

國外渡假村會員卡交易與消費者保護¹

吳瑾瑜*

目次

壹、前言

貳、分時渡假權的基本內容及參與交易當事人的法律地位

一、分時渡假權的基本內容

二、參與交易當事人的法律地位

參、德國與國內的規範現況

一、德國的規範現況

二、國內的規範現況

肆、國外渡假村會員卡交易所衍生的法律問題

一、銷售手段不正當

二、締約前未能充分瞭解產品內容—締約前的告知義務或契約審閱期間？

三、契約內容

投稿日：九十一年五月二十九日；接受刊登日：九十一年六月二十八日

¹本文之初稿，係於參與交通部觀光局八十九年八月「國外渡假村會員卡(權)定型化契約範本研究報告」時完成。作者特別感謝國立政治大學法律系黃立教授與楊淑文教授，邀請作者參與觀光局該報告之研究工作，及在研究過程中所提供的協助和指導。本文的內容，作者自行負責，不代表觀光局或黃立教授與楊淑文教授之見解。又本文原來所參考的德國立法例 TzWrG，適逢於西元 2001 年民法修正的立法過程中，被納入該國債篇各論。新舊法雖在內容上僅有極小幅度的差異 minimale Unterschiede，然而為兼顧介紹該國規範最新現況及配合討論需要兩大目的，本文盡量新舊制皆援引與討論。不免造成本文過份冗長，錯誤不足之處，尚祈識者指正。

* 德國西柏林自由大學法學博士，現任中原大學財經法律學系助理教授。

- 四、 締約後付款問題—信用卡抗辯延伸
- 五、 小結
- 伍、 國外渡假村會員卡銷售紛爭之產生及解決
 - 一、 代理商責任歸屬
 - 二、 國外渡假村會員數量等資料之公開
 - 三、 渡假村、RCI 交換組織章程之公開及明列契約中
 - 四、 RCI 與消費者間之紛爭
- 陸、 結論與建議
 - 一、 結論
 - 二、 建議—單獨特別立法

關鍵字：國外渡假村、分時渡假權、會員卡、消費者保護、定型化契約、契約解除權

中原財經法學

壹、前言

台灣近年來消費市場日益國際化，國外渡假村紛紛以推銷會員卡方式在國內吸收消費者購買分時渡假權的產品。而部分國內的代理經銷商由於採取不當的行銷手段並使用不公平的定型化契約，導致消費糾紛頻傳，相繼引起有關單位的注意。初期各方對於國外渡假村會員卡交易的法律性質，與究竟能否適用消費者保護法，持不同看法。目前法院已經對銷售國外渡假村會員卡所引起的爭議作出判決，確認國外渡假村會員卡的銷售型態是屬訪問買賣，國外渡假村會員卡契約是屬定型化契約，而應適用消費者保護法。中央主管機關交通部觀光局亦正在著手研擬制定契約範本，盼能為參與交易的當事人提供可資遵循的行事參考。不過，以消費者保護法簡陋的訪問買賣規定，規範「國外」的渡假村企業經營者與「國內」消費者之間的權利義務關係似嫌不足。同理，欲藉主管機關的契約範本達到定紛止爭之目的，亦令人質疑，而有討論的餘地。

正如同旅遊休閒方式(自由行或團遊等)的多樣化，分時渡假權的型態亦可能以多種不同的權利義務內容呈現，其內涵所屬的契約類型，有時亦難以加以認定。然而目前其所引發的法律問題，各界均一概視為消費問題，而不深究其契約在民法上的屬性與定位。是以本文並不分析討論各類型分時渡假契約的法律屬性，而係將焦點置於消費保護法的問題，同時參酌德國相關立法例，分析國內的規範現況是否有效杜絕該等消費爭議。

貳、分時渡假權的基本內容及參與交易當事人的法律地位

一、分時渡假權的基本內容

儘管分時渡假權的型態不一而足，可為債權或物權等²，然而其基本內容不外為：企業經營者興建渡假村，並將該渡假村的每一使用單位(房)以一定期間，通常以「週」為一定期間，分割住宿與使用渡假村內休閒設備的權利。

分時渡假權的價格有等級之分，依建築物型態(公寓或別墅)、使用季別(淡旺季)、使用單位大小(二人套房、四人一房二廳或六人二房二廳)，使用單位內的內部傢俱電器設備、會員卡有效期間長短之不同，而有所不同。另外渡假村所在的地點(曼谷、普吉島、西班牙等等)，亦會影響分時渡假權會員卡的價格³。除會員卡的價金(或稱會費)外，消費者每年尚須支付行政費、清潔管理費、維修費。除了會費，行政費、清潔管理費、維修費可能依情況調升。惟業者通常不於締約前說明或於契約中載明調升費用的條件標準及幅度，使得消費者後來必須負擔於簽約時未能預期的額外費用。

消費者在購買會員卡後，每年即可前往該渡假村渡假一週，並使用該渡假村內的運動休閒設施，而膳食費與機票等交通費用則需會員自行支付。又在另行負擔訪客費用的前提下，會員的親友亦可前往該渡假村渡假。若消費者不想每年於同一渡假村渡假，渡假村亦提供與國際分時渡假權交換組織 (如 Resort Condominium International, 以下簡稱 RCI)，交換至

² Hildenbrand in: Hildenbrand/Kappus/Maesch, Timesharing und Teilzeit-Wohnrechtsgesetz, Stuttgart, Muenchen, Hannover, 1997, S. 23 Rn. 11 ff.; Michaela Reinkenhof, Einfuehrung in die Rechtsprobleme des time-sharing und das neue Teilzeit-Wohnrechtsgesetz, in: Jura, 1998, S. 561 ff. (562-566).

³ 參見洪德昌，公平交易法對國外渡假村會員證銷售行為之規範—兼述消費者保護法暨各國相關規範內容，公平交易季刊第九卷第三期(90/07)，第 118 頁以下。

其他渡假村渡假的機會。此種可到其他渡假村渡假的交換權利，往往對消費者有極大吸引力。惟購買會員卡後，消費者並不會自動成為交換組織的會員，而是必須每年另行繳納會費以取得交換權。在我國目前實務上發生的案例，則係由渡假村經銷商負擔前兩年 RCI 的會費，兩年之後消費者應自行繳納該費用⁴。交換權的行使並不是毫無限制，亦非無償，即必須經由交換組織撮合，交換他人「同等級」的渡假權⁵。仲介成功後，消費者必須支付仲介費用給 RCI⁶。因為消費者購買會員卡後，通常亦會加入 RCI。所以消費者每年養卡的費用除來自於本身所屬渡假村外，還應加計對於 RCI 的給付義務。惟後者的金錢負擔，常被消費者輕視或忽略。

二、參與交易當事人的法律地位

(一)、國外渡假村公司代理商之地位

由於國外渡假村公司多係外國公司，在台灣並無分公司，故通常係由該國外渡假村公司之代理商和消費者締結契約，則有爭議者，為該代理商在契約中之地位為何？可想見的是，代理商的法律地位可能為居間人或代理人。若認為代理商是居間人，依照民法第五百六十五條規定：「居間者，為當事人約定，一方為他方報告訂約之機會或為訂約之媒介，他方給付報酬之契約」。在此見解下代理商只是提供消費者與國外渡假村公司締約之機會，並不就契約給付內容負責。

若認為代理商是國外渡假村公司之代理人，代理人所為之一切法律行

⁴參見香港商大使事業有限公司(Jimbaran Hills Club)台灣分公司所使用的會籍申請同意書第四條，Multiple Travel Club 之多元化假期俱樂部入會申請暨合約書第十條。

⁵Maesch in: Hildenbrand/Kappus/Maesch (Fn. 2), S.78 Rn.120.

⁶參見洪德昌前揭文，第 119 頁。

為，其法律效果均歸屬於本人，即為國外渡假村公司。但是，國外渡假村公司多係外國公司，在台灣並無分公司，消費者應如何向其主張權利？於此消費者亦無法要求國內代理商負責，因為代理人不是契約當事人，無須承擔任何法律責任。

是以，對於消費者而言，國外渡假村會員卡交易的最大風險在於，出

面締約的業者毫無責任，責無旁貸的企業經營者卻又遙不可及。

(二)、RCI與消費者間之法律關係

消費者與國際渡假村交換組織 RCI 間之法律關係，除了分時渡假權人加入組織成為「會員」外，還包含 RCI 替會員處理有關分時渡假權的「交換」事宜。兩者的法律性質常因會員與交換之名稱而易遭誤解。

依據社會交易上的通念，分時渡假權人加入組織按時繳納年費應成為會員，然而事實上交換組織 RCI 與分時渡假權人間並不因此成立社團社員關係。分時渡假權人係以繳納年費(一定對價)之方式，要求交換組織讓其參與交換之服務。而交換組織負有義務處理所有因交換而生的所有必要事宜，例如替有意願交換分時渡假權的會員搜集交換客體資料，將此資料交付會員，審查交換客體是否符合會員的主觀需求，並尋求實現會員交換願望之機會等事。是以就加入組織此事，當事人成立一以勞務提供為內容的

債法上交換關係⁷。因為交換組織 RCI 並不保證能交換，故並非一定事務之完成，並非承攬契約。又顯與僱傭契約不合，故分時渡假權人加入 RCI 組織，以求能參與交換服務之事，應屬委任契約。

加入 RCI 組織成為會員之後，就實地進行交換分時渡假權此事，雙方當事人再另成立一契約。依此與前段所述委任有別之契約，RCI 組織的實質義務內容與旅遊業者的並無二致，即亦為透過目錄以自己的名義提供他人於其他渡假村的渡假住所⁸。RCI 組織係依自己所擬定的定型化契約，以自己的責任，提供位於其他渡假村暨符合分時渡假權人需求之住宿場所。分時渡假權人與交換後的其他渡假村之間，並不成立任何契約關係，因此就交換後之住宿場所，是否符合約定之品質，其他渡假村無須負瑕疵擔保責任。依照德國通說之見解，所謂交換契約之內容，事實上不為進行交換，而應屬完成一定工作的承攬契約。縱然 RCI 組織完成的工作，不像一般旅遊業者以提供整體性的旅遊服務，即以安排旅程與提供交通膳宿導遊為目的。然而從 RCI 組織的工作內容看來，無論是提供目錄讓分時渡假權人挑選交換客體，以自己的責任 in eigene Verantwortung 提供符合分時渡假權人意願的渡假處所，並於渡假地處理分時渡假權人的瑕疵申訴⁹，與一般旅遊業者無異，因此仍應類推適用旅遊契約相關之規定¹⁰。換言之，RCI 對於分時渡假權人交換所取得於其他渡假村住宿的品質，應負旅遊契約的

⁷Maesch in: Hildenbrand/Kappus/Maesch (Fn. 2), S. 79 Rn. 123.

⁸Maesch in: Hildenbrand/Kappus/Maesch (Fn. 2), S. 80 f. Rn. 126.

⁹Maesch in: Hildenbrand/Kappus/Maesch (Fn. 2), S. 81 Rn. 126 Fn. 429 引用 RCI 組織的定型化契約條款，依該約款(經作者中譯)：如對住宿或渡假村設備之品質有不滿意時，應即時向渡假村內的負責人員反映。若未獲妥適處理時，應即時通知 RCI 組織於當地辦事處的負責人員或向其德國分公司。

¹⁰Maesch in: Hildenbrand/Kappus/Maesch (Fn. 2), S. 81 Rn. 126 Fn. 427-Fn. 431 m.w.N.

瑕疵擔保責任。

綜上所述，消費者和RCI組織間之法律關係，可分為消費者得請求參與交換服務(RCI組織分時渡假權交換服務之提供)與加入組織後確實進行交換兩部分。前者的法律性質為委任契約，後者則屬承攬契約。

參、德國與國內的規範現況

一、德國的規範現況

在西元 1997 年以前，分時渡假權的販售，經多次德國法院判決，形成共識被認定是訪問買賣的一種，應該適用訪問買賣法(Haustuerwiderrufgesetz)。在西元 1997 年之後，歐盟為了解決日益熾盛的分時渡假權販售糾紛，頒佈了第 94/47 號指令，身為會員國的德國為踐行會員國義務，以該指令為藍本，制定了規範販售分時渡假權的特別法，Teilzeitwohnrechtgesetz，簡稱 TzWrG 來規範。自此之後，雖然訪問買賣法與規範分時渡假權販售的特別法可併行適用，但涉及契約脫退權Widerrufsrecht¹¹(相當於我國消費者保護法第十九條的契約解除權)問題時，只能適用分時渡假權法 TzWrG。後來規範定型化契約、訪問買賣及分時渡假權等與消費者保護有關的特別法，均被納入民法債篇修正草案中。該債篇修正草案於西元 2001 年 10 月 11 日被三讀通過，並於西元 2002 年 1 月 1 日正式生效施行。原先於 TzWrG 特別法規範的全部內容，在略

¹¹Widerrufsrecht「契約脫退權」採用詹森林教授之翻譯，參見詹氏，消費者保護法上特買賣之實務與立法問題，消費者保護研究第三輯，第 113 頁。

經簡化後，現被放置在民法債篇各論第 481 至第 487 條。

於此必須說明的是，就與訪問買賣及分時渡假權有關的消費者保護，德國立法例向來採用的是契約脫退權 *Widerrufsrecht* 的法律制度，而非傳統民法上的契約解除權 *Ruecktrittsrecht* 制度。「契約脫退權」之特點¹²在於除斥期間經過後，已經到達他方的意思表示才確定生效，契約亦才生效。除斥期間經過前，有權行使脫退權一方的意思表示，縱然已經到達他方，該意思表示卻仍效力未定，該契約亦然。其和契約解除權相異，因為解除權係消滅原已生效契約的效力，使契約溯及既往失去效力；契約脫退權的行使，則是讓原本效力未定的契約，確定不發生效力。契約脫退權縱與契約解除權不同，然而就消費者不再受契約拘束此點而言，則是一致的。故契約脫退權與契約解除權可謂有異曲同工之妙。

二、國內的規範現況

在國內曾經被援用來處理渡假村銷售會員卡糾紛的法律，計有公平交易法與消費者保護法。之所以會有兩種法律併行適用的情形，是因為部分消費者去函向公平交易委員會檢舉銷售會員卡(證)業者的不當銷售手段；而部分消費者則採直接向法院提起訴訟的途徑，請求解約退款。

¹²另外契約脫退權與撤銷、撤回、或解除條件亦有別。與撤回之別在於，撤回限於意思表示未到達他方前才能行使，如民法第九十五條第一項但書，或意思表示雖到達他方，而他方為限制行為人或無權代理人，則於法定代理人或本人承認之前才能行使，如民法第八十二條及第一百七十一條；契約脫退權則是允許意思表示到達他方後行使，而且使得意思表示雖已到達他方卻不能發生效力。其與撤銷不同，因為撤銷須有法律規定的特定原因。解除條件成就時，法律行為自動失其效力，無須另外再為任何意思表示；契約脫退權則是有相對人的意思表示。參見 Hans Brox, *Allgemeines Schuldrecht*, 20. Aufl., 1992, Muenchen, Rn.198 ff.; Hans Brox, *Allgemeiner Teil des BGB*, 16. Aufl., Muenchen, 1992, Rn. 203.

(一)、消費者保護法

因分時渡假權的販售所生的法律關係顯然是消費關係，自應受消費者保護法的規範。

1 訪問買賣

分時渡假權的販售究竟是否為屬於訪問買賣？就此問題，行政院消費者保護委員會與銷售業者曾經各執不同立場，意見對立色彩鮮明。行政院消費者保護委員會曾兩次行文¹³，認為凡是消費者在毫無心理準備下發生的買賣行為均為訪問買賣，並肯定渡假村銷售會員卡是屬訪問買賣。然而銷售業者辯稱，係經由電話訪問確定消費者決定參加旅遊資訊說明會後始寄發邀請函，消費者經由電話訪問及所收到邀請函，應可預期說明會目的在介紹旅遊產品，換言之，消費者來參加說明會前已有充分心理準備。再者，銷售業者又主張舉辦說明會的處所，並非消費者的住所或其他非經消費者邀約始得進入的場所，顯與消費者保護法第二條第九款訪問買賣的定義不符，自不受該法第十八條以下規定的規範。

隨著數個具有指標性質之判決¹⁴的問世，上述法律見解的爭執，終能成為過去式。因為法院紛紛在判決中明確指出：分時渡假權利係使用渡假村服務的提供，縱以消費者保護法第十九條法條文字來看，該規定僅適用於商品。但從該法的立法精神觀之，不應將提供服務的訪問買賣排除在適

¹³八十五年十二月五日台八十五消保字第 0 一四八八號函；八十六年一月十三日台八十六消保字第 七四號函。

¹⁴台北地方法院八十七年簡上字第五一五號判決、八十八年簡上字第四六九號判決、八十八年簡上字六八三號判決、八十八年簡上字七六五號判決、八十八年簡上字七八八號判決、八十八年簡上字八 0 二號判決、八十八年訴字第二五七 0 號判決、八十九年度簡上字第七五八號判決。

用範圍之外，因此服務自得為訪問買賣的客體。分時渡假權銷售業者所採用的銷售手法是屬誘導邀約，而消費者基於誘導邀約而簽訂的買賣契約同樣具有欠缺事前準備的情況，因此亦屬訪問買賣。另外法院從立法意旨的角度，確認訪問買賣發生的場所不以消費者的住所或其他非經消費者邀約始得進入的場所為限。凡消費者無法作正常考慮締約與否機會的任何場所所進行的交易，均可被歸類為訪問買賣。

法院解釋訪問買賣時，不把焦點放在買賣發生地，即是否為消費者的住所或類似處所，而以消費者的意思自由是否能免除於受外界干擾、以至無法行使的狀態為標準，無論是從適用法律或解決日益複雜的消費問題的角度來看，都值得肯定的做法。

2 定型化契約

由於銷售業者所使用會籍申請合約書內的約款，乃為與不特定多數人訂約之用而預先擬定的交易條款，是屬消費者保護法第二條第七款所稱的定型化約款，而有該法第十一條以下定型化契約規定的適用。

(二)、公平交易法

雖說公平交易法的立法目的係在規範整體市場營業競爭，然而通說均肯定該法兼涵不正競爭、限制競爭和消費者保護三種性質的規範，其中尤以該法第二十四條含有濃厚消費者保護行政管制色彩。過去在消費者保護法尚未制定施行前，公平交易委員會以該法第二十四條為利劍，積極扮演了捍衛消費者權益的義士，在廣大的消費群眾留下深刻的印象。今天消費者保護法雖已施行，也設有消費者保護委員會、消保官，仍有消費者將公平交易委員會當做優先申訴問題求援的對象，許多在法院爭執的消費訴訟，先前都經過公平交易委員會的處分，在銷售渡假村會員卡的糾紛也不例外。

當然除了公平交易委員會主動積極的執法態度外，最主要還是公平交

易法第二十四條寬鬆的法律要件規定，使其亦能被用來處理消費問題，給有心致力改善消費環境的機關，無限廣闊可供發揮的空間。然而值得注意的是，公平交易法與消費者保護法雖可併行適用在同一消費糾紛，但由於兩法立法目的、規範角度不同，所處理的法律問題自然不同，容待後面加以說明。

肆、國外渡假村會員卡交易所衍生的法律問題

因銷售國外渡假村會員卡所衍生的法律問題，按其交易進行的流程，可分為不正當甚至欺罔的銷售手段、消費者締約前資訊不足、不公平的契約內容、締約後退款不易四方面的問題。

一、銷售手段不正當

(一)、違反公平交易法第二十四條

無論是國內公平交易委員會與法院處理的案件中，或甚至德國法院判決裏所揭露的渡假村產品交易情形，均可發現銷售業者的銷售手段如出一轍舉世皆然。即先以郵件或電話告知消費者中獎可獲國外免費住宿渡假，但是必須親自參加旅遊說明會方能保有中獎權利。待消費者前往參加說明會後，施以長時間的強力推銷，使消費者在無法預期而且欠缺購買產品的心理準備下，因精神疲勞及衝動而輕率簽約，並當場支付高額價金。此種與欺罔無異的銷售行為，國內公平交易委員會¹⁵或德國法院¹⁶都一致認為是影響交易秩序違反競爭法的行為。

¹⁵公平交易委員會八六公處字0四二號處分；八八公處字0三五號處分。不同意見者見台北地方法院八十八年簡上字第七八八號。

¹⁶ Kappus in: Hildenbrand/Kappus/Maesche (Fn. 2), S. 62, Fn. 299-Fn. 311 mit umfangreichen Urteilsfundstellen.

然而仍有待國內法院釐清的問題是，向公平交易委員會檢舉揭發業者不當行為的消費者，在此能否以被誘簽約支付價金，向業者主張公平交易法第三十一條的損害賠償或甚至主張同法第三十二條的懲罰性賠償金？此問題的答案，將視法院對公平交易法主要保護的對象及法益的認知而定。法院若認為消費者保護只是受公平交易法保護的反射利益，則消費者依公平交易法第三十一條提起損害賠償之訴時，就會有當事人不適格的問題。

（二）、構成民法第一百八十四條侵權行為？

1 民法第一百八十四條第一項後段？

曾有消費者在訴訟¹⁷中主張，銷售業者的銷售行為係屬民法第一百八十四條第一項後段「故意以背於善良風俗加損害於他人」，而要求損害賠償。法院則以：銷售業者的銷售行為雖致消費者在欠缺充分準備情形下簽約，但難認銷售業者有以欺罔方法誘使消費者簽約，是以尚與背於善良風俗加損害於他人有間，而認為消費者的主張無理。在銷售業者銷售行為是否已達欺罔程度的問題上，法院的見解顯與公平交易委員會不同。

學界或法院在解釋民法第一百八十四條第一項後段「背於善良風俗」的要件，向來採取嚴格的態度，常視具體個案認定。再說公平交易法與傳統民法的法律評價標準不同，或能合理化法院與公平交易委員會在此處的歧見。

2 民法第一百八十四條第二項？

基於上述法院的解釋傳統，本文認為消費者若在起訴前能取得公平交易委員會的處分書，然後在訴訟中主張銷售業者的銷售行為違反保護他人

¹⁷台北地方法院八十七年簡上字第五一五號。

法律，應該是比較容易贏得法院認同的作法。因為公平交易法第二十四條應是屬保護他人法律，而消費者因銷售業者銷售行為違反該條規定受有損害，所受損害即為已經支付的價金。

二、締約前未能充分瞭解產品內容－締約前的告知義務或契約審閱期間？

與不當行銷手段關係密切的另一問題是：消費者締約前幾乎不可能獲取充分資訊瞭解產品內容，僅能經由簡報及錄影帶方式認識分時渡假產品，就隨即被強迫進行交易。雖說消費者未充分認識買賣標的，而在購買意思不確定情況下締結契約的行為，本屬訪問買賣的本質，各國立法例就此均以賦予消費者締約後的契約解除權或自契約脫退權利(如德國法)作為救濟。然而值得注意的是，締結契約後解除權的設計，並非是唯一的救濟途徑。以德國法與我國法為例，皆都又選擇在準備締約的階段就切入著手規範，課與銷售業者締約前的告知義務¹⁸ Vorvertragliche Pflicht，以改善消費者締約前資訊不足的問題。

依德國法規定，企業經營者必須履行的締約前告知義務，其重要內容概述如下：

銷售業者負有義務，對分時渡假產品有興趣的消費者交付介紹渡假村的說明書，不論該消費者是否有明白表示索取說明書。違反此項義務的法律效果是消費者契約脫退權的除斥期間將被延長，從兩星期延長為一個月¹⁹。

銷售業者所交付的說明書，必須是以該消費者住所地所在國的語言撰寫或消費者得選擇以其母語或其他歐盟官方語言所撰寫。違反此項義務的

¹⁸§482 BGB.

¹⁹§§482 Abs. 1, 485 Abs. 3 BGB.

法律效果是消費者契約脫退權的除斥期間亦將被延長為一個月²⁰。

該說明書內必須揭露的資訊，德國現行法²¹係授權另定規則規範。由於該規則尚未制定施行，內容不詳。惟參酌德國西元 1997 年的 TzWrG 特別法²²，說明書內必須揭露以下資訊：

- 1 渡假村所有人及負責經營者的姓名、住所事務所地址。
 - 2 渡假村分時渡假產品銷售業者在銷售關係中的法律地位 (Rechtliche Stellung)。
 - 3 使用渡假村及其附屬設備的條件。
 - 4 渡假村內公寓的面積電器傢俱設備。
 - 5 各項設備使用費及其計算方式。
 - 6 轉售讓與或交換渡假權利的條件及其費用。
 - 7 渡假村尚在建造中者，建造執照號碼、監造主管建築機關名稱及地址、預定完工日期；未能如期完工時返還價款的條件。
- 值得說明的是，以上第 1 至 7 項也必須詳列在契約中。
- (四)契約脫退權的行使方式、期間及對象。

綜合上述德國法所規定的締約前告知義務之內容，可簡單歸納為兩點，即便是關於渡假村分時渡假產品本身和契約脫退權，尤其是前者揭露渡假村資訊內容的規定，可以說是鉅細靡遺。有德國學者²³認為過多資訊有可能會混淆消費者，或使其喪失閱讀興趣，或縱予閱讀仍難正確瞭解該項交易法律上或經濟上的意義，因而質疑締約前的告知義務規定的必要

²⁰§§483 Abs. 1, 485 Abs. 3 BGB.

²¹§482 Abs. 2 BGB.

²²§4 TzWrG.

²³Michael Martinek, Missratener Verbraucherschutz bei Time-Sharing-Verträge, in: NJW 1997, S. 1393 ff. (1395, 1396).

性，並建議用公證制度來解決消費者資訊不足的問題，因為在德國制度下，公證人負有對締約當事人說明契約內容意義的義務。

與德國法相較，我國消費者保護法於第十八條與施行細則第十六條，也設有相近的締約前告知義務規定。但依施行細則第十六條，企業經營者應告知的內容，還是以契約解除權為主。至於第十八條規定應告知的內容，如買賣條件、出賣人姓名、負責人事務所，就規範小金額、性質簡單的訪問買賣或許綽綽有餘。但國外渡假村會員卡在價錢上並非低廉，而且消費者負擔的給付費用義務，亦長達數十年。消費者能否藉第十八條規定應該告知的內容，一窺或甚至認識交易標的、條件等全貌，令人懷疑。又最嚴重的缺失是，消費者保護法並未明文規定，違反前述告知義務時的法律效果，致告知義務之規定形同具文，根本不足解決消費者締約前資訊匱乏的問題，也為日後爭議埋下導火線。

另外，公平交易委員會對於渡假村銷售已作出導正準則²⁴，建議銷售業者為銷售行為時，「宜」提供消費者在內容方面與上述德國法規定極類似的資訊(建議性質)。顯示消費者締約前不能獲取充分資料的問題，已經受到相關單位的注意。而依照公平交易委員會的導正準則，銷售業者在中央主管機關完成定型化契約範本之前，「宜」將銷售時所提供的渡假村產品資訊，納入契約內容；中央主管機關依法完成定型化契約範本後，宜依該契約範本內容辦理。然而目前中央主管機關尚未完成定型化契約範本之擬定，銷售業者縱未依導正準則中的建議履行資訊揭露時，並非當然構成違法行為，公平交易委員會將依個案進行查處是否違法。而就算日後中央主管機關公布定型化契約範本，契約範本顧名思義僅有範本的功能，不似

²⁴ 88/10/6 第四一三次委員會議通過；參見：公平交易法相關法規、處理原則、行業導正彙編，第 359 頁，行政院公平交易委員會，民國八十九年七月。

公告的應記載事項具有強制性質。綜合言之，無論導正準則或契約範本，僅為一種道德勸說，不生任何法律效果。所以消費者締約前資訊不足問題能否獲得有效的解決，似乎全賴渡假村銷售業者自律精神。

雖說將希望完全寄託在銷售業者能發揮自律精神，在締約前提供消費者充分資訊以讓期能瞭解分時渡假的產品內容，讓人不免有緣木求魚的疑慮。然而事情的處境，卻也非如此的絕望。只要契約書中能詳細揭露有關分時渡假產品的重要資訊，而消費者也能獲得充裕的契約審閱期間，消費者仍是有機會在充分瞭解分時渡假的產品內容的情況下，做締約或不締約的理性選擇。我們甚至可以說，德國法由於欠缺契約審閱期間的法律規定，因而要有締約前告知義務的法律設計，俾以改善消費者締約前資訊不足的問題。但是締約前告知義務的法律設計，絕非唯一能解決消費者締約前資訊不足問題的妙方。在國內現行契約審閱期間規定之下，若又能有詳實的契約內容加以配合，還是能提供消費者相當的保護。因此務使契約內容完整詳實，才是我們解決渡假村產品販售糾紛時應該施力的重心。

三、契約內容

與渡假村會員卡契約內容有關的法律問題計有六大項，他們分別是：銷售業者是否為契約相對人、違反資訊透明化原則、過長會籍時間、渡假村破產或經營權轉讓、契約解除權、廣告宣傳品之契約效力，容後逐一加以說明。

(一)契約相對人—銷售業者是代理人或居間人？

由於在國內招募會員，販售分時渡假產品的渡假村遠在國外。再加上消費者成為渡假村會員後，可參加所謂國際交換組織 RCI 的交換計畫，和其他渡假村會員交換分時渡假權，在 RCI 其他三千個散佈世界各美麗角落的加盟渡假村渡假，使得究竟渡假村、RCI 或銷售業者是消費者契約相對人的問題，成為研究會籍申請合約書內容首要解決的問題。

深究之不難發現，渡假村分時渡假權的運作維繫於多重的法律關係。換言之，就是渡假村或銷售業者與消費者之間的會員卡銷售契約，渡假村與 RCI 之間的加盟契約，會員與 RCI 之間的仲介分時渡假權契約，會員與會員之間的交換分時渡假權契約。這四種法律關係各有不同當事人參與，除了渡假村或銷售業者與消費者之間的會員卡銷售契約外，其餘三種法律關係卻是無法被國內法律經公平交易委員會或法院所規範管理的。銷售業者深明此理，為了減輕其法律上的責任與契約上的義務，遂將自己的角色定位為純粹訂約的媒介，即所謂的居間人。而對居間人來說，最嚴重的法律後果不過為喪失媒介應得的報酬請求權²⁵。幸運的是，就銷售業者的法律地位法院已經作出裁決。

法院²⁶認為渡假村係未經認許成立的外國法人，以其名義與他人為法律行為者，其行為人就該法律行為，依民法總則施行法第十五條規定，應與該外國法人負連帶責任。法院的法律見解值得贊同，因為惟有令銷售業者負連帶責任，消費者可就近於國內對銷售業者主張契約上的權益，消費者才有保障可言。除此之外，法院的看法亦符合社會交易上的通念。因為消費者在締約時，均不認為該代理商僅僅是居間人，而係認為該代理商為契約

²⁵民法第五百七十一條。

²⁶台北地方法院八十七年簡上字第五一五號判決。

之相對人。畢竟代理商對於給付內容相當瞭解，且與消費者再三推銷、磋商，甚至有保證渡假村品質之意思表示，視代理商為契約相對人並不違背人情或法理。

另外依照消費者保護法第八條的規定，從事經銷的企業經營者應與提供服務的企業經營者(渡假村)負連帶責任，所以銷售業者亦應就契約給付內容對消費者負責。

於此值得特別說明的是，令銷售業者負連帶責任，雖能讓消費者就近於國內對銷售業者主張契約上的權益。惟若該契約內容不受我國法院管轄及排除我國法律規範，消費者仍然無法享有「實質」保障。因為消費者仍必須到國外訴訟尋求救濟，而且當事人權利責任內容係以外國法為斷，無異剝奪消費者於我國現行法下所得主張的權利。是以前述法院的見解，必須輔以法院管轄權與契約準據法的規定，方能達保護消費者的功效。關於法院管轄權與契約準據法的問題，容後詳述。

(二)資訊透明化原則

通常銷售業者所使用的會籍申請合約書內容僅載有渡假村的名稱、渡假時數、參加會員需繳款項及遵守渡假村章程的義務等簡略的條款，對於消費者所購買的渡假村位置、享用設備服務等內容和渡假村應負義務卻付之闕如。鑑於會員證價格不菲，及長達三十年以上或甚至九十八年²⁷的會籍時間，消費者應可以合理期待經由契約內容瞭解分時渡假產品，以計算利益或風險；銷售業者基於誠信原則，亦應該在契約中充分揭露關於交易標的的資訊，如此也能減少締約後的紛爭。另外，在契約中充分揭露關於交易標的的資訊，契約當事人方有行使權利履行義務的依據。所以基於誠信原則，契約內容務必要符合資訊透明化的要求，否則整體契約極有可能

²⁷如香港商大使事業有限公司台灣分公司所使用的會籍申請同意書。

違反消費者保護法第十二條第一項而無效。

當然有關交易標的的資訊，亦可解釋為消費者保護法第十八條中所謂的「買賣條件」，而屬訪問買賣企業經營者告知義務的內容。然而就違反第十八條告知義務的情形，消費者保護法並未規定任何的法律效果。是以未充分揭露交易標的資訊之問題，只有藉消費者保護法有關定型化契約規定來處理，或視消費者保護法第十八條為強行規定，而該契約違反法律強制規定應屬無效，或者允許消費者得主張受詐欺而撤銷意思表示。

就契約未含交易標的資訊或條件的問題，德國於西元一九九七年以前，即 TzWrG 特別法施行以前，法院曾以違反定型化契約之資訊透明化原則，宣告整體契約無效²⁸。或從傳統民法角度出發，觀察簽訂契約的手段過程和內容(Gesamtumstaende)，認為整體契約違反善良風俗而無效²⁹。西元一九九七年所公布施行的 TzWrG 特別法，明文規定契約中應記載的事項，惟不採以往「拒絕承認契約效力」的處理方式，而係將法律效果設計的重心放在契約脫退權 Widerrufsrecht，延長或延後起算契約脫退權的除斥期間。這種法律效果的設計，或許是為回應分時渡假權交易原屬訪問買賣之本質；另一方面對消費者而言，亦達擺脫契約拘束之目的，與契約無效之法律效果無實質差別。儘管前述分時渡假權之特別法，歷經德國西元 2000 年債篇修正的立法過程，已經不復存在。惟其規範之全部內容已被納入民法債篇各論中，原來延長或延後起算除斥期間的法律效果設計亦獲得維持。由此可見，德國立法者對延後起算與延長除斥期間處理機制的肯定與堅持。

²⁸LG Koeln Urt. v. 26.11.1992, in: BB 1993, S. 1975; OLG Koeln Urt. v. 22.10.1993, in: BB 1993, S. 2334 f.; LG Hamburg, Urt. v. 14.12.1994, in: NJW-RR 1995, S.1078 ff.; OLG Tuebingen Urt. v. 12.04.1995, in: ZMR 1995, S. 409ff.

²⁹LG Tuebingen Urt. v. 08.02.1995, in: NJW-RR 1995, S.1142.

事實上在國外渡假村會員卡交易中，關係締約當事人重要權益者不外如：分時渡假權的型態及其取得的要件、分時渡假權人可以享用房間或公寓的面積大小及其內部傢俱電氣設施、必須給付的各項費用及其計算標準、為因應通貨膨脹調整費用幅度、轉售讓與或交換渡假權利的條件及是否須另支付費用給轉售仲介公司等事項。以下就針對前述各項，逐一加以說明其列入契約之必要性。

1 分時渡假權的型態及其取得的要件

分時渡假權的型態眾多，其所內涵的權利義務大不相同，影響消費者的權益甚鉅。因此無論是德國西元一九九七年的特別法³⁰，或該國現今民法債篇各論內有關分時渡假權的規定³¹，均令銷售業者負有義務說明，申請會籍的消費者取得的分時渡假權性質，究竟是債權或物權上的使用權，還是所有權？鑑於多數消費者不懂法律用語，德國學界³²要求必須附加一般說明註解，以利消費者瞭解分時渡假權的法律性質。德國西元一九九七年的特別法³³甚至要求在契約中附加說明，取得該分時渡假權必須履行的法律要件。譬如物權上的使用權，或是所有權性質渡假權的取得，依照我國民法第七百五十八、七百六十條規定必須要有書面契約而且非經登記不生效力，銷售業就必須在契約中說明有待履行的法律要件。銷售業者違反上述說明義務時，無論是脩關分時渡假權的型態或有待履行的法律要件，消費者自契約脫退權的除斥期間將延後起算，不由交付契約書時起，而是

³⁰§4 Abs.1 Nr. 2 TzWrG.

³¹§482 Abs. 2 BGB.

³²Hildenbrand in: Hildenbrand/Kappus/Maesch (Fn. 2), S. 149 Rn.10.

³³此處係參酌西元 1997 年的特別法§4 Abs.1 Nr. 2 TzWrG.

自消費者受書面告知應被告知的事項後，開始起算除斥期間³⁴。

雖說在國內欠缺課與銷售業者類似上述附加註解義務的法源，仍可透過主管目的事業機關依消費者保護法第十七條公告的應記載或不得記載事項，使這種有助於消費者瞭解渡假權性質的註解，成為契約內容。然而在主管目的事業機關依消費者保護法第十七條公告的應記載或不得記載事項前，銷售業者基於其專業能力，及誠信原則，應可期待其主動告知申請會籍的消費者，為取得渡假權應踐行的法定方式或要件，否則消費者應可主張締約上的過失。

2 依所購得分時渡假權可以享用渡假村內房間或公寓的面積大小及其內部傢俱電氣設施。

3 會員必須給付的各項費用及其計算標準。又因為通貨膨脹情形，必須調整費用時，調整幅度的比例。

上述第 2 及第 3 點最主要是希望能讓消費者計算購買分時渡假權是否在其經濟能力許可及能負擔的能力範圍內？德國法亦將其列為應記載於契約中的事項，否則消費者契約脫退權的除斥期間將延後起算，不由交付契約書時起，而是自消費者受書面告知應記載之事項才起算³⁵。除了應在契約中載明各項費用的計算標準，德國西元一九九七年的 TzWtG 特別法³⁶曾更進一步要求，銷售業者必須在契約中載明，「除了契約中所列各項費用外，會員不負任何其他費用或稅負的給付義務」，以免銷售業者隨時並片面利用所有可能名目加收費用，使會員背負無底洞似的養卡包袱而進

³⁴§485 Abs. 4 BGB.

³⁵§485 Abs. 4 BGB.

³⁶此處係參酌西元 1997 年的特別法，§4 Abs. 3 Nr. 3 TzWtG.

退不得。

而在西元一九九七年的 TzWrG 特別法施行以前，德國實務界³⁷曾因銷售業者未於締約前說明維修費用額度，認為銷售業者有締約上之過失，命其應負損害賠償責任，於此賠償義務人在經濟上應回復到彷彿其有對受害人履行說明義務之狀態。惟受害的消費者當初若有受告知維修費用之額度，顯然不會締結契約。因此，損害在於締約自身，德國實務界允許受害的消費者解除契約，銷售業者應返還所受領的價金。

又惟有明白告知前述各項費用及計算標準，方能讓消費者衡量，加入渡假村成為會員，與在渡假期間投宿旅館或與在旅遊目的地租用短期的渡假公寓相較，是否符合經濟理性(*Wirtschaftliche Vernunft*)？另外，消費者亦才有比較渡假權價金規費與同性質不動產市價的機會與基礎。若渡假權的價金及規費與同性質不動產的市價相較偏高，依德國法院見解，會造成給付與對待給付之間顯失公平，整體契約違反善良風俗而無效³⁸。

在我國法之架構下，未於契約中載明會員可以享用渡假村內房間或公寓的面積大小，或未載明必須給付的各項費用及其計算標準時，消費者可依據民法主張受詐欺而撤銷意思表示；或依消費者保護法第十三及第十四條，主張不構成契約內容。惟除去該部分後，契約是否亦可成立即有疑義？

³⁷LG Hamburg Urt. v. 04.12.1996, in: VuR 1997, S.215f.

³⁸BGHZ 125, 218, in: NJW1994, 1344 ff. (1347); OLG Koeln Urt. v. 16.02.1995, in: NJW-RR 1995, S. 1333 ff.; LG Darmstadt Urt. v. 01.12.1995, in: VuR 1996, S.342 f.; OLG Koeln Urt. v. 29.03.1996, in: VuR 1996, S. 343 f.; AG Hamburg Urt. v. 14.03.1996, in: VuR 1996, S. 347 f.; OLG Duesseldorf Urt. v. 23.01.1998 in: NZM 1998, S.344. 至於實務與學說見解之整理，詳見 Sandra Kind, Die Suche nach dem Vergleichmarkt: Zur Beurteilung der Sittenwidrigkeit von Time-Sharing-Vertragen, in: NZM 1998, S. 943ff.

鑑於國內實務上，銷售業者³⁹亦有使用「以後各期年度管理費用之調整概依俱樂部規則辦理」此類內容不詳約款之情形，而且我國目前法律現況與德國西元一九九七年特別法施行前相當，德國法院的見解，深值參考。

4 轉售讓與或交換渡假權利的條件及是否須另支付費用給轉售仲介公司

渡假村銷售業者在推銷分時渡假權時，總是強調渡假權可以轉售出租交換，但卻又在會員卡契約書中以定型化約款規定⁴⁰：「銷售業者並不出租或轉售會員渡假權給任何第三者」。在銷售時對消費者誇大渡假權轉售出租等利益，再以定型化約款規定排除轉售出租的可能性，此種定型化約款顯屬消費者不可預見的異常條款，依消費者保護法第十四條應不成為契約內容。

5 渡假村章程

渡假村章程亦應載明於契約中，否則違反消費者保護法第十三條明示公告義務或依該法第十四條屬消費者不可預見的異常條款，應不構成契約內容。

綜合上述，第 1 至第 5 點均應該明載列入契約中。若欠缺其中一項時，應可允許消費者依據民法主張受詐欺而撤銷意思表示；或依消費者保護法第十三及第十四條，主張不構成契約內容。惟若不構成契約內容時，則又另生該契約是否亦可成立之問題。至於在何種情況或欠缺那幾項資訊時，整體契約可認為違反消費者保護法第十二條第一項而無效，乃屬價值判斷之問題，似難一概而論。

目前，只有公平交易委員會注意到目前渡假村產品銷售業者未在契約

³⁹參見 Multiple Travel Club 之多元化假期俱樂部入會申請暨合約書第四條。

⁴⁰香港大使公司事業有限公司台灣分公司所使用的會籍申請同意書第十一條。

中開誠布公揭露重要資訊的偏差做法，而在銷售導正準則中建議業者改善。法院則以契約中買賣業經確定並無含糊混淆之虞⁴¹或銷售業者交付的合約內容雖難謂完整，但其既約定以我國法為準據法、以我國法院為管轄法院為由⁴²，強認整體契約因此未顯失公平而無效。上述法院見解令人難以認同，其可議之處在於法院似乎僅以契約自由原則作為考量整體契約是否發生效力的準則，而狹隘認為誠信原則只能是審查個別契約條款效力的標準。事實上今日除了有假契約自由之名而限制契約自由的問題，還有更多的問題是衍生自對契約誠信原則的漠視不顧，使契約失去可以約束當事人的合理基礎，而不應該發生效力。參酌並對照德國實務界於相關特別法施行以前，毫不猶豫以違反資訊透明化原則，宣告整體契約無效⁴³；或從傳統民法角度出發，觀察簽訂契約的手段過程和內容 (Gesamtumstaende)，認為整體契約違反善良風俗而無效⁴⁴；或認為渡假權的價金及規費與同性質的不動產的市價相較偏高，給付與對待給付之間顯失公平，整體契約違反善良風俗而無效⁴⁵之作法，國內法院盡力維持契約效力的態度即顯不合理的保守。

(三)過長會籍時間

除了簡陋、語焉不詳的契約內容外，引人注意的是，會員卡使用期限長達三十年或甚至九十八年。雖說合理的契約期限，應視契約規範的法律

⁴¹台北地方法院八十八年訴字第二五七〇號判決。

⁴²台北地方法院八十八年簡上字第七八八號判決。

⁴³同註 28。

⁴⁴同註 29。

⁴⁵LG Darmstadt Urt. v. 01.12.1995, in: VuR 1996, S. 342 f.; OLG Koeln Urt. v. 29.03.1996, in: VuR 1996, S. 343 f.; AG Hamburg Urt. v. 14.03.1996, in: VuR 1996, S. 347 f.; OLG Duesseldorf Urt. v. 23.01.1998 in: NZM 1998, S. 344.

關係而定，就此法律多交由當事人決定，是屬契約自由原則的範疇。最明顯的一例，即是我國民法就地上權存續期間未設限制，理論上應可永久存續⁴⁶。

不過值得懷疑的是，會員在入會二十或三十年後，其身體健康狀況是否允准其每年繼續前往渡假村享用渡假權？就算其無法行使渡假權，卻仍得每年繼續繳納渡假村的行政、管理及設備維持等費用。若在渡假權轉售出租不易的情況下，九十八年的使用期限，換言之乃是九十八年的支付義務。真是活的愈久繳的愈多，簡直是種懲罰。若該會員不幸未能與渡假村「結縭」三十年或甚至九十八年即便死亡，遍尋契約書內卻找不到有關渡假權是否能被繼承的條款？從渡假權的法律性質看來，無論是屬物權或債權性質，被繼承人依照民法第一千一百四十八條均可繼承，然而當被繼承人無意繼承該渡假權時，應該考慮賦與其契約終止權，惟此契約終止權亦須載明契約內。另一可行的簡便辦法即便是在契約中明定因契約所生所有權利義務隨同會員死亡歸於消滅。

所以目前銷售業者定型化契約內所規定的會籍時間及會員卡使用年限，可以說是一種障眼法，目的顯然是在引起消費者的錯覺，使其誤認為渡假村會員終身享受渡假權與其支付的入會費相比較，是種經濟上的優惠。諸不知權利與義務乃一體的兩面，伴隨此種所謂終身權益而來的亦是終身的義務，再加上契約對於是否能繼承等重要問題避而不談，對消費者或甚至其繼承人顯失公平。

(四)渡假村破產或經營權轉讓等問題

不僅身為自然人的渡假村會員會有死亡的問題，就連法人如渡假村或

⁴⁶民法第八百三十四條；謝在全，民法物權論上冊，第四三〇頁。

銷售業者也不免有破產解散消滅或轉讓經營權的問題，法律或契約不能對之迴避不處理。很可惜但卻也不令人意外的是，銷售業者所使用的定型化契約對此等問題亦三緘其口。巧取豪奪只為達成交易、棄會員權益不顧之意圖昭然若揭。

德國法就渡假村破產或經營權轉讓等問題，並未做任何規定。然而在德國有群自稱正當分時渡假權的轉售仲介公司組成的公會⁴⁷，在其網站上呼籲消費者在購買分時渡假權時，務必注意定型化契約內是否有規定渡假村或銷售業者負有提供擔保金的義務，以做為停業破產解散時償還會員之用。德國公會這項呼籲值得注意，建議列入應記載事項的公告內。畢竟，沒有擔保金的保障，消費者所購買的權利，隨時都有可能落空，化為一張昂貴的廢紙（會員證書）。

(五)契約解除權

1 除斥期間長短及起算點

由於在訪問買賣中，要難期待消費者能有正常考慮是否締約的機會，各國立法例無不賦予消費者契約解除權，以否認法律行為的效力。契約解除權，尤其是它除斥期間長短及起算點的設計，可說是立法政策著力的重心，攸關在訪問買賣此議題上，消費者保護工作的成效。德國的立法者深明此理，所以西元 1997 年的 TzWtG 特別法針對不同之情形，採用延長或延後起算除斥期間的處理方式。雖說稍微增加了法律的複雜性，但務求能對消費者提供周全保護的用心卻一表無遺。現行於德國民法債篇各論內的有關規定，維持了西元 1997 年時的法律效果設計，惟將除斥期間從十天

⁴⁷Bundesverband fuer Teilzeit-Wohnrechte e.V., 網址為

<<http://www.dbtw.de/infos/leitfaden.html>>

延長為十四天，並明定契約脫退權自契約締結時起，經過六個月不行使消滅。

依照德國現行法的規定，消費者原則上得在收受書面契約及獲得書面告知脫退權後十四天內⁴⁸，無須說明理由和負擔任何費用自契約脫退。所以契約脫退權除斥期間基本上是十四天，由消費者獲書面告知解除權和交付書面契約的時點起算。契約脫退權自契約締結時起，經過六個月不行使消滅⁴⁹。違反締約前的告知義務，未交付的說明書或交付的說明書不是消費者所選擇或能瞭解的語言撰寫，除斥期間延長為一個月⁵⁰。若銷售業者所使用的契約中未載明該法規定應記載的事項，除斥期間自消費者受書面告知該應記載事項後才開始起算⁵¹。

國內消費者保護法第十九條訪問買賣契約解除權的規定，比德國法簡單，即除斥期間固定是七天，起算點是由收受商品時起。由於分時渡假產品本身的特殊性，致使何謂收受商品時點，則成渡假村業者與消費者爭執不休的焦點。目前法院見解尚不一致，有認為自收受會員證書時開始起算⁵²，有認為應該自得實際前往渡假時開始起算⁵³。

本文則認為應自第一次行使渡假權回到國內後開始起算，因為參閱各渡假村契約可以行使渡假權的時間，多以星期數計算。換言之在消費者度完渡假週前契約解除權除斥期間已過，契約解除權消滅。若消費者欲在除

⁴⁸§485 Abs. 1 BGB verweist auf §355 Abs. 1 BGB.

⁴⁹§355 Abs. 3 BGB.

⁵⁰§485 Abs. 3 BGB.

⁵¹§485 Abs. 4 BGB.

⁵² 台北地方法院八十八年簡上字第六八三號。

⁵³ 台北地方法院八十八年訴字第二五七〇號。

斥期間經過前行使解除權，勢必要在假期中，及在人生地不熟的異地行使解除權，簡直是強人所難。就算消費者在渡假村渡假時數少於七天，再加上旅途往返時間，回到國內剩下處理解約事宜的時間必定極有限。基於上述理由，仍應自消費者第一次行使渡假權回到國內後開始起算，方稱合理。

2 變相排除契約解除權

有銷售業者⁵⁴所使用的定型化約款規定：「雙方瞭解本契約具有法律拘束力，不能撤回取消或作廢，而且已繳的款項不能退還」。另外，在其所使用的客戶解約書中亦規定：「本公司謹以此信證明會員可於十四天內向任何律師查證，合約如有任何不當或不法之處願無條件退款」。以上契約條款規定雖互相矛盾抵觸，但其目的均在變相排除消費者的契約解除權，顯與消費者保護法第十九條第一項規定不符，依該法同條第二項應為無效。畢竟消費者保護法第十九條第一項規定不問契約是否有任何不當或不法之處，均賦予消費者契約解除權。消費者行使契約解除權，不應受任何限制，否則契約解除權的規定無異是形同虛設。

(六)廣告宣傳品的契約效力

促銷會員證時所使用的廣告宣傳品及其所載內容，依消費者保護法第二十二條擬制為契約內容的一部分。該規定的立法意旨，在使利用廣告增加業績的企業經營者至少負起如其廣告內容所述程度的義務。德國西元1997年的TzWtG特別法⁵⁵亦有極類似的規定。

四、締約後付款問題—信用卡抗辯延伸

為了能在和消費者締結契約後，迅速確實取得價金，銷售業者通常

⁵⁴ 香港大使公司事業有限公司台灣分公司會籍申請同意書第六條。

⁵⁵ §3 Nr. 3 TzWtG.

多會要求消費者當場以信用卡一次刷足會員卡價金，再分批向發卡銀行請款。使消費者面臨解除會員卡買賣契約後，請求銀行向銷售業者止付價金遭拒的窘境。消費者為避免被銀行列為信用不良戶，只好花錢消災依簽帳單向銀行給付價金。

值得注意的是，在財政部已經頒佈的信用卡定型化契約範本第十一條規定持卡人原則上不得以其與特約商店間的爭議事項，向發卡銀行主張拒付應付帳款。但同條第二項及第三項，則允許在依消費者保護法主張契約解除權時，可要求發卡銀行暫停付款。

然而財政部信用卡定型化契約範本只具建議性質，對各發卡銀行不發生法律上的拘束力，所以在信用卡定型化契約範本內容成為具有強制性質的應記載事項前，只能經財政部知會各銀行注意，盡力配合辦理。

五、小結

綜合上述可以歸納出下列各點：

- 1 目前國內可用來解決渡假村產品販售糾紛的法律分別為消費者保護法及公平交易法。
- 2 因販售渡假村產品所衍生的法律問題，基本上可從三個層面來觀察，即：
 - (1) 締約前銷售手段不正當、締約前消費者獲取產品資料不易。
 - (2) 契約內容不明及其條款顯失公平。
 - (3) 締約後付款問題。
- 3 就締約前銷售手段不正當問題，應該適用公平交易法，公平交易委員會亦已做出處分案，認為銷售業者的行銷手段是影響交易秩序的欺罔行為，並做出銷售導正準則。

締約前消費者獲取產品資料不易問題，國內雖僅有公平交易委員會的銷售導正準則，欠缺強制銷售業者在締約前揭露重要資訊的法律基礎，但

若能落實消費者保護法契約審閱期間的制定，再輔以對契約內容有無符合資訊透明化原則的監督，應就可改善消費者締約前資訊不足的問題。

4 就契約內容而言，目前由於主管機關尚未公告應記載或不得記載事項，因此尚未能進行行政監督，只能進行司法監督。法院必須一肩扛起保護消費者的工作，在渡假村產品交易中為消費者權益把關，可說是任重道遠。而法院不負眾望，紛紛在判決中認定渡假村產品交易是屬訪問買賣，應該適用消費者保護法的相關規定。雖說就消費者契約解除權除斥期間的起算點，尚待形成共識。然而具有重大指標意義的是，法院認為銷售業者是渡假村的代理人，消費者除得向其行使契約解除權外，亦得向其主張就契約內容與渡假村負連帶責任。

5 契約條款效力或整體契約內容效力的認定方面，法院的態度似乎太過保守。抱持著對契約自由原則偏差的認識，使其深陷在「雙方當事人簽字，契約便成立生效」的簡單思考模式，而不知自拔。

其實契約內容若未能充分揭露重要資訊，即應視為違反誠信原則，整體契約自不發生任何法律效力。

又消費者雖有契約解除權，亦已經藉起訴行使之，卻不表示個別契約條款是否顯失公平的問題即可忽略之。此處法院似乎應該再用心深慮，對個別提起訴訟的消費者來說，雖然契約已經消滅，只剩契約當事人回復原狀問題；但就廣大的消費大眾，和對改善消費環境工作的成效來說，法院若能把握時機，就個別契約條款的法律效力明確表示其法律評價，會是很大的幫助。否則部分問題仍是無解，必須等待下一個訴訟才有被釐清的可能。而在這蹉跎中，不曉得又有多少消費者的權益會被莫名犧牲？

6 締結契約後，銷售業者要消費者用信用卡簽帳，以保障其價金債權的作法雖值得可議，但銀行在此難脫為求自己作業方便，為虎作倀之嫌。若銀行能依照財政部契約範本建議，在消費者行使訪問買賣契約解除權時，配

合止付價金，將有助於抑制消費糾紛並減少消費者損失的發生。

伍、國外渡假村會員卡銷售紛爭之產生及解決

一、代理商責任歸屬

(一)代理商應提出合法授權證明文件

依前所述，代理商依照民法總則施行法第十五條，應與國外渡假村公司負連帶責任，但實務上卻曾發生，有假冒國外渡假村公司之代理商之名義，招攬生意、收取會款，嗣後捲款潛逃，眾多消費者無從主張解約、請求返還價金，造成消費者損害。故有鑑於此，故國外渡假村公司及其代理商之管理，成為事前預防紛爭之重要措施，即代理商應於締約前提出國外渡假村公司之合法授權證明，並應提出國外渡假村公司之相關證明文件，例如該公司之營業登記等資料，以確實保護消費者之權益，不會成為空殼公司吸收資金之工具。

(二)國外渡假村會員卡銷售契約中應載明代理商之申訴電話

因為國外渡假村公司位居國外，請求主張權利不易，如限制消費者僅得向國外渡假村公司主張權利，間接是降低消費者主張權利之意願，因為如需至國外申訴或提起訴訟，無異是增加消費者之訴訟成本，又依前所述，代理商應與國外渡假村公司負連帶責任，故應於國外渡假村會員卡銷售契約中載明代理商之申訴電話，以利消費者就契約之相關問題，提出申訴及詢問。

二、國外渡假村會員數量等資料之公開

由於國外渡假村會員卡銷售著重在於提供會員於休閒時間的鬆弛身心、渡假情境，如國外渡假村公司或其代理商過度銷售會員卡，則亦造成渡假屋或其他相關休閒措施不敷使用，影響渡假心情，例如高爾夫球場上有眾多會員，影響球場之使用；或是游泳池擠滿會員，無法使用。故應要

求國外渡假村會員卡銷售契約中應載明該渡假村或俱樂部之會員總數、已銷售會員人數等資料，以便消費者判斷是否利於自己之渡假習慣，以免締約後完全不符合預期，即達到資料公開化、透明化。

三、渡假村、RCI交換組織章程之公開及明列契約中

有會員卡銷售契約中規定：「依據俱樂部規章，購買者已獲得一份合約書：不論購買者是否閱讀了該合約書，都必須在每年 11 月 1 日以前，繳納依據俱樂部規章計算而得的管理費與其他費用，且不得享有銀行手續費用之減免。」但是在消費者與代理商締結契約時，並未將俱樂部及 RCI 之章程或契約條款作為契約之一部分，卻僅僅只在銷售契約中記載該章程當然成為契約之一部分，顯然已違反消費者保護法第十三條規定：「契約之一般條款未經記載於定型化契約中者，契約經營者應向消費者明示其內容。」否則該章程或契約條款並不成為契約內容。

縱然依照前段敘述，如果俱樂部及 RCI 之章程或契約條款未列於契約中，並會不成為契約之一部分，如消費者因受有損害，應由代理商負賠償責任。但是因為渡假村及俱樂部之使用，對於消費者而言為契約之重要部分，最佳之解決方式，應係要求渡假村、俱樂部之章程或契約條款，必須載明於消費者與代理商間之會員卡銷售契約中，以事前預防紛爭。

四、RCI與消費者間之紛爭

RCI 為國際分時渡假權交換組織，依照消費者與國外渡假村公司所締結之契約內容，RCI 雖然並非該契約之當事人，消費者亦當然成為 RCI 之會員；但是依照 RCI 之申請書，消費者與 RCI 間之契約關係，係獨立於消費者與國外渡假村公司之契約外，國外渡假村公司僅僅是替消費者申請成為 RCI 之會員。此所生之爭議則在於，如果消費者與 RCI 發生紛爭時，代理商之地位為何？究係 RCI 與消費者間契約外之第三人？亦或是仍須就 RCI 之給付負責？因為 RCI 為國際渡假村交換中心，其所在地並非

在國內，如強制消費者僅得向 RCI 主張契約上權利，如同前述消費者向國外渡假村公司主張契約相同情形，無異係增加消費者之時間、勞力、費用，應肯認代理商就其於契約中所載 RCI 之給付內容負擔保責任，此類似於旅遊契約中旅行社之瑕疵擔保責任，即我國民法第五百一十四條之六規定：

「旅遊營業人提供旅遊服務，應使其具備通常之價值及約定之品質。」而第五百一十四條之七第一項規定：「旅遊服務不具備前條之價值或品質者，旅客得請求旅遊營業人改善之。旅遊營業人不為改善或不能改善時，旅客得請求減少費用。其有難於達預期目的之情形者，並得終止契約。」第二項規定：「因可歸責於旅遊營業人之事由致旅遊服務不具備前條之價值或品質，旅客除請求減少費用或並終止契約外，並得請求損害賠償。」故代理商應就 RCI 之給付負瑕疵擔保責任，如消費者因 RCI 之瑕疵給付而受有損害時，應得類推旅遊契約之規定，主張減少價金、終止契約，甚或請求損害賠償。

陸、結論與建議

一、結論

(一)渡假村產品的法律性質

- 1.銷售型態：渡假村產品銷售業者依電話簿、通訊錄或其他資料取得消費者的聯絡資料，假中獎名義吸引消費者前往其營業所或其他場所，洽談締結情事。消費者基於此種誘導邀約的銷售手法，而在毫無事前心理準備的情況下締結契約購買渡假村產品。此種銷售型態，應屬訪問買賣。
- 2.契約屬性：渡假村會員卡(權)銷售契約是企業經營者為與不特定多數相對人訂約之用，而預先擬定的交易條款，故為定型化契約。
- 3.契約內容：我國現行實務上所發展的渡假村會員卡銷售契約並未移轉渡假村的所有權與消費者，消費者所取得者非物權上的使用權，而僅僅是法

律效力較前者薄弱，對消費者較不利的債權使用權。由於消費者依契約僅得對渡假村公司主張使用相關設施的權利，在渡假村經營權轉讓或破產時，消費者可能面臨無從主張終止契約請求返還會員費的風險。換言之，債權使用權性質的渡假村會員卡銷售契約容易成為掩護不法空頭公司吸收資金的便利工具。又此債權使用權的渡假村契約類似旅遊契約，應類推旅遊契約解釋契約當事人的權利義務。

4.國外渡假村代理商或銷售商的地位：由於渡假村公司多為在國內未經認許的外國法人，代理商或銷售商以其名義與消費者締結契約，依照民法總則施行法第十五條規定，應與國外負連帶責任。惟有令銷售業者負連帶責任，消費者可就近在國內對銷售業者主張契約上的權益，消費者才有保障可言。

另外依照消費者保護法第八條的規定，從事經銷的企業經營者應與提供服務的企業經營者〈渡假村〉負連帶責任，所以銷售業者應就契約給付內容對消費者負責。

5.消費者與 RCI 國際分時渡假權交換組織間法律關係：消費者與 RCI 交換組織間的契約係獨立於消費者與國外渡假村的契約之外，其性質應為委任契約，委任 RCI 處理有關國外渡假村交換事宜，但因為並不保證能交換，故並非一定事務之完成，並非承攬契約。由於 RCI 交換組織不是渡假村會員卡(權)銷售契約的當事人，其與消費者的法律關係，無法被國內法律經公平交易委員會或法院所規範管理。但為保障消費者權益，應視其為國外渡假村或經銷代理商的履行輔助人，國外渡假村或經銷代理商就 RCI 的故意或過失應負責任，並應擔保會員於 RCI 交換組織所交換取得於其他加盟渡假村所提供的相關服務，具備契約預定與通常效用的價值與品質。

(二)、我國目前規範現況

目前我國可用來解決渡假村產品販售糾紛的法律分別為公平交易法和消費者保護法。渡假村產品銷售業者近乎欺罔不正當的銷售手法可用公平交易法第二十四條來管理。藉此吾人雖不可期待此種行銷手段消聲匿跡，惟鑑於公平交易委員會向來積極的執法態度，似可樂觀相信此類不當行銷方法會受到相當抑制。

再由於渡假村產品銷售型態屬訪問買賣，渡假村會員卡(權)銷售契約屬定型化契約，而應該受消費者保護法的規範。其中該法第十九條賦予消費者契約解除權，消費者行使解除權時，無須說明理由及負擔任何費用即可退出契約關係，堪稱方便。然而關於契約解除權除斥期間的起算點，消費者保護法第十九條所謂「自收受商品後七日內」，適用在渡假村產品不無疑義。而實務界又意見紛歧，尚待形成共識。因為若沒有個合理的起算點，契約解除權制度終將落空。作者建議，自消費者第一次行使渡假權回到國內後開始起算。

另外消費者保護法第十三條(明示公告義務)、第十四條(異常條款的排除)及該法施行細則第十一條(審閱期間)則規定：未向消費者明示或公告契約條款內容，或該契約條款依正常情形顯非消費者所得預見，或未提供消費者合理期間審閱契約條款，該契約條款根本不構成契約內容，自不能約束消費者。很可惜這些能有效保障消費者權益的規定，目前尚未引起實務界的重視。消費者的律師們在訴訟中往往主張消費者已經有效行使契約解除權而要求返還會員費；而法院也秉持「雙方當事人簽字，契約便有效成立」的思考模式，將處理的焦點放在消費者是否有在法定除斥期間內行使契約解除權的問題。雖然說法院僅能就主張的訴訟標的做審查裁判，然而值得提醒的是在部分案例中，可能有諸多契約條款因違反消費者保護法上述規定根本不構成契約內容，而除去該部分契約無法成立的情形。律師或法官們身為專業的法律人，此點不可不察。

關於渡假村會員卡(權)銷售契約內個別條款的解釋及其效力問題，雖然在目前的糾紛中常僅是邊緣問題，而非如契約解除權為當事人間主要爭點，但其重要性卻不容忽視。此處所牽涉到的，不單是簡陋語焉不詳的契約內容是否發生契約效力，或會籍時間過長是否顯失公平的問題。而是觸及到應該如何將解釋定型化契約的最高指導原則，即消費者保護法第十二條所謂的誠信原則具體化，發展其判斷標準的問題。儘管以往法院未能把握機會在訴訟中就其表達其法律見解，令人惋惜。然而參酌德國立法例，作者相信資訊透明化原則該是回應此問題的最佳答案。公平交易委員會的導正原則中建議銷售業者揭露資訊，就是意圖落實資訊透明化原則的明證。未來惟有依消費者保護法第十七條第一項規定，將渡假村使用權類型、使用標的、使用條件、各項規費計算方式、費用調整比例及解除契約的方式公告為應記載事項，使其自動成為契約內容(消費者保護法施行細則第十五條第二項)，方能保障消費者權益。

又依消費者保護法第二十二條規定，促銷會員證時所使用的廣告宣傳品及其所載內容，視為契約內容的一部分。該規定使利用廣告增加業績的企業經營者至少負起如其廣告內容所述程度的義務。

綜上所述，就解決渡假村產品販售糾紛，國內目前並非無法可用。公平交易法可用來管理渡假村產品銷售代理商行銷手段不當的問題，雖有助於改善消費環境，但不能幫助已經與銷售代理商締結契約的消費者，從不合理的契約全身而退。消費者保護法儘管能處理渡假村契約內容效力問題，甚至賦與消費者契約解除權，然而卻不能防免消費者不成為空殼公司吸金的受害者，最後落得能解除契約卻無處求償的地步。若身為契約當事人的渡假村或代理商一開始即存吸金念頭無意履約，再合理的契約內容不過是一紙無用的「契約正義」。面對這樣的窘境，使得吾人不得不認真思考特別立法的必要性。

二、建議一單獨特別立法

前文曾經提及，渡假村分時渡假權的運作維繫於多重的法律關係。換言之，就是渡假村或銷售業者與消費者之間的會員卡銷售契約，渡假村與 RCI 之間的加盟契約，會員與 RCI 之間的仲介分時渡假權契約，會員與會員之間的交換分時渡假權契約。在這多重法律關係中，渡假村與 RCI 等當事人都遠在國外，為方便消費者行使權益，應令渡假村對 RCI 交換服務負擔保責任，及經銷公司與渡假村應負連帶責任。如此一來，經銷公司可說是成為渡假村產品交易中最重要的人。而消費者權益是否能如本契約範本所規定獲得實現，完全牽繫於其是否為合法經營的公司。一言以蔽之，為消弭渡假村產品交易糾紛，除必須力求維護契約正義外，對經銷公司合法性的監督與管理，也不容忽略輕視之。

監督與管理經銷公司合法性的工作儘管棘手，但為徹底消弭渡假村產品交易糾紛，不能不在此就設下第一道防線做管制。畢竟渡假村會員卡(權)銷售契約內容及其效力所衍生的問題，與前述監督管理問題相比較，實屬次要的第二順位問題，再說此處也有法院的司法監督作為處理糾紛的機制。將第一順位問題，即監督與管理經銷公司合法性的工作放著不處理，等於是為渡假村產品交易糾紛開了大門，為法院製造訟源，這豈又是全民之福？因此正本清源的作法，應該是制定特別法。於此或可明令經銷公司出具經我國外交部或公證人認證的渡假村授權書，惟取巧之徒無所不用其極。就算經銷公司出具經我國外交部或公證人認證的授權書，消費者是否又有辨識真偽的能力？連行政機關都難保不受偽造文件的欺瞞，試問消費者在此又何能例外自保？另一可考慮的辦法，則為於特別法中明定監督與管理經銷公司合法性的主管機關。同時，應允許消費者向該主管機關查詢經銷公司的合法性。至於主管機關應採報備、許可或其他何種制度監督管理經銷公司，牽涉立法政策上的問題，不宜在此討論。

監督與管理經銷公司是事前預防紛爭的重要措施，然而此措施在消費者所取得僅是債權性質的渡假權時，仍然需要擔保金提供義務作為配套辦法，否則為消弭渡假村產品交易糾紛所設下的第一道防線便出現漏洞，一切將不免徒勞無功。中央主管機關於公布契約範本或公告應記載事項時，可考慮規定「渡假村或經銷公司應將所收取一定比例的會費提撥為擔保金，做為渡假村因停業、解散、破產時，償還我國會員的擔保金。」然而中央主管機關的定型化契約範本僅具建議性質，以應記載事項規定擔保金的提供義務，法律基礎實嫌薄弱，故此問題只能藉立法明文規定才能解決，別無他方。有法源依據才有強制力，上述措施才能真正發揮預期的功效。

然而僅依賴對經銷公司的監督管理，與法律明文規定提供擔保金的義務，仍不足以盡其功。畢竟渡假村分時渡假權的運作維繫於多重的「國際」法律關係，渡假村、經銷公司或 RCI 仍可藉契約準據法條款 *Rechtswahlklausel* 與管轄法院條款 *Gerichtsstandklausel*，將分時渡假權的交易排除我國法院管轄範圍之外，並使其完全不受我國法的規範。換言之，藉契約之約定剝奪消費者一切於我國現行法下所得主張的權利，置其於類似「殖民」地位，任人宰割予取予求。此時，儘管有合法的渡假村或經銷公司提供擔保金，縱使國內經銷公司應與國外的渡假村負連帶責任，然而我國法與國內各級法院，對當事人責任之內容毫無置喙餘地，無異使所有致力消費者保護的法律設計與制度徒勞無功。目前消費者保護法雖就管轄法院已設有規定，消費訴訟得由消費關係發生地之法院管轄(見第四十七條)。惟此規定，僅能處理消費者於國內購買分時渡假權會員卡的案例。鑑於德國眾多消費者被誘騙到土耳其或西班牙等渡假聖地締結分時渡假權契約的經驗，實有必要修改消費者保護法第四十七條的內容，或另於有關分時渡假權特別法中規範。除管轄法院的問題外，亦應於特別法中明文

規定以我國法為契約準據法，任何排除適用我國法的約定，無論係定型化約款或個別約款均為無效。

又消費者保護法第十九條所規定的除斥期間起算點，雖然非常明確。但適用於分時渡假權交易時，則頗有疑義。而且法院間的看法不一，已經造成一國多制現象，對藉訴訟尋求解決的消費者顯非公平。因此制定特別法，針對分時渡假權交易屬(旅遊)服務提供的特質，明定除斥期間的起算點，正好可釐清混亂不明的法律現況。借制定特別法的機會，亦可討論並確立企業經營者於從事分時渡假權交易時的種種告知義務。消費者保護法第十八條簡陋又欠缺法律效果之規定，即為明鑑。考量各項告知義務內容不同的重要性，可參酌德國立法例，設計延長與延後起算除斥期間的法律效果。這樣的處理方式，應該會比消費者與渡假村業者每每須藉訴訟確認「是否構成契約內容」或「契約無效」，還有效率，亦不害消費者權益。

目前在渡假村產品交易中另一令人垢病的地方是，經銷公司不僅漠視消費者保護法的規定，未給與消費者充分審閱期間考慮是否締約。同時要求消費者在說明會現場締約後，立刻以信用卡一次付清會員費。尤有甚者，更以消費者是否有隨身攜帶信用卡為準予入場參加說明會的條件。這些行銷手法，無非是藉著銀行依帳單清償，不問該筆交易是否有法律上無效原因的實務，來保障自己的價金債權。使消費者面臨解除會員卡買賣契約後，請求銀行向銷售業者止付價金遭拒的窘境。消費者為避免被銀行列為信用不良戶，只好花錢消災依簽帳單向銀行給付價金。為阻止銷售業此種巧取豪奪的行徑，應立法明文規定銷售公司在消費者審閱契約前，不得要求消費者以現金、信用卡、本票等方式，為保留購買權預付定金。又或可更積極進一步考慮立法明文規定，銷售公司在消費者契約解除權除斥期間經過前，不得請求消費者支付全部的會員費。

不僅基於前述管理上的實際需要，針對渡假村產品銷售而特別立法，

也是順應潮流時勢所趨。歐盟及其會員國從前也受渡假村產品銷售紛爭的困擾，最後紛紛均以特別立法作為回應，並課與渡假村及其銷售公司相當的義務。臺灣人民國民所得漸增，對渡假村此類結合休閒與旅遊活動的產品需求日盛，分時渡假產品的市場衍然逐步形成。主事者必須回應這種發展訂立規範，確立規則以供消費者與合法渡假村及其銷售公司遵循。否則臺灣極有可能成為取巧之徒斂財的寶地，演變成消費者沒信心，正當經營的業者聲名狼藉的局面。這不僅不是有意推廣新型休閒方式，將其介紹給臺灣人民認識的合法渡假村公司所樂意見到的；對願意積極提升生活文化品質的消費者，也是項損失。

綜合來說，要消弭渡假村銷售糾紛，必須從兩方面著手。一方面必須監督管理渡假村產品經銷公司，另一方面則必須力求維護銷售契約的公平正義。中央主管機關的定型化契約範本只能解決契約公平正義的問題，欲藉定型化契約範本徹底消除假村銷售糾紛，恐怕是緣木求魚，事倍功半。從有效保障消費者權益或國際趨勢的角度來看，特別立法確實有其必要性。

摘 要

休閒旅遊風氣日盛，除傳統的自助或隨團等定點式旅遊活動外，承購分時渡假權，以便於世界各地的國外渡假村渡假，並使用其休閒娛樂設備，衍然形成另一類甚具吸引力的選擇。然而販售國外渡假村會員卡的代理商，往往使用誘騙欺罔的銷售手段，以達締結契約目的。而契約中又內含諸多顯失公平的條款，剝奪消費者於現行法下所能主張的權利，因此糾紛頻傳。中央主管機關交通部觀光局已著手研擬定型化契約範本，希望能藉此確立標準杜絕紛爭。不過分時渡假權的法律關係複雜，而且具高度的國際性，以國內消費者保護法與主管機關的定型化契約範本來規範，不僅力有未迨，成效亦讓人質疑。本文逐一說明分時渡假權的法律關係，分析實務上所衍生的問題，參考德國法的經驗，指出我國現行規範之不足，並建議制定特別法，才是斧底抽薪的辦法。

參考資料

書籍

公平交易法相關法規、處理原則、行業導正彙編，第 359 頁，行政院公平交易委員會，民國八十九年七月。

謝在全，民法物權論上冊。

Hildenbrand/Kappus/Maesch, Timesharing und Teilzeit

-Wohnrechtgesetz, Stuttgart, Muenchen, Hannover, 1997.

Michaela Reinkenhof, Einfuehrung in die Rechtsprobleme des time-sharing und das neue Teilzeit-Wohnrechtgesetz, in: Jura, 1998.

Hans Brox, Allgemeines Schuldrecht, 20. Aufl., 1992.

Muenchen, Rn.198 ff.; Hans Brox, Allgemeiner Teil des BGB, 16. Aufl., Muenchen, 1992.

Michael Martinek, Missratener Verbraucherschutz bei Time-Sharing-Vertraege, in: NJW 1997.

期刊

洪德昌，公平交易法對國外渡假村會員證銷售行為之規範－兼述消費者保護法暨各國相關規範內容，公平交易季刊第九卷第三期(90/07)，第 118 頁以下。

詹森林，消費者保護法上特買賣之實務與立法問題，消費者保護研究第三輯。

Sandra Kind, Die Suche nach dem Vergleichmarkt: Zur Beurteilung der Sittenwidrigkeit von Time-Sharing-Vertraegen, in: NZM 1998, S. 943ff.

判例

八十五年十二月五日台八十五消保字第 0 一四八八號函。

八十六年一月十三日台八十六消保字第 七四號函。

台北地方法院八十七年簡上字第五一五號判決。

八十八年簡上字第四六九號判決。

八十八年簡上字六八三號判決。

八十八年簡上字七六五號判決。

八十八年簡上字七八八號判決。

八十八年簡上字八 0 二號判決。

八十八年訴字第二五七 0 號判決。

八十九年度簡上字第七五八號判決。

公平交易委員會八六公處字 0 四二號處分。

八八公處字 0 三五號處分。

台北地方法院八十八年簡上字第七八八號。

台北地方法院八十七年簡上字第五一五號判決。

台北地方法院八十八年訴字第二五七 0 號判決。

台北地方法院八十八年簡上字第七八八號判決。

LG Koeln Urt. v. 26.11.1992, in: BB 1993, S. 1975.

OLG Koeln Urt. v. 22.10.1993, in: BB 1993, S. 2334 f.

LG Hamburg, Urt. v. 14.12.1994, in: NJW-RR 1995, S.1078 ff.

OLG Tuebingen Urt. v. 12.04.1995, in: ZMR 1995, S. 409ff.
LG Tuebingen Urt. v. 08.02.1995, in: NJW-RR 1995, S.1142.
LG Hamburg Urt. v. 04.12.1996, in: VuR 1997, S.215f.
OLG Koeln Urt. v. 16.02.1995, in: NJW-RR 1995, S. 1333 ff.
LG Darmstadt Urt. v. 01.12.1995, in: VuR 1996, S.342 f.
OLG Koeln Urt. v. 29.03.1996, in: VuR 1996, S. 343 f.
AG Hamburg Urt. v. 14.03.1996, in: VuR 1996, S. 347 f.
OLG Duesseldorf Urt. v. 23.01.1998 in: NZM 1998, S.344.

法條

§482 BGB.
§§482 Abs. 1, 485 Abs. 3 BGB.
§§483 Abs. 1, 485 Abs. 3 BGB.
§482 Abs. 2 BGB.
§4 TzWrG.
§4 Abs.1 Nr. 2 TzWrG.
§485 Abs. 4 BGB.
§4 Abs. 3 Nr. 3 TzWrG.
§355 Abs. 3 BGB.
§485 Abs. 1 BGB verweist auf §355 Abs. 1 BGB.
§3 Nr. 3 TzWrG.

