99 年 9 月國際消費者保護趨勢資訊摘要表

編號	發布機關	標　　題
1	澳大利亞競爭及消費者委員會	指控 VIPtel 行動電話業者誤導客戶
2	澳大利亞競爭及消費者委員會	聯邦法院宣告特定電信業者因不實廣告違反公平交易法案
3	南韓消費者保護院	召開第 4 屆中日韓消費者政策諮詢會議
4	南韓消費者保護院	蘋果 iPhone 售後服務爭議攀升
5	荷蘭消費者保護署	越來越多跨境交易侵害消費者權益
6	紐西蘭消費者事務部	商品或服務必須符合通常效用或契約預定效用
7	波蘭競爭暨消費者保護總署	集體訴訟制度生效
8	瑞士國家經濟事務局	如何自我保護免於網路詐騙
9	英國公平交易局	公布不負責任借貸行為指導原則
10	美國聯邦交易委員會	燈泡包裝新標示將以流明作為亮度的測量標準，而非瓦特
11	美國聯邦交易委員會	警告消費者應謹慎從事「分時渡假別墅」銷售行為
12	美國消費產品安全委員會	開放商品回收訊息電子資料，供企業及團體使用

99 年 9 月國際消費者保護趨勢資訊摘要

1. **澳大利亞競爭及消費者委員會（Australian Competition and Consumer Commission, ACCC）－指控 VIPtel 行動電話業者誤導客戶**

ACCC 已向達爾文聯邦法院對 EDirect 公司（品牌 VIPtel）提起訴訟，ACCC 指控 EDirect 對消費者進行電話促銷套裝方案時，以誤導和不合理的行為，誘使消費者訂定口頭契約。

※ 誤導性者例如：朋友或家人都很喜歡 VIPtel 這個電話方案，他們都已經收到贈品了。

※ 不合理及高壓手段之態樣例如：誤導性陳述；傳達令消費者難以理解而複雜的合約資訊；要求客戶就經過設計的問題，只回答是或否，以取得他們的同意訂立合約；將客戶的電話在推銷員之間轉來轉去拖延客戶時間；沒有讓客戶有機會閱讀合約條款等等。

訊息來源：http://www.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/943152

2. **澳大利亞競爭及消費者委員會（Australian Competition and Consumer Commission, ACCC）－聯邦法院宣告特定電信業者因不實廣告違反貿易業務法（Trade Practices Act 1974）**

某販售電話預付卡電信業者廣告宣稱提供特定優惠價格時段，但實際上收取其他費用；另外其亦宣稱無論所撥打電話之次數及長度，將提供每分鐘通話之特定費率，然而事實上費率皆高於廣告所宣稱之內容。該案經澳洲柏斯聯邦法院宣告因廣告通訊價格不實有誤導消費者之情形，經認定違反公平交易法相關規定，並要求該業者發出更正通知。澳大利亞競爭及消費者委員會對於聯邦法院判決表示歡迎，並表示將持續監督所有業者應負責提供正確、易懂之資訊給予消費者。

訊息來源：http://www.accc.gov.au/content/index.phtml/itemId/941786

3. **韓國消費者保護院（Korea Consumer Agency）**－召開第 4 屆大陸、日、韓消費者政策諮詢會議

韓國公平會、消保院與日本、中國大陸於 8 月 26 日召開第 4 屆中日韓消費者政策諮詢會議，共有 19 位官員與會，該會議 2 年舉辦一次，目的為分享資訊及促進東亞地區之消保合作。議題包括消保政策趨勢、產品安全資訊發展計畫及線上爭議調解（ODR）等。三方將積極促進消費安全及解決跨境爭議，並將針對特定議題成立工作小組，每年進行檢討。

訊息來源：http://www.kca.go.kr/ Home > News > Press Relsease

4. **韓國消費者保護院（Korea Consumer Agency）**－蘋果 iPhone 售後服務爭議攀升

即使在保固期發現瑕疵，只有符合該公司嚴格標準者始能獲得免費維修。2010 年第 2 季該產品之申訴案件達 491 件，主要為品質瑕疵與售後服務之申訴（超過半數）。當發生產品瑕疵時，蘋果公司不提供維修服務，而是提供一支”翻新手機”（refurbished phone），消費者拿不回原本送修的手機。此外，即使在保固期內，蘋果公司將受損情形分為輕微、可修復、嚴重三等級，只有輕微損壞者可以獲得免費維修（翻新手機）。再者，即使有製造瑕疵，除非符合該公司之嚴格保固條件，否則消費者仍須付費。KCA 已提出解決方案供消費爭議調解委員會參考，並呼籲消費者購買智慧型手機時，除應瞭解手機之設計、功能、價格外，還須注意其保固條件。

訊息來源：http://www.kca.go.kr/ Home > News > Press Relsease

5. 荷蘭消費者保護署（Netherlands Consumer Authority）—越來越多跨境交易侵害消費者權益

越來越多企業提供跨境服務，特別是透過網路進行交易。許多服務（如簡訊、線上售票、電話行銷）均涉及跨境交易，因此該署與歐洲和世界各國聯手打擊侵害消費者權益的公司。2010年7月起該署擔任「國際消費者保護執行網絡(ICPEN)」輪值主席，美國、加拿大、日本、中國大陸等逾 40 個國家已參與 ICPEN。該署署長 Bernadette Van Buchem 表示：「目前的問題已逐漸提升為國際層級，因此必須以該等方式加以處理，透過參與該組織可以瞭解彼此的立場，並通力合作以解決跨境交易衍生的問題。」

訊息來源：http://www.consumerauthority.nl/News/2010/Press_release_July_21_2010_Increasing_numbers_of_cross_border_violations_of_consumers_interests

6. **紐西蘭消費者事務部（Ministry of Consumer Affairs）**—商品或服務必須符合通常效用或契約預定效用

依據消費者保障法(Consumer Guarantees Act)，所謂“符合”目的有兩種形式。一種是須符合一般人的期待。例如廚房爐火熱度不足以製成焦糖布丁，即為不合目的，消費者可以退回修理、更換新品或辦理退貨。另一種是消費者已明確告知店員使用目的，如不符消費者買受該產品之特定目的，即為不合目的，例如：用來黏著木椅的膠水必須能夠承受人體重量，如店員承諾所出售物品適用，事實卻非如此，該物品即不符合消費者購買的特定用途。

訊息來源：http://www.consumeraffairs.govt.nz/news-1/word-of-advice/2010/fit-for-purpose

7. 波蘭競爭暨消費者保護總署（Office of Competition and Consumer Protection, UOKiK）—集體訴訟制度生效。

團體訴訟(Class Action)制度係由美國創設，歐盟要求各國立法引入該制度，目前英國、德國、法國等 8 個歐盟國家已有類似制度，從 7 月 19 日起波蘭的集體訴訟(Collective Redress)制度已開始生效。新法規定，消費者權利遭侵害或因產品造成

之傷害，10 人以上之消費者即可指定一位代表，或由消保官代為提起集體訴訟。

訊息來源：http://www.uokik.gov.pl/news.php?news_id=2167

8. 瑞士國家經濟事務局（State Secretariat for Economic Affairs SECO）—如何自我保護免於網路詐騙

網路上有大量聲稱免費的誘惑，但只要點擊滑鼠，免費者往往變成要付費，因此消費者應留意閱讀較小字體。尤應注意抽獎、鈴聲、圖案、手機遊戲、各種測試、簡訊（SMS）、愛情和聊天熱線、免費節目、歌曲歌詞、家庭作業協助、自己動手做（DIY）、占星術、名人、笑話、藝術等類似的標題。不同於真正的免費，詐騙者總是要求用戶以姓名、地址和電子郵件註冊，或以手機號碼簡訊進行訂閱。契約條款經常隱藏在一般條款中，或是以較小字體呈現，因此消費者應養成閱讀小字的習慣！

訊息來源：http://www.seco.admin.ch/aktuell/00277/01164/01980/index.html?lang=en&msg-id=34118

9. 英國公平交易局（Office of Fair Trading,OFT）－公布不負責任借貸行為指導原則

2006 年英國消費者信用法修正，並於 2008 年 3 月實施，其中第 25 條（2B）規定 OFT 得就不負責、壓迫式或不公平、不適當之借貸行為決定是否得持有消費者貸款業務之執照，OFT 為確保消費者利益，針對上開業務行為發布不負責任借貸行為指導原則，以為判斷依據（指導原則如附件）。

訊息來源：http://www.oft.gov.uk/about-the-oft/legal-powers/legal/cca/irresponsible

10. **美國聯邦交易委員會（Federal Trade Commission, FTC）**—燈泡包裝新標示將以流明作為亮度的測量標準，而非瓦特

2011 年起，消費者購買燈泡的時候將會發現包裝設計上的新標示改採流明（Lumens）而非瓦特（Watts），用以幫助消費者並就市面上不同類型（傳統的白熾燈泡、高效熒光燈、發光二極管）的燈泡進行選擇。新標示有助於消費者選擇最符合照明需要的燈泡進而節省金錢。該「照明事實」標籤將仿照食品營養標示，提供消費者亮度、能源成本、燈泡壽命、冷光或熱光、功率，以及是否含有水銀等。亮度、流明及是否含有水銀也將印製在每個燈泡包裝上。

訊息來源：http://ftc.gov/opa/2010/06/lightbulbs.shtm

11. 美國聯邦交易委員會（FTC）－警告消費者應謹慎從事「分時渡假別墅」（Timeshare）銷售行為

美國聯邦交易委員會提供打算藉由專門從事買賣不動產經紀人及代理商出售其分時渡假別墅之消費者一些判斷技巧：

◎即使銷售人員聲稱本地市場「熱門」或表示其辦公室被買方壓倒性地要求，不要在確認業者背景前以電話或網路作出承諾。可與該經銷商所在地之下列機構聯繫，確認是否有任何投訴：www.bbb.org、www.naag.org，當地消費者保護機構（www.consumeraction.gov）。

◎要求所有訊息均以書面為之。

◎確認經銷商之代理人取得出售分時渡假別墅所在地不動產之證照。如是，應確認其索取之佣金符合該州規定。僅與取得證照之不動產經紀人及代理商進行交易，並要求提出顧客滿意之參考資料。

◎瞭解經銷商將如何宣傳與推廣分時渡假別墅。是否發佈其進度報告？頻率為何？。

◎詢問支付之費用及時間。如經銷商於銷售完成後始要求支付費用將會是較佳選擇。如有必須預先支付之費用，宜確認其返還相關事宜，並將退款政策及退款允諾以書面留存。

◎勿指望分時渡假別墅之購買價格可予回收，如購買少於5年之擁有權，且地點並非熱門時尤然。

◎為了解分時渡假別墅之價值，建議使用分時渡假別墅估價服務，並應確認提供該服務者之執照在該州是否仍為有效。

◎簽約前，確認契約是否已明訂服務內容，包括：經銷商將執行之內容，買賣雙方應負擔之成本，經銷商打算出售該分時渡假別墅之同時、賣方是否有權出售或出租同一標的，出售分時渡假別墅之契約或條款存續時間，及何人應為該文件之簽署及完成交易負起全責。

◎勿簽署並非自己所期待或真正想要的契約！協商變更或另行尋找經銷商。

◎確認訴諸之確定限制，因為該限制或費用將影響轉售或所有權之移轉。

◎記錄可聯繫之名稱、地址及電話，及契約或會員協議；如有積欠未繳之款項亦應具備相關財務協議，並定義其利益或會員之相關訊息，加入所屬公司及明訂維修費用之金額與繳交期限，另有關不動產相關稅金係分開收取。

資料來源：http://www.ftc.gov/opa/2010/08/timeshare.shtm

12. **美國消費產品安全委員會（Consumer Product Safety Commission, CPSC）**－開放商品回收訊息電子資料，供企業及團體使用

CPSC 表示，1973 年以後的商品回收資訊，企業可透過應用程式介面（API）加以利用，資料檔是以 XML 格式，內容則包含了回收產品的品牌、型式、外型描述、涉及的業者、製造地、可能導致的危險性以及 CPSC 發布訊息的日期等資訊。零售業者可以參閱資料內容，檢視本身是否販售有問題的商品，或於必要時自行下架。同時，這些回收資訊刻正朝向 Android 系統的手機上推展，即將可提供手機查詢的服務。

訊息來源：http://www.cpsc.gov/cpscpub/prerel/prhtml10/10315.html