

110 年 6 月-8 月國際消費者保護資訊摘要

編號	發布機關與標題	資訊重點摘要	頁數
1	韓國消費者院(KCA)： 請勿使用安全性未經驗證的口罩貼片 (2021/07/19)	KCA 對網售 49 款貼片進行檢查，沒有一家企業通過申請，因此 KCA 建議與 49 種產品相關企業停止銷售。	5
2	美國 CPSC：軟墊家具 防火安全新標準生效 (2021/06/25)	新的軟墊家具耐燃性標準(強制性)將於 2021 年 6 月 25 日生效，在該日期之後製造、進口或更新軟墊的軟墊家具必須符合該標準。	6
3	國際消費者保護執行網絡 ICPEN：Google Play 商店將要求應用程式廠商向消費者提供資料收集與利用的詳細資訊，以應對日益增長的國際壓力(2021/05/27)	在 27 個 ICPEN 成員國的消費者保護機構介入後，Google 宣布，應用程式供應商將被要求在 Google Play Store 上註明蒐集或分享哪些用戶的資料。Google 規劃分階段推出此功能，並將從 2022 年開始強制要求所有應用程式均應提供該項功能。	7
4	美國食品藥物管理局 (FDA)：發現少量苯 美國下架 5 款露得清及艾惟諾防曬品 (2021/07/14)	在部分樣品中偵測到化學成分苯之後，嬌生公司 (Johnson & Johnson) 自美國商店召回旗下露得清 (Neutrogena) 和艾維諾 (Aveeno) 兩種品牌的大部分防曬噴霧。	8
5	美國消費產品安全委員會(CPSC)提訴 強制亞馬遜召回危險商品(2021/07/14)	美國亞馬遜公司(Amazon.com)遭 CPSC 告上法院，因為後者尋求讓這家全球最大線上零售商為其第三方電子商務平台上賣家所販售的不良產品負起法律責任。	9
6	美國消費品安全委員會 (CPSC)提醒消費者在	CPSC 提醒消費者在運動和娛樂中佩戴頭盔，以降低頭部受傷風險的	10

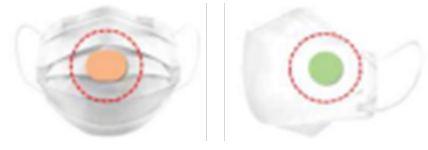
編號	發布機關與標題	資訊重點摘要	頁數
	運動和娛樂中佩戴頭盔 以降低頭部受傷風險 (2021/05/18)	重要性，包括腦外傷 (TBI)。頭盔吸收了跌落或碰撞產生的大部分衝擊能量，並可以保護頭骨和大腦免受更嚴重的傷害。	
7	澳門消委會：魚罐頭鈉含量逐個計 (2021/06/04)	澳門消委會與市政署食品安全廳合作，對 20 款魚罐頭進行檢測，檢測結果全數未檢出孔雀石綠，惟部分鈉含量偏高。提醒消費者食用時應留意分量，避免攝取過量鈉而增加罹患心血管疾病的風險。	12
8	韓國消費者院：部分標有「磷蝦油 100%」的產品混有其他油脂 (2021/06/14)	疫情影響下，消費者對於健康食品的興趣日益濃厚。韓國消費者院與韓國食品藥物安全部針對 26 種 (40 批) 標有「磷蝦油 100%」的市售商品進行聯合調查，發現部分標有「磷蝦油 100%」的磷蝦油產品被發現含有其他油脂。	16
9	香港消委會：新興虛擬銀行各出其謀爭佔市場 高息存款及消費回贈條款要看清(2021/07/14)	以金融科技創新、提升用戶體驗為賣點的虛擬銀行陸續營運，不乏以高息存款及消費回饋搶占市場，吸引慣用 APP 之理財族群。廣告攻勢令消費者眼花撩亂，香港消委會檢視當地 8 間虛擬銀行的服務，歸納 10 大注意事項供有意開戶的消費者參考。	18
10	日本國民生活中心 (National Consumer Affairs Center of Japan, NCAC) -謹防遊樂設施中的蹦床事故！在最壞	根據醫療設施網站報告，有一名 2 歲女童因同時和另一名成人在蹦床跳躍，導致摔斷了左大腿。	22

編號	發布機關與標題	資訊重點摘要	頁數
	的情況下，可能造成骨折或神經損傷。 (2021/5)		
11	紐西蘭商業、革新及勞動部 (Ministry of Business, Innovation and Employment, MBIE) — 調查顯示年輕消費者面臨更大的消費風險	根據 2020 年紐西蘭消費者調查 (NZCS) 顯示，年輕人不像其他紐西蘭人熟悉保護基本消費者權益的法律。	24
12	澳洲競爭及消費者委員會 (Australian Competition and Consumer Commission, ACCC) -- ACCC 就可能致命的嬰兒睡眠產品安全性尋求反饋 (2021/07/19)	ACCC 對傾斜式嬰兒睡眠產品的安全性進行審查後，目前正就如何最佳應對這些可能致命的產品尋求反饋。	26
13	荷蘭消費者與市場管理局 (ACM) 呼籲谷歌必須更注意遵守消費者權益規則 (7/23/2021)	歐盟委員會和歐洲消費者當局呼籲 Google 遵守消費者規則以防止欺詐。在荷蘭消費者和市場管理局 (ACM) 和比利時經濟檢查局的監督下，檢查了 Google 提供的不同服務，例如 Google 搜索引擎、Google Play 商店和 Google 商店。隨後，制定了一系列改進要點。在接下來的幾個月裡，谷歌必須跟進這些改進點。如果他們不這樣	27

編號	發布機關與標題	資訊重點摘要	頁數
		做，將被進一步調查並可能處以罰款。	
14	德國消費者組織聯合會（vzbv）發布流通中的非法和潛在有害的竹纖維產品-消費者諮詢中心警告不要使用竹子、大米或小麥纖維製成的產品（7/29/2021）	德國消費者組織聯合會（vzbv）和消費者中心警告可能有害的塑料餐具和帶有竹子、大米或小麥纖維的外帶物品。這些產品未獲准用於食品接觸，但已銷售多年。vzbv 和消費者中心呼籲當局和聯邦政府通知全國消費者並召回產品。 消費者諮詢中心和 vzbv 建議消費者不要購買或使用這些產品。如果消費者在商店中發現此類產品，則應向其所在地區的主管部門報告。	29
15	法國競爭、消費者事務和欺詐控制總局（DGCCRF）發布有關檢查家禽的水分含量之調查結果（6/21/2021）	為保證銷售給消費者的產品的忠誠度，DGCCRF每年都會進行一次調查，檢查冷凍、速凍或新鮮家禽的含水量。2019 年，近三分之一的分析產品不符合歐洲法規。	31

1. 韓國消費者院(KCA)：請勿使用安全性未經驗證的口罩貼片 (2021/07/19)

口罩貼(或稱香氛貼)，是貼片形式的空氣清新劑，貼在口罩的外部或內部，外形如貼紙。現在市面上銷售的口罩貼，商家宣傳



可以緩解長時間戴口罩引起的窒息感或去除異味，但其安全性尚未得到驗證。韓國消費者院（KCA）對網售 49 款貼片進行檢查，截至 2021 年 4 月 12 日，沒有一家企業申請並通過程序，因此 KCA 建議與 49 種產品相關的所有企業停止銷售。(註：任何相關產品的製造商/進口商都應按照相關標準向韓國環境工業技術研究所 KEITI 提交產品中每種化學物質的毒性相關材料後進行環境健康風險評估，其依據為：日用化工產品安全與標示基準。)

49 款貼片產品中，41 款的業者答覆表示，將遵守 KCA 建議，並揭露如何處理該批產品。其中 11 家業者將停止生產；1 家將按規定申請驗證；另有 29 家說，打算將把產品用途改為一般的空氣芳香劑，KCA 告知這 29 款產品業者，不可將它們標示或廣告為可用於口罩上。在韓國，用於室內或紡織品的一般空氣芳香劑，應按照《家用化學製品安全檢查和安全標示基準》進行驗證程序與生產/銷售。

KCA 請消費者不要使用安全性未得到驗證的口罩貼，並避免將一般空氣清新劑貼在口罩上。消費者需要檢視安全標準相關的標示或核准編號，並僅用於產品中所示的用途。

資料來源：

<https://www.kca.go.kr/eng/sub.do?menukey=6007&mode=view&no=1003164143>

2. 美國 CPSC：軟墊家具防火安全新標準生效(2021/06/25)

美國消費產品安全委員會(CPSC)新的軟墊家具耐燃性標準(強制性)將於 2021 年 6 月 25 日生效。在該日期之後製造、進口或更新軟墊的軟墊家具必須符合該標準。

在火災中，消費者在他們的房屋被火焰吞沒之前，只有幾分鐘的時間逃生，根據 CPSC 的年度住宅火災損失報告，室內火災中的軟墊傢俱通常是最先著火的，是火災的重要燃料來源，每年約有 390 人死亡，占家庭火災死亡人數的 17%。

軟墊家具，即帶有軟墊座椅、靠背或扶手的家具，供消費者在家庭、其他集會場所或公共場所的室內使用。本項標準並不包括：戶外家具上使用的蒲團、靠墊和墊子、某些嬰幼兒產品以及醫療產品。

2022 年 6 月 25 日開始，消費者應該檢視上述產品標示，軟墊傢俱將被要求附有一個永久性標籤，說明「符合 CPSC 對軟墊家具可燃性的要求」。CPSC 建議製造商，應讓標籤易於讓消費者發現和識別。CPSC 將從 2022 年 6 月 25 日開始執行新的聯邦標籤要求。軟墊家具的聯邦標準是國會在 2021 年 COVID 救濟法中制定，而 CPSC 的標準是採用加州的家具易燃性標準 TB-117-2013。

資料來源：

<https://www.cpsc.gov/Newsroom/News-Releases/2021/New-Federal-Safety-Standard-for-Upholstered-Furniture-Fires-Goes-into-Effect>

3. 國際消費者保護執行網路 ICPEN：Google Play 商店將要求應用程式廠商向消費者提供資料收集與利用的詳細資訊，以應對日益增長的國際壓力 (2021/05/27)

在國際消費者保護執行網路（ICPEN）成員 27 國的消費者保護機構介入後，Google 宣布，應用程式供應商將被要求在 Google Play Store 上註明蒐集或分享哪些個人資料。在此之前，ICPEN 於 2018 年向數位產業發出一封公開信，隨後，27 個國家的消保機構於 2019 年致函 Apple 和 Google，要求他們做出改正。這一聯合行動，得到了全球隱私執法網路（GPEN）的認同。Google Play Store 更新後，ICPEN 成員已成功地確保兩個最大的 app 應用商店均能提供消費者清晰的資訊，讓消費者能根據個人資料的使用方式來做比較和選擇。

Google 規劃分階段推出此功能，並將從 2022 年開始強制要求所有應用程式具有此項功能。這項 ICPEN 的聯合倡議，強調了國際合作的重要性，確保消費者處在線上應用程式的世界中得到保護。

在 ICPEN 會員聯合干預之後，Apple 已經在 2020 年進行了類似的更改，同年 6 月宣佈，在 App Store 的每個應用程式的頁面上都有一個新的部分，包含應用程式蒐集的資料等。英國競爭與市場管理局（CMA）與荷蘭消費者與市場管理局（Netherlands Authority for Consumers and Markets）和挪威消費者管理局（Norwegian Consumer Authority）在改善蘋果 App Store 應用程式使用個人資料的國際合作行動中發揮了主導作用。

資料來源：<https://icpen.org/news/1180>

4. 美國食品藥物管理局(FDA):發現少量苯 美國下架 5 款露得清及艾惟諾防曬品(2021/07/14)

在部分樣品中偵測到可能致癌的化學成分苯之後，嬌生公司（Johnson & Johnson）自美國商店召回旗下露得清（Neutrogena）和艾維諾（Aveeno）兩種品牌的大部分防曬噴霧。

嬌生表示，旗下六款露得清和艾維諾的防曬噴霧，消費者應停止使用並丟棄其中五款。該公司通知了經銷商和零售商將這些產品下架、停止銷售，並安排退貨。

嬌生說，製造防曬噴霧霜時未使用苯，已著手調查汙染原因，並且就此事與其他國家監管機構保持聯繫。

嬌生並未說明受影響產品的數量，以及確切的苯含量，但表示，苯含量很低，預計不會引起健康問題。受影響的噴霧產品是露得清 Beach Defense、露得清 Cool Dry Sport、露得清 Invisible Daily、露得清 Ultra Sheer 和艾維諾 Protect + Refresh 防曬噴霧。該公司表示：「出於謹慎考慮，我們正在召回所有這些特定的氣溶膠防曬產品。」另一種防曬噴霧產品露得清 Wet Skin（水肌因溼膚）不受影響。

苯是一種化學物質，曝露於高濃度的苯會導致癌症，也會有更直接的反應，包括頭暈、意識模糊，以及心跳加快或不規則。

資料來源：

<https://www.fda.gov/safety/recalls-market-withdrawals-safety-alerts/johnson-johnson-consumer-inc-issues-voluntary-recall-specific-neutrogena-and-aveeno-aerosol>

5. 美國消費產品安全委員會(CPSC)提訴 強制亞馬遜召回危險商品 (2021/07/14)

亞馬遜公司(Amazon.com)遭 CPSC 告上法院，因為後者尋求讓這家全球最大線上零售商為其第三方電子商務平台上所販售的不良產品負起法律責任。

CPSC 遞交的訴狀表示，亞馬遜販售的兒童睡衣未符合聯邦的可燃安全標準；約 24,000 件平台銷售的二氧化碳感測器即便遭遇有害氣體也未有反應；400,000 個所賣吹風機有漏電風險。亞馬遜有著上百萬賣家，這些問題產品由這些商家的其中幾家所販賣，並且都使用了所謂「亞馬遜物流」(Fulfillment by Amazon, FBA)服務，也就是亞馬遜代表賣家存放與分配其產品。

訴狀稱亞馬遜接獲 CPSC 通知產品瑕疵後，已把部分產品下架，並告知已購買的顧客這些產品帶危險性，提供退貨退款，但這些補救並不足夠。CPSC 發言人 Joe Martyak 稱亞馬遜「不希望這些補救被稱作召回，同時也不想為這些產品附上法律責任」，但組織認為亞馬遜應為此負責。

CPSC 代理主席艾德勒 (Robert Adler) 表示：「我們必須解決如何更有效處理這些大型電商平台的問題，以及如何盡可能保護仰賴這些平台的美國消費者。」CPSC 的提告盼將亞馬遜列為《消費品安全法》(Consumer Product Safety Act)底下的消費品分銷商，並強制亞馬遜和 CPSC 一同努力解決不合格問題產品對消費者造成的危害。

資料來源：

<https://www.cpsc.gov/Newsroom/News-Releases/2021/CPSC-Sues-Amazon-to-Force-Recall-of-Hazardous-Products-Sold-on-Amazon-com>

6. 美國消費品安全委員會(CPSC)提醒消費者在運動和娛樂中佩戴頭盔以降低頭部受傷風險 (2021/05/18)

CPSC 提醒消費者在運動和娛樂中佩戴頭盔，以降低頭部受傷風險的重要性，包括腦外傷 (TBI)。頭盔吸收了跌落或碰撞產生的大部分衝擊能量，並可以保護頭骨和大腦免受更嚴重的傷害。

自行車頭盔必須符合 CPSC 的聯邦安全標準，必須附有標籤，說明頭盔符合標準。消費者通常可以在頭盔內襯、外表面或貼在下巴帶上找到此標籤。有關自行車頭盔和用於其他活動的頭盔的信息，可以在 CPSC 的“哪種頭盔適合哪種活動”網頁上找到。

美國疾病控制與預防中心 (CDC) 的一份新報告中的發現表明，頭盔對於防止受傷和死亡非常重要。報告發現，從 2009 年到 2018 年：

- 2009 至 2018 年與自行車相關的死亡人數有所增加，主要是成年人。(NHTSA 數據)
- 在美國醫院急診科 (ED) 治療了近 597,000 例與自行車有關的腦外傷。
- 兒童就診率下降了近 50%，但成年人僅下降了 6%。
- 男性因創傷性腦損傷進入急診室的可能性是女性的三倍。
- 政府要求騎自行車佩戴頭盔的政策與長期、持續使用自行車頭盔以及頭部受傷減少的 20%-55% 案例相關。

CPSC 最近關於 COVID-19 對 2020 年 3 月至 9 月期間醫院急診室治療傷害的影響的報告也強調了這一擔憂，發現儘管關於自行車事故比率僅略有增加 (1%)，但在 40 歲及以上年齡層，自行車事故的傷害增幅增加了 21%，在 70 歲以上的年齡層增加了 39%。滑板、踏板車和氣墊板造成的事故傷害則增加了 39%。

雖然沒有任何頭盔設計被證明可以預防腦震盪，但 CDC 設立的 HEADS UP 網站有助於識別腦震盪症狀，以及何時尋求治療。

為防止與運動有關的頭部受傷，消費者應注意下列事項：

- 騎自行車和進行體育運動時，請始終佩戴頭盔和其他安全裝備。
- 遵循製造商的說明。
- 確保頭盔適合並正確佩戴。
- 需要時更換頭盔。事故可能會影響頭盔，您可能看不到損壞情況。

外殼上的裂縫、帶子磨損以及缺少襯墊或其他部件都是更換頭盔的原因。

- 尋找頭盔內的標籤，表明它符合 CPSC 的聯邦安全標準。
- 騎自行車、滑板車或滑板時，請注意汽車，並遵守道路規則和當地法規。

資料來源：

<https://www.cpsc.gov/Newsroom/News-Releases/2021/New-CDC-Report-Finds-More-Adults-Are-Dying-from-Bicycle-Related-Accidents-CPSC-Says-it-Highlights-the-Importance-of-Helmets>

7. 澳門消費者委員會：魚罐頭鈉含量逐個計 (2021/08/03)

工業染料孔雀石綠早已被很多國家禁止使用於食用動物，但近年仍不時有魚類樣本被檢出含有孔雀石綠，其中魚肉罐頭為澳門消費者較常食用。澳門超市等零售點常見有來自世界各地、不同種類及不同風味的魚肉罐頭出售，故澳門消費者委員會（下稱澳門消委會）與市政署食品安全廳合作，對 20 款魚肉罐頭進行檢測，以瞭解此類食品是否存在風險，亦透過檢測樣本的鈉含量，提供消費者食用指引。檢測結果顯示全部 20 批魚肉罐頭樣本未檢出孔雀石綠，惟當中部份樣本鈉含量偏高，消費者食用時應留意份量以免攝入過量鈉而增加罹患心血管疾病的風險。

樣本及標示資料

20 批魚肉罐頭由澳門消委會與市政署食品安全廳工作人員，以消費者身份於澳門超級市場等零售點購買。樣本規格由 80 克至 425 克不等，標籤聲稱產地包括摩洛哥、西班牙、葡萄牙、日本、馬來西亞、泰國、中國、菲律賓、拉脫維亞共和國、台灣地區，2020 年 8 月時零售價由澳門元 8.0 元至 31.5 元不等。種類包括沙甸魚、吞拿魚、鯖魚、鰻魚及鮫魚。

檢測標準及測試結果

根據中國國家標準 GB/T 19857-2005《水產品中孔雀石綠和結晶紫殘留量的測定》及 GB 5009.91-2017《食品安全國家標準食品中鉀、鈉的測定》作為檢測方法。檢測結果顯示全部 20 批魚肉罐頭樣本未檢出孔雀石綠，而鈉含量由每 100 克 140 毫克至 1,170 毫克。孔雀石綠 根據市政署食品安全廳資料，孔雀石綠是一種人工合成有機化合物，既是工業染料，也是殺菌劑，具治理魚類疾病的作用。在養殖期間使用，孔雀石綠會被魚體組織吸收，產生代謝物，並會長時間殘留體內。國際癌症研究機構目前未對孔雀石綠的致癌性作出評估，但由於孔雀石綠可令實驗動物患癌，故不宜使用於食用魚類。目前，很多國家及地區已禁止在養殖食用動物中使用。根據經第 3/2016 號行政法規修改的第 6/2014 號行政法規《食品中禁用物質清單》規定，孔雀石綠屬食品中的禁用物質，在所有澳門出售的食品均不得驗出，如涉及任何違規行為，將依法懲處。

鈉

鈉是維持人體正常運作必需的元素，包括維持體液平衡、傳遞神經脈衝和控制肌肉的收緊和鬆弛。消費者主要通過飲食，如味精、食鹽、醬油、調味汁及加工食品中攝取鈉元素，如攝取過多的鈉元素，就會增加罹患高血壓、中風、心臟病及腎病的風險，所以日常飲食需要特別留意鈉的攝取量，避免食用過鹹的食品。

世界衛生組織（WHO）建議，以每日攝取 2,000 千卡能量計算，一般成人鈉每日攝入限量應少於 2,000 毫克。是次檢測為例，以鈉含量最低的一款沙甸魚（編號 1，每 100 克鈉含量 140 毫克）計算，食用一整罐，會攝取 168 毫克鈉，相當於世界衛生組織建議鈉每日攝入限量的 8%。而以鈉含量最高的一款鰻魚罐頭樣本（編號 20，每 100 克鈉含量 1,170 毫克）計算，其規格標示為淨重 100 克，固形物 80 克。食用一罐淨魚肉便攝取了 936 毫克鈉（以樣本包裝標示固形物重量為 80 克計算： $1,170/100 \times 80 = 936$ ），相當於世界衛生組織建議鈉每日攝入限量的 47%；如果連同醬汁及配料一同進食，攝取的鈉量就有 1,170 毫克（以樣本包裝標示淨重為 100 克計算： $1,170/100 \times 100 = 1,170$ ），相當於世界衛生組織建議鈉每日攝入限量的 59%，消費者若進食一整罐，再加上其他含鈉食物，就容易超過每日的鈉攝取限量。

食用建議

- 消費者不應偏食個別魚種以達致均衡飲食。
- 日常生活如非必要，應減少食用加工食品，食用時也應參考食品的鈉含量而酌量攝取低鈉食品。進食魚肉罐頭時應減少進食醬汁及配料，以減低脂肪、鹽及糖的攝取。
- 減少使用調味汁料，可改用天然香辛料如蔥、蒜、薑、花椒、胡椒、八角等增加風味；亦可以新鮮食材如水果、洋葱、香菇等作為配菜，除增加風味之外亦可增加攝取多種營養素。
- 嬰兒、兒童、孕婦、老年人或有慢性病等需要配合特別飲食的人士，更要注意食品的鈉含量，小心飲食以免攝取過多的鈉對身體健康造成負擔。

市政署食品安全廳提供之選購及食用衛生建議

- 向信譽良好的店鋪購買罐頭；

- 留意產品包裝上的食用期限及包裝情況，不要購買和食用已過期、封口受損、罐身發脹／凹陷／生鏽的罐頭；
- 購買應按照包裝上標示的保存方法妥善保存；
- 罐頭開封後應盡快食用，剩餘的應放進清潔的食品容器中妥善包好，並貯存於 5°C 以下的雪櫃內；
- 若發現罐頭內存有或疑有異味時，不應食用。
- 大部分罐頭食品的鹽分含量較高，建議消費者應保持均衡飲食，購買時留意包裝上配料成分、營養標示等資料，適量食用。

魚肉罐頭孔雀石綠及鈉含量測試結果

編號 ^[1] N.º	商標 Marca	名稱 Designação	規格 ^[2] (克) Peso ^[2] (g)	零售價 ^[3] (澳門元) Preço ^[3] (MOP)	登稱產地 Origem declarada	檢測結果 Resultados			
						孔雀石綠 ^[4] Verde malaquita ^[4]	每100克 鈉含量(毫克) ^[5] Sódio por 100g de peso mg/100g ^[5]	每罐鈉含量 毫克(mg) ^[6] Sódio por lata (mg) ^[6]	佔每日限量 百分率 ^[7] Proporção do limite de ingestão diária ^[7]
1	Royal Taste	SARDINES in olive oil (Sardinhas em azeite)	120g	13.0	摩洛哥 Marrocos	✓	140	168	8%
2	CABO de PENAS	LIGHT MEAT TUNA IN OLIVE OIL (Atum em azeite)	80g x 3 (52g x 3)	31.5	西班牙 Espanha	✓	220	176	9%
3	UP	atum posta	110g (77g)	12.5	葡萄牙 Portugal	✓	276	304	15%
4	網一番	罐裝一級金槍魚(淡味) Yellow Flakes Tuna Light (Atum)	185g	17.5	日本 Japão	✓	280	518	26%
5	Del Monte	SARDINES in Tomato Sauce (Sardinhas em tomate)	425g	26.0	馬來西亞 Malásia	✓	293	1,245	62%
6	SABOR	SARDINHAS EM TOMATE	120g (85g)	10.0	摩洛哥 Marrocos	✓	307	368	18%
7	雄雞標 AYAM BRAND	蕃茄汁沙丁魚 SARDINES IN TOMATO SAUCE (Sardinhas em tomate)	215g	17.9	馬來西亞 Malásia	✓	324	697	35%
8	B&F	礦泉水浸吞拿魚 TUNA IN SPRING WATER (Atum)	185g (140g)	16.2	泰國 Tailândia	✓	364	673	34%
9	VIGILANTE	LIGHT TUNA IN VEGETABLE OIL (Atum em azeite)	80g x 3 (52g x 3)	26.5	西班牙 Espanha	✓	424	339	17%
10	珠江橋牌 PEARL RIVER BRIDGE	鮮炸鯪魚 FRIED DACE (Cirrhinus molitorella)	227g	24.5	中國 China	✓	500	1,135	57%
11	Century	TUNA Flakes in Vegetable oil (Atum)	180g	11.9	菲律賓 Filipinas	✓	606	1,091	55%
12	諾迪爾鮮魚 NordicFish	油浸烟熏鮮魚罐頭 SMOKED BALTIC SARDINES IN OIL (Sardinhas defumadas)	100g (70g)	31.5	拉脫維亞 共和國 Letónia	✓	612	612	31%
13	TOREADOR	SARDINHAS EM AZEITE	120g (84g)	8.0	葡萄牙 Portugal	✓	660	792	40%
14	金龍牌	XO醬沙甸魚 XO SARDINE (Sardinhas)	215g	10.0	泰國 Tailândia	✓	661	1,421	71%
15	FAMILY'S BRAND	豆豉油炸沙丁魚 FRIED SARDINES WITH SALTED BLACK BEANS (Sardinhas com feijão preto salgado)	120g	8.8	菲律賓 Filipinas	✓	726	871	44%
16	老人牌 PORTHOS	茄汁沙甸魚 SARDINES À LA SAUCE TOMATE (Sardinhas em tomate)	125g	10.0	葡萄牙 Portugal	✓	742	928	46%
17	鷹金錢 Eagle Coin	金獎豆豉鯪魚 FRIED DACE WITH SALTED BLACK BEANS (Cirrhinus molitorella com feijão preto salgado)	184g	14.8	中國 China	✓	837	1,540	77%
18	甘竹牌	香辣豆豉魚罐頭 (Peixe picante com feijão preto salgado)	184g	13.8	中國 China	✓	897	1,650	83%
19	海歌牌 Sea Choice	香炸鯖魚 FRIED MACKEREL IN CHILLI SAUCE (Cavalinha picante)	184g	11.5	泰國 Tailândia	✓	1,140	2,109	105%
20	好媽媽	豆豉紅燒鰻 BRAISED EEL IN DRESSING SAUCE (Enguia)	100g (80g)	14.5	台灣地區 Região de Taiwan	✓	1,170	1,170	59%

註：
✓：沒有驗出。

[1]: 樣本編號按樣本鈉含量測試結果（每 100 克樣本的毫克數）由少至多排列。

[2]: 樣本規格括弧數字為樣本包裝標示固形物之重量。

- [3]: 樣本購於 2020 年 8 月時的零售價，價格只供參考。實際售價因地點不同而有差異。
- [4]: 全部 20 款樣本未檢出孔雀石綠。
- [5]: 測試結果以每 100 克食物樣本所檢出的鈉含量毫克數目計算。
- [6]: 進食整罐產品所攝取的鈉含量，計算結果以四捨五入標示。計算方法：
$$\text{鈉檢出量} \div 100 \times \text{整罐食品重量} = \text{整罐食品包括固形物、醬汁及配料的鈉含量。}$$
- [7]: 參考世界衛生組織 (WHO) 建議，以每日攝取 2,000 千卡能量計算，鈉每日攝入限量應少於 2,000 毫克，計算結果以四捨五入標示。假設整罐樣本的鈉含量為 1,800 毫克，則進食整罐樣本所攝入的鈉為每日攝入限量的 90%。

資料來源：<https://www.consumer.gov.mo/News/Report.aspx?lang=zh>

8. 韓國消費者院：部分標有「磷蝦油 100%」的商品混有其他油脂—磷蝦油是普通食品，勿誤認具健康/功能性 (2021/06/28)

隨著 COVID-19 的傳播，消費者對於磷蝦油等健康食品的興趣日益濃厚。部分標有「磷蝦油 100%」的磷蝦油產品被發現含有其他油脂。

韓國消費者院（KCA）及食品藥物安全部（MFDS）針對 26 種（40 批）¹標有「磷蝦油 100%」的市售商品，就其質量、安全與標示進行聯合調查。

■ 部分「磷蝦油 100%」產品被發現含有磷蝦油以外的油脂

調查發現，四種產品/六批標有「磷蝦油 100%」含有其他油脂，而且這些都使用同一個外國製造商生產的磷蝦油。磷蝦油應該有 0 至 3% 的亞油酸（C18:2），這是在高含量的植物油（如大豆油）中發現的，但 4/6 產品檢測超過 27%，這表示混有其他油脂。

含有其他油脂的磷蝦油商品

產品	銷售者	製造商	檢驗批次	亞油酸 CODEX 標準	亞油酸 檢驗結果*
Noksibcho Krill Oil	Noksibcho Life & Health	Noksibcho Alloe	22.06.08.	0.0~3.0	27.7
Meff Krill Oil Max	Max Smart Enhancer	COSMAX NBT	21.12.15		27.8
		RP Bio	22.05.12		28.0
Krill Oil 1000	SSF	Natural	22.01.14		27.8
		FNP	22.05.21		27.6
Premium Real Medi Krill Oil 58	JW	Hanmi Natural Nutrition	21.06.10		27.8

* 檢驗結果僅針對檢驗的批次

對於有問題的磷蝦油商品，KCA 要求販售業者退換貨。MFDS 規劃依《食品標示廣告法》對虛偽、誇大標示/廣告的販售業者、製造商，並依《進口食品安全控制特別法》對原料報告不實的進口商處以行政罰。

¹ 共 26 件商品/40 批（NAVER 購物，截至 2020 年 1 月前 20 名，截至 2021 年 4 月前 8 名）（兩者重疊），※「批次」是指採用相同原材料、經過相同產製方式生產，並以「保存期」區分的「批次」

■ 勿將磷蝦油產品誤為健康/功能性食品

MFDS 並未將磷蝦油認定為健康/功能性食品，係歸類為普通食品。儘管如此，某些商品的標示或廣告方式可能會使消費者將之誤認為健康/功能性食品。因此，MFDS 在 2020 年對 11 家企業提出改正措施的建議。

近來，消費者對保健食品的興趣日益濃厚，考量消費者可能將效果未經充分驗證的食品誤認為保健/功能食品，KCA 與 MFDS 規劃提供更多相關產品的資訊，並強化管理。

■ 規劃加強對磷蝦油產品的監督管理，並修正相關標準

市售磷蝦油產品種類繁多，但未有方法與標準驗證其原料成分及含量。為此，MFDS 規劃改善磷蝦油相關檢測方法、準則與標準，以防止消費者損失。

在上述調查之後，KCA 和 MFDS 給消費者下列提醒，未來將繼續提供相關食品安全資訊給消費者：

- ▲ 勿將磷蝦油產品誤認為健康/功能性食品。
- ▲ 購買此類商品時，檢視其健康/功能食品標誌。

資料來源：

<https://www.kca.go.kr/eng/sub.do?menukey=6007&mode=view&no=1003155136>

9. 香港消費者委員會：新興虛擬銀行各出其謀爭佔市場 高息存款及消費回贈條款要看清 (2021/07/14)

以金融科技創新、提升用戶體驗為賣點的虛擬銀行陸續營運，不少以高息存款和消費回饋搶占市場，對習慣以行動應用程式理財一族有一定吸引力。與傳統銀行相比，香港 8 間虛擬銀行目前尚屬起步階段，現時主要提供基本銀行服務，例如存款、定期存款、提款、本地轉帳等，然而其長遠發展亦不容忽視。不少虛擬銀行亦大賣廣告，宣傳創新產品會陸續推出，為客戶提供更方便和多元的體驗。在花多眼亂的廣告攻勢下，消費者在決定是否開戶前，不應只著眼於獎賞和迎新優惠，宜先細心衡量個人日常理財的方式和習慣、對現金提存的要求、以至對轉帳、匯款、外幣定期存款和買賣等不同銀行服務的需求，再看清獎賞和迎新優惠的要求及條款，以決定是否開戶，揀選適合自己的虛擬銀行。消費者委員會檢視 8 間虛擬銀行的服務，歸納 10 大注意事項，供有意開戶的人士參考。

1. 遙距開戶：留意開立條件

虛擬銀行不設實體分行，主要透過金融科技（financial technology, 又稱 fintech）讓客戶經行動應用程式開戶及使用銀行服務，省卻親身到銀行分行辦理手續的時間。開戶人士均須為 18 歲或以上及持有香港居民身份證，普遍須有香港有效地址及香港手機號碼。目前大部分虛擬銀行都表明未能為美國公民、有美國稅務身份，或有香港以外地區的稅務身份的人士開戶。有個別銀行更表明開戶人要身處香港境內，假如未能符合相關條件，開戶時或日後管理帳戶可能會遇上困難。

2. 全天候營運：某些服務設時限 衡量是否切合所需

虛擬銀行因利用人工智慧或數位化流程，可每星期 7 日，24 小時全天候遠距為客戶辦理開戶，以及核實開戶人身份的手續，並提供其他基本銀行服務，包括：活期存款、定期存款、提款、本地轉帳等。部分虛擬銀行亦有提供扣帳卡、信用卡、外幣買賣及貸款，但 8 間銀行暫時均未有提供支票、按揭、投資等服務。然而，存戶須注意，個別虛擬銀行雖然提供外匯買賣或貸款服務，但需要於指定時間內進行。消委會建議，有意開立虛擬銀行之人士，宜先衡量心儀銀行所提供的服務是否切合個人需要。

3. 手機管理帳戶：注意身份驗證和保安系統更新

虛擬銀行倚重行動電話管理，倘遇上技術故障或遺失手機等問題便難以繼續操作帳戶，只能在修復或購置新行動電話後，或使用另外一部行動電話，才能繼續使用銀行服務；另外，虛擬銀行對身份驗證和系統穩定有相對嚴謹的設置，因此對客戶的智慧手機操作認識和安全意識有一定要求。8間虛擬銀行所提供的驗證方式，包括有密碼、臉部識別及指紋識別等。帳戶持有人除了應先熟悉不同驗證方式，亦要好好保管行動電話，以及不時更新行動電話的操作和保安系統，以至懂得選擇相關銀行的行動應用程式。

4. 現金提款：部分需轉帳至其他銀行提取

儘管電子支付在港已日漸普遍，但習慣使用現金的人士如開設虛擬銀行帳戶，要先查詢如何提取現金。5間提供現金提款服務，包括3間提供實體扣帳卡或信用卡，於指定網絡（JETCO、Mastercard 或 Visa）的自動櫃員機提取現金，惟留意個別網絡提款，每次須繳付\$20 至\$30 提款費；另有2間提供無卡提款服務；其餘3間銀行暫時不提供直接提款服務，帳戶持有人若要從虛擬銀行帳戶提取現金，須先把資金轉帳至其他銀行帳戶，再從該銀行帳戶提取款項，過程會較為轉折。

5. 存入款項：留意每日存款上限

全部虛擬銀行都接受轉數快（Faster Payment System, FPS）實時存入或轉出存款。虛擬銀行同時接受經即時支付結算系統（Real Time Gross Settlement System, RTGS）存入款項，它是銀行同業之間的支付結算平台。若經轉數快存入，虛擬銀行普遍不收取費用及不設存款上限。此外，部分虛擬銀行亦提供特定存入／轉帳方式，例如帳戶經電子直接扣帳授權（Electronic Direct Debit Authorisation, eDDA），或經「快速存入」功能存入款項，雖然不設收費，但設每日存款上限由每日3萬港元，至每間銀行50萬港元／50萬人民幣不等。

6. 轉帳服務：額度上限各有不同

虛擬銀行與傳統銀行一樣，均設有每日轉帳或提款上限，每日提款上限介於1萬港元至5萬港元，轉帳限額則視情況由1萬港元至100萬港元。因此有意開戶的人士應先了解不同銀行的相關額度，假若帳

戶持有人因緊急情況而需提取或調撥大額資金，須預留較多時間安排提款。

7. 定期存款：外幣種類、年利率及提早取回收費不一

目前只有 4 間虛擬銀行提供港元定期存款，其中 3 間銀行同時提供人民幣及美元定期存款，外幣定期存款計劃種類亦不盡相同。例如部分銀行的定期存款年利率，按存款額釐定高低，又或視乎參與人數，人數越多，年利率越高；相關銀行對提前取回定期存款亦有不同要求，除 3 間不設收費或現時豁免收費外，有銀行會收取最低\$200 費用，而相關存款或按活期存款利率計算利息，甚至不獲發任何利息。

8. 電匯服務：暫未提供電匯款項至外地帳戶服務

目前只有 1 間虛擬銀行接受外地銀行帳戶電匯匯入款項至其虛擬銀行帳戶，但該銀行暫時未有提供匯出款項至外地銀行帳戶的服務；其餘 7 間虛擬銀行則暫時未提供海外匯入或匯出的服務。因此，需要海外電匯服務的人士，宜先問清提供電匯服務的時間表才作考慮。

9. 綁定電子錢包／支付程式：部分扣帳卡進行外幣交易或收手續費

目前除 2 間虛擬銀行外，另外 6 間均可綁定電子錢包／支付程式，方便購物，部分更提供消費回贈，消費者需留意只有合資格消費才可獲回贈，合資格消費的定義由虛擬銀行而訂，而回贈優惠細節亦有機會變更。4 間虛擬銀行提供實體或虛擬扣帳卡，全部實體卡皆不會顯示有效期及安全驗證碼（即 CVV），故若遺失實體卡也較少機會被盜用。扣帳卡一般不設年費，但如進行外幣交易，或會收取介乎交易金額的 1.8% 至 1.95% 的手續費。

10. 推廣優惠：看清額度及期限

為吸引開戶及新存款，多家虛擬銀行以較高的活期或定期存款優惠和消費回贈作推廣，而有關優惠往往附帶額度及期限等條件。例如有銀行提供的港元活期存款年利率高達 3.6%，惟只適用於指定期限內成功開戶的新客戶，於開戶後首 3 個月的首 2 萬港元存款，3 個月後的存款利率則以當時銀行公布為準，現時相關利率為 1.2%。亦有虛擬銀行推出消費回贈優惠。不過此類優惠普遍為「期間限定」，優惠期過後，回贈百分比、適用商戶等條款亦有機會改變。消委會提醒有意

開設帳戶之人士，切勿只著眼於存款息率優惠而開戶，亦不應為獲得回饋而過度消費。

消委會提醒，本地虛擬銀行正運用金融科技不斷開拓各類銀行服務，例如推出無號碼扣賬卡以提高安全性，以及客戶自訂定期存款到期日等，進一步為銀行服務帶來市場競爭。有意開立虛擬銀行的人士，要留意相關的發展，細心考慮自身對服務的需要，和各虛擬銀行的服務範圍才作出決定。

資料來源：

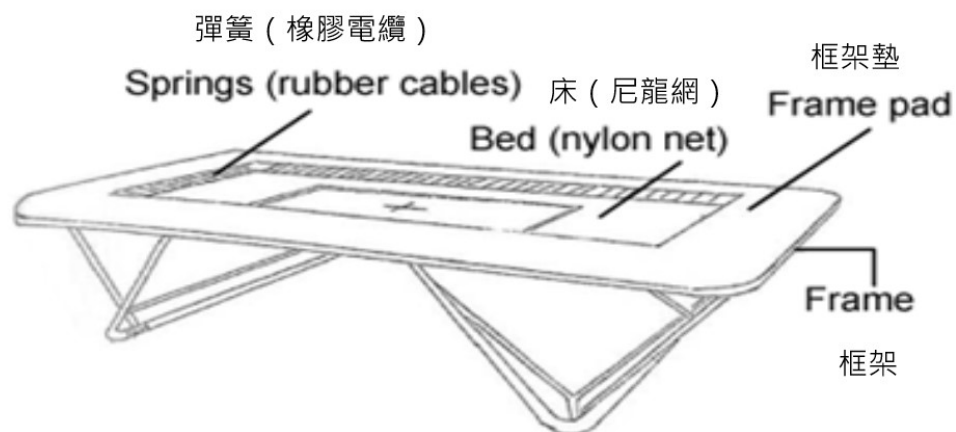
https://www.consumer.org.hk/ws_chi/news/press/537/virtual-bank-services.html

10. 日本國民生活中心 (National Consumer Affairs Center of Japan, NCAC) - 謹防遊樂設施中的蹦床事故！在最壞的情況下，可能造成骨折或神經損傷。(2021/5)

根據醫療設施網站報告，有一名 2 歲女童因同時和另一名成人在蹦床跳躍，導致摔斷了左大腿。

蹦床是一種跳躍設備，它是安裝在彈簧上的彈性床，消費者可以透過彈跳來反復跳高（見下圖）。蹦床廣泛用於比賽、休閒、康復、體操訓練和單板滑雪等。最近，越來越多室內遊樂設施配備了多種類型的蹦床，包括專為官方比賽跳高而設計的蹦床。

圖：蹦床的零件名稱



不遵守安全提醒而跳上蹦床可能導致嚴重傷害，例如骨折、跌落到蹦床外、或與他人碰撞而造成神經損傷。消費者事務局即曾接獲通報一起嚴重事故，消費者在遊樂設施的蹦床上跳躍時，跌倒在蹦床上，導致左手肘骨折脫臼。

建議使用蹦床應遵守下列安全提醒：

1. 應遵守設施規則安全使用。
2. 初次使用應先跳低，保證跳躍穩定後，再逐漸增加跳躍高度。

3. 蹦床上若跳越高，則跌落影響越大，可能受傷的嚴重程度也會增加。
在使用專為官方比賽跳高設計的蹦床時，請了解風險並在舒適和技能水平的範圍內去使用它。
4. 應遵守一次一人在蹦床上使用的原則。如果兩個或兩個以上的人一起在蹦床上跳躍，風險會更高，因為他們可能跳得比預期要高而互相撞到。

資訊來源：http://www.kokusen.go.jp/e-hello/cases/data/202105_1.html

11. 紐西蘭商業、革新及勞動部 (Ministry of Business, Innovation and Employment, MBIE) —調查顯示年輕消費者面臨更大的消費風險 (2021/07/27)

您知道退回有缺陷的商品時不需要隨身攜帶原包裝嗎？根據 2020 年紐西蘭消費者調查 (NZCS) 顯示，年輕人不像其他紐西蘭人熟悉保護基本消費者權益的法律。

18 至 26 歲的年輕人了解消費者保護法的程度低於平均水平（91%相比 94%），64%的年輕人比平均水平（54%）更對消費者權益「一無所知」，或只有「一點點」了解其消費者權益。

針對 18 至 26 歲年輕人的調查中，43%的受訪者表示從未聽說過 2003 年「信貸契約和消費者金融法案」(CCCFA)，而該法案可在消費者因購買而需借貸或信貸時保護消費者的權益。

紐西蘭商業、創新和就業部 (MBIE) Mark Hollingsworth 表示，調查結果顯示，應提高年輕消費者的知識水平，以便他們能夠做出明智的購買決定，減少消費糾紛。應讓年輕人知道在購買產品和服務時有法律保護他們，包括在信貸交易或融資時。

年輕人網購率很高，幾乎所有 18 至 26 歲的年輕人（94%）在過去 6 個月內都曾在網路購物（相比之下，平均為 87%）。然而，他們在網路購物時對消費者的權利了解很少——73%的人報告說一無所知或僅知道一點點——而且年輕人擔心線上支付和個人訊息的安全性比率也低於平均水平（55%相比 64%）。

Mark Hollingsworth 表示，雖然網路購物很方便，但在解決消費糾紛時卻有點棘手。我們鼓勵年輕消費者及時了解他們的線上權利，包括通過實施我們建議的網路安全措施，讓自己更安全地購物。

此外，年輕消費者對消費者保護組織及紛爭解決機制的認識也低於平均水平。84%的 18 至 26 歲年輕人知道至少有 1 個組織提供消費者支持或建議，而 52%的人知道 3 個或更多（相比平均值分別為 95%和 71%）。68%的 18 至 26 歲的人知道至少有 1 項紛爭解決服務，14%知道 3 項或更多（相比平均值分別為 84%和 39%）。

Mark Hollingsworth 表示，這或許可以解釋為什麼年輕人的問題沒有獲得解決。當年輕人知道如何尋求建議，並在出現消費糾紛時知道選擇正確的處理途徑，將會有助於他們更自信地進行交易。

資訊來源：

<https://www.mbie.govt.nz/about/news/younger-consumers-more-at-risk-survey-shows/>

12. 澳洲競爭及消費者委員會 (Australian Competition and Consumer Commission, ACCC) – ACCC 就可能致命的嬰兒睡眠產品安全性尋求反饋 (2021/07/19)

ACCC 對傾斜式嬰兒睡眠產品的安全性進行審查後，目前正就如何最佳應對這些可能致命的產品尋求反饋。

嬰兒睡在「嬰兒傾斜式產品」中時，會因傾斜、靠背彎曲和柔軟的睡眠表面導致窒息，例如搖椅、鞦韆、躺椅、搖籃式產品等。

ACCC 副主席 Delia Rickard 表示，「嬰兒搖椅和躺椅對嬰兒而言可能是致命的，公共衛生建議仍是讓嬰兒睡在沒有枕頭的平坦堅固表面上。我們正尋找有關這些產品的反饋，以解決受傷和死亡的風險。」

在美國，於西元 2005 年 1 月至 2019 年 6 月間，有 73 名嬰兒死於嬰兒傾斜式產品事故。據報導，澳大利亞並無直接肇因嬰兒傾斜式產品的死亡事件。

自 2019 年以來，澳大利亞自願召回了兩種與海外死亡有關的產品，即 Fisher Price Rock 'N Play Sleeper 和 Kids II Rocking Sleeper。「我們敦促父母和照顧者檢查他們是否有這些產品，並停止使用它們。消費者應該直接聯繫製造商尋求退款。通常當孩子長大後，嬰兒產品會傳承給家人或朋友，請確保您不會在不知不覺中傳遞危險產品。」Rickard 女士說。

因澳大利亞目前沒有專門適用於嬰兒傾斜式產品的強制性或自願性標準。ACCC 於今日發布了一份調查文件，其中包含如何解決傾斜式睡眠產品的危害，並尋求利益相關者的反饋，包括消費者代表、醫療專業人員，以及嬰兒傾斜產品的製造商和零售商。

調查文件概述了一系列可供消費相關者提供反饋的選項，包括強制性安全和訊息標準、禁令、消費者教育和產品警示的改進，並尋求計算解決方案所需投入的成本，以解決嬰兒傾斜式產品的問題。有關尋求反饋過程的調查文件和訊息可在澳大利亞產品安全網站上找到，該尋求反饋將於西元 2021 年 8 月 16 日結束。

資訊來源：

<https://www.accc.gov.au/media-release/accc-seeks-feedback-on-safety-of-potentially-deadly-inclined-sleeping-products-for-infants>

13. 荷蘭消費者與市場管理局（ACM）呼籲谷歌必須更好地遵守消費者權益規則 (2021/07/23)

歐盟委員會和歐洲消費者當局呼籲 Google 遵守消費者規則以防止欺詐。在荷蘭消費者和市場管理局（ACM）和比利時經濟檢查局的監督下，檢查了 Google 提供的不同服務，例如 Google 搜索引擎、Google Play 商店和 Google 商店。隨後，制定了一系列改進要點。在接下來的幾個月裡，谷歌必須跟進這些改進點。如果他們不這樣做，將進行進一步調查並可能處以罰款。ACM 董事會成員 Cateautje Hijmans van den Bergh 補充說：“對於許多消費者來說，谷歌是他們在線搜索產品的起點。通過搜索引擎，還可以通過 Google Play Store 和 Google Store 等服務。這意味著谷歌必須遵守消費者規則，就像電子商務平台和比較購物引擎等其他在線零售商一樣。消費者必須能夠相信他們沒有被誤導。他們獲得的信息必須清晰完整。他們做出的選擇不會受到虛假評論或付費排名不明確的影響。聯繫方式也必須易於查找。換句話說：消費者必須能夠自信地“谷歌”。

有哪些改進點？

- Google 商店和 Google Play 商店必須明確說明產品的賣家是誰以及如何聯係到賣家。
- Google 商店和 Google Play 商店必須清楚及時地顯示與產品相關和服務相關的基本條款和條件。
- 谷歌搜索引擎必須清楚地表明排名是如何建立的以及是否付費。
- Google Flights 和 Google Hotels 必須顯示價格，包括稅費和其他不可避免的費用。

ACM 和數字經濟

數字經濟是 ACM 的重要議程主題。必須保護企業和消費者免受在線欺騙。這就是 ACM 發布《在線消費者保護指南》等指南的原因。這些指南基於歐洲消費者規則，並解釋了說服在什麼時候變成了欺騙。該指南構成了 ACM 調查和執法行動的基礎。這些指導方針還促進了企業之間的公平競爭條件。

歐盟成員國的國家競爭主管部門和歐盟委員會在消費者保護合作 (CPC) 網絡內密切合作。作為合作的一部分，ACM 和比利時經濟檢查局率先檢查了 Google 提供的服務是否符合歐洲消費者規則。

資訊來源：

<https://www.acm.nl/en/publications/google-must-better-comply-consumer-rights>

14. 德國消費者組織聯合會 (vzbv) 發布流通中的非法和潛在有害的竹纖維產品-消費者諮詢中心警告不要使用竹子、大米或小麥纖維製成的產品 (2021/07/29)

- 禁止出售含有竹纖維、大米纖維或小麥纖維的塑料餐具。
- 消費者不應再使用該產品，零售商應收回產品並退還貨款。
- vzbv 要求：監管部門要在全國範圍內全面召回產品。

德國消費者組織聯合會 (vzbv) 和消費者中心警告可能有害的塑料餐具和帶有竹子、大米或小麥纖維的外帶物品。這些產品未獲准用於食品接觸，但已銷售多年。vzbv 和消費者中心呼籲當局和聯邦政府通知全國消費者並召回產品。

“零售商繼續向消費者提供由竹子、大米或小麥纖維製成的非法且可能致癌的塑料餐具，這是一個醜聞。聯邦政府和聯邦各州最遲從 2020 年 6 月起就知道這種銷售是非法的。到目前為止，受影響的產品既沒有在全國範圍內召回，也沒有關於它們的明確公開信息。這是一種威脅消費者健康的疏忽。vzbv 董事會成員克勞斯·穆勒 (Klaus Müller) 表示，聯邦消費者保護和食品安全辦公室應盡快擔任協調員。

賣塑料竹杯是違法的

據稱可持續的餐具除了竹子和其他天然材料外，通常還由塑料製成。消費者往往無法分辨它們是純天然材料還是塑料混合物。

眾所周知，添加了竹纖維的塑料產品在與熱飲和食物接觸時會釋放出潛在的致癌甲醛。因此，聯邦風險評估研究所將塑料和竹子製成的餐具歸類為不適合與熱的食物和飲料接觸。自 2014 年以來，斯圖加特的化學和獸醫調查辦公室等調查辦公室就定期報告竹塑料餐具超過臨界限值的情況。有時，產品被撤出市場。然而，官方食品控制的資源不足以檢查大量產品並將其從市場上移除。因此，消費者諮詢中心多年來一直呼籲禁止整個產品組。

2020 年 6 月，歐盟委員會的一組專家宣布塑料餐具中的竹子和其他天然材料無法銷售，無論是否超過任何測量限值。這意味著這些產品不能投入流通。只有經批准用於此目的的物質才能添加到塑料食品接觸材料中。只有這樣，消費者才能認為產品從根本上是安全的，並且已經進行了風險評估。

竹子和其他天然材料從未有過這種批准。但是，仍然允許使用純竹製成的產品。

產品繼續上市

直到 2020 年底，大部分監管部門才開始將該產品組下架。這還沒有全面徹底地完成。聯邦消費者保護和食品安全辦公室計劃在 2020 年取消在線零售竹餐具的研究。因此，尤其是在網上零售中仍然可以買到含有天然纖維的塑料餐具。

更全面更快的回調

消費者諮詢中心和 vzbv 建議消費者不要購買或使用這些產品。如果消費者在商店中發現此類產品，則應向其所在地區的主管部門報告。

“當局和聯邦政府必須發起全面召回，並在全國範圍內冒犯性地通知公眾，不再銷售或使用含有天然纖維的塑料餐具。經銷商應收回未經批准的產品並退還貨款。從法律的角度來看，這些都是有缺陷的產品，”穆勒說。

受召回影響的公司將來應該有義務使用所有可用的渠道警告消費者。無聲回調應該成為過去。經銷商必須有義務以清晰可見的方式展示召回信息。

下一屆聯邦政府必須在《食品和飼料法》中詳細說明要求，並減少當局的自由裁量範圍和法律不確定性。當局需要明確的指導方針，以根據預防原則進行召回的命令和實施以及提供公共信息。只有這樣，他們才能迅速而全面地採取行動。

資訊來源：

<https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/illegales-und-potenziell-gesundheitsschae-dliches-bambusgeschirr-im-umlauf>

15. 法國競爭、消費者事務和欺詐控制總局（DGCCRF）發布有關檢查家禽的水分含量之調查結果。（2021/06/21）

每年，DGCCRF 都會檢查向消費者提供的有關家禽含水量信息的公平性。事實上，過多的水含量會使產品變重並因此增加其價格。這就是為什麼歐洲法規¹規定屠宰場和切割廠定期進行自我檢查，以及控制當局進行定期檢查，以確保冷凍或冷凍雞的水分含量，以及某些冷凍、冷凍或新鮮雞肉和火雞不超過一定的門檻。

如果在控制機構 (DGCCRF) 的分析和相關運營商要求的矛盾分析後認為批次不符合含水量規定，則它仍然可以在歐盟銷售，因為它不代表健康危害。但是，公司必須首先在包裝上貼上標有紅色大寫字母“含水量大於 EC 限制”字樣的橫幅或標籤。因此，這是一個通知消費者的問題。

幾乎三分之一的分析產品被發現含有不合規的水分

2019 年，調查人員走訪了 108 家生產（30 家）和銷售（78 家）階段的企業，抽取了 114 種產品（整雞和雞肉和火雞的切塊，冷凍/深凍和新鮮）以進行分析。35 個樣本被發現不合規（即不合規率為 31%）。

打算新鮮上市的产品佔樣品的 53% 和不合格品的三分之二。

家禽中的水：幾個來源

家禽組織天然含有一定量的生理水。此外，對於市售的禽肉，還添加了在肉類製備過程中吸收的外源水。

事實上，在冷凍或深度冷凍操作之前，一旦家禽（雞或火雞）被燙傷、拔毛、內臟和清洗，必須降低它們的溫度以限制細菌繁殖。家禽的這種冷卻可以通過空氣、通風噴灑、浸泡或兩種方法的組合進行。將家禽浸入冰冷的水中的浸入式冷卻過程會導致最大的吸水率。

授權用於冷凍或深度冷凍家禽肉的“外來”水的最高水平因所使用的工藝而異。DGCCRF 的聯合實驗室服務 (SCL) 使用化學測試來確定產品的總含水量（生理水和外源水）。

在生產階段，執行自檢的義務被忽略

在生產階段，調查人員對 30 家企業的 40 個樣本（雞屍體、火雞塊和雞塊）進行了分析，發現了 6 個不符合項：

1. 從工作援助協會取出的“去皮農場雞柳”上觀察到的不符合項，該協會不知道要應用的歐洲法規，也沒有進行任何自檢。在收到兩項因未對所通知的消費者進行自檢和欺騙消費者而發出的禁令後，該企業審查了其製造過程並進行了自檢；

在屠宰和切割公司通過混合噴霧過程（空氣和水）冷卻屠體時觀察到的切割不符合 3 項。這家公司正在被監控；

2. 在冷藏環境中從屠宰場包裝新鮮產品的切割中觀察到的不符合項。該企業因未能按照規定執行屠宰場測試或滴水測試而受到警告，並因缺乏自檢程序而受到警告。

調查期間檢查的大多數企業不知道他們有義務進行與水含量有關的自檢，因此沒有進行後續跟踪。其中一間屠宰場認為，這項義務不適用於空氣冷卻方法，因為空氣冷卻方法更容易乾燥產品而不是加濕產品（而使用這種方法的海外屠宰場根據監管規定每月進行自檢）。

在營銷階段，近 40% 的目標產品被發現不合規

這些檢查涉及 55 家批發企業和 23 家零售企業。在抽取的 74 個樣本中，檢測到 29 個超過水含量的不符合項（其中 6 個涉及法國產品和 23 個來自歐盟其他國家的產品）。

由於與冷卻方法有關的指示是可選的，很少貼在標籤上，因此研究人員青睞去皮雞柳、去皮火雞柳和去骨去皮火雞大腿，無論使用何種冷卻方式，它們的授權限值都是相同的。

法國產品的六項不符合項涉及新鮮上市的產品（1 公斤鮮雞柳、清真真空鮮雞排、鮮雞柳、真空鮮雞柳、2.5 公斤雞柳、鮮白雞柳（130-160 g）真空包裝 15）出售。

提高專業人員更好地控製冷卻過程的意識

總體而言，分析顯示，新鮮銷售的產品（冷凍/冷凍產品為 67%，冷凍/冷凍產品為 33%）和來自其他歐盟國家和歐洲的產品（分析的產品為 55%，法國產品為 17%）的不合格率較高。

調查還顯示，雖然大多數經營者遵守有關可追溯性、儲存條件和標籤的規定，但開發關於需要更好地控製冷卻過程的信息是有用的。家禽屠宰後，以將含水量保持在監管範圍內。

歐盟委員會 2008 年 6 月 23 日第 (EC) 號法規 (EC) 543/2008，制定了實施理事會第 (EC) 號法規 (EC) 第 1234/2007 號關於禽肉銷售標準的詳細規則。

目標

108 家機構接受檢查

- 分析了 114 種產品

結果

35 個不符合項 (31%)

8 條警告

3 項禁令

資訊來源：

<https://translate.google.com/translate?hl=zh-TW&sl=fr&u=https://www.economie.gouv.fr/dgccrf&prev=search&pto=aue>
