

行政院消費者保護會 112 年 8 月 30 日第 83 次會議通過

行政院 112 年 9 月 26 日院臺消保字第 1125019400 號函頒實施

113-114 年度消費者保護計畫

行政院消費者保護處 編印

112 年 8 月

113-114 年度消費者保護計畫

一、前言

我國消費者保護法（以下簡稱消保法）第 1 條開宗明義揭示立法意旨為：「保護消費者權益，促進國民消費生活安全，提昇國民消費生活品質」。為達成該意旨，同法第 3 條規定政府應實施相關措施。另同法第 6 條規定，消費者保護主管機關，在中央為目的事業主管機關，在直轄市為直轄市政府，在縣（市）為縣（市）政府；第 41 條規定，行政院應研擬、修訂消費者保護計畫、檢討其執行成果，以及審議各主管機關消費者保護方案暨其執行之推動、連繫與考核。

據此，行政院消費者保護處（以下簡稱行政院消保處）研訂 113-114 年度消費者保護計畫（以下簡稱本計畫），列計 9 大目標及 66 項具體措施為主軸，俾供各中央主管機關（以下簡稱各主管機關）研擬消費者保護方案與執行。

二、國內外消費趨勢

（一）國際消費趨勢

在網路科技快速發展與應用下，民眾對於網路依賴度呈現遽增狀態，進而與網購交易安全、消費詐騙、社群媒體影響力行銷及對網路平台之調查等相關網路消費議題，已成為國際間密切關注與重視之新興消費焦點。

復於關注網路宅經濟消費之際，永續消費議題也同步受到重視。禁止不實環保商品之宣稱、減少資訊產品垃圾、禁用塑膠吸管、商品維修權及能源永續等議題之提出與重視，亦是國際間對於永續消費生活之省思與回應。

當然商品安全之維護、廣告不實之禁止及個人資料保護等消費基本議題，各國仍持續關注；又有關特定族群易產生之

消費困惑議題，例如高齡者對於契約內容之認知、兒童不應受數位媒體隱藏廣告之引誘等，以及先買後付等新型態信貸消費之興起，亦為近來國際間關切的重要消費議題。

為與國際消費發展與趨勢接軌，上開消費安全、永續消費及數位經濟帶來的資訊透明充足性、契約衡平性與個人資料之保護等國際間關切之消費議題，亦應是我國各主管機關所應關注與重視之課題。

(二)國內消費趨勢

在國內消費情勢部分，從 111 年度消費申訴案件統計資料前 3 名「線上遊戲類」、「運輸類（線上美食外送）」及「服飾、皮件及鞋類（線上購物）」以觀，均與網路消費密切相關，因此，如何預防網路（含社群媒體）消費衍生之消費糾紛或消費詐騙，是各主管機關不容忽視的議題。

除了網路消費議題外，國人在面對食品安全、美食外送平台額外收費、商品不當行銷或環保宣稱等輿情媒體關切度高之消費事件下，所期待之食品（商品）安全、不當勸誘行銷之禁止、消費資訊正確充足、契約公平及永續消費之消費生活，亦是各主管機關在建構提供消費者友善安全衡平的消費環境時，所需嚴肅面對的課題。

三、九大計畫目標

本計畫參照消費者保護法、「消費者保護基本政策」、「電子商務消費者保護綱領」、「消費者保護-推動永續消費政策綱領」、「高齡者消費生活保護政策綱領」、本院年度施政方針及國內外消費者保護政策與趨勢等，研提九大計畫目標如次：

- (一) **確保食品、商品與服務安全及品質**：食品、商品與服務之安全及品質，為消費者保護業務推動優先關注之課題。各主管機關應持續掌握問題成因，透過法令檢討、建立機制

與加強查核及教育等手段，減少不安全商品與服務及強化保護作為，以保障消費者的身體健康及生命安全。

- (二) **消費資訊充分、正確及透明**：企業經營者本即負有致力充實消費資訊，例如公開誠實標價、廣告或標示資訊真實等，提供消費者運用，俾採取正確合理消費行為之義務。為督促企業經營者確實履行，避免企業經營者提供不實資訊或隱匿重要交易資訊誘導行銷，各主管機關應加強管理與查核，促使業者提升消費資訊之正確性，保護消費者權益。
- (三) **促進交易自由與公平**：在自由競爭市場，部分企業經營者為追求利益，於其定型化契約中，定有例如拆封後無法辦理退貨、貨物出門概不退換等定型化契約條款，藉以排除消費者檢查商品、瑕疵擔保請求權之行使，損害消費者權益。爰基於交易自由與公平、消費者福祉及兼顧經濟發展，各主管機關應進行適度的管理，持續檢討增修(訂)相關法規及管制措施，並落實執行，以維護消費者權益及市場交易秩序。
- (四) **持續推動永續消費**：參酌「聯合國2030永續發展目標」、「臺灣永續發展目標12-推動永續消費與生產模式政策」，以及國際間對於不實環保商品宣稱、減少資訊產品垃圾、塑膠吸管禁用、能源永續及商品維修權之重視等，均可見永續消費的重要性。是以，各主管機關應致力於產品生命週期中減少物質、能源及自然資源的使用，降低廢棄物及污染的排放，以及具有可回收再利用性質，以避免造成環境負面影響而危及現在及未來世代消費者的生命、身體、健康與財產。
- (五) **健全數位消費環境**：面對國人數位消費增加所帶來的數位消費議題，例如數位市場之監理與執法、網路平臺之輔導、管理、數位消費安全(個資保護、資安防護)之認知等消費者權益保護議題，均有賴各主管機關體察當前社會發展及消費趨勢，強化相關議題之研究與監管。

(六) 強化消費者諮詢及爭議之處理：

為預防消費者受害、保障消費者因消費商品或服務遭受損害之求償權利，各主管機關應積極定期進行消費爭議案件之統計分析，檢討爭議緣由，以防範於未然。復為因應數位網路購物衍生跨境消費爭議之需求，各主管機關亦應研議推動跨境消費爭議處理機制之建構。

在面對重大消費爭議案件處理上，各主管機關除應秉持事前積極採取有效防範策略、建立或修訂重大消費事故作業流程及賠償機制，事發後亦應即時採取措施介入處理，積極作為，避免引發社會大眾不安或導致對消費環境之不信任。

(七) 重視特定消費族群權益：111—112年度消費者保護計畫中，已就兒童及少年、高齡者、新住民、原住民等特定消費族群，研訂相關計畫目標與具體措施。為持續維護其消費權益，各主管機關仍應瞭解特定族群之消費特質，研議消保相關措施，加強維護其消費權益。

(八) 消費者教育之推行：為提升消費者自我保護能力，並讓消費者、企業經營者、消費者保護團體等能更充分了解認識消費者保護真意與精神，各主管機關應透過多元化的教育宣導與相關作為，以期達到消費知能之增進。

(九) 擘劃因應新興消費議題及行政監督：參考國家發展政策、社會經濟發展及國際消費發展趨勢，各消保主管機關間除應強化合作監督與協調，以及加強國際合作交流外，並應體察當前社會發展及消費趨勢，強化相關議題例如預購集資消費、遏止線上服務暗黑商業模式等之研究，事先研擬制定前瞻性之短中長期消保相關規劃與措施，以保障消費者權益。

四、具體措施

為利各主管機關研訂「113-114 年度消費者保護方案」，爰依據計畫目標與實施策略，研訂本計畫之 66 項具體措施如次：

(一) 確保食品、商品與服務安全及品質

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。
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。
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。
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。
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。
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。
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)。
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。
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。

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。

(二) 消費資訊充分、正確及透明

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。
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。
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。
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。
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。
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)。
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。

(三) 促進交易自由與公平

A. 促進公平交易

- (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。
- (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。
- (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。
- (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。

- (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。
- (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。
- (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)。

B. 促進自由公平競爭及合理價格之維持

- (1)促進消費者獲得基本商品與服務之提供。
- (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。
- (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。
- (4)防制獨占、聯合、垂直限制形成之價格問題，並透過規範查核等手段促進自由公平競爭，以增進消費者的選擇權及利益。
- (5)針對有欺騙或誤導消費者之虞的定價行為(如隱藏費用或逐步加價)，加強規範及查處。

(四)持續推動永續消費

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。
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。
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。
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。

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)。
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。
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。

(五)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護等相關機制與措施。
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。
3. 輔導、管理網路平臺，強化資訊揭露及爭議協處。
4. 持續推動應用程式(Apps)之安全標章認證、資安檢測。
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護)之認知。

(六)強化消費者諮詢及爭議之處理

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。
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。
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。
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。
5. 落實重大消費爭議案件之資訊揭露與即時處理機制。
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。

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。

(七)重視特定消費族群權益

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。
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。
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。
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。
5. 兒童及少年消費生活保護相關措施
 - (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。
 - (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。
 - (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。

(八)消費者教育之推行

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。
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。

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。
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。
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。
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。
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。
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。

(九) 擘劃因應新興消費議題及行政監督

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。
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。
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。
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。
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。

五、編審作業及其他注意事項

- (一) 本計畫經提本院消費者保護會議通過後，以本院函送各主管機關據以研訂「113-114年度消費者保護方案」(簡稱消保方案)。
- (二) 本計畫每2年檢討修正，各消保主管機關消保方案應每年提報。
- (三) 請各主管機關依本計畫之9大目標及66項具體措施為年度消保方案之整體性研擬，並應依附件1表列之分工，納入機關年度消保方案中。各主管機關提報之消保方案請分「核心業務」與「非核心業務」二類。
- (四) 前項消保方案中所稱「核心業務」：
 - 1、係指各主管機關擬重要推行之消保業務，或具有媒體關切、民怨較多、地方政府重視之消保事項等。
 - 2、每項核心業務項目至少填列1-2項關鍵績效指標(KPI)
- (五) 請各主管機關依據本計畫附件2格式，擬訂「113年度消費者保護方案(草案)」(請依「核心業務」與「非核心業務」格式分別撰擬)，於112年10月16日前函報本院審議；至「114年度消費者保護方案(草案)」提報時程，本院將另函通知研擬提報。
- (六) 各主管機關為執行本計畫所訂之方案執行項目，應依權責確實預為編列相關預算。
- (七) 各消保主管機關研擬「年度消費者保護方案」應注意以下事項：
 - 1、各執行項目之研擬，不應侷限於現行法令規定，而應以政策及計畫目標，立於消費者立場及考量消費者之需要，研訂具前瞻性之執行項目，以有效達成本計畫之目標。
 - 2、上年度尚未完成事項，及歷年考核委員建議事項，應檢討納入。
 - 3、所列執行項目如有涉及地方消保主管機關(單位)相關業務，各主管機關應監督其辦理成效。

- 4、各消保主管機關研擬「年度消費者保護方案」時，請依所定格式，採用 A4、word 系統編輯，以利資料上網供各界下載。
- (八) 本計畫所列之各項策略與具體措施，如涉及數機關(含地方主管機關)，請各消保主管機關於研擬重點執行項目時，主動積極協調各相關機關(含地方主管機關)，俾使各項策略與具體措施皆得以落實並有效推動。若有分工不清或發生權責爭議時，各消保主管機關應依以往協調結論、審查及督考意見等進行修正，必要時提報本院消費者保護會討論。
- (九) 因應政府組織改造，尚未完成組織改造之機關單位，仍須依本計畫所訂時程研擬「年度消費者保護方案」，惟可於方案之備註欄註明「預定自○年○月起移撥○○機關」字樣。改制後之機關(含新設)，須概括承受原機關於消費者保護方案所列之措施與執行項目，並提報消費者保護方案(核心業務)至本院及持續積極辦理。
- (十) 本計畫於實施期間如有增(修)訂之必要，將於增(修)訂部分研訂完成後，請各主管機關將增修部分之具體措施納入「年度消費者保護方案」。
- (十一) 各主管機關如擬於「年度消費者保護方案」執行期間增(修)訂方案內容，請將增(修)訂部分函送本院審議。
- (十二) 本計畫未盡事宜，各主管機關仍應主動依消保法及相關法令規定，積極推動相關消費者保護工作。

附件 1

「113-114 年度消費者保護計畫」分工表

計畫目標與實施策略	具體措施	中央主管機關	備註
1. 確保食品、商品與服務安全及品質	(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。	內政部、財政部、教育部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、環境部、退輔會、通傳會及各主管機關	
	(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。	內政部、教育部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、退輔會及各主管機關	
	(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。	經濟部、農業部、衛福部、環境部及各主管機關	
	(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。	經濟部、農業部、衛福部、環境部	
	(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。	內政部	
	(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。	內政部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、環境部、退輔會及各主管機關	
	(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)。	內政部、教育部、經濟部、交通部、衛福部、環境部、文化部及各主管機關	
	(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。	內政部、財政部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、環境部、通傳會及各主管機關	
	(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。	內政部、教育部、經濟部、交通部、農業部、衛福部及各主管機關	
	(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。	教育部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、數位部、金管會、通傳會及各主管機關	

計畫目標與實施策略	具體措施	中央主管機關	備註
2. 消費資訊充分、正確及透明	(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。	經濟部、農業部、衛福部及各主管機關	
	(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。	內政部、財政部、經濟部、交通部、衛福部、退輔會及各主管機關	
	(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。	農業部、衛福部及各主管機關	
	(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。	內政部、財政部、教育部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、金管會、公平會、通傳會及各主管機關	
	(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。	各主管機關	
	(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)。	內政部、教育部、經濟部、農業部、衛福部、金管會、公平會、通傳會及各主管機關	
	(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。	各主管機關	
3. 促進交易自由與公平 A. 促進公平交易	(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。	各主管機關	
	(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。	內政部、教育部、經濟部、交通部、衛福部、數位部、金管會及各主管機關	
	(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。	內政部、教育部、經濟部、交通部、衛福部、金管會及各主管機關	
	(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。	內政部、教育部、經濟部、交通部、農業部及各主管機關	
	(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。	各主管機關	
	(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。	內政部、法務部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、數位部、金管會、通傳會及各主管機關	

計畫目標與實施策略	具體措施	中央主管機關	備註
	(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)。	內政部、公平會、金管會	
3. 促進交易自由與公平	(1)促進消費者獲得基本商品與服務之提供。	各主管機關	
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。	法務部、經濟部、農業部、公平會及各主管機關	
	(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。	經濟部、交通部、通傳會及各主管機關	
	(4)防制獨占、聯合、垂直限制形成之價格問題,並透過規範查核等手段促進自由公平競爭,以增進消費者的選擇權及利益。	公平會	
	(5)針對有欺騙或誤導消費者之虞的定價行為(如隱藏費用或逐步加價),加強規範及查處。	經濟部、數位部、公平會及各主管機關	
4. 持續推動永續消費	(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。	各主管機關	
	(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。	經濟部、農業部、衛福部、環境部及各主管機關	
	(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。	經濟部、交通部、衛福部、通傳會及各相關機關	
	(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。	經濟部、衛福部、環境部及各主管機關	
	(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)。	經濟部、環境部、公平會及各主管機關	
	(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。	內政部、經濟部、交通部、環境部及各主管機關	
	(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。	各主管機關	

計畫目標與實施策略	具體措施	中央主管機關	備註
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護等相關機制與措施。	經濟部、交通部、衛福部、數位部、金管會、通傳會及各主管機關	
	(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。	經濟部、交通部、衛福部、數位部、金管會、公平會、通傳會及各主管機關	
	(3) 輔導、管理網路平臺，強化資訊揭露及爭議協處。	經濟部、交通部、衛福部、數位部、金管會、通傳會及各主管機關	
	(4) 持續推動應用程式(Apps)之安全標章認證、資安檢測。	內政部、經濟部、交通部、農業部、數位部、金管會、通傳會及各主管機關	
	(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。	各主管機關	
6. 強化消費者諮詢及爭議之處理	(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。	內政部、經濟部、交通部、衛福部、數位部、金管會、通傳會及各主管機關	
	(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。	各主管機關	
	(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。	各主管機關	
	(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。	內政部、教育部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、文化部、數位部、通傳會及各主管機關	
	(5) 落實重大消費爭議案件之資訊揭露與即時處理機制。	各主管機關	
	(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。	內政部、教育部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、文化部、數位部、原民會、通傳會及各主管機關	
	(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。	外交部、經濟部、交通部、衛福部、數位部、陸委會及各主管機關	
7. 重視特定消費族群權益	(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。	內政部、教育部、經濟部、衛福部、金管會、原民會、公平會及各主管機關	
	(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	內政部、經濟部、交通部、衛福部、原民會及各主管機關	

計畫目標與實施策略	具體措施	中央主管機關	備註
	措施、標示(章)、消費環境與適切消費諮詢等相關服務。		
	(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。	內政部、教育部、經濟部、交通部、衛福部、金管會、原民會及各主管機關	
	(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。	各主管機關	
	(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。	內政部、教育部、經濟部、衛福部、數位部、通傳會及各主管機關	
	(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。	內政部、經濟部、衛福部、數位部、通傳會及各主管機關	
	(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。	內政部、經濟部、衛福部、數位部、通傳會及各主管機關	
8. 消費者教育之推行	(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。	各主管機關	
	(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。	教育部、法務部、經濟部、衛福部、數位部及各主管機關	
	(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。	各主管機關	
	(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。	教育部及各主管機關	
	(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。	各主管機關	
	(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	教育部及各主管機關	

計畫目標與實施策略	具體措施	中央主管機關	備註
	會、消費者保護團體或各類非營利組織等)實施消費者教育。		
	(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。	各主管機關	
	(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。	各主管機關	
9. 擘劃因應新興消費議題及行政監督	(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)，溝通策進相關消費業務的推動情形。	各主管機關	
	(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。	各主管機關	
	(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。	各主管機關	
	(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。	各主管機關	
	(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。	經濟部、數位部、金管會及各主管機關	

附件 2

(機關名稱) 113 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

彙整單位：

聯絡人：

電話：

E-mai

說明：

- 1、依附件 1 表列各中央主管機關所管九大計劃目標及其具體措施事項中，擇定核心業務，並填列本表。
- 2、每一核心業務項目至少填列 1-2 項關鍵績效指標。
- 3、表格行數可自行增列。

(機關名稱) 113 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. 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. 擘劃因應新興消費議題及行政監督				

彙整單位：

聯絡人：

電話：

E-mail

說明：表格行數可自行增列。