

判斷是否為訪問買賣，除應檢視契約成立之處所、邀約之過程，尚應斟酌契約成立時，消費者有無同類商品之比較機會及是否無心理準備等因素決定之

發文機關：行政院消費者保護委員會

發文字號：行政院消費者保護委員會 92.10.14. 消保法字第0920001296號函

發文日期：民國92年10月14日

主旨：貴委員國會辦公室函詢「傳銷訪問邀約買賣手法是否有違反消費者保護法」一事，復如說明，請 查照。

說明：

- 一、依據 貴委員國會辦公室九十二年十月三日（九十二）北雄字第一〇〇三〇八號函暨附件影本辦理。
- 二、「訪問買賣：指企業經營者，未經邀約而在消費者之住居所或其他場所從事銷售所為之買賣」、「郵購或訪問買賣之消費者，對所收受之商品不願買受時，得於收受商品後七日內，退回商品或以書面通知企業經營製者解除買賣契約，無須說明理由及負擔任何費用或價款。郵購或訪問買賣違反前項規定所為之約定無效。契約經解除者，企業經營者與消費者間關於回復原狀之約定，對於消費者較民法第二百五十九條之規定不利者，無效。」分別為消費者保護法第二條第十一款、第十九條所明定。另判斷是否為訪問買賣除應檢視契約成立之處所、邀約之過程，尚應斟酌契約成立時，消費者有無同類商品之比較機會及是否無心理準備等因素決定之。
- 三、本案陳情民眾郭○○君所述情況，倘符合企業經營者未經邀約，即誘使前往其營業處所，並趁機推銷商品，契約成立之時，亦無同類商品可供比較，而使渠在無心理準備下所生之交易行為，可認為有消費者保護法第十九條有關特種買賣規定之適用。至本案是否有違反公平交易法以及刑法，本會業已依法移請主管機關公平交易委員會以及法務部處理。