

淺析保險契約之契撤期與審閱期 是否影響網路投保之發展

林聖智

金融監督管理委員會（以下簡稱金管會）已於民國 104 年 6 月 24 日放寬第三階段保險業辦理網路投保之險種及提高單一公司之投保額度，以及增加網路保險服務。開放項目包括調整單一公司之保險金額與同業累積保險金額相同，並增加個人責任保險、高爾夫球員責任保險、家電維修保險、智慧型行動裝置失竊保險及實支實付型健康保險。另為配合本次開放保戶可透過網路辦理各項保險服務，金管會亦修正公告排除電子簽章法適用之項目，如刪除保險法第 111 條、第 119 條及強制汽車責任保險法第 24 條後段等 3 項「書面」通知項目。金管會為活絡保險業辦理網路投保業務，將視網路投保業務辦理情形及參考國外作法，持續檢討修正相關措施，俾進一步增加消費者網路投保之便利性，以及提升保險業辦理電子商務效能。惟國內開放網路投保滿週年，金管會於 104 年 10 月 13 日公布相關成效，發現以產險效應最明顯，一年來共有 12.78 萬件保單經由網路投保，保費收入突破億元，達 1.46 億元，而壽險則僅收到 1.5 萬張保單，保費總計 654 萬元。為何會造成如此差異，壽險業表示，主要是近來廉價航空盛行，許多消費者用網路投保產險業的旅遊不便險，看重的是行李遺失、行程延誤等承保

內容；而壽險業所面臨的問題在於替第三人投保必須取得書面同意，且必須年滿 20 歲才能網路投保，造成一家人出遊卻不能一起用網路投保旅平險，反而更不便利，所以壽險保戶用網路投保比重不高。另亦有業者表示網路投保對於保險金額仍有相當的限制，以及相關的法令限制仍未鬆綁，造成壽險則僅收到 1.5 萬張保單，保費總計 654 萬元遠不及一張大額儲蓄險的保費收入。

本文就保險契約之契撤期與審閱期是否會造成發展電子商務之阻礙做初步之討論，並且就電子商務是否適用審閱期之規定做相關論述。

一、保險契約之契撤期

國人近年來，以人壽保險做為風險移轉的工具越來越普遍，而壽險大部分具有長期契約性質，為使保戶充分了解保單條款內容，對保險業者提供保險契約，保戶享有 10 天的撤銷期間；民眾只要在期限內提出，業者必須「無條件」、「無息退還」保戶所繳保費。

若購買壽險後行使契約撤銷權，應注意兩大相關事項，首先是契約撤銷權「行使時間」，為保戶在收到保單隔日起算 10 天內，如果保單由業務員轉送，以保戶於

保單簽收回條所記載之日為保單收受日；若為郵寄，則以雙掛號回執聯記載的保戶簽收日為保單收受日。

其次，在契約撤銷權「行使方式」方面，依照保單條款之約定，應以書面檢同保險單向保險公司行使，保戶可親自以臨櫃或掛號郵寄方式辦理；若透過原經手的業務員，務必請業務員出具收據。

金管會並強調，各家業者設計之保險商品不同，簽訂保險契約前，可先向保險業務員索取保單條款並審閱內容，以確認所購買之保險商品符合需求，且收到保單後應詳細審閱保單條款；民眾如果不滿意保單內容，應善加利用「契約撤銷權」。

關於契撤權部分，其實保險法並沒有規定「契約撤銷權」，也並無相關規定，關於契撤權之沿革如下：

(一) 民國 77 年

契撤權的由來係參考美國、日本引進而來的制度，一開始被稱為「契約撤回請求權」，只有未經過醫師體檢，或沒有體檢的人壽保險才有適用。當時行使的方式是要保人繳交保險費後 10 日內，用「書面+雙掛號」寄回撤銷保單，人壽保險業自民國 78 年 1 月 1 日起實施「契約撤回請求權」制度，讓要保人在繳交第一次保險費後，仍有撤回要保的機會，以免損及其權益。（財政部 77 年 8 月 25 日臺財融第 770286581 號函）。

(二) 民國 81 年

依財政部 81 年 3 月 7 日臺財保第 811757055 號函，將「契約撤回請求權」

修改為「契約撤銷權」。此時不管有無體檢，均可以適用該項權利，將撤銷生效前後，保險人應負的責任寫得更加清楚。另外撤銷的時間點也從要保人繳交保險費後，變更為「繳交保險費+簽收條款」時翌日起算 10 日內。而行使方式仍同上述，但已可以「親自」去保險公司辦理。

(三) 民國 82 年

依財政部 82 年 12 月 24 日臺財保第 821731178 號函（83 年 3 月 1 日起適用）之規定，修正撤銷權的起算點，從民國 81 年「繳交保險費+簽收條款」，變更為「收到保險單」，這是撤銷權的一大進步，也是對保戶而言從繳交保費時，變成收到保單時，其選擇上大有幫助。

(四) 民國 84 年

正式將撤銷權從函釋增訂到「條款」中原本名稱為「人壽保險單一般條款標準條文」，於當年修正為目前所稱的「人壽保險單示範條款」，並從原本行政函釋的階級，進一步的列進條款當中，這對保戶而言更具有保障效力。最重要的是行使的方式不再是「雙掛號」，改為「掛號」即可。

(五) 民國 95 年

將行使方式做最後變動，由「親自或掛號郵寄」改為現在的「得以書面檢同保險單」，之後到目前並無特別的更動。以上就是「契約撤銷權」的由來以及條款變更的經過。

以上為契撤權之沿革，現行契撤期所適用之險種為個人二年期以上之人身保險

契約，如保險業未於個人二年期以上之人身保險契約提供要保人契約撤銷期時，主管機關得依規定課予行政懲處，與保險業違反審閱期之規定，其法律效果為將使保戶可以主張該條款不構成契約內容之一部分的效力不同。

二、保險契約之審閱期

所謂審閱期係指保險公司與保戶簽立保險契約前（指新投保、中途附加及辦理更約權），依消費者保護法定型化契約的相關規定，應提供合理期限供保戶審閱全部條款內容，該保戶審閱條款的期間稱為保險契約審閱期。依金融監督管理委員會 99 年 6 月 24 日金管保理字第 09902556330 號函准予備查公布之「人身保險業辦理傳統型個人人壽保險契約審閱期間自律規範」，並於 99 年 9 月 1 日起保險公司於招攬傳統型個人人壽保險契約時，應提供商品條款予要保人審閱至少三天。當時是否應增加審閱期乙案，壽險公會建議「人壽保險單示範條款」不予增列審閱期間乙節，壽險公會與金管會保險局於行政院消費者保護委員會（以下簡稱消保會）審查會中多次表達意見，爭取保險契約免適用審閱期間或排除電話行銷通路適用審閱期間，當時保險監理機關及保險業者一再地與其溝通，希望不要在已有契約 10 日撤銷權之外，再疊床架屋地推出審閱期，二者在法律性質上當然不同，但對消費者瞭解契約內容權利的保障，其差別真的無關宏旨，但此一建議未被消保會所接納，以致造成保險契約訂立前有審閱期，發單後又

有 10 日契約撤銷權的怪異現象，最後消保會仍依消費者保護法第 11 條之 1 之規定決議於「傳統型個人人壽保險定型化契約條款範本（分紅保單）、（不分紅保單）」增列審閱期間至少 3 日。關於審閱期間不得低於 3 日，3 日如何認定，目前係以取得條款樣張當日加 4 日曆天後，方可簽訂要保文件，另以電話行銷之案件可以電話錄音方式作為確認審閱之證明。此確認方式雖不用保戶簽名，但應於電話錄音中表明提供審閱期間之意旨。電話行銷人員進行電話行銷過程應經要保人同意全程錄音並備份存檔，並針對傳統型人壽保險已提供要保人審閱之契約條款內容、聲明書、電話錄音紀錄等相關紀錄存檔列管，保存期限不得低於保險契約期滿或通知要保人不同意承保後二年。如非線上成交案件，實務上保險業會請要保人另填寫「傳統型個人人壽保險契約審閱期間確認聲明書」並簽名確認。

三、契撤權與審閱權係為不同規定

契撤權與審閱權係為不同規定，兩者主要不同簡述如下：

（一）兩者之定義不同

契撤權係指要保人於保險單送達後，於一定期間內，以書面檢同保險單向保險公司行使。

審閱權則為保險公司與要保人簽訂保險契約前，應提供合理期間，供要保人審閱全部條款內容。

(二) 兩者目的不同

契撤權之目的係避免要保人一時衝動所作的投保行為，特別將判斷時間延後的猶豫期間制度。

審閱權的規範目的在於使要保人在簽訂定型化契約前，有充分瞭解契約內容的時間，從而決定是否訂立契約。

(三) 兩者之法律效果不同

契撤權目前係基於「人壽保險單示範條款」而設，性質上屬於行政規則之規範，如果違反，主管機關將依法令請求修正。

審閱權係基於消費者保護法第 11-1 條之規定而設，性質屬於強制規定，為企業經營者之法定義務，不得拋棄。

除上述幾點不同以外，關於期間之規定以及適用之險種亦不同，故契撤權與審閱權實為不同規定。

四、目前實務對於審閱期之適用

客戶取得保險契約條款樣張並完成審閱後，是否可以自願提前於三日內簽訂保險契約？目前實務上保險公司在確定客戶充份了解契約內容後，由客戶親自於聲明書上書寫並聲明『本人提前完成審閱，願意簽訂本契約』。

關於消費者自行放棄審閱期之約定是否有效茲簡述如下：

(一) 消費者保護法第 11-1 條之雖有審閱期之規定，其出發本意係為避免消費者未充分了解契約內容即驟然締約，容易有未發現契約中有不合理條款之情事，然實務上將導致消費者與企業

經營者訂立契約時，於取得定型化契約後，須待一段期間，方能簽立契約，而多有不便，故實際上為避免此種情事或為儘快達成協議，多會由消費者簽立所謂的自願放棄審閱期條款，以資因應此情況，惟事後消費者與企業如發生消費糾紛，又往往以消費者保護法之規定主張此約定無效，進而主張全部契約條款未經審閱，而有不構成契約內容之情事。

(二) 過往實務上對此多認定如下，臺灣高等法院 95 年度上易字第 107 號民事判決：「如消費者已有詳細審閱契約之機會，該條之保護目的已達；更何況，於現代交易型態下，許多交易機會稍縱即逝，對消費者而言，時效掌握之重要性未必低於契約審閱權，消費者若已藉由其他方式瞭解契約內容，或基於其他考量，而決定放棄審閱期間以爭取交易機會，若強令所有以定型化約款進行之交易均需嚴格遵守審閱期間，無異使交易遲延，消費者可能因而坐失商機，未必盡屬有利。易言之，若消費者於簽約審閱契約條款內容之期間，雖未達規定期間，惟企業經營者未有妨礙消費者事先審閱契約之行為，消費者有充分了解契約條款之機會，且於充分了解後同意與企業經營者成立契約關係，基於其他考量而選擇放棄審閱期間者，要僅係消費者自行放棄權利，法無禁止拋棄之明文，則在現代私法自治及契約自由原則之下，並無不可。另企業經營者為

使消費者更易於掌握契約條款重要內容，而於契約條款下要求消費者簽名，以慎重其事，對於消費者並無不利，更與消費者保護法立法旨趣無違。消費者事後始以審閱契約條款內容之期間未達規定期間，主張契約條款不構成契約之內容，其行使權利顯然違反民法第 148 條第 2 項所定誠信原則，應認消費者不得再為此主張。」

（臺灣高等法院 97 年度上易字第 346 號民事判決、臺灣高等法院 94 年度上易字第 339 號民事判決同此意旨），由上開見解可知，實務上並不否認消費者自行放棄審閱期之約定之效力，認為消費者基於其他考量而選擇放棄審閱期間者，僅係消費者自行放棄權利，法並無禁止拋棄之明文，則在現代私法自治及契約自由原則之下，並無不可。

(三) 然最高法院 98 年度台上字第 168 號民事判決對此有進一步之闡述如下：「按消費者保護法第 11 條之 1 第 1 項固規定，企業經營者與消費者訂立定型化契約前，應有 30 日以內之合理期間，供消費者審閱全部條款內容。惟依同條第 2 項規定，倘企業經營者於訂約前，未予消費者合理之審閱期間，亦僅生由企業經營者單方所預先擬定之定型化契約條款，不構成契約之內容，非謂當事人間之契約關係不成立或無效。此因定型化契約條款未能列為契約內容之事項，應視兩造間契約之性質，依相關法律規定補充之。次

按企業經營者於其所提供之定型化契約中，加註消費者自願拋棄契約審閱權之條款，按其情形顯失公平者，依民法第 247 條之 1 第 3 款、第 4 款之規定，該條款應屬無效者，仍應由企業經營者舉證證明已提供消費者合理審閱契約之期間，否則即應依前開情形處理。經查，本件上訴人與永慶公司約定，由永慶公司報告訂約之機會或為訂約之媒介，上訴人給付報酬之契約，屬居間契約之性質。系爭專任委託銷售契約書所載消費者自願放棄契約審閱權之定型化契約條款，依其情形顯失公平，故該拋棄契約審閱期之條款應屬無效。」。即於判斷消費者自願拋棄契約審閱權之條款效力與否，須注意該條款是否對消費者有無顯失公平之情事，如有顯失公平之情事，仍應認定該條款有無效之情形。

新修正之消費者保護法第 11 條之 1 新增第 2 項：「企業經營者以定型化契約條款使消費者拋棄前項權利者，無效。」，其修正理由為實務常見企業經營者於其所提供之定型化契約中，加註消費者自願拋棄契約審閱權之條款，此類型條款對消費者顯失公平，應屬無效，爰增訂第 2 項，以保護消費者審閱契約之權利。例如常見企業經營者使用「○○○簽訂本契約前，已確實充分瞭解本契約書及其附件無誤，自願放棄※日以上之審閱權利」之定型化契約條款，類此使消費者拋棄審閱權利之條款，對消費者顯失公平，不生效力。

五、國外對於電子商務是否須適用審閱期

國外已將容易腐敗的生鮮食品，容易被複製的數位內容列為特殊商品服務，得不適用 7 日猶豫期。因此，像是生鮮食品的網購，或是 App 下載、電子書、音樂內容下載、網購 DVD 影音光碟等產品。目前行政院消保處亦訂有「消費者保護法通訊交易解除權例外情事適用準則草案」其中對於合理例外情事，指商品或服務有下列情形之一者：一、易於腐敗或過期。二、因消費者個人之指定或符合其個別需求而為之給付。三、報紙、期刊或雜誌。四、經消費者啟封之影音商品或電腦軟體。

另可參酌歐盟遠距契約消費者保護指令，採負面表列之方式，增列消費者就某些特定之交易客體無七日內不附理由解除契約之權利，例如：1. 交易客體之價格在中央主管機關公告金額以下者。2. 交易客體之價格隨金融市場之波動而為調整，非企業經營者所能控制者。3. 易於腐敗或過期之交易客體。4. 企業經營者針對消費者個人之指定或符合其個別需求而為給付之交易客體。5. 報紙、期刊或雜誌。6. 業經消費者啟封之影音產品或電腦軟體。

而日本的特別商交易法也在此次修正中取消原來的「指定商品」、「指定服務」制度，而改為負面表列的方式。因為現行的指定制度，是採正面表列，常受到掛一漏萬之批判，因而在此次修正時亦將其改成原則適用，例外不適用的負面表列的方式（日本的特定商交易法對於訪問買賣、通信買賣、電話推銷買賣的相關規定，是

於本法外由產業經濟省以政令的方式另訂出「指定商品」、「指定服務」、「指定權利」，才能成為該法的規範對象。而對於未被列為指定規範的項目，也只能在消費者發生消費爭議的情況趨於明顯後，用政令將其追加為規範對象，然而，伴隨商品及服務的多樣化及提供方式的複雜化，這樣的方式已經難以謀求適當的規範效果。而且造成惡質的企業經營者將眼光專注於未成為規範對象之商品、服務，結果造成消費者莫大危害。因此，在此次的修正，為了將消費者的受害防患於未然，而廢止指定制度，原則上將所有商品、服務皆列入規範對象，因應必要設計排除適用的例外對象。請參考日本經濟產業省，「特定商取引に関する法律および割賦販売法の一部を改正する法律について」。而日本負面表列的項目由政令另定之。日本特別商交易法雖對通信買賣並未直接規定猶豫期間之適用，但此次修法在第 26 條對於其他適用猶豫期間之交易類型，亦排除適用的方法，列出不宜適用猶豫期間的商品、服務，包括：1. 全面性排除適用者：根據其他法規，已適切以消費者保護為目的受規範的商品、服務。例如：金融商品法中已規定之金融商品交易事業所為之商品販賣或服務提供等。2. 部分性的排除適用者：（1）僅排除適用書面交付義務與猶豫期間者：例如：消費者被店員從外面拉客至餐廳用餐（屬訪問買賣），就在該餐廳飲食的情況。若接受每次點菜或接受服務及需要皆需要交付書面，會造成消費者不必要的煩擾。（2）乘坐用車輛、葬儀事務、化妝品

或健康食品等所謂消耗品在使用或一部分消費的情況，以及現金交易未滿日幣 3,000 元者。3. 其他排除適用者。(以上內容引用自國立中興大學財經法律學系劉姿汝副教授「網路購物契約與消費者保護」一文)

此次消費者保護法修正條文之立法委員之修正提案中亦提到日本、韓國、英國、美國等國相關之消費者保護法雖亦有猶豫期間之規定，卻訂有除外規定，以美國「冷靜規則」(Cooling-Off Rule) 為例，猶豫期間並不包括若干情事，例如(一)銷售價格低於 25 美金、(二)商品或服務並非主要提供個人或家庭使用，而係供指導或訓練課程所需、(三)全部係經電子郵件或電話提供該商品或服務、(四)商品銷售或服務提供前，已在其營業場所向消費者說明或溝通過、(五)係為了緊急事件之需，例如昆蟲突然出現在消費者家中，而消費者亦同意放棄解除權、(六)依據消費者之要求，修理或保全其個人財產。同時，對住宅、保險、證券、汽車、藝術、工藝亦有類似之除外規定條款。以英國「2000 年消費者保護(遠距離銷售)條例」(The Consumer Protection(Distance Selling) Regulations 2000)，消費者對以下例外情事無取消之權利，例如(一)商品或服務之價格係依據金融市場變化而決定，而非由商品或服務提供者決定之、(二)該商品或服務主要係提供予特定消費者之需，或其品質容易快速損壞或過期者(例如生鮮、易腐食物)、(三)音樂、影像或電腦軟體若已為消費者拆封(unsealed)、(四)

報紙、雜誌、期刊、(五)賭博、彩券等。故為使「消費者保護法」能鼓勵新興產業與文創產業之發展、避免不必要之購物爭議、保護消費者權益，特修正「消費者保護法」第 19 條第 1 項但書條文，予以合理例外情事；及增訂同條文第 3 項，予行政院另定行政命令之權，例示或列舉合理例外情事。

六、結論

隨著網際網路所提供之商品與服務越益豐富、付款機制越益安全、商品或服務提供者信用越益可靠後，消費者逐漸加重依賴自網際網路購買商品或服務。然網際網路所提供之商品或服務種類眾多，為鼓勵若干新興產業之創作力提昇、避免網路購物爭議，實有必要在消費者與商品或服務提供者之權益保護取得平衡。因此建議基於電子商務提供客戶簡單且立即取得保險保障的目的可以考量是否作為消費者保護法所規範之例外情形，因目前對於個人人壽保險契約除了有 10 天契撤期之規定外，仍須再給消費者 3 天的審閱期，雖然兩種期間性質不同，亦有學者認為契約撤銷權已經符合消費者保護法之審閱權規定，故考量網路行銷已然成為未來消費之主要模式之一，建議需視網路投保業務之發展情形及參考國外作法，逐步鬆綁法令之限制以取得平衡。

本文作者：
明台產物保險股份有限公司
總務管理部經理