

行政院消費者保護會 113 年 12 月 20 日第 90 次會議通過
行政院 114 年 1 月 13 日院臺消保長字第 1135026905 號函頒實施

各中央主管機關 114 年度消費者保護方案

113 年 12 月

目 錄

一、內政部.....	1
二、外交部.....	29
三、財政部.....	35
四、教育部.....	47
五、法務部.....	65
六、經濟部.....	73
七、交通部.....	109
八、勞動部.....	159
九、農業部.....	165
十、衛生福利部.....	189
十一、環境部.....	221
十二、文化部.....	241
十三、數位發展部.....	251
十四、大陸委員會.....	261
十五、金融監督管理委員會.....	267
十六、國軍退除役官兵輔導委員會.....	295
十七、原住民族委員會.....	321
十八、客家委員會.....	329
十九、公平交易委員會.....	335
二十、國家通訊傳播委員會.....	341

內政部 114 年度消費者保護方案

目錄

核心業務

1. 加強公共場所安全之管理及查核
2. 加強桶裝瓦斯之管理及查核
3. 提升建築物構造及設備安全之管理
4. 督導各直轄市、縣(市)主管建築機關辦理建築物施工管理
5. 完備室內裝修業管理
6. 落實移民業務機構之管理
7. 完善交友服務業者管理及保護消費者機制
8. 強化殯葬服務業管理及查核
9. 落實防制消費詐騙機制
10. 健全預售屋及成屋交易秩序
11. 推廣房客選擇包租代管專業服務制度，提升租屋品質及安全
12. 提供免費租賃諮詢管道
13. 提升學生租屋消費保護知能
14. 提升新住民消保意識

非核心業務

1. 確保食品、商品與服務安全及品質
2. 消費資訊充分、正確及透明
3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易
4. 持續推動永續消費
5. 健全數位消費環境
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理
7. 重視特定消費族群權益
8. 消費者教育之推行
9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督

內政部 114 年度消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
1	確保食品、商品與服務安全及品質	加強公共場所安全之管理及查核。	1. 針對短期間聚集大量人潮室內場所之建築物辦理公共安全檢查。	1. 公共場所建築物公共安全檢查。	1. 查核場所約 5,000 處。	1. 具體措施 1.(1)。
			2. 歲末年節期間執行大型百貨公司、商場、量販店及巨蛋等場所之公共安全檢查。	2. 大型百貨公司、商場、量販店及巨蛋等場所建築物公共安全檢查。	2. 查核場所約 500 處。	2. 國土管理署(延續性指標)。
			針對短期間聚集大量人潮室內場所之建築物辦理消防安全檢查。	公共場所(建築物)消防安全檢查。	檢查場所約 5,500 處。	1. 具體措施 1.(1)。 2. 消防署(延續性指標)。
2	確保食品、商品與服務安全及品質	加強桶裝瓦斯之管理及查核。	督導各轄管消防機關持續辦理液化石油氣容器串接使用場所查核工作，以強化場所安全管理。	各地方消防機關查核件數。	查核 7,000 件次。	1. 具體措施 1.(1)。 2. 消防署(延續性指標)。
3	確保食品、商品與服務安全及品質	提升建築物構造及設備安全之管理。	辦理建築物昇降設備安全檢查結果抽驗作業。	依檢查結果完成之抽驗比率。	1. 直轄市政府主管建築機關，每月分別就取得使用執照 20 年以上者、15 年以上未滿 20 年者、10 年以上未滿 15 年者、未滿 10 年	1. 具體措施 1.(5) 2. 國土管理署(延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
					<p>者，各抽驗10%以上，當月檢查未達20件者依全部件數辦理抽驗。</p> <p>2. 其他各主管建築機關，每月分別就取得使用執照20年以上者、15年以上未滿20年者、未滿10年者各抽驗10%以上；10年以上未滿15年者抽驗15%以上；當月檢查未達20件者依全部件數辦理抽驗。</p>	
4	確保食品、商品與服務安全及品質	督導各直轄市、縣(市)主管建築機關辦理建築物施工管理。	辦理建築工地施工中派員勘驗作業。	辦理派員勘驗比例。	施工現場派員勘驗比例達100%。	<p>1. 具體措施 1.(5)。</p> <p>2. 國土管理署(延續性指標)。</p>
5	確保食品、商品與服務安全及品質	完備室內裝修業管理。	完成建築物室內裝修管理機制相關規定。	研訂「建築物室內裝修定型化契約應記載及不得記載事項」。	完成訂定「建築物室內裝修定型化契約應記載及不得記載事項」。	<p>1. 具體措施 1.(5)、3A(2)。</p> <p>2. 國土管理署(延續性指標)。</p>

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
6	促進交易自由與公平A. 促進公平交易	落實移民業務機構之管理。	查核移民業務機構是否與委任者簽訂書面契約，以及契約內容是否符合「移民服務定型化契約應記載及不得記載事項」相關規定。	移民業務機構抽查數。	查核 120 家 (每家移民業務機構每年至多查核 1 次)。	1. 具體措施 3A(1)。 2. 移民署(延續性指標)。
7	1. 促進交易自由與公平A. 促進公平交易 2. 消費者教育之推行	完善交友服務業者管理及保護消費者機制。	1. 完成交友服務管理機制相關規定。 2. 持續辦理交友服務消費者保護宣導事宜。	1. 訂定「交友服務定型化契約應記載及不得記載事項」。 2. 辦理交友服務消費者保護宣導工作。	1. 完成「訂定交友服務定型化契約應記載及不得記載事項」。 2. 以 7 張圖卡及 2 支影片，於 2 種社群媒體宣導。	1. 具體措施 3A(1)、8(6)。 2. 戶政司(延續性指標)。
8	促進交易自由與公平A. 促進公平交易	強化殯葬服務業管理及查核。	1. 查核生前契約業者交付信託及運用是否合法規。 2. 查核私立公墓、骨灰(骸)存放設施管理費支用是否合法規情形。	1. 查核生前契約業者。 2. 查核私立公墓、骨灰(骸)存放設施經營業者。	1. 生前契約業者 30 家。 2. 私立公墓、骨灰(骸)存放設施經營業者 80 家。	1. 具體措施 3.A.(2)。 2. 宗教及禮制司(延續性指標)。
9	1. 促進交易自由與公平A. 促進公平交易	落實防制消費詐騙機制。	1. 對於網路購物詐騙案件，由各警察機關積極主動蒐證偵辦，減少網	1. 刑案紀錄表「假網路拍賣(購物)」破獲率。	1. 刑案紀錄表「假網路拍賣(購物)」破獲數達 4,500 件。	1. 具體措施 3.A.(6)、8(6)。

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
	2. 消費者教育之推行		<p>路成為詐騙犯罪滋生溫床。經統計歷年刑案紀錄表，涉及消費詐騙者以假網路拍賣(購物)受理案件數占比最高，故以「假網路拍賣(購物)」破獲率訂為績效指標。</p> <p>2. 持續宣導防詐意識，透過發布新聞稿並刊登警政署 165 網站及 LINE、臉書官方帳號，另以電子郵件傳送「跨部會反詐騙宣導工作小組」各成員機關協助加強宣導。</p>	2. 宣導新聞及活動數。	2. 發布新聞稿 52 則 (含警廣宣導防制消費詐騙及宣導詐騙案例)，與民間團體共同舉辦大型犯罪預防宣導活動 3 次。	2. 警政署(延續性指標)。
10	促進交易自由與公平A. 促進公平交易	健全預售屋及成屋交易秩序。	<p>1. 進行預售屋建案稽查作業。</p> <p>2. 進行預售屋買賣定型化契約查核作業。</p> <p>3. 進行成屋買賣定型化契</p>	<p>1. 稽查預售屋建案件數。</p> <p>2. 查核預售屋買賣契約件數。</p> <p>3. 查核成屋買賣契約件數。</p>	<p>1. 查核 200 件。</p> <p>2. 查核 300 件。</p> <p>3. 查核 180 件。</p> <p>4. 下降率 1%。</p>	<p>1. 具體措施 3.A.(7)。</p> <p>2. 地政司(為延續性指標)。</p>

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			約查核作業。	4. 查核預售屋買賣契約違規案件下降率。 5. 查核成屋買賣契約違規案件下降率。	5. 下降率 1.5%。	
11	促進交易自由與公平A. 促進公平交易	推廣房客選擇包租代管專業服務制度，提升租屋品質及安全。	督請直轄市、縣（市）政府、租賃住宅服務業公會透過多元管道推廣包租代管專業服務制度，並引導民眾選擇合法租賃住宅服務業者獲得租屋服務。	辦理推廣說明會。	舉辦 45 場。	1. 具體措施 3. A. (7)。 2. 地政司(延續性指標)。
12	強化消費者諮詢及爭議之處理	提供免費租賃諮詢管道。	1. 委託崔媽媽基金會提供民眾「租屋糾紛法律及租賃相關法令諮詢」、「住宅租賃契約檢視服務」、「協商服務」3 項免費服務。 2. 委託法律扶助基金會擴大提供租屋糾紛法律諮詢及法律訴訟扶助服務。	1. 租屋諮詢服務人次。 2. 契約檢視件數。 3. 協商服務人次。 4. 法律訴訟扶助服務件數。	1. 租屋諮詢服務 3,000 人次。 2. 契約檢視 80 件。 3. 協商服務 90 人次。 4. 法律訴訟扶助服務 100 件。	1. 具體措施 6. (1)。 2. 地政司(1-3 為延續性指標、4 為新增指標)。

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
13	重視特定消費族群權益	提升學生租屋消費保護知能。	督請各直轄市、縣(市)政府與大專校院合作，聯合宣導學生租屋消費安全知識及住宅租賃相關定型化契約規範，並透過多元方式讓學生得以掌握租屋權益資訊。	辦理租屋相關宣導會。	舉辦 20 場。	1. 具體措施 1(2)、7.(2)。 2. 地政司(延續性指標)。
14	消費者教育之推行	提升新住民消保意識。	持續透過新住民培力發展資訊網轉載刊登相關消保資訊，培養新住民消保觀念，並請各服務站利用網絡會議、新住民家庭教育及法令宣導等課程，加強廣宣新住民消費者保護知能。	「消費保護專區」發布消費者保護相關訊息。	轉載刊登(含 LINE 推播)40 則及約 30 場次消費者保護宣導。	1. 具體措施 7(2)、7(3)、8(3)。 2. 移民署(延續性指標)。

內政部 114 年度消費者保護方案（非核心業務）

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1. 確保食品、商品與服務安全及品質				
1	(1) 加強對食品(含食品添加物等)、藥品、保健食品、商品、服務及營業場所之安全管理與查核，並檢討及研修(訂)相關法令、標準。	督導各直轄市、縣(市)消防機關或配合各部會辦理營業場所消防安全檢查。	持續精進辦理 (114年12月31日)	消防署
		督導各直轄市、縣(市)主管建築機關或配合各部會辦理營業場所建築物公共安全檢查。	持續精進辦理 (114年12月31日)	國土管理署
2	(2) 針對非實體店面、校園、商圈、觀光休閒地區之食品、商品與服務，加強落實管理及查核。	警察機關依據「行政程序法」中職務協助相關規定，協助主管機關查核(處)相關案件。	持續精進辦理 (114年12月31日)	警政署
		督導各直轄市、縣(市)消防機關或配合各部會辦理校園、觀光遊樂地區等場所消防安全聯合檢查。	持續精進辦理 (114年12月31日)	消防署
		督導各直轄市、縣(市)主管建築機關針對經營場所設置之機械遊樂設施辦理安全檢查。	持續精進辦理 (114年12月31日)	國土管理署
		督導各國家(自然)公園管理處依據「國家公園公共安全經營管理及環境維護督導考核作業要點」，針對各項旅遊安全維護、設施維護管理、環境整潔美化、遊憩服務業者管理、遊客服務等事項辦理自主檢查，以維護遊客安全及提升遊憩品質。	持續精進辦理 (114年12月31日)	國家公園署
3	(5) 加強對建築物結構安全、耐震能力及裝修之管控與查核，並揭露相關資訊。	辦理建築結構耐震能力評估及耐震補強之技術研究與研發，並提供建築師、土木技師、結構技師等專業工程人員，做為檢查、評估建築物構造安全，以及建築構造耐震補強等之應用。	持續精進辦理 (114年12月31日)	建築研究所
4	(6) 加強賣場、觀光遊憩區、溫泉場館等消費場所設施(備)之標示(章)、警告標示、避難逃生標示、認證之管理	1. 督導各直轄市、縣(市)消防機關或配合各部會辦理賣場、觀光遊憩區、溫泉場館等消費場所防火、滅火、警報及避難逃生等消防安全設備檢查。	持續精進辦理 (114年12月31日)	消防署

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	及查核，並檢討修訂相關規範。	2. 適時檢討修正液化石油氣容器串接使用等相關法令。		
5	(7) 針對短期間聚集大量人潮之消費場所或活動，加強室內空氣品質及公共安全維護之監督、管理與查核(含公共意外責任險投保情形)。	督導各直轄市、縣(市)政府落實「建築物公共安全檢查簽證及申報辦法」相關規定，申報範圍包含防火避難設施、設備安全標準檢查及耐震能力評估檢查等，並依年度督考計畫辦理督考作業。	持續精進辦理 (114年12月31日)	國土管理署
6	(8) 建構食品、商品及服務之市場監督、瑕疵或事故發生之通報及預警制度，並健全下架、召回、回收、銷毀、維修、退換貨或停止服務制度。	1. 督請各直轄市、縣(市)政府針對市售住宅租賃契約書進行訪查，如有陳列舊版契約書，輔導該通路進行下架，維護租賃雙方權益。 2. 督請各直轄市、縣(市)政府對於所轄開業地政士、估價師、經紀業、租賃住宅服務業加強業務檢查，並對於業者違規情形落實相關查處作業，以保障消費權益，避免衍生消費爭議。	持續精進辦理 (114年12月31日)	地政司
		1. 定期邀集直轄市、縣(市)政府召開會議，掌握生前殯葬服務契約業者動向及落實行業管理，並定期彙整符合「一定規模」之生前殯葬服務契約業者名單及其生前殯葬服務契約銷售管道表，公布於全國殯葬資訊入口網，提供民眾消費所需資訊。 2. 協調各直轄市、縣(市)政府，就各項可能造成消費者權益受損之疑慮項目，事先於網站發布消費警訊。	持續精進辦理 (114年12月31日)	宗教及禮制司
		警察機關依據「行政程序法」中職務協助相關規定，協助主管機關查核(處)相關案件。	持續精進辦理 (114年12月31日)	警政署
		辦理建築物昇降設備安全檢查業務督導，並將建築物昇降設備事故原因訪查及事故通報流程機制納入地方政府考評。	持續精進辦理 (114年12月31日)	國土管理署

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
		火施放場所，應投保公共意外責任保險。		
		各國家(自然)公園管理處辦理現有場域經營管理標租案，於契約內明訂該承攬之項目所應投保之保險，若遊客於經營場域內受傷或損失，依保險規定辦理理賠。	持續精進辦理 (114年12月31日)	國家公園署
2. 消費資訊充分、正確及透明				
8	(2)提升觀光遊憩區、夜市等消費場所食品、商品與服務之價格標示及收費標準資訊透明度。	1. 督促不動產仲介業、租賃住宅代管業落實於營業處所或網站揭示仲介服務報酬計收標準、代管費用收取基準及方式，以促進服務費用收取資訊透明化。 2. 提供不動產成交案件實際交易資訊對外查詢，並督導各直轄市、縣(市)政府辦理申報登錄資訊之查核。	持續精進辦理 (114年12月31日)	地政司
		依「殯葬管理條例」第48條規定，殯葬服務業應將相關證照、商品或服務項目、價金或收費基準表公开展示於營業處所明顯處，並備置收費基準表。同條例第49條亦規定，殯葬服務業就其提供之商品或服務，應與消費者訂定書面契約。書面契約未載明之費用，無請求權；並不得於契約簽訂後，巧立名目，強索增加費用。殯葬服務業應依上開規定公告收費標準，並供各直轄市、縣(市)主管機關查核。	持續精進辦理 (114年12月31日)	宗教及禮制司
		本部警政署提供165反詐騙諮詢專線，24小時專人專責詐騙案件諮詢、檢舉及報案服務。	持續精進辦理 (114年12月31日)	警政署
		各國家(自然)公園管理處委外經營管理均規定所售貨品應標明價格，不得違反「公平交易法」、「消費者保護法」等規定，且委外之經營管理租賃場所一律公開標價，標價	持續精進辦理 (114年12月31日)	國家公園署

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		牌示應力求清晰，不得出售違禁品、仿冒商標、酒精飲料及偽標產地之物品，並由管理處不定期稽核抽查。		
9	(4)針對商品與服務之不實廣告、標示及宣稱，加強管理、查核(處)及宣導。	督促不動產相關業者確保廣告內容之真實，避免消費爭議，並建立企業經營者正確消費資訊規範概念。	持續精進辦理 (114年12月31日)	地政司
		督促殯葬服務相關業者確保廣告內容之真實，避免消費爭議，並建立企業經營者正確消費資訊規範概念。	持續精進辦理 (114年12月31日)	宗教及禮制司
		警察機關依據「行政程序法」中職務協助相關規定，協助主管機關查核(處)相關案件。	持續精進辦理 (114年12月31日)	警政署
		<p>1. 依「消防法」規定，經中央主管機關公告應實施認可之消防機具、器材及設備，非經中央主管機關所登錄機構之認可，並附加認可標示者，不得銷售、陳列或設置使用。本部將持續督導各直轄市、縣(市)消防機關辦理消防安全檢查時，就消防機具、器材及設備加強查核。</p> <p>2. 依「消防法」規定，液化石油氣容器製造或輸入業者，應向中央主管機關申請型式認可，發給型式認可證書，始得申請個別認可，容器應經個別認可合格並附加合格標示後，始得銷售。本部將持續督導各直轄市、縣(市)消防機關辦理液化石油氣安全檢查時，就液化石油氣合格標示加強查核。</p> <p>3. 依「爆竹煙火管理條例」規定，未附加認可標示之一般爆竹煙火不得販賣、持有或陳列。本部將持續督導各直轄市、縣(市)消防機關辦理爆竹煙火安全檢查時，</p>	持續精進辦理 (114年12月31日)	消防署

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		就爆竹煙火認可標示加強查核。		
		1. 積極查核業者刊播之移民廣告是否經本部移民署指定之移民團體審閱確認後賦予字號，始得對外散布、播送或刊登。 2. 受理舉發涉違法經營移民業務之廣告，經調查如違法事證明確，提報本部移民署管理經營移民業務審查小組討論審議，並依法裁罰。	持續精進辦理 (114年12月31日)	移民署
		將各直轄市、縣(市)政府對於違反公寓大廈起造人或建築業者，非經領得建造執照，不得辦理銷售規定之處理情形，納入年度公寓大廈管理業務督導考核項目之一。	持續精進辦理 (114年12月31日)	國土管理署
10	(5)加強各類商品與服務交易容量(如瓦斯、容留人數)、流量(如網路)、使用年限等之管理與查核。	持續督導各直轄市、縣(市)政府落實液化石油氣容器檢驗之查核工作。	持續精進辦理 (114年12月31日)	消防署
11	(6)針對商品與服務之廣告媒體、時段、贈品、薦證廣告、評比(論)、置入性行銷等行銷方式，給予適度規範，並加強管理、輔導與查核(處)。	督促不動產相關業者確保廣告內容之真實，避免消費爭議，並建立企業經營者正確消費資訊規範概念。 1. 業於殯葬相關商品定型化契約應記載事項明定，業者應確保廣告內容之真實，對消費者所負之義務不得低於廣告之內容。文宣與廣告均視為契約內容之一部分。 2. 有關生前契約之贈品部分，業以函釋明定如生前契約係屬贈品者，預收費用仍依法交付信託。	持續精進辦理 (114年12月31日)	地政司
12	(7)對通訊交易及訪問交易之企業經營者，加強其應遵守消保法第18條告知消費資訊之提供規定之管理及查核。	業於本部頒定之各種殯葬商品及服務定型化契約應記載事項明定通訊交易及訪問交易應遵守「消費者保護法」第18條規定，俾得要求各直轄市、縣(市)主管機關辦理查核。	持續精進辦理 (114年12月31日)	宗教及禮制司

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易				
13	(1) 持續檢討研(修)訂、公告與消費生活密切相關行業項目之定型化契約應記載及不得記載事項，並落實辦理宣導、查核及違反者之處罰。	督導各直轄市、縣(市)政府辦理不動產委託銷售定型化契約應記載及不得記載事項之宣導及查核。	持續精進辦理 (114年12月31日)	地政司
		1. 針對已施行之殯葬服務相關定型化契約範本應記載及不得記載事項，定期檢討相關內容。依各轄市、縣(市)主管機關及民眾陳情建議事項，檢討並作成解釋。 2. 要求各直轄市、縣(市)主管機關每年均辦理業者對於相關契約使用之查核，如有缺失應督促其改善，屆期未改善應依法裁處。	持續精進辦理 (114年12月31日)	宗教及禮制司
		請中華民國移民商業同業公會於理(監)事會、會員大會等集會，加強宣導業者使用「移民服務定型化契約應記載及不得記載事項」。	持續精進辦理 (114年12月31日)	移民署
14	(2) 對預付型交易、遞延性商品(服務)及會員制之交易型態，加強交易風險控管與履約保障機制，並強化辦理查核事項。	督促不動產開發業者落實預售屋買賣定型化契約履約擔保機制。	持續精進辦理 (114年12月31日)	地政司
		1. 督導業者依「殯葬管理條例」規定，與消費者簽訂生前殯葬服務契約之殯葬服務業，應將預收費用75%交付信託，由信託業者依法運用，以維護消費者權益。 2. 每年年初要求信託業者提出信託財產運用報告書，並由各直轄市、縣(市)政府定期於7月至10月委託會計師查核生前契約業者預收費用信託現況。 3. 配合行政院消費者保護處消費者保護工作業務考核計畫之修正，督導各直轄市、縣(市)政府每年針對業者商品是否符合履約保證相關規定情形辦理查核。	持續精進辦理 (114年12月31日)	宗教及禮制司
		1. 督請各直轄市、縣(市)政府查核業者，住宅租賃契約於提前終止租約未先期通知之違約金不得	持續精進辦理 (114年12月31日)	地政司
15	(3) 健全各項利息、手續費、違約金或附加費用	1. 督請各直轄市、縣(市)政府查核業者，住宅租賃契約於提前終止租約未先期通知之違約金不得	持續精進辦理 (114年12月31日)	地政司

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
	等之規範、管理與查核。	逾1個月租金額。 2. 督請各直轄市、縣(市)政府落實管理及查核預售屋買賣定型化契約有關賣方違約金不得低於房地總價款15%及買方違約金最高不得超過房地總價款15%之規範。		
		殯葬相關商品或服務利息、手續費、違約金或附加費用等之規範，業於殯葬相關商品定型化契約範本及應記載事項明定，併同定型化契約之使用情形辦理查核。	持續精進辦理 (114年12月31日)	宗教及禮制司
		本部警政署及各直轄市、縣(市)政府警察局每半年均利用業務檢查時機至各保全公司查核保全定型化契約之使用，各項利息、手續費、違約金或附加費用等之規範是否有利於消費者之情事。	持續精進辦理 (114年12月31日)	警政署
		持續要求各直轄市、縣(市)政府及液化石油氣公會協助宣導民眾與瓦斯業者簽訂家用液化石油氣供氣定型化契約，以保障自身權益。	持續精進辦理 (114年12月31日)	消防署
16	(4) 加強商品與服務售後服務(含維修、退換貨等)之規範、管理與查核。	1. 提供住宅租賃契約協助檢視服務，協助民眾以應記載及不得記載事項主張自身租屋權益。 2. 督請各直轄市、縣(市)政府對於所轄不動產服務業加強業務檢查，並對於業者違規情形落實相關查處作業。	持續精進辦理 (114年12月31日)	地政司
		1. 有關殯葬相關商品或服務退換貨之規範，業於殯葬相關商品定型化契約範本及應記載事項明定之。 2. 殯葬相關商品或服務退換貨併同前開定型化契約之使用情形辦理查核。	持續精進辦理 (114年12月31日)	宗教及禮制司
		有關保全業消費爭議，已於「保全	持續精進辦理	警政署

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		業法」明定賠償內容與程序，相關消費爭議除循司法訴訟程序解決外，本部警政署亦就違法事項進行查處，或輔導轉介各調解委員會解決消費爭議。	(114年12月31日)	
17	(6)加強消費詐騙(如偷斤減兩、摻偽假冒、一頁式廣告詐騙、遊戲點數詐騙等)之預防、查緝、因應與救濟，並協助消費者追回損失。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 督請各直轄市、縣(市)政府落實防範租屋詐騙之宣導。 2. 開發「地籍異動即時通服務系統」，提供不動產之登記名義人應用地籍異動通知服務，透過手機簡訊或電子郵件方式，主動通知民眾地籍異動情形，防杜偽、變造不動產登記案件。 3. 督請各直轄市、縣(市)政府對於地政士因業務上犯詐欺、背信、侵占、偽造文書等罪者，落實廢止地政士證書之管理。 4. 有關不動產經紀業、租賃住宅服務業於執業過程造成交易當事人損害，已建立業者繳存營業保證金始得執業，及公會全國聯合會執行損害代償機制，將督請不動產經紀業、租賃住宅服務業公會全國聯合會落實營業保證金繳存、收支管理及損害代償機制。 	<p>持續精進辦理 (114年12月31日)</p> <p>持續精進辦理 (114年12月31日)</p> <p>持續精進辦理 (114年12月31日)</p>	<p>地政司</p> <p>宗教及禮制司</p> <p>警政署</p>
		<ol style="list-style-type: none"> 1. 警察機關依據「行政程序法」中職務協助相關規定，協助主管機關查核(處)相關案件，如涉及刑事案件，將本於職責主動偵辦。 2. 本部警政署已設立165反詐騙諮 		

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>詢專線，24 小時專人專責提供詐騙案件諮詢、檢舉及報案服務。</p> <p>3. 針對一頁式網路購物詐騙案件，責請各警察機關積極主動蒐證偵辦，避免民眾持續遭一頁式廣告詐騙。</p> <p>4. 本部警政署針對各類消費詐騙持續製作影音、圖文、新聞稿等宣導素材，並透過多方管道推播，加強民眾防詐意識。</p>		
		<p>1. 有關合法經營並領有註冊登記證之移民業務機構名單，已登載於本部移民署網站「移民業務機構管理」業務專區。</p> <p>2. 消費者如有移民業務服務消費爭議時，本部除函請中華民國移民商業同業公會協調處理外，並協助轉知民眾可向消費者保護團體提起申訴，或向地方消費爭議調解委員會申請調解，或逕向法院提起訴訟，以維消費者權益。</p>	<p>持續精進辦理 (114 年 12 月 31 日)</p>	<p>移民署</p>
<p>18</p>	<p>(7) 落實不動產交易(例如預售屋、新成屋、中古屋買賣、住宅租賃、包租代管等)之資訊透明、交易公平、廣告真實與交易秩序維持之管理與查核(處)。</p>	<p>1. 督請各直轄市、縣(市)政府落實預售屋資訊、買賣定型化契約備查、實際成交資訊申報登錄及揭露等管理與查核相關事宜，並關注預售屋交易市場動態適時辦理預售屋聯合稽查。</p> <p>2. 提供不動產成交案件實際交易資訊對外查詢。</p> <p>3. 督促不動產相關業者確保廣告內容之真實，避免消費爭議，並建立企業經營者正確消費資訊規範概念。</p> <p>4. 督促不動產經紀業者詳實製作不動產說明書，以提供消費者正確交易標的資訊。</p> <p>5. 督請各直轄市、縣(市)政府落</p>	<p>持續精進辦理 (114 年 12 月 31 日)</p>	<p>地政司</p>

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
		實住宅轉租契約之查核作業及違規裁處等事宜。		
4. 持續推動永續消費				
19	(1)提升企業經營者與消費者對氣候變遷、淨零排放及永續消費之認知，引導消費行為改變，減少製造或使用一次性用品及選購對環境友善之產品。	持續推行喪家於喪禮儀式使用電子輓額，以減少紙張使用，提倡永續消費，同時補助並推動各地方政府興設環保葬公墓設施，縮小傳統土葬墓地面積，友善自然環境。	持續精進辦理 (114年12月31日)	宗教及禮制司
20	(6)持續推動源頭管理，及研訂各項行為準則，俾利消費者、企業、政府機關團體、學校、社區、家庭採取環境友善措施，導引綠色經濟(例如永續觀光、新能源交通)之發展。	賡續辦理建築物新技術、新工法、新設備及新材料之審核認可作業。	持續精進辦理 (114年12月31日)	國土管理署
		持續辦理綠建材評定與認可，並對使用綠建材標章之廠商不定期實施查核，以確保綠建材標章產品品質。	持續精進辦理 (114年12月31日)	建築研究所
5. 健全數位消費環境				
21	(4)持續推動應用程式(Apps)之安全標章認證、資安檢測。	本部警政署刑事警察局數位鑑識實驗室業經「全國認證基金會(TAF)」審核通過Android系統App資安檢測之認可評鑑，持續配合辦理應用程式(Apps)資安檢測工作。	持續精進辦理 (114年12月31日)	警政署
22	(5)健全數位環境，強化消費者對數位消費安全(含個人資料保護與資訊安全防護)之認知。	「殯葬服務業個人資料檔案安全維護管理辦法」業於111年修正施行，協助殯葬服務業增訂個人資料安全維護管理之分級規劃，強化資安標準規範及個人資料外洩通報(知)中央目的事業主管機關之規定。	持續精進辦理 (114年12月31日)	宗教及禮制司
		1. 每年於辦理全國性社會團體經營管理研習基礎課程，宣導涉及處理個人資料時應注意個人資料保護相關規定。 2. 每年辦理合作事業教育訓練及相關研習活動，並於訓練課程中加強宣導涉及處理個人資料時應注	持續精進辦理 (114年12月31日)	合作及人民團體司

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		意個人資料保護相關規定。		
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理				
23	(1) 推動並強化企業經營者、企業自律性組織、非營利組織及消費者保護團體處理消費爭議之管道與效能。	督請各直轄市、縣(市)政府對於不動產服務業發生之消費爭議案件，適時邀集相關業者開會協調，以提升爭議處理效能。	持續精進辦理 (114年12月31日)	地政司
		督請直轄市、縣(市)主管機關輔導業者處理消費糾紛。	持續精進辦理 (114年12月31日)	宗教及禮制司
		本部警政署將於每半年度保全業務督考，請各直轄市、縣(市)政府警察局強化消費者諮詢及爭議之處理，並宣導將消費爭議轉介各調解委員會解決。	持續精進辦理 (114年12月31日)	警政署
		督請各直轄市、縣(市)政府依法處理液化石油氣消費爭議案件。	持續精進辦理 (114年12月31日)	消防署
		指定中華民國移民商業同業公會為辦理移民廣告審閱確認業務及簽署國外移民基金查證意見之團體，並請其協助宣導移民服務定型化契約之使用與相關法令規定，及協調消費者與會員(移民業務機構)間之移民消費糾紛等。	持續精進辦理 (114年12月31日)	移民署

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
24	(4) 建立重大消費事故(含罷工或無預警停業)之預防、處理計畫、善後處理標準作業程序及研修(訂)重大消費事故損害賠償機制。	<p>1. 督請各直轄市、縣(市)政府參考本部公告之「直轄市、縣(市)政府地政機關不動產消費爭議處理作業程序範本」處理不動產消費爭議案件。</p> <p>2. 督請各直轄市、縣(市)政府整理住宅租賃消費爭議之問題及處理結果，並於機關網站提供民眾參考。</p> <p>3. 不動產經紀業、租賃住宅服務業於執業過程造成交易當事人損害，已建立業者繳存營業保證金始得執業，及公會全國聯合會執行損害代償機制，將督請不動產經紀業、租賃住宅服務業公會全國聯合會落實營業保證金繳存、收支管理及損害代償機制。</p>	持續精進辦理 (114年12月31日)	地政司
		定期召開殯葬服務業控管會議，針對殯葬業者是否無預警停業部分，要求各地方政府加強查核有無營業事實，財務有無發生問題致無法營運之狀況，如有突發狀況，立即發布消費警訊，並與銀行研議後續退款及權益保全問題。	持續精進辦理 (114年12月31日)	宗教及禮制司
		有關保全業相關消費爭議，已於「保全業法」明定賠償內容與程序，相關消費爭議除循司法訴訟程序解決外，並請各直轄市、縣(市)政府警察局強化消費者保護機制，俾使消費者於重大消費事故中獲得有效保障。	持續精進辦理 (114年12月31日)	警政署
25	(5) 落實重大消費爭議案件之資訊揭露與即時處理機制。	定期召開殯葬服務業控管會議及掌控輿情，即時瞭解業者有無發生重大消費爭議案件，如有相關案件發生，即要求地方主管機關應即時發布消費警訊並依法查處。	持續精進辦理 (114年12月31日)	宗教禮制司
26	(6) 建立消費爭議諮詢、申訴及調解案件之原因究	1. 提供免費租賃諮詢服務，同時統計諮詢內容之類型及數據，分析	持續精進辦理	地政司

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	明及統計分析(包括對特定消費族群), 並研議改進策略及揭露資訊。	<p>主要租屋糾紛發生原因。</p> <p>2. 督請各直轄市、縣(市)政府每半年提供房地產消費糾紛解決案例, 並送請各直轄市、縣(市)政府交流處理經驗。</p> <p>3. 督請各直轄市、縣(市)政府按季提供房地產消費糾紛原因統計表, 並進行彙整分析後送請各直轄市、縣(市)政府、各大經紀業者及其同業公會全聯會參辦。</p> <p>4. 定期於本部不動產資訊平台登載房地產消費糾紛原因及案例資訊, 以提供民眾查詢。</p> <p>5. 督請各直轄市、縣(市)政府按季提供租賃糾紛相關統計資料, 並於彙整處理結果後, 定期於本部地政司網站提供民眾參考。</p>	(114 年 12 月 31 日)	
		<p>1. 定期召開殯葬服務業控管會議, 強化與地方政府及相關機關之溝通協調, 落實生前殯葬服務契約相關查核業務, 地方政府如有涉及消費爭議案例可藉由會議提出研討, 以研議改進策略。</p> <p>2. 函請各直轄市、縣(市)政府提供處理消費糾紛案件資料, 以進行統計分析。</p>	持續精進辦理 (114 年 12 月 31 日)	宗教及禮制司
		本部警政署將統計保全業相關消費爭議案件。	持續精進辦理 (114 年 12 月 31 日)	警政署
		本部消防署已於官網設置液化石油氣消費爭議處理流程及相關聯絡方式; 另將持續研析消費爭議原因, 以研修定型化契約範本、應記載及不得記載事項。	持續精進辦理 (114 年 12 月 31 日)	消防署
	7. 重視特定消費族群權益			
27		督請各直轄市、縣(市)政府落實	持續精進辦理	地政司

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
	(1)加強防制企業經營者對特定消費族群進行不當勸誘之銷售行為。	防範租屋詐騙之宣導。	(114年12月31日)	
本部業製作預防殯葬詐騙影片(國、臺、客語版)於電視通路及網站宣導，提醒持有納骨塔位之民眾，慎防不肖業者利用急欲讓售心理，誑稱仲介買家，誘騙其加購其他殯葬商品，造成財產損失，預定於114年以公益託播方式持續宣導。		持續精進辦理 (114年12月31日)	宗教及禮制司	
本部警政署不定期製作相關宣導素材，並經由官方及非官方管道推送，擴大宣導觸及率。		持續精進辦理 (114年12月31日)	警政署	
28	(2)鼓勵企業經營者及政府機關提供特定消費族群友善之商品、服務、消費措施、標示(章)、消費環境與適切消費諮詢等相關服務。	針對大專校院附近學生及房東持續宣導使用內政部版住宅租賃契約書。	持續精進辦理 (114年12月31日)	地政司
29	(3)運用合適的宣導媒介，加強宣導特定消費族群關切的消費議題，例如高齡者財產信託制度、身心障礙福利機構評鑑及收費資訊、無障礙消費環境與服務等。	於本部全國殯葬資訊入口網，提供「被騙走的最後人生」、「防止假藉生前契約違法吸金」及「殯葬消費保護--電視購物篇」等宣導影片，均有國、臺、客語版本，加強對不同語言文化族群之宣導，並提供其他相關消費者資(警)訊。	持續精進辦理 (114年12月31日)	宗教及禮制司
		本部警政署針對各類型消費者購物詐騙，進行研析詐騙被害趨勢，針對特定消費族群(如兒童、青少年、高齡者、原住民、新住民、身心障礙者等)可能遭受之消費詐騙案件，以分齡分眾方式加強宣導，切合各族群關切之消費議題。	持續精進辦理 (114年12月31日)	警政署
		持續透過本部消防署官網、臉書等，宣導公共危險物品、液化石油氣及爆竹煙火相關安全規定。	持續精進辦理 (114年12月31日)	消防署
		建置新住民培力發展資訊網站(包	持續精進辦理	移民署

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
		含中、英、越、印、泰、緬、東等7國語文版)，提供教育、就業、職訓、醫療等與新住民權益相關資訊，另設有生活輔導、培力就業、教育文化、醫療福利、資訊服務、影音等主題專區及 Line 官方帳號，提供新住民及大眾瀏覽查詢各類資訊服務。	(114年12月31日)	
30	(5.1)保護兒童及少年免受數位媒體廣告(含隱藏廣告)之影響，並建立相關管理及查核機制。	本部警政署不定期針對兒童及少年族群製作相關宣導素材，並透過兒童及少年常用媒體推播，加強對數位媒體廣告之防範意識。	持續精進辦理 (114年12月31日)	警政署
31	(5.2)加強企業經營者應讓父母或監護人於購買、使用商品及服務前，知悉可能對兒童及少年產生之風險(例如商品使用注意事項)、費用及避免風險、費用產生之方法。	本部警政署透過多方管道不定期加強宣導相關法律責任，提高企業經營者法治觀念。	持續精進辦理 (114年12月31日)	警政署
32	(5.3)輔導企業經營者對兒童及少年進行個人或其家庭成員資料之蒐集、處理及利用，皆須先取得其父母或監護人同意，並有明確且完整之兒童個人資料保護政策。	本部警政署透過多方管道不定期加強宣導相關法律責任，提高企業經營者法治觀念。	持續精進辦理 (114年12月31日)	警政署
8. 消費者教育之推行				
33	(3)充實消費資(警)訊，並於機關網站設置消費者服務專區網頁，及加強機關內部人員消費者教育訓練。	本部已於官網建置「消費者保護專區」，提供消費者查詢本部各年度消費者保護方案、本部定型化契約應記載事項及不得記載事項、消費者保護相關網站連結等資訊。	持續精進辦理 (114年12月31日)	各單位(機關)
		本部建置之「全國殯葬資訊入口網」，每年編列預算規劃維護網站及擴充功能，且定期更新網站「消	持續精進辦理	宗教及禮制司

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
		費者保護」專區相關資訊。	(114年12月31日)	
		本部已於官網「合作及人民團體專區」建置「行政院消費者保護團體」網站連結相關資訊，提供消費者查詢及申訴諮詢管道。	持續精進辦理 (114年12月31日)	合作及人民團體司
		1. 挑選適宜之消費者保護相關資訊及案例列入人事處每月製作之人事服務簡訊宣導事項，供本部各單位及所屬機關同仁充實消費資(警)訊。 2. 邀請相關學者專家，進行消費者保護法規及實務方面專題演講，以建立同仁消費者保護理念。	持續精進辦理 (114年12月31日)	人事處
34	(5)加強企業經營者推行消費者教育、負責任創新並善盡社會責任，以保障消費者權益。	持續委託中華民國移民商業同業公會辦理移民從業人員專業知能工作坊，安排消費者保護之相關課程，以提升從業人員之消保意識。	持續精進辦理 (114年12月31日)	移民署
35	(6)開發並妥善運用各種宣導資源(例如結合終身學習、企業經營者及其公協會、消費者保護團體或各類非營利組織等)實施消費者教育。	1. 每年於辦理全國性社會團體經營管理研習基礎課程，宣導消費者保護相關權益，以增進消費者及消費者保護團體間資源分享與業務合作。 2. 每年辦理合作事業教育訓練及相關研習活動，並於訓練課程中推廣消費者教育理念。	持續精進辦理 (114年12月31日)	合作及人民團體司
		1. 積極薦派同仁參加消費者保護業務訓練及講習課程。 2. 於本部數位學習平臺提供有關消費者保護線上課程，並不定期將消費者保護專題演講等實體訓練錄製為數位學習課程，供同仁隨時選讀。	持續精進辦理 (114年12月31日)	人事處

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
36	(7)扶植、獎助消費者保護團體，並健全溝通平臺，加強與之聯繫、諮詢及合作，及協助其與國外消費者保護組織合作及交流。	1. 持續鼓勵優質消費者保護團體參與全國性社會團體公益貢獻評選，獲得評鑑優異者，給予獎狀及酌發優等團體獎金。 2. 持續透過「內政部補助民間團體經費作業要點」之補助申請，鼓勵團體辦理國際性交流及業務合作。	持續精進辦理 (114年12月31日)	合作及人民團體司
37	(8)鼓勵消費者主動蒐集及舉發消費相關之疑似不法事證。	為加強民眾及殯葬業者正確殯葬消費觀念，持續以防止詐騙、降低財產損失等風險教育為主題，透過於電視播放宣導短片及廣播電臺CALL OUT等方式積極宣導，加強民眾及殯葬業者正確殯葬消費觀念，並鼓勵消費者主動蒐集不法事證，及時檢舉。	持續精進辦理 (114年12月31日)	宗教及禮制司
		透過新住民培力發展資訊網，加強宣導消費者應尋求合法移民業務機構(代)辦理移民業務，倘發現代辦者屬違法經營或自身消費權益受損之情事，可於備齊事證後，逕向本部移民署投訴舉發。	持續精進辦理 (114年12月31日)	移民署
9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督				
38	(1)辦理消費者保護相關研究與調查，並邀集產、官、學界及民間團體代表(含消費者保護團體)，溝通策進相關消保業務的推動情形。	1. 每年舉辦2次生前殯葬服務契約查核結果檢討會議，均邀請行政院消費者保護處派員與會。 2. 殯葬相關法規之修(訂)定如涉消費者權利保護時，均邀集行政院消費者保護處及消費者保護團體與會指導提供意見。	持續精進辦理 (114年12月31日)	宗教及禮制司
39	(2)中央主管機關監督所轄地方主管機關辦理相關消費者保護業務之成效。	本部每2年辦理1次對直轄市、縣(市)殯葬管理業務績效評量，考核項目包含各直轄市、縣(市)主管機關轄內殯葬消費者保護業務辦理情形，以督促地方政府持續精進消費者保護業務。	持續精進辦理 (114年12月31日)	宗教及禮制司

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
40	(3)加強主管業務之國際消費者保護事項合作及交流與資訊之蒐集研析。	持續督導合法移民業者秉持公平、誠信之消保觀念，落實與消費者簽訂書面契約，保障雙方之權益，並摒除「假投資真移民」涉違法之情事。	持續精進辦理 (114年12月31日)	移民署

外交部 114 年度消費者保護方案

目錄

核心業務：強化消費者諮詢及爭議之處理

1. 發布國外旅遊警示及提供旅外國人消費爭議處理流程之參考資訊
2. 提供外國旅遊安全資訊
3. 消費者教育推行

非核心業務：強化消費者諮詢及爭議之處理

研議推動國內及跨境消費糾紛處理機制(含線上及非線上訴訟外等)，並完備相關法令制度

外交部 114 年度消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
1	強化消費者諮詢及爭議之處理	1.發布國外旅遊警示及提供旅外國人消費爭議處理流程之參考資訊	(1)依據外館對國外情勢【治安、基礎設施、衛生條件、天災、社會事件(如：示威)、恐攻、嚴重傳染病、事故、戰爭等】之評估，本部對個別國家發布旅遊警示及燈號。 (2)各外館設置緊急聯絡電話，以便旅外國人對急難事件進行通報，外館將對國人提供必要協助。	(1)每季督導外館檢視更新所轄國家及地區旅遊警示燈號，並針對部分風險較高之區域，增加督導頻率，以確保旅遊警示即時更新，並提供旅外國人最新資訊。 (2)每月測試並督導外館緊急聯絡電話輪值及接聽情形。	督導完成率 100%	具體措施 8.(3)
		2.提供外國旅遊安全資訊	訓令外館蒐報駐在國及兼轄國旅遊安全資訊並隨時更新於領事事務局網站，供國人參考。	每季通函督導外館更新相關資訊。	督導完成率 100%	具體措施 8.(3)
		3.消費者教育推行	透過領事事務局 LINE 官方帳號、旅外安全指南 APP 及駐外館處官網等途徑向旅外國人宣導遇消費爭議時應向當地	定期檢討執行成效。	督導完成率 100%	具體措施 8.(3)

序號	計畫目標與 實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			消費者保護機構求助，以教育國人正確處理海外消費爭議之方式。			

外交部 114 年度消費者保護方案（非核心業務）

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
6.強化消費者諮詢及爭議之處理				
	(7)研議推動國內及跨境消費糾紛處理機制(含線上及非線上訴訟外等),並完備相關法令制度。	<p>A. 訓令並督導外館蒐報駐在國及兼轄國之消費者保護相關機構及消費爭議處理流程資訊,同時更新於駐外單位聯合網站及本部領務局官網,供國人參考。</p> <p>B. 倘國人遭遇海外消費爭議,外館將適時提供當地消保相關組織或個人之聯繫名單供國人參考運用,並適時提供協助。</p>	完成期限: 114年12月31日。	具體措施6. (7)

財政部 114 年度消費者保護方案

目錄

核心業務

1. 強化進口酒類衛生查驗管控機制
2. 落實防範非洲豬瘟邊境管制
3. 落實菸酒產品抽檢，加強銷售熱點查察
4. 推動優質酒類認證制度
5. 強化智慧財產權邊境查緝
6. 加強防制詐騙與反詐騙宣導
7. 提升特定消費族群對菸酒法令認知（含消費者教育之推行）

非核心業務

1. 確保食品、商品與服務安全及品質
2. 消費資訊充分、正確及透明
3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易
3. 促進交易自由與公平 B. 促進自由公平競爭及合理價格之維持
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理
7. 重視特定消費族群權益
8. 消費者教育之推行
9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督

財政部 114 年度消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
1	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	強化進口酒類衛生查驗管控機制	加強進口酒類衛生查驗，維護國人飲酒安全。	進口酒類衛生查驗案件審查件數。	83,000 件	1. 具體措施 1. (1) 2. 延續性指標 (111 年起) (國庫署)
2	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	落實防範非洲豬瘟邊境管制	1.1 對旅客託運行李、進口郵包及進口快遞貨物實施 X 光儀器檢查。	X 光儀器檢查比率。	100%	1. 具體措施 1. (1) 2. 延續性指標 (111 年起) (關務署)
			2. 提升 X 光影像判讀人員專業能力。	儀器檢查工作滿 1 年關員具備中、高階 X 光影像判讀人員資格比率。	70%。	1. 具體措施 1. (1) 2. 延續性指標 (112 年起) (關務署)
			3. 加強對民眾宣導切勿攜帶或輸入未經檢疫之肉製品回國。	發布防範非洲豬瘟新聞稿或臉書貼文則數。	13 則	1. 具體措施 1. (1) 2. 延續性指標 (113 年起) (關務署)
3	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	落實菸酒產品抽檢，加強銷售點查察	1. 督促地方政府對菸酒製造業、進口業及販賣業者辦理定期及不定期抽檢。	各地方菸酒主管機關對轄區菸酒業者應辦理抽檢家(次)。	14,500 家(次)	1. 具體措施 1. (2) 2. 延續性指標 (110 年起) (國庫署)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標(KPI)	目標值	備註
			2. 督促地方政府強化商圈、觀光休閒地區與大量銷售及使用菸酒品業者之查核。	傳統市場、黃昏市場、跳蚤市場、夜市、風景區、偏遠地區與大量銷售及使用菸酒品熱點場所查察家(次)。	5,300家(次)	1. 具體措施 1.(2) 2. 延續性指標 (110年起) (國庫署)
4	2. 消費資訊充分、正確及透明	推動優質酒類認證制度	1. 加強財政部優質酒類認證制度廠線追蹤查驗(含酒品原料查核)及酒品抽檢。	辦理已認證酒品廠線追蹤查驗場次。	214場次	1. 具體措施 2.(3) 2. 延續性指標 (111年起) (國庫署)
			2. 拓展優質酒類認證規模，持續輔導業者認證。	輔導酒製造業者申請加入認證之場次。	50場次	1. 具體措施 2.(3) 2. 延續性指標 (113年起) (國庫署)
5	2. 消費資訊充分、正確及透明	強化智慧財產權邊境查緝	1. 持續推動商標權人及著作權人(下稱權利人)申辦提示保護案件，權利人提供真仿品辨識技巧納入海關提示保護資料庫，關員於執行邊境查緝時，得利	權利人申辦提示保護案件數。	100件	1. 具體措施 2.(4) 2. 延續性指標 (111年起) (關務署)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			用該資料庫進行辨識即時查扣，並得連絡權利人辦理侵權認定，加強邊境查緝仿品效能。			
			2. 與權利人合作辦理真仿品辨識講習及教育訓練，增進關員初步判別真品及仿冒品知識，降低消費者購買不實商品可能性。	辦理真仿品辨識研討會場次。	5場次	1. 具體措施 2.(4) 2. 延續性指標 (111年起) (關務署)
6	3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易	加強防制詐騙與反詐騙宣導	1. 賡續加強民眾防範稅務詐騙宣導。	辦理稅務防詐騙宣導 (1) 運用行政院新聞傳播處戶外媒體宣導插播則(次)。 (2) 撰寫文宣詞，透過廣播電臺、Podcast 宣導插播檔(次)。 (3) 配合機關團體活動，張掛	(1) 至少 550 則(次) (2) 至少 4,600 檔次 (3) 至少 1,200 次 (4) 至少 2,000 場(次)	1. 具體措施 3.A.(6) 2. 延續性指標 (111年起) (賦稅署)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標(KPI)	目標值	備註
				宣導文宣次數。 (4) 結合財政部各地區國稅局於辦理租稅講習會、座談會及活動時宣導，或運用機關網站、臉書及電子字幕顯示器等宣導場(次)。		
			2. 賡續辦理報關業者及反詐騙宣導或查核	(1) 加強對報關業者宣導場次。 (2) 加強對爭議進口報關業者查核家(次)。 (3) 於關務署官方網站設置「海關防範詐騙專區」，並於專區發布新聞稿、政策或活動宣導防範詐騙則數。	(1) 8場次 (2) 10家(次) (3) 1則	1. 具體措施 3.A.(6) 2. 延續性指標 (113年起) (關務署)
7	8. 消費者教育之推行	提升特定族群對菸酒法令認知	1. 對透過網站、行動軟體及社群所為酒	對學生消費族群辦理宣導活動場次。	17場次	1. 具體措施 8.(1) 2. 延續性指標 (111年起) (國庫署)

序號	計畫目標與 實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
		(含消費者教育之推行)	<p>品廣告及販售行為，加強辦理學生消費族相關法令宣導活動。</p>			
			<p>2. 辦理不購買私劣菸酒並鼓勵檢舉不法之消費者保護教育及宣導，提升特定消費族群對私劣菸酒危害認知。</p>	<p>對高齡者、原住民、新住民等消費族群辦理教育訓練或宣導活動(含消費者教育之推行)場次。</p>	33場次	<p>1. 具體措施 8.(1) 2. 延續性指標 (111年起) (國庫署)</p>

財政部 114 年度消費者保護方案（非核心業務）

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1. 確保食品、商品與服務安全及品質				
1	(1) 加強對食品(含食品添加物等)、藥品、保健食品、商品、服務及營業場所之安全管理與查核，並檢討及研修(訂)相關法令、標準。	輔導食品業者導入電子發票 配合衛生福利部加強輔導食品業者導入電子發票，協助該部以電子發票資料輔助食品安全之勾稽、監控及追溯等應用。	完成輔導 110 家。 (114 年 12 月底)	延續性指標 (財政資訊中心)
2	(6) 加強賣場、觀光遊憩區、溫泉場館等消費場所設施(備)之標示(章)、警告標示、避難逃生標示、認證之管理及查核，並檢討修訂相關規範。	臺灣菸酒股份有限公司(下稱臺酒公司)各觀光酒廠及自有營業據點辦理年度消防設備檢修申報作業。	完成年度消防設備檢修申報 1 次。 (114 年 12 月底)	延續性指標 (國庫署)
3	(7) 針對短期間聚集大量人潮之消費場所或活動，加強室內空氣品質及公共安全維護之監督、管理與查核(含公共意外責任險投保情形)。	臺酒公司各觀光酒廠及自有營業據點辦理投保公共意外責任險及商業火災保險。	完成投保公共意外責任險及商業火災保險。 (114 年 12 月底)	延續性指標 (國庫署)
4	(8) 建構食品、商品及服務之市場監督、瑕疵或事故發生之通報及預警制度，並健全下架、召回、回收、銷毀、維修、退換貨或停止服務制度。	督促地方政府落實市售菸酒之衛生抽檢，如發現不符合規定者，應即扣押或封存保管並停止販賣暨限期回收銷毀。	督導地方政府針對轄區內菸酒販賣業者抽檢 10% 以上。 (114 年 12 月底)	延續性指標 (國庫署)
5	(9) 針對致生損害嚴重之虞或影響人數為多之食品、商品與服務，研議建立損	辦理臺酒公司年度產品責任險投保。	完成投保年度產品責任險。 (114 年 12 月底)	延續性指標 (國庫署)

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	害賠償機制，或輔導企業經營者投保產品責任險或其他責任險。			
6	(10)加強企業經營者對消費者個人資料(含隱私權)保護及金融交易(例如信用卡、第三方支付、線上及行動支付等)安全之監督、管理與查核。	1. 公益彩券發行機構個人資料(下稱個資)行政檢查 辦理「公益彩券發行機構個人資料檔案安全維護管理行政檢查計畫」，查核發行機構資通安全維護情形。	辦理公益彩券發行機構個資行政檢查1次。 (114年12月底)	延續性指標 (國庫署)
		2. 菸酒事業個資行政檢查 辦理「菸酒事業個人資料檔案安全維護管理行政檢查計畫」，督導地方政府依權責積極推動執行。	督導地方政府依抽檢比例辦理轄區內菸酒事業個資行政檢查1次。 (114年12月底)	延續性指標 (國庫署)
		3. 報關業個資檔案安全維護查核。	完成報關業者查核150家。 (114年12月底)	延續性指標 (關務署)
2. 消費資訊充分、正確及透明				
7	(2)提升觀光遊憩區、夜市等消費場所食品、商品與服務之價格標示及收費標準資訊透明度。	將觀光遊憩區、夜市等酒品價格標示透明度納入年度加強查緝私劣菸酒策進計畫並列為查緝重點，督促地方政府落實加強輔導與稽查。	完成私劣菸酒專案查緝5次。 (114年12月底)	延續性指標 (國庫署)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
8	(4) 針對商品與服務之不實廣告、標示及宣稱，加強管理、查核(處)及宣導。	落實菸酒(含市面上老酒)標示、酒品廣告與促銷之管理、輔導及查核。	督導地方政府針對轄區內菸酒販賣業者抽檢 10% 以上。(114 年 12 月底)	延續性指標(國庫署)
3. 促進交易自由與公平				
A. 促進公平交易				
9	(1) 持續檢討研(修)訂、公告與消費生活密切相關行業項目之定型化契約應記載及不得記載事項，並落實宣導、查核及處罰。	清查業者發行菸酒商品禮券情形，查核是否依規定辦理，並督促地方政府對業者進行定型化契約教育宣導。	1. 完成清查 1 次。(114 年 12 月底) 2. 督促地方政府辦理宣導 1 場次。(114 年 12 月底)	延續性指標(國庫署)
3. 促進交易自由與公平				
B. 促進自由公平競爭及合理價格之維持				
10	(2) 針對民生必需品、農產品之價格異常，適時採取市場調節、查處或資訊揭露等因應對策。	提供電子發票交易明細資料，協助國家發展委員會(下稱國發會)監控民生物資價量變化，防範業者不合理漲價情事。	完成配合國發會需求，提供特定業者電子發票交易明細資料。(114 年 12 月底)	延續性指標(財政資訊中心)
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理				
11	(4) 建立重大消費事故(含罷工或無預警停業)之預防、處理計畫、善後處理標準作業程序及研修(訂)重大消費事故損害賠償機制。	持續推動私劣菸酒傷害事件緊急通報機制。	至少演練 1 次。(114 年 12 月底)	延續性指標(國庫署)
7. 重視特定消費族群權益				
12	(5.1) 保護兒童及少年免受數位媒體廣告(含隱藏廣告)之影響，並建立相關管理及查核機制。	督促地方政府落實查處違反「菸酒管理法」第 30 條規定，以網路等電子購物或其他無法辨識購買	針對以網路等方式販售或轉讓酒品之違規案件至少查獲 60 案。(114 年 12 月底)	延續性指標(國庫署)

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		者或受讓者年齡 等方式販售或轉 讓酒品之違規行 為。		
8. 消費者教育之推行				
13	(3)充實消費資(警) 訊,並於機關網站 設置消費者服務專 區網頁,及加強機 關內部人員消費者 教育訓練。	1. 賡續充實菸酒 管理資訊網站 內容,並對查 獲私劣菸酒訊 息,適時發布 新聞稿、記者 會等方式提醒 消費者注意。	於網站或以發布新 聞稿等方式宣導至 少2次。 (114年12月底)	延續性指標 (國庫署)
		2. 辦理財政部消 費者保護種子 教育訓練課 程。	完成6場次。 (114年12月底)	延續性指標 (財政人員訓練 所)
		3. 辦理消費者保 護專題演講。	完成2場次。 (114年12月底)	延續性指標 (財政人員訓練 所)
	(8)鼓勵消費者主動蒐 集及舉發與消費相 關之疑似不法事 證。	財政部已修正 「檢舉或查獲違 規菸酒案件獎勵 辦法」,適度提 高檢舉人獎勵 金,賡續鼓勵民 眾踴躍檢舉不法 菸酒案件。	督導地方政府辦理 鼓勵民眾踴躍檢舉 不法菸酒宣導活動 至少50場次。 (114年12月底)	延續性指標 (國庫署)
9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督				
14	(2)中央主管機關監督 所轄地方主管機關 辦理相關消費者保 護業務之成效。	依據中央私劣菸 酒查緝督導考核 要點規定,辦理 年度地方政府私 劣菸酒查緝績效 考核。	完成考核。 (114年9月底)	延續性指標 (國庫署)
	(3)加強主管業務之國 際消費者保護事項 合作及交流與資訊 之蒐集研析。	加強菸酒管理國 際體例及消費者 保護資訊之蒐集 研析。	蒐集加強菸酒管理 國際相關規範或消 費者保護資訊至少 3則。	延續性指標 (國庫署)

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
			(114年12月底)	

教育部 114 年度消費者保護方案

目錄

核心業務

1. 短期補習班定型化契約應記載及不得記載事項查核
2. 兒童課後照顧服務中心定型化契約應記載及不得記載事項查核
3. 學校午餐及校園食品之「中央聯合稽查-地方政府監控-學校建立自主管理機制」三級管理
4. 海外留學及海外旅遊學習契約應記載及不得記載事項查核
5. 健身中心、健身教練服務定型化契約應記載及不得記載事項查核
6. 公私立游泳池查核
7. 體育活動之管理
8. 研（修）訂與消費生活密切相關之規定
9. 加強各級學校教師及各類教育人員消費者教育
10. 設計、發展或運用消費者保護教育教材或教案
11. 針對 20 歲以下消費族群（高級中等以下各級學校學生），加強教育宣導

非核心業務

1. 確保食品、商品與服務安全及品質
2. 消費資訊充分、正確及透明
3. 促進交易自由與公平
4. 持續推動永續消費
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理
7. 重視特定消費族群權益
8. 消費者教育之推行
9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督

教育部 114 年度消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
1	1. 確保食品、商品與服務安全及品質 3. 促進交易自由與公平—促進公平交易 8. 消費者教育之推行	短期補習班定型化契約應記載及不得記載事項查核	1. 督導地方政府辦理短期補習班定型化契約查核（終身教育司）	地方政府查核短期補習班定型化契約之家數	4,200家	1. 具體措施 1 (1)、 1 (7)、 1 (10)、 2 (4)、 2 (6)、 3A. (1)、 3A. (3)、 3A. (4)、 6 (4)、 6 (5)、 9 (2)、 7 (1)、 7 (5.2)、 7 (5.3)、 8 (3)、 8 (5)、 8 (6)
				申訴或違規案件下降率	申訴案件下降3%	
			2. 督導地方政府辦理短期補習班研習會議（終身教育司）	地方政府辦理短期補習班研習會議場次	28場次	2. 延續性指標(111年起)
2	1. 確保食品、商品與服務安全及品質 3. 促進交易自由與公平—促進公平交易 8. 消費者教育之推行	兒童課後照顧服務中心定型化契約應記載及不得記載事項查核	1. 督導地方政府辦理兒童課後照顧服務中心定型化契約查核（終身教育司）	地方政府查核兒童課後照顧服務中心定型化契約之家數	600家	1. 具體措施 1 (1)、 1 (7)、 3A. (1)、 6 (4)、 3A. (4)、 7 (1)、 7 (5.2)、 7 (5.3)、 8 (5)、 8 (6)
				申訴或違規案件數	申訴案件低於30件	
			2. 督導地方政府辦理兒童課後照顧服務中心研習會議（終身教育司）	地方政府辦理兒童課後照顧服務中心研習會議場次	28場次	2. 延續性指標(111年起)
3	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	學校午餐及校園食品之「中央聯合稽	1. 配合行政院食安五環政策,主動抽查全國國中小	抽查學校間數	50間	1. 具體措施 9 (2)
				團膳廠商或食材供應商間數	50間	

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
	8. 消費者教育之推行	查 - 地方政府監控 - 學校建立自主管理機制」三級管理	1. 學校、團膳廠商或食材供應商 (國教署) 2. 透過網路平臺提供食品、商品與服務安全及品質相關資訊(國教署) 3. 辦理「教育部校園食材登錄平臺」教育訓練,並請學校至「教育部校園食材登錄平臺」登打當日食材相關資訊(國教署)	申訴或違規案件數 每月透過網路平臺提供消費者飲食教育宣導資料量 辦理教育訓練場次	違規案件低於10件 每月3則 2場	起)
4	1. 確保食品、商品與服務安全及品質 3. 促進交易自由與公平 - 促進公平交易 8. 消費者教育之推行	海外留學及海外旅遊學習契約應記載及不得記載事項查核	1. 查核留遊學服務業者與消費者所簽契約是否符合定型化契約應記載及不得記載事項規定(國際司) 2. 辦理留遊學宣導說明會, 宣導留遊學注意事項、申訴管道、個人資料保護等事宜。(國際司) 3. 辦理業者說明會加強宣導建立申訴管道, 強化個人資料保護措施, 善盡社	查核小組查核件數 申訴或違規案件數 辦理留遊學宣導場次 辦理業者說明會場次	100件 申訴案件低於30件 8場 1場	1. 具體措施 1 (1)、 1 (10)、 2 (4)、 2 (6)、 3A. (1)、 3A. (3)、 3A. (4)、 6 (4)、 6 (5)、 6 (6)、 7 (5.2) 2. 延續性指標(111年起)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			會責任,以保障消費者權益(國際司)			
5	1. 確保食品、商品與服務安全及品質 3. 促進交易自由與公平—促進公平交易 8. 消費者教育之推行	健身中心、健身教練服務、運動賽事票券定型化契約應記載及不得記載事項查核	1. 督導地方政府辦理健身中心定型化契約查核(體育署)	地方政府辦理健身中心查核家數	450家	1. 具體措施 1 (1)、 1 (6)、 1 (10)、 1 (7)、 2 (4)、 2 (6)、 3A. (1)、 3A. (2)、 3A. (3)、 3A. (4)、 6 (4)、 6 (5)、 6 (6)、 8 (3)、 8 (4)、 9 (2)、 7 (5.3)、 8 (5)、 8 (6) 2. 延續性指標(111年起)
			2. 督導地方政府辦理健身教練定型化契約查核(體育署)	申訴或違規案件數	申訴案件低於50件	
				地方政府辦理健身教練服務查核家數	350家	
			3. 辦理運動場館業研習會宣導消費者保護教育,以及強化宣導業者遵循個人資料保護法相關規定(體育署)	申訴或違規案件數	申訴案件低於50件	
				運動場館業研習會參與人數	達80人	
			4. 辦理運動賽事票券定型化契約查核及宣導(體育署)	辦理運動賽事售票主辦單位查核	查核臺灣職業籃球大聯盟7個球團	
				申訴或違規案件數	申訴案件低於3件	
辦理運動賽事售票主辦單位宣導	1場次					
6	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	公私立游泳池查核	1. 督導地方政府辦理公私立游泳池查核(體育署)	地方政府辦理公私立游泳池查核之家數	250家	1. 具體措施 1 (1)、 1 (7)、 1 (9)、 9 (2) 2. 延續性指標(111年起)
				申訴或違規案件數	申訴案件低於50件	
			2. 辦理游泳池研習會(體育署)	游泳池研習會參與人數	達100人	

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
7	1. 確保食品、商品與服務安全及品質 8. 消費者教育之推行	體育活動之管理	1. 督導地方政府辦理無動力飛行、高空彈跳、溯溪等業者之查核作業 (體育署) 2. 辦理體育活動 (含登山) 安全講習, 提升相關活動參與者安全知識與技能 (體育署)	地方政府查核家數	25家	1. 具體措施 1 (7)、 8 (6)、 9 (2) 2. 延續性指標(111年起)
				申訴或違規案件數	申訴案件低於5件	
8	3. 促進交易自由與公平—促進公平交易 6. 強化消費者諮詢及爭議之處理 7. 重視特定消費族群權益	研(修)訂與消費生活密切相關之規定	1. 研訂山域活動相關規定 (體育署)	訂定山域活動定型化契約應記載及不得記載事項	完成訂定山域活動定型化契約應記載及不得記載事項	1. 具體措施 3A. (1) 2. 延續性指標(113年起)
9	8. 消費者教育之推行	加強各級學校教師及各類教育人員消費者教育	1. 開設含消費者保護教育議題之教師在職進修學分班(師資藝教司) 2. 辦理教師增能研習活動, 強化教師將消費者保護議題融入教學 (國教署)	開設在職進修學分班班數	1班	1. 具體措施 8 (4) 2. 延續性指標 (第 1 及第 2 項為 111 年起; 第 3 至第 5 項為 113 年起)
				辦理高級中等學校消費者保護教育相關議題教師研習活動場次	2場	
				辦理國民中小學消費者保護教育相關議題教師研習活動場次	11場	

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			3. 辦理交通安全種子師資培訓(學務特教司)	交通安全種子教師培訓人數	120人	
			4. 針對各級學校相關業務承辦人,辦理交通安全教育研討會(終身教育司)	研習場次	2場次	
			5. 辦理校園安全暨詐騙防制理論與實務種子師資培訓(學務特教司)	校園安全暨詐騙防制種子教師培訓人數	160人	
10	7. 重視特定消費族群權益 8. 消費者教育之推行	設計、發展或運用消費者保護教育教材或教案	1. 辦理「識詐」主題式反詐宣導(學務特教司)	製播反詐騙電子文宣則數	6則	1. 具體措施 7 (3)、 8 (3)、 8 (4)、 9 (2)
			2. 推廣反詐騙課程模組(國教署)	推廣高級中等以下學校反詐騙教材包	教材包5單元	2. 延續性指標(113年起)
			3. 製作防制學生藥物濫用(含新興毒品)教育文宣、教材或教案,並置於防制學生藥物濫用資源網提供教師融入教學運用(學務特教司)	製作防制學生藥物濫用教育教材或教案數	1案	3. 重點工作 8 移列序號9 重點工作4
				製作防制學生藥物濫用教育文宣則數	3則	
			4. 發表辨識假訊息、正確使用網路評論、法律須知等相關主題文章,並置於媒體素養教育	發表相關主題篇數	4篇	

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			資源網。(終身教育司)			
			5. 透過相關計畫彙整消費者保護教育相關優良教案或教材,提供教師教學運用。(國教署)	教案或教材	2案	
			6. 完成中小學交通安全教育相關教材,並置於國民中小學課程與教學資源整合平臺(CIRN),提供教師教學運用。(國教署)	研發交通安全教材數量	教材包4單元	
		教學影片5部				
		數位研習課程1單元				
			7. 透過訪視學校,瞭解學校推動交通安全教育情形。(終身教育司)	抽訪學校校數	10校	
11	7. 重視特定消費族群權益 8. 消費者教育之推行	針對20歲以下消費族群(高級中等以下各級學校學生),加強教育宣導	1. 於教學相關工作會議,鼓勵學校於課程中融入消費者保護教育(國教署)	會議場次	2場次	1. 具體措施7(5.1) 2. 延續性指標(113年起)
			2. 補助學校辦理媒體素養基地學校計畫,於課程中加強學生媒體識讀能力(國教署)	補助學校數	27所	

教育部 114 年度消費者保護方案（非核心業務）

序號	計畫目標與實施策略具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1. 確保食品、商品與服務安全及品質				
(1)	(1) 加強對食品（含食品添加物等）、藥品、保健食品、商品、服務及營業場所之安全管理與查核，並檢討及研修（訂）相關法令、標準。	督導各館所對館區內外進行之各項工程，加強安全隔離及防護設施。（終身教育司、師資藝教司）	持續辦理。	
(2)	(2) 針對非實體店面、校園、商圈、觀光休閒地區之食品、商品與服務，加強落實管理及查核。	1. 就未領有使用執照之既有校舍採逐棟列管方式輔導辦理補照，並持續追蹤。（高教司、技職司）	持續辦理。	
		2. 輔導地方政府及學校加強校園運動設施場館開放之安全維護與設施設備管理。（體育署） (1) 成立「學校體育設施興整建輔導團」，輔導學校興整建及管理體育設施。 (2) 督導地方政府及學校辦理學校體育設施損害調查盤點作業。 (3) 辦理學校運動設施研習會。	持續辦理。	
		3. 執行大專校院餐飲衛生輔導計畫，落實餐飲衛生管理。（綜規司）	113 學年度餐飲衛生輔導，預定於 114 年 5 月底前完成。	
		4. 持續輔導各校依據租賃專法及相關契約規定，向學生、房東加強宣導；另辦理各項研習暨交流座談，強化教育宣導效果。 (1) 辦理 1 場雲端租屋平臺系統經驗交流座談會。（學務特教司） (2) 辦理校外賃居關懷訪視，守護學生居住安全。	(1) 預定於 114 年 10 至 11 月期間完成。 (2) 預定於 114 年底前提報績效。	

序號	計畫目標與實施策略具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		(國教署)		
(3)	(3) 加強含有毒性化學物質(含環境荷爾蒙)、重金屬商品(食品)、農藥、動物用藥與飼料等之製造、安全管理、流向管控機制及查核,並落實對前揭業者之監督輔導,及促進替代性物質之研發。	辦理「學校化學物質管理法規說明會」至少6場次,加強輔導大專校院落實「毒性及關注化學物質管理法」之相關規定,並依「學術機構運作毒性及關注化學物質管理辦法」,督導所屬學術機構依法運作毒性及關注化學物質,且持續協助各學術機構完成運作登錄與申報,以落實掌握毒化物及關注化學物質流向之目標。(資科司)	預定於114年9月至10月辦理。	
(4)	(6) 加強賣場、觀光遊憩區、溫泉場館等消費場所設施(備)之標示(章)、警告標示、避難逃生標示、認證之管理及查核,並檢討修訂相關規範。	1. 督導國立大學校院所屬實驗林定期檢視觀光遊樂設施安全管理,落實安全教育宣導與訓練。(高教司)	持續辦理。	
		2. 督導各館所強化參觀活動之動線指標及設施收費、使用方法及限制等,配合現有標示與現行規範,加強引導與宣導。(終身教育司、師資藝教司)	持續辦理。	
		3. 督導地方政府加強辦理健身中心及公私立游泳池之相關標示查核。(體育署)	持續辦理。	
(5)	(7) 針對短期間聚集大量人潮之消費場所或活動,加強室內空氣品質及公共安全維護之監督、管理與查核(含公共意外責任險投保情形)。	1. 督導各館所定期委託消防檢修專業機構巡檢及維修各項消防設施,加強館舍及各安全門門道暢通,並投保公共意外責任險及加強室內空氣品質管理。(終身教育司、師資藝教司)	持續辦理。	
		2. 督導地方政府查核高級中等以下學校及教保服務機構投保公共意外責任保險。(國教署)	持續辦理。	
(6)	(9) 針對致生損害嚴重之虞或影響人數為多之食品、商品與	1. 督導學校將違約賠償機制、產品責任險之投保等,納入與廠商訂定之契約內容中,並調查各大專校院	預定於114年9月底前完成。	

序號	計畫目標與實施策略具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	服務，研議建立損害賠償機制，或輔導企業經營者投保產品責任險或其他責任險。	納入契約之情形。(綜規司)		
		2. 督導業者依游泳池管理規範之保險規範辦理。(體育署)	持續辦理。	
2. 消費資訊充分、正確及透明				
(1)	(2) 提升觀光遊憩區、夜市等消費場所食品、商品與服務之價格標示及收費標準資訊透明度。	要求各館所明確標示商品販售價格，以提升資訊透明度，減少消費爭議。(終身教育司)	持續辦理。	
3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易				
(1)	(1) 持續檢討研(修)訂、公告與消費生活密切相關行業項目之定型化契約應記載及不得記載事項，並落實宣導、查核及處罰。	1. 持續檢討修訂高級中等以下學校辦理學生課外活動及輔導學生參加校外營隊活動注意事項。(國教署)	持續辦理。	
		2. 研訂語言複合式教材應記載及不得記載事項草案	持續辦理。	新增
		3. 研訂高級中等以下學校學生課業學習輔助教材(含紙本和數位等模式)買賣暨學習服務定型化契約應記載及不得記載事項草案	持續辦理。	新增
4. 持續推動永續消費				
(1)	(1) 提升企業經營者與消費者對氣候變遷、淨零排放及永續消費之認知，引導消費行為改變，減少製造或使用一次性用品及選購對環境友善之產品。	配合環境部「行政機關、學校減少使用免洗餐具及包裝飲用水作業指引」政策，辦理1場次說明會，並持續推廣「教育部及所屬機關、學校減少使用免洗餐具及包裝飲用水執行方式原則」，請本部所屬機關、國立學校配合推動，並適時融入限制使用一次性塑膠吸管宣導等課題。(資料司)	預定於114年3月至4月辦理。	
(2)	(4) 研議推動食物銀行或二手商品等再利用，減少資源浪	依校園環境保護暨廢棄物減量推動計畫，推動大專校院廢棄物減量管理及輔導，並辦理「校園環境保護暨廢棄	預定於114年8月至9月辦理。	

序號	計畫目標與實施策略具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	費、促進廢棄物和產品可回收部分的再利用。	物管理」觀摩暨環保相關說明會至少 1 場次，以及協助學校進行校園有害廢棄物清除處理工作等。(資科司)		
(3)	(6) 持續推動源頭管理，及研訂各項行為準則，俾利消費者、企業、政府機關團體、學校、社區、家庭採取環境友善措施，導引綠色經濟（例如永續觀光、新能源交通）之發展。	配合環境部綠色採購之推行，宣導環保標章產品，於採購層面推動環保節能，以選購具環保標章之產品為優先購買品項，並持續辦理 2 場次綠色採購教育訓練研習會，提升整體綠色採購比率達 95%之目標。(資科司)	預定於 114 年 4 月底前辦理。	
(4)	(7) 整合政府、民間、企業及學校資源，辦理永續消費教育（例如減塑、節能等），並鼓勵永續消費相關活動及學術研究。	1. 透過補助辦理 10 場次環境教育推廣活動及地方政府環境教育團務增能研習，加強宣導避免食用瀕危生物、低碳消費、循環經濟等相關永續消費意識。(資科司)	持續辦理。	
		2. 將永續消費教育融入學校相關課程，建立學生正確觀念，並依「續編動保教育教材及動保教育校園推廣計畫」發展教材。(國教署)	持續辦理。	
		3. 辦理永續消費教育相關課程 1 場次，並提供相關數位學習課程供本部同仁選讀。(人事處)	持續辦理。	
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理				
(2)	(5) 落實重大消費爭議案件之資訊揭露與即時處理機制。	1. 如發生短期補習班重大消費事件（如遇補習班倒閉事件），除密切與消保機關合作研商處理機制，督導地方政府設立統一窗口適時對外說明，並將依履約保證機制處理。(終身教育司)	持續辦理。	
		2. 列舉當年所發生重大留遊	持續辦理。	

序號	計畫目標與實施策略具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		學消費爭議事件之處理方式，並於留遊學宣導會中加強宣導糾紛案例。(國際司)		
		3. 督導地方政府、體育團體，依「消費者保護法」及「地方制度法」處理各項活動衍生之消費爭議事件，加強查核及通報。(體育署)	持續辦理。	
		4. 於本部「直轄市及各縣市短期補習班資訊管理系統」公告退費規範，並滾動檢討現行退費機制，以維護民眾權益，減少消費糾紛。(終身教育司)	持續辦理。	
		5. 每年要求地方政府落實辦理消費者保護查核作業，針對不合格運動場館業者於網站上予以揭露，並督導地方政府、運動場館業者應依「消費者保護法」處理各項衍生之消費爭議事件，加強查核及通報。(體育署)	持續辦理。	
(3)	(6) 建立消費爭議諮詢、申訴及調解案件之原因究明及統計分析(包括對特定消費族群)，並研議改進策略及揭露資訊。	1. 依行政院消費案件(健身中心、健身教練、禮券)統計分析報告，督導地方政府針對各項消費糾紛案件進行彙整及資訊揭露，作為改進之參考。(體育署)	持續辦理。	
		2. 持續督導台灣運動彩券股份有限公司落實「消費者保護」及「客戶服務」相關措施： (1) 規劃辦理運動彩券經銷商教育訓練事宜，使運動彩經銷商瞭解「消費者保護」及「客戶服務」相關內容。(體育署) (2) 每月針對客服中心進線電話進行分析統計，於每月例行會議中進行報告，並針對有爭議之案	持續辦理。	

序號	計畫目標與實施策略具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		件，提出改善措施。(體育署)		
		3. 持續督導各地方政府針對各項消費糾紛案件妥適處理並適時揭露資訊，俾利業者及消費者參考。(終身教育司、國際司)	持續辦理。	
		4. 函請地方政府提供留遊學消費糾紛案件及糾紛樣態分析後，據以進行彙整及資訊揭露。(國際司)	預定於 114 年 9 月辦理。	
7. 重視特定消費族群權益				
(1)	(3) 運用合適的宣導媒介，加強宣導特定消費族群關切的消費議題，例如高齡者財產信託制度、身心障礙福利機構評鑑及收費資訊、無障礙消費環境與服務等。	1. 督導地方政府於辦理家庭教育、兒童相關活動時適時宣導消費者保護教育。(終身教育司、國教署)	持續辦理。	
		2. 請全國樂齡學習中心辦理高齡(樂齡)消費者保護宣導計 100 場次、婦女及新住民消費者保護權益宣導 10 場次。(終身教育司)	持續辦理。	
		3. 於全國教育局(處)學管科長會議宣導，請地方政府督導學校，加強宣導「中小學學生課業學習輔助教材(含紙本及數位等模式)」購買權益，並持續督導將消費者保護觀念(如網路詐騙)融入相關課程。(國教署)	預定於 114 年 2 月至 3 月辦理。	
(2)	(4) 強化高齡者對於電視消費、電臺行銷、郵寄廣告型錄、鄰里活動促銷等行銷商品之購買辨識能力，並就高齡者消費媒介工具規劃建立監督機制，及鼓勵企業經營者為商品、服務	1. 請全國樂齡學習中心於辦理消費課程中，納入高齡者對於促銷商品之辨識能力議題，預計辦理 100 場次。(終身教育司)	持續辦理。	
		2. 請各社區大學辦理相關消費者保護宣導課程或活動時，適時融入媒體行銷辨識宣導，預計辦理 10 場次。(終身教育司)	持續辦理。	
		3. 於數位機會中心辦理相關數位應用課程時，適時向高齡者宣導消費者保護觀	持續辦理。	

序號	計畫目標與實施策略具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	之友善包裝與說明。	念,預計辦理 60 場次。(資科司)		
(5) 兒童及少年消費生活保護相關措施				
(3)	(5.1)保護兒童及少年免受數位媒體廣告(含隱藏廣告)之影響,並建立相關管理及查核機制。	1. 督導地方政府於辦理家庭教育、兒童相關活動時適時宣導消費者保護教育;補助地方政府推動中小學媒體素養基地學校計畫,於課程中加強學生媒體識讀能力,並辦理相關研習。(終身教育司、國教署)	持續辦理。	
		2. 持續維運臺灣學術網路(TANet)不當資訊防護系統,阻擋不適合存取網站,以避免兒少受有害身心健康之網路內容影響。(資科司)	持續辦理。	
		3. 透過 iWIN 辦理網路安全、防護工具等宣導,於中、南、東區辦理大型宣導活動各 1 場,北區則於資訊月活動宣導。(資科司)	持續辦理。	
		4. 研發數位學習教材,以保護兒童少年免受到數位媒體廣告影響。(資科司)	持續辦理。	
8. 消費者教育之推行				
(1)	(1) 針對不同年齡層之消費族群,加強教育宣導,並強化數位消費、通訊交易等消費者權益之教育。	1. 加強全國樂齡學習中心對於高齡長者之數位交易及通訊交易之宣導,預計辦理 100 場次,以避免消費者權益受損。(終身教育司)	持續辦理。	
		2. 於全國公私立大專校長會議,以及教務主管聯席會議,向各校宣導,鼓勵各校開設相關議題課程。(高教司、技職司)	預定於 114 年 2 月全國大專校院校長會議,以及同年 6 月至 9 月教務主管聯席會議向各校宣導。	
		3. 加強防制學生藥物濫用(含新興毒品)之校園宣導(學務特教司、國教署)	持續辦理。	
(2)	(3) 充實消費資(警)訊,並於	1. 持續維護更新教育部官方網站之「教育消費者保護	持續辦理。	

序號	計畫目標與實施策略具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	機關網站設置消費者服務專區網頁，及加強機關內部人員消費者教育訓練。	專區」，提供教育消費服務相關宣導資訊。(綜規司)		
		2. 持續維護更新國教署官方網站之「教育消費服務」專區，提供教育消費服務相關宣導資訊。(國教署)	持續辦理。	
		3. 持續維護更新體育署官方網站之「服務專區-運動場館」網頁內容，登載定型化契約應記載及不得記載事項、定型化契約範本、相關公告事項及解釋 QA 等資訊。(體育署)	持續辦理。	
(3)	(5) 開發並妥善運用各種宣導資源(例如結合終身學習、企業經營者及其公協會、消費者保護團體或各類非營利組織等)實施消費者教育。	1. 透過全國社區大學發展會議及辦理獎勵申請審查，鼓勵社區大學優先辦理消費者保護宣導、法律等相關課程或活動。(終身教育司)	預定於 114 年 8 月辦理。	
		2. 辦理樂齡學習中心訪視及督導各地方政府所屬樂齡學習中心進行消費者保護之宣導。(終身教育司)	持續辦理。	
		3. 辦理高爾夫球場經營管理人員及運動場館業研習會(含宣導法規、消保等相關事項)，邀集業者及地方政府參加，並於研習會中加以宣導消費者保護事宜。(體育署)	預定於 114 年底前辦理完成各 1 場次研習會。	
(4)	(6) 扶植、獎助消費者保護團體，並健全溝通平臺，加強與之聯繫、諮詢及合作，及協助其與國外消費者保護組織合作及交流。	1. 提供消費者保護團體短期補習班相關消費者保護資訊。(終身教育司)	持續辦理。	
		2. 持續與消費者保護團體互動合作，輔導消費者保護團體業務推展，以維消費者權益。(終身教育司)	持續辦理。	
9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督				
(1)	(2) 中央主管機關監督所轄地方	1. 督導地方政府使用偏鄉學校午餐熟食運載及溫度監	持續辦理。	

序號	計畫目標與實施策略具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	主管機關辦理相關消費者保護業務之成效。	控系統，讓偏鄉學生吃到熱騰騰的午餐。(國教署)		
		2. 督導地方政府辦理學生交通車(含學校、補習班及兒童課照中心)稽查。(終身教育司、國教署)	持續辦理。	
		3. 辦理全國性會議時，宣導「學校辦理校外教學活動租用車輛應行注意事項」。(學務特教司)	持續辦理。	
		4. 於學務主任等相關會議，針對部管學校宣導，落實有關學校辦理校外教學租用車相關事宜。(國教署)	預定於 114 年 10 月辦理 2 場。	
(2)	(4) 關注並研擬新科技(例如大數據、人工智慧、區塊鏈、社群媒體及行動支付等)新技術應用下衍生之消費者權益保障議題。	1. 依據十二年國民基本教育科技領域課程綱要，製作預防新科技網路應用詐騙教案。(資科司)	預定於 114 年 11 月 30 日前完成 1 份教學教案。	
		2. 辦理資訊素養評量活動時納入新科技消保議題。(資科司)	持續辦理。	

法務部 114 年度消費者保護方案

目錄

核心業務

3. 促進交易自由與公平

A. 促進公平交易

- (6) 加強消費詐騙（如偷斤減兩、摻偽假冒、一頁式廣告詐騙、遊戲點數詐騙等）之預防、查緝、因應與救濟，並協助消費者追回損失。

8. 消費者教育之推行

- (2) 因應民法成年年齡下修至 18 歲新制，針對 16 至 20 歲消費者，規劃並加強相關消費者教育。

非核心業務

3. 促進交易自由與公平

A. 促進公平交易

- (6) 加強消費詐騙（如偷斤減兩、摻偽假冒、一頁式廣告詐騙、遊戲點數詐騙等）之預防、查緝、因應與救濟，並協助消費者追回損失。

B. 促進自由公平競爭及合理價格之維持

- (2) 針對民生必需品、農產品之價格異常，適時採取市場調節、查處或資訊揭露等因應對策。

8. 消費者教育之推行

- (3) 充實消費資（警）訊，並於機關網站設置消費者服務專區網頁，及加強機關內部人員消費者教育訓練。
- (6) 開發並妥善運用各種宣導資源，強化各種消費議題及措施之教育與宣導。

9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督

- (4) 關注並研擬新科技（例如大數據、人工智慧、區塊鏈、社群媒體及行動支付等）新技術應用下衍生之消費者權益保障議題。

法務部 114 年度消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標(KPI)	目標值	備註
1	3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易 (6) 加強消費詐騙(如偷斤減兩、摻偽假冒、一頁式廣告詐騙、遊戲點數詐騙等)之預防、查緝、因應與救濟，並協助消費者追回損失。	加強消費詐騙之預防、查緝、因應與救濟，並協助消費者追回損失。	1. 聯合跨部會查緝新興詐騙模式，藉由主管機關之行政管制措施，聯合查緝以提高查緝量能，嚴懲詐欺犯罪。 2. 強化跨部會犯罪情資連結，加強源頭管制，藉由行政與刑事聯合查緝，阻絕人頭帳戶。 3. 落實罪贓返還，填補被害人財產損害，加強督導詐欺案件不法所得查扣，強化偵審中調解、認罪協商機制，力促被害罪贓返還。	具體訴訟案件被告是否有犯罪嫌疑及應否提起公诉，依刑事訴訟法規定，應由檢察官於調查事證後依法認定，故不宜用績效指標加以衡量。	以當年度實際偵辦詐欺起訴案件陳報。	具體措施 3A.(6) (檢察司) (延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標(KPI)	目標值	備註
2	8. 消費者教育之推行 (2)因應民法成年年齡下修至18歲新制，針對16至20歲消費者，規劃並加強相關消費者教育。	宣導民法成年年齡新制及相關權益(含消費者權益)事項	善用媒體、各級機關、學校等多元管道，辦理民法成年年齡規定與相關權利義務(含消費者權益)之宣導。	賡續透過行政院公益資源(無線電視台、全國廣播電台、全國各地LED跑馬燈及LCD電子看板據點)播放宣導動畫、廣播帶及文字訊息，並賡續辦理實地宣導活動。	預定114年度透過多元管道合計辦理15次以上之宣導。 (100%)	1. 具體措施 8.(2) 2. 法律事務司 (延續性指標)

法務部 114 年度消費者保護方案（非核心業務）

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
3. 促進交易自由與公平				
A. 促進公平交易				
1	(6) 加強消費詐騙(如偷斤減兩、摻偽假冒、一頁式廣告詐騙、遊戲點數詐騙等)之預防、查緝、因應與救濟，並協助消費者追回損失。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 鼓勵本局外勤單位積極發掘妨害農工商罪之案件，包括囤積商品、哄抬物價、違反食品安全衛生管理法及虛偽標記等罪，若達立案標準，立即報局立案偵辦查緝。(調查局) 2. 受理民眾檢舉消費者詐騙案件。(調查局) 3. 鼓勵本局外勤單位積極對外宣導消費者詐騙之犯罪型態、預防措施、因應方式及救濟管道。(調查局) 	113 年至 114 年持續辦理。	具體措施 3A. (6)
3. 促進交易自由與公平				
B. 促進自由公平競爭及合理價格之維持				
2	(2) 針對民生必需品、農產品之價格異常，適時採取市場調節、查處或資訊揭露等因應對策。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 配合行政院物價聯合稽查小組規劃作為，參與物價聯合稽查小組會議。(調查局) 2. 受理民眾檢舉民生必需品異常案件並提會討論，研商因應對策。(調查局) 3. 派遣外勤同仁，與農業部、財政部、經濟部、公平會及消保處等單位配合，共同成立現場稽查小組，進行現場稽查工作，執行穩定物價相關作為。(調查局) 	113 年至 114 年度持續辦理。	具體措施 3B. (2)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
8. 消費者教育之推行				
3	(3)充實消費資(警)訊，並於機關網站設置消費者服務專區網頁，及加強機關內部人員消費者教育訓練。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 配合辦理消費者保護教育訓練或宣導，以充實同仁消保能力及認知。(人事處) 2. 法務部全球資訊網設置消費者保護專屬網頁，持續提供民眾各項消費資(警)訊。(保護司) 3. 於司法官學院各年度之司法官班，適當安排消費者保護相關課程或於課程中加強各項消保常識之宣導，以強化受訓學員對於消費保護之意識。(司法官學院) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 114 年度辦理至少 1 次消費者保護教育訓練或宣導。 2. 上傳有關食、衣、住、行、金融、其他等 6 大類消費警訊，預計 100 則。 3. 114 年 12 月 31 日前辦理完畢。 	具體措施 8.(3)
4	(6)開發並妥善運用各種宣導資源，強化各種消費議題及措施之教育與宣導。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 賡續配合每年行政院人事行政總處訂定的「政策性訓練課程一覽表」辦理消費者保護(含消費者保護政策及法令)確實執行公務人員終身學習相關事項，並督促所屬機關確實遵照辦理。(矯正署) 2. 責成各主管機關及直轄市、縣(市)政府之政風機構於辦理廉政宣導時機，依據機關環境與業務性質，配合安排消費者保護相關資訊之教育與宣導，以保障同仁消費權益。(廉政署) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 辦理「消費者保護法」及相關法規與案例之終身學習課程與宣導，預定 114 年度至少辦理 1 次終身學習課程。 2. 保護資訊相關之專題演講、文字、電子、口頭或其他等宣導 300 次以上。 	具體措施 8.(6)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督				
5	(4) 關注並研擬新科技（例如大數據、人工智慧、區塊鏈、社群媒體及行動支付等）新技術應用下衍生之消費者權益保障議題。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 持續蒐集消費相關資安防護漏洞及網路違常活動等情資，並通報權責機關(單位)，保護消費者個人資料，降低受騙機率。(調查局) 2. 提升雲端資料取證工具，擴大取證範圍，如通訊軟體、電子郵件等，將因案扣押的證據上傳至與法務部等機關共同建置之司法聯盟鏈，運用區塊鏈的特性，完備數位證據驗證程序。(調查局) 	113 年至 114 年持續辦理。	具體措施 9.(4)

經濟部114年度消費者保護方案

目錄

核心業務

1. 確保食品、商品與服務安全及品質
2. 消費資訊充分、正確及透明
3. 促進交易自由與公平
4. 持續推動永續消費
8. 消費者教育之推行

非核心業務

1. 確保食品、商品與服務安全及品質
2. 消費資訊充分、正確及透明
3. 促進交易自由與公平
 - A. 促進公平交易
 - B. 促進自由公平競爭及合理價格之維持
4. 持續推動永續消費
5. 健全數位消費環境
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理
7. 重視特定消費族群權益
8. 消費者教育之推行
9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督

經濟部114年度消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
1	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	滾動檢討應施檢驗品目及國家標準編修	檢討應施檢驗品目範圍。	針對高風險商品，規劃公告新增為應施檢驗品目。	制修訂14種商品(塑膠地墊、嬰兒鞦韆、家用換尿布台、奶嘴鍊、夾套式鋼瓶閥、夾套式調整器、充電式電動手工具、電捕昆蟲器、電毯、個人用電保暖器具、電熱褥、磨咖啡豆機、電剪髮器、電動刮鬍刀)為應施檢驗商品。	標準局 具體措施 1.(1)
			制修訂商品相關國家標準。	為加速政府重大政策與計畫之落實，預計制修訂相關國家標準。	制修訂相關國家標準55種。	標準局 具體措施 1.(1)
2	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	落實一般商品標示及管理	1. 督導地方政府執行商品標示查核輔導，並考核執行績效考核。 2. 適時研修商品標示相關規範。	商品標示業務執行績效考核。	考核9縣市政府業務執行績效。	標準局 具體措施 1.(1)、 (2)
3	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	落實「應施檢驗商品發生事故通報辦法」之通報機制	接獲商品事故通報，均依相關規定辦理調查，並主動關注輿情商品事故資訊，辦理後續調查。	提報辦理商品事故通報調查案件數。	辦理商品事故通報案件調查100件。	標準局 具體措施 1.(8)
4	1. 確保食品、商品與服務安全及	向零售業者宣導商品販售應	向業者宣導應落實相關法規，如接	於本署 FB 及相關活動中向業者宣導。	通過 FB 宣導2則。	商業署 具體措施 1.(1)、

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標(KPI)	目標值	備註
	品質	符合食品安全、商品標示及消費者保護等法規。	獲消費者反應，將請業者改善。			(2)
5	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	輔導城鄉特色產業業者重視食品安全與消費者權益。	宣導食品安全衛生管理與商品標示必要性與重要性。	辦理說明會，向業者宣導製造產品應符合食品安全衛生管理法與商品標示法。	辦理說明會1場次。	中企署具體措施1.(1)、(2)
			推廣消費者保護法重視消費者權益。	辦理消費者保護法規宣導課程。	辦理消費者保護法規宣導課程1小時。	中企署具體措施1.(1)、(2)
6	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	觀光工廠輔導與評鑑	1. 加強通過評鑑之觀光工廠揭示入場費用、商品價格情形、觀光服務區域內設施(備)標示或警告標示、避難逃生指引標示及公共意外責任險投保情形查核，強化評鑑與續期評鑑之管理及查核。	查核觀光工廠揭示入場費用、商品價格情形、觀光服務區域內設施(備)標示或警告標示、避難逃生指引標示及公共意外責任險投保情形。	完成觀光工廠揭示入場費用、商品價格情形、觀光服務區域內設施(備)標示或警告標示查核及公共意外責任險投保情形20家次(含)以上。	產業署具體措施1.(7)、(9)
			2. 加強觀光工廠經營者推行消費者教育	辦理強化觀光工廠消費者保護教育。	完成強化觀光工廠消費者保護教育20案次(含)以上。	產業署具體措施1.(1)、(2)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標(KPI)	目標值	備註
6			並善盡社會責任，以保障消費者權益，透過對觀光工廠業者宣達消費者新知與消費爭議處理，提供新知文宣等資料予觀光工廠業者張貼公告。			
			3. 加強觀光工廠經營者推行消費者教育並善盡社會責任，以保障消費者權益，透過對觀光工廠業者宣達消費者新知與消費爭議處理，提供新知文宣等資料予觀光工廠業者張貼公告。	辦理強化觀光工廠消費者保護教育。	完成強化觀光工廠消費者保護教育1案次(含)以上。	產業署 具體措施 1.(1)、 (2)
7	1. 確保食品、商品與服務安	加強管理電子商務平台販售	要求電商平台對應商品之販	要求國內主要電商平臺於銷售網頁上架應	網頁設置「必填欄位」計15種品項。	標準局 具體措施 1.(1)、

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標(KPI)	目標值	備註
	全及品質	應施檢驗商品。	售網頁應有下列管理措施： 1. 揭示其商品檢驗標識或完成檢驗程序之證明。 2. 商品上架把關機制(含本局應施檢驗商品查詢路徑連結、上架提醒等)。	施檢驗商品時設置商品檢驗標識之識別號碼「必填欄位」。		(2)
8	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	提高微電腦瓦斯表裝置率	督促公用天然氣事業高用戶微電腦瓦斯表裝置率	微電腦瓦斯表累積裝置率	微電腦瓦斯表累積裝置率達到60%	能源署 具體措施 1. (4)
9	2. 消費資訊充分、正確及透明	加強液化石油氣之管理及查核	輔導地方政府辦理桶裝瓦斯重量查核(包含分裝業及零售業), 並就查獲重量不足重之業者依「石油管理法」裁處。	地方政府辦理桶裝瓦斯重量查核(包含分裝業及零售業)家次。	22縣(市)政府查核1,700家次。	能源署 具體措施 2. (5)
			向民眾宣導簽訂「家用液化石油氣定型化契約」, 提升民眾消費權益意識。	1. 民眾宣導活動場次。 2. 申訴或違規案件下降數(率)。	宣導活動8場次	能源署 具體措施 2. (5)
			建議加強業者宣導, 提	液化石油氣公會宣導活動場	宣導活動2場次	能源署 具體措施

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標(KPI)	目標值	備註
			升使用家用液化石油氣供氣定型化契約之比率	次。		2.(5)
10	2. 消費資訊充分、正確及透明	向零售業者宣導商品標示資訊應充分、正確及透明。	宣導商品標示正確資訊。	於官網、FB 等進行宣導。	宣導2則。	商業署 具體措施 2.(2)、 (4)
11	3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易	「家用天然氣供氣定型化契約應記載及不得記載事項草案」之查核及宣導	訂定「家用天然氣供氣定型化契約應記載及不得記載事項草案」(能源署)	配合行政院消保處審查進度辦理。	配合行政院消保處審查進度辦理。	能源署 具體措施 3.A.(1)
12	3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易	汽車買賣及維修定型化契約應記載及不得記載事項之查核及宣導	促請各地方政府加強宣導及查核汽車、中古車買賣定型化契約業者。	汽車、中古車買賣定型化契約稽查件數。	查核20件。	商業署 具體措施 3.A.(1)、 (4)
			透過查核及輔導業者落實相關法規遵循，以提升業者對於汽車維修定型化契約規範之瞭解，與維護消費者權益的正確觀念。	汽車維修定型化契約及會同地方政府消保官聯合稽查件數。	查核20件。	產發署具 體措施 3.A.(1)、 (4)
13	3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易	零售業等行業別之商品(服務)禮券定型化契約應記載及	零售業等行業別之商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事	零售業等行業別之商品(服務)禮券定型化契約查核。	114年度經常性辦理。	商業署 具體措施 3.A.(1)、 (2)、(4)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標(KPI)	目標值	備註
		不得記載事項之查核及宣導。	辦理查核輔導作業，督促業者落實規範。			
14	3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易	持續檢討研(修)訂、公告與消費生活密切相關行業項目之定型化契約應記載及不得記載事項。	研議修正「洗衣定型化契約應記載及不得記載事項」。	修正「洗衣定型化契約應記載及不得記載事項」。	於114年12月底前報院審查。	商業署 具體措施 3.A.(1)、 (2)、(4)
15	4. 持續推動永續消費	對於宣稱環保之商品之查核(處)。	對於宣稱環保之商品，研議管理規範，加強安全、品質及真實性之查核(處)。	落實省水標章管理制度，加強省水標章產品抽驗及後市場稽查。	1. 辦理90件省水標章產品檢驗。 2. 辦理113年度產品檢驗不符合案件追蹤及複檢。 3. 辦理220案應具省水標章產品稽查，包含於製造商、代理商、經銷商及網路平台(購物中心及拍賣平台)。	水利署 具體措施 4.(5)-(7)
16	8. 消費者教育之推行	辦理強化企業經營者之消費者保護觀念相關宣導活動及執行措施。	辦理商業服務業綠色消費推廣活動，建立永續消費概。	綠色消費推廣活動場次。	每年1場次以上(訓練時數須達6小時以上)	商業署 具體措施 8.(1)、 (2)、(5)
			透過計畫說明會、活動等場合向零售業者、公會等宣導說明消費者保護觀念及執行措施。	透過說明會、活動等場合向商圈業者、生服務業者、公會等宣導說明消費者保護觀念及執行措施。	114年預估至少辦理6場次	商業署 具體措施 8.(1)、 (2)、(5)
			將消費者保護法相關班	辦理消費者保護法規推廣與	114年共5場次。	中企署 具體措施


序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標(KPI)	目標值	備註
16			別列入年度訓練計畫之參訓需求調查。並針對特定地區、業別，辦理中小企業消費者保護法規推廣與宣導說明會。	宣導場次		8.(1)、(2)、(5)
		宣導法定度量衡。	為向下扎根，進入校園向學生宣導法定度量衡單位相關知識。	辦理校園活動宣導。	預計28場次校園活動，700人次。	標準局 具體措施 8.(1)
			為提升相關度量衡檢定人員與計量技術人員之度量衡專業知識並強化檢定及校正能力，舉辦訓練課程。	辦理法定度量衡器相關之專業教育訓練。	預計4場教育訓練，200人次。	標準局 具體措施 8.(1)
		辦理節能及能源效率分級標示宣導推廣等活動。	透過說明會向製造商、進口商、經銷商及零售商等相關業者宣導說明節能標章及能源效率分級標示稽查作業，強化業者重視標章標示正確性之意識。	辦理能源效率分級標示及節能標章產品之稽查作業說明會。	辦理1場說明會	能源署 具體措施 8.(1)
		舉辦訓練課程以增進本部同	1. 將消費者保護法相關班別列	訓練課程場次。	每年1場次。	人事處 具體措施 8.(6)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標(KPI)	目標值	備註
16		仁重視消費者權益及妥善處理消費事件。	<p>1. 入年度訓練計畫之參訓需求調查。</p> <p>2. 辦理經濟部及所屬行政機關同仁訓練或業務研習時，安排消保法相關課程，邀請專家學者進行授課，每年至少辦理1次講習，並視同仁參訓需求增加研習場次。</p>			
		國營事業辦理及參加相關宣導活動。	<p>每年辦理有關消費者保護等教育訓練。將針對特定消費族群，加強對消費者保護之相關課程及宣導，並於教育訓練課程中增加18-20歲新成人消費權益認知相關課程。</p>	消費者保護相關教育訓練場次及時數。	114年基層主管培訓班安排相關課程，預計開設1班次，人數約50人。	國營事業管理司-台糖公司 具體措施 8.(1)-(3)
			於基層主管培訓班安排消費者保護相關課程，	消費者保護相關教育訓練場次及時數。	提升服務效能研習班安排相關課程，預計開設1班次，人數約50人。	國營事業管理司-台水公司 具體措施

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標(KPI)	目標值	備註
16			加強相關觀念。			8.(3)、(5)
			於提升服務效能研習班安排顧客抱怨處理相關課程，加強相關觀念。	顧客抱怨處理相關教育訓練場次及時數。	提升服務效能研習班安排相關課程，預計開設1班次，人數約50人。	國營事業管理司-台水公司 具體措施 8.(3)、(5)
17	8. 消費者教育之推行	強化與消費保單位間之合作與交流。	與國內消費者文教基金會等消費者保護團體進行合作，辦理市場購樣檢測專案計畫等。	辦理與消費者文教基金會合作，進行市場購樣檢測專案計畫。	預計與消費者文教基金會合作5件市場購樣檢測。	標準局 具體措施 8.(7)
			與行政院消費者保護處進行合作，辦理市場購樣專案。	辦理媒體關注、新興商品或高風險商品專案市場購樣檢測，發布新聞。	預計與行政院消費者保護處合作3件市場購樣檢測。	標準局 具體措施 8.(7)

經濟部114年度消費者保護方案（非核心業務）

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1. 確保食品、商品與服務安全及品質				
1	(1)加強對食品(含食品添加物等)、藥品、保健食品、商品、服務及營業場所之安全管理與查核，並檢討及研修(訂)相關法令、標準。	1. 各項商品依食品安全衛生管理法各分類規定生產，添加物依食品添加物使用範圍及限量規格標準使用。 2. 加強生產工廠及委託代工廠之食品安全衛生查核，每年查廠至少一次，並針對稽查建議事項，列管追蹤至改善完成為止。 3. 加強賣場商品之標示、有效日期及其他相關衛生安全規範查核作業。	114年度經常性辦理。	國營事業管理司-台糖公司
2	(3)加強含有毒性化學物質(含環境荷爾蒙)、重金屬商品(食品)、農藥、動物用藥與飼料等之製造、安全管理、流向管控機制及查核，並落實對前揭業者之監督輔導，及促進替代性物質之研發。	透過產發署「產業綠色技術資訊網」連結化學署「環境荷爾蒙管理計畫」，以及辦理環保法規及技術講習會，向業者宣導環境賀爾蒙管制現況及國際趨勢。	每年持續辦理。	產業署
		針對含有毒性化學物質之商品，加強辦理市售商品之購樣檢測。	114年度經常性辦理。	標準局
		執行石油製品等化學製品檢驗業務。	114年度經常性辦理。	標準局
3	(4)推動及落實商品、食品及農產品之安全性、可追溯性及生產永續性的追蹤(溯)履歷制度，以及相關廢棄物之管控標準作業流程。	研參先進國家商品驗證法規，推動商品追溯制度，建置重要零組件資料並使用重要零組件查詢系統。	114年度經常性辦理。	標準局
		篩選特定商品試行商品檢驗標識(含QR Code)方式，以追蹤商品是否已完成檢驗程序	114年度經常性辦理。	標準局
4	(6)加強賣場、觀光遊憩區、溫泉場館等消費	針對應施檢驗商品辦理市場檢查及市場購樣檢	114年度經常性辦理。	標準局

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
4	場所設施(備)之標示(章)、警告標示、避難逃生標示、認證之管理及查核，並檢討修訂相關規範。	驗，加強查核商品檢驗標識及標示。(包含鋰電池)		
		針對製造販賣之廠場辦理市場監督，稽查度量衡器是否有「  」字檢定合格印證。	114年度經常性辦理。	標準局
		針對節能標章及能源效率分級標示產品進行標示正確性查核，並適時檢討修訂查核管理規範，確保查核管理品質。	114年度經常性辦理。	能源署
		適時檢討修正臺灣製 MIT 微笑產品驗證制度相關法規，並落實臺灣製產品 MIT 微笑標章後市場稽查與獲證業者追蹤管理。	114年度經常性辦理，預計針對20個以上通路之市場稽查，並針對獲證業者進行100案次以上追蹤管理。	產業署
		查核觀光工廠觀光場域、逃生指標設置情形。	114年預定查核20件。	產業署
		專營兒童遊戲場及百貨賣場附設兒童遊戲場之備查及稽查管理	114年度經常性辦理。	商業署
		1. 台糖公司「品質管理委員會」定期派員至各消費場所及商品 OEM 廠商工廠實施查核，針對商品品質、設施之標示、警告標示及環境清潔等項目查核，對於不合格項目，列管追蹤，直至完全改善為止。 2. 定期檢查消費場所各類公共安全設施，加強走動式管理，對於各項指引、警告、避難逃生等標示設施有故障時，應迅速修妥，以確保設施品質。	114年度經常性辦理。	國營事業管理司 - 台糖公司

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
5	(7)針對短期間聚集大量人潮之消費場所或活動，加強室內空氣品質及公共安全維護之監督、管理與查核(含公共意外責任險投保情形)。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 每年辦理安全維護查核，要求各消費場所確實依據相關規定嚴格執行公共安全檢查，對於不合格者，列管追蹤，直至完全改善為止，以落實公共安全維護工作。 2. 辦理各項公共安全講習及演練，增進員工公安知識及緊急應變能力。 3. 已訂頒「災害緊急應變作業要點」，擬訂各類型可能發生之災害緊急應變計畫，並成立各類災害緊急應變小組及任務編組，以執行災害緊急事件之應變。 4. 落實通風設備清潔與保養，保持消費場所室內空氣品質良好。 5. 加強走動式管理，對於消費場所設施有危險之虞者，設立危險警告標示，必要時派員監護並迅速報修。 6. 消費場所依規定辦理公共意外責任險投保。 	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司- 台糖公司
		查核觀光工廠投保意外責任險情形。	114年度經常性辦理。	產業署
		經濟部所轄展館(會展中心)之作法： <ol style="list-style-type: none"> 1. 辦理建築物公共安全與消防安全檢查，並持續進行各項設施維保作業。 2. 依緊急應變計畫，辦理各項消防、公共安全講習及演練。 	114年度經常性辦理。	國貿署

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
5		3. 辦理空調設備維護保養、室內外空氣循環作業，監控場內空氣品質。 4. 辦理大型展覽(活動)人流管控。 5. 依規定投保各項公共意外責任險。		
6	(8) 建構食品、商品及服務之市場監督、瑕疵或事故發生之通報及預警制度，並健全下架、召回、回收、銷毀、維修、退換貨或停止服務制度。	落實「應施檢驗商品發生事故通報辦法」之通報機制，並加強機關間之橫向聯繫。	114年度經常性辦理。	標準局
		請經濟部各駐外單位隨時蒐集各國際組織定期發布之資料、駐在國相關疫情、有安全之虞之基因改造食品、瑕疵品、其他食品資訊及國際間對消費者保護相關規定等資料，並回報國內相關單位，以供採取必要措施之參考。	114年度經常性辦理。	國貿署
7	(9) 針對致生損害嚴重之虞或影響人數為多之食品、商品與服務，研議建立損害賠償機制，或輔導企業經營者投保產品責任險或其他責任險。	針對商品發生事故致損害消費者案件，協助各政府機關或法院提供商品失效性鑑定服務，以釐清商品失效原因。	114年度經常性辦理。	標準局
		督導加油(氣)站投保公共意外責任險。	114年度經常性辦理。	能源署
		1. 台電公司已建立「線路設施或產品因意外事故致他人受損害之賠償處理流程」及「供電線路施工致他人受損害之賠償處理流程」等損害賠償機制。 2. 損害賠償處理流程會調查損害事實發生經過、檢討事故原因及責任歸屬，一定金額以上須經地方政府協	114年度經常性辦理	國營事業管理司-台電公司

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
7		<p>調會勘或經法院判決，以確保服務安全及品質。</p> <p>3. 有關建立損害賠償機制—停電扣減電費規定：台電公司營業規章第39條訂有停電電費扣減相關規定，補償用戶停電損失。另第19條規定，在特定情形下，得停止供電或限制用電，並請用戶對於用電不能中斷之場所或設備，應視需要自備備用電源。台電公司為國營公用事業，肩負社會責任，電力供給不以營利為目的，為提供用戶低廉電價，電價未計入賠償用戶停電損失成本，故補償有一定限制。對於用戶損害超過停電補償部分，應由用戶透過保險視需求(如火險附加條款)處理。</p>		
		<p>1. 建立加油(氣)機器設備安全檢查機制，並辦理油品品質管控事宜。</p> <p>2. 維持台灣中油公司溶劑產品(清淨劑、去漬油)之投保機制及客訴機制。</p>	114年度經常性辦理。	國營事業管理司—中油公司
		<p>1. 為貫徹產品責任保險，台糖公司所生產的產品均會投保產品責任險，並於產品自願性標示「本產品已投保產品責任險」，落實自主管理之責任，</p>	114年度經常性辦理。	國營事業管理司—台糖公司

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
7		提供消費者安心的承諾。 2. 已訂頒「客訴處理作業要點」，台糖公司各單位據以處理消費爭議損害事件。		
		1. 已建立因供水管線等致他人遭受損害之賠償機制，依「台灣自來水股份有限公司損害賠償及慰問金發給作業須知」相關規定辦理。 2. 已建立因不可抗力之事由致停止供水之水費賠償機制，依「台灣自來水股份有限公司營業章程」相關規定辦理。	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司－ 台水公司
8	(10)加強企業經營者對消費者個人資料(含隱私權)保護及金融交易(例如信用卡、第三方支付、線上及行動支付等)安全之監督、管理與查核。	針對零售業者辦理個資行政檢查	114年度經常性辦理。	商業署
		行動支付簽約廠商皆依照「台灣電力股份有限公司資訊業務委外資通安全條款」、「台灣電力股份有限公司資訊作業委外存取保密合約」、「台灣電力股份有限公司資訊存取安全協定」及「台灣電力股份有限公司資訊委外業務個人資料保護條款」履行契約。	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司－ 台電公司
		行動支付簽約廠商皆依照「台灣自來水股份有限公司委託代收(繳)用戶水費契約」個人資料保護條款履行契約。	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司－ 台水公司
2. 消費資訊充分、正確及透明				
1	(1)推行食品、商品及服務之公開誠實標價、	已建置油價資訊管理與分析系統，公布油品及	114年度經常性辦理。	能源署

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1	單位定價、價格查詢或比較機制等制度，以促進價格資訊的透明化。	桶裝瓦斯查報價格。		
		已於網站公告各公用天然氣事業天然氣價格。	114年度經常性辦理。	能源署
		台電公司已於公司網站公布電價表及相關訊息供用戶查詢。	114年度經常性辦理。	國營事業管理司-台電公司
		1. 汽、柴價格依據浮動油價機制調整，並於台灣中油公司全球資訊網對外公開，清楚揭露油價公式所使用的各項數據，包括指標原油(7D3B)週均價、匯率、調幅、調整金額等，各次調價均在主管機關之監督下執行，符合公開透明之原則。 2. 政府「物價資訊看板平台」於104年3月底上線，台灣中油公司定期更新油瓦斯等民生相關產品價格，以簡單明瞭的方式呈現，方便民眾查閱。	114年度經常性辦理。	國營事業管理司-中油公司
		1. 商品定價係經市場調查競品售價及合理利潤後，訂定建議零售價格，並標示於台糖健康易購網分類商品項下，供消費者查詢。 2. 各類大包裝砂糖，依國際糖價及匯率之波動，以每日公告牌價於台糖全球資訊網/業務公告/商務專區/糖價項下，以利消費者查詢價格。	114年度經常性辦理。	國營事業管理司-台糖公司
		水價之訂定係依據自來水法第59條規定及中央	114年度經常性辦理。	國營事業管理司-

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1		主管機關(經濟部)所訂頒之「水價計算公式及詳細項目」檢討及核算，經主管機關(經濟部)召開「水價評議委員會審議」通過核定後公告實施，相關費率公布於公司網站供用戶查詢。		台水公司與水利署
2	(2)提升觀光遊憩區、夜市等消費場所食品、商品與服務之價格標示及收費標準資訊透明度。	請各地方政府落實夜市攤商販售之食品、商品價格標示。	114年度經常性辦理。	商業署
		查核觀光工廠揭示入場費用、商品價格情形。	114年預定查核20件。	產業署
		消費場所食品、商品與服務之價格標示及收費標準均於明顯處清楚標示，以維資訊透明度。	114年度經常性辦理。	國營事業管理司-台糖公司
3	(4)針對商品與服務之不實廣告、標示及宣稱，加強管理、查核(處)及宣導。	促請各地方政府就福袋定型化契約應記載及不得記載事項規定進行宣導及查核。	114年度經常性辦理。	商業署
		督導地方政府就商品標示法相關規定進行宣導。	1. 114年度經常性辦理。	標準局 (非核心業務 2.(6)及 7.(5.2) 業整併入 本執行項目)
		適用商品標示法規範之市售一般商品，督導各直轄市、縣(市)政府執行商品標示加強查核，並就標示不實情事積極查處，並加強抽查媒體或消保團體關注有安全危險性之商品。	114年度經常性辦理。 (非核心業務1.(2)及 2.(6)整併入本執行項目)	標準局
3. 促進交易自由與公平				
A. 促進公平交易				
1	(1)持續檢討研(修)訂、公告與消費生活	促請各地方政府就婚紗攝影定型化契約查核輔	114年度經常性辦理。	商業署

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1	密切相關行業項目之定型化契約應記載及不得記載事項，並落實宣導、查核及處罰。	導，督促業者落實規範。		
		促請各地方政府就福袋定型化契約應記載及不得記載事項規定進行宣導及查核。	114年度經常性辦理。	商業署
		適時檢討修訂「電業消費性用電服務契約範本」。	視實際情況督促台電公司檢討修正其消費性用電服務契約範本，以保障消費者權益，並配合行政院消保處審查進度辦理。	能源署
		參照電業消費性用電服務契約訂定台灣電力公司消費性用電服務契約。	114年度經常性辦理。	國營事業管理司－台電公司
		有關捷利卡(含行動捷利卡)版面內容皆按照商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項規定辦理。台灣中油公司亦每年洽詢銀行針對卡片出售日起1年內持卡者所儲值後尚未使用之金額，提供足額履約保證，以維護消費者權益。	114年度經常性辦理。	國營事業管理司－中油公司
		台糖公司學苑於租賃時會與承租人簽訂「住宅租賃定型化契約」，並依內政部「房屋租賃定型化契約應記載及不得記載事項」規定，持續檢討研(修)訂、宣導及查核。	114年度經常性辦理。	國營事業管理司－台糖公司
		消費性用水服務契約係依據經濟部98年11月11日公告之日公告之「消費性用水服務契約範本」訂定。	114年度經常性辦理。	國營事業管理司－台水公司
2	(2)強化預付型、遞延性商品(服務)及會員制	促請各地方政府就適用零售業等行業別之商品	114年度經常性辦理。	商業署

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	等交易之風險管控、資訊揭露與履約保障等機制，並辦理查核。	(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項規定業者，持續辦理輔導查核作業。		
3	(3)健全各項利息、手續費、違約金或附加費用等之規範、管理與查核。	本部所轄汽車買賣、婚紗攝影服務定型化契約應記載及不得記載事項、以及中古汽車買賣定型化契約範本，均明文規定定金上限之限制，本部並每年函請地方政府查核相關業者，以保障消費者權益。	114年度經常性辦理。	商業署
4	(5)防範顯失公平定型化契約條款之濫用，及導正不當行銷或不公平競爭等商業行為。	針對業管定型化契約應記載及不得記載事項進行查核及宣導。	114年度經常性辦理。	商業署
5	(6)加強消費詐騙(如偷斤減兩、摻偽假冒、一頁式廣告詐騙、遊戲點數詐騙等)之預防、查緝、因應與救濟，並協助消費者追回損失。	請各地方政府針對傳統市場及夜市攤商，加強宣導不偷斤減兩及摻偽假冒行為。	114年度經常性辦理。	商業署
		1. 辦理度量衡器檢定工作，確保計量準確。 2. 辦理度量衡器委託檢定機構業務監督考核。 3. 辦理加油機、衡器、計程車計費表及家用三表等度量衡器檢查。 4. 辦理型式認證度量衡器市場購樣計畫。 5. 辦理度量衡器自行檢定業者業務查核及器具抽檢。 6. 辦理網路銷售平台法定度量衡器之監視計畫。	114年度經常性辦理。	標準局
		1. 督導地方政府辦理桶裝瓦斯重量查核(包含分裝業及零售業)，並就查獲重量不足重之	114年度經常性辦理。	能源署

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
5		業者依「石油管理法」裁處。 2. 辦理「家用液化石油氣供氣定型化契約」民眾宣導，以提升民眾消費權益意識。		
		將於「中小企業法律諮詢服務網」之消費者保護專區，加強宣導防詐騙資訊。	114年度經常性辦理。	中企署
		1. 為避免不肖業者假藉換表名義向用戶收取費用，台水公司寄發「水量計汰換通知單」通知用戶預計換表日期，並訂定「水量計換裝作業施工規範」，要求委外換表廠商工作期間應配帶工作證(識別證)，主動告知用戶換表服務均屬免費，以加強消費詐騙之預防。 2. 為避免水費簡訊詐騙，台水公司於社群臉書、官網及水費信封等多元管道進行反詐騙宣導，並持續注意詐騙案件即時發布澄清新聞稿，亦透過「內政部警政署165反詐騙系統」檢舉不明詐騙連結或電話號碼，維護民眾權益。	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司- 台水公司
		協調查禁仿冒商品。	114年度經常性辦理。	智慧局
3. 促進交易自由與公平				
B. 促進自由公平競爭及合理價格之維持				
1	(2) 針對民生必需品、農產品之價格異常，適時採取市場調節、查	掌握物價波動情形。	114年度經常性辦理。	商業署
		執行本部「重要商品及原物料市況監理小組」	114年度經常性辦理。	綜合規劃 司

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	處或資訊揭露等因應對策。	運作，責由本部相關單位掌握重要農工原物料及民生物資之價格變動及供需情勢，適時採物價穩定措施。		
		配合政府平抑物價政策，適時合理調整砂糖、沙拉油等產品價格及穩定國內毛豬產銷需要。	114年度經常性辦理。	國營事業管理司-台糖公司
2	(3)針對公用事業、運輸事業、電信事業及非屬完全競爭市場之商品與服務，落實費率管制與資訊公開機制。	依「公用售電業電價費率計算公式」、「輸配電業各項費率計算公式」辦理電價及電網費率檢討，確保費率合理檢討結果，並落實資訊公開。	每年定期召開電價費率審議會，包括2次(3月及9月)的公用售電業電價費率檢討及1次的輸配電業各項費率檢討，另基於資訊充分揭露，於會後2週內將會議紀錄、會議討論資料等資訊公開於網路	能源署
		依「天然氣事業法」第34條辦理公用天然氣事業氣價檢討，並落實資訊公開。	114年度經常性辦理。	能源署
		建立水價計算或調整之合理機制，並落實資訊公開。	114年度經常性辦理。	水利署
		1. 電業法第49條規定公用售電業之電價計算公式由中央主管機關(經濟部)訂定。台電公司業依據電價計算公式及其運作模式辦理電價調整，並提報電價費率檢討方案。 2. 承上，經經濟部特設之電價費率審議會討論、重新計算並表決平均電價費率及電價調整幅度後所訂定之電價，台電公司均公布於公司網站供用戶	114年度經常性辦理。	國營事業管理司-台電公司

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
2		查詢。		
		1. 國內油價係依據浮動油價公式計算調整，調價新聞稿每週日中午12時公告於台灣中油公司全球資訊網暨經濟部網站，資訊公開透明。持續落實浮動油價調整機制，使油品價格調整回歸市場機制。 2. 各類天然氣用戶牌價（發電、工業與公用天然氣事業）及液化石油氣調價均按政府核定氣價公式計算。	114年度經常性辦理。	國營事業管理司－中油公司
		1. 台糖公司所屬購物網站(健康易購網)提供各式產品圖片、標示、包裝規格及售價供消費者參閱。 2. 遇重大消費資訊，適時發布新聞稿，提供資訊公開機制。	114年度經常性辦理。	國營事業管理司－台糖公司
3	(5)針對有欺騙或誤導消費者之虞的定價行為（如隱藏費用或逐步	(1)自來水法第59條第1項規定自來水價之計算公式及詳細項目由中央主管機關(經濟部)訂定。 (2)台水公司水價訂定依據經濟部訂頒之「水價計算公式及詳細項目」檢討及核算，並由經濟部召開「水價評議委員會審議」通過核定後公告實施，相關費率公布於公司網站供用戶查詢。	114年度經常性辦理。	國營事業管理司－台水公司
		檢討天然瓦斯業者向消費者推銷商品的必要性及研議價格合理性。	114年度經常性辦理。	能源署

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
3	加價)，加強規範及查處。	公用售電業之電價係經經濟部特設之電價費率審議會討論、重新計算並表決平均電價費率及電價調整幅度後所訂之。	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司－ 台電公司
		加強監控網路及手機詐騙手法，並即時以新聞稿或網路社群澄清，避免消費者誤導受騙。另針對假藉台灣中油公司名義欺瞞消費顧客等不法行徑主動調查瞭解，視情況採取法律行動，以確保台灣中油公司資訊、交易安全，維護消費大眾權益。	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司－ 中油公司
		1. 台糖公司所屬購物網站(健康易購網)，詳實刊載商品訂(售)價、各類商品圖片及資訊，供消費者即時查詢商品價格，以防止通路欺騙或誤導消費者的定價行為。 2. 提供消費者健康安全的產品並主動揭露檢驗報告，致力達成「台糖出品，食在安心」。 3. 設置專人服務之免付費顧客服務專線(0800-026-168)供消費者隨時諮詢。 4. 台糖公司全球資訊網設置「165」全民防詐騙超連結，加強宣導以預防詐騙事件發生。	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司－ 台糖公司
		水價之訂價應經「水價評議委員會審議」通過後，陳報經濟部核定後實施，如需調整亦需依	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司－ 台水公司

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		相關程序審查。		
4. 持續推動永續消費				
1	(2)鼓勵企業經營者以環保及環保觀點，從事產品(例如食品器具及容器、商品等)之開發、設計、採購、包裝及使用。	輔導流通服務業者於商品配送時使用循環箱。	114年5月底前完成。	商業署
		輔導通路及物流業者於商品配送時使用循環箱，及輔導企業發展低碳經營，鼓勵企業採購、使用、提供環境友善產品或服務。	114年度經常性辦理。	商業署
		輔導通路及物流業者於商品配送時使用循環箱，及輔導企業發展低碳經營，鼓勵企業採購、使用、提供環境友善產品或服務。	114年12月底前完成。	商業署
		推動國際獎項「金點設計獎」，其中包含傳達設計類-包裝設計品，樹立標竿學習典範。	114年度經常性辦理，預計受理100件包裝設計品參與選拔。	產業署
2	(3)鼓勵企業經營者提供合理保固年限與維修權益，適度開放多元維修管道，延長商品壽命，減少浪費。	汽車買賣定型化契約應記載及不得記載事項第7點及第8點已明文規定汽車買賣之重大瑕疵或屢修不復(檸檬車條款)，消費者得更換同型(或等值)新車或解除契約之規定，並自110年已請地方政府將汽車買賣定型化契約規範列為重點稽查項目，並每年定期追蹤。	114年度經常性辦理。	商業署
3	(4)研議推動食物銀行或二手商品等再利用，減少資源浪費、促進廢棄物和產品可回收部分的再利用。	輔導商業服務業建立循環應用體系，回收循環再利用創造循環經濟效益，促進企業實際達成減碳效益。	114年度經常性辦理。	商業署
4	(5)對於宣稱環保之商品，研議管理規範，加強安全、品質及真實性之查核(處)。	有涉及環保二次利用之正字標記產品：針對宣稱環保之商品，加強辦理市售商品之購樣檢	114年度經常性辦理。	標準局

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
4		驗。		
		落實節能標章或能源效率分級標示產品之查核，執行容許耗用能源基準、節能標章及能源效率分級標示抽樣檢測。	114年度經常性辦理。	能源署
5	(6)持續推動源頭管理，及研訂各項行為準則，俾利消費者、企業、政府機關團體、學校、社區、家庭採取環境友善措施，導引綠色經濟(例如永續觀光、新能源交通)之發展。	持續推動「綠色盒餐」徵選，鼓勵餐飲業者使用在地食材、格外品及環保或循環餐具，導引餐飲產業朝低碳商模轉型，邁向永續。	114年12月底前完成。	商業署
		商業智慧減碳補助。	114年度經常性辦理。	商業署
		鼓勵商業服務業汰換老舊耗能設備及導入系統節能方案，提高能源使用效率。	114年度經常性辦理。	商業署
		製作推動商業服務業業別低碳指引，協助產業接軌淨零目標。	114年12月底前完成商業服務業低碳指引1式。	商業署
		研訂(修)使用能源設備及器具之節能標章產品能源效率基準及容許耗能基準。	114年度經常性辦理。	能源署
		持續推動省水標章產品分級制度及應具省水標章產品規劃，落實全民常態節水政策： 1. 自動洗車機場域輔導。 2. 自助洗衣店場域輔導。	114年度經常性辦理。	水利署
6	(7)整合政府、民間、企業及學校資源，辦理永續消費教育(例如減塑、節能等)，並鼓勵永續消費相關活動及學術研究。	與通路、電商及物流業者合作，宣導購物時，優先選用循環包裝出貨，減少紙箱或一次性包材使用。	114年度經常性辦理。	商業署
		針對商業服務業企業，辦理低碳、永續相關倡	114年度經常性辦理。	商業署

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
6		議會、觀摩學習、論壇、人才培訓課程、產業座談會、成果發表會、綠色消費推廣等活動，以增進產業之永續知能並促進交流。		
		針對商業服務業辦理低碳或永續相關論壇、人才培訓課程、產業交流會等活動，以增進產業之永續知能並促進交流。	114年度經常性辦理。	商業署
		推廣節能標章與能源效率分級標示，引導消費者優先選用高效率產品。	114年度經常性辦理。	能源署
		<p>針對政府機關、各級學校及民間企業等辦理年度常態節水評比及節水績優單位選拔等活動，達到永續節水消費教育宣導目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 辦理完成各機關學校常態節水評比：針對行政院所屬各機關、學校及國營事業單位(約7974個)，進行各單位每年評比期間用水量分析及用水考核，對於成效優良者給予獎勵，不佳者將透過教育訓練予以輔導。 2. 辦理完成節水績優單位選拔活動：針對各機關學校、商業及產業(機關、學校、產業、商業組及其他等4組)等具體節水績效者，鼓勵報名節水績優選 	114年度經常性辦理。	水利署

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		拔活動，對於成效 卓著得獎者，給予 獎勵及表揚。		
5. 健全數位消費環境				
1	(1)加強企業經營者落實 對於數位消費者個人 資料(含蒐集、處理 及利用)之保護及資 訊安全防護等相關機 制與措施。	針對零售業者(包含實 體及於網路零售業者) 加強宣導強化落實個人 資料保護。	114年度經常性辦理	商業署
		行動支付簽約廠商皆依 照「台灣電力股份有限 公司資訊業務委外資通 安全條款」、「台灣電力 股份有限公司資訊作業 委外存取保密合約」、 「台灣電力股份有限公 司資訊存取安全協定」 及「台灣電力股份有限 公司資訊委外業務個人 資料保護條款」履行契 約。	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司- 台電公司
		行動支付簽約廠商皆依 照「台灣自來水股份有 限公司委託代收(繳)用 戶水費契約」個人資料 保護條款履行契約。	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司- 台水公司
2	(2)提升數位市場監理與 執法技術，並積極查 處不當行銷、不實廣 告、顯失公平契約條 款及消費詐騙。	與網路電商平台業者合 作，提供關鍵字辦理， 重點商品加強核査。	114年預訂年度內分4 季執行，每季辦理數 項高風險商品核査及 下架作業。	標準局
		建置「風險預警」及 「追蹤監視」機制：運 用數位科技以熱門商 品關鍵字主動搜尋各 大電商業者可能未經 檢驗之商品，進行重 點查核及追蹤調查， 強化網路監管。	114年度經常性辦理。	標準局
3	(3)輔導、管理網路平 臺，強化資訊揭露及 爭議協處。	輔導場域及特色產業中 員工9人以下小微企 業運用數位工具及雲 端服務，提升營運效 能及服	114年度經常性辦理。	中企署

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		務創新，並規範資訊服務廠商針對所提供之網路平台必須強化資訊揭露及爭議協處作為。		
4	(4)持續推動應用程式(Apps)之安全標章認證、資安檢測。	1. 輔導業者應用數位轉型導入雲端服務，如顧客數據平台 Customer Data Platform (CDP)等，輔導過程透過審查機制強化系統資安檢測，及藉由關懷訪視、教育訓練等活動，宣導個資安全觀念，避免消費者數據揭露。 2. 透過計畫輔導業者數位轉型，並落實資安認證、檢測。	114年度經常性辦理。	商業署
5	(5)健全數位環境，強化消費者對數位消費安全(含個人資料保護與資訊安全防護)之認知。	台糖公司所屬購物網站(健康易購網)系統平台簽約廠商皆依照「台灣糖業股份有限公司契約個人資料保護附加條款」履行契約，並設置「165」全民防詐騙超連結，加強宣導消費者對數位消費安全之認知。	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司- 台糖公司
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理				
1	(1)推動並強化企業經營者、企業自律性組織、非營利組織及消費者保護團體處理消費爭議之管道與效能。	中小企業諮詢宣導： 1. 維運「中小企業法律諮詢服務網」之線上諮詢及宣導專區，強化企業與消費者諮詢及爭議之處理。 2. 宣導中小企業榮譽律師協處服務管道。	114年度經常性辦理。	中企署
		訂有「台灣電力股份有限公司用戶陳情處理要點」，確保用戶訴求及建	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司- 台電公司

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1		議能適時獲得公平合理之處理及解決，並定期統計分析用戶陳情案件處理情形，送各相關單位部門參考改進，以強化用戶服務。		
		建立國營事業之客訴案件及用戶意見管理機制，並進行統計分析，研議改善策略等。	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司－ 中油公司
		<ol style="list-style-type: none"> 1. 已訂頒「客訴處理作業要點」，提供透明且有效之消費者申訴程序，公平、即時處理消費者之申訴。 2. 已建置「顧客意見管理系統」，將台糖公司各單位顧客服務案件全面納入該系統管控，積極快速、圓滿妥適處理消費爭議事件。 3. 每月及每季統計分析消費申訴案件與處理情形陳核，並提報台糖公司「品管會議」檢討，提出改進措施，督促各單位檢討改善，以落實提升產品及服務品質管理。 4. 為強化各從業人員服務品質及消保專業度，每年度皆辦理各項專業與消費者保護教育訓練課程，以提升職能專業程度。 5. 與消費者保護團體維持良好互動關係，並主動積極協助消費者處理消費爭議。 	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司－ 台糖公司
		1. 台水公司已建置「民眾陳情案件管理系	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司－

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1		統」，有關民眾陳情案件均依「台水公司民眾陳情案件處理作業規定」列管追蹤。 2. 列管之民眾陳情案件，均按期（每月、每半年及全年度）提供統計、分析等資料於電子佈告欄供公司各單位作為業務改進之參考。全年度之管制情形亦彙整分析提報國營事業管理司(原國營會)核參。 3. 設置「1910」客服專線，將民眾反應事項及問題詳細記錄並及時回饋公司相關單位處理及改善。		台水公司
2	(2) 協調及補助優良消費者保護團體對重大消費事故提起團體訴訟。	發生重大消費事故，協助消費者爭取權益，善盡企業社會責任。	114年度經常性辦理。	國營事業管理司
3	(3) 健全責任保險與賠(補)償制度，以確保消費受害時之救濟及風險分散。	將各項商品投保產品責任險以移轉風險。	114年度經常性辦理。	國營事業管理司
4	(5) 落實重大消費爭議案件之資訊揭露與即時處理機制。	設置「商品安全資訊網」，公布瑕疵商品召回訊息。	114年度經常性辦理。	標準局
5	(6) 建立消費爭議諮詢、申訴及調解案件之原因究明及統計分析(包括對特定消費族群)，並研議改進策略及揭露資訊。	委託專業技術團隊，協助消費爭議諮詢，定期統計分析，以瞭解消費爭議原因並研擬改善方案，以降低爭議事件發生。	114年度經常性辦理。	國營事業管理司
6	(7) 研議推動國內及跨境(含兩岸)消費糾紛處理機制(含線上及非線上訴訟外等)，並完備相關法令制度。	輔導連鎖超商門市提升爭議或詐騙包裹退貨退款之效率與服務品質。	114年度經常性辦理。	商業署
7		本部所屬事業處理國內及跨境消費糾紛處理機制，係依據消費者保護	114年度經常性辦理。	國營事業管理司

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
7		法訂定客訴處理作業要點，並設置客服專線及信箱，提供消費者透明且有效申訴或處理糾紛之管道。		
7. 重視特定消費族群權益				
1	(1)加強防制企業經營者對特定消費族群進行不當勸誘之銷售行為。	台糖公司所屬購物網站(健康易購網)，詳實刊載商品資訊，產品廣告不誇大療效勸誘銷售，杜絕欺騙或誤導特定消費族群。	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司
2	(2)鼓勵企業經營者及政府機關提供特定消費族群友善之商品、服務、消費措施、標示(章)、消費環境與適切消費諮詢等相關服務。	向連鎖企業宣導應提供消費者友善之消費措施(如明確標示原物料出處)	114年度經常性辦理。	商業署
		針對特定消費族群常用商品市購檢測或市場檢查之不符合商品，輔導及要求業者符合相關標示或品質規定，以確保提供特定消費族群適切之產品與服務。(包含非木質手杖商品之市購檢測)。	114年度經常性辦理	標準局
		維運節能標章全球資訊及能源效率分級標示管理網站，提供消費者便利查詢產品能源效率之管道。	114年度經常性辦理。	能源署
		鼓勵企業發展符合特定消費族群所需之服務或產品	114年度經常性辦理。	產業署
3	(3)運用合適的宣導媒介，加強宣導特定消費族群關切的消費議題，例如高齡者財產信託制度、身心障礙福利機構評鑑及收費資訊、無障礙消費環境與服務等。	至小學、安親班、大賣場及各商家等場合舉辦認識商品安全標章、正字標記暨消費新生活運動及業者等宣導活動。推動消費者保護相關業務，保護消費者權益。	114年度經常性辦理	標準局
		舉辦國內市場商品檢驗	114年度經常性辦理。	標準局

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		業者座談會，希冀業者能進口或產製銷售符合檢驗規定之商品，提供優質及安全的商品，營造友善的居家生活環境。		
		節能標章全球資訊網站設有互動交流專區，可藉由互動理解消費者關切之議題。	114年度經常性辦理。	能源署
4	(5.1)保護兒童及少年免受數位媒體廣告(含隱藏廣告)之影響，並建立相關管理及查核機制。	要求網路賣家刊登應施檢驗兒童及少年用品銷售網頁(廣告)，內容需明顯揭示該商品之檢驗標識或完成檢驗程序證明之資訊，違者商品請平臺業者移除下架。	114年度經常性辦理。	標準局
5	(5.3)輔導企業經營者對兒童及少年進行個人或其家庭成員資料之蒐集、處理及利用，皆須先取得其父母或監護人同意，並有明確且完整之兒童個人資料保護政策。	針對零售業者辦理個資行政檢查，及舉辦個資宣導講座。	114年度經常性辦理。	商業署
8. 消費者教育之推行				
1	(2)因應民法成年年齡下修至18歲新制，針對16至20歲消費者，規劃並加強相關消費者教育。	督請地方政府就「汽車買賣」、「中古汽車買賣」等定型化契約應記載及不得記載事項進行宣導時，加強16-20歲消費者消費權益之宣導。	114年度經常性辦理。	商業署
		於辦理活動或說明會等場合向連鎖加盟業者及相關公協會宣導消費者保護事宜。	114年度經常性辦理。	商業署
		辦理消費者保護教育訓練課程中，增加16-20歲消費者之消費權益認知相關課程。	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司- 台糖公司

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
2	(3)充實消費資(警)訊,並於機關網站設置消費者服務專區網頁,及加強機關內部人員消費者教育訓練。	設置「商品安全資訊網」,揭露國內外不安全商品訊息,包括商品回收/召回、違規商品、市售商品抽樣抽測結果等消費資(警)訊。	114年度經常性辦理。	標準局
3	(5)加強企業經營者推行消費者教育、負責任創新並善盡社會責任,以保障消費者權益。	辦理推廣說明會/實境案例演練工作坊,分別針對消保法基本認知、產業培訓需求,提供獨特而實用的知識宣導,以提升企業形象及市場價值。	114年度經常性辦理。	中企署
4	(6)開發並妥善運用各種宣導資源(例如結合終身學習、企業經營者及其公協會、消費者保護團體或各類非營利組織等)實施消費者教育。	辦理年度需求調查開辦消費者保護業務講習。	114年度經常性辦理。	經培所
		每年規畫辦理1至2次消保法相關課程,邀請專家學者講授消保法相關知識,提升消保能力及認知。	114年度經常性辦理。	經培所
5	(8)鼓勵消費者主動蒐集及舉發與消費相關之疑似不法事證。	設立電子郵件意見信箱受理檢舉案件。	114年度經常性辦理。	標準局
		設立義務監視員制度協助舉報疑似違規商品。	114年度經常性辦理。	標準局
9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督				
1	(1)辦理消費者保護相關研究與調查,並邀集產、官、學界及民間團體代表(含消費者保護團體),溝通策進相關消保業務的推動情形。	行動支付簽約廠商皆依照「台灣電力股份有限公司資訊業務委外資通安全條款」、「台灣電力股份有限公司資訊作業委外存取保密合約」、「台灣電力股份有限公司資訊存取安全協定」及「台灣電力股份有限公司資訊委外業務個人資料保護條款」履行契約。	114年度經常性辦理。	國營事業 管理司- 台電公司
2	(5)其他新興消費議題(例如預購集資消費、線上服務之創新、暗黑商業模式	為使消費者清楚知悉其與企業經營者合作之貸款機構所訂立分期付款契約之權利與義務,爰	114年度經常性辦理。	商業署

序號	計畫目標與實施策略 具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
2	(Dark Patterns)之遏 止、先買後付、商品 維修權、世界消費者 日主題等)之關注與 研析。	「中古汽車買賣定型化 契約應記載及不得記載 事項」修正草案已增定 企業經營者之告知義 務，以維護消費者權 益。		

交通部 114 年度消費者保護方案

目錄

核心業務

1. 運輸業之管理與查核
2. 持續加強集郵商品之安全管理與查核，採購時於規範明訂商品之管制機制及標示
3. 觀光旅館業及觀光遊樂業之管理與查核
4. 督導相關場站販售之商品清楚標示
5. 督導地方政府加強停車場業者清楚標示
6. 壽險業務內部控制制度加強管理與查核
7. 加強大眾運輸（航空、海運、高鐵、台鐵等）班次延誤、停(併、減)班及重大事故之必要處理機制
8. 強化消費詐騙之預防，以防範詐騙事件發生
9. 督導業者提供及告知民眾相關票價使用規範。
10. 中華郵政公司全球資訊網之壽險資訊公開辦理揭露
11. 建立消費爭議及調解案件之原因統計分析，並研議改進措施及揭露資訊
12. 鼓勵企業經營者及政府機關提供特定消費族群友善之消費措施、標示與服務及適切消費諮詢等相關服務
13. 加強機關及所掌企業經營者消費者保護教育訓練
14. 高鐵公司與鐵路沿線 11 縣市地方政府依簽訂之相互支援協定

非核心業務

1. 確保食品、商品與服務安全及品質
2. 消費資訊充分、正確及透明
3. 促進交易自由與公平(A. 促進公平交易)
3. 促進交易自由與公平(B. 促進自由公平競爭及合理價格之維持)
4. 持續推動永續消費
5. 健全數位消費環境
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理
7. 重視特定消費族群權益
8. 消費者教育之推行
9. 擘劃因應新興議題及行政監督

交通部 114 年度消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
1	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	運輸業之管理與查核	1. 不定期查核公路汽車客運業，確保乘客旅運安全。	勞檢聯合稽查家次	96 家次	1. 具體措施 1(1) 2. 延續性指標(111年起)(公路局)
			2. 不定期至汽車運輸業(公路局業管範圍)辦理營運管理查核。	營運管理查核家次	192 家次	1. 具體措施 1(1) 2. 新增指標(公路局)(含原有之遊覽車公司查核)
			3. 幼童專用車及學童交通車安全管理與查核。	監警聯合路檢攔檢次數	2000 次	1. 具體措施 1(1) 2. 延續性指標(111年起)(公路局)
			4. 不定期查核國內客船及載客小船，確保乘客旅運安全。	船舶查核艘次(將船舶依風險區分低、中、高三類，並逐月訂定查核艘數執行。)	1000 艘次	1. 具體措施 1(1) 2. 延續性指標(112年起)(航港局)
2		持續加強集郵商品之安全管理與查核，採購時於規範明訂商品之管制機制及標示。	1. 集郵商品之檢驗項目及檢驗標準，依經濟部標準檢驗局規定辦理： (1)商品先函詢經濟部標準檢驗局是否為應施檢驗品目，若為應施檢驗品目商品，送請經濟部標準檢驗局委託辦理之檢驗機關、法人或團體檢驗，取得合	漏檢驗集郵商品品項。	漏檢驗集郵商品每年不逾 5 項。	1. 具體措施 1(1) 2. 延續性指標(113年起)(郵政公司)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			格證明。 (2)非臺灣產製商品須取得經濟部標準檢驗局核發之輸入商品查驗證明。			
			2. 集郵商品標示依商品標示法規定辦理，如為經濟部公告之特定品項依專屬的商品標示基準規定辦理。	未依商標規定標示之集郵商品品項。	未依商標規定標示之集郵商品每年不逾 5 項。	
3		觀光旅館業及觀光遊樂業之管理與查核。	定期或不定期查核觀光旅館業及旅遊業，確保觀光旅遊安全，並提昇觀光服務品質。	觀光旅館業 / 遊樂業檢查及督導考核次數。	22 次 / 76 次	1. 具體措施 1(2) 2. 延續性指標(113 年起)(觀光署)
4	2. 消費資訊充分、正確及透明	督導相關場站販售之商品清楚標示。	1. 督導各航空站販售之商品標示清楚、價格透明化。	民航局所轄有販售商品之航空站查驗家次數	12 家次	1. 具體措施 2(1) 2. 延續性指標(111 年起)(民航局)
			2. 桃園機場公司針對機場各商業服務設施、商場及餐廳，每月派員進行不定時查核，若於檢查時發現缺失，立即告知業者改善，並	桃園機場查驗家次數	65 家次	1. 具體措施 2(2)、3B(1) 2. 延續性指標(111 年起)(桃機公司)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			加以追蹤。			
			3. 針對個別國道服務區各櫃位食(商)品標示及售價排定檢查週期。	國道服務區食(商)品全面查核次數。	2 次	1. 具體措施 2(2) 2. 延續性指標(111年起)(高公局)
			4. 督導各臺鐵場站販售之食(商)品標示、售價應清楚標示，價格透明化。	臺鐵查驗家次數	31 家次	1. 具體措施 2(1) 2. 延續性指標(111年起)(臺鐵公司)
			5. 督導高鐵公司對所屬車站商業合作店家管理情形。	針對高鐵公司檢查次數	1 次	1. 具體措施 2(1) 2. 延續性指標(112年起)(鐵道局)
			6. 督導各港口場站各承租業者販售之商品應清楚標示，價格透明化。	查驗港務公司承租業者販售商品標示之次數	每年各港口場站至少查驗 2 次	1. 具體措施 2(1) 2. 延續性指標(112年起)(港務公司)
5		督導地方政府加強停車場業者清楚標示。	查核停車場收費標示是否不清或不實、重要字體縮小等之查驗及管控。	「路外停車場租用(含回數票)定型化契約範本暨應記載及不得記載事項」查核處數。	1,500 處	1. 具體措施 2(1) 2. 延續性指標(111年起)(路政及道安司)
6		壽險業務內部控制制度加強管理與查核。	壽險業務之宣傳悉依中華郵政公司「壽險業務宣傳資料製作管理規範及散發公布控管作業流程注意事項」辦理，並列入壽險業務內部控制制度加強管理與查核。	符合保險招攬廣告相關規定，無主管機關裁罰案件。	每年不逾 1 件	1. 具體措施 2(6) 2. 延續性指標(113年起)(郵政公司)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
7	3. 促進交易自由與公平	加強大眾運輸(航空、海運、高鐵、台鐵等)班次延誤、停(併、減)班及重大事故之必要處理機制。	1. 加強重大交通事故交通接駁支援，提供緊急疏運服務及公布相關退費補償、替代方案等應變作為。	應變疏運作為新聞稿於1日內公布完成率	100%	1. 具體措施 3B(1) 2. 延續性指標(111年起)(鐵道局、臺鐵公司、民航局、航港局)
			2. 提升臺鐵列車準點情形。	臺鐵列車準點率(扣除天災不可抗力因素影響)	97%	1. 具體措施 3B(1) 2. 延續性指標(111年起)(臺鐵公司)
			3. 每月查核國內各航空公司可歸責於業者之定期航班取消情形，超過量罰門檻者依「民用航空運輸業違反民用航空法量罰標準表」處罰航空公司。	每月查核國內各航空公司可歸責於業者之定期航班取消情形之執行率	100%	1. 具體措施 3B(1) 2. 延續性指標(111年起)(民航局)
			4. 提升國內航空公司準點情形。	國內航空公司準點率(扣除不可歸責因素)	99%	1. 具體措施 3B(1) 2. 延續性指標(112年起)(民航局)
			5. 強化高鐵列車準點情形。	高鐵列車準點率誤差5分鐘內(不含天災)	96%	1. 具體措施 3B(1) 2. 延續性指標(113年起)(高鐵公司)
			8		強化消費詐騙之預防，以防範詐騙事件發生。	1. 對臨櫃辦理提款、匯款、申辦網路服務及約定轉帳之客戶加強關懷提問，有疑似遭詐騙情形，即時提

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			醒民眾慎防，並請警方到場協助處理，防止民眾被詐騙。針對中華郵政公司內部持續進行教育訓練，提升員工防詐敏感度。			
			2. 強化貨到付款爭議協處機制，加強包裹託運單查核，確保託運人資訊明確揭示。	運送包裹託運單查核貨運業者家次數	36 家次	1. 具體措施 3A(6) 2. 延續性指標(111年起)(公路局)
9		督導業者提供及告知民眾相關票價使用規範。	督導航空公司定型化契約應記載及不得記載事項應確實公告並落實宣導。	查核航空公司家次數	30 家次	1. 具體措施 3A(1)、3B(1) 2. 延續性指標(113年起)(民航局)
10		中華郵政公司全球資訊網之壽險資訊公開辦理揭露，網址： https://www.post.gov.tw/post/internet/Insurance/index.jsp?ID=40301	壽險資訊公開辦理揭露。	符合規定辦理，無主管機關裁罰案件	每年不逾 1 件	1. 具體措施 3A(2) 2. 延續性指標(113年起)(郵政公司)
11	6. 強化消費者諮詢及爭議之處理	建立消費爭議及調解案件之原因統計分析，並研	1. 申訴小組按月彙整壽險業務消費爭議案件類型統計表，各科於	消費爭議處理天數超過 30 天。	每月不逾 1 件	1. 具體措施 6(4)、(5) 2. 延續性指標(113年起)(郵政公司)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
		議改進措施及揭露資訊。	每季消費爭議處理小組會議中分析案件爭議點，並研討改善措施。 2. 另按季彙集壽險爭議案件與錯誤態樣及正確做法。			
12	7. 重視特定消費族群權益	鼓勵企業經營者及政府機關提供特定消費族群友善之消費措施、標示與服務及適切消費諮詢等相關服務。	1. 「交通部民用航空局暨桃園國際機場股份有限公司通用化無障礙交通環境推動小組」每年定期召開會議，持續檢討及改善無障礙環境之相關事宜。 2. 桃園機場公司針對身心障礙旅客、高齡者、婦女或孩童，提供安全及便利之設施及服務。 3. 辦理各公路客運場站無障礙環境檢核。 4. 臺鐵公司定期召開通用設計推動委員會會議，持續檢討及改善。 5. 每年辦理高鐵定期檢查時，責成高鐵公司確實依「身	每年定期召開通用化會議完成率 每年邀請身心障礙團體等專家於桃園機場協助檢視無障礙設施總體檢 檢核客運場站數量 每年定期召開通用化會議。 每年高鐵定期改善事項完成率	100% 至少辦理一場次 60處 至少辦理一場次 100%	1. 具體措施 7(2) 2. 延續性指標(111年起)(民航局) 1. 具體措施 7(2) 2. 延續性指標(111年起)(桃機公司) 1. 具體措施 7(2) 2. 延續性指標(111年起)(公路局) 1. 具體措施 7(2) 2. 延續性指標(111年起)(臺鐵公司) 1. 具體措施 7(2) 2. 延續性指標(111年起)(鐵道局)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			心障礙者權益保障法」、「建築物無障礙設施設計規範」、「公共建築物衛生設備設計手冊」等規定，完善無障礙運輸場站空間與服務，俾滿足高齡及多元弱勢族群的旅運需求，並督導高鐵公司協助身心障礙者相關服務。			
13	8. 消費者教育之推行	加強機關及所掌企業經營者消費者保護教育訓練	<p>1. 桃園機場公司、臺灣港務公司、台灣高鐵公司、臺鐵公司及各公路客運業者辦理消費者保護法相關訓練課程。</p> <p>2. 觀光署辦理國內、外個別旅遊定型化契約應記載及不得記載事項暨其契約範本相關宣導。</p>	不定期辦理教育訓練課程。	<p>至少各辦理一場次，或利用數位學習課程訓練至少一小時。</p> <p>至少辦理一場次。</p>	<p>1. 具體措施 8(5)</p> <p>2. 延續性指標(111年起)(桃機公司、港務公司、鐵道局、臺鐵公司、公路局)</p> <p>1. 具體措施 8(5)</p> <p>2. 延續性指標(111年起)(觀光署)</p>

序號	計畫目標與 實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指 標 (KPI)	目標值	備註
14	其他自提核 心業務	高鐵公司 與鐵路沿 線 11 縣市 地方政府 依簽訂之 相互支援 協定。	當車站發生事件 /事故時,需緊急 外援單位協助救 援時,外援單位 可立即提供協 助。	每年度各車 站辦理轄區 逃生口會 勘,邀請轄 區外援單位 共同參與會 勘確保逃生 口圖資之正 確性。	每年度 ≥1 次	1. 具體措施 1(6) 2. 延續性指標(113 年起)(高鐵公 司)
				邀請外援單 位參與大型 實兵聯合演 練,依據設 定之境境進 行應變作業 協調與討 論,透過討 論以建立救 災共識。	每年度 ≥1 次	

交通部 114 年度消費者保護方案（非核心業務）

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1. 確保食品、商品與服務安全及品質				
1	(1) 加強對食品(含食品添加物等)、藥品、商品、保健食品、服務及營業場所之安全管理與查核，並檢討及研修(訂)相關法令、標準。	<p>空運：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 依據「民用航空法」及「國際民用航空組織」第 1 號、第 6 號及第 8 號附約等相關飛安法規，定期進行檢視，並就差異部分研修相關法規，期與國際標準同步接軌。 2. 依據核定之年度飛安查核計畫，加強執行航務、適航及客艙之查核工作，並持續要求各航空公司落實「安全管理系統」。 3. 航空站就餐飲商店供應之食品及商品，督導業者落實衛生安全，並納入定期查核項目。 <p>海運：</p> <p>依船舶法、船舶檢查規則、客船管理規則、載重線勘劃規則及小船管理規則等規定，定期辦理船舶檢查丈量業務，以利維護船舶之安全性。</p> <p>陸運：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 國道個別服務區委託第三方檢驗機構(如 SGS)針對食品衛生安全，每櫃位以半年為週期抽檢 1 次。 2. 遊覽車金屬杯架安全性問題，由財團法 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 114 年 12 月 31 日 2. 民航局完成修正發布「航空器飛航作業管理規則」及「航空人員檢定給證管理規則」。 3. 民航局查核目標 1.2 萬次。 4. 查驗民航局所轄餐飲商店 12 家次。 5. 航港局檢丈船舶 8000 艘次。 	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>人車輛安全審驗中心持續關注聯合國UNECE 車輛安全法規所涉相關規範，作為後續進行研議規範或標準之參考；臺鐵公司近年新採購之列車(太魯閣、普悠瑪及3000型新自強號)均已改採塑膠摺疊杯架，降低旅客受傷風險。</p> <p>3. 電動大客車持續掌握國際間車輛安全法規動向，並檢視及調和聯合國UNECE規定，車輛製造廠所打造車輛應對應已調合訂定之車輛安全檢測基準項目後，並申請取得車輛型式安全審驗管理辦法規定之審驗合格證明，現行已涵蓋電動大客車整車測試及可充電式電能儲存系統(REESS)，以符合車輛安全檢測基準「電動大客車電氣安全」規定，持續提升並強化電動大客車安全性。</p> <p>觀光： 地方政府就所轄觀光遊樂業實施定期檢查，邀請行政院消費者保護處及有關機關等，就其食品、商品與服務安全及品質，加強管理及查核，請業者落實自主檢查，並納入觀光署</p>		(新增)

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>年度督導考核檢查項目。</p> <p>郵政：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 代售商品屬需經檢驗測試者，按「代售商品抽驗作業流程」規定，不定期取樣送政府檢驗機構或經「財團法人全國認證基金會」認證實驗室或經「衛生福利部食品藥物管理署」認證實驗室檢驗。 2. 郵政電商開店平臺「商品線上訂購合作契約書」中明訂： <ol style="list-style-type: none"> (1) 店家販售之商品倘屬依法令相關規定應先取得相關檢驗通過或證照者，於銷售前需持有合法證照，並具有提供及銷售該商品之正當權利。 (2) 店家應嚴格遵守各相關之法令及公告等規定。 (3) 店家應投保產品責任險，若販售商品為食品相關類別，並應主動申請食品業者登錄字號。 3. 中華郵政公司提供之電子銀行服務(含網路/行動郵局)或各項行動支付服務等儲匯業務，業已配合「個人資料保護法」與「金融機構辦 		

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		理電子銀行業務安全控管作業基準」規定，研修相關作業規範及控管機制，以維護客戶個人資料及使用之安全。		
2	(2)針對非實體店面、校園、商圈、觀光休閒地區之食品、商品與服務，加強並落實管理及查核。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 針對航空公司售票網頁之機票交易資訊(如機票使用限制)揭露情形及客服專線服務狀況，每年至少辦理 2 次之查核，如有缺失，立即督導其改善。 2. 辦理或責成各縣市政府督導旅宿業受理間接訂房者(如透過訂房網站等)，仍應符合「個別旅客訂房定型化契約應記載及不得記載事項」規定，並落實查核。 3. 依據郵政電商開店平臺「商品線上訂購合作契約書」之規定，持續履約管理，注意簽約店家商品或服務是否遵守其適用之相關法令規定。 4. 針對 i 集郵定期內部查核，並持續優化顧客操作流程及擴充遞送方式，以加強服務。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 114 年 12 月 31 日 2. 民航局辦理 2 次查核。 	
3	(3)加強含有毒性化學物質(含環境荷爾蒙)、重金屬商品(食品)之安全管理及流向管控機制，並促進其替代性物質的發展。	1. 空運：依據國際民航組織所頒布之危險物品航空安全運送技術規範(ICAO TI)作為空運毒性化學物質危險物品處理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 114 年 12 月 31 日 2. 民航局辦理 450 次檢查。 	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>標準。</p> <p>2. 海運：港務公司依相關法規落實危險品制度面管理，建置港區危險品安全管理系統強化作業面管理，並由航港局偕同港務公司依規定每半年執行至少 1 次危險品作業督導，加強稽核；並請業者依據「港區危險物品操作手冊」落實港區危險物品(含毒性化學物質)運送、裝卸、倉儲管理。</p> <p>3. 陸運：配合環境部及各縣市環保局有關毒性化學物質運送規定核發通行證，並由各訓練機構每月開課培訓危險物品運送人員及由各監理機關每月排定專案執行路邊稽查工作。</p>		
4	(6)加強各類商品與服務及觀光遊憩區、溫泉場館等消費場所設施(備)之標示(章)、警告標示、避難逃生標示、認證之管理及查核，並檢討修訂其規範。	<p>1. 為利新住民及外國消費者辨識，加強督導所轄運輸場站、觀光景點及郵局等公共場所之外語標示正確性及一致性。</p> <p>2. 依照「道路交通安全規則」，辦理幼童專用車車身規格檢驗，加強落實領牌審核及車輛各項設備之檢驗及車身標示應符合規定。另配合各縣市政府辦理聯合稽查作業，</p>	114 年 12 月 31 日	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>對車身規格不符規定者，依法處罰及責令改正。</p> <p>3. 督導代檢廠確實辦理汽車檢驗事宜，以維檢驗品質並促進行車安全。</p> <p>4. 觀光署於網站公開取得溫泉標章之業者資訊，以提供民眾查詢並選擇有溫泉標章場所消費泡湯。</p>		
5	(7)針對短期間聚集大量人潮之室內消費場所或活動，加強室內空氣品質及公共安全維護之監督、管理與查核(含公共意外責任險投保情形)。	<p>1. 民航局所屬各航空站每年定期投保公共意外責任險，並協助督導民航局所屬航空站取得優良或良好級室內空氣品質自主管理標章。</p> <p>2. 為確保消費安全，提供旅客安全的消費環境，桃園機場公司每年均依規定投保桃園機場園區、機關承租桃園捷運 A1 台北車站及 A3 新北產業園區站營運所需空間之「機場責任保險」(含公共意外險)。並定期針對桃園機場環境執行安全檢查，進行水、電、消防等設備管理維護。</p> <p>3. 依「交通部航港局海運客運場站公共安全與營運檢查督導計畫」每年辦理聯合督檢事宜，項目包括：查核固定航線客運業者所訂運送定</p>	<p>1. 114年12月31日</p> <p>2. 推動民航局所屬9個航空站取得室內空氣品質自主管理標章。</p> <p>3. 觀光署要求於舉行各項活動前完成公共意外責任險投保作業，並依地方政府通知配合辦理公共安全聯合演(訓)練。</p>	<p>具體措施1(2)、2(2)、3A(5)、3B(3)、7(2)</p>

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>型化契約、查核票價相關資訊是否公告、查核無障礙相關設施及服務。</p> <p>4. 高鐵公司就連續假期時段，研擬疏運計畫報部備查後據以執行，並督導該公司依法依約投保綜合責任險。</p> <p>5. 觀光署各國家風景區管理處轄區依據「大型群聚活動安全管理要點」為短期活動辦理投保公共意外責任險，並配合地方政府定期辦理公共安全聯合演(訓)練及稽(檢)查及於遊客中心就緊急逃生路線圖設立中、英文雙語化標示。</p> <p>6. 觀光署各轄管遊憩據點投保公共意外責任險。</p> <p>7. 觀光遊樂業舉辦特定活動者，應依觀光遊樂業管理規則第19條之1規定辦理，並納入年度督導考核檢查項目辦理。</p> <p>8. 中華郵政公司依中華民國產物保險商業同業公會訂定之公共意外責任險風險分類及保險金額規劃辦理投保，投保內容包含每一個人體傷責任、每一意外事故體傷責任、每一</p>		

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		意外事故財損及保險期間內之最高賠償金額，其保險金額係依辦公處所之樓地板面積訂定，提供民眾多一層生命及財產安全保障。		
6	(8)建構食品、商品及服務之市場監督、瑕疵或事故發生之通報及預警制度，並健全下架、召回、回收、銷毀、維修、退換貨或停止服務制度。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 郵政電商開店平臺「商品線上訂購合作契約書」規定，針對有疑義之商品或服務，店家若未能即時說明澄清或自行將商店網頁移除時，中華郵政公司得於通知店家後，即先將該商品或服務自店家網站移除，並待問題解決後再予回復，店家不得異議。 2. 國道服務區販售之商品及餐點，需符合商品標示法、食品安全衛生管理法等相關規定辦理查核及管制，若發現廠商販售商品或餐點有疑慮，會立即要求預防性下架、召回、回收、銷毀。 3. 因應航空公司發生重大消費事件，民航局將視情況設立緊急應變小組，督導航空公司主動發佈即時資訊，儘速妥處消費爭議，俾維護消費者之權益。 4. 觀光署國家風景區管理處對經管遊憩據點，定期發函出租 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 114年12月31日 2. 觀光署國家風景區管理處辦理不定期現場考核及稽查。 	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>或促參商家依商品標示法、食品安全衛生管理法辦理，若發現廠商販售商品或餐點有疑慮，將要求商家依法辦理預防性下架、召回、回收、銷毀。</p> <p>5. 交通部訂有「汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法」及「汽車安全性調查及召回改正成效查核作業原則」，並委託財團法人車輛安全審驗中心依據前揭法令辦理車輛安全性調查及召回改正成效查核事宜，於確認汽車、車身製造廠或汽車進口商、進口人提供之汽車有涉及通案性重大危害行車安全之虞時，而業者未主動辦理召回改正者，責令其將已出售之汽車召回改正，公路局並配合通知車主召回改正事宜。</p>		
7	(9) 針對致生損害嚴重之虞或影響人數多之食品、商品與服務，研議建立損害賠償機制，或輔導企業經營者投保產品責任險或其他責任險。	<p>1. 依據民用航空法第94條及第95條及相關子法規定，規範國籍航空器及外籍航空器皆須投保責任保險，且保額須符合航空客貨損害賠償辦法之損害賠償額規定。</p> <p>2. 依據航業法第14條規定，經營旅客運送者，於開始營運</p>	<p>1. 114年12月31日</p> <p>2. 公路局落實清查轄管48家公路汽車客運業者投保乘客責任保險。</p>	具體措施6(3)

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>前，為營運人投保責任保險，以及為旅客投保人身傷害保險，並報航港局備查。</p> <p>3. 公路汽車客運業、市區汽車客運業與遊覽車客運業，依公路法第 65 條規定投保乘客責任保險。</p> <p>4. 國道服務區規定經營廠商於委託經營期間投保火險及火險附加險、公共意外責任險(附加食物中毒險)、商品責任險等保險，除依相關法規規定且視實際需要投保，並維持其他必要之保險。</p> <p>5. 依據觀光旅館業管理規則第 22 條、旅館業管理規則第 9 條、民宿管理辦法第 24 條規定，業者應對其經營之觀光旅館、旅館及民宿業務，投保責任保險。</p> <p>6. 督導高鐵公司依鐵路法第 63 條及相關子法規定投保責任保險。</p> <p>7. 臺鐵公司依據各縣市政府「公共場所強制投保公共意外責任險」自治條例規定，投保公共意外責任險；並依鐵路法第 62 條規定辦理旅客運送責任保險，並針對臺鐵便當投保產</p>		<p>(新增)</p> <p>(新增)</p>

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		品責任險，以確保消費者權益。		
8	(10)加強企業經營者對消費者個人資料(含隱私權)保護及金融交易(例如信用卡、第三方支付、線上及行動支付等)安全之監督、管理與查核。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 臺鐵公司審核確認合作之第三方支付、線上及行動支付業者係經由主管機關金管會或經濟部核准設立並且受主管機關監督、管理與查核之業者，臺鐵公司並注意業者提供之服務、建置之付款網站、平台或付款APP是否符合交融交易安全規範、是否盡責確保消費者線上交易安全。 2. 郵政電商開店平臺每筆交易皆經 SSL256bit 安全加密處理。 3. 郵政電商開店平臺、i 集郵對所有對外網站之傳輸加密通訊協定採用 TLS1.2 版本，以符國際標準，維護交易安全。 4. 依中華郵政公司訂定之「個人資料檔案安全維護計畫」配合修訂相關作業規範，以維護客戶隱私權及個人資料安全。 5. 配合交通部定期查核中華郵政公司運用及管理戶役政資訊作業情形，加強客戶隱私權之保護作業。 6. 中華郵政公司行動 	114 年 12 月 31 日	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>支付服務業依「金融機構辦理電子銀行業務安全控管作業基準」規定，將交易安全及消費者權益事項納入「郵政 HC E 手機 VISA 卡/金融卡雲支付服務特別約定條款」及相關作業規章，以加強並落實金融交易安全之監督、管理與查核。</p> <p>7. 督導高鐵公司對營運相關第三方支付、線上及行動支付等金融交易安全符合相關政府金融法規要求。</p> <p>8. 督導航空公司導入信用卡 3D 驗證功能，及擴大可適用卡別。</p> <p>9. 觀光署就轄管之旅行業、旅宿業及觀光遊樂業，不定時宣導應依「交通部指定觀光產業類非公務機關個人資料檔案安全維護計畫及處理辦法」訂定個人資料檔案安全維護計畫及執行，並辦理個人資料保護行政檢查，加強觀光產業業者落實個人資料保護，並督導地方政府及公協會就權責範圍協助宣導前揭規定。</p>		

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
2. 消費資訊充分、正確及透明				
9	(1)推行食品、商品及服務之公開誠實標價、單位定價、價格查詢或比較機制等制度，以促進價格資訊的透明化。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 旅宿業定價揭露於臺灣旅宿網，供消費者查詢比價，並督導地方政府查核旅宿業是否依規定報備定價或房價異動。 2. 於民航局網站建置消費者資訊專區，提供票價相關資訊，持續充實有關可降低消費者搭機所衍生消費爭議風險發生之資訊，並提供消費者可查詢之管道。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 114年12月31日 2. 民航局每季更新消費者資訊專區。 	
10	(2)提升觀光遊憩區、夜市等消費場所食品、商品與服務之價格標示及收費標準資訊透明度。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 為利新住民及外國消費者辨識，加強督導所轄運輸場站、觀光景點及郵局等公共場所之外語標示正確性及一致性。 2. 觀光旅館、旅館、民宿應將客房之定價置於客房明顯易見之處。 3. 地方政府就所轄觀光遊樂業實施定期檢查及觀光署得實施年度督導考核，檢查服務項目及收費標準是否落實公告於售票處、進口處及官方網站等，加強管理及查核。 	114年12月31日	
11	(3)加強食品、有機食品及農產品履歷、產地之標示資訊及其真實性。	1. 依「郵政代售業務推廣作業要點」規定，各類商品提報上架前，均針對該類商品相關法源(如商品標示法、商標法、酒類標示管理辦法等)逐	114年12月31日	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>一 審查，並經內外部審查委員核可後才准予上架銷售。相關商品並定期稽催廠商提供最新版本之認證合約書或證書備查。</p> <p>2. 郵政電商開店平臺店家標榜各類商品或服務具標示(章)、警告標示、認證者，除要求店家確實於商品頁面刊載相關認證證明外，並定期派員檢查商品，針對有疑義之商品，中華郵政公司得於通知店家後，即先將該商品自店家網站下架。</p>		
12	(4)針對商品與服務之不實廣告及宣稱，加強管理與查核(處)。	觀光署於各大旅展監督及查核參展觀光旅館、旅行社等業者廣告情形，如有違規事證，要求業者改善。	114年12月31日	
13	(5)加強各類商品與服務交易容量(如瓦斯、訂位、人潮)、流量(如網路)、使用年限等之管理與查核。	<p>1. 依據船舶法第 15 條之 1 第 2 項規定針對各類船舶輸入現成船年限，予以規範，以提升我國船舶航行之安全。</p> <p>2. 臺鐵公司逐步更新訂票系統軟硬體設備，加大網路頻寬，增加實體伺服器及雲端伺服器數量，俾有效處理尖峰時段訂票需求。因應資訊科技日新月異，並隨時作滾動式檢討及修正防駭措施，確保民眾訂票權益。</p>	114年12月31日	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		3. 督導高鐵公司視尖峰時段需求，調整自由座車廂數或加開列車，並落實車站及列車上之自由座人潮控管及人員引導，確保旅客安全與服務。		
14	(7)對通訊交易及訪問交易之企業經營者，加強其應遵守消保法18條告知消費資訊之提供規定之管理及查核。	1. 督導各航空公司就國際航空客運服務排除於通訊交易解除權適用範圍之合理例外情事，應以適當方式公告周知，並加強對民眾之宣導。 2. i 集郵於購物說明、客服中心及退、換貨服務等處提供消保法第18條告知資訊，皆符合相關規定。	114年12月31日	
3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易				
15	(1)持續檢討研(修)訂、公告與消費生活密切相關行業項目之定型化契約應記載及不得記載事項，並落實辦理宣導、查核及處罰。	1. 每年由民航局所屬各航空站對於航空站內設置售票櫃檯之航空公司依「國際機票交易重要須知範本」及「國內線航空乘客運送定型化契約範本暨應記載及不得記載事項」辦理不定期查核，及由民航局對舉辦自由氣球活動之業者或單位依「自由氣球乘客載運定型化契約應記載及不得記載事項」辦理不定期查核，督導其於售票時	1. 114年12月31日 2. 民航局所屬航空站對航空公司查核2次；民航局對舉辦自由氣球活動之業者或單位查核2次。 3. 航港局完成草案預告作業相關事宜。	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>必須提供及告知民眾相關機票使用規範。</p> <p>2. 民航局將適時研議檢討「國內線航空乘客運送定型化契約應記載及不得記載事項」。</p> <p>3. 持續檢討研修鐵路旅客運送、遊覽車、小客車租賃、機車租賃、汽車駕駛訓練及搬家貨運業者等定型化契約範本暨應記載及不得記載事項，並查核業者是否落實相關規定，若查有違法事項將依消費者保護法第56條之1規定，函請限期改善或處以罰鍰等，俾維護消費者權益。</p> <p>4. 滾動檢討「路外停車場租用定型化契約應記載及不得記載事項」、「路外停車場租用定型化契約範本」、「自行車租賃定型化契約應記載及不得記載事項」、「代客駕車服務定型化契約應記載及不得記載事項」、「計時計次停車場公告事項範本」。</p> <p>5. 督請公路局及地方政府協助查核業者是否落實代客駕車服務定型化契約應記載及不得記載事項規定，並宣導業者</p>		(新增)

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>勿違反主管機關所公告應記載及不得記載事項，以維護消費者權益。</p> <p>6. 觀光署因應旅遊實務需要，將研修國內、外個別旅遊定型化契約應記載及不得記載事項暨其契約範本，並對各類型定型化契約進行宣導及查核。</p> <p>7. 航港局規劃研擬「郵輪船票交易定型化契約範本暨應記載及不得記載事項」(草案)，並針對旅行社包船/切票販售船票衍生消費爭議態樣納入研議範圍。</p> <p>8. 郵政電商開店平臺「商品線上訂購合作契約書」中規範店家應確實遵守法令規定，並於店家後臺公告，宣導勿違反主管機關所公告應記載及不得記載事項。</p> <p>9. i 集郵依規定應記載事項，已於網站隱私權政策、安全機制及新手購物說明等處，告知顧客並取得同意後始得完成加入會員程序，另已檢視網站內容未查得不得記載事項。</p>		
16	(2)強化預付型、遞延性商品(服務)及會員制等交易之風險管控、資訊揭露與履約保障等機制，	1. 郵政電商開店平臺「商品線上訂購合作契約書」中規範店家應確實遵守法令	1. 114年12月31日 2. 公路局落實清查轄管48家公路汽車客運業者落實	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	並辦理查核。	<p>規定。</p> <p>2. i 集郵僅開放預購新郵票(商)品,會員交易亦以每筆交易不逾新臺幣3萬元及線上信用卡即時付款機制為風險之控管。票品皆由臺北北門郵局集郵股寄出,並與收入款項勾稽,確保履約保障機制。</p> <p>3. 督導查核公路(市區)汽車客運業無記名票證定型化契約應記載及不得記載事項「履約擔保機制」落實情形。</p> <p>4. 觀光遊樂業者發行之禮券應符合「商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項」之規定,並於國內各大旅展期間派員檢查,如檢查有不符合規定者,將要求業者改善完成。</p>	履約擔保機制。	
17	(3)健全各項利息、手續費、違約金或附加費用等之規範、管理與查核。	<p>1. 要求各航空公司確實充分揭露其退、改票規定及相關手續費用等資訊,並不定期查核其落實情形。</p> <p>2. 督導高鐵公司依法將旅客運送契約、退換票之手續費、違約金收取方式、其他附加費用公告於各車站及公司企業網站。</p> <p>3. 各項利息及手續費</p>	114年12月31日	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		均載明於開戶約定事項及申請書，並於各地郵局營業單位及中華郵政公司全球資訊網公告周知，俾維護消費者權益。		
18	(4)加強商品與服務售後服務(含維修、退換貨等)之規範、管理與查核。	1. 郵政電商開店平臺「商品線上訂購合作契約書」中明訂商品鑑賞期限內無條件退貨規定。並針對未解決之爭議，暫時保管該筆有爭議之貨款至爭議獲得解決為止。 2. i 集郵銷售商品與退、換貨服務，皆符合通訊交易之規範。	114年12月31日	
19	(5)防範顯失公平定型化契約之濫用，及導正不當行銷或不公平競爭等商業行為。	1. 觀光署辦理書面檢查及派員至旅展檢查觀光旅館所發行禮券應符合「商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項」之規定，如檢查有不符合規定者，將要求業者改善完成。 2. 督導地方政府辦理旅館業、民宿所發行禮券，應符合禮券定型化契約應記載及不得記載事項。	114年12月31日	
20	(6)加強消費詐騙(如偷斤減兩、摻偽假冒等)之預防、查緝、因應與救濟，並協助消費者追回損失。	1. 公路局各區監理所(站)協助將相關警語及補救措施與管道內容於LED字幕機(跑馬燈)不定時撥放提醒民眾。 2. 強化貨到付款爭議協處機制，加強包裹	1. 114年12月31日 2. 中華郵政公司預計辦理83場金融知識講座，以提升民眾防詐知識。	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>託運單查核，確保託運人資訊明確揭示。</p> <p>3. 防制偽造車牌</p> <p>(1) 阻絕境外輸入：海關加強查核，公路局研擬新增貨品輸入規定請經濟部國際貿易署公告。</p> <p>(2) 阻斷網路資訊：公路局透過網路巡查程式，定期追蹤並通報業者下架及移請警察機關偵辦溯源。</p> <p>(3) 研修相關法規：交通部研擬提高罰鍰及其他處分可行性。另建議法務部修正刑法提高罰金及刑度。</p> <p>(4) 跨機關查緝：公路局提供不可上路資訊及透過民眾報案、異常通行等資料於註記疑似偽造號牌灰名單，供警察機關納入AI巡防系統加強查緝。另提供停管機關於停車收費業務協助通報。</p> <p>(5) 避免舉發錯誤：公路局修正相關系統供警察機關介接車籍系統灰名單，達源頭管理增加攔檢提醒及防範錯誤舉發。</p> <p>(6) 受害者免規費換牌：研擬依規費法提供受害者免規費換牌。</p>		(新增)

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>4. 中華郵政公司全球資訊網建置防制詐騙專區並提供內政部警政署 165 全民防詐騙超連結，持續揭露最新郵政及金融詐騙手法資訊，提醒客戶切勿上當受騙。</p> <p>5. i 集郵於首頁放置防詐騙宣導文字，並適時透過傳送電子郵件提醒消費者注意提防要求民眾線上匯款等詐騙電子郵件。</p> <p>6. 請各局轄屬各投遞單位人員投遞代收貨款郵件時，應相機提醒收件人，對非自己事先訂購物品，得予拒收。</p> <p>7. 印製及配發防詐騙文宣，並由中華郵政公司 19 個責任中心局依在地需求舉辦金融知識講座，同時於講座中帶入防制詐騙相關知識，提醒民眾注意，避免受騙。</p> <p>8. 依據金管會發布之「存款帳戶及其疑似不法或顯屬異常交易管理辦法」第 11 條規定，建立警示帳戶滯留款返還處理機制，俾利民眾取回受詐騙款項。</p> <p>9. 高公局持續綜整偽造號牌黑名單上傳E</p>		

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		TC 警政協查系統，以協助防制假車牌，並每半個月提供偽造號牌黑名單予警察機關，以查緝不法；持續利用行政院新聞傳播處公益宣導、警察廣播電臺、新聞媒體等多元管道進行 ETC 通行費反詐騙宣導。接獲民眾通行費欠費詐騙簡訊通知及相關資訊後，通報警政等相關機關阻斷惡意詐騙網址連結無法開啟，並協助受害民眾報案。		
3. 促進交易自由與公平				
B. 促進自由公平競爭及合理價格之維持				
21	(1) 促進消費者獲得基本商品與服務之提供。	1. 提供客船船舶基本資料QRCode，供消費者掃描查詢船舶及保險效期相關資料。 2. 督導地方政府就旅宿業商品與服務之廣告及宣稱，查核有無違反相關規定。	114 年 12 月 31 日	
22	(3) 針對公用事業、運輸事業、電信事業及非屬完全競爭市場之商品與服務，落實費率管制與資訊公開機制。	1. 持續加強航空票價之監控管理，並依據民用航空法第 55 條及航空客貨運價管理辦法規定，落實運價之管理。 2. 落實汽車運輸業客貨運基本運價審核及公告實施程序。 3. 臺鐵公司票價之調整，須依鐵路法第 26 條規定辦理，無法任意調整。現行臺鐵公司票價計算方式	114 年 12 月 31 日	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>係依國營鐵路運價率計算公式核算，若擬議費率及票價調漲時，將衡酌合理票價率及各項政策，再將擬議方案，送經臺鐵公司董事會、交通部費率審議委員會審議通過後，再轉送行政院核定；臺鐵公司亦將加強與民眾溝通及向外界說明，過程中力求公開透明。</p> <p>4. 依高鐵興建營運合約，每年檢討公告高鐵基本費率標準，並依法依約辦理高鐵票價核備作業，以確保高鐵票價穩定性。</p>		
4. 持續推動永續消費				
23	(1)提升企業經營者與消費者對氣候變遷及淨零排放之認知，引導消費行為改變，減少製造、使用一次性產品。	至少輔導 1 家觀光遊樂業者參加 ESG 獎項或取得綠色旅遊認證標章，鼓勵業者朝永續、生態園區方向如循環經濟、綠色食旅、永續教育及食農教育等，並藉由觀光遊樂業優質化補助計畫，輔導業者建置綠色園區，並導入企業社會責任、永續治理等，以展現觀光遊樂業者在淨零與永續環境的實際行動，進而帶動遊客永續消費。	114 年 12 月 31 日	
24	(2)鼓勵企業經營者以消保及環保觀點，從事產品開發、設計、採購、包裝及使用。	補助旅宿業者取得國內外永續、節能減碳、綠色環保及友善旅宿等相關認(驗)證、證書或標章。	114 年 12 月 31 日	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
25	(3)鼓勵企業經營者提供合理保固年限與維修權益，適度開放多元維修管道，延長商品壽命，減少浪費。	配合經濟部檢視修訂其主管之汽車維修定型化契約以及定型化契約應記載及不得記載事項有關於保固之規定，增加定型化契約中保固的規定及範圍，為消費者爭取合理的權益及保障。	114年12月31日	
26	(6)持續推動源頭管理，及研訂各項行為準則，俾利消費者、政府機關團體、學校、社區、家庭採取環境友善措施，導引綠色經濟(例如永續觀光、新能源交通)之發展。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 以觀光遊樂業優質化補助計畫輔導業者，建置綠色園區(如設置節能、省水設施、綠電設備、垃圾減量措施、生態保育及數位轉型軟硬體設施)，引導觀光遊樂業環境友善採購。 2. 補助各直轄市及各縣市政府購置電動公車，以減少空汙。 3. 中華郵政公司提供儲戶以線上方式辦理各類零接觸的數位金融服務，減少臨櫃交易碳排放，朝減紙化、無紙化方向優化作業流程。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 114年12月31日 2. 公路局賡續執行2030年客運車輛電動化推動計畫(113年-119年) 	
5. 健全數位消費環境				
27	(1)加強企業經營者落實對於數位消費者個人資料(含蒐集、處理及利用)之保護及資訊安全防護等相關機制與措施	1. 依「汽車運輸業個人資料檔案安全維護計畫及處理辦法」規定，要求保有消費者個人資料筆數達100筆以上之汽車運輸業者訂定其個人資料檔案安全維護計畫，並由本局暨所屬機關辦理業者個資保護行政檢查，強化	<ol style="list-style-type: none"> 1. 114年12月31日 2. 公路局完成35家汽車運輸業個資保護行政檢查。 	(新增)

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>監督管理效能。</p> <p>2. 中華郵政公司提供之郵政VISA金融卡(含悠遊卡/一卡通功能)之約定條款，業配合「個人資料保護法」明訂對個人資料之使用、蒐集、處理、利用及國際傳輸之相關規範及控管，以確保個人資料之保護；且卡片相關業務依「金融機構辦理電子銀行業務安全控管作業基準」規定辦理資訊安全之防護，並研修相關作業規範及控管機制。</p> <p>3. 透過i集郵進行個人資料之查詢與運用及隱私權保護之查核，皆符合個人資料保護法之規定，以落實保障消費者隱私。</p> <p>4. 依據船舶運送業個人資料檔案安全維護計畫及處理辦法，要求業者應訂定個人資料檔案安全維護計畫，並採行適當之安全措施，防止個人資料被竊取、竄改、毀損、滅失或洩漏。航港局亦不定期辦理行政檢查，督導業者落實個資防護措施。</p> <p>5. 觀光署就轄管之旅行業、旅宿業及觀光遊樂業，不定時宣導應依「交通部指定觀</p>		<p>具體措施 1(10)、 9(4)</p>

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>光產業類非公務機關個人資料檔案安全維護計畫及處理辦法」訂定個人資料檔案安全維護計畫及執行，並辦理個人資料保護行政檢查，加強觀光產業業者落實個人資料保護，並督導地方政府及公協會就權責範圍協助宣導前揭規定。</p> <p>6. 督導航空公司依「民用航空事業個人資料檔案安全維護計畫及處理辦法」，針對個人資料採行適當之安全措施，以加強航空公司依法落實個人資料安全維護及處理。</p>		
28	(2)強化數位市場監理與執法技術，並積極查處不當行銷、不實廣告、顯失公平契約條款及消費詐騙。	觀光署轄管之旅行業以所屬或透過其他網路平台、行動應用程式(APP)、其他電子方式經營旅行業務者，應依旅行業管理規則第32條於其頁面及介面揭露相關事項，另辦理不定期業務檢查，督導業者切實遵守第22條、第30條、第49條第10款及第14款規定，以預防業者不當行銷、不實廣告及詐騙消費者等情事。	114年12月31日	
29	(3)輔導管理網路平臺，強化資訊揭露及爭議協處。	中華郵政公司於全球資訊網揭露隱私權保護政策、資訊安全政策及提供各類服務之定型化契約等訊息；為維	114年12月31日	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		護消費者權益，提供顧 客服務專線及意見箱 等管道，協助爭議之處 理。		
30	(4) 持續推動應用程式 (Apps) 之安全標章認 證、資安檢測。	1. 「台鐵 e 訂通」APP 定期辦理資安檢測， 取得資安認證，臺鐵 公司並定期辦理票 務系統弱點掃描、滲 透測試及資安健檢。 2. ETC App 定期辦理 弱點掃描、滲透測試 及資安健檢，每年辦 理資安自主驗證，包 含「行動應用 App 基 本資安標章-高級」、 「ISO27001 資訊安 全管理系統認證」、 「BS10012 PIMS 個 人資料保護管理認 證」，持續推動 ETC App 之安全性檢測。 3. 持續推動高鐵旅客 服務行動應用程式 A PP 之安全性檢測。	114 年 12 月 31 日	
31	(5) 健全數位環境，強化消 費者對數位消費安全 (含個人資料保護與資 訊安全防護) 之認知。	1. 督導航空公司配合 加強反詐騙宣導，透 過公司官網、電郵、 簡訊等方式，結合反 詐騙宣導素材，向消 費者宣導反詐騙資 訊，提升消費者個人 資料保護與資訊安 全防護之認知。 2. 督導高鐵於高鐵個 人會員系統、會員點 數兌換系統、網路訂 位系統及智慧型手 機購票系統，增加一 次性密碼驗證(OTP) 功能，以保護消費	114 年 12 月 31 日	(新增)

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		者權益。		
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理				
32	(1) 推動並強化企業經營者、企業自律性組織、非營利組織、消費者保護團體及政府處理消費爭議之管道與效能。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 接獲申訴案件時，基於目的事業主管機關立場介入調處，於了解消費者訴求後，洽請業者妥處，倘業者有違反相關法令規定之處，將依事證及法令進行裁處。 2. 接獲高鐵旅客之客訴案件，除先行向消費者敘明法令規定，並依個案狀況適時建議旅客得利用消費爭議申訴之管道。 3. 臺鐵公司接獲旅客陳情案件時，除進一步與事發單位或旅客確認陳情內容，亦於了解後先行向旅客敘明法令規定及其訂定原委，並依個案狀況建議利用消費爭議申訴管道。 4. 每年由地方政府就所轄觀光遊樂業實施定期檢查，以及觀光署得實施年度督導考核，督導業者建立消費爭議管道，於售票口、摺頁、票根載明消費申訴(客服)專線，並督導處理情形。 	114 年 12 月 31 日	(新增)
33	(4) 建立重大消費事故(含罷工或無預警停業)之預防、處理計畫、善後處理標準作業程序及研修	<ol style="list-style-type: none"> 1. 要求國籍航空公司訂定應變計畫，依所訂定之應變計畫，適時、適情演練 	114 年 12 月 31 日	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	(訂)重大消費事故損害賠償機制。	<p>及滾動檢討應處，並督促航空公司依民用航空乘客與航空器運送人運送糾紛調處辦法積極妥處旅客權益。</p> <p>2. 適時檢討航空運送賠償制度及額度，視需要研修相關法規。</p> <p>3. 落實清查公路汽車客運業、市區汽車客運業與遊覽車客運業投保乘客責任保險，並於公路局官網公告各客運公司及遊覽車客運公司投保乘客責任險及強制汽車責任險保額及期限。</p> <p>4. 督導高鐵公司滾動式檢討遇列車停駛延誤事件或罷工之應變機制與作為，並於企業網站公告預期受影響之班次，提供相關旅客權益保障內容查詢。</p> <p>5. 接獲消費爭議案件，由觀光署或責成各縣市政府，依消費者保護法規定督導旅宿業妥適處理，並追蹤後續處理情形。</p> <p>6. 中華郵政公司業已訂定郵政 VISA 金融卡約定條款及相關作業規章，並針對重大消費事故損害賠償建立「郵政 VISA 金融卡爭議款賠補機制」，以維護持卡</p>		

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>人權益。</p> <p>7. 臺鐵公司滾動檢討「因應計畫性環島鐵路停駛交通維持措施」處理罷工情形，維護旅客權益。</p>		(新增)
34	(5)落實重大消費爭議案件之資訊揭露與即時處理機制。	<p>1. 公路局定期公告公路客運及遊覽車客運業者事故件數、交通違規件數及評鑑成績，並揭露遊覽車相關配備資訊。</p> <p>2. 接獲有關觀光產業之消費爭議案時，由觀光署或責成各縣市政府，依消費者保護法妥適處理，並追蹤後續處理情形。</p> <p>3. 針對重大消費爭議案件，航港局即時發佈新聞稿，主動揭露案發原因、應變機制及處理程序，並持續追蹤相關動態。</p> <p>4. 臺鐵公司旅客運送契約、旅客晚點賠償規約、電子票證乘車營運規定、定期票使用須知及聯運票使用須知等，除於臺鐵公司官網公告實施外，於各車站均有公告，俾使規範能廣為週知，落實維護消費者權益。</p> <p>5. 督導高鐵公司對重大消費爭議案件之資訊揭露與即時處理機制。</p>	<p>1. 114年12月31日</p> <p>2. 公路局落實於官網公告轄管48家公路客運業者投保、事故、評鑑違規資料。</p>	
35	(6)建立消費爭議諮詢、申訴及調解案件之原因究	<p>1. 民航局定期統計消費者申訴案件並進</p>	<p>1. 114年12月31日</p> <p>2. 民航局督導航空</p>	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	<p>明及統計分析(包括對特定消費族群),並研議改進策略及揭露資訊。</p>	<p>行分析,以作為提昇服務品質之參考;針對未達管理目標之航空站及航空公司要求據以改善。</p> <p>2. 將國道車輛拖救服務收費標準公布於高速公路局網站,以利民眾瞭解,並隨時接受民眾詢問車輛拖救服務相關疑義及處理申訴案件,另除每 2 年檢討 1 次協議書外,亦視需要將民眾建議事項,納入「國道車輛拖救服務協議書」修正參考。</p> <p>3. 公路局設置 24 小時全年無休用路人服務專線(0800-231035),包含受理民眾陳情及申訴服務,以錄案派工方式交由權責單位作後續查處與回覆,並針對列管案件進行統計及分析。</p> <p>4. 定期審視分析高鐵消費爭議樣態與客訴案件,督導高鐵公司就消費爭議案件增加之情形並研議改善措施,包括檢討改善實務操作流程與服務作業程序外,並加強與旅客之溝通及宣導。</p> <p>5. 臺鐵公司定期審視分析消費爭議樣態與客訴案件,就消費</p>	<p>站及航空公司每季統計消費者申訴案件。</p>	<p>(新增)</p>

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>爭議案件增加之情形並研議改善措施，包括檢討改善實務操作流程與服務作業程序外，並加強與旅客之溝通及宣導。</p> <p>6. 觀光署錄案追蹤觀光旅館消費爭議處理情形及結果。</p> <p>7. 每年實施定期及不定期檢查所轄觀光遊樂業，邀請消保機關向其宣導建立消費爭議諮詢、申訴及調解案件之原因究明及統計分析，研議改進策略並揭露資訊。另要求觀光遊樂業應投保公共意外責任險，並納入年度督導考核檢查項目辦理。</p> <p>8. 觀光署按月製作旅遊糾紛案件統計分析表，並請中華民國旅行業品質保障協會協助建立旅遊糾紛案件類型統計及相關分析資料庫，並加強瞭解旅行社旅遊團體現況、強化票據信用監控措施、建立重點查核對象及提高履約保證保險等，以降低相關消費爭議。</p> <p>9. 每年定期委外辦理「郵政服務顧客滿意度調查」，利用統計分析，歸納顧客對於各項服務之滿意</p>		

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		情形，並針對顧客反映建議、申訴等事項，研提具體改善措施，函請各等郵局及臺北郵件處理中心，督導所屬員工確實辦理。		
36	(7)研議推動國內及跨境(含兩岸)消費糾紛之線上及非線上訴訟外處理機制，並完備相關法令制度。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 觀光署委外辦理旅遊糾紛調處，或依旅客意願轉請各縣市政府處理國內及跨境消費爭議案件。 2. 中華郵政公司依據「活期(儲蓄)存款契約附屬金融卡/信用卡定型化約款應記載及不得記載事項」規定，修(訂)「郵政 VISA 金融卡約定條款」、「郵政金融卡約定條款」、「郵政 VISA 一卡通金融卡約定條款」及「郵政 VISA 悠遊金融卡約定條款」，以提供持卡人於國內及跨境(含兩岸)消費糾紛之線上及非線上訴訟外處理機制。 	114 年 12 月 31 日	
7. 重視特定消費族群權益				
37	(2)鼓勵企業經營者及政府機關提供特定消費族群友善之商品、服務、消費措施、標示(章)、消費環境與適切消費諮詢等相關服務。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 依「身心障礙者權益保障法」、「發展大眾運輸條例」等相關規定，提供無障礙運輸場站空間與服務，便於各類身心障礙者行動與使用。 2. 民航局所轄機場針對身心障礙旅客、銀髮族、婦女或孩童，提供貼心設施及服 	114 年 12 月 31 日	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>務，並鼓勵航空公司利用多元化之管道，提供身心障礙者消費諮詢相關服務。</p> <p>3. 觀光署或地方政府依「個別旅客訂房定型化契約應記載及不得記載事項」規定及消費者保護相關法規，提供消費者友善諮詢服務並於「臺灣旅宿網」建置「無障礙設施及友善環境」專區，提供消費者即時查詢旅宿業相關友善設施或服務。</p> <p>4. 每年由地方政府就所轄觀光遊樂業實施定期及不定期檢查，要求業者提供友善消費諮詢等相關服務，且納入觀光遊樂業年度督導考核檢查項目辦理，另持續鼓勵業者，針對特定消費族群，提供友善之消費諮詢等相關服務，例如：設立友善專屬諮詢服務櫃台，提供輪椅租借、嬰幼兒推車租借等貼心服務或建置無障礙設施(如無障礙廁所、親子廁所或哺集乳室等友善設施)。</p> <p>5. 中華郵政公司業已提供「網路郵局友善專區」及「網路 ATM 友善專區」並均取</p>		

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>得網站無障礙規範標章，行動郵局及實體 ATM 亦支援語音報讀功能及英文版本；另實體 ATM 提供日、印、越、泰等多國語言操作介面，以落實普惠金融。</p> <p>6. 提供友善服務及無障礙用郵環境，遇身心障礙者、孕婦、高齡或行動不便客戶等於營業廳等候或使用服務鈴時，主動引導至「無障礙窗口」或「友善服務窗口」優先提供服務。</p> <p>7. 加強落實對高齡客戶之臨櫃關懷提問，防止其遭金融詐騙，以提升對高齡客戶消費權益保護。</p> <p>8. 高公局提供多元友善服務措施，規劃提供愛心預約Line@介面預約愛心服務，提供年長者、行動不便人士、孕婦、攜帶孩童者進行免下車辦理 ETC 服務，同時提供多元 ETC 業務諮詢服務管道，如客服專線、通訊軟體 LINE、語音異動服務及網站等。</p> <p>9. 公路局針對高齡者駕駛族群加強控管駕駛執照換發，並鼓勵無需求者繳回駕照，朝「鼓勵自願繳</p>		

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>回駕照」、「優化民眾辦理服務點」、「加強高齡用路人之交通安全宣導」、「提供公共運輸多元服務型態」等項目加強辦理，以持續精進高齡駕駛管理制度。</p> <p>10. 督導地方政府加強查核各公共停車場是否依規定設置身障及婦幼專用停車位，並依法查處違規佔用的車輛。</p> <p>11. 各客船航線場站於服務台指派專人提供高齡者及身心障礙者消費諮詢等相關友善之服務，並於客船規劃設置便於各類身心障礙者行動與使用之無障礙設施及設備。</p>		
38	(3)運用合適的宣導媒介，加強宣導特定消費族群關切的消費議題，例如高齡者財產信託制度、身心障礙福利機構評鑑及收費資訊等。	<p>1. 中華郵政公司於全球資訊網客戶服務專區針對身心障礙者宣導於 ATM 跨行提款手續費得申請減免優惠服務，並於金融友善服務專區揭露本公司金融友善服務執行情形。</p> <p>2. 各航空站為加強對身心障礙者、銀髮族及孕婦等行動不便旅客之服務，設置無障礙服務設施，並於網站揭露相關消費者保護議題資訊。</p>	<p>1. 114年12月31日</p> <p>2. 更新民航局網站身心障礙旅客資訊至少1次。</p>	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
39	(5.3)輔導企業經營者對兒童及少年進行個人或其家庭成員資料之蒐集、處理及利用，皆須先取得其父母或監護人同意，並有明確且完整之兒童個人資料保護政策。	中華郵政公司舉辦「暑假親子集郵研習營」，其活動簡章及報名劃撥單明確告知活動蒐集、處理及利用個人資料聲明事項，符合相關規定。	114年12月31日	
8. 消費者教育之推行				
40	(3)充實消費資(警)訊，並於機關網站設置消費者服務專區網頁，及加強機關內部人員消費者教育訓練。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 對於發生飛安或營運異常之航空公司，民航局隨時發布新聞稿，並於民航局網站公布消費資訊及警訊，提醒消費者注意。 2. 航港局官網設置消費者保護專區，並公告相關法令規範及申訴流程，供消費者參考。 3. 公路局局網建置公路客運及遊覽車客運業者相關資訊查詢頁面，提供消費者搭乘及租賃參考依據。 4. 觀光署於行政資訊網網站設置「消保事項專區」，公告相關定型化契約應記載及不得記載事項規定及其定型化契約範本，供消費者查詢。 5. 建置臺灣旅宿網供消費者查詢合法旅宿業定價及相關資訊，以維護消費者權益。 6. 郵政電商開店平臺 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 114年12月31日 2. 民航局每季更新消費者資訊專區。 	公路局已建置ibus app，提供即時行車動態資訊、預估到站時間、票價、時刻表、站牌位置等資訊，將持續推動民眾使用。

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>「會員權益」頁面建置「消費者保護法」法規連結，提供消費者查詢。</p> <p>7. 郵政電商開店平臺「客戶服務」頁面建置「聯絡我們」及「意見箱」頁面，提供消費者客服聯繫管道。</p> <p>8. 配合郵票之發行，印製集郵報導及海報，供消費者參考。並持續更新中華郵政全球資訊網集郵專區及i集郵資訊，以提供最新集郵訊息；並安排相關人員定期參加消費者教育訓練，以充實專業知能。</p>		
41	(5)加強企業經營者推行消費者教育、並善盡社會責任，以保障消費者權益。	高公局為加強落實國道服務區管理，持續提升消費者保護理念、服務品質等，每年度皆辦理「服務區管理人員教育訓練」，教育訓練對象為高速公路局所屬各分局管理人員及服務區經營廠商，規劃商場經營創意行銷、消費保護與損害賠償等相關案例解析等相關教育訓練課程，提供買賣雙方消保意識之建立及維護消費者相關權益。	114年12月31日	
42	(6)開發並妥善運用各種宣導資源(例如結合終身學習、企業經營者及其公協會、消費者保護團體或各類非營利組織	1. 民航局視業務情形邀請縣市政府之消保官或專家、學者辦理消費者保護講座，加強同仁消保觀念。	1. 114年12月31日 2. 民航局受訓人數較113年度提升。	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	等)實施消費者教育。	2. 持續針對民航局消費爭議案承辦人進行訓練，並督導各航空公司加強消費者服務功能，設置消費者服務專線，並由專人妥善處理消費申訴及服務事宜。利用多樣化、活潑之形式，並透過各種管道就消費者關心議題與措施提進行宣導。 3. 於中華郵政公司郵政 e 大學網站建置「消費者保護法」系列線上課程，鼓勵郵政員工踴躍上網學習。 4. 適時發送電子報宣導郵政電商開店平臺會員注意自身消費相關權益。 5. 將中華郵政公司顧客服務專線印於集郵報導及海報上，供消費者利用。		
43	(7)扶植、獎助消費者保護團體，並加強與之聯繫、諮詢及合作，及協助其與國外消費者保護組織合作及交流。	1. 要求各航空站於新增服務設施前，邀請消費者保護有關團體參與意見。 2. 本部各機關(構)(單位)對於消保團體提出消費事項建議或爭議時，皆儘速處理。 3. 中華郵政公司開辦及調整業務前，皆已事先公告周知，俾符消費者權益。 4. 不定期至消費者文教基金會網站查詢	1. 114年12月31日 2. 航空站邀請社福團體、學界等專家學者，完成航空站無障礙設施勘檢至少1次。	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>是否有關於中華郵政公司相關業務之新聞或糾紛及建議。</p> <p>5. 積極參與相關機構(如財團法人金融消費評議中心)舉辦之課程以瞭解相關法規及案例。</p>		
9. 擘劃因應新興議題及行政監督				
44	(1)辦理消費者保護相關研究調查，並邀集產、官、學界及民間團體代表(含消費者保護團體)，溝通策進相關消保業務的推動情形。	適時邀集產、官、學界及民間團體代表，溝通並研議修正消費者保護相關法令及政策。	114年12月31日	
45	(2)中央主管機關監督所轄地方主管機關辦理相關消費者保護業務之成效。	將地方政府非法旅宿查處作為及納入觀光署考核地方政府辦理旅宿業管理輔導績效之項目。	114年12月31日	
46	(4)關注並研擬新科技如大數據、人工智慧、區塊鏈及社群媒體等新技術應用下衍生之消費者權益保障議題。	利用網路方式提供客戶免臨櫃申請郵政存簿儲金帳戶，結合OCR、QR Code、行動設備、自然人憑證及各系統串接以辨識證件及客戶身分，對於開戶申請資料，全程皆使用加密予以保護，避免個人資料外洩，確保客戶權益。	114年12月31日	

勞動部 114 年度消費者保護方案

目錄

核心業務

1. 執行國道客運勞動條件檢查計畫
2. 辦理跨國人力仲介公司服務品質評鑑
3. 加強私立就業服務機構（含職業介紹服務定型化契約範本使用情形）之評鑑
4. 執行國內代辦打工度假服務業者管理與宣導
5. 督導各地方政府主動查察雇主刊登之不實求才廣告，及加強宣導不實廣告相關規定，強化民眾求職安全

非核心業務

1. 確保食品、商品與服務安全及品質
2. 消費資訊充分、正確及透明
3. 消費者教育之推行

勞動部 114 年度消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
1	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	執行國道客運勞動條件檢查計畫	落實執行國道客運勞動條件檢查專案計畫。	汽車客運(含國道與一般公路)業勞動條件專案檢查。	檢查 140 場次	1. 具體措施 1.(1) 2. 延續性指標
2	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	辦理跨國人力仲介公司服務品質評鑑	每年實施仲介評鑑制度，並將評鑑結果分為A、B、C等三級，評鑑成績放置於本部勞動力發展署網站，提供雇主選任仲介機構參考，藉以提昇仲介機構服務品質。	1. 以私立就業服務機構從事跨國人力仲介服務品質評鑑要點規定辦理仲介評鑑。 2. 為強化仲介服務品質，保障消費者權益，提升評鑑成績為C級之仲介機構服務品質。	1. 評鑑仲介機構 1,000 家。 2. 持續輔導最近1次評鑑成績為C級之仲介機構，以提升服務。整體評鑑C級之仲介機構家數佔總評鑑家數不超過6%為目標。	1. 具體措施 1.(8) 2. 延續性指標
3	3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易	加強私立就業服務機構(含職業介紹服務定型化契約範本使用情形)之評鑑	督導各地方政府訪查所轄管許可設立之私立就業服務機構，並查察職業介紹服務定型化契約範本使用情形。	1. 各地方政府訪查比率。 2. 督促地方政府透過私立就業服務機構評鑑時，向仲介公司宣導使用職業介紹服務定型化契約範本。	1. 訪查機構比率達80%以上。 2. 每年宣導100家。	1. 具體措施 3.(1) 2. 延續性指標
4	7. 重視特定消費族群權益	執行國內代辦打工度假服務業者管理與宣導	向私立就業服務機構等打工度假代辦服務相關業者宣傳本部訂定之「打工度假代辦服務應注意事項」，以落實推動	受評鑑私立就業服務機構輔導比率。	1. 受評鑑私立就業服務機構輔導比率達100%。 2. 新設立機構及績優	1. 具體措施 7.(1) 2. 延續性指標

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			消費者保護機制，維護青年學子安全與權益。		免評機構輔導比率達 80% 以上。	
5	8. 消費者教育之推行	督導各地方政府主動查察雇主刊登之不實求才廣告，及加強宣導不實廣告相關規定，強化民眾求職安全。	<ol style="list-style-type: none"> 各地方政府主動查察雇主刊登不實求才廣告。 補助地方政府辦理校園求職防騙宣導活動，落實求職防騙宣導。 	<ol style="list-style-type: none"> 各地方政府主動查察件數。 補助各地方政府辦理校園求職防騙暨就業隱私宣導場次。 	<ol style="list-style-type: none"> 查察 6,000 件。 每年補助宣導場次 200 場以上。 	<ol style="list-style-type: none"> 具體措施 8.(1) 延續性指標

勞動部 114 年度消費者保護方案（非核心業務）

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1. 確保食品、商品與服務安全及品質				
1	(3) 加強含有毒性化學物質（含環境荷爾蒙）、重金屬商品(食品)、農藥、動物用藥與飼料等之製造、安全管理、流向管控機制及查核，並落實對前揭業者之監督輔導，及促進替代性物質之研發。	配合本部與環境部有關新化學物質及既有化學物質之共同審查機制，由本部維護國家既有化學物質清單，並介接至環境部所建置國家化學雲，供各目的事業主管機關參考運用，以掌握化學物質安全資訊。	年度辦理	
2. 消費資訊充分、正確及透明				
2	(4) 針對商品與服務之不實廣告、標示及宣稱，加強管理、查核(處)及宣導。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 辦理查驗防爆電氣設備關鍵防爆功能，及配合抽查市售防爆電氣設備廣告 10 型。 2. 辦理已通過防爆電氣設備檢定合格製造廠產銷狀況調查，並查核對應廣告之正確性計 10 案次。 3. 辦理機械安全現場輔導，宣導機械之合格標章認知，及抽查市售機械銷售廣告之真實性計 40 案次。 	年度辦理	
8. 消費者教育之推行				
3	(6) 開發並妥善運用各種宣導資源(例如結合終身學習、企業經營者及其公協會、消費者保護團體或各類非營利組織等)實施消費者教育。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 輔導工會於辦理勞工教育訓練活動時，規劃辦理「消費者保護教育」課程內容，並適時將「消費者保護」觀念周知會員，以廣為宣導消費者保護概念。 2. 考量勞保被保險人及投保單位為廣義消 	年度辦理	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>費者，為強化投保單位對雇主投保責任認識及提升被保險人權益意識，勞保局持續於全國各縣市辦理下列說明會：</p> <p>(1)業務說明會：讓投保單位瞭解勞、就、災、國保及勞退相關法令及實務作業規定。</p> <p>(2)新投保說明會：講授基礎課程，讓新投保單位對相關法規及辦理手續有基本認識。</p> <p>(3)校園深耕勞動保障說明會：與大專院校合辦，使職場新鮮人及早瞭解勞動保障相關資訊。</p> <p>(4)防制勞保黃牛說明會：使醫院志工、社工、護理人員等瞭解勞保規定，藉由與病患接觸機會，告知保險權益或轉介至勞保局各地辦事處，以共同防制勞保黃牛。另輔以於院所張貼海報、製作(電子)圖卡等方式週知大眾，使觸及率與宣導效能更廣、更佳。</p> <p>3. 結合本部及所屬機關內部員工終身學習推動活動，推動有關消費者之教育及相關宣導活動。</p>		

農業部 114 年度消費者保護方案

目錄

核心業務

1. 強化農水畜產品之用藥管理及檢驗
2. 國內電商平臺販售之違規動植物檢疫物、動物用藥品及農藥之管理
3. 持續辦理森林遊樂區服務品質改善與安全維護與查核
4. 休閒農場查核
5. 確保肉品安全無殘留斷針
6. 農產品相關標章之輔導、管理與查核
7. 明確規範寵物業者及飼主的繁殖、買賣、寄養與飼養行為及寵物食品安全，以維護消費權益
8. 加強消費詐騙之預防
9. 國家森林遊樂區遊客中心重視特定消費族群權益
10. 持續督導農會宣導提醒注意網路購物詐騙，遏止詐騙行為；持續辦理野外活動安全教育導，利用農民、家政、四健班會等活動落實農戶輔導及消費者教育

非核心業務

1. 確保食品、商品與服務安全及品質
2. 消費資訊充分、正確及透明
3. 交易自由與公平
4. 持續推動永續消費
5. 健全數位消費環境
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理
7. 重視特定消費族群權益
8. 消費者教育之推行

農業部 114 年消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 KPI	114 年目標值	備註
1	確保食品、商品與服務安全及品質	強化農水畜產品之用藥管理及檢驗	(1) 辦理蔬果農作物農藥殘留監測 (2) 辦理養殖水產品動物用藥品殘留監測 (3) 化學農藥風險十年減半行動方案 (4) 畜禽檢體之動物用藥監測	1. 全國蔬果農產品抽驗件數 2. 水產品動物用藥品殘留抽驗 3. 抽檢市售成品農藥、查核農藥販賣業者及農藥工廠 4. 辦理生物農藥及免登記植物保護資材補助 5. 化學農藥風險降低 6. 於畜禽飼養場抽樣畜禽檢體監測動物用藥	1. 監測蔬果農藥殘留 14,000 件 2. 監測水產品動物用藥品殘留 2,000 件 3. 抽檢市售成品農藥 1,000 件、查核農藥販賣業者 500 家及農藥工廠 50 家。 4. 生物農藥及免登記植物保護資材補助面積合計達 18,000 公頃 5. 化學農藥風險較基期年 (103-105) 降低 35%。 6. 監測動物用藥殘留 6,000 場	農糧署、漁業署、防檢署 (延續性指標)
2	確保食品、商品與服務安全及品質	國內電商平臺販售之違規動植物檢疫物、動物用藥品及農藥之管理	強化查搜國內電商平臺違規販售之疑似動植物檢疫物、動物用藥品及農藥，並向販售之平臺檢舉，請其下架該等違規商品	1. 全年度查搜電商平臺商品之總件數 2. 向電商平臺檢舉之疑似違規商品下架率 3. 邀集國內電商平臺進行法規及業務溝通次數	1. 至少查搜電商平臺商品 840,000 件 2. 疑似違規電商平臺商品下架率 100% 3. 邀集國內電商平臺進行法規及業務溝通 2 次	防檢署 (延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 KPI	114 年目標值	備註
3	確保食品、商品與服務安全及品質	持續辦理森林遊樂區服務品質改善與安全維護與查核	(1)辦理國家森林遊樂區服務品質稽核 (2)遊客中心解說及販售空間改善 (3)提供購買門票多元支付服務 (4)辦理國家森林遊樂區消防設備檢查、水質檢測	1. 完成國家森林遊樂區服務品質稽核之場域數 2. 完成遊客中心解說及販售空間改善之場域數 3. 提供購買門票多元支付服務之場域數 4. 委託消防檢修機構辦理園區消防設備檢查及申報、委託廠商進行園區水質檢測之案件數	1. 完成國家森林遊樂區服務品質稽核共 9 處 2. 完成遊客中心解說及販售空間改善共 6 處 3. 提供買門票多元支付服務共 13 處 4. 消防設備檢查 30 次及水質檢測 50 次	林保署 (延續性指標)
4	確保食品、商品與服務安全及品質	休閒農場查核	責成各直轄市、縣(市)政府對准予籌設及核發許可登記證之休閒農場，會同各目的事業主管機關定期或不定期就設施公共安全、服務、商品管理、公共意外險投保、消費者個資保護及金融交易安全等查核，有違規定者責令限期改善	1. 查核休閒農場家數 2. 定期維護休閒農業設施 3. 設有安全警示標語或標誌 4. 投保公共意外責任險之場域數 5. 休閒農場設置自動體外心臟電擊去顫器 (AED) 6. 標示販售生鮮農特產品之檢驗報告或資訊 7. 落實消費者個資保護 8. 落實金融交	1. 查核休閒農場 200 家 2. 定期維護率達 90%以上。 3. 安全警示標示率達 90%以上。 4. 投保率達 90%以上。 5. 一定規模以上之休閒農場 AED 設置率達 90%以上。 6. 標示率達 90%以上。 7. 落實個資保護達 90%以上。 8. 落實金融交	農村水保署(延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 KPI	114 年目標值	備註
				易安全管理	易安全管理達 90%以上。	
5	確保食品、商品與服務安全及品質	確保肉品安全無殘留斷針	<ol style="list-style-type: none"> 依 113 年 9 月 20 日「環境保護與食品安全協調會報」113 年第 2 次會議決議，為避免類似情事再次發生，由農業部及衛福部各依權責精進相關措施。 農業部負責加強畜牧場宣導，提升獸醫師及飼主警覺及通報，並加強屠檢人員訓練，提升殘留針頭攔截機率。 	持續提升屠宰衛生品質，辦理屠檢人員教育訓練（包含課程及實務訓練），增進屠檢人員專業技能。	辦理屠檢人員在職相關教育訓練 17 場次。	防檢署、畜牧司(新增指標)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 KPI	114 年目標值	備註
6	消費資訊充分、正確及透明	農產品相關標章之輔導、管理與查核	<p>(1)辦理市售(包含網路購物、直銷、電視購物等)有機農產品品質抽驗及標示(章)查核工作</p> <p>(2)辦理產銷履歷農產品品質抽驗及標示(章)查核工作</p> <p>(3)為讓大眾了解產銷履歷驗證制度，並強化農產品經營者之生產效率及經營技術，藉此增加產銷履歷產品形象及價值，以提升消費者認同</p>	<p>1. 市售有機農產品品質抽驗及標示(章)查核件數</p> <p>2. 辦理產銷履歷農產品安全品質抽驗及標示查核</p> <p>3. 辦理消費者端產銷履歷活動</p> <p>4. 辦理水產品相關標章查核</p> <p>5. 辦理畜產品相關標章查核</p> <p>6. 畜產品驗證機構查核生產場</p>	<p>1. 市售有機農產品品質抽驗及標示(章)檢查 5,500 件</p> <p>2. 產銷履歷農產品安全品質抽驗及標示查核(含田間及市售)3,550 件</p> <p>3. 辦理消費者端產銷履歷活動 20 場次</p> <p>4. 辦理優良水產品(CAS)、產銷履歷及有機等標章水產品之實體通路和網路通路查驗計 240 件</p> <p>5. 辦理市售畜產品 CAS 標章及標示查核 90 場次</p> <p>6. 畜產品驗證機構於生產場抽樣檢驗，每年約查場 480 場次，抽驗產品 1,500 件以上</p>	農糧署、漁業署、畜牧司、各區農業改良場(延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 KPI	114 年目標值	備註
7	消費資訊充分、正確及透明	明確規範寵物業者及飼主的繁殖、買賣、寄養與飼養行為及寵物食品安全，以維護消費權益	加強寵物旅館之管理、非法寵物繁殖、買賣業及寵物食品之稽查與裁處	<ol style="list-style-type: none"> 1. 寵物旅館稽查量及輔導管理件數 2. 非法繁殖買賣犬貓檢舉稽查案數量 3. 寵物食品安全抽查件數 4. 市售寵物食品安全檢測合格率 5. 市售寵物食品廣告稽核合格率 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 辦理非法經營寵物旅館檢舉稽查量，稽查數量 1,000 件，辦理合法寄養業者之查核或輔導管理工作 650 件 2. 辦理非法繁殖買賣犬貓檢舉稽查案量，稽查數量 11,000 件 3. 辦理寵物食品安全抽查計 500 件 4. 寵物食品安全檢測合格率 95% 5. 寵物食品廣告稽核合格率 80% 	動保司 (延續性指標)
8	促進交易自由與公平	加強消費詐騙之預防	<ol style="list-style-type: none"> (1) 針對網路購物一頁式(假網購真盜圖)廣告及 FACEBOOK(臉書)之不實廣告即時澄清 (2) 加強消費詐騙(如摻偽假冒等)之預防、查緝及宣導預防消費詐騙 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 即時澄清 2. 依據糧食管理法第 15 條規定，針對市售食米之品質規格及標示辦理抽檢 3. 申訴或違規案件下降數(率) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 即時澄清 2. 抽檢 960 件 3. 違規案件比例維持在 1% 以下 	農糧署 (延續性指標)
9	重視特定消費族群權益	國家森林遊樂區遊客中心重視特定消	<ol style="list-style-type: none"> (1) 辦理友善通用設計廁所改善 (2) 辦理無障 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 完成友善通用設計廁所改善之場域數 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 完成友善通用設計廁所改善 18 處 2. 完成無障礙 	林保署 (延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 KPI	114 年目標值	備註
		費族群權益	礙坡道改善 (3)辦理哺集乳室改善	2. 完成無障礙坡道改善之場域數 3. 完成哺集乳室改善之場域數	坡道改善 18 處 3. 完成哺集乳室改善 13 處	
10	消費者教育之推行	持續督導農會宣導提醒注意網路購物詐騙，遏止詐騙行為；持續辦理野外活動安全教育，利用農民、家政、四健班會等活動落實農戶輔導及消費者教育	(1)辦理農會宣導提醒注意網路購物詐騙 (2)辦理野外活動安全教育宣導 (3)辦理農作物栽培管理講習暨消費者保護宣導人次 (4)辦理病蟲害防治與安全用藥 (5)病蟲害鑑定診段 (6)土壤及資材檢驗分析 (7)重要作物田間技術輔導 (8)病蟲害疫情監測通報 (9)農作物栽培管理技術諮詢服務(含 LINE 作物即時診斷服務)	1. 農會宣導 2. 國家森林遊樂區辦理野外活動安全宣導 3. 全年辦理病蟲害防治與安全用藥講習、病蟲害鑑定診斷、農地土壤分析、重要作物田間技術輔導、病蟲害疫情監測通報數、農作物栽培管理技術諮詢服務暨食農教育之消費者保護宣導人次 4. 達成率或違規案件下降數(率)	1. 加強宣導 302 家農會 2. 野外活動安全宣導 18 次 3. 辦理病蟲害講習 202 場 8,900 人次；病蟲害鑑定診斷 4,350 件；土壤資材檢驗分析 20,500 件；田間技術輔導 3,800 人次；病蟲害監測通報 371 件；栽培技術諮詢 15,560 件 4. 達成率 90% 以上	輔導司、林保署、各地區改良場及試驗場所(延續性指標)

農業部 114 年度消費者保護方案（非核心業務）

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1. 確保食品、商品與服務安全及品質				
1	(1) 加強對食品(含食品添加物等)、藥品、保健食品、商品、服務及營業場所之安全管理與查核，並檢討及研修(訂)相關法令、標準。	1. 查核休閒農場、辦理森林遊樂區消防設備、公共安全及檢驗水質檢查 2. 校園午餐食材抽檢	1. 農村水保署查核 50%已取得許可登記證之休閒農場及籌設中休閒農場，並針對販售農產品有取得 3 章 IQ 或自主檢驗報告或揭示生產之小農資訊等項目進行查核。 2. 林保署所轄國家森林遊樂區每年依規定辦理消防設備檢修及申報、公共安全檢查及水質檢驗。 3. 農藥所配合農糧署辦理校園午餐食材農藥殘留抽驗 3,000 件，並透過行政院食安辦跨部會檢驗資訊串接規劃，辦理檢驗資訊串接校園午餐食材登錄及智餐平台檢驗資訊介接，快速即時提供檢驗情資。	
2	(2) 針對非實體店面、校園、商圈、觀光休閒地區之食品、商品與服務，加強落實管理及查核。	查核觀光休閒地區店面販售之農產品	1. 農糧署每月抽檢市售包裝食米 80 件，並於官方網站公布結果，其中針對非實體店面每月抽檢 8~12 件。 2. 漁業署每年辦理優良水產品(CAS)、產銷履歷及有機等標章水產品之實體通路和網路通路查驗計 240 件。	
3	(3) 加強含有毒性化學物質(含環境荷爾蒙)、重金屬商品(食品)、農藥、動物用藥與飼料等之製造、安全管理、流向管控機制及查核，並落實對前揭業者之監督輔導，及促進替代性物質之研發。	1. 監督輔導農藥、動物用藥及飼料業者、農戶，以及查驗農藥、動物用藥殘留、飼料或飼料添加物重金屬、黃麴毒素等有害物質 2. 建構多層次蔬果殘毒把關系統，落實作物健康	1. 防檢署為強化動物用藥品製造及販賣管理，每年輔導及查核動物用藥品製造廠符合 GMP 規範至少 20 廠，查核販賣業者 1,000 場次。抽檢市售動物用藥品以監控其品質 150 件。 2. 畜牧司每年抽驗飼料或飼料添加物中所含重金屬、黃麴毒素、農藥及動物用藥等有害物質約 1,500 件；另依據《飼料管理法》之規定，建置飼料追溯及追蹤系統資料庫與資訊公開、限期使用電子發票等作業平臺，並訂定「飼料及飼料添加物追溯追蹤管理辦法」，以強化流向管控，預計每年完成抽查 50 項次以上。 3. 漁業署每年辦理上市前養殖水產品動物用藥品殘留抽驗 2,000 件以上，另辦理	

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>管理技術</p> <p>3. 蔬果農藥殘留質譜快檢技術應用於大型果菜批發市場</p> <p>4. 輔導民間單位自主執行蔬果農藥殘留快篩檢驗，降低食安風險</p> <p>5. 飼料產品之衛生安全之相關議題，係動物產品衛生安全的源頭管理問題，至為重要。為確保生產者與消費者之健康與安全，加強飼料及飼料添加物抽驗監測工作，強化飼料產品監控及管理機制。</p> <p>6. 診斷輔導教育農民使用整合性的病蟲害防治策略，達到安全用藥的目標，保護消費者的健康。</p>	<p>水產飼料管理及水產飼料品質監測計畫，抽驗動物用藥殘留 122 件、農藥殘留 4 件。</p> <p>4. 畜產試驗所飼料化驗中心提供飼料中有害物質（黃麴毒素）及重金屬委託檢測服務，每年完成飼料中黃麴毒素檢測 180 件以上；飼料重金屬檢測（鉛、鎘、砷及汞），每年完成 160 項次以上。檢驗不合格者，移請各縣市政府裁罰並加強輔導。</p> <p>5. 農藥所預定 114 年開設農民學院作物病蟲草害防治與安全用藥管理等班培訓 120 人。辦理農藥管理人員資格訓練培訓 300 人、農藥代噴技術人員訓練培訓 400 人。</p> <p>6. 農藥所開發之「農藥殘留質譜快檢技術」，已於 108 年 7 月在臺北農產公司正式實施，並分別於 109 年至 113 年間陸續輔導新北果菜公司、桃園果菜公司、台中果菜公司、漢光果菜合作社、嘉義果菜市場、高雄鳳山果菜市場、屏東九如果菜市場及宜蘭果菜市場共 9 處建立拍賣前質譜快檢機制，該技術可就我國有檢出紀錄的 200 種農藥類別進行快速定性定量檢驗。其中大型果菜批發市場檢驗不合格產品直接銷毀避免拍賣，並透過實名機制溯源輔導農友停止供貨並加以輔導安全用藥觀念，田間採收前不合格請農友延後採收並接受安全用藥輔導，擴大檢驗涵蓋面，落實本部對食安把關的政策承諾。</p> <p>7. 農業試驗所輔導全國約 260 處民間單位自主執行農藥殘留生化快速檢驗工作，建立從產地到消費端多層次快篩檢驗體系，預計每年總抽驗生鮮蔬果達 80 萬件以上，包含營養午餐供應鏈約 15 萬件；並協助國軍副食供應體系建立雙重把關機制。檢驗資訊彙整後於「農藥殘毒快速檢驗資訊系統」發布農藥殘留高風險蔬果訊息，提供檢驗站加強管控運銷蔬果之農藥</p>	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
			<p>殘留風險。檢驗站依自主管理作法，將檢出具殘毒風險疑慮之蔬果採取複驗確認、延後採收、停止供應、退貨或銷毀等方式處理，預估每年攔截銷毀問題蔬果 8,000 公斤以上。</p> <p>8. 桃園區農業改良場辦理農作物病蟲害講習 15 場次，農作物病蟲害鑑定及診斷服務 500 件，土壤資材檢驗分析 4,000 件，田間技術輔導 500 人次，病蟲害監測通報 30 件及栽培技術諮詢 1,000 件。</p> <p>9. 苗栗區農業改良場每年辦理農作物病蟲害及安全用藥講習訓練 30 場次。農作物病蟲害鑑定及診斷服務 250 件，田間農作物農藥殘留監測 400 件。農業土壤、資材重金屬監測 500 件、每年提供寄生性天敵 100 萬隻、捕食性天敵 300 萬隻。</p> <p>10. 臺中區農業改良場針對產銷班或農民辦理栽培管理及安全用藥講習會共 60 場；於刊物等多媒體刊登作物病蟲害防治及安全用藥宣導資訊至少 12 則。利用「LINE 作物病蟲害諮詢診斷服務」300 件，供民眾上傳病蟲害照片並直接與本場專家討論諮詢，幫助轄區農友於第一時間作問題的初判與因應，每月配合農糧署及農藥所提供之違規案件資料逐案進行安全用藥輔導，每年 500 件，並針對高風險作物加強宣導。</p> <p>11. 臺南區農業改良場輔導轄區產銷班或農民安全用藥講習 100 場以上；辦理作物栽培管理技術座談會 15 場；利用「LINE 作物病蟲害諮詢診斷服務」1,000 件以上；配合作物栽培曆於官網、粉絲頁等媒體刊登作物病蟲害防治及安全用藥宣導資訊 20 則以上。</p> <p>12. 高雄區農業改良場針對農民辦理栽培管理及安全用藥講習會共 25 場；於刊物等多媒體刊登作物病蟲害防治及安全用藥宣導資訊至少 12 則。作物</p>	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
			<p>病蟲害諮詢診斷服務 200 件，幫助轄區農友於第一時間作問題的初判與因應，並針對高風險作物加強宣導。</p> <p>13. 臺東區農業改良場每年辦理用藥安全講習會 40 場以上，預估 1,200 人次參加。</p>	
4	(4) 推動及落實商品、食品及農產品之安全性、可追溯性及生產永續性的追蹤(溯)履歷制度，以及相關廢棄物之管控標準作業流程。	以臺灣產地及安全追溯雲端服務系統，輔導農漁牧農產品經營者生產產銷履歷產品及驗證	<p>1. 農糧署辦理市售茶品標示檢查 1,000 件以上，市售茶品產地鑑別 200 件、競賽茶產地鑑別 300 件。持續輔導農產品經營者加入產銷履歷驗證制度，至 114 年底產銷履歷農糧產品驗證面積達 105,000 公頃。</p> <p>2. 畜牧司持續推動採樣送檢通過產銷履歷標章之豬肉、牛肉產品，及雞蛋查驗工作；持續推動雞蛋溯源標示制度，加強溯源標籤印發管理辦理產銷履歷市售散裝生鮮蛋品標籤檢查。</p> <p>3. 漁業署每年辦理水產品產銷履歷教育訓練 2 場及溯源水產品宣導說明會 10 場。</p> <p>4. 農藥所每年配合農糧署抽檢產銷履歷農產品農藥殘留 1,000 件、有機農產品 1,000 件、生產追溯產品 500 件。</p> <p>5. 茶及飲料作物改良場輔導茶葉產地證明標章，協助茶葉感官品評之審核，以及茶及咖啡產銷履歷驗證。截至 113 年 10 月 9 日止，茶及咖啡產銷履歷驗證面積合計達 1,456 公頃，114 年持續推動辦理。</p> <p>6. 畜產試驗所每年輔導豬隻、家禽、豬肉、牛肉、鮮乳、鮮羊乳產品等業者取得產銷履歷驗證補助共 110 場次；每年辦理食農教育講習 3 場次。</p> <p>7. 臺中區農業改良場辦理 3 場次產銷履歷宣導說明會，增修及整併作物 TGAP(臺灣良好農業規範)，持續加強農產品生產安全管理能力建構，提升產銷履歷產品價值。</p> <p>8. 臺南區農業改良場每年辦理農產品產銷履歷輔導，預計辦理 16 場次宣導會、</p>	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
			<p>推動面積預計累計達到 32,000 公頃。進行蚯蚓處理農業廢棄物效率提升以及產物利用等研究與推廣，以落實循環農業相關管控。</p> <p>9. 高雄區農業改良場辦理 3 場次產銷履歷宣導說明會，增修及整併作物 TGAP(臺灣良好農業規範)，持續加強農產品生產安全管理能力建構，提升產銷履歷產品價值。</p> <p>10. 花蓮場辦理有機、產銷履歷及食農教育等相關宣導，每年 4 場次，並輔導生產單位或農民取得有機或產銷履歷驗證。</p> <p>11. 臺東區農業改良場每年辦理產銷履歷宣導講習 2 場次，配合增修及整併作物 TGAP(臺灣良好農業規範)，加強生產單位或農民農產品生產安全管理能力。</p> <p>12. 農糧署與農藥所共同推動農作物農藥殘留快速檢驗計畫，應用質譜快檢技術於田間採收前三天採樣送檢，採收前一天可得知檢驗結果，每年規劃 2 萬件，搭配農會、合作社及合作農場等農民團體，於產地源頭端蔬果直接採樣送 10 處質譜快檢實驗室，農友免付費，不合格免裁罰但須延後採收並接受安全用藥輔導，複驗後確認產品合格產品才可上市並解除列管，落實源頭管理的政策。</p> <p>13. 農藥所預估 114 年底前質譜快檢實驗室設置輔導總家數可達 33 處以上(含 5 台質譜快檢行動檢測車)。質譜快檢行動檢測車可進一步結合植物診療師，於產地現場檢驗，不合格立即輔導農友安全用藥，預期全年質譜快檢之檢驗量可逾 10 萬件。</p>	
5	(6) 加強賣場、觀光遊憩區、溫泉場館等消費場所設施(備)之標示(章)、警告標示、避難逃生標示、認證之管理及查核，並檢討修訂	加強各類農畜漁產品與農業相關服務的標示(章)、認證及驗證機構查核、加強國家森林遊樂區人潮、車流管制	<p>1. 漁業署抽查 30 艘娛樂漁船之安全及實地評核遊艇碼頭 1 次。</p> <p>2. 林保署所轄國家森林遊樂區於農曆春節或長天數連假進行人車流管制，針對各場域停車位數量或最適承載量辦理管制措施，以維持場域安全與民眾遊園品質。</p>	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	相關規範	措施		
6	(8) 建構食品、商品及服務之市場監督、瑕疵或事故發生之通報及預警制度，並健全下架、召回、回收、銷毀、維修、退換貨或停止服務制度。	設立標示檢查不合格市售有機農產品之下架回收機制	1. 農糧署每月於網站公布市售有機農產品查驗結果，針對不合格之產品須於1日內下架、10日內回收。 2. 漁業署針對有機水產品經檢查結果不符者，發函所屬直轄市或縣(市)政府依有機農產品及有機農產加工品檢查及抽樣檢驗結果處置作業要點相關規定裁處，並命其限期改善及回收。	
7	(9) 針對致生損害嚴重之虞或影響人數為多之食品、商品與服務，研議建立損害賠償機制，或輔導企業經營者投保產品責任險或其他責任險。	訂定定型化契約保障消費者權益、輔導企業經營者以投保產品責任險或其他責任險建立損害填補機制	1. 動保司發布犬、貓美容服務定型化契約應記載及不得記載事項。與寵物商業同業公會合作辦理宣導說明會，輔導業者於實施服務前與消費者簽訂寵物美容定型化契約，確保雙方權益。督導縣(市)政府查核業者是否遵守寵物美容定型化契約應記載及不得記載事項，預定查核100家。 2. 漁業署每年辦理強制娛樂漁業漁船漁業人投保責任保險、每人最低保額200萬元之個人傷害保險。 3. 林保署管轄國家森林遊樂區每年為遊客投保遊客團體傷害保險與公共意外責任險。 4. 生物多樣性研究所每年辦理投保公共意外責任險、商業火災保險。	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
8	(10) 加強企業經營者對消費者個人資料(含隱私權)保護及金融交易(例如信用卡、第三方支付、線上及行動支付等)安全之監督、管理與查核。	1. 督導辦理法規教育訓練、落實「農業金融業個人資料檔案安全維護管理辦法」及隱私權保護相關規定 2. 督導農業金融機構辦理電子銀行行動支付等新科技應用技術業務符合法規，確保交易安全，維護消費者權益 3. 查核休閒農場	1. 農業金融署督導農業金融機構對所屬員工辦理個人資料保護認知宣導與教育訓練，並嚴守對客戶之存款、放款或匯款等資料應保守秘密規定，對涉及個人資料電子檔案或文件資料，應建立適當管控機制，落實「農業金融業個人資料檔案安全維護管理辦法」相關規定。 2. 農業金融署為提升信用部個人資料保護意識及防護措施，請農業金融機構規劃於114年員工每人至少參加1小時個人資料保護相關課程，並要求農業金融機構加強下列個人資料防護措施： (1) 依資料敏感度、風險高低分級管理。 (2) 依員工職務分級管理個資存取權限。 (3) 個人資料或檔案，由專責人員管理，放置資料或檔案處應有監視器或可上鎖之櫃子。 3. 農業金融署督導農業金融機構辦理電子銀行行動支付等新科技應用技術業務，符合金融機構提供行動裝置應用程式作業規範、金融機構辦理行動金融卡安全控管作業規範、金融機構辦理電子銀行業務安全控管作業基準、金融機構提供QR Code掃描支付應用安全控管規範、個人資料保護法及農業金融業個人資料檔案安全維護管理辦法等相關規定。 4. 農村水保署督導縣(市)政府轄內休閒農場年度查核時，查核休閒農場為確保消費者信用及隱私權保護之監督、管理，是否依消費者保護法及個人資料保護法規定辦理，落實個人資料保護管理等查核。	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
2. 消費資訊充分、正確及透明				
9	(1) 推行食品、商品及服務之公開誠實標價、單位定價、價格查詢或比較機制等制度，以促進價格資訊的透明化。	加強各類農畜漁產品與農業相關服務的標示(章)、認證及驗證機構查核	<ol style="list-style-type: none"> 1. 漁業署針對可追溯之水產品及其加工品進行標示檢查及品質抽驗送檢共計 290 件，以及市售非可追溯之牡蠣標示檢查及品質抽檢 10 件，總計 300 件。上述水產品經標示檢查或抽查檢驗結果不符規定時，通報中央及地方主管機關，並依相關規定處辦。 2. 畜牧司輔導羊肉業者納入認證。辦理年度查廠及貼鮮乳標章之市售鮮乳產品抽驗 500 件以上，並由地方政府協助查核鮮乳標章黏貼情形。辦理白肉雞、土雞、雞蛋、鴨蛋、肉鴨、肉鵝、駝鳥等 7 大類家禽產品驗證，輔導家禽業者通過個別驗證及集團驗證，並辦理標章檢查。 3. 農藥所 113 年辦理 2 場次「蔬果安全農安視訊研習」及 1 場次國小高年級學童蔬果安全教育實體課程，傳達農藥殘留正確知識與風險溝通 511 人。預估 114 年辦理蔬果安全相關推廣課程 300~500 人。 4. 臺南區農業改良場輔導生態、友善有機農法耕作面積 100 公頃，宣導或輔導生態、友善有機農法耕作技術 5 場次，並透過 W2.0 網站、Facebook、LINE@服務專線以及出版刊物宣導，加強消費者對各類農產品標章之認識。 	
10	(2) 提升觀光遊憩區、夜市等消費場所食品、商品與服務之價格標示及收費標準資訊透明度。	執行國家森林遊樂區門票費用標示	林保署針對各國家森林遊樂區門票費用，依據其環境美化清潔維護費及遊樂設施使用費收費標準訂定票價，並於場域及網站公告票價資訊。	
11	(3) 加強食品、有機食品及農產品履歷、產地之標示資訊及其真實性。	1. 維護、增設及查核森林遊樂區、魚貨直銷中心及休閒農場之危險警告	<ol style="list-style-type: none"> 1. 林保署查核各國家森林遊樂區所販售商品，應有標示產品之產地。 2. 漁業署每年考評魚貨直銷中心相關營運管理 2 次。 3. 農村水保署督導縣(市)政府內休閒農場年度查核時查核休閒農場是否標示危險 	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		標示 2. 加強稽查市售寵物食品之申報及標示 3. 稽查寵物食品業者是否依動物保護法第 22 條之 3 第 1 項規定申報，是否依法揭露應標示資訊進行專案稽查 4. 加強各類農畜漁產品與農業相關服務的標示(章)、認證及驗證機構查核	警告(查核已取得許可登記證之休閒農場 150 家；查核籌設中休閒農場 50 家)。 4. 茶及飲料作物改良場全面推動國產茶溯源制度，抽查樣品由進行產地鑑別，以確認茶品產地標示之真實性、持續強化茶葉產地鑑別技術，以確保消費者權益、協助全國性有機及產銷履歷茶分類分級 TAGs 評鑑各 1 場次評鑑，入選之茶樣經專家評鑑後，出具品質評鑑報告書，供消費者參考。 5. 動保司督導地方政府至當地寵物食品販售場所稽查產品申報及標示，抽查市售寵物食品申報及標示 2,000 件。	
12	(4) 針對商品與服務之不實廣告、標示及宣稱，加強管理、查核(處)及宣導。	1. 辦理全國寵物食品廣告宣稱專案稽查作業 2. 辦理基因改造監測及維護有機農產品之品質及正確使用標示、加強市售寵物食品不實廣告及標示管理與查核	1. 動保司每年辦理一次全國寵物食品廣告宣稱專案稽查。 2. 農糧署辦理基因改造作物監測，每年檢測木瓜種苗 15 件；檢查市售有機農產品及有機農加工品標示 3,300 件及市售有機農產品有機轉型期農產品標示 3,300 件；另辦理非基因改造大豆田間種植監測檢驗 50 件。 3. 漁業署每年辦理有機水產品標示檢查 20 件，品質檢驗 5 件。 4. 種苗場執行基因改造作物監測檢驗，辦理進出口玉米、大豆種子 40 件。	

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
13	(6) 針對商品與服務之廣告媒體、時段、贈品、網路廣告、薦證廣告、評比(論)、置入性行銷等行銷方式，給予適度規範，並加強管理、輔導與查核(處)	加強市售寵物食品不實廣告及標示管理與查核	動保司每年針對市售寵物食品(包含特定寵物業、源頭製造及分裝工廠、一般超商及量販通路)不實廣告及宣稱稽查500件。	
3. 交易自由與公平				
A. 促進公平交易				
14	(1) 持續檢討研(修)訂、公告與消費生活密切相關行業項目之定型化契約應記載及不得記載事項，並落實宣導、查核及處罰。	1. 擬訂犬、貓寄養服務定型化契約應記載及不得記載事項草案。 2. 督導縣市政府進行寵物美容定型化契約應記載及不得記載事項之查核。 3. 督導農漁會信用部、休閒農場訂定相關定型化契約範本	1. 動保司與寵物商業同業公會合作辦理宣導說明會輔導業者於實施服務前與消費者簽訂寵物美容定型化契約，確保雙方權益。 2. 動保司督導縣(市)政府查核業者是否遵守寵物美容定型化契約應記載及不得記載事項，預定查核100家，並辦理宣導說明會2場。 3. 農業金融署督導全國農業金庫檢討修訂相關定型化契約範本，提供農漁會信用部參考遵循並持續查核與宣導。 4. 農村水保署督導縣(市)政府內休閒農場年度查核時，查核休閒農場是否遵守休閒農場定型化契約。查核已取得許可登記證之休閒農場150家，及籌設中休閒農場50家。	
15	(3) 健全各項利息、手續費、違約金或附加費用等之規範、管理與查核。	督導農業金融機構揭示信用交易完整費率資訊	農業金融署持續督導農業金融機構健全行銷廣告，揭示信用交易所有應付總費用、年百分利率資訊。	

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
16	(6) 加強消費詐騙(如偷斤減兩、摻偽假冒、一頁式廣告詐騙、遊戲點數詐騙等)之預防、查緝、因應與救濟，並協助消費者追回損失。	督導查緝及宣導預防消費詐騙	<ol style="list-style-type: none"> 1. 農業金融署於網站消費者權益專區內建置相關資訊，並督導農業金融機構於自動櫃員機張貼防詐騙警語或於操作頁面顯示警語，及參考相關攔阻詐騙案例，了解各類詐騙話術及手法，強化風險意識及落實執行臨櫃關懷提問，以加強金融詐騙之預防及保護消費者權益，減少民眾遭詐騙損失。 2. 漁業署督導縣市政府辦理轄區觀光漁港魚貨直銷中心攤商標價及服務管理。 3. 農糧署依據糧食管理法第15條規定，每月針對市售食米之品質規格及標示辦理抽檢80件，並於官方網站公布抽檢結果，以防杜食米標示不符、摻偽假冒之情事。 	
<p>3. 交易自由與公平</p> <p>B. 促進自由公平競爭及合理價格之維持</p>				
17	(2) 針對民生必需品、農產品之價格異常，適時採取市場調節、查處或資訊揭露等因應對策。	定期召開產銷協調會議、輔導計畫生產、建立產銷預警處理及風險管理機制，有效調整民生農產品需求，遏止市場價格不當遽變	<ol style="list-style-type: none"> 1. 農糧署於國內稻米市價異常波動時釋出公糧以平穩價格；於汛期輔導設有大型冷藏庫之農民團體，貯存甘藍4,500公噸、結球白菜480公噸及根莖類蔬菜(蘿蔔、胡蘿蔔、洋蔥及馬鈴薯)1,200公噸，供颱風、豪雨災後調配供應市場所需。 2. 畜牧司每月召開毛豬供銷調配會議，協商肉品市場毛豬供應數量。各直轄市、縣(市)政府依轄內畜牧生產實際狀況，參酌國內產銷之合理需求數量，由本會開會研商訂定。每季邀集專家學者及產業代表召開資訊研判會議，預測未來3個月毛豬產銷趨勢。輔導家禽產業團體辦理產銷資訊蒐集與資訊系統建置，定期召開產銷資訊研判會議，有效掌控產銷資訊，穩定供應量及價格。 3. 漁業署發動團購、團膳、通路廣宣等產銷調措施，辦理收購、加工、凍存及獎勵外銷、延緩集中上市等後續輔導，宣導消費者依用途需求選擇替代消費，三節前，協調產銷團體加強魚貨供需調配。 	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
4. 持續推動永續消費				
18	(2) 鼓勵企業經營者以消保及環保觀點，從事產品(例如食品器具及容器、商品等)之開發、設計、採購、包裝及使用。	輔導農會經濟事業，鼓勵農會以消保及環保觀點進行產品之開發、設計、採購、包裝及使用。	農民輔導司輔導全國 302 家農會經濟事業，鼓勵農會以消保及環保觀點進行產品之開發、設計、採購、包裝及使用。	
19	(7) 整合政府、民間、企業及學校資源，辦理永續消費教育(例如減塑、節能等)，並鼓勵永續消費相關活動及學術研究。	針對參訪之不同對象辦理永續消費教育	<ol style="list-style-type: none"> 1. 生物多樣性研究所不定期宣導綠色消費原則，持續鼓勵全民從日常生活中改變生活習慣與觀念，機關內部亦配合相關規定辦理採購綠色環保產品，指定採購項目達程度皆達 95%(年度目標值)。 2. 桃園區農業改良場推動食農教育，預計 114 年累計完成 30 間以上北部地區國中小推動植栽照護執行成果。 3. 臺東區農業改良場舉辦食農教育研習，參加人員包括農會推廣人員、農民、青農、田媽媽班、家政班、農場及休閒農業區業者、學校老師、學生等，並配合學校、農會、社區等食農教育宣導課程共計 10 場次，預計 200 人次參加。 4. 臺南區農業改良場於轄區雲嘉南地區各鄉鎮舉辦食農教育研習，參加人員包括農會推廣人員、農民、青農、田媽媽班、家政班、農場及休閒農業區業者、學校老師、學生等，並積極配合學校、農會、社區等食農教育宣導課程，預計辦理 5 場次，約 200 人次參加。 	
5. 健全數位消費環境				
20	(4) 持續推動應用程式(Apps)之安全標章認證、資安檢測。	辦理應用程式安全認證與資安檢測	本部資訊司配合數位發展部持續推動本部開發農業相關應用程式(Apps)之安全標章認證及資安檢測。	

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
21	(5) 健全數位消費環境，強化消費者對數位消費安全(含個人資料保護與資訊安全防护)之認知。	持續督導及宣導提醒注意網路購物詐騙，遏止詐騙行為	本部所屬單位(機關)透過各畜產協會集會、農業講習場合及網路傳媒等實施消費者及農友保護宣導。	
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理				
22	(4) 建立重大消費事故(含罷工或無預警停業)之預防、處理計畫、善後處理標準作業程序及研修(訂)重大消費事故損害賠償機制。	建立寵物食品消費事故處理機制	依據動物保護法第 23-2 條，寵物食品若有確認含有法規內所訂病原微生物種類或有害寵物健康物質安全容許量，直轄市或縣市政府主管機關應命其限期回收、銷毀或為其他適當之處置。	
23	(5) 落實重大消費爭議案件之資訊揭露與即時處理機制。	建構農業金融機構處理消費爭議效能	1. 農業金融署持續督(輔)導農業金融機構參加消費者保護法、消費爭議解決、顧客服務之課程及研討會。 2. 生物多樣性研究所於官方網站消費者權益專區提供即時訊息，每年回覆 150 封郵件，並設有為民服務項目及電子信箱。	
24	(6) 建立消費爭議諮詢、申訴及調解案件之原因究明及統計分析(包括對特定消費族群)，並研議改進策略及揭露資訊。	建立農業金融消費爭議陳情案件列管機制	農業金融署為迅速及有效處理農業金融機構爭議陳情案件，每月統計人民陳情案件辦理情形，於主管會報報告，並列管追蹤，至辦理完成始解除。	
7. 重視特定消費族群權益				
25	(3) 運用合適的宣導媒介，加強宣導特定消費族群關切的消費議題，例如高齡者財產信託制度、身心障礙福利機構評	廣泛運用媒介對弱勢及特定消費族群所關切之消費議題加強宣導，另辦理國家森林遊樂區遊客中	1. 農業金融署督導農業金融機構應提供無障礙金融服務，營業場所設施及環境亦應符合相關無障礙標準，如自動櫃員機、營業廳入口等，並依不同類別身心障礙人士，提供妥適友善金融服務，落實關懷及照顧弱勢的精神。 2. 林保署辦理國家森林遊樂區遊客中心無	

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	鑑及收費資訊、無障礙消費環境與服務等。	心無障礙設施改善	障礙設施改善 18 件。 3. 臺東區農業改良場針對原住民部落辦理農業教育訓練，針對特定族群加強宣導消費(安全用藥、合理化施肥等)相關議題。每年完成 30 件以上田間輔導及農業諮詢服務。 4. 臺南區農業改良場針對特定族群辦理原住民部落農業教育訓練，客製化友善有機耕作、合理化施肥等研習內容，並宣導與消費者息息相關議題。預計完成 1 個班別、30 位以上原住民學員受益。	
8. 消費者教育之推行				
26	(3) 充實消費資(警)訊，並於機關網站設置消費者服務專區網頁，及加強機關內部人員消費者教育訓練。	於機關資訊網設置消費者服務專區充實消費者資(警)訊	1. 於本部全球資訊網「重要資訊」項下建置「消費者資訊專區」，揭露消費者新聞、爭議訊息澄清專區(含食安)、產銷行情資訊、農業部檢驗資訊專區、產銷履歷農產品資訊網、農民市集介紹，並連結農糧署民生消費資訊、行政院消費者保護會與台灣消費者保護協會。 2. 農糧署網站統計與出版品/農糧統計下建置「糧商、糧價及當旬公糧收購數量資料查詢系統」，查詢各縣市之糧價資訊、公糧收購數量及全國糧商基本資料，有效掌握稻米市場情報，提升行政效率及產業競爭力。 3. 農業金融署網站消費者權益專區及相關網頁置放相關內容，以便於農漁民獲得消費者資訊，避免遭受金融詐騙，並督促農業金融機構員工落實相關規定 4. 林保署設置山林悠遊網，揭露國家森林遊樂區即時開休園、門票、入園須知、常見問題及聯絡資訊等，提供消費者行前旅遊行程規劃與諮詢參考。 5. 桃園區農業改良場運用官方網站、LINE 及臉書粉絲專頁等管道，每年不定期發送 50 則以上消費者相關議題資訊，將持續發送消費者相關議題資訊及加強管理維護消費資訊，強化消費議題與措施之教育宣導。並公告為民服務項目及設置電子信箱，回復消費者及農業技術相	

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
			<p>關問題。</p> <p>6. 苗栗區農業改良場實施消費者教育:綠色照顧及食品安全課程3場次、環境教育20場次、台灣蠶蜂昆蟲教育園區導覽解說10,000人次、臉書安全農業宣導50篇。</p> <p>7. 臺南區農業改良場結合各類農業講習場合實施消費者及農友消費者保護宣導,並於W2.0網站、Facebook、LINE@服務專線及出版刊物登載消費者保護相關資訊,落實消費者教育。透過「農友暨消費者服務中心」單一服務窗口,提供農友及消費者有關作物病蟲害診斷、土壤速測服務等客製化服務,藉以充實消費者保護相關資訊。</p> <p>8. 花蓮區農業改良場網站、FB粉絲專頁、LINE官方帳號發布相關消費者宣導訊息,每年60則。</p> <p>9. 臺東區農業改良場透過官方網站、LINE官方帳號及Facebook粉絲專頁,強化消費議題與措施之教育宣導,並設置為民服務項目及電子信箱,每年回覆100封以上郵件。</p> <p>10. 茶及飲料作物改良場網頁及臺灣茶風味平臺適時提供消費者購茶等相關資訊,並辦理各類教育訓練、場外演講及消費者參訪時,適時加入消費者保護教育、預防消費詐欺教育及消費者保護專業知能等內容。另利用本場刊物--茶業專訊(數位季刊)及FB粉絲專頁,刊載消保處官網之消保小圖卡,廣為宣導消費者保護及相關法令規章。</p>	
27	(6) 開發並妥善運用各種宣導資源(例如結合終身學習、企業經營者及其公協會、消費者保護團體或各類非營利組	<p>1. 透過網站提供消費者教育資訊</p> <p>2. 以農業學習護照實施消費者及農友宣導並辦理野外活動安</p>	<p>1. 林保署運用各種管道向遊客宣導野外活動安全之穿著、遇蛇、蜂因應措施等,計18次。</p> <p>2. 農業試驗所維運「農業病蟲害智能管理決策系統」,透過網站提供消費者居家常見病蟲害之資訊,並針對病蟲害提供影像諮詢功能,提供消費者拍攝上傳居家環境或田間遇到的病蟲害問題,協助</p>	

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	織等)實施消費者教育。	全教育宣導	<p>民眾針對家庭園藝、居家害蟲、農業重要作物及一般消費行為可能接觸到的病蟲害諮詢服務，提供消費者教育資訊，預估每年服務件數逾50件。</p> <p>3. 臺東區農業改良場透過農業學習護照結合農業講習實施消費者及農友消費者保護宣導。</p> <p>4. 農科園區管理中心結合「中華民國農科園區產學協會」運用其網站實施消費者教育。</p>	
9. 擘劃因應新興議題及行政監督				
28	(4) 關注並研擬新科技(例如大數據、人工智慧、區塊鏈、社群媒體及行動支付等)新技術應用下衍生之消費者權益保障議題。	督導農業金融機構辦理電子銀行行動支付等新科技應用技術業務，符合相關法規。	農業金融署督導農業金融機構辦理電子銀行行動支付等新科技應用技術業務，符合金融機構提供行動裝置應用程式作業規範、金融機構辦理行動金融卡安全控管作業規範、金融機構辦理電子銀行業務安全控管作業基準、金融機構提供QR Code掃描支付應用安全控管規範、個人資料保護法及農業金融業個人資料檔案安全維護管理辦法等相關規定，確保交易安全，維護消費者權益。	

衛生福利部 114 年度消費者保護方案

目錄

核心業務

1. 落實中藥(材)品質監控：執行中藥材邊境查驗及市售中藥(材)品質抽驗
2. 食品、食品添加物之查核
3. 加強健康食品製造業管理
4. 美食外送平台暨雲端廚房餐飲業之查核
5. 公共運輸場站及周邊賣場附設餐飲業及供旅客飲食之國道服務區暨交流道周邊餐飲業之查核
6. 校園午餐團膳業者及自設廚房之食品衛生查核
7. 毒性化學物質之替代分析方法開發
8. 輔導餐飲業者強化自主管理能力
9. 針對食品業者及衛生機關辦理標示法規說明會

非核心業務

1. 確保食品、商品與服務安全及品質
2. 消費資訊充分、正確及透明
3. 促進交易自由與公平
 - A. 促進公平交易
 - B. 促進自由公平競爭及合理價格之維持
4. 持續推動永續消費
5. 健全數位消費環境
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理
7. 重視特定消費族群權益
8. 消費者教育之推行
9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督

衛生福利部 114 年度消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
1	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	落實中藥(材)品質監控：執行中藥材邊境查驗及市售中藥(材)品質抽驗	依輸入藥物邊境抽查檢驗辦法及上市中藥監測辦法，執行中藥材邊境及市售中藥(材)異常物質抽驗。	國外輸入中藥材及國內市售中藥(材)異常物質之抽驗合格率。	抽驗合格率 92%。	1. 具體措施 1. (1) 2. 中醫藥司 延續性指標 (106 年起)
2		食品、食品添加物之查核	加強食品添加物製造業源頭管理，執行食品添加物製造業稽查專案，並抽驗是否含環保署公告之具食安風險之化學物質，以避免非法食品添加物進入食品鏈。	於食品添加物製造業稽查專案，抽驗是否含環保署公告之具食安風險化學物質之抽驗合格率。	抽驗合格率 95%。	1. 具體措施 1. (1) 2. 食品藥物管理署 (區管中心) 延續性指標 (111 年起)
3		加強健康食品製造業管理	健康食品屬應取得產品查驗登記許可產品，執行相關專案針對產品標示、查驗登記符合性、健康食品工廠良好作業規範，加強查核確認符合健康食品管理法相關規定。	於健康食品製造業者稽查專案，查核確認產品標示及查驗登記符合性之合格率。	1. 標示 合格率 85%。 2. 查驗 登記符合性 90%。	1. 具體措施 1. (1) 2. 食品藥物管理署 (區管中心) 延續性指標 (111 年起)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
4		美食外送平台暨雲端廚房餐飲業之查核	針對現有美食外送平台進行查核，以落實以通訊交易方式訂定之食品或餐飲服務定型化契約應記載及不得記載事項。	美食外送平台業者之定型化契約查核之合格率。	美食外送平台業者定型化契約合格率 85%。	1. 具體措施 1. (2) 2. 食品藥物管理署 (區管中心) 延續性指標 (111 年起)
5			針對與美食外送平台合作之餐飲業者及雲端廚房業者進行查核，確認其製程及環境衛生管理須符合食品良好衛生規範準則(GHP)相關規範。	美食外送平台合作之餐飲業者及雲端廚房業者查核家次。	114 年查核目標 300 家次，其中包含雲端廚房 50 家次。	
6		公共運輸場站及周邊賣場附設餐飲業及供旅客飲食之國道服務區暨交流道周邊餐飲業之查核	針對公共運輸場站內部及場站周邊餐飲業者、場站周邊賣場附設熟食區與餐飲場所進行查核，確認其製程及環境衛生管理須符合食品良好衛生規範 (GHP) 準則相關規範。	實地稽查公共運輸場站及周邊賣場附設餐飲業者家次。	114 年稽查目標 100 家次。	1. 具體措施 1. (2) 2. 食品藥物管理署 (區管中心) (新增指標)
7	針對國道服務區暨交流道周邊餐飲	實地稽查國道服務區暨交流道周邊餐飲業	114 年稽查目標 130 家。			

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			業進行查核，確認其製程及環境衛生管理須符合食品良好衛生規範準則(GHP)相關規範。	者家數。		
8		校園午餐團膳業者及自設廚房之食品衛生查核	加強供應校園午餐團膳業者之 GHP 查核。	稽查供應學校團膳業者衛生查核家次。	114 年預計查核 240 家次。	1. 具體措施 1.(2) 2. 食品藥物管理署 (區管中心) 延續性指標 (111 年起)
9			加強國中、小學校園午餐自設廚房作業場所之 GHP 查核。	實地稽查國中、小學自設廚房家次。	114 年稽查 2,200 家次。	
10		毒性化學物質之替代分析方法開發	臺灣中藥典部分藥材品項仍有使用到毒性化學物質(如環己烷、氯仿、二氯甲烷)進行薄層層析(TLC)鑑別分析。	建立安全、環保之中藥分析技術及檢驗方法。	建立 3 品項中藥毒性化學物質替代分析方法。	1. 具體措施 1.(3) 2. 國家中醫藥研究所延續性指標 (109 年起) 3. 開發替代薄層層析鑑別分析方法，不使用到毒性化學物質。
11		輔導餐飲業者強化自主管理能力	輔導餐飲業者建立自主管理能力，加強宣導食材有效利用、餐飲稽查常見違規樣態、食品中毒案例及	以實地輔導、說明會及教育訓練，宣導以提升食安法規知能。	1. 說明會及教育訓練 10 場次。 2. 實地輔導 25 家次餐飲業	1. 具體措施 1.(8) 2. 食品藥物管理署 (食品組) 延續性指標 (113 年起)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			防治等，以提升食安法規及防治食品中毒知能，本項核心業務亦為五環 2.0 食安政策中第四環輔導教育與管理之項目內容。		者。	
12	2. 消費資訊充分、正確及透明	針對食品業者及衛生機關辦理標示法規說明會	強化食品業者及衛生機關標示法規知能。	辦理實體或線上說明會場次。	至少辦理 10 場次。	1. 具體措施 2. (3) 2. 食品藥物管理署 (食品組) 延續性指標 (111 年起)

衛生福利部 114 年度消費者保護方案（非核心業務）

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1. 確保食品、商品與服務安全及品質				
1	(1) 加強對食品(含食品添加物等)、藥品、保健食品、商品、服務及營業場所之安全管理與查核，並檢討及研修(訂)相關法令、標準。	進行中藥飲片鑑別方法、高效液相層析(HPLC)分析條件開發、指標成分定量及光譜檢測等品質規格研究，提供臺灣中藥典參採，建立國家對中藥飲片之品管標準。	完成 6 品項中藥飲片之品質分析方法。	國家中醫藥研究所 (延續性指標)
2		持續檢視各項食品衛生標準、食品添加物使用範圍及限量暨規格標準、農藥殘留容許量標準及動物用藥殘留標準等規定之妥適性，以訂定安全且合理之管制規定，保障民眾食用安全。	持續參考國際最新規範，依據科學證據及風險評估原則，滾動修正食品安全衛生相關標準。	食品藥物管理署 (食品組) (延續性指標)
3		加強市售基因改造食品及食品過敏原之標示調查。	依年度計畫辦理。	食品藥物管理署 (研檢組) (延續性指標)
4		執行市售化粧品中禁限用成分品質監測。	依年度計畫辦理。	食品藥物管理署 (研檢組) (新增指標)
5		執行市售血管內輸液套之品質監測。	依年度計畫辦理。	
6		含氯化鈉成分大型輸注液藥品之品質監測。	依年度計畫辦理。	
7		落實食品、藥品、醫療器材及化粧品認證檢驗機構之監督管理機制，持續執行認證檢驗機構之查核，提升檢驗品質及其公信力。	114 年 12 月 31 日。	食品藥物管理署 (監管組) (延續性指標)
8		持續檢討修訂醫療器材相關法規及化粧品相關法規與標準。	持續辦理。	食品藥物管理署 (醫粧組) (延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
9		針對輸入之衛生套、醫用口罩及 COVID-19 家用型抗原檢測試劑進行邊境抽查檢驗，以確保品質，並持續檢討修訂相關法規。	持續辦理。	食品藥物管理署(醫粧組)(延續性指標)
10		長期照顧服務法業就長期照顧服務機構設置訂有設立標準、設立許可及管理辦法、評鑑辦法等，具安全及環境查核管控及品質檢核等機制，倘有相關反應，將視需要彙整各界意見進行法令修正，以維護接受服務長照需要者之服務品質。	目前無修法需求，倘有需要將持續精進辦理。	長期照顧司(延續性指標)
11		依菸害防制法規定，查核菸品業者菸品資料申報之成分、添加物、排放物及其毒性資料，並進行菸品抽測及持續蒐集國際間對菸品資料申報及管制作法。	持續辦理查核。	國民健康署菸害防制組(延續性指標)
12		依營養及健康飲食促進法及施行細則、建構健康飲食環境獎勵辦法推動營養及健康飲食均衡促進。	持續辦理。	國民健康署社區健康組(延續性指標)
13		(2)針對非實體店面、校園、商圈、觀光休閒地區之食品、商品與服務，加強落實管理及查核。	推動縣市製作健康地圖，包含符合健康元素之餐飲業者，並推動健康採購，以推廣均衡飲食及推動餐飲業者提供均衡飲食/減鹽/減糖之服務。	持續推動與辦理。
14		督導各直轄市、縣(市)政府衛生單位完成輔導餐飲業定型化契約。	114年12月31日前以教育訓練或說明會等方式，辦理10場次餐飲業定型化契約宣導。	食品藥物管理署(食品組)(延續性指標)
15		1. 輔導地方政府主管機關依本部訂頒「網際網路內容違反兒童及少年相關法規處理流程及原則」，落實執行相關違法案件之裁處及控管。	114年12月31日	保護服務司(延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
		2. 督導各直轄市、縣(市)政府結合府內相關局處及相關社福團體、企業團體、宗教團體配合內政部警政署「暑期保護青少年-青春專案」,加強辦理有關兒少安全上網宣導活動。		
16	(3)加強含有毒性化學物質(含環境荷爾蒙)、重金屬商品(食品)、農藥、動物用藥與飼料等之製造、安全管理、流向管控機制及查核,並落實對前揭業者之監督輔導,及促進替代性物質之研發。	戴奧辛及多氯聯苯存在於環境中,亦可透過食物鏈進入人體,為降低國人從食品中攝入之風險,藉由監測水產品、肉品、蛋品、乳品及植物性農產品等食品中戴奧辛及多氯聯苯之含量,為國人健康把關。	114年抽驗件數100件。	食品藥物管理署(區管中心)(延續性指標)
17		為保障國人飲食安全,持續監測市售食品中重金屬含量,倘產品經抽樣檢驗結果不符「食品中污染物質及毒素衛生標準」限量標準,則依法處辦。	114年抽驗件數700件。	
18		為確保市售蔬果農產品衛生安全,針對後市場各場域通路加強抽樣蔬果農產品檢驗農藥殘留等,不合格產品除責成地方政府衛生局依食安法處辦外,並透過跨部會合作機制,定期彙整相關資訊提供農政機關追蹤源頭農戶加強輔導管理。	114年抽驗件數4,000件。	
19		為確保市售禽畜水產品之衛生安全,針對相關製造端及各販售通路抽驗前述產品,檢驗動物用藥殘留是否符合我國「動物用藥殘留標準」之規定。針對檢出不合格產品,即由地方政府衛生局要求業者下架、回收、不得販售,並追查源頭養殖端,移請農政單位依法處辦及源頭用藥管理。	114年抽驗件數3,000件。	

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
20		精進管制藥品管理，實地稽核機構及業者管制藥品流通及使用管理情形，如查獲違規情事，則依法處辦，以落實流向管控，防止醫療用管制藥品流為不法使用或遭誤用、濫用，保障民眾用藥安全。	研訂年度專案查核計畫，依風險評估篩選查核對象，查核其使用與管理情形；持續督導地方衛生主管機關辦理管制藥品稽查。 (預定 114 年 12 月 31 日前完成)	食品藥物管理署 (管藥組) (延續性指標)
21	(4)推動及落實商品、食品及農產品之安全性、可追溯性及生產永續性的追蹤(溯)履歷制度，以及相關廢棄物之管控標準作業流程。	持續宣導所有食品業者不分業別、規模，皆應保存產品來源文件至少 5 年；另依「應建立食品及相關產品追溯追蹤系統之食品業者」，經公告類別與規模之食品業者，應建立食品追溯追蹤系統，並以電子方式申報產品資訊及流向等資料。	114 年 12 月 31 日前以說明會或教育訓練等方式，辦理 10 場次宣導，至少觸及 700 家食品業者。	食品藥物管理署 (食品組) (延續性指標)
22		持續運行「藥品追溯或追蹤申報資訊系統」，並滾動式檢討納入品項，以利控管藥品來源及流向。	經常性辦理。	食品藥物管理署 (藥品組) (延續性指標)
23		針對公告應建立食品及相關產品追溯追蹤系統之食品業者，查核其是否確實以書面或電子化方式留存相關生產製程紀錄，以有效掌握原料來源及產品流向，及查核食品業者是否依照「食品良好衛生規範準則」落實廢棄物管理。	114 年 GHP 查核 10 萬家次。	食品藥物管理署 (區管中心) (延續性指標)
24	(6)加強賣場、觀光遊憩區、溫泉場館等消費場所設施(備)之標示(章)、警告標示、避難逃生標示、認證之管理及查核，並檢討修訂相關規範。	依據本部 112 年 5 月 10 日公告「應置有自動體外心臟電擊去顫器之公共場所」，請各目的事業主管機關加強推動於觀光旅遊地區、大型休閒場所、大型購物場所、大型公眾浴場或溫泉區等，設置自動體外心臟電擊去顫器。	透過「公共場所 AED 急救資訊網」自動發信提醒場所 AED 管理員，定期管理維護場所 AED，同步通知場所目的事業主管機關、衛生局協助督導，並於	1. 具體措施 1.(7)。 2. 醫事司 (延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
			114年12月31日前調查公共場所AED管理設置情形。	
25	(7)針對短期間聚集大量人潮之消費場所或活動，加強室內空氣品質及公共安全維護之監督、管理與查核(含公共意外責任險投保情形)。	本部對於衛生福利人員訓練中心受訓學員安全尤為重視，實施措施如下： 1.114年5月31日前完成消防安全設備檢查及申報。 2.114年6月30日及12月31日完成自衛消防編組訓練。 3.辦理建築物公共安全檢查及申報。 4.辦理114年度公共意外責任保險投保。	114年12月31日	衛生福利人員訓練中心(延續性指標)
26		醫療機構空氣品質：透過「輔導醫療機構資源回收再利用及查核共同清除處理、再利用機構污染防治計畫」輔導醫療機構辦理室內空氣品質自主管理(包括維護管理、檢測紀錄、空調設備保養及應變措施等)，以直讀式儀器測量室內空氣品質指標數值及提供改善措施與建議。並於研討會議程納入室內空氣品質管理建議課程	預定114年底前辦理3場研討會	醫事司(延續性計畫)
27	(8)建構食品、商品及服務之市場監督、瑕疵或事故發生之通報及預警制度，並健全下架、召回、回收、銷毀、維修、退換貨或停止服務制度。	持續宣導食品業者於發現產品有危害衛生安全之虞時，應即主動停止製造、加工、販賣及辦理回收，並通報直轄市、縣(市)主管機關。食品業者經主管機關命其回收銷毀產品時，應依「食品及其相關產品回收銷毀處理辦法」規定辦理。	114年12月31日前以說明會或教育訓練等方式，辦理10場次宣導，至少觸及700家食品業者。	食品藥物管理署(食品組)(延續性指標)
28		1.藉由「醫療器材不良事件通報系統」持續監控並蒐集不良事件(不良反應、產品問題)通報，進行建檔、分析、評估，必要時除啟動不定期查廠機	持續辦理。	食品藥物管理署(醫粧組)(延續性)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
		<p>制外，並聯繫所轄衛生局進行後續調查。</p> <p>2. 就國際各衛生單位對醫療器材發布之安全警訊進行監測，並針對前述警訊及不良事件通報進行調查及評估國內受影響情形，適時張貼警訊或發布新聞稿提醒民眾及醫療人員注意。</p> <p>3. 持續宣導「醫療器材回收處理辦法」及醫療器材主動通報機制，使地方政府衛生局、醫療器材商、醫事機構及藥局落實相關規定。</p>		指標)
29		藉由「藥品不良品(含療效不等)通報系統」及「全國藥物不良反應通報系統」供醫療人員、民眾及藥商通報，以利及早預警發現藥品品質及安全疑慮事件。持續推動「藥物回收處理辦法」，宣導地方政府衛生局、藥商、醫療機構及藥局落實相關規定。	經常性辦理。	食品藥物管理署(藥品組)(延續性指標)
30	(9) 針對致生損害嚴重之虞或影響人數為多之食品、商品與服務，研議建立損害賠償機制，或輔導企業經營者投保產品責任險或其他責任險。	持續宣導及督促食品業者落實食安法及其相關規範，為其產品投保產品責任保險，且應完全承擔自主管理之責任，在發生食品衛生安全事件時，可依投保內容，分攤責任風險，以為消費者的實質保障。	114年12月31日前以說明會或教育訓練等方式，辦理20場次宣導，至少觸及900家食品業者。	1.6(3) 2. 食品藥物管理署(食品組)(延續性指標)
31	(10) 加強企業經營者對消費者個人資料(含隱私權)保護及金融交易(例如信用卡、第三方支付、線上及行動支付等)安全之監督、管理與查核。	醫療院所經由「醫療費用爭議案件系統」透過健保資訊網服務系統(VPN)封閉式專線申請全民健保醫療費用案件之爭議審議，其保險對象均予以加密處理。	依年度計畫持續辦理	全民健康保險爭議審議會(延續性指標)
32		宣導食品相關業者落實個人資料保護，提升業者法規之認知。	114年12月31日前以說明會或教育訓練等方式，辦理20場次宣	食品藥物管理署(食品組)(延續性

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
			導，至少觸及 900 家食品業者。	指標)
33		持續向醫療器材批發零售業者宣導個人資料保護相關規定。	持續辦理。	食品藥物管理署(醫粧組)(延續性指標)
34		健保署對於涉及民眾個人資料之線上作業，例如：網路申請成立勞健保投保單位、個人健保資料網路服務作業、多憑證網路承保作業、補充保險費網路明細申報及列印繳款書系統等作業系統，均採以健保卡或自然人憑證作為登入使用者之身分確認。	持續審慎辦理	中央健康保險署(延續性指標)
35		<ol style="list-style-type: none"> 1. 持續改善資訊安全管理系統 (ISO 27001)及通過公正第三方之驗證。 2. 持續強化整體資安防護、監控機制及資訊系統安全檢測作業，確保民眾隱私及資料安全。 3. 優化對外便民服務系統，資料庫一律實體加密，降低隱私資料外洩風險；有效保存使用紀錄，以利後續分析及查核。 4. 線上作業涉及民眾個人資料，採取健保卡、自然人憑證作為登入使用者之身分確認。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 每年辦理紅隊演練、滲透測試、資安健檢各 1 次。 2. 每年辦理內部稽核、外部稽核、弱點掃描各 2 次。 3. 定期辦理電子郵件社交工程演練、資安通識教育訓練及資安專業教育訓練。 4. 定期上傳政府區域聯防情資。 	
36		<ol style="list-style-type: none"> 1. 政府機關之間行政協助作業，均採加密通道處理。 2. 持續審慎落實推動最小範圍之項目對外提供就醫資料，以避免提供不當個人就醫資料。 3. 在涉及對外提供民眾之就醫資料上，均以密件及掛號公文方式處理。 4. 對外便民服務系統，資料庫 	持續審慎辦理	

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
		一律實體加密，降低隱私資料外洩風險；有效保存使用紀錄，以利後續分析及查核。		
2. 消費資訊充分、正確及透明				
37	(1)推行食品、商品及服務之公開誠實標價、單位定價、價格查詢或比較機制等制度，以促進價格資訊的透明化。	健保署全球資訊網建置「醫材比價網」平台，可讓民眾查詢自付差額、全自費醫材比價，及醫院重處理及使用說明書標示單次醫材相關等資訊。	持續辦理	1. 具體措施 8.(3)。 2. 中央健康保險署(延續性指標)
38	(3)加強食品、有機食品及農產品履歷、產地之標示資訊及其真實性。	督導各地方政府衛生局持續稽查豬(牛)肉原料原產地標示，並依中央年度專案性質納入查核項目。	114 年合格率 94%。	食品藥物管理署(區管中心)(延續性指標)
39		製作辦理食品標示之自學說明影片。	114年12月31日前完成食品標示之自學說明影片至少1份。	食品藥物管理署(食品組)(延續性指標)
40	(4)針對商品與服務之不實廣告及宣稱，加強管理與查核(處)。	辦理平面媒體違規廣告監控，對於疑涉違規廣告之案件，即函請地方衛生主管機關依法查處。	持續辦理。	中醫藥司(延續性指標)
41		配合文化部及經濟部訂定「出版品及錄影節目帶分級管理辦法」及「遊戲軟體分級管理辦法」，結合民間團體辦理「兒童少年網路安全、出版品、影音光碟閱聽權益保護服務」，藉由辦理相關宣導活動，俾利民眾了解出版品及遊戲軟體分級制度並重視兒童少年閱聽權益。	114年12月31日	保護服務司(延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
42		按醫療法及「醫療機構網際網路資訊管理辦法」加強口腔醫療機構廣告之管理及查核，並發現疑涉口腔醫療廣告之案件，即函請地方主管機關依法查處。	114年12月31日	1. 具體措施5.(3)、6.(7)。2. 口腔健康司(延續性指標)
43		按醫療法及「醫療機構網際網路資訊管理辦法」加強醫療機構廣告之管理及查核。	114年12月31日	1. 具體措施2.(6)。2. 醫事司(延續性計畫)
44		督導各地方政府衛生局持續加強市售食品標示查核。	114年查核23萬件。	食品藥物管理署(區管中心)(延續性指標)
45		辦理電視、電臺、網路等各類媒體違規廣告之監控，經查涉嫌違規之案件，即函轉所轄衛生機關依法查處。	持續精進辦理。	食品藥物管理署(企科組)(延續性指標)
46		透過說明會、網路、平面、廣播等媒體資源及參與食品相關展場活動等方式，加強食品安全衛生正確觀念。	114年12月31日前完成至少3項宣導工作。	食品藥物管理署(食品組)(延續性指標)
47		與各地方衛生局配合，查核醫療器材產品之標示、宣稱及廣告等事項，並持續溝通聯繫，以強化機關合作，共同保障消費者權益。	持續辦理。	食品藥物管理署(醫粧組)(延續性指標)
48		(6)針對商品與服務之廣告媒體、時段、贈品、網路廣告、薦證廣告、評比(論)、置入性行銷等行銷方式，給予適度規範，並加強管理、輔導與查核(處)。	辦理114年度「藥品、醫療器材、化粧品及食品違規廣告調查分析與管理」計畫： 1. 針對電視頻道，以風險概念分類購物、新聞、綜合等內容播送群，依據其違規發生頻率及時段，予對應比率之側錄調查時數，以分析及管理違規情形。	114年12月31日。

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
		2. 針對本國合法廣播電台，以違規風險分群後抽查側錄刊播之藥品、醫療器材、化粧品及食品廣告。 3. 針對歷年違規廣告量排名居高之商業網站及刊登平台，透過涉違風險關鍵字投入，據以調查網際網路違規廣告態樣，並著重於管理高風險之商業平台網站。		
49	(7) 對通訊交易及訪問交易之企業經營者，加強其應遵守消保法第 18 條告知消費資訊之提供規定之管理及查核。	加強宣導醫療器材業者對於通訊交易通路販售醫療器材應依「通訊交易通路販售醫療器材之品項及應遵行事項」規定辦理。	持續辦理。	食品藥物管理署(醫粧組)(延續性指標)
3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易				
50	(1) 持續檢討研(修)訂、公告與消費生活密切相關行業項目之定型化契約應記載及不得記載事項，並落實宣導、查核及處罰。	持續督導地方政府宣導及查核轄區業者之美容定型化契約使用情形。	持續辦理。	1.2(2)、3.A.(5) 2. 疾病管制署(延續性指標)
51		持續檢討修訂托嬰中心定型化契約應記載及不得記載事項暨其範本，並落實宣導、查核及裁處。	持續檢討修訂	社會及家庭署(延續性指標)
52		為使定型化契約規定能與時俱進，研議修正「機構服務身心障礙者契約書範本」及「○○直轄市、縣(市)政府轉介安置身心障礙者托育/養護契約書範本」，以保障消費者權益。	持續檢討修訂	社會及家庭署(延續性指標)
53		督導各地方政府衛生局持續稽查食品或餐飲服務符合定型化契約「應記載事項」及「不得記載事項」規定之符合性，並依中央年度專案性質納入	114 年納入 8 項專案之查核項目。	1.2(2) 2. 食品藥物管理署(區管中心)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
		查核項目。		(延續性指標)
54		持續關注國內消費議題，督導地方政府衛生局落實宣導餐飲業相關之定型化契約法規。	114年12月31日前以教育訓練或說明會等方式，辦理10場次餐飲業定型化契約宣導。	1.6(5) 2. 食品藥物管理署(食品組) (延續性指標)
55		持續督導地方政府衛生局，查核轄內業者之瘦身美容定型化契約。	持續辦理。	1.2(2) 2. 食品藥物管理署(醫粧組) (延續性指標)
56		1. 持續「臍帶血保存定型化契約應記載及不得記載事項」及「臍帶血保存定型化契約範本」之宣導與查核。 2. 針對臍帶血保存預繳(付)型交易之風險控管機制及履約保障機制部分，要求業者須將保存費交付信託，並得供消費者索取信託條款及查閱情形；另，要求業者應向地方政府報請各項收取費用，並於契約中敘明地方政府備查文號及交付信託後之扣款機制。透過查核業者定型化契約使用狀況，同步確認履約保障落實度，並防範發生濫用顯失公平定型化契約條款情事。	持續辦理宣導及查核。	食品藥物管理署(監管組) (延續性指標)
57	(2)強化預付型、遞延性商品(服務)及會員制等交易之風險管控、資訊揭露與履約保障等機制，並辦理查核。	持續督導地方政府衛生局，查核轄內業者瘦身美容定型化契約履約保證機制之適法性。	持續辦理。	食品藥物管理署(醫粧組) (延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
58	(3)健全各項利息、手續費、違約金或附加費用等之規範、管理與查核。	持續督導地方政府衛生局，查核轄內業者瘦身美容定型化契約中解約手續費之適法性。	持續辦理。	食品藥物管理署(醫粧組)(延續性指標)
59	(5)防範顯失公平定型化契約條款之濫用，及導正不當行銷或不公平競爭等商業行為。	持續督導地方政府衛生局，查核轄內瘦身美容業者從事訪問交易之適法性。	持續辦理。	食品藥物管理署(醫粧組)(延續性指標)
60	(6)加強消費詐騙(如偷斤減兩、摻偽假冒、一頁式廣告詐騙、遊戲點數詐騙等)之預防、查緝、因應與救濟，並協助消費者追回損失。	督導各地方政府衛生局落實食品衛生安全查核，並聯合檢、警、調等單位查緝不法業者，經查獲有竄改有效日期或摻偽假冒等違法情事即依法處辦。	違法處辦率達100%。	食品藥物管理署(區管中心)(延續性指標)
61		1. 健保卡遺失、毀損相關申辦資訊均刊載於健保署全球資訊網： (1)提醒民眾健保卡僅供保險對象於醫事服務機構就醫使用。 (2)於各管道多方宣導「健保卡7不」之健保卡保管方法，並透過0800免付費諮詢服務電話專線、不定時發布新聞稿周知民眾。 2. 運用媒體通路及宣導活動，提醒民眾留意及因應，勿相信任何利用健保詐騙的各種手法。	不定期辦理	中央健康保險署(延續性指標)
3. 促進交易自由與公平 B. 促進自由公平競爭及合理價格之維持				
62	(1)促進消費者獲得基本商品與服務之提供。	民眾如不慎遺失或毀損健保卡，可持身分證明文件及2吋照片1張就近於各地郵局、健保署各分區業務組聯合服務中心或聯絡辦公室申請。如無法至上開地點申請健保卡，健保署亦提供以自然人憑證及各類單位憑證於健保署全球資訊網申請個人或單位員工	1. 依民眾申請健保卡原因辦理。 2. 健保卡工本費係健保署依據規費法及全民健康保險保險憑證收費標準規定，每3年定期檢討，以維持收費合理	中央健康保險署(延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
		及其同健保戶眷屬之健保卡服務，倘身分證併同遺失亦可由戶政機關通報申請健保卡，或利用「全民健保行動快易通 健康存摺」申請換補發健保卡。相關遺失、毀損申辦健保卡資訊均刊載於健保署全球資訊網，並透過 0800 諮詢專線或不定時發布新聞稿周知民眾。	性。	
4. 持續推動永續消費				
63	(2) 鼓勵企業經營者以消保及環保觀點，從事產品(例如食品器具及容器、商品等)之開發、設計、採購、包裝及使用。	食品容器具產品製造業者應落實自主管理，確認產品符合食品安全衛生管理法相關規範，包括第 16 條及依第 17 條所定之「食品器具容器包裝衛生標準」。	114 年 12 月 31 日前以教育訓練或說明會等方式，辦理 3 場次食品容器具符合食安法相關規定，並落實自主管理之宣導。	食品藥物管理署(食品組)(延續性指標)
64	(3) 鼓勵企業經營者提供合理保固年限與維修權益，適度開放多元維修管道，延長商品壽命，減少浪費。	長照輔具服務提供長照輔具及居家無障礙改善環境給(支)付項目，其中租賃項目 15 項(可租可購 11 項、限租賃 4 項)，提供長照輔具租賃模式有助循環再利用。	鼓勵持續辦理。	長期照顧司(延續性指標)
65	(4) 研議推動食物銀行或二手商品等再利用，減少資源浪費、促進廢棄物和產品可回收部分的再利用。	政府積極推動實物給付(食物銀行)，全國各縣市政府透過食物倉儲、資源媒合、結合民間資源設置食物站或發放食物券等方式協助經濟弱勢家庭或個人，提供飲食及日常生活用品。並透過公益彩券回饋金及推展社會福利補助經費，補助地方政府及民間團體辦理實物給付(食物銀行)。	持續精進並鼓勵地方政府及民間團體申請補助，以利推動實物給付(食物銀行)業務。	社會救助及社工司(延續性指標)
66		以資源循環概念推動醫療機構一次性產品源頭減量及廢塑膠再利用等工作，創造綠色消費與強化回收成效。	預定 114 年年底前進行 30 家醫療機構、5 家清除處理機構及 8 家再利用機構之輔導	醫事司(延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
			訪視。	
5. 健全數位消費環境				
67	(1)加強企業經營者落實對於數位消費者個人資料(含蒐集、處理及利用)之保護及資訊安全防護等相關機制與措施。	宣導食品相關業者落實個人資料保護,提升業者法規之認知。	114年12月31日前以說明會或教育訓練等方式,辦理20場次宣導,至少觸及900家食品業者。	食品藥物管理署(食品組)(延續性指標)
68		加強業者遵守醫療器材批發零售業個人資料檔案安全維護計畫實施辦法,於數位學習網提供線上課程,以提升業者個資保護相關意識。	持續更新與維護。	食品藥物管理署(醫粧組)(延續性指標)
69		加強業者遵守化粧品批發零售業個人資料檔案安全維護計畫實施辦法,於數位學習網提供線上課程,以提升業者個資保護相關意識。	持續辦理。	
70		按醫院個人資料檔案安全維護計畫實施辦法第5條規定,醫院應依本辦法規定訂定安全維護計畫,加強醫院落實個人資料檔案之安全維護及管理,防止個人資料被竊取、竄改、毀損、滅失或洩漏。	114年12月31日	醫事司(延續性指標)
71	(2)強化數位市場監理與執法技術,並積極查處不當行銷、不實廣告、顯失公平契約條款及消費詐騙。	1. 將違規廣告稽查列入114年度對地方衛生局之重點考評項目及精進地方政府關鍵食安管理計畫(原「獎勵地方政府落實推動食安五環改革政策計畫」)之衛生指標,以強化違規廣告監控與裁處。 2. 持續將國外網站疑涉刊登違規廣告資訊,放置「食藥膨風廣告專區」中,提醒民眾切勿輕信誇大不實的違規廣告,以維護國人健康及保障消費	持續依法落實管理,並加強查核。	食品藥物管理署(企科組)(延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
		權益。 3. 不定期辦理網路平台業者溝通會議、社群媒體廣告管理聯繫會議等，請媒體業者依相關衛生法規規定，加強所屬媒體平台產品廣告管理、審核及法規宣導，建立良好溝通模式。		
72		4. 將加強與地方政府衛生局共同合作，執行醫療器材聯合稽查計畫，如查獲違規情事將聯繫所轄衛生局依法辦理。	持續更新與維護。	食品藥物管理署(醫粧組)(延續性指標)
73	(5)健全數位環境，強化消費者對數位消費安全(含個人資料保護與資訊安全防護)之認知。	將加強宣導消費者於通訊交易通路選購醫療器材時，應挑選刊登完整醫療器材資訊之產品，並宣導「通訊交易通路販售醫療器材之品項及應遵行事項」相關觀念。	持續更新與維護。	食品藥物管理署(醫粧組)(延續性指標)
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理				
74	(1)推動並強化企業經營者、企業自律性組織、非營利組織及消費者保護團體處理消費爭議之管道與效能。	1. 於「安養、養護(長期照護)定型化契約範本」或其他宣導文宣印製1950「行政院消費者保護會全國消費者保護專線」，廣為宣導。 2. 主管機關一年兩次無預警至機構進行輔導查核，查核事項中包含申訴案件之處理，及查核機構是否依據身心障礙者權益保障法與服務對象或其家屬訂定書面契約。 3. 依據「○○直轄市、縣(市)政府轉介安置身心障礙者托育/養護契約書範本」第15條甲乙雙方因本契約涉訟時，同意以○○地方法院為第一審管轄法院。但不排除消費者保護法第四十七條或民事訴訟法第四百三十六條之九小額訴訟管轄法院之適用。	持續精進辦理。	衛生福利部社會及家庭署(老福組、障福組)(延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
75	(2) 協調及補助優良消費者保護團體對重大消費事故提起團體訴訟。	透過食品安全保護基金補助消費者保護團體對重大消費事故提起團體訴訟之律師費及訴訟相關費用。	持續精進辦理。	1.8(7) 2. 食品藥物管理署(企科組) (延續性指標)
76	(3) 健全責任保險與賠(補)償制度,以確保消費受害時之救濟及風險分散。	「醫療事故預防及爭議處理法」於113年1月1日施行。 1. 實施醫療爭議調解先行模式,於地方政府衛生局成立醫療爭議調解會,醫療爭議訴訟調解先行,調解成立具民事確定判決效力。 2. 增加醫法雙調解模式,適時加入第三方醫事專業諮詢及醫療爭議評析,藉以促進調解成立。	持續依規定辦理。	醫事司 (延續性指標)
77	(4) 建立重大消費事故(含罷工或無預警停業)之預防、處理計畫、善後處理標準作業程序及研修(訂)重大消費事故損害賠償機制。	受理「健康食品、特殊營養食品及膠囊錠狀食品非預期反應通報系統」案件,並彙整、分析,進行安全疑慮評估。	114年12月31日前至少辦理10件食品非預期反應通報案件。	食品藥物管理署(食品組) (延續性指標)
78	(5) 落實重大消費爭議案件之資訊揭露與即時處理機制。	1. 針對查獲(涉)違反食品安全衛生事件之相關產品,依據「食品安全衛生事件之產品處理作業流程」及「食品及其相關產品回收銷毀處理辦法」辦理,以確保民眾無攝入有衛生安全疑慮之食品。 2. 後市場查驗不符合產品資訊公開供民眾查閱;另針對重大食品事件發布新聞稿或召開記者會,說明商品預防性下架、回收或銷毀情形。 3. 邊境查驗不符合產品均依規定辦理退運或銷毀,並每週公布檢驗不符合產品資訊。	依相關規定處理不符規定之產品,及資訊揭露。	食品藥物管理署(區管中心) (延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
79	(6) 建立消費爭議諮詢、申訴及調解案件之原因究明及統計分析(包括對特定消費族群)，並研議改進策略及揭露資訊。	於本部網頁公開全民健康保險爭議審議會諮詢專線、委員會議紀錄、業務統計資料及可公開之爭議案件審議結果。	依年度計畫持續辦理	全民健康保險爭議審議會(延續性指標)
7. 重視特定消費族群權益				
80	(1) 加強防制企業經營者對特定消費族群進行不當勸誘之銷售行為。	網站設置檳榔防制衛教宣導內容，協助民眾遠離口腔癌之危害。	114年12月31日	口腔健康司(延續性指標)
81		落實拒售菸品停看聽「問年齡、出示證明、告知法令耐心聆聽」，拒售菸品予未滿20歲者，守護青少年健康	持續精進辦理。	國民健康署菸害防制組(延續性指標)
82	(2) 鼓勵企業經營者及政府機關提供特定消費族群友善之商品、服務、消費措施、標示(章)、消費環境與適切消費諮詢等相關服務。	1. 為推廣兒童青少年防齲及氟化物使用，辦理漱口水及塗氟品質監控及編製適合不同族群之衛教摺頁，海報及多媒體提升家長及民眾口腔健康相關知能。	114年12月31日	口腔健康司(延續性指標)
83		2. 為了解我國住宿式機構提供之口腔照護資源及住民與照顧者之口腔照護行為，辦理住宿式機構口腔照護調查及輔導訪查，予以不同失能程度者適當之口腔照護。	114年12月31日	口腔健康司(延續性指標)
84	(3) 運用合適的宣導媒介，加強宣導特定消費族群關切的消費議題，例如高齡者財產信託制度、身心障礙福利機構評鑑及收費資訊、無障礙消費環境與服務等。	辦理就醫無礙獎勵計畫，為特定消費族群(如高齡長者、身心障礙者)提供就醫參考資訊，包含公告參與設置無障礙就醫環境獎勵計畫之醫療院所資訊，並到獎勵院所實地訪查，以保持資料正確性及進行督導改善，另持續優化資訊地圖，提供民眾參考使用。	預計114年12月31日前公告新一期就醫無礙獎勵計畫審查通過之醫療院所資訊。	醫事司(延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
85		每年就選定之衛生教育主軸議題，針對特定消費族群設計製作相關衛教宣導教材，並透過適當之宣導管道及全國各級衛生機關廣為宣導與運用。	每年度 12 月 31 日前完成相關素材製作及通路推播。	綜合規劃司 (延續性指標)
86		於社會及家庭署身心障礙福利入口網，提供各身心障礙福利機構接受評鑑等第查詢，供民眾參考。	持續精進辦理	社會及家庭署 (延續性指標)(障福組)
87		針對身心障礙者族群，提供身心障礙福利機構收費原則於社會及家庭署及各縣市政府網站，供民眾參閱。	持續精進辦理	
88		配合金融監督管理委員會推動高齡者安養及信託相關宣導活動。	持續精進辦理。	財政部 (主) 衛生福利部社會及家庭署 (協)(老福組)
89		健保署建置「新藥及新醫材病友意見分享」平台，定期蒐集新藥及新醫材之病友分享意見，促使病友參與藥物納入健保給付之決策，落實程序正義與促進健保資源合理分配。	持續辦理	中央健康保險署 (延續性指標)
90		為提供 7 歲以下 7 次兒童預防保健服務，運用兒童健康手冊，提供家長及主要照顧者有關兒童預防保健服務之資訊與使用。	持續精進辦理。	國民健康署 婦幼健康組 (延續性指標)
91	(4)強化高齡者對於電視消費、電台行銷、郵寄廣告型錄、鄰里活動促銷等行銷商品之購買辨識能力，並就高齡者消費媒介工具規劃建立監督機制，及鼓勵企	針對高齡者族群，配合行政院消保處辦理高齡族群關切的消費議題，結合社區照顧關懷據點或長青學苑加強宣導。	持續精進辦理。	衛生福利部社會及家庭署 (老福組)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
	業經營者為商品、服務之友善包裝與說明。			
92	(5.1)保護兒童及少年免受數位媒體廣告(含隱藏廣告)之影響，並建立相關管理及查核機制。	賡續與國家通訊傳播委員會、教育部、文化部、內政部警政署、經濟部商業司、經濟部工業局共同推動「iWIN網路內容防護機構」，針對網路不良廣告內容，將由「網際網路內容管理基本規範及分工原則」所訂權責機關辦理相關工作，本部配合辦理相關兒少安全上網宣導活動，以防止兒童及少年接觸有害其身心發展之網際網路內容。	114年12月31日	保護服務司(延續性指標)
93	(5.2)加強企業經營者應讓父母或監護人於購買、使用商品及服務前，知悉可能對兒童及少年產生之風險(例如商品使用注意事項)、費用及避免風險、費用產生之方法。	為避免兒童少年接觸菸、酒、檳榔等不良物質，賡續輔導地方政府結合轄內民間團體，加強於社區、學校及相關公共場所辦理相關宣導教育活動，以維護兒少身心健康。	114年12月31日	保護服務司(延續性指標)
94	(5.3)輔導企業經營者對兒童及少年進行個人或其家庭成員資料之蒐集、處理及利用，皆須先取得其父母或監護人同意，並有明確且完整之兒童個人資料保護政策。	1. 為加強醫院對於個人資料之保護措施，維護個人資料之安全性與正確性，並建立對個人資料之管理、稽核、保存及改善機制，本部於111年9月23日發布修正「醫院個人資料檔案安全維護計畫實施辦法」。 2. 依醫療法規執行兒少知情同意程序。	持續依規定辦理	醫事司(延續性指標)
95		健保署對未成年保險對象申辦健保卡，均須驗證法定代理人之身分證明文件，以維護兒童個人資料之權益。	健保卡申請相關作業規定及應攜帶的文件，已公告於健保署全球資訊網健保卡專	中央健康保險署(延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
			區，提供民眾參考。	
8. 消費者教育之推行				
96	(1) 針對不同年齡層之消費族群，加強教育宣導，並強化數位消費、通訊交易等消費者權益之教育。	透過故事繪本及學童平面雜誌加強學齡孩童之教育宣導，以淺顯易懂且生活化的內容製作，提升食品安全衛生的觀念。	114年12月31日前完成製作兒童繪本1本及刊登學童平面雜誌至少2期。	食品藥物管理署(食品組)(延續性指標)
97		針對各族群常用之醫療器材及醫療器材通訊交易等議題，製作相關圖文素材，並刊登於合適之通路。	持續辦理。	食品藥物管理署(醫粧組)(延續性指標)
98		製作多元衛教圖文、懶人包、漫畫，提供正確選用化粧品相關觀念，並利用多元媒體管道宣導。	持續辦理。	食品藥物管理署(管藥組)(延續性指標)
99		1. 辦理「正確使用管制藥品衛教社區推廣計畫」藥物濫用防制相關課程，培訓具有藥物濫用防制知能人員，結合地方社區做衛教推廣，使民眾具備基本藥物濫用防制機能，以降低國人藥物濫用之危害。 2. 辦理「無毒家園親子同樂探索營計畫」以結合地方縣市政府毒品危害防制中心，規劃探索營活動，安排親子、師長或社區及原鄉民眾共同參與，讓學生、家長、老師從互動學習中瞭解毒品的危害，以收「教學相長」雙贏之效。 3. 運用正確使用鎮靜安眠藥暨藥物濫用防制教材於各分眾(至少含新住民、原住民族、青少年、職場、長者)進行教育服務。 4. 針對網路族群結合社群媒體(如 Facebook、Instagram)	114年12月31日。	食品藥物管理署(管藥組)(延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
		設計貼文，加強宣導藥物濫用防制衛教資訊。		
100	(2)因應民法成年年齡下修至18歲新制，針對16至20歲消費者，規劃並加強相關消費者教育。	配合民法第12條成年年齡規定之修正施行，預立安寧緩和醫療意願書之意願人、預立醫療決定之意願人及其醫療委任代理人，已由20歲下修為18歲，此項修正將擴大保障青年之善終權益，相關宣導將納入安寧緩和醫療條例及病人自主權利法推展業務中辦理，預計將辦理相關活動或教育訓練5場次以上。	114年12月31日	醫事司 (延續性指標)
101	(3)充實消費資(警)訊，並於機關網站設置消費者服務專區網頁，及加強機關內部人員消費者教育訓練。	於本部網頁建置全民健康保險爭議案件審議進度、審定書查詢功能及公開已去識別化之爭議案件審議結果案例，分別提供申請人及一般民眾即時查詢爭議案件相關資訊。	依年度計畫持續辦理	全民健康保險爭議審議會 (延續性指標)
102		以民眾的角度，整合本部各業務單位與消保有關之業務連結，建置專區供民眾查閱。	不定期更新。	綜合規劃司 (延續性指標)
103		食藥署官網建置之「食品藥物消費者專區」包含「消費紅綠燈」、「整合查詢服務」、「電子報」及「違規食品藥品化粧品廣告民眾查詢系統」等4個專區，提供食品、藥品、醫療器材及化粧品等相關資訊查詢及服務平台與整合性食品、藥物等相關違規廣告查詢服務，並提升民眾使用網站的便利性及可近性。	持續辦理。	食品藥物管理署 (企科組) (醫粧組) (延續性指標)
104		於食藥署網站設置化粧品衛教宣導專區，並成立化粧品安全使用粉絲團、Instagram，依照新聞時事、消費者使用需求不定時發布宣導專文、宣導圖	持續辦理。	食品藥物管理署 (醫粧組) (延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
		文(漫畫)等資訊。		
105		<p>健保署全球資訊網除建置補充保險費明細申報網頁，並建立補充保險費明細資料之個資安全措施說明如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 補充保險費網路申報系統登入方式皆有置入憑證之設計(例如：健保卡、自然人憑證或單位憑證)，以確保作業過程之資訊安全及資料保護。 2. 補充保險費網路申報系統，將使用者身分區分為管理者及承辦人，分別對應不同的作業權限，俾利權責區分。 3. 針對系統之統一編號、投保單位代號及身分證號等識別資料，於外網資料庫內均做加密處理。 4. 對外服務-系統資料庫個資部分一律進行加密後儲存。 	相關系統已建置於健保署全球資訊網補充保險費作業專區，提供扣費單位、承辦人員與民眾申報補充保險費及瀏覽相關規定。	中央健康保險署(延續性指標)
106		持續公開及優化「全民健康保險醫療品質資訊公開」專區，以提升民眾閱讀興趣、視覺體驗及查詢友善度。	持續精進辦理。	
107		設立「菸品成分資料網」，將菸品業者所申報之資料，建置於該網站，以供民眾查詢，讓消費者知悉菸品毒性及其對人體之危害。	持續更新與維護網站資訊。	國民健康署菸害防制組(延續性指標)
108		設置免付費孕產婦關懷諮詢服務專線(0800-870-870)及關懷網站(http://mammy.hpa.gov.tw/)，提供孕產及育兒相關保健知識。	持續精進辦理。	國民健康署婦幼健康組(延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
109		設置免付費菸害諮詢及檢舉服務專線(0800-531-531),檢舉各類菸害違規案件。	持續提供相關諮詢服務。	國民健康署菸害防制組(新增指標)
110	(6)開發並妥善運用各種宣導資源(例如結合終身學習、企業經營者及其公協會、消費者保護團體或各類非營利組織等)實施消費者教育。	輔導民俗調理團體辦理民俗調理從業人員消費者保護教育訓練活動,維護消費者權益、保障消費安全並提升服務品質。	114年12月31日	中醫藥司(延續性指標)
111		以電子及紙本方式發行《衛福》季刊,就衛生福利部現行衛生與福利議題加強宣導。	每季發行,年度共發行4期。	綜合規劃司(延續性指標)
112		透過網路、平面、廣播等媒體資源及參與食品相關展場活動等方式,加強食品安全衛生正確觀念,以多元溝通策略增進消費者知能傳遞。	114年12月31日前完成至少5項消費者教育宣導及至少3場食品展相關展場活動。	食品藥物管理署(食品組)(延續性指標)
113		製作醫療器材衛教圖文、影片、口播稿等素材,依適合之通路刊播(如機關官方網站、臉書專頁、LINE@、週報等),持續宣導正確選用產品之概念。	持續辦理。	食品藥物管理署(醫粧組)(延續性指標)
114		將化粧品衛生教育素材,利用多元媒體管道及各項活動宣導。	持續辦理。	
115		開發「TFDA食藥署」LINE@AI訊息機器人,為民眾解除疑慮並提供正確資訊。充實「食藥闢謠專區」、「食用玩家」臉書粉絲團、「食藥好文網」、「藥物食品安全週報」之食藥醫粧知識,運用食藥署自營媒體等多元溝通策略進行增進消費者知能傳遞。	114年12月31日。	食品藥物管理署(企科組)(延續性指標)
116		固定設展臺灣本土、原住民族藥用植物區,並舉辦青少年中醫藥體驗教育活動與藥園導覽。	年度預定進度辦理40場460人次	國家中醫藥研究所(延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
117		辦理消費者保護法之教育訓練宣導課程。	114年10月前，完成1場消保法相關課程。	國家中醫藥研究所(延續性指標)
118		每年辦理衛生與社會福利及社會役專業訓練，包含： 1. 規劃消費者保護相關議題且融入訓練課程。 2. 運用多元管道宣導消費者保護相關議題，或宣導「1950消費者服務專線」等相關事宜。	依年度計畫持續精進辦理。	衛生福利人員訓練中心(延續性指標)
119		健保署依使用者角度建置補充保險費作業專區，俾利扣費義務人(單位)即時取得正確申報作業方式。	相關資訊均登載於健保署全球資訊網專區，提供民眾瀏覽查閱，以利正確申報補充保險費。	中央健康保險署(延續性指標)
120		運用網頁及各管道通路，密集宣導當年度重要宣導主題。	持續辦理	
121	(8) 鼓勵消費者主動蒐集及舉發與消費相關之疑似不法事證。	食品藥物管理署建立多元檢舉申訴管道，除於官網提供為民服務信箱外，亦設立1919食安專線及02-27878200為民服務專線，以鼓勵民眾檢舉不法，加強對於食品業者的監督，確保食品之衛生安全。	持續精進辦理。	食品藥物管理署(企科組)(延續性指標)
9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督				
122	(1) 辦理消費者保護相關研究與調查，並邀集產、官、學界及民間團體代表(含消費者保護團體)，溝通策進相關消保業務的推動情形。	委託財團法人中華民國消費者文教基金會，辦理「縣市執行菸害防制法成效研究計畫」，該計畫包括藉由實地訪查全國22縣市菸害防制法落實情形，並對販售菸品場所抽查有無違法販售菸品予青少年之情事，以維護消費者之權益。	持續精進辦理。	國民健康署菸害防制組(延續性指標)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
123	(2)中央主管機關監督所轄地方主管機關辦理相關消費者保護業務之成效。	依各地方政府衛生局辦理醫政業務之成績，分組取績優者前3名，並公開頒獎表揚。	每年辦理一次	醫事司 (延續性指標)
124	(3)加強主管業務之國際消費者保護事項合作及交流與資訊之蒐集研析。	我國主動加入歐盟食品與飼料快速通報系統(RASFF)，可及時接收與我國相關之產品通報。	114年12月31日前至少辦理5則歐盟食品與飼料快速通報系統(RASFF)之不合格產品資訊。	食品藥物管理署 (食品組) (延續性指標)
125		運用輸入食品自動化預警系統，關注國際食品回收警訊，本項非核心業務亦為五環2.0食安政策中第一環源頭管理之項目內容。	114年12月31日前發布國際食安警訊數1,000則。	
126		關注國際各衛生單位發布之醫療器材安全訊息。	持續辦理，114年12月31日前發布國際醫療器材警訊80則。	食品藥物管理署 (醫粧組) (延續性指標)
127		蒐集國際間化粧品衛生安全相關警訊，保障消費者使用之安全。	持續辦理。	
128	(5)其他新興消費議題(例如預購集資消費、線上服務之創新、暗黑商業模式(Dark Patterns)之遏止、先買後付、商品維修權、世界消費者日主題等)之關注與研析。	依民眾之醫療需求及醫療給付品質，持續檢討並修訂「全民健康保險藥物給付項目及支付標準」。	依「全民健康保險法」第41條及「全民健康保險藥物給付項目及支付標準共同擬訂辦法」規定，健保署每兩個月召開「全民健康保險藥物給付項目與支付標準共同擬訂會議」，辦理藥物給付項目及支付標準擬訂事項相關事宜，並公告健保給付情形。	中央健康保險署 (延續性指標)

環境部 114 年度消費者保護方案

目錄

核心業務

- 1.精進室內空氣品質管理措施
- 2.環境用藥安全之宣導及查核
- 3.食安五環第一環的源頭管理
- 4.推動淘汰老舊機車換購電動機車溫室氣體減量效益媒合服務
- 5.整合廢車回收報廢與獎勵補助申請服務，廢車回收一站通平台
- 6.加強落實社區污水處理設施受託操作服務定型化契約之宣導及查核
- 7.提升溫室氣體查驗機構查驗品質
- 8.一次用產品減量
- 9.促進資源循環與產品延長使用壽命
- 10.加強環保產品抽樣檢驗、生產及販售場所之查核；供公眾飲用水連續供水固定設備之水質抽測；市售地墊抽驗
- 14.改善資源回收作業環境，興設優化地方政府資源回收場
- 7.笑氣（一氧化二氮）管制
- 15.淨零綠生活及消保教育宣導
- 16.消保與環保教育訓練
- 10.噪音管制
- 11.促進資源循環

非核心業務

- 1.確保食品、商品與服務安全及品質
- 2.消費資訊充分、正確及透明
- 3.持續推動永續消費
- 4.健全數位消費環境
- 5.強化消費者諮詢及爭議之處理
- 6.重視特定消費族群權益
- 7.消費者教育之推行
- 8.擘劃因應新興消費議題及行政監督

環境部 114 年度消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註	
1	1.確保食品、商品與服務安全及品質	精進室內空氣品質管理措施	1.輔導公私場所自主巡查檢驗，推廣標章制度	室內空品自主標章核發數量	700 張	大氣環境司 1.具體措施 1.(7) 2.延續性指標(111年起)	
			2.教育宣導	教育宣導次數	5 場次	大氣環境司 1.具體措施 1.(7) 2.延續性指標(111年起)	
		環境用藥安全之宣導及查核	1.每季提報查獲超過有效期限之劣質環境用藥（包含陶斯松產品）及標示不合格產品資訊	督導地方主管機關稽查劣質環境用藥（含陶斯松產品）及標示產品	環境用藥查核及標示件數	查核 20,200 件	化學物質管理署 1.具體措施 1.(3) 2.延續性指標(109年起)
					申訴或違規案件下降數（率）	不合格率小於 2%	化學物質管理署 1.具體措施 1.(3) 2.延續性指標(109年起)
			2.加強宣導消費者認識環境用藥，落實後市場環境	加強消費者認識環境用藥及環境標示	環境用藥宣導及說明會場次	宣導 120 場次	化學物質管理署 1.具體措施 1.(3) 2.延續性指標(109年起)
					公布環境用藥標示及偽造禁用環境用藥查核結果	每年召開 1 場次記者會或發布 1 則新聞	化學物質管理署 1.具體措施 1.(3) 2.延續性指標(109年起)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作		關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			境用藥產品標示查核	查核		稿，公布環境用藥查核及抽驗成果，提供消費者環境用藥資訊透明。	
					環境用藥安全用藥資訊揭露	為保障消費者購買環境用藥之權益，本部除設置「環境用藥安全使用宣導網站」，定期公布不合格環藥資訊。	
					申訴或違規案件下降數(率)	不合格率小於2%	化學物質管理署 1.具體措施 1.(3) 2.延續性指標(109年起)
		食安五環第一環的源頭管理	與地方政府合作推動化工原料相關業者行查核與輔導		每年查核與輔導家數	3,000家次	化學物質管理署 1.具體措施 1.(1) 2.延續性指標(111年起)
		推動淘汰老舊機車換購電動機車溫室氣體減量效益媒合	淨零碳排-透過廢車回收一站通平臺作為購售溫室氣體減量效益之媒合服務平臺，協助		減碳效益媒合件數(淘汰老舊機車換購電動機車)	2萬5,000件	氣候變遷署 1.具體措施 1.(8) 2.延續性指標(112年起)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
		服務	有意願以汰換老舊機車為電動機車之減量效益進行排放量增量抵換之開發單位，購買民眾汰舊換購電動機車之溫室氣體減碳效益，鼓勵車主及早淘汰老舊機車並新購電動機車，減碳換現金			
		整合廢車回收報廢與獎勵補助申請服務，廢車回收一站通平台	1.持續優化申辦平台操作功能	平台申辦使用人次	60 萬人次	資源循環署 1.具體措施 1.(4) 2.延續性指標(112年起)
			2.針對車主易接觸場域進行宣傳推廣作業(如經銷商、監理站)	宣傳場所數量	50 處	資源循環署 1.具體措施 1.(4) 2.延續性指標(112年起)
2	3.促進交易自由與公平	加強落實社區污水處理設施受託操作服務定型化契約之宣導及查核	查核社區污水處理設施受託操作服務定型化契約範本使用情形，並透過物業管理或公寓大廈事務管理單位宣導推廣契約範本	地方環保局查核件數	440 件	水質保護司 1.具體措施 3.(4) 2.延續性指標(109年起)
				查核對象簽約內容符合定型化契約範本要項之比率	80%	水質保護司 1.具體措施 3.(4) 2.延續性指標(111年起)
				與物業管理或公寓大廈事務管理單位開會宣導推廣使用契約範本	2 場次	水質保護司 1.具體措施 3.(4) 2.延續性指標(111年起)
3	4.持續推動永續消費	提升溫室氣體查驗機構查驗	淨零碳排-提供溫室氣體減量及管理法規	查核查驗機構家數	3 家	氣候變遷署 1.具體措施 4.(6) 2.延續性指標(112)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
		品質	應盤查登錄排放源充足查證量能，俾利我國溫室氣體排放與減量基礎數據掌握			年起)
		一次用產品減量	1.推動一次用產品源頭(如塑膠袋不得免費提供、免洗餐具限用、一次用飲料杯自備優惠及循環杯借用服務等)減量管制措施，並由各地地方環保局進行稽查，以落實政策推動	稽查次數	6萬家次	資源循環署 1.具體措施 4.(1) 2.延續性指標(109年起)
			2.推動向消費者宣導執行各項材質(如廢玻璃容器、廢農藥容器、舊衣、紙餐具、一次用產品及含汞產品減量、廢手機)資源回收工作	地方環保局宣導(則)件數及辦理宣導活動場次	每個縣市媒體宣傳(導)則數達到130則以上及行銷、宣傳(導)活動或說明會辦理達60場以上	資源循環署 1.具體措施 4.(1) 2.延續性指標(111年起)
			3.推動量販店或超市進行蔬果裸賣	輔導店數	12家	資源循環署 1.具體措施 4.(1) 2.延續性指標(112年起)
			4.推動「行政機關、學校減少使用免洗餐具	免洗餐具使用量	減少200萬個	資源循環署 1.具體措施 4.(1) 2.延續性指標(112

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			及包裝飲用水」並擴及私部門，引導業者提供循環餐具租賃服務，讓「公私部門」一起投入，達到低碳減量的目標			年起)
			5.推動網購包裝減量	平均包裝材減重率	25.00%	環境管理署 1.具體措施 4.(1) 2.延續性指標(112年起)
			6.淨零碳排-強化再生資源產品或再利用產品追蹤管制	查核「廢棄物處理機構產出供給特定用途使用之資源化產品最終使用地點流向及使用情形」	完成 7 場次廢棄物處理機構產出資源化產品最終使用地點使用情形查核	資源循環署 1.具體措施 4.(1) 2.延續性指標(111年起)
		促進資源循環與產品延長使用壽命	推動手機回收及維修服務	辦理執行機關查核說明會 1 場次與企業座談會 1 場次	各 1 場次	資源循環署 1.具體措施 4.(4) 2.新增指標 3.113 年底公告實施「應標示分類回收標誌之行動電話製造、輸入業者範圍及其他應遵行事項」,規範手機製造、輸入業者需提供租賃、維修服務、標示回收方式及設置回收設施。
		加強環保	1.電商通路之環	查核之電商	20 家	綜合規劃司

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
		產品抽樣檢驗、生產及販售場所之查核；供公眾飲用水連續供水固定設備之水質抽測；市售地墊抽驗	保標章產品追蹤查核 2.加強對市售環保標章產品之抽樣檢測及生產工廠、販售場所查核	通路家數		1.具體措施 4.(5) 2.延續性指標(109年起)
				針對消費者接觸及使用頻繁且產品材質變動性較大之環保標章產品（(OA)辦公用具產品類、日常用品類、清潔產品類及服務類）加強抽樣檢測及生產工廠、販售場所之查核產品數	查核率為前一年度核發件數 85%	綜合規劃司 1.具體措施 4.(5) 2.延續性指標(111年起)
				針對消費者接觸及使用頻繁且產品材質變動性較大之環保標章產品類別（(OA)辦公用具產品類、日常用品類、清潔產品類及服務類）查核不合格率	小於 5%	綜合規劃司 1.具體措施 4.(5) 2.新增指標
			稽查供公眾飲用水連續供水固定設備	飲用水設備（機）稽查件數	3,300 件	水質保護司 1.具體措施 4.(5) 2.延續性指標(111年起)
			運動墊含短鏈氯化石蠟 (SCCPs) 材質之管理	規劃辦理抽驗市售地墊	抽驗市售地墊商品 5 件	化學物質管理署 1.具體措施 4.(5) 2.延續性指標(111年起)
		改善資源	完成資源回收	完工場次	3 場次	資源循環署

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
		回收作業環境，興設優化地方政府資源回收場	場優化與興建			<p>1.具體措施 4.(4)</p> <p>2.延續性指標(112年起)</p> <p>3.資源回收貯存場優化與興建，係由地方政府依實際需求向環境部資源循環署提出申請，本署依計畫合理性審查及可用預算額度據以核定，並按預定工程進度納入各年度績效指標。</p> <p>4.查環境部資源循環署已核定案件中，共3案預定工期應於114年度完工，故本案績效指標(KPI)訂定為完成3場次；至於112年度達成值9場，係因部分以前年度工程受疫情影響工進，經趕辦後於112年完工所致。</p>
4	7.重視特定消費族群權益	笑氣(一氧化二氮)管制	有效管理笑氣，避免青少年濫用吸食笑氣，加強教育宣導	函請各級學校配合影片宣導	4,000校數	<p>化學物質管理署</p> <p>1.具體措施 7.(5)</p> <p>2.延續性指標(111年起)</p>
5	8.結合消保與環保議題教育宣導	淨零綠生活及消保教育宣導	淨零綠生活-運用多元方式倡導淨零綠生活具體作法，並辦理消保與環保議題教育宣導(環境部、氣候變遷署、資源循	宣導場次	550場次	<p>環境部及所屬機關(構)</p> <p>1.具體措施 8.(6)</p> <p>2.延續性指標(112年起)</p>
				辦理人次	3,500人次	

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			環署、化學物質管理署)			
6	8.加強環保機關教育宣導	消保與環保教育訓練	辦理環保機關消保與環保相關課程	辦理人次	210 次	國家環境研究院 1.具體措施 8.(3) 2.延續性指標(111年起)
7	9.擘劃因應新興議題及行政監督	噪音管制	1.持續推動聲音照相科技執法	聲音照相設備設置	45 套	大氣環境司 1.具體措施 9.(4) 2.延續性指標(111年起)
			2.教育宣導	教育宣導次數	2 場次	大氣環境司 1.具體措施 9.(4) 2.延續性指標(111年起)
		促進資源循環	淨零碳排-推動資源循環網絡計畫	資源循環網絡案件輔導	完成 10 場次	資源循環署 1.具體措施 9.(4) 2.延續性指標(112年起)

環境部 114 年度消費者保護方案（非核心業務）

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1.確保食品、商品與服務安全及品質				
1	(1)加強對食品(含食品添加物等)、藥品、保健食品、商品、服務及營業場所之安全管理與查核,並檢討及研修(訂)相關法令、標準。	機車定檢	730 萬輛	大氣環境司
2	(2)針對非實體店面、校園、商圈、觀光休閒地區之食品、商品與服務,加強落實管理及查核。	抽查屬風景區/遊樂園/觀光工廠性質環境教育設施場所提供環境教育課程服務	風景區/遊樂園/觀光工廠之設施場所抽查率 15%	國家環境研究院
3	(3)加強含有毒性化學物質(含環境荷爾蒙)、重金屬商品(食品)、農藥、動物用藥與飼料等之製造、安全管理、流向管控機制及查核,並落實對前揭業者之監督輔導,及促進替代性物質之研發。	1.執行列管毒性化學物質疑似環境荷爾蒙之禁止或限制之檢測,如壬基酚及壬基酚聚乙氧基醇、氧化三丁錫(TBT)等	配合國內環境荷爾蒙或毒化物管理政策,預定辦理抽驗市售商品 30 件	化學物質管理署
2.查核公約列管關注化學物質		有關公告列管關注化學物質查核,持續納入 114 年度「毒性及關注化學物質運作暨流向勾稽查核計畫」中「毒性及關注化學物質勾稽查核」項目	化學物質管理署	
3.配合持久性有機污染物斯德哥爾摩公約及汞水俣公約最新進展,執行跨部會推動計畫		召開跨部會會議,追蹤各跨部會推動計畫之執行成果	化學物質管理署	
4		為提升民眾自主用地管理意識,針對公告事業與土地所有人加強宣導土地交易及土地管理應注意事項: 1.加強宣導公告事業所使用之土地所有人,如欲辦理土地移	1.提升民眾自主用地管理意識部分,當年度預定辦理 2 場次相關法規宣導說明會,合併預計 200 人次參加 2.公告事業與土地所有人加強宣導	環境管理署

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>轉時，應先提供土壤污染評估調查及檢測資料予受讓人，並向直轄市、縣(市)政府完成申報後，始向目的事業主管機關辦理移轉程序；針對公告事業則加強宣導於設立、變更、歇業等管制行為前應向直轄市、縣(市)政府申報土壤污染評估調查及檢測資料，若有發現污染應及早改善，以善盡企業責任</p> <p>2. 辦理污染土地關係人之善良管理人注意義務認定準則，以及土壤及地下水污染整治法等相關規定之說明</p>	<p>土地交易及土地管理應注意事項部分，預定辦理 2 場次相關法規宣導說明會，預計參加人次為 240 人次</p>	
5	(4)推動及落實商品、食品及農產品之安全性、可追溯性及生產永續性的追蹤(溯)履歷制度，以及相關廢棄物之管控標準作業流程。	<p>1. 管控廚餘養豬，以因應非洲豬瘟疫情</p> <p>2. 抽驗飲用水水質處理藥劑</p> <p>3. 配合行政院食安會報相關議題及作為</p>	<p>廚餘養豬戶現場稽查率達 100%。管控廚餘養豬戶上網申報率達 92.2% 以上</p> <p>完成飲用水水質處理藥劑抽驗 80 件</p> <p>行政院 114 年預定辦理 4 場次食品安全會報，並依行政院規劃召開</p>	<p>環境管理署</p> <p>水質保護司</p> <p>化學物質管理署</p>
6	(6)加強賣場、觀光遊憩區、溫泉場館等消費場所設施(備)之標示(章)、警告標示、避難逃生標示、認證之管理及查核，並檢討修訂相關規範。	<p>1. 加強環保產品抽樣檢驗、生產工廠及販售場所現場查核工作</p>	<p>針對消費者接觸及使用頻繁且產品材質變動性較大之環保標章產品((OA)辦公用具產品類、日常用品類、清潔產品類及服務類)查核率為前一年度核發件數 85%</p>	<p>綜合規劃司</p>

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		2.依環境用藥管理法執行環境用藥廣告查核，並強化網路平臺違法環境用藥廣告查核	每年與電商平臺召開1場次研商會，並不定期提供網路平臺環境用藥關鍵字檢核、檢所資料，保障消費者環境用藥使用安全	化學物質管理署
		3.公開環教設施場所資訊及認證標示	環教設施場所累積訪查率達85%	國家環境研究院
		4.公開綠色旅遊行程(含綠色餐廳及環保旅宿)資訊	公開至少1,000條綠色旅遊行程	綜合規劃司
7	(7)針對短期間聚集大量人潮之消費場所或活動，加強室內空氣品質及公共安全維護之監督、管理與查核(含公共意外責任險投保情形)。	落實室內空氣品質公告場所定期檢測，並針對場所進行巡查輔導，以有效提升室內空氣品質	巡查輔導1,000家次	大氣環境司
8	(8)建構食品、商品及服務之市場監督、瑕疵或事故發生之通報及預警制度，並健全下架、召回、回收、銷毀、維修、退換貨或停止服務制度。	使用中汽車召回改正調查測試	召回改正調查測試10輛次	大氣環境司
2.消費資訊充分、正確及透明				
9	(3)加強食品、有機食品及農產品履歷、產地之標示資訊及其真實性。	結合在地化綠色飲食特色推廣低碳在地農漁產品	推廣環保餐廳，加強綠色飲食觀念	綜合規劃司
10	(4)針對商品與服務之不實廣告、標示及宣稱，加強管理、查核(處)及宣導。	加強環保產品抽樣檢驗、生產工廠及販售場所現場查核工作	針對消費者接觸及使用頻繁且產品材質變動性較大之環保標章產品((OA)辦公用具產品類、日常用品類、清潔產品類及服務類)查核率為前一年度核發件數85%	綜合規劃司
3.持續推動永續消費				

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
11	(1)提升企業經營者與消費者對氣候變遷、淨零排放及永續消費之認知，引導消費行為改變，減少製造或使用一次性用品及選購對環境友善之產品。	推動綠色辦公之制度，並提供民間單位可檢視綠色辦公響應指標與進行實際響應	新增1,000處綠色辦公場所	綜合規劃司
12	(2)鼓勵企業經營者以消保及環保觀點，從事產品開發、設計、採購、包裝及使用。	辦理環保標章產品申請案審查作業，並核發環保標章使用證書	審查核發環保標章使用證書至少1,400件	綜合規劃司
13	(3)鼓勵企業經營者提供合理保固年限與維修權益，適度開放多元維修管道，延長商品壽命，減少浪費。	研析歐盟產品生態化設計要求，與企業研商建立合理保固年限服務、產品備件年限及相關成本可負擔性，導入維修度指數評估作業及標示作可行性評估	預計新增2項小家電產品導入維修度指數評估作業	資源循環署 註：目前113年的最新進展是參考歐盟及法國維修度指數評估方式，研擬手機及平板維修度指數評估作業指引草案，並邀請手機及平板業者合作評分試行，而業者表達在尚未有強制揭露規定前，公

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
				開意願不高。未來將配合資訊揭露立法的法制作業，再持續推動相關作業。
14	(4)研議推動食物銀行或二手商品等再利用，減少資源浪費、促進廢棄物和產品可回收部分的再利用。	1.推動資源再使用工作，鼓勵民眾二手物品再使用、延長產品使用壽命，促進垃圾減量(每縣市與大學合作二手物品)	北中南東至少設置1處二手物交換平台，並與4所學校合作推廣利用二手物平台促進不用品再使用觀念	資源循環署
		2.手機回收月活動	規劃全民回收廢手機之相關活動	資源循環署
		3.持續督導地方政府辦理巨大廢棄物回收再利用工作	按季查調頻率(1次/季)	環境管理署
15	(5)對於宣稱環保之商品，研議管理規範，加強安全、品質及真實性之查核(處)。	1.為維護環境保護產品公信力，保障消費者權益，加強環保產品抽樣檢驗、生產工廠及販售場所現場查核工作。如有發現違反其他法令情事，即依相關主管法令處理	針對消費者接觸及使用頻繁且產品材質變動性較大之環保標章產品((OA)辦公用具產品類、日常用品類、清潔產品類及服務類)查核率為前一年度核發件數85%	綜合規劃司
		2.受理業者申請海洋廢棄物循環產品標章，並對已核准者辦理追蹤查核	1.受理企業運用海洋廢棄物製作產品並申請海洋廢棄物循環產品標章，依要點規定時限完成審查 2.對已核准使用海洋廢棄物循環產品標章之企業，依「海洋廢棄物循	資源循環署

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
			環產品標章推動 作業要點」規定， 辦理追蹤查核作 業	
16	(6)持續推動源頭管理，及研 訂各項行為準則，俾利消 費者、企業、政府機關團 體、學校、社區、家庭採 取環境友善措施，導引綠 色經濟（例如永續觀光、 新能源交通）之發展。	辦理機關綠色採購績 效評核作業，並鼓勵民 間企業與團體實施綠 色採購	114年：機關及民間 企業團體綠色採購 金額至少新臺幣 650億元	綜合規 劃司
17	(7)整合政府、民間、企業及 學校資源，辦理永續消費 教育（例如減塑、節能 等），並鼓勵永續消費相 關活動及學術研究。	1.推動惜食環境教育	完成 3 場次惜食環 境教育宣導活	環保護 司
		2.節能減碳教育宣導	督導縣市環保局完 成節能減碳教育宣 導	氣候變 遷署
		3.整體回收宣導	1.訂定資源回收專 線(0800-085-717) 整體回收滿意度 達 90%以上 2.提升廢車回收獎 勵金線上申請率 達 97%以上	資源循 環署
		4.奉茶減少包裝水	宣導推動奉茶減少 包裝水，累計減少 225 萬支	水質保 護司
		5.綠色消費教育宣導	結合地方環保機關 辦理綠色生活與消 費教育宣導活動至 少50場次	綜合規 劃司
4.健全數位消費環境				
18	(3)輔導、管理網路平臺，強 化資訊揭露及爭議協處。	全民綠生活資訊平臺 之公開資訊，經審閱通 過後對外揭露	目前平台揭露之資 訊，均係審閱通過 後，即時公開之資 訊，維持辦理項目	綜合規 劃司
	(5)健全數位環境，強化消費 者對數位消費安全（含個 人資料保護與資訊安全 防護）之認知。	全民綠生活資訊平臺 定期醒使用者更新密 碼，以維持個人資料的 安全性，密碼設定規則 需至少 12 碼，包含大	已有相關作法，持續 辦理	綜合規 劃司

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		寫英文、小寫英文、數字、特殊符號		
5.強化消費者諮詢及爭議之處理				
19	(5)落實重大消費爭議案件之資訊揭露與即時處理機制。	持續提供公害陳情專線，以暢通陳情管道並即時遏止污染情事擴大	全國公害陳情案件妥善處理率 92%以上	環境管理署
6.重視特定消費族群權益				
20	(2)鼓勵企業經營者及政府機關提供特定消費族群友善之商品、服務、消費措施、標示(章)、消費環境與適切消費諮詢等相關服務。	推廣綠色消費及綠色商店，於商店通路加強、擴大設置綠色產品示範點，加強採用無塑/無包裝販賣模式(提供循環購物袋、環保杯租賃服務)	加強、擴大宣傳綠色產品或加強採用無塑/無包裝販賣模式	綜合規劃司
21	(3)運用合適的宣導媒介，加強宣導特定消費族群關切的消費議題，例如高齡者財產信託制度、身心障礙福利機構評鑑及收費資訊、無障礙消費環境與服務等。	全民綠生活資訊平臺提供綠色消費制度資訊、環保標章資訊，供使用者檢閱	目前平台已提供相關資訊，持續辦理	綜合規劃司
7.消費者教育之推行				
22	(1)針對不同年齡層之消費族群，加強教育宣導，並強化數位消費、通訊交易等消費者權益之教育。	針對高齡長者、跨性別、兒少及身障者，提供兼具安全、舒適、友善及便利的公廁環境，並持續宣導友善公廁設計理念，落實使用者即管理者的精神	114 年度預定完成無障礙廁所、親子廁所及性別友善廁所改善或新建計 100 座	環境管理署
23	(3)充實消費資(警)訊，並於機關網站設置消費者服務專區網頁，及加強機關內部人員消費者教育訓練。	1.消費者服務專區管理及維護	持續充實環境部網站消費者服務專區內容	綜合規劃司
		2.辦理本部新進人員、中高階人員培訓等訓練中，納入相關消費者保護法令及消費者風險教育課程	預計辦理 4 場次訓練課程	國家環境研究院

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
24	(5)加強企業經營者推行消費者教育、負責任創新並善盡社會責任，以保障消費者權益。	推動離島源頭減少一次用產品	推動離島飲料杯借用服務，借用量6萬杯	資源循環署
25	(6)開發並妥善運用各種宣導資源(例如結合終身學習、企業經營者及其公協會、消費者保護團體或各類非營利組織等)實施消費者教育。	全民綠生活資訊平臺提供綠色消費制度資訊、環保標章資訊，供使用者檢閱	目前平台已持續提供相關資訊，持續辦理	綜合規劃司
8.擘劃因應新興消費議題及行政監督				
26	(2)中央主管機關監督所轄地方主管機關辦理相關消費者保護業務之成效。	1.定期針對土壤及地下水污染整治進行考核作業	以土壤及地下水績效考核計畫進行地方環保機關之管考作業，搭配業務及轄區承辦雙向督導，達到掌握全國土水業務執行情況之目的	環境管理署
		2.加油站油氣回收設施查核	至少18站次	大氣環境司
		3.飲用水查核	完成飲用水查核1萬件	水質保護司
		4.化工查核(地方配合稽查)	配合消保業務結合督導考核地方政府相關業務，114年度持續納入「毒性及關注化學物質運作暨流向勾稽查核計畫」，並明訂「毒性及關注化學物質勾稽查核」及「輔導訪查為化工原(材)料販售業者、相關化工產業」考核項目	化學物質管理署
27	(3)加強主管業務之國際消費者保護事項合作及交流與資訊之蒐集研析。	與全球環保標章網絡組織交流及資訊之蒐集研析	完成與全球環保標章網絡組織交流及永續消費國際資訊蒐集研析	綜合規劃司
28	(4)關注並研擬新科技(例如大數據、人工智慧、區塊	1.微型感測器(空、水)	空氣品質感測器最適化規模累計9,600	監測資訊司

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	鏈、社群媒體及行動支付等)新技術應用下衍生之消費者權益保障議題。		臺及高效化水質感測器累計 120 臺	
2.科技執法-衛星影像變異應用於廢棄物棄置案件		衛星影像變異應用於廢棄物棄置案件，函請地方環保機關查核率 86.5%以上	環境管理署	
3.為推廣本國土水整治技術認證制度及 ISO14034 環境技術查證制度(ETV)，辦理推動(宣導)說明會，促使國內優良的整治業者瞭解		預計辦理 2 場次推動宣導說明會/成果發表會，共計約 80 人參與	環境管理署	

文化部 114 年度消費者保護方案

目錄

核心業務

1. 相關藝文場所(含電影院)之監督、管理與查核
2. 文化藝術相關定型化契約之檢討與查核
3. 針對藝文活動票券之販售，使民眾有平等參與藝文活動活動之機會
4. 加強對企業經營者辦理個資保護輔導
5. 減少藝文表演票券消費爭議
6. 強化消費者諮詢及爭議處理
7. 加強藝文場館友善服務(含資訊揭露)
8. 於機關網站設置消費者服務專區網頁

非核心業務

1. 確保食品、商品與服務安全及品質
2. 擘劃因應新興消費議題及行政監督

文化部 114 年度消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
1	1. 確保食品、商品與服務安全及品質(7) 針對短期間聚集大量人潮消費場所或活動，加強室內空氣品質及公共安全維護之監督、管理與查核（含公共意外險投保情形）。	相關藝文場所（含電影院）之監督、管理與查核	1. 督導各地方政府定期至轄下電影片映演業（電影院）查核	查核家次數	查核 80 家次	1. 具體措施 1. (7) 2. 影視局 3. 延續性指標（113 年起）
			2. 督導各縣市藝文場館之無障礙設施或服務之檢核及改善	辦理自我檢核之次數	總計各縣市自我檢核至少 60 次	1. 具體措施 1. (7) 2. 工管組
				申訴或違規案件下降數（率）	電影片映演業查核違規比率 10% 以下	1. 具體措施 1. (7) 2. 影視局 3. 延續性指標（113 年起）
2	3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易(1) 持續檢討（修）訂、公告與消費生活密	文化藝術相關定型化契約之檢討與查核	1. 「藝文表演票券定型化契約應記載與不得記載事項」及「藝文票券展覽定型化契約應記載及不得記載事項」之檢討與查核	藝文表演票券定型化契約查核件數	查核 70 件	1. 具體措施 3. A. (1) 2. 影視司、藝發司
				藝文展覽票券定型化契約查核件數	查核 30 件	

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
	切相關行業項目之定型化契約應記載及不得記載事項，並落實宣導、查核及處罰。		2. 督請縣市政府每年辦理藝文表演、展覽票券定型化契約應記載及不得記載事項宣導事宜。			
2. 督導各地方政府定期至轄下電影片映演業(電影院)查核「禁止攜帶外食定型化契約不得記載事項」			電影業查核件數	查核 80 件	1. 具體措施 3.A.(1) 2. 影視局 3. 延續性指標 (113 年起)	
3. 書店所販售之「商品(服務)禮券定型化契約應記載及不得記載事項」之查核			圖書出版業查核件數	查核 22 件	1. 具體措施 3.A.(1) 2. 人文司	
				查核案件合格件	查核案件合格比率 95%以上	
3	3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易(5)防範顯失公平定型化條款之濫用，及導正行銷或	針對藝文活動票券之販售，使民眾有平等參與藝文活動之機會	督請縣市政府加強辦理文創法第10條之1相關宣導事宜	督導縣市政府加強辦理宣導事宜	由各縣市政府每年至少辦理 1 次宣導事宜	1. 具體措施 3.A.(5) 2. 影視司

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
	不公平競爭商業行為。					
4	5.健全數位消費環境 (1)加強企業經營者落實對於數位消費者個人資料(含蒐集、處理及利用)之保護及資訊安全防护等相關機制與措施。	加強對企業經營者辦理個資保護輔導	推動電影事業個資保護輔導	辦理電影事業個資保護宣導會	2場次	1.具體措施 5.(1) 2.影視局
5	6.強化消費者諮詢及爭議之處理 (4)建立重大消費事故(含罷工或無預警停業)之預防、處理計畫、善後處理標準作業程序及研修(訂)重大消費事故損害賠償機制。	減少藝文表演票券消費爭議	1.督請縣市政府加強抽查藝文表演場次落實票券退、換票機制 2.關於重大消費爭議事件： (1)每場演出50件以上消費案件 (2)社會重大關注案件 (3)督請縣市政府定時回報處理情形	加強查核藝文表演票券退、換票場次	督請縣市政府落實抽查票券退、換票60場次	1.具體措施 6.(4) 2.影視司、藝發司

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
6	6. 強化消費者諮詢及爭議之處理 (6) 建立消費爭議諮詢、申訴及調解案件之原因究明及統計分析(包括對特定消費族群)，並研議改進策略及揭露資訊。	強化消費者諮詢及爭議處理	1. 強化消費爭議諮詢、申訴及調解案件之原因究明及統計分析	申訴原因之統計分析與改進策略	完成申訴原因之統計分析與改進策略	1. 具體措施 6.(6) 2. 本部各附屬機關、文創司(所轄文創園區)、藝發司(國表藝)、文資局(臺中文創園區)
			2. 辦理消費者滿意度調查	滿意度調查場次	各場館至少辦理 1 場次	
			3. 督請縣市政府加強輔導與查核發生藝文活動退票退費重大消費爭議之廠商	加強控管針對發生退票退款重大消費爭議廠商	督請縣市政府追蹤改善申訴案件，申訴改善比率達 80%	
7	7. 重視特定消費族群權益 (2) 鼓勵企業經營者及政府機關提供特定族群友善之商品、服務、消費措施、標示(章)、環境與消費等服務。	加強藝文場館友善服務(含資訊揭露)	1. 持續改善場館之無障礙設施，包含無障礙廁所、坡道、扶手及輪椅觀眾席位等	無障礙設施改善件數	改善 14 件	1. 具體措施 7.(2) 2. 本部各附屬機關(構)、文創司(所轄文創園區)、藝發司(國表藝)、文資局(臺中文創園區)
			2. 持續加強場館提供身心障礙者及高齡者友善服務措施	辦理友善服務培訓課程	86 場課程	
			3. 各場館明確訂定票券價格、場地租用等各項服務項目之收退費規範，並於官網及現場公告週知	票券價格、場地租用之收退費規範資訊公告完成率	公告率 100%	

序號	計畫目標與 實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指 標 (KPI)	目標值	備註
8	8. 消費者教育之推行 (3) 充實消費資 （警）訊，並於 機關網站設置 消費者服務專 區網頁，及加 強機關內人員 消費者教育訓 練。	於機關網站設置 消費者服務專 區網頁	於文化部及各 附屬機關(構) 官網建置消費 者服務專區， 提供消費者教 育宣導等相關 資訊。	建置消費者 服務專區完 成率	專區建置 率 100%	1. 具體措施 8.(3) 2. 本部各附屬 機關(構)

文化部 114 年度消費者保護方案（非核心業務）

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1. 確保食品、商品與服務安全及品質				
1	<p>(1) 加強對食品(含食品添加物等)、藥品、保健食品、商品、服務及營業場所之安全管理與查核，並檢討及研修(訂)相關法令、標準。</p> <p>(7) 針對短期間聚集大量人潮之消費場所或活動，加強室內空氣品質及公共安全維護之監督、管理與查核(含公共意外責任險投保情形)</p>	<p>1. 藝文場館，每年至少督導管理及查核 1 次委外營運場所所提供各類商品與服務品質。</p> <p>2. 針對消費場所之空氣品質，會同環保機關(單位)機關適時辦理消費場所之相關查核。</p>	114 年 12 月 31 日 (持續辦理)	<p>1. 具體措施</p> <p>1. (1)、1. (7)</p> <p>2. 本部各附屬機關(構)、文創司(所轄文創園區)、藝發司(國表藝)、文資局(臺中文創園區)</p>
2	<p>(6) 加強賣場、觀光遊憩區、溫泉場館等消費場所設施(備)之標示(章)、警告標示、避難逃生標示、認證之管理及查核，並檢討修訂相關規範。</p>	<p>1. 園區各場所消防設備、標示及避難逃生標示，每月進行檢核，失效或過期設備及時更換。</p> <p>2. 針對工作人員辦理消防及災害防治講習及演練，有效實施人潮管制策略，以加強引導消費者緊急避難能力。</p> <p>3. 依據消防安全規範設置滅火器、逃生方向指示燈與緊急照明燈，並置有緊急疏散配置圖；每年並依規定執行年度消防檢修申報。</p>	114 年 12 月 31 日 (持續辦理)	<p>1. 具體措施</p> <p>1. (6)</p> <p>2. 本部各附屬機關(構)、文創司(所轄文創園區)、藝發司(國表藝)、文資局(臺中文創園區)</p>

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督				
1	(2) 中央主管機關監督所轄地方主管機關辦理相關消費者保護業務之成效。	督請縣市政府辦理相關消費者保護業務。	114 年 12 月 31 日 (持續辦理)	1. 具體措施 9.(2) 2. 綜規司

數位發展部114年度消費者保護方案

目錄

核心業務

1. 輔導電商業者強化個資保護及資安防護
2. 促進第三方支付服務業者消費者保護與個資保護措施
3. 促進集資平臺消保措施
4. 電商定型化契約查核作業
5. 網際網路教學服務定型化契約查核作業
6. 網路連線遊戲服務定型化契約查核及宣導作業
7. 查核國內即時通訊軟體業者服務條款
8. 以數位防詐工具維護網路安全購物環境
9. 健全電商消費環境
10. 健全網際網路教學、網路連線遊戲(線上遊戲)消費環境
11. 研議推動國內及跨境消費爭議處理機制
12. 遊戲軟體內容之分級適切性查核

非核心業務

透過產業公協會或跨部會機關合作，持續推動行動應用 App 資安檢測，並藉由辦理推廣活動，提升民眾資安風險意識及資安標章認知度。針對本部「智慧防詐與數位信任應用發展計畫」與消費者權益相關者研提具體措施及其執行項目。

數位發展部114年度消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
1	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	輔導電商業者強化個資保護及資安防護	電商個資查核	電商個資行政檢查(包含初查、輔導修正與複查)	查核10件	1. 具體措施1.(10) 2. 延續性指標(112年起)
2		促進第三方支付服務業者消費者保護與個資保護措施	第三方支付服務業查核	查核輔導第三方支付服務業定型化契約、個資安維計畫(包含初查、輔導修正與複查)	查核15件	1. 具體措施1.(10) 2. 延續性指標(112年起)
3	3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易	促進集資平臺消保措施	<ol style="list-style-type: none"> 1. 加強對消費者教育宣導，揭露集資專案可能存在給付遲延或無法履約等風險及相關注意事項，提醒消費者留意以維護自身權益，查核輔導集資平臺業者 2. 有關預付型交易控管、資訊揭露與履保機制等機制辦理查核 3. 其他新興消費議題(例如預購集資消費)之關注與研析 	加強對消費者教育宣導集資專案相關風險，查核輔導集資平臺業者定型化契約(包含初查、輔導修正與複查)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 已將資訊揭露及分期付款方式訂定「集資平臺定型化契約應記載及不載得記載事項」草案 2. 宣傳2場次，預計接觸500人次 3. 114年查核3件 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具體措施 3.A(1)、3A(2)、9.(5) 2. 延續性指標(112年起)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
4		電商定型化契約查核作業	<ol style="list-style-type: none"> 1. 查核「零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項」 2. 輔導、管理電商平臺，強化資訊揭露及爭議協處 	查核及輔導電商業者定型化契約(包含初查、輔導修正與複查)	查核及輔導10件	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具體措施 3.A(1)、5(3) 2. 延續性指標 (112年起)
5		網際網路教學服務定型化契約查核作業	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「網際網路教學服務定型化契約應記載及不得記載事項」查核輔導與持續檢討。 2. 針對有詐欺或誤導消費者之虞的定價行為(如隱藏費用或逐步加價)加強規範及查處 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 查核輔導網際網路教學服務業者定型化契約(包含初查、輔導修正與複查) 2. 加強輔導業者落實定型化契約及消費者保護，不得有詐欺或誤導消費者的定價行為 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 查核5件 2. 輔導5件 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具體措施 3.A(1)、3B(5) 2. 延續性指標 (112年起)
6		網路連線遊戲服務定型化契約查核及宣導作業	<ol style="list-style-type: none"> 1. 查核輔導「網路連線遊戲服務定型化契約應記載及不得記載事項」(著重於熱門或消費爭議較多之遊戲)及「線上遊戲點數(卡)定型化契約應記載及不得記載事項」 2. 加強企業經營者應讓父母或 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 查核輔導網路連線遊戲服務定型化契約(包含初查、輔導修正與複查) 2. 宣導方式結合校園、地方縣市政府消保官講習、家長講習、教師研習、大型會 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 查核20款線上遊戲及查核2款線上遊戲點數(卡) 2. 舉辦宣導活動8場 3. 輔導20款線上遊戲業者蒐集個人資料 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具體措施 3.A(1)、3.A(6)、7.(5.2)、7.(5.3) 2. 延續性指標 (112年起)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			<p>監護人於購買、使用商品及服務前，對兒童及少年產生之風險、費用及避免風險、費用產生之方法。</p> <p>3. 輔導企業經營者對兒童及少年進行個人或其家庭成員資料蒐集、處理及利用，皆須先取得父母或監護人同意，並有完整之兒童個人資料保護政策</p>	<p>展攤位(如台北電玩展)、跨部會攤位宣導(如iWIN舉辦之夏日網安總動員)等各類平台，並透過宣導手冊、推廣影片等各類管道，教育未成年兒少建立正確的網路遊戲使用觀念，包括玩遊戲不沉迷、適度消費，以及提醒孩子注意遊戲時間，每玩30分鐘就要休息10分鐘等健康遊戲議題</p> <p>3. 輔導線上遊戲業者蒐集個人資料時要遵守《個人資料保護法》</p>	時要遵守《個人資料保護法》。	
7		查核國內即時通訊軟體業者服務條款	「即時通訊軟體定型化契約應記載及不得記載事項」服務條款及隱私權條款檢討、查核及宣導	查核輔導及宣導即時通訊軟體業者定型化契約	<p>1. 查核1件</p> <p>2. 民眾陳情處理/分析4件以上</p> <p>3. 宣導1場次，預計宣導接觸人次200</p>	<p>1. 具體措施</p> <p>3. A(1)、5. (1)</p> <p>2. 延續性指標 (112年起)</p>

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
					人	
8	5. 健全數位消費環境	以數位防詐工具維護網路安全購物環境	<ol style="list-style-type: none"> 以數位防詐工具「防詐雷達」主動掃描找出高風險詐騙電商商品或帳號 有關涉及其他主管機關所管違禁品，經該主管機關認定後，本部可協助搜尋，如需下架者，也可由本部協助通知社群平臺業者下架 	掃描電商平台業者商品，經整理成風險清單提供電商平台人工審查	掃描電商平臺90萬次	<ol style="list-style-type: none"> 具體措施5.(2) 延續性指標 (112年起)
9	6. 強化消費者諮詢及爭議之處理	健全電商消費環境	<ol style="list-style-type: none"> 與三大公協會無店面公會、TESA、TiEA公會，及市占率較高之電商業者等進行交流宣導 向三大公協會推動並強化處理消費爭議之管道與效能 	<ol style="list-style-type: none"> 提醒三大公協會或業者，遵循法令規範之義務，並發揮企業社會責任，積極配合消費者保護業務。 於公會向各會員宣導建立重大消費事故(含罷工或無預警停業)之預防、處理計畫、善後處理標準作業 	宣導5件次(含書面宣導)。	<ol style="list-style-type: none"> 具體措施6.(1)、6.(4) 延續性指標 (112年起)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
				研修(訂)重大消費事故損害賠償機制。(如標錯價格)		
10		健全網際網路教學、網路連線遊戲(線上遊戲)消費環境	<ol style="list-style-type: none"> 1. 網際網路教學定型化契約、線上遊戲及數之宣導 2. 因應民法成年年齡下修至18歲新制，針對16至20歲消費者，將透過宣導活動加強宣導未成年消費應取得法定代理人同意，及謹慎消費等相關正確消費觀念。 3. 輔導設立數位遊戲產業自律推動委員會(以下簡稱自律組織)，透過自律組織邀集學者、專家及消費者保護團體等各界代表共同參與線上遊戲分級適切性審查。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「網際網路教學服務定型化契約應記載及不得記載事項」宣導活動。 2. 「網路連線遊戲服務定型化契約應記載及不得記載事項」及「線上遊戲點數(卡)定型化契約應記載及不得記載事項」宣導活動。 3. 透過自律組織邀集專家學者召開線上遊戲分級適切性審查。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 宣導活動8場次，宣導人次3,000人以上 2. 與地方消保單位合作線上遊戲宣導2場 3. 自律組織召開會議4場 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具體措施8.(2) 2. 延續性指標(112年起)
11		研議推動國內及跨境消費爭議處理機制	因國內法管轄範圍無法擴及境外，本部推動國人多使用國內已落地之國外電	推動「友善電商」及「友善遊戲」甄選活動	<ol style="list-style-type: none"> 1. 推動「友善電商」嘉年華會1場 2. 輔導產業 	具體措施6.(7)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			商、線上遊戲等		組織辦理「友善遊戲評選活動」1場	
12	7. 重視特定消費族群權益	遊戲軟體內容之分級適切性查核	查核輔導遊戲軟體內容分級適切性	遊戲軟體內容之分級適切性查核	查核80款遊戲軟體分級適切性	1. 具體措施 7. (5.1) 2. 新增指標

數位發展部114年度消費者保護方案（非核心業務）

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
5. 健全數位消費環境				
1	(1)加強企業經營者落實對於數位消費者個人資料(含蒐集、處理及利用)之保護及資訊安全防護等相關機制與措施。	辦理資安檢測及認驗證系列推廣活動。	完成辦理資安檢測及認驗證系列推廣活動計8場次，至少250人次參與。 (114/11/30)	
2	(4)持續推動應用程式(Apps)之安全標章認證、資安檢測。	推動取得行動應用App及物聯網資安標章。	推動取得行動應用App及物聯網資安標章累計700件。 (114/12/20)	
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理				
3	(1)推動並強化企業經營者、企業自律性組織、非營利組織及消費者保護團體處理消費爭議之管道與效能。	1. 導入電商物流隱碼方案。	導入3家業者。 (114/12/31)	
		2. 建置供民眾通報或查詢可疑詐騙網址APP	完成「數發部網路詐騙通報查詢網」APP正式運作 (114/12/31)	
5	(6)建立消費爭議諮詢、申訴及調解案件之原因究明及統計分析(包括對特定消費族群)，並研議改進策略及揭露資訊。	因應《詐欺危害防制條例》規定，要求一定規模之網路廣告平臺業者提出透明度報告	114年度全面實施	

大陸委員會 114 年度消費者保護方案

目錄

核心業務

1. 強化消費者諮詢及消費爭議之處理
2. 消費者教育之推行

非核心業務

1. 配合研議推動兩岸(含香港、澳門)消費糾紛之協處機制

大陸委員會 114 年度消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
1	強化消費者諮詢及消費爭議之處理	落實重大消費爭議案件之資訊揭露	充實消費資(警)訊，並就中國大陸、香港、澳門涉臺之重大旅遊、安全或消費事件，即時發布相關資訊。	針對陸港澳涉臺之重大旅遊、安全或消費爭議事件，本會發布相關消費資(警)訊之比例 發布率=(本會發布陸港澳重大旅遊、安全或消費資(警)訊件數/陸港澳公開之涉臺重大旅遊、安全或消費事件發生件數)*100	100%	法政處及港澳蒙藏處(延續性)
2	消費者教育之推行	運用宣導資源實施消費者教育	運用本會網站及社群媒體等現有宣導資源，推行兩岸(含香港、澳門)消費及消保議題之教育與宣導工作。以及本會舉辦陸配團體活動或移居來臺港澳人士座談會等場合，進行消保資訊之說明及推廣，另本會將利用編印	1. 發布國人赴陸港澳旅遊、消費(含跨境)應注意事項或相關消保資訊，適時請海基會於該會網站公布消費爭議諮詢、申訴及調解等協處資訊。	16 件	法政處及港澳蒙藏處(延續性)

序號	計畫目標與 實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			臺灣心港澳情 臺港澳交流Q&A 手冊彙列相關 消保資訊。	2. 辦理向陸 配團體，及 移居來臺 港澳人士 進行消保 資訊宣導 之場次	6場	

大陸委員會 114 年度消費者保護方案（非核心業務）

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
強化消費者諮詢及消費爭議之處理				
1	配合研議推動兩岸(含香港、澳門)消費糾紛之協處機制	1、配合各目的事業主管機關需要，協助適時推動建立兩岸(含香港、澳門)跨境消費糾紛協處機制。 2、持續辦理國人在陸港澳消費糾紛相關協處機制運作，如本會香港、澳門辦事處提供國人在港澳消費爭議之協助，及由海基會設置 24 小時緊急服務專線供諮詢及協處等。	114 年 12 月 31 日	

金融監督管理委員會 114 年度消費者保護方案

目錄

核心業務

1. 強化「銀行防範理財專員挪用客戶款項相關內控作業原則」之執行
2. 促進保險業招攬品質
3. 強化金融機構對理專或業務員管理之查核(檢)
4. 加強線上及行動支付金融交易安全之管理與查核
5. 強化消費者個人資料保護與隱私權保障之相關深化措施
6. 加強不實廣告管理與查核(處)
7. 提升金融機構辨識相關警示交易之有效性，以加強金融詐騙之預防
8. 防制人頭帳戶進行詐騙
9. 檢討定型化契約及查處
10. 督導金融消費評議中心精進評議案件處理效率
11. 推廣高齡者財產信託制度，保護高齡者的財產免於因消費詐欺或締結不公平契約而遭受不當損失
12. 強化對弱勢族群數位金融服務
13. 落實對高齡客戶金融消費權益保障
14. 推動高齡者基本保險保障
15. 推動經濟弱勢或特定身分族群之基本保險保障
16. 保障身心障礙者投保權益
17. 強化金融教育宣導與普及金融知識
18. 研擬金融科技所衍生之消費者權益保障措施

非核心業務

1. 確保食品、商品與服務安全及品質
2. 消費資訊充分、正確及透明
3. 促進交易自由與公平
 - A. 促進公平交易
5. 健全數位消費環境
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理
7. 重視特定消費族群權益
8. 消費者教育之推行
9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督

金融監督管理委員會 114 年度消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
1	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	強化「銀行防範理財專員挪用客戶款項相關內控作業原則」之執行	督促銀行業者遵循銀行公會訂定之「銀行防範理財專員挪用客戶款項相關內控作業原則」，並提升高階經營階層及各單位主管對員工行為之重視及督導責任，銀行應定期進行員工行為準則相關教育訓練與實務案例分享，另獨立單位人員亦應每年接受相關訓練	理財專員或獨立單位人員之相關教育訓練課程數	114 年度開辦課程時數 1,000 小時以上	1. 具體措施 1.(10) 2. 銀行局延續性指標 (109 年起)
2		促進保險業招攬品質	1. 督促保險業者遵循「保險業保險經紀人公司及保險代理人公司防範保險業務員挪用侵占保戶款項相關內控作業規定」及相關自律規範，並建立保險從業人員以客為尊，瞭解保戶的需求之法規遵循知能 2. 保險業務員自 110 年起，	業務員法令遵循課程數	114 年度增加 36 單元課程(每單元以 30 分鐘為原則，至少 18 小時)	1. 具體措施 1.(1) 2. 保險局延續性指標 (111 年起)

序號	計畫目標與 實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指 標 (KPI)	目標值	備註
			每年必修 6 小時法令遵循課程，且前開課程不計入其他相關規範中之法定專業訓練課程時數(如：防制洗錢、公平待客原則…等)，如未完成相關課程，將被撤銷登錄資格。本會將督請保發中心開設相關課程，以利提升保險業務員相關招攬品質			
3		強化金融機構對理財專或業務員管理之查核	將銀行業防範理財專員挪用客戶款項相關內部控管措施之落實執行情形、壽險業對所屬業務員管理情形及證券業對業務人員禁止行為之法律遵循控管與查核情形等，列入金融檢查項目	對金融機構辦理本項業務之檢查家次	辦理金融檢查 80 家次	1. 具體措施 1.(1) 2. 檢查局延續性指標 (111 年起)
4		加強線上及行動支付金融交易安全之	將專營及兼營電子支付之機構對於使用者身分確認機制、	對金融機構辦理本項業務之檢查家次	辦理金融檢查 10 家次	1. 具體措施 1.(10) 2. 檢查局延續性指標

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
		管理與查核	使用者個資或交易之安全防護機制、客訴處理及交易紛爭之解決機制及有無留存使用者電子支付帳戶交易之必要紀錄，列入金融檢查項目			(111年起)
5		強化消費者個人資料保護與隱私權保障之相關深化措施	本會對金融機構進行檢查，促使金融業者落實對消費者個資保護與隱私權保障或改善缺失	對金融業者辦理檢查之總家數	1. 檢查局(含各業檢查)檢查家數 90 家 2. 證券期貨局周邊單位(對證券期貨業檢查)檢查家數 87 家	1. 具體措施 1.(10) 2. 法務處主政，檢查局及證期局協辦，延續性指標(113年起) 3. 113年非核心業務有關對消費者個資保護之查核，因已併入本項，爰114年不再將該項查核重複納入非核心業務。
6	2. 消費資訊充分、正確及透明	加強不實廣告管理與查核(處)	將金融機構銷售金融商品之廣告文宣及其應依相關規定提供予消費者文件，有無確實依據相關規範辦理，列入金融檢查項目	對金融機構辦理本項業務之檢查家次	辦理金融檢查 110 家次	1. 具體措施 2.(4) 2. 檢查局延續性指標(110年起)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
7	3.A. 促進公平交易	提升金融機構辨識相關警示交易之有效性，以加強金融詐騙之預防	督導銀行公會持續滾動性檢討各銀行具共通性之疑似不法或顯屬異常交易態樣，俾利金融機構納入內部預警指標或內部作業規範	銀行持續滾動檢討納入內部預警指標或內部作業規範之完成率	全體銀行 100%完成	1. 具體措施 3A(6) 2. 銀行局延續性指標 (112 年起)
8		防制人頭帳戶進行詐騙	<ol style="list-style-type: none"> 1. 加強金融機構行員之教育訓練，以落實開戶審核作業及帳戶之風險管理 2. 督導金融機構落實臨櫃關懷提問與 ATM、網路銀行及 APP 交易操作防範詐騙標語提醒，以提醒民眾注意 3. 將內政部警政署按月分析之重大財損詐騙案件及攔阻成功與失敗案例，提供金融機構作為關懷提問之參考，以保障民眾財產安全 4. 為及早發現可疑約定轉帳帳戶阻斷非法金流，財 	全體本國銀行加入疑涉詐欺境內金融帳戶預警機制	全體本國銀行 100%完成	1. 具體措施 3A(6) 2. 銀行局新增指標

序號	計畫目標與 實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指 標 (KPI)	目標值	備註
			<p>金資訊股份有限公司已建置「約定轉入帳號灰名單通報平台」</p> <p>5. 本會與內政部警政署推動疑涉詐欺境內金融帳戶預警機制，目前由7家本國銀行上線試辦，鑒於試辦已有成效，本會參考該署之建議將適用對象擴大實施至全體本國銀行</p> <p>6. 「走入校園與社區辦理金融知識宣導活動」增加有關防範詐騙議題列入宣導教材，加強對學生及民眾宣導</p> <p>7. 加強對於銀行理專挪用客戶資金之控管措施</p>			
9		檢討定型化契約及查處	將金融機構有無確實依據本會發布之定型化契約範本(含應記載及不得記載事項)及相關消費者保護事項之辦理情	對金融機構辦理本項業務之檢查家次	辦理金融檢查 90 家次	<p>1. 具體措施 3.A.(5)</p> <p>2. 檢查局延續性指標 (110 年起)</p>

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			形，列入金融檢查項目			
			適時檢討與銀行業務相關之定型化契約範本及應記載不得記載事項，並將相關定型化契約範本規範重點，納入對銀行業金融從業人員辦理年度消費者保護工作教育宣導範圍	年度辦理宣導會之場次及人次	辦理宣導 4 場次，參與金融業人數達 430 人次	1. 具體措施 3A.(1) 2. 銀行局延續性指標 (106 年起)
			持續滾動式檢討與保險業務相關之定型化契約或示範(參考)條款內容	新訂或修正保險業務相關之定型化契約或示範(參考)條款	2 件	1. 具體措施 3.A.(5) 2. 保險局延續性指標 (113 起)
10	6. 強化消費者諮詢及爭議之處理	督導金融消費評議中心精進評議案件處理效率	督導評議中心依年度收受之申訴案件，於 3 個工作日內完成案件移交	年度受理之申訴案件於 3 個工作日內完成案件移交之比率	95%	1. 具體措施 6(5) 2. 法務處延續性指標 (113 年起)
			督導評議中心管控金融服務業處理申訴案件時效，於 30 日內為適當之處理並回覆金融消費者	管控金融服務業於 30 日內為適當處理並回覆之比率	85%	1. 具體措施 6(5) 2. 法務處延續性指標 (113 年起)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			督導評議中心依年度收案已結之評議案件，於3個月內作成評議決定或結案	年度收案已結之評議案件於3個月內結案比率	90%	1. 具體措施6(5) 2. 法務處延續性指標(113年起)
11	7. 重視特定消費族群權益	推廣高齡者財產信託制度，保護高齡者的財產免於因消費詐欺或締結不公平契約而遭受不當損失	<ol style="list-style-type: none"> 1. 加強對高齡者吸金詐騙之金融消費教育，並與相關中央及地方主管機關合作宣導 2. 督導金融機構落實對高齡者提款或交易達一定金額以上之臨櫃關懷提問，以預防詐騙 3. 為確保高齡經濟安全，持續鼓勵銀行推廣高齡者及身心障礙者安養信託，並辦理評鑑獎勵績效優良銀行 4. 為加強高齡者對信託之認識與瞭解，督導信託公會辦理財產信託宣傳，每年宣導3萬人次，協助高齡者認識信託以 	督導信託公會辦理財產信託宣導之每年宣導人次	每年宣導3萬1,000人次	1. 具體措施7(3) 銀行局延續性指標(106年起)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			進行財產配置規劃			
12		強化對弱勢族群數位金融服務	督導銀行公會定期召開與身心障礙團體溝通之會議，以瞭解渠等之相關需求，俾利金融機構提供之金融友善服務措施更貼近身心障礙者使用	溝通會議場次	每年召開 2 次溝通會議	1. 具體措施 7(3) 2. 銀行局延續性指標 (113 年起)
13		落實對高齡客戶金融消費權益保障	<ol style="list-style-type: none"> 1. 持續督導銀行業落實執行金融法規及自律規範所定高齡客戶權益保障措施，並將執行情形納入本會對銀行業金融檢查項目 2. 持續鼓勵銀行辦理商業型逆向抵押貸款業務 3. 持續辦理高齡團體金融知識宣導，協助高齡者提高金融消費之風險意識 4. 強化金融從業人員應注意及執行之保護高齡客戶權益事宜，並納入本會 	年度辦理金融知識宣導場次	辦理金融知識宣導 25 場	1. 具體措施 7(2)、7(4) 3. 銀行局延續性指標 (112 年起)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			<p>對銀行業金融從業人員之年度消費者保護工作教育宣導範圍</p> <p>5. 持續鼓勵金融業者對高齡者提供多元、友善之金融服務，於「金融服務業公平待客原則」之評核機制將高齡客戶服務納入「友善服務原則」評核指標之加分項目</p>			
14		推動高齡者基本保險保障	<p>鼓勵壽險業者推廣小額終老保險商品</p> <p>為強化對高齡金融消費者投保權益之保障，督導保發中心開辦保險業務員對待高齡客戶之教育訓練</p>	<p>小額終老保險有效契約件數</p> <p>訓練課程時數</p>	<p>114 年底小額終老保險有效契約件數達 118 萬</p> <p>114 年度保發中心對保險業務員開辦友善高齡消費者投保相關數位課程，每年每人至少 2 小時</p>	<p>1. 具體措施 7.(4)</p> <p>2. 保險局延續性指標 (111 年起)</p> <p>1. 具體措施 7.(4)</p> <p>2. 保險局延續性指標 (111 年起)</p>
15		推動經濟弱勢或特定身分族	鼓勵保險業者推廣微型保險商品	微型保險累計承保人數	114 年底微型保險累計承保人達	<p>1. 具體措施 7.(3)</p> <p>2. 保險局延</p>

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
		群之基本保險保障			190 萬人	續性指標 (111 年起)
16		保障身心障礙者投保權益	督導產、壽險公會定期舉辦與身心障礙團體之座談會，透過強化業者與身心障礙團體之溝通管道，以保障身心障礙者投保權益	座談會場次	每年至少舉辦 2 次座談會	1. 具體措施 7.(3) 2. 保險局延續性指標 (111 年起)
17	8. 消費者教育之推行	強化金融教育宣導與普及金融知識	推廣「走入校園與社區辦理金融知識宣導活動」	辦理宣導活動之場次	辦理宣導場次 600 場	1. 具體措施 8(1)、8(6) 2. 銀行局延續性指標 (104 年起)
			持續督導產險公會及特別補償基金，向大眾宣導強制汽車責任保險理賠程序及特別補償基金補償申請程序，避免消費者誤信惡意代辦人宣稱及介入而損及權益	每年度辦理宣導會	50 場	1. 具體措施 8.(6) 2. 保險局延續性指標 (113 年起)
			督導評議中心辦理金融教育宣導，建立民眾正確之金融消費觀念及金融消費關係之權利與義務，俾保障消費者權益。	辦理宣導活動之場次	辦理宣導場次 100 場	1. 具體措施 7(3) 、8(1) 2. 法務處延續性指標 (113 年起)

序號	計畫目標與 實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指 標 (KPI)	目標值	備註
18	9. 擘劃因應 新興議題及 行政監督	研擬金融 科技所衍 生之消費 者權益保 障措施	將金融機構(含 純網銀)提供線 上申辦及交易 等數位金融服 務,對使用者個 資或交易之安 全機制、身分確 認、異常交易監 控機制、APP開 發及上架之管 理機制,列入金 融檢查項目	對金融機構 辦理本項業 務之檢查家 次	辦理金融檢 查 75 家次	1. 具體措施 9.(5) 2. 檢查局延 續性指標 (110 年 起)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>6. 適時就日常監理及金融檢查所發現之業者商品與服務之不實廣告及宣稱缺失狀況，予以處置。</p> <p>7. 證券商公會業已訂定「會員從事廣告、業務招攬及營業促銷活動管理辦法」，規範會員公司對於廣告招攬相關宣傳資料，應填製自我檢查表，確定內容無不當、不實陳述、誤導投資人、或違反相關法規情事，就涉及商業活動之廣告(例如涉及結構型商品、價格、贈獎、贈品廣告等)，應向公會進行申報，證券商公會並應適時進行審核，以確保廣告之真實性，保護投資人權益。</p> <p>8. 投信投顧公會「會員及其銷售機構從事廣告及營業活動行為規範」已規範投顧事業從事基金之推介顧問服務，應客戶要求製作之相關文件內容，須務求相關內容之正確性，以避免誤導投資大眾之判斷力，且均應依規定向公會申報。另公會每月對會員公司之基金廣告文宣、每季對會員公司於網站公告之基金配息資訊進行抽查。</p> <p>9. 期貨公會「會員暨期貨信託基金銷售機構從事廣告業務招攬及營業促銷活動管理辦法」已規範會員公司(包含期貨商、期貨顧問事業、期貨經理事業、期貨信託事業、期貨交易輔助業務及槓桿交易商)對於廣告招攬相關宣傳資料，確定內容無不當、不實陳述，誤導投</p>		證

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>行銷方式對消費者權益之保障。</p> <p>7. 證券商公會「會員從事廣告、業務招攬及營業促銷活動管理辦法」已規範會員公司從事廣告、公開說明會及其他營業促銷活動時，應經內部適當審核，並應考量所提供之贈品(獎)或其他回饋之價值及方式與投資間之對等與合理性，不得以不相當之利益勸誘投資人購買，且涉及商業活動之廣告均應依規定向公會申報。</p> <p>8. 投信投顧公會「會員及其銷售機構從事廣告及營業活動行為規範」已規範會員公司對於廣告、公開說明會及其他營業活動時，應經內部適當審核，不得提供贈品或其他利益以招攬客戶等，且均應依規定向公會申報。公會並定期側錄抽核投顧事業於電視、廣播電台及網際網路等傳播媒體節目從事之證券投資分析活動，以保護交易人權益。</p> <p>9. 期貨公會「會員暨期貨信託基金銷售機構從事廣告業務招攬及營業促銷活動管理辦法」已規範會員公司從事廣告、業務招攬及營業促銷活動，應慎重考慮業務廣告活動之宣傳資料對於金融消費者之影響，以免誤導金融消費者之判斷力，且均應依規定向公會申報，公會並定期抽查期貨顧問事業於電視、廣播電台及網際網路等傳播媒體節目從事之</p>		證

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		期貨分析活動，以保護交易人權益。		
4	(7)對通訊交易及訪問交易之企業經營者，加強其應遵守消保法第18條告知消費資訊之提供規定之管理及查核。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 持續督導銀行辦理信託業務線上交易，應遵循「信託業應負之義務及相關行為規範」第39條之1第6款規定，建立電子系統之交易安全控管機制，以保護委託人權益。 2. 督導銀行業遵循「銀行辦理衍生性金融商品業務內部作業制度及程序管理辦法」規範之行銷控管機制，向客戶宣讀或以電子設備說明商品之客戶須知重要內容等，以保障消費者以網路進行衍生性金融商品交易之權益。 3. 督導保險業遵循「保險業辦理電子商務應注意事項」規範之對保戶投保後之電話(抽樣)訪問機制，並適時檢討修正，以保障消費者網路投保權益。 4. 將金融機構透過電話行銷或網路交易平台銷售具消費關係之金融商品者，有無依消保法第18條規定辦理，列入金融檢查項目。 	持續性業務 (114年12月31日)	銀 保 檢
3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易				
5	(2)強化預付型、遞延性商品(服務)及會員制等交易之風險管控、資訊揭露與履約保障等機制，並辦理查核。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 持續督導信用卡收單機構應確實依「信用卡業務機構管理辦法」第26條規定，對於提供遞延性商品(服務)或高風險之特約商店建立風險控管機制，並定期進行查核。 2. 持續督導金融機構應確實依「消費性無擔保貸款定型 	持續性業務 (114年12月31日)	銀

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
7	(7)落實不動產交易(例如預售屋買賣、住宅租賃、包租代管等)之資訊透明、交易公平、廣告真實與交易秩序維持之管理與查核(處)。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 持續督導受託銀行辦理預售屋不動產開發信託及價金信託業務，應依內政部所定預售屋履約擔保信託機制相關規定辦理。 2. 將金融機構辦理預售屋不動產開發信託及價金信託情形，列入金融檢查項目。 	持續性業務 (114年12月31日)	銀 檢
5. 健全數位消費環境				
8	(1)加強企業經營者落實對於數位消費者個人資料(含蒐集、處理及利用)之保護及資訊安全防護等相關機制與措施。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 持續督導信用卡業務機構應確實依「信用卡業務機構管理辦法」第53條有關信用卡申請人或持卡人之個人資料保護規範辦理。 2. 持續督導電子支付機構應確實依「電子支付機構管理條例」第31條有關使用者與特約機構之往來交易資料及其他相關資料之保護規範，以及依同法第32條有關資訊安全控管規範辦理。 3. 督導產壽險公會修正「保險業運用人工智慧系統自律規範」，以強化保險業運用AI技術，及強化公平待客作業流程之遵循。 4. 持續督導產、壽險公會適時檢討及修正「保險業辦理資訊安全防護自律規範」等相關規範，以強化對消費者個人資料保護措施。 	持續性業務 (114年12月31日)	銀 保
9	(2)提升數位市場監理與執法技術，並積極查處不當行銷、不實廣告、顯失公平契約條款及消費詐騙。	持續督導電子支付機構應確實依「電子支付機構業務自律規範」第26條至第35條有關行銷廣告規範辦理。	持續性業務 (114年12月31日)	銀

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
10	(3)輔導、管理網路平臺，強化資訊揭露及爭議協處。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 持續督導信用卡收單機構應確實依「信用卡業務機構管理辦法」第26條規定，建立特約商店簽帳交易或請款異常情事之監控與交易終止機制，並定期進行查核。 2. 持續督導信用卡業務機構應確實依銀行公會所定「信用卡收單機構簽訂『提供代收代付服務平台業者』為特約商店自律規範」，以維護收單業務交易秩序，保障持卡人、特約商店及收單機構之權益。 3. 依「電子支付機構業務管理規則」第15條規定，電子支付機構(下稱電支機構)得簽訂外送平臺業者、計程車客運服務平臺業者及停車服務平臺業者為特約機構。本會將持續督導電支機構，確實遵守相關規定，並依電子支付機構業務自律規範，管理特約機構強化落實資訊揭露。 	持續性業務 (114年12月31日)	銀
11	(4)持續推動應用程式(Apps)之安全標章認證、資安檢測。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 本會持續督導各銀行應依據銀行公會所定「金融機構提供行動裝置應用程式作業規範」規定，銀行應用程式每年應透過符合銀行公會所定資格條件之評估單位辦理測試，每次異動上線前再輔以APP資安檢測工具進行補強。 2. 督導保險業者依「保險業辦理資訊安全防護自律規範」附件二「保險業提供行動裝置應用程式(App)作業原則」之規定，辦理App資安 	持續性業務 (114年12月31日)	銀 保

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	並加強相關消費者教育。	護主題，並含括防詐騙議題，擬持續協助教師活化教學現場。		
20	(3)充實消費資(警)訊，並於機關網站設置消費者服務專區網頁，及加強機關內部人員消費者教育訓練。	1. 督導各金融機構、相關公會在其網頁充實消費資(警)訊。 2. 加強宣導並充實本會銀行局、保險局網站上消費者保護專區，提供各項與民眾生活有關之金融相關資訊、管理措施及金融詐騙防範等消費資訊供查閱參考。	持續性業務 (114年12月31日)	銀 銀保
21	(6)開發並妥善運用各種宣導資源(例如結合終身學習、企業經營者及其公協會、消費者保護團體或各類非營利組織等)實施消費者教育。	運用公益託播、適時發布相關新聞稿、製作相關宣導短片等強化消費爭議議題與措施之宣導。	持續性業務 (114年12月31日)	銀
22	(7)扶植、獎助消費者保護團體，並健全溝通平臺，加強與之聯繫、諮詢及合作，及協助其與國外消費者保護組織合作及交流。	1. 於研(修)訂與消費生活密切相關業務之規範，均將徵詢消費者保護團體或組織意見。 2. 督導評議中心參與國際金融服務評議機構組織(INFO)、國際金融教育組織(INFE)等舉辦之會議(含線上會議)或相關活動，分享我國在金融消費者保護之經驗，並與國際組織會員國進行交流。	持續性業務 (114年12月31日)	銀 法
9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督				
23	(1)辦理消費者保護相關研究與調查，並邀集產、官、學界及民間團體代表(含消費者保護	1. 持續召開金融消費者保護督導會報。 2. 邀請專家學者辦理專題演講。	持續性業務 (114年12月31日)	秘

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	<p>團體)，溝通策進相關消保業務的推動情形。</p> <p>(3)加強主管業務之國際消費者保護事項合作及交流與資訊之蒐集研析。</p>			
24	(4)關注並研擬新科技(例如大數據、人工智慧、區塊鏈、社群媒體及行動支付等)新技術應用下衍生之消費者權益保障議題。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 持續關注新科技應用於金融業務之發展及其衍生之消費者保障議題。 2. 因應保險業運用新科技辦理網路投保、遠距投保等業務，本會已訂有網路保險服務定型化契約範本、「保險業辦理遠距投保及保險服務業務應注意事項」等規範，以維護消費者權益，未來將視保險業界發展情況，持續檢討相關規範。 	持續性業務 (114年12月31日)	銀 保
25	(5)其他新興消費議題(例如預購集資消費、線上服務之創新、暗黑商業模式(Dark Patterns)之遏止、先買後付、商品維修權、世界消費者日主題等)之關注與研析。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 持續關注與本會轄管業務有關之新興消費議題並適時進行研析。 2. 為回應外界對融資租賃公司辦理相關業務所關切之消費者保護議題，本會近期已採取相關消費者保護措施，未來亦將持續強化該等措施。 	持續性業務 (114年12月31日)	銀

國軍退除役官兵輔導委員會 114 年度消費者保護方案

目錄

核心業務

1. 維護醫療及農場機構室內公共安全，落實管理及查核作業
2. 農場機構連續假期交通疏運及大量人潮安全管理
3. 充實農場機構消費訊息
4. 推動農場機構產品履歷驗證制度，並積極取得產銷履歷認證
5. 加強農場機構產品網路行銷之消費者權益保護措施
6. 強化消費者諮詢及爭議處理管道
7. 強化高齡族群消保意識及推廣教育，營造醫療機構友善照護環境
8. 推行所屬機構消保與金融教育

非核心業務

1. 確保食品、商品與服務安全及品質
2. 消費資訊充分、正確及透明
3. 促進交易自由與公平
 - A. 促進公平交易
 - B. 促進自由公平競爭及合理價格之維持
4. 持續推動永續消費
5. 健全數位消費環境
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理
7. 重視特定消費族群權益
8. 消費者教育之推行
9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督

國軍退除役官兵輔導委員會 114 年度消費者保護方案(核心業務)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標(KPI)	目標值	備註
1	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	維護醫療及農場機構室內公共安全，落實管理及查核作業。	(1) 醫療及農場機構每年定期實施災害防救及特殊事故緊急通報等跨單位演練，如緊急救護、消防、地震演練等。	醫療機構辦理消防演練場次。	30場次	1. 具體措施 1. (1) 2. 延續性指標 (111年起) 3. 就醫處
			(2) 醫療及農場機構每半年實施消防安全檢查。	農場機構辦理消防演練場次。	5場次	1. 具體措施 1. (1) 2. 延續性指標 (112年起) 3. 事業處
		農場機構連續假期交通疏運及大量人潮安全管理。	(3) 所屬農場機構於連續假期前，針對區內易壅塞路段，車流與人潮動線、停車空間規劃及安全管理與管制等研擬交通疏運計畫；另因應大量人潮湧入，針對區內環境清潔、餐廳及客房服務擬定大量人潮安全管理計畫。	三高山農場(清境、武陵及福壽山)修正交通疏運管制計畫及大量人潮管理計畫。	3式	1. 具體措施 1. (7) 2. 延續性指標 (112年起) 3. 事業處
2	2. 消費資訊充分、正確及透明	充實農場機構消費訊息。	(1) 農場機構旅遊住宿等優惠專案資訊於官網中公開揭露，確實維護消費者「知」的權利。	農場機構官網公開揭露旅遊住宿等優惠專案資訊則數。	47則	1. 具體措施 2. (1) 2. 延續性指標 (111年起) 3. 事業處

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標(KPI)	目標值	備註
		推動農場機構產品履歷驗證制度，並積極取得產銷履歷認證。	(2)輔導農場機構推動有機農產品驗證制度，確保農產品健康與安全。 (3)輔導農場機構落實農產品履歷制度。 (4)委託農產品農藥殘留檢測中心進行檢測，取得農場機構產銷履歷認證。	農場機構辦理或維持有機農產品驗證或產銷履歷認證項數。	7項	1. 具體措施 2. (3) 2. 延續性指標 (111年起) 3. 事業處
3	5. 健全數位消費環境	加強農場機構產品網路行銷之消費者權益保護措施。	(1)農場機構皆提供官網購物專區訂購產品，並揭露退换货資訊。 (2)農場機構線上刷卡皆設網路SSL加密機制，防止交易資料外洩。	農場機構官網購物揭露消費者權益保護措施資訊機構個數。	5個	1. 具體措施 5. (3) 2. 延續性指標 (113年起) 3. 事業處
4	6. 強化消費者諮詢及爭議之處理	強化消費者諮詢及爭議處理管道。	農場機構發生消費爭議時，請員工立即通報相關主管，並協助處理爭議。	針對農場機構服務、商品或設施等爭議及投訴之平均處理(回復)天數。	3天	1. 具體措施 6. (5) 2. 延續性指標 (111年起) 3. 事業處
5	7. 重視特定消費族群權益	強化高齡族群消保意識及推廣教育，營造醫療機構友善照護環境。	(1)利用訪視及各項活動時機，向高齡榮民宣導消費詐騙等資訊。 (2)推廣高齡榮民財產信託制度，強化宣傳作為。 (3)各榮家辦理用藥安全講座，提升住民正確用藥意識，避免購買來路不明藥品，損及健康。	配合各項集會或活動時機宣導消費詐騙及推廣高齡榮民財產信託制度場次。 辦理用藥安全講座，強化住民正確用藥意識。	93場次 78場	1. 具體措施 7. (3) 2. 延續性指標 (111年起) 3. 服照處 1. 具體措施 7. (3) 2. 延續性指標 (111年起) 3. 就養處

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標(KPI)	目標值	備註
			(4) 醫療機構取得健康醫院認證。	醫療機構取得健康醫院(包含高齡友善健康照護機構認證、無菸醫院認證及低碳醫院)認證機構數。	15所	1. 具體措施 7. (2) 2. 延續性指標 (113 年起) 3. 就醫處
			(5) 各級榮院提供出院準備無縫接軌長照服務，確保出院後及時獲得持續性照護服務，維護消費者權益。 (6) 建置榮民輔具服務網絡，簡化申辦流程，推動出院輔具無縫銜接服務，提升服務滿意度，維護高齡及身障者權益。	各級榮院辦理出院準備銜接長照服務人數。	3,946人次	1. 具體措施 7. (2) 2. 延續性指標 (111 年起) 3. 就醫處
6	8. 消費者教育之推行	推行所屬機構消保與金融教育。	(1) 結合金融監督管理委員會資源，辦理金融教育講座或宣導。 (2) 提供退除役官兵(眷屬)及住民法律諮詢服務管道，協助維護渠等權益。	安養機構辦理金融教育講座場次。 服務機構辦理金融教育講座場次。	60場次 38場次	1. 具體措施 8. (1) 2. 延續性指標 (111 年起) 3. 就養處 1. 具體措施 8. (1) 2. 延續性指標 (111 年起) 3. 服照處
			(3) 服務機構及安養機構官網均設置消費者服務專區。 (4) 不定期宣導消保活動，並將消保資訊轉貼於臉書等社群媒體，加強宣導成效。	安養機構官網設置消費者服務專區，並轉貼宣導或活動資訊於臉書等社群媒體則數。	387則	1. 具體措施 8. (3) 2. 延續性指標 (111 年起) 3. 就養處

序號	計畫目標與 實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效 指標(KPI)	目標值	備註
				服務機構官 網設置消費 者服務專區 ，並轉貼宣 傳或活動資 訊於臉書等 社群媒體則 數。	244則	1. 具體措施 8. (3) 2. 延續性指標 (111年起) 3. 服照處

國軍退除役官兵輔導委員會 114 年度消費者保護方案(非核心業務)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1. 確保食品、商品與服務安全及品質				
1	(1)加強對食品(含食品添加物等)、藥品、保健食品、商品、服務及營業場所之安全管理與查核，並檢討及研修(訂)相關法令、標準。	<p>1、所屬安養機構依據「藥事法」第80條及「藥物回收處理辦法」等規定，住民使用藥品及保健食品時一旦發現不良反應，即時至「全國藥物不良反應通報系統」通報。</p> <p>2、本會已訂定「榮譽國民之家住民伙食供應及廚工勞務委外作業規範」，廠商供應之豬肉及其相關製品不得含有萊克多巴胺(Ractopamine)等乙型受體素(β-agonist)，機關(構)並於每季取樣壹品項(生鮮肉品及加工肉品輪流取樣)送檢驗機構檢驗，以維護住民健康。</p> <p>3、所屬醫療機構依據衛生福利部所訂「藥事法」第80條及「藥物回收處理辦法」等規定，一旦發現藥品或衛材為不良品或使用後產生不良反應，即時至「全國藥物不良反應通報系統」通報，並隨時監測該通報系統之訊息，以強化藥品或衛材使用安全(藥事法所稱藥物，係指藥品及醫療器材)。</p> <p>4、所屬農場機構依據「國軍退除役官兵輔導委員會各遊憩區經營管理原則」規定，應由專人管理及定期檢查各項設備，維護設施正常使用。</p>	<p>1、經常辦理(114年12月31日)。</p> <p>2、所屬農場機構每月對營運點進行安全維護督導作業並記錄備查。</p>	就養處 就醫處 事業處
2	(2)針對非實體店面	所屬農場機構對於商品供應	所屬農場機構每	事業處

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	、校園、商圈、觀光休閒地區之食品、商品與服務，加強落實管理及查核。	商，要求提供產品來源標示以及相關證明；另針對服務項目實施遊客滿意度調查，即時分析改善。	月對營運點進行安全維護督導作業並記錄備查；另於每月進行滿意度調查，即時分析改善。	
3	(3)加強含有毒性化學物質(含環境荷爾蒙)重金屬商品(食品)、農藥、動物用藥與飼料等之製造、安全管理、流向管控機制及查核，並落實對前揭業者之監督輔導，及促進替代性物質之研發。	本會依衛福部所訂之「醫療廢棄物共同清除處理機構管理辦法」及環保署相關規定，要求所屬醫療機構建立管控機制，妥善處理廢棄物清理，包括廢棄物貯存、清除、處理及流向追蹤管理，並配合地方環保單位監控毒性物質處理。	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處
4	(6)加強賣場、觀光遊憩區、溫泉場館等消費場所設施(備)之標示(章)、警告標示、避難逃生標示、認證之管理及查核，並檢討修訂相關規範。	1、所屬醫療機構定期辦理電梯安全及避難逃生設施檢查，保障使用者安全。 2、所屬農場機構依據「國軍退除役官兵輔導委員會各遊憩區經營管理原則」，針對危險區域明確標示並設立防護措施，以嚴防危險發生；另由專人管理及定期檢查各項設備，以維護設施正常使用。	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處 事業處
5	(7)針對短期間聚集大量人潮之消費場所或活動，加強室內空氣品質及公共安全維護之監督、管理與查核(含公共意外責任險投保情形)。	1、所屬醫療機構依空氣品質檢測相關規定，辦理空氣品質管理及監測作業。 2、所屬農場機構於連續假期前，針對農場及遊樂區場域內易壅塞路段，研擬車流與人潮疏導動線、停車空間規劃以及安全管理與管制等交通疏運計畫；另為因應大量人潮湧入之情況，針對農場與遊樂區場域內環境清潔、餐廳	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處 事業處

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		及客房服務擬定大量人潮安全管理計畫，並事先進行演練。		
6	(8)建構食品、商品及服務之市場監督、瑕疵或事故發生之通報及預警制度，並健全下架、召回、回收、銷毀、維修、退換貨或停止服務制度。	<p>1、所屬醫療機構一旦發現藥品或衛材為不良品或使用後產生不良反應，即時至「全國藥物不良反應通報系統」通報，並隨時監測該通報系統之訊息，以強化商品及服務安全。</p> <p>2、所屬農場機構依本會核定之「遊憩區公共安全管理及應變標準作業程序(SOP)實施計畫」，落實各項安全事故應變及通報機制。</p> <p>3、所屬農場機構在發生供應商召回商品等情事時，立即於賣店下架商品並於官網公告之。</p>	<p>1、經常辦理(114年12月31日)。</p> <p>2、所屬農場機構每月至少1次實施安全維護檢查，另每半年辦理1次消防安檢、消防演練及每半年送驗飲用水水質，以維遊客安全。</p>	就醫處 事業處
7	(9)針對致生損害嚴重之虞或影響人數為多之食品、商品與服務，研議建立損害賠償機制，或輔導企業經營者投保產品責任險或其他責任險。	<p>1、所屬安養機構均要求廠商依「食品安全衛生管理法」及「食品良好衛生規範準則」辦理，並於契約中規範如發生食物中毒等事件為可歸責於廠商之事由，得終止契約並請求損害賠償。</p> <p>2、如就醫病患發生嚴重藥物不良反應，所屬醫療機構協助病患依「藥害救濟法」申請藥害救濟。</p> <p>3、所屬醫療機構針對商品或服務危險度高之委外、合作廠商要求須加保責任險並建立損害填補機制，以維護消費者權益。</p> <p>4、所屬農場機構均依規定投保公共意外險或產品責任險。</p>	經常辦理(114年12月31日)。	就養處 就醫處 事業處
8	(10)加強企業經營	1、所屬服務機構對於退除役	各所屬服務、安養	服照處

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	者對消費者個人資料(含隱私權)保護及金融交易(例如信用卡、第三方支付、線上及行動支付等)安全之監督、管理與查核。	官兵資料、戶役政及出入境查詢管理系統之個人資料,均依相關規定辦理並善盡管理責任,俾免資料遭冒(盜)用或遺失。 2、所屬安養、醫療及農場機構,對於涉及住民、病患及遊客等書面與電子線上(如病歷、藥歷、遊客訂房等)管理系統之個人資料,均依相關規定善盡管理責任,避免資料遭冒(盜)用或遺失。	、醫療及農場機構,每年至少辦理1次系統查核作業。	就養處 就醫處 事業處
2. 消費資訊充分、正確及透明				
9	(1)推行食品、商品及服務之公開誠實標價、單位定價、價格查詢或比較機制等制度,以促進價格資訊的透明化。	所屬農場機構之相關旅遊住宿、遊憩及餐飲等價格資訊均於官方網站公開,價格如有異動亦隨時於官網公告,以維護消費者權利。	經常辦理(114年12月31日)。	事業處
10	(2)提升觀光遊憩區、夜市等消費場所食品、商品與服務之價格標示及收費標準資訊透明度。	1、所屬安養、醫療及農場機構將安(養)護、床位病房、旅遊住宿與遊憩及餐飲等價格資訊,公開於該機構全球資訊網,以維護消費者權利。 2、所屬農場機構於賣場公開販售之各項商品,應明確標示價格,並禁止惡意哄抬價格。	經常辦理(114年12月31日)。	就養處 就醫處 事業處
11	(3)加強食品、有機食品及農產品履歷、產地之標示資訊及其真實性。	本會輔導所屬農場機構推動有機農產品驗證及農產品履歷驗證制度。	經常辦理(114年12月31日)。	事業處
12	(4)針對商品與服務之不實廣告、標示及宣稱,加強管理、查核(處)	所屬農場機構於線上訂房專區,揭露各房型之價格,並明確標示其於賣場公開販售之各項商品價格。	經常辦理(114年12月31日)。	1. 事業處 2. 與非核心業務具體措施 3. A. (5)、

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	及宣導。			3.B.(1)、3.B(5)內容相近，爰予以整併。
13	(5)加強各類商品與服務交易容量(如瓦斯、容留人數)、流量(如網路)、使用年限等之管理與查核。	所屬農場機構於官網公告各房型之房間數及訂房狀況。	經常辦理(114年12月31日)。	事業處
14	(6)針對商品與服務之廣告媒體、時段、贈品、網路廣告、薦證廣告、評比(論)、置入性行銷等行銷方式，給予適度規範，並加強管理、輔導與查核(處)。	1、所屬醫療機構加強對醫療人員宣導，對經濟弱勢榮民及民眾、就養榮民就醫時，優先使用健保給付之產品及項目，不任意推介自費醫材、檢查(驗)及藥品為宜，以避免增加榮民(眷)經濟負擔之困擾。 2、所屬農場機構辦理政策宣導均依預算法第62-1條規定辦理。	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處 事業處
15	(7)對通訊交易及訪問交易之企業經營者，加強其應遵守消保法第18條告知消費資訊之提供規定之管理及查核。	1、所屬農場機構辦理通訊交易(線上訂房)業務時，均依相關規定加強網路控管機制，並架設SSL加密機制，俾強化消費者對電子商務之信賴。 2、所屬農場機構於網站上販售農特產品時，均依隱私權保護相關規定維護買受人資料安全。	經常辦理(114年12月31日)。	事業處
3. 促進交易自由與公平				
A. 促進公平交易				
16	(1)持續檢討研(修)訂、公告與消費生活密切相關行業項目之定型化契約應記載及不得記載事項，並落實宣導、查核及處罰。	1、所屬安養及農場機構配合法令或規定之修改，持續檢討、研(修)訂定型化契約相關事宜。 2、所屬安養機構於訂定「安養及養護契約書」時，納入「定型化契約應記載及不得記載」事項，並放置	經常辦理(114年12月31日)。	就養處 就醫處 事業處

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		<p>於各榮家官網,供消費者下載運用。</p> <p>3、所屬醫療機構配合法令或規定之修改,持續檢討、研(修)訂定型化契約(如手術同意書、麻醉同意書及住院須知等)相關事宜。</p> <p>4、所屬農場機構之各項服務工作,持續配合觀光主管機關訂定之各項「定型化契約」規範辦理,並建立標準作業流程(SOP)及檢核表,俾利落實複查。</p> <p>5、所屬農場機構住宿禮券配合中央主管機關訂定之「定型化契約應記載及不得記載事項」辦理,並建立標準作業流程(SOP)及檢核表,俾利落實複查。</p>		
17	(2)強化預付型、遞延性商品(服務)及會員制等交易之風險管控、資訊揭露與履約保障等機制,並辦理查核。	所屬農場機構辦理線上訂房業務時,皆使用帳號密碼進行個人資料存取管制;線上刷卡皆設有網路SSL加密機制,以防止交易資料外洩。	經常辦理(114年12月31日)。	事業處
18	(3)健全各項利息、手續費、違約金或附加費用等之規範、管理與查核。	所屬農場機構之各項費用,依各場內部控制計畫管理及查核。	經常辦理(114年12月31日)。	事業處
19	(4)加強商品與服務售後服務(含維修、退換貨等)之規範、管理與查核。	所屬農場機構針對各申訴事件及顧客滿意度調查進行檢討,如接獲「反應不佳」之意見,將即時回報及檢討回應;針對遊客所留之聯絡方式應列檔保存,以適時提供遊客最新訊息。	經常辦理(114年12月31日)。	事業處
20	(6)加強消費詐騙(如偷斤減兩、摻	1、所屬服務機構針對曾受騙或易受騙(如單身體弱、	1、各所屬服務、安養、醫療及農場	服照處 就養處

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	<p>偽假冒、一頁式廣告詐騙、遊戲點數詐騙等)之預防、查緝、因應與救濟，並協助消費者追回損失。</p>	<p>年邁獨居或神智不清等)榮民眷篩選、造冊，並依實際狀況將渠等列為特需(較需)照顧對象;另期藉由加強第一線服務人員(含榮欣志工)平時之訪查宣導、囑託鄰里加強關照及協調轄區警局加強巡邏等作為，預防渠等遭詐騙。</p> <p>2、所屬服務、安養及醫療機構依會頒規定，訂定防騙工作計畫及防騙專案小組以宣導各項反詐騙措施，並與地區內金融(郵局、國軍財務組及臺灣銀行)、警政、調查、地方政府相關單位、醫院及所屬其他機構等建立聯繫通報網絡。</p> <p>3、所屬醫療機構網站及院訊定期刊登防騙相關報導及資訊。</p> <p>4、所屬醫療機構於門診、住院及志工服務櫃檯提供消費者查詢醫療衛生資訊。</p> <p>5、所屬農場機構或供應商所提供之商品及服務有安全、衛生上危險或瑕疵時，除依消保規定辦理、於網站及商品加註退換貨品聯絡電話及意見反映信箱，並安排由專人負責處理，以便民眾退換貨品及意見反映。</p> <p>6、本會運用「榮光雙周刊」，以圖文、漫畫等方式刊載相關法令、防詐騙案例、因應措施及救濟管道。</p> <p>7、本會於全球資訊網「廉政</p>	<p>機構配合各項集會、活動及訪視等時機，宣導防範詐騙常識，每年至少60萬人次。</p> <p>2、本會運用報章、媒體宣導消保、防詐騙等訊息及相關因應與救濟管道，每年至少25則。</p>	<p>就醫處 事業處 行政處 政風處</p>

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		專區」適時更新並充實防詐騙宣導等資訊。		
3. 促進交易自由與公平				
B. 促進自由公平競爭及合理價格之維持				
21	(2) 針對民生必需品、農產品之價格異常，適時採取市場調節、查處或資訊揭露等因應對策。	所屬農場機構生產之農產品應於販售時確實標明價格，不得違反公平交易法、消費者保護法及其他相關法令之規定。	經常辦理(114年12月31日)。	事業處
22	(3) 針對公用事業、運輸事業、電信事業及非屬完全競爭市場之商品與服務，落實費率管制與資訊公開機制。	本會轉投資天然氣事業機構最新供氣費率及客運業票價，均由主管機關核定並公告於主管機關網頁。	經常辦理(114年12月31日)。	事業處
4. 持續推動永續消費				
23	(1) 提升企業經營者與消費者對氣候變遷、淨零排放及永續消費之認知，引導消費行為改變，減少製造或使用一次性用品及選購對環境友善之產品。	所屬農場機構均配合政策不提供1次性備品，另配合淨零排放及永續消費政策，推推造林地維護與撫育管理工作，致力推動環保、生態、永續發展。	經常辦理(114年12月31日)。	事業處
24	(2) 鼓勵企業經營者以消保及環保觀點，從事產品(例如食品器具及容器、商品等)之開發、設計、採購、包裝及使用。	本會鼓勵所屬農場機構生產之產品，均需符合環保署相關規定，以減少環境汙染及製造垃圾。	經常辦理(114年12月31日)。	事業處
25	(4) 研議推動食物銀行或二手商品等再利用，減少資源浪費、促進廢棄物和產品可回收部分的再利用	本會所屬農場機構生產之產品，多使用可回收、再利用等材質包裝，以減少資源浪費。	經常辦理(114年12月31日)。	事業處

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	。			
26	(5)對於宣稱環保之商品，研議管理規範，加強安全、品質及真實性之查核(處)。	本會鼓勵所屬農場機構於旅客服務中心等賣場辦理展售櫃位出租招標時，將「是否採用可回收、再利用等材質」列入評審項目，以減少環境汙染及製造垃圾。	1、經常辦理(114年12月31日)。 2、三高山農場均取得環保旅館標章。	事業處
27	(6)持續推動源頭管理，及研訂各項行為準則，俾利消費者、企業、政府機關團體、學校、社區、家庭採取環境友善措施，導引綠色經濟(例如永續觀光、新能源交通)之發展。	所屬農場機構運用跑馬燈、電子看板及公布欄等加強宣導，並放送綠色經濟等相關議題與消保法律宣導條文等相關訊息。	經常辦理(114年12月31日)。	事業處
28	(7)整合政府、民間、企業及學校資源，辦理永續消費教育(例如減塑、節能等)，並鼓勵永續消費相關活動及學術研究。	1、本會及所屬機構均落實執行能(資)源節約工作，並確保目標達成。 2、所屬服務機構持續配合行政院政策，推動用油、用電等能源節約措施，並落實執行能(資)源節約工作，以達節能目標。 3、本會鼓勵職訓中心整合相關資源，配合地方政府舉辦大型就業博覽會及企業到班徵才等活動時機辦理永續教育。 4、所屬農場機構運用跑馬燈、電子看板及公布欄等加強宣導，並放送永續消費等相關議題與相關法律宣導條文等訊息。 5、本會持續配合行政院政策，推動用水、用電及用油等能源節約措施，並研(修)訂相關計畫。	經常辦理(114年12月31日)。	綜規處 服照處 就養處 就業處 就醫處 事業處 行政處
29	(1)加強企業經營者	1、所屬醫療機構為執行通訊	經常辦理(114年	就醫處

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	落實對於數位消費者個人資料(含蒐集、處理及利用)之保護及資訊安全防護等相關機制與措施。	診療,依通訊診察治療辦法擬具通訊診療實施計畫,並落實個人資料保護及資料檔案安全維護措施。 2、遊客至所屬農場機構使用線上刷卡時皆設有網路SSL加密機制,以防止交易資料外洩。	12月31日)。	事業處
30	(2)強化數位市場監理與執法技術,並積極查處不當行銷、不實廣告、顯失公平契約條款及消費詐騙。	1、所屬醫療機構執行通訊診療之告知同意書內容,應載明與服務對象有關之重要權利義務事項,相關規範應符合公平合理原則。 2、所屬農場機構運用跑馬燈、電子看板及公布欄等加強宣導不實廣告、詐騙等相關訊息。	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處 事業處
31	(3)輔導、管理網路平臺,強化資訊揭露及爭議協處。	1、所屬醫療機構網路平臺公開揭露通訊診察服務申請、執行方式、項目、收費、爭議處理程序等訊息。 2、所屬農場機構之相關旅遊住宿、遊憩及餐飲食等價格資訊均於官方網站公開,價格如有異動亦隨時於官網公告,以維護消費者權利。	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處 事業處
32	(4)持續推動應用程式(Apps)之安全標章認證、資安檢測。	本會要求所屬醫療機構相關APP須通過行動應用APP資安檢測(Android&iOS),並取得資安憑證。	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處
33	(5)健全數位環境,強化消費者對數位消費安全(含個人資料保護與資訊安全防護)之認知。	1、所屬醫療機構為執行通訊診療,除有急迫之情形者,應取得通訊診療對象之知情同意,並簽具告知同意書。 2、所屬農場機構運用跑馬燈、電子看板及公布欄等	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處 事業處

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		加強宣導消保法律條文等相關訊息；農場機構線上刷卡功能均設有網路SSL加密機制，以防止交易資料外洩。		
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理				
34	(1)推動並強化企業經營者、企業自律性組織、非營利組織及消費者保護團體處理消費爭議之管道與效能。	1、為使退除役官兵(眷屬)、遺眷及職員工均能樹立正確金錢觀及消費常識，所屬服務機構結合金管會資源，要求各所屬機關辦理金融教育講習，並宣導若遇消費爭議，當事人可逕向消費者評議中心申訴，提供處理爭議管道。 2、所屬安養機構邀請義務法律顧問提供住民法律諮詢服務，維護消費者權益。 3、所屬農場機構於官方網站、會本部「政風橋樑」及其他相關消保資訊網站均附有連結，適時刊登旅遊與消保資訊，供民眾點閱。	1、各所屬服務機構配合各項集會或活動，協調金管會派遣講師到場授課，每年至少2場次。 2、經常辦理(114年12月31日)。	服照處 就養處 事業處
35	(2)協調及補助優良消費者保護團體對重大消費事故提起團體訴訟。	1、若退除役官兵(眷屬)遇有重大消費爭議，將適時協調優良消費者保護團體提起團體訴訟。 2、所屬醫療機構積極配合司法機構調查消費者保護團體對重大消費事故提起團體訴訟等案件需要，提供必要之相關資料及醫療專業意見，落實保障消費者權益。 3、所屬農場機構於案件發生時，立即要求員工通報相關單位，並由專責人員協	經常辦理(114年12月31日)。	服照處 就醫處 事業處

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		助處理爭議。		
36	(3)健全責任保險與賠(補)償制度，以確保消費受害時之救濟及風險分散。	1、所屬醫療機構要求供貨商與生產廠商提供用品安全檢測及保險，並建立損害填補機制，以維護消費者權益。 2、所屬農場機構均依規定投保公共意外責任險，以保障消費者權益。	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處 事業處
37	(4)建立重大消費事故(含罷工或無預警停業)之預防、處理計畫、善後處理標準作業程序及研修(訂)重大消費事故損害賠償機制。	本會及所屬機構(如醫療機構設置醫療糾紛處理委員會)，不定期檢討有關消費事故損害賠償機制等相關規範，並配合主管機關法規適時修正。	經常辦理(114年12月31日)。	服照處 就養處 就醫處 事業處
38	(5)落實重大消費爭議案件之資訊揭露與即時處理機制。	1、本會及所屬機構不定期檢討有關消費事故等相關規範，並配合主管機關法規適時修正。 2、農場機構於案件發生時，立即要求通報相關單位，並由專責人員協助處理爭議。 3、各所屬機構設置「消保業務承辦人」、「服務(客服)中心」、「志工服務櫃檯」、「意見投訴箱」或「專線電話(語音系統)」等多元管道，提供消費者查詢資料、掛號及其他相關諮詢服務，且由專人解答消費者各種問題，並定期檢討服務成效與有關消費事故之處理。	經常辦理(114年12月31日)。	服照處 就養處 就醫處 事業處
39	(6)建立消費爭議諮詢、申訴及調解案件之原因究明及統計分析(包	各所屬機構均設置消保業務承辦人辦理消保業務、處理並統計各項消費爭議申訴事件，研擬改進策略，並適時	經常辦理(114年12月31日)。	服照處 就養處 就醫處 事業處

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	括對特定消費族群),並研議改進策略及揭露資訊。	公布周知。		
40	(7)研議推動國內及跨境(含兩岸)消費糾紛處理機制(含線上及非線上訴訟外等),並完備相關法令制度。	1、配合主管機關法規修正,所屬服務機構法律顧問,提供退除役官兵(眷屬)消費糾紛法律諮詢服務。 2、所屬醫療機構依醫療事故預防及爭議處理法規定建立醫療爭議處理機制,並落實執行。 3、配合主管機關法規辦理,所屬農場機構於案件發生時,依規定處理相關爭議。	經常辦理(114年12月31日)。	服照處 就醫處 事業處
7. 重視特定消費族群權益				
41	(1)加強防制企業經營者對特定消費族群進行不當勸誘之銷售行為。	1、本會及所屬機構派員參加消保業務研習,吸取相關資訊及經驗,並利用會報等集會時間對員工實施宣導教育;此外於服務臺、就業服務站等放置相關消保宣導資料,供民眾及學員閱覽取用,另於公布欄公告周知。 2、各所屬機構利用各種集會時機向員工(包含特定消費族群,如婦女、原住民等)進行消費者保護書面及口頭宣導教育。 3、所屬服務機構每年均運用「退除役官兵代表懇談會」、「服務區座談會」等各種集會及訪視榮民眷時機,加強辦理弱勢消費族群之消費者保護教育宣傳。 4、本會「榮光雙周刊」針對高齡者等族群,宣導各類	1、各所屬機構每年運用各類型集會或活動等時機,向高齡者、受訓學員、新住民及病友等族群宣導相關消費常識;服務機構至少76場次、安養機構至少48場次、訓練機構至少2場次、醫療機構至少44場次及農場機構至少20場次。 2、本會運用報章、電臺等媒體,向高齡者與婦女等族群宣導各類消保陷阱與詐騙手法等態樣,每年至少25	服照處 就業處 就醫處 事業處 行政處 政風處

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		型之消保陷阱及詐騙手法，藉以提升讀者消保及自我保護等意識，並於榮光電子報配合同步刊載。 5、本會利用全球資訊網「廉政專區」適時宣導弱勢消費族群之消費者保護教育。	則。	
42	(2)鼓勵企業經營者及政府機關提供特定消費族群友善之商品、服務、消費措施、標示(章)、消費環境與適切消費諮詢等相關服務。	1、所屬醫療機構於服務臺提供高齡者及身心障礙者消費諮詢等相關友善服務；榮總針對75歲以上榮民皆提供「就醫綠色通道」服務(如協助優先掛號、批價及簽床收治住院等)。 2、本會要求所屬農場機構於服務臺指派專人提供身心障礙者消費諮詢等相關友善服務，並強化同仁相關諮詢服務技能及流程熟悉度。	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處 事業處
43	(3)運用合適的宣導媒介，加強宣導特定消費族群關切的消費議題，例如高齡者財產信託制度、身心障礙福利機構評鑑及收費資訊、無障礙消費環境與服務等。	本會所屬服務及安養機構針對高齡單身榮民與遺眷，利用訪視、集會活動時機加強榮民財物保管，或透過預立遺囑等防騙作為宣導財產交付信託觀念，避免遭有心人士利用各種手法(如購物、保險等)詐騙而遭受損失。	所屬服務機構運用訪視或活動時機，宣導及推廣最新詐騙手法、弱勢高齡單身榮民(眷)財產交付信託及預立遺囑等防騙作法，每年至少30萬人次。	服照處 就養處
44	(4)強化高齡者對於電視消費、電台行銷、郵寄廣告型錄、鄰里活動促銷等行銷商品之購買辨識能力，並就高齡者消費媒介工具規劃建立監督機制，	1、所屬醫療機構不定期指派專人查核有危險之虞之商(藥)品是否附具警告標示，並適時公告加強宣導。 2、本會持續要求所屬農場機構於服務臺指派專人提供高齡者消費諮詢，讓消費者感受農場的貼心服	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處 事業處

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	及鼓勵企業經營者為商品、服務之友善包裝與說明。	務，目前三高山農場均取得環保標章旅館。		
45	(5)兒童及少年消費生活保護相關措施			
	(5.1)保護兒童及少年免受數位媒體廣告(含隱藏廣告)之影響，並建立相關管理及查核機制。	所屬醫療機構以網路媒體、實體活動等方式，宣導與兒童(7歲以上12歲未滿)、少年(12歲以上18歲未滿)相關健康醫療議題及資訊(如相關罕見疾病照護、青春期心理及生理健康、發展遲緩議題等)。	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處
	(5.2)加強企業經營者應讓父母或監護人於購買、使用商品及服務前，知悉可能對兒童及少年產生之風險(例如商品使用注意事項)、費用及避免風險、費用產生之方法。	1、所屬醫療機構給予未成年人治療或簽具同意書，均落實依相關規定(如安寧緩和醫療條例、精神衛生法、人體器官移植條例等)告知其法定代理人或監護人相關就醫權利義務等重要訊息。 2、所屬農場機構於服務臺指派專人提供消費諮詢等相關服務，並強化販售商品之同仁諮詢服務技能及流程熟悉度，以避免商品對兒童及少年產生風險。	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處 事業處
(5.3)輔導企業經營者對兒童及少年進行個人或其家庭成員資料之蒐集、處理及利用，皆須先取得其父母或監護人同意，並有明確且完整之兒童個人資料保護	1、所屬醫療機構給予未成年人治療或簽具同意書，均落實依相關規定(如安寧緩和醫療條例、精神衛生法、人體器官移植條例等)取得法定代理人或監護人之同意。 2、農場機構網路訂購均有架設SSL加密機制，以防止交易資料外洩。	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處 事業處	

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	政策。			
8. 消費者教育之推行				
46	(1)針對不同年齡層之消費族群，加強教育宣導，並強化數位消費、通訊交易等消費者權益之教育。	1、所屬服務機構運用各項集會或活動時機(如退除役官兵代表懇談會等)配合宣導消費者權益及防範詐騙等教育，以提升整體消費意識。 2、所屬安養機構運用員工在職教育及集會等時機宣導消保法規與政策；另邀請金融監督管理委員會講師辦理金融教育講習，提升員工及住民消費敏感度。 3、所屬農場機構利用各項宣導管道與機會，向員工及各族群進行消費者保護宣導教育。	1、所屬服務機構運用退除役官兵代表懇談會及服務區座談會時機宣導，每年至少辦理76場次。 2、所屬安養機構邀請金融監督管理委員會講師辦理金融教育講座，每年至少16場次，以提升住民金融消費專業知能。 3、經常辦理(114年12月31日)。	服照處 就養處 事業處
47	(2)因應民法成年年齡下修至18歲新制，針對16至20歲消費者，規劃並加強相關消費者教育。	1、所屬醫療機構以網路媒體、實體活動等方式，宣導與16歲以上20歲未滿者相關健康醫療議題及資訊(如相關罕見疾病照護、青春期心理及生理健康、發展遲緩議題等)。 2、所屬農場機構於服務臺指派專人提供消費諮詢等相關服務，並透過官網、跑馬燈及布告欄等管道，刊登相關消費者保護資訊。	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處 事業處
48	(3)充實消費資(警)訊，並於機關網站設置消費者服務專區網頁，及加強機關內部人員消費者教育訓練。	1、本會及所屬機構於網站設置、管理「消保專區」，以適時刊登消保資訊，同時亦提供相關網站連結供民眾點閱，並將消保網站設置及資料建置情形列入工作輔訪焦點之工作查核項目。	1. 各所屬機構於全球資訊網「消保專區」，每年至少提供24則最新消保資訊。 2. 各所屬服務機構每年至少辦理1場次教育訓	綜規處 服照處 就養處 就業處 就醫處 事業處 行政處

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		2、本會運用「榮光雙周刊」刊載各類消保訊息，定期充實消費資(警)訊。 3、所屬服務機構每年均運用職員工在職教育、活動及集會等時機，邀請學者(專家)講授有關消保法規與政策，以強化員工消保知識及專業知能。 4、所屬安養機構不定期參加本會及外部單位辦理之消保業務講習，提升相關消保知識與專業知能。 5、所屬農場機構利用例行性會議，向員工進行消費者保護宣導教育。	練。 3、經常辦理(114年12月31日)。	
49	(4)加強各級學校教師及各類教育人員消費者教育，並鼓勵設計、發展或運用消費者保護教育教材或教案。	1、所屬醫療機構針對第一線服務之志工人員，辦理教育訓練，強化服務人員醫療相關知能，提供民眾醫療服務資訊。 2、本會配合行政院消費者保護處於榮光雙周刊及退除役官兵統計月報、統計年鑑、輔導統計要覽等刊登消費者保護資訊。	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處 統計處 行政處
50	(5)加強企業經營者推行消費者教育、負責任創新並善盡社會責任，以保障消費者權益。	1、所屬醫療機構配合行政院消費者保護處於自有刊物刊登消費者保護資訊。 2、所屬農場機構配合行政院消費者保護處於官網、公佈欄刊登相關消費者保護資訊，並於農場例行性會議宣導	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處 事業處
51	(6)開發並妥善運用各種宣導資源(例如結合終身學習、企業經營者及其公協會、消費者保護團體或各類非營利組織	1、本會及所屬機構每年均運用員工在職教育、新進人員訓練及集會等時機，邀請學者專家演講有關消保法規與政策等資訊，以強化員工消保知識及專業知能。	1、各服務、安養、訓練、醫療及農場機構，每年至少辦理1場次教育訓練。 2、各所屬機構每年均運用各類	服照處 就養處 就業處 就醫處 事業處 行政處 人事處

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	等)實施消費者教育。	2、各所屬機構配合各項活動如榮民節、就業媒合等各項宣導時機，針對消費爭議議題，擴大向社會大眾宣導。 3、各所屬機構透過官網、跑馬燈、電視及布告欄等多元管道，刊登消費者保護相關資訊。 4、所屬農場機構辦理觀光服務、消費保險等相關實務與法律講習，以防杜可能影響商品與服務品質等事件發生。 5、本會運用「榮光雙周刊」刊載各類型之消費爭議案例、解決紛爭之適用法令及因應措施。	型內部會議、活動宣導消保常識及專業知能：服務機構至少76場次、安養機構至少48場次、訓練機構至少2場次、醫療機構至少44場次及農場機構至少20場次。 3、本會運用報章、電臺等媒體宣導消保、防詐騙等訊息及相關因應與救濟等管道，每年至少刊載25則消保資訊。	
52	(8)鼓勵消費者主動蒐集及舉發與消費相關之疑似不法事證。	1、所屬醫療機構設立1種以上能完整蒐集病人意見的管道，且於適當位置公告多元意見反映管道。 2、所屬農場機構於明顯處設立意見信箱，以利民眾反映。	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處 事業處
9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督				
53	(4)關注並研擬新科技(例如大數據、人工智慧、區塊鏈、社群媒體及行動支付等)新技術應用下衍生之消費者權益保障議題。	所屬農場機構如有直播時皆請民眾透過官網之線上購物專區訂購產品，退換貨資訊亦揭露於官網，並設有網路SSL加密機制，以防止交易資料外洩。	經常辦理(114年12月31日)。	事業處
54	(5)其他新興消費議題(例如預購集資消費、線上服務之創新、暗黑商業模式(Dark	1、所屬醫療機構辦理員工金融教育訓練、參加數位醫療(如遠距、智慧、精準醫療等)新知展覽或研討會，強化員工及民眾對新	經常辦理(114年12月31日)。	就醫處 綜規處

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	Patterns) 之遏止、先買後付、商品維修權、世界消費者日主題等)之關注與研析。	興醫療議題知識。 2、訂定本會「消費者保護週」,加強宣導315世界消費者日,請所屬機構協力宣導,如利用跑馬燈、海報、集會、臉書、官網、訪視榮民及刊登新聞稿等方式宣導消保資訊,擴大效益。		

原住民族委員會114年度消費者保護方案

目錄

核心業務

1. 確保食品、商品與服務安全及品質
2. 重視特定消費族群權益

非核心業務

1. 確保食品、商品與服務安全及品質
2. 強化消費者諮詢及爭議之處理
3. 重視特定消費族群權益
4. 消費者教育之推行
5. 擘劃因應新興消費議題及行政監督

原住民族委員會114年度消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
1	1. 確保食品、商品與服務安全及品質	加強對食品(含食品添加物等)、藥品、保健食品、商品、服務及營業場所之安全管理與查核，並檢討及研修(訂)相關法令、標準。	查核本會原住民族文化發展中心之原住民族文化園區收費標準及項目。	1. 相關消費資訊是否公開透明。 2. 申訴或違規案件下降數(率)。	查核票券價格、場地租用等相關收費於網路公告率達100%；申訴或違規案件下降率1%。	1. 具體措施 1.(1) 2. 延續性指標 3. 本會原住民族文化發展中心
2	7. 重視特定消費族群權益	運用合適的宣導媒介，加強宣導特定消費族群關切的消費議題，例如高齡者財產信託制度、身心障礙福利機構評鑑及收費資訊、無障礙消費環境與服務等。	1. 針對原住民族地區及都會區原住民，宣導常見之消保議題並加強宣導1950消費服務專線及法律扶助專線，使原住民族人能善加利用，以維護原住民族人之權益。 2. 督導縣(市)政府，及運用原住民族家庭服務中心、文化健康站或其他場域，放置消費者保護及反詐騙相關宣導文宣。	由各直轄市及各縣(市)政府之原住民族行政單位及原住民族家庭服務中心及文化健康站辦理。	預計每年辦理相關宣導及教育訓練場次計500場次/受益人次計2萬5,000人次。	1. 具體措施 7.(3) 2. 延續性指標 3. 本會社福處

序號	計畫目標與 實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			<p>3. 配合原住民族豐年祭、文化季、運動會等大型活動辦理原住民族消費者保護教育(含防詐)宣導及分送相關宣導文宣等。</p> <p>4. 為防制人口販運，避免原鄉青年赴海外工作遭受詐騙等情事，納入原住民族權益宣導講座加強宣導。</p> <p>5. 加強對部落民眾宣導農藥的保存及使用方式。</p>			
3	7. 重視特定消費族群權益	鼓勵企業經營者及政府機關提供特定消費族群友善之商品、服務、消費措施、標示(章)、消費環境與適切消費諮詢等相關服務。	1. 透過辦理政 策宣傳說 明會及觀 摩研習會 或相關培 訓課程， 鼓勵並強 化企業經 營者及政 府機關提 供「特定 消費族群 友善之商 品、服務 、消費措 施、標示 (章)消費 環境與	1. 由本會自辦 或委辦辦理 2. 相關消費資 訊刊登	1. 預計每 年辦理 相關宣 導、觀 摩研習 會或相 關培訓 課程及 教育訓 練計25 場次 2. 預計每 年協助 刊登12 則消費 資訊	1. 具體措施 7.(2) 2. 新增指標 3. 本會經發 處

序號	計畫目標與 實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			<p>適切消費等相關服務」，適時邀請專家學者或族人進行授課或意見交流。以提升族人消費者保護意識。</p> <p>2. 另將相關宣導資訊置放本會「企業創新創業輔導計畫」、「看見太陽」及「LIMA原選線上購物網」等網路平台或專區，透過資訊平台之公開透明，提供消費族群資料並提升族人消費者保護意識。</p>			

原住民族委員會114年度消費者保護方案（非核心業務）

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1. 確保食品、商品與服務安全及品質				
1	(7) 針對短期間聚集大量人潮之消費場所或活動，加強室內空氣品質及公共安全維護之監督、管理與查核（含公共意外責任險投保情形）。	1. 本會原住民族文化發展中心應定期辦理建築物公共安全及消防安全檢修申報。 2. 本會原住民族文化發展中心應對原住民族文化園區場地投保公共意外責任險，以提供消費者多一層保障。 3. 本會原住民族文化發展中心應查核原住民族文化園區販售之食品標示資訊。	114年12月31日。	本會原住民族文化發展中心
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理				
2	(6) 建立消費爭議諮詢、申訴及調解案件之原因究明及統計分析（包括對特定消費族群），並研議改進策略及揭露資訊。	透過本會委託法律扶助基金會法律扶助工作案件類型及原家中心諮詢服務案件，統計原住民族常見之消保議題，提供予地方政府及原家中心規劃適當主題，加強辦理宣導。	114年12月31日。	本會社福處
7. 重視特定消費族群權益				
3	(1) 加強防制企業經營者對特定消費族群進行不當勸誘之銷售行為。	所屬網站刊登消費者相關資訊，提供族人消費訊息並強化相關案例之蒐集與宣導。	114年12月31日。	本會經發處
8. 消費者教育之推行				
4	(3) 充實消費資（警）訊，並於機關網站設置消費者服務專區網頁，及加	所屬網站設置「消費者保護」專區，提供民眾消費訊息，並每	114年12月31日。	本會社福處

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
	強機關內部人員消費者 教育訓練。	月更新相關內容。		
9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督				
5	(2)中央主管機關監督所轄 地方主管機關辦理相關 消費者保護業務之成 效。	督導地方政府針對原 住民族相關公私立機 構進行相關消費資訊 查核作業。	114年12月31日。	本會社 福處、 教文 處、經 發處

客家委員會 114 年度消費者保護方案

目錄

核心業務

1. 建築、固定式消防設備及室內空氣品質
2. 消費資訊充分、正確及透明
7. 重視特定消費族群權益
8. 消費者教育之推行

非核心業務

1. 確保食品、商品與服務安全及品質
4. 持續推動永續消費
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理
8. 消費者教育之推行

客家委員會 114 年度消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
1	1. 加強客家文化發展中心之建築、消防、固定式飲用水設備及室內空氣品質之管理。	建築、固定式設備及室內空氣品質管	每年將辦理消防設備檢測 1 次、消防避難（含急救與 AED）演練 2 次、遊客飲水機檢測 1 次，透過多元且積極作為，加強客家文化發展中心之建築、消防、固定式飲用水設備及室內空氣品質之管理。	查核次數	消防設備檢測 1 次/年；消防避難 2 次/年；遊客飲水機檢測 1 次/年	1. 具體措施 1. (1) 2. 客家文化發展中心/延續性
2	2. 消費資訊充分、正確及透明	商品價格資訊公開情形	不定期查核客家文化發展中心南北園區委外廠商之商品價格揭露情形，需詳細標明價格及商品服務範圍。	查核次數	每月查核 1 次，共辦理 12 次查核	1. 具體措施 1. (2) 2. 客家文化發展中心/延續性
3	7. 重視特定消費族群權益	教育宣導	1. 於客庄地區高齡化較嚴重之伯公照護站，辦理「高齡消費者保護教育宣導講習推廣活動」。	宣導次數	宣導 4 次	1. 具體措施 7. (1) 2. 綜合規劃處/延續性
			2. 鼓勵伯公照護站結合其他議題(如：食安、防詐騙等)或活動	宣導次數	宣導 10 次	1. 具體措施 7. (1) 2. 綜合規劃處/延續性

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
			融入教育宣導。			
4	8. 消費者教育之推行	教育宣導	1. 辦理本會消費者保護相關教育訓練課程，提升同仁消費自我保護能力及增進消費知能，持續加強機關內部人消費者教育訓練。	辦理場次	辦理 2 場次	1. 具體措施 8.(3) 2. 人事室/延續性
			2. 運用客家文化發展中心硬體資源撥放或張貼相關消費者教育文宣及反詐騙宣導資訊。	宣導次數	辦理 12 次	1. 具體措施 8.(6) 2. 客家文化發展中心/延續性

客家委員會 114 年度消費者保護方案（非核心業務）

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1. 確保食品、商品與服務安全及品質				
	(2) 針對非實體店面、校園、商圈、觀光休閒地區之食品、商品與服務，加強並落實管理及查核。	檢視南北園區已設置之無障礙設施，完善建物與設施之動線暢通，確保其可用性。	114 年 12 月 31 日	客家委員會客家文化發展中心 / 延續性
	(7) 針對短期間聚集大量人潮之消費場所或活動，加強室內空氣品質及公共安全維護之監督、管理與查核（含公共意外責任險投保情形）。	每周巡檢公共空間安全疏散路線之暢通及硬體設施之安全性，並將商店場域納入公共意外責任險投保範圍。	114 年 12 月 31 日	客家委員會客家文化發展中心 / 延續性
4. 持續推動永續消費				
	(2) 鼓勵企業經營者已消保及環保觀點，從事產品（例如食品器具及容器、商品等）之開發、設計、採購、包裝及使用。	宣導商家提倡環保，減少塑膠袋及一次性耗材使用。	114 年 12 月 31 日	客家委員會客家文化發展中心 / 延續性
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理				
	(6) 建立消費爭議諮詢、申訴及調解案件之原因究明及統計（包括對特定消費族群），並研議改進策略及揭露資訊。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 為處理民眾對園區廠商之消費爭議及意見，除書面意見外，於園區服務台公告意見反映信箱之網址或 QR Code，提供消費者數位化之溝通管道。 2. 客家文化發展中心設置遊客反應信箱（紙本及電子管道），供民眾使用，以利後續年度消費爭議之諮詢、申訴或調解案件之原因進行分析，究 	114 年 12 月 31 日	客家委員會客家文化發展中心 / 延續性指標

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
		明原因後續追蹤改善。		
8. 消費者教育之推行				
	(6)開發並妥善運用各種宣導資源(例如結合終身學習、企業經營者及其公會、消費者保護團體或各類非營利組織等)實施消費者教育。	補助地方政府及民間團體辦理「推動客庄產業創新增值補助計畫」，要求於行銷推廣計畫宣導消費者保護及爭議處理相關資訊；另於相關商品業免加上宣導文字及相關消保法規連結，並於成果報告展現辦理情形。	114年12月31日	客家委員會產業經濟處

公平交易委員會 114 年度消費者保護方案

目錄

核心業務

1. 查處違反公平交易法規定之不實廣告(含網路廣告)案件
2. 查處違反公平交易法規定之不動產交易及不實廣告案件
3. 針對物價異常情形，採取因應對策
4. 查處事業之限制競爭行為
5. 查處違反公平交易法規定之美容交易案件
6. 針對特定消費族群，傳揚公平交易及消費者保護理念

非核心業務

1. 健全數位消費環境
2. 消費者教育之推行

公平交易委員會 114 年度消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
1	2. 消費資訊充分、正確及透明 3. 促進交易自由與公平 4. 持續推動永續消費 5. 健全數位消費環境	查處違反公平交易法規定之不實廣告（含網路廣告）案件	積極查處涉及違反公平交易法規定之不實廣告案件，並適時就處分案件對外發布新聞資料。	調查案件辦結數	67 件	1. 具體措施 2. (4)、 2. (6)、 3. B. (5)、 4. (5)、5. (2) 2. 延續性指標 (111 年起)
2	3. 促進交易自由與公平	查處違反公平交易法規定之不動產交易及不實廣告案件	積極查處涉及違反公平交易法規定之不動產交易及不實廣告案件，並適時就處分案件對外發布新聞資料。	調查案件辦結數	19 件	1. 具體措施 3. A. (7) 2. 延續性指標 (111 年起)
3	3. 促進交易自由與公平	針對物價異常情形，採取因應對策	密切注意民生物資及農畜漁產品市況，查處涉及聯合漲價案件。	查價家次	150 家次	1. 具體措施 3. B. (2) 2. 延續性指標 (111 年起)
4	3. 促進交易自由與公平	查處事業之限制競爭行為	1. 積極查處違法結合及聯合行為等涉及限制競爭案件，並適時就處分案件對外發布新聞資料。 2. 周延審查結合申報案件。	調查限制競爭案件辦結數	26 件	1. 具體措施 3. B. (4) 2. 延續性指標 (111 年起)
5	3. 促進交易自由與公平	查處違反公平交易法規定之美容交易案件	積極查處美容業者不當行銷案件，並適時就處分案件對外發布新聞資料。	調查案件辦結數	10 件	1. 具體措施 3. A. (5) 2. 延續性指標 (112 年起)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
6	7. 重視特定消費族群權益 8. 消費者教育之推行	針對特定消費族群，傳揚公平交易及消費者保護理念	依據特定消費族群（如婦女、高齡者、原住民、新住民或大學院校學生等）需求，辦理本會主管法規宣導活動，增進其對本會主管法規與消費者保護觀念之認知。	辦理宣導活動場次	22 場	1. 具體措施 7.(1)、8.(6) 2. 延續性指標 (111 年起)

公平交易委員會 114 年度消費者保護方案（非核心業務）

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
5. 健全數位消費環境				
1	(2)強化數位市場監理與執法技術，並積極查處不當行銷、不實廣告、顯失公平契約條款及消費詐騙。	查處數位市場中影響交易秩序之欺罔或顯失公平行為。	持續積極辦理。 (114 年 12 月 31 日)	
8. 消費者教育之推行				
2	(6)開發並妥善運用各種宣導資源(例如結合終身學習、企業經營者及其公會、消費者保護團體或各類非營利組織等)實施消費者教育。	運用多元管道傳揚公平交易及消費者保護理念，強化大眾認知。	持續積極辦理。 (114 年 12 月 31 日)	

國家通訊傳播委員會 114 年度消費者保護方案

目錄

核心業務

1. 針對廣電媒體播出之商品與服務之不實廣告及宣稱，依法管理與查處。
2. 加強消費詐騙(如偷斤減兩、摻偽假冒、一頁式廣告詐騙、遊戲點數詐騙等)之預防、查緝、因應與救濟，並協助消費者追回損失。
3. 完善電信及有線廣播電視服務監督管理及保護消費者機制。
4. 建立消費爭議諮詢、申訴及調處案件之原因究明及統計分析，並研議改進策略及揭露資訊。

非核心業務

1. 確保食品、商品與服務安全及品質
2. 消費資訊充分、正確及透明
3. 促進交易自由與公平
 - A. 促進公平交易
 - B. 促進自由公平競爭及合理價格之維持
4. 持續推動永續消費
5. 健全數位消費環境
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理
7. 重視特定消費族群權益

國家通訊傳播委員會 114 年度消費者保護方案（核心業務）

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
1	2. 消費資訊充分、正確及透明	針對廣電媒體播出之商品與服務之不實廣告及宣稱，依法管理與查處。	<ol style="list-style-type: none"> 對於取締違規醫藥、金融廣告或誇大不實廣告，與衛福部、金管會、公平會聯繫合作，以保障消費者權益及健康。 定期將「違反衛生法規之核處名單」及「應注意刊播涉及違規之廣告清冊」上網，以促使業者修正廣告內容，並提供消費者正確資訊之管道。 於辦理廣電媒體專業素養培訓，宣導廣電相關法令，俾便業者熟知法令。 	<ol style="list-style-type: none"> 本會依廣電法規查處節目推介醫藥、食品、金融商品與服務，是否涉及節目與廣告未明顯區分或廣告超秒。 定期公布「違反衛生法規之核處名單」及「應注意刊播涉及違規之廣告清冊」。 每年辦理廣電媒體專業素養培訓課程。 	<ol style="list-style-type: none"> 本會定期公布廣電事業核處資料，年度預定辦理 24 次。 定期公布衛生主管機關相關核處及涉違規案件，年度預定辦理 12 次。 每年辦理廣電媒體專業素養培訓課程至少 2 場次。 	<ol style="list-style-type: none"> 具體措施 2.(6)、 2.(4) 延續性指標 (內容處)
2	3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易	加強消費詐騙(如偷斤減兩、摻偽假冒、一頁式廣告詐騙、遊戲點數詐騙等)之預防、查	<ol style="list-style-type: none"> 要求電信業者發送防詐騙宣導簡訊。 針對電信業者之高風險門市及其授權通路辦理 	<ol style="list-style-type: none"> 每年發送防詐騙簡訊。 電信業者 KYC 查核。 	<ol style="list-style-type: none"> 每年 1 億 4,000 萬則。 至少 36 家次。 	<ol style="list-style-type: none"> 具體措施 3.A(6)、 5.(2) 延續性指標 (基礎處、 三區處)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
		緝、因應與救濟，並協助消費者追回損失。	行政檢查。			
3	3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易	完善電信及有線廣播電視服務監督管理及保護消費者機制。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 邀集本會認定之電信事業開會討論「定型化服務契約條款」，並完成契約修訂或核定。 2. 研訂電信服務定型化服務契約應記載及不得記載事項相關規定。 3. 持續辦理電信及有線廣播電視服務定型化契約宣導及查核。(含落實網路中斷減免措施) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 修訂或核定「電信服務定型化服務契約」。 2. 研訂電信服務定型化契約應記載及不得記載事項。 3. 辦理定型化契約宣導及查核： <ol style="list-style-type: none"> (1) 有線廣播電視服務定型化契約應記載及不得記載事項之宣導與查核。 (2) 辦理電信服務定型化契約之宣導與查核。 (3) 辦理電信(商品)禮券定型化契約應記載及不得記載事項電信禮券定型化契約應記載 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 完成修訂或核定契約1份。 2. 提報行政院審議電信服務定型化契約應記載及不得記載事項。 3. 宣導與查核： <ol style="list-style-type: none"> (1) 有線廣播電視業者至少10家。 (2) 電信事業至少3家。 (3) 電信事業至少3家。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具體措施 3. (1) 2. 延續性指標 (平臺處)

序號	計畫目標與實施策略	核心業務	重點工作	關鍵績效指標 (KPI)	目標值	備註
				及不得記載事項之宣導與查核。		
4	6. 強化消費者諮詢及爭議之處理	建立消費爭議諮詢、申訴及調處案件之原因究明及統計分析，並研議改進策略及揭露資訊。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 由電信消費爭議處理中心定期公布電信消費爭議處理報告書於官網，包含申訴案件量及其原因分析統計報告，並提出改善措施。 2. 針對申訴案件量過高業者或有重大消費爭議案件發生時，定期開會檢討或邀集業者赴會說明並責成提出改善措施。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 公告爭議案件處理報告。 2. 召開「討論業者客服處理申訴案件」會議。 3. 促進電信消費爭議處理效能。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 每月公告爭議案件處理報告書1次。 2. 召開「討論業者客服處理申訴案件」會議至少12次。 3. 首次申訴獲得解決比率達70%以上。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具體措施 6.(6)、6.(4) 2. 延續性指標 (平臺處)

國家通訊傳播委員會 114 年度消費者保護方案（非核心業務）

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
1. 確保食品、商品與服務安全及品質				
1	(1)加強對食品(含食品添加物等)、藥品、保健食品、商品、服務及營業場所之安全管理與查核，並檢討及研修(訂)相關法令、標準。	114 年度編列電信設備委託檢驗(定)試驗認證費，審驗電信設備。	1. 委託檢驗(定)試驗認證費 90,508 千元，審驗電信設備 7,999 件。 2. 114 年 12 月 31 日。	具體措施 1.(1) (基礎處)
2	(8)建構食品、商品及服務之市場監督、瑕疵或事故發生之通報及預警制度，並健全下架、召回、回收、銷毀、維修、退換貨或停止服務制度。	1. 向申請審驗者宣導本會法規對於具重大危害消費者安全疑慮之電信設備所建立之通報、召回、回收及銷毀機制，以利申請審驗者清楚相關規範並落實執行。 2. 辦理實體店面販賣電信管制射頻器材之法遵宣導與查核。	1. 召開審驗相關會議，請驗證機構轉知申請審驗者，有關本會法規對於電信設備通報、召回、回收及銷毀機制，函知市占率高之電信設備廠商，有關本會法規對於電信設備通報、召回、回收及銷毀機制。 2. 宣導或查核實體店面 15 家。 3. 114 年 12 月 31 日。	具體措施 1.(8) (基礎處) (三區處)
2. 消費資訊充分、正確及透明				
1	(5)加強各類商品與服務交易容量(如瓦斯、容留人數)、流量(如網路)、使用年限等之管理與查核。	經本會認定之電信事業，應就其電信服務品質，按本會公告所定項目及格式定期自我評鑑，並公布評鑑結果。	1. 督導電信業者完成電信服務品質自我評鑑並公布評鑑結果。 2. 114 年 12 月 31 日。	具體措施 2.(5) (平臺處)
2	(6)針對商品與服務之廣告媒體、時段、贈品、網路廣告、薦證廣告、評比(論)、置入性行銷等行銷方式，給予適度規範，並加強管理、輔導與查核(處)。	1. 為保護兒童身心健康及視聽權益，本會對以兒童為主要收視對象之頻道或節目所播送之廣告內容、時間予以限制。 2. 本會指定節目或	1. 對於查處之疑似違法案件，提送「廣播電視節目廣告諮詢會議」討論，每年預定召開 4 次諮詢會議。 2. 114 年 12 月 31 日。	具體措施 2.(6) (內容處)

序號	計畫目標與實施策略及其具體措施	執行項目	年度預定進度(預定完成期限)	備註
		廣告，於指定之時段或以鎖碼方式播送。 3. 針對廣播電視節目之置入性行銷，給予適度規範，並依法管理與查處。		
3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易				
1	(6) 加強消費詐騙(如偷斤減兩、摻偽假冒、一頁式廣告詐騙、遊戲點數詐騙等)之預防、查緝、因應與救濟，並協助消費者追回損失。	針對涉及詐騙之門號，經警政單位通知後，辦理涉詐騙門號停斷話及攔阻詐騙簡訊。	1. 執行涉詐騙門號停斷話。 2. 執行詐騙簡訊攔阻。 3. 114年12月31日。	具體措施 3.A.(6) (基礎處)
3. 促進交易自由與公平 B. 促進自由公平競爭及合理價格之維持				
1	(3) 針對公用事業、運輸事業、電信事業及非屬完全競爭市場之商品與服務，落實費率管制與資訊公開機制。	督促電信業者實施之資費方案應於電子網站及各營業所完整揭露資費訊息，以達資訊公開及落實保護消費者權益。	1. 依業者不定期所提出相關促銷方案，督促業者落實完整揭露資費訊息，以保障消費者權益。 2. 本會依市場顯著地位者資費管理辦法定期公告價格調整係數，作為市場顯著地位者調整主要資費之自律參考。 3. 114年12月31日。	具體措施 3.B.(3) (綜規處) (平臺處)
4. 持續推動永續消費				
1	(3) 鼓勵企業經營者提供合理保固年限與維修權益，適度開放多元維修管道，延長商品壽命，減少浪費。	1. 請電信事業提供維修代送至原廠或授權維修中心服務及管道，並於維修期間提供備用機借用服務。 2. 請驗證機構向申請審驗者宣導，請審驗者應落實企業責任與消	1. 召開「討論業者客服處理申訴案件」會議，請電信事業持續協助消費者送修手機並提供備用機借用服務。 2. 召開審驗相關會議，請驗證機構協助宣導申請審驗者應落實企業責任與	具體措施 4.(3) (基礎處) (平臺處)

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		費者保護法之規定,提供消費者合理保固年限與多元維修等機制。	消費者保護法之規定,提供消費者合理保固年限與多元維修等機制。 3.114年12月31日。	
5.健全數位消費環境				
1	(1)加強企業經營者落實對於數位消費者個人資料(含蒐集、處理及利用)之保護及資訊安全防護等相關機制與措施。	辦理通訊傳播事業之個人資料保護宣導及查核(包含個人資料保護及交易安全、未成年人個資保護及申辦核資等議題)。	1. 通訊傳播事業至少5家次。 2. 114年12月31日。	具體措施 5.(1)、 1.(10)、 7.(5.3) (內容處) (三區處) (平臺處)
2	(3)輔導、管理網路平臺,強化資訊揭露及爭議協處。	辦理網路平臺業者專業訓練,並就「消費者保護」相關議題進行交流,以建構更安全可信賴之網路環境。	1. 舉辦網路平臺業者專業訓練課程至少2場次。 2. 114年12月31日。	具體措施 5.(3) (網傳辦)
3	(4)持續推動應用程式(Apps)之安全標章認證、資安檢測。	請驗證機構向申請手機審驗之廠商宣導,鼓勵手機廠商所出廠手機之內建軟體,應取得數位發展部推動之「智慧型手機系統內建軟體資通安全檢測認證標章(ESS標章)」。	1. 召開審驗相關會議,請驗證機構協助向申請審驗之手機廠商宣導,出廠手機之內建軟體,應取得數位發展部推動之「智慧型手機系統內建軟體資通安全檢測認證標章(ESS標章)」。 2. 114年12月31日	具體措施 5.(4) (基礎處)
6.強化消費者諮詢及爭議之處理				
1	(1)推動並強化企業經營者、企業自律性組織、非營利組織及消費者保護團體處理消費爭議之管道與效能。	1. 督導電信消費爭議處理中心辦理對電信事業及電信消費者教育宣導及訓練。 2. 督導電信消費爭	1. 辦理電信消費教育宣導活動,至少2場次,並視情形適當運用海報、媒體等方式辦理。 2. 辦理客服人員知能	具體措施 6.(1) (平臺處)

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
		議處理中心提升 電信消費爭議相 關事項之諮詢服 務品質。	訓練課程至少 2 場 次。 3.114 年 12 月 31 日。	
7. 重視特定消費族群權益				
1	(4)強化高齡者對於電視 消費、電台行銷、郵寄 廣告型錄、鄰里活動 促銷等行銷商品之購 買辨識能力，並就高 齡者消費媒介工具規 劃建立監督機制，及 鼓勵企業經營者為商 品、服務之友善包裝 與說明。	本會與廣電事業或 民間團體合作，辦理 媒體素養課程之公 民培力活動，增進民 眾(包括銀髮族)媒 體素養能力。	1. 媒體素養課程之公 民培力活動完成至 少 10 件合作案，針 對銀髮族、兒少、新 住民、身障者之四 類族群進行培力之 合作案須至少各 1 件。 2.114 年 12 月 31 日。	具體措施 7.(4) (內容 處)
2	(5.1)保護兒童及少年免 受數位媒體廣告 (含隱藏廣告)之影 響，並建立相關管 理及查核機制。	1. iWIN 網路內容防 護機構每年於中 小學校園就學生、 家長、老師進行校 園宣導，並於宣導 內容中加入「兒少 上網防護機制」， 以預防兒少接觸 不當網路內容。 2. iWIN 網路內容防 護機構於接獲民 眾申訴有害兒少 身心健康網路內 容之案件後，將視 案件情形，通知網 路平臺業者自律 處理，如相關內容 有違法疑慮，亦將 同步通知主管機 關，由主管機關依 規定進行後續查 處。	1. 每年舉辦 25 場次 校園宣導。 2. 每年公布網路內容 申訴案件統計報表 1 次。 3.114 年 12 月 31 日。	具體措施 7.(5.1) (網傳 辦)

序號	計畫目標與實施策略 及其具體措施	執行項目	年度預定進度 (預定完成期限)	備註
3	(5.2)加強企業經營者應讓父母或監護人於購買、使用商品及服務前，知悉可能對兒童及少年產生之風險(例如商品使用注意事項)、費用及避免風險、費用產生之方法。	<p>督促電信業者於各門市以(電子)海報等清楚可見之方式，向消費者宣導：</p> <p>(1)應妥善保管行動裝置及帳密，避免產生費用爭議。</p> <p>(2)家長(法定代理人)宜依實際需要，協助以未成年子女名義申辦手機門號，並針對該門號之電信帳單代收代付服務申請「限制使用」或「限制額度上限」。</p>	<p>1. 召開「討論業者客服處理申訴案件」會議，持續針對個案請業者檢討改善並配合宣導。</p> <p>2. 請業者持續加強宣導未成年消保資訊，宣導對象以成年人(家長或監護人)為主。</p> <p>3. 114年12月31日。</p>	具體措施 7.(5.2) (平臺處)