



法律櫥窗



契約之成立 與要件

▶ 董事長特別助理 顏秀慧

人與人之間的法律關係，最常見的就是以「契約行為」發生的「債」的法律關係。實際上，我們可以說，民法是鼓勵以法律行為的方式來建構法律關係，而其中最典型、最基本的一種就是「契約」。

◎概說

簡單的說，契約是雙方當事人合意而生法律上效果之行為。

依據民法第153條第1項：「當事人互相表示意思一致者，無論其為明示或默示，契約即為成立。」依此定義，我們每日在外走動與人接觸的過程中，往往已經訂下了許多契約而不自知，例如：上班、搭捷運、買早餐、請同事幫忙影印資料、向鄰座借一枝筆……等，無一不符合民法中對於契約之定義。我國民法債編各論中所列出的有名契約就有二十餘種¹，每一種契約均有其特點，限於篇幅，本文僅就契約成立的共同要件加以說明。

◎成立要件²

契約成立之第一個要件就是須有雙方當事人，而且雙方當事人相互為對立之意思表示。所謂對立，意指雙方意思表示的內容是互補的，例如一方要買、另一方要賣；一方要出租、另一方要承租等。

雙方當事人之意思表示除需對立外，亦需趨於一致。所謂一致，也就是契約標的是相同的，例如一方要買房子、但另一方要賣車子，雖亦有互補之意思表示，但其標的是

完全不同的，所以也就無法成立契約。

其他的成立要件尚包括：意思表示之內容須以發生債之關係為目的、契約為法律行為但有時需具備其他法律事實始得成立等。

◎要約

契約的成立是透過「要約」→「承諾」的過程而達成，意思表示在先的為要約，意思表示在後的為承諾。要約是以訂立契約為目的，其作用在於徵求相對人之承諾，故而一旦形成意思表示，即具有拘束力。所謂拘束力，意指要約人不得將要約之內容任意擴張、限制、變更或撤回，因此形成要約之後，要約人即無反悔之餘地，此即民法第154條第1項前段規定：「契約之要約人，因要約而受拘束。」之意旨。

◎要約的引誘

以商業型態而言，企業或機關雖需廣為宣傳以促銷本身提供之服務或商品，但隨意對不特定對象提供具法律拘束力的要約，在實務上有時不易完成或是有欠恰當，因此常見到企業或機關係以「要約之引誘」來表示締約意願，使他人向自己為要約之行為，例如家中常收到的廣告傳單、房屋招租之告示牌、政府採購之公告等。此可見於民法第154條第1項後段之規定：「但要約當時預先聲明不受拘束，或依其情形或事件之性質，可認當事人無受其拘束之意思者，不在此限。」

就常見之便利商店或量販店之經營方

式，應如何區分要約與要約之引誘？參見民法第154條第2項：「貨物標定賣價陳列者，視為要約。但價目表之寄送，不視為要約。」由條文可知，當商品標價陳列於貨物架上時，商家已形成要約之行為，顧客取下商品於櫃檯結帳即為承諾，故在結帳前契約尚未成立，然要約之拘束力已形成，故商家有義務以陳列架上之標價或標示之優惠出售商品；而經郵寄或電子郵件所收到之訊息，則僅屬要約之引誘，並不能以之為結帳之依據，而商家也多會於訊息上註明實際售價以賣場陳列為準等字樣。

◎承諾

要約對於要約人產生拘束力，然對於相對人（即要約受領人）有何效力？受領要約之相對人，因要約而取得承諾之能力，但具有承諾能力並非指其有承諾之義務，故相對人自可用拒絕或不為承諾之方式，使要約歸於消滅，如民法第155條：「要約經拒絕者，失其拘束力。」。

但不為承諾究係承諾遲到或拒絕承諾，因其效力未定將會造成法律關係之不確定，故而民法以第156條：「對話為要約者，非立時承諾，即失其拘束力。」、第157條：「非對話為要約者，依通常情形可期待承諾之達到時期內，相對人不為承諾時，其要約失其拘束力。」及第158條：「要約定有承諾期限者，非於其期限內為承諾，失其拘束力。」等規定，以承諾期限為要約之存續期限，確保雙方利益的平衡。

承諾之效力即為契約成立，所以承諾生效之時即為契約成立之時。然，若承諾之發生與內容並未與要約之期限或內容一致，應如何認定該契約之有效性？依民法第160條第1項：「遲到之承諾，除前條情形外，視為新要約。」及第2項：「將要約擴張、限

制或為其他變更而承諾者，視為拒絕原要約而為新要約。」之規定，因承諾遲到或因其與要約之內容不一致，已視為意思表示之一致，故原契約不成立，但仍可將此承諾視為新契約的要約，從而開始另一個契約的締結過程。

◎成立的方式

如前所述，一般契約依民法規定只需符合民法第153條第1項：「當事人互相表示意思一致者，無論其為明示或默示，契約即為成立。」之條件，即可合法成立，並不需特定之格式或形式，故稱為「不要式契約」。惟某些特定契約因其性質特殊，法律為使當事人慎重行事，並確保契約之存在與內容完整，特別規定該契約之成立需遵循一定之方式進行；或雙方當事人為保全契約內容及權利，互相約定應依一定方式進行，則均稱之為「要式契約」。如民法第422條規定：「不動產之租賃契約，其期限逾一年者，應以字據訂立之，未以字據訂立者，視為不定期限之租賃。」要求超過一年之不動產租賃契約應以書面為之，即為一例。

◎定型化契約條款

不論是搭乘捷運、鐵路、飛機等大眾運輸交通工具，或是上銀行辦理開戶、貸款、信用卡等，相信許多人都曾因面對密密麻麻的契約條款而不知所措。這些由企業經營者預先擬定的條款不僅字體細小難以閱讀，且其內容多冗長繁瑣難以瞭解，在時間有限之下只好略而不看——這就是一般人對於定型化契約條款的印象及其產生的問題，因為消費者可能根本不知道自己簽了一份怎樣的契約。

這個問題在消費者保護法民國83年立法及民法債編民國88年修法時，正式納入法律



的規範，不僅將其法律概念明文化，也加強保護交易資訊不對稱及交易地位不對等的消費者。

定型化契約條款，依據消費者保護法第2條第7款之定義：「七、定型化契約條款：指企業經營者為與不特定多數消費者訂立同類契約之用，所提出預先擬定之契約條款。定型化契約條款不限於書面，其以放映字幕、張貼、牌示、網際網路、或其他方法表示者，亦屬之。」而定型化契約則是以定型化契約條款組合而成之契約，見同條第9款：「九、定型化契約：指以企業經營者提出之定型化契約條款作為契約內容之全部或一部而訂定之契約。」

消費者保護法以第二章第二節第11條至第17條之規定，對於消費者的權益加以保護，如第11條第1項：「企業經營者在定型化契約中所用之條款，應本平等互惠之原則。」及第2項：「定型化契約條款如有疑義時，應為有利於消費者之解釋。」

對於顯失公平之條款，消費者保護法及民法均設有條款無效之規定，如消費者保護法第12條第1項：「定型化契約中之條款違反誠信原則，對消費者顯失公平者，無效。」民法第247條之1：「依照當事人一方預定用於同類契約之條款而訂定之契約，為左列各款之約定，按其情形顯失公平者，該部分約定無效：一、免除或減輕預定契約條款之當事人之責任者。二、加重他方當事人之責任者。三、使他方當事人拋棄權利或限制其行使權利者。四、其他於他方當事人有重大不利益者。」

參考文獻

¹包括買賣、互易、交互計算、贈與、租賃、借貸（含使用借貸與消費借貸）、僱傭、承攬、旅遊、出版、委任、經理人及代辦商、居間、行紀、寄託、倉庫、運送（含物品運送與旅客運送）、承攬運送、合夥、隱名合夥、合會、指示證券、無記名證券、終身定期金、和解、保證、人事保證等計27種。

²有關契約之理論與詳細說明，有興趣者可參閱前大法官孫森焱教授所著《新版民法債編總論》或其他學者有關民法債編之著作。

輕鬆一下

哇

哈

哈

好友英英在人事單位服務，日前調到樓下的... 總務單位。

這天，他的朋友打電話找他，「英英在嗎？」朋友問。

「他已經不在人事(人世)了喔！」英英的同事回答。

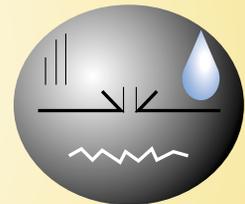
「啊！怎麼會，他什麼時候過去的？」朋友驚訝地說。

「上個禮拜。」英英的同事答。

「我都不知道，沒有送他一程。」朋友懊悔地說。

「沒關係啦，你下去找他就好了。」英英的同事答。

...



蔡詩珊提供