

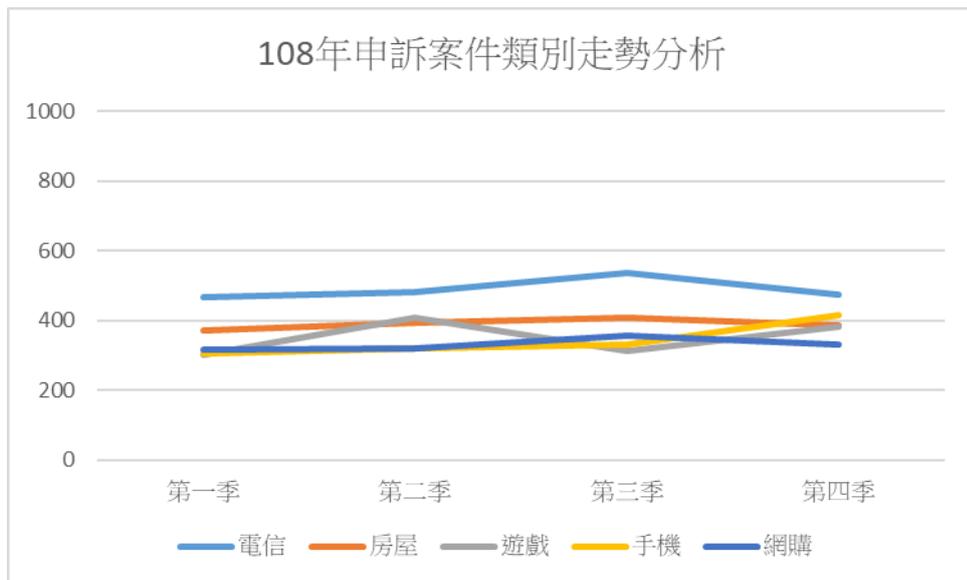
關鍵字之排序及走勢，並發現該年度申訴案件分類排序及其分布情形。

(二) 排序分析：

排序	1	2	3	4	5
申訴案件類別	電信 (1963 件)	房屋 (1561 件)	遊戲 (1407 件)	手機 (1371 件)	網購 (1323 件)

就文字雲系統之 1,478 個消費物品／服務關鍵字觀察，108 年度申訴案件所涉排序前 5 名之案件類別，分別為：電信、房屋、遊戲、手機及網購。其中電信、遊戲、手機及網購均與日常消費具有緊密性；至有關房屋部分，經交叉比對除單純涉及成屋或預售屋之買賣外，另包含涉及房屋貸款或房屋修繕等衍生性消費爭議案件。

(三) 走勢分析：



經分析排序前 5 名之消費物品／服務關鍵字於各季分布情形大致相同，即 108 年度排序前 5 名之申訴案件類型，於各季中均普遍呈現持平狀況，且未有持續大幅上升或下降之情形；足徵排序較前面之申訴案件類型多屬穩定持續、不間斷之常態性消費，可作為日後進行消費者保護工作優先參考範疇。

二、被申訴企業類型名稱分析

(一) 分析目的：

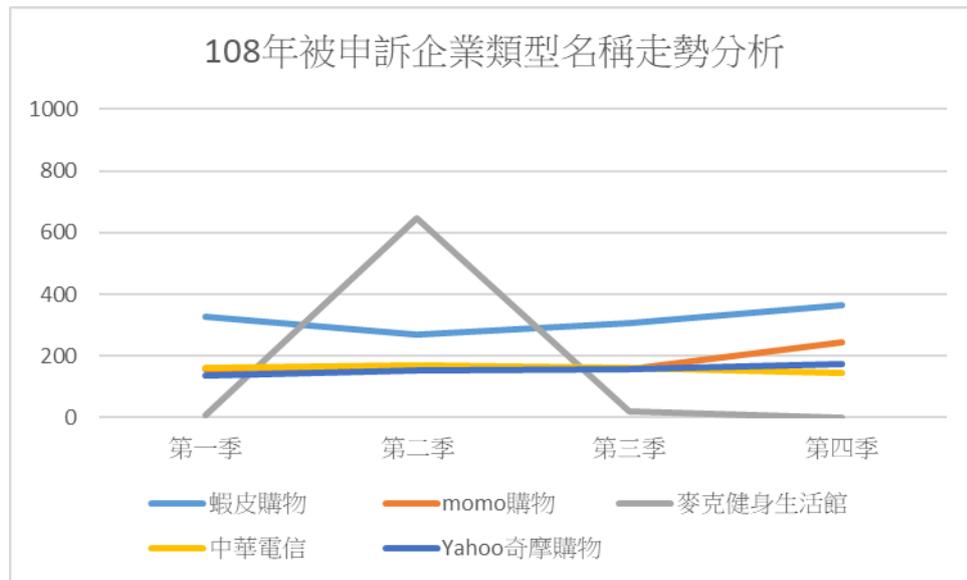
觀察 108 年申訴案件被申訴企業類型名稱排序及其走勢，並發現該年度被申訴案件企業類型之分布情形。

(二) 排序分析：

排序	1	2	3	4	5
企業類型 名稱	蝦皮購物 (1271 件)	Momo 購物 (718 件)	麥克健身 生活館 (679 件)	中華電信 (635 件)	Yahoo 奇 摩購物 (620 件)

於文字雲系統之被申訴企業類型名稱分析功能觀察，108 年度申訴案件所涉排序前 5 名之企業類型，分別為 3 家網路平台業者、1 家健身業者及 1 家電信業者，均與日常消費間具緊密性。

(三) 走勢分析：



- 1、經分析排序前 5 名之被申訴企業類型名稱中，3 間網路平台業者及 1 間電信業者於各季分布情形均大致相同，即各季申訴案件中，被申訴企業類型名稱於 108 年各季普遍皆呈現持平狀況，且未有持續大幅上升或下降之情形；足徵涉及網路購物與電信多屬穩定持續、不間斷之常態性消費，可做為日後進行消費者保護工作優先參考範疇。
- 2、另有關健身業者部分，自第二季起有顯著增加之情形，經分析應與該業者於第二季期間無預警歇業有關，惟此類案件自第三季起已明顯減少；足徵與該業者相關之消費爭議係屬涉及特殊事件之重大消費爭議案件，而非常態性之申訴案件。此類型案件雖在事件結束後便明顯減少或不再發生申訴案件，但仍須持續注意後續發展，並避

免類似事件的再次發生。

三、綜合分析：

綜上，108 年申訴案件之分布具有下列特性：

(一) 排序較前之消費爭議案件多屬日常生活消費

排序較前之消費爭議案件，多屬與民眾日常生活具緊密關係的類型，因交易量較大以致相關衍生爭議隨之增加；惟此類申訴案件量相對穩定而持續，並未有短期間內急速激增等情形。

(二) 經常被申訴之企業較集中於網路平台業者

申訴案件被申訴企業類型名稱之排序，常受消費爭議案件類型排序影響，且較集中於網路平台業者，於排序前 5 名之業者中即有 3 家；顯示現階段國人之消費型態已大量倚賴網路平台等通訊交易模式，且利用手機進行線上購物亦有增加之趨勢。此外，電信業者之服務品質（如網路連線速度及訊號強度等），亦將影響消費者對商品或服務之滿意度。

(三) 涉及健身類業者申訴案件係肇因特殊事件

健身業者所涉及消費爭議案件，常屬於特定期間內急速增加之重大消費爭議案件，申訴案件數較不穩定且非可預期性，惟事件後相關

申訴案件將顯著減少。

肆、檢討建議：

一、請教育部強化有關健身業者之管理機制

針對因部分健身業者無預警歇業致短期內申訴案件數激增之重大消費爭議案件，請主管機關辦理下列事項：

- (一) 事件結束後申訴案件雖已下降，惟仍需注意後續發展，以避免相關爭議案件再度增加，並將相關作為參採為消費者保護教育宣導案例。
- (二) 持續全面督促該類健身業者落實現行「健身中心定型化契約應記載及不得記載事項」，並針對履約保證機制等涉及消費者重大權益事項辦理定期或不定期查核，俾確保消費者權益。

二、請經濟部持續強化有關網路平台業者之管理機制

除健身業者外之其餘 4 家排序前 5 名之被申訴企業類型名稱中，雖均屬日常生活大量交易致消費申訴案件較多的型態；惟案經比對，仍有 3 家均屬網路平台業者，請主管機關經濟部辦理下列事項：

- (一) 督促業者充分揭露產品資訊，並提升服務品質及持續強化服務控管及爭議處理機制。
- (二) 加強相關商品檢驗及標示查核，以維護其安全及品質。

(三) 鑒於國人利用手機進行線上購物已有增加之趨勢，有關業者的管制措施，除傳統電腦版的網頁介面外，建議亦應一併檢視手機版網頁之妥適性，及與電腦版間之資訊有無落差。

三、相關主管機關應持續關注常見之消費爭議案件類型

至關鍵字分析比對部分，經分析電信、房屋、遊戲、手機及網購等均屬持續、不間斷之常態性消費，請相關主管機關(如：國家通訊傳播委員會、內政部、經濟部等)賡續研議潛存之消費爭議型態，加強相關管理機制，並針對相關定型化契約應記載及不得記載事項進行滾動式檢討，以資因應。