

100 年 3 月國際消費者保護趨勢資訊摘要表

編號	發布機關	標 題
1	美國聯邦交易委員會	公布 2010 年 10 大消費申訴案件排行榜
2	美國聯邦交易委員會	因應日本大地震，警告消費者避免遭假冒之慈善機構詐騙
3	韓國消費者院	近半數智慧型手機軟體之消費者遭遇消費問題
4	韓國消費者院	更新日常必需品價格資訊網站，提供消費者更完善之附加服務
5	加拿大法律網	2010 年 12 月 15 日加拿大消費者產品安全法案通過
6	英國公平交易局	取締以誤導性廣告團購 iPhone 手機之網路業者
7	世界衛生大會(WHA)	關於向兒童推銷食品和非酒精飲料的一系列建議
8	香港消費者委員會	呼籲市民不要購買聲稱為「碘片」的產品
9	澳大利亞競爭及消費者委員會	Holden 汽車經銷商承認以終身保修誤導方式促銷

100年3月國際消費者保護趨勢資訊摘要

1. 美國聯邦交易委員會 (Federal Trade Commission, FTC) — 公布2010年10大消費申訴案件排行榜

該會3月8日公布去年消費申訴排行，個資外洩問題連續11年排名居首位，去年申訴案達25萬件，佔全年度133萬9千件之19%。與債務催收有關之申訴居第二位，達14萬4千餘件。

該報告進一步分析，50個大都會區之申訴案件人均金額明顯較其他地區為高，同時其個資遭竊事件也最多。而假冒消費者之親友、家人、公司或政府機關人員名義，行詐騙之實之「冒名詐騙」案件首度入榜即登上第六名。FTC為此特別發布警訊呼籲消費者避免上當，亦可上該會網站、臉書 (Facebook) 及推特 (Twitter) 蒐集相關資訊。前十名消費申訴案件如下：

排名	類型	申訴案數量	比例
1	個資外洩	250,854	19%
2	債務催收	144,159	11%
3	網路服務	65,565	5%
4	抽獎、樂透	64,085	5%
5	家庭或型錄郵購	60,205	4%
6	冒名詐騙	60,158	4%
7	網路拍賣	56,107	4%
8	外幣/仿冒商品	43,866	3%
9	電話及手機服務	37,388	3%
10	信用卡	33,258	2%

訊息來源：<http://www.ftc.gov/opa/2011/03/topcomplaints.shtm>

2. 美國聯邦交易委員會 (Federal Trade Commission, FTC) — 因應日本大地震，警告消費者避免遭假冒之慈善機構詐騙

日本於 3 月 11 日發生大地震及海嘯，FTC 作為美國之消保主管機關，呼籲消費者小心來自個人、電話、郵件、電子郵件、網頁及社交網絡要求之任何協助。

倘消費者收到任何要求協助或捐款之請求，可以至該會慈善機構網頁目錄查證，相關注意事項如下：

- 要求提供慈善機構之名稱；
- 要求說明捐款有多少比例用於震災；
- 查證該機構已獲授權發起慈善活動；
- 完成查證前切勿提供信用卡或銀行資料；
- 要求提供相同金額之收據並註明可抵稅；
- 避免用現金，為求安全及賦稅紀錄，最好以支票指定受益人，而非來勸募者。

訊息來源：<http://www.ftc.gov/opa/2011/03/earthquake.shtm>

3. 韓國消費者院 (Korea Consumer Agency) — 近半數智慧型手機軟體之消費者遭遇消費問題

許多消費者申訴付費購買手機應用程式，但遇到爭議很難獲得賠償。2010 年 12 月該院調查 500 名曾經購買智慧型手機軟體之消費者，研究發現 48.2% 消費者曾遇到爭議問題。爭議類型主要為程式品質不良 (48.6%)；誇大程式功能、標示及廣告 (44.0%)；下載失敗或運作不良 (40.4%)。

相較之下，僅有 29.4% 向業者申訴，經詢問為何不進行申訴時，回復答案多為：損害很小 (44.2%)、沒注意契約條款及賠償標準 (39.0%)、未與業者聯絡 (36.4%)、疏於證明所遭受

之損害 (33.8%)。

該院表示，目前並無手機應用程式損害之相關標準，多藉由業者之退款規定自律。鑒於未來類似案件將有增無減，該院將著手研擬賠償標準供有關機關參考。該研究另發現，智慧型手機付費下載之程式類型依序為：遊戲軟體(67.3%)、音樂(43.4%)、影音(30.1%)，平均每月付款購買程式之金額為10,269韓元。

訊息來源：http://www.kca.go.kr/front/english/news_01_view.jsp?no=152

4. **韓國消費者院 (Korea Consumer Agency, KCA)** —更新日常必需品價格資訊網站，提供消費者更完善之附加服務

韓國消費者院 (KCA) 表示，KCA 更新日常必需品價格資訊網站，並且開始提供諸如搜尋最低價格商店及找出商店位置等附加服務。

此一價格資訊網站，自 2009 年 12 月 21 日開始運作，提供每週一次關於在 135 家零售業者販售之 240 種日常必需品價格之資訊，這些零售業者包括商場、百貨公司、超級市場、便利商店及傳統市場。

這次的網站更新，提供消費者依照區域尋找特定商品，並列出該區域不同販售場所就該特定商品販售價格之服務，以滿足消費者得在不同商店輕易比較價格之願望。

此外，地圖服務之採用，使消費者能夠在第一時間查看商店分佈區域及所在位置，對消費者提供更完善之服務。

訊息來源：http://www.kca.go.kr/front/english/news_01_view.jsp?no=142

5. 加拿大法律網—2010年12月15日加拿大消費者產品安全法案通過

加拿大消費者產品安全法規定：

- 禁止製造、進口或販售任何會對人之健康與安全，造成不合理危險之消費產品。
- 要求業者對消費產品之重大事件或死亡事件應通報，並且提供政府有關產品安全問題之資訊。
- 可要求製造商或進口商提供測試 / 研究結果。
- 允許加拿大衛生部長下令召回消費產品。
- 對於不遵守法律者處以巨額罰款與處罰規定。

訊息來源：<http://www.canadianlawsite.ca/consumer-protection.htm>

6. 英國公平交易局（Office of Fair Trading）—取締以誤導性廣告團購 iPhone 手機之網路業者

儘管只有 8 支新手機，馬可公司（Markco Media）與團購網站 Groupola 結合，密集促銷蘋果 iPhone 4s 手機，OFT 因此進行取締行動。OFT 調查發現，馬可公司採誘餌定價（bait pricing）以 99 英鎊（一般價為 499 英鎊）引誘消費者登錄 Groupola 網站並接收每日特價資訊。配合媒體專訪、新聞、Facebook、Twitter 密集曝光後，高達 1 萬 5 千人登錄 Groupola 網站搶購 iPhone 手機。

促銷期間，網站的購物進度仍標示有 iPhone 手機存貨，另一個狀態則顯示已銷售 202 支，並宣稱有 500 萬人造訪網站。OFT 關切的另一個問題為 Groupola 的員工在公司的

Facebook 網頁上，以一般消費者名義於網頁留言對公司給予正面評價意見。OFT 對該公司的意見為：

- 貨品數量與廣告不成比例；
- 於社交網站未充分披露留言者為公司員工或與該公司之關係。

依據 OFT 最近完成之廣告價格對市場之研究報告（Advertising of Prices Market Study），其中對消費行為之探討認為，誘餌定價（只有少量存貨可依廣告價格出售）極有可能對消費者造成損害，依英國消費者保護法（Consumer Protection from Unfair Trading Regulations）列為優先取締對象。

訊息來源：<http://www.offt.gov.uk/news-and-updates/press/2011/3>

0-11

7. 世界衛生大會 (World Health Assembly - WHA) — 關於向兒童推銷食品和非酒精飲料的一系列建議

2010 年 5 月 21 日第 63 屆世界衛生大會決議通過，關於向兒童推銷食品和非酒精飲料的一系列建議，會員國並將於 2012 年 5 月第 65 屆世界衛生大會報告前開建議事項之辦理情形。

世界衛生組織報告顯示，心血管疾病、癌症、慢性呼吸道疾病和糖尿病，每年約造成 3500 萬人死亡，而不健康飲食將導致高血壓、高血糖、不正常血脂和體重超重（和肥胖症）者罹患前開疾病；體重超重和肥胖症更為現今全球第 5 大死亡風險因素。據估計，在 2010 年有 4200 多萬 5 歲以下兒童體重超重或肥胖。

現今全球市場多提供美味、方便和新穎性之食品和飲料；同時，亦存在大量向兒童推銷高脂、高糖或高熱量食品之廣

告。數據顯示，電視廣告是影響兒童食品偏好及消費需求之主要管道，但花樣翻新的推銷手段正逐漸替代電視廣告，例如利用兒童喜歡的明星、品牌形象或卡通人物交叉促銷、網路、包裝、贊助、電子郵件、利用慈善活動宣傳品牌等。向兒童推銷食品現已成為全球現象，其往往具有多元化和整體化特點，通過多種管道傳遞種種訊息。

鑑此，世界衛生大會決議通過一系列建議，摘述如下：

- 一、相關政策目標應減輕向兒童推銷高糖、高脂、高鹽食品。
- 二、降低兒童對富含高糖、高脂、高鹽食品之推銷的暴露程度及該推銷對兒童的影響力。
- 三、政府應確定政策主要內容之明確定義，俾制定標準之實施程序。
- 四、不應以任何形式在兒童聚集之場所推銷富含高糖、高脂、高鹽食品。該類場所包含學校、托兒所、幼兒園、遊樂園、家庭診所、兒童診所，及前開場所中舉行之任何體育和文化活動期間。
- 五、政策應建立相關機制俾利落實，並明定裁處規定，及通報申訴制度。
- 六、鼓勵會員國通報關於國內向兒童推銷食品之程度、性質和效果之最新訊息。

訊息來源：<http://www.who.int/zh/index.html>

8. 香港消費者委員會一呼籲市民不要購買聲稱為「碘片」的產品

香港衛生署 3 月 18 日呼籲市民，不要購買、更絕不可以服用市面聲稱為「碘片」的口服產品。發言人表示，透過監察行動發現市場疑有聲稱用作輻射事故時候使用的「碘片」出

售。兩日的行動巡查 74 間藥房及 34 間藥行，其中一間位於上環的藥行中搜獲 30 件可疑產品。

調查發現，該藥行將一款名為「含碘喉症片」的含碘喉片產品的原有標籤除去，換上附有受輻射影響時使用的 130 毫克碘片服用方法的新標籤，再向市民發售。「含碘喉症片」是註冊藥劑製品，每片含有 1.5 毫克碘，用於紓緩喉嚨不適，絕對不適用在危急輻射事故時作保護甲狀腺之用。

發言人強調：「碘片並非輻射解毒劑，不會抵禦外來性的輻射，亦不會為放射性碘以外的任何其他放射性物質提供保護。」他表示，如發生核電廠事故，碘片會分派予有機會受輻射影響人士，尤其是核電廠工作人員及救援人員，用以飽和甲狀腺，防止吸收事故時釋放的放射性碘。該藥須於發生輻射事故前或事後短時間內服用，以預防日後患甲狀腺癌。然而，世界衛生組織及其他主要公共衛生當局的普遍共識是，碘片只會在有關公共衛生當局經專業分析緊急情況後，才建議服用。發言人再三強調：「碘片絕不能隨便服用，因為該藥並非沒有副作用，尤其對一些腎功能欠佳的人士。他們應該在有瞭解公共衛生當局的建議下方可開始使用。」

訊息來源：http://www.consumer.org.hk/website/ws_chi/consumer_alerts/recalls_and_alerts/2011031802.html

9. 澳大利亞競爭及消費者委員會（Australian Competition and Consumer Commission, ACCC）— Holden 汽車經銷商承認以終身保修誤導方式促銷

由 Patterson Cheney 公司經營的 Patterson Cheney Holden 以免費延長終身維修進行促銷，遭 ACCC 處以澳幣 13,200 元之

罰款。ACCC 認為該終身保證是有條件的，只保證汽車里程 17 萬 5 千公里以內，或消費者申請 3 千元之賠償為止。除了罰款，Patterson Cheney Holden 另於網站提供優惠之保固方案供消費者選擇，並於 Herald Sun 及 The Age 兩家報紙刊載改正通知。

Patterson Cheney Holden 是維多利亞州的一家車商，販售新車與二手車，於 2010 年 10 月 15 日及 16 日分別於 Herald Sun 及 The Age 兩家報紙廣告 3 天，透過 Vermont 經銷商提供免費延長終身維修。ACCC 主席 Graeme Samuel 表示，業者提供免費保固之廣告必須明確，不能以誤導敘述引誘消費者，Patterson Cheney Holden 之行為，已違反貿易行為法（Trade Practices Act 1974）第 53(g)之相關規定。

訊息來源：<http://www.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/97>

7865