

行政院國家科學委員會補助專題研究計畫
期中進度報告書

消費者保護法與民法之分與合一立法芻議與修正草案（一）

民法上與消費者保護法之消費者契約

計畫主持人：楊淑文

計畫類別：個別型計畫

計畫編號：NSC96-2414-H-004-018-MY3

執行期間：2007年08月01日至2008年07月31日

執行單位：國立政治大學法律學系

中 華 民 國 97 年 08 月 25 日

目錄

壹、消費者保護之必要.....	3
一、新型交易方式與場所.....	3
二、新型交易型態之出現.....	3
三、資金貸與與擔保.....	3
四、產品責任.....	3
貳、民法與消費者保護法之雙軌制立法.....	4
一、民法之相關規定.....	4
二、消費者保護法之相關規定.....	4
三、雙軌制立法之困境.....	5
參、消費者與消費關係.....	6
一、消費者定義.....	6
二、消費關係.....	8
參考文獻.....	10
計畫成果自評.....	13

壹、消費者保護之必要

一、新型交易方式與場所

由於市場經濟之發展、工業技術進步帶來之產品之大量生產，企業經營者為提高營業收入與利潤，往往以各種方式招徠消費者，使消費者在訂約時受到與訂約事項無關之影響。例如在消費者未有購買意願，且未透過收集資訊以判斷價格與品質是否符合本身需求時，因企業者之促銷（例如贈送贈品、摸彩等）而輕率締約；或未有機會檢視商品，即因廣告之誘使而締約（例如郵購、電視購物頻道等）。此時民法所能提供之解決途徑相當有限，除非消費者締約時之意思自由有瑕疵（例如錯誤或被詐欺、脅迫等），否則其契約仍然有效成立。

二、新型交易型態之出現

其次，企業經營者為因應大量生產、大量同類型交易行為之所需，以及控制風險，往往以預先擬定之定型化契約條款與交易相對人締結契約。其約款往往涉及本身義務之減輕、責任之免除、加重相對人之責任與剝奪相對人之權利等情形，對消費者之權益構成重大侵害。而交易類型亦因而日新月異，大量預付型或混合勞務與商品之新型契約類型，此種新型交易契約類型，或因企業者為快速謀取資金或利潤，往往要求消費者預付對價；另一方面亦結合商品交付與勞務提供而出現主給付義務混和型之新型契約，如渡假村、健康俱樂部等等，並有不同名稱之出現，如會員權、折價券、禮券等。其權利義務往往無法從契約名稱得之，一般消費者對之亦

難以立即明瞭其隱藏之風險。此類型契約亦往往與民法上有名、典型契約有極大之差異，因此，在消費者與契約經營者發生爭議時，亦無法以民法上典型契約之任意規定為解決紛爭之依據。

三、資金貸與與擔保

而伴隨者新型態契約類型之出現，企業者為求資金之快速取得或大量交易以求獲利之增加，除了約定「預付型」之對價取得方式外，一方面則冀求經由金融機構之介入，對於消費者融通資金，使消費者在無自有資金支撐下，亦得以銀行融通之資金支付對價。此種交易型態是一般消費關係，從企業經營者與消費者間之交易或消費，擴展至消費者與金融機構之資金貸與關係，以及資金貸與之擔保權利。

因此，企業經營者之商品或服務之交易所產生之法律關係隨之從基礎交易行為擴及至交易之資金貸與行為與資金貸與之擔保權利，三面法律關係環環相扣。因此，除了基礎交易關係外，金融機構對於消費者之資金貸與，與金融機構對於資金貸與所得主張之擔保權利均應一併予消費者特別保護之必要。

四、產品責任

此外，消費者在資訊缺乏之情形下，往往以過高之價格（與市價顯不相當）取得商品或服務之提供。抑有進者，消費者取得之商品如有瑕疵或有人身財產法益之損害，消費者亦往往難以訴訟方式解決其紛爭與填補其損害。

貳、民法與消費者保護法之雙軌制立法

如上所述，消費者保護在現今社會為一重要議題，各國對於消費者保護之立法例則有制訂「消費者保護法」（例如法國、奧地利）或針對不同消費者保護之部分單獨立法（例如德國）之不同模式。而德國在歐盟共同體陸續頒佈不同之消費者指令時，即決定不採取制訂統一之消費者保護之特別法模式，而分別制訂許多單行法規，嗣後則將這些單行法規納入 2002 年德債法現代化法之相關規定之中。甚而在 2000 年時即已將消費者與企業經營者之定義規定於第十三條與第十四條之中，形成在民法權利主體之概念中，除了行為能力與法人之特別要件外，一個新的影響法律行為效力之概念。

一、民法之相關規定：

關於法律行為之效力，依民法之規定除非權利主體不具有完全行為能力或表意人之意思表示不健全或不自由，或法律行為之標的不適當或不合法，否則法律行為成立後，通常亦生法律上之效力，當事人即得本於法律行為之約定取得一定之權利，並負擔一定之義務。因此，消費者在無締約之積極意願，或無法檢視交易物品（例如郵購或電視購物），而無法又充分考量之時間正確判斷交易行為與物品之機會時，與民法有關意思表示瑕疵之相關規定之構成要件（例如民法第八十八條、九十二條關於錯誤、詐欺、脅迫所為之意思表示），不盡相符。消

費者欲依原有民法關於意思表示瑕疵之相關規定主張權利，實存在相當之困難。反之，與民法第七十四條關於暴利行為之構成要件較為接近，即消費者在無主動締約之意思或無法檢視商品，或無充分資訊以為締約之考量基礎時，與「急迫、輕率、無經驗」之情況較為相符。惟民法第七十四條規定之適用，仍須有顯失公平之情形，始有適用之餘地。易言之，依民法總則關於法律行為之相關規定，欲合理公平解決日漸增加有關消費交易行為所衍生之爭議，實力有未逮。

二、消費者保護法之相關規定

我國始自五十四年修正商品檢驗法，明白揭示保障消費者權益後，即陸續制訂許多關於消費者之行政管制法律，如食品衛生管理法、商品標示法、公平交易法、藥事法等行政法規，並制定「消費者保護方案」以為制訂消費者保護法之參考，而於七十六年經內政部提出消費者保護法草案後¹，於八十三年一月三讀通過而公佈施行，開創消費者保護之新里程碑。關於其立法理由則指出，由於消費者資訊來源不易，一些不良廠商以不實廣告、不平等定型化契約條款、虛偽的標示、不良的設備、不安全的產品而使消費者受到侵害，蒙受損失。此外，各國消費者保護潮流湧現，消費者自身權利意識日漸高漲，必須平衡兼顧經濟發展與消費者保護²。此外，又於九十二年一月二十二日、九十三年五月二十六日及九十四年二月五日分別

¹ 行政院消費者保護委員會編印，消費者保護法研究，第一輯，第 2 頁至第 3 頁。

² 立法院公報，第 77 卷，第 102 期，第 26 頁以下。

公布修正部分條文。顯見我國係採用雙軌模式，於民法之外特別制訂消費者保護法以保障消費者權益。

三、雙軌制立法之困境

(一)外國立法例

立法體系上，德國則在歐盟國家頒佈不同之消費者保護指令時，則決定不採取制訂消費者保護法之模式，其理由如下：

1.消費者保護法無法將所有關於消費者保護之規定全部納入：

典型的例子為消費性商品買賣之指令，如納入消費者保護法，將使買賣法部分完全難以瞭解與掌握，例如：奧地利將消費性商品買賣契約保留於民法之中，而於消費者保護法僅規定如品質擔保書之特殊部分。此外，民法中原來亦有許多規定兼具保護債權人與消費者之雙重目的，如何判斷應保留於民法體系或另外規定於消費者保護法，實有疑義³。

2.消費者保護法與民法之適用界線難以劃定：

例如奧地利即有另行制訂之消費者保護法，但必須綜合民法與消費者保護法之全盤規定，才能瞭解消費者與企業經營者之權利義務關係。因此，大多數德國之修法意見認為，另行制訂一部消費者保護法並無多大意義，反而將消費者保護之相關特別法納入德國債法現代法中，可使相關之特別規定與德國民法之規定相互調和⁴。

³ Jürgen Schmidt-Räntsch, a. a. O. 172 ; Heinrich Dörner Die Integration des Verbraucherrechts in das BGB, in :Reiner Schulze und Hans Schulte-Nölke, a. a. O.178.181.

⁴ Palandt/Heinrich(Fn. 1), BGB, Co.Aufl.2001 Einführung ror §145 BGB Rn.13 ff.

3.德國民法債編基礎規定之內容將受特別法之侵蝕

如果另行制訂消費者保護法，則民法將不再是規範私法關係之核心法典。因為消費者保護法將包含私法交易關係之核心規定，在債法體系中，將與民法債編立於同等重要之地位。此外，除了消費者保護法之規定外，須針對特殊類型之交易制訂特別法，而特別法之解釋與適用，將發展成愈來愈具獨立之特性。相對之下，亦將使基礎民法典之適用愈來愈邊緣化。而德國民法點之修訂則希望在債法的核心領域中建構一清晰可預見、秩序井然之統一體系（ein überschaubares einheitliches System）。因為隨著法學發展之細緻化，愈來愈精細地對案例為區別適用之結果，將使法條適用範圍愈狹隘，且愈個別獨立之發展，將愈無法掌握其法規之整體性，亦無法明白特別法與基礎民法之界線何在。因此，惟有將關於規範私法關係之規定，尤其消費者保護之相關規定置於民法典之中，始得於解釋與適用上求其一致性而避免歧異之結果⁵。

(二)我國法之現況

我國消費者保護法全文共六十四條，除第二條為定義性規定外，第三條規定政府應為之措施屬行政管制之公法性質。第四條規定企業經營者應為之措施以及第七條以下至第十條之一規定消費者對於企業經營者之權益，屬消費者與企業經營者私權關係之規範。另外，第十一條以下至第十七條係關於定型化契約條款之相關規定。而第十八條以下規定郵購、訪問，與分期付款買賣

⁵ Jürgen Schmidt-Räntsch, a. a. O. 173.

之規定。上開規定連同第四十三條以下關於消費爭議處理之程序性規定，已占全部條文二分之一以上。

由上所述，可知消保法關於消費者權益部分之規定，有涉及侵權行為損害賠償責任者（如消保法第七條所定之產品責任），亦有屬於契約之法律關係者，如定型化約款部分、郵購、訪問買賣之解約權或企業經營者對廣告應負之義務。產品責任之保護客體為一般國民，而契約法律關係權利義務之發生及行使之對象，原則上以契約當事人為限。唯消保法第二條第一款則界定為「以消費為目的而為交易、使用商品或接受服務者」，在相當於侵權行為損害賠償責任之保護客體上，尚有不足，因此第七條第三項仍須加上「第三人」為請求權人。而在契約關係中，則須限於第二條第三項所稱之消費關係，始有消保法之適用。亦即必須屬於「消費者與企業經營者間就商品或服務所發生之法律關係為限」，將適用消保法之消費關係限定為「商品或服務而生之法律關係」，而何謂「服務之法律關係」？亦未予明文定義。

另外消保法第二條第三款之消費關係係指「消費者與企業經營者間就商品或服務所發生之法律關係，如買賣、贈與、租賃、承攬、委任等之有名契約。」則由企業經營者所創設之新型交易型態，每每由企業經營者單方擬定對其有利之交易條件，消費者對此類新型契約亦不清楚其權利義務，每衍生諸多爭議。例如渡假村、會員權、受身美容、現金卡等是否屬商品或勞務等傳統買賣或承攬，委任等勞務給付之類型，或已脫逸為「使

用權限之讓與權限」，設備之使用權限與人員之勞務提供混和之契約，是否仍為原商品或服務之概念所涵蓋，實有疑義。消保法之特別法性質是否容許其適用範圍具有擴張、變更之可能性，或解釋上應採特別法之限縮解釋方法，顯已產生重大困境。

參、消費者與消費關係

一、消費者定義

（一）立法方式

依消保法第二條第一款之規定指「以消費為目的而為交易、使用商品或接受服務者。」因此，必須是以消費為目的而（1）交易，（2）使用商品，或（3）接受服務之人方屬於消費者。此項定義性規定，係採取正面表列方式，正面表列方式之規定在快速釐清適用範圍，具有明確性及可預見性之優點，可杜絕爭議。因此，對於已發展完成之狀態，具有適用範圍安定、明確之特點。例如「完全行為能力」之明確定義，即為其適例。反之，如果對於社會變遷中仍在形成之概念或定義，則必須在定義中保有認定之彈性，以期待其形成正確適用之可能性。

（二）德國法

德國 2000 年六月制定遠距交易法同時，即將「消費者」與「企業經營者」之定義訂入德國民法第十三條及第十四條之中。依德國民法第十三條規定，消費者係指非基於營業行為，亦非基於獨立之職業行為之目的而為法律行為之自然人。此項消費者之法律概念之定義，即繼受歐盟國家消費者保護之相關指令而來，例如 1985 年 12

月 20 日通過之歐盟 85/557 號關於訪問交易指令第二條、1986 年 12 月 20 日通過之歐盟 87/102 號關於消費者借貸之指令第一條第二項，以及 1997 年 5 月 20 日通過之歐盟 97/7 號關於遠距交易之指令第二條第二項之規定。上開指令並未針對不同契約當事人不同保護目的，反而針對契約之目的（以消費為目的）而為之消費者之定義。第十三條之消費者定義適用於所有消費者保護之特別法，例外情形不適用者，則有遠距函授保護法（das Fernunterrichterschutzgesetz），其中之當事人為「參加者」與「函授業者」，此乃因僱用人亦可能為受雇人訂立函授契約，故一方當事人非必為消費者。此外，第十三條之定義亦適用於其他對消費者未為定義之消費者保護之特別法。因此，在遠距交易法立法同時，立法者同時決定將「消費者」之定義於德國民法總則編第一章「人」第一節「自然人」中予以明文規定。而「消費者」此一概念既經定義，即形成為一「關鍵概念」（der Schlüsslbegriff），毋須有指示性規定，即可直接適用於其他法律規定所指之「消費者」，如第三百十二條特殊行銷模式（新法第三百十二條、第三百十二條 b）、第四百八十一條、第四百九十一條等均是⁶。

1. 營業行為與獨立之執行業務行為

第十三條之消費者應係指以私人為目的為法律行為之自然人，所指之營業行為則指商人或其他獨立而未受雇於他人持續地從事謀取對價之活動，此種活動亦可解為一般經濟活動之參

與。反之，獨立執行業務之行為則不以謀取對價與利潤為其職業活動之目的。如有混用之情形，視主要的目的為何，如主要目的是供業務使用，就不是一個消費性的契約，如主要的目的是供私人使用的話，就是一個消費性契約，因此重點是區分究竟混和使用的時之主要目的，在具體個案裡決定。此外，如非屬獨立執行業務者，而為一般之受雇人，縱使為與職業相關之行為，亦屬消費者，例如購買工作所需之衣服或汽車等，均仍為消費者。

2. 私領域（die private Sphäre）

依第十三條規定，訂立契約之人必須基於非營業或執行職務之目的，亦即限於私人目的而為之法律行為，例如日常生活之維持，渡假村休閒活動，運動、身體健康之維持與治療或私人理財等行為均屬之。

（三）我國法之解釋適用

如前所述，消保法第二條第一項就消費者之定義，係採取正面表列之方式，而不同於德國法之負面表列方式，解釋適用上對於發展中尚未為社會通常交易之交易行為是否適用，即有疑義。

首先，消費是否限於終局消費，而應排除非終局之消費。或有學者認為應係指人類在生活過程中消耗財物或利用服務之行為；而所謂之消費者，乃是基於消費生活而購入、使用或接受由事業者所提供商品或服務之人。實則，對於消費者一詞之理解，不應限於經濟學上「終局消費」觀點之影響，而應是事實生活上之消費行為，其意義包含：（一）消費是一種為達成

⁶ Müko/Micklitz, BGB§13Rn.27; Dauner-Lieb/Heidel/Lepa/Ring, Das Neue Schuldrecht, 2002.347.

生活目的之行爲：凡是基於求生存、便利或舒適之生活目的，在食衣住行育樂方面所爲滿足人類慾望之行爲，即爲消費。換言之，凡與人類生活有關之行爲，原則上均屬消費行爲。(二)消費是一種直接使用商品或接受服務之行爲：「消費」與「生產」爲相對的兩個名詞，消費雖沒有固定的模式，惟可以肯定的是生產絕不是消費。亦即消費廣義而言係指非生產行爲，而立法目的既係在保護資訊上不對等之交易相對人，則參酌德國法與歐盟共同指令，只排除營業行爲與非執行職務之經濟活動與專業能力豐富之情形，即應認不應限縮於終局消費，而應指非生產、非營利、非獨立執行業務之活動之自然人。

值得注意者乃實務亦已採取此項見解，例如最高法院九一年度台上字一〇〇號判決即認：「租用商品，如其目的主要供執行業務或投入生產使用，並非單純供最終消費使用者，核予消費者保護法第二條有關消費者及消費關係之定義未合，尙無消費者保護法之適用。」此項見解值得認同。

二、消費關係

另依消保法第二條第三款之規定，消費關係係指「消費者與企業經營者就商品或服務所發生之法律關係」。當事人間之法律關係如屬前述之消費關係，則有消保法相關規定之適用，重要者如消保法第七條以下之產品及服務責任，第十一條以下定型化契約條款規制規定，第十九條郵購、訪問買賣之無條件解約權、第四十三條以下消費爭議處理等之適用。

如前所述，消費關係究何所指，除

了傳統之交易之基礎關係外，衍生消費者與金融機構之資金貸與關係及金融機構與擔保義務人之擔保關係均爲現代日常交易消費之常態。消保法第二條第三款之正面表列之立法，將消費關係限於「商品或服務所發生之法律關係」，而服務之意義，依學說見解認爲應包含所有交易行爲中之勞務契約。

(一) 資金之貸與關係

惟依此項最廣義之定義仍無法涵蓋現代型消費交易常見之附隨資金貸與、資金擔保之法律關係，例如銀行與消費者之消費借貸，與保證人與銀行之保證契約等均是。最高法院即認「再查，本件消費借貸係以美揚公司之資金週轉爲目的所爲之交易，與消費者保護法第二條第一款所稱之消費者，係指以消費爲目的而爲交易、使用商品或接受服務者有別，顯非以消費者之交易，自無消費者保護法之適用。復查，依系爭協議書第三項所載『還本方式』，即美揚公司應『於協議書簽訂日次月起按月攤還至全部清償爲止』」似乎否認資金之貸與並非服務之提供，從而並非消費關係，而無消保法之適用⁷。

(二) 資金之擔保關係

關於資金之貸與，金融機構居於以提供資金而收取對價之專業，優勢之債權人地位，往往要求資金之借用人尋覓保證人提供抵押物以供資金返還不能之擔保權利。而消費者與企業經營者之間之商品或勞務提供之消費者契約可受有特別保護，但保證人與

⁷ 最高法院 96 年台上字第 1246 號，95 年重上更字第 66 號民事判決。

金融機構之間一方面通常由銀行擬定定型化契約條款，而由單方附有給付義務之保證人簽名成立契約，其危險與義務更大，相對於債務人且附隨於主債務之保證人與保證債務，是否受消保法第十一條以下定型化契約條款之保護，乃為我國民法之重要議題。

關於此項問題，實務見解認為保證契約為單務、無償契約，並非屬消費關係，保證人亦非消費者，自無消費者保護法之適用⁸，此後即保持此項見解如 88 年台上字第 2053 號判決意旨亦認：「本件定型化契約之條款中，已將保證人為同意表示之權利預先予排除不予適用，自係不利於為保證人之上訴人等五人而顯失公平，就本件於消費者保護法實施後之案件，該定型化條款之約定，應屬無效云云。惟查，所謂消費者，依消費者保護法第二條之立法解釋，指以消費為目的而為交易、使用商品或接受服務者而言。銀行或其他金融機構與連帶保證人間所訂立之保證契約，乃保證人擔保借款人對金融機構債務之清償責任，金融機構對保證人並未提供任何商品或服務，保證人並未因有保證契約而自銀行獲得報償，其性質應屬單務、無償契約，尚非屬消費者保護法之有關消費法律關係，自無該法之適用。」，92 年台上第 2332 號民事判決意旨亦認：「銀行與上訴人間所訂定之保證契約，性質上屬單務、無償契約，銀行對上訴人並未提供任何商品或服務，雙方非屬消費之法律關係，上訴人亦非消費者，自無消費者保護法之適用，至所謂定型化契約應受衡平原則限制，係指締約之一方之契約條款已

預先擬定，他方僅能依該條款訂立契約，否則，即受不締約之利益，始有適用。上訴人如認系爭保證契約之內容違法，原可不訂定該保證契約，即不會生因而生不利益，或經濟生活受制於銀行不得不為保證人，亦無消費者保護法第十二條規定之問題。」

（三）檢討

本文以為上開最高法院見解，有下列二點值得探討：

1.保證契約為單務契約，先天即具有最大之風險，不具有對價關係或雙務契約為因其屬擔保目的契約性質使然。單務契約仍應考量擔保目的之必要性與比例原則。此外，消保法第十一條以下關於定型化契約條款之規制規定，主要係針對大量預先擬定條款，藉以排除轉嫁原應自行承擔之風險之擬定人，而此擬定人通常為企業經營者，始具有擬定定型化契約條款之法律上、經濟上之強勢地位，此種締約地位之不對等，乃為消保法第十一條以下所欲規範與避免之立法意旨所在。

2.保證定型化契約條款，依消保法第十一條以下之立法意旨應有適用之餘地。惟因消保法第二條第十款對於消費關係為明確之定義，而在解釋適用上有疑義時，不宜認消費者保護法為特別規定，於適用上應從嚴為限制之解釋與適用。此乃因消費關係即指國民之一般生活，一般社會常見之消費交易型態除了基礎消費行為者外，亦通常必然有資金貸與與資金返還擔保等附隨行為，此必然已成消費生活之一環。對於保證人予以限制解釋，認為其非消費者，而無法受到消保法第

⁸ 84 年法律座談會民事類第 6 號。

十一條以下相關規定之保護，正突顯了雙軌制立法所造成之解釋適用紊亂，保護消費者立法意旨不達之缺點。立法者應正視此問題，而朝向回歸民法，以利私法關係之統一發展。

參考文獻

(一) 中文文獻：

1. 書籍：

- (1). 史尚寬，民法總論，民國 64 年 10 月，台北二版。
- (2). 史尚寬，債法各論，民國 70 年 7 月，台北五刷。
- (3). 鄭玉波，民法債編各論，民國 76 年 10 月，十二版。
- (4). 王澤鑑，民法總論，2000 年 9 月。
- (5). 林誠二，民法債編各論（上），2002 年 3 月，初版。
- (6). 林誠二，民法債編各論（下），2002 年 3 月，初版。
- (7). 黃立主編，楊芳賢等合著，民法債編各論（上），元照出版，2002 年 7 月，初版一刷。
- (8). 黃立主編，楊芳賢等合著，民法債編各論（下），元照出版，2002 年 7 月，初版一刷。
- (9). 楊淑文，新型契約與消費者保護法，作者自版，2002 年 7 月，元照初版一刷。
- (10). 邱聰智著•姚志明校訂，新訂債法各論（上），作者自版，2002 年 10 月，初版一刷。
- (11). 邱聰智著•姚志明校訂，新訂債法各論（下），作者自版，2003 年 7 月，初版一刷。
- (12). 黃茂榮，債法各論第一冊，2003 年 8 月，初版。
- (13). 黃立，民法總則，2005 年 9 月，修訂四版一刷。
- (14). 楊淑文，民事實體法與程序法爭議問題，作者自版，2006 年 1 月，初版一刷。
- (15). 劉春堂，民法債編各論（上），三民書局，民國 92 年 9 月，初版一刷。
- (16). 劉春堂，民法債編各論（中），三民書局，民國 92 年 9 月，初版一刷。
- (17). 劉春堂，民法債編各論（下），三民書局，民國 92 年 9 月，初版一刷。
- (18). 楊淑文，新型契約與消費者保護法，元照出版社，民國 95 年 4 月。
- (19). 王澤鑑，債法原理，基本理論 債之發生，三民書局，八十八年十月。
- (20). 詹森林，民事法理與判決研究（三），元照出版社。
- (21). 詹森林、馮震宇、林明珠合著，認識消費者保護法。
- (22). 黃茂榮，債法總論（第一冊），自刊，民國 91 年 6 月
- (23). 黃茂榮，債法總論（第二冊），自刊，民國 91 年 9 月

2. 期刊/專書論文

- (1). 曾品傑，論消費者之概念，載於台灣本土法學雜誌 49 期。
- (2). 詹森林，消費者保護法之定型化契約最新實務發展，載於月旦法學雜誌 91 期。
- (3). 詹森林，消費者保護法增訂及修訂條文之要旨，載於台灣本土法學 45 期。
- (4). 詹森林，最高法院與定型化契約之發展，民事法理與判決研究(五)。
- (5). 楊淑文，消費者保護法之定型化契約最新實務發展，月旦法學雜誌，第九十一期，九十一年十二月。
- (6). 黃立，契約自由的限制，月旦法學雜誌，第一二五期，九十四年十月。
- (7). 楊淑文，定型化約款之基本概念及其效力之規範，民事法理與判決研究(三)－消費者保護法專論，九十二年八月。

(8) 楊淑文，定型化契約之基本問題，民事法理與判決研究（三）－消費者保護法專論，九十二年八月。

(9) 楊淑文，融資貸款與消費者保護，新世紀經濟法制之建構與挑戰－廖義男教授六秩誕辰祝壽論文集，民國 91 年 9 月。

(10) 鄭玉波，金錢借貸，第 8 頁。

(11) 詹森林，定型化契約條款效力之規範，民事法理與判決研究(五)，第 77 頁。

(12) 詹森林，最高法院與定型化契約法之發展－民法第二四七條之一裁判之研究，民事法理與判決研究(五)，第 113 頁。

(13) 詹森林，消費者保護法之定型化契約最新實務發展，民事法理與判決研究(五)，第 197 頁。

(二) 外文文獻：

1. Brox / Walker, Allgemeines Schuldrecht, 30. Aufl.
2. Brox / Walker, Besonderes Schuldrecht, 25. Aufl
3. Graf von Westphalen/Emmerich/Kessler, Verbraucherkreditgesetz
4. Medicus, Schuldrecht II Besonderer Teil, 10. Aufl
5. Soergel/Häuser, 12 Aufl. Band 4/1, Verbraucherkreditgesetz.
6. Staudinger/ Klaus J.Hopt .Peter O. Mülber .
7. Ulmer/Habersack, Verbraucherkreditgesetz, 2 Aufl.
8. Wolf / Horn / Lindacher, AGB-Gesetz.

計畫成果自評

「消保法與民法之分與合-立法芻議與修正草案」是三年之研究計畫報告，而上開部分是第一年的期中報告，本篇重點主要乃是在探討消費者保護法以及民法採雙軌制之立法、消費者正面表列定義以及其具體適用於本應保護消費者之資金貸與和擔保之法律關係會產生怎樣的保護漏洞，並援引外國立法例以及德國法的見解，闡述他國如何為立法，以作為我國未來修法之借鏡，而能達妥善保護消費者之目的。

首先，本篇報告先說明消費者於現今社會中急需受到保障之原因，而希望相關人士能注意消費者保障之問題；其次，雖我國有消費者保護法得加以保障消費者之權益，惟其正面表列消費者以及消費關係之定義之立法方式，將導致產生保護上漏洞，尤其是現行社會中十分普遍的消費借貸以及資金擔保之法律關係，消費者是處於弱勢之一方，自有保護之必要，然而實務見解因上開立法方式之限制，排除消費者保護法之適用，使得本應受保護之消費者無法獲得權益之保障，皆足見我國立法於此處之缺失；最後，提及外國立法方式，以資作為我國改善之方向。

是就本三年計畫之達成部分，原三年計畫中第一年計畫即預計針對消費者保護法就消費者之定義作立法上之檢討，而本期中報告計畫亦對此詳加探討，並以就現今社會中急需受法律保障的消費借貸以及擔保部分詳加具體分析，且指摘目前實務因囿於立法方式所為之見解，以突顯消費者定義以及消費關係定義之立法方式之不妥，是和原計畫所預計達成部分相符。且本篇報告乃具體援引先進外國立法例以及其相關之見解，而得作為我國未來修法之參考，於實際應用上亦富有高度之參考價值。