

行政院消費者保護會 108 年 5 月 6 日第 61 次會議通過

行政院 108 年 5 月 29 日院臺消保字第 1080176842 號函頒實施

109-110 年度消費者保護計畫

行政院消費者保護處 編印

108 年 5 月

目 次

一、 前言.....	3
二、 計畫目標與實施策略.....	3
三、 具體措施.....	7
四、 編審作業及其他注意事項.....	14

附件 1. 「109-110 年度消費者保護計畫」分工表

附件 2. 編審作業時程

附件 3. 中央機關 109-110 年度消費者保護方案(格式)

109-110 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 條規定政府應實施之相關措施。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；及第 41 條規定，行政院（以下簡稱本院）除為研擬及審議消費者保護基本政策及措施外，亦應研擬、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。因此組改前之本院消費者保護委員會（以下簡稱本院消保會）自民國 85 年開始，即負責辦理研訂消費者保護計畫，俾供各中央及地方主管機關據以研擬消費者保護方案之業務。

101 年 1 月 1 日起本院消保會併入本院，消費者保護業務改由本院管轄，本院依據前開消保法規定，承續研擬 109-110 年度消費者保護計畫（以下簡稱本計畫），並列計 8 大目標及 88 項具體措施為主軸，涵括各中央主管機關及直轄市、縣市政府之消費者保護業務。

二、計畫目標與實施策略

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趨勢等，除就 106-108 年度消費者保護計畫重要目標加以整併外，另因應科技創新，亦提出擘劃因應新興或前瞻性消費議題之亮點目標，研提計畫目標與實施策略如次：

- (一) **確保食品、商品與服務安全及品質**：107 年戴奧辛雞蛋事件、108 年過期食品添加物原料事件，突顯食品安全問題仍須持續關注，此外，食品添加物之管理亦是需要政府把關之議題；再者，107 年火車於宜蘭出軌事件、無鉛汽油含銅量超標案、夾娃娃機風行但機台內商品暗藏危機等問題，均顯示食品、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。政府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等手段，賡續強化保護作為，以保障消費者的身體健康及生命安全。
- (二) **提升標示正確與廣告內容真實性**：企業經營者應致力充實消費資訊，提供消費者運用，採取正確合理之消費行為，然而，食品、商品標示不符合規定或廣告不實案件時有所聞。以寢具為例，部分寢具業者販售負離子床墊，宣稱具有健康療效，107 年韓國發生負離子床墊輻射超標恐使消費者罹癌疑慮事件，國內遂因應查核負離子床墊，結果發現輻射值亦超標。產品正確標示及廣告內容真實是消費時重要判斷指南，充分的資訊方能讓消費者作出正確的決定，故相關主管機關應加強管理與查核，促使業者提升標示正確的資訊及廣告內容真實性，保護消費者權益。
- (三) **促進交易自由與公平**：在自由競爭市場，企業經營者為追求利益，而使用不公平定型化契約損害消費者權益之情事時有所聞，近來亦以預付型交易行銷手法、網紅吸金方式詐騙、不當誘導、提供不實資訊或隱匿重要交易資訊等方式損害消費者權益。雖然政府已研訂相關規範或採取管制措施，但仍須持續檢討增修(訂)相關法規並落實執行。政府機關基於交易自由與公平、消費者福祉及兼顧經濟發展，應進行適度的管理規範，透過消費自由以促進經濟發展，並運用公平交易及消費者保護相關措施，以維護市場交易秩序。

- (四) **持續推動永續消費**：經濟快速發展導致過度或不永續的生產及消費，造成高度資源損耗、氣候變遷與環境污染，為改變消費者不永續之消費模式，聯合國已將永續消費理念納入「消費者保護指導綱領」中。本院參照聯合國前開綱領，訂頒「消費者保護-推動永續消費」政策綱領，據以推展永續消費的工作。各目的事業主管機關除應確保產品安全衛生外，應在整個產品的生命週期中致力於減少物質、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直接或間接危及現在及未來世代消費者的生命、身體、健康、財產。
- (五) **重視特定消費族群權益**：國外相關研究、報告指出，兒童、青少年、高齡者、新住民、原住民等特定消費族群，受限於個人身心狀況、文化、知識能力等因素，在特定消費生活面向上屬相對弱勢族群，須加強維護其消費權益及滿足未來消費需要，各主管機關應賡續依權責，落實瞭解特定族群之特質，並研議相關消保相關措施，保護渠等消費權益。
- (六) **鼓勵消費者參與消保事務，提升消保能力及認知**：消費者為消費者保護政策對象，除了提升消費者的自我保護能力外，消費者及消保團體如能更積極參與消保公共事務，如市場監測、提供倡議、檢舉不法等，與政府、企業經營者共同努力提升消費生活環境品質，更能收事半功倍之效。因此，政府部門除了透過多樣化的教育及宣導作為，充實消費資訊、增進消費者消費知能及參與消保事務的意識外，也應儘量規劃提供消費者及消保團體參與消保事務的管道，如邀請消費者擔任市場商品監視員或消保志工、參與相關會議、訓練及座談會、建立吹哨人制度及強化吹哨人

的資料保密及即時處理吹哨人所提供的資訊等，以增進消費者參與的機會。

- (七) **強化消費者諮詢及爭議處理**：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，政府除應提供專業及多樣的諮詢服務及救濟管道，以健全訴訟前之爭議處理機制外，亦應加強服務人員的訓練，以提升服務品質，並積極就消費爭議案件定期進行統計分析，檢討爭議發生之原因，以防範於未然。此外，網路科技發達，網路購物盛行，已衍生許多國人跨境消費爭議，政府應設法加強協處並研議建置跨境消費爭議處理機制。另重大消費爭議案件常引起社會大眾不安及導致對消費環境不信任，以108年所發生之航空公司機師罷工事件為例，本院消費者保護處及主管機關交通部積極介入協調，讓罷工事件圓滿落幕。故政府各目的事業主管機關應積極就有發生重大消費爭議之虞之案件，於事發前積極採取有效策略加以防範，建立或修訂重大消費事故作業流程及賠償機制，事發後應即時採取措施介入處理。
- (八) **擘劃因應新興或前瞻性消費議題**：物聯網興起後，從可穿戴的智慧手環(錶)，到聲控助手、智慧電視、網路監視器及無人車等，越來越多智能產品不僅能上網，還會接收與發送資料。其次，在大數據、人工智慧、區塊鏈、應用程式(APPs)、行動支付、代幣支付及社群媒體等新技術應用下，不僅創造出共享經濟及網路金融等新商業模式，亦帶來個人資料保護及虛擬貨幣應用等相關議題。再者，近來國際間對企業經營者以「計畫性報廢」(Planned Obsolescence)將產品設計為提早損壞或其他惡意之行銷方式，損及消費者權益議題。此外，網路直播行銷文化與消費者權益保護等議題，均有賴各主管機關體察當前社會

發展及消費趨勢，強化相關議題研究，事先研擬制定前瞻性之短中長期相關措施，保障消費者權益。

三、具體措施

為利各主管機關研訂「109-110 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. 加強對商(食、藥)品、醫療器材、菸酒、油品、交通運輸工具、各類服務及運動休閒活動之安全疑慮及環境影響的查驗管控，並檢討及研修(訂)相關法令之管制機制、應施檢驗品目及國家標準。
2. 加強食品添加物之使用規範、管理及查核。
3. 針對校園、商圈、觀光休閒地區之商品與服務，加強並落實管理及查核。
4. 針對非實體店面之食品、商品與服務，加強並落實管理及查核。
5. 加強含有毒性化學物質(含環境荷爾蒙)商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。
6. 加強農藥、動物用藥與飼料等製造與流向之管理，並落實對前揭業者、農戶之監督輔導以及對農藥、動物用藥殘留之查核。
7. 推動及落實商品、食品及農產品之追蹤(溯)，以及其相關廢棄物之管控標準作業流程。
8. 加強對建築物構造與設備安全之檢查以及耐震能力之評估補強，並揭露相關資訊。
9. 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)。
10. 推動或檢討修訂商品預防性下架、召回、回收、銷毀之機制(含監控及資訊揭露)。

11. 加強對消費者信用及隱私權保護之監督、管理與查核。
12. 加強第三方支付、線上及行動支付等金融交易安全之監督、管理與查核。
13. 研議建立及強化食品、商品與服務安全事故之相互通報預警機制及整合資料庫(含醫療院所)。
14. 針對致生損害嚴重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。

(二) 提升標示正確與廣告內容真實性

1. 加強各類商品與服務標示(章)、警告標示、認證之管理及查核，並檢討修訂其規範。
2. 加強觀光遊憩區、溫泉場館等消費場所設施(備)標示、危險警告標示、避難逃生標示之規範與查核。
3. 提升觀光遊憩區、夜市商品與服務之價格標示及收費標準資訊透明度。
4. 加強基因改造食品、有機食品及農產品之標示資訊。
5. 針對商品與服務之不實廣告及宣稱，加強管理與查核(處)。
6. 針對商品與服務之置入性行銷，加強管理與輔導。
7. 針對特定商品與服務之廣告媒體、時段、贈品、薦證廣告、評比(論)等行銷方式，給予適度規範及查核。

(三) 促進交易自由與公平

1. 促進公平交易

- (1) 持續檢討研(修)訂與消費生活密切相關行業項目之定型化契約範本，及公告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。
- (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。

- (3)加強鐵路、航空、海運等大眾運輸班(航)次延誤、停(併、減)班(航)及重大事故之必要處理機制。
- (4)對通訊交易及訪問交易之企業經營者，加強其經營與7日無條件解約權及其合理例外情事之管理及查核。
- (5)落實不動產交易(含租賃)之資訊透明、交易公平與廣告真實之管理。
- (6)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。
- (7)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。
- (8)加強商品與服務售後服務(含維修、退換貨)之規範與管理。
- (9)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。
- (10)健全各項利息、手續費、違約金或滯納金、附加費用等之規範及查核。

2. 度量衡器及容(流)量等之管理

- (1)加強市場及各類商品與服務交易用度量衡器(如衡器、計程車計費表、油水電表等)之管理及查核，並適時參考國際規範檢討修正其容許誤差標準。
- (2)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。
- (3)平衡於新技術度量衡器(如智慧電表、瓦斯表)之正確性與其發展、普及收費計量之管理及查核。

3. 促進自由公平競爭及合理價格之維持

- (1)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。

- (2) 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。
- (3) 針對民生用品、農產品價格異常，適時採取市場調節、查處或資訊揭露等因應對策。
- (4) 推行商品與服務之公開誠實標價、單位定價等制度，促進價格資訊的透明化。
- (5) 研議推動、輔導及建立商品與服務之價格查詢或比較機制(網站)等。
- (6) 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. 針對食品器具及容器之包裝、材質，加強環保、安全之管理及規範。
2. 鼓勵企業經營者以消保及環保觀點，從事產品開發、設計、原料採購及包裝。
3. 對於宣稱環保之商品，加強安全、品質及真實性之查核。
4. 持續推動源頭管理，並研訂各項行為準則，導引機關團體、學校、社區、家庭於日常消費生活中落實節約能（資）源。
5. 利用各項政策工具促進消費者、政府、機關團體的安全暨環境友善採購，以導引綠色經濟的發展。
6. 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。
7. 整合政府、民間、企業及學校資源，針對不同對象辦理永續消費教育。

(五) 重視特定消費族群權益

1. 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）之消費者保護教育及宣導，運用合適的宣導媒介加強宣導各族群關切的消費議題。

2. 推動企業經營者及政府提供友善之特定消費族群消費諮詢等相關服務。
3. 研議推動商品、服務或消費環境之特定消費族群友善認證標章制度。
4. 高齡者消費生活保護相關措施
 - (1) 維持高齡者的基本經濟生活，使其有能力購買或租借基本日常生活必需之商品及服務，並研議必要之措施。
 - (2) 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。
5. 身心障礙者消費生活保護相關措施
 - (1) 對於身心障礙者所採行之廣告或行銷活動，應慎重妥適為之，以免損及其權益。
 - (2) 落實身心障礙福利機構評鑑及收費原則透明化，俾利作出適切選擇。
6. 兒童及青少年消費生活保護相關措施
 - (1) 對兒童及青少年所為之廣告應避免過度誇張或引誘，且不應出現色情或暴力圖像、文字及影音等不適當內容。
 - (2) 應讓父母或監護人於兒童及青少年購買、使用商品及服務前，知悉可能產生之費用及避免費用產生之方法。
 - (3) 對兒童及青少年進行個人或其家庭成員資料之蒐集、處理及利用，皆須先取得兒童父母或監護人同意，並有明確且完整之兒童隱私權保護政策。
 - (4) 針對透過網站、行動軟體及社群所為之廣告行為，建立保護兒童及青少年權益之管理及查核機制。
7. 原住民消費生活保護相關措施
 - (1) 透過原住民族家庭服務中心，加強社工之消費者保護知識訓練，以做好服務工作能發揮類似消費者服務中心之消費諮詢、教育宣導及申訴功能。

- (2)使用多元管道積極辦理各項教育宣導，如自製符合原住民族之線上課程、使用原住民電視台提供定型化契約和消保案例及走動宣導，協助原住民族避免消費詐欺或權益受損等情事。
- (3)研究探討原住民族消費生活中常見之議題及糾紛類型，並研議改善及加強辦理宣導。

8. 新住民消費生活保護相關措施

- (1)建置外來人士在臺生活諮詢服務熱線及印製在臺生活相關資訊簡冊等管道。
- (2)研究探討新住民消費生活中常見之議題及糾紛類型，並研議改善及加強消費意識及權益教育宣導。
- (3)於網站、電視及廣播等節目中加強新住民消費者權益保護宣導。

(六)鼓勵參與消保事務，提升消保能力及認知

1. 加強各目的事業主管機關內部消費者保護種子教育訓練。
2. 加強推動各級學校消費者保護教育，鼓勵發展或運用消費者保護教育教材或教案。
3. 加強各級學校教師及各類教育人員之消費者保護教育。
4. 針對不同年齡層，加強教育宣導數位交易消費者權益。
5. 結合終身學習、企業經營者以及各類非營利組織（含消費者保護團體）實施消費者教育。
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。
7. 充實消費資（警）訊，設置主管網頁消費者服務專區、相關網站或行動軟體，以及加強其管理及維護。
8. 將消費者保護爭議處理、教育宣導之執行成效，納入對機關內部及企業經營者之認證、評鑑或評獎之標準。
9. 鼓勵消費者主動蒐集及舉發消費相關之疑似不法事證，加強吹哨人個資保護及檢舉案件處理。

10. 輔導設置消費者保護團體。
11. 加強與消費者保護團體之聯繫、諮詢及合作。
12. 加強對消費者保護團體之獎勵、補助。
13. 協助消費者保護團體與國外消費者保護組織合作及
流。
14. 規劃提供消費者參與消保公共事務的管道及機會，以
及提升消費者消費知能及參與消保事務的意識。

(七)強化消費者諮詢及爭議處理

1. 落實重大消費爭議案件之資訊揭露與即時處理機制。
2. 結合並強化企業經營者、非營利組織及政府處理消費
爭議之管道與效能，並協助消費者申訴。
3. 輔導強化企業自律性組織之消費爭議處理效能。
4. 建立重大消費事故(含罷工或無預警停業等)之預防、
處理計畫以及善後處理標準作業程序。
5. 研修(訂)重大消費事故損害賠償機制。
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，研議改進策略並揭露資訊。
7. 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。
8. 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。

(八)擘劃因應新興或前瞻性消費議題

1. 加強智能產品對消費者個人資料之蒐集、處理及利用
之保護措施。
2. 關注並研擬新科技如大數據、人工智慧、應用程式
(Apps)、區塊鏈、行動支付、代幣支付及社群媒體等新
技術應用下，衍生涉及個人資料保護及虛擬貨幣應用等
消費者權益保障議題。
3. 就網路直播行銷，加強消費者權益保護措施。

4. 持續推動應用程式安全標章認證。
5. 提醒網路購物一頁式詐騙等案例。
6. 針對職掌之法令、機制涉及消費者保護部分，辦理相關研究調查，並邀集產、官、學界及民間團體代表，溝通策進相關消保業務的推動情形。
7. 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。
8. 加強國際消費者保護業務合作及交流與資訊之收集研析。
9. 強化消費者行為之研究，要求企業經營者充分揭露重要資訊俾利消費者選擇。
10. 強化行動裝置購物對消費者保護影響議題之研究，檢視行動購物平臺、交易資訊提供、揭露方式等，是否將行動裝置之特性納入考量。
11. 其他相關消費議題(如計畫性報廢)。

四、編審作業及其他注意事項

- (一) 本計畫期程 2 年，經提本院消保會通過後，由本院函送各中央主管機關據以研訂「109-110 年度消費者保護方案」。
- (二) 各中央主管機關應依據各自施政目標、業務職掌分工、預算等，從本計畫中選取與自身權責相關之具體措施至少 6 項，再據以研擬各措施之執行項目。
- (三) 前開至少 6 項措施中，應至少包括 1 項與重視特定消費族群權益及擘劃因應新興或前瞻性消費議題有關之項目。
- (四) 請各中央主管機關依據本計畫附件 3 格式，擬訂「109-110 年度消費者保護方案(草案)」，於 108 年 8 月 31 日前函報本院審議。
- (五) 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。

(六) 各中央主管機關研擬「109-110 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，而研訂未來二年具前瞻性之重點執行項目，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. 各執行項目之年度預定進度及所編列預算，均應儘量加以量化。
4. 所列之執行項目如有涉及地方主管機關(單位)相關業務，中央主管機關應監督其辦理成效。
5. 各主管機關研擬「109-110 年度消費者保護方案」時，請依所定格式，採用 A4 橫式、word 系統編輯，以利資料上網供各界下載。

(七) 本計畫所列之各項策略與具體措施，如涉及數機關或地方機關，請主辦機關於研擬重點執行項目時，主動積極協調各相關機關或地方機關，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，必要時提報本院消保會討論。

(八) 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「109-110 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，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，並持續積極辦理。

(九) 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「109-110 年度消費者保護方案」。

- (十) 各主管機關如擬於「109-110 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。
- (十一) 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

「109-110 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	地方主管機關	備註
1. 確保食品、 商品與服 務安全及 品質	(1)加強對商(食、藥)品、醫療器 材、菸酒、油品、交通運輸工 具、各類服務及運動休閒活動 之安全疑慮及環境影響的查驗 管控，並檢討及研修(訂)相 關法令之管制機制、應施檢驗 品目及國家標準。	經濟部、衛福部、 內政部、財政部、 教育部、交通部、 環保署、通傳會、 各相關機關	直轄市、縣 (市)政府各 主管機關(單 位)	
	(2)加強食品添加物之使用規範、 管理及查核。	衛福部	直轄市、縣 (市)政府各 主管機關(單 位)	
	(3)針對校園、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。	內政部、經濟部、 教育部、交通部、 衛福部、農委會、 退輔會、各相關機 關	直轄市、縣 (市)政府各 主管機關(單 位)	
	(4)針對非實體店面之食品、商品 與服務，加強並落實管理及查 核。	內政部、經濟部、 教育部、交通部、 衛福部、農委會、 退輔會、各相關機 關	直轄市、縣 (市)政府各 主管機關(單 位)	
	(5)加強含有毒性化學物質(含環 境荷爾蒙)商品之安全管理及 流向管控機制，並促進其替代 性物質的發展。	環保署、經濟部、 各相關機關	直轄市、縣 (市)政府各 主管機關(單 位)	
	(6)加強農藥、動物用藥與飼料等 製造與流向之管理，並落實對 前揭業者、農戶之監督輔導以 及對農藥、動物用藥殘留之查 核。	農委會、衛福部	直轄市、縣 (市)政府 各主管機關 (單位)	
	(7)推動及落實商品、食品及農產 品之追蹤(溯)，以及其相關 廢棄物之管控。	經濟部、衛福部、 農委會、環保署	直轄市、縣 (市)政府各 主管機關(單 位)	
	(8)加強對建築物構造與設備安全 之檢查以及耐震能力之評估補 強，並揭露相關資訊。	內政部	直轄市、縣 (市)政府各 主管機關(單 位)	

計畫目標與實施策略	具體措施	中央主管機關	地方主管機關	備註
	(9)針對短期間聚集大量人潮之室內外消費場所或活動，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、交通部、文化部、衛福部、環保署、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(10)推動或檢討修訂商品預防性下架、召回、回收、銷毀之機制(含監控及資訊揭露)。	經濟部、交通部、財政部、環保署、衛福部、農委會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(11)加強對消費者信用及隱私權保護之監督、管理與查核。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(12)加強第三方支付、線上及行動支付等金融交易安全之監督、管理與查核。	金管會、經濟部、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(13)研議建立及強化食品、商品與服務安全事故之相互通報預警機制及整合資料庫(含醫療院所)。	內政部、經濟部、交通部、衛福部、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(14)針對致生損害嚴重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。	內政部、經濟部、交通部、教育部、衛福部、農委會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
2. 提升標示正確與廣告內容真實性	(1)加強各類商品與服務的標示(章)、警告標示、認證之管理及查核，並檢討修訂其規範。	內政部、經濟部、交通部、環保署、衛福部、農委會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(2)加強觀光遊憩區、溫泉場館等消費場所設施(備)標示、危險警告標示、避難逃生標示之規範與查核。	內政部、交通部、退輔會、農委會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(3)提升觀光遊憩區、夜市食品、商品與服務之價格標示及收費標準資訊透明度。	交通部、經濟部、內政部、退輔會、衛福部、公平會、財政部、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(4)加強基因改造食品、有機食品及農產品之標示資訊。	衛福部、農委會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	

計畫目標與 實施策略	具體措施	中央主管機關	地方主管機關	備註
			位)	
	(5)針對商品與服務之不實廣告及宣稱，加強管理與查核(處)。	內政部、經濟部、衛福部、公平會、通傳會、財政部、金管會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(6)針對商品與服務之置入性行銷，加強管理與輔導。	通傳會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(7)針對特定商品與服務之廣告媒體、時段、贈品、薦證廣告、評比(論)等行銷方式，給予適度規範及查核。	經濟部、教育部、衛福部、通傳會、金管會、公平會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
3. 促進交易自由與公平 (3.1)促進公平交易	(1)持續檢討研(修)訂與消費生活密切相關行業項目之定型化契約範本，及公告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。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(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。	內政部、教育部、經濟部、交通部、衛福部、金管會、各相關機關		
	(3)加強鐵路、航空、海運等大眾運輸班(航)次延誤、停(併、減)班(航)及重大事故之必要處理機制。	交通部	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(4)對通訊交易及訪問交易之企業經營者，加強其經營及7日無條件解約權與其合理例外情事之管理及查核。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(5)落實不動產交易(含租賃)之資訊透明、交易公平與廣告真實之管理。	內政部、公平會	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(6)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。	內政部	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(7)加強消費詐騙(如偷斤減兩、摻偽假冒等)之預防、查緝、因應	內政部、經濟部、法務部、交通部、	直轄市、縣(市)政府各	

計畫目標與實施策略	具體措施	中央主管機關	地方主管機關	備註
	與救濟，並協助消費者追回損失。	衛福部、農委會、通傳會、金管會、公平會、各相關機關	主管機關（單位）	
	(8)加強商品與服務售後服務（含維修、退換貨等）之規範與管理。	各相關機關	直轄市、縣（市）政府各主管機關（單位）	
	(9)防範顯失公平定型化契約之濫用，及導不部當行銷或不公平競爭等商業行為。	各相關機關	直轄市、縣（市）政府各主管機關（單位）	
	(10)健全各項利息、手續費、違約金或滯納金、附加費用等之規範及查核。	金管會、內政部、交通部、農委會、各相關機關	直轄市、縣（市）政府各主管機關（單位）	
3. 促進交易自由與公平 (3.2)度量衡器及容（流）量等之管理	(1)加強市場及各類商品與服務交易用度量衡器(如衡器、計程車計費表、油水電表等)之管理及查核，並適時參考國際規範檢討修正其容許誤差標準。	經濟部	直轄市、縣（市）政府各主管機關（單位）	
	(2)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。	各相關機關	直轄市、縣（市）政府各主管機關（單位）	
	(3)平衡於新技術度量衡器(如智慧電表、瓦斯表)之正確性與其發展、普及收費計量之管理及查核。	經濟部	直轄市、縣（市）政府各主管機關（單位）	
3. 促進交易自由與公平 (3.3)促進自由公平競爭及合理價格之維持	(1)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	直轄市、縣（市）政府各主管機關（單位）	
	(2)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、各相關機關	直轄市、縣（市）政府各主管機關（單位）	

計畫目標與 實施策略	具體措施	中央主管機關	地方主管機關	備註
	(3)針對民生用品、農產品價格異常，適時採取市場調節、查處或資訊揭露等因應對策	經濟部、農委會、公平會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(4)推行商品與服務之公開誠實標價、單位定價等制度，促進價格資訊的透明化。	經濟部、各相關機關	直轄市、縣(市)政府相關主管單位	
	(5)研議推動、輔導及建立商品與服務之價格查詢或比較機制(網站)等。	經濟部、農委會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(6)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、公平會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
4. 持續推動 永續消費	(1)針對食品器具及容器之包裝、材質，加強環保、安全之管理及規範。	衛福部、環保署	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(2)鼓勵企業經營者以消保及環保觀點，從事產品開發、設計、原料採購及包裝。	經濟部、環保署、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(3)對於宣稱環保之商品，加強安全、品質及真實性之查核。	經濟部、環保署、公平會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(4)持續推動源頭管理，並研訂各項行為準則，以導引機關團體、學校、社區、家庭於日常消費生活中落實節約能(資)源。	環保署、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(5)利用各項政策工具促進消費者、政府、機關團體的安全暨環境友善採購，以導引綠色經濟的發展。	環保署、經濟部、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(6)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。	衛福部、環保署、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	

計畫目標與 實施策略	具體措施	中央主管機關	地方主管機關	備註
	(7)整合政府、民間、企業及學校資源，針對不同對象辦理永續消費教育。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
5. 重視特定消費族權益	(1)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)之消費者保護教育及宣導，運用合適的宣導媒介加強宣導各族群關切的消費議題	內政部、教育部、衛福部、原民會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(2)推動企業經營者及政府提供友善之特定消費族群消費諮詢等相關服務。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(3)研議推動食品、商品、服務或消費環境之特定消費族群友善認證標章制度。	經濟部、衛福部、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(4)高齡者消費生活保護相關措施			
	(4.1)維持高齡者的基本經濟生活，使其有能力購買或租借基本日常生活必需之商品及服務，並研議必要之措施。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(4.2)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。	金管會、衛福部、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(5)身心障礙者消費生活保護相關措施			
	(5.1)對於身心障礙者所採行之廣告或行銷活動，應慎重妥適為之，以免損及其權益。	衛福部、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(5.2)落實身心障礙福利機構評鑑及收費原則透明化，俾利作出適切選擇。	衛福部、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(6)兒童及青少年消費生活保護相關措施			

計畫目標與 實施策略	具體措施	中央主管機關	地方主管機關	備註
	(6.1)對兒童及青少年所為之廣告應避免過度誇張或引誘，且不應出現色情或暴力圖像、文字及影音等不適當內容。	衛福部、公平會、通傳會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(6.2)應讓父母或監護人於兒童及青少年購買、使用商品及服務前，知悉可能產生之費用及避免費用產生之方法。	衛福部、經濟部、通傳會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(6.3)對兒童及青少年進行個人或其家庭成員資料之蒐集、處理及利用，皆須先取得兒童父母或監護人同意，並有明確且完整之兒童隱私權保護政策。	衛福部、國發會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(6.4)針對透過網站、行動軟體及社群所為之廣告行為，建立保護兒童及青少年權益之管理及查核機制。	衛福部、國發會、通傳會、經濟部、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	7. 原住民消費生活保護相關措施			
	(7.1)透過原住民族家庭服務中心，加強社工之消費者保護知識訓練，以做好服務工作能發揮類似消費者服務中心之消費諮詢、教育宣導及申訴功能。。	原民會	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(7.2)使用多元管道積極辦理各項教育宣導，如自製符合原住民族之線上課程、使用原住民電視台提供定型化契約和消保案例及走動宣導，協助原住民族避免消費詐欺或權益受損等情事。	原民會	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(7.3)研究探討原住民族消費生活中常見之議題及糾紛類型，並研議改善及加強辦理宣導。	原民會	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(8)新住民消費生活保護措施			

計畫目標與實施策略	具體措施	中央主管機關	地方主管機關	備註
	(8.1)建置外來人士在臺生活諮詢服務熱線及印製在臺生活相關資訊簡冊等管道。	內政部	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(8.2)研究探討新住民消費生活中常見之議題及糾紛類型，並研議改善及加強消費意識及權益教育宣導。	內政部	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(8.3)於網站、電視及廣播等節目中加強新住民消費者權益保護宣導。	內政部	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
6. 鼓勵消費者參與消保事務，提升消保能力及認知	(1)加強各目的事業主管機關內部消費者保護種子教育訓練。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(2)加強推動各級學校消費者保護教育，鼓勵發展或運用消費者保護教育教材或教案。	教育部	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(3) 加強各級學校教師及各類教育人員之消費者保護教育。	教育部、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(4)針對不同年齡層，加強教育宣導數位交易消費者權益。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(5)結合終身學習、企業經營者以及各類非營利組織(含消費者保護團體)實施消費者教育。	教育部、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(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。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(7)充實消費資(警)訊，設置主管網頁消費者服務專區、相關網站或行動軟體，以及加強其管理及維護。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(8)將消費者保護爭議處理、教育宣導之執行成效，納入對機關內部及企業經營者之認證、評鑑或評獎之標準。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	

計畫目標與 實施策略	具體措施	中央主管機關	地方主管機關	備註
			位)	
	(9)鼓勵消費者主動蒐集及舉發消費相關之疑似不法事證，加強吹哨人個資保護及檢舉案件處理時效。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(10)輔導設置消費者保護團體。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(11)加強與消費者保護團體之聯繫、諮詢及合作。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(12)加強對消費者保護團體之獎勵、補助。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(13)協助消費者保護團體與國外消費者保護組織合作及交流。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(14)規劃提供消費者參與消保公共事務的管道及機會，以及提升消費者消費知能及參與消保事務的意識。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
7. 強化消費者諮詢及爭議處理	(1)落實重大消費爭議案件之資訊揭露與即時處理機制。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府	
	(2)結合並強化企業經營者、非營利組織及政府處理消費爭議之管道與效能，並協助消費者申訴。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(3)輔導強化企業自律性組織之消費爭議處理效能。	內政部、經濟部、金管會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(4)建立重大消費事故(含罷工或無預警停業)之預防、處理計畫以及善後處理標準作業程序。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	

計畫目標與實施策略	具體措施	中央主管機關	地方主管機關	備註
	(5)研修(訂)重大消費事故損害賠償機制。	交通部、衛福部、教育部、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(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，研議改進策略並揭露資訊。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(7)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。	經濟部、交通部、衛福部、外交部、陸委會、各相關機關		
	(8)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。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
8. 擘劃因應新興或前瞻性消費議題	(1)加強智能產品對消費者個人資料之蒐集、處理及利用之保護措施。	經濟部、國發會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(2)關注並研擬新科技如大數據、人工智慧、應用程式(Apps)、區塊鏈、行動支付、代幣支付及社群媒體等新技術應用下，衍生涉及個人資料保護及虛擬貨幣應用等消費者權益保障議題。	國發會、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(3)就網路直播行銷，加強消費者權益保護措施。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(4)持續推動應用程式(Apps)安全標章認證。	經濟部、交通部、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(5)提醒網路購物一頁式詐騙等案例。	經濟部、各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(6)針對職掌之法令、機制涉及消費者保護部分，辦理相關研究調查，並邀集產、官、學界及民間團體代表，溝通策進相關消保業務的推動情形。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	

計畫目標與 實施策略	具體措施	中央主管機關	地方主管機關	備註
	(7)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。	各相關機關		
	(8)加強國際消費者保護業務合作及交流與資訊之收集研析。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(9)強化消費者行為之研究，要求企業經營者充分揭露重要資訊畢立消費者選擇。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(10)強化行動裝置購物對消費者保護影響議題之研究。檢視行動購物平臺、交易資訊提供、揭露方式等，是否將行動裝置之特性納入考量。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	
	(11)其他相關消費議題(如計畫性報廢)。	各相關機關	直轄市、縣(市)政府各主管機關(單位)	

附件 2

109-110 年度消費者保護計畫暨各機關消費者保護方案
編審作業時程

項次	工作項目及內容	辦理機關	預定完成期限
1	研擬「109-110 年度消費者保護計畫（初稿）」	行政院	108/03/31
2	召開研商「109-110 年度消費者保護計畫(草案)」會議。	行政院	108/04/30
3	核定「109-110 年度消費者保護計畫」： 1. 計畫草案提報行政院消費者保護會。 2. 函請各中央主管機關依計畫研提消費者保護方案（草案）。	行政院	108/5/30
4	中央主管機關研提「109-108 年度消費者保護方案（草案）」，並函送行政院審議。	各中央主管機關	108/8/31
5	審議及核定各中央主管機關「109-110 年度消費者保護方案」： (1) 初審中央主管機關消費者保護方案(草案)，並提報行政院消費者保護會。 (2) 審議裁示事項，以院函請各中央主管機關據以執行	行政院	108/11/30

附件 3

(中央機關名稱) 109-110 年度消費者保護方案 (草案)

序號	計畫實施要項、具體措施	執行項目	主(協)辦單位	有關機關	地方負責機關(單位)	年度預定進度(預定完成期限)	備註

彙整單位：

聯絡人：

電話：

傳真：

E-mai