

行政院消費者保護會110年8月25 日第 71 次會議通過

行政院110年9月10日院臺消保字第1100185432號函頒實施

111-112年度消費者保護計畫

行政院消費者保護處 編印

110年 8 月

111-112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；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。因此前行政院消費者保護委員會（以下簡稱行政院消保會）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日起行政院消保會併入行政院，消費者保護業務改由行政院管轄，行政院依據前開消保法規定，承續研擬111-112年度消費者保護計畫（以下簡稱本計畫），並列計8大目標及67項具體措施為主軸，由各主管機關據以執行。

二、國內外消費趨勢

（一）國際消費趨勢

109年 COVID-19疫情襲捲全球，重創全球經濟，消費模式並重新再建構。而在這波疫情下，聯合國、經濟合作暨發展組織(OECD)及國際消費者保護執行網絡(ICPEN)等重要國際組織，也不斷地關切防制哄抬物價、取締消費詐騙與不實宣稱、提供消費資訊、強化爭議處理及協助消費者減輕財務負擔等措施，呼籲各國政府及消費者保護機關積極共同因應。

復觀聯合國於2015年12月22日通過「聯合國消費者保護

指導綱領」修正案，將「消費者能夠獲得基本的商品與服務」、「保護易受害和弱勢的消費者」、「強化消費者教育」、「促進永續消費模式」、「提供保護予電子商務消費者，其程度不低於使用其他形式商務的消費者所得到的保護」及「保護消費者隱私和資訊全球自由流通」等議題納入消費者保護工作基本指南中。

歐盟委員會亦於2020年11月13日通過了新的《消費者議程》，作為其未來五年的消費者政策。重點在於綠色經濟、數位經濟，以及 COVID-19 後疫情階段的經濟復甦所可能涉及的消費爭議。足徵，在後疫情時代，消費基本生活之維持、綠色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保護之衝擊等課題，亦不乏為各消保主管機關應關切與重視的議題。

(二) 國內消費趨勢

109年 COVID-19 疫情，同樣地也重大影響國人的消費習慣，最明顯地就是國外旅遊的急速減縮。而口罩等防疫物資及民生用品之充足與取得便利性，也成為國人疫情生活下關切的議題。又因為疫情之故所形成之新型宅經濟消費興起，例如外送服務及網購消費需求大增，卻也間接改變消費糾紛類型，以消費申訴系統108年資料為例，經統計受理之消費申訴案件中，電信服務躍居首位，其次依序為「住宅」、「線上遊戲」、「手機及配件」及「網購」，然而在109年的消費爭議態樣統計資料中，發現因為疫情導致的運輸旅遊、健身、網購消費(如一頁式廣告)等糾紛反而擠進排行榜中。

除了疫情影響國人消費習性外，消費場所(例如 KTV)的公安全危機、中藥及嬰幼兒米餅內含重金屬、遊覽車翻車、鐵路重大事故等不安全商品服務事件仍不幸發生，而購屋預約單(俗稱紅單)交易、網購標錯價等對於消費資訊充足、交易秩

序維持與契約公平的衝擊等等，均是「媒體關切」、「民怨較多」及「地方政府重視之消保事項」重點事項，也是各消保主管機關在思索如何提供消費者一個友善安全衡平的消費環境時，必須面對的嚴肅課題。

此外，面對民法成年年齡將於2023年1月1日下修至18歲，對於這群「新成人」將面臨的消費衝擊，消費意識的提升，亦應為各消保主管機關不容忽視的議題。

三、八大計畫目標

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，研提八大計畫目標如次：

- (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。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及教育等手段，減少不安全商品與服務，例如交通工具運輸服務，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) **消費資訊充分、正確及透明**：企業經營者應致力充實消費資訊，提供消費者運用，俾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仍時有所聞，迄待積極導正。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，例如以不當誘導、提供不實資訊或隱匿重要交易資訊等方式為行銷，損害消費者權益。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，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**：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，本院亦訂頒「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**：國外相關研究與報告指出，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。故各機關應賡續依權責，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) **消費者教育之推行**：為提升消費者的自我保護能力，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，各機關應透過多樣化的教育宣導與相關作為，以期達到消費資訊之充實與消費

知能之增進。尤其是在民法成年年齡將於2023年1月1日下修至18歲之際，更應重視18至20歲新成人之消費權益認知課題。

- (七) **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，政府除應提供專業及多元諮詢服務及救濟管道，以健全替代爭議處理機制外，亦應加強服務人員的訓練，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，網路購物盛行所衍生之國人跨境消費爭議，政府應設法加強協處並研議逐步強化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之不信任，政府各主管機關應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，事發後並應即時採取措施介入處理。
- (八) **擘劃因應新興議題及行政監督**：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、網路監視器及無人載具(例如無人車、無人機)等越來越多，不僅具上網功能外，利用其接收與發送資料功能，也重塑了國人的消費生活。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等相關議題。此外，網路直播行銷文化、網紅薦證等等消費者權益保護議題等，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。

四、具體措施

為利各主管機關研訂「111-112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67項具體措施如下：

(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、商品、服務之安全管理與查核，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. 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，加強並落實管理及查核。
3. 加強含有毒性化學物質(含環境荷爾蒙)、重金屬商品(食品)之安全管理及流向管控機制，並促進其替代性物質的發展。
4. 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。
5. 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。
6. 加強對建築物裝修、構造與設備安全之流程管控與檢查，及耐震能力之評估補強，並揭露相關資訊。
7. 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)。
8. 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)。
9. 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(含醫療院所)。
10. 針對致生損害嚴重之虞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。

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。

(二) 消費資訊充分、正確及透明

1. 加強商品與服務及觀光遊憩區、溫泉場館等消費場所設施(備)標示(章)、警告標示、避難逃生標示、認證之管理及查核，並檢討修訂其規範。
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. 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。
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. 針對特定商品與服務之廣告媒體、時段、贈品、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條告知資訊之提供、7日無條件解約權及通訊交易合理例外情事相關規定之管理及查核。

(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)加強商品與服務售後服務（含維修、退換貨等）之規範、管理與查核。
- (4)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。
- (5)落實不動產交易（例如預售屋買賣-含購屋預約單【俗稱紅單】交易、住宅租賃等）之資訊透明、交易公平與廣告真實及交易秩序維持之管理與查核(處)。
- (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、一頁式廣告等)之預防、查緝、因應與救濟，並協助消費者追回損失。
- (8)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。

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)推行、輔導及建立商品與服務之公開誠實標價、單位定價、價格查詢或比較機制(網站)等制度，促進價格資訊的透明化。

(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，加強環境友善之管理及規範。
2. 鼓勵企業經營者以消保及環保觀點，從事產品開發、設計、採購、包裝及使用。
3. 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)。
4. 持續推動源頭管理，及研訂各項行為準則，導引消費者、政府機關團體、學校、社區、家庭採取環境友善措施，導引綠色經濟發展。
5. 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。
6. 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(例如減塑、節能等)。

(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. 鼓勵企業經營者及政府機關提供特定消費族群友善之消費措施、標示與服務與適切消費諮詢等相關服務。
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服務標章制度。
4. 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. 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) 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。
- (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。

(六) 消費者教育之推行

1. 針對不同年齡層，加強教育宣導，並強化數位交易、通訊交易消費者權益之教育。
2. 因應民法成年年齡於2023年1月下修至18歲新制，針對18至20歲消費者，規劃並加強相關消費者教育。
3. 加強各級學校教師及各類教育人員之消費者保護教育，並鼓勵發展或運用消費者保護教育教材或教案。
4. 開發並妥善運用各種宣導資源(例如結合終身學習、企業經營者及其公會、消費者保護團體或各類非營利組織等)實施消費者教育。
5. 各機關應致力充實消費資(警)訊，設置消費者服務專區網頁、相關網站或行動軟體，及加強其管理及維護。
6. 加強各機關內部消費者保護種子及所掌企業經營者消費者保護教育訓練。
7. 扶植、獎助消費者保護團體，並加強與之聯繫、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消費相關之疑似不法事證。

(七) 強化消費者諮詢及爭議之處理

1. 結合並強化企業經營者、企業自律性組織、非營利組織、消費者保護團體及政府處理消費爭議之管道與效能，並協助消費者申訴。

2. 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。
3. 落實重大消費爭議案件之資訊揭露與即時處理機制。
4. 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。
5. 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者)，並研議改進策略及揭露資訊。
6. 研議推動國內及跨境(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。

(八) 擘劃因應新興議題及行政監督

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之消費者權益保障議題。
3. 針對網路直播行銷、薦證，加強消費者權益保護措施。
4. 持續推動應用程式(Apps)之安全標章認證、資安檢測
5. 辦理消費者保護相關研究調查，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。(例如：消費者行為、行動裝置購物、行動購物平臺等議題)。
6. 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。
7. 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收集研析。

8. 其他新興消費議題，例如：數位經濟下之消費者使用足跡、個人資料保護等。

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，以本院函送各中央主管機關據以研訂「111-112年度消費者保護方案」。
- (二) 因應「消費者保護業務績效考核」制度變革，自本(110)年起，消保計畫每2年檢討修正，各機關之消保方案每年提報。
- (三) 請各中央主管機關依本消保計畫之8大目標及67項具體措施為整體性之研擬與提報當年度消保方案，並就其中具有「媒體關切」、「民怨較多」或「地方政府重視之消保事項」之消保方案，先行選列為核心業務，供本院(處)審議消保方案之參考依據。
- (四) 各主管機關依本計畫研議提報之消保方案得分「核心業務」與「非核心業務」；每一項核心業務項目至少填列1-2項關鍵績效指標(KPI)。
- (五) 前開核心業務項目之關鍵績效指標中，應包括「消費者教育之推行」；並至少包括1項與「重視特定消費族群權益」或「擘劃因應新興議題及行政監督」有關之項目。
- (六) 請各主管機關依據本計畫附件3格式，擬訂「111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110年10月15日前函報本院審議；至「112年度消費者保護方案(草案)」提報時程，比照辦理，本院將另函通知研擬提報。
- (七) 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。
- (八) 各主管機關研擬「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，而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主管機關（單位）相關業務，中央主管機關應監督其辦理成效。
 - 4、 各主管機關研擬「年度消費者保護方案」時，請依所定格式，採用 A4橫式、word 系統編輯，以利資料上網供各界下載。
- (九) 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，請各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。
- (十) 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。
- (十一) 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」。
- (十二) 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。
- (十三) 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

「111-112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、商品、服務之安全管理與查核，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、通傳會及其他各相關主管機關	
	(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、退輔會及其他各相關主管機關	
	(3)加強含有毒性化學物質(含環境荷爾蒙)、重金屬商品(食品)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、農委會、衛福部及其他各相關主管機關	
	(4)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	
	(5)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。	經濟部、衛福部、農委會、環保署	
	(6)加強對建築物裝修、構造與設備安全之流程管控與檢查，及耐震能力之評估補強，並揭露相關資訊。	內政部	
	(7)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)。	內政部、經濟部、教育部、交通部、文化部、衛福部、環保署及其他各相關主管機關	
	(8)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、農委會及其他各相關主管機關	

計畫目標與實施策略	具體措施	中央主管機關	備註
	(9)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(含醫療院所)。	內政部、經濟部、交通部、衛福部及其他各相關主管機關	
	(10)針對致生損害嚴重之虞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、農委會及其他各相關主管機關	
	(11)加強對消費者信用及隱私權保護之監督、管理與查核。	各相關主管機關	
	(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、經濟部及其他各相關主管機關	
2. 消費資訊充分、正確及透明	(1)加強商品與服務及觀光遊憩區、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，並檢討修訂其規範。	內政部、經濟部、交通部、環保署、衛福部、農委會、退輔會及其他各相關主管機關	
	(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。	交通部、經濟部、內政部、退輔會、衛福部、財政部及其他各相關主管機關	
	(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。	衛福部、農委會及其他各相關主管機關	
	(4)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。	各相關主管機關	
	(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、教育部、公平會、通傳會、財政部、金管會及其他各相關主管機關	
	(6)針對商品與服務之廣告媒體、時段、贈品、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、經濟部、教育部、衛福部、通傳會、金管會、公平會及其他各相關主管機關	
	(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條告知資訊之提供、7日無條件解約權及通訊交易合理例外情事相關規定之管理及查核。	各相關主管機關	

計畫目標與實施策略	具體措施	中央主管機關	備註
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，並落實辦理宣導、查核及違反者之處罰。	各相關主管機關	
	(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。	內政部、教育部、經濟部、交通部、衛福部、金管會及其他各相關主管機關	
	(3)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、經濟部、交通部、農委會及其他各相關主管機關	
	(4)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。	金管會、內政部、交通部、農委會及其他各相關主管機關	
	(5)落實不動產交易(例如預售屋買賣-含購屋預約單【俗稱紅單】交易、住宅租賃等)之資訊透明、交易公平與廣告真實及交易秩序維持之管理與查核(處)。	內政部、公平會	
	(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	
	(7)加強消費詐騙(如偷斤減兩、摻偽假冒、一頁式廣告等)之預防、查緝、因應與救濟，並協助消費者追回損失。	內政部、經濟部、法務部、交通部、衛福部、農委會、通傳會、金管會及其他各相關主管機關	
	(8)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。	各相關主管機關	
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	(1)促進消費者獲得基本商品與服務之提供。	各相關主管機關	
	(2)針對民生必需品、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、公平會及其他各相關主管機關	
	(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、通傳會及其他各相關主管機關	
	(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	公平會	

計畫目標與實施策略	具體措施	中央主管機關	備註
	促進自由公平競爭，以增進消費者的選擇權及利益。		
	(5)推行、輔導及建立商品與服務之公開誠實標價、單位定價、價格查詢或比較機制(網站)等制度，促進價格資訊的透明化。	經濟部、農委會及其他各相關主管機關	
	(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、公平會及其他各相關主管機關	
4. 持續推動永續消費	(1)針對食品器具及容器之包裝、材質，加強環境友善之管理及規範。	衛福部、環保署	
	(2)鼓勵企業經營者以消保及環保觀點，從事產品開發、設計、採購、包裝及使用。	經濟部、環保署及其他各相關主管機關	
	(3)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、環保署、公平會及其他各相關主管機關	
	(4)持續推動源頭管理，及研訂各項行為準則，導引消費者、政府機關團體、學校、社區、家庭採取環境友善措施，導引綠色經濟發展。	環保署、經濟部及其他各相關主管機關	
	(5)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。	衛福部、環保署及其他各相關主管機關	
	(6)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(例如減塑、節能等)。	各相關主管機關	
5. 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、原民會及其他各相關主管機關	
	(2)鼓勵企業經營者及政府機關提供特定消費族群友善之消費措施、標示與服務與適切消費諮詢等相關服務。	內政部、經濟部、衛福部、原民會及其他各相關主管機關	
	(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服務標章制度。	經濟部、衛福部及其他各相關主管機關	

計畫目標與實施策略	具體措施	中央主管機關	備註
	(4)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、衛福部及其他各相關主管機關	
	(5)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。	衛福部及其他各相關主管機關	
	(6)兒童及青少年消費生活保護相關措施		
	(6.1)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、通傳會、經濟部及其他各相關主管機關	
	(6.2)應讓父母或監護人於兒童及青少年於購買、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、通傳會及其他各相關主管機關	
	(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。	衛福部及其他各相關主管機關	
6. 消費者教育之推行	(1)針對不同年齡層，加強教育宣導，並強化數位交易、通訊交易消費者權益之教育。	各相關主管機關	
	(2)因應民法成年年齡於2023年1月下修至18歲新制，針對18至20歲消費者，規劃並加強相關消費者教育。	教育部、經濟部、法務部、衛福部及其他各相關主管機關	
	(3)加強各級學校教師及各類教育人員之消費者保護教育，並鼓勵發展或運用消費者保護教育教材或教案。	教育部及其他各相關主管機關	
	(4)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。	教育部及其他各相關主管機關	
	(5)各機關應致力充實消費資(警)訊，設置消費者服務專區網頁、相關網站或行動軟體，及加強其管理及維護。	各相關主管機關	
	(6)加強各機關內部消費者保護種子及所掌企業經營者消費者保護教育訓練。	各相關主管機關	

計畫目標與實施策略	具體措施	中央主管機關	備註
	(7)扶植、獎助消費者保護團體，並加強與之聯繫、諮詢及合作，及協助其與國外消費者保護組織合作及交流。	各相關主管機關	
	(8)鼓勵消費者主動蒐集及舉發消費相關之疑似不法事證。	各相關主管機關	
7. 強化消費者諮詢及爭議之處理	(1)結合並強化企業經營者、企業自律性組織、非營利組織、消費者保護團體及政府處理消費爭議之管道與效能，並協助消費者申訴。	內政部、經濟部、金管會及其他、各相關主管機關	
	(2)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。	交通部、衛福部、教育部及其他各相關主管機關	
	(3)落實重大消費爭議案件之資訊揭露與即時處理機制。	各相關主管機關	
	(4)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。	各相關主管機關	
	(5)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者)，並研議改進策略及揭露資訊。	內政部、教育部、衛福部、原民會及其他各相關主管機關	
	(6)研議推動國內及跨境(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、陸委會及其他各相關主管機關	
8. 擘劃因應新興議題及行政監督	(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、通傳會、金管會、衛福部及其他各相關主管機關	
	(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之消費者權益保障議題。	各相關主管機關	
	(3)針對網路直播行銷、薦證，加強消費者權益保護措施。	各相關主管機關	
	(4)持續推動應用程式(Apps)之安全標章認證、資安檢測。	經濟部、交通部、內政部、農委會、通傳會、金管會及其他各相關主管機關	

計畫目標與實施策略	具體措施	中央主管機關	備註
	(5)辦理消費者保護相關研究調查，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。(例如：消費者行為、行動裝置購物、行動購物平臺等議題)。	各相關主管機關	
	(6)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。	各相關主管機關	
	(7)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收集研析。	各相關主管機關	
	(8)其他新興消費議題，例如：數位經濟下之消費者使用足跡、個人資料保護等。	各相關主管機關	

附件2

111-112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「111-112年度消費者保護計畫(初稿)」	行政院	110/03/31
2	召開研商「111-112年度消費者保護計畫(草案)」會議。	行政院	110/04/30
3	核定「111-112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(核心業務)草案。	行政院	<u>110/8/31</u>
4	各主管機關研提「111年度消費者保護方案(核心業務)草案」，並函送行政院審議。	各機關	<u>110/10/15</u>
5	審議及核定各主管機關「111年度消費者保護方案(核心業務)」： (1) 初審中央主管機關消費者保護方案(核心業務)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	<u>110/12/31</u>
<p>註：「112年度消費者保護方案(草案)」提報時間，本院將另函通知；原則上各機關提送與本院審議之預定時程分別為：111/9/30及111/11/30。</p>			

附件3

(機關名稱) 111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	績效指標 (KPI)	目標值	備註
一、媒體關切						
二、民怨較多						
三、地方政府重視之消保事項						

彙整單位： 聯絡人： 電話： 傳真： E-mai

說明：

- 1、請各機關依「媒體關切時事議題」、「民怨較多事項」及「地方政府重視之消保事項」三大面向填列業管消保業務核心項目。
- 2、每一核心項目至少填列1-2項關鍵績效指標。
- 3、表格行數可自行增列。

(機關名稱) 111年度消費者保護方案 (非核心業務)

格式及範例

序號	計畫目標與實施策略 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				
範例	(7)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)。	1、XXXXXXXXXXXXX 2、○○○○○○○○	111年10月 00日	
2. 消費資訊充分、正確及透明				
範例	(4)加強各類商品與服務交易量(如瓦斯、訂位、人潮)、流量(如網路)、使用年限等之管理與查核。	XXXXXXXX	111年6月00 日	
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. 重視特定消費族群權益				
6. 消費者教育之推行				
7. 強化消費者諮詢及爭議之處理				
8. 擘劃因應新興議題及行政監督				

彙整單位： 聯絡人： 電話： 傳真： E-mail

說明：表格行數可自行增列。