

112 年 10 月國際消保資訊

編號	來源/主題	內容摘要
1	美國消費品安全委員會(CPSC)報告顯示電動滑板車、懸浮滑板及電動自行車意外案例數逐年增加(2023/10/17)	隨著電動滑板車、懸浮滑板和電動自行車在美國個人交通和休閒活動中越來越受歡迎，美國醫院急診部門正收治更多因相關事故而受傷的病人。CPSC 最近發布「與小型電動代步工具相關之死亡、傷害事故及危險模式」報告，指出 2022 年小型電動代步工具相關的意外傷害事故比 2021 年增加了近 21%。自 2017 年以來，與小型電動代步工具相關的意外事故呈增加趨勢，估計平均每年增加 23%。 CPSC 從全美各大醫院收集資料估算類此案例受傷人數。報告顯示，電動滑板車造成的意外傷害事故逐年上升，2017 年至 2022 年的電動自行車傷害事故中，一半(46%)發生在 2022 年。CPSC 另指出，從 2017 年到 2022 年，與小型電動代步工具意外造成的死亡人數約為 233 人。 從 2017 年至 2022 年，14 歲及以下兒童約佔小型電動代步工具相關意外總案例人數的 36%，是其在美國人口中所佔比例(18%)的兩倍；非裔消費者佔小型電動代步工具相關意外事故的 29%，明顯高於他們在美國人口中所佔的 13%。 CPSC 呼籲消費者在使用小型電動代步工具必須注意下列事項： 1. 只使用經過設計、製造及認證，符合安全標準的小型電動代步工具。 2. 充電時一定要有人在場，切勿在睡覺時充電，並且只能使用隨附的充電器及經認可的替換電池組。 3. 按照製造商的說明正確充電，並在完成充電後拔下設備的電源插頭。 4. 切勿使用未經專業人士改裝或加工過的電池組，或使用再利用或使用過的電池。

		組使用小型電動代步工具。 5. 切勿將鋰電池丟進垃圾桶或普通回收站。請將其送到當地的電池回收商或危險廢物收集中心。 另外，由於設備及汽機車輛的碰撞及控制問題是主要危險來源，CPSC 呼籲消費者採取以下措施： 1. 騎車時務必配戴頭盔，以便在跌倒時保護頭部。 2. 騎車前務必檢查設備是否損壞，包括檢查車把、煞車、油門、車鈴、車燈、輪胎及車架。 3. 許多小型電動代步產品體積小、速度快及噪音低，因此他人很難發現，尤其是在停車場和建築物內。因此請放慢車速、注意周圍環境及使用鈴聲或喇叭提醒他人。 4. 避免做出突然及不可預測的動作。 5. 小心障礙物。電動滑板車的輪胎較小，因此倘若被物體阻擋或騎經凹凸不平的路面，會導致其突然停止，將人甩出車外。 6. 遵守所有製造商說明，查看安全資訊，並確定設備適用的重量及年齡限制。
2	美國聯邦交易委員會(FTC)擬提案訂定法規禁止業者收取「垃圾費用」(junk fees) (2023/10/11)	「垃圾費用」(junk fees)是一種隱藏的不實收費，可能損害消費者利益並削弱誠信企業的競爭力。FTC 於 2022 年啟動程序，就訂定法規是否有助於消除這些不公平及欺騙性收費徵求民眾意見，已收到 12,000 多件民眾意見，刻正就其擬訂定的禁止業者收取「垃圾費用」規則，向各界徵詢新一輪意見。 FTC 表示，業者收取垃圾費用每年讓美國人損失數百億美元，這些錢都是業者從受

		薪家庭榨取而來的。透過隱藏總價，「垃圾費用」使消費者更難選購到最好的產品或服務，並懲罰誠實守信的企業。FTC 擬訂定禁止企業收取「垃圾費用」的規則，以為民眾節省金錢及時間，並使商業市場更加公平及更具競爭力。 民眾意見清楚表示，從預訂飯店和度假費用到在網路上購買音樂會門票、訂房和支付水電費帳單，他們對各種隱藏性收費感到厭煩。許多民眾表示，賣家往往不公佈需要支付的總金額，只在完成交易後才揭露費用。賣家也經常虛報或不充分揭露某些費用的性質或目的，讓人不知道支付費用目的為何，或不瞭解會得到什麼服務及商品。 FTC 擬提案訂定的規則將禁止企業透過隱藏及虛假費用提高帳單金額，確保消費者清楚知道支付的費用以及將獲取的服務或商品，並有助於刺激企業在提供最低價格方面展開競爭。企業在告訴消費者價格時，必須包括所有必須支付的費用，讓消費者更容易貨比三家，找到最低價格。前開規則亦將具有強制執行力，允許 FTC 為受損害的消費者爭取退款，並對不遵守其規定的企業處以罰款。
3	美國聯邦交易委員會(FTC)：2021 年迄今社群媒體詐騙在全美造成 27 億美元損失 (2023/10/6)	FTC 的最新統計顯示，2021 年以來，社群媒體詐騙已在美國造成 27 億美元損失，超過其他任何管道及媒介。FTC 亦深入分析 2023 年上半年社群媒體詐騙趨勢。今年上半年的報告顯示，社群媒體上最常見的詐騙申訴與網路購物有關，44%的申訴涉及與線上購物或銷售產品有關的詐騙，大多來自在 Facebook 或 Instagram 上回覆廣告後從未收到訂購商品的用戶。 雖然網路購物詐騙是社群媒體上最常見的詐騙案例，但利用社群媒體宣傳虛假投資計畫的詐騙造成的整體損失更大，佔今年上半年社群媒體詐騙申訴損失資金總額的

		53%。虛擬貨幣在詐騙案中扮演重要角色；超過半數報告顯示，消費者使用虛擬貨幣向詐騙者支付金錢。從社群媒體衍生的詐騙案例中，戀愛詐騙損失金額佔第二位，排在投資詐騙之後。 FTC 建議民眾採取措施，對能看到民眾在社群媒體上發布貼文或與其聯繫的人士加以限制，若發現自稱是朋友或親戚的人在社群媒體上發訊索討錢財，民眾應直接打電話與對方聯繫。
4	澳洲競爭及消費者委員會(ACCC)：敦促消費者安全使用和儲存鋰電池，避免發生致命火災(2023/10/5)	1. 很多家居用品都含有可充電的鋰電池，包括大多數手機、筆記型電腦、平板電腦、電動滑板車、電動自行車和電動工具。雖然意外不常見，但似乎正在增加，而且一旦發生就很嚴重。如果使用、充電或處理不當，電池可能過熱或爆炸，引起的火災很危險且難以撲滅。ACCC 對越來越多鋰電池起火造成財損和嚴重傷害（包括燒傷、化學接觸和煙霧吸入）感到憂心。一名澳洲人在鋰電池火災中喪生，過去 5 年 ACCC 收到了 231 份與鋰電池相關的產品安全報告，有 23 起召回事件，影響市場上約 89,000 種產品。預計到 2026 年，每個家庭將平均有 33 台由鋰電池供電的設備。隨著越來越多鋰電池被廢棄，足夠的基礎設施進行安全處理至關重要。鋰電池暴露於高溫、潮濕或擠壓時更容易著火-這是垃圾車和家庭垃圾處理時的常見情況。 2. 儘管鋰電池火災不斷增加，但由於資訊的蒐集和分享有困難，事故可能未充分通報。ACCC 希望供應商召回、更換和退款對消費者造成安全風險的產品。也建議州政府建立電器監管框架，為鋰電池的測試、標示、運輸和儲存制定一致性規範。因為一些州政府的電力安全機構無權監管超低電壓產品，其中許多產品都含

		有鋰電池。 3. ACCC 建議消費者： (1) 監控鋰電池產品的充電過程，並在充滿電後斷開充電器。 (2) 設定計時器關閉產品電源。 (3) 不要讓鋰電池進入家庭垃圾、回收箱和路邊垃圾收集站。 (4) 為鋰電池和產品充電時，應遠離床、沙發或地毯等可燃材料。 (5) 將鋰電池產品存放在陰涼、乾燥地方，避免陽光直射，包括充電時。 (6) 請勿使用過熱或故障跡象（例如膨脹、洩漏或排氣）的電池、產品或充電器。 (7) 檢查充電器是否適合充電產品。 (8) 使用後和充電前，讓電池有時間冷卻。 (9) 鋰電池火災或爆炸時該怎麼做，請聯繫當地消防部門。
5	日本國民生活中心 (NCAC)：線上預訂旅館和機票出狀況 - 請確實檢視契約內容和取消退款的條件 (2023/9/20)	1. 隨著旅遊限制取消，消費者出遊的機會更多了。從 2022 年收到的消費諮詢案件觀察，使用線上旅行社(Online Travel Agency, OTA)預訂而衍生的諮詢案件數有所增加，與 2021 年相比增加了約兩倍。雖然網路預訂很方便，但可能被附加「若取消需支付 100%費用」等條件。此外，即使網站以日文顯示，經營者也可能是境外公司。線上預訂時，如果不仔細檢查契約細節和廠商聯絡資訊，可能遭遇意想不到的問題。NCAC 依年份統計的諮詢件數：2018 年 4,600 例，2019 年 6,198 例，2020 年 4,742 例，2021 年 2,306 例，2022 年 4,488 例。網路預訂佔旅遊糾紛總件數的比例則是：2018 年為 49.7%，2019 年為 49.9%，2020 年為 49.4%，2021 年為 46.1%，2022 年為 51.9%。

		2. 典型案例： (1) 我在國內的旅遊預訂網站上訂了國際機票，後來發現我的名字和姓氏弄反了，於是我打電話給旅遊網要求更正，但他們說：「你需先取消再重新預訂，但我們不能退還取消的機票費用，這是根據售票條件。」我不否認我當時沒有仔細檢查，但只因一個小錯誤，便無法獲得全額退款，而要我支付兩次機票費用，令人感到非常不滿。 (2) 我透過飯店官方網站取消預訂時，儘管我在預定入住前一週取消預訂，但仍被告知將被收取住宿費 100% 的取消費用。 (3) 我透過旅遊網站預訂及取消飯店與機票時，我可以免費取消飯店住宿，但機票仍需被收取取消費用。 (4) 我預訂的航班被取消，但卻無法收到全額退款。我聯繫了旅遊網和航空公司，但他們都不回應。 (5) 我向旅遊網發送電子郵件申請退款，我收到的唯一回應是他們會在 24 小時內回覆。 3. NCAC 呼籲消費者：線上完成申購動作前，務必仔細檢查取消條款和契約詳細資訊。訂購後，請檢查確認電子郵件和頁面；如有向業者詢問，請完整儲存對話資訊。使用旅遊網前，請檢查網站運營廠商資訊。
6	經濟合作暨發展組織 OECD：網路市集平臺在保護消費	1. 本報告將網路市集平臺(下稱平臺)定義為「將消費品的買家和第三方賣家聚集在一起並促進商品交易的數位平臺」。「消費品」包括二手商品，但不包括食品、藥品、醫療器材和服務。此定義涵蓋消費者與第三方賣家間的銷售 (B2C)，還包

	者方面的作用調查報告(OECD 數位經濟第 329 號報告，2022/7)	括消費者對消費者銷售 (C2C)。平臺業者向消費者直接銷售自身產品，也包含在內。 2. 此報告歸納了對 28 個國家調查的問卷，探討平臺在消保方面之角色，主要結論是： (1) 詐欺(Fraud)和詐騙(Scam)是常見問題，但需要更多申訴資料做研析。 (2) 各國正將平臺的消費者保護當作優先事項，許多國家加強與市場合作，並進行法律上的改革，惟仍有待努力。 (3) 平臺也將消費者保護視為優先事項，許多平臺制定了自己的消費者保護計畫。 (4) 消費問題無國界，升高了此一領域加強國際參與的重要性。 2. 平臺為加強消費者保護，可採取的積極措施包括： (1) 設置專門網站入口，供主管機關通報公布有問題的廠商名單。 (2) 在賣家註冊時要求提供產品安全證明及更多基本資訊。 (3) 採取超乎其法律義務的強力行動。 (4) 加強與主管機關合作，支持與配合法規改革。 (5) 透過教育和自願行動解決消費問題。 3. 對政策制定者和企業提出的建議： (1) 修改申訴系統的案件分類，以利識別消費者對平臺抑或其第三方賣家的申訴。 (2) 制定平臺的自願性承諾，以促進落實最佳做法，並為被認可為良好的平臺提供信賴標示。 (3) 在平臺上提供並推廣更多消保資源，協助第三方賣家循規，例如提供國際間
--	--	---

		不安全產品召回資訊。 (4) 要求平臺應蒐集更多的第三方賣家的身分資訊。 (5) 要求平臺為特定類別商品提供應有之產品標識和安全認證，以實現可追溯性和合規性。
--	--	--