

100-101年度餐飲業商品(服務)禮券應記載及不得記載事項稽查結果分析

林辰諭 林蘭珏 張芳瑜 鄭維智 馮潤蘭 蔡淑貞

食品藥物管理署食品組

摘 要

依據消費者保護法第17條第1項，行政院衛生署96年公告「餐飲業等商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項」，並於100及101年分析各縣市衛生局稽查觀光飯店、咖啡店、連鎖速食業、餐廳餐券474張之符合情形，100年稽查160張餐券(合格143張，不合格17張)；101年稽查314張餐券(合格271張，不合格43張)，2年合格率皆接近9成，結果顯示市場佔有電子型式之餐券已達到5%以上，掛失機制、記名或不記名之換卡費用尚未建立，禮券由第三人(非實質企業經營者)發行者佔多數。不合格項目以未記載履約保證、負責人姓名及限制使用期限最為嚴重。100至101年度之稽查除為提醒餐飲業者遵守政府法令外，亦可藉此強化業者契約觀念，保障我國民眾之餐飲消費權益。

關鍵詞：餐飲禮券、定型化契約、消費者保護

前 言

行政院於62年為抑制通貨膨脹，防止商業信用擴張，限制公司藉由商品禮券之發售募集資金，以國家總動員法第18條為依據，訂定「商品禮券發售管理辦法」。該辦法透過嚴格限定禮券發行人資格、限制公司發行數額並採行每年須經核准始得發行、且強制發行禮券公司提供履約保證等種種規定，在該辦法嚴格規範下，鮮少發生因發行公司經營不善或惡性倒閉，導致禮券成為廢券之社會事件。77年政府宣布解嚴，財政部認為商品禮券之發行已無管理之必要，且商品禮券規範管理辦法仍依國家總動員法第18條所定，隨時空環境變遷，公司藉由禮券發售募集資金之情形甚少，多數僅用以促銷商品，且發行禮券應屬一般商業行為，似無須以總動員法加以管理，遂於78年宣布廢止「商品禮券發售管理辦法」⁽¹⁾。前述辦法廢止後，現行商品禮券依消費者保護法

第17條第1項，回歸各目的事業主管機關公告定型化契約應記載及不得記載事項加以規範，因此TFDA為餐飲業商品禮券之主管機關。

商品禮券型態眾多，市面上禮券之名稱不一，有直接稱為禮券或商品禮券者，亦有稱之為提貨券、體驗券、貴賓券、生日禮兌換券。其依商品兌換種類，包含圖書禮券、住宿券、菸酒商品禮券等17類，其上皆印有使用簡則，以作為持券人與發行人間權利義務之規範⁽¹⁻³⁾。此等契約所提出預先擬定之條款，為發行人與多數消費者關係，受消費者保護法約束，屬定型化契約條款之一部份。近年餐飲業者為促銷商品紛紛出售不同型式的餐券，其依載體型式可分為紙券型、卡片型或晶片型⁽¹⁾。

現今社會食品通路蓬勃發展，零售業者及餐飲業者(飯店、餐廳、烘焙業等)皆以不同型式販售食品，種類五花八門，有飲冰品、烘焙食品及中西式套餐、下午茶等，銷售產品方式且已不再

如過往僅以實質店面經營並製好產品待消費者選購。為控管產品數量且預先了解市場接受度，餐飲業者透過發售禮券方式可先行籌資物料成本，亦可控管製作數量。惟此類預付型消費模式消費風險高，因此經濟部於95年公告「零售業等商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項」規範零售業者發售食品等類之禮券後⁽⁴⁾，行政院衛生署於96年另公告「餐飲業等商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項」⁽⁵⁾，適用範圍為餐飲業、烘焙業，其目的為使餐飲業者預售套餐、下午茶餐券；烘焙業者預售糕點餐券時，不可隨意限制消費者使用日期或減低服務品質等情。有關於定型化契約之行政處分，依行政程序法第92條第1項，原則上「係指行政機關就公法上具體事件所為之決定或其他公權力措施而對外直接發生法律效果之單方行政行為。」學術界認為⁽⁶⁾，以行政處分之手段，對定型化契約進行規制之情形，至少有以下兩種：(1)定型化契約之事前核准制度；(2)地方主管機關之事後行政監督措施。所謂「定型化契約之事前核准制度」，則係指企業經營者使用定型化契約前，需先經由目的事業主管機關加以審核，經核准通過後始得使用之制度。學術界對於此種規制方式之有效性，多半予以肯認⁽⁷⁾。自行政院衛生署96年公告「餐飲業等商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項」後⁽⁵⁾，近幾年陸續有大型餐飲業者紛於發售禮券(含電子晶片卡等憑證)前，來函請釋或希冀政府建立備查制度。由於事前審核行政成本甚高，且需在管理規範的母法中明訂，礙於應記載及不應記載事項為公法之行政管制措施，如建立備查制度，不僅有侵害私法自治、契約自由之嫌，且耗費過多行政資源⁽⁸⁾。定型化契約糾紛多屬事後性，為減少司法案件針對個案審查一案一訴的浪費司法資源，目前我國採取透過行政力量介入消費糾紛方式，由目的事業主管機關對企業經營者所發售之禮券進行後市場稽查，並且依據消費者保護法給予限期改善或輔導。本文分析TFDA自100及101年起督導各縣市衛生局稽查成果，並探討未來可能的發展方向，希冀供作我國餐飲相關禮券定型化契約行政管理及未來施政參

考。

策略及方法

一、稽查項目及稽查對象

自100年1月至101年12月底止，由全台灣共計16個縣市衛生局依行政院衛生署96年公告「餐飲業等商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項」⁽⁵⁾對所轄業者進行稽查，對象包含觀光飯店、咖啡店、連鎖速食業、餐廳等。

二、稽查不符合之處置方式

經稽查不合格之餐飲禮券，依消費者保護法第36條，要求業者限期改善、回收或銷燬，必要時並得命企業經營者立即停止該商品之設計、生產、製造、加工、輸入、經銷或服務之提供，或採取其他必要措施。所謂採取其他必要措施，由主管機關決定，衛生單位通常要求業者將不合格禮券改正至合格，如果業者不肯改正，可依消保法第58條罰鍰；縣市地方自治條例另有訂定罰鍰者(如：臺北市消費者保護自治條例第8條暨同法第38條規定)，亦可依該條例處置。

結果與討論

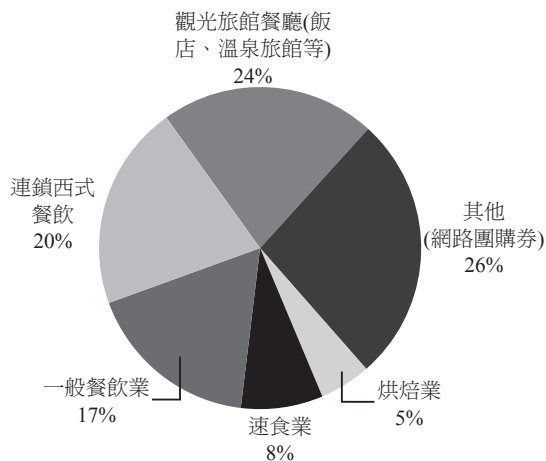
一、100年稽查之餐券數量及類型分析

100年各縣市衛生局共稽查170家餐飲業者，稽查餐券160張(合格143張；不合格17張)(表一)，100年合格率90%，不合格者衛生局皆已輔導其改善。統計前述稽查結果，發行禮券之餐飲業者包括觀光飯店、連鎖西式餐飲(含咖啡店)、連鎖速食業、餐廳等(包含網路所販售之團購券)，稽查餐券中觀光飯店、連鎖西式餐飲、一般餐飲、速食業、烘焙業及其他如網路團購券各佔24、20、17、8、5及26%，比例最高者為第三人發行之團購券(圖一)。此類新興商業模式興起，主因中小型餐飲業者不易完成履約保證，導致透過自身發行餐券意願低，透過第三人行銷公司發行餐券，其可集合多家餐飲業或不同行業，資金較龐大易與金融機構訂立履約保證協議，第三人行銷公司亦可協助餐飲業者透過網路等通路行銷。惟部份

表一、各縣市衛生局餐卷稽查統計

縣市 (衛生局)	查核家數	
	100年	101年
臺北市	66	31
新北市	5	19
基隆市	9	16
桃園縣	25	3
新竹縣	5	5
新竹市	16	10
苗栗縣	0	4
屏東縣	0	11
台中市	0	30
彰化縣	2	5
雲林縣	1	11
嘉義市	0	10
高雄市	20	144
宜蘭縣	8	11
台東縣	2	4
澎湖縣	1	0
總計	160	314

行銷公司認為發售之團購券不具構成禮券定型化契約之意涵，無96年公告規範之適用，因而限制消費者使用期限，使此類消費爭議成為近年餐券爭議之冠。現今消費者如購買到限制使用期限及無記載履約保證之餐券，會透過民眾服務信箱向

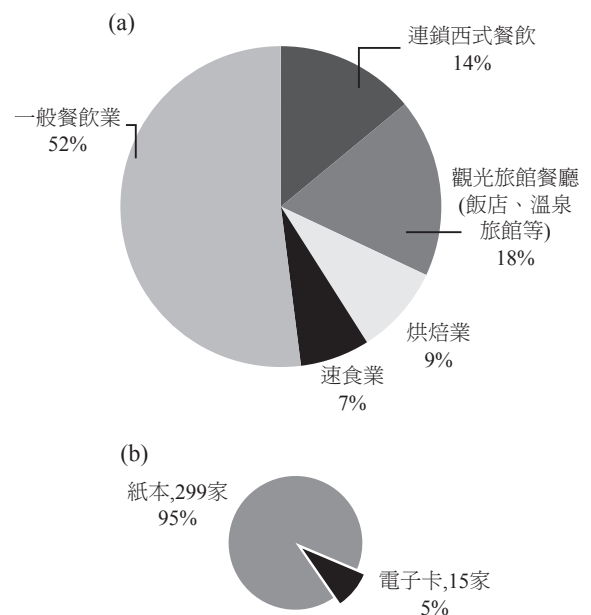


圖一、100年度稽查之餐飲禮券類型分析

政府相關部門投訴，TFDA常接獲有關餐飲類之爭議案件，近2年來，公文函詢案及民眾服務電子信箱約20件，另以電話詢問者不計其數。TFDA接案後依權責分工請縣市衛生主管機關、相關政府機關依消費者保護法進行調查及處理，衛生單位執行程序上會先確定該券上的發行人是否為實質商品企業經營者，接續判斷該券是否為有價證券、交易模式是否為預付型消費。衛生局介入後，業者主要會採取與消費者和解方式，使禮券可以使用或贈送其他合法禮券作為補償。

二、101年稽查之餐券數量及類型分析

101年度衛生局稽查成果數量較100年多，統計101年稽查結果，稽查餐券中觀光飯店、連鎖西式餐飲、一般餐飲、速食業及烘焙業各佔18、14、52、7及9%，一般餐飲業稽查之餐券數量明顯提升(圖二a)。因應行政院消費者保護委員會所召開相關會議中已釐清團購券與商品禮券之界線，並將第三人發行之團購券爭議交由無店面零售業主管機關研擬相關措施規範，101年度衛生單位暫無將第三人發行之團購券納為稽查目標。



圖二、101年度稽查之餐飲禮券類型分析 (不含團購券)

表二、101年餐飲業等商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項不合格項目案件數

應記載事項*	不合格件數(件)
(一) 商品(服務)禮券之應記載事項	
1. 發行人名稱、地址、統一編號及負責人姓名。	25
2. 商品(服務)禮券之面額或使用之項目、次數。	4
3. 商品(服務)禮券發售編號。	3
4. 使用方式。	0
(二) 發行人之履約保證責任。	30
(三) 消費爭議處理申訴(客服)專線。	5
不得記載事項*	
(一) 不得記載使用期限。	13
(二) 不得記載「未使用完之禮券餘額不得消費」。	5
(三) 不得記載免除交付商品或提供服務義務，或另行加收其他費用。	0
(四) 不得記載限制使用地點、範圍、截角無效等不合理之使用限制。	1
(五) 不得記載發行人得片面解約之條款。	1
(六) 不得記載預先免除發行人故意及重大過失責任。	0
(七) 不得記載違反其他法律強制禁止規定或為顯失公平或欺罔之事項。	0
(八) 不得記載廣告僅供參考。	0

*稽查項目係依據行政院衛生署96年公告之「餐飲業等商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項」⁽⁵⁾

各縣市衛生局稽查325家(表一)餐飲業者(有11家未發售餐券)，共稽查314張(合格271張；不合格43張)，101年合格率86%，不合格者衛生局皆已輔導其改善，並要求業者如發行餐飲禮券應遵循96年公告「餐飲業等商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項」⁽⁵⁾，以保障消費者之權益。該年度稽查時且將餐券依載體進行分類，有紙券型、電子卡片型，結果314張餐券中，紙本及電子卡各佔299張(95%)及15張(5%) (圖二b)，顯示電子型式之禮券有一定市佔率，應儘速研擬掛失機制及換卡費用等事宜。對此，消基會亦於101年對市售電子儲值卡進行調查，發現7成電子儲值卡皆無掛失機制，消基會結論認為，電子儲值卡不應收空卡費或折抵消費金額，業者不同意消費者轉出餘額不合理，除呼籲業者盡快建立掛失機制外，消基會亦建議政府相關單位，應修訂「商品(服務)禮券」應記載及不得記載事項，將遺失補償機制與處理原則納入，才能避免爭議。統計101年不合格項目，以(1)未進行履約保證(2)記載使

用期限(3)未記載統一編號及負責人姓名(表二)居多。其中未進行履約保證者多為中小型餐飲連鎖業者，因其資金與金融機構往來較不頻繁，金融機構需承擔較高風險，動輒收取上千萬高額保證金，使中小型餐飲業者難以完成履約保證。

三、餐券類別分析

依100至101年稽查之餐券分析，現行市場上的餐券呈現多樣化，本文將其分為五類別(表三)。首先以消費者取得方式為有償(Type1、Type2)或無償(Type3、Type4、Type5)區分為二大類，再依餐券發行人為實質商品企業經營者或第三人(如行銷公司等)加以區分。若發行人除發行禮券外，也提供商品或服務，屬實質餐飲商品企業經營者自家發行之商品禮券(Type1、Type4、Type5)；若禮券發行人除發行禮券外，並不直接負有提供兌換商品或服務之義務者，即屬第三人發行之商品禮券(Type2、Type3)。前述五類中Type1實屬消費者保護定型化契約所定義之商品

表三、餐券類別分析

類別	消費者取得方式	餐券發行人	餐券銷售(贈送)人
Type 1(商品禮券)	有償	實質餐飲商品企業經營者	(1) 實質餐飲商品企業經營者 (2) 第三人(如行銷公司等)
Type 2(團購券)	有償	第三人(如行銷公司等)	(1) 實質餐飲商品企業經營者 (2) 第三人(如行銷公司等)
Type 3	無償	第三人(如行銷公司等)	第三人(如行銷公司等)
Type 4 員工消費(福利)券	無償	實質餐飲商品企業經營者	實質餐飲商品企業經營者
Type 5 員工消費(福利)券	無償	實質餐飲商品企業經營者	第三人(如行銷公司等)

禮券者，為實質餐飲商品企業經營者自家發行，且消費者以有償方式直接向「自家發行」的餐飲業者購買或向「第三人發行」的行銷公司購買。惟該券發行人為第三人者則如團購券(Type2)。Type3及Type4類別係指消費者參加百貨公司周年慶、金融機構貴賓生日禮等活動免費獲得，其非有價證券。Type5類別如政府機關及公司行號向餐飲業者購買餐券後贈與員工之福利券(Type5)。前述五種類別，僅有Type1、Type5二類受行政院衛生署96年公告「餐飲業等商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項」規範⁽⁵⁾。

結 論

100年稽查結果顯示有26%餐券為第三人行銷公司代餐飲業者發售，即所謂團購券，顯示部分餐飲業者已不再自行發行餐券，新型商業模式團購潮興起，禮券發行人已非過去實質企業經營者，此類「第三人發行」之商品禮券與餐飲業者「自家發行」之商品禮券，其最大之不同點在於發行人本身是否提供商品或服務。101年稽查結果顯示部分餐飲業者已不再藉由紙本型式發售禮券，電子商務興起，以膠片儲值卡發售不僅可以記錄金額，且載體不易損毀變形。因此，TFDA現正修正「餐飲業等商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項」⁽⁵⁾，除確立發行人資格外，並增加電子卡之掛失機制、記名或不記名之換卡費用等事項。

誌 謝

本文稽查數據為各縣市衛生局之貢獻，感謝各縣市衛生局同仁對消費者保護定型化契約貢獻時間及心力查核，再次致上最深的敬意。

參考文獻

1. 張儒臣。2007。商品(服務)禮券規範與管理之研究。國立政治大學法學院碩士在職專班碩士論文。
2. 行政院消費者保護委員會。2011。定型化契約範本暨應記載及不得記載事項彙編。行政院消費者保護委員會法制組，臺北市。
3. 鍾薰嫻。2005。商品(服務)禮券相關法律問題之研究。國立政治大學法律學研究所碩士論文。
4. 經濟部。2006。零售業等商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項。95.10.19經商字第09502428980號公告。
5. 行政院衛生署。2007。餐飲業等商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項。96.09.20衛署食字第0960406817號公告。
6. 胡華泰。2011。消費定型化契約之行政規制。國立政治大學法學院碩士在職專班碩士論文。
7. 詹森林。2003。民事法理與判決研究(三)。元照出版公司，臺北市。
8. 陳汝吟。2011。定型化契約之規範比較暨其應記載及不得記載事項之界限探討。行政院消費者保護委員會100年度委託研究計畫。

Audit Results Analysis of Matters to be and not to be Noted in Dining (Service) Vouchers 2011 and 2012

CEHN-YU LIN, LAN-CHI LIN, FANG-YU CHANG, WEI-CHIH CHENG,
RUENN-LAN FENG AND SHU-JEAN TSAI

Division of Food Safety, FDA

ABSTRACT

According to paragraph 1 of article 17 of the Consumer Protection Law, the dining voucher is subject to the “Notices to be noted and not be noted by standard contracts of dining (service) vouchers” promulgated by the Department of Health, Executive Yuan in 2007; therefore, the county and city health bureaus audited such voucher coupons issued by tourist hotels, cafeterias, fast food chains and restaurants accordingly and the conformity of 474 vouchers in 2011 and 2012 was subsequently analyzed by FDA. The conformity totaled near 90% as follows: a total of 160 vouchers audited in 2011 where there were 143 with conformity and 17 inconformity; a total of 314 vouchers audited in 2012, and 271 with conformity and 43 inconformity. According to the results, e-coupons with a total market share of more than 5% are in need of the mechanism for the lost ones and renewed charges for personal and general use ones. In the meantime, such vouchers are almost always issued by third parties rather than the actual business operators. The items with high rates of inconformity are as follows: assurance of performance, name of responsible person and time limit of dining vouchers not noted. In accordance with the results, the concept of standard contracts is enhanced in order to protect the rights of consumers in dining as well as a reminder of compliance for the business operators.

Key words: dining/catering voucher, standard contracts, consumer protection