附件 2

案例 1

小玲會選上一套要價 20 萬元的寰宇迪士尼美語教材，不外乎看上它的會員制度；也就是會員按月繳交會費(600 元)，才享有美語活動、電話美語、產品損壞可以換新、雙月刊等等。

在 108 年 3 月 14 日簽約，3 月 22 日收到商品，4 月 17 日卻收到教材改版簡訊，但沒說明細節；而所謂的改版，竟不是全套更新。

簽約時，業者沒有條列各項服務內容，只是由所謂的顧問手上，看到會員 APP 俱樂部的服務及活動。因為廣告標榜是 0-12 歲最佳的美語學習教材，許多家長甚至從懷孕就購買教材開始胎教。另也發現孩子還小，不會玩遊戲或看影片，而喪失該有的權益。

案例 2

小程 108 年 2 月 12 日簽約訂購寰宇迪士尼最新版超級米奇組合教材，原價新台幣(下同)138,888 元。同年 4 月 17 日會員轉知顧問群組資訊說教材要更新，新版教材內容影像、光碟畫質、美語發音、歌曲編曲、點讀效果皆有重大進步，價值遠超過舊版。

但新版內容將會使新舊教材無法通用，影響原購買產品價值及會員權益。業者隱瞞改版訊息，導致剛買 2 個月的產品，多數未拆封即已成為舊版產品了。

而換購並非全套換新，且價錢超過新舊版間的價差。因需以 14,888 元更換有改版的局部教材，換購價高出新舊版價差(新版 147,888-舊版 13,888=9,000 元)5,888 元，消費者認其權益受損。