

「訪問買賣」最近流行的商品推銷手法

1

鳥叫。
蟬鳴。
交織唱和聲中，還有
阿土伯的鼾聲。
驀地—
一陣陣嬌聲軟語，在呼喚
—阿土伯？有人在厝嘍？
—阿土伯？有人在厝嘍？
阿土伯自午睡中驚醒，
恍茫中，有著莫名的快慰，
自從老伴去世後，
門前除了鳥叫、蟬鳴之外，
鮮有人聲，何況是
鶯鶯燕燕的嬌聲軟語呢？

2

嬌艷的阿美、阿滿，在門口
—體態輕盈。
—風韻猶存。
阿土伯「喜出望外」
——則，近半年來訪客少，車馬稀，難得嬌艷在望。
—二則，阿美，阿滿正是本村的二個大美人。
（年齡稍大，並沒有減損阿土伯年輕時，對她二人
私心愛慕的隱藏秘密）。
—再則，阿美、阿滿，手捧著「淨水機」，好像是「
送禮」而來？
阿土伯道：多謝喔！攔送好禮！
阿美，嬌嗔：不是啦！是來看你啦！
阿滿，接道：是要來介紹產品啦！這「狗標淨水機」
真好！
阿土伯的驚喜，稍加冷卻，
想想，反正閒著無聊，
阿美、阿滿就留下來，繼續
—展示。
—鼓吹。
阿土伯心中歡喜，收下試用，
約好了下次再來，另付定金及分期付款。
目送阿美、阿滿離去。
鄉間小路上，
—嬌好身影猶存。
—嬌聲軟語尚在。
驀地裡—
阿土伯想起兒媳阿秀送的「象印淨水機」尚在，
—連包裝都未拆封呢！
—這新買的「狗標淨水機」該如何處理？

3

晚近，「訪問買賣」流行。一般小家電、廚具、靈骨塔等，都「僱用」青春學子或嬌美婦女，採行「訪問買賣」，以拓展市場，推銷商品。對於消費者而言，可能因展示、鼓吹而產生「假需求」，買了「不需要」、「不實用」的產品。也因為此種單向（單項）推銷，「剝奪」了消費者平行（多項）選擇的權利。不肖業者，更可能涉及虛偽、詐騙等情事，均有待檢討。消費者因「訪問買賣」，對收受商品不願買受時，得於收受商品後七日內，退回商品或解除契約。此所以讓消費者有「冷靜思考」、「再次選擇」之機會。

參考法條：消費者保護法

1. 第二條第九款

訪問買賣：指企業經營者未經邀約而在消費者之住居所或其他場所從事銷售，而發生之買賣行為。

2. 第十八條

企業經營者為郵購買賣或訪問買賣時，應將其買賣之條件、出賣人之姓名、名稱、負責人、事務所或住居所告知買受之消費者。

3. 第十九條

郵購或訪問買賣之消費者，對所收受之商品不願買受時，得於收受商品後七日內，退回商品或以書面通知。

4. 第二十一條

企業經營者與消費者分期付款買賣契約應以書面為之。

前項契約書應載明下列事項：

- 一、頭期款。
- 二、各期價款與其他附加費用合計之總價款與現金交易價格之差額。
- 三、利率。
企業經營者未依前項規定記載利率者，其利率按現金交易價格週年利率百分之五計算之。
企業經營者違反第二項第一款、第二款之規定者，消費者不負現金交易價格以外價款之給付義務。

5. 第二十五條

企業經營者對消費者保證商品或服務之品質時，應主動出具書面保證書。

前項保證書應載明下列事項：

- 一、商品或服務之名稱、種類、數量，其有製造號碼或批號者，其製造號碼或批號。
- 二、保證之內容。
- 三、保證期間及其起算方法。
- 四、製造商之名稱、地址。
- 五、由經銷商售出者，經銷商之名稱、地址。
- 六、交易日期。