

個案研討：電商標錯價



來源：討喜小姐

以下為數則新聞報導，請就此事件加以評論：

- 蝦皮因為肯德基蛋塔禮券標錯價，6入蛋塔禮盒只要35元，萊爾富8包入衛生紙也因標錯價只要30元。過了一夜之後，蝦皮表示將取消所有訂單並全額退款，有購買的消費者將可獲得180元或270元的全額折抵折價券，做為本次事件的補償。

說到台灣歷史上標錯價事件，首推2009年的Dell標錯價事件，當時Dell官網的促銷活動設定失誤，不管購買哪款螢幕都可以線上折扣7000元，Dell E2009W 20吋螢幕原價為7999元，折完價只需要999元就能購買，還有更便宜的Dell E1909W 19吋螢幕折完後只要500元。然而後續Dell表示不會出貨，只給消費者最多2張1000至3000元的折價券。（2021/03/19 討喜小姐）

- 網購標錯價事件屢見不鮮，全國電子近日將三星手機價格少打1個0、變成1折價，業者稱會認賠出貨，但聲明中也稱這次價格錯標是明顯可知錯誤，公司其實保有接受與否權利，不過行政院消保處打臉說，是否接受非業者說了算，只要雙方契約確定成立，且消費者沒有惡意下單，業者就得要履約。（2021/05/03 蘋果新聞網）

相關新聞：「手機界單眼」少標個 0 僅剩 1 折價 全國電子發聲明認賠要出貨

- 全國電子旗下購物網近日將號稱手機界單眼的三星 SAMSUNG-Galaxy S21 價格錯標，該手機原價近 2 萬 8 千元，業者卻少打一個「0」，變成 2790 元，引來網友下單付款完成，全國電子稍早聲明會認賠出貨。
- 但標錯價案件非僅一件，今年 3 月也同樣有蝦皮購物將 6 入肯德基蛋塔、萊爾富 8 包入衛生紙分別錯標為 35 元、30 元，分別為 2 折、3 折價，共被買了 10 萬份，原先蝦皮宣布取消訂單不出貨，只願給折價券補償，但引發眾怒下，蝦皮後續決定認賠出貨。（2021/05/03 蘋果新聞網）

傳統觀點

- 行政院消保處簡任秘書陳星宏表示，「零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項」2016 年修訂後，原則上只要雙方契約成立，不論是否是標錯價，業者就該履行契約出貨，不能任意取消訂單。
- 至於契約怎樣算成立？陳則稱要個案判定，包含要看賣家設定條款，但原則上如業者非以罐頭訊息回覆、消費者付款完成、已提供送貨日期等，多可認定為雙方契約已成立。
- 對於業者稱價格錯標是「明顯錯誤」，就有接受與否權利，陳星宏則表示，是否「明顯錯誤」非業者說了算，業者也要舉證，畢竟限量搶購商品促銷動輒 1、2 折價並非少見，如業者堅持不出貨，民眾仍可告上法院，這部分將由法官來做認定。
- 不過陳星宏也提醒，《民法》仍有誠實信賴原則，如果消費者發現異常便宜，惡意下單動輒十筆、甚至上百筆訂單，要藉此牟利，過去法院也曾判決業者不用出貨。（朱正庭/台北報導）
- 「GoMy 購買網」2012 年 9 月 16 日刊登三陽 RV250 全新出廠車促銷廣告，網路標價少了 1 個零，原本 17 萬元重機，特賣價格變成 1 萬 6000 元，引發搶購熱潮，商品上架不到 1 天就湧入了 9000 筆訂單。業

者趕緊發布聲明稿，但有 4 名買家不滿提告，法官認為，該廣告明顯是「意思表示錯誤」，業者可撤銷契約不必交車。（2013/06/23 自由時報）

人性化設計觀點

網購平台標錯價事件可說是層出不窮，事後如何收場看起來也沒有一定，有認賠照常出貨的、有業者全額退款取消訂單的、有退款取消訂單但另給下單消費者折價券的、也有業者堅不出貨告上法院再由法官酌情認定的……。

讓我們以人性化設計的觀點試著分析一下：

- 為什麼會標錯

所謂的標錯價是不是限量搶購 1、2 折的促銷商品活動，應該可以從商品的種類、性質、時機……等等合理的來判斷。我們現在討論的是「明顯錯標」，在媒體報導的不同商品知名錯標案件中，我們不妨找找看沒有什麼共同性？有的。例如：價格少標一個 0、大包裝的誤標為單包裝價、特定商品的優惠變成全商品……等等。

為什麼會少標一個 0？看來是被西式數字 3 位一撇的習慣害了。西式的數字表達是每 3 位就有一集合單位，亦即千、百萬、十億……，而中文對數字的表達確是每 4 位一個集合單位，亦即萬、億、兆……，造成寫的(西式)和說的(中式)不一樣。例如重機車原價為 17 萬元，西式寫成 170,000，而不是 17,0000，現在特價 16 萬，是不是容易誤打成 16,000 而不自知，於是就變成少標一個 0 的錯誤。還有三星手機原價 28,000，特價 27,000，結果誤打成 2,790 而不自知，出錯的原因可能也是類似的。請問，有誰看到過多打一個 0 的錯誤？

以上這種錯誤，還有大包小包、優惠範圍等類型的錯誤要如何避免呢？看來只有從軟體的設計上著手了，軟體開發業者在開發促銷特價廣告軟體時，或許可以設計當填入的折扣超過一定比率時要有提醒再確認的功能，就像我們打字輸入時按錯了鍵就會有各種方式提醒一樣。還有，若單一客戶下單超過一定數量是否該有限制或自動向商戶發出警示？請同學想想，還有沒有其他避免出錯的辦法？

- 法律該保護誰

公平交易要靠法律來維護，所以《民法》有誠實信賴原則，因為這才是制定法律的目的。所以商家標錯了價，消費者發現異常便宜，卻惡意下單動輒十筆、甚至上百筆訂單，要藉此牟利，顯然也不是法律該保護的。為什麼我們的社會有人發現別人的錯誤，不但不提醒他還馬上趁機來為自己牟利，這不是標準的「損人利己」嗎？台灣社會的風氣什麼時候變成這樣了？還有，消保單位拿消保法的規定來認定契約是否成立，這樣無條件的保護消費者(甚至包括惡意的)是立法的目的嗎？由此，我們可以看到目前修訂後的「零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項」好像仍不週延，仍有再修補漏的需要。

同學們，你個人有無類似的親身體驗？關於本議題有沒有什麼補充意見？請提出分享討論。