

消費者保護基本政策(修正本)

中華民國 114 年 4 月 30 日
行政院消費者保護會第 92 次會議修正通過

壹、前言

消費者保護基本政策(簡稱「本政策」)係行政院依據消費者保護法第 41 條規定訂頒。本政策訂頒後，行政院據以定期研(修)訂消費者保護計畫，促請各中央及地方主管機關配合推動。

本次修正，除梳理本政策之體例，將相關目標對應政策內容外，新增推動永續消費、健全數位消費環境與符合國家發展等政策目標，並補充聯合國消費者保護指導綱領相關項目，俾調和當前國內外消費趨勢與政策理念，建構公平、永續及人本之現代消費環境。

貳、目標

本政策之主要目標如下：

- 一、維護商品或服務之安全，促進消費生活品質。
- 二、推行消費者教育，強化消費意識與知能。
- 三、促進消費資訊透明及交易公平，符合誠信原則。
- 四、完備消費爭議處理機制，維護消費者權益。
- 五、加強研究發展與專業交流，提高消費者保護行政效能。
- 六、推動淨零綠生活，實踐永續消費。
- 七、健全數位消費環境及資安防護，提高民眾信賴感。
- 八、推行符合國家發展之消費者政策，兼顧社會與經濟發展需求。

參、內容

- 一、維護商品或服務之安全，促進消費生活品質。
 - (一)檢討並增修(訂)各項規範商品或服務安全及品質之法令及標準，以完備法律體系。
 - (二)推動各類標章、標誌(示)之整合及商品追蹤或追溯系統等，以利消費者辨識。
 - (三)加強商品或服務安全、品質及對環境影響之檢驗與測試。

- (四) 建構完善的商品或服務之市場監督、瑕疵或事故發生之通報及風險預警制度，擴增檢驗研究量能，並健全回收、下架、維修(及召回)、退換貨或停止服務制度。
- (五) 加強查處消費詐騙；防制對高齡者、兒童及少年、身心障礙者等族群進行不當之銷售行為。
- (六) 督促企業經營者強化消費者個人資料保護及依法落實通報義務，並適時提供規範或指引供企業經營者參考，加強隱私權保護之管理及查核。

二、推行消費者教育，強化消費意識與知能。

- (一) 落實學校與社會消費者教育、充實消費資(警)訊、辦理各類宣導活動及落實培養消費者正確消費概念，以提升消費者自我保護意識，充分認知消費者之權利與義務，體察消費行為對社會與環境之影響。
- (二) 與企業團體合作，加強企業經營者推行消費者教育並善盡社會責任，保障顧客消費權益。
- (三) 培訓消費者教育師資及建立師資資料庫，提供各界遴聘參考。
- (四) 尊重消費者意見，扶植、獎勵消費者保護團體，健全溝通機制並暢通意見表達管道。

三、促進消費資訊透明及交易公平，符合誠信原則。

- (一) 落實廣告、標示之真實，以符合誠信交易之要求。
- (二) 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。
- (三) 推行商品或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。
- (四) 加強各種交易度量衡器之檢定及查核。
- (五) 健全各項利息、手續費、違約金或附加費用等之規範及查核。
- (六) 強化預付型交易、消費借貸之風險管控及資訊揭露機制，並為保護消費者資產採取適當措施。
- (七) 於各個行業推廣公平待客原則，妥適評估特定族群與消費者個別之

特性與需求，倡導企業經營者自主制定研究開發、內部培訓與客戶服務等流程，俾提供以消費者需求或利益為中心之商品或服務。

四、完備消費爭議處理機制，維護消費者權益。

(一)迅速、妥適處理消費爭議。

- 1、強化各級政府處理消費爭議之功能，設立多元的消費諮詢及申訴與訴訟外爭議處理管道，以及健全消費爭議救濟制度。
- 2、健全網路購物爭議線上處理機制及完備相關法令制度。
- 3、研議協助消費者追回所受損害之機制。
- 4、督促企業經營者建立申訴處理管道，俾利消費者能迅速、公平、透明、便捷、有效解決爭議。

(二)健全責任保險與補償制度，以確保消費受害時之救濟及風險分散。

(三)強化商品事故原因究明機制，以釐清損害發生之因果關係。

(四)協調相關機關團體建立跨境消費者保護機制，並協助消費者處理相關跨境消費爭議案件。

五、加強研究發展與專業交流，提高消費者保護行政效能。

(一)健全消費者保護行政體系及充實相關資源，並加強相關人員專業訓練。

(二)依據國內外發展趨勢及需要，辦理相關研究，據以檢討增(修)訂相關法規與機制。

(三)積極參與相關國際組織活動，加強雙邊及多邊交流合作，促進打擊跨境消費詐騙成效。

(四)建構、維護兩岸及其他國家之商品或服務資訊蒐集或通報機制，並強化邊境通關檢驗，遏止不安全商品進入市場。

六、推動淨零綠生活，實踐永續消費。

(一)培養消費者對氣候變遷及淨零排放之認知，引導消費行為改變，以服務取代購買，養成「自備、重複、少用」習慣，減少使用一次性產品，提升綠生活素養。

(二)推動零浪費低碳飲食、友善環境綠時尚、節能綠建築、低碳運輸網，

鼓勵消費者在日常生活身體力行，啟動綠生活轉型。

- (三)鼓勵企業經營者生產綠色低碳商品，推廣耐用、可維修和可升級的商品，導入使用再生原料、好拆解、易維修、可升級、可全回收零廢棄等綠色設計原則，承擔商品從設計生產至廢棄完整生命週期責任，建構綠生活商業模式。
- (四)倡導企業經營者致力提供消費者合理保固年限與維修權益，揭露商品預期壽命或可修復性等資訊，適度開放多元維修管道延長商品壽命，導正不當限制維修權益之做法，維護消費者合理使用與維修權益。
- (五)強化維修產業之支持與輔導措施，以延長商品使用壽命。
- (六)研議二手商品市場消費者權益規範，促進二手商品交易，帶動綠生活產業與消費。
- (七)鼓勵企業經營者推出共享服務，以使用取代擁有、租賃取代購買之商業模式，兼顧消費者使用需求與資源循環使用效率。
- (八)支持永續消費相關學術研究、企業行動與公民團體行動。
- (九)推動永續觀光，引導觀光產業提供綠色旅遊模式，提升消費者認知度並增加低碳選擇。
- (十)普及運具電動化及無碳化相關基礎設施，充分揭露相關消費安全資訊，提升消費者之接受度。
- (十一)促進商品或服務之永續性資訊正確透明，避免誤導消費者。

七、健全數位消費環境及資安防護，提高民眾信賴感。

- (一)鼓勵企業經營者應用數位科技，多元開發符合不同族群所需之多元商品、服務與支付工具，透過科技提升消費生活品質。
- (二)致力平等之數位消費生活，消除差別待遇，確保弱勢與處於不利地位之消費者均能享有便利之數位服務。
- (三)企業經營者提供之商品或服務，不因應用數位科技而降低資訊揭露、售後服務或爭議處理等義務。
- (四)強化網際網路平臺自律，提升數位市場監理與執法技術，積極查處不當行銷、不實廣告、顯失公平之契約條款及消費詐騙，建構數位信任

環境。

- (五)提供重要民生資訊之管道，應兼顧不使用連網設備民眾知的權益。
- (六)輔導企業經營者落實資訊安全防護機制，維護網路數位環境下消費者隱私權及資料之自主權利，協助受害者求償。
- (七)協同學校、企業經營者與相關民間團體，強化消費者對連網商品之資訊安全防護觀念。
- (八)參酌最新電子商務國際準則與標準，研修相關法規政策，確保國內規定或標準符合國際趨勢。
- (九)透過法規調適，明確網際網路平臺對第三方商品或服務提供者之管理責任，充分揭露網際網路平臺自身資訊(例如使用協議、交易規則、爭議處理機制與資料保護政策等)以及第三方商品或服務提供者資訊。
- (十)人工智慧等新興技術開發運用之理念應以人為本，維護可信賴之消費環境。

八、推行符合國家發展之消費者政策，兼顧社會與經濟發展需求。

- (一)健全房市及租賃住宅制度，抑制房價炒作，提升居住正義，保障青年及弱勢家戶居住權益。
- (二)維持現代消費生活基礎需求，確保糧食、能源、交通、金融、網路通訊與醫療照護等之穩定供應。預擬天然災害、流行疫情、金融危機、區域緊張情勢下等重大事故之應變、回復機制。
- (三)維持民生商品之價格穩定，關注影響因素，適時調節供需，查處妨礙競爭及擾亂交易秩序行為，適時採取相關配套措施。
- (四)打造雙語(國家語言及國際語言)及文化友善消費環境，強化相關設施雙語標示與諮詢服務，建構雙語消費諮詢與爭議受理機制。
- (五)政府與企業經營者提供之消費資訊、設施、商品或服務，應尊重各族群文化，並充分考量性別需求。
- (六)因應人口老化及少子女化，提供平價、質優、多元、近便之托育、教保、安老環境，穩定托育、教保與長照服務品質。

(七)其他政府各項政策、法規制度與決策，應充分考量對消費者之直接與間接影響，謀求消費者整體利益。

肆、其他

- 一、基本政策的適用對象，包括各級政府及相關之主管機關在內。
- 二、本政策內所謂之「商品」，包括食品、藥品等各項消費產品在內。
- 三、本政策視國際趨勢與國家政策適時檢討修正。