



高齡者消費爭議

案例彙編  行政院消費者保護處
Department of Consumer Protection, Executive Yuan

序

隨著人類平均壽命的增長及少子化問題，我國早已邁入高齡化社會。本處有鑒於此，為了即早因應與預防，近年推動了多項相關業務。首先在政策規劃上，研訂「高齡者消費生活保護政策綱領」，督促政府相關單位強化行政效能，積極滿足高齡者消費生活需求，提供友善的消費諮詢及救濟服務。其次在教育宣導上，除舉辦專題演講及論壇、編印高齡消費者手冊外，並展開了高齡者消保教育師資培訓活動，以支援與推廣高齡消費者教育宣導工作。

鑒於消保觀念推廣上，如能以高齡者實際遭遇的消費爭議案例為題材進行教學，將更能契合聽眾的需要，本處乃著手規劃編印高齡者消費爭議案例彙編，請各地方政府提供所處理之高齡者消費申訴或調解具代表性的案例，加以編撰成冊；除可供高齡者消費時參考運用，避免消費爭議發生外，更是高齡者消保講師、相關機關學校推動消費者教育之實用教材。

承蒙各地方政府消保工作夥伴公忙之餘協助提供案例資料，本彙編始能完稿付印，敬表感謝。

行政院消費者保護處謹識

中華民國 105 年 12 月

高齡者消費爭議案例彙編 目錄

一、生活家電	2
案例 1	3
案例 2	5
案例 3	7
案例 4	9
二、資訊、通訊產品與服務	11
案例 5	12
案例 6	14
案例 7	16
案例 8	18
三、瓦斯器材	20
案例 9	21
案例 10	23
案例 11	25
案例 12	26
四、團體旅遊	28
案例 13	29
案例 14	32
五、不動產仲介	34
案例 15	35
六、保健食品	37
案例 16	38
案例 17	40
案例 18	42
案例 19	43
七、醫療器材與輔具	45
案例 20	46
案例 21	48
八、安養照護	50
案例 22	51
案例 23	53
案例 24	55
九、生前契約與殯葬服務	57
案例 25	58
案例 26	60
案例 27	63
案例 28	65

一、生活家電



一、生活家電

■ 案例 1

一、案例摘要：

王先生是一位年長且行動不便的長者，與年邁的母親周女士一同居住。周女士購買家電產品都是向鄰村的甲家電行購買，因此，甲家電行也常常熱心地往返奔波兩村替周女士處理家電的問題。但王先生覺得最近購買的 A 牌洗衣機常常故障，雖甲家電行有到府維修，但皆無法完全修復，且周女士因已年邁而個性較固執，亦堅持請甲商家繼續維修，王先生因洗衣機故障造成日常生活的不便，故撥打 1950 消費者服務專線，想請當地縣市政府消保官協助解決洗衣機有瑕疵的消費糾紛。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

申訴人王先生行動不便，除不便親來消費者服務中心填寫申訴資料外，亦不知如何操作線上消費爭議申訴系統。消保官於瞭解消費爭議所在及王先生身體情況後，即透過電話協助王先生建立消費爭議申訴案件。案件建立後，除以電話聯繫甲家電行，告知有關王先生的需求外，亦請 A 廠牌當地維修中心協助王先生。

(二) 結果：

甲家電行承諾會盡量協助王先生與其母親；另 A 廠牌維修中心亦回覆將儘快派員前往王先生之住處瞭解該洗衣機的狀況。該案件於消費爭議申訴流程進行中，王先生打電話告知消保官，A 牌維修人員已找出故障原因所在，且維修完畢，撤回申訴案件。

三、參考資訊：

民法第 354 條、民法第 227 條。

四、給高齡者的建議：

- (一) 一般人的消費習慣，常有向特定商家從事消費行為的傾向，年長者更常如此。若是遇到有良心、負責任的企業經營者倒也無妨，若係碰上不老實的店家，年長者的權益就易受侵害。故建議高齡者購買價位較高之商品、服務，或消費家電類、科技類等產品時，宜儘量與家人及親友一同選購，遇有後續保固問題時，也應尋求原廠或維修中心等管道，以維護自身的權益。
- (二) 如遇消費問題，可撥打 1950 全國消費者服務專線諮詢。如發生消費糾紛，可利用網路進行線上申訴，網址是 <https://appeal.cpc.ey.gov.tw>。

■ 案例 2

一、案例摘要：

高齡者張女士，日前遇到某品牌業務人員登門推銷，購買安裝了價格為新臺幣 9,000 元的廚房排油煙機，及 10,000 元的瓦斯爐具，雙方並言明保固期為 5 年，但張女士只留下該業務之聯絡電話與地址，並未留下該品牌相關書面保證文件及正確聯絡資料。一年後，瓦斯爐具產生問題，張女士撥打該業務人員的電話，均未獲回應，因此向當地縣市政府消費者服務中心提出申訴。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

1. 消費者服務中心受理申訴後，即分派案件予縣政府建設處，依張女士所提供地址發函請業者妥處，惟並未收到業者回函說明。
2. 張女士又提出第二次申訴，消保官室受理後，發覺張女士所提供業者資料並不完整，經查詢公司登記資料，發現某工業有限公司名稱與張女士所提供者相近，爰先行電話聯繫某工業有限公司，該某工業有限公司同意與張女士聯繫，約定時間前往確認商品品牌與型號，若確定係該公司商品，將為後續處理。

(二) 結果：

1. 張女士逕自更換新品，舊品已由該新品的銷售業者回收。
2. 某工業有限公司函覆縣政府，經該公司派員前往查看，張女士使用其他品牌瓦斯爐，且使用狀況正常，已不需維修服務。

三、給高齡者的建議：

- (一) 遇有訪問交易之情形，務必留下企業經營者之相關聯絡資訊，相關書面文件應妥善保存，於遇有消費爭議時方便後續處理。
- (二) 遇業務員登門推銷，切勿衝動購物，可與家人多方商量後再做決定

■ 案例 3

一、案例摘要：

張老太太與兒子、媳婦及孫子同住，平常白天晚輩們上班上學，老太太一人在家，除了跟幾位老鄰居互串門子，就是到附近的社區活動中心，參加老人成長社團。某一天，老太太到活動中心參加社團活動，在休息的空檔，有一對年輕男女，帶著一台機器，跟老人們介紹那是銀離子健康淨水器，並且推銷淨水器的好處。張老太太好奇問了女生幾句，那兩人以為老太太有興趣，就繞在她身旁不停鼓舞推銷，希望老太太能購買，甚至跟隨她回到家中。

老太太原本不願意購買，但拗不過兩人一再遊說，而且又提供豐富的贈品，所以只好答應安裝一組淨水器，但價格卻高達 2 萬元，比原先推銷時說的 1 萬元增加一倍，而業者的說法是增加配備。老太太雖然心疼，卻也只能無奈接受。晚上兒子跟媳婦回到家，老太太把白天的遭遇告訴他們，兒媳們直覺就算不是受騙，價錢也不合理，於是撥打保證書上的服務電話，但卻是空號；聯絡推銷人員的行動電話，對方卻說等到他們下次巡迴到高雄再處理。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

老太太的兒子當晚聯絡業者沒有正面回應，就至消費申訴網站填具資料作線上申訴，並在隔天上班時間撥打 1950 全國消費者保護專線，向當地縣市政府消費者服務中心確認。經消費者服務中心函知業者妥處，沒有獲得結果，消費者便提出第二次申訴。

(二) 結果：

消保官通知業者到場協商，向業者闡明相關法令規定後，業者同意退貨還款。

三、參考資訊：

消費者保護法第 18、19、43 條。

四、給高齡者的建議：

高齡者資訊來源多較封閉，又因經常獨自在家中，對於登門推銷，或者經由同伴間引介的消費行為，往往判斷力較差，或礙於情面不好意思拒絕，所以常造成無用或過度的消費，甚至受騙上當、破財傷身。建議高齡者消費時，能心存：多聽家人意見、贈品不會白拿、當心推銷話術、確認業者所留資料能否聯絡得上，不買來路不明的藥、保健食品，不買贈品太多的推銷物品。

■ 案例 4

一、案例摘要：

高齡者吳先生向某公司購買冷氣乙台，安裝使用後，覺得沒有降溫的效果，後來發現是冷媒外洩問題，經業者處理後，仍然連續兩年都發生同樣問題，他認為產品有嚴重瑕疵，向業者反映後，業者派員重新安裝修正並重灌冷媒，但吳先生仍對冷氣冷房效果有疑慮，遂向當地縣市政府消費者服務中心提出申訴，請求協助換機。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

消費者服務中心函文請冷氣機業者提出說明並與吳先生溝通協調妥適處理。由於雙方無共識，續由消保官為雙方當事人進行協商。

(二) 結果：

經由消保官居中協調後，製造廠商同意延長保固期限 1 年，雙方達成協議，協商成立。

三、參考資訊：

(一) 依消費者保護法第 4 條規定，業者對於其提供之商品或服務，應向消費者說明正確的使用方法，提供消費者充分與正確之資訊，及實施其他必要之消費者保護措施。

(二) 依「電器買賣定型化契約範本」中出賣人之瑕疵擔保責任及售後服務及「電器買賣定型化契約應記載及不得記載事項」辦理。

四、給高齡者的建議：

- (一) 消費者宜在購買冷氣與安裝時，確認產品型號規格，並檢查商品是否有瑕疵。在業者提供該商品保固期限內，商品有任何問題，業者仍應該負瑕疵擔保責任。
- (二) 如欲維修商品，可要求業者說明修理情形並將修理後的保固條件，以書面方式填寫清楚。

二、資訊、 通訊產品與服務



二、資訊、通訊產品與服務

■ 案例 5

一、案例摘要：

沈老先生手機壞了，於某電信公司加盟門市業務人員遊說下，辦理 3G 門號月租半價專案並搭配 0 元手機乙支。使用期間發現，充電時手機常有無法蓄電情形。經他向業者反映，業者同意更換充電器及電池，但仍無法解決蓄電的問題。沈老先生向業者表示要無條件解約，未獲得滿意的回應，因此向當地縣市政府消費者服務中心提出申訴。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

消費者服務中心以電話聯繫該電信加盟門市承辦人員，請其對沈老先生的申訴案妥適處理。

(二) 結果：

電信門市同意解約，但手機外表已有些許磨損，經協調後，沈老先生同意支付 1,990 元買回，雙方達成共識。

三、參考資訊：

依消費者保護法第 4 條規定，業者對於其提供之商品或服務，應向消費者說明正確的使用方法，提供消費者充分與正確之資訊，及實施其他必要之消費者保護措施。

四、給高齡者的建議：

- (一) 3C 產品、電信資費搭配的方案眾多且複雜，業者之說明，高齡消費者未必全部了解，建議可請業者詳細說明，尤其對於服務品質不良及解約退費條款有不明瞭處要詢問清楚，不一定要馬上簽約或付定金。必要時，可請子女或親友陪同前往辦理。
- (二) 商品送修，可要求業者說明修理情形，並將修理項目及維修後的保固條件以書面文件提出，以利未修復時主張權益。

■ 案例 6

一、案例摘要：

高齡者王先生日前送手機至電信公司維修，電信公司營業員藉機向王先生推銷免費平板電腦，王先生以為是免費，回家後女兒告訴他，他所簽的契約每月要負擔行動上網門號的月租費。王先生認為自己年歲已大，甚少使用行動上網，且電信公司於簽約時並未說明需繳上網費用，故想解除契約並返還完全未使用之平板電腦予電信公司，並免負擔違約金。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

消費者服務中心受理王先生之消費申訴後，函請國家通訊傳播委員會妥善處理，國家通訊傳播委員會行文給業者，並將業者的回函轉發給申訴人王先生，但王先生仍不接受業者所提解決方案，故申請消保官協商。

(二) 結果：

經消保官邀集王先生與電信公司召開協商會議，雙方同意解除契約，王先生無須負擔任何違約金，但必須歸還該契約之贈品平板電腦予電信公司。

三、參考資訊：

- (一) 民法第 88 條、第 91 條、第 92 條、第 93 條。
- (二) 國家通訊傳播委員會公告之「行動通信網路業務服務契約範本」。

四、給高齡者的建議：

為確保消費者的權益，建議長輩與電信公司簽訂書面契約時，應仔細詢問契約內容，例如贈送的手機（或平板電腦）是否需搭配門號，或契約是否有綁定期間，簽約後並保留手機（或平板電腦）及門號的合約、廣告單、說明書等簽約文件，做為雙方權利義務的依據，將來如提出消費爭議申訴時，可列為重要的證物。

■ 案例 7

一、案例摘要：

高齡者陳先生平時利用存摺轉帳自動扣款繳交相關費用（如電話費、水費、電費…等），帳戶不定時會存入金錢，平時維持有數萬元不等，自動扣繳支應相關費用無虞。

某日，電信業者通知陳先生電信費用扣繳金額不足，陳先生認為是詐騙電話而不以為意。數週後，電信公司因陳先生未繳電話費用而中斷陳先生的電話使用，此時，陳先生才意識到問題嚴重。

經陳先生的兒子向電信公司確認後得知，近 2 年來陳先生的電話費用除有月租費及通話費以外，陸續約有 8 萬元小額付費的帳款。經查係陳先生未成年的孫子使用陳先生的行動電話購買遊戲點數，陳先生認為電信公司並未做好確認身分，致使其電話遭盜用；另外陳先生也未同意電信公司開通小額付費服務，因此向當地縣市政府消費者服務中心提出申訴。

二、處理過程與結果：

（一）過程：

1. 消費者服務中心收到案件，依消費者保護法第 43 條規定，函請企業經營者於 15 日內妥適處理。
2. 電信公司回復陳先生，有關電話遭盜用及未同意便開通小額付費服務，該公司願付部分責任，但基於陳先生的孫子已將所購買之遊戲點數使用完畢，若陳先生不追究該公司責任，那電信公司就不追究其孫子盜用及返還不當得利的責任。

3. 雙方多次溝通無共識，陳先生申請進行協商與調解程序。

（二）結果：

1. 消保官於調解會議中建議雙方相互退讓，企業經營者未做好確認消費者真實身分及未能提出消費者同意開通小額付費的證明；而消費者部分，盜用身分的人並非外人，而係自己的孫子，自己未妥善盡到監督及教育責任，也不應由企業經營者全數負擔。雙方若進入爭訟程序，必定雙輸，而且小孩子可能會留有汙點紀錄。
2. 雙方互有妥協後，業者退還 2 萬元後雙方和解。

三、給高齡者的建議：

- （一）現在電信服務及消費型態多元，應隨時留意每期帳單明細，帳單金額若有異常，應迅即向業者查詢。
- （二）轉帳付款非常便利，但仍應經常核對，隨時注意帳戶往來情況。
- （三）目前行動設備的支付功能已逐漸普及，不只是通話設備，宜妥善保管，並設定以加密方式，強化資訊安全保護。

■ 案例 8

一、案例摘要：

吳先生是一位高齡且行動不便的長者，多年前他向甲公司申裝第四台，是他日常接收外界資訊的管道。一日接到自稱乙傳播公司的電話，告知其收視的第四台將增加 10 個頻道，且收費不變。吳先生得知消息後打電話到甲公司（第四台業者）詢問，始知第四台的收費費率業已調降，可以改依前述乙傳播公司所提的計費方案收費。吳先生覺得乙傳播公司用甲公司的名義打電話告知費用方案一事，已違反誠信原則，還要求甲公司要退還費率調降後溢繳的費用，甲公司雖同意退費，惟須吳先生至公司營業處申辦，然而吳先生因行動不便無法親往辦理，遂致電當地縣市政府消費者服務中心，敘述相關經過情形，希望尋求消保官協助。

二、處理過程與結果：

（一）過程：

因申訴人吳先生行動不便，除不便親到消費者服務中心填寫申訴資料外，亦不知如何操作線上消費爭議申訴系統。消保官於瞭解消費爭議所在及申訴人身體情況後，即透過電話協助陳先生建立消費爭議申訴案件，於案件建立後，即會同該縣市政府主管單位至甲公司營業處所，依消費者保護法第 33 條進行行政調查，查明第四台業者甲公司是否以乙傳播公司名義行銷並更改契約等情事，亦請甲公司協助陳先生退費事宜。

（二）結果：

甲公司除同意對於臨櫃辦理退費有困難的民眾，以個案方式協助處理外，並承諾教育客服人員清楚說明基本費用及加購頻道費用的差異，且上網公開費率，便利民眾查詢。

三、參考資訊：

消費者保護法第 13 條、第 17 條之 1。

四、給高齡者的建議：

企業經營者常利用電話為媒介推銷商品或其所提供之服務，惟其取得相對人承諾之方式，常常未能詳實說明及告知，致消費者受有資訊不完整的風險，尤以高齡者為甚。建議年長者接獲電話推銷或訪問交易時，應避免當下做出決定，待與家人商量，或打電話諮詢 1950 全國消費者服務專線後再為承諾，以免吃虧上當。

三、瓦斯器材



三、瓦斯器材

■ 案例 9

一、案例摘要：

高齡者朱女士因感覺桶裝瓦斯（鋼瓶裝液化石油氣）每次都很快使用完畢，經她自行測試結果，認為企業經營者所送瓦斯填裝重量不足，請業者送足量之瓦斯，或終止契約，返還業者先前向她收購之鋼瓶。

業者表示，收購的鋼瓶已經銷毀，也換裝新瓦斯，朱女士覺得業者仍沒有解決瓦斯重量不足的問題，因此向當地縣市政府消費者服務中心提出申訴。

二、處理過程與結果：

（一）過程：

消費者服務中心針對朱女士的申訴案件，聯繫該瓦斯行了解情況，並函請業者妥適處理。

（二）結果：

瓦斯行業者回覆表示，已重送一桶瓦斯後，朱女士仍有存疑，故聯繫地方主管機關消防局承辦人員會同至現場檢測，確認新更換瓦斯重量足量無誤，並獲朱女士接受，雙方達成和解。

三、參考資訊：

「家用液化石油氣供氣定型化契約範本」第 1、2、8、9、11 至 15 條。

四、給高齡者的建議：

- (一) 於業者更換瓦斯桶時，可留意瓦斯桶上所附標示，重量、品質應符合國家標準。若有存疑可請業者用電子秤測試。
- (二) 購買瓦斯時，請選擇有提供家用液化石油氣供氣定型化契約的業者，藉以規範買賣雙方權益，維護自身權益及確保瓦斯桶使用安全。

■ 案例 10

一、案例摘要：

高齡者蘇先生某日在家，聽到有人按門鈴，自稱為消防相關單位，在社區辦理「瓦斯防震說明會」，蘇先生不疑有他，前往參加。於說明會上，由瓦斯防爆專家介紹瓦斯防震裝置，並提出不少案例，說明瓦斯防震裝置在地震發生時，可斷絕瓦斯預防火災發生，並贈送參加說明會的每人一組免費贈品。蘇先生乃帶領說明會的銷售人員到家中，將所謂免費贈品安裝至瓦斯爐。

裝設過程中，銷售人員又說，熱水器也可以安裝，並說公司有「買一送一」活動，這兩個瓦斯防震裝置共要 7,990 元。業者利用免費贈品，誘使蘇先生安裝瓦斯防震裝置，再強迫推銷商品；而蘇先生因瓦斯爐防震裝置已安裝完成，當下也反應不過來，遂繼續讓業者完成熱水器防震裝置之安裝。事後蘇先生覺得整個過程有受騙感覺，向當地縣市政府消費者服務中心提出申訴。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

此案件銷售過程及交易方式，屬於消費者保護法所稱之訪問交易，消費者服務中心接獲蘇先生詢問電話後，即告知蘇先生本案適用訪問交易之規定，消費者得於收受商品後 7 日內，以退回商品或書面通知方式，解除瓦斯防震裝置之買賣契約，除建請蘇先生以存證信函通知業者解除買賣契約，同時消費者服務中心也受理其申訴案件，函請業者妥適處理。

(二) 結果：

業者收到消費者解約通知及消費者服務中心函送之申訴案件後，便與蘇先生連絡，同意退還原購商品價款，雙方達成和解。

三、參考資訊：

- (一) 消費者保護法第 19 條第 1 項：通訊交易或訪問交易之消費者，得於收受商品或接受服務 7 日內，以退回商品或書面通知方式解除契約，無須說明理由及負擔任何費用或對價。但通訊交易有合理例外情事者，不在此限。
- (二) 公平交易法第 25 條：除本法另有規定者外，事業亦不得為其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為。

四、給高齡者的建議：

- (一) 消費者保護法所稱之訪問交易，是指企業經營者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所訂立之契約；本案消費者經由說明會購買商品，屬於消費者保護法規定的訪問交易，消費者可以在收受商品後之 7 日內，以書面（如存證信函）或退回商品方式通知業者解除買賣契約。
- (二) 業者推銷手法不斷更新，高齡者獨自在家，應拒絕登門推銷人員進入，若遇有以消防安全檢查名義要求進入家中或舉辦說明會等活動，應向有關機關求證，並確認其身分識別證明文件，以免受騙上當。

■ 案例 11

一、案例摘要：

高齡者陳先生因為要將家中原有之瓦斯熱水器更換為電熱水器，欲向瓦斯公司辦理瓦斯空桶退瓶，並要回當初所繳交之瓦斯桶保證金（每瓶新臺幣 1,000 元），但瓦斯公司表示，因瓦斯桶有折舊，只願每瓶退還新臺幣 200 元。陳先生認為不合理，向當地縣市政府消費者服務中心提出申訴。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

消費者服務中心移請主管機關該府消防局後，消防局函請業者妥善處理。

(二) 結果：

陳先生與瓦斯公司協商後，雙方和解。

三、參考資訊：

經濟部公告「家用液化石油氣供氣定型化契約範本」。

四、給高齡者的建議：

- (一) 為確保消費者的權益，建議購買桶裝瓦斯時，使用經濟部公告「家用液化石油氣供氣定型化契約範本」，與瓦斯行簽訂書面契約。
- (二) 新制瓦斯桶屬於瓦斯行之財產，消費者購買瓦斯時僅需支付瓦斯桶保證金，不需另購買瓦斯桶，日後消費者不再購買瓦斯時，瓦斯行應全額無息退還保證金。因此，建議長輩繳付保證金後，記得向業者索取收據留存，以便將來要求瓦斯行退款時有所憑據。

■ 案例 12

一、案例摘要：

高齡者劉先生家中使用的是「新○瓦斯公司」的天然瓦斯，有一天，一家「新○管路工程有限公司」派員至劉先生家按電鈴推銷安裝瓦斯遮斷器，行銷過程中，一直強調他們是新○瓦斯公司派來的，致劉先生誤以為是新○瓦斯公司的工程人員，劉先生因而花費新臺幣 1,900 元整裝設瓦斯遮斷器。經隔壁鄰居提醒並上網查詢後，劉先生才驚覺受騙，乃向當地縣市政府消費者服務中心提出申訴。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

消費者服務中心受理後，將案件移送主管機關經濟發展局協處，該府經濟發展局隨即函請新○管路工程有限公司妥善處理。

(二) 結果：

新○管路工程有限公司同意還款並回復原狀，雙方和解。

三、參考資訊：

- (一) 消費者保護法第 18 條、第 19 條。
- (二) 民法第 88 條、第 91 條、第 92 條、第 93 條。

四、給高齡者的建議：

- (一) 遇到自稱瓦斯公司人員推銷瓦斯遮斷器時，宜先詢問推銷人員身分並同時向瓦斯公司進行確認，以避免被誤導而購買。

- (二) 天然瓦斯業者定期進行的安全檢查，多會事前通知，若有維修費用亦不會當場收取，而是將費用併入下期帳單。
- (三) 業者未經長輩邀約來家裡推銷瓦斯遮斷器（或稱防爆器），屬於消費者保護法第 19 條規定之訪問交易，長輩得於收受商品或接受服務後 7 日內，以退回商品或書面通知方式解除契約，無須說明理由及負擔任何費用或對價。

四、團體旅遊



四、團體旅遊

■ 案例 13

一、案例摘要：

林先生係退休公務員，與同是退休的前同事及親屬共 16 人組團辦理國外旅遊，旅行團名稱是「巴爾幹半島 12 天之旅」，行程橫跨奧地利、斯洛維尼亞、克羅埃西亞、波士尼亞等國。返國後，林先生向旅行社反映旅遊行程變動很大，造成行程匆忙，品質減損。但旅行社表示完全依旅遊合約所定之行程進行，並沒有變動。林先生整理出旅行社所提供之行程表，共有 5 種版本，還有英文版行程表，其中僅有英文版行程符合實際的旅遊行程，其他版本皆與實際行程有落差，包含簽約時的行程表也一樣。旅行社人員說，簽約時因林先生及部分團員表示行程尚需修改，所以雙方同意於條款內註明：行程表以行前說明會所發放的為準，而行前說明會時所發之行程表就是該英文行程表，所以旅遊行程並無變動。林先生不滿意旅行社的處理方式，向當地縣市政府消費者服務中心提出申訴。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

1. 消費者服務中心收到案件，依消費者保護法第 43 條發文請企業經營者於 15 日內妥適處理。
2. 旅行社維持原主張，表示行程並無變動，雖然於行前說明會發放英文行程表，但也有口頭說明，所以無法接受消費者索賠的要求，因此林先生便再向消保官提出申訴。

(二) 結果：

1. 消保官詢問雙方，發現爭點在於行程表的版本：

- (1) 消費者主張應以簽約時的行程表為主，因為後續的版本雖然旅行社是因為團員意見作更動，但有意見的團員無法代表全體的意見，而且有些意見是衝突的，所以旅行社應該以簽約的行程為主。
- (2) 旅行社主張，雖然給英文行程表有疏失，但確實有作口頭說明，且於簽約時雙方就同意行程表會異動，這點消費者亦不否認，所以不應以簽約時的臨時行程表為準，應以行前說明會時的英文行程表為主。

2. 經消保官協調，雙方主張雖然各執理由，但消費者確實知悉也同意簽約後行程會異動，所以行程的變動是可預期的；而旅行社發放英文行程表，使消費者無法立即辨別變動項目，雖然主張有口頭解說，但卻無影音證明解說內容，亦有責任。

3. 在雙方認知各負擔有部分責任下，經消保官協調後，雙方同意以最後一版的「中文行程表」作為基準來討論行程異動的補償措施；最後，旅行社提供每個團員2張知名餐廳餐券之補償方式達成和解。

三、參考資訊：

- (一) 國外旅遊定型化契約應記載及不得記載事項。
- (二) 交通部觀光局網站 <http://admin.taiwan.net.tw/>。
- (三) 中華民國旅行業品質保障協會網站
<http://www.travel.org.tw/>。

四、給高齡者的建議：

- (一) 若與業者合意變動旅遊行程，應有書面記錄並循簽約模式締約，避免雙方爭議。
- (二) 旅行社之行程表內多含有景點和相關行銷廣告文字，應謹慎檢視，若有疑問，立即向業者詢問確認。
- (三) 若參加團體旅遊遇有消費爭議，還可向中華民國旅行業品質保障協會申訴。

■ 案例 14

一、案例摘要：

陳老先生參加旅展，好好玩旅行社強打 9,900 元泰國旅遊，他向旅行社業務詢問該行程，業務員表示該行程非常熱門，請他立即下訂，避免滿團。當日陳老先生與旅行社簽訂合約，回家後陳老先生至旅行社網站查詢，並無泰國出團行程，且網上公司評價不佳，因擔心受騙，陳老先生專程至旅行社了解，公司業務確認泰國出團沒問題，且旅行社於電視台強打廣告。過了一陣子，旅行社電話通知泰國行程無法出團，需延後出團時間且不保證成行，如更改加價至 15,900 元即可確定成行。參加熱門行程卻一再無法成行，如加價至高價團即可成行，陳老先生認為旅行社以低價團費誘騙消費者簽約，再以無法成團，逼迫加價參加高價行程，且旅行社於行程前 7 日通知無法成行，無需作賠償，違背常理，因此陳老先生向當地縣市政府消費者服務中心提出申訴。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

消費者服務中心行文給旅行業者後，旅行業者回函表示：並沒有強迫客人加價，但告知要延後等待其他出團日期。消費者不接受業者說明，指旅行社故意欺騙，便再向消保官提出申訴，要求賠償。

(二) 結果：

經消保官開會協調，業者表示，非旺季期間報名人數難以預估，所以該公司並沒有保證出團，消費者仍可參加該公司其他日期的行程。惟消費者表示，不想再參

加該公司任何旅遊行程。最後，旅行業者同意全額退還已繳交的費用，雙方達成和解。

三、參考資訊：

國外旅遊定型化契約應記載及不得記載事項。

四、給高齡者的建議：

- (一) 參加旅行團前務必詢問業者相關細節，最好將廣告文宣留下，口頭承諾也請業者簽名作為書面證明。
- (二) 需注意確認業者是否揭露該旅遊團須有幾人以上參加才能成行。如未達成行人數，旅行業應於出發日前至少七日通知旅客解除契約；怠於通知致旅客受損害者，應賠償旅客損害。如果業者契約未記載最低成團人數，視為無最低組團人數；保證出團者亦同。解除契約後，業者得依下列方式之一處理善後：
 1. 退還旅客已交付之全部費用，但旅行業已代繳之行政規費得予扣除。
 2. 徵得旅客同意，訂定另一旅遊契約，將原繳交費用移作另訂之旅遊契約之費用。如有超出之賸餘費用，應退還旅客。

五、不動產仲介



五、不動產仲介

■ 案例 15

一、案例摘要：

高齡者徐先生對不動產仲介專任與一般契約的區別並不瞭解，也看不懂契約內容，他受到房仲業務遊說，簽訂了專任委託買賣契約委賣建地，契約內容是以 24 萬元 / 坪出售，但同時房仲卻另外要求徐先生簽訂變更委託事項契約書，變更價格為 22 萬元 / 坪，並跟徐先生說委賣價是 22 ~ 24 萬元，隨後廣告刊登售價為 24 萬元。

不久後，房仲告知徐先生，有買主出 21 萬元 / 坪，這時徐先生想變更委售價格，房仲業務稱當初已簽訂變更契約書為由拒絕，並告知徐先生，若買方出價達 22 萬元 / 坪時即須賣出，還請徐先生趕緊以 21 萬 / 坪賣出。

徐先生感覺被騙，懷疑仲介一開始就已洩漏底價給買方，寄出兩次存證信函，要求房仲同意讓其更改價格，都被拒絕。之後業務通知徐先生，買主出價已達底價，並已代收取本票訂金，逼迫徐先生出面簽約，如不願賣出或要解約均屬違約。因此，徐先生委由女兒向當地縣市政府消費者服務中心提出申訴。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

經消費者服務中心行文給房仲業者，業者回函否認有洩漏底價，並表示係按照徐先生簽約金額完成仲介銷售。

(二) 結果：

消費者申訴後未獲滿意結果，又申請消費爭議調解。

雙方對於銷售價格的歧見無法化解，仲介業者表示已收新買家定金，堅持不願負擔退還定金的損失，最終調解不成立。

三、參考資訊：

不動產委託銷售定型化契約應記載及不得記載事項。

四、給高齡者的建議：

- (一) 委託人於簽訂委託銷售契約書前，可先向業者要求將契約書正本或影本帶回詳細閱讀，最好與家人商量後再洽談，不需急於一時做決定。
- (二) 買賣房屋土地，若對市場實際交易行情不瞭解，可參考內政部不動產交易實價查詢服務網。
- (三) 通常仲介業者為了能增加委託銷售案件，不管定價金額合不合理，多會先簽下來，之後再想辦法議價，設法壓低委售價格，以增加成交的機會。為了因應業者此種作法，賣方民眾在一開始訂價時，可以先預留被議價的空間。假設心目中原打算賣出的價格是 500 萬元，與仲介業者簽訂底價時，不妨訂出比 500 萬元更高的價格，藉此預留議價的空間，也避免有心目中底價被洩漏的疑慮。

六、保健食品



六、保健食品

■ 案例 16

一、案例摘要：

高齡者林女士接到某生技保健食品的電話推銷，感覺不錯便購買服用。沒想到事後卻經常接到此生技公司業務人員的推銷電話，林女士和對方說吃不完不想再買了，對方卻表示購買後可先將商品寄放公司，待身邊的部份吃完再出貨，若是吃不完，公司還可以幫忙賣掉，甚至半哄半騙下，自行使用林女士的信用卡一再刷卡消費，直到林女士的信用卡被停掉，此後生技公司業務便不再理會林女士了。林女士很害怕被先生知道，不知如何是好，只好默默的繳卡費。後來真的繳不出錢，自覺快得憂鬱症了，才向當地縣市政府消費者服務中心申訴，請求將沒吃掉的及寄放在生技公司的產品退掉。

二、處理過程與結果：

（一）過程：

消費者服務中心依據林女士接提出之申訴內容，發函請生技保健食品業者於 15 日內妥適處理。

（二）結果：

生技保健食品業者函覆，已與林女士達成協議，雙方協議結果為林女士退回商品，業者退還該筆商品購買費用，該款項已匯入申訴人帳戶。

三、給高齡者的建議：

一般人因年齡增長體能健康狀況走下坡時，或許會

對健康食品的效果抱持高度期待，年長者也較容易因推銷人員使用溫情攻勢而心軟，便在未詳細考量下做了無謂的消費。所以建議年長者消費前應和身邊的親朋好友多商量，並思考本身是否真有此需求、高價產品是否必要、家庭經濟上能否負擔，萬一買到偽劣的保健食品反有害健康，購買這類產品務必審慎考慮再作決定。

■ 案例 17

一、案例摘要：

80 多歲的退休王老師迷上了保健食品，每次購買皆是以「箱」為單位，一次購買許多品項各 1~2 箱不等，每箱皆含十罐保健品，王老師為此竟然花了近百萬的積蓄與退休金，連房子都差一點要拿去貸款並繼續購買。

經王老師的兒子了解，才知道原來推銷員把王老師捧在手心，每天噓寒問暖、早晚關心，且不定時還會捎來電話陪老師話家常。王老師因此配合著買了一大堆產品，直到口袋掏空，要拿房屋去貸款，這才讓事件曝光，兒子代王老師向當地縣市政府消費者服務中心申訴。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

1. 消費者服務中心收到案件，依消費者保護法第 43 條規定，發文請企業經營者於 15 日內妥適處理。
2. 消費者服務中心向申訴人查詢保健品的商品資訊（含品牌、包裝、內容物…等），而後函請主管機關衛生局確認商品合法性並請其協助辦理本案。
3. 消保官指示主管單位查核企業經營者販售保健食品的資格與行銷方式等，是否有違相關法令。

(二) 結果：

1. 爭議的保健品經主管機關衛生局查核後，確認皆為合法的保健食品，而販售該等商品的企業經營者係為合法公司。

2. 企業經營者來電與消保官協商，經過討論，企業經營者同意讓消費者有條件（即未拆封及未逾一定期限的部分）辦理退貨。
3. 消費者部分：申訴人諮詢消保官相關法律問題後也接受企業經營者條件，並完成退貨手續。

三、參考資訊：

健康食品管理法第 2、3、6、13 及 14 條。

四、給高齡者的建議：

- (一) 購買健康食品，應留意商品標示、及健康食品標章。
- (二) 購買商品請適度依所需及商品特性消費，並多與家人朋友溝通交流，勿讓消費行為附加有不必要之情感因素。

■ 案例 18

一、案例摘要：

高齡消費者周女士受到某有限公司推銷，陸續花費新臺幣一百多萬元購買該公司健康食品，嗣因其先生需支付醫療費用，請求廠商退還未使用商品，並返還新臺幣十萬元整，遭到拒絕，周女士便向當地縣市消費者服務中心提出申訴。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

1. 消費者服務中心受理後，即請衛生局發函請業者妥善處理。
2. 業者回覆消費者使用產品期間並無任何不適，卻因私人問題要求退款，致雙方未達成共識。因此周女士提出第二次申訴，由消保官室召開協商會議。

(二) 結果：

1. 會議中周女士主張，已將未使用商品退貨寄回，要求該公司返還新臺幣十萬元整。
2. 業者於協商會議表示，未收到周女士所退回商品，請周女士提供相關退貨寄回商品之證明資料，該公司願意協助處理，但周女士表示無相關退貨寄回商品之證明文件，故雙方協商不成立。

三、給高齡者的建議：

- (一) 購買商品前，請考量自身財力狀況，可先單筆小額消費試用，若符合自身需求再小額加購，無須單筆大金額購買。
- (二) 若有退貨寄回商品之情形，務必保留相關郵寄單據，以利後續申訴處理之用。

■ 案例 19

一、案例摘要：

劉先生為高齡退休人士，在某大賣場購買包裝食品，食用後發生腸胃不適，並有腹瀉狀況，即前往住家附近看診，並取得腸胃炎之診斷證明。後來劉先生向大賣場公關人員反映後，隨即大賣場公關人員聯絡製造廠商代表前往探望慰問；廠商代表先向劉先生表示口頭歉意，願意辦理退費，或更換該廠其他包裝食品。但劉先生不滿意，責怪廠商販賣不良商品陷害無辜消費者，要求廠商及大賣場將該包裝食品立即下架，不准販售，並應給付醫藥費及精神慰撫金。廠商代表表示，因為劉先生的診斷證明尚無法證明其腸胃不適是由該包裝食品引起的，其因果關係無法證明。但劉先生向廠商代表表示，他並沒有食用其他特別的食物，百分之百是該包裝食品引起的，雙方因此不歡而散，劉先生隨即當地縣市消費者服務中心申訴。

二、處理過程與結果：

- (一) 劉先生向消費者服務中心提出申訴，訴求將該包裝食品立即下架及給付醫藥費及精神慰撫賠償金。經消費者服務中心函請廠商妥處，而廠商代表以電話方式與劉先生商談，惟並未談出結果。15 天過後，劉先生隨即提出第二次申訴，交由消保官處理。
- (二) 消保官依規定邀請消費者及廠商前來說明案情，商議解決辦法，消保官瞭解案情後，向劉先生闡釋有關其訴求將該包裝食品立即下架乙節，消費者既已向衛生局提出檢舉，應由衛生局本於權責依法處理，必要時會採樣檢測，廠商如真有違反規定情事，

政府定將依法命其商品下架並處以罰鍰。至於醫藥費及精神慰撫賠償金部分，廠商原本仍堅持以辦理退費或更換該廠其他包裝食品作為處理方式，經消保官分析案情及相關法令，日後如雙方提起訴訟將會遇到的問題，勸喻雙方達成共識，最後廠商願以慰問金方式給付劉先生新台幣 5,000 元，劉先生亦同意接受，不再表達其他意見。

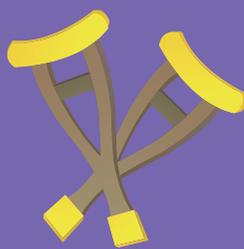
三、參考資訊：

消費者保護法第 7 條第 1 項規定：「從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者，於提供商品流通進入市場，或提供服務時，應確保該商品或服務，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性。」

四、給高齡者的建議：

- (一) 高齡者必須慎選食品，購買時應詳細閱讀標示，如有標示不明之處，可隨即向廠商反映或向主管機關檢舉。
- (二) 食品食用後，如有發生腸胃炎或腹瀉情形，應立即就醫，必要時應採取檢體化驗，以保全證據，將來向廠商求償時較為有利。

七、醫療器材與輔具



七、醫療器材與輔具

■ 案例 20

一、案例摘要：

洪先生向甲公司購買助聽器，不久後即因助聽器無法發揮功能而通知甲公司修理，經甲公司調整數次，仍無法達到該產品應有之效用，僅給予洪先生延長三個月的保固期限（原保固期限為一年）。嗣後，洪先生購買助聽器之右耳部分完全失靈，送修三次仍無法修復，且甲公司於保固期限屆期後，以已過保固期為理由，要求洪先生另行支付更換助聽器喇叭之費用。洪先生乃依消費者保護法第 43 條之規定向當地縣市消費者服務中心申訴，請求甲公司應履行民法物之瑕疵擔保責任，要求甲公司應免費更換喇叭並修復完畢。

二、處理過程與結果：

（一）過程：

洪先生於購買甲公司的助聽器 10 餘日，即向甲公司通知該產品有效用上之瑕疵，因該助聽器非經一定期間的使用無法發現瑕疵，故洪先生有盡到買方依民法第 356 條之檢查、通知業務，甲公司應負擔瑕疵擔保責任。

洪先生依據消費者保護法第 43 條申請消費爭議申訴，惟經過 15 日仍未獲甲公司合理妥適的處理，故依據同法第 44 條申請消費爭議調解。

（二）結果：

雙方調解成立，調解內容為：甲公司應修繕洪先生

所購買的助聽器至可供正常使用之狀態、功能，以履行出賣人之瑕疵擔保責任。另甲公司就此次維修所更換之零件應保固 6 個月。

三、參考資訊：

民法第 354 條、第 227 條、第 356 條、第 360 條。

四、給高齡者的建議：

年長者因身體機能退化，可能有穿戴助聽器、老花眼鏡等需求，高齡者購買此類商品時，應如本案例洪先生般，從速檢查商品是否有瑕疵，若業者無法於合理期間修復至應有之品質及效用，消費者可請求債務不履行的損害賠償。

■ 案例 21

一、案例摘要：

林先生因健康因素考量，幾年前辦理退休。退休後，平常喜歡在家收聽電台廣播節目，某日於家中收聽電台節目時，在節目廣告時間，聽到一則介紹腸道淨化器商品，操作簡單可自行操作，達到清洗腸道的功能。林先生因有腸道方面宿疾，將此訊息告知家人，向家人表示欲購買此項產品時，因家人未曾看到商品和業務人員介紹，覺得產品廣告有誇大療效，因此反對林先生購買。林先生因有腸道方面疾病，長期需以藥物來治療，因深信腸道淨化器商品能改善其症狀減緩不適，不顧家人反對，便以 3 萬 6 千元價格向電台訂購一台使用，機器使用約三至四個月後，就發生功能失效，無法達成腸道淨化的效果，因此，林先生要求銷售腸道淨化器之電台退貨還款，惟未有結果，乃向當地縣市消費者服務中心提出申訴。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

1. 腸道淨化器屬醫療器材產品，依據藥事法第 14 條、第 27 條規定，非合法藥商不得販售醫療器材。廣播電台行銷及販售腸道淨化器，業已違反規定，消費者服務中心於接獲申訴後即通知衛生單位依法查處。
2. 消費者服務中心也通知銷售商品之電台，向電台說明廣告宣傳販售之腸道淨化器屬於醫療器材，電台非屬藥事法許可之藥商，依法不得販售且消費者自行操作具有侵入性之醫療器材，恐損害消費者生命健康，請電台應儘速回收商品退回款項，並停止廣告及販售。

(二) 結果：

業者自行與消費者達成和解，收回商品並退還商品費用 2 萬元。

三、參考資訊：

藥事法第 14 條：本法所稱藥商，係指左列各款規定之業者：一、藥品或醫療器材販賣業者。二、藥品或醫療器材製造業者；同法第 27 條：凡申請為藥商者，應申請直轄市或縣（市）衛生主管機關核准登記，繳納執照費，領得許可執照後，方准營業；其登記事項如有變更時，應辦理變更登記。前項登記事項，由中央衛生主管機關定之。藥商分設營業處所或分廠，仍應依第一項規定，各別辦理藥商登記。

四、給高齡者的建議：

- (一) 消費者保護法所稱之通訊交易：指企業經營者以廣播、電視、電話、傳真、型錄、報紙、雜誌、網際網路、傳單或其他類似之方法，消費者於未能檢視商品或服務下而與企業經營者所訂立之契約。本案消費者經由電台廣播介紹購買商品，屬消費者保護法規定之通訊交易，消費者可在收受商品後之七日內，以書面（如存證信函）或退回商品方式，通知業者解除買賣契約。
- (二) 面對高齡化社會的來臨，生技保健食品和醫療器材等愈來愈多樣化，高齡消費者在面對產品多樣化和廣告五花八門之下，極需專業人員之建議，如醫生或護理師等。如有購買醫療器材之需要，務必遵循醫生之囑咐並向合法藥商購買，不要輕信廣告宣傳，使用醫療器材時，應由家人協助操作使用，以確保自身健康與安全。

八、安養照護



八、安養照護

■ 案例 22

一、案例摘要：

小明的祖父年事已高，因病需要照護，於是和安養中心每年簽訂養護定型化契約，契約明訂除每月收取之養護費外，尚有其他特別護理費等費用，均依照社會局核定之收費標準表收費。小明的祖父因常氣喘，須抽痰，尚需供給氧氣，如不使用，除會不停咳嗽外，嚴重時恐需送醫治療，甚至危及性命。小明的祖父在該安養中心已住數年，105 年收到費用明細時，發現每月多了一筆氧氣使用費數千元，小明認為契約書收費標準表內未載明，該費用不應收取，故提起申訴。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

105 年以前小明的祖父因照護需要，於抽痰咳嗽時須提供氧氣，達到照護目的，安養中心僅依收費標準表「特別護理費」-「抽痰護理」按次或收取每月最高固定費用，並無額外收取氧氣費用。該中心考量氧氣及其他日常 / 醫療耗材成本，於 105 年修正收費標準表，增列「日常 / 醫療耗材」-「其他醫療耗材」一項，並報社會局核定。故該中心提供小明的祖父氧氣，便開始依此收費，而且小明的祖父也確實使用氧氣，基於使用者付費，且契約已載明，符合雙方約定。但小明認為以前都未收取，且於簽訂 105 年養護契約時，亦未明確告知，有部分費用已漲價，該中心應自行吸收，不應再加收，雙方爭執不下。

(二) 結果：

消費者服務中心召開申訴協商會議，經檢視收費標準表，「抽痰護理」費似不包含提供氧氣費用，得以「其他醫療耗材」按數量計費。安養中心表示，爾後收費標準表將正面表列使用項目，使消費資訊更充分明確，且同意負擔部分使用月份之費用。基於使用者付費原則，小明也同意業者所提協商方案，雙方協商成立。

三、參考資訊：

- (一) 消費者保護法第 11 條至第 17 條之 1。
- (二) 養護（長期照護）定型化契約應記載及不得記載事項。

四、給高齡者的建議：

- (一) 簽訂養護（長期照護）定型化契約前，得參考養護（長期照護）定型化契約應記載及不得記載事項，並善用契約審閱期間檢視。如有疑義，應詢問業者，比較其他業者契約書後再簽約。
- (二) 業者之定型化契約如有違反養護（長期照護）定型化契約應記載及不得記載事項，得向所轄縣（市）政府社會局檢舉；有爭議時，得向所轄縣（市）政府社會局、消費者服務中心或消費者保護團體申訴。

■ 案例 23**一、案例摘要：**

王小姐之父親王老先生因有短期休養需求，送至某私立養老院照護，並由張姓社工接洽。該名社工未使王小姐逐條閱讀合約內容，僅只以口頭告知合約條文要項，便要求王小姐簽約，而入住時曾繳納兩筆費用，一筆是退院保證金及一筆養護費用，養護費用是每月按入住天數及費用比例計算。王小姐至辦理退院時方知，入住未滿一個月是以每日 1,200 元計費，故入住半天仍以全天計費，王小姐認為有 4 天應以半天計費而非以全天計費，且簽約當時張姓社工並未說明收費方式。惟張姓社工卻堅稱「就算我當時忘了說，你就是簽了合約啊」且掛王小姐電話，王小姐覺得權益受損，因此提出申訴。

二、處理過程與結果：**(一) 過程：**

本案之消費爭議，最後由消保官召開消費爭議調解委員會處理。

(二) 結果：

經消費爭議調解委員會開會結果，最後雙方同意終止契約，並當場退還部分款項。

三、參考資訊：

- (一) 安養定型化契約範本。
- (二) 安養定型化契約應記載及不得記載事項。
- (三) 養護（長期照護）定型化契約範本。

- (四) 養護(長期照護)定型化契約應記載及不得記載事項。
- (五) 老人福利法。
- (六) 老人福利機構設立標準。

四、給高齡者的建議：

- (一) 建議於簽訂安養院合約時，應仔細閱讀合約內容及收費標準，並應仔細詢問合約相關問題，以避免後續之爭議。
- (二) 另因安養定型化契約範本並無針對入住半天應如何收費預作規範，故消費者如有此特殊需求時，亦應事先確認，避免事後發生爭議。

■ 案例 24

一、案例摘要：

侯小姐委任某跨國人力仲介機構聘僱外國人看護其高齡父親，該外籍勞工工作將近 4 個月後主動要求離職，經侯小姐同意後，原外勞被仲介機構帶走，此時仲介機構告知侯小姐，需再付介紹費新臺幣 2 萬元，才能為其辦理遞補新外勞，雙方發生爭議。

侯小姐認為，仲介機構於當初簽約時及帶走原外勞均未告知倘需遞補新外勞應再付介紹費，依她的認知，原繳之介紹費可於政府核准之聘僱期間內(原則上 3 年)持續接受外勞仲介服務，原外勞經新雇主接續聘僱時，仲介機構又向新雇主收取介紹費，不僅短期內向不同雇主收取介紹費，還要她再付介紹費 2 萬元才能辦理遞補新外勞，顯不合理，侯小姐因而被迫另找其他仲介機構辦理，故侯小姐即以原仲介機構未依委任契約書第 6 條盡告知義務詳細說明契約條款內容，造成損失，請求退還契約未滿期間 2 年 8 個月之介紹費，提出申訴。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

經當地勞工局召開協調會，會中仲介機構主張依契約第 3 條收費，並於簽約時告知契約內容；侯小姐與原外勞終止聘僱時本合約即行終止，遞補新外勞需另訂新約另行推薦新外勞，故侯小姐需再繳付介紹費 2 萬元才能辦理；仲介機構依約處理，無須退費。侯小姐則主張，業者未依契約第 6 條規定於契約訂定前詳細說明契約條款內容。本案後來又經消保官召開協商會議，雙方意見不一致，協商多時仍無法達成共識。

(二) 結果：

侯小姐申請消費爭議調解委員會調解，因仲介機構未到場，故調解不成立。

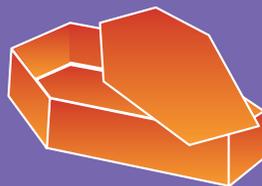
三、參考資訊：

- (一) 就業服務法第 46 條、第 52 條第 2 項、第 58 條第 2 項及第 3 項、第 59 條第 2 項
- (二) 雇主委任跨國人力仲介招募聘僱從事就業服務法第四十六條第一項第八款至第十款規定工作之外國人定型化契約範本（中華民國九十九年三月一日行政院勞工委員會勞職管字第 0990502804 號函訂定）

四、給高齡者的建議：

勞動部訂有「雇主委任跨國人力仲介招募聘僱從事就業服務法第四十六條第一項第八款至第十款規定工作之外國人定型化契約範本」供雇主及私立就業服務機構參考遵循，私立就業服務機構並應給予雇主契約審閱期至少 3 日。故消費者若有委任私立就業服務機構聘僱外籍勞工從事家庭幫傭或看護工作之需求，宜先將業者之委任契約書攜回審閱至少 3 日，仔細審閱該契約書是否與勞動部所訂定型化契約範本相符、有無違反誠信原則對消費者顯失公平之條款；若對契約條款有不清楚之處，應請業者詳細說明釐清，尤其是契約期限、契約終止情形、收費內容、服務項目內容、退費情事等，必要時留存相關證據；倘仍有疑慮，可諮詢中央主管機關勞動部勞動力發展署或各縣市政府勞動主管單位，以保障自身權益。

九、生前契約 與殯葬服務



九、生前契約與殯葬服務

■ 案例 25

一、案例摘要：

王老先生與某殯葬服務業者簽訂 2 份生前契約，每份支付新臺幣(下同)18 萬 8,000 元，一次付清共計 37 萬 6,000 元。其後王老先生因家中經濟因素，向業者請求解除該 2 份契約，並退還百分之八十價款，計 30 萬 800 元。惟該殯葬服務業者以該 2 份合約原總價為每份 25 萬元，乃以 25 萬元計算，每份扣除百分之二十，2 份契約須扣除 10 萬元，故僅同意退還 27 萬 6,000 元。老先生認為簽訂契約後 3 年間，企業經營者完全未提供任何服務，連電話都未聯繫，每份契約支付之價款即為優惠價 18 萬 8,000 元，並非 25 萬元，主張應依實際契約價款計算退費。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

王老先生以書面向立法委員陳情，經委員國會辦公室轉請當地殯葬處處理。殯葬管理處函請企業經營者處理，並邀集王老先生及業者召開協調會議，協調未果。全案移請消保官處理，邀集雙方召開協商會議。

(二) 結果：

經消保官協商後，兩造同意和解，由企業經營者於當日匯款 2 萬 4,800 元至申訴人帳戶。

三、參考資訊：

- (一) 生前殯葬服務定型化契約(自用品)應記載及不得記載事項。
- (二) 應記載事項第 18 點第 2 項：契約之解除、終止與退款……契約簽訂逾十四日，消費者要求終止契約時，殯葬服務業者應於契約終止日起 ____ 日(最長不得逾三十日)內退還該消費者全部價款之百分之 __ (不得低於百分之八十)。但殯葬服務業已開始提供服務者，其費用應予扣除。

四、給高齡者的建議：

- (一) 簽訂生前契約務必選擇合法業者，且因目前市面所建造之殯葬設施(如靈骨塔位等)已供過於求，切勿以投資目的購買殯葬設施或生前契約。
- (二) 簽訂生前契約時，務必注意簽訂之實際合約價款是否記載清楚，部分業者會以原合約價款較高之金額簽訂，但實際售價則為優惠價，若提前終止契約退費時，卻以原總價計算應扣款金額，對消費者極不公平。提醒消費者注意，生前契約之合約金額應記載實際支付之價款金額，勿被業者銷售人員話術引導。
- (三) 生前契約簽訂後，原則上消費者得隨時終止契約，若消費者發現生前契約有終止契約之限制或有違約金之記載(或類似違約金例如提前終止契約則契約恢復原價需支付尾款)等，均與生前殯葬服務定型化契約應記載及不得記載事項規定不符，該等契約條款不生效力。

■ 案例 26

一、案例摘要：

高齡者林先生參加某縣市老人會，某日甲公司派業務員來老人會推銷位於某墓園骨灰位永久使用權，並宣稱如無需求公司可買回，林先生禁不住業務員一再推銷，遂向甲公司以每張新臺幣 3,800 元購買 3 張骨灰位永久使用權共計新臺幣 11,400 元。除了林先生外，多達數十位長者也向甲公司購買 1 張至 10 張不等之骨灰位永久使用權。

事隔 1 個月後，另一間乙公司派業務員來老人會，稱有某家族因位於北部舊有墓地拆遷，該家族急需 40 單位骨灰位，願以每座新臺幣 30 萬元購買有土地所有權之骨灰位，但因為林先生等人原購買的骨灰位永久使用權，並沒有土地所有權，業務員乃推銷林先生等人再加購土地，使原骨灰位永久使用權成為有土地所有權的骨灰位，除 1 單位由林先生保留自用外，還保證可以用每單位新臺幣 30 萬元價格代銷林先生 2 單位土地所有權之骨灰位。林先生遂再以每單位新臺幣 98,000 元加購 3 單位之土地，並經地政事務所登記取得土地。惟事後業務員卻告知原有需求之買方已取消購買骨灰位，林先生無法接受，向當地縣市政府消費者服務中心提出申訴。

二、處理過程與結果：

本案林先生分別以甲公司及乙公司為相對人提起申訴，消費者服務中心亦發文請二公司於同日相隔 1 小時之時間，分別派員參加消保官主持之協商會議。於林先生與甲公司協商時，甲公司原不同意解除契約，經消保官向業者說明，依內政部訂定之骨灰（骸）存放單位使

用權買賣定型化契約應記載及不得記載事項第 24 點第 3 款規定「消費者於本契約簽訂之日起超過一年至三年以內解除契約者，骨灰（骸）存放設施經營業者沒收之已付價金不得超過總價金百分之三十。」甲公司至少應退還買賣價金 7 成，惟業者解約條件仍僅願退還原購買價金 3 成，致協商不成立。另乙公司於協商期日未派員參加會議，亦無法查證其聯絡電話，且乙公司亦於林先生購買土地前半年即辦理解散，因而無法協商。

三、參考資訊：

骨灰（骸）存放單位使用權買賣定型化契約應記載及不得記載事項第 24 點第 1 項規定「消費者如未使用骨灰（骸）存放單位時，得以書面向骨灰（骸）存放設施經營業者解除契約，骨灰（骸）存放設施經營業者應於契約解除日起○○日（最長不得超過三十日）內依下列各款辦理：

- (一) 消費者於本契約簽訂之日起十四日以內解除契約者，骨灰（骸）存放設施經營業者退還已繳付之全部價金。
- (二) 消費者於本契約簽訂之日起超過十四日至三個月以內解除契約者，骨灰（骸）存放設施經營業者沒收之已付價金不得超過總價金百分之十。
- (三) 消費者於本契約簽訂之日起超過三個月至一年以內解除契約者，骨灰（骸）存放設施經營業者沒收之已付價金不得超過總價金百分之二十。
- (四) 消費者於本契約簽訂之日起超過一年至三年以內解除契約者，骨灰（骸）存放設施經營業者沒收之已

付價金不得超過總價金百分之三十。

- (五) 消費者於本契約簽訂之日起超過三年後解除契約者，骨灰（骸）存放設施經營業者沒收之已付價金不得超過總價金百分之四十。」

四、給高齡者的建議：

- (一) 業者於推銷靈骨塔、骨灰罐、生前契約等，常口頭宣稱如無需求公司可以原價買回，惟業者往往於事後否認，故業者如有買回承諾，建議可要求記載於契約。
- (二) 高齡者交易前，可透過經濟部商業司網站查詢交易相對人是否為正常營業公司，並與家人朋友討論後再判斷是否購買該產品，避免無充分考慮下訂約購買。

■ 案例 27

一、案例摘要：

謝老先生向某公司購買總價約 60 萬之塔位，惟嗣後認其並不需要該塔位，遂要求該公司退費，惟退費標準卻要按照該公司所謂的「原價」去扣除違約金，而非謝老先生當初購買之總價去扣除違約金。謝老先生覺得相當不合理，且總公司遲不出面，僅由業務人員不斷電話騷擾，勸說謝老先生不要退貨，謝老先生不堪其擾，遂以該公司應依當初購買之總價扣除違約金，並且不得追回業務人員業務獎金為由，提出申訴。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

本案件由消保官召開協商會議。

(二) 結果：

經消保官召開協商會議，雙方仍無法透過協商達成共識，本件協商不成立。

三、參考資訊：

- (一) 骨灰（骸）存放單位使用權買賣定型化契約範本
- (二) 骨灰（骸）存放單位使用權買賣定型化契約應記載及不得記載事項
- (三) 殯葬管理條例

四、給高齡者的建議：

- (一) 購買塔位雖可解決身後事，惟事前之準備工作，仍應準備妥當，除考量自身經濟能力、需求外，應多

多比較各產品之內容，並詳細閱讀合約內容，勿讓自身深陷消費爭議之中。

- (二) 另除上開購買塔位之爭議外，亦有業者假藉有便宜的塔位，詢問消費者要不要投資或自用，先引誘消費者購買塔位，之後再跟消費者說，想容易售出塔位的話，還要搭配生前契約，遂向消費者推銷生前契約，等消費者上鉤後，就避不見面，消費者方知被詐騙。此類案件層出不窮，消費者應注意此類標榜高收益之投資，通常都屬詐騙行為。

■ 案例 28

一、案例摘要：

高齡者黃先生幾年前為考慮身後事，為自己及家人共買了 3 個靈骨塔位，後因家人反對，想委託殯葬業者轉賣，一直無法成交。某日有業者主動與黃先生連絡稱有買主願購買黃先生持有之塔位，可委託其代為銷售。黃先生不疑有他，至業者公司商談轉賣事宜，洽談過程中，業者才告知，塔位轉讓需要搭配生前殯葬服務契約，並介紹黃先生向另一業者購買生前契約。黃先生因急於轉售靈骨塔位，乃倉促與該業者簽訂買賣契約，購買了 3 份生前殯葬服務契約，每份 12 萬元，共 36 萬。待黃先生再持所購生前殯葬服務契約與原洽轉售靈骨塔位業者，委託其銷售時，業者竟稱黃先生所購非生前契約，無法搭配塔位販售。黃先生仔細查看買賣契約，才發現其所購實際為骨灰甕，至所提供之生前殯葬服務契約僅係購買骨灰甕之贈品，為購買生前契約優待證明文件，非生前契約。黃先生發覺受騙，向當地縣市政府消費者服務中心申訴。

二、處理過程與結果：

(一) 過程：

黃先生購買生前契約，簽訂買賣契約時，未經詳細審閱契約內容，致口頭約定與書面契約記載內容不一致，業者顯然是利用消費者急於脫售靈骨塔位及相信委託銷售靈骨塔業者說詞，以詐騙方式欺騙消費者，以生前殯葬服務契約價格購買骨灰甕。消費者服務中心接獲黃先生家人代理之申訴案之後，即請黃先生另向警察機關報案。

楚，可以先行參考中央主管機關內政部公告之「生前殯葬服務定型化契約應記載及不得記載事項」，以瞭解雙方權利義務關係；購買時，應向經直轄市、縣（市）主管機關許可之經營殯葬禮儀服務者之公司洽購。消費者可在內政部全國殯葬資訊網（<http://mort.moi.gov.tw>）查詢合法經營業者名單。

（二）結果：

本案處理過程中，殯葬業者自知理虧，自行與黃先生連絡，全額退回購買價款，雙方達成和解。

三、參考資訊：

- （一）消費者保護法第 11 條之 1 第 1 項：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。
- （二）殯葬管理條例第 50 條第 2 項：與消費者簽訂生前殯葬服務契約之公司，須具一定規模；其應備具一定規模之證明、生前殯葬服務定型化契約及與信託業簽訂之信託契約副本，報請直轄市、縣（市）主管機關核准後，始得與消費者簽訂生前殯葬服務契約；同條第 3 項：前項生前殯葬服務契約，中央主管機關應訂定定型化契約範本及其應記載及不得記載事項；一定規模，由中央主管機關定之。

四、給高齡者的建議：

- （一）消費者簽訂買賣契約，依據消費者保護法第 11 條之 1 之規定，應有 30 日以內合理審閱期間，生前殯葬服務契約依中央主管機關之公告應有至少五日的審閱期間。消費者應妥慎運用審閱期間之規定，詳閱契約內容，瞭解契約權益關係後，再決定是否購買。高齡消費者如欲購買生前殯葬服務契約，因契約內容規定繁雜，在簽約前應與家人商量或向地方主管機關諮詢，以維護自身權益。
- （二）生前殯葬服務涉及身後事之規劃，消費者可獲得之相關資訊有限，對契約相關權益內容如有不清

高齡者消費爭議案例彙編

編撰單位：行政院消費者保護處

出版機關：行政院

地址：臺北市中正區忠孝東路1段1號

版次：初版

出版日期：中華民國105年12月31日



行政院消費者保護處
Consumer Protection Committee · Executive Yuan