

113 年 4 月國際消保資訊

編號	來源/主題	內容摘要
1	韓國消費者院(KCA):與企業合作發送點字標籤,以促進視障人士的日用品使用安全 (2024/3/28)	對視障人士來說,使用點字標籤來識別產品非常重要,韓國消費者院 (KCA)為響應白手杖日,與經常配合諮詢的 8 家業者合作,將生產和分送可識別常用家居用品的點字標籤。人們生活中常用的日用品,例如清潔劑(洗碗精、洗衣精、衣物柔軟精、沐浴乳、洗髮乳等)和化粧品,其容器形狀幾乎相同,視障人士很難透過觸摸來識別產品,還可能衍生誤用產品的事故風險。為解決這項問題,KCA 與企業合作,去年開始生產點字標籤,今年計劃發放 8 類商品的點字標籤各 6,530 套,數量是去年的 1.6 倍。 在眾多 ESG 領導廠商參與之下,KCA 捐贈了價值約 1.8 億韓元的物品以及點字標籤,為支援視障人士做出貢獻。這些點字標籤是與韓國盲人聯盟(KBU)合作,綜合考慮了視障人士的需求、容器形狀的相似性、消費頻率等因素而選定。考慮到廚房和浴室用品的使用環境經常高溫潮濕,點字標籤是採防水且可回收材質製成,束帶長度可調節,以便讓標籤懸掛在不同尺寸產品上。目前規劃於 10 月底前透過 KBU 的 17 個分會向全國 6,530 個視障家庭發放點字標籤。KCA 在第 44 屆白手杖節典禮榮獲了感謝狀,以表彰其努力。KCA 官員表示:「我們透過公私部門間的夥伴關係解決問題,在保護視障人士安全方面開創了先例。」
2	韓國消費者院(KCA) : 啟動集體爭議解決程序,對	韓國消費者院(KCA)啟動了集體爭議解決程序,對 Nexon Korea Corporation(Nexon)因出售遊戲中隨機物品時使用欺詐手段,協助消費者對其遭受之損害尋求賠償。 據韓國公平交易委員會的調查結果,Nexon 一款線上遊戲新楓之谷(Maple Story),於遊戲中出售的隨機寶物,被 Nexon 修改了寶物被抽出之機率,該公司卻公告不實資訊,或根本未告知消費者,違反了《電子商務消費者保護法》第 21 條第 1 項第 1 款規定,韓國公平交易委

編號	來源/主題	內容摘要
	Nexon 使用不當手法銷售遊戲中物品所造成之損害求償 (2024/3/28)	員會對其下達改正命令，並處以罰款約 116 億韓元。KCA 現正進行集體爭議解決程序(下稱集體調解)，為消費者所受之損害提供賠償。 KCA 的集體調解程序，將開放予 2021 年 3 月 4 日前已購買兩種寶物(紅方塊與黑方塊)的玩家，也就是 Nexon 在 2021 年 3 月 5 日正確揭示各寶物出現機率之前，KCA 請有意願參加集體調解的玩家們在期限內提出申請。根據《消費者框架法》(Framework Act on Consumers)，當 50 名(含)以上消費者受到相同類型損害時，將可啟動集體爭議解決機制。如果消費者與業者都同意 KCA 消費爭議調解委員會(CDSC)所提出的和解方案，即生司法和解的效力。經雙方同意的和解方案，亦可供未提申請的消費者請求賠償。KCA 提醒，消費者若已提出民事訴訟，則無資格申請集體調解；如曾以個人身分就同案提出申訴，但想參加集體調解者，申請時仍須依照規定檢具相關文件。
3	日本國民生活中心(NCAC)：兒童遊玩手機遊戲進行未經授權交易的高額帳單 (2024/3/13)	許多家長向 NCAC 投訴，在未經他們許可情況下被收取網路遊戲的費用，而實際消費對象是家中的小學生、國中生或高中生。2022 會計年度相關諮詢有 4,024 件，平均購買金額約 330,000 日元，金額很高，尤其是中小學生使用智慧型手機和平板電腦進行的線上交易。NCAC 為此綜整了兒童擅自進行網路遊戲交易之狀況與對策，提醒家長注意。 ▲未經授權的消費主要是以下 3 種情況： 1、父母將登錄在自己的 Apple 或 Google 帳號之行動裝置，直接交給孩子使用。 2、父母打算讓孩子用舊的行動裝置連家中 Wi-Fi 上網，卻也在登錄家長帳號狀態下將該設備交給孩子。 3、父母購買了專供孩子使用的行動裝置，但未開啟「家長控制」功能。

編號	來源/主題	內容摘要
		▲給家長的建議： 1、交付行動裝置給孩子前，須退出裝置內之帳戶登錄狀態。已登錄帳戶再交給孩子，形同將錢包交給孩子。 2、如果給孩子家長不用的舊手機，請為他創建一個帳戶並透過「家長控制」功能管理，支付時便需經家長核准。 3、行動裝置支付要設授權密碼(指紋、人臉識別等)，避免用孩子猜得到的字串設密碼。 4、妥善設定信用卡和電信商付款控管機制，必要時設定支付金額上限。尤其為孩子簽訂電信契約時要特別留意。 5、請每天檢查付款通知、郵件和對帳單。 6、和孩子一起討論遊戲付費機制和購買原則，共同檢視遊戲中付款項目與機制。 7、明瞭《民法典》關於未成年人未經監護人同意所簽訂之契約規定。 ▲對業者的呼籲：為防止未成年人未經父母同意付費購買網路遊戲帶來困擾，NCAC 呼籲網路遊戲產業協會和應用程式商廠商(Apple 與 Google)，應鼓勵消費者使用「家長控制」功能，向家長宣導類似案例並說明諮詢管道與糾紛處理方式。
4	荷蘭環保團體 Fossielvrij 網站/荷蘭阿姆斯特丹法	荷蘭阿姆斯特丹法院 3 月 20 日裁定，荷蘭皇家航空(KLM)在公司改善環境形象的廣告中誤導公眾，其中包括聲稱公司正邁向「更永續的未來」、公司對巴黎氣候目標的承諾，以及公司可以降低飛行對環境影響的服務，讓顧客誤以為選乘該航空公司的航班有利推動環境保護。法院裁定，KLM 關於永續發展的聲明具有誤導性，例如該公司在一個在阿姆斯特丹史基浦機場(Schiphol Airport)刊登的廣告就顯示一名坐在鞦韆的小孩，並附上「一同創造更永

編號	來源/主題	內容摘要
	院裁定荷蘭皇家航空(KLM)的永續發展廣告誤導消費者(2024/03/20)	續的未來」的標語，但並未解釋乘坐 KLM 航班如何對環境有益。關於公司使用永續航空燃料的策略表示方式，KLM 承諾使用更多生物燃料或種植更多樹木以抵銷飛行期間的溫室排放量，法院認為，這些說法皆為基於對環境利益的模糊籠統陳述，卻會造成搭乘 KLM 飛機能促進永續發展的假象，荷航在宣傳這些說法時誤導了消費者。 荷蘭環保團體 Fossielvrij 係於 2022 年與 Reclame Fossielvrij 及 ClientEarth 等環保組織針對 KLM 廣告向阿姆斯特丹地方法院提出訴訟，Fossielvrij 認為這項法院裁決開創了一個重要的法律先例，對整個國際航空業都有影響，是打擊企業「漂綠」行為的重大勝利。
5	法國競爭、消費及反詐欺總局(DGCCRF)針對家用電器維修度指數進行查核(2024/03/20)	法國競爭、消費及反詐欺總局(DGCCRF)於 2022 年就產品維修度指數標示是否以正確方式顯示，及是否向消費者提供指數計算方法，針對 500 多家生產或販售家電產品的業者進行查核。DGCCRF 發現其中 341 家(65%)的業者未遵守規定，問題多出在未提供消費者維修指數的計算方法上，實體店面業者約有 73%不合規定，線上銷售網站業者約有 52%不合規定。大多數業者很快就改善遵守規定。 自 2021 年 1 月 1 日起，法國規定洗衣機、電動割草機、電視、電腦和手機 5 種電子電器產品必須在包裝，標籤或網路上標示產品的維修度指數(l'indice de réparabilité)。 法國現行的維修度指數滿分為 10 分，分數越高代表越容易被修復，分為 5 個項目計分，包含文件提供、拆解步驟、所需工具、備份零件可取得性、備品價格及特定標準等。廠商在產品上市時必須確認該指數，包括實體及線上商店，都必須在販售時在價格附近以字樣加圖形方式呈現，讓消費者可以直觀採購。

編號	來源/主題	內容摘要
6	香港消費者委員會/6 款安撫奶嘴夾不符安全標準 存窒息或纏頸風險 (2024/03/14)	父母日常照顧嬰幼兒殊不簡單，餵奶、換尿片之餘，還要照顧嬰幼兒哭鬧情況，所以都會為寶寶準備安撫奶嘴，加上為防止嬰幼兒掉落安撫奶嘴，引起衛生問題，或因找不到安撫物又再哭鬧，家長可能會精心配上安撫奶嘴夾。有些產品更設計精美，吸引嬰幼兒注意和玩耍。雖然看似是簡單的配件，惟家長必須小心選購，否則一不留神，或會令寶貝有安全風險。歐盟不時有安撫奶嘴夾被發現對嬰幼兒有潛在窒息和纏頸風險而須回收的個案，香港消費者委員會（下稱消委會）測試了市面上 15 款安撫奶嘴夾樣本，發現 4 成（6 款）未能通過歐洲標準的安全要求，存在窒息或纏頸風險，相關測試結果已轉交海關跟進。香港消委會敦促生產商儘快改善其產品的設計，並嚴格控制生產流程；香港代理商為保障嬰幼兒，亦應確保進口產品安全。 香港消委會從不同零售店搜集了 15 款安撫奶嘴夾樣本，包括平面和立體款式，當中 10 款附有衣物夾，另外 5 款則非用作固定在衣物上，例如有毛絨玩具或布料部件，全部不設衣物夾。由於各種樣本的主要材料及設計均有不同，售價差異亦較大，由\$26 至\$329。香港目前未有就安撫奶嘴夾訂定特別的安全要求，故參考歐洲為安撫奶嘴夾訂立的標準 BS EN 12586 進行結構及機械性能兩類安全測試；亦為 7 款同時被歸類為玩具的樣本，進行專為玩具安全而設的歐洲標準 EN 71-1 所訂的機械和物理安全測試。整體而言，有 8 款樣本總評獲 4.5 分或以上，其售價亦有近 7 倍差距，反映不論平價或較貴的產品皆有理想選擇。