

111 年度各直轄市及縣（市）政府 受理消費者申訴及調解案件之統計報告

壹、法令依據

各直轄市、縣（市）政府依據消費者保護法第 43 條及第 44 條規定，受理第一次申訴、第二次申訴及調解案件。

貳、消費申訴案件統計

一、111 年全國受理申訴及調解案件計 70,626 件，較上(110)年度之 74,686 件，減少 4,060 件（降幅 5.44%）。111 年第一次申訴案件計 56,300 件（占 79.72%）、第二次申訴案件計 9,849 件（占 13.95%）、調解案件計 4,477 件（占 6.33%）。

二、消費申訴案件前五大類分析

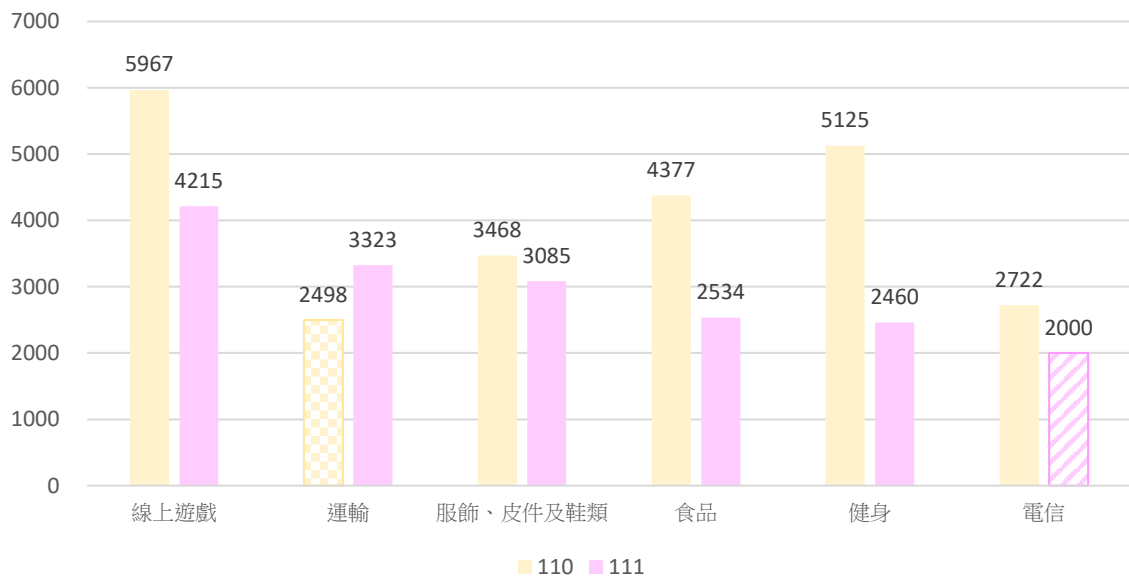
（一）由於 111 年度全國受理之第一次申訴案件共計 56,300 件，占全國申訴及調解案件近八成，其中案件數量前五大類，依序為「線上遊戲」、「運輸」、「服飾、皮件及鞋類」、「食品」及「健身」等 5 類，計 15,617 件，占第一次申訴案件逾 27%（詳第 8 頁表一），容有分析瞭解之必要。

（二）111 及 110 年度前五大類之比較：（詳第 8 頁表二）

1. 「線上遊戲」、「服飾、皮件及鞋類」、「食品」及「健身」等 4 類連續二年進入前五名，惟案件數量多已大幅減少（降幅介於 11.04%至 52.00%間）。
2. 109 年度新冠疫情爆發，「運輸」類消費爭議竄升第一次申訴案件數量之冠，110 年退出前五名，111 年又躍居第二名。

3. 111 年「電信」類退出前五名之列，應係國家通訊傳播委員會依電信管理法規定，督導電信業者共同出資成立「電信消費爭議處理中心」，並自 111 年 7 月 1 日起，協處消費爭議所生分流效果。

110及111年第一次申訴案件數量前五名類別之變化情形



參、問題研析及因應對策：

茲就 111 年第一次申訴案件數量前五大類之「線上遊戲」、「運輸」、「服飾、皮件及鞋類」、「食品」及「健身」等，分析其爭議問題及後續因應對策如下：

一、線上遊戲

(一)問題研析：

1. 多為遊戲管理者（含國外業者）誤判玩家使用外掛程式，違反遊戲公平性，而凍結或封鎖其帳號；其中亦有涉及退費爭議，惟國內代理遊戲業者僅能代向國外業者反映。另有玩家反映遊戲伺服器穩定性差、帳號無法登入等。
2. 消費者以轉蛋、抽卡或福袋等方式付費抽取虛擬寶物

時，並非一定次數即可中獎，故屢有消費者抱怨並質疑中獎機率不透明。

(二)因應對策：

1. 經濟部於 111 年 8 月 10 公告修正「網路連線遊戲服務定型化契約應記載及不得記載事項」，增訂揭露機會中獎商品或活動之機率相關規範，並自 112 年 1 月 1 日生效。
2. 由於本項業務於 111 年 8 月 27 日移撥數位發展部（下稱數位部），本院消保處已於 111 年 12 月 19 日協調數位部針對本項業務衍生之申訴案件，除應督導業者回復處理情形或出席協商會議外，並請該部定期或不定期邀集業者會商降低消費爭議之解決方法，督導業者落實執行，以加強保障遊戲玩家之權益。

二、運輸

(一)問題研析：

1. 富胖達股份有限公司（foodpanda，下稱富胖達公司）於 111 年 6 月 6 日無預警宣布隔日起增收臺北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹市及新竹縣等 6 地區「平台服務費」，引發消費者反彈，至 6 月 15 日申訴案件即超過 8 百件。
2. 新冠疫情爆發已逾 3 年，各國陸續開放邊境，惟疫情迭有起伏，致防疫措施鬆緊不一，不乏消費者因班機取消而與航空公司或旅行社衍生退費爭議。

(二)因應對策：

1. 有關富胖達公司增收「平台服務費」引發消費者反彈事件，本院消保處於 111 年 6 月 10 日邀集相關地方政府

及該公司，要求儘速處理申訴案件。富胖達公司已於同年 11 月 28 日依臺北市政府建議，修正契約相關條款，提供首次訂閱日或自動續約日之次日起算 7 日內，倘未使用任何優惠服務，可退還訂閱費；訂單倘適用平台費，將於結帳頁面顯示，供消費者參採。

2. 109 年疫情初始，本院消保處即召開會議，請相關業者應依「國外旅遊定型化契約應記載及不得記載事項」規定辦理退費事宜，並採對消費者有利之方式處理。疫情趨緩，各國多已開放邊境，類此航班取消衍生之爭議，應將逐漸減少。

三、服飾、皮件及鞋類

(一)問題研析：

1. 因網路購物無法接觸實體商品或無法分辨頁面宣稱是否真實，而衍生一頁式廣告貨到付款之詐騙案件及標示不實問題。
2. 消費者遇有退換貨問題，網路購物業者多要求退貨須自負運費，以及退換貨或退費速度緩慢等爭議，另有部分業者主張所售商品屬合理例外情事而拒絕消費者退貨。

(二)因應對策：

1. 針對一頁式廣告詐騙，本院消保處已請交通部督導貨運業者應依規定落實於包裹上提供託運人之姓名、住址及電話，供消費者識別；並協調交通部及經濟部督導貨運及超商業者建立貨到付款爭議協處機制。貨運及超商業者業已提供直接退貨退款或追蹤協助等措施，並公告於網站。本院消保處將持續宣導上開措施及一頁式廣告特徵，強化消費者網購風險意識。

2. 本院消保處除請經濟部及電商業者避免賣家不當擴張通訊交易解除權合理例外情事適用準則之適用範圍外，亦召開數次適用疑義會議，建議業者推出免運措施時，應同時清楚載明消費者全部解除或部分解除契約時，在何種情況下，必須負擔寄送商品之運費，以防範消費爭議之發生。另要求各家電商業者持續推動賣家實名制、研議延遲付款機制(如價金保管)，並就標價錯誤建立防範機制等風險管理措施，以加強保護消費者權益。

四、食品

(一)問題研析：

1. 不少婚宴因疫情延期一年，惟餐廳亦因疫情之故，臨時通知不與百貨公司續約，請消費者另洽其他餐廳。
2. 餐飲內容物或份量與廣告或照片不符問題，包括食品標示不完整、漢堡食品廣告不實、業者網站宣稱吃到飽但部分仍需付費。
3. 疫情影響下，許多民眾於外送平台點餐，衍生系統承諾退費卻未退費、業者端或消費者端取消訂單不退費、餐點內容或數量不符及延誤送達等爭議。

(二)因應對策：

1. 「訂席、外燴(辦桌)服務定型化契約應記載及不得記載事項」第 11 點明文規定業者違約，消費者可解除契約，並請求給付違約金。
2. 本院消保處前已會商相關機關及業者討論因應作法(如優化 App 操作頁面、公告消費者權益、增設客訴電話可能性評估)。另發布「疫情期間使用美食外送應注意事項」新聞稿，提醒消費者注意。

五、健身

(一)問題研析：

1. 疫情影響民眾出入健身房等密閉空間之意願，衍生申請退費，致健身業者營運陷入困境，甚至無預警停業。
2. 原訂健身教練於簽約課程期間離職，消費者不願更換教練，要求剩餘課程解約退費。

(二)因應對策：

1. 本院消保處自 109 年疫情爆發後，陸續召開數次研商會議，請健身業者從寬、從優處理退款及違約金等事宜，並請業者及信用卡公司確實協助消費者退款；對於無預警停業之健身場所，亦轉請地方政府進行行政調查。
2. 教育部業公告修正「健身教練服務定型化契約應記載及不得記載事項」並自 111 年 1 月 1 日施行，規範重點包括業者應於契約明確記載服務項目(包括健身設備、健身堂數)及指定教練姓名等，並增訂感染地區之健身消費者可申請暫停會籍，於停權期間免繳月費之規定，以及強化各種終止契約之事由等。另教育部亦持續督導各地方政府輔導及查核業者遵循健身中心、健身教練服務定型化契約規定，故此類案件數量雖仍位居第五名，但已較 110 年減少五成以上 (52%)。

肆、檢討與建議事項：

- 一、為加強保護消費者權益，請數位部、交通部、教育部及衛福部等機關針對消費爭議前五大類別之案件，落實上開因應對策、滾動檢討相關定型化契約應記載及不得記載、精進相關管理與查核作為、要求業者充分揭露資訊及提升服務品質。
- 二、請各主管機關就所管消費者保護業務，定期統計申訴案件數

量及態樣，並分析其變化情形、爭議原因及研擬因應對策，俾適時發布消費資(警)訊，供消費者知悉及維護自身權益。

表一、111 年度全國受理之第一次申訴案件數量前五名類別

名次	類別	件數	占第一次申訴之比例
1	線上遊戲	4,215	7.49%
2	運輸	3,323	5.90%
3	服飾、皮件及鞋類	3,085	5.48%
4	食品	2,534	4.50%
5	健身	2,460	4.37%
	合計	15,617	27.74%

表二、近 2 年第一次申訴案件數量前五名類別之件數

類別	111 年度		110 年度（基期）		增減幅
	名次	件數	名次	件數	
線上遊戲	1	4,215	1	5,967	-29.36%
運輸	2	3,323		2,498	33.02%
服飾、皮件及鞋類	3	3,085	4	3,468	-11.04%
食品	4	2,534	3	3,894	-34.93%
健身	5	2,460	2	5,125	-52.00%
電信		2,000	5	2,722	-26.52%