

104 年 7-8 月國際消費者保護資訊摘要表

本院消費者保護處彙整

編號	發布機關 標題	資訊重點摘要
1	香港消費者委員會一搓手液及濕巾標示不清 消毒效用成疑	香港消費者委員會檢視市售搓手液和濕巾，發現都標示「殺菌 99.9%」、「能殺滅 99.9%細菌」等不同程度的清潔、消毒、殺菌或抑菌效能，但有提出消毒效能測試報告的業者，卻不到五成。另宣稱含「天然」殺菌成分的潔手產品，目前未有大量醫學研究證明，且可能引致敏感。
2	香港消費者委員會—25 款染髮劑含致敏物質，可引致過敏反應	香港消費者委員會測試市售 20 款家用染髮劑及 5 款聲稱專業用的染髮劑，發現全部都含有致敏物質。其中 23 款染髮劑的色素劑含有 2 種以上致敏物質，其中 1 款更檢出 4 種、10 款檢出 3 種致敏物質。該會並呼籲消費者應按產品指示的時間使用染髮產品。
3	上海市消費者權益保護委員會—上海市消保委有關手機預裝軟體提起公益訴訟的情況	上海市消費者權益保護委員會將廣東歐珀移動通信有限公司和天津三星通信技術有限公司分別起訴至上海市第一中級人民法院。請求法院判令被告在其所銷售智慧型手機外包裝或說明書中，明示手機內預裝軟體的名稱、類型、功能、所占內存，並提供可直接下載智慧型手機內預裝應用軟體的途徑。
4	澳洲競爭及消費者委員會(ACCC)—對澳洲建築業者之說明	ACCC 澄清其職責是消費商品的安全及規制，「消費商品」是指用於或可於個人、當地或家庭使用或消費之商品。故 ACCC 並非建築物之管理機關，專業管理者才是主管機關。ACCC 鼓勵建築相關業者與建築管理單位密切合作，以補強 ACCC 關於促進產品安全管理關係之消費產品安全倡議。
5	澳洲競爭及消費者委員會(ACCC)—Lux 之不當行銷遭罰 37 萬美元	經 ACCC 指控，聯邦法院已令 Lux 就其不當行銷行為支付總額 37 萬美元之罰款。該命令係遵循 2013 年 8 月聯邦法院合議庭就 Lux 行銷吸塵器涉有不當行為情事之聲明。本案係因 Lux 業務代表前往這些婦女家中拜訪，雖以免費保養吸塵器為名，實係銷售吸塵器。這些婦女因迫於不公平的行銷手法及壓力而購買了吸塵器。其涉及以優勢之「故意詭計」進入消費者住家，然

編號	發布機關 標題	資訊重點摘要
		後採取高壓行銷手法迫使弱勢消費者同意購買之不當行為。
6	澳洲競爭及消費者委員會(ACCC)－三星洗衣機召回事件之消費者權益保障	ACCC 最近注意到三星洗衣機召回事件中，消費者被告知所召回之洗衣機可維修但不得換貨或退款。ACCC 表示，消費者如購買受影響的三星洗衣機，依澳洲消費者法規定，消費者有權選擇退款、換貨或維修等補救作法。因本次召回之三星洗衣機有重大安全瑕疵，不符合消費者可接受之品質保證。在這種情況下，消費者可選擇電器安全召回以外之其他補救作法。
7	波蘭議會強化消費者保護法	波蘭國會下議院今天通過了一項競爭及消費者保護法案的修正，這將使得該法案更容易消除不當銷售金融商品或是其他消費者權益受損害情形。
8	波蘭消費者保護局－警告貸款公司收取超額費用	波蘭消費者保護局發現，申請快速借貸的消費者常面臨誤導性廣告、未被提供貸款及貸款契約重要資訊、額外收費、不易撤回協議之情形，故波蘭國會刻正制訂關於金融市場監督法案，目的在增加消費者於貸款市場所受的權利保護，同時也消除公司詐欺的行為。
9	歐盟委員會與歐洲消費者局合作，加強執行消費者於汽車租賃方便權益保障	五大汽車租賃公司已同意配合歐盟委員會和國家執法部門的聯合行動，共同審查消費者與相關單位之間的租車問題。未來更清楚的保險條約、更明確的租車加油相關規則、更公平的車損處理以及更透明的價格，將使民眾受益。
10	聯合國貿易發展會議(UNCTAD)－新修正的聯合國消費者保護綱領將更能保護網路消費者	UNCTAD 本(104)年 7 月 6 日至 10 日於日內瓦開會，為配合電子商務及網路購物之發展，修正消保綱領，範圍包括金融服務、能源、公共設施、旅遊等面向。綱領修正案預定提交下次聯合國大會裁決，UNCTAD 規劃方向包括：成立一個消費者法與政策之跨國專家小組、監督綱領執行機制、成立論壇交換實務經驗、對開發中國家提供技術合作及能力建構計畫等。
11	國際消費者聯盟(CI)－OECD 電子商務消費者	OECD 於 1999 年公布電子商務消費者保護綱領，然而自 1999 年起，科技發展帶動電子商務平台及跨境交易，並引起諸多原綱領未明確涵蓋之議題。電子商務綱領修正案目前已進展到第 3 版，國際消費者

編號	發布機關 標題	資訊重點摘要
	保護綱領持續修正中	聯盟(CI)提出許多意見多獲得採納，最新的綱領修正版本預期將於9月中旬出爐。
12	美國聯邦交易委員會(FTC)－本年9月將舉辦順勢療法產品之廣告研討會	過去數十年，美國的順勢療法藥品市場規模已從數百萬美元成長至數十億美元，市場型態也從針對個人開個別處方，發展成為大規模廣告並於全國各地主要賣場銷售。FTC將於9月21日在華府召開研討會，討論順勢療法之廣告議題。
13	新加坡消費者協(CASE)－發現指甲保養產品均是安全的，但少數產品未依規定標示成分	CASE 檢測該國市售 30 種指甲油及洗甲水的苯及甲苯含量，結果顯示這 30 項產品均未檢出苯，且甲苯含量均未超標。然而卻發現其中有 10 項指甲油、2 項洗甲水並未依法在產品包裝上標示出成分，CASE 已通報主管機關採取後續作為。
14	美國產品安全委員會(CPSC)－IKEA 在發生兩起衣櫃傾倒壓死孩童事件後，免費提供維修套組	CPSC 和 IKEA 北美區共同宣布維修計畫，將免費提供消費者 IKEA 衣櫃和五斗櫃的牆壁固定套組。導因於全美已發生兩起因 MALM 系列衣櫃未固定於牆面，導致傾倒而壓死孩童的案件，另外也累積十多起 IKEA 衣櫃或梳妝台傾倒的通報案例。呼籲曾購買過相關產品的消費者向 IKEA 索取固定套組，而在把衣櫃和五斗櫃固定於牆面前，應先立即停用。
15	美國聯邦交易委員會(FTC)－禁止廣告不實的 UV 殺菌設備	FTC 指控兩家業者涉嫌透過不實和未經證實的廣告，宣稱所販售的紫外光殺菌設備可有效殺菌。本案涉及的產品係透過網路、郵購及實體商店等通路販售。兩家被告均被禁止再就產品殺菌功效進行不實宣稱，除非業者能確保內容的真實性且無誤導之虞，否則將禁止再宣稱其產品的效能，另外也禁止被告再藉由不當引用科學研究結果的方式，宣稱產品或服務的效能已經過科學驗證。

104 年 7-8 月國際消費者保護資訊摘要

1. 香港消費者委員會一搓手液及濕巾標示不清 消毒效用成疑(17/08/2015)

香港消費者委員會檢視市面 15 款搓手液和 22 款濕巾，發現各產品樣本都標示「殺菌 99.9%」、「能殺滅 99.9% 細菌」等不同程度清潔、消毒、殺菌或抑菌的效能。但只有 17 個樣本的供應商，向該會提交消毒效能的測試報告。消毒搓手液及濕巾一般不屬於藥劑製品，不受《藥劑業及毒藥條例》監管。

市售搓手液和濕巾，消毒成分主要包括酒精、季銨化合物 (quaternary ammonium compounds)、雙氯苯雙胍己烷 (chlorhexidine) 及三氯生 (triclosan)。

美國食品及藥物管理局和世界衛生組織認為，濃度在 60-80% 的酒精溶液最有效殺菌，濃度太高會適得其反。酒精的消毒效果沒有持續性，對殺滅寄生蟲或細菌孢子的效用亦不大。在產品樣本中，有 13 款搓手液及 8 款濕巾標示含有酒精，其中 4 款搓手液標示濃度介乎 60-70%，6 款濕巾標示介乎 25-75%。過度使用酒精搓手液可能會使手部皮膚乾燥；如使用後出現痕癢、紅疹或發炎等情況，應停止使用並盡快求醫；部分加入香料或添加劑的產品亦有可能致敏。

含季銨化合物的產品，雖然抗菌能力較酒精低，但能抑制細菌生長，延長消毒功效，而且致敏機會相對較小。

至於三氯生，有外國研究發現該成分在動物身上可干擾內分泌和助長腫瘤生長。參考美國食品及藥物管理局和歐盟消費者安全科學委員會的資料，雖然迄未有證據顯示三氯生對人體構成危險，但消費者應謹慎和合理地使用含三氯生的產品；此外，如不慎讓含有雙氯苯雙胍己烷的產品接觸眼睛，有可能會引起結膜炎或角膜受損。

至聲稱含「天然」殺菌成分的潔手產品，目前未有大量醫學研究證明，例如茶樹油、百里香等之殺菌能力，未必足以取代酒精搓手液。消費者亦要留意「天然」成分的產品，可能引致敏感。

資訊來源：

http://www.consumer.org.hk/website/ws_chi/news/press_releases/p46603.htm

1

2. 香港消費者委員會－25 款染髮劑含致敏物質，可引致過敏反應 (15/07/2015)

香港消費者委員會(簡稱消委會)測試市售 20 款家用染髮劑及 5 款聲稱專業用的染髮劑，發現全部都含有致敏物質，只是濃度各異。其中 23 款染髮劑的色素劑含有 2 種或以上的致敏物質，其中 1 款更檢出 4 種致敏物質、10 款檢出 3 種致敏物質。皮膚專科醫生提醒，染髮劑如含有多種致敏成分，會令致敏機會增加，反應亦可能較嚴重。

在致敏物質方面，10 款樣本檢出濃度介乎 0.25% 至 1.7% 的 p-苯二胺 (p-phenylenediamine, PPD)，另有 18 款檢出濃度由 0.029% 至 2.3% 的甲苯-2,5-二胺 (toluene-2,5-diamine, PTD)。PPD 及 PTD 都屬極端致敏物質，雖然測試檢出的濃度合乎大陸及歐盟標準，但有海外研究報告指出，即使低至 1%，仍有機會令人有過敏反應。

另外，20 款樣本檢出強烈致敏物質 m-氨基苯酚 (m-aminophenol, MAP)，濃度介乎 0.041% 至 2.5%，其中 1 款含 2.5% 的樣本超過大陸規定 2% 的上限。而歐盟規定塗抹於頭髮的含量上限為 1.2%，以該樣本色素劑及顯色劑 1 比 1 的比例計算，染髮混合物中 MAP 濃度為 1.25%，同樣超出歐盟規定上限。消委會已將有關結果知會相關供應商。

使用染髮劑引致的過敏反應，包括皮膚變紅、脫皮或痕癢，嚴重的可能使臉部、額頭或眼皮腫脹，頭皮及耳朵亦可能化膿及潰瘍等。敏感徵狀短則在數小時內發生，徵狀亦可能在使用 1 至 2 天後才呈現。

另發現 25 款染髮劑樣本按建議的駐留時間放置 (由 15 至 60 分鐘不等)，全部樣本混合物都未檢出致癌物質「N-亞硝基二乙醇胺 (N-nitrosodiethanolamine, 簡稱 NDELA)」。但消委會的小型研究發現，當個別型號的色素劑和顯色劑混合後，長時間放置，有機會衍生出 NDELA。消委會呼籲消費者應按產品指示的時間使用染髮產品，且促請生產商詳細列明成分資料，方便消費者了解其他致敏物質的種類和濃度。

消委會與大家分享染髮注意事項：

- 使用染髮劑前應仔細閱讀產品說明書、成分列表及含量說明，按建議的駐留時間使用，避免逾時。
- 專業用染髮劑的用法說明較複雜，應避免自行選用。
- 染髮前先進行皮膚敏感測試。皮膚過敏人士應避免使用含 PPD 或 PTD

- 的染髮劑，如有必要，可考慮選用濃度較低或顏色較淺的型號。
- 在髮際、耳朵、額頭、頸項塗抹凡士林，有助減低刺激皮膚的機會。
 - 染髮前不要弄濕頭髮，染髮時亦不要自行加熱、用保鮮紙包裹頭髮等，會增加致敏風險。
 - 佩戴手套塗抹染髮劑混合物，減少皮膚直接觸及染髮劑。
 - 皮膚病患者、頭皮有傷口人士、孕婦及哺乳中的婦女暫不應染髮。

資訊來源：

http://www.consumer.org.hk/website/ws_chi/news/press_releases/p46603.html

3. 上海市消費者權益保護委員會—上海市消保委有關手機預裝軟體提起公益訴訟的情況(02/07/2015)

因上海市消費者權益保護委員會(簡稱上海市消保委)受理的手機類消費申訴，自 2012 年計有 4,188 件，至 2014 年已達 7,066 件，連續三年占商品類申訴的第一位。2015 年初，該委員會委託專業機構對手機進行比較試驗發現，受試手機除系統軟體外，均預裝各類軟體，最多達 71 個，少的也有近 30 個。該專業機構模擬消費者的操作方式，下載預裝應用軟體時，有的手機無法下載任何預裝軟體，有的雖可下載部分，但仍有大量預裝軟體不能下載。

根據試驗結果，歐珀 X9007 和三星 SM-N9008S 手機無法下載軟體數量排名前二名。歐珀手機總共預裝 71 個軟體，其中無法下載軟體數量達 47 個，是所有受試手機中最多的。三星手機為 44 個，且所有預裝軟體均無法下載。

消費者購買手機後即享有對手機及手機虛擬空間占有、使用、收益和處分的權利，預裝應用軟體占用了手機的內存，無法正常下載導致手機可使用空間的減少。因此，手機廠商應對預裝軟體的類型、功能、所占內存明確告知消費者，並允許消費者自主下載應用軟體。

因此，上海消保委依據《民事訴訟法》第 55 條、《消費者權益保護法》第 47 條、《上海市消費者權益保護條例》第 51 條之規定，將廣東歐珀移動通信有限公司和天津三星通信技術有限公司分別起訴至上海市第

一中級人民法院。請求法院判令被告在其所銷售智慧型手機外包裝或說明書中明示手機內預裝軟體的名稱、類型、功能、所占內存，同時請求法院判令被告為其所銷售智慧型手機內預裝應用軟體，提供可直接下載的途徑。

上海消保委希望此次公益訴訟能夠起到示範效應，徹底破除智慧型手機行業，網綁銷售應用軟體，又不告知消費者的潛規則，推動手機應用軟體公平競爭，促進智慧型手機行業健康發展。

資訊來源：

<http://www.cca.org.cn/zxsd/list/8.html>

4. 澳洲競爭及消費者委員會 (Australian Competition and Consumer Commission, ACCC) —ACCC 對澳洲建築業者之說明 (22/07/2015)

今天在對澳洲建築業者的說明中，ACCC 副主席 Michael Schaper 博士表示，ACCC 及中央、地方之公平交易治理對象係建築業者，目的在督促其注意建築物安全之交易行為。

此論點係因建築材料之原產地及安全性之公共利益正與日俱增，Schaper 博士亦就 ACCC 在建築物管理之角色澄清：「ACCC 之職責是消費商品的安全及規制，『消費商品』是指用於或可於個人、當地或家庭使用或消費之商品。」

「ACCC 並非建築物之管理機關，如同食品、藥物與治療產品、汽車、工業及農化產品一般，專業管理者才是主管機關」、「澳洲建築規範委員會負責管理包含澳洲建築法規在內的全國性營建法規。中央及地方建築主管單位則透過各種建築法規執行相關建築規範。」

「ACCC 通常不會在商品有專業管理單位或並非主要消費商品之情形下進行干預，目的在避免與其他權責單位之管理作為重複，並儘量降低企業的遵法成本。對專業管理領域中的違規產品之關切重點，應該是與專業管理單位一同採取行動。」

「ACCC 鼓勵建築相關業者與建築管理單位密切合作，以補強 ACCC 關於促進產品安全管理關係之消費產品安全倡議。」、「所有零售業者及批發業者均需就所採購商品之品質進行管控，並可經由供應鏈監控以檢測成品，以及與現成可信之供應業者採行安全可靠之採購作業或

與新供應業者發展類似關係之方式來完成。」

「ACCC 認為消費者法與建築管理單位之個別功能及其專業知識，均有助於他部門之執行。」

資訊來源：

<http://www.accc.gov.au/media-release/accc-address-to-master-builders-australia>

5. 澳洲競爭及消費者委員會 (Australian Competition and Consumer Commission, ACCC) —Lux 之不當行銷遭罰 37 萬美元 (24/08/2015)

經 ACCC 指控，聯邦法院已令 Lux Distributors Pty Ltd (下稱 Lux) 就其不當行銷行為支付總額 37 萬美元之罰款。

法院的命令係遵循 2013 年 8 月聯邦法院合議庭就 Lux 對 3 位年長婦女行銷吸塵器涉有不當行銷情事之聲明。

本案源於 Lux 之業務代表前往這些婦女家中拜訪，雖以免費保養吸塵器為名，實係以銷售吸塵器為目的。這些婦女因迫於不公平的行銷手法及壓力而購買了吸塵器。

ACCC 委員 Sarah Court 表示：「對 Lux 高額罰款反映出該行為之違法性質，其涉及以優勢之『故意詭計』進入消費者住家，然後採取高壓行銷手法迫使弱勢消費者同意購買。」、「2013 年的合議庭判決中指出，消費者保護法強化了社會價值觀，以及消費者應得誠實、公正之對待及不受欺騙之期待。」、「作為國家消費者保護之主管機關而言，涉及社會弱勢群體及不當行銷之消費者保護議題，均是 ACCC 的重點領域。」

法院並對 Lux 發出禁制令以免該公司日後再有類似行為，並要求對其所有員工及業務代表建立遵法與教育計畫。

本案背景

ACCC 於 2012 年 5 月對 Lux 提出訴訟，指控 2009 年至 2011 年間 Lux 對於 5 位年長消費者以不當手法行銷吸塵器，違反了 1974 年貿易業務法第 51AB 條及澳洲消費者法第 21 條規定。

2013 年 2 月 Jessup 法官駁回 ACCC 的聲請，指出 Lux 與消費者交易時未涉不當之行為。

ACCC 再就其中 3 位消費者之相關裁決提出抗告，2013 年 8 月聯邦

法院合議庭認定 Lux 對於該 3 位年長消費者均涉有不當之行銷行為。

資訊來源：

<http://www.accc.gov.au/media-release/lux-ordered-to-pay-370000-penalty-for-unconscionable-conduct>

6. 澳洲競爭及消費者委員會 (Australian Competition and Consumer Commission, ACCC) — 三星洗衣機召回事件之消費者權益保障 (28/08/2015)

ACCC 最近注意到三星洗衣機召回事件中，一些消費者被告知所召回之洗衣機可維修但不得換貨或退款。

ACCC 副主席 Delia Rickard 說明：「ACCC 正調查這項說法。消費者如果購買了受影響的三星洗衣機，依澳洲消費者法規定，消費者有權選擇退款、換貨或維修等補救作法。」

該受影響之洗衣機係因內部故障，使凝水能穿透電子連接器致其變質，從而可能引起火災。

ACCC 正與主導召回案之公平交易局新南威爾士州辦公室密切合作，並協同該州電器產品安全管理單位說明其安全性問題。

Delia Rickard 表示：「本次召回之三星洗衣機有重大安全瑕疵，不符合消費者可接受之品質保證。在這種情況下，消費者可選擇電器安全召回以外之其他補救作法。」

雖然 2011 年 1 月 1 日前所購買之商品無法適用澳洲消費者法之消費者保證規定，但銷售品質之默示保證仍可適用。因此，ACCC 建議 2011 年以前購買該電器之消費者，可向供應商提出退款或換貨之要求。

「如果消費者知有產品被召回，應立即停止使用並拔下電源插頭。」

本案背景

2013 年三星公司召回製造日期在 2010 年 2 月 1 日至 2013 年 2 月 28 日之 6 款上蓋式洗衣機。

洗衣機背面列有型號名稱及編號之詳細資訊。受影響的型號為：

- SW75V9WIP/XSA
- SW65V9WIP/XSA
- SW80SPWIP/XSA

- WA85GWGIP/XSA
- SW70SPWIP/XSA
- WA85GWWIP/XSA

如果無法確認洗衣機是否在召回之列，應聯繫三星公司請求協助。

資訊來源：

<http://www.accc.gov.au/media-release/consumer-guarantee-rights-following-samsung-washing-machine-recall>

7. 波蘭議會強化消費者保護法 (05/08/2015)

波蘭國會下議院今天通過了一項競爭及消費者保護法案的修正，這將使得該法案更容易消除不當銷售金融商品或是其他消費者權益受損害情形。

新法規規定，當非法提供不適合消費者需求的金融產品時，競爭及消費者保護局有可以檢測與質疑消費者權益損害之情事。同時，競爭及消費者保護局也可對於消費者契約中濫用權利條款作出行政決定，但此決定必須受到法院的審查。

本次修法最重要的修正如下：

- 禁止提供不符合消費者需求，或以不適當方式替消費者設計金融服務。這目的是要迫使企業經營者分析其所提供之服務，是否實際符合消費者的需求。
- 暫時決定(temporary decisions)，當因不當銷售或是契約權利濫用條款致可能產生消費者負擔巨大損害風險時，業務活動可以在法律程序結束前中止。暫時決定將在最終決定終止本案時才有拘束力，此時企業經營者可以就暫時決定提起上訴。競爭及消費者保護法庭有兩個月時間決定是否上訴。
- 引進法院許可使用「秘密顧客」(mystery shopping)機制：競爭及消費者保護局的調查員將可以提出以消費者身分所蒐集之證據。「秘密顧客」將用來驗證產品或服務如何提供、契約如何簽訂。「秘密顧客」需取得法院許可始可進行。
- 競爭及消費者保護局取得在法院審理時，對於消費者受虐案件表達意見之資格。特別是當案件涉及公共利益時，競爭及消費者保

護局可以在法院表達其專業判定，使該案能進行全面受檢查的情況。

- 在廣播及電視自由發布資訊及警告，使消費者能夠迅速有效取得嚴重威脅其利益的資訊。
- 定型化契約條款管理新制:競爭及消費者保護局長將發布定型化契約條款範本，並禁止經認定應禁止使用的契約再被使用。
 - 1.政府機關、消費者、消費者保護官、金融服務機關或是消費者保護團體可以發起程序。
 - 2.企業經營者能夠對於經競爭及消費者保護法庭禁止使用的條款提起上訴。
 - 3.定型化契約條款關於附帶限制或消費者權益事項，將於民事法庭繼續審理。

資料來源：

https://uokik.gov.pl/news.php?news_id=11827

8. 波蘭消費者保護局警告貸款公司收取超額費用 (25/06/2015)

波蘭消費者保護局對消費者支付貸款及轉移貸款所付之行政費用提出質疑。

消費者保護局發現，申請快速借貸的消費者常面臨誤導性廣告、未被提供貸款及貸款契約重要資訊、額外收費、不易撤回協議之情形。

因此，消費者保護局檢視了 Warsaw-based MiniCredit 貸款公司，並且針對其在貸款簽約準備期間和轉帳期間，對消費者所收取之行政手續費的做法提出質疑。根據法律，消費者在簽約過程，除了借貸公司實際支出以外，消費者應免付任何費用。消費者保護局認為，簽訂貸款契約的相關行政工作並非係單獨的服務或產品，故不應收取費用，或是應由貸款公司自行提供資金。

消費者保護局禁止收取簽訂貸款契約手續費。

波蘭政府需要更進一步監督借貸市場並且制定新的規則。上述情形說明波蘭政府必須對於貸款市場更進一步監督，並且制定新法。這也是波蘭國會刻正制訂關於金融市場監督法案的原因，目的在增加消費者於貸款市場所受的權利保護，同時也消除公司詐欺的行為。

新規定將擴大波蘭金融監管機關在金融市場其他領域的監管權力，將嚴格執行刑事處罰，並且規定借貸公司本身的必要條件(例如:公司的資本額至少要有 20 萬波蘭幣)。新法案也將限制貸款公司能夠收取的行政費用以及利息，並且規定非銀行業應提供之貸款資訊。

資料來源：

https://uokik.gov.pl/news.php?news_id=11724&news_page=1

9. 歐盟委員會與歐洲消費者局合作，加強執行消費者於汽車租賃方便權益保障(13/07/2015)

五大汽車租賃公司已同意配合歐盟委員會和國家執法部門的聯合行動，共同審查消費者與相關單位之間的租車問題。未來更清楚的保險條約、更明確的租車加油相關規則、更公平的車損處理以及更透明的價格將使民眾受益。此舉主要因歐洲消費者中心在過去兩年接到汽車租賃的相關投訴已大幅增長。

歐盟司法、消費、性別平等委員，Vera Jourová 贊同這次的協議：「線上預約汽車、甲地租車乙地還車是現今常見的事情。然而，汽車租賃的條款和條件有時過於模糊且不清楚。消費者往往負擔了許多額外的費用。五大汽車租賃公司已承諾改善他們的資訊政策，使他們的條款和條件對消費者來說更公平。我期待他們實現承諾，並期待全國消費者機構對確保歐洲消費者的權益所做的出色表現」。

五大租賃公司已承諾將依據歐盟消費者權益、不公平商業行為及不公平條款等規定，針對消費者的需求提出更好的汽車租賃契約。

主要的改善承諾包括：

- 提高網路預約透明度：
 - ◆ 更明確的基本花費以及附加選項資訊；
 - ◆ 更清楚的租約重要事項及需求資訊，包含線上刷卡收取訂金或保證金等細節；
- 在預約階段提供更充分關於可選擇減免項目和保險產品的資訊，包括其價格、除外事項等。
- 更透明的燃料政策
- 更清晰和更公正的車輛檢驗流程

- 額外收費更好的做法：於額外負擔毀損車輛賠償前，給予消費者機會針對車損提出質疑。

這些提案正逐步的改善並實施，預期在 2015 年底前完成大部分的提議。消費者機構表示，一些懸而未決的問題將需要進一步監測：

- 第三方造成車損時租車者應負的責任；
- 租車業務員辦理業務的實施方式；
- 會員國間以不同語言呈現的租車契約；
- 汽車租賃方案中的保險契約。

資料來源：

http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-5334_en.htm

10.聯合國貿易發展會議(UNCTAD)－新修正的聯合國消費者保護綱領將更能保護網路消費者(10/07/2015)

國際消費者聯盟(Consumers International)－聯合國消費者保護綱領突破性進展 (16/07/2015)

本年 7 月 6 日-10 日來自 70 個會員國 350 位專家於日內瓦開會，就競爭及消費者保護政策進行討論，可以預見的是民眾上網購物將可以獲得更多的保障。

UNCTAD 長久以來一直致力於推動競爭及消保政策，對於促進經濟發展及減少開發中國家的貧困扮演重要角色。透過消費者教育，讓民眾得以了解其自身權益，並減少不當企業剝削。

聯合國消保綱領上次於 1999 年修正，迄今已逾 15 年，為配合電子商務及網路購物之發展進行修正，包括金融服務、能源、公共設施、旅遊等面向。UNCTAD 秘書長表示 Mukhisa Kituyi 表示，希望能透過教育消費者，達成永續發展目標，很感謝會員國都能支持 UNCTAD 強化消保工作。

聯合國消保綱領修正案預定提交下次聯合國大會裁決，UNCTAD 規劃方向包括：將成立一個消費者法與政策之跨國專家小組、監督綱領執行機制、成立論壇交換實務經驗、對開發中國家提供技術合作及能力建構計畫等。

國際消費者聯盟(CI)理事長 Amanda Long 業對此表示歡迎，惟 CI 新

聞稿也表示，有些特定產業(如食品、飲料、香菸)的責任行銷建議事項仍未獲通過，將透過其他管道繼續推動。

資訊來源：

<http://unctad.org/en/pages/PressRelease.aspx?OriginalVersionID=258>

<http://consumersinternational.blogspot.tw/2015/07/un-guidelines-breakthrough-big-step.html>

11. 國際消費者聯盟(Consumers International)－OECD 電子商務消費者保護綱領持續修正中 (04/08/2015)

電子商務快速成長，為確保消費權益，CI 積極參與該綱領之修正。最新的調查顯示，CI 會員普遍擔憂其消費者保護措施跟不上數位經濟的腳步，其中 80% 認為法令、標準及爭議處理無法有效規制當前的發展趨勢。

OECD 於 1999 年公布電子商務消費者保護綱領，其範圍包括企業行為、合約條款、消費資訊揭露及爭議處理機制等。然而，自 1999 年起，科技發展帶動電子商務平台及跨境交易，並引起諸多原綱領未明確涵蓋之議題。

電子商務綱領修正案目前進展到第 3 版，CI 提出意見如下：

- 消費者於線上交易所獲得之保障必須與傳統購物一樣；
- 發生網路安全事件時（如駭客盜用帳號），消費者的責任須限縮於一定範圍；
- 須包含行動商務；
- 除了目前的替代爭議處理機制(ADR)外，須推動線上爭議處理機制(ODR)；

CI 同時也積極推動相關事項：

- 消費者個資蒐集與利用為重要議題，必須予以納入；
- 重申必須加強對兒童之保護，兒童不能成為有法律約束契約之當事人；
- 消費者若不慎違反契約約定，相關處罰比須符合比例原則，例如消費者不慎觸犯版權，有許多是因為未仔細閱讀冗長及詳細授權合約而造成的，並非故意違約，而事實上也僅有極少數人會仔細閱讀。

最新的綱領修正版本預期將於 9 月中旬出爐。

資訊來源：

http://www.consumersinternational.org/news-and-media/news/2015/08/oced-guidelines_e-commerce/

12. 美國聯邦交易委員會—本年 9 月將舉辦順勢療法產品之廣告研討會 (01/06/2015)

FTC 將於 9 月 21 日在該委員會華盛頓特區總部召開研討會，討論順勢療法(Homeopathy)之廣告議題。

過去數十年，美國的順勢療法藥品市場規模已從數百萬美元成長至數十億美元，市場型態也從針對個人開個別處方，發展成為大規模廣告並於全國各地主要賣場銷售。

由於市場及消費者使用度快速成長，該研討會將邀請醫藥專家、業界、消費者及政府機關等各界代表進行討論。FTC 也將邀請社會大眾提供研究報告、建議事項供會議討論。會議議題包括：

- 順勢療法市場概況、廣告及消費者認知；
- 順勢療法之科學基礎及其功效；
- 針對順勢療法產品公司最近之集體訴訟情形；
- FTC 法案第 5 章是否適用於順勢療法之廣告宣稱；
- 公共政策關切當前之順勢療法相關產品法規。

資訊來源：

<https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2015/06/ftc-host-september-workshop-washington-dc-examine-advertising>

13. 新加坡—CASE 發現指甲保養產品均是安全的，但少數產品未依規定標示成分 (20/07/2015)

新加坡消費者協會(CASE)檢測該國市售 30 種指甲油及洗甲水的苯 (benzene)及甲苯(toluene)含量，檢驗結果顯示這 30 項產品均未檢出苯，且甲苯含量均未超標。然而，CASE 發現其中有 10 項指甲油、2 件洗甲水並未依 2007 年健康產品規則(化妝品-東協化妝品指令)規定，在產品包

裝上標示出成分。

CASE 進行檢測的原因

指甲保養產品非常受歡迎，特別在女性消費者間更是廣為使用，這類產品可能包含毒性化學物質如苯和甲苯等，恐造成廣大消費者的健康風險。

苯屬於致癌物質，長期接觸恐會導致血癌，故在許多產品上是禁用的。甲苯被廣泛運用在工業原料上的溶劑，跟其他溶劑一樣，常被濫用作為吸入劑，而可能造成嚴重的神經損傷。

香港消費者委員會先前進行指甲油和護甲油檢測，並發現 5 件產品含有高毒性化學物質，其中 4 件被驗出苯(化粧品中應該不能檢出)，另外 1 件則驗出甲苯含量高於歐盟所定的標準 (25%)。基於此，CASE 決定進行類似檢測，以確保新加坡此類市售產品的安全。

新加坡對於指甲保養產品成分的相關規定

指甲保養產品受到 2007 年健康產品規則(化妝品-ASEAN 化妝品指令)的規範，該規則和東協化妝品指令(ACD)規範一致，所有內容均比照歐盟對化粧品的相關規定。

新加坡的化粧品業者均須對其產品的安全性負責，並確保其產品需符合該國法令規範。產品上市前必須通報衛生當局 (Health Sciences Authority; HAS)，以確保若產品出現安全疑慮時便於追蹤。但產品通報並不同於產品認證、註冊或 HAS 核發的上市許可。

新加坡禁止將苯添加於任何化粧品，指甲保養產品則規定甲苯濃度不得高於 25%。除此之外，HAS 規定所有化粧品均應有適當的標示，包括在容器或包裝上應列出所有成分的英文標示，且應清晰可辨。

檢測方式

CASE 工作人員在 2015 年 3 月自百貨公司和鄰近商店購入了 30 件不同品牌的指甲油和洗甲水。工作人員首先確認這些樣品的成分標示，以得知該產品是否包含苯或甲苯。這些樣品被送到指定實驗室進行成分分析。

依據檢測結果，並未有指甲油和洗甲水驗出苯或甲苯超標情形，但發現 15 件指甲油樣品中有 10 件、15 件洗甲水中有 2 件並未以英文標示成分，且在銷售當時也並未以小冊子或其他方式提供成分資訊。CASE 已將檢測結果通報 HAS 採取後續作為。

CASE 的建議

由於無法全面檢測新加坡所有的指甲油及洗甲水，故在藥局、百貨公司和鄰近商店選擇常見的代表性品牌作為檢測的樣品，因此可以宣稱新加坡的指甲保養產品普遍是安全的。

然而，CASE 呼籲化粧品業者應該遵守該國對化粧品標示的規範，因為消費者有權利知道所使用化粧品的成分內容，以利其知情購買 (informed purchase) 和正確使用產品。

資訊來源：

https://www.case.org.sg/admin/news/pdf/236_pdf.pdf

14. 美國－IKEA 在發生兩起衣櫃傾倒壓死孩童事件後，免費提供維修套組 (22/07/2015)

美國產品安全委員會(CPSC)和 IKEA 北美區共同宣布維修計畫，提供消費者免費的牆壁固定套組，因為若該公司的衣櫃和五斗櫃未妥善固定在牆面，將會有傾倒的危險。

IKEA 接獲兩起因 MALM 系列衣櫃傾倒而壓死孩童的事件，消費者在妥善將衣櫃和五斗櫃固定於牆面前，應立即停用所有高於 23.5 吋孩童用、高於 29.5 英吋成人用的相關產品。消費者應使用免費的牆壁固定套組，以確保 MALM 系列和其他 IKEA 出產的衣櫃及五斗櫃均能固定於牆面。預計這項全國性維修計畫，將包括 7 百萬個 MALM 衣櫃(3 格、4 格、6 格)以及 2 千萬個其他款 IKEA 出品的衣櫃和五斗櫃。

CPSC 和 IKEA 在 2014 年 2 月接獲通報，因 MALM 6 號抽屜型衣櫃(高 48 又 3/8 吋)突然傾倒，使得一名 2 歲孩童在自己床上被壓死。之後在 2014 年 6 月又發生一名 23 個月大孩童正巧被一個倒下的三抽屜 MALM 衣櫃(高 30 又 3/4 吋)壓死的案例。這兩起事件的衣櫃均未固定於牆面。除此之外，IKEA 和 CPSC 也已接獲 14 起 MALM 衣櫃傾倒的意外通報，造成 4 人受傷。自 1989 年起，IKEA 還發生另外 3 起因其他款衣櫃和五斗櫃傾倒而壓死人的案例。

IKEA 將提供美國消費者一套免費的牆壁固定修理套組，可用於 MALM 系列衣櫃、高於 23.5 吋的 IKEA 孩童用衣櫃和五斗櫃、高於 29.5 吋的成人用衣櫃和五斗櫃。該套組包括了固定產品不致傾倒所需的工具、

耗材以及說明書。

CPSC 和 IKEA 呼籲消費者確認所購買的 IKEA 衣櫃和五斗櫃均已固定於牆面。針對未固定者，消費者應在尚未完成牆壁固定作業前，先將其移到儲藏室或其他孩童接觸不到的區域。

本次修理計畫所指的 MALM 衣櫃係自 2012 年起開始販售，售價約於 80 到 200 美金之間。消費者可前往 IKEA 店面或去電索取免費牆壁固定套組。

資訊來源：

<http://www.cpsc.gov/en/Newsroom/News-Releases/2015/IKEA-Offers-Free-Wall-Anchoring-Repair-Kit-for-Chests-and-Dressers/>

15.美國—FTC 禁止廣告不實的 UV 殺菌設備(20/08/2015)

兩家販售紫外光殺菌設備的業者同意不再宣稱其產品可清除足部真菌和危險細菌如抗藥性金黃色葡萄球菌(Methicillin-Resistant Staphylococcus Aureus ;MRSA)、大腸桿菌和沙門氏菌。聯邦交易委員會 (FTC) 稍早指控該兩家業者涉嫌進行不實和未經證實的廣告。

本件和解案的判決金額分別是 Angel Sales Inc.美金\$656,423 元、Zadro Health Solutin, Inc., 美金 629,359 元。依其償付能力，Angel Sales 獲判暫緩執行，Zadro Health Solution 則須先支付美金\$222,029 作為消費者退款後方能暫緩執行，倘若任一被告被發現謊報財務情況的話，則必須立即償還所有罰款。

FTC 官員表示，被告宣稱設備的 UV 光將殺光危險的微生物，但卻未能提出科學證據佐證，所以 FTC 禁止被告再作此不實宣稱。

FTC 指控 Angel Sales Inc 和其母公司 Robert and Laura Engel 涉嫌透過不實和未經證實的廣告來行銷其產品 (shUVee)；該公司透過產品官網 (shUVee.com) 及全國性的零售商如 SkyMall 機上目錄等管道銷售其 UV 設備。在其廣告中，業者不實宣稱其產品可以清除鞋子上的異味和細菌，而不需噴灑任何藥劑，業者同時宣稱該項產品可以在 1 小時內殺掉 95% 以上的微生物、細菌、黴菌，甚至是高傳染力的 MRSA。這項產品的售價為美金\$99.99 到 139.99 不等。

除此之外，FTC 亦指控 Zadro Health Solution Inc 及其母公司 Zlatko and Rebecca Zadro 對其 Nano-UV 設備進行沒有科學證據支持的不實廣告。該公司直接在其公司網站(zadroh.com)以及全國性的零售網站(如 Skymall.com、Amazon.com、Drugstore.com、Target.com、Brookstone.com 以及 wayfair.com)和郵購(如 Skymall, Magellan's, Hammacher Schlemmer 及 Frontgate)管道販售。在產品廣告中宣稱特殊的殺菌棒可以在 10 分鐘內殺去 99.99%的大腸桿菌、沙門氏菌和 H1N1 病毒。該公司宣稱其檯面殺菌設備可製造出能夠破壞和轉換各類微生物 DNA 的能量。在其 Nano-UV 的產品包裝上，業者宣稱已獲證實可有效殺去在食物準備區、育嬰室、鞋子、公用洗手間及診所等檯面上的微生物。該產品的售價從美金\$59.99 到\$159.99 不等。

根據和解裁決書，兩案被告均被禁止再就產品殺菌功效進行不實的宣稱。除此之外，除非業者能夠確保內容的真實性且無誤導之虞，否則將禁止再宣稱其產品的健康效益、表現或效能。最後，裁決書也禁止被告再藉由不當引用科學研究結果的方式，宣稱產品或服務的效能已經由科學驗證。

資訊來源：

<https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2015/08/ftc-lights-out-falsely-advertised-uv-disinfectant-devices>