

2015 年臺歐網路交易消費者保護研討會摘要

時間：104 年 10 月 30 日

地點：臺灣大學法學院霖澤館

鑑於近年來網路交易迅速蓬勃發展，如何與國外網路先進國家學習與經驗交流實為重要課題，考慮歐盟在相關規制的發展較為先進及成熟，行政院消費者保護處爰首次與歐洲經貿辦事處及歐盟在臺商業與法規合作計畫合辦本次研討會。邀請歐盟專家、我國之消保機關、產業及學界代表，以消費者保護觀點，分別就法規、管理與實務及爭議處理等三個議題進行報告及研討。透過雙方產官學全面深度的交流討論及經驗分享，檢討相關措施，期增進消費者福祉。

開幕典禮

貴賓：行政院副院長張善政、歐洲經貿辦事處處長馬澤璉

張副院長兼程與會致詞表示，各國標竿企業無不積極建構電子商務，在國際談判中電子商務也是其中關鍵議題。消費者雖可從電子商務交易中獲益，但企業在追求創新服務時，仍應留意保障消費者權益，尤應確保個人資料安全以避免外洩。網路交易對消費者的挑戰包括隱私保護、商品服務與廣告不符、退換貨方式等等，此外，發生跨境消費爭議時，其爭議處理相當棘手。因此，展望電子商務的未來光明願景時，我們仍須瞭解，有許多問題尚待各界攜手合作加以解決。本研討會的重要意義，在於透過類似的場合，讓臺灣與歐盟官員、專家、業界代表互動，調和相關政策、法令及措施，以創造雙贏局面。

歐洲經貿辦事處馬澤璉處長致詞表示，歐盟執委會將「單一數位市場」列為首要政策目標之一，期望這項政策能帶動歐盟的經濟發展，創造高達 4,150 億歐元的成長。歐盟於 2015 年 5 月公布的「單一數位市場」策略計畫中，共提出 16 項具體行動，旨在改善歐洲消費者保護法的實施。透過新的「替代爭議調解機制」(ADR)，當事人不必親自到法庭，就能以較少的花費、簡單快速的程序達成和解。跨境申訴和有效補償，有助於增強消費者對網路交易市場的信心。此外，「歐盟消費者中心網絡」(ECC-Net) 也扮演

重要角色，協助消費者解決糾紛，同時保護弱勢消費者。盼透過本次研討會集眾人之智慧，對相關政策及問題共商解決之道。

第一場 網路交易之消費者保護法規

主持人：行政院消費者保護會詹委員森林(臺灣大學法學院長)

題目：消費者保護相關法規介紹

報告人：行政院消費者保護處陳簡任秘書星宏

現代消費者保護的先驅是前美國總統甘迺迪，他當年所提到的 4 個原則到目前仍廣為引用，分別是(1)安全的權利；(2)消費資訊權利；(3)選擇的權利；(4)諮詢的權利。

電子商務發展相當迅速，太多的規範有妨礙其發展之疑慮，因此若能由業者自行組成自律團體，在政府協助下與消費者達成共識，共同解決消費爭議問題應該是較好的方式，法律行動則可作為最後的手段。

臺灣於 2002 年公布實施電子商務消費者保護綱領，另消費者保護法於 1994 年公布實施，並於日前完成修正，主要修正內容包括定型化契約及遠距交易，目的為與各國的法規調和，並提供消費者更多的保護。目前正參考各國經驗，研議通訊交易合理例外排除適用準則，限制消費者於利用遠距交易時不再享有無條件解約權利。

臺灣的消保法採平等互惠原則，契約條款未遵循該原則將被視為無效。定型化契約通常由業者單方面訂定，經常有不合理條款存在，相關問題例如：消費者不易瞭解、不當加重消費者責任卻減少業者本身義務、限制消費者行使該有權利、不當轉移舉證責任等。因此有必要就業者定型化契約進行規範，以平衡業者及消費者權利。為保障消費者權益促進契約公平，我國消保法規定，主管機關得公告定型化契約應記載及不得記載事項。

違反不得記載事項之契約條款無效，例如：業者保留解釋合約內容、修正及期限之權利；豁免業者之責任；限制或剝奪行使權利；其他顯然對消費者不公的事項。

主管機關得於必要時定期派員檢視業者定型化契約，違反規定且未改善之業者將處以新台幣 3 萬至 30 萬元之罰款，若主管機關警告後仍拒絕改

正，罰款將提高為 5 萬元至 50 萬元。

交易網站上面的品名、價格、內容、規格、型式等資訊均視為合約之一部分，且須揭露運費及分攤方式，若未揭露，則視為業者須提供運送服務。另消費者享有 7 日內無條件解約權，無須負擔運費。

業者需揭露事項包括：公司名稱、負責人、地址、電話或電郵等聯絡資訊、商品或服務內容、付款日期、付款方式、運送日期及方法、退貨方式及期限及消費申訴方法。透過網路之交易，須允許消費者儲存交易資訊。

臺灣預計會有 6 類商品服務排除適用 7 日無條件解約期：1、商品容易腐敗，具有相對短的保存期限，或解約日期接近保存期限；2、消費者訂製的商品；3、報紙、期刊、雜誌；4、已被消費者拆封的影音產品或電腦軟體；5、立即下載之數位內容、應用軟體、消費者已事先同意喪失解約權之線上服務；6、已拆封之個人衛生產品。主管機關得檢討擴大適用範圍，例如航空機票將研究國際範例後再決定之。

臺灣也遵守 OECD 電子商務綱領之 10 個基本原則，包括透明度、有效保護、交易公平、廣告、行銷方法、個資保護及交易安全等。

業者有義務採取措施，以確保消費者了解自己的權利和義務，並應在交易的最後程序中提供機會，讓消費者確認購買意願或取消。業者應採用安全及便利的付款機制，金融機構應盡力採取適當措施，幫助消費者解決商品未送達、未經消費者同意之交易、或其他商品瑕疵所產生之爭議。若消費者在寬限期內解除契約並退回貨物，並應立即退還款項。

題目：歐盟電子商務及消費者保護：重要法規架構及體制

報告人：比利時魯汶大學教授 Evelyne Terryn

歐盟電子商務發展並未達成效益，只有 7% 中小企業從事跨境銷售，原因之一為跨境經商必須瞭解當地法規，其次為消費者對於跨境購物仍缺乏信心。

歐盟大部分電子商務重要法規都已經作了調和，但並非全部完成。歐盟在特定領域會訂立法規的最低標準，但各會員國仍可制訂更嚴格的法規。消費者權益指令目前已完全整合，但各會員國仍可就特定議題有所差異（例

如消費買賣規則)。另一個歐盟銷售法規的替代規劃建議案，可以讓業者自願參與，但目前尚未獲得歐洲議會的同意。目前也還沒有時間表，儘管如此，但仍盡力在推動銷售等相關領域的整合。因為，一般普遍都認為，消保法規差異，是影響電子商務的一個障礙。

歐盟將於今年導入法規建議，以利企業及消費者訂定跨境數位合約，並於 2016 年進行消保合作法規之檢視，線上軟體有關法規目前仍未完成整合。數位內容之整合歐盟仍在研議中，另針對以地理位置所採取禁止存取、不同國家不同價格之價格歧視等行為，也將納入討論範圍。

歐盟有許多消保工具已經進行整合，例如，不公平商業行為指令（2005/29/EC）及誤導及比較廣告指令（2006/114/EU）。另依據消費品保固指令（99/44），全歐盟銷售的消費品都能享有最少 2 年之保固。

歐盟不公平契約條款指令（3/13/EEC）可以保障消費者免於不公平條款之戕害，消費者權益指令（2011/83/EU）要求產品必須於 30 天內送達，個人資料保護指令（95/46/EC）則規定個人資料保護之一般通則，也確保不被垃圾郵件侵害，以及有 14 天無條件解約之猶豫期。雖然歐盟已就特定消費者權益進行整合，但對於如何處罰卻是由各會員國自行決定。

就消費資訊揭露部分，業者必須在消費者完成簽約前提供完整資訊，以利消費者做明智選擇。相關資訊包括產品與服務之主要內容、業者資訊、總價款、付款資訊、運送、效能、保固期限、數位產品之內容及相容性、訂購程序、及如何取消或修改訂單等。此外，必須提供退貨的標準格式，以利消費者於 14 天內進行退貨或取消交易。

在契約方面，必須在確認訂單前提供摘要內容，且提醒消費者於按確認之後必須支付產品或服務款項，業者如未提供確認鍵，消費者可以主張不受合約之約束。

數位內容相關規定則較複雜，消費者於線上開始下載歌曲、影片或軟體前，須被清楚且充分告知即將喪失退貨之權利。消費者仍保有退貨的權利，但須就已完成服務的部分付款。

歐盟規定必須於 14 天內完成退款，不得以禮券型式退款，且不能減損

原價值。消費者可以做必要的檢視，例如，試穿網路購買的衣服或試看電視。其中仍有部分灰色地帶必須處理，例如床，消費者可以用什麼方式或多久的時間進行合理的檢視？歐盟提出 13 項合理例外清單以平衡業者及消費者的權益，包括易腐敗產品及客製化產品等等。

歐盟規定消費者必須於 30 日內收到商品（允許部分例外），運送期間之風險由業者負擔。但歐盟也規定，退貨之運費係由消費者負擔。

除須揭露商品服務之全部費用外，不能有隱藏費用，也不得附帶其他額外服務及收費。例如，購買機票時，不能以預選欄位的方式附帶保險及收費，只能由消費者自行選購。

歐盟依據 2006 年制訂的消保合作法規定，會員國會就特定議題，就違反消保法事項同時進行掃蕩及調查工作。過去曾就航空業進行聯合調查，並取得相當豐碩的成果。

儘管歐盟已有許多保護消費者的有效措施，但仍有許多挑戰待解決，例如法規體制及執法方面之整合依然不足。例如，許多商品未送達仍有許多申訴案件，顯示這方面仍有待加強處理；此外，目前對於數位產品之法規依舊不適當。因此，歐盟數位單一市場策略計畫，將就相關問題列為重要目標。

題目：我國電子商務隱私保護推動現況

報告人：經濟部商業司專門委員張峯源 博士

根據電子商務市場研究公司 eMarketer 推估，亞太地區已超越歐美成為電子商務最大市場，並持續成長。台灣電子商務市場近幾年亦持續成長，預估 2015 年的年成長率預估約 13%。

然而網路詐騙事件是我國電子商務發展所面臨最大的隱憂。警政署刑事警察局設立 165 反詐騙專線提供民眾通報詐騙案件，最常發生的網路詐騙類型為「ATM 詐騙」以及「網路拍賣詐騙」。

由於電子商務網站有大量個資，已成為駭客攻擊竊取的目標，詐騙集團與駭客合作竊取網路購物訂單資料，掌握了購買者姓名、電話、購物商品名稱、金額以及購買時間，因此能夠藉由詐騙話術取信被害人，詐騙集

團最常利用電子商務網站客服人員下班時間進行詐騙，使被害人無法求證而受騙。

網路 ATM 詐騙案件常見的手法為：受害者上網購買商品後，接到自稱為賣家客服人員的電話，謊稱誤設成 12 期分期付款，需操作 ATM 提款至安全帳戶。被害人信以為真前往操作 ATM 提款機，則會上當受騙產生財產損失。歹徒亦常利用釣魚網站，竊取用戶的帳號密碼後盜用帳戶。

為敦促業者防範個資外洩，主管機關提供三階段的協助改善措施，包括實地訪視、資安協處以及行政檢查。對於發生個資外洩的業者，採取輔導及查核，促使業者管理階層重視並進行改善。首先，經濟部會派員前往實地訪查，了解業者對於個資保護級資安防護之作為，並提供改善建議。並依據業者需求，提供資安技術服務，協助業者檢測可能之資安問題，並要求業者改善。

針對重大或特殊案件，經濟部會召集委員辦理行政檢查，要求業者說明改善作法及方式，檢查不通過者將要求於一定期限內改善，若業者未於期限內改善，則會建議裁罰，在正式裁罰之前會讓業者陳述意見。

上述行政輔導及檢查措施，主要是要喚起業者管理階層對於消費者個資保護的重視。大部分業者個資外洩的情況已有明顯下降。

網路詐騙隨著科技進步，型態日新月異，不曾終止，但基於保護電子商務消費者權益，經濟部將運用輔導及查核兩政策工具，持續電子商務資安升級。

第一場 綜合討論

就臺灣之消費爭議處理部分，陳簡秘回應表示，消費者可以選擇透過地方政府相關單位、消保官或消費調解委員會處理爭議，如未能妥善解決，消費者可向法院提起訴訟，並希望多向歐盟學習相關經驗。

聽眾詢問線上遊戲問題，有些玩家花費巨資玩遊戲，但業者經常在未事先告知下即修訂契約條款，並要求消費者全盤接受相關條件。然而，某些遊戲業者位於國外，根本難以執法。陳專委回應表示，目前有線上遊戲定型化契約，業者必須充分揭露，消費者同意後必須承擔後續的結果。就

駭客問題，消費者必須保管本身帳號密碼，如有發生應儘速通報警察機關。至於跨境爭議問題，有待主管機關與各業者加強合作處理。

Dr Terryn 表示歐洲也有類似的遊戲問題，消費者只同意某些事項，卻在其他事項被收費。然而，遊戲業者與其他線上服務提供者一樣，必須遵守相同的規範，例如廣告免費，就必須真正免費，否則就是不實廣告。此外，業者須獲得消費者明確同意才能收費。

就部落客發表類似獨立的評論，而實質上卻是收費廣告的問題，歐盟目前尚無有效的解決方案，雖然歐盟法規要求業者必須移除不實報導或評論，但總結仍無有效的方法。

有關提升消費意識宣導問題，臺灣是透過各主管機關進行宣導活動，例如教育部透過學校教育以及老年人之教育，宣導消費者保護觀念。

有關社群網站消費者權益問題，Dr Terryn 表示社群網站的資料使用問題已廣為討論，雖然社群網站仍須遵守不公平契約條款相關規定，但消費者權益似乎無法適用於免費的服務類型。

歐盟正在檢視 C2C 業者（例如 Airbnb）之相關法規，陳專委表示，消費者保護必須注意到電子商務之各種經營類型，包括分享經濟方面。

第二場 網路交易之管理與實務

主持人：魯汶大學副教授 Stefaan Voet

題目：歐盟線上交易及支付（含行動商務）之管理實務

報告人：Ms Guna Dirveika, 拉脫維亞金融及資本市場委員會資深法律顧問

Dirveika 法律顧問就歐盟線上支付有關的法律架構作簡單介紹，包括支付服務指令(2007/64/EC, PSD)、電子錢指令(2009/110/EC, EMD)、歐洲央行行動支付安全建議書(2013ECB)、歐盟金融機構網路支付安全綱領(2014EBA)及支付服務新修正指令(2015、PSD2)。

金融服務法規歐盟各國並無太大不同，PSD2 是就 PSD 無法適用於新型態服務的部分進行修正，儘管歐盟各會員國的基本要求都一樣，但各國的相關規定可能更為嚴格，包括重新檢視網路及行動支付的安全基準等。

歐盟指令並未規範所有的支付方式，目前只是聚焦於歐盟境內的支付。

對於涉及歐盟境外的支付，可能會有不同的支付規定。

PSD2 也適用於第三方支付平台或支款啟動服務 (payment initiation service (overlay service))，可以允許網路商店的客戶啟動快速支付機制。付款過程中可能會涉及許多的中間業者，而消費者不見得會知道，因此新規定要求相關付款服務提供者 (payment service providers) 須負起相關責任。當消費者有問題時，只需要連絡她自己的付款服務提供者 (一般為銀行) 就可以，其他業者須各負相關責任。

第三方支付業者雖然未直接處理付款，但仍須依規定保護所擁有的個資。目前對付款服務提供者有較多的付款基本要求，第三方支付提供者可能並未保存敏感個資，但須事先獲得消費者及銀行的同意，始得移轉其個人資料。過去銀行不見得會瞭解像是一般消費者的中介平台業者，新規定則強制要求進行揭露。任何帳戶資訊服務提供者都必須納管，與其他處理個人資料的金融服務提供者適用同樣的安全要求。

歐盟的行動支付都已採用相同的規範，所有電子支付均已涵蓋。目前歐盟金融機構(EBA)的安全準則包含較強的客戶授權，但並不包含行動支付。對行動支付的較強安全規定未來將會導入，其目的為兼顧個資保護且不嚴重妨礙行動商務的發展，該修正準則已移送 EBA 參採。總之，歐盟已有個資保護規範，並適用於行動商務，主要目的為確保民眾帳務安全。

未來將會加強監管措施，因為各會員國未來將加強管制跨境資訊透明及責任等議題。EBA 的未來標準將更強調事件報告、監視及相關技術標準，監管人員將被要求強化以風險為基礎的相關因應措施。

關於未預期付款部分，例如凍結信用卡資金之行為，新規範規定，帳款服務提供者必須確認消費者已事先知悉並同意，此外，資金必須於客戶及銀行收到收據後立即解凍，服務提供者必須就客戶之申訴，提供單一窗口之服務。

消費者有權要求無條件直接以歐元扣款轉帳，若消費者未授權該項交易，有權要求支付服務提供者立即退款。至申訴程序也有清楚規範，服務提供者須提供消費者相關連繫資訊，並告知需多久進行申訴調查及處理。

題目：臺灣對網路交易之管理

報告人：行政院消費者保護處王參議淑慧

網路交易因可達成便捷、快速的時代需求，已成為現代人不可或缺的消費型態，而隨著網路購物市場規模的迅速成長，也使消費爭議案件日漸增多；在網路交易買賣雙方資訊不對稱及跨境爭議處理的法制困境下，我們的政府依消費者保護法規定進行相關的「行政改善措施」。

依行政院消保處建置的線上申訴系統統計結果，申訴案件較多者為「3C數位及電腦等周邊產品」、「商品瑕疵」及「拍賣網站等網路平台業者」。我們即針對類此爭議案件較多的問題，依消保法及相關規定進行行政監督及指導。

如就 APP 程式內購買 IAP 問題，蒐集國外消費資訊及國內使用智慧型手機、線上遊戲的消費爭議，召開會議請主管機關國家通訊傳播委員會督促電信業者，就其經營 APP 市集等各項增值服務，強化線上「風險控管」、「交易安全」及請平台業者「充分揭露消費資訊」。

另就「網路平台業者」之廣告管理、網路交易之安全維護、個資保護、詐欺防制，及業者之網頁管理等進行政監督：請經濟部針對電子商務平台業者制定「電子商務網路平台交易安全規範」，訂定線上交易安全驗證的管理項目，建議業者在線上交易網頁採行較高的安全驗證機制。另本處也召開會議請各主管機關依個資法規定研訂個資檔案安全維護計畫及辦法，明訂網路交易平台業者遇有個資外洩時，應即時通知消費者個資外洩之事實、業者因應措施，及提供諮詢服務專線等。而內政部警政署 165 反詐騙網站也積極促使業者改善資安環境，與臺北市府消保官合作處理個資外洩衍生的詐騙案，以及加強反詐騙宣導。又本處參考歐盟禁止網路購物預設勾選付費服務之規制，召開會議請民航局研議比照歐盟取消預設勾選附加服務之妥適性、要求業者充分揭露購票程序及建立防呆措施，讓消費者錯登時可及時更正；民航局已促請有預選付費服務之低成本航空公司，落實資訊充分揭露及提供便利的取消預選方法。

最後，由於網路交易多涉及跨境消費爭議，惟因涉及「行政法規管轄權」問題，我國法規無法對外國之網站或業者發生效力，以致有遠距跨境

爭議之處理成效難以掌握的困境，希望藉此研討會，能吸取歐盟對非歐盟地區之跨境消費爭議處理的經驗及成效。

題目：晚近我國個人資料保護法制及臺灣個人資料管理制度（TPIPAS）之發展

報告人：資策會科法所邱主任映曦

我國個人資料保護法（簡稱個資法）於 2012 年 10 月 1 日生效後，公務及非公務機關就個資法相關規範，尤其是組織內部如何建立管理機制已有一定程度的落實。於法制面，各目的事業主管機關已陸續通過依個資法第 27 條授權訂立之特定事業個人資料檔案安全維護計畫相關辦法；以電子商務而言，經濟部商業司亦於今年通過施行「網際網路零售業暨網際網路零售服務平台業個人資料檔案安全維護辦法暨業務終止後個人資料處理方法作業辦法」。

於制度面，為協助國內產業建制內部個人資料管理制度，以符合法令要求並降低風險，我國於 2011 年也參考各國相關制度標準之制定，由經濟部商業司委託資訊工業策進會建立了臺灣個人資料管理制度（TPIPAS），經歷試辦後正式於 2013 年開放各行業導入並申請驗證，驗證通過並會發給資料隱私保護標章(dp. mark)。此制度目前通過驗證之單位亦已涵蓋國內知名之電子商務平台、連鎖加盟業、資訊服務業、百貨零售業及金融機構等。並已有 9 家登陸之輔導廠商，且於 2014 年開放外部驗證機構，已有 2 家外部驗證機構進入驗證服務。在 2015 年個資法相關子法大幅公告之情況下，透過內部管理制度的建制及 dp. mark 標章的對外展現，將能有效協助事業平衡個資之內部的流程與風險管理，提升消費者信賴及個資合理的應用。

題目：相關訂票系統之比較

報告人：台灣亞瑪迪斯劉總經理家輝（Mr Daver Lau）

目前全球有 1000 多家的航空公司，訂票及售票系統相當複雜，當旅客在搜尋及線上訂票時，最重要的議題是：

透明度：表列的票價是否含有隱藏的額外費用？

中立性：搜尋的結果是否中立？是否包含飛航該路線的所有航班？為何同

一班機卻有不同價格？

品質/完整性：航程及票價是否還存在？還有空位嗎？

歐盟就旅遊市場有透明及中立法規，對於該市場有正面的導引效果。例如，航空公司公布的票價，必須包括稅金及無法避免的相關費用在內，而且搜尋的結果必須對所有參與的航空公司保持中立。

電腦訂位系統(CRS)是一個有效率的配售平台，可以中立透明的方式，提供各式各樣的選擇及價格比較，讓旅客有效率的訂票。訂票範圍包括機票、飯店、鐵路等，過程均秉持透明、中立，提供最新的價格及是否有空位等資訊。因此，在 CRS 上面看到的資訊跟買到的會是完全一樣，也可以展開細項價格。

旅遊通路產業的變化很快，新型態的分散通路平台快速成長。該平台主要由廉價航空業者所採用，但目前一般航空業者也逐漸採用，但分散式的通路產品消費者不易作比較。此外，因為消費者逐漸重視評價網站的意見，也影響服務供應者的一些行為。其正面影響是可以促進業者提供更多元的產品及服務。而其負面影響為，新的業者導入全新經營模式，影響產品的透明度及中立性。

總結認為，歐盟的法規對於消費者保護雖已建立很好的基礎，但仍須就透明度、中立性及業者公平競爭等方面加強執法。就此來說，CRS 系統相對較能兼顧透明、中立及提供全面性的產品服務，而新的技術雖可以提供客製化的服務，但卻衍生如何確保透明及中立性的新挑戰。

題目：臺灣網路交易產業實務經驗

報告人：康迅數位整合股份有限公司林總經理坤正

就其經營公司所面臨的法規環境而言，臺灣的個人資料保護與日本一樣嚴格，但實務執行上並未完全落實，因為不法之徒可以鑽法律漏洞欺騙消費者。舉例，詐騙集團只需要入侵少數個資料庫取得個資或交易資料。他建議消費者應多提高警覺且積極主動，例如經常改變他們的密碼。此外，廠商不願意透露有關資訊安全漏洞的信息，但政府應強制披露這些事件。

消費者保護仍有許多地方有待加強，例如，發行禮券的公司若倒閉了

會發生哪些事情？像百貨公司般的大型公司比較會遵守法律規範，但是小公司卻不會守法。此外，台灣對於販售菸酒仍然有許多限制。

第三方支付業者已經成功的扮演平台角色，解決買賣雙方都不認識的交易問題。但也有部分副作用，例如不法行為。由於臺灣的法規相當嚴格，以致於第三方支付服務業者發展落後，營運相當困難。建議，政府官員應實際去網路購買物品，以獲得第一手經驗及面臨問題，才能夠進行必要的法規制度改革，以及讓業者改善其服務。

第二場綜合討論

就如何保護網路個資問題，林先生認為任何傳到網路上的資料或傳到他人手上的資料都有可能會被公開。因此，任何不想被公開的資料，都應避免放到網路上。

關於群眾募資問題，歐盟尚未統合法規，只有英國及愛沙尼亞有特別法規，其他國家還在討論中。目前歐盟認為還沒必要在一般法中加以規範，因為群眾募資與信用及投資有關，不是第三方支付的範圍。

有關台北市政府與 Google 之前線上下載 app 是否適用 7 日猶豫期，總結認為業者若能充分揭露付款資訊及提供試用期間予消費者，當能減少爭議發生。

第三場 網路交易之消費爭議處理

主持人：行政院消費者保護會吳委員瑾瑜(國立政治大學教授)

題目：網路消費爭議案例之處理與評析

報告人：行政院消費者保護處王簡任消保官德明

在進入 21 世紀此時，由於資訊及通訊技術所帶動網路蓬勃發展，我們生活及周遭正面臨急速的變動。隨著網路無時間性、地域性的限制，網路已成為廣大民眾聯繫與溝通的重要管道，幾乎每位民眾都會利用網路溝通資訊，甚至利用網路進行交易，網路已不僅成為傳遞資訊及獲取訊息最佳的工具，也成為人們進行交易重要管道，只要有網路存在，人們只要動一動手指頭，就能很輕易與數十、數百甚至數千或數萬公里以外的人進行交

易，網路交易不僅對於商業交易的模式起了革命性的巨變，也帶動經濟模式，不只是大企業大財團必須注意，更是替網路微企業開拓另一經營方式，讓企業節省銷售、採購及固定成本，也為消費者帶來方便的選擇方式。

網路交易的高度發展，不僅帶來鉅額利潤，也帶來眾多消費爭議，雖然提供消費者便利的購物環境，但是在另一方面也對消費者保護產生新的挑戰，例如網路詐欺、網路交易安全、網路隱私權保護、網路跨國境消費爭議及國內網路平台管理等議題，如果沒有妥適處理前述問題，有效保護使用網路的消費者權益，將使網路交易理想成為消費者噩夢，因而積極建立可以運作、公平及有效的爭端解決機制的方式，已成為當務之急。

題目：歐盟消費爭議處理機制：新 ADR 及 ODR 機制

報告人：比利時魯汶大學副教授 Stefaan Voet

依據歐盟 2015 年消費記分板顯示，59%的 B2C 業者仍未以電子商務銷售，因為他們都只作當地市場（只有 12%營業範圍及於其他會員國，另 14%營業範圍及於非歐盟會員）。儘管網路購物人口持續成長，只有不到 15%的消費者向其他歐盟會員業者購物，不到 10%消費者向歐盟以外國家網路購物。

問題的核心為消費者缺乏信心，61%消費者對國內購物有信心，但只有 38%信任國外的業者。據調查若消費者有信心從歐盟各會員國選購需要的產品，可以節省 117 億歐元的支出，但消費者卻喪失此良機。小企業若想在其他國家販售商品，必須額外支出 9,000 歐元以符合當地的法規規範，如果全歐盟都採用相同的電子商務法規，57%的業者願意對他會員國提供服務，這也是歐盟數位單一市場計畫的重要目的之一。

提升消費者信心的方式之一，就是建立有效的爭議處理機制，尤其小額交易不值得採取法院訴訟解決。2013 年 5 月 21 日歐洲議會新修正的替代爭議處理機制指令（Directive on Consumer ADR）提供法院以外處理爭議的方法，同日通過的線上爭議處理法規（Regulation on Consumer ODR, 524/2013/EU）則要求建立泛歐盟地區的線上爭議處理平台。

ADR 指令係規定透過法院以外之機制，進行歐盟境內及跨境交易所滋生

爭議之處理程序，透過 ADR 機制，促進買賣雙方尋求解決爭議之可行方案。目前 ADR 的認知仍不足（並非所有產業都適用），標準及程序也尚未完全整合（歐盟境內有 750 個 ADR 機制，各自有不同結構及名稱）。

指令只是訂定整體的預定目標及要達成的品質標準，同時標準及程序都有一定的品質標準，各會員國可以自行決定如何執行。例如，ADR 必須可以透過公開的網站進入並公布年報，其程序必須便於民眾使用或免費，且須於 90 天內結案。

比利時已成立名為消費調解中心的 ADR 機制，由 6 位消保官員擔任委員，有一個單一入口網站，提供 4 種語言便利民眾進行線上申訴，申訴案會直接傳送給進行 ADR 的機構處理。該項服務僅提供爭議案件之調解，如調解未成立，可以提供建議書。對於不公平之業者，也可以公布廠商名稱及予以譴責，消費者可以再向法院尋求救濟。

ODR 法規是處理歐盟企業及消費者間，因線上購物產生之交易糾紛，藉由 ADR 指令所列名之機構，採取法院以外之爭議處理措施。ODR 僅能適用於線上交易產生之糾紛，全部的處理程序都在線上完成，只有已參與 ADR 的機構可以使用 ODR 平台處理糾紛，ODR 平台目前正在測試當中，預計於 2017 年對外公布，作為業者與消費者間不經由法院之線上爭議處理單一平台。該平台可以全部的歐盟官方語言使用，各會員國都將建立 ODR 的聯絡窗口，彼此交換相關資訊。

欲適用 ODR 系統必須先填報電子申訴表格，相關資訊將作為判斷哪個 ADR 機構較適合處理該申訴案。當事的雙方都必須同意由同一 ADR 機構主政才可以做後續處理。

申訴表格將進行翻譯，並傳送到對口的國家，這也是最大的一項挑戰。以比利時聯邦公眾服務中心的申訴系統（Belmed）為例，它是一個法庭以外的消費爭議處理機制，藉由獨立的 ADR 機構促進買賣雙方達成和解。業者、消費者或是法律上適格的代理人都可以提出申訴，當申訴表送出後，會自動分派給適當的 ADR 機構。與 ODR 規定不同的是，參與 Belmed 機制的業者及消費者，無須就主政的 ADR 機構表示是否同意，該項機制頗受業界

歡迎。

Dr Voet 總結認為，建立 ADR 及 ODR 平台固然是好事，但重要的是要整合 ADR 及 ODR 之法規執行體系，以有效處理糾紛。

題目：跨境爭議處理之相關研究報告與探討

報告人：東吳大學法律系余啟民教授

由於電子商務交易額逐年增加，相關法令有諸多變革，因此有需要建立爭議處理機制。台灣目前有政府、自律及共律等 3 種爭議處理機制。自律部分如網路消費者協會、臺北市電子商務協會及旅行業品質保障協會。共律部分如證券投資人及期貨交易人保護中心。

目前相關的法規修訂及建立消費者保護平台相當困難，比利時的經驗相當值得參考。尤其建立爭議處理平台所需的資金來源相當重要，需要跨部會的合作始能完成。此外，應鼓勵業者自行建立爭議處理機制，大型的電子商務業者更應積極推動爭議處理平台，並於建置好後加以推廣，以優質服務杜絕不肖廠商，但目前的問題是沒有廠商願意出來踏出第一步。

總結認為，修改當前的法規相當困難，此外要建構消費者保護平台時，宜參考歐盟等國家之發展經驗。

第三場綜合討論

與會人員詢問，若業者對消費者申訴未妥善處理該怎麼辦？王消保官表示，依據新修訂之消保法，若業者未加以改善得處以罰款。此外，政府機關按季公布爭議案件數量及相關數據，也會對業者造成壓力。

就歐盟 ODR 平臺問題，Dr Voet 說明 ODR 平臺機制相當嚴格，僅能藉由符合歐盟 ADR 指令要求的機構進行，各會員國政府機關有責任審核所轄 ADR 機構是否合格，有問題的 ADR 機構也會被移除。以比利時為例，仍有許多產業尚無合格的 ADR 機構，有不少機構或零售商正積極籌設其所屬產業的 ADR 機構，因為他們不希望自己產業的爭議案件，卻由不相干的 ADR 機構進行調解。

余教授另指出，台灣若能設立 ADR 機構是好事，但仍須就中國大陸電子商務業者產生之爭議尋求解決之道。

閉幕典禮

貴賓：行政院政務委員蔡玉玲

蔡政務委員致詞表示對此研討會有很深期待，因網路對我們的生活及產業有很大衝擊，產業暨機制必須快速反應，政府、企業、消費者及消保團體必須共同合作，才能因應網路世界帶來的衝擊。網路一項特性是跨產業，而原本針對實體產業制定的應記載及不得記載事項，在網路交易時是否一體適用仍有待討論。此外，目前的共享經濟，其中一項重要議題是它到底屬於何種產業？因為網路上許多都屬於跨產業，跨產業就會有跨部會問題，網路環境中就會找不到主管機關，有待專家及政府機關共同討論。

網路交易另一重要議題是跨國界特性，行動商務也同樣有金額小、數量多的特性，因此消費糾紛發生時，如果能藉由 ADR 及 ODR 快速有效的解決，對於網路交易的健全發展一定有幫助。個人資料保護也是網路交易的一項重要議題，例如目前流行的雲端安排，個人資料上網後往往無法得知之後的去向，也存在跨境傳輸問題存在，需要跨國協調合作處理。因此，網路帶給我們全球的市場、機會以及便利，也突顯各國必須加強合作，以快速解決所產生的問題。透過今日會議不斷的溝通及協調，將有助於未來健全相關機制，相關意見將作為我們政策推動的參考。