

18379_網購糾紛怎麼解？企業法遵一次掌握 課程摘要

本摘要由 Gemini AI 協助生成，僅供參考

1. 適合對象與能力門檻

- **適合族群：**網購電商業者、個人賣家、企業法尊人員、法務人員，以及常進行網路購物的消費者。此內容能協助業者掌握合法營運要件、降低交易糾紛風險，並幫助消費者了解自身權利與避免詐騙。
- **能力門檻：**入門。內容主要為白話法規宣導、實務案例分析與營運建議，無需預備深厚的法律背景即可理解。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：網購三大常見爭議解析** — 分析商品瑕疵退換貨、一頁式詐騙、跨境平台（如國外訂房網）權益受損等實務痛點。
 - **章節二：消保法 19 條與七天猶豫期實務** — 解析七天無條件解約權、合理例外適用準則、贈品處理、整新費收取標準與運費扣除爭議。
 - **章節三：業者防禦機制與標錯價應對** — 說明「邀約與要約引誘」之契約成立要件、系統鎖單機制與黑名單勾稽技巧。
 - **章節四：定型化契約規範與企業法尊** — 講解《零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項》之行政裁罰風險與資訊透明化原則。

3. 必備前置知識清單

- **基礎民法概念：**了解契約成立（要約與承諾）、解除契約回復原狀之基本觀念即可。
- **基礎電商營運流程：**了解網路購物上架、下單、物流寄送與售後服務之流程。

4. 專有名詞與概念辭典

- **通訊交易解除權（七天猶豫期）：**依消保法第 19 條規定，消費者在網路

購物因未見到實體商品，收到商品或服務後 7 天內，不需說明理由或負擔任何費用即可解除契約。

- **合理例外情事**：並非所有網購商品皆適用 7 天無條件退貨。依準則規定，易腐敗商品、客製化給付、報紙雜誌、已拆封之個人衛生用品或影音/電腦軟體等，得排除適用。
- **整新費**：當消費者退貨且拆封使用超過「合理檢視範圍」，致商品價值減損時，業者依民法回復原狀原則，經個案認定後可要求消費者負擔適當的價值減損費用。
- **要約的引誘**：業者在網路上標價販售的行為，法律上可解釋為「價目表寄送（要約引誘）」。消費者下單（要約）後，業者發送 confirmation（承諾）時契約才正式成立，此機制可用於防範業者因系統漏洞或標錯價而承受龐大損失。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：電商法務法專專員、數位行銷與營運主管、客戶服務主管。
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **交易條款撰寫與審查能力**：能依據《零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項》，完備購物須知、賣家資訊及退換貨政策。
 - **糾紛預防與風控決策能力**：能建立異常訂單鎖定機制、買家黑名單管理，並妥善處理整新費與運費退款爭議，兼顧商譽與營運成本。