

111 年 7-9 月國際消保資訊

111.9.7

編號	來源/主題	內容摘要
1	歐洲議會/歐盟 決定將統一採用 Type C 充電連接埠以減少消費者使用困擾及電子垃圾 (07/06/2022)	歐洲議會通過決議，在 2024 年秋季前，USB Type-C 將成為歐盟國家所有手機、平板電腦和相機的通用充電設備。根據這項新規定，消費者每次購買新電子設備時將不再需要添購不同的充電裝備。手機、平板、電子閱讀器、數位相機、耳機和耳機麥克風、手持電子遊戲機及可充電的攜帶式音響都將配備 USB Type-C 端口，無論其製造商為何。筆記型電腦也必須在新規定生效後的 40 個月內達成上述要求。 新規定能讓更多的充電連接埠被重複使用，並將幫助歐盟消費者省下每年為電子產品購置不同充電連接埠，共計高達 2.5 億歐元的費用。據估計，每年被丟棄和未使用的充電連接埠製造出約 11,000 噸的電子垃圾。另外，隨著無線充電技術的普及，歐盟未來將制定相關法令鼓勵無線充電技術的科技創新，讓消費者的生活更便利。
2	韓國（簡稱 KCA）消費者院：咖啡和飲料連鎖店有必要提供高糖和高熱量資訊之標示 (09/06/2022)	食品藥物部去年宣布，韓國人通過飲料攝入的糖分最多。因此，韓國消費者院比較 29 家咖啡和飲料專營店銷售的飲料（咖啡、冰沙和汽水）的營養成分，發現有些業者需要改進他們的標示，因為產品的糖含量超過每日推薦最高攝入量 50g。29 種添加香草或焦糖的咖啡飲料，每杯平均含糖量為 37g（14g~65g），熱量平均為 285kcal。採用水果或巧克力製成的 29 種飲料，每杯平均含糖量為 65 克，而卡路里平均為 372 大卡。與碳酸飲料（350ml）的含糖量（40g）相比，加糖咖啡的含糖量相近，而非咖啡飲料的含糖量高出約 1.6 倍。其中 21 款非咖啡飲品和 3 款咖啡被發現超過每日加工食品攝入的糖含量（50

		克)。 食品藥品部制定了《餐飲業營養成分自願標示指南》，鼓勵咖啡店標示糖分和熱量資訊。然而，抽查結果，29 家業者中只有 22 家在商店或網站上標示了營養資訊，KCA 並建議其他 7 家未標示的商家提供資訊。
3	香港消費者委員會：市售全麥吐司鈉含量普遍偏高 (15/06/2022)	在家製作各款美味的三明治時，市售吐司是不可缺少的家庭常備食物。消費者委員會抽測了 28 款預先包裝的白吐司跟全麥吐司樣本，儘管沒有樣本屬於「高鈉」、「高脂」或「高糖」，然而樣本的整體平均鈉含量較 4 年前消委會的非預先包裝吐司測試為高。測試中每 100 克檢出鈉含量最高的樣本，吃 2 片所攝入的鈉，已佔世衛建議一般成人每日攝取上限逾 2 成，如製作三明治並配以起司或火腿等較高鈉的食物，消費者便會在不知不覺中攝入更多鈉。此次測試的結果再次印證全麥吐司的膳食纖維和礦物質含量都較白吐司為高，消費者在選購時，宜多從健康的角度考慮；此外，近 5 成樣本的營養素標示值，其測試結果與標示不符。消委會強調，獲取正確的產品資訊是消費者的基本權利，督促生產商儘速修正營養成分標示上的缺失，以利消費者比較選購。
4	美國消費品安全委員會 (CPSC) 警告：不宜讓嬰兒躺臥在嬰幼兒安撫躺椅上入睡 (17/06/2022)	美國消費品安全委員會 (CPSC) 發布警告，知名廠商費雪 (Fisher-Price) 的嬰幼兒安撫躺椅等傾斜產品，不適合讓孩子躺在上面入睡。在 2009 年至 2021 年間，費雪生產的搖椅至少造成 13 名嬰兒死亡。 自 1990 年以來，費雪已在全球售出超過 1,700 萬台嬰兒搖椅，並對嬰兒在搖椅產品中發生的事故進行調查和評估。 CPSC 呼籲，家長和看護者不應讓嬰兒在傾斜式的產品上入睡，如搖椅及鞦韆等，也不應讓嬰兒在缺乏照護或周圍有被褥的情況下被留置在這些產品中，因為這可能導致嬰兒室

		息。美國消費品安全委員會最近完成制定相關法規，要求嬰兒睡眠產品的表面傾斜角度為 10 度或以下，該法規並於 2022 年 6 月 23 日生效。
5	澳洲競爭與消費者委員會(簡稱 ACCC)：Samsung 手機防水性能涉誤導，遭罰 1,400 萬 澳 元 (23/06/2022)	Samsung Electronics Australia Ltd 宣稱其三星 Galaxy 手機可浸泡在水池或海水中，在 ACCC 提出訴訟後，該公司被聯邦法院責令支付 1,400 萬澳元的罰款。該公司對 S7、S7 Edge、A5 (2017)、A7 (2017)、S8、S8 Plus 和 Note 8 三星 Galaxy 手機 (Galaxy phones) 的耐水性，作出了虛假或誤導性聲明，這些手機在澳洲的銷量超過 310 萬支。澳洲三星公司在 2016 年 3 月至 2018 年 10 月間展開行銷，包括在臉書、推特、Instagram、其網站和店內發佈 9 支廣告，展示人們在游泳池和海水中使用手機。該公司承認，如果 Galaxy 手機在潮濕狀態下充電，充電埠可能會被腐蝕並停止運作。ACCC 審視數百起消費者投訴 Galaxy 手機下水後出現問題，甚至完全停止運作。
6	韓國消費者院 (KCA)：室內設計裝修爭議，以缺失和維修問題 佔 大 宗 (06/07/2022)	在過去 4 年 (2018-2021) 中，KCA 共收到 1,752 起與室內裝修相關的消費損害案件。其中 2021 年達到 568 例，比上一年 (412 例) 增加 37.9%。在損害的類型中，“維修服務不良或工期延誤”最多，佔 24.5% (429 起)，其次是“材料、結構或裝修缺陷”，佔 14.2% (249 起)，施工品質不良佔 8.8% (155 例)。消費者通常較信任室內裝修服務仲介的品牌平臺，KCA 進行調查後，兩家平台表示，如果施工並非由其直營店進行，他們沒有責任為缺失維修。另兩家平台表示，若使用該品牌的服務及其定型化契約，他們就有責任修復。4 家平台商均表示，應由施工廠商對缺陷負責，而不是找平台商。有關施工後保固期間，6 家公司表示“超過一年”。然而也有平臺上註冊的幾家承包商表示“少於一年”，甚至根本沒揭露期限。KCA 建議消費者使用公平交易委員會制訂的“室內和窗戶裝修契約範本”。然而，只有一家的平台商指導消費者使用制式契約。一些施工商採用自訂的契

		約，可能對消費者不利，因為他們在施工延遲和取消方面訂有不公平條款。兩個平臺實施履約保證機制，在消費者同意的情況下才付款給廠商。
7	美國消費品安全委員會 (CPSC)-King Song 電動獨輪車存在電池走火危險 (12/07/2022)	美國消費品安全委員會 (CPSC) 呼籲消費者立即停止使用型號為 KS-16S 的 King Song 獨輪車，並將其丟棄在回收設施或家庭危險廢物收集點。 CPSC 接獲一起由前述電動獨輪車引發的火災通報，導致兩名消費者吸入煙霧受傷，並對一棟商業建築造成重大財產損失。CPSC 對該產品進行了測試，確定該產品電池可能有過熱起火的危險。 前述電動獨輪車係由中國 King Song Intell Co. Ltd. 製造，並由佛羅里達州邁阿密海灘的 EWheels LLC 和其他公司進口和銷售。迄今 King Song 公司和 EWheels 公司拒絕召回該產品。 目前，這些獨輪車在網上的售價介於 1,200 至 1,350 美元之間，網址是 www.ewheels.com 和其他零售商。CPSC 呼籲消費者不要購買或販售前述電動獨輪車，否則可能發生意外。
8	OECD：線上市場在保護消費者和消費者賦權方面的作用-針對多國和企業調查結果報告(22/07/2022)	媒介賣家和消費者的線上市場平台，現在是全球主要的電子商務通路商。儘管它們為消費者帶來好處，但確實存在一些風險，例如賣家進行誤導性行銷和詐騙，或提供不安全的產品等。本報告總結了 2021 年 OECD 對 28 個國家和 15 家平臺企業進行的調查結果，研究了線上市場在加強消費者保護方面的作用。此報告強調了許多國家和線上平台為強化保護消費者而採取的一系列令人鼓舞的舉措，這些舉措往往相輔相成的，但報告中也指出需採取更多行動的幾個關鍵領域。
9	荷蘭消費者和	在荷蘭消費者和市場管理局 (ACM) 採取行動後，線上平台 Wish 已禁止其平台上商家

	市場管理局 (ACM):Wish 承諾封鎖不實折扣宣稱以及個人化定價 (28/07/2022)	使用虛假的折扣，且 Wish 已自 2022 年 5 月 25 日起在歐盟地區停止使用個人化定價，這是 ACM 採取行動的結果。Wish 的母公司 Context Logic,Inc 是一家美國平台業者，向許多歐洲國家和其他地區消費者銷售時裝、家飾和電子產品等。ACM 消費者部總監 Edwin van Houten 指出，讓消費者能夠放心地進行網上購物非常重要。在數位世界中，線上零售商必須對定價方式保持透明，讓消費者能根據正確的資訊做出選擇。這些規則適用於設在歐盟境外的企業(對歐盟消費者銷售的業者)，ACM 歡迎 Wish 做出的承諾。
10	美國消費品安全委員會 (CPSC)- TJX 公司同意為銷售、提供銷售和分銷召回的消費品支付 1300 萬美元的民事罰款(02/08/2022)	美國聯邦法律禁止在商業中銷售、提供銷售或分銷已公開宣布，或與 CPSC 協商後採取自願矯正行動（如召回）的消費產品。CPSC 指控，總部位在麻州弗拉明漢市的大型購物商場 TJX 在 2014 年 3 月至 2019 年 10 月 5 年期間，透過其實體零售店及網路平台，故意銷售、提供銷售和分銷被召回的約 1,200 種產品。被 TJX 銷售的大部分召回產品為可能導致嬰兒窒息和死亡的搖椅，包括 Kids II Rocking Sleepers、Fisher-Price Rock 'n Play Sleepers 和 Fisher-Price Inclined Sleeper Accessories for Ultra-Lite Day & Night Play Yards 等。 TJX 發言人表示，「在 TJX，產品安全對我們來說非常重要。在 2014 年至 2019 年間的某些情況下，儘管我們已經實施了召回流程，但召回產品並未正確地從我們的銷售場所撤出。我們在人員、流程和技術方面進行了大量投資，以加強我們的召回商品處理流程，並與 CPSC 充分合作。」 CPSC 宣布，TJX 公司已同意為販售召回商品支付 1,300 萬美元的民事罰款。
11	日本跨境消費者中心（簡稱	CCJ 在 2021 年收到跨境消費諮詢數量為 4,809 人，比 2020 年的 4,625 人略有增加。從消費者的年齡來看，與 2020 年一樣，大多數是 40 歲以上，其中 20 多歲、30 多歲和 40 多

	CCJ):2021 年度 跨境消費諮詢 案 件 概 要 (09/08/2022)	歲各佔 20%。與 2020 年一樣，大多數交易（99.9%）是通過電子商務（線上購物）進行的。支付方式以信用卡最常見，佔約 50%，簽帳金融卡和加密資產（虛擬貨幣）等支付方式的比例也在增加，且多元化發展。金融機構轉帳和虛擬貨幣，被用來作為投資詐騙的資金轉帳方式，收到了很多諮詢。爭議類型上，解約爭議佔比近半，達到 47.5%。其次是欺詐/仿冒商品（17.5%）。按產品/服務區分，興趣商品的百分比從 2020 年的 12.0%增加到 16.3%。機票從 11.6%下降到 6.5%，因新型冠狀病毒感染蔓延而導致的航班取消和退票的數量已趨於平靜。與 2020 年一樣，交易對象的所在地依序是美國（21.9%）、中國（12.7%）、英國（10.5%）和香港（10.1%），以上地區佔大多數（55.2%）。
12	聯邦貿易委員會 (FTC) 將於 2022 年 10 月舉辦「保護兒童免受數位媒體隱藏廣告影響」線上研討會 (23/08/2022)	行銷業者越來越常以在影片分享及社群媒體平台上透過網紅及名人的貼文影片，或在線上遊戲及虛擬世界置入廣告的方式，對兒童行銷，這些廣告訊息可能會混淆廣告和娛樂間的界限，對兒童造成不良影響。 有鑑於此，FTC 將於 2022 年 10 月 19 日舉辦關於「保護兒童免受數位媒體隱藏廣告影響」的線上研討會，刻正就兒童如何受到線上廣告和推銷訊息的影響徵求公眾意見。 FTC 規劃邀請兒童發展、消費者保護及法律專家學者，探討行銷業者如何在線上針對兒童運用廣告行銷的技術，以及應採取何種措施保護兒童免受操縱性廣告的影響。具體議題包括：兒童在不同年齡和發展階段認識及理解廣告內容，並將廣告與其他數位內容分開來的能力、如何保護不具有辨識線上廣告能力的兒童、及針對不同年齡層兒童的保護措施，如廣告訊息揭露的必要性和有效性(訊息形式、發布時間、位置、用辭和頻率等)。