

網路平台販賣拍賣之輸入行為適法性研析

黃士洋¹ 白美娟² 吳宗熹²

¹黃士洋律師事務所 ²食品藥物管理署食品組

摘要

網路因其無遠弗屆之特性，已成為日常民眾習於使用之交易工具。然而，因我國法制上對於透過網路交易之輸入行為並無專門之法律規定，從而透過網路交易完成之食品輸入行為究竟適法與否，即成實務上難以判斷之問題。對此，本文嘗試先透過民事法律關係之分析，初步掌握網路交易行為中各該當事人所扮演角色之權利義務與分工，並進而以行政法規之角度，篩選出依法應負行政法律責任之人，其能更精確界定各該行為人所從事輸入行為之適法性。

關鍵詞：網路交易平台、網路平台管理業者、網路拍賣

前言

網路因其無遠弗屆之特性，已成為日常民眾習於使用之交易工具。然而，於網路交易涉及境外食品輸入時，因其並非依循一般實體交易之通關流程，從而產生查緝之困難。尤有甚者，部分業者更透過網路交易平台，以所謂代購或代辦之方式，規避輸入食品應負之申請查驗義務，形成食安網絡上之管理漏洞。為此，本文乃嘗試從法律觀點，釐清網路交易行為中各該當事人之權利義務與分工，以期界定於網路拍賣之輸入行為，究應由誰以何種方式依法負責？

目的

就法律適用的角度而言，傳統交易模式的行為態樣較為單調，從而既有的規範業已明確定義並規範各種行為之法律效果與責任。然而，透過網路之運用，過往單純的交易模式也

可能發生質量上的變異：除了在行為主體上可能變得多方參與之外，各方參與行為人間也呈現了不同程度的分工。然而，行政管制措施因其限制人民權利之本質，實不宜漫無目的的擴張裁處之範圍。為此，本文之目的，即在分析、拆解各方行為人在網路交易過程中的分工與角色定位，以嘗試有效並合憲地鎖定應課予行政法上義務與裁處之標的，俾便行政機關依法行政。

策略

本文雖然以網路平台販賣拍賣之「輸入行為適法性」為核心，然必需先透過民事法律關係掌握整個輸入行為相關的交易過程後，始能再就個別案件中個別行為人的實際行為，分析如何適用輸入行為之管制規範。之所以如此，乃是因為：

一、我國電子商務之規範模式，並未採

專法之規範模式

為了因應網路與電子商務之發展，我國「國家通訊基本建設推動小組」已就諸多法令進行檢討，包括：刑法、政府資訊公開法、數位簽章法、電信法、有線電視廣播法、商標法、著作權法、電腦處理個人資料保護法(作者按：即現行「個人資料保護法」之前身)、公平交易法、消費者保護法、銀行法、公司法、所得稅法……等，並修訂11項法律並調整7項行政命令⁽¹⁾。然而，在法制設計上，我國仍非採專法之立法模式，而是採行折衷規範模式⁽²⁾，亦即電子商務資訊之法律議題以專法規範處理，而其他法律議題則仍須回歸其他現行法律規範，如現行法律有所不足時，始再修法充實之⁽³⁾。因此，由於透過網路交易方式輸入食品之行為，並無專門法律之規範，故有關法律適用之問題，勢必將回歸各該法規判斷。

二、行政法規使用民事法律用語，或逕以民事法律關係成立與否為適用前提

由於歷史的因素，民事法學發展較行政法學來得早，從而在行政法規訂定時，即不免直接借用民事法律關係之概念及用語，或逕以民事法律關係之成立與否，作為行政法規的適用前提，此時在邏輯上，自需先行釐清民事法律關係，始能確定個案中應如何適用行政法規。舉例言之，食品及相關產品輸入查驗辦法，即有多處使用「代理人」、「委任」、「保證(金)」等用語，即為適例；另一方面，前開辦法雖明定「報驗義務人：指輸入食品、食品添加物、食品器具、食品包裝或食品用洗潔劑等相關產品(以下簡稱產品)之業者」，然在輸入流程有多方參與並分工的時候，亦仍須透過觀察各方當事人間的民事權利義務關係，始能確認真正從事輸入行為之業者為誰。

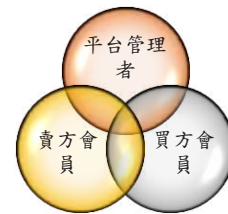
惟應補充說明者，民事與行政法律於用語

或概念上雖有互通，然彼此規範目的畢竟不同，基於解決行政法規適用問題之目的，民事法律關係之探究固有益於行政法規之解釋與適用，然並無須過度鑽研民事法律之細節性問題(舉例來說，若已確認有「廣告」之行為，即足以進一步適用相關行政法令，此時該廣告契約究屬「承攬」或「委任」契約，即已非行政法律適用所需窮究之問題)；再者，從法律位階角度觀之，行政法規如食品安全衛生管理法等，為獨立於民法且與民法相同位階之法律，故解釋上並不認為行政法規使用與民法相同用語時，必然應作完全民法相同之解釋，惟此時行政法規之適用機關應清楚說明，基於何種理由必須採取不同理解之原因。

結果與討論

一、網路平台交易架構之民事法律關係

關於網路平台交易的民事法律關係，國內已累積相當多的文獻，大致而言，網路平台交易之架構，可以理解為一個「平台管理者-買方會員」、「平台管理者-賣方會員」以及「買方會員-賣方會員」三方面的法律構造：



圖一、網路平台交易關係示意圖

(一)「平台管理者-買方會員」間，通常為無償委任契約之關係

平台管理者與買方會員之間，通常只提供平台上搜尋、瀏覽以及下單等服務，以媒合雙方或增加成功締約之機會，並未就提供前開服務收取費用，從而兩者

間之民事法律關係，較可能為「無償委任」或「居間」⁽⁴⁾。對此，就居間之法律關係而言，民法第567條與第568條分別規定：「居間人關於訂約事項，應就其所知，據實報告於各當事人。……」、「居間人，以契約因其報告或媒介而成立者為限，得請求報酬。」，但實務上網路平台管理者通常只是單純提供賣方所提供之資訊，並未有向買方會員報告標的品質、狀況以及其他締約之相關事項，且交易成功後，亦無向買方會員收取報酬之情形，從而解釋上，應認為「平台管理者—買方會員」間之法律關係，屬於無償之委任關係，或至少應依民法第529條：「關於勞務給付之契約，不屬於法律所定其他契約之種類者，適用關於委任之規定。」，而適用關於委任之規定^(5,6)。

(二)「平台管理者-賣方會員」間，可能為廣告或居間契約

網路交易之三方關係中，尤以「平台管理者-賣方會員」間最為複雜。蓋各家網路平台業者，為追求市場佔有率與利潤，針對賣方會員所提供之服務條款，可能天差地別，甚至同一網路平台，基於經營管理或市場區隔之考量，也有可能針對不同使用者推出不同之服務方案。以「Yahoo! 奇摩拍賣」為例，其對賣方會員提供之服務，即有基本費用與增值功能費用之區別，從而釐清此間法律關係，並非易事。

就此，本文認為宜分別以觀：如以網路平台最原始最基本之功能，即「於網頁中顯示提供、顯示交易標的與賣方資訊予潛在消費者，以促成交易」而言，實與一般廣告之行為無異，然「廣告」並非法定之契約類型，此時按司法實務見解，應進一步視其約定工作內容與付款方式等情節，認

定究屬承攬契約(例如：完成一定媒體之刊登行為時給付報酬)或委任契約(例如：連同廣告內容等事項，均由平台業者自主決定)⁽⁷⁾；此外，若在刊登廣告之外，網路平台業者提供服務後，尚有於交易成功後收取報酬等情形者，則有可能另外成立居間契約⁽⁸⁾。

(三)「買方會員-賣方會員」間，原則上為買賣關係，然仍視交易標的而有別

首先必需說明者，網路上販賣行為雖常以「拍賣」為名，但民法所規定之「拍賣」，依民法第394條之規定：「拍賣人對於應買人所出最高之價，認為不足者，得不為賣定之表示而撤回其物。」，乃保留賣方於獲悉買方出價後，容有最後決定之空間，此與實務上拍賣網站逕由賣方標定價格之情形不同，且網路平台之使用者條款亦多有與民法上拍賣相當不同之約定條款⁽⁹⁾，故解釋上，一般習稱之「網路拍賣」，實非民法上之「拍賣」。

實則，網路交易之標的為貨物者，以其交易之整體過程，核心仍在於一方交付價金而他方交付貨物，觀諸民法第345條第1項規定：「稱買賣者，謂當事人約定一方移轉財產權於他方，他方支付價金之契約。」，可知網路平台上之貨物交易，實仍不脫民法上買賣規範之範疇。有疑義者，乃實務上網路交易之標的未必均為貨物，如其以勞務為交易標的時，即應另當別論，本文認為此時需視其提供之勞務性質以及具體之交易內容，始能進一步論斷。

二、網路平台交易架構之行政法律責任分析

從行政法，尤其是行政管制與處罰的角度而言，處理網路交易行為所涉法律問題時，較看重的是：何人基於何一法律規定而負有何

種法律責任？這從行政罰法第1條即開宗明義規定：「違反行政法上義務而受罰鍰、沒入或其他種類行政罰之處罰時，適用本法。但其他法律有特別規定者，從其規定。」，即可見一斑。就此，透過民事法律關係的掌握，大致可以得到一個初步的結論：處於光譜兩個極端的「單純出賣貨物」或「單純管理網路平台」，在行政法律之適用上，並無疑義；然而雜處於兩者之間的各種交易型態，則容有進一步探究案件事實以決定如何適用法律之必要：

(一)光譜的兩個極端：「單純管理網路平台」或「單純出賣貨物」

1. 單純從事管理網路平台之人，應屬媒體經營者

對於「單純管理網路平台」這種行為態樣，因為管理業者原則上並不涉入賣方會員販售商品之管理，而僅提供刊登相關資訊之媒介，故改制前的行政院消保會表達了簡明的立場，即：「網際網路服務提供者，係利用電腦等方式作為提供刊登廣告之媒介，使不特定多數人得知悉廣告內容者，應屬媒體經營者。」⁽¹⁰⁾。就此，改制前食品藥物管理局即指明：「藥事法第66條所謂傳播業者，應係指以提供廣告物、出版品、廣播、電視、電子訊號、電腦網路或其他傳播媒體工具，播送或刊載自身或他人商品、服務之訊息者。……旨揭網站以連結方式連結國外購物網為國人代購產品之廣告，應可認定屬傳播業者，就其違規態樣依主管法令查處，應無疑義。」⁽¹¹⁾準此，食品衛生安全法第46條、藥事法第66條、化粧品衛生安全管理法第10條有關傳播業者之管理及處罰規定，對於網路平台管理業者，均有其適用。至於網路平台管理業者，除了自身應負媒體經營之責任並受前開行政規範外，是否需同時對賣方會員在網路平台上的違

法行為負責？就此，法務部則認為應回歸行政罰法第14條規定來判斷，因為行政罰法第14條第1項規定：「故意共同實施違反行政法上義務之行為者，依其行為情節之輕重，分別處罰之。」，而所謂「故意共同實施」，則是指二以上行為人，除了主觀上有互相利用他方行為作為己用之意，客觀上也須有共同實施之行為，才能依上開規定一併處罰⁽¹²⁾；反之，「如網路平台業者未有違反行政法上義務行為之分擔，而僅係單純不提供違規業者之IP位址，尚難逕依行政罰法第14條規定論處。」⁽¹³⁾。準此，綜整前開二則法務部之見解，應認為就單純網路管理行為而言，網路管理業者僅是單純之廣告商或媒體傳播業者，並無需擔負與賣方會員相同之行政法律責任。

2. 於網路平台以出賣貨物為業之人，應認與一般販賣為業之業者無異

對於網路平台之賣方會員，改制前的行政院消保會即已直言：「網路拍賣之出賣人係以經銷商品或提供服務為營業活動，且非屬偶而為之之拍賣行為者，應屬消費者保護法所稱之企業經營者。」⁽¹⁴⁾，準此，於網路平台以出賣貨物為業之人，依其所販賣貨物之性質，自應足已分別認定其為相關行政法令之「業者」，並按其行為責令其負各該行政法規之責任。

換言之，於網路平台以出賣食物為業者，即符合食品安全衛生管理法第3條第7款規定之「食品業者」定義，並應依法負起食品業者之責任。如是，網路平台之賣方會員，如自境外購入食品售予買方會員者，則其於輸入時，即應依法完成輸入食品之申請查驗。

3. 網路管理與販賣業者之分工合作？

承前所述，落於光譜兩端之「單純管理網路平台」或「單純出賣貨物」並無適用行政法規之窒礙，然實務上仍有許多混合其他行為之分工態樣，則容有進一步探討之必要。

就此，前述法務部關於行政罰法第14條之說明，其實已經提供了一個勘可操作的標準，亦即網路平台管理業者就違規之販賣行為，於主觀上有無互相利用他方行為作為己用之意？其客觀上，有無共同實施之行為？如是，則網路平台管理業者即為違規行為之共同行為人，不得再以自己僅是網路平台管理業者之說詞卸責。

伸言之，網路平台管理業者除了提供網頁服務之外，若另與販賣業者就販賣物品之項目、品質等事項已有所聯繫並於主觀上取得合意，且就銷售之方式、通路、儲存等事項有客觀上分工之事實，則此時網路平台管理業者之責任，應與網路販賣業者等量齊觀。

(二)有待進一步釐清之行為態樣：網路代購或代辦輸入？

首應說明者，代購或代辦時有混淆之情形，然究其實，「代購境外產品」與「代辦輸入境外產品」仍是屬於不同的概念，就前者而言，其交易仍以特定商品為標的，故概念上仍不脫買賣之範疇，從而法律適用上與一般網路買賣應無不同。較有爭議者，乃「代辦輸入境外產品」之情形，此類行為之所以需特別討論，乃因賣方會員所提供者，可能是「服務」而非「商品」，從而其本質上已經脫離物之買賣之範疇，而屬於「服務」之交易。此外，如以代辦方式替買方會員辦理輸入行政作業，則形式上買方會員才是真正的輸入者，此時賣方會員可能僅被認為為輸入者之代理人(而非報驗義務人)；更有甚

者，如其僅提供境外網頁之翻譯服務，則其充其量亦僅僅是輸入者(買方會員)之助手，此時除有法律特別規定之情形外，似難以課予行政法上之義務。

進而言之，若一方會員係蒐集他方會員之訂單後，再以他方會員名義向外國廠商大量下單以賺取價差，則其行為之核心內容(即「收取費用」與「交付貨物」)仍不脫買賣之範圍，故仍應以販賣業者之身分適用法令，應無疑義。惟會員究係為輸入且販售物品？抑或其並未輸入物品，而僅提供勞務服務？則應再探究外國物品輸入交予買方之形式；若一方會員僅是提供勞務之服務，使他方會員得以自行對國外廠商下單，或是使國外廠商以他方會員為買受人，逕行以他方會員為物品進口人辦理郵寄出口，則此時他方會員因係以自己名義下單或自為該外國物品之進口人，則該他方會員即為輸入食品之報驗義務人，應依食品及相關產品輸入查驗辦法第3條規定，向主管機關申請食品輸入查驗。惟前述情形如屬自己使用，則另於法定免為申請食品輸入查驗之範圍內，得免查驗(輸入食品及相關產品符合免申請輸入查驗之條件與其適用之通關代碼第2點規定參照)。從而，自亦難直接認定賣方會員均負有對輸入食品之申請查驗義務，值得特別留意。

然而，依本文觀察，實務上真正單純網路代辦輸入之情形，實屬罕見。相反的，網路上所謂的「代辦」往往只是意欲脫法之手段，實務上提供所謂代辦服務的賣方，為了確保盈利，以致其配套運作機制，反而使其提供之服務不能被認定為真正的代辦輸入。例如：以賣方會員之地址為集散地，統一將貨物送至該處，再由買方會員各自前往領取(如是，則應認定賣方會員為輸入行為之申報義務人)、向買方收取

貨款(如是，則可逕認定其為一般販賣業者)、代國外業者處理國內網路平台廣告或其他管理事宜(如是，則應視其處理業務之內容，認定其與外國業者有無代理或委任之關係，再據以適用法律)。

最後應補充說明者，縱使是純粹網路代辦輸入之情形，如並非偶然為之，而是以此為業，此時依消費者保護法第2條第2款規定「企業經營者：指以設計、生產、製造、輸入、經銷商品或提供服務為營業者。」，其仍屬該法定義之企業經營者，應適用消費者保護法並受該法之拘束。

結 論

透過網路交易平台輸入食品之行為，其適法性之判斷並非易事，然透過分析，仍可循以下原則予以檢視：

- (一)單純之網路平台管理業者，僅以廣告或傳播業者之身分，負相關行政法義務。
- (二)對於輸入或販賣行為，網路平台管理業者如主觀上有意思聯絡，客觀上有共同實施，則應就該輸入或販賣行為，負行為人之責任。
- (三)賣方會員若係蒐集買方會員之訂單後，再以賣方會員名義向外國廠商大量下單以賺取價差，則其行為之核心內容(即收取費用、交付貨物)仍不脫買賣之範圍，仍應課予販賣業者之行政法律責任。
- (四)若賣方會員僅是提供勞務之服務，使買方會員得以自行對國外廠商下單，則尚難認定賣方會員負有輸入之申請查驗義務。

參考文獻

1. 林瑞珠。2008。台灣電子商務之發展與相關法制建設，79頁。電子商務與電子交易法專論。元照出版社，台北。
2. 古文珊。2016。網路交易平台經營者法律責任之探討—以拍賣網站為核心。東吳大學法學院法律學系碩士在職專班科技法律組碩士論文，38頁。
3. 王志文。2011。兩岸電子商務法制之比較研究—以民事責任為中心。國立成功大學法律學研究所碩士論文，39頁。
4. 葉采蓉。2010。論網路拍賣契約及交易平台業者之民事責任。中原財經法學，24：226。
5. 古文珊。2016。網路交易平台經營者法律責任之探討—以拍賣網站為核心。東吳大學法學院法律學系碩士在職專班科技法律組碩士論文，53頁。
6. 陳秋芬。2011。電子商務與消費者保護法關係之研究。國立台北大學法律學系碩士論文，139頁。
7. 最高法院。2002。關於廣告契約性質之判決。91.06.14 台上字第1162號判決。
8. 郭佳玟。2006。從雅虎奇摩收費案談網拍契約及不公平競爭。[https://www.ithome.com.tw/node/39025]。
9. 古文珊。2016。網路交易平台經營者法律責任之探討—以拍賣網站為核心。東吳大學法學院法律學系碩士在職專班科技法律組碩士論文，45頁。
10. 行政院消保會。2007。關於網路販賣業者與平台管理業者性質之函示。96.10.03消保法字第0960009076號函。
11. 食品藥物管理局。2012。關於藥品網路廣告之函示。101.01.10 FDA消字第1000087461號函。
12. 法務部。2008。關於行政罰法第14條規定之函示。97.04.09法律字第0970004843號函。
13. 法務部。2013。關於網路平台管理業者法律責任之函示。102.02.04法律字第10203501280號函。

14. 行政院消保會。2007。關於網路販賣業者
與平台管理業者性質之函示。96.10.03消保

法字第0960009076號函。

Analysis on the Legality of the Import Through Online Auction

SHIH-YANG HUANG¹, MEEI-JIUAN BAI² AND TSUNG-HSI WU²

¹Shih-Yang Huang Attorneys-at-Law ²Division of Food Safety, TFDA

ABSTRACT

With its unprecedented characteristics, the internet has become a trading tool that people are accustomed to use. However, it is difficult to judge whether food import through online trading is legal or not since there is no specific legal requirement for the import accomplished through online trading in Taiwan's legal system. In this regard, this study attempts to analyze the rights, obligations, and duties assignment for each party involved in online trading through civil legal relationships, and to further clarify all individuals who are legally responsible for their behaviors. Thus, we might be more precise while defining the lawfulness of the import behaviors.

Key words: internet trading platform, network platform manager, online auction