

高雄市旅行商業同業公會 (函)

公會地址：(801)高雄市前金區市中一路 167 號 5 樓

電話：(07)241-3881

受文者：全體會員旅行社

速別：普通

密等及解密條件：普通

發文日期：中華民國 113 年 6 月 5 日

發文字號：高市旅行(113)佑字第 178 號

主旨：有關行政院消費者保護處112年消費申訴檢討事項案，請會員旅行社加強向所

屬宣導應落實揭露定型化契約內容，並依規定提供相關單據，覈實計算退費金額，以維消費者權益，敬請查照。

說明：

1. 依據交通部觀光署113年6月4日觀業字第1133001526號函轉交通部113年5月28日交法字第1130015014號函(影附來函)辦理。

理事長

蔡宗佑

檔 號：
保存年限：



交通部 函

地址：100299臺北市仁愛路1段50號
傳真：(02)2311-4416
聯絡人：周峰任
電話：(02)2349-2084
電子信箱：fj_chou@motc.gov.tw

受文者：交通部觀光署

發文日期：中華民國113年5月28日
發文字號：交法字第1130015014號
速別：普通件
密等及解密條件或保密期限：
附件：112年度統計報告(1130015014-0-0.pdf)

主旨：檢送行政院消費者保護處（以下簡稱消保處）「112年度各直轄市及縣（市）政府受理消費者申訴及調解案件之統計報告」（如附件）1份，請依檢討與建議事項卓處，俾維護消費者權益，請查照。

說明：

- 一、依據消保處113年5月20日院臺消保字第1135010233號函辦理。
- 二、旨揭報告涉及本部業管事項摘述如下：
 - (一)運輸類 112 年度第一次申訴共計 3,601 件，占全年度第 1 次申訴案件總數(62,848 件)之 5.73%，相比去(111)年度(3,323 件)增加 278 件，增幅8.37%，較整體案件增幅11.41%略低。
 - (二)依觀光署統計資料可知 112 年國人出境人數多達 11,795,834 人次，較前去(111)年度(1,482,821 人次)增加 10,313,013 人次，因此衍生運輸類之消費糾紛，航空案件有 981 件，相較去年度增加 433 件，爭議態樣則多為解約退款、班機誤點及行李託運等問題。

交通部觀光署 113.05.28



1130911046

(三)又使用外送平台的便利服務已是國人的生活常態，因此外送服務所生之消費糾紛有 1007 件，爭議態樣則以未取得餐點、運送遲延及費用爭議等類型為主。

三、依據旨揭報告「檢討與建議事項」內容，請本部有關機關

(單位)配合辦理事項如下：

- (一)請民航局、觀光署要求業者須向消費者充分揭露定型化契約內容、解約及收退費標準等相關規定，及加強督導業者覈實計算退費金額等事項，於3個月內函復辦理情形。
- (二)請觀光署函請中華民國旅行商業同業公會全國聯合會及中華民國旅行業品質保障協會向其會員加強上開消保爭議處理宣導，併副知本部法制處。
- (三)另經電洽消保處表示，上開事項可能列入本部113年度消費者保護工作績效考核內容，爰請民航局、觀光署預為因應準備。
- (四)前揭說明二、(三)涉及外送平台部分請公共運輸及監理司參酌。

正本：本部公共運輸及監理司、交通部觀光署、交通部民用航空局

副本：本部航政司

2024/05/28
11:00:50

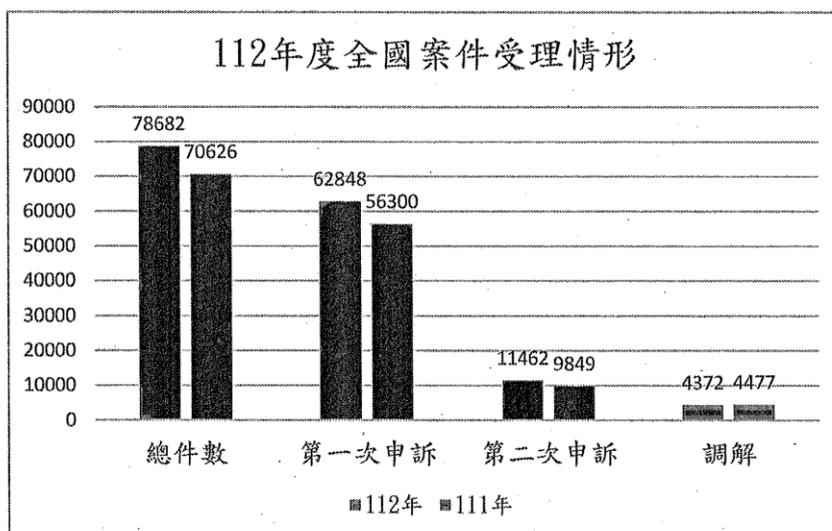
112 年度各直轄市及縣(市)政府 受理消費申訴及調解案件之統計報告

壹、法令依據

各直轄市、縣(市)政府依據消費者保護法第 43 條及第 44 條規定，受理第一次申訴、第二次申訴及調解案件。

貳、消費申訴案件統計

- 一、依行政院主計總處 113 年 1 月 31 日發布之統計資料顯示，112 年國內民間消費成長率概估 8.41%¹，創下近 30 年最大增幅，且全年民間消費規模突破新臺幣 11 兆元大關，改寫歷史新高²，隨著消費規模的成長，112 年度全國受理申訴及調解案件計 78,682 件，較去(111)年度之 70,626 件，受理件數增加 8,056 件(漲幅 11.41%)。



- 二、依消費者保護法第 43 條及第 44 條規定，消費者與企業經營者因商品或服務發生消費爭議時，消費者得向企

¹參行政院主計總處，〈112 年第 4 季國民所得概估統計〉，發布日 113.01.31。

²參中央社〈2023 年民間消費成長率衝 8.41% 創近 30 年新高〉，載於：

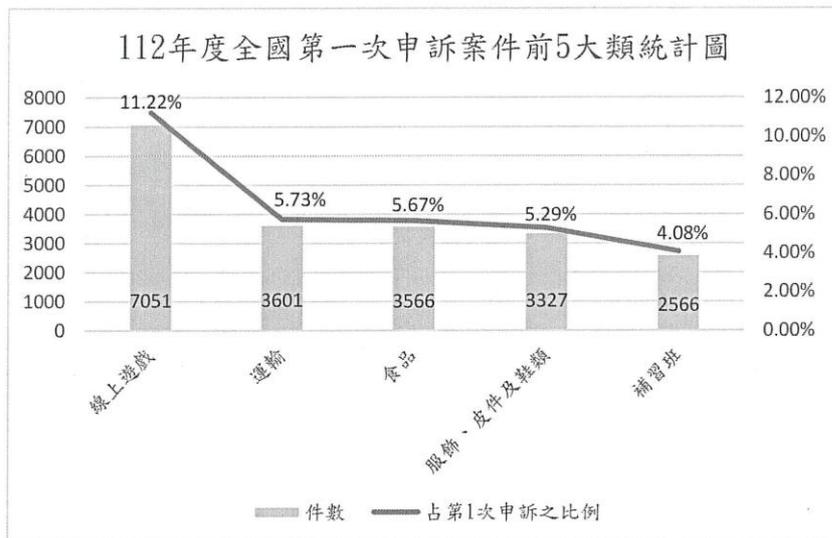
<https://www.cna.com.tw/news/afe/202402040110.aspx> (最後瀏覽日 113.04.22)。

業經營者、消費者保護團體或消費者服務中心或其分中心申訴(第一次申訴)。企業經營者對於消費者之申訴，應於申訴之日起十五日內妥適處理之。如消費者之申訴未獲妥適處理時，得向直轄市、縣(市)政府消費者保護官申訴(第二次申訴)。如仍未能獲得妥適處理時，得向直轄市或縣(市)消費爭議調解委員會申請調解。

三、112 年度第一次申訴案件計 62,848 件，較去(111)年度(56,300 件)增加 6,548 件，第二次申訴案件計 11,462 件，亦比去(111)年度(9,849 件)增加 1,613 件，惟調解案件計 4,372 件，較去(111)年度(4,477 件)減少 105 件。

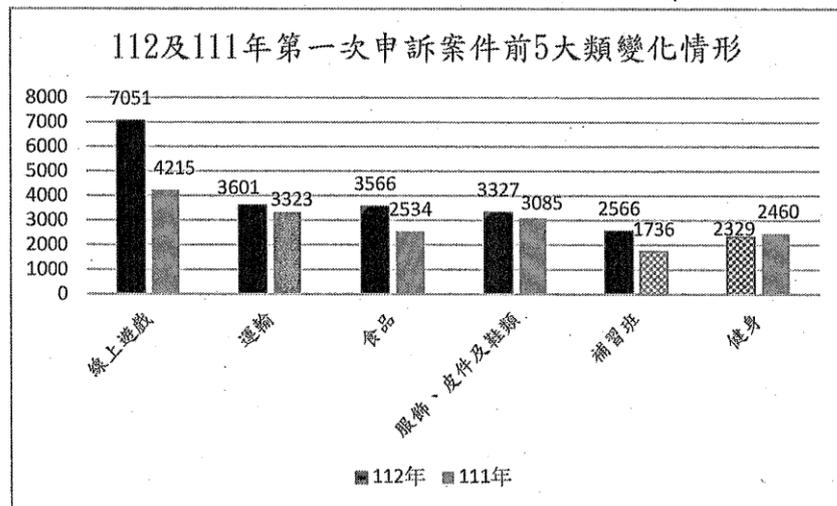
四、消費申訴案件前 5 大類統計

(一)112 年度全國受理之第一次申訴案件共計 62,848 件，占全國申訴及調解案件近 8 成，其中案件數量前 5 大類，依序為「線上遊戲」、「運輸」、「食品」、「服飾、皮件及鞋類」及「補習班」等 5 類，共計 20,111 件，約占第一次申訴案件 32%。



(二) 112 及 111 年度前 5 大類之比較：

類別	112 年度		111 年度		增減幅
	名次	件數	名次	件數	
線上遊戲	1	7,051	1	4,215	68.28%
運輸	2	3,601	2	3,323	8.37%
食品	3	3,566	4	2,534	40.73%
服飾、皮件及鞋類	4	3,327	3	3,085	7.84%
補習班	5	2,566		1,736	47.81%
健身		2,329	5	2460	-5.33%



1. 「線上遊戲」、「運輸」、「食品」、及「服飾、皮件及鞋類」等 4 類連續 2 年進入前 5 名，且案件數量有增加之趨勢(增幅介於 7.84%至 68.28%間)。
2. 至於「補習班」消費爭議進入前 5 名之列，係因私立英代外語連鎖補習班(下稱英代外語)無預警倒閉，驟增 617 件申訴案，使此類爭議自 107 年後首次進入前 5 名。
3. 112 年度「健身」類退出前 5 名之列，應與教育部自 111 年 1 月 1 日施行新訂定之「健身教練服

務定型化契約應記載及不得記載事項」及修正之「健身中心定型化契約應記載及不得記載事項」後，持續督導各地方政府輔導及查核業者遵循健身中心、健身教練服務定型化契約之規定，並將相關歷年查核資訊公告於教育部體育署網站³供民眾參考有關，惟 112 年度案件降低幅度小⁴。

參、問題研析及因應對策

茲就 112 年度第一次申訴案件數量前 5 大類之「線上遊戲」、「運輸」、「食品」、「服飾、皮件及鞋類」及「補習班」等分析其爭議問題及後續因應對策如下：

一、線上遊戲

(一)問題研析

1. 線上遊戲 112 年度第一次申訴共計 7,051 件，占全年度第 1 次申訴案件總數(62,848 件)之 11.22%，相比去(111)年度(4,215 件)增加 2,836 件。
2. 線上遊戲爭議態樣以帳號封鎖或停權、伺服器不穩定與機會中獎(包含遊戲虛擬寶物或活動中獎)機率爭議等類型居多。
3. 線上遊戲申訴大幅增加，也肇因於世界知名遊戲公司動視暴雪公司多款知名線上遊戲，於 112 年 1 月 23 日起結束於中國大陸的服務，眾多的玩家湧入台灣伺服器，造成遊戲伺服器不穩甚至斷線，也有因使用外掛程式或利用遊戲漏洞等進行遊戲被業者停權或封鎖，導致跨境申訴案件量大增 1666 件，占 112 年增加件數(2,836 件)之

³ 參考教育部體育署查核公告訊息(網址：<https://www.sa.gov.tw/PageContent?n=2441>，(最後瀏覽日 113.04.22))

⁴ 「健身」類第一次申訴案件統計：110 年度 5,125 件、111 年度 2,461 件、112 年度 2,329 件；111 年度較 110 年度減少 52%，而 112 年度較 111 年度減少 5.33%。

58.74%。

(二) 因應對策

1. 112年1月1日修正生效之「網路連線遊戲服務定型化契約應記載及不得記載事項」已明文增訂揭露機會中獎商品或活動之機率相關規範。
2. 行政院消費者保護處(下稱本院消保處)除於112年2月21日發函數位發展部數位產業署(下稱數位產業署),請其加強輔導線上遊戲產業,以降低該類型之消費爭議外,更分別於同年3月、8月及12月間多次發函數位產業署及各地方政府要求就線上遊戲公司所衍生之消費爭議案件,依法妥處,以維護消費者權益。

二、運輸

(一) 問題研析

1. 運輸類112年度第一次申訴共計3,601件,占全年度第1次申訴案件總數(62,848件)之5.73%,相比去(111)年度(3,323件)增加278件。
2. 依交通部觀光署統計資料⁵可知112年國人出境人數多達11,795,834人次,較前去(111)年度(1,482,821人次)增加10,313,013人次,因此衍生運輸類之消費糾紛,航空案件有981件,相較去年度增加433件,爭議態樣則多為解約退款、班機誤點及行李託運等問題。
3. 又使用外送平台的便利服務已是國人的生活常態,因此外送服務所生之消費糾紛有1007件,爭議態樣則以未取得餐點、運送遲延及費用爭議

⁵交通部觀光署觀光統計資料庫 <https://stat.taiwan.net.tw/outboundSearch> (最後瀏覽日113.04.22)。

等類型為主。

(二) 因應對策

1. 本院消保處請交通部要求旅行業及航空業除應依相關規定辦理退費事宜外，如遇有因班機誤點及行李託運問題，應為必要之協助及處理。
2. 有關外送平台部分，本院消保處曾於 111、112 年間多次召開指定中央目的事業主管機關之研商及協調會議，鑑於外送平台涉及面向多元且營運型態與法律關係均較為複雜，為完備相關資料，本院消保處更於 112 年 6 月間函請外交部協助蒐集外國管理規範，並綜整我國外送平台營運型態及目前六都外送平台管理自治條例進行分析，作為後續完善消費者保護機制之參考。

三、食品

(一) 問題研析

1. 食品類 112 年度第一次申訴共計 3,566 件，占全年度第 1 次申訴案件總數(62,848 件)之 5.67%，相比去(111)年度(2,534 件)增加 1,032 件。
2. 衛生福利部食品藥物管理署(下稱食藥署)於 112 年 1 月 13 日發布臺中市知名連鎖餐廳「江小魚酸菜魚」之總公司威晶國際企業有限公司(下稱威晶公司)遭查獲違法販售過期巴沙魚(鯰魚)，引發消費者反彈，申訴案件激增 413 件。
3. 好市多股份有限公司(下稱好市多公司)進口的科克蘭冷凍三種綜合莓及冷凍藍莓被檢驗出 A 型肝炎病毒陽性及進口乾酪殘留環氧乙烷；高雄市欣豐冰店驗出沙門氏桿菌；桃園市忠貞市場法

國麵包驗出沙門氏桿菌、仙人掌桿菌等等多起食品衛生相關事件，亦使食品類增加 300 多件相關申訴。

(二) 因應對策

1. 因威晶公司設立於臺中市，本院消保處亦協請臺中市政府消保官儘速妥適處理，在消保官積極介入下業者表示自 110 年 4 月 1 日至 112 年 1 月 13 日間，在其 4 間分店曾食用魚品的消費者，只要提出消費證明，即辦理該項產品的 5 倍賠償。如消費者因食用而致身體受損者，提供醫療相關證明，即賠償消費者醫療費用等損害 5 倍的賠償及醫療費用 1 倍的精神賠償。
2. 有關好市多公司莓果污染部分，本院消保處之處理如下：
 - (1) 112 年 5 月 1 日函請各地方政府依法儘速妥適處理衍生之消費爭議，並函請衛生福利部研議將來如提起團體訴訟時予以經費補助，5 月 5 日並獲衛生福利部回函同意由食品安全保護基金補助團體訴訟費用。
 - (2) 召開補償措施研商會議：112 年 5 月 15 日邀請行政院食品安全辦公室、食藥署、臺北市政府、新北市政府、桃園市政府、臺中市政府、臺南市政府、高雄市政府、新竹市政府、嘉義市政府與好市多公司共同研商賠償事宜，並獲致共識，且隨即於 5 月 16 日發布新聞稿使消費者週知。
 - (3) 團體訴訟部分：112 年 6 月 21 日召開會議協

請由財團法人中華民國消費者文教基金會(下稱消基會)承接本案團體訴訟，消基會亦於同年10月31日正式遞狀提告。

3. 本院消保處請食藥署持續向食品業者及消費者宣導食品衛生安全之重要，並進行相關源頭管理及後市場稽查，亦應要求食品業者投保產品責任險。

四、服飾、皮件及鞋類

(一)問題研析

1. 服飾、皮件及鞋類 112 年度第一次申訴共計 3,327 件，占全年度第 1 次申訴案件總數(62,848 件)之 5.29%，相比去(111)年度(3,085 件)增加 242 件。
2. 服飾、皮件及鞋類之爭議案件大多為網路購物所生，部分為一頁式廣告貨到付款詐騙問題或消費者透過社群媒體(如臉書、IG、LINE)等與陌生賣家進行交易所衍生之消費爭議或詐騙；消費爭議態樣以網購瑕疵品退換貨、費用問題及 7 天鑑賞期爭議等類型居多。

(二)因應對策

1. 就有關網路購物及一頁式廣告詐騙之問題，本院消保處前已會商交通部及經濟部督導貨運及超商業者討論因應作法(如包裹上提供託運人之姓名、住址及電話，供消費者識別；提供直接退貨退款或追蹤協助等措施)，降低消費者在網購流程中遭遇跨境消費爭議和詐騙的風險。
2. 本院消保處針對賣家不當擴張通訊交易解除權

合理例外情事適用準則之適用範圍部分，先前已邀集電商業者、經濟部等相關單位研商保障消費者行使解除權之權益，亦建議平台業者如推出促銷活動或免運機制時，應清楚揭露退換貨、全部或部分解除契約時相關運送費用之計算方式，以減少爭議之發生。

3. 本院消保處持續要求上開業者落實相關措施，亦於網站持續宣導防詐小知識，除一頁式廣告詐騙外，亦針對跨境消費等議題製作相關圖卡，強化消費者網購風險意識。

五、補習班

(一) 問題研析

1. 112 年度第一次申訴共計 2,566 件，占全年度第一次申訴案件總數(62,848 件)之 4.08%，相比去(111)年度(1,736 件)增加 830 件。
2. 英代外語於 112 年 1 月 11 日無預警宣布歇業，衍生退費之消費爭議，因其有桃園、中壢、板橋及新竹等 4 間分校，學員人數眾多，使補習類申訴件數大量激增 617 件。
3. 除上述業者無預警停業之因素外，其他消費爭議態樣多以不符合需求(教學方式不適應、內容不如預期等)、事後反悔(個人規劃改變、無法負擔後續費用等)或解約退費等為主。

(二) 因應對策

1. 針對英代外語案，本院消保處之處理如下：
 - (1)於 112 年 1 月 16 日分別函請教育部，督導地

方政府教育局要求補教業者落實「短期補習班補習服務契約書應記載及不得記載事項」規定，並請教育部預先規劃團體訴訟之經費補助；並函請主要設址之桃園市政府依法督促補教業者積極妥處消費者退費等事宜，並請該府提醒受害消費者「申請止付」對象為貸款機構或銀行。

- (2)召開研商會議：112年2月20日分別邀集邀教育部、金融監督管理委員會、地方消保官及主管機關、業者、金融機構(含銀行及資融公司)、中華民國補教業品保協會(下稱品保協會)及兩大優良消保團體，召開兩場研商會議，並決議：請補教業者儘速提供未上完課學員的完整資料給相關地方政府教育局(處)俾利釐清本案學員上課堂數、課程完成與否等事實；請金融機構研議依比例退還溢繳款項並提供與英代外語合作的契約書；並請品保協會協助提供已換取等值服務之學員名單，將提供本案金融機構勾稽比對有無同時申請止付及登記上課情形等。
 - (3)本案最終由品保協會啟動履約保證機制，協助受害學員兌換等值服務，另外在地方消保官的努力下陸續將申訴案件依程序處理完竣。
2. 本院消保處請教育部持續督導地方政府妥善處理消費糾紛、查核短期補習班定型化契約之使用情形，及督導短期補習班落實履約保證機制，維護消費者權益。

肆、檢討與建議事項

請各主管機關就消費爭議前 5 名類別之案件，落實前揭各項因應對策外，並辦理下列事項：

一、線上遊戲部分

(一) 請數位產業署要求遊戲業者依「網路連線遊戲服務定型化契約應記載及不得記載事項」充分揭露機會中獎資訊、加開伺服器或積極提升遊戲伺服器連線服務品質、優化遊戲程式減少遊戲漏洞、加強宣導使用外掛程式將永久封號及完善客服反饋機制等，以有效減少消費申訴；並請數位產業署加強相關管理機制與查核作為。

(二) 請數位產業署應持續向玩家宣導正向遊戲觀念：

由於玩家使用外掛程式或利用遊戲漏洞等不正方式進行遊戲，遊戲業者可依契約規定永久封鎖遊戲帳號，鑒於遊戲業者係以科技採證並輔以人工複審之方式查證，且為保障遊戲公平、秩序及其他玩家權益，爰數位產業署應持續向玩家宣導，勿使用外掛程式，以免衍生後續消費爭議。

另因我國「網路連線遊戲服務定型化契約應記載及不得記載事項」無法規管國外業者，且各直轄市及縣(市)政府對境外公司尚無管轄權，數位產業署應持續向玩家宣導，得優先選擇在國內註冊登記之公司發行或代理的線上遊戲，以確保自身權益。

二、運輸部分

請交通部要求旅行業、航空業須向消費者充分揭露定型化契約內容、解約及收退費標準等相關規定，加強督導前述業者依規定提供相關單據，並應覈實計算退費金

額，亦請交通部洽請中華民國旅行商業同業公會全國聯合會及中華民國旅行業品質保障協會向其會員加強宣導；另請交通部應再行檢視各航空業解約及行李托運等相關收退費標準，是否有不合理或顯失公平之情形。

三、食品部分

請食藥署持續查核、督導食品業者所提供之商品應符合食品安全衛生管理法，生產或製造食品時應依食品良好衛生規範準則做好相關管理，另持續針對外送平台合作之餐廳業者進行稽查及公布結果，俾提供消費者安全有保障之食品。

四、服飾、皮件及鞋類部分

請經濟部要求網路平台業者遵守消保法及「零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項」等規定，另外針對合作業者上架之商品，平台業者應檢視商品是否符合商品檢驗法、商品標示法等規定，並建立仿冒品之通報下架機制，亦應督促合作業者充分揭露產品資訊，提升品質及持續強化服務控管與爭議處理機制，俾建立良好之網路消費環境。

一頁式廣告詐騙部分，請交通部持續促請各物流業者建立並完善代收貨款之直接退貨退款機制；另請經濟部持續督導各大超商業者，減化退貨退款流程，提高疑似詐騙案之處理效率。

五、補習班部分

請教育部持續督促補教業者落實現行「短期補習班補習服務契約書應記載及不得記載事項」，尤其對於補教業者所提供履約保證之核實，並加強各項查核及督導工作。

六、其他爭議類型部分

請各主管機關針對申訴案件增加之態樣分析爭議原因及研擬潛存之消費爭議型態，加強相關管理機制與查核作為，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，並適時發布相關消費資(警)訊，促使消費者知悉，俾維護其消費權益。