

110 年度各直轄市、縣（市）政府 受理消費者申訴、調解案件統計報告

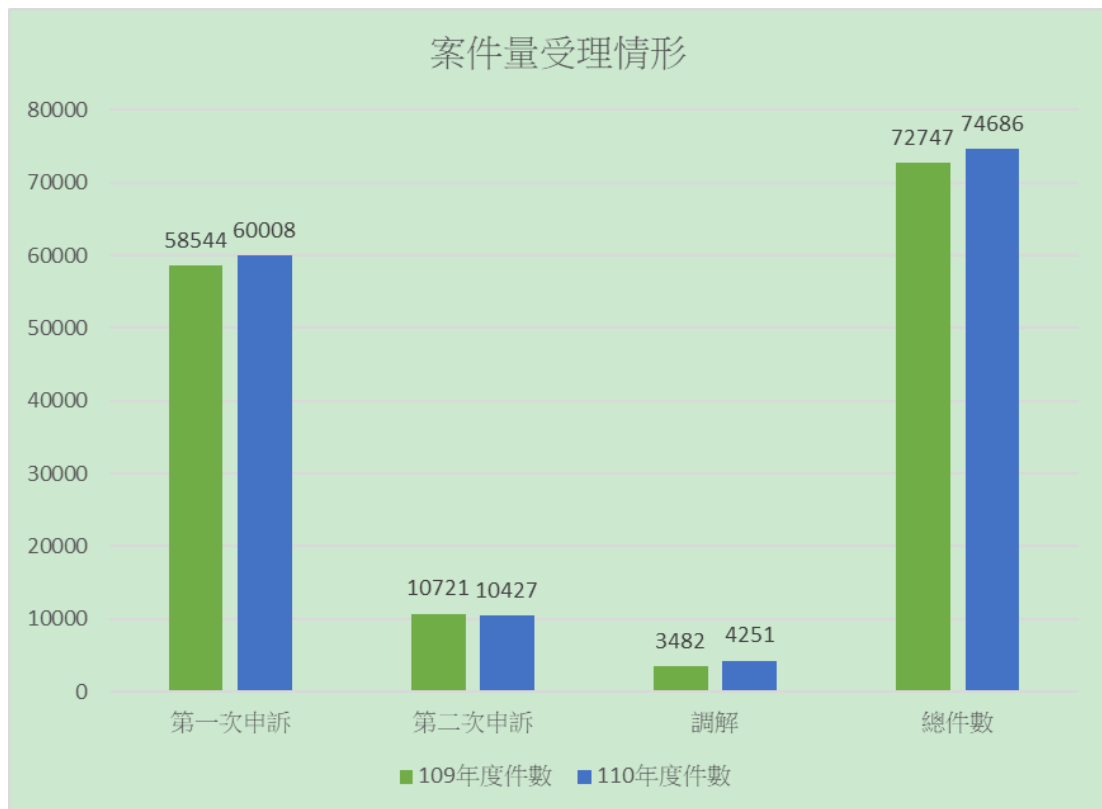
壹、依據：依據消費者保護法(下稱消保法)第 41 條第 2 項規定，本院應將消費者保護之執行結果及有關資料定期公告。

貳、茲就去(110)年度各直轄市、縣（市）政府受理消費申訴及調解案件，彙整分析如下：

一、案件量受理情形：

(一)本院消費者保護會線上申訴系統(下稱申訴系統)受理案件數統計：

1. 計受理 74,686 件，較前(109)年度之 72,747 件增加 1,857 件，增加比例為 2.55%；因新冠肺炎疫情嚴重影響社會各個層面，改變民眾消費習慣，並直接衝擊相關產業，造成近兩年案件量居高不下。



2. 受理第 1 次申訴案件類別：

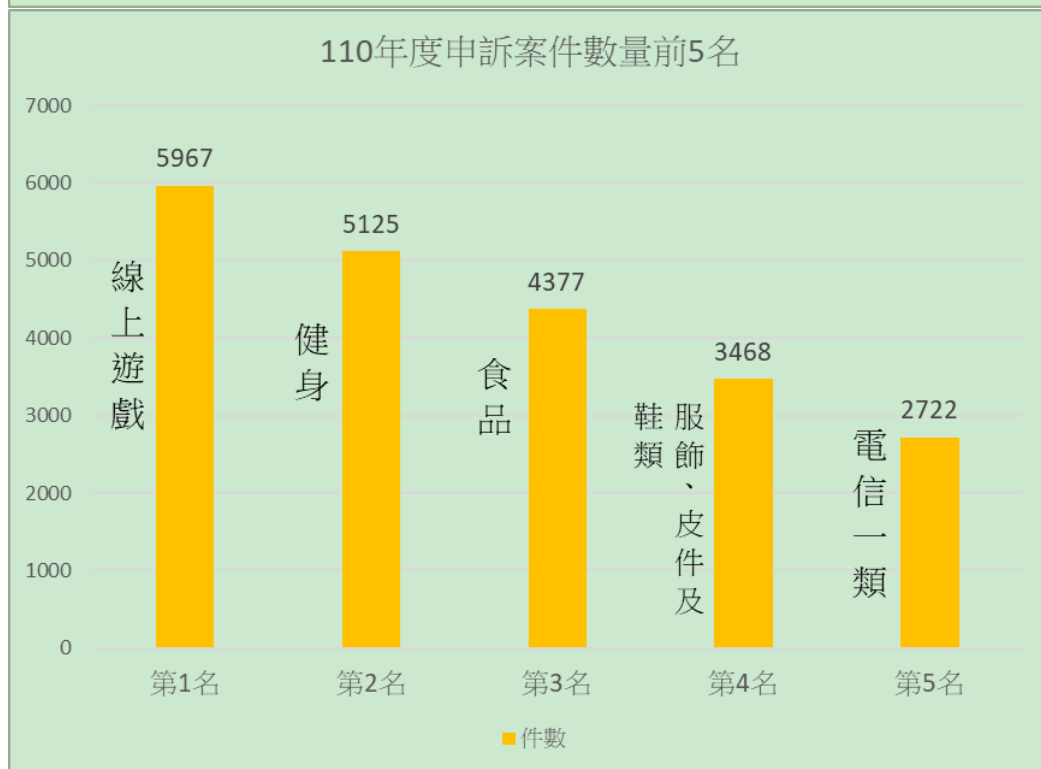
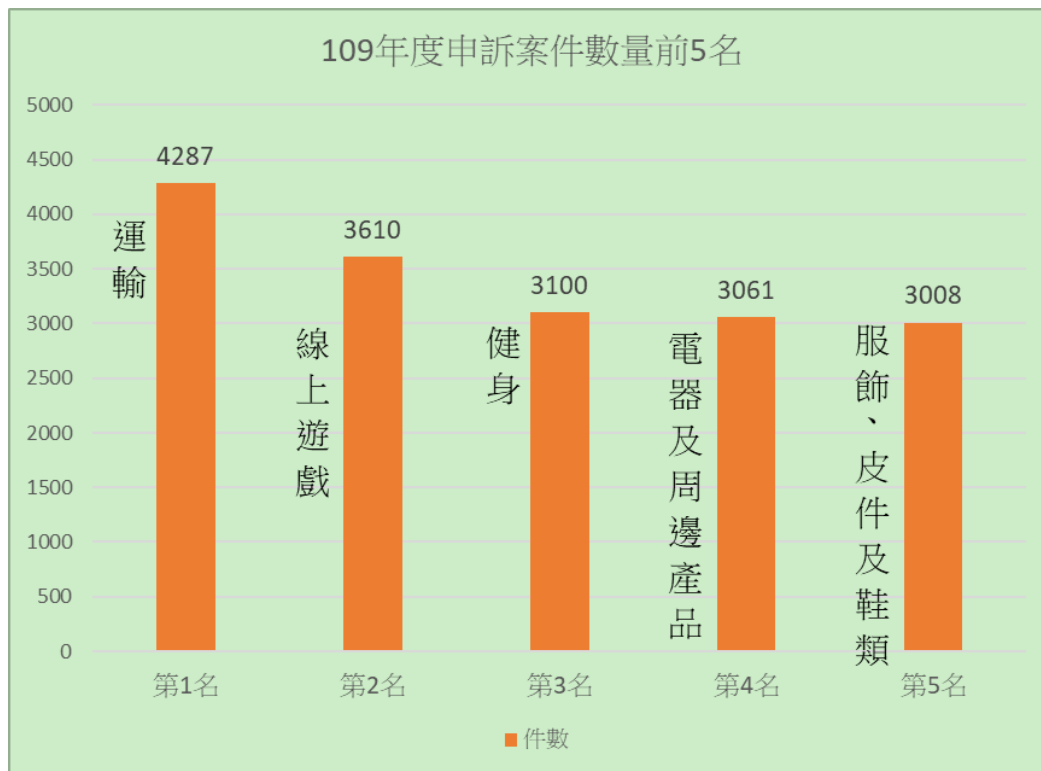
(1) 排序前 5 名的申訴案件數共計 21,659 件，占當年度第 1 次申訴案件(60,008 件)的 36.1%。

排序		1	2	3	4	5	
案件類別		線上遊戲	健身	食品	服飾、皮件及鞋類	電信一類	合計
處理程序	第 1 次申訴	5,967	5,125	4,377	3,468	2,722	21,659
	第 2 次申訴	716	770	381	336	394	2,597
	調解	191	215	102	73	132	713

(2) 比較去(110)年與前(109)年受理第 1 次申訴案件類別排序及說明：

A. 就各類別而言，基本上仍以「線上遊戲」、「健身」及「服飾、皮件及鞋類」等 3 項為主；而線上遊戲更從去年第 2 名，今年躍升為第 1 名。另因受到新冠肺炎疫情影響，「宅經濟」消費型態轉變，導致相關行業別之消費爭議數量大幅增加，包括線上美食外送(食品)、線上遊戲、線上購物(服飾、皮件及鞋類)及「電信一類」等。

B. 另「健身」之申訴案件有攀升趨勢，增加近 3 成，主要係疫情趨緩，開放室內健身，某業者不提供原有毛巾之服務，造成大量申訴案件。



(二)消費申訴案件文字雲分析系統(下稱文字雲系統)受理案件數統計:

1. 文字雲系統係將申訴系統大數據資料整合分析，並以「消費物品及服務關鍵字」與「被申訴

類別	件數	爭議原因
線上遊戲類	5,060 件 (8.43%)	1. 遊戲帳號無故遭凍結 2. 遊戲伺服器穩定性差，頻繁斷線 3. 未成年人使用家長行動裝置購買遊戲點數致帳單費用暴增 4. 機會中獎商品機率不透明

1

. 計有 5,060 件，占全年度第 1 次申訴案件總數 (60,008 件) 之 8.43%，較前年度 (3,610 件) 增加 1,450 件。

2. 分析：

(1) 問題研析：

- A. 國內代理遊戲業者未取得代理權，國外遊戲管理者認定玩家使用外掛輔助程式，違反遊戲公平性，逕自而凍結其帳號，且原國內代理遊戲業者無法作出決策，僅能向原國外業者反映。部分玩家反映遊戲伺服器穩定性差、帳號無法登入等。
- B. 許多家長之行動裝置由未成年人 (多數為學生) 上網下載遊戲遊玩，部分有綁定信用卡或未限制電信公司小額轉帳支付功能，使未成年人自行設定轉帳功能，進而使用信用卡或轉帳功能，購買遊戲點數、虛擬貨幣等，導致家長請求退費卻協商未果之糾紛。
- C. 「機會中獎商品」是一種轉蛋、抽卡、福袋等涉及機率之獎勵機制，在營利模式中，由消費

者付費抽取虛擬寶物、加成等，不確定在第幾次會中獎，消費者抱怨中獎機率不透明。

(2)解決對策：

- A. 本院消費者保護處(下稱本院消保處)已函請經濟部針對相關消費爭議類型研議，內容包括帳號停權及盜用、伺服器連線品質不佳等，滾動式檢討「網路連線遊戲服務定型化契約應記載及不得記載事項」。另外，透過雙邊合作機制聯繫韓國消費者院(Korea Consumer Agency，簡稱KCA)，請其與業者進行溝通協調。
- B. 本院消保處及國家通訊傳播委員會(下稱通傳會)已協調電信業者提供防制機制，手機門號用戶可視實際需求，針對電信帳單代收代付功能，申請「限制使用」或「限制額度上限」。
- C. 本院消保處業已函請經濟部工業局針對「機會中獎商品」之機率揭露，納入網路連線遊戲服務定型化契約應記載事項中規範。

(二)健身類

類別	件數	爭議原因
健身類	4,140 件 (6.9%)	1. 健身房無預警停業 2. 解約退費爭議 3. 個人健身教練退費爭議 4. 業者逕自宣布取消毛巾提供服務

1. 計有 4,140 件，占全年度第 1 次申訴案件總數(60,008 件)之 6.9%，較前年度(3,100 件)增加 1,040 件。

2. 分析：

(1)問題研析：

- A. 伴隨民眾健康意識提升，健身人口大幅增加，爭議案件量亦相對上漲；復因新冠肺炎疫情關係，致民眾對於出入健身房等密閉空間產生疑慮而採取退會及健身業者無法收取會籍費用等因素，使健身業者一時周轉不靈，面臨停業。
- B. 因疫情趨緩，開放健身房室內運動，配合政府指引，某健身業者公告取消提供毛巾服務所衍生之消費爭議。
- C. 另一爭議類型則為個人健身教練解約退費糾紛，又以原定健身教練於課程中離職，消費者又不願更換教練所衍生之退費爭議。

(2)解決對策：

- A. 本院消保處於去年 8 月 18 日召開研商「有關疫情期間健身中心消費糾紛案件之處理」會議，將「消費者請假無須繳手續費」、「請假無須親自到場辦理」及「得以書面(含 email)向業者辦理暫停會員權」等議題，做成 QA 放置官網，另針對疫情期間所衍生之消費爭議，請健身業者從寬、從優處理退款及違約金等事宜。
- B. 本院消保處於去年 11 月 12 日、18 日分別邀集教育部、公平交易委員會、各地方政府及健身業者召開會議，會中要求健身業者應恢復提供毛巾服務，會後該業者於 11 月 13 日恢復提供。
- C. 本院消保處於去年 11 月公布「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，未來消費者與個人健身教練簽訂定型化契約時，即有規定可供依循。

(三)食品類

類別	件數	爭議原因
食品類	3,894 件 (6.49%)	1. 線上美食外送平台無故取消訂單又不退費爭議 2. 知名網路平台標價錯誤 3. 廣告不實、標示不清楚

1. 計有 3,894 件，占全年度第 1 次申訴案件總數 (60,008 件) 之 6.49%，較前年度 (2,272 件) 增加 1,622 件。

2. 分析：

(1) 問題研析：

A. 109 年 3 月某知名電商平台業者販售蛋塔標價錯誤，造成消費者大量訂購，嗣電商平台業者不按訂單出貨 (提供商品兌換券)，提出補救方案未獲消費者青睞。

B. 國內兩大線上美食外送平台業者，因疫情因素許多民眾不在外面用餐，即透過外送平台 App 點餐、送餐，致相關申訴案件量暴增，其原因包括業者端或消費者端取消訂單不退費、系統承諾退費卻未退費、免外送費續約或權益受損爭議、餐點不符及延誤等。

(2) 解決對策：

A. 本院消保處於去年 3 月 18 日邀集經濟部及電商平台業者針對蛋塔標價錯誤案召開會議，會後電商平台業者提出補救措施，已取得商品兌換券者，按約定出貨；未取得商品兌換券者，除退還價金，並贈與同額之抵用券 1 份。

B. 本院消保處於去年 1 月 21 日及 4 月 29 日分別

召開會議，邀集主管機關及業者討論消費申訴案件數量、類型及如何因應，討論議題有優化 App 操作頁面、公告消費者權益說明、增設客訴電可能性評估、與各地方政府消保官建立多元管道解決消費爭議方式、建立業者端取消訂單流程 SOP 等。

C. 另為因應 COVID-19 疫情升溫，各市場、賣場為減少群聚，管制入場人流，促使消費者紛紛改由網路平台採購蔬菜及水果，爰於 7 月 14 日函請衛生福利部及本院農業委員會針對網路平台販售之蔬菜及水果，加強農藥殘留監測。嗣後，更於本(110)年 8 月底至 9 月初，在網路購樣 40 件蔬菜進行農藥殘留檢測，共計 12 件蔬菜不合格，除發布新聞公佈外，並移請衛生機關及農政機關依法處理。

(四) 服飾、皮件及鞋類

類別	件數	爭議原因
服飾、皮件及鞋類	3,059 件 (5.1%)	1. 瑕疵品或出貨爭議等退換貨問題，及後續退費爭議 2. 廣告、標示不實或詐騙 3. 購買到仿冒品

1. 計有 3,059 件，占全年度第 1 次申訴案件總數(60,008 件)之 5.1%，較前年度(3,008 件)增加 51 件。

2. 分析：

(1) 問題研析：

A. 服飾、皮件及鞋類之爭議案件大多為網路購物

所衍生爭議，部分為一頁式廣告貨到付款詐騙問題，消費者透過社群媒體(如臉書、LINE 等)進行交易所衍生之消費爭議或詐騙。

B. 有關募資平台係提案人透過平台展示、宣傳創意作品，或引進尚未於國內銷售的商品，透過募集資金使其得以研發量產或進口，嗣因研發生產過程不順利等問題，致商品或有延遲或不能給付情形。

(2)解決對策：

A. 因一頁式廣告詐騙案件多，而理貨包裝業者無公會組織且家數過多，難以掌握，本院爰請財政部關務署督導理貨包裝業者之上游業者報關行，協助將經常性遭消費者退貨之源頭予以阻斷，並協助研訂管理措施及告知報關行等業者繼續運送有問題貨品之相關法律責任。

B. 募資平台爭議，本院消保處請經濟部輔導募資平台善盡把關提案內容之責任，標示提案者標示提案者資訊、產品內容及警語、活動風險及贊助者權益，研議採分期付款或第三方支付等履約保證機制之可行性等。

(五)電信一類

類別	件數	爭議原因
電信一類	2,196 件 (3.66%)	1. 4G 上網速率過慢、訊號不佳 2. 電信業者之多媒體平台有無故扣款及退租費用不合理等情形

1. 計有 2,196 件，占全年度第 1 次申訴案件總數

(60,008 件)之 3.66%，較前年度(1,790 件)增加 406 件。

2. 分析：

(1)問題研析：

- A. 疫情三級警戒下，民眾必須在家辦公及照顧小孩，居家時間長，可能因網路使用人數多或附近基礎建設不足，造成上網速度變慢或無訊號。
- B. 政府實施 5G 上網速率，原使用 4G 上網系統之民眾抱怨速率有變慢情形。
- C. 民眾反映電信業者之多媒體平台有無故扣款（如特定頻道 Netflix）及退租費用不合理等情形。

(2)解決對策：

本院消保處請通傳會協調電信業者在疫情期間，應保持網路連線品質；另外針對疫情期間，民眾未能如期繳費，亦請電信業者暫緩斷訊或停話，至疫情降級為止。至於多媒體平台部分，則應宣導頻道點選功能及退租費用計算相關條款說明。

三、結案情形：

各直轄市、縣(市)政府依據「消費爭議申訴案件處理要點」及「消費爭議調解辦法」處理申訴案件，第 1 次申訴案件之結案情形分列如下：

- (一)去年與前年之結案率比較：去年度結案率為 90.14%，與前年度之 90.84%相當。
- (二)110 年度消費爭議前 5 名之結案率：

排序	1	2	3	4	5
案件類別	線上遊戲	健身	食品	服飾、皮件及鞋類	電信一類
案件數	5,060	4,140	3,894	3,059	2,196
結案率(%)	86.58	90.53	93.63	90.59	90.21

(三)主要係因疫情期間，各地方政府消保官無法召開實體協商會議，部分申訴案件尚待地方政府陸續處理所致。

(四)本院消保處已請各地方政府加速申訴案件之處理；另研議調整申訴系統之「結案」流程，以簡化地方政府承辦單位人工管控案件之後續處理時效，提升申訴案件結案率。

參、檢討與建議事項

請各主管機關就消費爭議前 5 名類別之案件，落實前揭各項解決對策外，並辦理下列事項：

一、健身中心部分

健身中心及健身教練服務定型化契約應記載及不得記載事項規定，已分別修正及訂定，請教育部加強對業者宣導，尤其應對健身教練定型化契約進行查核作業，對未按規定辦理之業者依法要求改善，以保障消費者權益。

二、線上消費型態部分

(一)請經濟部要求網路平台業者謹守消保法及零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項等規定，另外針對配合業者上架之商品，平台業者應負

起管理義務，檢視商品是否符合商品檢驗法、商品標示法、食品安全衛生管理法等規定，俾提供消費者安全有保證之商品。遇有侵害業者智慧財產權或商標權時，平台業者應建立通報下架機制，避免不肖業者有機可趁，損害消費者權益。

(二)請衛生福利部要求網路美食送餐業者妥善處理取消訂單退費機制、平台業者優化操作頁面系統、完善客服反饋機制、建立取消訂單不退費標準作業流程、免外送費會員下訂機制說明等，並不定時針對配合之餐廳業者進行稽查及公布稽查結果。另請交通部要求業者外送員遵守交通規則，並做好道交安全措施。

三、誤刷或購買遊戲點數部分

未成年人使用家長之行動裝置誤刷或購買遊戲點數等消費爭議案件數量仍不少，另有電信帳號代繳功能等扣款爭議，請通傳會、經濟部及金融監督管理委員會積極研議相關防範措施，並廣為宣導讓消費者週知。

四、一頁式詐騙部分

消費者申訴一頁式詐騙案件爭議頗多，請交通部督導各貨運業者落實託運人之資訊揭露及放寬貨到付款之退款機制，並請內政部落實防制消費詐騙機制。

五、電信品質及多媒體平台爭議部分

請通傳會督促電信業者提昇寬頻品質，避免民眾因 5G/4G 訊息快慢而感到差異感過大，遇有電信設施量能不足情形，研議減免用戶月租費用或其他優惠措施。另督促電信業者所屬多媒體平台能優化操作系

統，相關用戶權益措施，如減少頻道或斷訊等訊息，能以簡訊、電子信件等多種方式提供，以保障消費者權益。