

111 年 4-6 月國際消保資訊

編號	來源/主題	內容摘要
1	加拿大 Option consommateurs/ 影響力行銷實務：社群媒體時代的廣告 (07/06/2022)	<p>影響力行銷常出現在我們日常生活中，引起廣泛關注。本研究主要關注這種行銷技巧所產生的廣告，從透明度來探討，思考現行廣告管理法規能否應對影響力行銷的挑戰。我們聚焦在識別廣告的原則：當一則訊息實際上是廣告時，就必須讓消費者知道。研究發現，影響力行銷使用的技巧，讓 13 歲以下兒童對廣告認知發生混淆，他們認為廣告的概念很抽象。</p> <p>此研究首先回顧影響力行銷中使用的科技，驗證其對用戶的影響。下一步則對成人和兒童做定性分析，評估公眾的接受程度。然後，從收集的資料，對相關立法、標準、網路政策、學說和法規進行研究。</p>
2	芬蘭競爭與消費者局 (FCCA)/ 重大消費事件受害者獲賠恐將持續經歷繁瑣之流程 (20/05/2022)	<p>如果大量消費者因企業的不法活動遭受損失，想獲得補償可能仍需要漫長的法律程序。司法部於歐盟行動指令的提案，雖計劃修法來改善法律對消費者保護，但恐未能達到前開目的。芬蘭希望將自己定位為高水準的消保先驅國家。不幸的是，未能反映在此次修法中，法案並沒有提高消保官採取行動的可能性。從消費者的角度來看，申請賠償變得困難，因為救濟程序分別會在兩個獨立的法院系統中。「市場法院」將只處理影響企業的禁令之訴訟。即使市場法院宣布企業活動為非法並禁止該活動，但只有企業自願配合的情況下，消費者才能獲賠；一般情況下，賠償得透過普通法院進行集體訴訟，受害消費者須參加集體訴訟，這過程可能長達幾年。消費者也可授權官方或</p>

		符合標準的團體申請禁制令和賠償。FCCA 認為，應提案讓市場法院發揮更大作用，讓市場法院可以更容易確定禁令和支付消費者賠償。
3	路透社/歐盟法院就德國消費者組織的挑戰作出不利於 Meta 的裁決 (28/04/2022)	<p>德國消費者組織聯合會 (Verbraucherzentrale Bundesverband) 宣稱，Meta 公司違反了與 Facebook 用戶可獲得的第三方免費遊戲有關的數據隱私、不公平競爭和消費者保護規則。遊戲公司在此過程中獲得了某些個資。</p> <p>德國消費者組織聯合會向德國法院對 Meta 提起訴訟，德國法院將此案提交給歐盟法院，詢問根據 2018 年生效的歐盟數據保護法 (GDPR)，消費者組織是否仍可以對數據隱私侵權行為採取法律行動，或者這現在是否只屬於國家監管機構的事務。</p> <p>根據歐盟法院最新裁定，歐盟通用數據保護法並不排除國家立法允許消費者保護組織提起法律訴訟。像德國消費者組織聯合會這樣的消保組織可以代表消費者對企業提起與 GDPR 有關的訴訟，因它是為了公眾的利益而行動。</p>
4	澳洲競爭與消費者保護委員會 /Trivago 因廣告誤導消費者被澳洲法院罰以鉅款 (22/04/2022)	<p>2018 年被澳洲競爭與消費者保護委員會 (ACCC) 提告的飯店比價網 Trivago，終於遭澳洲法院裁定，罰款 4,470 萬澳幣 (約新台幣 9.29 億)，理由是其廣告誤導了消費者。</p> <p>Trivago 早期的廣告聲稱可在該平台上輕鬆找到「最優惠價格」，不過真相卻是透過演算法，將有支付廣告費的飯店推播給消費者。也就是說，平台上推薦的「最優惠價格」，並非每次都是最優惠。</p> <p>ACCC 表示，Trivago 的行為利用了消費者尋找最佳交易的願望，法院下令執行如此重罰，反映了 Trivago 行為的嚴重性。處罰不僅針對 Trivago，也向其他比較網站發出了</p>

		強烈的信息，即他們在進行推薦時不得誤導消費者。
5	香港消委會/變頻式冷暖空調機冷房及暖房的表現不一 能源效率相差可逾3成 (13/04/2022)	疫情下，不少人長時間居家工作及網路上課，加上夏日將至，冷房快且節電的冷氣機必不可少。香港消委會測試了 14 款變頻式分體冷氣機的冷暖器功能表現，測試參考國際標準，檢測樣本的製冷量、供暖量、能源效率、寧靜程度、送風量、抽濕表現、安全程度和使用方便程度。測試結果發現，儘管全部樣本所計算出的能源效益級別均達「強制性能源效益標籤計劃」的 1 級標準，但達到 1 級標準所需耗費的電力，最多相差約 3 成及 3 成半，代表能源效率差異頗大，想節省電費的消費者宜小心選擇。
6	美國消費品安全委員會(CPSC)/危險消費品影響老人居家安全 (07/03/2022)	儘管 65 歲以上的美國人只佔全美人口的 16%，但美國每年 71% 的消費品相關死亡案例卻與 65 歲以上的老人有關。即使在非致命的情況下，最新的數據顯示，家中的產品也會對老人帶來重大的傷害風險，導致每年有數百萬老人被送進醫院。CPSC 表示，老人比其他年齡層的人更有可能因家中消費產品不安全而遭遇重大傷害或死亡；防止與消費品有關的老人傷亡往往從遵循基本步驟開始，進而改善居家環境的安全。跌倒是美國老年人最常見的與消費品有關的傷亡原因。美國每年平均有 1,800 名老年人因跌倒而死亡。跌倒通常發生在地板、樓梯、台階和床上。其他消費品對老人造成的危險包括可能導致火災、溺水、交通、一氧化碳中毒等事故。