

## 「終身優惠」之研析意見

消費者保護處 113.6

### 壹、背景說明

本院第 86 次消費者保護會議中，委員提出「電信或健身中心的消費契約，也有所謂的『終身』用語，『終身』從合理的消費者保護角度而言不應被提及。因為法人沒辦法保證永遠提供『終身』或是永不消滅的商品或服務，即使有銀行保證或預付型交易都還是有期限，其他任何的法人（無銀行保證）也不應該宣稱有提供『終身』保證。」等語之臨時動議，經主席裁示：「請本處研究終身優惠在法律上的見解，如果覺得業者做不到終身優惠服務或方案，以後可能要多向消費者宣導為業者之話術陷阱。」。

### 貳、實務觀察及消費爭議態樣

為瞭解目前企業經營者提供的商品或服務中，究竟有哪些行業之定型化契約使用「終身」或「永久」等類似用語及其優惠內容或方式為何，爰透過本院消費申訴及調解案件管理系統觀察企業經營者使用之相關類型及內容態樣後，簡要整理如下：

- 一、電信：企業經營者提供月租費終身定額或上網終身吃到飽方案。
- 二、瘦身美容：企業經營者以提供終身課程或終身會員得享有內容，預先向消費者一次收取全部金額之費用，標榜後續服務均無須再付費或僅須定期支付少許行政費用。
- 三、美容：企業經營者以成為會員即得享有終身特定服務免

費或終身享有優惠折扣，吸引消費者繳交會費入會並購買課程。

- 四、短期補習班：企業經營者販售課程並表示可以終身學習。
- 五、健身中心：企業經營者以成為終身會員為由，預先向消費者一次收取大筆費用，或約定待所購課程全部上畢後，即可享有終身會員資格。
- 六、學習教材：企業經營者販售學習教材及所需相關設備，並標榜享有終身免費線上家教或諮詢服務。
- 七、交友服務：企業經營者標榜一次收費終身享有排約或其他服務，無須再繳付其他費用，或僅須支付少許費用。
- 八、電器產品、皮件、飾品：企業經營者標榜提供終身保固、維修或終身免費修改等相類服務。
- 九、網路連線遊戲：企業經營者就消費者於網路連線遊戲中以課金購得之虛擬道具或裝備，標榜得以終身使用。
- 十、骨灰(骸)存放單位(靈骨塔)：企業經營者標榜管理費一次付清，即有永久使用權。
- 十一、保險：企業經營者提供終身人壽保險或小額終老壽險。
- 十二、俱樂部、聯誼會：企業經營者提供消費者購買終身會員，得終身享有使用相關設施之服務。
- 十三、應用程式(APP)：企業經營者標榜購買應用程式後得以終身使用或終身免費更新。
- 十四、影音串流平台：企業經營者提供終身一定金額月租費之影音訂閱方案。

惟企業經營者與消費者發生之消費爭議，非必然與其提供上述「終身」或「永久」等用語之優惠或內容相關，爰再就本院消費申訴及調解案件管理系統受理之消費申訴案件

中，彙整有關企業經營者無法依約履行其提供之「終身」或「永久」等用語優惠或內容之消費爭議態樣<sup>1</sup>如下：

- 一、企業經營者任意停止提供、無法聯繫、倒閉或停業等情事。例如：原提供終身免費維修，嗣後表示不再提供或因倒閉、停業未能提供。
- 二、企業經營者並未停止提供「終身」或「永久」等優惠或內容，惟告知消費者如欲繼續享有此優惠或內容，須再給付其他費用。例如：原提供終身免費排約服務，嗣於每次排約時要求再支付費用。
- 三、企業經營者提供的「終身」或「永久」等優惠或內容，因其內部關係異動而無法提供。例如：原提供終身享有影音串流平台定額月租費方案，惟此方案係企業經營者與第三方共同合作提供，現因與第三方終止合作，致未能繼續提供。

### 參、契約自由原則與定型化契約規制

- 一、契約自由乃私法自治的重要基本原則，雙方當事人得依其自主意思，決定是否訂立契約、選擇締約之對象、選擇訂立契約方式及決定契約內容之自由，嗣雙方當事人因相互意思表示一致，而成立契約，在內容不違反法律強制規定或公序良俗之情況下，雙方當事人均應受契約拘束。
- 二、惟隨著社會經濟的發展，企業經營者為提高經營效率、創造大量交易機會並節省經營成本，預先單方面擬定契約條款，並將之作為與多數消費者締結契約之一部或全

<sup>1</sup> 自 110 年 4 月 24 日起至 113 年 4 月 24 日止，約有 826 件。

部之內容之用，此即係消費者保護法(下稱消保法)第2條第9款所稱之定型化契約。查因定型化契約係由企業經營者一方預先擬定，契約相對人即消費者就一般契約條款幾無磋商餘地，雙方締約地位顯不平等，倘未就定型化契約加以管制，將致消費者可能受不公平之契約條款拘束而受有損害。準此，為保障消費者權益，我國除對於定型化契約進行行政規制，亦即依消保法第17條規定，由中央目的事業主管機關訂定定型化契約應記載及不得記載事項作為企業經營者與消費者間契約最低內容規範外，另就定型化契約為司法規制，亦即由司法機關依個案具體情形，檢視所使用之定型化契約有無消保法第12條違反平等互惠或誠信原則之情形。

## 肆、綜合分析建議

### 一、終身之定義

企業經營者之定型化契約條款如涉及提供商品或服務之「終身」或類此用語等優惠或內容時，首須釐清此之「終身」，究係指企業經營者之「終身」或消費者之「終身」？按定型化契約條款如有疑義時，應為有利於消費者之解釋，消保法第11條第2項定有明文，爰此之「終身」應為有利於消費者之解釋，而係指消費者之一生，合先敘明。實務見解亦有肯認終身會員之「終身」，係指消費者的一生<sup>2</sup>。

### 二、實體類型區分

<sup>2</sup> 兩造間訂有系爭契約，原告及其配偶「終身」享有使用被告俱樂部之游泳池、健身房、三溫暖，並附有相關之服務與優惠等權利，足見系爭契約訂有期限，該期限係至會員即原告生命終止日始屆至，參照臺灣臺北地方法院105年度訴字第4554號民事判決意旨。

企業經營者使用「終身」、「永久」或類似用語，提供商品或服務之優惠或內容，倘確能依約履行，無不能給付之風險，自屬有利於消費者，自無禁止之理；惟若該商品或服務本質即無永久提供之可能或企業經營者嗣後因故無法提供，恐致消費者承受無法履約風險甚至受有損害。準此，本文擬以商品或服務之性質、有無足以排除或降低消費者因企業經營者給付不能所致風險之相關管理配套措施、有無足以相繩之其他規範等因素，試圖釐清得使用「終身」、「永久」或類似字樣等用語之定型化契約類型，並為初步分類如下：

(一) 允以定型化契約條款記載「終身」、「永久」或類似字樣等用語者：

- 1、**保險商品**：人壽保險係以轉嫁死亡風險為主要目的之保險，區分為定期人壽保險及終身人壽保險（下稱終身壽險），後者提供被保險人至死亡時之一定保障，並由保險人（即企業經營者）於被保險人死亡時提供保險金予受益人，故就此類商品而言，「終身」乃屬不可或缺之特性。再者，保險人（即企業經營者）於銷售終身壽險之保險商品前，依保險法第 144 條第 1 項規定須送請主管機關審查，如內容有重大錯誤或不實記載，主管機關得逕行退回不予審查或命停止銷售<sup>3</sup>，故其保單條款均已由主管機關審慎評估妥適性；倘遇保險人（即企業經營者）被接管、勒令停業、命令解散或重整等情事者，依保險法第 143 條之 3 規定，尚有保險安定基金代

<sup>3</sup>保險商品銷售前程序作業準則第 30 條規定參照。

行墊付相關金額<sup>4</sup>，提供被保險人或受益人充分保障，凡購買依我國法律設立許可之本(外)國人身保險業在我國境內銷售之有效保險契約，均受此保障，並無期間限制，似足以排除或降低消費者因保險人（即企業經營者）給付不能帶來之風險。基於上述理由，似可認就保險商品之定型化契約條款而言，使用「終身」、「永久」或類似字樣等用語尚無不當。

2、**骨灰(骸)存放單位(即靈骨塔)使用權**：查依骨灰(骸)存放單位使用權買賣定型化契約應記載事項第6點規定，企業經營者提供之骨灰(骸)存放單位使用權使用期間，區分為「永久使用權」及「固定年限使用權」，如係「永久使用權」，則係指企業經營者同意消費者得永久供奉存放骨灰(骸)至骨灰(骸)存放設施自然老舊不能修復時止，此使用期間非以消費者一生為斷，而係以存放設施自然老舊不能修復為止，倘消費者死亡發生繼承情事時，仍得依同事項第19點規定請求辦理過戶並換發使用權證明，故此商品之提供，係以「永久存續」為特性。又主管機關內政部另以專法即殯葬管理條例規範企業經營者所收取之費用，應明定管理費並於金融機構分別開設日常支出專戶及急難支出專戶，將管理費存入上開專戶使用，上開專戶之設立、存入、支用、管理、查核、急難支出之使用條件與動支及其他應遵行事項之辦法，由內政部訂之<sup>5</sup>；並透過設

<sup>4</sup> 保險業依第149條第3項規定被接管、勒令停業清理或命令解散，或經接管人依第149條之2第2項第4款規定向法院聲請重整時，安定基金於必要時應該保險業墊付要保人、被保險人及受益人依有效契約所得為之請求，保險法第143條之3第1項第3款規定參照。

<sup>5</sup> 殯葬管理條例第35條、第35條之1規定參照。

置專簿造冊記載收支運用情形、上開專戶之年度決算書送經會計師查核簽證並送主管機關備查等相關措施<sup>6</sup>，藉由行政監管措施敦促企業經營者得以長久健全經營；倘遇企業經營者破產或經營不善等情事，主管機關亦有輔導消費者組成權益保護團體並函請金融機構提領上開專戶款項餘額等相關維護消費者權益措施<sup>7</sup>，似足以排除或降低消費者因企業經營者給付不能所致風險。準此，似亦可認就骨灰(骸)存放單位使用權之定型化契約條款而言，使用「終身」、「永久」或類似字樣等用語並無不當。

(二)其他商品或服務之定型化契約條款得否記載「終身」、「永久」或類似字樣等用語，再以法規有無規範區分如下：

- 1、短期補習班補習服務、健身中心、瘦身美容及美容：  
鑑於過往屢發生企業經營者以一次消費即得成為終身會員或擁有終身學習資格吸引消費者繳付全部費用後，企業經營者倒閉而發生給付不能情事，致消費者權益受損，相關主管機關遂於「短期補習班補習服務契約書」<sup>8</sup>、「健身中心定型化契約」<sup>9</sup>、「瘦身美容定型化契約」<sup>10</sup>及「美容定型化契約」<sup>11</sup>之不得記載事項明定企業經營者不得於廣告說明

<sup>6</sup> 殯葬管理條例第 36 條之 1 規定參照。

<sup>7</sup> 殯葬管理條例第 36 條之 3 規定參照。

<sup>8</sup> 短期補習班補習服務契約書不得記載事項第 3 點：「乙方之廣告說明，不得使用『終身』、『永久』等用語或類此字樣」。

<sup>9</sup> 健身中心定型化契約不得記載事項第 6 點：「業者之廣告說明，不得使用『終身』、『永久』等用語或類此字樣」。

<sup>10</sup> 瘦身美容定型化契約不得記載事項第 9 點：「企業經營者之廣告說明，不得使用『終身』、『永久』等用語或類此字樣」。

<sup>11</sup> 美容定型化契約不得記載事項第 9 點：「企業經營者之廣告說明，不得使用『終身』、『永久』等用語或類此字樣」。

使用「終身」、「永久」等用語或類此字樣；又按企業經營者應確保廣告內容之真實，其對消費者所負之義務不得低於廣告之內容；企業經營者之商品或服務廣告內容，於契約成立後，應確實履行，消保法第 22 條定有明文。是以，企業經營者於契約成立後所負之履行責任，包括廣告內容責任，故應認廣告為契約之一部分，倘屬契約一部分之廣告，不得使用「終身」、「永久」等用語或類此字樣，則舉輕以明重，有關短期補習班、健身中心、瘦身美容及美容之定型化契約條款，既同屬契約內容，自當無允其使用「終身」、「永久」等用語或類此字樣之餘地。

- 2、至其他商品或服務之定型化契約條款，未於法律或應記載及不得記載事項明文禁止使用「終身」、「永久」等用語或類此字樣者，本於保護消費者之立場，如企業經營者仍欲使用記載「終身」、「永久」等用語或類此字樣之定型化契約條款時，須視其提供之履約保障機制，是否得以如同上述保險安定基金或殯葬管理條例所定，屬於不設期間之履約保障或須由第三方（包括但不限於主管機關）介入之完善管理配套措施等足以保障消費者權益而定。如得提供，消費者因企業經營者給付不能所致之風險足以排除或降低，即無禁止之必要；如企業經營者未能提供此類機制，自不宜允其記載。

- (三) 企業經營者使用之定型化契約未記載「終身」、「永久」等用語或類此字樣，僅以話術宣稱有此種優惠或內

容誘使消費者簽訂契約：

- 1、如企業經營者係未經邀約而與消費者在其住居所、工作場所、公共場所或其他場所訂立契約時，即屬消保法第2條第11款所稱之訪問交易，消費者於締約後得依消保法第19條解除契約，無須說明理由及負擔任何費用或對價。
- 2、而非屬訪問交易者，因企業經營者以話術宣稱「終身」、「永久」等用語或類此字樣之優惠或內容，多係於銷售商品或服務時所為，則應屬公平交易法（下稱公平法）第21條所稱「其他使公眾得知之方法<sup>12</sup>」並無疑問；惟若藉此對於與商品、服務相關而足以影響交易決定之事項，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵者，即有公平法第21條不實廣告規範之適用。縱無虛偽不實或引人錯誤，而企業經營者已構成足以影響交易秩序之欺罔<sup>13</sup>或顯失公平<sup>14</sup>之行為時，亦有公平法第25條之適用。

### 三、法制面未來精進方向

- (一)承上所述，骨灰(骸)存放單位使用權定型化契約條款固得使用「終身」、「永久」或類似用語，且現行應

<sup>12</sup> 本法第21條所稱其他使公眾得知之方法，指得直接或間接經由網路或實體管道使特定多數人、非特定之一般或相關大眾共見共聞之訊息的傳播行為，包括透過社群媒體或通訊軟體之群組聊天、舉辦產品（服務）說明會、事業將資料提供媒體以報導方式刊登、銷售人員於銷售現場以口頭方式推銷介紹商品(服務)而將訊息散布於眾等，公平交易委員會對於公平交易法第二十一條案件之處理原則第3點參照。

<sup>13</sup> 本條所稱欺罔，係對於交易相對人，以欺瞞、誤導或隱匿重要交易資訊致引人錯誤之方式，從事交易之行為，常見類型例示如下：冒充或依附有信賴力之主體、未涉及廣告之不實促銷手段、隱匿重要交易資訊等，公平交易委員會對於公平交易法第二十五條案件之處理原則第6點參照。

<sup>14</sup> 本條所稱顯失公平，係指以顯然有失公平之方法從事競爭或營業交易者，其類型例示如下：以損害競爭對手為目的之阻礙競爭、榨取他人努力成果、不當招攬顧客、不當利用相對市場優勢地位、妨礙消費者行使合法權益、利用定型化契約之不當行為等，公平交易委員會對於公平交易法第二十五條案件之處理原則第7點參照



記載事項已規範永久使用權使用期間及消費者發生繼承情事之處理方式。惟如該骨灰(骸)存放設施與其坐落土地非屬同一人時，一旦土地所有權易主，會否影響消費者使用該設施供奉骨灰之永久使用權利，現行有無相關規範可資因應等情，本處後續擬函請目的事業主管機關研處回復，如有必要建請納入殯葬管理條例或應記載及不得記載事項之研修規劃。

- (二)而「短期補習班補習服務契約書」、「健身中心定型化契約」、「瘦身美容定型化契約」及「美容定型化契約」之不得記載事項固已明定企業經營者不得於廣告說明使用「終身」、「永久」等用語或類此字樣，且依舉輕以明重之法律解釋，亦認契約條款不得記載此類用語。惟為明確法規適用避免因解釋發生爭議，本處亦將函請相關目的事業主管機關於修訂上開定型化契約應記載及不得記載事項時，增訂不得於契約記載「終身」、「永久」等用語或類此字樣。
- (三)本處近期於審查新訂應記載及不得記載事項草案時，如企業經營者有提供使用「終身」、「永久」或類似用語優惠或內容之情事，例如：交友服務、學習教材，亦將得否記載「終身」、「永久」等用語或類此字樣一情納入研討範疇。
- (四)至其他目的事業主管機關就其他涉及「終身」、「永久」或類似用語優惠或內容之定型化契約如已訂有應記載及不得記載事項，惟未就得否記載「終身」、「永久」或類似用語為規範者，本處將另函請各目的事業主管機關斟酌評估得否允其記載及有無足以排除或降



低消費者因企業經營者給付不能所致風險之履約保障機制等情，研議有無修正必要。

- (五)又企業經營者於使用記載「終身」、「永久」或類似用語優惠或內容之定型化契約條款時，縱無應記載及不得記載事項可資遵循，仍應受消保法第12條平等互惠或誠信原則拘束，亦即須檢視該定型化契約條款之詳細內容、消費者所為對待給付是否相當、是否負擔非其所能控制之危險或其他顯有不利於消費者情形等，並綜合契約整體內容觀察，由司法機關依個案具體情形判斷是否顯失公平而無效，附此敘明。

四、復因不論新訂或修正相關定型化契約應記載及不得記載事項，法制作業恐須些許時程方能完備，本處爰擬同步從下列面向進行宣導：

(一)目的事業主管機關部分

- 1、請其呼籲所轄業別之企業經營者並轉知相關公協會，倘所轄業別之應記載及不得記載事項已明定禁止使用「終身」、「永久」或類似用語者，請企業經營者切實遵守，如有違反，主管機關即得依消保法第56條之1進行裁處。至於無應記載及不得記載事項規範，而企業經營者欲使用記載「終身」、「永久」或類似用語之定型化契約條款與消費者簽訂契約，請先衡酌是否在消費者有生之年均能提供，不會因外在因素（如通貨膨脹、零件材料停產、經營不善等）影響履約能力，並有充分完善之履約保障機制，足以排除或降低消費者因企業經營者給付不能所致風險；如否，則請避



免使用記載「終身」、「永久」等用語或類此字樣之定型化契約條款與消費者締約及作為廣告行銷手段。

- 2、另請主管機關提醒消費者：如遇企業經營者以記載「終身」、「永久」或類似用語定型化契約條款締約者，請詳細審閱內容，倘發現企業經營者有違反應記載及不得記載事項規定之情事，請拒絕與之簽約並向主管機關檢舉；切勿輕信企業經營者行銷話術，請審慎瞭解其經營狀況、履約能力，並請審慎評估自己所為之給付與企業經營者所稱「終身」、「永久」或類似用語之優惠或內容是否屬顯不相當之對價、如企業經營者倒閉所承受風險高低及可能承受損害範圍等因素，再為正確之消費選擇。另請一併將上述內容納為消費者宣導教育之題材。

- (二)本處亦將透過多元管道(例如：納入有獎徵答題庫、製作圖卡刊登網站或刊物、廣播或拍攝影片等)對消費者宣導上述(一)2、之內容。

## 伍、結論

- 一、企業經營者得否以定型化契約條款記載「終身」、「永久」或類似用語之優惠或內容：

- (一)如係屬保險或骨灰(骸)存放單位使用權定型化契約，自當允其使用。
- (二)短期補習班補習服務、健身中心、瘦身美容、美容之定型化契約不論於廣告或契約本文，均不得使用。

(三) 其餘類別之商品或服務，須視企業經營者提供之履約保障機制得否足以排除或降低消費者因其給付不能所致風險（例如：不設期間之履約保障或須由第三方介入管理、稽核或其他消費者保護配套措施等）而定。

二、企業經營者僅以話術誘使消費者簽約，並未使用記載提供「終身」、「永久」或類似用語之優惠或內容之定型化契約條款：倘屬訪問交易，消費者得依消保法主張解除契約，如有不實廣告或足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平等行為，則有公平法相關規定之適用。

三、本處未來策進作為

(一) 法制面：近期於審查交友服務、學習教材等新訂應記載及不得記載事項草案時，將得否記載「終身」、「永久」或類似用語一案納入討論範圍；另將函請相關主管機關衡酌商品或服務本質及有無完善足夠之履約保障機制等情，研議評估得否記載此類用語以為滾動式檢討修正。

(二) 教育宣導方面

1、請目的事業主管機關呼籲所轄業別之企業經營者並協請相關公協會轉知，倘企業經營者提供之履約保障機制不足使消費者排除或降低因企業經營者給付不能所致風險者，請避免使用「終身」、「永久」或類似用語行銷及簽約；另提醒消費者，遇有使用「終身」、「永久」或類似用語之優惠或內容之定型化契約，務必詳細審閱。如發現違法情事請拒絕簽約；切勿輕信行銷話術，審慎評估己身因企業經營者倒閉後承受之風險高低再為正確



消費選擇。

- 2、本處亦將以多元管道(例如：納入有獎徵答題庫、製作圖卡刊登網站或刊物、廣播或拍攝影片等)提醒消費者前點內容，以維護己身權益。

