的真实的网站登记信息，积极协助消费者维护自身合法权益。

第二十九条 第三方交易平台经营者在平台上开展商品或者服务自营业务的，应当以显著方式对自营部分和平台内其他经营者经营部分进行区分和标记，避免消费者产生误解。

第三十条 第三方交易平台经营者应当审查、记录、保存在其平台上发布的商品和服务信息内容及其发布时间。平台内经营者的营业执照或者个人真实身份信息记录保存时间从经营者在平台的登记注销之日起不少于两年，交易记录

等其他信息记录备份保存时间从交易完成之日起不少于两年。

第三方交易平台经营者应当采取电子签名、数据备份、故障恢复等技术手段确保网络交易数据和资料的完整性和安全性，并应当保证原始数据的真实性。

第三十一条 第三方交易平台经营者拟终止提供第三方交易平台服务的，应当至少提前三个月在其网站主页面醒目位置予以公示并通知相关经营者和消费者，采取必要措施保障相关经营者和消费者的合法权益。

第三十二条 鼓励第三方交易平台经营者为交易当事人提供公平、公正的信用评价服务，对经营者的信用情况客观、公正地进行采集与记录，建立信用评价体系、信用披露制度以警示交易风险。

第三十三条 鼓励第三方交易平台经营者设立消费者权益保证金。消费者权益保证金应当用于对消费者权益的保障，不得挪作他用，使用情况应当定期公开。

第三方交易平台经营者与平台内的经营者协议设立消费者权益保证金的，双方应当就消费者权益保证金提取数额、管理、使用和退还办法等作出明确约定。

第三十四条 第三方交易平台经营者应当积极协助工商行政管理部门查处网上违法经营行为，提供在其平台内涉嫌违法经营的经营者的登记信息、交易数据等资料，不得隐瞒真实情况。

第三节 其他有关服务经营者的特别规定

第三十五条 为网络商品交易提供网络接入、服务器托管、虚拟空间租用、网站网页设计制作等服务的有关服务经营者，应当要求申请者提供经营资格证明和个人真实身份信息，签订服务合同，依法记录其上网信息。申请者营业执照或者个人真实身份信息等信息记录备份保存时间自服务合同终止或者履行完毕之日起不少于两年。

第三十六条 为网络商品交易提供信用评价服务的有关服务经营者，应当通过合法途径采集信用信息，坚持中立、公正、客观原则，不得任意调整用户的信用级别或者相关信息，不得将收集的信用信息用于任何非法用途。

第三十七条 为网络商品交易提供宣传推广服务应当符合相关法律、法规、规章的规定。

通过博客、微博等网络社交载体提供宣传推广服务、评论商品或者服务并因此取得酬劳的，应当如实披露其性质，避免消费者产生误解。

第三十八条 为网络商品交易提供网络接入、支付结算、物流、快递等服务的有关服务经营者，应当积极协助工商行政管理部门查处网络商品交易相关违法行为，提供涉嫌违法经营的网络商品经营者的登记信息、联系方式、地址等

相关数据资料，不得隐瞒真实情况。

第三章　网络商品交易及有关服务监督管理

第三十九条 网络商品交易及有关服务的监督管理由县级以上工商行政管理部门负责。

第四十条 县级以上工商行政管理部门应当建立网络商品交易及有关服务信用档案，记录日常监督检查结果、违法行为查处等情况。根据信用档案的记录，对网络商品经营者、有关服务经营者实施信用分类监管。

第四十一条 网络商品交易及有关服务违法行为由发生违法行为的经营者住所所在地县级以上工商行政管理部门管辖。对于其中通过第三方交易平台开展经营活动的经营者，其违法行为由第三方交易平台经营者住所所在地县级以上工商行政管理部门管辖。第三方交易平台经营者住所所在地县级以上工商行政管理部门管辖异地违法行为人有困难的，可以将违法行为人的违法情况移交违法行为人所在地县级以上工商行政管理部门处理。

两个以上工商行政管理部门因网络商品交易及有关服务违法行为的管辖权发生争议的，应当报请共同的上一级工商行政管理部门指定管辖。

对于全国范围内有重大影响、严重侵害消费者权益、引发群体投诉或者案情复杂的网络商品交易及有关服务违法行为，由国家工商行政管理总局负责查处或者指定省级工商行政管理局负责查处。

第四十二条 网络商品交易及有关服务活动中的消费者向工商行政管理部门投诉的，依照《工商行政管理部门处理消费者投诉办法》处理。

第四十三条 县级以上工商行政管理部门对涉嫌违法的网络商品交易及有关服务行为进行查处时，可以行使下列职权：

（一）询问有关当事人，调查其涉嫌从事违法网络商品交易及有关服务行为的相关情况；

（二）查阅、复制当事人的交易数据、合同、票据、账簿以及其他相关数据资料；

（三）依照法律、法规的规定，查封、扣押用于从事违法网络商品交易及有关服务行为的商品、工具、设备等物品，查封用于从事违法网络商品交易及有关服务行为的经营场所；

（四）法律、法规规定可以采取的其他措施。

工商行政管理部门依法行使前款规定的职权时，当事人应当予以协助、配合，不得拒绝、阻挠。

第四十四条 工商行政管理部门对网络商品交易及有关服务活动的技术监测记录资料，可以作为对违法的网络商品经营者、有关服务经营者实施行政处

罚或者采取行政措施的电子数据证据。

第四十五条 在网络商品交易及有关服务活动中违反工商行政管理法律法规规定，情节严重，需要采取措施制止违法网站继续从事违法活动的，工商行政管理部门可以依照有关规定，提请网站许可或者备案地通信管理部门依法责令暂时屏蔽或者停止该违法网站接入服务。

第四十六条 工商行政管理部门对网站违法行为作出行政处罚后，需要关闭该违法网站的，可以依照有关规定，提请网站许可或者备案地通信管理部门依法关闭该违法网站。

第四十七条 工商行政管理部门在对网络商品交易及有关服务活动的监督管理中发现应当由其他部门查处的违法行为的，应当依法移交相关部门。

第四十八条 县级以上工商行政管理部门应当建立网络商品交易及有关服务监管工作责任制度，依法履行职责。

第四章 法律责任

第四十九条 对于违反本办法的行为，法律、法规另有规定的，从其规定。

第五十条 违反本办法第七条第二款、第二十三条、第二十五条、第二十六条第二款、第二十九条、第三十条、第三十四条、第三十五条、第三十六条、第三十八条规定的，予以警告，责令改正，拒不改正的，处以一万元以上三万元以下的罚款。

第五十一条 违反本办法第八条、第二十一条规定的，予以警告，责令改正，拒不改正的，处以一万元以下的罚款。

第五十二条 违反本办法第十七条规定的，按照《合同违法行为监督处理办法》的有关规定处罚。

第五十三条 违反本办法第十九条第（一）项规定的，按照《反不正当竞争法》第二十一条的规定处罚；违反本办法第十九条第（二）项、第（四）项规定的，按照《反不正当竞争法》第二十四条的规定处罚；违反本办法第十九条第（三）项规定的，按照《反不正当竞争法》第二十六条的规定处罚；违反本办法第十九条第（五）项规定的，予以警告，责令改正，并处一万元以上三万元以下的罚款。

第五十四条 违反本办法第二十条规定的，予以警告，责令改正，并处一万元以上三万元以下的罚款。

第五章 附 则

第五十五条 通过第三方交易平台发布商品或者营利性服务信息、但交易过程不直接通过平台完成的经营活动，参照适用本办法关于网络商品交易的管理规定。

第五十六条 本办法由国家工商行政管理总局负责解释。

第五十七条 省级工商行政管理部门可以依据本办法的规定制定网络商品交易及有关服务监管实施指导意见。

第五十八条 本办法自 2014 年 3 月 15 日起施行。国家工商行政管理总局 2010 年 5 月 31 日发布的《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》同时废止。

SOOCHOW UNIVERSITY UNTO A FULL GROWN MAN