

歐盟數位服務法(DSA)之網路中介服務者之義務與責任規範

李淑如*

摘要

科技的進步、數位時代的來臨，消費模式也從實體交易改變為線上交易，因此也讓全球化科技巨頭（Big Tech）對於生活上各種層面的影響也日益擴大。世界各國的政府機關也察覺到，當一般民眾透過網際網路的發展，上網的人口數越多、上網時間越長、科技巨頭對數位服務使用者的影響力就越顯著，透過各種網路平台不公開的演算法運算，消費者被強迫接收各種廣告資訊，更甚者網路平台自成一股不可小覷的力量，透過消費者上網瀏覽資訊的習慣，進而操控消費者取得片面面向的資訊量。基此，歐盟執委會希冀透過數位服務法(Digital Service Act)與數位市場法(Digital Market Act)二部法案建構安全、開放、公平的數位單一市場政策，前者透過課以不同規模的網路平台中介者應負不同的責任與義務，以保護數位服務使用者的權利，藉此重新平衡線上服務使用者、線上服務中介機構（包括超大型線上服務平台）與政府當局的權利和責任；後者規範的目的係為確保公平且開放資訊市場，以達數位市場的公平競爭。處於數位時代的巨流中，在科技發展、商業利益與數位服務使用者的權利間應如何取得平衡是各國政府目前的重要課題，因此本文透過簡述歐盟數位服務法之規範以作為我國目前對於數位平台業者規範之借鏡。

關鍵字：數位服務法(DSA)、線上服務中介者責任、數位市場法、線上服務平台、安全港條款

* 國立高雄大學政治法律學系副教授。

目 次

壹、前言

貳、簡介數位服務法及重點摘要

- 一、概述
- 二、網路服務中介者之義務及線上平台的累進義務
- 三、網路中介服務提供者免責事由之規範

參、歐盟法院相關裁判見解增訂第 5 條第 3 項

- 一、線上平台業者將他人資訊內容納作自己所有
- 二、違反消費者保護相關法規之資訊揭露義務
- 三、對使用線上平台的企業經營者具授權或控制的外觀性

肆、DSA 未竟之處

伍、結論

壹、前言

從工業革命以後，世界經濟的結構也從生產製造業轉換成金融業、零售業等服務業的發展。然沿著時間進展的脈絡，二十世紀末(1994 年間)美國審計總署(General Accounting Office)推出訊息高速公路計畫(The Information Superhighway Programme)¹，網路資訊科技開始普及並且快速的深入應用在生活與社交層面，二十一世紀是數位時代，世界經濟結構與企業的發展、消費者使用網路習慣與數位交易平台的商業模式與寬鬆的監管環境促進了網路生態系統(online ecosystem)的發展²。

鑒於數位時代的蓬勃發展，無國界的交易平台、跨產業的數位產業經濟，O2O(online to offline)數位市場策略聯盟、行動裝置的普及與消費方式(習慣)的改變，傳統工業時代下相關的競爭法規與消費者保護法規於適用上確有其侷限。歐盟執委會試著重塑歐盟境內數位時代的未來，以 TFEU 第 114 條(ex Article 95 TEC；原 EC 條約第 100a-100d 條)規定作為法律依據，於 2020 年 12 月 15 日進一步提出《數位服務法》草案(Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the council on a Single Market For Digital Services (Digital Services Act) and amending Directive 2000/31/EC, DSA 草案)³，期以透過歐盟相關委員會統整各國現

¹ <https://www.gao.gov/assets/aimd-95-23.pdf> (Accessed: 26.05.2022).

² Adam Jabłoński/ Marek Jabłoński, Social Business Models in the Digital Economy: New Concepts and Contemporar and Contemporary Challenges, (2019), p.43.

³ Commission, Proposal for a Regulation on Contestable and Fair Markets in the Digital Sector (Digital Markets Act) COM(2020) 842 final, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=COM:2020:825:FIN> (Accessed: 26.05.2022). 2022 年 3 月 22 日在歐洲議會與歐盟成員國就 DSA 已達成政治協議，歐洲議會並於 2022 年 7 月 5 日正式通過 DSA 法案，其將直接適用於歐盟，最晚從 2024 年 1 月 1 日起適用。惟關於超大型線上平臺和超大型線上搜尋引擎的部分，則於指定後 4 個月實施。

行相關法律規範⁴、檢討《電子商務指令》(Directive 2000/31/EC)的未竟之處，並彙編近年來歐洲法院針對網路中介服務提供者之責任認定標準的相關判決，重新課以不同網路平台服務提供者(線上服務中介者)的責任與義務，為歐盟達成單一數位市場的願景，並以尊重人權、自由、平等與法治為新框架下的 DSA，重塑一個兼顧數位服務使用者之權益保障與更安全、更公平、更開放的數位競爭的環境。

數位時代的蓬勃發展，網路平台的使用人數與頻率不斷增加，伴隨著違法行為也層出不窮，相關常見的不法行為有專利權、著作權、商標權等無體財產權的侵害，或有名譽權、隱私權、肖像權等人格法益受到侵害。又侵權行為人應就其所為之不法資訊內容或不法行為負起一般法律責任，如刑法、無體財產權法、民法等；惟網路中介服務提供者(線上服務中介者)是否應就使用該平台服務的不法內容或不法行為負起民事責任？就此，本文以歐盟在調適數位科技、數位經濟發展與消費者保護間近期立法之進程發展為觀察，面對網路中介服務提供者其應負之民事賠償責任應如何適用在數位時代，以期國內在未來制定相關法規得以借鏡、接軌無國界的數位時代。

貳、簡介數位服務法及重點摘要

一、概述

DSA 的立法方向，一方面偏重於重新分類現行網路中介服務提供者的類型及規範網路中介服務提供者對他人資訊內容之責任，將《電子商

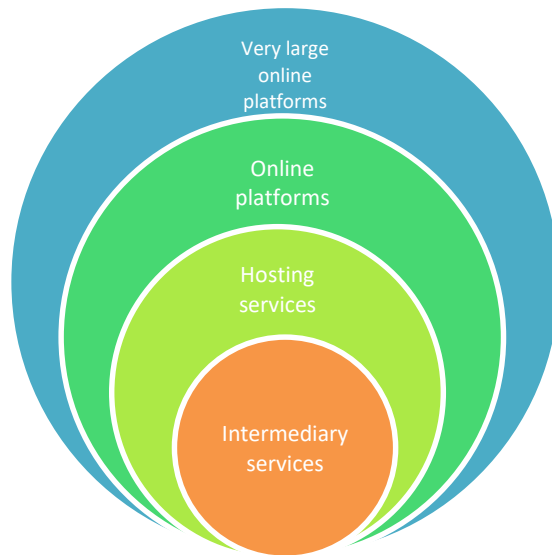
⁴ 如德國 2017 年通過《網路執行法》(Network Enforcement Act)、2020 年修正的《電子媒體法》(Telemedia Act)與法國 2020 年通過的《打擊網路仇恨言論法》(Lutte contre la haine sur internet, Fighting Hate on the Internet)都針對網路平台業者移除非非法資訊或有害資訊的管制法規。

務指令》(Directive 2000/31/EC)規範不足之處加以修正更新，因此有稱 DSA 為 Directive 2000/31/EC 的 2.0 版；另一方面要求網路中介服務提供者重視網路使用者權益的保障、提出新的監管法治框架，透過設立一個共同規制(co-regulatory)基礎，佐以線上平台的自律機制，建構歐盟境內安全、公平、開放的單一數位市場。準此，DSA 分為五章：(I)一般規定，(II)中介服務提供者(intermediary service provider)的責任類型及責任豁免規定，(III)說明中介服務者透明、安全的線上環境之所應盡職調查義務(Due diligence obligations)，(IV)相關的實施、合作、罰則與執法，(V)附則。

其中，為保障消費者使用網路的基本權利與及強化服務平台的透明度，DSA 對於網路中介服務提供者的監理態度也從過往《電子商務指令》(Directive 2000/31/EC)時代處於消極的監管方式轉化為積極監管。畢竟過往的消極寬鬆監管政策，導致科技巨頭可能利用優越市場地位阻撓其他競爭者進入該市場，或強迫平台上商家和使用者應使用其套裝服務等爭議不斷，甚至社群平台成為假新聞、非法活動串聯的媒介，甚至網路服務中介者藉以廣告利潤商業導向設計之演算法，僅呈現用戶偏好和喜愛內容資訊模式，間接影響往復服務使用者的自主決策意識與自由。因此，DSA 對提供「不同類型的數位服務提供者」依其角色、量化其規模大小及影響力，訂出四類不同的規範責任主體⁵，旨在針對不同的責任主體採取差異性的作為義務規範，設有不同的累加義務(additional obligations)，

⁵ 《電子商務指令》(Directive 2000/31/EC)規範主體，即是提供資訊社會服務的提供者，包含中介服務提供者、網路平台等業者等，即依據服務接收者的指令，使用電子設備存儲和處理數據資訊，提供有償的遠距服務，DSA 對資訊社會服務(information society services)之定義與《電子商務指令》(Directive 2000/31/EC)相同，see Art. 2 (a)、(b)、(d)、(f) of the Proposal of the DSA and recital 5 of the DSA.

並要求其遵守相關義務，其對於網路數位服務者作為義務要求與《一般資料保護規則》(General Data Protection Regulation, 下稱 GDPR)要求企業於蒐集、處理及利用個資時應遵循一定程序及義務相類似。其中透過不同類型與規模的數位服務提供者課以不同的作為義務也係為避免對於微型或小型數位服務提供者加諸過嚴的義務與責任，希冀達到企業社會責任的衡平及促進中小型數位服務企業的創新發展⁶。分述如下：



資料來源：作者自製

- (一)提供網路基礎設施的中介服務者(Intermediary services)，如網域名稱受理註冊機構、ICANN。
- (二)資訊儲存、提供雲端計算及主機託管等服務提供者(Hosting services)。
- (三)電子商務、共享經濟、應用程式商店及社群媒體(social media)等線上

⁶ Recital 43 of the DSA、article 16 of the Proposal of the DSA.

平台者(Online platforms)⁷。

(四)具散布不實資訊，且對社會資訊安全具有高度風險的超大型線上平台者(Very large online platforms, VLOPs)⁸，如超大型線上搜尋引擎服務業者，或超大型的社群平台。

二、網路服務中介者之義務及線上平台的累進義務

第 8 條至第 13 條 DSA 明定，網路中介者(Intermediary services)應負之義務略有：依執法機關或法律之要求，網路中介服務提供者有義務對違法內容(illegal contents)立即採取行動⁹及提供資訊、設立單一聯絡窗口及法定代表人(必要時)、所有數位平台均應負保護未成年人之義務¹⁰、應於服務條款明確載明使用者資訊利用的範圍(如任何涉及內容審查的方式、措施與工具，包括演算法的運作決策與人工審查機制)及定期公開透明度報告(定期報告平台內的非法內容舉發刪除狀況)等義務¹¹。

如前所述，DAS 係針對不同的規範主體制定不同的累加義務。因此，

⁷ 前言第 13 點明確將社交網路(social networks)與線上市集(online markets)等線上平台定義為 hosting，不僅提供儲存使用者所資訊，而且還應使用者之要求向公眾發布該資訊。see recital 13 of the DSA. It's defined by Art. 2 (h) as follows: 'online platform' means a provider of a hosting service which, at the request of a recipient of the service, stores and disseminates to the public information, unless that activity is a minor and purely ancillary feature of another service and, for objective and technical reasons cannot be used without that other service, and the integration of the feature into the other service is not a means to circumvent the applicability of this Regulation.

⁸ 所謂超大型的線上平台是指在歐盟境內，平均每個月活躍用戶數超過四千五百萬人(約莫占歐盟總人口數的 10%)的平台業者，see Art. 25 (1) of the Proposal of the DSA.

⁹ 惟該並未明確定義「違法內容(illegal contents)」，且由誰界定何種內容屬有害(harmful)、何種屬「非法」?這部分從 DSA 內容並未作出明確說明。

¹⁰ Recital 34 and 57 of the DSA.

¹¹ 免除微型企業與小型企業提出透明度說明書(Recital 13 (2) of the DSA)。

就 Hosting services 與 online platforms 所附加之作爲義務有：業者須於其平台介面設置更易於使用「通知」機制(舉報機制)¹²、並負有移除或封鎖資訊接取不法內容與行爲之義務(第 14 條)，又爲有效保護使用者的權益，在移除使用者之內容或限制其權利行使時，網路中介服務者應說明理由(第 15 條)。

就線上平台(online platforms)的部分，立法者針對打擊非法商品、服務與內容再增修第 17 條至第 24 條的網路中介服務者的作爲義務，其中考量到言論自由的保障，平台應建置內部申訴機制(Internal complaint-handling systems)，作爲內容遭檢舉移除用戶之救濟管道及訴訟外爭端解決機制(第 17 條、第 18 條)、應用「受信任的標記者(trusted flaggers)」之合作機制、平台在獲知任何可能導致涉及危害生命或人身安全等刑事犯罪行爲時應通報執法機關(第 21 條)、建立線上平台上商業用戶或企業經營者(trader)於線上市場可追蹤的義務(進行 KYBC 程序(第 22 條)(obligations on traceability of business users))，並說明廣告推薦演算法所使用之「主要參數」(第 24 條)等。

考量到「非常大型線上平台(VLOPs)」的經營規模甚大，服務範圍甚廣，其所隱藏的系統性風險(systemic risks)¹³較大，其可能會對歐盟所產生的負面影響，顯不相當，若其服務中介、儲存、發布涉及到不法資訊內容，則可能對權利人造成更嚴重的影響，因此，VLOPs 更應承擔更高的盡職調查責任，以符合其社會影響力與社會責任。DSA 即特別對之加

¹² Recital 40 of the DSA.

¹³ 主要的系統性風險有三大類：(1)透過網路服務，散布違法內容及進行非法行動(如散布兒童性暴力內容、仇恨言論等)、(2)侵害基本權之虞(如侵害言論自由、資訊自由、隱私生活、不受歧視等)、(3)濫用平台服務，擾亂公共秩序(如利用假帳號，大量散布違法內容); see Recital 57 of the DSA.

重義務群(第 26 條至第 33 條)，主要有：建立系統性風險評估管理機制來防止濫用其系統，包括透過風險管理措施進行監督，即超大型平台有義務減輕諸如假資訊或選舉操縱、針對女性的網路暴力或傷害未成年人等風險，但就該系統管理機制可能會涉及到言論自由與基本權二者法益衡量，因此風險管理措施須嚴格受到權衡言論自由的限制，並接受獨立審查；另外，如設置專業法遵人員(或辦公室)¹⁴、每年至少完成一次獨立審查(Independent audit)¹⁵、揭露推薦系統之透明度、提供使用者對存取資訊之選擇權、揭露廣告投放(targeted advertising)及演算法系統(algorithmic system)的透明度，並提供經審查之研究人員、非政府組織資料、數據近用，以審查平台的運作模式及使其理解線上風險演變等。

若網路中介服務提供者違反其應善盡之作為義務，歐盟維持以課責(accountability)方式作為健全數位市場的原則，依裁罰單位與對象不同，分別規定於草案第 42 條、第 59 條、第 60 條，最高可裁罰至前一會計年度總營業額 6%，相較於 GDPR 罰則最高上限是 4%，DSA 的罰則不可謂不重。此外，DAS 亦強化了行政主管機關的監管機制，即各會員國應設置代表國家的數位服務協調官(Digital Services Coordinator)¹⁶，由各國家的數位服務協調官組成獨立指導機構「歐洲數位服務委員會」(European Board for Digital Services)，負責溝通、協調、調查歐盟境內數位市場的環境，且若數位服務協調員認為網路仲介服務提供者的違規行為恐致有危害生命或人身安全之虞，則有權命令該服務提供者暫時停

¹⁴ 監督 VOLPs 是否有遵守、落實 DSA 所規範之相關義務，Art. 32 of the Proposal of the DSA.

¹⁵ Article 28 of the Proposal of the DSA.

¹⁶ National authorities, such as authorities consumers and markets, e.g. Dutch Authority for Consumers and Markets (ACM).

止服務(第 41 條)。

三、網路中介服務提供者免責事由之規範

第 2 條(f)DSA 係定義網路中介服務提供者，本法第 3 條至第 5 條則為免責規範(exemption of Liability of providers of intermediary services)，其與《電子商務指令》(Directive 2000/31/EC)第 12 條至第 15 條之規範原則上如同一轍¹⁷，即將網路中介服務提供者區分為三類型：提供單純連線(mere conduit)、快速存取(caching/proxy-server)及資訊儲存(hosting)；再者，考量維護網路生態健全發展，且數位服務提供者係處於中介服務，其立場中立(neutral)、純技術性(technical)且被動(passive)提供傳遞、儲存網路使用者資訊的角色，對其所傳遞或儲存第三人的資訊或內容並不知悉也無法控制，立法即採不宜過度干預，故採取限縮責任原則¹⁸。

基此，DSA 延續過往《電子商務指令》(Directive 2000/31/EC)的立場¹⁹：一則不課以網路中介服務提供者負有監控其所發布、儲存第三人的內容或資訊或主動審查疑似不法行為的一般義務(no general obligation to monitor)²⁰，否則網路中介服務業者可能因此會被迫監看、審查平台上所有內容，且網路中介服務者可能為了降低自身法律風險，當懷疑使用者的內容可能有違反法規之虞時，勢必會主動移除有疑慮、或自覺有疑慮的內容，此時可能會侵害到網路

¹⁷ 電子商務指令(Directive 2000/31/EC)第 12 條至第 15 條移至 DSA 第 3 條至第 7 條。

¹⁸ Recital 18 of the DSA; 美國《通信端正法》(Communications Decency Act)第 230 條採取類似的立法立場。

¹⁹ Vgl. 42. Erwägungsgrund der ECRL.

²⁰ Art. 7 of the Proposal of the DSA.

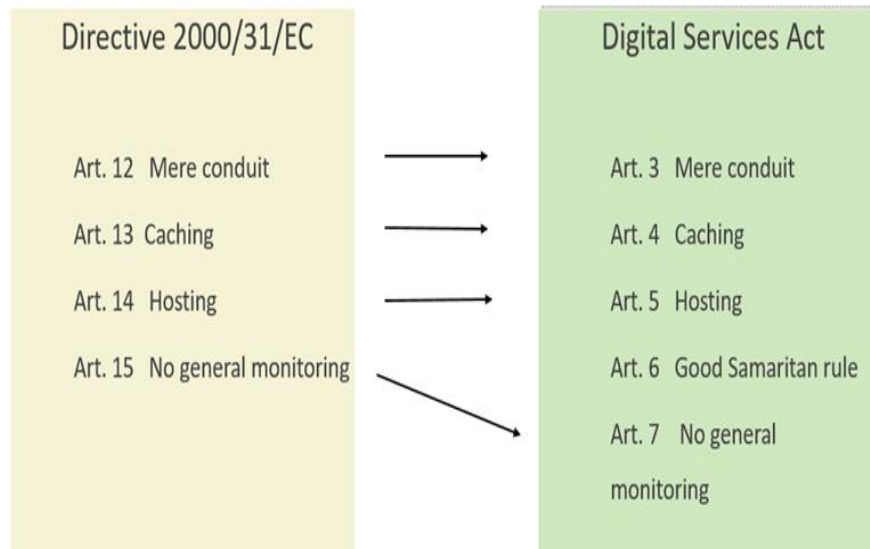
使用者的言論自由，更甚者會演變成箝制言論自由的工具；再者，網路中介服務提供者是否應為其所提供之資訊內容負責，應先釐清該資訊內容是否由自己所提供。如果是由第三人所提供之資訊內容，屬於外部資訊(fremde Informationen)，則數位服務提供者享有豁免責任的特權(Haftungsprivilegierung)，畢竟在個人本位主義的立法原則下，任何人皆無庸對第三人所為之外部資訊內容負責²¹。因此，就 mere conduit 與 caching 服務提供者對第三人所為之不法資訊內容或不法行為負責，而對於 hosting 業者部分則設有「通知/行動法則(notice and action rule)」即安全港(safe harbor)機制。按第 5 條第 1 項 DSA 之規定，提供資訊儲存服務之業者，在符合以下條件的情形下，不因其使用者提供的資訊涉及不法而承擔責任：若 (a)服務提供者並未實際認識(actual knowledge)不法行為或不法資訊內容，並且在相關損害賠償的請求上，並未意識(awareness)該不法行為或不法資訊內容有顯而易見的事實或狀況；或(b)服務提供者在取得此一認識或意識後，立即移除該相關資訊，或阻止該相關資訊被取得²²。

因此，根據歐盟法院(Court of Justice of the European Union)判決，適用前述安全港條款的業者，必須是提供中介的服務提供者係提供儲存、

²¹ Starnecker/Geuer, in: Albrecht (Hrsg.), Informations- und Kommunikationsrecht, 1. Aufl., 2018, Rn. 319 ; Haftung für eigene Inhalte, vgl. § 7 Abs. 1 Telemediengesetz.

²² (a) does not have actual knowledge of illegal activity or illegal content and, as regards claims for damages, is not aware of facts or circumstances from which the illegal activity or illegal content is apparent; or (b) upon obtaining such knowledge or awareness, acts expeditiously to remove or to disable access to the illegal content.

上傳他人資訊的服務，對於他人資訊內容的發布、儲存處於中立立場，即僅提供單純技術性、自動化程序、被動的服務，對其儲存之他人違法資訊內容無法知悉、不能控制²³，即未能實際認識或意識不法內容，或一旦取得認識或意識該不法後，若即時採取行動，則可對其所儲存之不法資訊內容不負責任。



* Overview of the (not so) new liability framework.
資料來源：作者自製

歐盟法院的判決進一步釐清《電子商務指令》(Directive 2000/31/EC)第 14 條第 1 項(a)中所指的實際認識(actual knowledge)/意識(awareness)二者間的區辨。

以 L'Oréal v. eBay 商標侵權一案²⁴為例，原告 L'oréal 主張：eBay 作

²³ Google France and Google (2010), Cases C-236/08 to C-238/08 ; L'Oréal and Others, Case C-324/09, Opinion of AG Poiares Maduro, para 140.

²⁴ CJEU, 12.07.2011, L'Oréal SA and others v eBay, Case C-324/09.

為電子商務平台(online platform)沒有善盡應為之適當的管控、阻止其交易平台使用者之商標侵權行為，使該交易平台使用者在平台上推廣促銷、販售相關的 L'Oréal 仿冒品及非賣品；此外，eBay 平台也透過購買網路關鍵字廣告宣傳該平台的服務、協助交易平台使用者找到仿冒 L'oréal 的品牌之商品，因而以被告 eBay 直接侵害商標、輔助侵害商標、不正競爭以及不實廣告等請求 eBay 排除其侵害及負起民事損害賠償責任。eBay 則以，其得適用歐盟《電子商務指令》(Directive 2000/31/EC)第 14 條之安全港機制規範免責，以資抗辯。

審理法院認為，本案 eBay「積極」(active)將 L'oréal 的註冊商標設為網路關鍵字廣告，宣傳 eBay 自身作為拍賣交易平台的服務，特別是協助平台使用者優化其銷售要約的展示或宣傳相關商品的銷售活動²⁵。歐盟法院(ECJ)因而認為，被告 eBay 作為網路平台服務提供者對於平台使用者的資訊發布並非採取純粹技術性、中立的立場，而是提供使用者在銷售行為上的優化協助，因而認其發揮積極、主動介入使用者的銷售行為；且 eBay 在使用 L'Oréal 的註冊商標當作關鍵字廣告時，其為編輯責任下使用該不法資訊，對該不法資訊內容的控制已是知悉、或可得控制之範圍²⁶，因此，此種積極的行為本身即已排除「安全港」條款之適用²⁷。由此可見，歐盟法院(ECJ)將網路中介服務享有責任豁免並不及於中介服務者其提供的服務屬於「發揮積極作用，使其了解或控制」其所儲存內

²⁵ CJEU, 12.07.2011, L'Oréal SA and others v eBay, Case C-324/09, Para. 116: “...in particular, optimizing the presentation of the offers for sale in question or promoting those offers”.

²⁶ CJEU, 12.07.2011, L'Oréal SA and others v eBay, Case C-324/09, Para. 117.

²⁷ 本案承審法院另特別指出，若 eBay 即使能證明其在商標侵權的銷售活動中未扮演積極、主動介入銷售，但作為一個勤勉盡職(diligent)經營者的角度觀察，其足有能力辨識認知該資訊內容涉及不法，無論是自行調查發現其違法情事或收到違法通知，均屬知悉其交易平台有商標侵權之販售行為，但 ebay 並沒有立即採取任何阻止行動，故無法享有第 14 條的責任豁免。

容的情況下²⁸。

惟 L'Oréal v. eBay 商標侵權一案，雖表示網路中介服務可分被動 (passive) 或主動 (active)，但就其分類卻難以明確地列出審查標準，因此，本見解僅被列入 DSA 前言第 18 點²⁹，並未將主動、積極 (active) 的文義編彙進入本次的增修條文中，可預見就其中介服務的行為是否涉及被動或主動之概念性適用仍須賴以個案進行實質審查。

參、歐盟法院相關裁判見解增訂第 5 條第 3 項

另外值得一提的是，歐盟指令及指導原則性的立法，其就名詞上的定義與解釋於實務運作尚有未盡妥適之處，仍須就司法適用解釋應用於具體個案事實為斷，因此，本草案也透過編彙歐盟法院 (ECJ) 歷年來的相關裁判的見解將其增修訂入 DSA 法案 (codification)³⁰。第 5 條第 3 項新增修線上平台業者 (online-platform) 提供消費者與企業經營者 (trader) 締結消費者保護相關規定之遠距契約，應依該等消費者保護相關規範係由線上平台提供特定資訊揭露義務者，或該平台以其他方式促成有爭議的交易行為，從而導致一般且被充分告知資訊的消費者 (an average and

²⁸ Distinction between neutral role and active role, Case C-324/09, L'Oréal v eBay, Para. 113: "...plays an active role of such a kind as to give it knowledge of, or control over, those data".

²⁹ Recital 18 of the DSA: "The exemptions from liability established in this Regulation should not apply where, instead of confining itself to providing the services neutrally, by a merely technical and automatic processing of the information provided by the recipient of the service, the provider of intermediary services plays an active role of such a kind as to give it knowledge of, or control over, that information."

³⁰ 如 Wathelet 一案，歐洲法院認為應將銷售的中介者 (intermediary) 當作《歐體消費物買賣指令》(Directive 1999/44/EC) 中的銷售者，用以保障消費者權益；CJEU, 9. 11. 2016, Wathelet, Case C-149/15, paras 40-42、BGH GRUR 2016, 209, 211。

reasonably well-informed consumer)信賴該作為交易之資訊、商品或服務是由線上平台業者自己所有(platform itself)或係在其授權(authority)或控制(control)所為者，則在此情形下，該線上平台業者就其儲存服務所儲存之資訊不適用豁免責任之規定³¹。主要分述如下：

一、線上平台業者將他人資訊內容納作自己所有

首先，DSA 之立法目的係在重塑單一數位市場，屬於歐盟《電子商務指令》(Directive 2000/31/EC)的 2.0 版的法令，因此，在單一數位市場下實現消費者權益保障即是重要的法規範目的。惟原本「消費者」形象在歐盟法令與指令中並未具有統一性的法律概念，直至歐盟法院(ECJ)在 Gut Springenheide³²一案中首次對於「一般消費者」作出定義，即一般消費者應是合理被充分告知資訊、有合理的觀察能力和謹慎的態度(reasonably well-informed, observant and circumspect)，此後歐盟執委會始將該司法實務解釋概念陸續沿用入歐盟指令，如《不公平商業行為指令》(Directive 2005/29/EC)第 5-7 條³³。因此，為確保數位市場的消費者在作出決策前被充分告知與交易行為相關之重要資訊，避免消費者在資訊不對稱下被誤導而為決策選擇，因此，本次也將「一般消費者」的法律定義性概念納入第 5 條第 3 項 DSA。

³¹ Art 5 III DSA : Paragraph 1 shall not apply with respect to liability under consumer protection law of online platforms allowing consumers to conclude distance contracts with traders, where such an online platform presents the specific item of information or otherwise enables the specific transaction at issue in a way that would lead an average and reasonably well-informed consumer to believe that the information, or the product or service that is the object of the transaction, is provided either by the online platform itself or by a recipient of the service who is acting under its authority or control.

³² Case C-210/96 Gut Springenheide and Tusky v Oberkreisdirektor des Kreises Steinfurt [1998] ECR I-4657, para. 31.

³³ See recital 18 of the Directive 2005/29/EC.

又本草案第 5 條第 3 項的規範責任主體係線上平台業者(online platform)，其若以自己的方式向不特定的多數人發佈資訊、商品或服務，而平台本身以積極的方式創設出該他人的資訊內容屬於自己所有之外觀性(appears to be its own)，在這種情況下，為保護交易安全，線上平台業者已超出其提供資訊服務的中介角色，其已將該他人資訊認其為自己所有(platform itself)³⁴，因此不適用本法的免責規範。

因線上平台業者的自身行為，創設出資訊內容屬自己所有之外觀性，基於保護交易安全及消費者的信賴保護，此時將線上平台業者所提供的資訊內容認其為線上平台業者所有(platform itself)，該立法與德國電信媒體法(Telemediengesetz, TMG)第 10 條之排除免責規範似有不謀而合之處。德國 BGH 法院在解釋適用網路服務提供者免責之規範，亦將網路服務提供者若將他人的資訊內容納作自己所有(Sich zu eigen Machen)整合至網路服務提供業者的服務，則此時在責任判斷上，網路服務提供者即應承擔該不法資訊內容的責任³⁵，不適用豁免責任的規定。

此外，關於「將他人資訊內容納作自己內容」之認定，應以一般理性的網路使用者的觀點加以觀察，綜合考量所有客觀之情事作為判斷標準³⁶。解釋上可參諸德國司法實務之見解，下開情事可作間接證據

³⁴ AG Saugmandsgaard Ø e. 16.7.2020. C-682/18 (YouTube) and C-683/18 (Cyando), para 152: “if it presents that information to the public in such a way that it appears to be its own. In those circumstances, the providers goes outside of the role of an intermediary for information provided by users of its service: it appropriates that information.”

³⁵ vgl. Begr. RegE BT-Drucks. 13/7385, S. 19 f.; OLG Köln NJW-RR 2002, 1700, 1701; Köhler/Arndt/Fetzer, Recht des Internet, 6. Aufl., Rdn. 748.

³⁶ BGH, Urteil vom 19.03.2015 - I ZR 94/13 - Hotelbewertungsportal: ob ein Zu-Eigen-Machen vorliegt, ist aus der Sicht eines verständigen Durchschnittsnutzers auf der Grundlage einer Gesamtbetrachtung aller relevanten Umstände zu beurteilen; BGH CR 2004, 763, BGH GRUR 2010, 616 (618f.), Rn. 23 – marions-kochbuch.de; LG Hamburg, 308 O 27/09, MMR 2010, 833 – YouTube.

(Indizien)認網路平台中介者將他人的資訊內容納作自己的內容(Inhalte zu eigen Machen)：(1)當網站營運商對他人資訊內容的完整性與正確性進行控制，並予以公開，則此時應認其有將他人資訊內容納作自己內容之意³⁷；(2)網路中介服務者扮演的角色並不再僅是被動的技術中立，其進行檢視他人的資訊內容，發布前對他人的內容進行編輯控制(vor Veröffentlichung einer redaktionellen Kontrolle)，則從客觀、外部評價上將使他人資訊成為 hosting 自己的資訊內容³⁸，因此網路中介服務提供者則不得再享有豁免責任的特權³⁹。此外，德國司法實務上皆認為，若是網路中介服務者使用自動化文字過濾程式對內容進行控制，不應認其有對第

³⁷ BGH CR 2004, 763, BGH GRUR 2010, 616 (618f.), Rn. 27 – marions-kochbuch.de, ...Indem die Beklagte zu 1 eine Kontrolle hinsichtlich der Vollständigkeit und Richtigkeit der Rezepte ausübt...

³⁸ Frey, Die Haftung von Host-Providern für Immaterialgüterrechtsverletzungen, 2018, 1. Aufl. S. 169；BGH Urteil vom 18.06.2015, Az.: I ZR 74/14。

³⁹ 參考最高法院 108 年度台上字第 198 號民事判決的案例事實與判決內文可以得知，PTT 版主收集、彙整網友的討論文於台大板精華區內，供網友點選，最高法院以「又網路使用者收集、彙整關於特定人之相關文章資料，將之公布於網路平台上供人點選，縱非以直接轉述之形態為之，然其行為既足以傳播文章作者之言論，則倘該言論所述事實足以貶損他人之社會評價而侵害他人之名譽，該網路使用者明知該事實為虛偽或未經任何查證即貿然為之」，認為 PTT 版主應負侵權行為損害賠償責任。最高法院判決中指出，彙整、搜集他人文章放置在精華區，公布於網路平台上，倘該言論所述事實足以貶損他人之社會評價而侵害他人之名譽，該網路使用者「明知該事實為虛偽」或「未經任何查證」，則可能構成侵害名譽權的間接方式，似乎課以 PTT 版主有查證之義務，是否妥當，尚無疑義，況且是否已盡合理查證義務的標準，始得免責也有賴就個案所涉名譽侵害之程度、與公共利益之關係、陳述事項之時效性、資料來源之可信度、查證成本、查證對象等因素綜合判斷之。然而，本案中 PTT 版主非處於被動、技術中立的角色，而是積極、主動整理、彙編、收集、挑選第三人的內容(特定的討論文)放置在該網站的精華區供他人閱覽，其以為事實上、客觀上的編審他人的內容，對他人的資訊內容進行編輯控制(redaktionellen Kontrolle)，似應對其進行編審的內容負起責任。

三人的資訊內容進行編輯控制⁴⁰。

二、違反消費者保護相關法規之資訊揭露義務

立法者考量使用電子數位服務平台進行交易與一般的交易行為在本質上還是有差異性的，所以相較於一般私法交易行為上所採的社會模式 (Sozialmodell) 立法方式，在數位平台上的交易行為，法律應該保障消費者能夠取得充分的交易資訊進行理性自主地做成意思表示的選擇，準此，第 5 條第 3 項 DSA 亦規範線上平台業者應遵守歐盟相關消費者保護法令⁴¹中關於企業經營者的資訊揭露義務，蓋歐盟消費者保護政策主要係為調和競爭市場而採自由資訊模型 (das liberale Informationsmodell)，消費者在取得足夠的相關交易資訊下才有可能做出理性自利的自主決定與自我負責的意思表示⁴²，因此，如歐盟《消費者權利指令》 (Directive 2011/83/EU) 第 6 條規定，在締結遠距契約前，企業經營者應以清晰易懂的方式向消費者提供與交易相關之資訊⁴³，包括企業經營者的身分資訊⁴⁴；歐盟 2019 年通過的《執行與現代化指令》 (Enforcement and Modernisation Directive (EU) 2019/2161)⁴⁵中也增加網路交易平台透明度

⁴⁰ Spindler, in: Spindler/Schmitz, Telemediengesetz: TMG, 2. Aufl. § 7 TMG, Rn. 19; BGH, Urteil vom 19.03.2015 - I ZR 94/13 – Hotelbewertungsportal.

⁴¹ 在此所謂之消費者保護之相關法令，係指《不公平契約條款指令》 (Directives 1993/13/EEC)、《不公平商業行為指令》 (2005/29/EC)、《消費者權利指令》 (Directive 2011/83/EU), see Recital 10 of the DSA.

⁴² Alexander von Vogel, Verbrauchervertragsrecht und allgemeines Vertragsrecht: Fragen der Kohärenz in Europa (2006), S.41；李淑如，遠距契約資訊告知義務之探討，載：消費者保護法專題研究(一)，新學林，頁 119，2013 年 7 月。

⁴³ Directive 2011/83/EU Article 6: “Before the consumer is bound by a distance or off-premises contract, or any corresponding offer, the trader shall provide the consumer with the following information in a clear and comprehensible manner:...”

⁴⁴ Directive 2011/83/EU Article 6 (1) (b): “the identity of the trader, such as his trading name.”

⁴⁵ 歐盟於 2019 年 11 月 27 日通過「執行與現代化指令」 (Enforcement and

資訊的義務，在該指令前言第 26、27 點提及，依現行的《不公平商業行為指令》（2005/29/EC）規定，網路交易平台應明確告知消費者其線上銷售商品或服務是否為企業經營者(trader)或是非企業經營者(non-trader)等重要訊息⁴⁶，並應警告消費者，當消費者對之為法律行為之交易相對人非企業經營者時，歐盟相關的消費者保護規範即不適用之。

歐盟法院(ECJ)在 Wathelet 一案⁴⁷中解釋實體交易時銷售仲介者之法律上責任，本裁判雖非涉及線上交易行為，而是實體交易，然該案中涉及實體的中介服務者因其中介對象為非專業出賣人，則該實體中介者是否應依相關的消費者保護規範，而成為須就此負責的專業出賣人，歐盟法案就此見解具有標竿性的意義。

本案消費者 Frau Sabrina Wathelet 在銷售中介的二手車車行 Bietheres 購買一部二手車，價金 4000 歐元。嗣後因該交易標的瑕疵，買受人(消費者)要求中介者應負起瑕疵擔保責任。本案爭議：交易行為的當事人(即銷售中介者 Bietheres)是否可認其為《歐盟消費性商品買賣指令》(Richtlinie 1999/44/EC)第 1(2)(c)條中定義的出賣人(seller)？蓋該指令所定義之出賣人係指：依契約而於其職業或營業活動中銷售消費品之任何自然人或法人。若交易行為的當事人(即銷售中介者 Bietheres)為出賣人，

Modernisation Directive 2019/2161)，一般稱之為「綜合指令」(Omnibus Directive)，主要更新既有的四個歐盟消費者保護指令(不公平契約條款指令(93/13/EEC)、價格標示指令(98/6/EC)、不公平商業行為指令(2005/29/EC)和消費者權益指令(2011/83/EU))，旨在透過課予電子商務平台業者法律義務、在 B2C 網路交易中增加資訊透明度措施，並強化執法的權力，以達到保障消費者群體權益之目標。

⁴⁶ Enforcement and Modernisation Directive (EU) 2019/2161 (the Omnibus Directive) Article 6a (1)(b): “whether the third party offering the goods, services or digital content is a trader or not, on the basis of the declaration of that third party to the provider of the online marketplace”; Directive 2005/29/EC article 7 (4)(b).

⁴⁷ CJEU, 9.11.2016, C-149/15, Sabrina Wathelet v. Garage Bietheres & Fils SPRL; NJW 2017, 874.

則消費者得請求銷售中介者 Bietheres 負起契約上的瑕疵擔保責任。

歐盟法院(ECJ)認為作為銷售中介者是否有將交易的重要資訊「合理告知(ordnungsgemäß mitgeteilt)」⁴⁸消費者，其並非該商品之所有權人，至於中介者是否受有報酬，則非所問。歐盟法院(ECJ)在審理本案的過程中認為，中介者 Bietheres 在銷售行為的過程中並未「合理告知」消費者其非該商品的所有權人，致使銷售商品的行為使消費者發生混淆、讓消費者產生錯誤認知的危險，而認該中介者的銷售行為為該商品所有權人之行為，使消費者產生善意信賴該中介者(Vermittler)為出賣人(Verkäufer)，因而違反相關消費者保護規範中的告知重要資訊義務，並誤導一般且被充分告知資訊的消費者，使消費者難以辨識中介者的行為是否為他人之計算，故為強化保護消費者權益的目的，採目的性擴張解釋，解釋上認為中介者應負出賣人的契約上責任。

綜上，歐盟執委會透過編彙歐盟法院所補充法律空白之處或具參考價值的判決理由增修入法，因此第 5 條第 3 項 DSA 規定，線上平台的中介服務者若是違反消費者保護的相關規範，如違反揭露告知重要資訊的義務，則此時線上平台業者則不應享有豁免責任的特權，蓋其行為易肇致一般且充分被告知資訊的消費者困擾、難以區辨其資訊、商品或服務提供者或與其對之為法律行為之交易相對人究為何人的情形⁴⁹，且消費者必須被充分告知其交易相對人是否為企業經營者(trader)，著實會影響

⁴⁸ 是否合理被告知資訊的一般消費者，判斷上應考量中介者在代理個別私人進行交易時的各種因素，如中介商在交易過程中的參與程度及努力強度、交易商品呈現給消費者的情況、消費者的行為等，用以確定消費者是否可以理解，該中介者係以自己名義，為他人(個別私人)作計算；CJEU, 9.11.2016, C-149/15, Sabrina Wathelet v. Garage Bietheres & Fils SPRL, para 44.

⁴⁹ Bolger v. Amazon.com, LLC ((2020) 53 Cal.App.5th 431 (Bolger))，加州上訴法院似乎也採如是之見解。

著消費者是否享有消費者保護相關法規之適用⁵⁰。

三、對使用線上平台的企業經營者具授權或控制的外觀性

所謂「一般消費者信賴該基交易資訊係在平台提供者授權(authority)或控制(control)下所為者」，解釋上應該可以參酌歐盟《線上平台示範規則》(ELI Model Rules on Online Platforms)第 20 條(1)⁵¹，若是線上平台使用者(消費者)能合理信賴該線上平台經營者對其使用平台之供應商(supplier)具有支配、控制或主導地位者，則若發生供應商契約不履行之情事，使用者(消費者)除得對供應商主張契約上的權利，亦得以此對線上平台主張其權利。

其中，在評估平台使用者(消費者)是否得合理信賴平台經營者對其供應商具有所謂的支配、控制、主導地位，可參酌的判斷標準有：與平台簽訂獨家販售契約、締結消費契約前，線上平台業者隱藏供應商的身分資訊或連繫方法、消費契約的內容原則上由線上平台所擬定、銷售價格的定價權為線上平台業者、甚至是線上平台經營者有支援價金支付系統，線上平台得就此扣留消費者向供應商支付的款項等⁵²。綜上，線上平台若是對於使用該線上平台為交易行為的企業經營者具有重大影響的控制地位，則線上平台將對消費者負起消費者保護相關法的契約責任。

為加強保護使用線上平台服務之消費者的權益，歐盟增訂第 5 條第 3 項 DSA 要求在合於一定的法律規範下，數位平台服務提供業者亦應對消費者負起民事上責任。相較於非成文法的美國，對於數位平台業者的

⁵⁰ CJEU, 9. 11. 2016, Wathelet, Case C-149/15, para 37.

⁵¹ ELI Model Rules on Online Platforms Article 20: “1. If the customer can reasonably rely on the platform operator having a predominant influence over the supplier, the customer can exercise the rights and remedies for the non-performance available against the supplier under the supplier-customer contract also against the platform operator.”

⁵² ELI Model Rules on Online Platforms Article 20 (2).

責任似乎也採相同的見解，本文以 *Bolger v. Amazon.com*⁵³一案為例：

本件案例事實：原告 Angela Bolger 在 Amazon 的第三方賣家平台 (third-party marketplace) 上向 Lenoge Technology HK Ltd 購買筆電電池，在更換電池後發生起火爆炸，導致身體受到嚴重燒傷，因此向被告 Amazon 主張應負商品責任，請求損害賠償。被告 Amazon 抗辯理由有：(一)其僅提供電子平台給第三方賣家出賣商品，為一網路商城(an online mall)、(二)其本身並沒有參與商品的行銷，銷售和經銷，因此適用 Communications Decency Act(47 U.S.C. par. 230)(CDA)⁵⁴免責之規定。

法院在一審時認為，Amazon 適用 230 CDA「善良撒馬利亞人條款」的免責規範。

然而，上訴法院則以加州商品責任採嚴格責任(無過失責任)的原則 (doctrine of strict liability)與政策係為保護消費者權益為出發⁵⁵，因應科技進步、交易行銷方式的變化，該法律原則宜廣泛適用於現今的新型交易世界(widespread use ...in today's business world)。而面對新型的行銷結構與傳統的行銷結構有一定的差異性，因此，審查 Amazon 是否應負嚴格責任，則應審查下列三要件：(1)被告是否在銷售行為中直接獲取經濟利益；(2)被告的角色是不可或缺的，即被告的行為是商品進入消費市場的必要因素；(3)被告對製造或行銷、銷售與經銷(營銷)過程具有控制權或

⁵³ 本案其實與歐洲法院 *Wathelet* 一案有其相似之處，討論中介者(intermediary)應否對消費者負消費者保護法規之相關責任的問題，請參酌前揭註 47; *Bolger v. Amazon.com*, 53 Cal.App.5th 431 (Cal. Ct. App. 2020)

⁵⁴ Under the CDA, “no provider or user of an interactive computer service shall be treated as the publisher or speaker of any information provided by another information content provider.” (47 U.S.C. § 230 (c)(1).) “No cause of action may be brought and no liability may be imposed under any State or local law that is inconsistent with this section.”(Id., (e)(3))

⁵⁵ *Vandermark v. Ford Motor Co.*(1964) 61 Cal.2d 256

影響力⁵⁶。

準此，經上訴法院調查後認為，Amazon 提供電子商務交易平台的物流模式有二種⁵⁷，而本案賣家採用的 Fulfillment by Amazon 模式，即賣家的商品從一開始就使用 Amazon 提供的全套服務(倉儲、包裝到運送、收取貨款)，且買家與平台上的賣家在交易過程中並無法直接聯繫，雙方的溝通皆須以匿名方式透過 Amazon 網上為之。因此，上訴法院認為 Amazon 已將自己置於 Bolger 與 Lenogo 之間的營銷鏈關係上，無論 Amazon 扮演何種角色，它都是將商品帶給消費者的關鍵性要素⁵⁸，它已然是營銷鏈中的組成分子，應承擔因商品瑕疵所造成傷害之成本⁵⁹。最後，法院認為可以透過施加嚴格責任於線上平台服務提供者，用以促進公共政策、可發揮確保商品安全的作用、從而進一步實現保護消費者權益的目標，況且平台業者也是最有可能在網路營銷鏈中唯一可以合理地向權益收侵害之消費者支付損害賠償的參與者，且 Amazon 可以透過收取費用和保險來分配調整其與第三方賣家之間的消費者保護成本。因此，Amazon 應對平台上的商品瑕疵負嚴格責任。本案爭議的是 Amazon 自

⁵⁶ (1) the defendant received a direct financial benefit from its activities and from the sale of the product; (2) the defendant's role was integral to the business enterprise such that the defendant's conduct was a necessary factor in bringing the product to the initial consumer market; and (3) the defendant had control over, or a substantial ability to influence, the manufacturing or distribution process.” (Bay Summit, supra, 51 Cal.App.4th at p. 778.)

⁵⁷ Amazon 亞馬遜電子商務交易平台的物流模式有分為二類：Fulfillment by Merchant(簡稱 FBM)，即平台上的賣家乃係透過自家的倉儲空間配送商品到消費者手上。而所謂 Fulfillment by Amazon(簡稱 FBA)，是指 Amazon 提供的服務，包含倉儲管理、包裝運送到售後服務，平台上的賣家只需專注在銷售上。

⁵⁸ Whatever term we use to describe Amazon's role, be it 'retailer,' 'distributor,' or merely 'facilitator,' it was pivotal in bringing the product here to the consumer...

⁵⁹ ...integral part of the overall producing and marketing enterprise that should bear the cost of injuries resulting from defective products...

己的行為，其與賣家之間是 Fulfillment by Amazon 的關係，因此上訴法院認為 Amazon 在本案並無 Communications Decency Act(47 U.S.C.230)(CDA)免責規定之適用。易言之，若賣家採的是 FBM 的方式，則可免責。

若本件案例事實依 DSA 之規範，則 Amazon 對於平台市場的企業經營者或賣家提供的 FBM 協助，對提供營銷過程的呈現加以優化、或幫忙促銷行為等，如此一來即為扮演了積極的角色(active role)⁶⁰，況且 Amazon 對於行銷、銷售與經銷(營銷)過程對於用戶具有控制權或影響力，則依第 5 條第 3 項 DSA 的規定，Amazon 不得主張適用該條第 1 項免責之規定。

綜上，面對數位市場的興起及消費者權益的保障新興課題，本次新增第 5 條第 3 項 DSA，線上平台對消費者負有揭露特定重要資訊之義務；或線上平台使一般且合理知悉的消費者相信其揭露之資訊，而以具爭議的方式進行遠距交易；或交易行為中的商品或服務係由平台自己或服務接受者受其控制或授權下所為者，則該線上平台業者就其儲存服務所儲存之資訊無法適用免責之規定。

肆、DSA 未竟之處

回應到歐盟提出 DAS，其目標不僅是要在歐盟境內形塑單一數位經濟市場，而是要與 GDPR 一般，引領世界其他國家對於數位市場之消費者權益保障的標準制定者。然而，第 5 條第 3 項 DSA 提到的消費者保護

⁶⁰ Ester Arroyo Amayuelas, in Reiner Schulze/Dirk Staudenmayer, EU Digital Law: Article-by-Article Commentary (2020), p. 480 ; CJEU, 12.07.2011, L'Oréal SA and others v eBay, Case C-324/09, para. 123 「...operator plays such a role when it provides assistance which entails, in particular, optimising the presentation of the offers for sale in question or promoting them.」

之相關法規，依本草案前言第 10 點的說明羅列，應包含不公平商業行為指令(Directive 2005/29/EC)、消費者權利指令(Directive 2011/83/EU)、消費者服務條款指令(Directive 93/13/EEC)等，然有疑慮的是，網路中介服務提供者所負的消保法規之責任是否亦及於商品責任？草案中並未加以說明。

再者，原則上 DSA 並未對於網路中介服務提供者的責任與免責規範作出太多的調整，然而面對網路上充斥的各種不實資訊(disinformation/misinformation)，歐盟 DSA 旨在鼓勵網路中介服務提供者防止不實資訊、不法資訊再次出現，使用科技方式對第三人/使用者所提供之不法內容進行監管(content moderation)，則此規範意旨將不可避免地導致第三人的「內容」將可能被過度移除或封鎖。例如，DSA 關於「通知」機制的規範(第 14 條 DSA)，即透過網路使用者標誌「通知」服務提供者，舉報其所提供的第三人內容可能有涉有違法之嫌，在此當下，網路中介服務提供者為適用免責規定(「通知/行動」安全港條款)(第 3 條至第 5 條 DSA)，則可能會預防性的刪除或封鎖該「可疑」的內容，畢竟當第 14 條第 3 項 DSA 提供網路中介服務提供者選擇，立即對每個標誌內容進行即時、詳細、客觀的評估，或簡單的移除或封鎖被舉報的內容，而無庸經過任何重大考慮，即可適用免責條款。顯而易見，簡單移除可疑的內容對服務提供者而言，成本與風險都相對小。然而，如此之下，第三者的服務或內容在社交平台被消失與在商務經濟交易平台被消失，帶給使用者的成本與風險是霄壤之殊。在社交平台的內容被消失，可能涉及到政治議題與言論自由的界線；若服務提供者利用平台服務的優勢將經濟交易平台上的競爭對手被消失，則經濟上的損失又應如何救濟。

此外，因應在購物平台常見消費者受害類型的問題，是因消費者無

法與賣家取得聯繫，所以若購物平台業者對於賣家進行「身分管理機制」的查核，應可避免此類消費糾紛的發生。第 22 條 DSA 即有要求「電子商務平台服務提供者」應對其使用平台之供應商進行合理地身分盡職核實、調查義務，其與金融相關法規中「了解您的商業顧客」(KYBC)規範設計同出一轍(參見我國金融消費者保護法第 9 條第 1 項之相關規定)，若電子商務平台未確實履行合理核實供應商身分之義務，得處以行政罰鍰，但是否因此將喪失對於主張免責條款與責任限制之利益？草案中並未就此說明。舉例來說，消費者在線上購物時，因平台未善盡調查核實商家的能力，導致消費者權益受到侵害。主管機關可對平台業者處以行政罰鍰，但消費者因無法辨識或查取正確的第三方賣家(供應商)資訊，消費者面對的恐仍是求償無門之窘境。

伍、結論

隨著行動裝置便利、消費習慣也跟著發生巨大的改變，電子商務盛行下，網路消費者權益保護與網路中介服務提供者責任在立法者之間應如何取得平衡，應是所有作為世界地球村的成員共同的課題。尤其在近年來，科技巨頭市場壟斷性逐日嚴重，線上交易平台也越具主導性，商業活動也是日益集中到某些平台，因此國內得以借鏡 DSA 的立法方向，試著就不同規模的網路中介服務者訂出累加性的義務，線上平台的責任更進一步修正其免責規範之適用，用以形塑數位生活年代型態的未來願景、並進而打造安全與安心的數位時代環境。