

消費者保護基本政策修正內容對照表

修正內容	現行內容	說明
壹、前言 <u>消費者保護基本政策(簡稱「本政策」)</u>係行政院依據<u>消費者保護法第 41 條</u>規定訂頒。本政策訂頒後，<u>行政院</u>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。 <u>本次修正</u>，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<u>聯合國消費者保護指導綱領</u>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。	壹、前言 本政策係由<u>前行政院消費者保護委員會(簡稱行政院消保會)</u>依<u>消費者保護法第 40 條</u>於民國 83 年 9 月訂頒，嗣於 86 年 7 月修訂一次。由於本政策訂頒後，<u>行政院消保會</u>即據以定期研(修)訂消費者保護計畫，供各中央及地方主管機關配合推動，本政策之後未再進行修訂。 民國 101 年 1 月 1 日，<u>行政院消保會</u>配合<u>行政院</u>組織改造，併入<u>行政院</u>本部；該會委員會議部分改制成立為「<u>消費者保護會</u>」(簡稱<u>保護會</u>)，業務單位部分則改制成立「<u>消費者保護處</u>」(簡稱<u>消保處</u>)。消保處有鑑於本政策對引導我國消費者保護業務之推動極為重要，遂配合國內外發展趨勢進行研修。 本次修訂，除依	一、按消費者保護法於一百零四年已修正，爰配合修正第一項所引消費者保護法之條次。另第一項所載本政策歷次修正時間及第二項<u>行政院</u>組織改造歷程等，並未影響本政策之推行，已無持續留存必要，爰予刪除。 二、依本次下列修正重點，修正第三項內容： (一) 梳理本政策各項「目標」，完整對應本政策「內容」項次。 (二) 新增永續消費、健全數位消費環境及符合國家發展策略等目標，且參考 2015 年修正之<u>聯合國消費者保護指導綱領(United Nations Guidelines for Consumer Protection¹)</u>加以調和。 (三) 根據本政策修正後相關目標與內容之核心理念，將政策願景訂為建構公平、永續及人本之現代消費環境。

¹ <https://unctad.org/topic/competition-and-consumer-protection/un-guidelines-for-consumer-protection>

修正內容	現行內容	說明
	<u>原政策架構將說明內容加以精簡外，並將國內外重要消費者保護理念及議題加以融入。其中最重要的觀念轉變，本政策除了維持傳統「保護」理念外，也加強消費者消費知能的提升與建構公平合理消費環境及救濟機制，以支援消費者自立，並追求消費者、企業經營者、政府及社會多贏局面。</u>	
貳、目標 本政策之主要目標如下： 一、<u>維護商品或服務之安全，促進消費生活品質。</u> 二、<u>推行消費者教育，強化消費意識與知能。</u> 三、<u>促進消費資訊透明及交易公平，符合誠信原則。</u> 四、<u>完備消費爭議處理機制，維護消費者權益。</u> 五、<u>加強研究發展與專業交流，提高消費者保護行政效能。</u>	貳、目標 本政策之主要目標設定如下： 一、<u>提升商品及服務之安全與品質，確保消費安全及維護環境。</u> 二、<u>落實消費者教育，增進消費者及企業經營者之消費者保護意識。</u> 三、<u>健全公平合理消費環境及完備救濟機制，維護消費者權益。</u> 四、<u>強化消費者保護行政體系，促進行政效能。</u> 五、<u>推行政策研究及國際合作交流</u>	一、本條明列本政策主要目標，尚無必要對目標再加以「設定」，故予刪除文字。 二、針對本政策貳之各項「目標」未對應至參、「內容」之情況，全面修正，俾期綱舉目張，符合目標管理精神。茲依本政策參、內容之各項標題，將原本政策之目標一至目標五，重新整理分類，並將各個目標之體例統一修正，以完備其意旨與效果。 三、參考消費者保護法條文，將本政策中「商品及服務」均修正為「商品或服務」。另關於永續消費之內容已增訂於目標

修正內容	現行內容	說明
六、<u>推動淨零綠生活，實踐永續消費。</u> 七、<u>健全數位消費環境及資安防護，提高民眾信賴感。</u> 八、<u>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。</u>	等，<u>掌握發展趨勢。</u>	六、爰將目標一之「維護環境」予以刪除。 四、參照消費者保護法條文，將「落實」消費者教育修正為「推行」；並參考日本與韓國等以消費者為主體之施政理念，將賦權消費者之概念納入，以強化「消費意識與知能」取代「消費者保護意識」，透過消費者教育全面提升其維護權益與善盡義務之綜合能力，除有相關部門透過實施本政策於各個面向保護消費者之外，復輔以賦能消費者之政策內容，朝向支持消費者自立自主之目標邁進。此外，尚無必要將強化消費意識之推行對象限定為消費者與企業經營者，爰修正目標二。 五、現行目標三之健全公平合理消費環境(爭議發生前之防護機制)，與完備救濟機制(爭議發生後之權益維護)，性質有別，後者係另列於現行參之內容四，爰本次將其從目標三移出，單列為目標四，並將完備「救濟機制」修正為「消費爭議處理機制」。

修正內容	現行內容	說明
		六、將現行目標四與目標五予以整併後，列為目標五：「加強研究發展與專業交流，提高消費者保護行政效能」。 七、目標六以下為新增，乃鑒於淨零永續與數位轉型政策，為當前政府治理之核心業務。就整體消費者保護施政之觀點，本院雖另訂有相關政策綱領作為補充，惟檢討修正本政策以擴大適用範圍，當為正本清源之適當做法，爰新增目標六及目標七。 八、近期多項重要國家發展政策如住宅、雙語、文化包容及人口政策等，與消保施政密不可分，且難歸類為本政策其他目標。為期本政策符合相關國家政策並兼顧社會與經濟發展需求，爰增列目標八。
參、內容 一、<u>維護商品或服務之安全，促進消費生活品質。</u> (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。	參、內容 一、保障消費安全及品質 (一)檢討並增修(訂)各項規範商品和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、	一、參、「內容」以下各子標題，均逐一對應本政策貳修正後之「目標」。 二、將現行「推動各類標章、標誌(示)…」修正為「推動各類標章、標誌(示)『之整合』…」，爰修正(二)。另(三)配合標題，酌作文字修正。

修正內容	現行內容	說明
(二)推動各類標章、<u>標誌(示)之整合</u>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<u>風險預警制度</u>，<u>擴增檢驗研究量能</u>，並健全回收、下架、維修(及召回)、退換貨或停止服務制度。 (五)<u>加強查處消費詐騙</u>；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<u>依法落實通報義務</u>，<u>並適時提供規範或指引供企業經營者參考</u>，加強隱私權保護之管	標誌(示)及商品追蹤或追溯系統等，以利消費者辨識。 (三)加強商品及服務安全、品質及對環境影響之檢驗與測試。 (四)建構完善的商品及服務之市場監督、瑕疵或事故發生之通報及預警制度，並健全回收、下架、維修(及召回)、退換貨或停止服務制度。 (五)督導企業經營者強化消費個資保護，及加強其<u>信用及隱私權保護</u>之管理及查核。 (六)<u>依據「消費者保護-推動永續消費」政策綱領推動相關工作</u>，進而促進綠色經濟、環境保護、弱勢照顧，並鼓勵企業善盡社會責任。	三、參考行政院院長施政方針²，將現行(四)之「預警制度」修正為「風險預警制度」，且增列「擴增檢驗研究量能」。 四、鑒於消費詐騙妨礙交易安全甚鉅，宜加強查處；而高齡者或身心障礙者等族群之不當銷售行為，則有必要特別強化防制，爰新增(五)。 五、消費者個人資料倘外洩恐嚴重影響其權益，企業經營者須落實資安防護，依法落實通報義務。為利企業經營者遵循，且考量各產業特性及風險程度之差異，增訂「並『適時』提供規範或指引供企業經營者參考」，爰將現行(五)修正後，移列至(六)。 六、現行(六)屬永續消費業務，無涉商品或服務之安全品質，且本次修正已新增於目標六，爰刪除之。

² 以下均以賴總統 113 年 5 月就職後立法院第 11 屆第 1 會期行政院院長施政方針書面報告為依據。

修正內容	現行內容	說明
理及查核。		
二、<u>推行消費者教育，強化消費意識與知能。</u> (一)<u>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培養消費者正確消費概念</u>，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)<u>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</u>，保障顧客消費權益。 (三)<u>培訓消費者教育師資及建立師資資料庫</u>，提供各界遴聘參考。 (四)<u>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。</u>	二、落實消費者教育及尊重消費者意見 (一)落實學校與社會消費者教育、充實消費資(警)訊及辦理各類宣導活動，以提升消費者自我保護意識。 (二)加強企業經營者消費者教育，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，並暢通意見表達管道。	一、配合本政策貳之目標二修正標題。 二、於現行(一)修正並補充內容，除增納「培養消費者正確消費概念」，並參考聯合國消費者保護指導綱領五、45.，強調消費者教育尚包括相應之權利與義務，體察消費行為對社會環境之影響。 三、於現行(二)增訂與企業團體合作及加強企業經營者善盡社會責任。 四、現行(三)未修正。 五、於現行(四)增訂健全溝通機制，俾利相關部門與消費者團體充分交換意見。
三、<u>促進消費資訊透明及交易公平，符合</u>	三、促進消費公平 (一)維護廣告、標示	一、配合本政策貳之目標三修正標題。

修正內容	現行內容	說明
<u>誠信原則。</u> (一)<u>落實廣告、標示之真實，以符合誠信交易之要求。</u> (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)<u>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。</u> (七)<u>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</u>	<u>之真實及推動適度之包裝，以符合誠信交易、環保之要求。</u> (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)推行商品及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<u>滯納金</u>、附加費用等之規範及查核。	二、將現行(一)之「<u>維護</u>」廣告、標示之真實，修正為「<u>落實</u>」。另有關適度包裝等環保訴求，屬永續消費範疇，與企業經營者之公平義務無涉，且相關內容業移列至目標六，爰配合刪除相關文字。 三、現行(二)及(四)未修正。 四、參考消費者保護法條文，將現行(三)酌作文字修正。 五、現行(五)之「<u>滯納金</u>」，通常指督促繳納義務人按時履行公法義務之方法；倘因給付遲延而衍生之費用，屬於利息或違約金。為避免誤解，爰刪除之。 六、考量預付型交易與消費借貸衍生之糾紛時有所聞，有必要強化其風險管控與資訊揭露機制，對消費者預付之價金等資產，採取適當措施，爰增訂(六)。 七、公平待客與普惠金融等實務做法，旨在倡導企業經營者妥適評估消費者特性與需求，自商品或服務開發設計乃至售後，提供適合消費者需求與利益之商品或服

修正內容	現行內容	說明
<u>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。</u>		務。上述理念不僅適用於金融服務業，尚可推廣至各個行業，爰增訂(七)。
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、<u>研議協助消費者追回所受損害之機制。</u> 4、<u>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、</u>	四、完備消費損害救濟制度 (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，以及健全消費諮詢制度。 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、<u>強化消費詐騙之查處及預防機制，並協助消費者追回損失。</u> (二)健全責任保險與補償制度，以確保消費受害	一、配合本政策貳之目標四修正標題。 二、強化各級政府處理消費爭議之功能以迅速、妥適處理消費爭議，應健全消費爭議救濟制度，而非消費諮詢制度，爰修正(一)、1。 三、加強消費詐騙之查處已訂於參、一、(五)，爰配合刪除(一)、3 前段文字，且將「協助消費者追回損失」修正為「研議協助消費者追回所受損害之機制」。 四、參考聯合國消費者保護指導綱領四、11.(f)「企業應提供申訴處理機制，使消費者能迅速、公平、透明、便捷、有效解決爭議……」，因企業經營者有責任受理消費爭議申訴，爰新增(一)、4。 五、現行(一)2、(二)及(三)未修正。 六、現行五、(二)關於「協調相關機關團體建立兩岸及其他國家間跨境消費者保護機制，並協助國

修正內容	現行內容	說明
<u>有效解決爭議。</u> (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)<u>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。</u>	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。	內外消費者處理相關跨境消費爭議案件」，因屬完備爭議處理機制之措施，爰移至本目標之(四)。因跨境即已包含兩岸及與其他國家之間，酌修正文字。
	五、建構跨境消費者保護機制 (一)建構兩岸及其他國家商品及服務資訊收集及通報制度，並強化邊境通關檢驗，遏止不安全商品進入市場。 (二)協調相關機關團體建立兩岸及其他國家間跨境消費者保護機制，並協助國內外消費者處理相關跨境消費爭議案件。	一、<u>本目標刪除</u>。建構跨境消費者保護機制，相關內容已移入其他適當項次，爰予刪除。 二、現行五、(一)乃整合國內外機關行政能量以應對跨境消費問題，屬於提升消保行政效能之一環，爰移列修正後五、(四)。 三、現行五、(二)協調相關機關團體建立兩岸及其他國家間跨境消費者保護機制等，移至四、(四)。

修正內容	現行內容	說明
<u>五、加強研究發展與專業交流，提高消費者保護行政效能。</u> (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<u>相關國際組織活動</u>，加強雙邊及多邊交流合作，<u>促進打擊跨境消費詐騙成效</u>。 (四)<u>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。</u>	六、<u>提升行政效能</u> (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，辦理相關委託研究，並據以檢討增(修)訂相關法規與機制。 (三)積極參與國際消費者保護組織活動與加強雙邊及多邊交流合作，<u>增進推動成效</u>。	一、配合本政策貳之目標五修正標題。 二、現行(一)及(二)未修正。 三、為促請各機關積極參與主管業務相關之國際組織活動及跨國交流，俾透過交流合作以促進打擊跨境消費詐騙成效，爰修正(三)。至協助消費者保護團體跨境交流，亦屬(三)範疇之一，併予敘明。 四、現行五、(一)經修正後移列至本項目標之(四)。
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		一、<u>本項目標新增</u>。鑒於環境倘因商品或服務之生產或消費而遭受破壞，則消費生活也會受到影響，營造更健康之消費生活環境，不只維護當代消費者權益，也在謀

修正內容	現行內容	說明
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		求未來世代之福祉。為此聯合國於1999年在其「消費者保護指導綱領」增加推動永續消費專章，「永續消費」已成為消費者保護重要工作之一。時至2025年，國際消費者聯盟(Consumers International)鑒於環境依然面臨諸多嚴峻挑戰，遂將「公正轉型至永續生活」訂為世界消費者日主題，呼籲各國於實現永續轉型過程中，提供消費者更多保護和賦權，可見永續消費之重要性與日俱增。行政院於2010年已函頒「消費者保護-推動永續消費」政策綱領，促請相關主管機關規劃相關措施並落實推動；惟多年來國內外永續消費之理念與實務不斷發展，有待更新並充實內涵，爰將永續消費列為本政策之新增目標，俾透過凝聚政府、企業經營者與消費者共識並整合國內外新觀念與新做法，進一步落實推動。 二、我國之淨零轉型，主要藉由推動「淨零綠生活」，引導民眾從行為改

修正內容	現行內容	說明
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。		變，啟動生活轉型。永續消費之理念包括汰除不環保產品及改善資源使用模式，引導商品或服務揭露碳足跡等環境資訊，提供產品回收與再利用之選項，兼顧使用需求與資源循環效率，有助於消費者做出知情之選擇，避免受到誤導。爰參據臺灣永續發展目標 12-確保永續消費與生產模式、臺灣 2050 淨零排放路徑及策略、聯合國商品永續性資訊準則及歐盟維修權指令等國內外指引或規範，並將淨零綠生活重點措施納入本政策內容，從而實踐永續消費。 三、參考環境部全球資訊網之核心業務>資源循環>永續消費資訊³，為提升消費者對淨零排放之認知並鼓勵企業經營者從事永續生產，爰增訂(一)及(三)。 四、參考國家發展委員會之臺灣 2050 淨零排放路徑及策略總說明關於「生活轉型」策略之措施，鼓勵消費者在食衣住行育樂購等生活層面

³ <https://www.moe.gov.tw/affairs/resource-circulation/sustainable-consumption/sustainable-consumption/3119.html>

修正內容	現行內容	說明
(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。		身體力行，啟動綠生活轉型，爰增訂(二)。 五、參考歐盟維修權指令⁴，為倡導企業經營者揭露商品保固、預期壽命或可修復性等資訊，維護消費者合理使用與維修權益，爰增訂(四)。 六、維修產業有助於促進商品延長壽命並減少廢棄，而該產業往往經營不易且規模有限，有待強化支持與輔導，爰增訂(五)。 七、參考歐盟維修權指令，透過研議二手商品消費權益之規範支持二手商品交易，帶動綠生活產業與消費，爰增訂(六)。 八、參考歐盟維修權指令及臺灣2050淨零排放路徑及策略，推動以使用取代擁有、租賃取代購買等商業模式，以兼顧消費者使用需求與資源循環使用效率，爰增訂(七)。 九、支持產學與民間對永續消費之研究與行動，爰增訂(八)。 十、為打造永續觀光環境與推廣綠色旅遊模式，以提升消費者認知度並增

⁴ https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202401799

修正內容	現行內容	說明
		加低碳選擇，爰增訂(九)。 十一、參考淨零十二項關鍵戰略之「運具電動化及無碳化」⁵，增訂(十)以普及相關基礎設施，並揭露相關消費安全資訊，俾利消費者瞭解及選擇。 十二、參考聯合國環境署之商品永續性資訊準則⁶，永續性資訊應符合清晰、透明、正確、可靠、可取得及可驗證等要件，永續性資訊倘未適當揭露恐誤導消費者。為避免漂綠情形發生，爰增訂(十一)，以促進商品或服務永續性資訊充分揭露。
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		一、<u>本項目標新增</u>。鑒於數位經濟時代，連網裝置與數位內容所涉及之消費權益，與一般商品安全品質問題不同，爰增訂此目標，以健全數位消費環境為願景，列出近年國內外關注議題，並參考國際間電子商務相關消費者保護指導原則，擬定因應措施，爰增訂(一)至(八)。

⁵ <https://ncsd.ndc.gov.tw/Fore/nsdn/about0/Work7>

⁶ <https://wedocs.unep.org/handle/20.500.11822/22180>

修正內容	現行內容	說明
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护機制，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		二、為鼓勵數位科技應用於提升消費生活品質，爰增訂（一）。 三、消除數位落差並妥為因應，確保弱勢消費者同享近便之數位服務，爰增訂（二）。 四、確保商品或服務不因以數位方式提供，而可降低交易之基本義務，爰增訂（三）。 五、透過業界自律與各目的事業主管機關執法作為防止違規行為，建構數位信任環境，爰增訂（四）。 六、重要民生資訊之提供，僅上網公布恐有不足，須兼顧不使用連網裝置之消費者權益，爰增訂（五）。 七、輔導企業經營者落實資安防護機制並協助受害者求償，爰增訂（六），以維護消費者網路上之隱私權及其資料自主權利。 八、為強化與學校、企業經營者及民間團體合作推廣連網商品資安防護觀念，強化自保能力，爰增訂（七）。 九、國際上重要之法規標準或指引，可能影響國家經貿、國內企業經營者

修正內容	現行內容	說明
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。		或消費者權益，宜予關注並適時調適國內相關法規與標準，爰增訂(八)。 十、參考本院 108 年委託資策會辦理「行動商務時代消保政策法規調適之研究」⁷提出之建言及歐盟等國監理法規，對於網際網路平臺應承擔之責任，不止於業者名稱與聯絡資訊之揭露，宜進一步強化網際網路平臺之管理責任與資訊揭露。另「行政院所屬各機關因應平臺經濟發展法規調適參考原則」⁸第八點，亦建議依平臺經濟型態及服務提供模式，解釋或檢討修正消費者保護法規相關規定，爰增訂(九)，期透過法規調適，明確網際網路平臺應充分揭露之資訊。 十一、參考院長施政方針，關於人工智慧發展環境之建構原則應以人為本，爰增訂(十)。
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、<u>本項目標新增</u>。當前國家發展重要政策，多已為相關部門積極推動執行中，為期本政策能支

⁷ <https://cpc.ey.gov.tw/Page/7DFACA3F8494076F>

⁸ https://www.ndc.gov.tw/Content_List.aspx?n=F23B2D7DD35B68FF

修正內容	現行內容	說明
(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。		援國家發展願景、符合社會經濟發展之時代趨勢，爰就有關之重點消費業務納入，包括健全房屋市場、維持消費生活基本需求、穩定民生物價、打造雙語環境、尊重多元族群與性別意識，以及因應少子女化之配套措施等，據以增訂(一)至(六)。 二、健全房市及租賃住宅制度，攸關消費者居住權益，爰增訂(一)。 三、為維護基本民生物資穩定供應，強化供應鏈因應天災、疫情等重大事故之韌性，爰增訂(二)。 四、將穩定物價之相關作為納入本政策，爰增訂(三)。 五、為配合國家發展委員會推動之2030雙語政策，營造相應之消費環境與配套機制，爰增訂(四)。 六、政府與企業經營者提供之資訊、設施、商品或服務，均應考量多元文化之包容與性別觀點，爰增訂(五)。 七、為配合人口政策，提供妥適之托育、教保與照護服務，爰增訂(六)。 八、本院消費者保護會委員於第91次會議臨時動議

修正內容	現行內容	說明
(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。		指出，政府重要決策往往涉及消費者權益，為避免相關施政導致消費大眾權益蒙受不利影響，是政府施政允審慎週延，且應積極謀求消費者整體利益，爰增訂(七)。
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、<u>本政策視國際趨勢與國家政策適時檢討修正。</u>	肆、其他 一、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、本政策原則上每5年檢討修訂一次。	本政策為各機關研擬政策之指引，性質不同於中長程計畫，尚須透過消費者保護計畫與消費者保護方案規劃相關具體措施、進度與時程，以落實推動本政策。準此，本政策應視國際趨勢與國家政策適時檢討修正，俾符實際需要，爰修正三。