

# 定型化契約條款之規制 (二)

## 1、須非異常條款：

所謂異常條款，一般常見之二種型態，其一為消費者難以注意其存在或辨識者，如字體太小、印刷不清楚、張貼或公告於隱密處所等是；其二為消費者不能預見之內容者，即其內容超過通常消費者的知識程度、社會經驗及其原來所瞭解的範圍，致消費者受騙，或其內容極為突兀，非屬一般人預期之範圍。定型化契約條款中之約款，明顯地異於尋常，依正常情形顯非消費者所得預見者，該一般條款不構成契約之內容。

## 2、應符合誠實信用及平等互惠原則：

消費者保護法為解決解決訂定契約雙方當事人地位不平等的問題，在消費者保護法第 11 條及第 12 條特別規定企業經營者在定型化契約中所用的條款，應符合誠實信用及平等互惠原則，如有違反誠信原則，對消費者顯失公平者，無效。另有關「誠實信用及平等互惠原則」之認定標準，消保法施行細則第 13 條與第 14 條載有明文。

## 3、不得抵觸非一般條款：

定型化契約中可能包括有定型化契約條款及個別磋商條款，定型化契約條款抵觸個別磋商條款者，其抵觸部分無效。至於所謂定型化契約條款，係指企業經營者為與不特定多數消費者訂立同類契約之用，所提出預先擬訂之契約條款；所謂個別磋商條款，係指契約當事人個別磋商而合意之契約條款。

## 4、不得違反主管機關公告之事項：

中央主管機關得選擇特定行業，公告規定其定型化契約應記載或不得記載之事項，違反前項公告之定型化契約，其定型化契約條款無效。應注意，中央主管機關公告定型化契約應記載之事項，仍有消費者保護法之適用，其內容仍不得違反誠實信用及平等互惠原則。中央主管機關公告應記載之事項，未經記載於定型化契約者，仍構成契約之內容。

## 5、應為有利於消費者之解釋：

由於定型化契約條款常有內容不明，字義不清，使消費者有遭受損害之虞，故消費者保護法在第 11 條第 2 項明定：「定型化契約條款如有疑義時，應為有利於消費者之解釋。」。