

編號：(95) 058.114

消費安全與產業發展之研究

行政院經濟建設委員會

中華民國 95 年 12 月

編號：(95) 058.114

消費安全與產業發展之研究

計畫主持人：江福松

協同主持人：孫金華

顧問：陳荔彤、江孟燦、陳景川、
陳文雄、林文榮、林宗東

研究助理：林正鴻、吳苗芳

委託機關：行政院經濟建設委員會

研究單位：國立臺灣海洋大學
應用經濟研究所

本報告內容係研究單位之觀點，不代表委託機關之意見

行政院經濟建設委員會

中華民國 95 年 12 月

消費安全與產業發展之研究

摘要

我國於 1994 年 1 月 11 日公布施行「消費者保護法」，以作為保障消費生活安全及權益的基本法，同年 7 月 1 日行政院消費者保護委員會成立，作為研擬及審議消費者保護基本政策與監督其實施之機關。依世界貿易組織(World Trade Organization, WTO)國民待遇原則，消費安全與產業發展交互影響，進而影響到我國經濟需求面與供給面的發展。

本研究依消費者保護法「第二章：消費者權益」所規範「第一節：健康與安全保障」，探討保護消費安全之策略與手段，及其對相關消費者社會福利與產業經濟層面的影響。研究目的條列如下：(1) 檢討國內消費安全的相關法令與執行成效，探討其對當前產業發展的可能影響或衝擊；(2) 針對近三年來國內消費安全重要事件，進行案例分析，並訪談業者及舉行產官學座談；(3) 追蹤近三年來國內消費安全事件重要案例後續發展，以瞭解其對產業發展之衝擊；(4) 就美國、歐盟及日本各國回收程序之範本進行摘錄說明及比較；及(5) 針對我國消費安全相關議題，擬定短、中、長期因應機制與調整策略。

本計畫建議消保主管機關及各事業主管機關短期內需儘速參考美國和歐盟的作法，建立消費者單一申訴窗口及各事業主管單位消費安全事故通報體系，提升我國消費安全法令與執行機制。其次，建議廣泛建構合理有效之標準檢驗流程及產銷履歷制度，保障消費公平及優質國產品與進口品合理競爭發展。最後，中長期之目標則為輔導我國業者開發消費安全導向的產品，以創造高附加價值之新產品，並建構包含政府單位、民間消保團體、消費者及業者的全面性消費安全環境與機制，以促進我國產業升級發展並維護國民消費安全福祉與利益。

A Study of Consumer Safety and its Impact on Industrial Development

Abstract

On January 11, 1994, Taiwan's Consumer Protection Law (CPL) was promulgated and put into effect, to serve as the basic law for protecting consumer safety and interests. On July 1 of the same year, the Consumer Protection Commission (CPC) was set up under the Executive Yuan (the Cabinet), as the agency charged with formulating, deliberating on, and overseeing the implementation of basic consumer protection policies. In compliance with the WTO's national treatment principle, consumer safety is interactive with industrial development and affects the development of the demand and supply sides of the economy in Taiwan.

Based on the provisions for health and safety protection in the first subchapter of the CPL's Chapter II on consumer rights and interests, this study investigates the strategies and approaches for protecting consumer safety and their impact on related aspects of consumers' social welfare and the industrial economy. Five specific objectives of this study are: (1) a review of relevant domestic laws and regulations on consumer safety and the results of their implementation, and investigation of their possible influence and impact on current industrial development; (2) analysis of major consumer safety cases in Taiwan in the last three years, including industry interviews and round-table discussions with industry representatives, government officials and scholars; (3) tracking the subsequent development of those cases, to understand their impact on industrial development; (4) explanation of and comparison with recall procedures in USA, EU and Japan; and (5) the suggestion of short-term, mid-term and long-term response mechanisms and adjustment strategies for acting on issues related to consumer safety in Taiwan.

For the short term, this study suggests that the competent authorities as soon as possible set up a single window for consumer complaints and an integrated consumer safety incident reporting system, based on the models adopted in USA and EU, to enhance Taiwan's consumer protection laws and their enforcement mechanisms. The next step is to extensively establish rational and effective standard inspection procedures and traceability systems. Finally, the mid- to long-term goals are to help Taiwan's firms develop consumer safety oriented new products with high added value, and to build a complete consumer safety environment and mechanisms that incorporate government agencies, private consumer protection groups, consumers and businesses, so as to promote the upgrading and development of Taiwan's industry and protect the welfare and rights of consumers in Taiwan.

目錄

頁碼

摘要	i
Abstract	ii
目錄	v
表次	vii
圖次	ix
第壹章 緒論.....	1
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究目的.....	1
第三節 研究大綱.....	2
第四節 研究方法.....	3
第五節 工作項目及執行進度.....	5
第貳章 國際消費安全與產業發展趨勢及文獻回顧.....	7
第一節 美國消費安全之推動作法及其效益分析.....	7
第二節 歐盟消費安全之推動作法及其效益分析.....	20
第三節 歐美民間消費者保護組織的運作規範及其影響.....	35
第四節 國際對於平衡消費安全與產業發展之作法.....	38
第五節 小結.....	41
第參章 探討臺灣消費安全與產業發展之現況.....	43
第一節 臺灣消費安全體系.....	43
第二節 近三年國內消費市場重要案例追蹤分析.....	51
第三節 小結.....	81
第肆章 提升臺灣消費安全相關政策之研提.....	83
第一節 臺灣與歐美消費安全回收制度之法令與機制之比較.....	83
第二節 產品消費安全保險制度之探討.....	94
第三節 美國、歐盟及日本各國回收程序之範本說明及比較.....	98

第四節 改善消費安全法令與執行機制之擬定	114
第五節 小結	120
第五章 結論與建議	123
第一節 結論	123
第二節 建議	128
參考文獻	135
附錄一：行政院經濟建設委員會 95 年度「消費安全與產業發展 之研究」委託研究計畫需求書	139
附錄二：近三年國內消費安全事件概況說明	143
附錄三：期初報告審查會議紀錄及意見答覆	175
附錄四：期中報告審查會議紀錄及意見答覆	179
附錄五：「臺灣消費安全與產業發展之現況與問題」專家學者 座談會會議記錄	187
附錄六：期末報告審查會議紀錄及意見答覆	211

表次

	頁碼
表 1-1 工作項目及進度表	6
表 2-1 美加政府相關單位的回收權利	18
表 3-1 行政院消費者保護委員會協調指定消費者業務主管機關 一覽表(95.10.26).....	46
表 3-2 2004 年至 2005 年全國 25 個直轄市、縣(市)政府消費者 服務中心所受理之消費申訴案件統計	48
表 3-3 2004 年至 2005 年全國 25 個直轄市、縣(市)政府消費者 服務中心所受理之消費申訴受理案件前 5 名統計	49
表 3-4 2005 年 1 月至 6 月消保行政體系受理申訴及調解案件 類型	50
表 3-5 財團法人車輛研究測試中心已列案汽車安全性召回 改正案 (2003~2006)	79
表 4-1 美國與臺灣回收制度比較表	83
表 4-2 消費者保護法與商品檢驗法之比較	90
表 4-3 FSIS 之回收起始及報告確認行動之建議時程	104
表 4-4 對於所有關於因疾病或流行病爆發或學校營養午餐之 風險層級 I 的回收有效確認之執行及重要的限制.....	105
表 4-5 對於所有無關於疾病或流行病爆發或學校營養午餐之 風險層級 I 的回收有效確認之執行及重要的限制.....	105
表 4-6 當廠商沒有回收計畫時對於風險層級 II 或 III 的回收之 有效確認的執行及重要的限制	105
表 4-7 對於風險層級 III 回收之有效確認的執行及重要的限制 ...	106
表 5-1 近三年影響消費者權益之國內消費市場重要案例分析與 建議	125

附表 1	消費者保護委員會發佈之消費安全事件相關新聞 (2005~2006)	149
附表 2	消費者保護委員會發佈之消費警訊(2006).....	153
附表 3	衛生署食品資訊網公佈判列為紅、黃、黃綠號之事件議題 (2005~2006).....	159
附表 4	2001 年至 2005 年消費者向消基會申訴案件數	166
附表 5	2001 年至 2005 年消基會申訴排行榜的前五名	166
附表 6	消基會發佈之消費者月刊測試報告之彙整(2003~2005).....	167
附表 7	中華民國汽車消費者保護協會發佈之相關事件及鑑定 案例(2003~2004).....	173

圖次

	頁碼
圖 2-1 美國政府六個消費安全保護聯邦政府機構之聯合召回入口網站	7
圖 2-2 計畫主持人拜訪美國農業部產品召回官員	12
圖 2-3 計畫主持人拜訪美國交通部產品召回官員	12
圖 2-4 計畫主持人拜訪美國食品暨藥物管理局產品召回官員	13
圖 2-5 計畫主持人拜訪美國消費性產品安全委員會產品召回官員	13
圖 2-6 歷年美國車輛召回數量(1966-2005)	14
圖 2-7 歷年美國車輛召回案件及數量(1966-2005)	14
圖 2-8 美國農業部各類別風險程度召回成效比率	16
圖 2-9 美國食品暨藥物管理局各類別風險程度公告召回件數	16
圖 2-10 歐盟 RASFF Notifications (1999-2005)	26
圖 2-11 歐盟 RAPEX Notifications (2002-2005)	27
圖 3-1 臺灣消費者保護行政機關體系	45
圖 4-1 FSIS 下現場執行部門之組織架構	88
圖 4-2 ODI 的組織架構	93
圖 4-3 美國 FSIS 自願回收過程的行動	101
圖 4-4 美國 CPSC 產品回收作業流程圖	107
圖 4-5 歐盟改善行動流程圖	110
圖 4-6 日本業消費商品自願回收作業流程圖	113

第壹章 緒論

第一節 研究動機

我國於 1994 年 1 月 11 日公布施行「消費者保護法」，以作為保障消費生活安全，提昇國民消費生活品質的基本法，同時行政院消費者保護委員會亦於 1994 年 7 月 1 日成立，作為研擬及審議消費者保護基本政策與監督其實施之機關。此外，民間單位之一的消費者文教基金會(消基會)自 1980 年成立以來，秉持消費者保護的精神，積極地協助消費者爭取其合理的權益，以及建立正確的消費者觀念與意識，因此國內消費者保護的精神與信念在 26 年來不斷地建立與成長。然而，是否由於國內現行消費者人身健康及財產消費安全保障的相關法令在法律規範與執行層面上仍存有不周全之處？致使近年來國內消費安全問題時有所聞？

國際間日趨重視消費安全與消費者的保障，各國為維護其國民消費安全及遵守世界貿易組織(World Trade Organization, WTO)最惠國待遇及國民待遇原則，促使各國對國內市場消費安全標準的要求提升，進一步影響對進口產品的品質控管，此一趨勢將影響我國經濟需求與供給面的發展，進而顯示消費安全與產業發展的交互影響。隨著經貿全球化及市場國際化的腳步日趨加速，臺灣自不能例外，必須早日面對消費安全與保護議題，探討可能對我國產業的衝擊，尤其對於人身健康消費安全有立即危險之議題，更是刻不容緩。因此，如何研擬對於國人人身健康消費安全有立即或潛在危險議題之短、中、長期因應機制與調整策略，是為本研究之研究動機。

第二節 研究目的

本研究依消費者保護法「第二章：消費者權益」所規範「第一節：健康與安全保障」，探討保護消費安全之策略與手段，及其對相關消費者社會福利與產業經濟層面的影響。研究目的條列如下：

- 一、 檢討國內消費安全的相關法令與執行成效，探討其對當前產業發展的可能影響或衝擊。

- 二、 針對近三年來國內消費安全重要事件進行案例分析，並訪談業者及舉行產官學座談。
- 三、 追蹤近三年來國內消費安全事件重要案例後續發展，以瞭解其對產業發展之衝擊。
- 四、 以美國、歐盟及日本先進國家的法規與作法為參考，就美國、歐盟及日本各國回收程序之範本進行摘錄說明及比較。
- 五、 考慮國內主、客觀條件，擬定改善消費安全法令與執行機制，並訂定短、中、長期的因應機制與調整策略。

第三節 研究大綱

本計畫研究大綱包括研究範圍、預定工作內容及預期成果等項目，茲依序說明如下：

一、 研究範圍

本計畫所指消費安全是以對國人人身健康消費安全有立即或潛在危險議題為主要的研究範圍，分成三個層面：(1)國際消費安全與產業發展趨勢；(2)分析臺灣消費安全規範及其對產業發展的衝擊；及(3)未來臺灣消費安全相關議題對策研擬。

二、 預定工作內容

茲針對近三年來國內消費安全事件進行分析，追蹤其後續發展，並研究其對國內產業之衝擊，本計畫的預定工作內容依序說明如下：

(一) 研究國際消費安全與產業發展趨勢

1. 研究美國及歐盟主要國外先進國家政府對消費安全的法規、推動作法及其效益，包括對民間消保組織運作規範法令、政策及推動機制之沿革與現況，以及與消費安全相關之主要歐美國法條文翻譯。
2. 研究國際間對於如何平衡消費安全與產業發展之作法。

(二) 探討臺灣消費安全與產業發展之現況

1. 檢討臺灣消費安全現況與問題，分析過去三年國內消費安全重要案例，追蹤其後續發展；並訪談業者，瞭解對產業之衝擊。
2. 比較臺灣消費安全現有相關作法與國際規範，包含法令、政策及推動方法，評估其對我國產業之可能衝擊。

(三) 研擬提升臺灣消費安全的相關對策

參酌美國及歐盟主要先進國家消費安全維護相關對策，並考量我國國內主、客觀條件，研擬與國際接軌的消費者權益相關的機制，並經由專家學者座談會，以研提短、中、長期因應機制與調整策略，兼顧消費者權益之維護與產業之永續發展。包括：

1. 現有的法令或規定之修改與調整；
2. 執行上預期遭遇之困難；
3. 對產業可能產生的正負面衝擊。

三、 預期成果

本計畫預期(1)以先進國家的作法為參考標準，提出我國消費安全法令與執行機制應改革的地方及其對產業的衝擊；(2)探討國內消費安全的相關法令與執行成效，評估其對我國產業發展之衝擊，並以近三年來國內消費安全事件為例子以說明；及(3)我國消費安全相關議題之短、中、長期因應機制與調整策略。

第四節 研究方法

本計畫的研究方法分為法令和案例事件蒐集、文獻回顧、專家學者座談、案例分析、業者訪談、國外參訪及機制策略研擬。

有關歐美消費安全的分析方式，一般而言分為事前檢驗與事後檢驗二種檢驗程序，例如美國農業部(US Department of Agriculture, USDA)糧食安全與檢驗局(Food Safety and Inspection Service, FSIS)下現場作業辦公室(Office of Field

Operation)有 7,000 位事前檢驗員負責包括：農場及加工廠作業流程、成份檢驗及生產履歷認證等；而美國食品暨藥物管理局(Food and Drug Administration, FDA)及消費性產品安全委員會(Consumer Product Safety Commission, CPSC)則分別負責食品及非食品類產品發生消費安全通報案例時之事後檢驗控管，且處理方式有所不同，皆須加以蒐集並探討其消費者申訴管道流程及政府事後追蹤考核機制，以瞭解其標準處理程序(Standard Operation Procedure, SOP)。依此，本研究工作架構流程條列如下：

- 一、 蒐集美國及歐盟主要國外先進國家政府之消費安全相關法令與措施。
- 二、 蒐集並分析國內近三年(2004~2006)重要消費安全案例，探討消費者安全問題、專責單位相關依據及處理流程。
- 三、 研擬策略機制草案，並邀集消費安全、產業發展等相關領域專家進行座談。
- 四、 赴美國及歐盟消費者安全專責單位瞭解食品及非食品安全案例相關處理流程。
- 五、 本計畫工作團隊成員除計畫主持人(江福松)、一位協同主持人(孫金華)和兩位專任計畫助理(吳苗芳和林正鴻)之外，特別邀請數位與本研究計畫工作項目有關的國內外專家學者擔任計畫諮詢顧問，以協助計畫之執行。
 - (一) 國立臺灣海洋大學海洋法律研究所陳荔彤教授兼所長(英國威爾斯大學法學博士)，提供法律條文解釋、法案研擬與食品法規比較等諮詢；
 - (二) 國立臺灣海洋大學食品科學系江孟燦教授、衛生署健康食品審議委員(日本東北大學博士)，提供食品專業知識、安全標準與食品法規等諮詢；
 - (三) 國立屏東科技大學水產檢驗中心共同負責人、美和技術學院食品營養系陳景川教授暨副校長(美國康乃爾大學食品科技博士)，提供食品科技知識、檢驗技術與標準與食品法規等諮詢；

- (四) 陳文雄教授 (Professor of the Department of Agricultural, Environmental, and Development Economics, The Ohio State University, Ph.D. in Agricultural Economics, Univ. of Cal. - Berkeley), 提供美國食品消費現況、食品法規與食品消費分析技術等諮詢；
- (五) 林文榮博士 (Leader, Grains and Feeds Research Section, Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture, Ph.D. in Agricultural Economics, Univ. of Cal. - Davis), 提供美國農產品管理法規、穀物和飼料管理法規與基因改造食品消費分析技術等諮詢；及
- (六) 林宗東博士 (Center for Food Safety and Applied Nutrition, Food and Drug Administration, Ph.D. in Food & Resource Economics, Univ. of Florida), 提供美國食品與藥物管理法規、食品標示法規與管理、食品與藥物消費安全管控機制等諮詢。

第五節 工作項目及執行進度

本計畫工作項目和執行進度如表 1-1 所示，依行政院經濟建設委員會委託研究計畫需求書(參見附錄一)，為瞭解國內消費安全的法令與執行成效，蒐集整理臺灣近三年相關消費事件，詳如附錄二。於 2006 年 8 月 4 日舉行期初報告審查會議，詳細紀錄及意見答覆請參閱附錄三，於 2006 年 9 月 28 日舉行期中報告審查會議，詳細紀錄及意見答覆請參閱附錄四。

此外，依現行消費者保護法，消保會負責各部會局署關於消費者保護政策及措施之協調事項、統籌處理有關消費者保護之事務、辦理消費者之諮詢服務、教育宣導、申訴及調解等事項。因此，正式函請深入訪談消保會，並由消保會安排於 11 月 7 日前往拜訪。該次訪談由消保會黃副秘書長明陽主持，消保會消保官組、督導組、法治組及企劃組皆派員共同討論，探討國內過去三年內有關消費安全事件之後續處理情況，諸如 2006 年 1 月 20 日針對養蜂場及觀光地區所販售蜂蜜進行品質檢驗及標示查核、2005 年 5 月千面人下毒事件後續之回收程序執行情況等議題。

表 1-1 工作項目及進度表

工作項目	月份							比重
	7月	8月	9月	10月	11月	12月		
研究國際消費安全與產業發展趨勢								20
探討臺灣消費安全與產業發展之現況								30
研提提升臺灣消費安全的相關對策								40
報告撰寫								10
期初報告審查：8月初								0
期中報告審查：9月底								0
期末報告審查：11月底								0
每月工作進度	10	25	25	23	12	5		100
合計工作進度	10	35	60	83	95	100		

本計畫並於 2006 年 11 月 22 日舉行專家學者座談會議，探討關於相關法令或政策規定之修改對消費安全與產業發展可能產生的衝擊及執行上預期遭遇之困難，詳細紀錄及意見請參閱附錄五，期末報告審查會議則於 2006 年 12 月 5 日舉行，詳細紀錄請參閱附錄六。

本研究以下章節架構如下：第貳章探討美國與歐盟政府及民間對消費安全之推動作法，及國際對於兼顧消費安全與產業發展之作法；第參章探討臺灣消費安全體系，及近三年國內消費市場重要案例追蹤分析；第肆章則比較臺灣與歐美消費安全回收制度之法令與機制、探討產品消費安全保險制度，及提供美國、歐盟及日本回收程序之範本說明；第伍章結論與建議則首先總結國內消費安全的現況，列示說明消費安全案例影響消費者權益的問題與改進建議，最後分別提出對政府、民間消保團體、消費者及業者的建議。

第貳章 國際消費安全與產業發展趨勢及文獻回顧

本章分別說明美國和歐盟消費安全之推動作法及其效益分析，並就美國與歐盟消費安全召回成效進行比較。

第一節 美國消費安全之推動作法及其效益分析

一、美國聯邦政府消費安全公部門之組織架構

美國聯邦政府有關消費安全機構之分工架構，始自於 2003 年 12 月 5 日美國總統布希為了提供較好的服務以提醒美國人民對於不安全、危險或是瑕疵產品的注意，要求所有的聯邦機構簡化與公部門的聯繫並且增進機構間資訊的分享以強化公共安全。

因此，美國政府整合了六個與消費安全有關且具有不同管轄範圍的聯邦機構，而建立單一入口網站 www.recalls.gov，為美國政府召回 (recall) 的一個 one stop shop，圖 2-1 為該網站的首頁。



圖 2-1 美國政府六個消費安全保護聯邦政府機構之聯合召回入口網站

美國聯邦政府的消費安全保護機構依其管轄範圍不同而有不同的聯邦政府機構分工負責，例如，當食品具有感染病原體的風險時，由美國農業部(US Department of Agriculture, USDA)負責肉類、家禽類產品及蛋類的檢驗及管理，而食品暨藥物管理局(Food and Drug Administration, FDA)則負責美國農業部未負責之其他所有食品類。至於消費性產品安全委員會(Consumer Product Safety Commission, CPSC)則對其明定管轄之 15,000 項產品被認為存在潛在危險時有權力命令廠商執行召回。

根據 Shang and Hooker (2005)之研究，美國國內市場產品在 2003 年的產品回收，如包裝食品、藥品及醫學設備，較 1999 年增加了 24%。若僅就肉類及家禽類而言，美國的回收數量已從 1988 年的 600 萬磅增加至 2003 年的 3,600 萬磅。雖然回收數量近年來大幅增加，但回收數量的增加不一定表示這些有缺陷的產品就完全回到製造商手中或是被改善，大部分產品仍是到處流通或仍在消費者手中。因消費者缺乏對於受感染食品的認知，因此完整的消費安全回收資訊網，期能透過積極的風險管理而維護消費安全。

以下則分別針對美國消費安全回收資訊網所述，簡述六個聯邦政府單位分工範圍，以茲比較：

(一) 美國消費性產品安全委員會 (Consumer Product Safety Commission, CPSC)

CPSC 成立於 1972 年，為免於受到傷害或導致死亡之不合理之風險，在其管轄範圍內，負責保護消費者在消費 15,000 種以上的居家、運動、娛樂、及學校所使用的產品分類如下：

- | | | |
|------------|--------|-----------|
| 1.設備 | 2.衣物 | 3.電子或電器用品 |
| 4.傢俱 | 5.家用品 | 6.兒童產品 |
| 7.照明設備、點火器 | 8.戶外用品 | 9.運動用品 |

CPSC 從過去消費產品事件平均每年造成 25,900 人死亡，再加上傷害及財產損失，總估計已經耗費國家每年超過 7,000 億美元的經費，占美國 GDP (美金 11.6675 兆)的 6%。若以美國人口為 25,642 萬人計算，則每人每年因消費不安全產品的損失為 2,730 美元，損失相當可觀。

(二) 美國國家道路安全局 (National Highway Traffic Safety Administration, NHTSA)

NHTSA 隸屬於美國運輸部 (U.S. Department of Transportation) 之下，提供包括從 1966 年至今的車輛及設備召回資訊，包括電動車量產品具有安全相關的缺陷或是不遵守聯邦電動車量安全標準，其規範產品如下：

1. 機動車及相關設備
2. 兒童安全座椅
3. 輪胎

NHTSA 成立的歷史簡單說明如下，1966 年時國家交通及車輛安全法案(National Traffic and Motor Vehicle Safety Act)通過，1967 年成立瑕疵調查單位(Office of Defects Investigation, ODI)，但當時吏屬於法規管制室(Office of Compliance)底下，在 1971 年時因要處理之案件日漸增加，所以 ODI 當時即提高位階，而在剛成立的 10 年間即處理輪胎、畢特門臂(Pitman Arms)及 X-cars 等案例，在 2000 年美國國會通過 Tread 法案，2002 年建立 Artemis 資料庫，及 2003 年設立早期警告報告(Early Warning Reporting)來發現車輛的瑕疵。

(三) 美國國家海岸巡邏隊 (U.S. Coast Guard, USCG)

USCG 調查消費者控訴有關娛樂船舶及其相關設備。重新檢驗關於娛樂船舶(包括個人船隻)、船舶製造業者之安裝設備及船舶安全議題的相關安全消息、新聞、召回、瑕疵及法律和規章。

(四) 美國食品暨藥物管理局(Food and Drug Administration, FDA)

食品安全的部分由美國食品暨藥物管理局和美國農業部共同負責，1978 年即依聯邦法授予 FDA 負責糧食與寵物及農場動物飼料的召回，亦負責下列產品的召回：

1. 藥品
2. 疫苗
3. 化妝品
4. 醫療設備
5. 其他生物製品
6. 血液及血漿產品
7. 動物產品

FDA 宣稱負責管理的產品所涵蓋之產值約為 1 兆美元，亦即每位消費者在其所負責產品上之花費約為 0.25 美元。若將其預算除以其保護的人口數目，每人的成本大約只有 0.01 美元。

(五) 美國農業部(US Department of Agriculture, USDA)

美國農業部之下的糧食安全與檢驗局(Food Safety and Inspection Service, FSIS)因 1906 年通過聯邦肉品檢驗法案(Federal Meat Inspection Act)，負責肉類、家禽類產品及蛋類的檢驗及管理。

(六) 美國環保署(Environmental Protection Agency, EPA)

EPA 在國家環境科學、研究、教育及評估能力具有領導地位，負責下列產品的召回：

1. 殺蟲劑
2. 滅鼠劑
3. 殺真菌劑
4. 車輛廢氣檢測

二、美國消費安全運作經驗

本計劃主持人及共同主持人為實地瞭解美國消費者安全相關機構在法規、業務執行、推動作法、產品召回(回收)、產品與權責分工等項目，亦包括對消保安全運作規範法令、政策及推動機制之沿革與現況，於 2006 年 9 月 16 日至 22 日訪談美國聯邦政府機構，就美國消保安全運作經驗之交流，共計訪談以下 4 個單位，如圖 2-2 至 2-4 所示：

(一) 美國運輸部，U.S. Department of Transportation

1. Recall Management Division, Office of Defects Inspection (ODI), National Highway Traffic Safety Administration (NHTSA);
2. International Policy & Harmonization, ODI, NHTSA;
3. Vehicle Integrity Division ODI, NHTSA;
4. Vehicle Control Division ODI, NHTSA

(二) 美國消費性產品安全委員會，U.S. Consumer Product Safety Commission (CPSC)

(三) 美國農業部，U.S. Department of Agriculture (USDA)

1. Recall Management Division, Office of Field Operations, Food Safety and Inspection Service (FSIS); USDA

2. Market & Trade Economics Division, Economic Research Service (ERS), USDA

(四) 美國食品暨藥物管理局，Center for Food Safety and Applied Nutrition (CFSAN), Food and Drug Administration (FDA), U.S. Department of Health and Human Services

於 8 月初期初報告後即開始與美國相關消費安全相關單位進行聯繫安排行程，並提供本次訪問主要大綱如下：

- (一) The current US consumer safety related regulations and agencies.
- (二) The measures implemented by US government agencies to ensure consumer safety and rights.
- (三) The mechanism/relationships among different government agencies and NGOs.
- (四) The evaluation of social economic impact from implementing the consumer safety regulations.
- (五) The issues of product insurance, such as product liability insurance, recall insurance, and contaminated products insurance.
- (六) The future trends on consumer safety and industry development.

以下則針對本研究實地拜訪美國四個消費安全相關部會以瞭解其回收成效：

(一) Recall Management Division, Office of Defects Inspection (ODI), U.S. Department of Transportation:

依據 ODI 統計資料，2000 年至 2005 年間，美國登記的車輛數為 2 億 3 千萬輛，每一年有大約 4 萬 4 千件的申訴案件。就汽車召回數量達每年 1 千 800 萬輛，其中，受 ODI 影響之召回車輛約有 1 千萬輛，約占總召回數量之 55%，如圖 2-6。

圖 2-7 為 1966 年至 2005 年美國各年車輛召回數量，全美汽車召回案件年平均約為 429 件，其中，受 ODI 影響之案件有 90 件，占總召回案件之 21%。每年受 ODI 影響之每件召回瑕疵汽車數量案約為 11 萬輛/件，因為 ODI 主動調查之召回案件主要係以大型車廠為目標。



圖 2-2 計畫主持人拜訪美國農業部產品召回官員

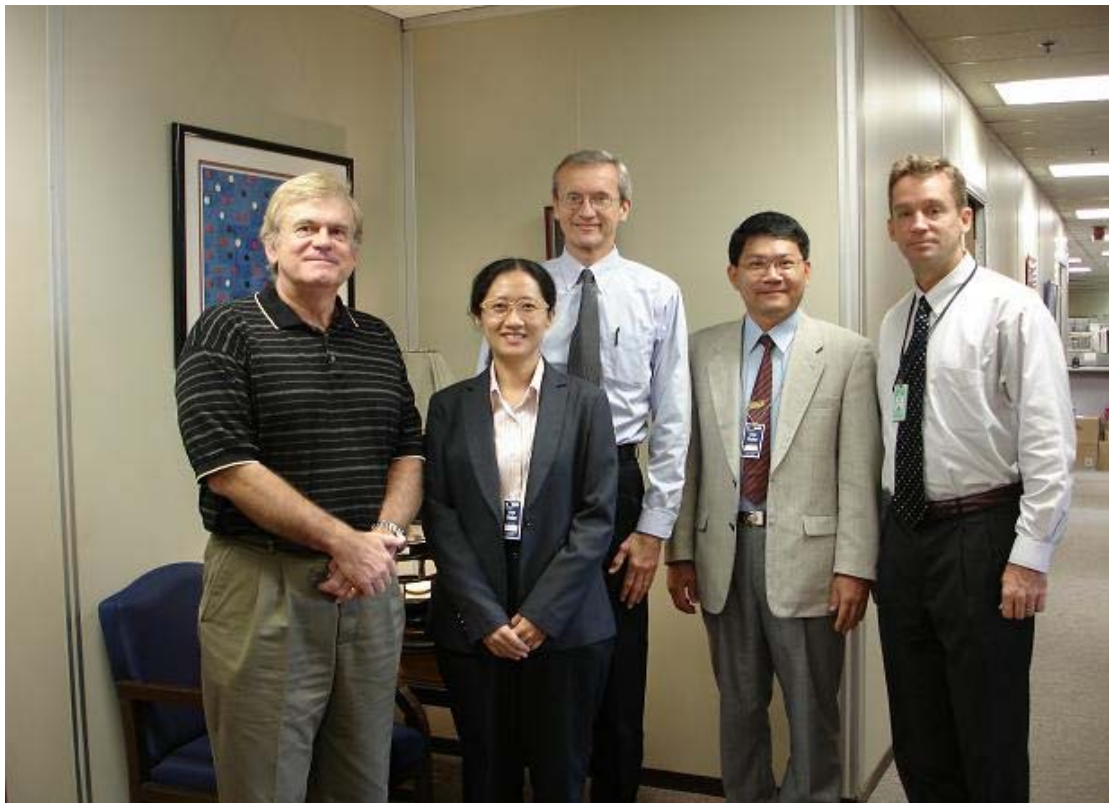


圖 2-3 計畫主持人拜訪美國交通部產品召回官員



圖 2-4 計畫主持人拜訪美國食品暨藥物管理局產品召回官員



圖 2-5 計畫主持人拜訪美國消費性產品安全委員會產品召回官員

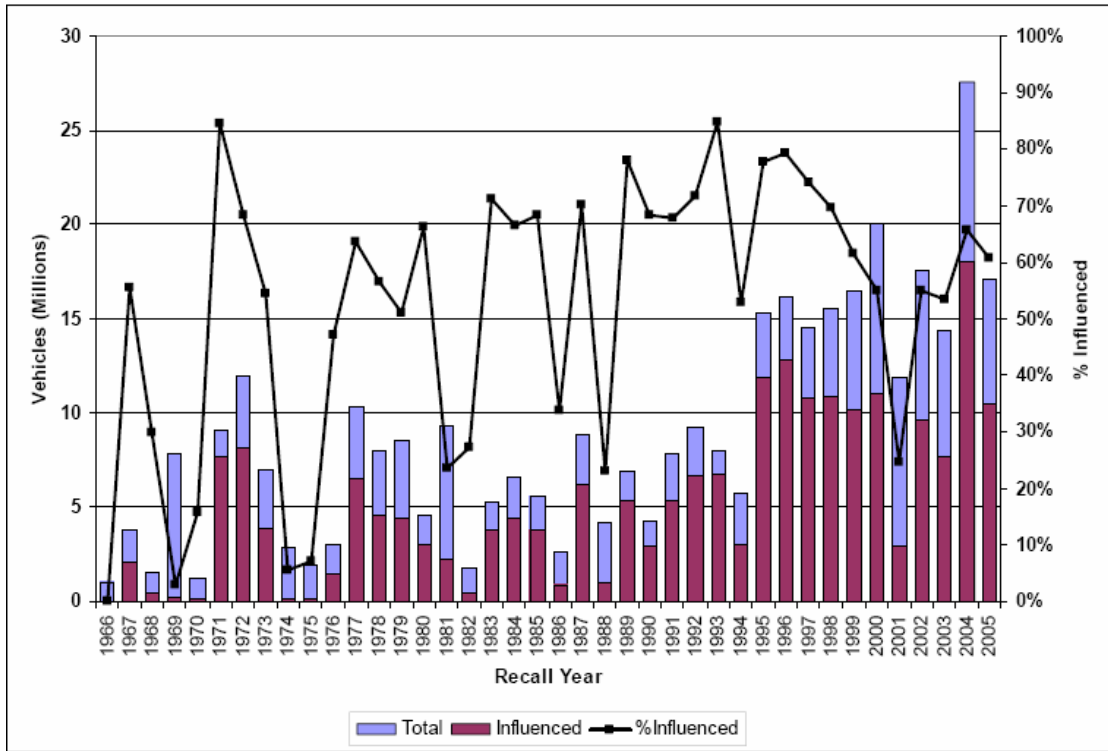


圖 2-6 歷年美國車輛召回數量(1966-2005)

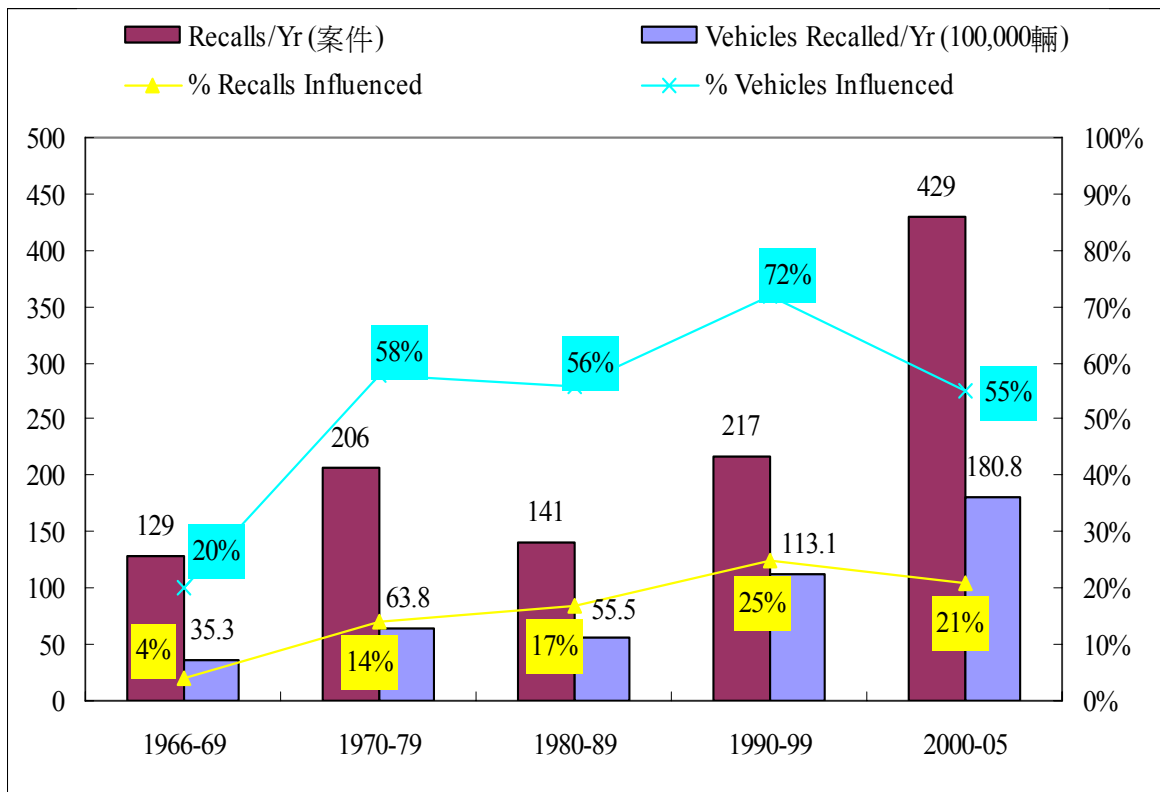


圖 2-7 歷年美國車輛召回案件及數量(1966-2005)

(二) U.S. Consumer Product Safety Commission (CPSC)

有別於 USDA 及 FDA 對食品的特定召回權，CPSC 為政府機構對於玩具、心律調整器及汽車等產品之安全負有責任，且其職權如下：(1)要求企業銷售之商品具潛在危險時需主動通報；(2)命令召回；(3)建立召回規定；及(4)於企業違反規定時加重罰款。舉例而言，依法當企業獲悉其產品有可能造成消費者嚴重傷害或死亡之風險時，需迅速通報消費性產品安全委員會(Consumer Product Safety Commission, CPSC)，違者將面臨每事件最高加重至 165 萬美元的懲罰性罰款。

然，反觀具有產品召回權力之食品及藥物管理局，雖未如 CPSC 有強制處分力，但對於疫苗類之瑕疵生物產品召回之懲罰性罰款，最高則僅可加至每日 10 萬美元。

(三) Office of Field Operations, Food Safety and Inspection Service (FSIS), U.S. Department of Agriculture (USDA)

由 USDA 於 2000 年至 2004 年間各類別風險程度之產品的召回總數量成效可知，如圖 2-8，可看出 2003 年各類別風險程度之產品的召回成效皆低於 10%，然，2004 年各類別風險程度之產品的召回成效皆較 2003 年有大幅提升至 50%以上，其中，第三級產品召回比率甚至高達 118%，此乃因企業在為避免其未盡完全召回產品的責任而被懲處下，在自願性召回時，造成並不需交回之產品亦被當成該交回之產品而過度召回的情形。

(四) Food and Drug Administration (FDA)

由 FDA 於 1997 年至 2005 年公告召回之各類別風險程度產品件數，如圖 2-9。可看出第 1 級產品公告召回之件數自 2002 年起有明顯增加的趨勢，至 2004 年達歷年公告召回件數之高峰，顯現食品暨藥物風險管理之重要性。由以上結果可知，不論是汽車或食品，隨著歷年產品種類的增加，消費安全標準趨於嚴苛，而召回件數亦大幅增加。

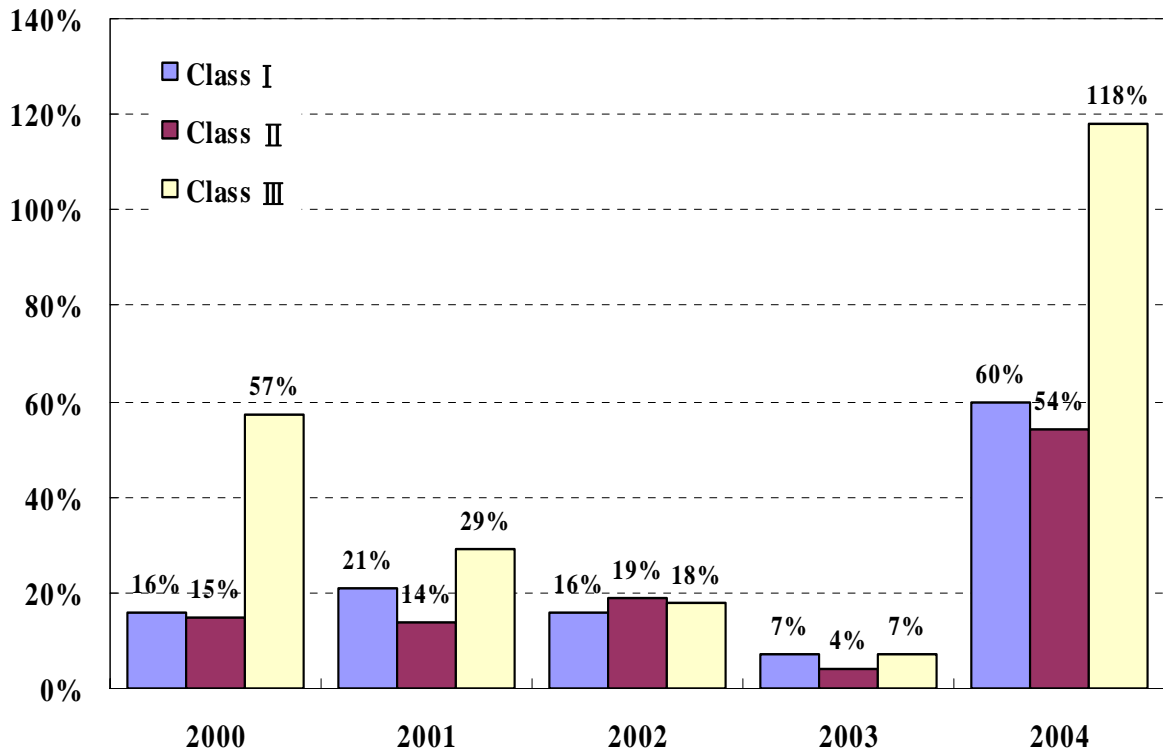


圖 2-8 美國農業部各類別風險程度召回成效比率

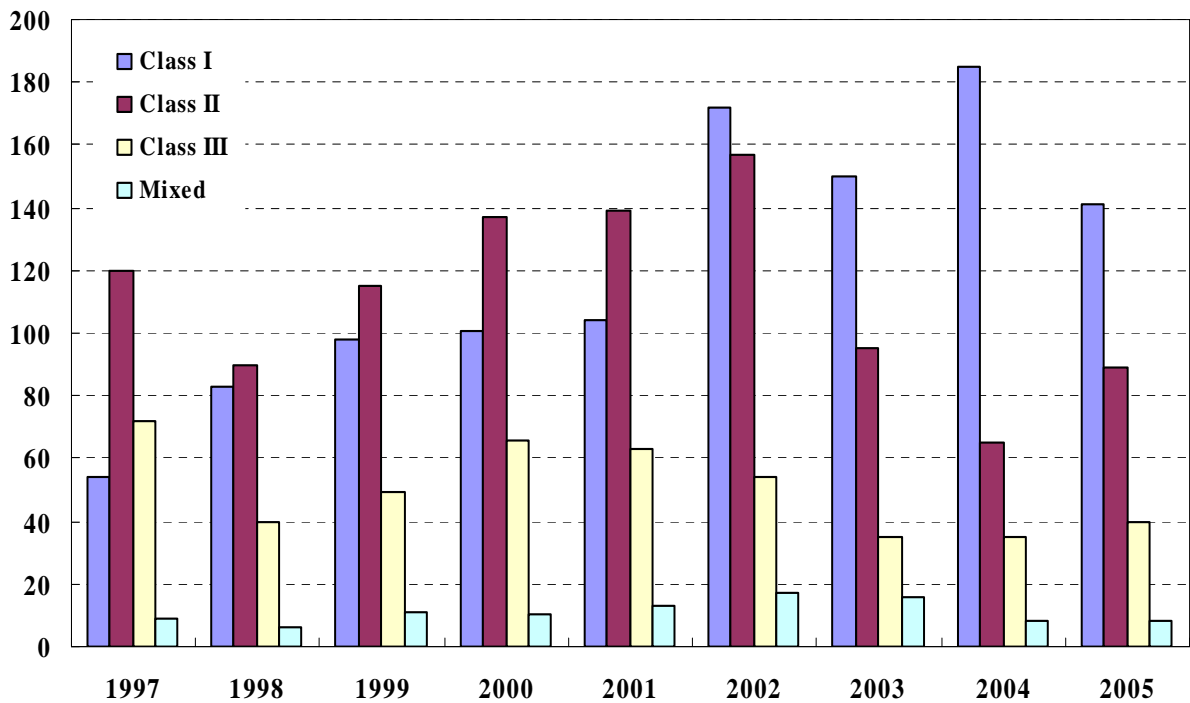


圖 2-9 美國食品暨藥物管理局各類別風險程度公告召回件數

三、美國消費安全效益分析

由美國政府責任署(Government Accountability Office, GAO, 2004)向國會提出之 2003 年對於 USDA 調查監督跨部會間保護消費者安全效率報告中，發現美國農業部與食品暨藥物管理局在食品召回計畫上的缺失，提高了不安全的食品於市面上流通且被消費的風險。因此，如圖 2-8 為 USDA 於 2000 年至 2004 年間各類別風險程度之產品的召回總數量成效，可看出 2003 年各類別風險程度之產品的召回成效皆低於 10%，然，2004 年各類別風險程度之產品的召回成效皆較 2003 年大幅提升至 50%以上，其中第三級產品召回比率甚至高達 118%，主要是因為受 GAO 糾正後改善的成效。

如 2003 年 GAO 調查發現，在分別由 USDA 及 FDA 監管應召回的食品中僅有 38%及 36%由市場中召回。因為 USDA 及 FDA 未能迅速且確實的促成企業、批發商及消費者完成召回程序，因此，GAO 建議應使用其資料系統更快速有效地追蹤及管理其召回計畫，避免應該召回的產品仍存在於市場中而被消費。

GAO (2004)整理各單位間產品召回權責之劃分，如表 2-1，在美國產品召回相關機構中，USDA 及 FDA 對於一般性食品普遍不具強制召回之職權，依此看來，就消費安全管理的效率而言，USDA 及 FDA 似乎不及具強制召回職權之 CSPC 及 NTHSA 有效率。

對於過去召回計畫之缺點，USDA 表明因肉類、家禽及蛋類食品皆有較非食品類較短的保存期，往往當發現問題時已來不及召回，因此需更迅速的通報系統來著手進行改善。為使各聯邦政府機構間之合作關係密切，例如 FSIS 與 FDA 簽訂 MOU 合作備忘錄，共同合作管理與 FDA 所規範之商品有關之召回，才能避免因 USDA 及 FDA 的召回計畫未落實，而造成多數危害健康應被召回之產品無法自市場上召回並可能被消費的風險。

表 2-1 美加政府相關單位的回收權利

主管機關	負責產品	當企業認定有潛在不安全產品是否需要通知主管機關	是否有權力發佈強制回收命令 ^a	是否有權力制定回收要求及同意回收計畫	是否有權力處罰
USDA	肉品、禽畜、蛋類	否	否	否	b
FDA	非 USDA 所規範的產品	否	否	否	b
	嬰兒奶粉	是	是	是	是
	人體生物產品	是	是	是 ^c	是
	醫學設備、輻射排放、電子產品	是	是	是	是 ^d
	人體用藥	是	否	否	是
	動物飼料	否	否	否	b
	動物用藥及摻入藥物的飼料	是	否	否	是
CPSC	消費產品 ^e	是	是	是 ^f	是
NHTSA	機動車輛及其設備、兒童座椅及輪胎	是	是	是 ^g	是
CFIA*	糧食	否	是	是 ^h	是

*加拿大糧食檢驗局(Canadian Food Inspection Agency, CFIA)

- a. 在此所定義的「強制回收命令」包括要求除去、修理、替換或歸還瑕疵或是不安全產品的購買金額。
- b. 不適用，因為不存在回收要求。
- c. FDA對於經許可的生物製品之回收授權是受美國公共健康服務法(法典42章第262節)所規範，但在所實施的規定中並無詳細的描述。
- d. FDA被授權只針對重大或意圖的錯誤做處罰。
- e. CPSC的管轄權不包括香煙、車輛及其相關設備、殺蟲劑、槍支、航空器、船舶、糧食、藥品、醫學設備或化妝品。
- f. 當製造商、零售商或批發商選擇修理、替換或返還瑕疵產品的金額時，CPSC可要求其提交計畫書。
- g. 當製造商選擇修理、替換或返還瑕疵產品的金額時，若製造商之補救措施被認定為不適當時，NHTSA可命令製造商採取特別的行動。
- h. 可實施的加拿大法令是一般的且無實施的規則。此資訊大部分是依據與加拿大官員的討論。

資料來源：GAO analysis of applicable laws and regulations.

上述所有單位幾乎皆認定當消安事件有發生跡象之第一時間，往往不一定能在有限的時間內獲得絕對的証據。因此，應建構如下歐美國家實行之適當機制以達消費安全與產業發展：

- (一) 主動通知廠商，並共同商討如何對社會大眾發佈新聞稿，以避免造成消費大眾恐慌

上述所有單位幾乎皆不以強制性手段處理瑕疵產品及其召回，主要強調當認定消安事件有發生跡象之第一時間，往往不一定能在有限的時間內獲得絕對的証據認定一定是產品瑕疵所造成，基於保護消費安全及給予產業充分溝通的機會，首先一定會主動通知廠商，並共同商討如何對社會大眾發佈新聞稿，以避免消費大眾恐慌。若有需回收之必要，則更需與廠商合作擬定回收計畫，商議對外新聞稿內容及後續正式通知信函等。

- (二) 自願性的召回，一方面可維護商譽，一方面亦可減少因訴訟而需付擔的額外成本

廠商幾乎皆願意配合自願性的召回，一方面可維護商譽，一方面亦可減少因訴訟而需付擔的額外成本。因為一但確認其產品問題歸屬廠商的責任時，消費者獲得勝訴，若廠商被法院依官方信件所述未盡責召回，則將判處其有罪，不但需賠償此消費者，亦負有等同賠償所有消費者之責任，即所有購買該產品的消費者無需各自對該廠商提出訴訟，皆可獲得廠商等同的賠償金額，可見其法律制度之完備。

- (三) 廠商召回的行動需根據相關召回指引進行，如擬定召回計畫書，定期向當地主管機關提出召回進度報告

當廠商決定自願性召回後，政府有關單位會先與廠商確認新聞稿發佈的內容，以維護消費者安全並兼顧產業的發展。並且之後廠商召回的行動需根據相關召回指引進行，如擬定召回計畫書，定期向當地主管機關提出召回進度報告等。

經本研究實地拜訪美國四個消費安全相關部會後，瞭解即使 CSPC 及 NTHSA 為具強制召回職權之單位，實際採取產品召回時，仍皆於事件發生的第一時間與廠商溝通合作，使其能

以自願性召回的方式進行，主要不僅是為了維護廠商商譽，且由廠商自主性的擔負其企業責任，亦為保護消費者較有效率的決策。

就 USDA 及 FDA 特別是對於架上保存期間較短之食品而言，廠商若能主動提供產品配銷通路與政府配合，進行自願性產品召回，能避免政府單位無法掌握配銷通路導致召回不全的風險，加速產品召回之效率，政府單位則可依廠商所提出召回計畫書監管其召回的情形，保障消費安全，大幅降低產品召回之社會成本。

第二節 歐盟消費安全之推動作法及其效益分析

一、歐盟健康和消費者保護總理事會之介紹

歐盟健康和消費者保護總理事會(European Commission's Health and Consumer Protection Directorate General, DG SANCO)主要的工作是幫助歐洲人民建立一個較健康、安全及自信的環境。在過去幾年，歐盟委員會已經訂定了糧食與其他產品安全、消費者權利及人民健康保護的法律。健康和消費者保護總理事會之任務為持續更新這些法律。這是歐盟全國性、區域性甚至是當地的政府實際實施應用的歐盟健康及消費者保護的法律。他們的工作是確認在歐盟各國的貿易商、製造商及糧食生產者能遵守這些規定。此外，DG SANCO 的工作是確認上述工作能確實執行及這些規則在所有歐盟各國皆被合適的實施。

DG SANCO 的工作分成公共健康、糧食安全及消費者事務三個主要的區塊。其中，食品安全是 DG SANCO 所負責事務最多的一個部分(Food safety is our biggest area of activity.)。這三個區塊的業務執掌及人員分配分別說明如下：

(一) 公共健康

負責公共健康事務的大約有 100 個官員，主要是在盧森堡。部分官員負責法律的管理及發展。歐盟也有一個雖然小但卻很重要的公共健康立法單位，其包含的業務包括血液的安全及品質、血液衍生物、人體組織及人類細胞使用在醫學的治療上。

公共健康事務亦包括香煙廣告的限制及管理香煙如何被製造及販賣的法律(例如，歐盟法律要求在香煙的前後包裝上都要有清晰可見黑白字體的健康警告標示)。

雖然歐盟公共健康政策的主要目標是幫助歐洲各國共同推動在健康上的專家鑑定、確認及分享最好的實行及幫忙協調歐盟廣泛對健康威脅的反應，如流行性疾病的爆發。但促進歐洲各國健康系統的合作亦逐漸成為其重要的範圍。

(二) 食品安全

負責食品安全的大約有 250 個官員，主要是在布魯塞爾，他們負責持續更新歐盟在糧食安全上的法律，且有大約 100 個官員在愛爾蘭的 Grange 負責驗證歐盟各國及出口糧食至歐盟的國家是否遵守規定。且在布魯塞爾的其他官員負責與國際組織及歐盟的貿易夥伴在食品及農業議題上的聯繫，他們也負責執行歐盟的食品安全快速警示系統。

經驗顯示整個與安全性有關的食物鏈被認為是很重要的。歐盟關於農夫如何生產食物(包括種植時使用何種化學藥品及以什麼來餵食動物)，食物如何加工生產，如何販賣及在標示上需提供何種資訊等等，在法律上皆有規定。歐盟亦有法律規範食品進口的安全、預防動植物疾病的擴散及人道的對待所飼養的動物。

(三) 消費者事務

負責消費者事務的大約有 70 個官員，主要是在布魯塞爾，負責管理歐盟消費安全這類議題的法律，且他們和全國各地政府一同合作以確保這些規則能確實被實施。這些官員和歐盟各地的消費者組織非常緊密，他們管理援助計畫去幫助這些消費者團體的意見能傳到布魯塞爾，並且他們也資助歐盟層級之民間消保組織在消費者議題上的計畫和研究。

消費者保護是有關於確認所有在歐盟販賣的消費者產品(不只是食品)是安全的，確認消費者權利是適當被保護的，且消費者可獲得他們所需的資訊並依其資訊做選擇而不被誤

導。此消費者保護的應用不論消費者是否在當地的超級市場、在歐盟各地旅行或是在另一個歐盟會員國的網站上購物皆有其效力。

二、歐盟消費安全之推動作法

歐盟在對產品的安全有很嚴密的把關，因此歐盟人民不用擔心其在本國購買的產品或從國外進口的產品會有安全上的考量。歐盟在確保產品安全上施行以下的措施：

- (一) 對於產品的安全有一般的規則以要求生產者及批發商負責銷售安全的商品，但對某些特定的商品，如玩具、電子設備(低電壓的設備)、化妝品及藥品則有特定的法律規範。但光有法律規範是不夠的，這些法律規範必需被強制執行，這是每一個歐盟會員國的責任。因此，每個會員國必需指定一個主管機關來負責市場的監督，他們必需確定每一個產品都符合安全要求，若產品不符合安全要求，則主管機關有權要求執行改正行動，若是必要，亦能執行處罰。
- (二) 歐盟標準的發展亦是保護其人民健康及安全的一種方式，歐盟標準是一種自願性的協議，其定義了商品與服務的標準。
- (三) 確保消費者政策對於區域內產品及服務的有效性，相關資訊的蒐集也是很重要的，以便認定引發問題的產品種類，此資訊蒐集包括從醫療部門對於危險產品所引發傷害的就診記錄。
- (四) 化學藥品是每天生活的一部分，他們帶來了對人體健康的改善及生活的品質，但相對的也造成對人體健康及環境的危害。為了減少這類的危險，對這類產品造成人體負面影響的資訊蒐集是很重要的，因此歐盟委員會提出一個計畫發展了一套有關於化學藥品所引發風險的歐盟資訊系統。

若某一產品在歐洲市場造成消費者一連串的健康及安全上的危險，可採取下列三種行動以排除風險：

- (一) 在會員國的層級-透過 RAPEX 系統

RAPEX 是一個對於危險的非糧食產品的快速警示系統，此系統確保會員國中有關危險產品資訊的認定並使其資訊能

在會員國及歐盟委員會間快速的流通。RAPEX 的運作方式如下：

當一個產品(如玩具、兒童保育相關商品或是家庭用品)被發現具有危險，授權之國家單位需採取適當的行動以排除風險，如從市場及消費者手中召回產品，或發佈警告通知。發現國之國家聯絡點(National Contact Point)之後將其產品的問題、對消費者的風險及有關當局為預防風險及事故所做的措施通知歐盟委員會。歐盟委員會之後亦將此資訊通知其他會員國，亦在網路上針對有危險的產品及對其所做的措施發行每週概要以期能排除風險。另外，歐盟各國國家聯絡點需確保有關當局查驗最新通知之危險性商品是否仍在市場上販賣，若是如此，則有關當局需採取手段以除去此風險，無論是要求產品需從市場或消費者手中召回，或發佈警告通知。

(二) 企業層級的行動

生產者及批發商必需通知授權的國家單位當他們知道(或應該知道)他們所放在市場上的產品是危險的，這意指生產者或批發商在一開始有責任預防他們所放在市場上的危險產品所造成的任何風險。

(三) 委員會層級的行動

當發生下述情況，委員會或許會採取正式的決議要求會員國禁止不安全產品的銷售，並從消費者及市場上召回該產品。

1. 會員國間對於該危險產品所造成的風險處理方式不同時，
2. 由於產品所造成風險的急迫性及沒有其他委員會之法律能處理這樣的風險，
3. 其決議是最有效的方式能除去風險時。

這種方式的決議最多在一年內有效。到目前為止，在這個委員會層級的行動中只有兩個決議：

其一：關於鄰苯二甲酸(Phthalates, 一種物質被使用在塑膠製品當軟化劑)的決議

在 1999 年，一些會員國表達關切關於鄰苯二甲酸會對兒童健康造成潛在並有害的影響，這導致一個短暫的禁止六項含有鄰苯二甲酸的玩具及兒童保育商品銷售的決議。由於是暫時的狀況，此決議必需被定期的更新，在此期間，會員國亦實施國家措施禁止鄰苯二甲酸使用在玩具上。之後由於一連串的风险評估確認有安全上的考量，很明顯的需要一個永久的禁令，因此，在 2005 年 7 月，一個永久性的指令禁止在玩具上使用鄰苯二甲酸。

其二：打火機的決議

在 2006 年 5 月 11 日，歐盟委員會採取了一個決議要求各會員國保證在 2007 年 5 月 11 日後在歐盟市場上銷售的香煙打火機必需是能防止小孩使用的，同時，此決議亦禁止打火機仿照其他東西的形狀製造，特別是能吸引小朋友注意的仿照，但奢華及半奢華的打火機不在此決議的範圍內，但是仍必需遵守一般性的安全要求。

三、歐盟快速警告系統的介紹

歐盟關於糧食的快速警示系統是Rapid Alert System for Food and Feed (RASFF)，而非食品類的快速警示系統為Rapid Alert System for non-food consumer products (RAPEX)，分別介紹如下：

(一) 糧食快速警示系統 (RASFF)

歐盟糧食快速警示系統自1979年就開始運作，不過當時只是一般糧食法(General Food Law)的刊物，之後RASFF則是往前跨了一大步，從2002年至今每年都對有健康危害的糧食及飼料有詳細的報導。2003年5月以後，委員會在SANCO網站(http://ec.europa.eu/comm/food/food/rapidalert/index_en.htm)發佈關於通報資訊的週報。近年來RASFF的發展也加入了飼料部門，且從2004年5月迄今亦加入了10個國家。RASFF主要是歐盟各會員國間對於已被認定對人類健康會有損害的產品及對這些產品採取召回、扣留、退回等相關行動的一個資訊交流的工具。

RASFF的法律依據是Regulation (EC) N^o 178/2002，根據此規則第50條成立此糧食與飼料快速警示系統。當在此網路架構下的一個會員國有任何有關會對人體健康造成直接或間接風險的產品資訊時，需立即藉由RASFF通報委員會，委員會立即將此資訊傳給在此網路架構的其他會員國。為了幫助在此網路架構下的會員國，通報資訊分為三個種類：

1. 警示通報 (Alert Notifications)

警示通報的傳送是當在市場上的糧食或飼料呈現有危險的狀態，且需採取立即的行動。警示的發送是由察覺到有問題的國家且初步已採取合適的行動來執行，合適的行動包括收回/召回。此通知的目的是讓所有的會員國確認相關的產品是否在他的國家內，以便使他們能採取必要的措施。受警告通知的產品必需是已經被召回或正在召回，各會員國應該有其機制以實行這些行動，若必要可透過媒體提供詳細的資訊。

2. 資訊通報 (Information Notifications)

資訊通報關心已被認定具有危險的糧食或飼料，但在此網路架構內的其他國家不必採取立即的行動，因為他們國內並無該項產品。這類通報主要是關於歐盟境外糧食及飼料的檢驗及退回資訊。這類資訊通報的產品並無在其市場內銷售或已經採取所有必要的因應措施。

上述兩種通報的後續通報由網路架構內的各會員國發送，提供詳細的銷售量(distribution)、產品的來源、額外的分析結果、托運物相關文件或相關因應措施等。這些後續的通報被稱做額外資訊通報(Additional Information Notifications)。

3. 新聞通報 (News Notifications)

任何有關於糧食與飼料安全的資訊，會員國未將其視為警示或資訊通報而傳遞，但研判可能會引起各會員國有關單位的興趣，被分類為新聞通報。

圖2-10為1999年至2005年RASFF系統所接收通報的件數，有逐年遽增的趨勢，從1999年的698件增加至2005年的6,897件，增加近10倍。2005年總原始通報案件為3,158件，其

中警示通報有956件，而資訊通報有2,202件，額外資訊通報有3,739件，亦即每1件原始通報就有1.2件後續通報。

警示通報的產品種類以漁產品、甲殼類動物及軟體類動物(196件)最多，其次為肉類製品及家禽類產品(171件)。資訊通報的產品以堅果及其製品(800件)最多，其次為漁產品、甲殼類動物及軟體類動物(363件)。警示通報所認定風險最多的為會引起疾病的微生物(264件)，其次為合成物(185件)。資訊通報所認定風險最多的為黴菌毒素(906件)，其次為會引起疾病的微生物(320件)。

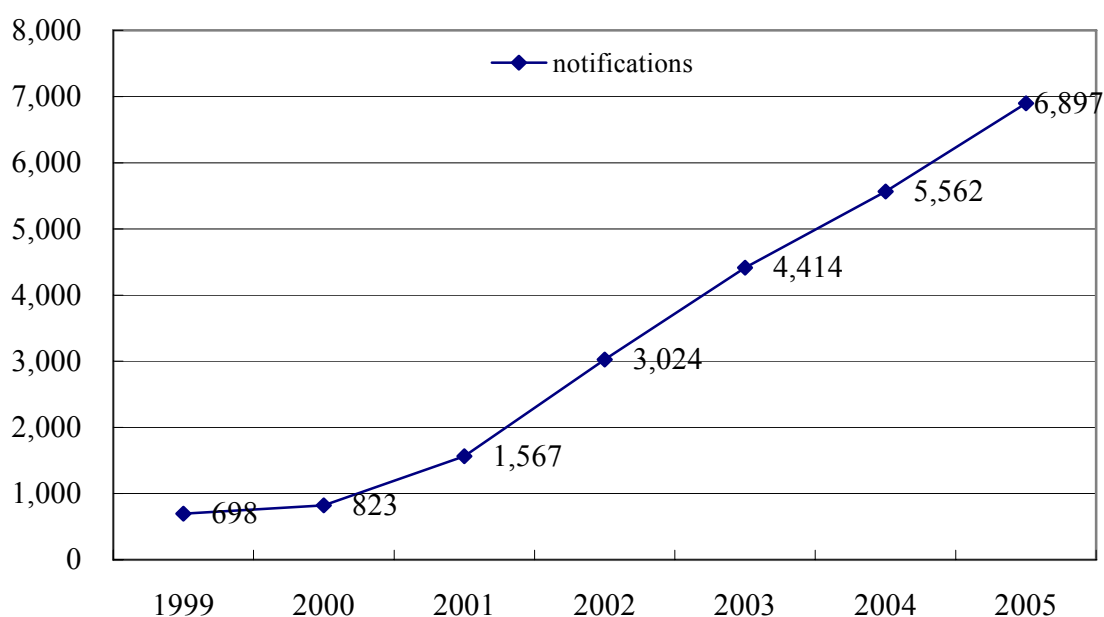


圖 2-10 歐盟 RASFF Notifications (1999-2005)

(二) 非食品類的快速警示系統(RAPEX)

RAPEX的法律依據是一般產品安全指令(General Product Safety Directive, GPSD)。此系統的目標是確保歐盟各國及委員會間的資訊能快速交換以預防及限制會對消費者健康及安全引發重大危害之產品的銷售及使用。2002年至2005年經由此系統接獲通報的案件如圖2-11所示，由於GPSD修訂在2004年1月生效，因此2005年的通報案幾乎呈現倍增的現象。2005年有701件是根據GPSD第12條「由主管單位通報或生產者及批發商對有嚴重風險的產品進行自願性的通報」，有125件因有各種的理

由而不符合GPSD第12條，因此只將資訊傳播至各國的聯絡點，21件是依照GPSD第11條「因產品已造成些許的風險而由主管單位通報」。在2005年依據GPSD第12條通報的國家以匈牙利(122件)和德國(106件)最多；通報產品種類以電子用品(238件)及玩具(171件)最多；風險造成原因以觸電(249件)及傷害風險(227件)最多；產品來源國以中國大陸(346件)最多。

雖然目前RAPEX系統快速發展，所有會員國皆積極參與，且在2005年通報案件較以過幾年有大幅增加，然而，在會員國間通報分配及反應卻極不平均。某些會員國急切需要增加他們的參與率，歐盟委員會亦會和有關的會員國討論這個議題以認定及解決問題。

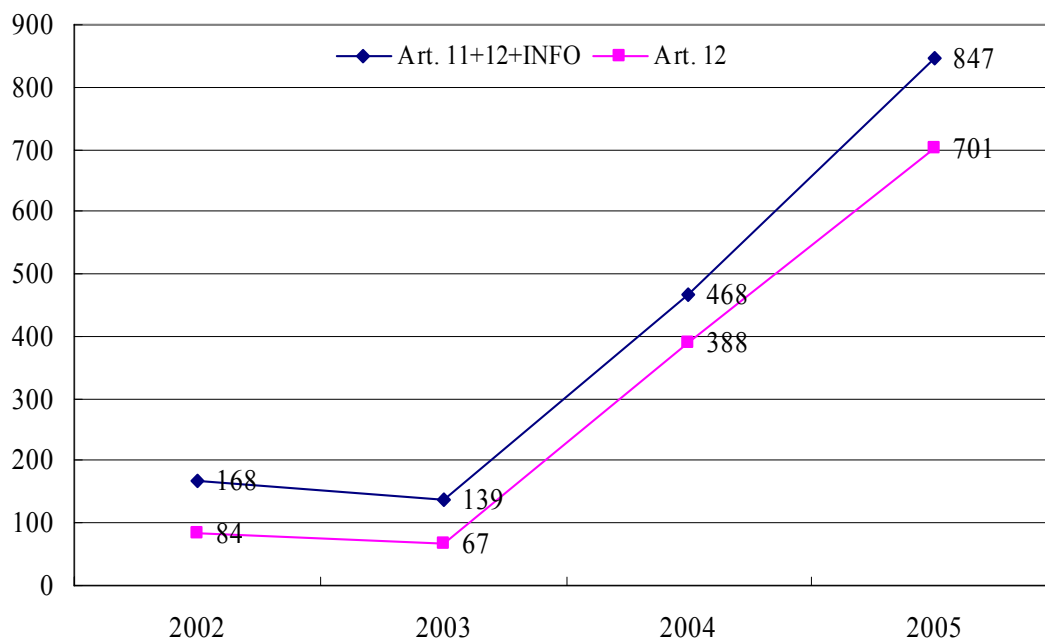


圖 2-11 歐盟 RAPEX Notifications (2002-2005)

在以過幾年，高比例通報的危險產品主要來自非歐盟會員國，特別是來自中國大陸，這個趨勢一直在增加，因此，除了加強與這些國家的有關單位合作外，與市場監督單位及海關有關單位有好的合作關係以預防危險產品進入歐盟市場也是很重要的。

隨著大量通報案件的增加，通報的時效性及品質亦對RAPEX系統的效力有很大的影響，通常資訊提供的時效性常是伴隨著品質，當資訊重要的元素消失時，特別是這些資訊被

認為是攸關危險產品的認定時，即不適當將這些通報訊息傳遞至其他會員國。若沒有市場監督員對危險產品的認定，將不會知道何種產品是需要被關切的，也將無法確認之後是否需通報。

四、歐盟環保回收指令之說明及其對各國的影響

電子電機產品是一項快速興起的產業，然而由於技術的創新和市場的擴張，加速了產品汰換的時間。在新的產品快速的汰換原有的產品的情況下，造成大量的廢電子電機產品(Waste Electrical and Electronic eEquipment, WEEE)流入廢棄物處理市場，由於目前多數的WEEE都未經前處理即行焚燒(incineration)或掩埋(land filling)，對環境造成重大之危害。

多數之WEEE含有危害性物質，如果不做前處理即行掩埋或焚燒(歐盟目前有90%的WEEE以此方式處理)，會造成嚴重的環境問題。此外，生產電子電機產品的生態負荷(ecological baggage)遠超出生產其他產品，因此，就原物料節約和能源節約的觀點而言，加強WEEE的回收與再生是一項重要的保育資源措施。

為了應付日漸增加的廢電子電機廢棄物，減輕掩埋場及焚化爐的負擔，防止廢電子電機廢棄物中所含之有害物質進入環境，歐盟於2003年1月27日通過「廢電子電機設備指令」(Directive on the Waste Electronics and Electrical Equipment, WEEE)，EC-Treaty中的Article 175，要求製造商必須負起收集、回收並妥善處置廢電子電機產品，共有19條條文及4個附件，簡要說明如下：

- (一) 目的：減少WEEE產生，提倡WEEE回收再利用，改善EEE生命週期之環境績效。
- (二) 適用對象：大型及小型家用電器、資訊及通訊設備、消費性電器、照明設備、電動工具、玩具及運動娛樂用品、醫療設備儀器、監測及控制設備、自動販賣機等10大項。
- (三) 產品設計：會員國應鼓勵EEE在設計階段，即考量未來蒐集拆解、回收再利用之便利。
- (四) 分類收集：會員國應儘可能排除未分類之WEEE被當成垃圾處理，並從2005年8月13日完成WEEE收集體系建立。

1. 最終 EEE 所有人或經銷商，可以免費交回 WEEE。
 2. 銷售新的 EEE 時，需免費收回同一數量的類似 WEEE。
 3. 製造商可自行設立 WEEE 收集體系。
 4. 若 WEEE 已遭污染，可能危及人員安全，可以拒絕收集。
- (五) 處理標準：製造商在進行WEEE處理時，必須採用最佳回收處理技術，同時要符合指令附件2及附件3之規定。處理設施之成立，必須獲得主管機關許可，最好能符合「環境管理稽核系統」(EMAS)規範。WEEE處理可在國外、甚至歐盟以外國家進行，但是其運送及監督必須符合歐盟法規，同時必須證明境外處理符合指令目標，且處理過程符合歐盟法規要求。
- (六) 回收目標：製造商必須設立分類回收系統，在2006年12月31日前，達到大型家店及販賣機80%回收，小型家電、照明設備、電動工具、玩具及運動娛樂用品、監測及控制設備達到70%，資訊及通訊設備、消費性電器75%。特定產品之零件、原物料再利用，如放電燈具需達到80%，也需在2006年12月31日前達到。歐盟執委會在2004年8月13日前，必須完成回收率計算規範。2008年12月31日前，歐洲議會及理事會必須訂定新的回收目標。
- (七) 財務機制：製造商在2006年8月13日前，必須提供經費，以進行其製造之WEEE之收集、處理及回收。經費提供方式可以為財務機制、回收保險或是銀行特別帳戶。在2006年8月13日前出廠之EEE，由市場上現有之製造商，依其市場佔有率等原則分配其負擔之金額。(本條文後來在2003年9月修訂，規定舊產品之回收費用，由取代舊產品之新產品製造商負擔，若沒有新產品取代舊產品，則使用者必須負擔舊產品回收費用。)
- (八) 資訊公開：EEE之私人使用者，必須能獲得必要訊息，不會將WEEE混入未分類垃圾丟棄，能使消費者瞭解其回收WEEE之責任，及WEEE對環境及健康之影響，而且包裝上必須有「不可丟入垃圾桶」之圖示。
- (九) 通報及罰則：會員國必須建立製造商之註冊系統，並隨時紀錄國內市場及回收體系之EEE數量。每3年會員國必須向執委會

提出指令實施報告，第一次報告期間為2004年到2006年，執委會在收到報告後9個月，必須對相同議題提出報告。違反本指令之罰責，由會員國在其國內法中自行訂定。

(十) 法規轉換：會員國必須在2004年8月13日前，將本指令轉換為其國內法。

(十一) 實施日期及對象：本指令自公告日起生效，適用對象為歐盟會員國。

以上廢電子電機廢棄物包括電冰箱、電視、吹風機、烤麵包機、洗衣機等家庭用電器，還有像電腦設備、醫療儀器、冷凍冷藏設備、監測及控制設備等商用電子設備。由於其種類繁多，再加上科技不斷進步，新的設備不斷推陳出新，因此其數量成長速度，可說是歐盟廢棄物種類中最快的一類，據歐盟之估計，在1998年有6百萬噸的WEEE產出(約佔都市廢棄物之4%)。而其生產量每年以3~5%的速率成長，12年後WEEE的產生量將會加倍，目前WEEE的成長量約為都市廢棄物量的3倍以上。廢電子電機廢棄物約佔歐盟都市垃圾的4%，在廢電子電機設備中有一半的成分是鋼鐵，其次是塑膠佔了21%，非鐵金屬占13%，玻璃則有5%。

根據統計，歐盟有90%的WEEE採取掩埋、焚化、或未經任何處理前之回收，因此在垃圾中多數的有害物質，都是來自於WEEE。WEEE的焚化處理，每年排放36噸汞及16噸的鎘等重金屬，而WEEE所含的溴化物阻燃劑，在600°C到800°C的低溫燃燒下，透過銅作為催化劑，會產生毒性極強的戴奧辛(PCDDs)及呔喃(PCDFs)，對環境危害極大。

因此，歐盟對於「危害物質限用指令」(The Restriction of Hazardous Substances in Electrical and Electronic Equipment, RoHS)主要管制的近期目標，乃是在2006年7月1日以後限制6種化學物質(4項重金屬：汞、鉛、鎘和六價鉻；兩項含溴防火耐燃劑：PBB, PBDE)的使用。以下分別就各國實施概況分述如下：

(一) 歐盟 WEEE 指令實施概況：

1. 德國

德國電子電機業公會團體 ZVEI 與 Bitkom，對政府為因應

WEEE 指令與 RoHS 指令，所提出的措施表示支持，在公會聯合聲明中指出，該措施要求地方政府負擔廢電子產品收集的成本，製造商則需負擔每年 110 萬噸廢電子產品回收費用，預估約 3.5 到 5 億歐元。

德國百靈、Electrolux、惠普與新力等國際電器大廠，聯合籌組歐洲回收平台(ERP)進行 WEEE 回收，以因應 WEEE 指令要求，四大廠認為回收不僅可為其省下可觀的經費、同時亦可為消費者帶來好處。在研究階段時，業者將籌組專家團與其他歐洲回收業者進行接洽、並進行市調與回收計畫目標訂定，並表示，整合回收量與委託回收服務，使業者意識到可節省回收費用的契機，所節省下來的費用將轉做為產品改良與易於回收設計之用。

2. 英國

英國貿工部(DTI)警告業者，必須考量 WEEE 指令相關責任問題，在該指令中規範電子設備的回收目標，以資訊與通訊產品而言，2008 年的回收率需達 65%，回收加上回復率需達 75%，如依據回收業公會統計，英國每年 WEEE 產出達 100 萬噸，其中 39%為 IT 類廢棄物。因此，根據 WEEE 指令規定，製造商只需負責回收新產品所汰換之舊品，而未購買新產品之企業則需自行負擔廢電子電機產品之處置成本。

政府所屬之改善法規小組表示，由於低估執行 WEEE 指令與廢車指令之困難度，將造成比去年實施廢冰箱回收更大了廢棄物危機。例如許多地方環保機關，並不瞭解 WEEE 指令之設施規範為何，而且英國也缺乏訂定 WEEE 處理標準之能力。因此政府應開始加強相關溝通與宣導工作，並提供歐盟其他國家之相關執法訊息。

環境部結合家電零售業者、資源回收業者及地方環保機關，在南英格蘭地區試行一項舊冰箱免費回收計畫，當民眾向指定之家電零售業者購買新的冰箱時，地方環保機關將代為支付回收舊冰箱之費用，而所收回之舊冰箱將交由資源回收業者，由業者雇用並訓練弱勢民眾進行維修，並將維修後之冰箱售予低收入戶。由於歐盟要求廢冰箱回收拆解前必須先清除

ODS，因此目前零售業者多要求消費者支付約 15 英鎊之舊冰箱回收費。

3. 挪威

挪威污染控制局官員表示，政府將修改廢電子電機產品管理法，加重進口商與製造商的責任，並加強現行的通報要求，而修正案中擴大業者所成立非營利團體在廢棄產品收集與回收責任，業者則必須分類通報數量。挪威製造業聯合會表示，挪威率先執行廢電子電機產品收集與回收，目前約有 6 成的收集率。

4. 希臘

環境部長簽署 3 份廢棄物管理法，將要求回收廢輪胎、營建廢棄物與電子廢棄物；在新法下，上述廢棄物不得掩埋，必須經由製造商與進口商規劃管理之計畫進行回收，且新法亦與歐盟的廢棄物指令相容。在廢輪胎回收方面，新法令規定 2006 年 10 月的強制目標為 65% 的回復(recovery)與 10% 的回收。在電子廢棄物回收方面，新法令規定 2006 年 12 月前必須達到每一家戶 4 公斤的收集量。

(二) 世界各國因應 WEEE 指令之處理概況：

1. 加拿大

加拿大聯邦並無強制性 WEEE 規定，但安大略省擬成立一機構，負責收集包括廢電腦、手機及其他電子產品，並送交相關業者進行回收，而回收費用則附加於產品售價上。

而曼尼托巴省政府考慮對電視與電腦等家用電器開徵環境稅，其將類似目前已實施的 2.8 美元輪胎費，而省府官員表示，開徵環境稅將有助於回收工作。

消費性電子產品及資訊產品業者，共同組成加拿大電子產品管理會(EPSC)以解決電子廢棄物問題。目前 EPSC 已開始與政府、消費者與其他團體進行諮商，以設計出較安全的再利用與回收計畫，針對的廢棄物包括個人電腦、手提電腦、印表機、電視等，EPSC 預定 2004 年將可提出第一個管理計畫。

2. 美國

環保署推動自願性廢電子產品回收計畫，名為 Plug-In To eCycling 的活動，是希望建立政府與業者之夥伴關係，共同減少廢電視等電子產品之掩埋數量，安全的處理廢電子產品中之有毒物質，回收並在利用有價值之物質。

加州州長 2003 年 9 月簽署廢電器回收法(SB 20)，環保團體 (EPR)表示，該法案並未要求製造商責任，僅為政府管理與開徵稅收的傳統回收計畫而已，不過 SB 20 與歐盟在停用有害物質要求方面是一致的。EPR 依據歐盟與日本執行廢電器回收的成功經驗，擬定一份擴大性製造商責任計畫要件查核表，對 SB 20 進行查核結果顯示皆屬不合格，不合格原因包括未要求製造商在回收計畫方面負起財務責任、多數的電子產品未被納入管制、未有效管制廢電器輸出、缺乏綠色設計誘因、在清理的財務需求方面過度依賴消費者的貢獻等。

3. 日本

日本環境省和經濟產業省統計，2002 年度家電回收法所指定的四種大型廢家電回收數量，相較於 2001 年度增加了一千萬台以上，成長比例達 19%，這四種大型家電包括電視、冰箱、冷氣機和洗衣機等。對此成績，兩省官員都認為，四種廢家電之回收已在民眾生活中落實定型。

為因應 2003 年 10 月起實施之資源有效利用促進法規定，製造商需負責回收廢電腦。日本的 21 家電腦製造商決定，和甫開放民營的郵政公社合作展開廢電腦回收工作，10 月開始郵局職員將會前往用戶家中回收，並將廢電腦送往回收站，費用則由用戶負擔，計 1,000 到 3,000 日圓間不等。由於郵局據點深入城鄉達二萬處以上，不但回收成本降低，且此措施將可大幅改善目前回收站少的缺點。參加的電腦製造商包括 NEC、富士通、東芝、SONY 等國內業者，以及蘋果、戴爾等國外業者，占日本家用電腦市場 95%以上。

4. 臺灣

歐盟 WEEE 指令預計將對臺灣資訊工業造成全面衝擊，包括資訊、通訊、消費電子和半導體等出口產業都需妥為因應，日前經濟部已成立「綠色設計聯盟」，整合業者、工研院環安中心、電檢所等法人資源，開發符合 WEEE 的新技術、製程和材料，因為若不趕快開發相關技術，在 2005 年 WEEE 規定實施後，廠商可能會面臨產品不符歐盟法規無法出口，或必須支付大量權利金，向國外購買技術的困境。

歐盟針對歐盟各國 10 大類別電機電子產品的環境衝擊予以管制。歐盟各國依照這兩項指令所制定的國內法規與制度，亦在 2005 年內陸續實施，對臺灣每年輸往歐洲的電機電子產品產生衝擊。

經濟部從 2003 年開始，就針對歐盟電機電子環保指令所可能引發對國內產業界的衝擊，進行相關的資訊擴展和技術輔導工作。2005 年 2 月底對我國銷歐電子電機業者的調查顯示：已有約 63% 廠商進行 WEEE 的因應，37% 的廠商尚未開始因應；有 87% 的廠商進行 RoHS 的因應，有 13% 的廠商尚未開始因應。雖然仍有部分廠商需要迎頭趕上，但經濟部這兩年來的輔導與推廣已有一定的成效，未來仍需持續對企業進行相關輔導與協助。

針對歐盟環保指令的衝擊，經濟部擬訂了「我國產業因應歐盟環保指令行動方案」，以在 2006 年 6 月底前輔導輸歐產值 80% 廠商符合 RoHS 指令要求為目標，採取以下 8 個因應策略來協助產業界開創新的「綠色電子」契機：

- (1) 成立對策小組設置產業服務團
- (2) 訂定我國電機電子產品環保規範
- (3) 歐盟市場進入障礙之克服
- (4) 綠色供應鏈核心技術之研發
- (5) 綠色供應鏈體系之建置
- (6) 認驗/驗證體系之建立

(7) 標準檢驗技術之發展

(8) 宣導與推廣

根據臺灣區電機電子同業工業公會統計，2004年臺灣電機電子相關產業總產值為1,697.69億美元，約占臺灣工業總產值49.19%；出口金額達866.24億美元，約占臺灣總出口值49.8%，且臺灣資訊產業海內外產值達696.64億美元，是世界電子資訊大廠的夥伴，也是電子資訊產業的整合供應者。

因歐盟「廢電機電子設備指令」(WEEE)於2005年8月開始實施，「限用危害物質指令」(RoHS)也在2006年7月生效，嚴重影響我國輸往歐洲的電機電子產品，估計將有近3.5萬家廠商、高達新台幣2,446億元的產值將受衝擊。(電工資訊月刊(2005.9))

歐盟環保指令雖對我國出口電子產業造成莫大的影響，然而對於歐盟消費者而言，其影響為產業將因實施這些指令而提高的成本轉嫁給消費者，但相對的，歐盟消費者將負擔環保責任，因著這樣的綠色環保革命，使其將來的居住環境更健康。我國電子產業雖以出口為導向，因應國際市場要求之標準而經濟部自2003年擬訂積極輔導方案，但國內環保單位對國內市場消費安全之標準尚未與國際標準同步，可能使得較無國際競爭力之電子產業廠商以國內市場為導向，長期而言不利於國人環保安全及全面促進產業發展之推力。

第三節 歐美民間消費者保護組織的運作規範及其影響

一、美國民間消費者保護組織

美國政府對於民間消保組織之運作並無規範作法，主要是官方單位僅採用其本身實驗室依標準的檢驗流程所檢驗認定的結果，並不直接採用民間消保團體之報告，亦不為其報告結果背書。因為其雖認定民間團體之消保報導可提供資訊來源，接受其為消費者之代表，但若此民間團體與廠商產生糾紛，則兩造應自尋法律訴訟程序解決。

以下列舉二個具影響力之美國民間消費者保護組織如下：

(一) 公共利益科學中心(Center for Science in the Public Interest, CSPI)

自從 1971 年以來，公共利益科學中心一直致力於產品的營養及健康、糧食安全、含酒精飲料的政策及完備的科學制度。其得獎的時事通訊刊物”Nutrition Action Healthletter“，是全北美流通量最大的一份健康資訊刊物，對於糧食的營養及健康提供可靠的資訊。因為 CSPI 在營養、糧食安全及其他議題上具領導的地位，因此促進：

1. 新聯邦法律的制定以設立食品標示的標準及在所有包裝的食品上需提供完整及清楚的營養資訊。
2. 由於 CSPI 廣泛的發表對餐廳餐點的營養成分研究使得數百萬的美國人改變他們對一般餐廳食物的選擇。上千家的餐廳也在他們的菜單上增加較健康食物的選擇。
3. 大多數的快餐連鎖店停止提供油炸肥牛肉及引入較健康的食品。
4. 停止由 McDonald's, Kraft, and Campbell Soup 等公司針對不實廣告做評分。(http://www.cspinet.org/about/index.html)

(二) 美國消費者聯盟(Consumers Union)

消費者聯盟，消費者報導的發行者，是只對消費者提供服務的一個獨立、非營利檢驗及資訊組織。從廣泛的來源對產品及服務、個人財務、健康與營養及其他消費者所關心的事項提供公正的報告。從 1936 年起，此聯盟的任務是檢測產品、提供資訊及保護消費者。其收入來源主要是從消費者報導的銷售及其他的服務，非商業捐獻、補助金及服務費。消費者聯盟是由 18 人所組成的董事會所管理，董事委員是由所有消費者聯盟成員共同選舉且一年開三次會議。消費者聯盟的董事長監督超過 450 位成員。(http://www.consumersunion.org/aboutcu/about.html)

因此，消費者聯盟的主要任務是營造一個公平、公正、安全的消費者市場，並且教育消費者，使消費者能保護自己。消費者聯盟對於產品召回、健康及安全議題免費資訊的提供上有很大的

貢獻，此外，對於社會大眾所關心產品的檢驗及報告有很大的公信力。消費者聯盟不斷的與國會、州立法單位及管理機構提倡消費者保護的努力以確保消費者所關心的事物能被傾聽及受到保護。(http://www.consumerreports.org/cro/donate/cu/home.htm)

二、歐盟民間消費者保護組織

歐盟健康和消費者保護總理事會認定，適當的將消費者組織納入歐盟的政策中也是一個主要的要素以產生較好及更有效率的消費者保護條例。

對於在歐盟境內依各國的歷史及情況有許多不同大小、背景及能力的民間消費者保護組織。在 2005 年，歐盟委員會要求各會員國提供其國家層級的消費者保護組織的資訊，以與代表消費者之消費者組織緊密的合作，並在重要的行動上給予支持以確保消費者能清楚其權利並且能夠利用這些消費者組織以保障其權利。

除上述各國層級之消費者保護組織外，歐盟層級消費者組織是歐盟各國消費者組織的聯盟，他們使歐盟各國的消費者的聲音能被聽到及促進消費者利益、歐盟政策的發展及保護歐盟所有消費者利益。到目前有 European Association for the Co-ordination of Consumer Representation in Standardisation (ANEC) 及 Bureau European des Unions des Consommateurs (BEUC) 等兩個歐盟消費者組織能合法的接受資助以幫助他們推動各項行動。

(一) ANEC 組織的介紹

ANEC 組織依據比利時法律(Belgian law)成立於 1995 年，是一個國際性的非營利組織。ANEC 代表歐盟各會員國及歐盟自由貿易聯盟(EFTA)的消費者組織。其成員由各國消費者團體所共同指派。歐盟委員會及 EFTA 資助 ANEC，但各國消費者組織提供非現金捐獻。ANEC 整合歐盟消費者的意見，代表消費者及保護消費者的利益，其目標是高標準的消費者保護。

(二) BEUC 組織的介紹

BEUC 是歐盟委員會的組織，是布魯塞爾根據歐盟及歐洲經濟地區(European Economic Area, EEA)等 40 個獨立的國家消費者組織的聯盟。其主要的目的是試著去影響關於消費者權益歐盟政策的發展及促進與保護所有歐盟消費者的權益。BEUC 行動的財政支助主要由各會員國組織所捐獻，並且亦從歐盟委員會之一般架構的計畫下接收財政支援以推行有利於消費者的行動。

BEUC 的目標是保護及促進歐盟消費者的利益，他們貢獻其經驗在與消費者有直接經濟或法律相關或是影響消費者健康、安全及環境的議題上。尋求對歐盟市場的最大利益及對消費者造成最小風險，近來也逐漸增加在產品品質、社會及道德上的議題。特別注意容易受到損害的消費者，包括兒童、老人及弱勢團體。此組織的夢想是各國共同分攤責任以維持及加強基本的消費者權利。

由於在歐洲各地的消費者運動有很大的差異，大部分是關於消費者組織的結構及能力。因此，歐盟委員會將會集中其努力在民間消保團體人員的能力培養上，如財政管理、法案立法程序及對消費者保護法的認識，並且鼓勵各會員國也能如此行。對於消費者事務專門人才的訓練計畫自 2002 年開始，且將在未來的幾年內持續發展。此將幫助各國的消費者組織的專家能更有效率的投入歐盟對於消費者利益之政策的擬定，此一訓練的方式將對消費者組織提供支援。

第四節 國際對於平衡消費安全與產業發展之作法

一、 整合各國國內的民間消費者保護組織，以達資訊整合及有效訓練

由上節可知，歐盟各國皆致力整合各國國內的民間消費者保護組織，雖然其不具公權力，但需主動輔導較具規模及能力的民間消費者保護組織以做為消費者的代表。並且成立跨國消費者組織聯盟，其成員由各國國家層級的消費者保護組織代表所組成，此跨國消費者組織

聯盟對於各國人員的訓練及財政支持上提供很大的支援，跨國平台之建構以達資訊整合及有效實現保護消費安全之各種政策。

此外，泛大西洋消費者對話組織(The TransAtlantic Consumer Dialogue, TACD) 是一個美國及歐盟消費者組織的論壇，在此論壇中發展及協議聯合消費者政策的建議以提供給美國政府及歐盟委員會，以促進歐盟及美國在政策的制定上及在全球議題上的消費者利益。迄今，總共有 40 個歐盟會員國及 24 個美國消費者組織加入這個在 1998 年才成立的論壇。歐盟委員會對於 TACD 提供財政及共同合作上的支持。

TACD 研討會一年舉辦一次，地點則在美國及歐盟間互輪。此研討會最後會對關於糧食、電子商務、貿易、健康及智慧財產權等議題提出建議。這些建議也需要一些從歐盟政府、歐盟委員會及美國主管機關的行動，目標在於增加民間社會在泛大西洋政策制定上的參與。

二、世界貿易組織及國際標準組織皆致力於透明化貿易條件，保障產業發展

相對的，各國產業透過世界貿易系統熟悉各國消保法令，世界貿易組織(World Trade Organization, WTO)則致力於消弭非關稅障礙，透明化貿易條件，保障產業發展。除了貿易自由化本身的議題，許多方面亦與消費者相關。例如新回合世界貿易談判開始於 2001 年的杜哈回合談判，談判內容包括進一步的貿易自由化及新規則的制定，許多方面是與消費者的利益有關，如 WTO 在服務業的談判，包括財政服務、商標的討論、產品安全、詐欺行為及智慧財產權的議題。

國際標準組織(International Organization for Standardization, ISO)於 1978 年成立消費政策委員會 (The Consumer Policy Committee, COPOLCO)，為求國際標準之發展，擬提出一套可驗證、評估、消除或降低消費產品風險之指引。特別是在現今管理當局或制定標準之相關組織無法趕上全球產品設計、結構及物料等變化速度的情形下，發展該類國際標準已為必要且必需。

在已開發國家中，既存之規定及標準多僅最低限度的要求說明消費產品的危險程度，而 COPOLCO 主張，標準(standard)應能做為提供廠商驗證產品潛在安全問題及相關因應處理，進而提高產品安全性之相關指引，亦能協助政府達到保護消費者之目的。

另在回收議題方面，考量世界各國對於消費商品回收方式不一，國際間消費者保護標準不同的情形下，COPOLCO 亦擬提出如何建立、施行並管理消費產品回收計畫之指引。COPOLCO 主張，一個國際通用的標準將有助於組織規劃並適時有效執行回收計畫，極小化企業可能承擔之法律風險，同時增進顧客的滿意度及忠誠度，即在考量消費安全的同時亦兼顧產業的發展。

三、 產品檢驗無嚴格標準時，除了在事件發生後盡速向標準專責機關提出修訂外，平時對消費者的知識教育亦顯得重要。

就臺灣標準檢驗局所制定之國家標準而言，至 2006 年 5 月底止，經濟部標檢局已制定公布有 14,013 種國家標準，並於之後陸續公告最新制定、修訂及廢止之國家標準。

另外，根據國家標準制定辦法第 2 條「任何人、機關或團體得向標準專責機關提出制定、修訂或廢止國家標準之建議」並第 18 條「國家標準自制定或修訂公布之日起滿五年者，標準專責機關應公告徵求修訂或廢止之意見」可知我國國家標準一旦有不合時宜或按當時之科技認為應訂定更嚴格之標準時，任何人皆可提出修訂，並且每五年會審視一次以求國家標準能更為完善。

但當國內產品檢驗無嚴格標準時(如蜂蜜案件)，除了在事件發生後盡速向標準專責機關提出修訂外(如 2006 年 8 月公布第六次修訂蜂蜜國家標準)，平時對消費者的知識教育亦顯得重要，如透過報章雜誌(如消基會出版的消費者報導)、新聞報導等媒介提供合成蜜及蜂蜜之分辨方法及優劣點等知識。

四、 當資訊有誤時，不論官方行政單位及民間消保團體皆負有立即更正及澄清之平衡報導責任。

在現今網路發達、媒體資訊爆炸的時代，容易出現莫衷一是、眾說紛云的情形，因此當資訊有誤時，不論官方行政單位及民間消保團體皆負有立即更正及澄清之平衡報導責任，以提供消費者在選擇產品時之分辨能力，對產業發展也才能有正面的影響。

尤其，合成蜜雖經明確標示後可當成食品上市，但應比真正的蜂蜜價格低廉，否則當合成蜜混充真蜂蜜時，則不但對消費者有欺騙之

虞，造成消費不公平，亦會對產業造成極大的衝擊影響，政府應徹底落實產品抽驗以維護消費者公平及優質產業發展。

第五節 小結

美國聯邦政府有關消費安全機構之分工架構，始自於 2003 年 12 月 5 日。美國政府整合了消費性產品安全委員會(CPSC)、國家道路安全局(NHTSA)、國家海岸巡邏隊(USCG)、食品暨藥物管理局(FDA)、農業部(USDA)、環保署(EPA)等六個與消費安全相關，且具有不同管轄範圍的聯邦機構後，建立單一入口網站 www.recalls.gov，為美國政府召回(recall)的一個 one stop shop。

為瞭解美國消費者安全相關機構對消保安全運作規範法令、政策及推動機制之沿革與現況，本計劃主持人及共同主持人 2006 年 9 月 16 日至 22 日進一步實地訪談美國聯邦政府機構。據悉 USDA 及 FDA 皆認定當消安事件有發生跡象之第一時間，往往不一定能在有限的時間內獲得絕對的証據，因此可透過以下程序，建構適當機制，以達消費安全與產業發展。

- 一、主動通知廠商，並共同商討如何對社會大眾發佈新聞稿，以避免消費大眾恐慌。
- 二、自願性的召回，一方面可維護商譽，一方面亦可減少因訴訟而需付擔的額外成本。
- 三、廠商召回的行動需根據相關召回指引進行，如擬定召回計畫書，定期向當地主管機關提出召回進度報告。

就歐盟消費安全的官方組織而言，歐盟健康和消費者保護總理事會(DG SANCO)的工作主要可分成公共健康、糧食安全及消費者事務等三個部分。歐盟對產品安全嚴密把關，但若某一產品在歐洲市場造成一連串消費者健康及安全上的危險，則可透過快速警示系統、企業層級的行動及委員會層級的行動等三種方式來規避可能的風險。

其中，快速警示系統的部分又可分為糧食快速警示系統(RASFF)及非食品類的快速警示系統(RAPEX)。RASFF主要做為歐盟各會員國間對於已被認定對人類健康會有損害的產品，及對這些產品採取召回、扣留、退回等相關行動的一個資訊交流的工具；而RAPEX系統

的目標則在確保歐盟各國及委員會間的資訊能快速交換，以預防及限制會對消費者健康及安全引發重大危害之產品的銷售及使用。

此外，歐盟為應付日漸增加的廢電子電機廢棄物，減輕掩埋場及焚化爐的負擔，防止廢電子電機廢棄物中所含之有害物質進入環境，於2003年1月27日通過「廢電子電機設備指令」(Directive on the Waste Electronics and Electrical Equipment, WEEE)，要求製造商必須負起收集、回收並妥善處置廢電子電機產品等產品責任。

關於國際間兼顧消費安全與產業發展的作法方面，綜合整理可分為如下四點：

- 一、 整合各國國內的民間消費者保護組織，以達資訊整合及有效訓練。
- 二、 世界貿易組織及國際標準組織皆致力於透明化貿易條件，保障產業發展。
- 三、 產品檢驗無嚴格標準時，除了在事件發生後盡速向標準專責機關提出修訂外，平時對消費者的知識教育亦顯得重要。
- 四、 當資訊有誤時，不論官方行政單位及民間消保團體皆負有立即更正及澄清之平衡報導責任。

第參章 探討臺灣消費安全與產業發展之現況

第一節 臺灣消費安全體系

各種消費者問題，約可分為有關消費者的生命—身體、健康、及安全問題與有關消費公平之商品標示、價格及契約約定等問題，前者，如病死豬肉販賣、蔬果殘留農藥等，後者如商品標示不清或過期，售價不合理，契約約定不清、不合理等，被認為侵害消費者權利。因而在私法、公法，行政法領域中，對於消費者的地位，便成為一個新的問題。

各國對於消費問題的注重與演進，係第二次世界大戰(1939 年~1945 年)以後的事情，例如美國係於 1962 年甘迺迪總統向國會提出「有關保護消費者利益的特別咨文」闡明所謂消費者四大權利：一、要求安全的權利；二、被告知的權利；三、選擇的權利；四、意見受聽取的權利。而日本「消費者保護基本法」於 1968 年制定，先於我國約近 30 年。

隨著自由化及國際化的腳步逐漸加快，落實消費者權益的保障，日形重要。有人說，十九世紀是勞工的世紀，二十世紀是環保的世紀，而二十一世紀將是消費者保護(consumer protection)的世紀。消費者保護已蔚為世界潮流，各國衡量一國的國家水準時，除了經濟成長之外，消費者保護也成為重要指標之一。

隨著社會大眾消費意識的提昇，消費者保護時代的來臨，保障消費權益已蔚為世界潮流，臺灣消費者保護法於 1994 年 1 月 11 日完成立法程序並於同年 11 月 2 日公布其施行細則，是一部保障消費者生活的基本法，更是提昇我國國民消費生活品的法制建設的新里程碑，使我國在消費者保護邁入一個新紀元。

消費者保護法所涉及的層面非常廣泛，幾乎涵蓋每一個人之食、衣、住、行、育、樂等各方面。消費者保護法之立法目的，除了保護消費者權益之外，更希望透過消費者權益的保障，兼而帶動商品與服務品質之提昇，進而促進企業良性的發展，例如明訂企業對商品與服務之責任，賦予消費者保護團體法定地位，行政體系設立消費者保護機關。因此，這項法律影響所及者，除了消費者本身之外，尚包括政府與企業經營者，其實施之後，初期難免對企業經營者有些不適應，

一般企業經營者面對此一新興法律，更無基本認識，可能極易違反而誤觸法網，唯長期而言，對我國產業的競爭力提升及消費者權益的保障，更是有著非凡的意義。以下探討我國官方消保組織功能及其作法。

一、消費者保護委員會組織架構及功能

行政院依據消費者保護法第四十條規定，於1994年7月1日成立消費者保護委員會(以下簡稱消保會)，做為研擬及審議消費者保護基本政策與監督其實施之機關，負責綜合協調及監督各目的事業主管機關，做好消費者保護的責任，其行政機關體系如圖3-1所示。依據消保法第四十一條規定，消保會職掌包括：

- (一) 消費者保護基本政策及措施之研擬及審議。
- (二) 消費者保護計畫之研擬、修訂及執行成果檢討。
- (三) 消費者保護方案之審議及其執行之推動、連繫與考核。
- (四) 國內外消費者保護趨勢及其與經濟社會建設有關問題之研究。
- (五) 各部會局署關於消費者保護政策及措施之協調事項。
- (六) 監督消費者保護主管機關及指揮消費者保護官行使職權。
- (七) 消費者保護之執行結果及有關資料之定期公告事項。

另依1997年7月28日行政院消費者保護委員會第三十九次委員會議通過消費者保護基本政策，為確保商品或服務消費之安全，保障消費者之生命、身體、健康或財產免於遭受損害，應檢討並充實相關法令，提昇規格及標準，加強檢驗及測試，建立監視及預警制度，以及健全回收制度等。

然而，行政院消保會並不是消保法第六條所謂之主管機關，不直接實際負責執行，有關之消保措施、方案，均賴中央目的事業主管機關、省(市)政府及縣(市)政府負責推動。依消保法第四十二條規定，各縣(市)政府目前均設有消費者服務中心，辦理消費者之諮詢服務，教育宣導，申訴等事項，是我國最基層之消保行政機關。

我國消費者保護之主管機關因消費性質、標的之不同，分屬於各相關目的事業主管機關，食品類產品由行政院衛生署或行政院農業委員會等相關部會負責；非食品類部分則由各部會主管機關負責。但我國各部會權限劃分不似第二章所蒐集歐美國家如此明確，因此常會出現各部會間權責認定事件。如在2002年11月中旬起，陸續爆發飲假酒致死事件，宜蘭確定死亡案例高達八名，造成全台恐慌。因衛生署、

財政部、國稅局等單位皆有責任管轄，不易確認後續監督。因此由消保會負責協調指定新興或分工不明之消費者保護主管機關，如表 3-1 所示，並促請其積極規劃推動保護消費者措施。

消保會為依消費者保護法，協調、督導各相關部會及省(市)、縣(市)政府，研訂具體消費者保護方案確實執行，需隨時檢討並修正有關政策，結合政府、企業經營者、消費者、消費者保護團體及其他民間力量，共同創造安全與公平之消費環境，以保護消費者權益，促進國民消費生活安全，提升國民消費生活品質。

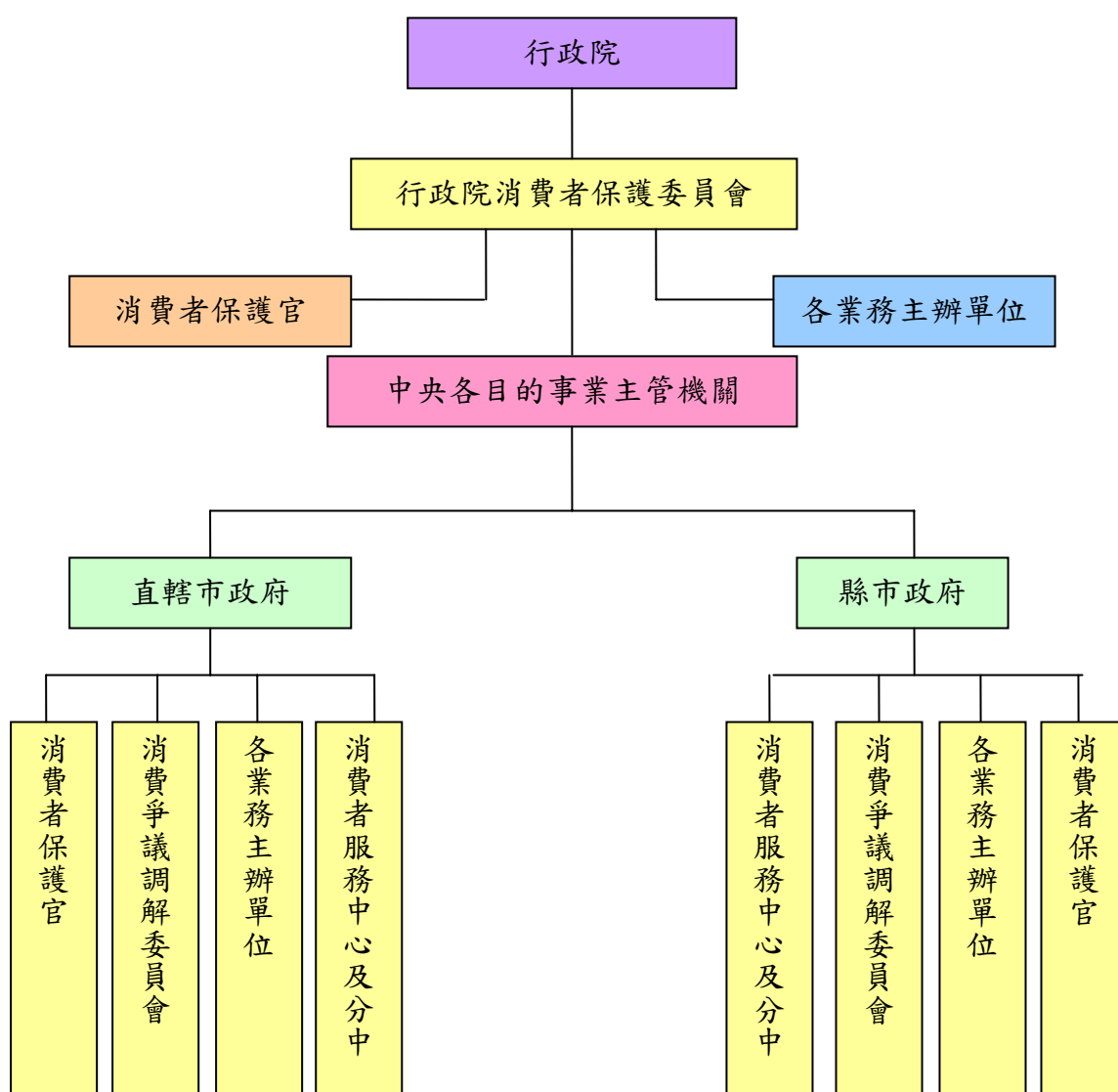


圖 3-1 臺灣消費者保護行政機關體系

表 3-1 行政院消費者保護委員會協調指定消費者業務主管機關
一覽表(95.10.26)

主管機關	業務類別
行政院新聞局	1. 出版品 2. 圖書禮券(含出版公司、圖書股份有限公司或文化股份有限公司發行)
行政院環境保護署	1. 市售液態空氣芳香劑及其它含有毒性化學物質之物品 2. 室內空氣品質
行政院衛生署	1. 坐月子中心 2. 商業大樓清洗中央空調系統冷卻水塔 3. 隱形及有度數眼鏡 4. 紋身、紋眉、刺青、穿孔等消費行為 5. 化妝品業(含化粧品批發、零售業)商品(服務)禮券
交通部電信總局	1. 電話秘書傳呼業務 2. 垃圾電子郵件 3. 行動電話或呼叫器等通訊產品(已歸屬 NCC 主管)
財政部	1. 菸酒
經濟部	1. 無度數眼鏡 2. 依法規定須經公告指定而未公告前之商品標示 3. 網路線上遊戲 4. 網路教學軟體 5. 薰香精油 6. 商品禮券 7. 副生鹽 8. 翻修輪胎 9. 兒童遊樂園業 10. 手提式滅火器 11. 瓦斯器材 12. 鋼瓶裝液化石油氣之一般交易行為
教育部	1. 遊(留)學服務業 2. 技能技藝訓練業
內政部	1. 各行業(不含學校)有關專供兒童用之遊樂設施 2. 婚友社及婚姻仲介業 3. 一般家用鋼瓶裝液化石油氣之安全管理
交通部	1. 輕重型機車 2. 水上摩托車及熱汽球、滑翔翼等輕航空器以及以上各點之外其餘觀光休閒活動項 3. 休閒旅遊—如渡假村服務、居間旅館服務等 4. 車輛(含汽車、機車、重型機車、越野車等)
交通部觀光局	1. 浮潛場 2. 國外渡假村會員卡(權)
行政院體育委員會	特定運動場館(所)之活動項目及行政院體育委員會所主管體育活動項目
行政院農業委員會	賞鯨、釣魚(蝦)
行政院金融監督管理委員會	代辦貸款業務

二、消費者申訴流程

「消費」的定義為為了滿足生活所需，所購買、使用商品或服務的行為，都屬於消費範疇。但若為了營業或牟利等動機(例如出租、轉售賺錢或其他營利)而購買的商品或服務，即不屬於消保服務的範圍。只要在消費過程中，發生爭議或糾紛，都可以透過申訴管道，爭取合理的權益。申訴的管道可直接先向商家申訴，要求解決，如果不能獲得合理解決的話，可以向消保單位請求協助，如各縣市政府都設有消費者服務中心，電話直撥 1950 即可向中心提出申訴，若不能解決，尚可向縣市政府的消費爭議調解委員會申請調解，或考慮是否要採取訴訟的方式來爭取權益。依消費者保護法第 43 條及第 44 條之規定，消費者與企業經營者因商品或服務發生消費爭議時，消費者得依下列方式請求救濟，簡要說明如下：

- (一)第一次申訴：向企業經營者、消費者保護團體或消費爭議發生地之直轄市、縣(市)政府消費者服務中心或其分中心申訴。
- (二)第二次申訴：消費者如認為第一次申訴未獲妥適處理時，得向該管直轄市、縣(市)政府之消費者保護官提出申訴。
- (三)申請調解：消費者如認為申訴未獲妥適處理，亦得向該管直轄市、縣(市)政府消費爭議調解委員會申請調解；另或依法向法院提起消費訴訟。

自 2004 年 7 月 1 日起，各直轄市、縣(市)正式啟用線上申訴制度，使消費者無須再親自至各直轄市、縣(市)政府消費者服務中心進行申訴，節省交通費用及時間，讓消費者即便在家也能藉由網路申訴，在最短時間內保障自身權益。因此，如表 3-2 所示，2004 年 7 月至 12 月與 2004 年 1 月至 6 月比較，地方政府消保者服務中心受理第一次申訴案件增加 2,666 件，消保官受理第二次申訴案件增加 548 件，調解受理案件數增加 163 件，總計受理 10,208 件，較上期增加 3,377 件，增加率為 49.4%，呈現大幅上揚現象。

2005 年 1 月至 6 月之申訴件數亦較上半年增加 19.3%，而 2005 年 7 月至 12 月之申訴件數只較上半年成長 2.2%，呈現微幅上揚之現

象，由此而見，自 2004 年 7 月 1 日起，各直轄市、縣(市)政府正式啟動線上申訴機制後，受理之案件量已趨於穩定，不再出現大幅上揚之現象。

表 3-2 2004 年至 2005 年全國 25 個直轄市、縣(市)政府消費者服務中心所受理之消費申訴案件統計

類(期)別及件數	2004 年 1 月 至 6 月件數 (%)	2004 年 7 月 至 12 月件數 (%)	2005 年 1 月 至 6 月件數 (%)	2005 年 7 月至 12 月件數 (%)
消費者服務中心 (第一次申訴案件)	3,388 (49.6%)	6,054 (59.3%)	7,622 (62.5%)	7,928 (63.7%)
消費者保護官 (第二次申訴案件)	2,867 (42.0%)	3,415 (33.5%)	3,809 (31.3%)	3,548 (28.5%)
消費爭議調解案件	576 (8.4%)	739 (7.2%)	752 (6.2%)	973 (7.8%)
總計	6,831	10,208	12,183	12,449

如表 3-3 所示，2004 年至 2005 年「受理件數最多」前三名皆為台北市、桃園縣及台北縣，且 2004 年下半年後此三縣市之受理件數皆超過 1,000 件，顯示因其所轄區域產業發展漸趨都市化，人口數量之成長、集中化，也使得消費環境日趨豐富，使得該縣市消費申訴案件增加。此外，直轄市、縣(市)消費者保護官於媒體出現之頻率及其知名度亦係另一重要之影響因素。台北市 2005 年上半年受理件數為 2004 年上半年(啟動線上申訴系統前)之受理件數之 2.6 倍，且 2005 年上半年經由線上申訴之案件量約 3,000 多件，約佔總案件數近三成，因此，在 e 化程度較深之縣市，提供網路申訴管道，確實達到擴大申訴服務之效益。

2004 年 1 月 1 日至 6 月 30 日申訴及調解案件之類型，以購屋類、金融保險類、運輸通信類、育樂類為主要受理類型。消保官受理之第二次申訴及調解案件以「購屋類」(872 件，佔 12.8%)與「金融保險類」(794 件，佔 11.6%)分居第 1、2 位，顯見此類消費案件不僅數量多，且因其所涉及糾紛金額較高、案情較複雜、涉及相關法規較廣泛，致處理之難度亦較高。

表 3-3 2004 年至 2005 年全國 25 個直轄市、縣(市)政府消費者服務中心所受理之消費申訴受理案件前 5 名統計

排名	2004 年 1 月至 6 月件數	2004 年 7 月至 12 月件數	2005 年 1 月至 6 月件數	2005 年 7 月至 12 月件數
第一名	臺北市政府 (1,486)	臺北市政府 (2,940)	臺北市政府 (3,895)	臺北市政府 (3,835)
第二名	桃園縣政府 (984)	桃園縣政府 (1,445)	臺北縣政府 (1,673)	桃園縣政府 (1,598)
第三名	臺北縣政府 (635)	臺北縣政府 (1,039)	桃園縣政府 (1,645)	臺北縣政府 (1,176)
第四名	高雄市政府 (531)	高雄縣政府 (588)	高雄市政府 (678)	高雄市政府 (758)
第五名	台中市政府 (資料缺失)	高雄市政府 (519)	台中市政府 (588)	高雄縣政府 (698)

2004 年 7 月至 12 月申訴及調解案件之類型，與前期之排名大同小異，以金融保險類居冠、其次依序為購屋類、運輸通訊類、育樂類。進一步分析消費者申訴之主要內容，金融保險類為信用卡之遺失盜刷、遞延性商品糾紛、分期付款爭議；購屋類為訂金之退還、標的瑕疵；運輸通訊類為行動電話之維修及費率；育樂類為廣告不實、補習班之退費及網路教學糾紛等。而申訴案件獲得妥適處理之困難度，從調解案件之排名可略窺一二(因調解之受理前提為第一次或第二次申訴未獲妥適處理)，主要為金融保險類、其他服務類及購屋類，原因應係糾紛金額較高及案情較為複雜。

2005 年 1 月至 6 月申訴及調解案件之類型，如表 3-4 所示，第一次申訴案件中「運輸通信類」排名第一且案件量爆增；而「購屋類」均居消保官受理之第二次申訴及調解案件之第一名，「金融保險類」亦均居前三名，「車輛類」均居第四名。顯見此類消費案件不僅數量多，且因其所涉及糾紛金額較高、案情較複雜、涉及相關法規較廣泛，於第二次申訴未獲妥適處理後，消費者多再向各地方消保官申請調解。

第一次申訴案件類型之第一名運輸通訊類與第二名育樂類，與 2004 年下半年之排名相同，原第四名購屋類及第五名其他服務類已

退出前五名，改由瘦身美容類及其他商品類取代為第三名及第四名，而金融保險類由前期第三名降為第五名。消保官受理之第二次申訴及調解案件前五名類型分別與前期相同，僅排名不同，惟 2005 年上半期以購屋類均居第二次申訴及調解案件第一名，而金融保險類均居前三名，車輛類均居第四名，顯見此類消費案件不僅數量多，且因其所涉及糾紛金額較高、案情較複雜及相關法規廣泛，於第二次申訴未獲妥適處理後，消費者多再向各地方消保官申請調解，因之，更顯其處理難度。

表 3-4 2005 年 1 月至 6 月消保行政體系受理申訴及調解案件類型

類(期)別、件數	第一名	第二名	第三名	第四名	第五名
消費者服務中心 (第一次 申訴案件)	運輸 通訊類 1,290 件 (佔 16.92%)	育樂類 1,109 件 (佔 14.55%)	瘦身 美容類 782 件 (佔 10.26%)	其他 商品類 688 件 (佔 9.03%)	金融 保險類 658 件 (佔 8.63%)
消費者保護官 (第二次 申訴案件)	購屋類 575 件 (佔 15.09%)	運輸通訊類 554 件 (佔 14.54%)	金融保險類 401 件 (佔 10.53%)	車輛類 347 件 (佔 9.11%)	育樂類 332 件 (佔 8.72%)
調解案件數	購屋類 123 件 (佔 16.36%)	金融保險類 98 件 (佔 13.03%)	其他商品類 84 件 (佔 11.17%)	車輛類 83 件 (佔 11.04%)	其他服務類 78 件 (佔 10.37%)

2005 年 7 月至 12 月消費爭議申訴、調解案件之類型，與前期之分布狀態大致相符，以運輸通訊類居冠、其次依序為購屋類、金融保險類、育樂類。進一步分析消費者提出申訴及申請調解之主要內容，運輸通訊類為行動電話之維修及費率、旅客運送之消費糾紛；金融保險類為信用卡之相關消費爭議、預付型商品(服務)之消費紛爭、保險理賠爭議；購屋類為仲介購屋糾紛、定金退還爭議、施工品質不良；育樂類為電腦及學習教材之消費糾紛等。至獲得妥適處理之困難度，從調解案件之排名可略窺一二(因調解之受理前提為第一次或第二次申訴未獲妥適處理)，主要為購屋類、金融保險類及其他服務類，原因應係消費爭議金額較高及案情較為複雜。就上述消費者申訴案例，並未以消費者健康或生命安全或財產安全之議題為區隔方式，因此無法依上述分類而論定為相關消費安全議題。

由先進國家如美歐等國的經驗可發現，除其皆藉由建構消費商品事故申訴蒐集系統，並主動蒐集全國事故資訊，藉由通報資訊之統計分析，觀察商品之風險性，據以進行包括標準、檢驗、市場監督及商品回收等相關活動。

我國消費者服務中心及消基會等機構雖有完善的申訴系統，惟目前各目的事業主管機關相關資訊之消費者申訴及事故通報，尚未整合為單一入口，形成有系統的運用，尤其消費者無從瞭解政府制定各類產品安全之檢驗標準。如何集中資源針對發生頻率高或造成個別消費者嚴重傷害之產品展開因應行動，為利發展消費安全之重要目標。

第二節 近三年國內消費市場重要案例追蹤分析

依衛生署統計我國主要死因資料，2001年至2005年因事故傷害而死亡之人數皆在8,000人以上，2001年為9,513人，2005年為8,365人。而依台北市消防局統計資料顯示，台北市因火災所造成的房屋及財物之損失為2千3百多萬。雖然上述死亡及財物損失統計不完全與消費安全事件有關，但亦有一定程度的關聯性。且損失估計方面，未包含食品類或非食品類產品對消費者所造成之疾病或傷害的損失估計，因此若包括所有產品因消費安全事故所造成的損失將會更大，顯示消費安全的重要性。

本研究為瞭解近三年消費安全議題的發展，除就政府機關所發佈之相關事件外，亦蒐集民間消保單位近年來所檢驗調查之結果，及未包含於前述二者之社會消費新聞等進行彙整。是否目前國內現行消費安全保障的相關法令，在法律規範與執行層面上仍有不盡周全之處？因而致使近年來國內消費安全問題時有所聞？在後續之章節中將選出數個特定事件進一步研析。本節首先依近三年國內消費安全事件資訊來源為行政院消費者保護委員會、行政院衛生署、消費者文教基金會、其他民間消費者保護團體及社會新聞分別整理如附錄二所示：

本節就附錄二所提近三年來對國內消費者人身健康安全及重要事件之概況，選出如下11項較具爭議之產品，分別依各事件發生年月條列事件經過、對產業發展的影響、案例追蹤分析、業者的建議及政府的因應措施做說明。

- 2004 年 5 月有機蔬菜殘留農藥事件
- 2004 年 11 月茶葉農藥殘留事件
- 2005 年 5 月千面人下毒事件
- 2005 年 8 月真假蜂蜜事件
- 2005 年 9 月石斑魚檢出孔雀綠事件
- 2006 年 2 月生魚片添加一氧化碳事件
- 2006 年 5 月磁性積木組合玩具事件
- 2006 年 9 月美國毒菠菜事件
- 2006 年 10 月海外渡假村會員卡消費糾紛事件
- 2006 年健身房(體適能中心)訂型化契約消費糾紛事件
- 2003 年~2006 年臺灣地區瑕疵車輛召回案例

一、2004 年 5 月有機蔬菜殘留農藥事件

(一) 事件說明

所謂有機農業，係指一種較不污染環境、不破壞生態，並能提供消費者健康與安全農產品的生產方式。然，隨著各國法律之規定不同，有機農業之定義亦有所不同，而隨著農業技術的演變，有機農業將依行政院農業委員會「農產品生產及驗證管理法」草案而明確定義有機農產品：指農產品生產、加工及分裝等過程，符合中央主管機關訂定之有機規範，並經依本法規定驗證合格者。

為對有機農業加以規範或管理。但行政院農業委員會已於 2003 年發佈修訂相關規範--「有機農產品管理作業要點」、「有機農產品生產規範—作物」、「有機農產品生產規範—畜產」及「有機農產品驗證機構資格審查作業程序」等，作為管理有機農業及輔導有機農民生產之依據。

依「有機農產品管理作業要點」之定義，「有機農業」係指遵守自然資源循環永續利用原則，不允許使用合成化學物質，強調水土資源保育與生態平衡之管理系統，並達到生產自然安全農產品目標之農業。而其所稱之「有機農產品」係指依本作業要點所訂定各項有機農產品生產規範從事生產，並經驗證機構驗證合格之各項農產品。

目前臺灣共有「財團法人國際美育自然生態基金會(MOA)」、「財團法人慈心有機農業發展基金會(TOAF)」、「臺灣省有機農業生產協會(TOPA)」及「臺灣寶島有機農業發展協會(FOA)」等4個經農委會核可授權之民間驗證機構，就農產品之生產、加工及行銷過程進行相關驗證。

2004年5月消基會發行之「消費者報導」月刊第277期卻指出，於2004年2月下旬採樣之17件「有機蔬菜」(10件青江菜、7件茼蒿菜)樣品中，6件臺灣省有機農業生產協會驗證合格之樣品，有3件檢出「二硫代胺基甲酸鹽類」農藥殘留。

(二) 案例追蹤分析

受有機蔬菜驗出農藥殘留事件的影響，並經媒體大幅報導，已造成相關農民產品銷路中斷，並喪失有機農戶資格，但農民認為檢驗結果有錯，提控要求消基會賠償損失。2005年8月8日，一審台北地院裁決，消基會委託的埧公基金會具有認證，且採用多重農藥檢驗法，並在綜合專家分析及審核之後才公布，被告並無疏失，判決消基會勝訴。

三位農民中之兩位提告農民不服，上訴二審，高院判決審理認為，青江菜具有的「硫醣」物質，會干擾檢驗結果，而衛生署公告「二硫代胺基甲酸鹽類」農藥檢驗法共有三種，埧公基金會僅採「比色法」一種，未再採「上部空間採樣氣相層析法」、「高效液相層析法」確認，以避免干擾因素，合議庭認定，消基會未盡確認檢驗結果之義務，有其過失。因此，2006年4月18日高院判決，消基會除應賠償兩位相關農民各75萬元，及遲延利息之外，並應在中國時報、聯合報、自由時報、蘋果日報、民生報、中央日報的全國版頭版，刊登道歉啟事各一天。

消基會目前仍再度上訴中，而其2006年10月第306期消費者報導，消基會於2006年7月底再次進行有機蔬菜之抽檢。於大台北地區有機專賣店、百貨公司、超市及量販店等，以當季較常見之空心菜為主，油菜、小松菜及荷葉白菜各1件，共計採得13件樣品。檢測結果發現，該次抽檢標售為有機蔬菜之13件樣品中皆未檢出殘留農藥，但4件無證明標章，表示

消費者可能花較高的價格，卻仍買到非真正的有機農產品，顯示有機農產品的管理不全。其次，餘 9 件具證明標章標示者中，有 4 件不符農委會「有機農產品管理作業要點」第 15 條規定，存在標示不全的情形，顯見有機蔬菜之管理並沒有落實。

(三) 後續因應措施與建議

本研究約訪相關業者與團體瞭解上述 3 件受誤會農藥殘留之業者產業一天共約有 7,000 包有機蔬菜產能，代表約 60 戶農民之生計。在事件發生後，隨即被原通路拒絕往來，且雖其農藥殘留量尚未超過食品衛生標準之殘留標準，至少並非「不合格」，但無法與一般蔬菜競爭通路，之後三個月皆無法出貨，無法採收及包裝上市來減輕損失。且至事件發生二年後，當最高法院二審判決消基會誤報後，品質雖被澄清，但原有通路商管道已無法再合作，由此可知，錯誤報導之影響極大。

就以最短期 100 天估計此三件有機蔬菜產能損失情形，依 7,000 包有機蔬菜產能，每包 250 公克之有機蔬菜市價約 25~30 元，每公斤約 100 元，可知其產值損失 1,750 萬元，計算如下：

$7,000(\text{包}/\text{天}) * 250(\text{公克}/\text{包}) * 100(\text{元}/\text{公斤}) * 100 \text{天} = 17,500,000 \text{元}$ 。以上損失數據尚無法包括兩年間總產值損失，且因此事件而造成消費者恐慌而對有機蔬菜減少消費之整體效果。就 2006 年 4 月 18 日高院判決，消基會除應賠償兩位相關農民各 75 萬元，遠不及此事件之總損失。

尤其，在此事件發生後，引起消費者消費安全之恐慌及消費公平之爭議，使所有有機蔬菜農民皆受質疑及波及銷售量值，對高成本、有助保育水土資源，維護生態及國民健康之有機蔬菜產業整體發展皆造成損失。因為消費者若被誤導有機蔬菜標章較吉園圃蔬菜標章更缺乏保障，則不利於消費安全及公平。

例如，陳世雄(2003)指出過去十年來，全球有機食品市場每年成長 20%~25%，2000 年全球有機食品市場超過 200 億美金。歐盟國家有機栽培面積於 1985 年 10 萬公頃，1998 年已成長達到 280 萬公頃。到 2010 年歐洲國家有機栽培面積預計增加到 10%~30% 的水準。可以說有機農業是成長最快的農業部

門。反觀我們有機農業施行十餘年，2004 年有機農業的栽培面積為 231.8 公頃，仍只佔全部農作面積的 0.5%。對於「吉園圃」近似農藥減半之等級，由於宣導經費充裕，很快就達到 7-8% 的面積及產量。但消費者對有機蔬菜與吉園圃混淆不清，反而不利有機栽培之成長。

由以上可知，若 2004 年 2 月下旬消基會採樣獲得檢驗結果至 2004 年 5 月公佈前，依誠信原則告知業者，勸導並協同公正第三者複檢前暫不出貨，不但能立即保護消費安全，整體產業才能兼顧消費公平健全發展。

但消費者無法於一般媒體得知此批可能受誤解產品下架回收及後續檢驗情況，建議農委會為事業目的主管機關除提供消保會後續處理情況報告外，需主動透過一般媒體對外說明控管批號情況，否則此事件消費者疑慮安全之陰影影響 60 戶農民兩年間之生計，更造成業者與民間消保團體訴訟爭端，為所有社會福利的損失。

二、2004 年 11 月茶葉農藥殘留事件

(一) 事件說明

消基會於消費者報導月刊 283 期(2004 年 11 月)發表「茶葉潛藏農藥危機」一文，指出其於 2004 年 9 月 11 至 15 日於台北地區的百貨公司、量販店、禮品店等，購得 9 件茶葉禮盒，進行殘留農藥檢驗，並於 9 月 24 日公布報告，其中新東陽「凍頂烏龍茶」、天仁茗茶「金波凝香清香烏龍茶」及振信茗茶「春語烏龍」驗出「新殺蟎」，業者已違反食品衛生管理法，主管機關可以禁止其製造、販賣，並處四萬元以上、二十萬元以下的罰鍰。

(二) 案例追蹤分析

消基會另在 2005 年 9 月 5 日抽樣台北地區百貨公司、量販店及禮品連鎖店等地的茶葉，總計購得 12 件茶葉禮盒樣品。其中「壺生堂」精選名茶禮盒無任何標示，已違反食品衛生管理法規定。另外，新東陽販售的杉林溪烏龍茶禮盒，檢出茶類農產品「不得檢出」的農藥殘留「硫敵克」，其檢出量為 0.30

ppm；另有 1 件由漢神景美店所販售「世家」阿里山金萱烏龍茶樣品，被檢出含有茶類安全容許量的殘留農藥「殺蟲劑加保利」1.5 ppm 殘留量，雖有檢出殘留農藥，但是因其殘留量為 1.5 ppm，尚符合「殘留農藥安全容許量」食品衛生標準。顯見政府單位仍應加強對農民在農藥使用的管理及輔導。

(三) 後續因應措施與建議

茶葉為國內重要之農作物，尤其烏龍茶更列為外銷旗艦產品，為強化國產茶葉之發展，高品質、衛生、安全為施政重點。為確保國產茶品質，提升競爭力，農委會辦理農藥使用安全講習，已輔導 90 個茶葉產銷班使用吉園圃標章驗證制度，另輔導 138 個製茶廠，1,286 戶茶農，茶園面積 1,728 公頃，推動廠農合作制度，實施健康管理及生產履歷記錄制度，建立高品質茶葉供應鏈，全程控管品質，俾與進口廉價茶有所區隔。

2005 年臺灣茶葉種植各地區情形，就種植面積、收穫面積及產量而言，以南投縣最大，分別為 8,125 公頃、8,097 公頃及 10,959 公噸，南投縣茶葉產量占總產量的 58.29%。其次，種植面積超過 1,000 公頃的分別有臺北縣、桃園縣及嘉義縣，雖然桃園縣的種植面積只有 1,108 公頃，但其每公頃產量約為其他兩縣的近兩倍，因此其產量與其他兩縣相差不多。而每公頃產量最多的是雲林縣，為 1,392 公斤，但因其種植面積不大，因此產量亦有限。

我國茶葉國產量歷年生產皆在 2 萬多公噸上下波動，惟 2005 年產量較 2004 年產量減少 1 千多公噸，價格略由 2004 年的 150 元/公斤增加至 2005 年的 200 元/公斤。在進口量方面則有逐年增加的趨勢，近十年來進口量增加了將近 3 倍，2004 及 2005 年進口量已超過國產量，顯示國人對茶葉的需求量日益增加，而出口量則由 1991 年之 5,696 公噸略增加至 2005 年之 9,943 公噸。

在價格方面，國產價在 1994~2001 年均維持 180 元/公斤，2002~2004 年則跌至約 150 元/公斤，2005 年又上漲至 200 元/公斤。進口價部分，均維持在 1.3 美元/公斤上下波動，漲跌變化不大，但出口價在近幾年來則有明顯的下跌，從 1995 年每

公斤 5.37 美元，至 2005 年跌至每公斤 2.08 美元，跌幅近六成，因國際市場競爭壓力增加，國內為影響產業發展之最重要市場。

由此事件可知，政府單位仍應加強對農民在農藥使用的管理及輔導，因此事件中茶葉產品皆因商品履歷而能適時控制下架回收，但消費者無法於一般媒體得知下架回收及後續檢驗情況，建議農委會為事業目的主管機關除提供消保會後續處理情況報告外，需主動透過一般媒體對外說明。

三、2005 年 5 月千面人下毒事件

(一) 事件說明

知名提神飲料「蠻牛」2005 年 5 月 18 日傳出疑似遭人下毒，造成四名民眾在飲用後都因氰化物中毒而緊急送醫，其中三人情況嚴重。保力達公司通知全國經銷商將產品立即全面下架、回收，廠商宣布下架。而同一公司的飲用類藥品「保力達 B」續遭千面人攻擊，保力達公司再度宣布「保力達 B」全面下架、回收、銷毀。

保力達公司創立於 1956 年，原名福華化學製藥股份有限公司，1961 年為配合業務需要，增資改組並改名為保力達股份有限公司，創辦人陳傳黃先生鑑於當時國人生活對攝取生活營養的重要性，乃斥資興建占地 6,000 餘坪的廠房，力邀國內外醫學化工及營養專家潛心研究保力達 B 液及一系列的健康食品，40 多年來，全體員工努力不懈及對產品品質一貫執著，產品上市至今深受大眾的喜愛與信賴，從創立資本額的 30 萬，經歷多次的增資，目前資本額已達 29 億。

除原有的根基新莊廠外，1988 年更投下鉅資，在新竹工業園區增設一座占地 12,000 餘坪之湖口廠，為符合國家優良藥品規範的 GMP 廠，基於擴大公司產品市場規模，1996 年 6 月關係企業於水質優良的南投埔里設立埔里廠，以生產飲料為主。鑑於飲料市場規模需求，1998 年中更積極籌建埔里新廠，1999 年更籌建湖口二廠，主要在於健全產品線規劃，並期能有效的調節各廠的產能，使產銷通路更為順暢。

(二) 對產業發展的影響

保力達公司近年來業績出色，該公司 2004 年營收 48.46 億元，較 2003 年成長 25%，稅後淨利 7.42 億元，更較 2003 年大幅成長 75%，每股稅後盈餘達 3.43 元，可說是食品產業中最賺錢的公司。保力達公司表示，這次被下毒的保力達 B 及保力達蠻牛，為該公司排名第一及第二的產品，營收比重占了八至九成。

當「蠻牛」、「保力達 B」陸續遭千面人下毒，保力達公司總經理呂百倉說，該公司將召回約 10 萬箱、120 萬瓶的保力達 B，損失高達新台幣 7 千萬元左右，而「蠻牛」則將銷毀 20 萬箱，損失大約 3,000 萬元，且若該事件對公司商譽造成影響，預計將讓該公司銷量衰退兩成，造成 10 億元左右營業損失。再加上後續可能接踵而至的訂單、消費者信心流失，已經讓創業近半世紀，一向穩居國內機能性飲料龍頭地位的保力達公司面臨開業以來最嚴峻的挑戰。

(三) 案例追蹤分析

自由時報電子新聞網於 2005 年 5 月 27 日報導，消基會董事長李鳳翱表示，經銷商把毒蠻牛賣給消費者，導致消費者死亡或傷害，消費者可依消費者保護法第八條規定提出求償，「損失多少就賠多少」。至於製造商是否事前知情，目前尚無結論，但依消保法第七條規定，製造商必須視情況負起無過失損害賠償責任。

衛生署藥政處長王惠珀表示，保力達公司已宣佈全面召回「蠻牛」和「保力達 B」，全台各販售點若不配合召回，將來再發生問題，依據消保法第五十八條，可處 6 萬至 150 萬元罰款。

(四) 後續因應措施與建議

消保會於收到消息後即與主管機關聯繫，瞭解業者已主動進行回收，即發佈新聞稿呼籲消費者不要再購買該產品，已購

買該產品者亦可向業者辦理退貨，若民眾發現該產品仍於貨架上銷售，可通知當地衛生單位及消保官進行處理。

消保會亦於第一時間責成會中消保官至大台北地區實地查核當時下架情形，同時通知各縣市政府之消保官與當地衛生單位進行聯繫，查核各縣市之銷售通路是否落實全面性回收。據本研究實地拜訪消保會瞭解，5月18日消保會抽查全省1,647家蠻牛通路商，約1,350家已完成下架，產品回收下架比率約達81%。以上回收成效值得建立回收標準流程之指引，但消費者無法於一般媒體得知下架回收及後續檢驗情況，建議消保會為主管機關需主動透過一般媒體或網路對外說明提供後續處理情況報告。

四、2005年8月真假蜂蜜事件

(一) 事件說明

2005年8月消基會出版之消費者報導月刊292期(2005年8月)「市售蜂蜜品質大多不佳」一文中指出，針對市面上的蜂蜜，消基會展開大規模的檢驗，結果抽檢了37種不同品牌蜂蜜，只有2種品牌在5項檢驗項目上(標示、澱粉酶值、蔗糖含量、HMF含量及酸度)完全符合乙級以上標準，不合格的比率高達九成五。然而是否消基會的報導皆正確、其檢驗機制是否健全、檢驗時是否有公正人士及業者參與，皆是業者欲以瞭解的地方。

(二) 對產業發展的影響

本計劃首先訪問所邀請國內專家學者擔任計畫諮詢顧問之一之美和技術學院食品營養系陳景川教授暨副校長得知，2005年由聯合報委託屏科大農水產檢驗中心市售蜂蜜檢測報告可知(2005/4/19)，當時擔任該中心主任、食品科學系教授陳景川指出市售蜂蜜大幅摻假，疑似摻糖漿及香料調製而成的合成蜜比率高達七成五，真蜜只有二成五。中興大學五年前也抽驗過超市蜂蜜，當時糖漿合成的蜂蜜比率為七成五。10年前屏科大也做過同樣調查，當時合成蜜占三成。調製合成蜜主要是以糖漿、香料，每公斤成本只要20元，約為上等蜜價格的十分之一，獲利可觀。

為保障消費者及蜂農權益，陳景川教授建議國內蜂蜜產銷應速建立檢測機制。一般農民自產自銷，蜂蜜絕少摻假，超市、賣場的蜂蜜因業者無法鑑定供貨商產品優劣，摻假機率高，因此抽驗取樣集中在賣場、超市。檢測由溫惠美、林欣生、黃文瑛、董明澄四位博士共同負責，由於蜜蜂採蜜會夾帶大量花粉，因此以蜂蜜每公克花粉數為測驗標準，每公克含花粉粒 2,000 粒以上即是真蜜，低於 2000 就是合成蜜。檢驗結果顯示，19 件中，真蜜僅有五件；有四件樣品的花粉粒竟然掛「零」，幾乎完全是糖漿加香料；另有四件樣品花粉粒在 20 到 60 之間，其餘 7 件每公克的花粉粒在 180 粒到 640 粒。判定為合成蜜中，有多件產品甚至標明「通過 ISO 國際認證」、「消費者協會食品評鑑金牌」甚至有「奧運(新聞、網站、商品)代表團指定產品」，還有知名賣場委託製售等等，消費者很容易誤信。

此外，本研究並訪問對產業有深入的瞭解之埔里宏基蜂蜜生態農場負責人賴朝賢¹先生，其指出消基會 292 期之消費者報導公布蜂蜜檢測結果，係委由未經國家認證且不瞭解產品特質之實驗室及專業人員檢測，且事後無法提供樣本供其他檢測單位交互確認，就發布「市售蜂蜜只有 5%合格」的訊息，經媒體頭條新聞報導，已對全省蜂蜜產業造成莫大的衝擊。所以賴朝賢先生自行採取一些自救措施，提出其所生產之蜂蜜絕無合成蔗糖之聲明，並發佈新聞稿，建議消基會重新檢測、抽驗外，也請消基會延聘有專業背景的專家來對各疑點做解讀，並提供辨別真假蜂蜜的方法。

依農委會官方統計資料瞭解，蜂蜜一年的產值雖然約為 10 億左右，且若考量果樹等農作物經蜜蜂授粉所創造出 100 億的附加價值，對農業貢獻頗大。在消基會報導之前，蜂蜜的批發價每台斤可達 70~80 元，但經錯誤報導後，宏基蜂蜜生態農場每台斤價格跌至只剩 30~40 元，客戶量亦跌至只剩三成左右，原本一天的營業額可達 10~20 萬，但該事件揭露後，每日營業額只剩 2~3 萬元，損失達千萬以上。今(2006)年因業者的努力，品質較好的蜂蜜，價格稍稍回升至 50 元/台斤，而品質差的蜂

¹ 宏基蜂蜜生態農場為 2005 年創意生活產業重點標竿，亦是經濟部輔導一千多家地方特色產業，3 家接受重點輔導產業中評等為第 1 名，因此選定其為我們的訪談對象。

蜜則仍只有 20~30 元/台斤，而過去一年的蜂蜜產量約可達 2 萬多台斤，但 2006 年到八月為止只生產幾千台斤左右。

(三) 案例追蹤分析

行政院消費者保護委員會(以下簡稱行政院消保會)於 2006 年 1 月 20 日抽樣養蜂場 36 件蜂蜜及觀光地區(含部分超市、水果行)17 件蜂蜜，合計 53 件市售蜂蜜樣品；檢驗結果顯示養蜂場 36 件樣本中有 22 件符合乙級以上標準，而觀光地區 17 件樣本中只有 2 件符合乙級以上標準。

經本研究主持人及共同主持人於 2006 年 8 月 4 日訪談消基會，且根據消基會 2006 年 9 月第 305 期消費者報導雜誌抽樣調查 2006 年 6 月間，於大台北地區的量販店、超級市場、農會超市與福利中心等處，採得龍眼花蜜、百花蜜、梨花蜜、蜂王乳蜜、野蜂蜜等多種蜂蜜商品共 28 件，發現在酸度、HMF(羥甲糠醛)含量、澱粉酶與蔗糖含量等 4 個檢測項目上，有 8 件皆符合甲級或乙級蜂蜜的標準，但其餘的 20 件則有 1 項或 1 項以上不合標準，有逾 7 成 1 的市售蜂蜜不符合 CNS 國家標準，竟還有 3 件樣品的 HMF(羥甲糠醛)含量竟超過乙級蜂蜜容忍標準值 4 倍以上，品質頗糟，顯示市售蜂蜜在品質上仍有很大的改善空間。

(四) 業者建議

業者建議提出民間消保組織依消保法第 28 條，應建立檢驗規範標準作業程序，如下：

1. 品質及貨源清楚標示，區分進口、國產及合成蜜合成的比率。
2. 託檢測單位應取得檢測產品之國際認證，否則不得自行或提供他人檢測結果隨意發布，違者應由政府單位(公平會)主動追究其責任。(資格條件)
3. 相關產品受託檢測單位之檢測人員應具檢測該產品經驗及專業執業執照，否則不得接受委託檢測，違者應由相關政府單位主動追究其責任，並負損害賠償之連帶責任。(專業能力)

4. 委託或受託檢測單位樣品取樣時應會同政府或具公信力單位共同取樣二式，一供檢測，一式封存備用。(採樣公正)
5. 委託或受託檢測單位檢驗如發現產品瑕疵時，應加送第二個檢測單位(最好是政府指定之檢測單位)交互確認，始可公布，政府檢測單位基於保護消費者立場，應免費代為複驗。(最大謹慎)
6. 檢測結果發布前需與該項產品專業領域人員研商，瞭解產品特質及提示檢驗表，並與主管部門會商，最好讓業者有申覆機會，才不致於對整體產業造成無可彌補之傷害。(公聽瞭解)
7. 未來建議政府及早提撥足夠經費成立專責機制平台，產品檢驗回歸正常消保體系，由主管部門抽驗並公佈於網站隨時供消費者查詢。免除民間機構疑透過譁眾以募款，致檢測糾紛一起又一起，使產業隨時陷於危機。

(五) 後續因應措施與建議

2006年與2005年消基會對蜂蜜案例研究可知，消保月刊所列檢驗規範，標示「“產品比較試驗之樣品”是由市面購得，報告內容係根據實驗室試驗、使用測試，並綜合專家的分析、判斷得出結論，本超然、客觀、公正之原則給與評價。對某廠牌的評價乃指經測試的該樣品而言，並非指該廠牌所有同型號的產品，也非泛指該廠牌的所有其他產品。」

但若此消費者保護團體並未依法設置與檢驗項目有關之檢驗設備或委託設有與檢驗項目有關之檢驗設備之機關、團體檢驗之？尤其亦無規範若其事後因檢驗錯誤或草率發表而誤導消費者，引起社會恐慌，若造成產業崩盤因而所需受到的處罰，或規範所需負擔的責任？因此，目前受損的業者只能依民法獨自提出侵權賠償之訴，甚至消費者亦無法依消保法獲得資訊正確的保障而受損。

幾年來廠商販售合成蜜並未因消費意識抬頭有所收斂。這種魚目混珠的行為，衛生及農政單位幾乎沒有開罰紀錄。臺灣養蜂協會理事長江煥彬、常務理事劉琨明表示，臺灣蜂蜜年產

量僅夠全台約八個月的需求，在合成蜜猖獗下，如今蜂蜜市場有七成被這類產品攻佔，造成真蜜市場供過於求，已使自產自銷的農民生存面臨嚴重威脅。江煥彬指出，各地養蜂產銷班的產品多透過農會或自行展售，純蜜一公斤起碼要 250 元才夠本，許多大賣場一公斤裝的「蜂蜜」卻壓到百元以下的低價，可做為究竟是真蜜或合成蜜的參考。

目前消保法大多規範消費者保護團體之權利(第二十八條第一款至第十一款)，如第二十八條第一款為「商品或服務價格之調查、比較、研究、發表」，但對其義務之規範只有第二十九條：「消費者保護團體為從事商品或服務檢驗，應設置與檢驗項目有關之驗設備或委託設有與檢驗項目有關之檢驗設備之機關、團體檢驗之。」因此，建議在第三十一條「消費者保護團體為商品或服務之調查、檢驗時，得請求政府予以必要之協助」中加入「並應提出具公信力之相關檢驗證據且對所發表內容負責，若消費者或業者對所發表內容有疑異且確定為消保團體失責，則其應負損失賠償之責任」。

農糧署表示，臺灣蜂農僅 750 戶，年產蜂蜜 3,000 公噸至 6,000 公噸，生產的蜂蜜數量有限，多數均自產自銷，少有多餘的純正蜂蜜鋪到市售通路。農糧署已著手規劃「蜂蜜認證制度」，並輔導縣市政府落實蜂蜜品質評鑑，2006 年將陸續輔導蜂農進行蜂蜜認證。

由檢驗報導得知若 CNS 國家標準亦無法辯別假蜂蜜事件，則產銷履歷亦無法發揮功能，建議農委會為目的事業主管機關需主動透過一般媒體或網路對外說明提供後續處理情況，教育消費者認定統一標示規則，促進公平合理競爭條件，以利產業優質發展。

五、2005 年 9 月石斑魚檢出孔雀綠事件

(一) 事件說明

香港政府在 2005 年 9 月 2 日在來自臺灣的青斑魚檢出致癌物質孔雀綠，之後更打算從魚的代謝物全面抽檢還原型孔雀

綠時，漁業署緊急要求各水產品檢驗中心，抽驗高雄、屏東和台南三大主要產區內的養殖場，截至 9 月 15 日止，在臺南、高雄及屏東地區魚塭抽檢的 36 件樣品中，結果發現台南和屏東 2 縣市內 13 個養殖場的 14 件樣品，都驗出了還原型孔雀綠，屏東縣更有一家養殖場還同時驗出孔雀綠和還原型孔雀綠。2005 年 9 月 8 日台北市衛生局在消費市場加抽 10 件石斑魚檢體送藥檢局檢驗，於 9 月 14 日發現有 6 件檢體檢出孔雀綠。

(二) 對產業發展的影響

根據漁業署網站魚價歷年行情資料，石斑魚國內市場交易分為養殖、冰藏及冷凍石斑，交易量分別為 164 公噸、888 公噸及 49 公噸，養殖、冰藏及冷凍石斑之國內交易量占總國產量的 7.85%。

2004 年臺灣魚市場養殖石斑魚交易量為 204,599 公斤，2005 年因受石斑魚檢測出含有孔雀綠的影響，交易量只有 164,130 公斤，減少將近 20%。尤其以 2005 年 10 月及 11 月影響最大，交易量分別只有 2,050.8 公斤及 1,834.3 公斤。加權平均價格亦從最高的 219.2 元/公斤(2005 年 2 月)，跌至 65.4 元/公斤(2005 年 11 月)，跌幅達七成。

2004 年及 2005 年養殖類石斑魚國內市場交易量主要以台北市場為主，分別占總養殖類石斑魚國內交易量的 35.36%及 32.53%，但 2005 年 10 月以後，因受孔雀綠事件的影響，台北市衛生局採取暫時停止販賣處置。2005 年台北魚市場養殖類石斑魚交易量為 53,394 公斤，但至 2006 年 6 月為止，養殖類石斑魚交易量只有 716 公斤，占臺灣魚市場養殖石斑魚總交易量的 1%。

對石斑魚產業之衝擊方面，據報導，台北漁產公司總經理黃永信指出，驗出孔雀綠以前，台北漁產批發市場石斑魚到貨量曾經一度達到 2,000 公斤的紀錄，但事件發生後，石斑魚到貨量銳減為 300 餘公斤，而銷售量只有 180 公斤。且過去 1 斤要價 180 元至 200 元，為了提振消費者信心，只好降低利潤大促銷，降為每斤 160 元。

高雄縣永安鄉養殖漁業專區約 1,200 公頃，其中 350 公頃養殖石斑魚，年產石斑魚 8,000 公噸，以內銷為主，部分外銷日本、歐美，受到孔雀綠，高雄縣養殖漁業生產區發展協會總幹事陳文閣表示：以往永安石斑每天的出貨量大約 20,000 台斤，受毒石斑事件的影響，現在只剩下 1,000 多台斤，每天的出貨量比以往少了九成，雖然每年中秋之後進入結婚旺季，不過從大飯店到外燴業者，現在都改用鱸魚等其他魚類代替，讓石斑養殖業者很無奈(中廣新聞)。

屏東縣養殖石斑魚年產量約 9,000 公噸，養殖區面積約 710 公頃，以枋寮地區 237 公頃最大，其次是佳冬、林邊，東港地區也有一小部分，占全台石斑魚極大市場(聯合新聞網)。經實地訪談屏東縣養殖漁業生產區發展協會黃明宗總幹事表示，受孔雀綠事件影響，使得屏東縣從去年 9 月至今，整體產值差異達 100 多億，原本 1 台斤最高可賣 380 元，事件發生前還有 180 元/台斤，現在 1 台斤只能賣 70 元，但成本 1 台斤 125 元，每賣 1 台斤損失 55 元。

國產石斑魚因為孔雀綠事件，使得消費量大幅下滑，所幸外銷市場沒有受到太大的衝擊，冰鮮石斑維持住七成左右的外銷量，多半銷往香港、大陸以及日本等國，這些國家的檢驗標準沒有臺灣和歐盟那麼嚴苛。「養殖漁業漁產運銷合作社」理事主席陳振崑表示，國內消費量銳減可以理解，要復原還需要一段時間，但臺灣養殖石斑的技術在全球首屈一指，產業絕對不會因此垮台(中廣新聞張佳琪報導)。

(三) 案例追蹤分析

2005 年 10 月 5 日於屏東魚塢進行現場採樣，7 日上午檢驗報告出爐，其中有一池所採石斑魚經檢出含還原型孔雀綠殘留 12.6ppb，已超過歐盟標準，此為掛有安全標章的石斑魚被抽驗出含有孔雀綠致癌物殘留，此問題亦突顯出驗證機關檢驗流程仍有疏失，政府應加強管理。

(四) 業者的建議

屏東縣養殖漁業生產區發展協會於2005年9月15日緊急開會，針對孔雀綠事件，業者訂出短期和長期的自律公約。短期作法，請政府全面檢測上市前(在池)石斑魚孔雀綠藥物殘留，要求漁民加強石斑魚上市前的檢驗，並請運販、商販賣時，能出示檢驗證明。其次，請政府加強緝查禁止使用水產動物用藥，及加強水產飼料藥物殘留的監測。在遠程上，請漁民配合政府推動實施優良養殖場，生產履歷制度及建立品牌等工作，並在屏東養殖區增設水產品檢測儀器一組，降低檢驗費用；請養殖漁民加強魚池水質管理魚病防治工作，積極宣導正確用藥觀念。屏東縣政府農業局長黃振龍表示，未來內銷的石斑也將比照外銷石斑的檢驗機制，除了平時做養殖池的抽驗外，將在出售前要求養殖漁民有檢驗證明；同時，將請位於屏科大的水產品品質檢驗中心將檢驗價格從新台幣6,000降到2,000元，讓養殖業者能夠踴躍前往檢驗。

經2006年7月19日實際訪談屏東縣養殖漁業生產區發展協會總幹事黃明宗，綜合建議如下：

1. 政府在政策實行前應先宣導，並應訂定一明確標準，對於不能使用之養殖用藥應以負面表列列出，好使漁民能明確的瞭解。
2. 當事件發生後，希望政府相關單位能做風險評估，並做平衡報導，以消除社會大眾恐慌。
3. 國內外漁產品檢驗應一致，因為目前進口漁產品之檢驗並未如國產品嚴格要求。
4. 大陸走私進口漁貨充斥，嚴重影響國內漁產品檢疫。
5. 上市前檢驗大多委由國內大專院校實行或只交由學生檢驗，容易引起業者質疑，應交由專業驗證單位及專業人才檢驗。

(五) 後續因應措施與建議

自市售石斑魚檢出含有孔雀綠及其代謝物，行政院消費者保護委員會(簡稱行政院消保會)隨即於2005年9月20日邀請漁業署及行政院衛生署等主管機關召開「水產品藥物殘留之消

費者保護事宜」會議，並決議請漁業署，除儘速對檢出含有孔雀綠及其代謝物案件辦理複驗，對違法使用禁藥之養殖戶處以重罰外，並應儘速檢討相關職掌法規，以便落實管理。

為宣導漁民正確用藥知識，避免使用違禁藥品，漁業署已函請各相關單位檢視所編印之水產養殖訓練講習教材等資料，如有不符「動物用藥品管理法」之相關規定者，應儘速修正，例如像孔雀綠、富來頓(硝基夫喃)、甲基藍等對人具致癌性，部分漁業團體之講習教材考量其殘留期，說明禁用於養殖中的魚類，但對魚卵、魚苗部分仍建議使用，造成負面的教育效果，且違反相關規定，對此該署已加強檢討並立即要求改善。

為保障消費者食用水產品安全，並落實養殖魚類上市前衛生品質管理，農委會已自 2005 年 10 月 1 日起推動實施「養殖水產品上市前安全管理措施」，由漁業署、水產試驗所、動植物防疫檢疫局、地方政府及漁業團體，全面展開「養殖水產品上市前用藥抽驗行動計畫」，將於 6 個月內大規模進行上市前水產品藥物殘留抽檢(全國魚塭抽驗比率 20%)。同時於 10 月 23 日及 24 日舉辦水產品採樣人員 110 人次講習訓練及編印安全管理宣導教材及海報，並於 10 月 28 日後推動 20 場次宣導用藥宣導教育及抽檢活動。

六、2006 年 2 月生魚片添加一氧化碳事件

(一) 事件說明

聯合報於 2006 年 2 月 20 日報導，根據高雄市政府衛生局市售生魚片的抽驗結果顯示，19 件生魚片中計有 6 件(鮪魚及鯛魚各 3 件)檢出，其比率達 31%。一氧化碳未經衛生署公告核准為食品添加物，該事件使用行為係違犯食品衛生管理法第十二條規定，依同法第二十九條及第三十三條之規定，違規使用產品應沒入銷毀，該行為人應處新台幣三萬元以上十五萬元以下罰鍰。

美國食品暨藥物管理局(FDA)，並未禁止美國肉品業者使用一氧化碳。但在歐盟，早就實施禁令。根據歐盟食品科學委員會在 2001 年的一份報告，只要肉品在儲存與運送的過程中，

以低溫保鮮，避免細菌生長，雖然灌一氧化碳，還不至於危害健康，但委員會也警告，一氧化碳可以掩蓋壞掉的肉品。

高雄海洋科技大學水產試驗中心教授周照仁則澄清，他從來沒有說過生魚片添加一氧化碳對人體健康有害，也不認為生魚片不可添加一氧化碳，而是有些國家已訂出標準，但國內長期漠視沒有訂出標準，也沒有開過罰單，如今衛生署因地方衛生單位抽樣，而決定全面嚴格處罰此類行為，似乎讓民眾更混淆，不知如何適從？

衛生署食品衛生處代理處長蕭東銘表示，一氧化碳可以讓魚肉的色澤保持鮮紅，掩飾魚肉的生鮮度，因此，台、日、歐盟等地未獲准用，美國 FDA 則有條件使用，核准 69.6%的氮、30%二氧化碳、0.4%一氧化碳的混合配方。

林口長庚醫院毒物科主任林杰樑表示，一氧化碳若與魚肉中的血紅素、肌紅蛋白結合，魚肉就會變得異常鮮紅，讓消費者誤以為肉質新鮮，且效果持續非常久，不過，一氧化碳只能保色、無法保鮮，縱使魚肉看來紅潤、鮮艷，卻很有可能已經腐敗、孳生細菌。

一氧化碳與肌紅蛋白結合後，就會轉變成羥基肌紅蛋白，進入人體胃部即會被分解，對健康並沒有任何危害，加工生魚片對人體最大的危害，還是在於潛在的食物中毒危機。

尤其是紅肉魚，肉中組織胺原高，一旦變質，細菌孳生速度特別快，也會釋出大量組織胺，而生魚片不經烹調，極易導致食物中毒。林杰樑說，輕者拉肚子、噁心或嘔吐，抵抗力差的老人、小孩，若感染致命細菌，嚴重者甚至會引發敗血症，賠上一條命。

(二) 對產業發展的影響

臺灣近三年吳郭魚出口量在 2004 年 11 月時為 5,077 公噸最高，2006 年 2 月受到生魚片添加一氧化碳的影響，使得出口量只有 2,574 公噸，較 2006 年 1 至 5 月平均出口量略減約二成左右。我國吳郭魚出口主要以美國市場為主，最高單月出口至美國市場比例可達八成，平均出口比例約六成。

(三) 案例追蹤分析

為防止養殖業者恐慌性出貨，造成魚價崩盤，臺灣鯛協會於 2006 年 2 月 21 日邀集業者研商對策，尋求解決之道。

衛生署已在 2006 年 2 月 27 日邀集相關業者及部會舉行座談會，會中業界普遍希望衛生署參考美國的管理規定，將一氧化碳列為合法食品添加物，讓加工業者得依實際需要適量使用。

衛生署食品衛生處、行政院農業委員會漁業署於 2006 年 3 月 3 日下午在衛生署召開聯合記者會，表示臺灣各地衛生局展開稽查，共有 112 家魚販及魚肉加工廠的現場並未見一氧化碳機具，但抽檢的 36 件魚體卻有 7 件經一氧化碳處理，不合格率近兩成，顯示業者仍私下使用。

(四) 後續因應措施與建議

根據 2006 年 2 月 20 日臺灣鯛協會江福松執行長發表之新聞稿，表示目前尚未有科學數據證明食用一氧化碳增色魚片後或是食用多少數量的魚片，確實會對人體造成傷害？鯛魚片加工業者之所以會使用一氧化碳來增色，主要的原因是「市場的需求」，消費者偏好顏色鮮豔的外觀。消費者能接受不使用一氧化碳的魚片，對於業者而言反而是減少成本和生產流程，因此問題重點在於消費者的觀念和接受度。

另，過去幾年來農委會和漁業署陸續提供經費給臺灣區冷凍水產工業同業公會和高雄海大周照仁教授進行「不使用一氧化碳但能增色的技術研發」，已有初步的成果，國內部分加工業者亦表達願意接受研發單位的付費要求，而能使用其技術。因此，引用臺灣鯛協會提出以下建議：

1. 衛生署在未建立檢驗方法和標準、提供一氧化碳對人體健康影響的科學數據、及地方檢驗機器和人員配置等之前，能夠給予緩衝期間，而不貿然立即給予行政上的取締處罰。
2. 鑒於儀器檢驗誤差和一氧化碳自然殘留，建議衛生署能比照日本，儘早訂定出檢驗方法和標準，以讓加工業者有所遵循。
3. 建議衛生署加強取締「境外品」和「地下工廠」鯛魚片產品，

而非僅針對合法立案的加工廠。

4. 臺灣鯛協會將在相關單位指導下，協助輔導業者進行包裝上的標示，例如區隔出「生魚片」和「熟食魚排」產品等級，以及「不使用一氧化碳」的標示，提供充分產品資訊，以利消費者的選擇。

七、2006 年 5 月磁性積木組合玩具事件

(一) 事件說明

「Magnetix 磁石塑膠積木」價格低廉且具啟發性，自 2003 年 9 月至 2006 年 3 月在美國販售以來，即擁有相當大的消費市場。但因在美國已引發其中包括 4 起嚴重傷害，及一名 20 個月大兒童因吞食 2 顆磁珠，而導致死亡等 34 起意外案例。因此，CPSC 於 2006 年 3 月 31 日發佈緊急召回公告，而購買此一產品之消費者除應立即停止使用外，可至 Rose Art 公司免費換取另一適合 6 歲以下兒童使用的產品。

2006 年 5 月 23 日行政院消費者保護委員會於官方網站消保資訊公告，美國消費性產品安全委員會 (Consumer Product Safety Commission, CPSC) 以安全之理由，宣佈回收由 Rose Art 公司進口、中國大陸製造之「Magnetix 磁石塑膠積木」。

(二) 對產業之影響

在臺灣方面，玩具反斗城(亞洲)有限公司已宣佈回收於我國販售之該項產品。國內現在雖已無販售「Magnetix 磁石塑膠積木」組合玩具，但仍不排除在該類型玩具盛行之際，已有多數消費者購買此一品牌之磁性積木組合玩具。另磁性積木組合玩具在國內亦甚受消費者青睞。此種磁力玩具之磁珠，體積不大，一旦脫落，遭兒童不慎吞入，將因磁珠無法消化，而留在腸臟內被其他纖維黏附；若不慎吞入不只 1 顆，則將因腸內磁珠互相吸附之結果，造成腸道之阻塞，危害兒童身體之健康，甚至禍及性命。

(三) 後續因應措施與建議

行政院消保會除已洽請經濟部標準檢驗局應落實為該類玩具應施檢驗品目之職責外，亦要求經濟部應加強對網路，以

及市售該類玩具標示(包括年齡限制、使用方法及警告標示)之查核；對於違規業者，應依商品標示法予以嚴懲(新台幣 2 萬元以上 20 萬元以下罰鍰，並得連續處罰)外，更呼籲曾購買或現在使用該類玩具之家長、安親班、幼稚園及兒童遊樂設施業者，不可忽略該類玩具的危險性，務必小心提供給適齡兒童使用，以免發生遺憾。

另由上述事件說明，可知美國 CPSC 於 2006 年 3 月 31 日即發佈緊急召回公告，而臺灣消費者於當年 5 月 23 日方由消保會官方網站獲悉該相關資訊，可看出臺灣與國際消費安全資訊通報間存在時間落遲，未來如何建構更為迅速有效的國際通報系統亦為落實消保工作之重要標的。

八、2006 年 9 月美國毒菠菜事件

(一) 事件說明

美國疾病管制中心(CDC)2006 年 9 月通報 E. coli. O157 : H7 案例，食品和藥物管理局 2006 年 9 月 15 日首度通報目前肆虐美國的大腸桿菌罪魁禍首最可能是菠菜，此次暴發的大腸桿菌感染與“自然選擇(Natural Selection)”食品公司生產銷售的袋裝菠菜有關，警告全美居民不要再吃菠菜。

美國各超市已撤下貨架上的袋裝菠菜，一些超市甚至清除了所有新鮮菠菜。加拿大食品檢疫局也發出警告，提醒加拿大人不要吃從美國進口的新鮮菠菜。各大商店也都已將美國菠菜下架。專家說，清洗並不能去除菠菜裡的細菌，只有“煮透”後，菠菜才可安全食用。

美國最大的有機食品企業“自然選擇”食品公司在其網站上發表聲明，表示將自願召回其保存期限在 10 月 1 日前的所有含菠菜產品，並暫時停止菠菜生產，這些產品在美國、墨西哥和加拿大均有銷售。

美國藥管局官員表示，大腸桿菌感染病例數上升迅速，截至 15 日已經有 100 例感染病例，1 人死亡、14 人腎臟損傷、至少 94 人因此住院治療。發現大腸桿菌感染病例的州也已擴大到 20 個。其中威斯康辛州“受災”依然最為嚴重。

(二) 對產業之影響

“自然選擇”食品公司位于加利福尼亞州的聖胡安包蒂斯塔市，為美國最大的有機食品生產商和供貨商，美國約四分之一的超市出售其生產的蔬菜。

雖然只有該公司召回產品，但是卻禍及所有菠菜甚至綠色蔬菜。美聯社說，感染暴發後，美國消費者對所有綠色蔬菜都唯恐避之不及。美國農業部門專家懷疑污染來自加州蒙特雷縣，因該地種植的菠菜占全美一半以上，美國每年種植菠菜約為 2.25 億公斤。此次事件將對加州經濟產生影響。加州出產的菠菜約占美國總產量的 68%，一名當地官員表示，2005 年加州菠菜總產值約 1.06 億美元。而今年菠菜成為可怕的“傳染源”，勢必會對當地經濟產生不良影響。(新華社特稿唐彧 <http://news.sina.com/nanfangdaily/105-103-102-103/2006-09-16/21141326022.html>)。

(三) 後續因應措施與建議

在臺灣方面，衛生署於事件發生時即著手控管，要求我國販售「Natural Selections」食品公司菠菜產品之各賣場接獲訊息即應將產品全面下架，並立即請經濟部標準檢驗局加強該廠進口產品之輸入查驗，就其微生物(O157)為逐批檢驗項目，至事件澄清為止。同時，責成地方衛生局加強稽查，以確認該產品全面下架，並將抽樣送本署藥物食品檢驗局檢驗。有效區隔國產菠菜及進口品，不致因該起毒菠菜事件造成國內市場的恐慌。然而，食品中毒將嚴重影響消費者安全，臺灣尚缺乏進口食品標準檢驗流程，為避免未來再次發生類似事件，應即早建制進口食品標準檢驗流程。

依 USDA 經濟研究服務部門(Economic Research Service, ERS)之估計，E. coli. O157 造成約一年 73,480 個案例及 US\$431,444,157 之年損失²，每個案例平均損失從 US\$27 至 US\$6,557,430，其相對發生機率則為 78.4649%及 0.05177%。

² 對於所有 STEC O157 疾病的估計是以 2005 年的金額為基期，不只限於藉由食物傳播的疾病，亦包括由 STEC O157 疾病併發引起的出血性大腸炎及併發溶血性尿毒症候群等嚴重的疾病成本，和因併發溶血性尿毒症候群引起的末期腎臟病之慢性疾病成本，此類慢性疾病會造成生命期限的縮短。此估計亦包括因疾病所造成的醫療成本、洗腎及器官移植成本、因非致命疾病造

沙門氏菌(Salmonella)所引起一年 1,397,187 個案例及 US\$2,387,251,191 之年損失更為可觀。平均而言，每個案例平均損失從 US\$47 至 US\$5,109,018，而其相對發生機率則為 87.6437%及 0.0297%。以上之估計皆須完整之疾病管制中心通報體系及經濟機會成本及效益之評估分析，此官方之估計不僅提供政府注重消費安全對消費者福祉之影響，並可提供消費者受損時與廠商訴訟之求償依據，對廠商自願性召回產品之相對責任之訴求更有說服力。

九、2006 年 10 月海外渡假村會員卡消費糾紛事件

(一) 事件說明

消保會為保障消費者權益，指定交通部觀光局為海外渡假村會員卡(權)的中央主管機關，並於 2006 年 10 月 16 日協同討論通過觀光局所研擬之「海外渡假村會員卡(權)定型化契約範本」，並於同年 10 月 30 日於觀光局行政資訊觀光法規中公告「海外渡假村會員卡(權)定型化契約範本」之完整內容，提供民眾下載。

分時度假在歐美國家已蔚為風行多年，但此種旅遊模式或不完全適合國人的旅遊習慣。因此，業者為招募臺灣會員，多以參加說明會即可獲得數位相機、電腦及旅遊招待券等方式吸引潛在顧客，並適時提出當日簽約可享高額折扣之優惠，誘引其購買意願。

消費者在不甚瞭解產品特性且未考慮周全的情形下簽約，當場支付訂金後，於返家審閱契約時發覺並無實用性，而要求依消保法特種買賣第 19 條規定，郵購或訪問買賣之消費者，對所收受之商品不願買受時，得於收受商品後七日內，退回商品或以書面通知企業經營者解除買賣契約，無須說明理由及負擔任何費用或價款，解除契約退會還錢，但多遭業者百般刁難或予以拒絕，因而衍生事後解約退款等糾紛。(臺灣大紀元時報 <http://www.epochtimes.com/b5/4/11/10/n713442p.htm>)

成無法工作之時間成本及過早死亡的成本。此 ERS 估計不包括一些潛在成本，如為身體上有缺陷或學習上有困難的學生提供的特殊教育、療養院、旅行、兒童照管及忍受疼痛的成本。

(二) 對產業之影響

「分時度假」於 1967 年在歐洲開始發展，至 1970 年代，石油危機湧現，許多建築開發業者必須尋找新的銷售模式。因此，此來自阿爾卑斯山的度假理念也開始在世界各地萌芽，並在美國獲得最大成功。以 1974 年成立且目前為全球最大的分時度假體系美商 RCI 為例，迄今已在全世界 36 個國家設有辦事處，至 2004 年底為止，30 年來已經為超過 8,200 萬人安排過行程，平均每一年就要服務 273 萬名遊客，每天就要服務 7,488.5 人。

近幾年來，隨著國民所得提高與週休二日實施，休閒旅遊已成為現代人生活中必要的營養劑，光是國內旅遊似乎已漸漸無法滿足消費者的需求，然而在目前分時度假糾紛不斷及法令訂定不周延的情況下，此類旅遊是否會如歐美國家一樣普遍受消費者的青睞，尚不得而知。然而，若未來法令明確，消費者在能安心消費並能得到滿意服務情況下，或許能使此類旅遊在國內慢慢風行，而使此類產業快速的發展。

(三) 後續因應措施與建議

公平交易委員會鑒於國外度假村會員卡在我國市場尚屬新興產品，一般民眾對此項產品所涉之權利義務關係及運作方式尚未完全掌握，而銷售業者亦未能瞭解公平交易法相關規範，致此類交易頻生糾紛。為維護市場交易秩序，於 1999 年 10 月 6 日公布「行政院公平交易委員會處理國外度假村會員卡銷售事業銷售行為導正原則」；又配合行政程序法之公布施行，並參酌該產品市場狀況及交易特性，另於 2002 年 12 月 12 日整編前開導正原則為「公平交易法對於國外度假村會員卡銷售行為之規範說明」，俾使相關業者知所行止，同時作為公平交易委員會處理相關案件之參考，並於 2004 年 10 月 28 日進一步發布「修正國外度假村會員卡銷售行為之規範說明」。

依公平交易法第 24 條規定，事業不得為足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平行為，國外度假村會員卡銷售業者未辦理抽獎而以贈獎之陳述，招徠消費者與之交易、以電話招徠消費者進行交易而未告知銷售會員卡之目的、不當陳述會員之權利

及義務內容、不當陳述渡假村實際狀況、不當陳述會員卡之限時優惠價格、契約未揭露消費者解除契約之權利及方式、要求消費者預付訂金始得審閱契約等，倘若經公平會調查認定違反公平交易法者，依據同法第 41 條規定，得限期命其停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣 5 萬元以上 2,500 萬元以下罰鍰。(公平會修正國外渡假村會員卡銷售行為之規範說明，2006, <http://www.ylib.com/class/topic3/show1.asp?No=57689&Object=travel>)

十、2006 年 11 月健身房(體適能中心) 定型化契約消費糾紛事件

(一) 事件說明

依據行政院體育委員會 2002 年公布之健身房(體適能中心) 定型化契約範本雖有明確規範健身房(體適能中心) 定型化契約之內容，但只供業者及消費者參考，並無法律效用。易因強勢銷售的業務方式，加上富有彈性的收費方式而衍生各種消費糾紛，最常見的消費糾紛如解除會籍及退費標準不合理、收取過高之違約金、業者自定免責條款、口頭承諾與契約約定不符等。

(二) 案例追蹤分析

因此為規範此類健身房(體適能中心)之業者，依消保法第 17 條，中央主管機關得選擇特定行業，公告規定其定型化契約應記載或不得記載之事項。因此於 2006 年 11 月草擬著手制定健身房(體適能中心) 定型化契約應記載及不得記載事項，目前仍在草案階段，本草案業經行政院消保會完成審查，將於近期提報行政院消保會委員會議討論，俟通過後由主管機關辦理公告事宜，只要係屬提供健身房服務之業者皆有適用，無論名稱是否使用健身房或體適能中心，違反前項公告之定型化契約，其定型化契約條款無效。企業經營者使用定型化契約者，主管機關得隨時派員查核。

根據定型化契約中消費者所繳費用期限超過一年，且金額超過 5 萬元者，業者應就超過 5 萬元部分，提供銀行履約保證、開立信託專戶管理，或經主管機關許可之履約保證等其中一種履約保證機制。

為確保消費者正確使用健身器材，在應記載事項中，規定十分詳細，從收費方式到消費者如何使用器材，全都詳細規定。要求業者應配置合格教練或指導員，提供專業指導。消費者於繳納入會費後七日內，如未使用業者設施，得要求解約並退還已繳費用；如屬郵購或訪問買賣者，仍有七日猶豫期間之適用。若遇出國、懷孕、服兵役、職務異動而遷居，疾病或身體不適不宜運動等事由時，消費者得向業者辦理暫停會員權，停權期間免繳月費，會員權有效期間則順延。

另，消費者因個人事由欲終止契約時，業者應以比例退費，並收取不超過退費金額 20%之手續費。若雙方沒有約定時，要以最有利消費者的計算方式為之。此外，如果業者提供的服務或設備有缺失，經主管機關限期改善仍未改善，或業者單方要求終止契約者，業者除比例退費外，不得收取任何費用。

(三) 對產業之影響

業者指出因每家健身俱樂部的等級不同，不能用一套標準規範所有業者。且部分契約內容完全違背商業經營常識，可能就算消費者使用不當，也要業者賠償。因此，在法規的訂定上，除了考量保護消費者，亦應兼顧產業的發展。

經由諮詢體委會法規組及設備組，瞭解體委會與相關業者協商，本草案並不涉入廠商訂價策略之任何規範，認為此部分係以業者經營成本為考量，在具有等值對價關係下，當業者提供較高品質服務其索取價格亦相對較高，例如區分會員使用設備等級、尖峰離峰定價等差別取價部分，則以要求標示清楚。

此外，若發行禮卷，則依民法第 125 條，其請求權期間有 15 年，不得事前設定使用請求權期限，但如兌換項目逾期無法提供時，廠商需負責依等值對價關係處理。但會員卡使用期限則，此係屬於業者與消費者事先約定的契約，並不受此規範。

十一、2003 年至 2006 年臺灣地區瑕疵車輛召回案例

(一) 事件說明

依 2003 年 2 月 12 日環署空字第 0920009175 號令發布汽車召回改正辦法，其第一條明訂本辦法依空氣污染防制法

(以下簡稱本法)第三十七條規定訂定之，為僅涵蓋使用中汽車污染排放之結果進行召回改正。

依公路法 (2003 年 7 月 2 日修正)第 63-1 條：「電車或汽車、車身製造廠及電車或汽車進口商、進口人，對其已出售之電車或汽車，於有事實足認有重大危害行車安全之虞時，應即召回改正。中央公路主管機關認為電車或汽車、車身製造廠及電車或汽車進口商、進口人提供之電車或汽車有重大危害行車安全之虞時，經進行調查及確認後，應責令製造廠、進口商或進口人將已出售之電車或汽車限期召回改正。前二項電車或汽車之安全性調查、召回、改正、監督及管理等等事項之辦法，由交通部會商行政院消費者保護委員會及有關機關定之。」

雖然目前消保法已可約束車商召回改正，不過沒有專門類別的詳細規範，交通部決定比照美國、日本等國家訂定專法，明文中規定汽車召回改正的細節，讓車商不能再息事寧人，或拒不承認相關瑕疵或錯誤。

因此，交通部 2004 年 11 月正式發布實施針對汽車召回所訂定的專法「汽車安全性調查及召回改正監督管理辦法」，往後民眾申訴車輛安全有疑義時，交通部將可委託專業機構強制調查，必要時責令車商召回汽車改正，消費者權益將更獲保障。

(二) 對產業之影響

臺灣交通部所主導汽車召回包括兩種型態，一種是車商主動發現，公告通知車主要求車輛回廠處理；另一種則是民眾申訴車輛安全有疑義、達到一定數量時，交通部將依法委託車輛測試研究中心，以專業機構的角度展開安全性調查，並要求車廠說明，如果確有重大危害行車安全之虞時，將責令車商將已出售的汽車召回改正。

「汽車安全性調查及召回改正監督管理辦法」以消保法及公路法做為處罰依據，如果車商拒絕、規避或阻撓有關汽車安全瑕疵資料的蒐集或調查，將依消保法第五十七條處以新台幣三萬元至三十萬元罰鍰。

如果車商未依規定提出汽車安全瑕疵召回改正計畫或通知召回改正者，將依消保法第五十八條處以六萬元至一百五十萬元罰鍰；如果車商未在限期內完成召回改正，則依公路法第七十七條之一第五項，處以三十萬元至一百五十萬元罰鍰，並得按次連續處罰，必要時得停止其製造、進口或銷售。

這項辦法中明訂，交通部將授權委託車輛專業技術機構，蒐集汽車安全瑕疵案件資料，進行判斷分析。因此，交通部於2004年委託財團法人車輛研究測試中心(以下簡稱車測中心)，將「車輛安全資訊網」重新改版，達到國際相關網站水準，並與美國、加拿大、歐洲、日本等四個先進國家車輛安全資訊網站連結，民眾可即時主動查詢全球車輛召回情形、車輛安全測試等相關訊息，也可瞭解車輛安全與發展趨勢，改版建置的「車輛安全資訊網站」於2005年8月16日上線啟用。【大紀元2005年8月16日報導】

此外，交通部於2005年6月委託車測中心辦理車輛召回改正作業。依據「汽車安全性調查及召回改正監督管理辦法」第18條規定，汽車、車身製造廠及汽車進口商、進口人辦理汽車安全性召回改正，應於公告及通知書之內容明顯處，以顯著字體註明「安全性召回改正」等文字及應至少載明召回改正之相關內容(如製造廠、進口商或進口人名稱、地址、汽車廠牌、車型、改正項目、安全影響說明及召回改正費用由製造廠、進口商或進口人負擔等說明)，因此，車商於召回時，應於報紙揭露上揭訊息，並通知車主回廠改正；此外，車測中心業已建立該資訊網，消費者只要進入車測中心網站之「車輛安全資訊網」(網址：www.car-safety.org.tw)，即可查詢世界各車廠之瑕疵車輛召回資訊。

(三) 後續因應措施與建議

本研究約訪相關財團法人車輛研究測試中心及交通部路政司監理科等相關行政單位，以瞭解汽車召回其後續處理及產業損失情形。於2004年11月12日訂定之「汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法」公佈前，汽、機車召回的案件共計有58件，召回車輛數為256,442輛(汽機車總和)；在辦法公佈後，汽、機車召回案件為22件，召回車輛數為121,920輛；2006年汽、機車召回案件共計有27件，召回車輛數為25,401

輛，如表 3-5 所示。相較於辦法公佈前，召回案件件數方面有減少的趨勢。另外，MITSUBISHI 車廠(包括進口及國產)在辦法公佈之前、後以及 2006 年，其召回案件都顯著較其他車廠多。

表 3-5 財團法人車輛研究測試中心已列案汽車安全性召回
改正案 (2003~2006)

汽車召回時間	召回案件件數	召回車輛數目	廠牌
辦法公佈前 (2003~2004 年)	58	256,442	哈特佛、Nissan、Toyota、Mitsubishi (國產)、M.Benz、Mitsubishi (進口)、Subaru、Peugeot、Jaguar、LAND ROVER、Saab、KIA、JEEP、CHRYSLER、CITROEN、LEXUS、VOLVO、FORD、MAZDA、MERCURY
辦法公佈後 (2005 年)	22	121,920	國瑞、Mitsubishi (進口)、FORD、MAZDA、Mitsubishi (國產)、SAAB、FORD、M.Benz、三陽、TOYOTA、SUZUKI、MAZDA、VOLVO
2006 年	27	25,401	NISSAN、SAAB、LEXUS、VOLVO、TOYOTA、MITSUBISHI FUSO (進口)、ISUSU、CHRYSLER、MITSUBISHI FUSO (國產)、BMW、YAMAHA
總計	107	403,763	

資料來源：財團法人車輛研究測試中心

在 2003 年在臺灣汽機車召回事件發生 58 起中以三菱汽車的 19 起為最多，三菱汽車所召回的汽車總數為 145,330 輛佔該年全臺灣召回車輛總數的 56.7%。主要的原因是日本四大車廠之一的三菱(Mitsubishi)汽車在 2003 年 10 月 24 日爆發疑似隱

瞞製造品質的醜聞，在日本造成多起車輪脫落事故發生，日本警方並主動調查且認定該公司已長期刻意隱瞞車輛在製造時的品質不良。因此 Mitsubishi 主動進行免費的召回、檢驗及換新的服務，總計包含使用相關零件的車輛共召回全球超過 140 萬輛汽車。

醜聞以及召回事件在 2003 年年底爆發之後，日本本土 Mitsubishi 汽車銷售數量大幅的下滑，從 2003 年的 358,000 輛，減少到 2004 年的 226,000 輛，減少了 36.9%。在北美洲的銷售數量也自 2003 年的 238,000 輛，減少到 2004 年的 145,000 輛，減少了 39%。臺灣地區也從 2003 年的 86,000 輛減少到 2004 年的 78,000 輛，減少了 9%，全世界的總銷售數字從 2003 年 1,509,000 輛到 2004 年 1,322,000 輛，全球總銷售數減少 12.4%。

醜聞以及召回事件在 2003 年年底爆發之後，日本本土 Mitsubishi 汽車銷售數量大幅的下滑，從 2003 年的 358,000 輛，減少到 2004 年的 226,000 輛，減少了 36.9%。在北美洲的銷售數量也自 2003 年的 238,000 輛，減少到 2004 年的 145,000 輛，減少了 39%。臺灣地區也從 2003 年的 86,000 輛減少到 2004 年的 78,000 輛，減少了 9%，全世界的總銷售數字從 2003 年 1,509,000 輛到 2004 年 1,322,000 輛，全球總銷售數減少 12.4%。

在營業的利潤上，2003 年全球的營業情形從虧損 969 億日圓到 2004 年虧損 1,285 億日圓，營業虧損增加 32.6%，也顯示出醜聞事件對於 Mitsubishi 汽車公司造成了非常大的損失。

在總資產上面，Mitsubishi 汽車在 2003 年的總資產為 24,254 億日圓，在 2003 年年底醜聞爆發之後，日本 2004 年的消費者對於 Mitsubishi 品牌本身的信任度幾乎跌到谷底，大股東 DaimlerChrysler 2004 年 4 月決議不再對 Mitsubishi 增資。

Mitsubishi 汽車 2004 年在北美洲及日本本土汽車的銷售量都有非常顯著的減少，受到日本本土以及北美洲的營利情形影響，Mitsubishi 公司在總資產上不斷減少，到 2004 年總資產為 20,290 億日圓，2005 年總資產降為 15,893 億日圓，在 2005 年 Mitsubishi 公司的總資產，約只為 2002 年，醜聞事件爆發前的 55%。

在日本的日經股市之中，三菱自動車(三菱汽車日本上市的股票名稱)股價也隨之大跌，從 2004 年 4 月股價開始一路下滑，到了 2004 年 8 月時到達最低點，股價從 350 日圓的高點，一直到達 72 日圓的最低點，股票的市場價值減少了 79.5%。

日本三菱汽車過去 20 年來隱瞞一些車輛缺陷的事實，導致聲譽破產。像汽車這種耐久財，使用期間相當長，或許可以在短時間內隱瞞車輛缺陷問題，而不至損失大量金錢來召回檢修，但缺陷問題最後還是需要去面對，拖的時間越久反而需更多的金錢來解決問題，甚至連自己的商譽都賠進去。

第三節 小結

隨著自由化及國際化的腳步逐漸加快，落實消費者權益的保障，日形重要。臺灣消費者保護法於 1994 年 1 月 11 日完成立法程序，使我國在消費者保護邁入一個新紀元。同年，行政院依據消費者保護法第 40 條規定，於 7 月 1 日成立消費者保護委員會(簡稱消保會)，做為研擬及審議消費者保護基本政策與監督其實施之機關，負責綜合協調及監督各目的事業主管機關。

然而，行政院消保會並不是消保法第六條所謂之主管機關，不直接實際負責執行，有關之消保措施、方案，均賴中央目的事業主管機關、省(市)政府及縣(市)政府負責推動。所謂主管機關，因消費性質、標的之不同，分屬於各相關目的事業主管機關，共有 13 個部會。食品類產品由行政院衛生署或行政院農業委員會等相關部會負責；非食品類部分則由各部會主管機關負責。

本章除已就臺灣官方消保組織功能及作法進行探討之外，另外為瞭解近三年消費安全議題的發展情況，除了政府機關(包括消保會及衛生署)所發佈之相關事件，亦蒐集民間消保單位(消基會及汽消會)近年來所檢驗調查之結果，並針對未包含於前述二者之社會消費新聞等進行彙整。因此，本研究在近三年對國內消費者人身健康安全有重大影響及重要消費事件中，擇出 11 項重大消費安全與消費公平較具爭議之事件，分別依事件經過、對產業發展的影響、案例追蹤分析、業者的建議及政府的因應措施進行說明。

第肆章 提升臺灣消費安全相關政策之研提

第一節 臺灣與歐美消費安全回收制度之法令與機制之比較

當消費者安全受到威脅時，完善的回收制度為損害控制的最後一道防線，因此本節將進一步探討比較美國與臺灣回收制度、強化消費安全的具體法令與現行措施。以下針對食品、非食品及汽車等三類回收制度進行比較，如表 4-1 所示。

表 4-1 美國與臺灣回收制度比較表

美國		臺灣	
主管機關	相關回收法規	機關	相關回收法規
FDA (食品)	<p>1. 根據美國聯邦法律 title 21: Food and Drugs 其中 part 7: ENFORCEMENT POLICY 之下條款 7.40~7.59 為 Subpart C - Recalls (Including Product Corrections) - Guidance on Policy, Procedures, and Industry Responsibilities 其中 part 107: INFANT FORMULA 之下條款 107.200~107.280 為 Subpart E—Infant Formula Recalls 規定：</p> <p>(1) 廠商須擬定初步召回，包括回收策略，評估效率，回收分類</p> <p>(2) 建立回收之通訊設施，並迅速通知直接影響之客戶。</p>	行政院衛生署	<p>1. <u>食品衛生管理法</u>，主要規定食品(包括食品添加物)之包裝，標示等產品資訊，並對食品檢驗抽查提出一定標準(由藥物食品檢驗局，食品衛生處提供)所有不符規定或問題產品，由中央機關及縣市主管機關強力管制，但對於問題產品回收只有規定，沒有一定的程序計畫來加以執行。</p> <p>2. <u>健康食品管理法</u>，規定健康食品不合規定者，由廠商自行回收且規定回收期限，沒有完整規範回收執行政序。</p> <p>3. <u>食品回收指引</u>，主要是參考美國聯邦法律 <u>title 21: Food and Drugs</u> 之 <u>part 7: ENFORCEMENT POLICY</u> 制定，對民眾之飲食安全發生或可能發生危害或其品質不符規定時之廠商回收行動，將回收分為三個等級及三個層面，規定當召回狀況發生時，廠商應建立適當</p>

	<p>(3) 在大眾媒體上公開訊息，通知所有消費者以防止誤食之情形且回收情況。</p> <p>(4) 必須定期回報回收進度給 FDA。</p> <p>2. <u>FDA 指導企業產品的回收，包含搬遷或改進。</u></p> <p>3. 為自願性回收(包含企業自發性及 FDA 要求的回收)。</p>		<p>之編組，建立確實完整之產銷記錄及制定回收計畫書，定期向當地衛生主管機關提出回收進度報告。</p>
<p>食品 USDA (食品)</p>	<p>根據美國聯邦法律 <u>title 7: Agriculture</u> 為農業部相依準則，回收規定同 <u>title 21</u> 所規定法規，由 Food Safety and Inspection Service (FSIS) 公告，FDA 執行，並由 USDA 負責監督回收情形。</p>	<p>行政院農委會</p>	<p>1. <u>優良農產品證明標章使用須知</u>³： 第十四條：CAS 標章使用者廠(場)提前終止 CAS 標章使用契約，或於契約屆滿未再續約，或經 CAS 標章驗證機構終止契約時，應立即停止使用 CAS 標章，並函知 CAS 標章驗證機構有關該產品庫存之包裝容器數量及產品數量，CAS 標章驗證機構得派員核對，廠商不得拒絕。若因重大違規事項而終止契約時，CAS 標章使用者廠(場)應立即將印有 CAS 標章之市售產品予以回收，且不得在包裝或廣告媒體使用本產品曾獲 CAS 標章驗證等類似文辭或圖案。如有違反，得依法追究 CAS 標章使用者廠(場)違反商標法及相關法令責任，並透過大眾傳播媒體公告之。</p>

³ 依據行政院農業委員會民國 95 年 10 月 03 日農牧字第 0950041515 號函公告：行政院農業委員會 CAS 優良農產品標誌作業要點」及「CAS 優良食品標誌作業須知」，自即日起廢止。另依據行政院農業委員會民國 95 年 10 月 4 日農牧字第 0950041512 號令發布「優良農產品證明標章使用須知」及該會民國 95 年 10 月 11 日農牧第 0950041517 號函辦理。

			<p>2. <u>農產品生產及驗證管理法草案</u>：主要針對田間及集貨場之農產品、產地養殖池及港口之漁產品、畜牧場及屠宰場內之畜禽產品於上市前之生產過程進行管理，並就上市後農產品標章認(驗)證、產銷履歷、特定地點販賣之農產品標示等進行規範。</p>
CPSC (非食品)	<p>消費產品安全法案規章 (Consumer Product Safety Act Regulations) 為根據美國聯邦法律 <u>title 15: Commerce and Trade, Chapter 47--Consumer Product Safety</u>, 條款為 2051~2084，其中 2053 為 Consumer Product Safety Commission (CPSC) 的成立法源依據，消費者安全法案規章為 CPSC 產品回收之規定準則。</p>	消費者保護委員會	<p><u>消費者保護法</u>：</p> <p>(1) 第十條：企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品或停止其服務。</p> <p>(2) 第三十六條：直轄市或縣(市)政府對於企業經營者提供之商品或服務，認為確有損害消費者生命、身體、健康或財產者，命令限期改善、回收或銷燬，必要時並得命企業經營者立即停止該商品之設計、生產、製造、加工、輸入、經銷或服務之提供，或採取其他必要措施。</p>
ODI (汽車)	<p>根據美國聯邦法律 <u>title 49: Transportation</u> 中 Chapter 301 及相關的聯邦規章制定 Safety Recall Compendium- A Guide for the Reporting, Notification, and Remedy of Motor Vehicle and Motor Vehicle Equipment</p>	交通部及環保署	<p><u>汽車安全性調查及召回改正監督管理辦法</u>：</p> <p>1. 第十八條：製造廠、進口商或進口人實施汽車安全性召回改正，應於公告及通知書之內容明顯處，以顯著字體註明「安全性召回改正」之文字，並應至少載明召回改正之相關內容。</p> <p>2. 以消保法及公路法做為處罰依據。</p>

一、食品類回收制度

(一) 美國相關法規

美國聯邦食品藥品及化粧品法(FFDCA)並未全面性授權 FDA 具有責令(order)廠商進行產品回收之權限。當廠商因無 FDA 書面要求而不肯自動下架具危險性產品時，FDA 可要求(may request)產品回收，惟當醫療器材、人體組織產品及嬰兒配方奶粉等導致人體健康之危害時，則 FFDCA 賦予 FDA 特定權責執行回收，並主導回收同批次產品的數量及範圍。

美國規範各項產品之主管機關不同，如前一節所述，其中規範食品類的主管機關為食品暨藥物管理局(FDA)和美國農業部(USDA)，食品暨藥物管理局之主要回收法規如下：

1. 美國聯邦法律標題 21 「食品與藥物」(Food and Drugs)中第 7 部分「強制政策」(Enforcement Policy)之下的 Subpart C - Recalls (Including Product Corrections) - Guidance on Policy, Procedures, and Industry Responsibilities 條款 7.40~7.59。
2. 第 107 部分「嬰兒配方奶粉」(Infant Formula)中的 Subpart E—Infant Formula Recalls 條款 107.200~107.280。
3. 美國農業部則根據美國聯邦法律 title 7: Agriculture 為其相依準則，回收規定同 title 21 所規定的法規，由 Food Safety and Inspection Service (FSIS)公告，FDA 執行，並由 USDA 負責監督回收情形。

上述第 1 項美國聯邦法律標題 21「食品與藥物」中第 7 部分「強制政策」將回收依危害(hazard)程度分為三個等級，第一級：會引起嚴重之健康不良影響或死亡，如食品含肉毒桿菌毒素、食品含未標示之過敏原；第二級：可能引起暫時性或可回復性之健康不良影響；第三級：不會引起健康不良影響，如零售食品標示缺失。回收可由 FDA 要求(FDA requested recall)或由業者發起(Firm-initiated recall)，預警資訊即時透明，於事件發生時即發布新聞，第一至第三級回收均公布於 FDA 安全警示系統之網站，第一級並發布新聞。

FDA 網站公布歷年所有的回收報告，公布頻率每週一次，雖然近 60 天之警訊主要針對較重大的案情，通常屬第一級回

收，即時之安全警示系統提供最新的所有訊息，而回收報告發布較慢，卻包括後續調查及行政處理情形。每一案例之回收報告內容包括產品名稱與回收案號、批號、公司或工廠、原因、數量及配銷地區等六項資訊。

上述第 3 項之 USDA 負責回收的單位為 FSIS 之下的現場執行部門(Office of Field Operations)之回收管理局(Recall Management Division)負責肉類、家禽類產品及蛋類的檢驗及管理，現場執行部門之組織架構圖請參照圖 4-1。

- (1) 目前共約 7,000 位現場執行官(Field Operation Inspectors)，負責每年約 35 萬農場飼養動物屠體之監控，以期於屠宰加工場即能控管肉類產品的衛生條件，為上市前提前之預防性措施。
- (2) FSIS 管控風險不僅依科學方法並憑藉檢查員的專業經驗與判斷力，對於易腐之肉類產品，亦掌握控管流程時效。
- (3) 當透過美國疾病管制局(Centers for Disease Control and Preventions, CDC)或 FDA 通報問題肉類及蛋類食物中毒，即與業者溝通勸導其於 FSIS Recall Initiative 所規定期限內自主性啟動回收，且由 FSIS 監控其回收成效，若未達 FSIS Recall Initiative 標準，則以官方信件要求其限期改進，訴諸以法律程序，要求其負擔所有後續法律責任。就至今七至八年間，幾乎皆可有效要求廠商自主性回收。
- (4) FSIS 不以強制性手段回收，主要強調此為廠商之責任，需由廠商負責。而廠商通常亦願意自願性的配合回收，一方面可維護商譽，一方面亦可減少因訴訟而需付擔的額外成本，因為一但確認其產品問題歸屬廠商的責任時，消費者獲得勝訴，則廠商需賠償所有購買該產品的消費者應賠償的金額(即使其他消費者並無對該廠商提出訴訟)，可見其法律制度之完備。

當廠商決定自願性回收時，政府有關單位會先與廠商確認新聞稿發佈的內容，以維護消費者安全並兼顧產業的發展。並且之後廠商回收的行動需根據相關回收指引進行，如擬定回收計畫書，定期向當地主管機關提出回收進度報告等。

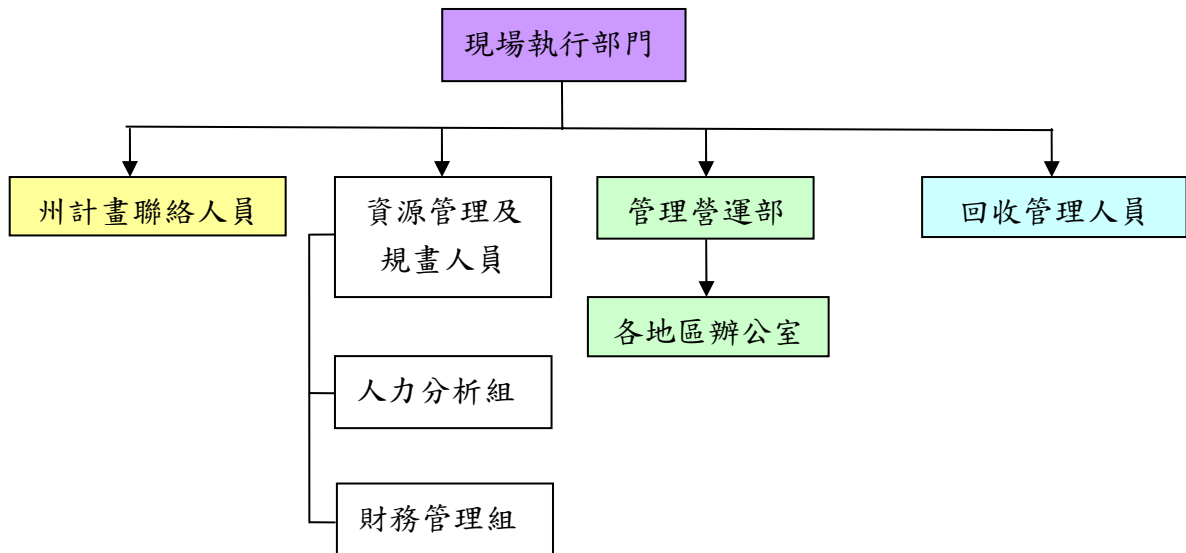


圖 4-1 FSIS 下現場執行部門之組織架構

(二) 臺灣相關法規

1. 食品回收指引

我國衛生署 2000 年 1 月 14 日公告之「食品回收指引」明確規範食品回收的規定，主要是參考美國聯邦法律標題 21「食品與藥物」第 7 部分「強制政策」而制定，對民眾之飲食安全發生或可能發生危害或其品質不符規定時之廠商回收行動，將回收分為三個等級及三個層面，規定當回收狀況發生時，廠商應建立適當之編組，建立確實完整之產銷記錄及制定回收計畫書，定期向當地衛生主管機關提出回收進度報告，若不依規定回收者，則可依「食品衛生管理法」予以處罰。

農委會 1995 年 7 月 20 日之公告「CAS 優良食品標誌作業須知」於民國 95 年 10 月 03 日農牧字第 0950041515 號函公告：行政院農業委員會 CAS 優良農產品標誌作業要點」及「CAS 優良食品標誌作業須知」，自即日起廢止。另依據行政院農業委員會民國 95 年 10 月 4 日農牧字第 0950041512 號令發布「優良農產品證明標章使用須知」及該會民國 95 年 10 月 11 日農牧第 0950041517 號函辦理。

此外，農委會刻正擬定「農產品生產及驗證管理法」草案主要針對田間及集貨場之農產品、產地養殖池及港口之漁產

品、畜牧場及屠宰場內之畜禽產品於上市前之生產過程進行管理，並就上市後農產品標章認(驗)證、產銷履歷、特定地點販賣之農產品標示等進行規範。其罰則第三類規定，農產品經營業者經主管機關依本法規定命其改善、回收、銷毀或其他適當處置而不遵行者將處以 10-100 萬不等的罰款。

2. 消費者保護法與商品檢驗法之比較

臺灣在商品回收部分，目前「消費者保護法」及「商品檢驗法」均設有規定。依「消費者保護法」第十條規定：企業經營者於有事實足認其提供之商品有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品；商品有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法者，企業經營者亦負有回收商品之義務。

然而違反此義務，並無任何行政制裁，似乎意指該商品對消費者確實造成損害時，由消費者提起民事訴訟向業者求償，且民事訴訟求償風險之大小及法院實務允准消費者求償額度之高低，才會影響企業經營者之回收意願。因此，「消費者保護法」第三十三條、三十六條及三十七條規定，若直轄市或縣(市)政府認為企業經營者提供之商品或服務有損害消費者生命、身體、健康或財產之虞者，應即進行調查。經調查後認為該商品確有損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞者，應命其限期改善、回收或銷燬，必要時並得命企業經營者立即停止該商品之設計、生產、製造、加工、輸入、經銷或服務之提供，或採取其他必要措施。情況危急時，除前述處置外，直轄市或縣(市)政府或中央主管機關應即在大眾傳播媒體公告企業經營者之名稱、地址、商品、服務、或為其他必要之處置。

相較於「消費者保護法」適用於所有在市場上流通的產品，「商品檢驗法」所適用的範圍較為狹窄，僅適用於被指定公告為應施檢驗之特定商品。依「商品檢驗法」第六十三條第一項規定，報驗義務人有違反該法第五十九至六十二條之任一情形時，主管機關得命令停止輸出入、生產、製造、陳列或銷售。報驗義務人若不遵守上述規定，主管機關應通知報驗義務人回收或銷燬該商品，報驗義務人違反回收或銷燬商品義務時，主管機關得按次連續罰鍰。由上可知，「商品檢驗法」課予企業回

收商品義務，是基於應施檢驗之商品未符檢驗規定或報驗義務人違反「商品檢驗法」。但若涉及無須被報驗之商品，或應施檢驗之商品符合檢驗規定，或負責報驗義務之企業未有違反「商品檢驗法」之情事，縱該商品損害消費者生命身體健康或有重大損害之虞，亦不能援用「商品檢驗法」，命令企業回收商品。以下分別就此兩個法律之商品回收規定進行比較，如表 4-2 所示。

表 4-2 消費者保護法與商品檢驗法之比較

	商品檢驗法	消費者保護法
立法目的	促使商品安全、保護消費者權益。重在對企業之行政管理與監督，本質上屬市場監督。	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。除行政監督外，亦課以業者自律之義務。
適用範圍	將規範重心置於商品上市前的市場監督，並設有應施檢驗商品之規定。	規範所有商品，以商品流通進入市場之後為管理焦點。
主管機關	經濟部	在中央為各目的事業主管機關，在直轄市為直轄市政府，在縣市為縣市政府。
商品安全性指標	應施檢驗商品是否符合標準檢驗局公告的檢驗標準或報驗義務人是否違反商品檢驗法。	商品是否符合流通進入市場當時之科技或專業水準。
回收商品之要件	針對企業違反商品檢驗法且不遵守該法之規定，經濟部得命其採取必要更正措施或回收、銷燬商品。	以商品確有危害消費者生命、身體、健康或確有損害之虞。
命令回收商品之方式	公權力介入	由主管機關命令回收或由企業自願回收。
業者拒絕履行回收商品義務之法律效果	主管機關命限期回收或銷燬商品，報驗義務人屆期不回收或銷燬商品者，主管機關得處以罰鍰並得扣留、沒入、銷燬該流入市場之商品或採取必要措施。	並無明文規定允許主管機關得處以罰鍰並得扣留、沒入、銷燬該流入市場之商品。但在第三十七條及三十八條採與地方與中央主管機關於情況危急時，得在大眾傳播媒體公告企業經營者之名稱、地址、商品、服務、或為其他必要之處置。

由上述可知，經濟部或標準檢驗局並非「所有商品」之目的事業主管機關，而「消費者保護法」所定義之中央各目的主管機關雖在 2005 年 11 月由行政院消費者保護委員會協調指定消費者業務主管機關，然而其所規範商品之主管機關難免會有遺漏，日後是否有較詳盡之規範以利消費者能確實知道其所遭遇之糾紛可找那一個單位負責，以免發生職權重疊之主管機關互踢皮球之情形。

此外，我國雖訂有相關產品之回收指引，但缺乏明確之流程及可參考之相關表格，往往讓業者無所依循，而使得政府無法掌握業者真正的回收情形，使得回收無法徹底執行。

由上述情形可知，我國雖有食品回收指引及相關管理辦法有提到回收程序與罰則，但卻未如美國 FDA 與 FSIS 每週皆會在其網站上公告其回收報告，使消費者能知道那些產品有問題及其回收情形，因此建議我國地方與中央衛生主管機關能徹底落實回收制度，以避免發生如蠻牛事件產品回收不全的情形，並能將產品回收完成報告上網公告。

二、非食品類回收制度

(一) 美國相關法規

消費產品安全法案規章(Consumer Product Safety Act Regulations)為根據美國聯邦法律 title 15: Commerce and Trade, Chapter 47--Consumer Product Safety, 條款為 2051~2084, 其中 2053 為 Consumer Product Safety Commission (CPSC)的成立法源依據，消費者安全法案規章為 CPSC 產品回收之規定準則。

美國消費性產品安全委員會，依法規定當企業獲悉其產品有可能造成消費者嚴重傷害或死亡之風險時，需迅速通報該委員會。CPSC 每年約負責 4,000 件產品回收案例的監督管理，其中，由企業自發性檢測回收之案件約占總案件之 90~95%，而其餘 5~10%之案件，則由 CPSC 中 25 人編制組成之獨立實驗室(Independent Testing Laboratory)進行檢測，即平均而言，CPSC 每日約可公告一件回收案件。

(二) 臺灣相關法規

針對非食品部分，我國主要是以消費者保護法規範回收機制，卻沒有強力執行的一套規劃及回收程序的管理辦法，以致無法徹底落實瑕疵產品回收。但美國則是採取細分類，即各項產品有其不同的回收規範，如在機動車的部分，由美國國家道路安全局管理，在 Motor Vehicle Safety 規範機動車召回之範圍及程序。

三、車輛相關法規

(一) 美國相關法規

根據美國聯邦法律title 49: Transportation中Chapter 301及相關的聯邦規章制定安全回收手冊(Safety Recall Compendium)-機動車及其設備之報告、通知及賠償指引(A Guide for the Reporting, Notification, and Remedy of Motor Vehicle and Motor Vehicle Equipment)，此指引的目的是為著那些不熟悉回收程序的製造商及對已熟悉回收程序的製造商重覆申訴其執行安全回收的立場。

美國車輛安全標準則是在交通部下 NHTSA 之瑕疵調查單位(Office of Defects Investigation, ODI)所負責規範，ODI 的組織架構如圖 4-2 所示，組織內人員大約有 50 人，由其部門架構圖可知，其分層負責由瑕疵評估部、車輛整合部、車輛控制部、中型及大型卡車部負責認定瑕疵後，由回收管理部負責所有後續勸導廠商召回之行動，且由早期警告部負責與廠商建立先期警示系統以求更早發現瑕疵以避免危害消費安全。

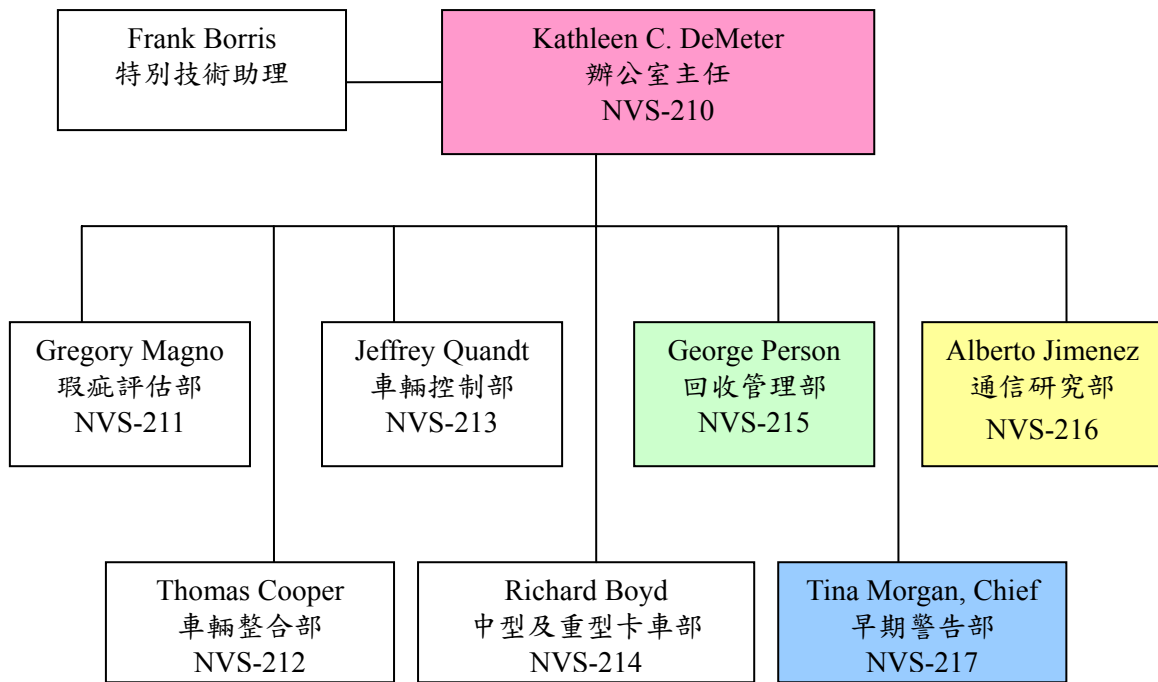


圖 4-2 ODI 的組織架構

(二) 臺灣相關法規

依據「汽車安全性調查及召回改正監督管理辦法」第 18 條規定，汽車、車身製造廠及汽車進口商、進口人辦理汽車安全性召回改正，應於公告及通知書之內容明顯處，以顯著字體註明「安全性召回改正」等文字及應至少載明召回改正之相關內容。為使臺灣消費者隨時瞭解我國及國外車輛瑕疵召回之資訊，交通部於 2005 年 6 月委託財團法人車輛研究測試中心(以下簡稱車測中心)辦理車輛召回改正作業，並由車測中心業建立「車輛安全資訊網」(網址：www.car-safety.org.tw)，消費者只要進入該資訊網，即可查詢世界各車廠之瑕疵車輛召回資訊。

由以上食品、非食品及汽車等回收案例可看出，美國相關法規、政策誘導廠商啓動自主性回收行動的成效。因此，參考美國經驗，未來臺灣於訂定相關回收法規時，應加多加考量可引導廠商落實自主性回收的誘因，以臻達到產品回收之實際成效。

依據臺灣中小企業認定標準，中小企業係指依法辦理公司登記或商業登記，實收資額在新台幣 8 千萬以下或前一年營業額在 1 億元以下、經常僱用員工數未滿 200 人或 50 人者⁴。依 2006 中小企業白皮書之統計資料，2005 年臺灣中小企業家數為 1,226,095 家、銷售額為 10,000,220 百萬元，分別佔 2005 年臺灣企業家數及銷售額之 97.80%及 29.46%，我國產業結構顯而易見和歐美國家有極大的差異，因此，他山之石雖可以攻錯，然在制定本國消保措施時因加以考慮臺灣特殊的產業結構而加以調整。

依據消費者保護法第七及第八條規定，從事經銷的企業經營者，對於商品或服務所產生的損害，與設計、生產、製造商品或提供服務的企業經營者應負連帶賠償責任。因此，此責任分攤機制可加強消費者面對消費商品或服務所產生的損害時，可向第一線經銷的大賣場業者要求退換，如此加強經銷業者與設計、生產、製造商品或提供服務的中小企業經營者共同分擔消費安全之責任，避免大賣場充斥影響消費安全之產品而迴避連帶責任。

第二節 產品消費安全保險制度之探討

一、國外文獻回顧

據 Skees, Botts and Zeuli (2001)指出，依照 Buzby 等 (1996)年的分析，因食物中毒所造成的損失大約為每年 29 億至 67 億之間，而依照 Mead 等(1999)的分析，因食物中毒每年大約造成 7,600 萬人生病及 5,000 人死亡。Skees, Botts and Zeuli 在文中亦舉四個例子如下：

⁴ 中小企業認定標準第 2 條「本標準所稱中小企業係指依法辦理公司登記或商業登記，並合於下列標準之事業：

- 一、製造業、營造業、礦業及土石採取業實收資本額在新台幣八千萬元以下者。
- 二、農林漁牧業、水電燃氣業、批發及零售業、住宿及餐飲業、運輸倉儲及通信業、金融及保險業、不動產及租賃業、專業科學及技術服務業、教育服務業、醫療保健及社會福利服務業、文化運動及休閒服務業、其他服務業前一年營業額在新台幣一億元以下者。

各機關基於輔導業務之性質，就該特定業務事項得以下列經常僱用員工數為中小企業認定標準，不受前項規定之限制：

- 一、製造業、營造業、礦業及土石採取業經常僱用員工數未滿二百人者。
- 二、農林漁牧業、水電燃氣業、批發及零售業、住宿及餐飲業、運輸倉儲及通信業、金融及保險業、不動產及租賃業、專業科學及技術服務業、教育服務業、醫療保健及社會福利服務業、文化運動及休閒服務業、其他服務業經常僱用員工數未滿五十人者。」

- (一) Bil Mar Food：是在美國密西根州內的一家肉品加工業，主要是供應肉類及熱狗給 Sara Lee Corporation，在 1998 年的 10 月至 12 月間其產品感染李氏桿菌，最後造成 3,500 萬磅的食品召回，並造成至少 100 人受感染及 21 人死亡。在此期間召回亦遭遇到許多的問題，其中之一是缺乏強制力，USDA 無法要求將產品強制召回，並且當美國的疾病控制與預防中心發現 Bil Mar 公司是李氏桿菌爆發的來源時，USDA 仍相信疾病控制與預防中心並無足夠的證據，最後是由於害怕受到法律的牽連才勉強的要求此公司要發佈產品的召回訊息，最後，針對 Sara Lee Corporation 爆發李氏桿菌有 10 件訴訟案被提出。而此公司在李氏桿菌爆發期間召回被感染的食品及停工造成大約 7,600 萬美元的損失。
- (二) Hudson Food：總公司在美國阿肯色州內的一家大型牛肉加工廠，一開始被懷疑其產品被感染了 E. coli 0157:H7 病毒，因此，在 1997 年 8 月召回了大約 20,000 磅的產品，其後美國科羅拉多州的調查員確定有許多人是因為吃了其所生產的食物而有中毒的現象，此產品的召回則快速的成長，最終，Hudson 公司擴大召回總重量達 2,500 萬磅的產品，但最後只有 1,000 萬磅的產品確實被召回。政府的反應從被動的由 FSIS 獲得訊息改為主動的調查此公司。隨著這個事件，Hudson 公司在 1997 年 8 月 21 日自願關廠，之後由 Tyson Foods 在 1997 年 9 月 5 日花了 6 億 4 千 2 百萬買下整個 Hudson 食品公司。
- (三) Thorn Apple Valley Inc.：總公司在美國密西根州內的一家肉類與家禽類加工廠，在召回其在美國阿肯色州內所生產的 3,000 萬磅的產品後，隨即在 1999 年 1 月宣告破產。根據 FSIS 在 1999 年 1 月 22 日所發行的報導，從這家廠商所檢驗的 20 件樣本中，其中有 5 件被測出李氏桿菌的陽性反應，雖然這批產品並無流入市場，但 FSIS 懷疑該公司在 1998 年 12 月 31 日所生產的產品並無遵行生產前及生產過程中的衛生要求。結果，使得 Thorn 公司面臨生產及銷售的損失達 5,100 萬美元，該公司據報導亦負債 1 億 8 千 2 百萬美元。因此，該公司最後被 Iowa Beef Producers Inc. 以 1 億 1 千 5 百萬元買下。

(四) Colorado Boxed Beef：在佛羅里達的總公司進行牛肉的重新包裝以便零售。在 1998 年秋天，該公司被懷疑其所生產的產品有一部分受到污染，儘管並沒有被完全確認。該公司之後自願召回 359,000 磅被懷疑受 E. coli 0157:H7 感染的牛肉，但其中只有 1 磅被召回，這樣低的召回率主要是因為召回時間的選擇。此批產品在 1998 年 10 月 29 日至 11 月 2 日間被生產，而保存期限是在 11 月 7 日至 11 日之間。在州政府農業部官員的一次例行性檢查中發現此批產品其中有一個樣本被發現含有 E. coli 0157:H7，FSIS 隨即迫使 Colorado Boxed Beef 要進行召回該批產品，然而，召回發佈卻是在 1998 年 11 月 24 日，此召回發佈的時間點恰好是在保存期限之後，且假設亦是在民眾食用該產品之後，但沒有因為民眾食用該產品導致因 E. coli 而生病的事件發生。

此樣本檢測是據以推定呈現陽性反應，也就是說在採取任何強制行動前應該更準確的以 48 小時潛伏期檢驗而予以確認，但政府健康部門及農業部門都沒有重覆實行這樣的檢驗。Colorado Boxed Beef 要求將所有有關這類產品的召回資訊能從 FSIS 的網站上移去。經歷這樣的事件已威脅該公司與 FSIS 檢驗員的合作關係，之後要該公司進行召回可能會有點困難。此案例說明政府雖有權力影響產品的召回，但也有可能會有錯誤發生，且若要依賴政府改正這些錯誤或許並不會這麼完整。

二、臺灣產品消費安全保險制度之探討

目前臺灣產險業者所提供與產品消費安全相關之保險項目，主要可分為「產品責任險(Product Liability Insurance)」、「產品召回保險(Recall Insurance)」及「產品污染及故意破壞綜合保險(Contaminated Products Insurance)」等三類。

所謂產品責任，係指企業因其所生產、出售或分配之產品有瑕疵，而造成使用或操作該產品之消費者受到人身傷害或財物損失時，所應擔負之法律責任。我國財政部於 1979 年 5 月核准產險業者開辦產品責任險，其形似一種後備保障，企業透過投保方式，由保險公司共同分擔企業因「產品本身瑕疵」所可能造成的風險。然，企業對於消費者負有道義責任。因此，除了事後損害賠償外，依

消費者保護法第 10 條「企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即召回該批商品或停止其服務」。

所謂的產品召回，是指將有缺陷的商品從流通市場和終端用戶手中收回的過程。臺灣於 2000 年 9 月核准產險業者開辦「產品召回保險」及「產品污染及故意破壞綜合保險」。「產品召回保險」承保有缺陷的被保險產品由於已經導致或可能導致他人人身傷害或財產損失而必須召回所產生的召回成本及重置費用。「產品污染及故意破壞綜合保險」雖亦有產品召回費用的賠償，但僅限於產品因意外污染或遭人故意破壞、勒贖的情形。但該兩種保險項目，皆具填補現行產品責任險僅保障消費者權益、但無法賠償廠商財物損失之不足的功能。

外商保險公司表示，產品召回保險除了分散風險外，保險公司還有專門的顧問團幫忙處理所有召回過程可能面臨的問題，包括給予企業主召回比例的建議，待產品召回告一段落後，公關顧問將幫企業重新塑造社會形象。

但由於產品召回保險被認定風險過大，保險公司對故意行為、無法控制的風險，設計保單的興致較缺，加上再保市場承保的意願低、企業主缺乏這方面的意識，全球僅有不到五家保險公司銷售「產品召回保險」，而臺灣方面，目前只有利德保險經紀人股份有限公司及美國環球產物保險有限公司臺灣分公司承保。

據本研究洽電美國環球產物保險臺灣分公司尋問後瞭解，由於產品召回保險保費高且計算方式複雜，除按企業產品類別、生產管理分級外，尚考量企業之年營業額、每日、每月、每年最大出貨量及是否能完整檢具其他相關文件資料等，方能決定各企業投保所需支付之金額，因此，臺灣召回保險市場出現尋問者眾、投保者寡的情形。環球產物保險臺灣分公司在考量市場需求的條件下，目前已將產品召回保險併入產品責任險，做為其附加保單，而非以主險單獨存在，且購買該保單之企業多係以外銷日本、歐洲市場為導向之出口商。

第三節 美國、歐盟及日本各國回收程序之範本說明及比較

他山之石可以攻錯，本節摘錄翻譯美國、歐盟及日本各國回收程序之範本，並進行說明及比較如下：

一、美國 FDA、FSIS、CPSC 及 NHTSA 所公告之回收標準作業程序、歐盟及日本各國回收程序之範本

(一) FDA 的回收標準作業程序

FDA 回收程序讓所有機構能有適當的注意並提供足夠的資源能及時的處理、分類及公佈回收資訊，FDA 的責任及回收的程序如下：

1. 回收發起：包括自願性回收、由 FDA 要求及命令的回收。
2. 分類及策略：FDA 藉著檢視廠商所提供的回收策略、對需回收產品做健康風險評估及回收分類等資訊以制定回收行動。
3. 通知及對公共警示：FDA 通知其回收策略需做改變的廠商，包括需要對其自願回收產品發佈新聞稿的廠商。主管機關通知由 FDA 要求及命令回收的廠商其宣佈的需要。FDA 發佈所有的回收資訊在其網站上並確保人民能得知會對健康造成危害的產品。FDA 提供回收資訊給其他聯邦及州政府機關和國外政府。
4. 回收的監控：FDA 發展及執行回收監控計畫以確保回收行動被有效的執行。
5. 回收的終止：FDA 決定何時回收需要終止，並需提供終止通知給回收的廠商。

最後，若廠商因下列情形無法回收其瑕疵產品或回收行動失敗時，FDA 將採取適當的管理行動或其他管理方式，這些行動將會與所在地管轄單位一起商議與協調。

1. FDA 要求回收廠商回收或再次回收但被拒絕。
2. 廠商無法及時完成回收。
3. 主管單位有理由相信回收策略不具效率。

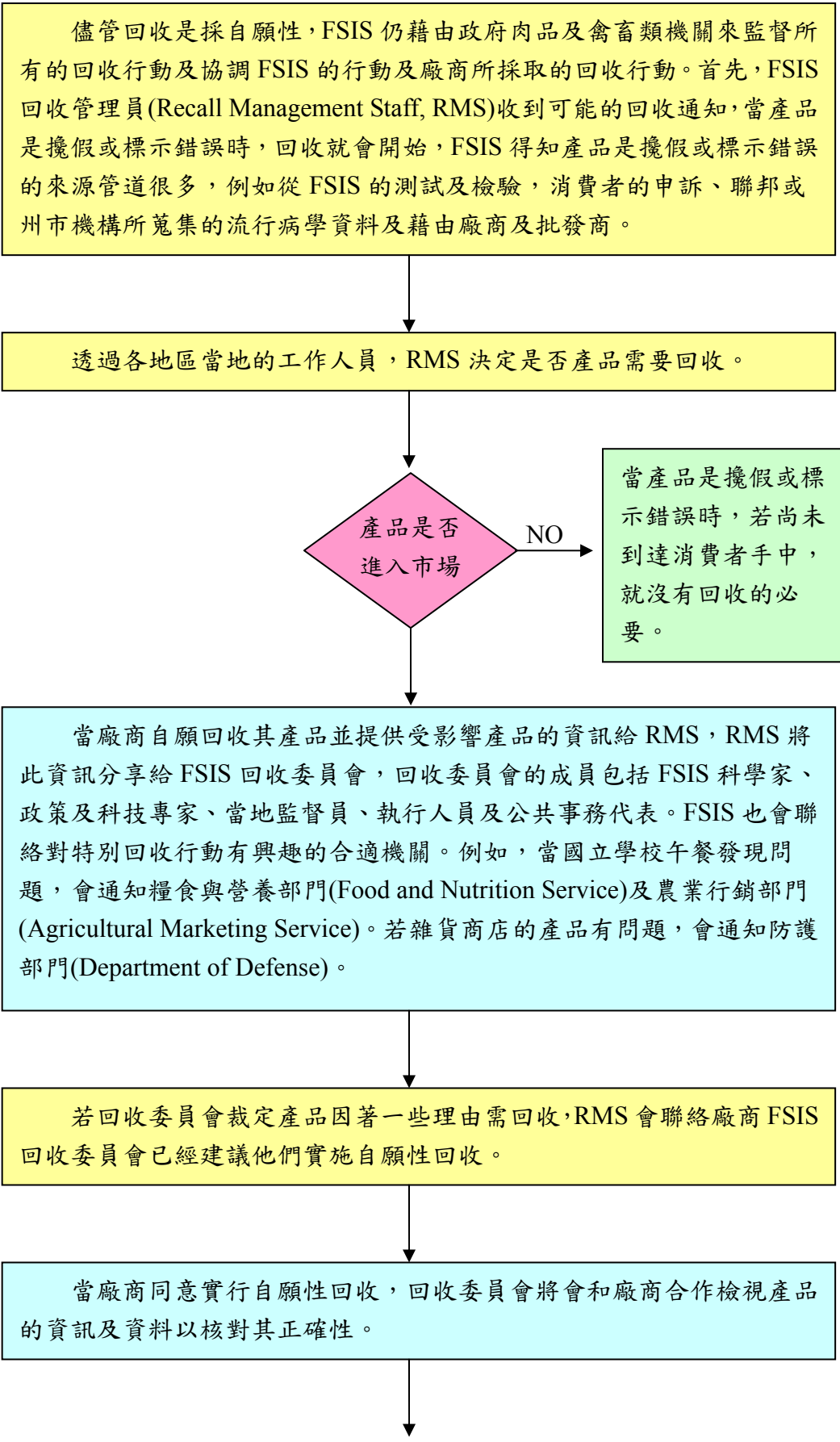
(二) FSIS 的回收標準作業程序

FSIS 亦根據聯邦肉類檢驗法案(Federal Meat Inspection Act)及禽類產品檢驗法案(Poultry Products Inspection Act)制定肉類及禽類產品回收指令(FSIS Directive-Recall of Meat and Poultry Products)，以對由 FSIS 負責檢驗之肉類及禽類產品提供自願性回收的名詞定義、責任劃分及回收決定的程序。回收程序流程如圖 4-3 所示，產品回收程序說明以下：

1. 初步調查

當 FSIS 一發現在市場上販賣的產品顯示有摻雜或標示錯誤的情形發生時，地區回收官員(District Recall Officer, DRO)受指派管理相關的檢驗行動。最後 DRO 將會依初步的調查以決定產品是否需要回收。初步的調查需包含下列的步驟：

- (1) 蒐集及驗證有瑕疵嫌疑產品的相關資訊。
- (2) 提供事件發生經過的文件。
- (3) 聯絡產品的製造商或批發商以獲得更多的資訊。
- (4) 和 FSIS 在當地的檢驗及承辦人員討論。
- (5) 訪談任何據稱是吃了有嫌疑的產品而生病或受到傷害的消費者。
- (6) 蒐集及分析產品的樣本。
- (7) 聯絡州或當地的健康部門。
- (8) 分析任何可獲得的流行病學的資料。



FSIS 會將回收資訊以新聞稿的方式通知社會大眾或將回收通知報導(Recall Notification Report, RNR)放在 FSIS 的網站上。新聞稿會流通於大眾媒體、州及國會辦公室及聯邦機構中。社會大眾也會經由自動化的分散式郵件系統收到回收資訊。此外，FNS 及 AMS 也會收到所有 FSIS 回收新聞稿或 RNRs。新聞稿或 RNR 所包括的基本資訊包括廠商的名稱與地點及回收理由。此外，由於新聞稿的發佈是將回收等級分成第一級及第二級，其中會詳述產品對於消費者所造成的潛在健康威脅、銷售地區、廠商聯絡資訊及消費者因使用該產品而產生的症狀及副作用。

FSIS 當地的工作人員將會有效率的執行及檢驗最終產品的處置以確定回收廠商根據管理要求有效率的尋找、回收、控制及處置該批產品。在 FSIS 確定回收廠商已經做了所有合理的努力以回收及處置回收的產品後，該廠商將會被信件正式的通知其回收已經完成且不需再有進一步的行動。

圖 4-3 美國 FSIS 自願回收過程的行動

2. 初步回收評估

- (1) 回收委員會將會做初步的回收評估以決定是否要建議廠商回收。回收管理員(Recall Management Staff, RMS)在初步調查蒐集到相關資料後將會盡速召開回收委員會。若 FSIS 必需發表新聞稿，則廠商受鼓勵經由電子方式提交產品標籤資訊以減少抄寫的錯誤。廠商要盡一切的努力至少使回收委員會的四個成員能夠執行回收評估。委員會將會使用受 FSIS 回收委員會考量的因素以評估未經宣布的病原體或其他肉品及禽畜類產品標示上的錯誤在公共健康上的影響性。
- (2) 回收委員會允許廠商提交有關風險的資訊及澄清其在評估期間的地位。期望廠商能提供 FSIS 回收策略，包括打算如何通知及指導其承銷商收回產品及對回收產品的處置。回收委員會將會詢問廠商是否有擬定回收計畫。委員

會亦應該訊詢問其計畫內容。委員會將會評估所有得到的資訊以決定是否建議執行回收。委員會將會決定是否廠商是自願性的回收其產品。

- (3) 在決定摻假產品所造成的健康風險的重要性及在風險的定義上有一些先例。回收委員會將會依照這些先例來做回收的分類。然而若有任何問題，特別是先前政府機構沒有遭遇過的風險，Health Hazard Evaluation Board(HHEB)將會被召聚以執行風險的評估，HHEB 商議的結果將會送交 Assistant Administrator/ Office of Field Operations (AA/OFO)及 Recall Management Staff (RMS)做為考量的依據。廠商在 HHEB 商議的期間亦可提供其任何相關的資訊。HHEB 的評估至少會考量下列的因素：
 - 瑕疵的性質(例如，產品的問題及此問題會對健康造成怎樣的風險)。
 - 任何疾病或傷害的事件。
 - 這些疾病或傷害會造成怎樣的結果。
 - 這些疾病或傷害可能產生的型式。
- (4) 回收委員會將會尋求下列相關問題的答案以幫助他們做決定
 - FSIS 是否有理由相信這些有問題的產品是摻雜或是標示錯誤?
 - 是否這些有問題的產品仍在販買中或是消費者仍可以取得?(在消費委員會決定是否在販賣中的產品消費者不再能夠取得之前所有的事實都要被驗證)
 - 是否準備扣留或沒收有問題的產品?
- (5) 若上述所有問題的答案都是肯定的，就會建議回收。若對上述任何問題的答案是否定的，回收委員會就不應該建議回收。若委員會不建議回收，RMS 將需提供初步調查及評估的文件。當回收被建議時，RMS 將提交回收建議書。

3. 回收建議

當回收委員會建議回收時，RMS 將以備忘錄的形式提交回收建議書以獲得 AA/OFO 的同意。建議書的內容將包含：

- (1) 廠商是否自願性的回收該產品。
- (2) 回收的理由，包括相信該產品是摻假或是標示錯誤的理由。
- (3) 回收等級(Class I, Class II, Class III)。
- (4) 回收深度。
- (5) 回收範圍。
- (6) 該產品的批發商、消費者或使用者該產品瑕疵性的能力。
- (7) 在通路中該產品的估計數量(回收期間仍在配送及仍在販賣和使用中產品的數量)。
- (8) 銷售地區。

上述資訊通常大部分都是由回收廠商以文件的方式或以電話討論的方式提供給回收委員會。回收委員會將給廠商機會澄清所提供的任何資訊或提供對回收建議有重大意義之額外的資訊。在決定建議回收之前，RMS 會要求 FSIS 檢驗人員驗證廠商所提供的資訊。委員會強烈的鼓勵廠商將這些回收相關資訊以電子傳送的方式提交以確保資訊流通的速度及正確性。

如果 AA/OFO 同意回收建議，RMS 將會聯絡廠商以做為對產品回收正式的要求。RMS 後續將會行文給廠商以確認風險評估、回收範圍及委員會對回收策略的瞭解。Congressional and Public Affairs (CPA)也將確認 FSIS 發佈的新聞稿資訊。DRO 將會開始協調有效的檢查及負責指導檢驗人員的行動。

4. 回收有效性標準

USDA, FDA, NHTSA 及歐盟等消費安全相關部會，對於廠商自願性回收行動的監管雖皆設有回收效力的查驗標準，但由於 USDA 所管轄之一般性食品保存期間短且所影響之消費人數眾多，因此 USDA 並明定查驗標準設計如下：

- (1) 依產品回收等級及產品的曝光率(exposure)進行風險分類，並根據風險程度決定實行回收效力監管之人員數。

所謂回收層級，由FSIS回收委員會依目前產品的危害程度而認定；產品的曝光程度則取決於承銷人的數目。

依據回收公告，DRO (District Recall Officer) 首先將要求企業及其後之承銷人立即提出該回收產品之銷售資訊及紀錄；其次，DRO將該銷售資訊依區域及承銷人的類型進行分類後，應試圖於限期內確定關於該回收產品之銷售資訊，如表4-3所示。以第I級為例，FSIS初步的確認行動應儘快於3日內進行，且大致上應於10日內完成。

表 4-3 FSIS 之回收起始及報告確認行動之建議時程

回收風險等級	在回收行動開始後，FSIS 的確認行動應盡速於下列期間內開始	在回收行動開始後，FSIS 的確認行動大致上應於下列期間內完成
第 I 級	3 天	10 天
第 II 級	5 天	12 天
第 III 級	10 天	17 天

(2) 決定各風險等級產品所應查驗之總家數

FSIS依各回收產品之風險等級的不同，訂定不同的查驗標準，如表4-4~表4-7所示。而風險等級為第1級之產品又依是否包含疾病或爆發疫情(outbreak)或學校營養午餐可能影響(school lunch implications)等分為2種不同的查驗標準。

由表4-4可看出，Class I之產品(包含疾病或爆發疫情或學校營養午餐可能影響)，若承銷人介於1~200位，則查驗比例應為100%，而在所有承銷人皆完全通報時，該產品之回收行動方能稱為有效回收；當承銷人介於10,001~35,000位時，則將有800位承銷人需接受查驗，而當中若超過1位承銷人沒有進行通報，則該次產品回收行動將定義為無效回收。

另外，在FSIS鼓勵企業主動研擬回收計畫的前提下，若企業無法提供FSIS相關產品回收策略，則下列表中所列之需查驗件數將可能隨之增加。

表 4-4 對於所有關於因疾病或流行病爆發或學校營養午餐之風險層級 I 的回收有效確認之執行及重要的限制

承銷人數目	有效查驗執行數目	若未被通知之承銷人數目超過下列數目則回收被認為無效率
1 至 200	100%	0
201 至 10,000	200	0
10,001 至 35,000	800	1
35,001 至 500,000	800	1
500,001 及以上	1,250	2

表 4-5 對於所有無關於疾病或流行病爆發或學校營養午餐之風險層級 I 的回收有效確認之執行及重要的限制

承銷人數目	有效查驗執行數目	若未被通知之承銷人數目超過下列數目則回收被認為無效率
1 至 20	100%	0
21 至 150	20	0
151 至 1,200	80	1
1,201 至 2,300	125	2
2,301 至 10,000	200	3
10,001 至 35,000	315	5
35,001 至 150,000	500	8
150,001 至 500,000	800	12
500,001 及以上	1,250	18

表 4-6 當廠商沒有回收計畫時對於風險層級 II 或 III 的回收之有效確認的執行及重要的限制

承銷人數目	有效查驗執行數目	若未被通知之承銷人數目超過下列數目則回收被認為無效率
1 至 5	100%	0
6 至 25	5	0
26 至 150	20	1
151 至 280	32	2
281 至 500	50	3
501 至 1,200	80	5
1,201 至 2,300	125	8
2,301 至 10,000	200	12
10,001 及以上	315	18

表 4-7 對於風險層級 III 回收之有效確認的執行及重要的限制

承銷人數目	有效查驗執行數目	若未被通知之承銷人數目超過下列數目則回收被認為無效率
1至8	100%	1
9至50	8	1
51至90	13	2
91至150	20	3
151至280	32	5
281至500	50	8
501至1,200	80	12
1,201及以上	125	18

- (3) 決定實地核查回收產品處理情形之家數
- (4) 在決定總查驗家數後，ORD 將與 RMS 進行商議，從中選出根據回收公告應已回收產品之部分承銷人，進行實地核查，確認承銷人是否為確實回收及管理。
- (5) 在已確立的時限內進行回收效力之查驗
- (6) 在市場上發現回收產品代表消費者仍然可購買到此類產品
- (7) 由 DRO 判定回收案例之效力
- (8) 查證結果之總結

(三) CPSC 的回收標準作業程序

CPSC 對商品回收處理，通常是先評估引起事故之商品是否具有缺陷？是否具實質性危險？之後再進行初步判斷商品是否具實質性危險(參閱圖 4-4)。商品是否具實質性危險之判斷，係從缺陷型態、缺陷商品流通數量、危險嚴重程度及傷害之可能性等層面來進行評估(消費者產品安全法第 15 節，Notification and Repair, Replacement, or Refund)。此外，若商品不遵守適當得消費性商品安全規則，亦可判斷其潛藏著實質性危險。

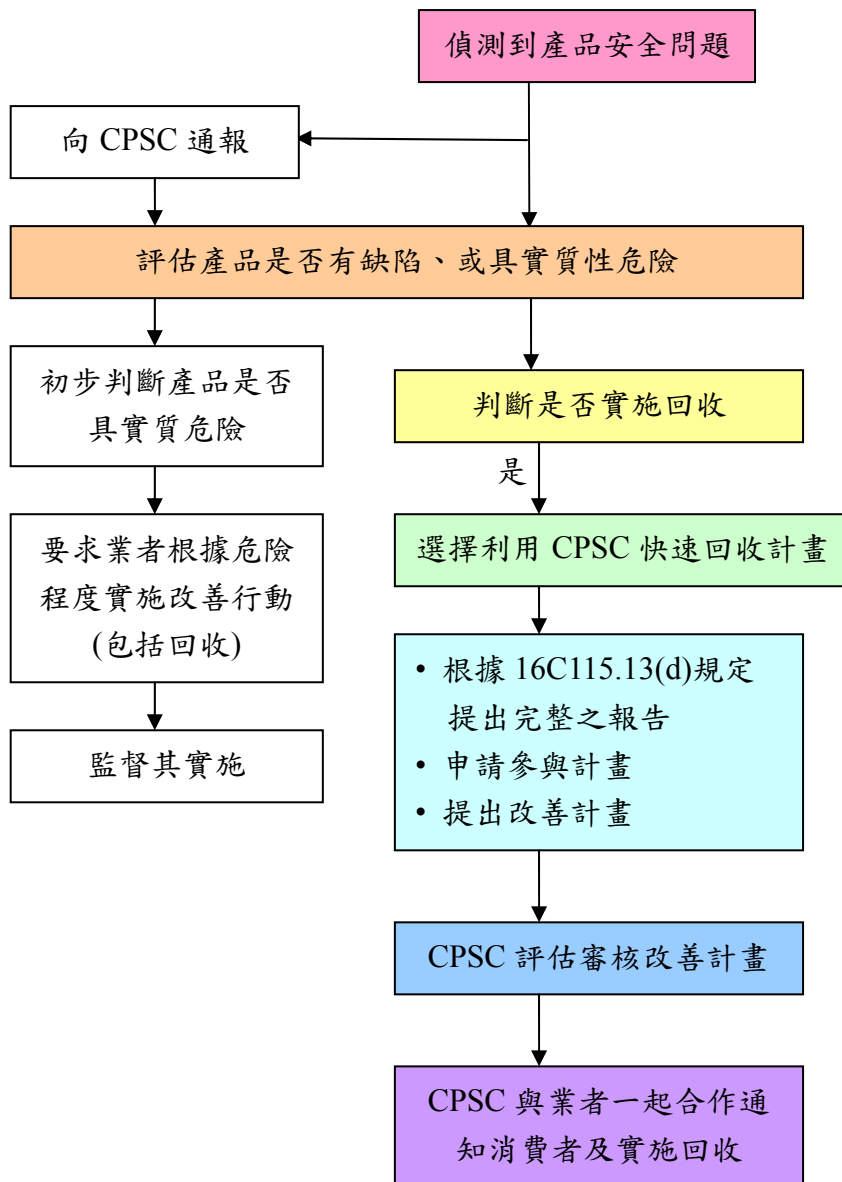


圖 4-4 美國 CPSC 產品回收作業流程圖

(四) NHTSA 的召回程序

美國車輛安全是由運輸部內之國家道路安全局(NHTSA)負責，根據美國聯邦法律標題 49 運輸篇第 301 章規定，當製造商及批發商所生產或引進之車輛及相關配備有瑕疵或不符合聯邦車輛安全標準(Federal Motor Vehicle Safety Standard, FMVSS)時，由 NHTSA 負責召回。

車輛及相關設備之安全召回可由製造商自願性的執行或是由 NHTSA 命令執行。不論是命令或是自願性的召回，製造商都必需製作一份公共報告描述安全相關的瑕疵或是不符合聯邦車輛安全標準的部分，需召回車輛及相關設備的總數，造成召回決定的主要事件，補救措施及回收計畫表。NHTSA 也會監控每次的安全召回以確保製造商能根據消費安全法及聯邦規則提供車主安全、免費及有效率的補救方式。

製造商有義務試圖通知車主關於其產品的召回。就車輛而言，製造商需整合其車輛買主的資訊及至州政府車輛註冊登記的資訊。就設備而言，因為州政府無註冊登記的資料，所以製造商有義務通知批發商以得知這些需召回之設備的購買者。然而，即使購買者本身沒有接到通知，但其車輛、兒童座椅或其他設備被包括在安全召回的範圍裏，製造商有義務提供免費的補救措施。每一個通知信需包括下列的資訊：

1. 對瑕疵或不符標準產品的描述。
2. 由這些問題所造成的風險，包括問題的警告。
3. 對於免費補救措施的簡短描述，包括這些免費補救措施到什麼時候之前都有效。
4. 維修需花費多少時間。
5. 描述若車主不能在適當的時間內及免付費的情況下來做改正的動作，他們該怎麼辦。

補救措施不收取費用意指修理、替換或重新購買車輛或其相關配備等需改正其安全上的瑕疵或不符標準的部分。製造商需在開頭就決定補救措施的內容，但若超出時效性則情況就會改變，因此，車主需盡快完成召回的動作。

有關輪胎的召回在安全法案中有特別的限制，即車主在召回通知日起三個月內需完成召回的動作，但其他安全召回的產品在其生命週期內皆有效。

安全法案並不提供因瑕疵或不符標準的產品所造成損害的賠償，或是在製造商宣佈安全召回之前修理費用的賠

償。然而，車主或許可以私下的取得這類費用的賠償。根據歷史資料顯示，若是車主保留修理的發票，大多數的製造商將會賠償車主在安全召回公告前的修理費用。

二、歐盟的回收程序

歐盟的回收制度是由 Intertek Research and Testing Centre 代表歐盟所制定的歐盟產品安全--一個包括回收的改善行動指引(Product safety in Europe: a Guide to corrective action including recalls)，目的是幫助產業保護消費者免於遭受不安全的產品。此指引亦由 Product Safety Enforcement Forum of Europe (PROSAFE), Union of Industrial and Employers Confederations of Europe (UNICE), The Retail, Wholesale and International Trade Representation to the EU 及 Bureau European des Unions des Consommateurs (BEUC)等四個單位背書。

此指引的目的是對生產者或批發商提出建議，當其所生產的產品有證據顯示是不安全時該如何實施其後續的動作。這是一個對於產品安全實行改善行動的自願性實施指引，由歐盟內的市場監督機構及消費者和貿易組織所支持。在當需要實行改善行動時，生產者和批發商被鼓勵與各州的主管單位協商及合作，並採用任何已存在的法規。各州或許在此改善行動上依情形會有不同的程序及要求。此指引主要是針對負有品質控制、合法事務及公共及公司相關事務責任的管理者。各個團體應該擁有各自的改善行動程序的文件以應用於各自的情況。

此指引的範圍包括生產者及批發商所有形式的改善行動(不只是有產品回收)，目的在除去市場上由非食品產品所造成的安全風險。這裏的改善行動包括：產品設計的改變；分配通路的產品回收；關於消費者之產品使用改正的資訊發送及警告；消費者住所的產品維修；以替換或退回金錢的方式回收產品。

對於一個成功的改善行動的主要考量是快速的行動及有效率的協商。改善行動的程序如下，其流程圖如圖 4-5 所示：

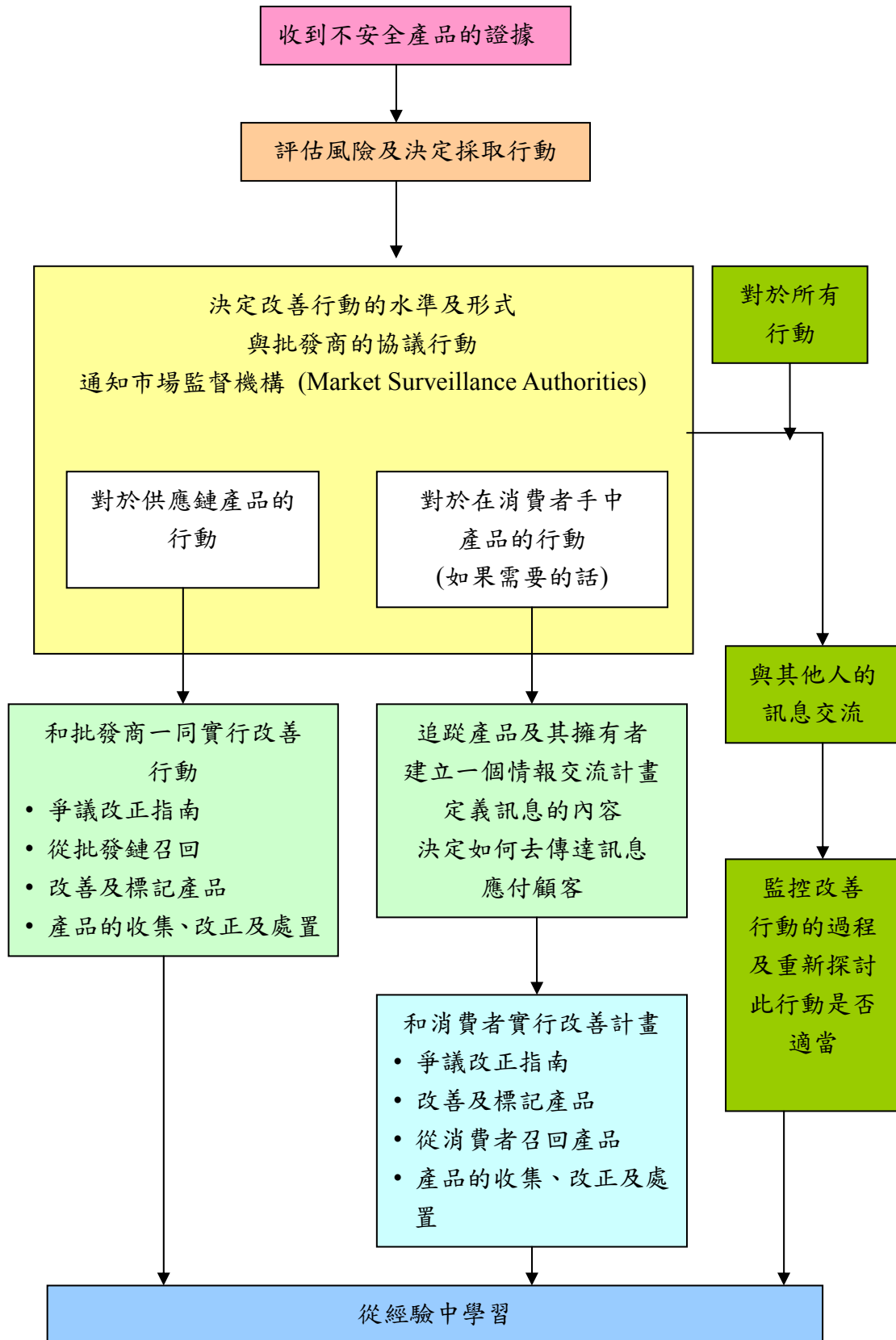


圖 4-5 歐盟改善行動流程圖

(一) 發生問題之前事先計畫

1. 建立一個改善行動的政策及程序
2. 與貿易伙伴討論所定的政策
3. 建立一個改善行動的團隊
4. 監控產品的安全資訊
5. 保持良好的記錄有助於產品的追蹤和顧客及終端使用者的認定
6. 蒐集有關產品的設計及安全性的文件
7. 更新主要客戶及廠商的聯絡資訊

(二) 評估風險以決定是否採取行動

1. 危險及其起因的認定
2. 評估有多少產品受到影響
3. 認定誰或許會被波及
4. 考量傷害可能造成的嚴重性
5. 評估這類傷害的可能性
6. 評估所有風險的可容忍度

(三) 若必需採取改善行動，將由誰來實行

1. 決定改善行動是否需要涉及供應鏈的產品及消費者手中的產品。若此行動涉及消費者手中的產品，則需進行下列相關行動
 - (1) 追蹤產品及其使用者
 - (2) 建立通訊程序
 - (3) 草擬清楚且明白的改善回收信息
 - (4) 決定如何傳達此信息
 - (5) 處理顧客相關事宜
 - (6) 傳達此資訊給需要知道的人
 - (7) 對產品執行改善行動
 - (8) 處理被退回的產品
 - (9) 監控改善行動的反應及決定是否需進一步的行動
2. 決定需執行何種改善行動
3. 和批發商一致的責任及行動
4. 通知市場監督管理者

(四) 從改善行動中學習更多的經驗

1. 重新檢視設計的標準及改進品質系統以避免未來的問題
2. 評估改善行動程序的成功因素及做進一步的改進
3. 對於主要的參與者發表評論及感謝

三、日本的回收程序

日本在「消費生活用品安全法」、「電氣用品安全法」、「確保液化石油氣安全及交易合理化法律」及「瓦斯事業法」皆賦予法令主管機關可採取包括命令回收等手段，防範商品危害範圍繼續擴大。日本經濟產業省推動之自回收除已行之有年的電氣用品回收制度外，2002年再以全部消費性商品為對象，推動業者自願回收制度，並完成「消費生活用製品回收手冊」，協助業者快速回收危險性商品。

日本經濟產業省在其所編的「消費生活用製品回收手冊」中對於業者應何時考慮進行回收，特別強調「產品具有缺陷」並非是業者須採取回收措施之要件。業者在判斷是否應實施回收時，應從「是否已發生或可能發生危害人身之事故」、「是否可能擴大影響層面」、「最適當之應對措施為何」等進行考量。

而當業者決定實施包括回收在內的產品安全改善措施時，必須向相關行政機關報告回收計畫內容。在執行回收過程中，仍須定期向相關行政機關報告執行經過。提出報告的頻率可依危害之嚴重程度彈性決定。另由於業者在實施回收的過程中可能會面臨回收率無法提升、難以在預定的回收執行期間達成目標等狀況，因此業者可彈性修正其對消費者的應對方法、資訊提供方法、回收數量等，並利用定期報告時向相關行政機關提出修正計畫。若業者完成回收工作，亦須向主管機關報告。日本業者實施消費商品自願回收作業流程圖如圖 4-6 所示。

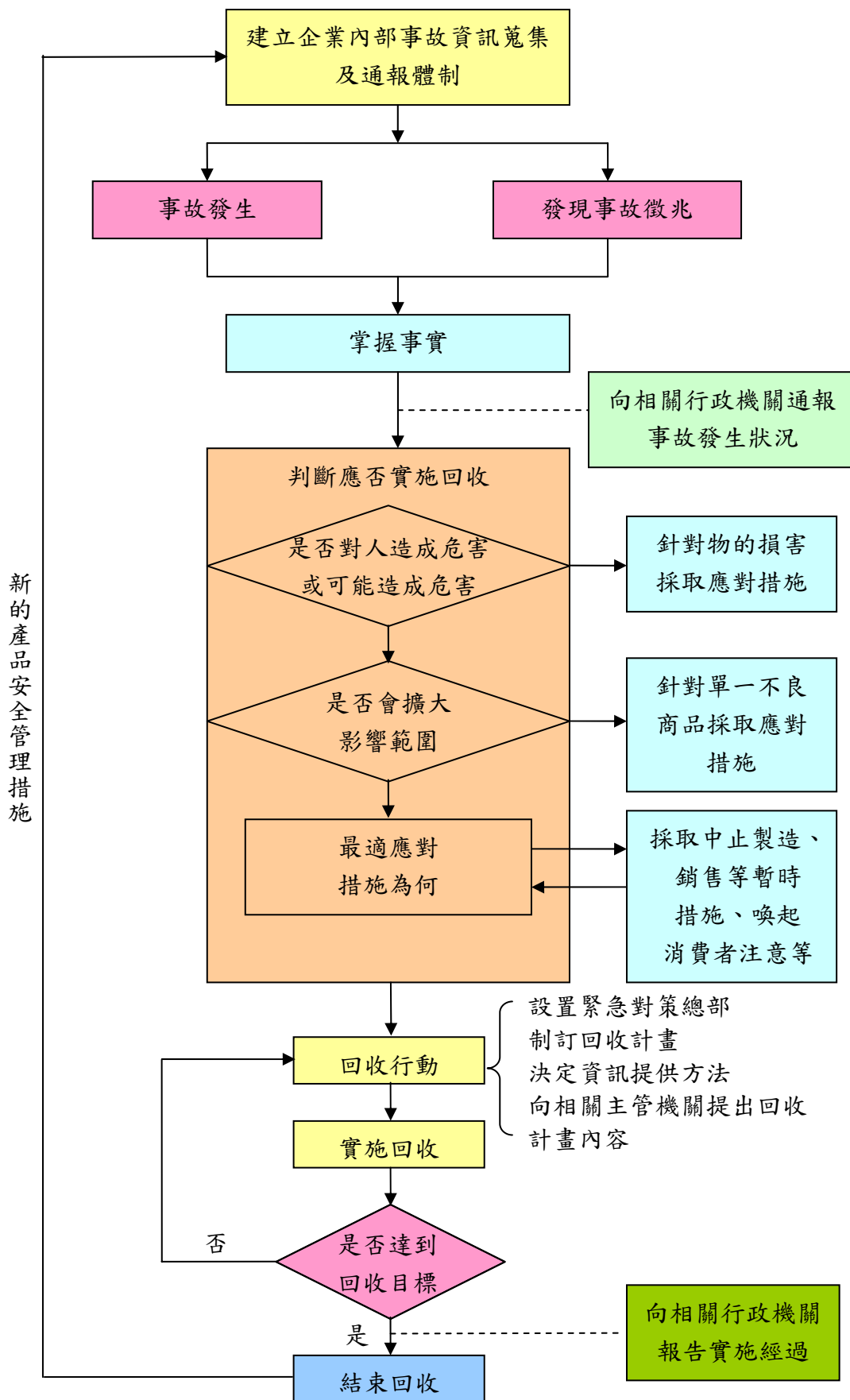


圖 4-6 日本業消費商品自願回收作業流程圖

第四節 改善消費安全法令與執行機制之擬定

根據歐美等先進國家在消費安全上的努力，如其資訊回報系統之瑕疵產品資訊蒐集，資料分析及完善的檢驗與回收體制，使其能在發現消費安全問題的同時，能在最短的時間內解決問題，提高消費者在產品消費上的安全。

本研究於 2006 年 11 月 22 日(星期三)上午 10 時，假經濟建設委員 B136 會議室，舉行專家學者座談會。行政院經建會綜合計劃處廖處長 耀宗致詞，由計畫主持人及共同主持人簡報「臺灣消費安全之重要案例與產業衝擊分析」研究進度，並進行議題一：「消費安全行政體系與民間組織的運作規範及其影響」及議題二：「平衡消費安全與產業發展，通報體系與产品召回(Recall)」之討論。

與會者的寶貴意見節錄於附錄五，以下舉出發言重點如下：

1. 標準檢驗局張朝欽科長：產品沒有檢驗標準時，產品的最低要求就是產品的安全，企業就要負起安全責任。業者在執行回收程序時可能會面臨到沒有回收指引可以參考的困難。關於回收指引的部分，國外有很多相關資訊，主管機關可以參考嘗試去制定相關的回收指引。
2. 消基會游開雄秘書長：建立一個回收標準的作業程序(Standard Operation Procedure, SOP)，SOP 建立後，消基會才能在這樣的管道中要求相關的業者執行。
3. 中華民國全國工業總會蔡宏明副秘書長：今後哪些產品需要強制通過檢驗後才能上市？是否可以透過符合性評鑑，鼓勵業者取得標章認證，都是可以思考的方向。
4. 中研院張靜貞研究員：反向的思考，由下游廠商及大賣場一併負起產品安全的連帶責任，即針對其販售的商品同時也有把關的責任，必須確認商品係檢驗合格才可販售，若一旦發生消安問題將負連帶責任。
5. 臺灣區玩具暨兒童用品工業同業公會簡淑超總幹事：以目前臺灣的情形來說，玩具安全標準都有正式的規範。但產品上市後，市場的監督目前存在一個問題，劣質的玩具透過管道規避檢測後流通到夜市、路邊攤販售，造成劣質玩具驅逐優質玩具的情形，因此要思考未來市場監督的機制是否能運作更加健全，讓劣質產品也必需接受檢驗，保障消費者的權益。

6. 台北市進出口同業工會張欽楷副召集人：當產品對消費者安全產生危害，必須透過媒體進行全面性的產品回收時，一定要讓所有消費者知道產品是哪一批有問題，這就必需談及生產批號的規範。所以，對於生產批號的相關規定，應該為必要且具強制性。

以下就本研究分析結果並參酌國外經驗，及專家學者座談會與會者的意見，擬定下列改善我國消費安全之短中長期策略建議：

一、短期：申訴通報及資訊傳遞系統的建立

(一) 消費者單一申訴窗口的建立

美國政府自 2003 年起整合了六個與消費安全有關且具有不同管轄範圍的聯邦機構，建立單一消費安全產品召回入口網站(www.recalls.gov)，並將各單位所負責之消費產品項目及權責劃分清楚，因此消費者在消費安全問題發生後，能夠迅速的向相關單位申訴。因此，我國有必要建置一個召回入口網站(www.recalls.gov.tw)。

(二) 各事業主管單位消費安全事故通報體系的建立

此外，各單位除有接受消費者申訴之專責窗口外，並需建構蒐集消費安全事故之通報體系，例如美國 CPSC 每日固定蒐集全美 100 家醫院急診室意外事件類別及原因，而疾病管制局則負責分析通報病例。因此 2006 年 9 月大腸桿菌事件造成全美 3 人死亡、將近 200 人生病，經由醫院通報資訊之分析比對，在最短時間內合理懷疑病因來源是菠菜，即立即禁止該項產品的販售及實施回收，可知消費安全資訊通報系統建立的重要性。

然而我國不似歐美國家將管轄機關劃分的如此明確，因此，消費者在發現產品瑕疵及問題時，往往不知要向那個單位通報，只能向消基會或各地消保官申訴，但這些申訴資料又無法有系統的分析整理，很容易錯失在第一時間發現問題而能有後續相關的處理。

因此，建議政府能建立一個單一的通報窗口，如由消費者保護委員會承辦，使消費者在發現其所消費之產品有瑕疵時，

能有一個確切通報的管道，並在之後建立醫院、業者、相關消費者保護機構、媒體及報章雜誌等通報體制，以便在日後處理消費者安全事件上能更有效率。

(三) 通報資訊的傳遞及專業人員的訓練

由於我國各項產品的檢驗與管理之主管機關不盡相同，如依據「商品檢驗法」第二條，該法之主管機關為經濟部，而商品檢驗由經濟部設標準檢驗局辦理，負責應施檢驗產品的檢驗。依「菸酒管理條例」明定財政部為酒的目的事業主管機關；依「食品衛生管理法」，食品、食品器具(如紙容器)、食品用洗潔劑之目的事業主管機關為行政院衛生署。依「消費者保護法」第六條規定，其主管機關在中央為各目的事業主管機關，在直轄市為直轄市政府，在縣(市)為縣(市)政府，全權統籌處理有關消費者保護之事務。

因此，在上述單一通報窗口建立後，亦需訓練相關的專業人員以便在接收到通報資訊後，能迅速的將這些案件通報給相關的單位，以便實施後續的行動，如對瑕疵產品的檢驗、公告、回收等，以保障消費者的安全。

(四) 加強政府單位及民間組織的協商機制於發生消費安全問題時迅速啟動資訊整合對外發佈訊息，避免消費者恐慌

歐盟委員會與代表消費者之民間消費者組織緊密的合作，並在重要的行動上給予支持，甚至協助訓練民間消保組織的專業人員，以確保消費者能清楚其權利並且能夠利用這些消費者組織以保障其權利。這樣的合作關係可促進歐盟各國間資訊快速的流通，並且能使其政策執行更有效率。

我國消保會雖然每個月會召開委員會議，就其所關心的議題，邀請消保會委員、各中央主管機關出席，以做各項議題的檢討。然而隨著時代的進步，許多安全的問題需有專業的判斷及檢驗標準的建立，是否每個月所召開的委員會議，能符合這些全面性的需求。因此，應考量歐盟經驗，加強政府相關單位及民間組織的協商，使其所獲得的資訊能夠整合，並且透過這樣的協商機制，能盡速建立後續的處理方式。並且能有系統的將檢驗標準、通報、召回及認證等相關制度建立起來。

二、中長期：檢驗標準的建立與更新

目前國內尚有諸多產品無檢驗的標準，如 2005 年 8 月真假蜂蜜事件發生時尚無相關真假蜂蜜的檢驗標準，使得合成蜜充斥，不僅攻佔大賣場，近來甚至直接到產地與蜂農競爭，相關單位長期漠視，使得蜂農生存面臨嚴重威脅。而業者向農委會反應，得到的回應是合成蜜屬於商品，非農政單位管轄，也無權取締，應由衛生單位處理。但找上衛生單位時，答覆是只能檢驗有無違法添加物及農藥殘留。因合成蜜本來就是由果糖加工，加再多果糖也都沒有農藥殘留、使用抗生素等問題，「怎麼抽驗都合格」。合成蜜標示不實影響消費者及蜂農權益，成了管理上的灰色地帶。

因此，2006 年 8 月在第 6 次修訂的蜂蜜國家標準中清楚將蜂蜜做了定義，說明其品質要求，並在其包裝上應有清楚的標示。按照新標準的規定，如果在蜂蜜中添加了任何其他物質，就不能以“蜂蜜”作為產品名稱。此一新檢驗標準雖能禁止合成蜜充當蜂蜜販售，但相關單位亦應加強檢驗，以杜絕不肖業者違反消費公平原則販售。

另外，衛生署公告禁止生魚片使用一氧化碳，但各縣市衛生局因缺乏人才及設備，因此並無定期進行相關檢驗，且衛生署亦無公布其濃度標準為何，所以是否生魚片一經驗出含有一氧化碳，即需下架銷毀？但使用一氧化碳之進口牛肉卻充斥市場，造成消費者恐慌。若無明確的檢驗標準，業者將無所適從。

因此，相關單位應吸取相關教訓的經驗，盡速訂定尚在模糊地帶產品的相關檢驗標準，以利業者遵循，日後才不致再發生相關的事件，使消費者能有個安全的消費環境。

三、長期：自願回收機制的推動

(一) 回收在國內未普遍的原因

產品回收的目的是藉著回收產品以改正產品存在之危險，防範消費者受到傷害。但目前回收在國內並未被普遍運用，其一是主管機關未善用其職權；其二是產品責任訴訟並不普遍，無法對業者形成壓力；另外，回收經驗不足、消費者對回收行為缺乏正面評價等也是業者不願實施回收的原因。

(二) 現今司法環境欠缺壓力與誘因，能讓此自願回收產品之義務發生任何約束力

雖然「消費者保護法」中產品回收規定之設計，一方面可提供企業主動、自願回收產品的法律基礎，另一方面，亦賦予主管機關命令業者限期回收之職權。縱然明定企業，於「有事實」足認其所提供之商品有危害消費者安全與健康之虞時，有主動、自願回收產品的義務，但現今司法環境欠缺壓力與誘因，能讓廠商履行自願回收產品義務。因此，必須建立標準流程於法律體制內，積極影響業者自願回收產品的助力，以能在最短時間內主動將問題產品從市場及消費者手中回收，確保消費安全。

(三) 業者在商品回收義務認知上的不足

根據 2003 年臺灣經濟研究院之「我國消費商品事故資訊蒐集、分析及回收體制試行計畫」所做的業者座談會可發現，業者希望主管機關應制訂明確標準，讓業者知道在什麼時候應實施回收。同時認為應有公正的鑑定機構協助其釐清事故是否因商品缺陷而起。因此，在業者的想法中，商品必須有缺陷，且應有公正機構確認其產品缺陷是事故主因，才構成其願意回收的要件。

但事實上，從國外的實施經驗來看，自願回收是業者履行其產品責任的手段之一。當業者由各項內部申訴、檢驗資訊發現產品有危害消費者之虞、或已發生重大事故且可能擴大影響範圍時，業者就應自行判斷是否採取回收行動，以改善產品安全性，達到確保消費者安全之目的。否則當消費者因產品導致傷害，業者在產品責任制度下有可能須付出包括賠償金及商譽損失之重大代價。故業者該不該進行商品回收，應該從公司永續經營的角度做多重考量，鑑定結果只是判斷時的一項參考依據。

(四) 藉由溝通與宣導及相關的配套措施以增加業者自願回收缺陷產品意願

由上可知，國內業者在處理產品回收時的態度較為被動，商品必須有缺陷且因此缺陷而造成重大事故時才願意回收，但

調查與鑑定的程序往往曠日費時，使得危險產品得以繼續流通，讓消費者暴露於受害風險中。然而，回收所需人力、費用及時間，對業者而言是項極為沈重的負擔。我國產業結構有98%為中小型企业，是否有足夠的人力、財力及履行產品責任的觀念，是其願否自願回收其產品的主要依據。否則，可能一次的回收，就使得企業遭受重大的損失甚至面臨倒閉的危機。

因此，政府應時常與業者溝通與宣導，缺陷產品回收不是等政府發現問題而要求業者實施，此時業者才被動的回收其所生產的產品，而是業者應以其產業永續經營為考量而積極的正視此問題。另外，政府應擬訂相關的配套措施，以增加業者自願回收缺陷產品的意願，如在文中提到投保產品召回保險以分散風險；配合資訊通報系統資訊蒐集與分析，以盡速釐清問題的來源，並要求業者配合；並倣照先進國家，編製商品回收指導手冊，明確規定回收標準作業程序以利業者遵行；並且政府應積極引導業者實施自願回收。

四、持續性的加強市場監督

由於市面上販售的產品很多，而政府的資源有限，如何將有限的資源集中在有問題產品的監督上顯得相當重要。危險性產品因其可能傷害到消費者之生命及財產安全，故應列為優先監督對象。但因目前無相關統計資訊可供參考的情況下，各檢驗單位僅能憑片段之申訴及檢舉資訊來判斷監督重點或進行市場購樣檢驗，難以將市場監督效益發揮到最大。

雖然法令規定，產品標示不符合規定或檢驗不合格，主管單位得命令其停止輸出入、生產、製造、陳列或銷售。產品已流入市場者，應命業者限期改善、回收或銷燬。產品標示不符合規定問題尚小，能立即要求業者改善。但產品抽檢需耗費許多時間，特別在食品方面，往往抽檢報告出來時食物早已下肚，因此檢驗時效成為市場監督的一大難題。

如何兼顧產業發展及消費安全，除了加速瑕疵產品通報系統的建立，有效率的發揮市場監督的效能。業者方面也應積極配合，除了在產品的製造過程中嚴格把關，亦能建立一套企業內部事故與申訴資訊

蒐集及通報體制，從平常匯集的資訊中發現產品的問題，一旦有所發現即應展開應對行動。

五、永續性資訊的傳遞與教育機制的建立，以兼顧消費安全與產業發展

隨著科技的進步，資訊的流通愈來愈快速，消費者往往能從報章雜誌、新聞媒體及網路得到相關消費產品的資訊，然而這些資訊的正確與否有時仍有待商榷，錯誤的資訊往往誤導消費者長達半年以上。如 2005 年 8 月消基會公佈目前假蜂蜜充斥市面的消息，立即引發社會大眾的關切，之後相關新聞媒體及報章雜誌即教導消費者辨別真假蜂蜜的方法，如以牙籤挑蜂蜜，挑起來黏稠就是真的；蜂蜜如果純的話，就不會有螞蟻；以 1/10 的蜂蜜水置於瓶內大力搖晃，真蜂蜜因含大量酵素，所以會呈現混濁並產生大量氣泡持久不消，若合成蜜則搖晃後蜜水呈琥珀色，產生的氣泡很快消失。以上方法皆具爭議性，缺乏專業權責單位出面澄清。而且大部分的消費者根本沒有能力辯別這些資訊的正確性，任由似是而非的資訊報章媒體及網路上流傳。這些皆亟待政府各事業主管機關提出專業解釋，導正消費者資訊，維護合法廠商權益，並避免消費者無謂的恐慌，影響消費權益。

第五節 小結

本章第一節首先針對臺灣與歐美消費安全回收制度之法令與機制做比較，因為當消費者安全受到威脅時，完善的回收制度為損害控制的最後一道防線。本研究參考國外經驗發現，歐美等國在瑕疵產品的回收上，除非是有立即及嚴重的危害或業者不願配合，大部分都是政府藉由相關法規及政策以誘導業者自願性回收。

由第二節產品消費安全保險制度之探討得知國外廠商以產品召回保險做為其分散風險的作法，對大多以外銷日本、歐洲市場為導向之出口商為受當地進口商要求，因此，召回保險制度有其存在的必要條件。但由於國內產業有九成以上皆是中小型企業，且召回保險保費負擔頗高，國內投保企業並不普遍，需加強產品銷售通路商之責任。

第三節則針對美、歐及日本各國公告具體且完備的回收程序之範本進行說明及比較，供我國政府及業者參考。第四節則參考美歐經驗

及專家學者座談會與會者的寶貴意見擬定改善消費安全之短中長期策略。其中短期策略包括，消費者能透過單一窗口得知完整回收資訊、回收事後情形通報系統的建立、檢驗標準的建立、自願回收的推動、加強市場監督及正確資訊的傳達與教育機制的建立，減少消費者無謂的恐慌，兼顧消費者福利及產業經濟的維護。而中長期策略則以法令的修訂為主，以配合相關政策的實行。

第五章 結論與建議

本研究依消費者保護法「第二章：消費者權益」所規範「第一節：健康與安全保障」，探討保護消費安全之策略與手段，及其對相關消費者社會福利與產業經濟層面的影響。本文第壹章為緒論；第貳章探討美國與歐盟政府及民間對消費安全之推動作法，及國際對於兼顧消費安全與產業發展之作法；第參章探討臺灣消費安全體系，及近三年國內消費市場重要案例追蹤分析；第肆章則比較臺灣與歐美消費安全回收制度之法令與機制、探討產品消費安全保險制度及提供美國、歐盟及日本回收程序之範本說明；最後提出擬定改善消費安全法令與執行之機制。

本章則首先總結國內消費安全的現況，列示說明本研究追蹤近三年國內消費安全案例影響消費者權益的問題與改進建議，並摘錄歐盟、美國及日本等消費安全之作法及經驗，最後分別提出對政府、民間消保團體、消費者及業者的建議。

第一節 結論

一、消費安全現況

依衛生署統計我國主要死因資料，2001年至2005年因事故傷害而死亡之人數皆在8,000人以上。雖然上述死亡及財物損失統計不完全與消費安全事件有關，但亦有一定程度的關聯性。

依據美國消費性產品安全委員會(CPSC)從過去非食品類消費產品平均每年造成25,900人的死亡，再加上傷害及財產損失等事件，估計已耗費國家每年超過7千億美元的經費，占美國GDP(美金11.6675兆)的6%。若以美國人口為25,642萬人計算，則每人每年因消費不安全產品所造成的損失為2,730美元。以汽車為例，依美國國家道路安全局(NHTSA)統計資料，2000年至2005年間，美國登記的車輛數為23,000萬輛，每年約召回1,800萬輛汽車，佔總登記車輛數之8%。

此外，美國食品暨藥物管理局(FDA)統計國內市場包裝食品、藥品及醫學設備產品在2003年的產品回收較1999年增加了24%。而美國農業部(USDA)統計肉類及家禽類回收數量已從1988年的600萬磅

增加至 2003 年的 3,600 萬磅，增加 5 倍之多。由此可知，若包含食品類所造成之疾病或非食品類產品所造成之傷害等消費安全事故，對消費者所造成的損失將會更大，顯示消費安全的重要性。

據我國於 1994 年 1 月 11 日公布施行「消費者保護法」，以作為保障消費生活安全及權益的基本法，同年 7 月 1 日行政院消費者保護委員會成立，作為研擬及審議消費者保護基本政策與監督其實施之機關。消保會申訴統計資料顯示，各地消費者服務中心所受理之第一次申訴案件從 2004 年總計 9,442 件，至 2005 年快速增加至 15,550 件，增加幅度為 64.7%。其中申訴、調解案件 2004 年 7 至 12 月以金融保險類居冠，其次依序為購屋類、運輸通訊類、育樂類；而 2005 年 7 至 12 月以運輸通訊類居冠、其次依序為購屋類、金融保險類、育樂類。

而 2001 年至 2005 年消費者向民間消保團體消基會申訴案件數每年亦有 8,000 件(包括書面申訴及現場諮詢)以上，2001 年有 8,309 件，2005 年增加至 9,105 件，其中 2005 年前五大申訴排名分別為購屋、銀行、電信、壽險、汽車。

另外，衛生署針對食品衛生問題，統計分析消費者向衛生機關申訴、陳情或檢舉案件資料，2005 年消費者共反映 2,303 件，與 2004 年 2,344 件相比，僅減少 2% (41 件)。2005 年最常反映案件的前三名，分別是餐飲業問題(431 件，18.7%)、食品宣稱誇大或涉及療效(246 件，10.7%)及食品販賣場所(194 件，8.4%)。

二、影響消費者權益之問題分析

由上可知，不論是食品或非食品類產品，消費安全問題所涉及層面廣泛，附錄二詳盡整理近三年國內消費安全事件，資訊來源分別為依行政院消費者保護委員會、行政院衛生署、消費者文教基金會、其他民間消費者保護團體及社會新聞。本研究第參章第二節針對近三年國內消費市場 11 個重要案例進行追蹤分析，並依其相關問題分類提出建議如表 5-1 所示：

表 5-1 近三年影響消費者權益之國內消費安全重要案例分析與建議

重要案例	消費者權益問題分析	改進建議
1. 2004 年 5 月有機蔬菜農藥殘留事件 2. 2005 年 8 月真假蜂蜜事件 3. 2006 年 2 月生魚片添加一氧化碳事件	1. 無相關檢驗標準或程序。 2. 民間消保團體與政府各目的事業主管機關缺乏協商機制。	1. 盡速訂定相關消費安全國家標準。 2. 政府消保相關單位需定期與民間消保團體協商溝通釐清爭議。
4. 2004 年 11 月茶葉農藥殘留事件 5. 2005 年 9 月石斑魚檢出孔雀綠事件	1. 不得使用之農藥殘留及其管理問題。	1. 國際競爭壓力下，實施生產履歷及認證制度以提高品質控管能力。 2. 事業目的主管機關需主動提供社會大眾產品下架回收等後續處理情況之報告，以避免消費者恐慌。
6. 2005 年 5 月千面人下毒事件	1. 責任歸屬不明。 2. 後續處理情形未公開透明化。	1. 經銷商與製造商負起連帶責任以提高經銷商對危險產品後續處理配合意願。 2. 相關主管機關應將後續回收成效對外公佈。
7. 2006 年 5 月磁性積木組合玩具事件	1. 臺灣對國際消費安全資訊通報系統之資訊的更新缺乏效率。 2. 美國 CPSC 於 2006 年 3 月 31 日即發佈緊急召回公告，而臺灣 5 月 23 日消保會網站刊出該資訊。	1. 建立專責單位負責蒐集國際消費安全資訊以降低資訊取得之時間落差。 2. 加強與各國消保單位建立資訊交流平台。
8. 2006 年 9 月美國毒菠菜事件	1. 食品中毒嚴重影響消費者健康安全。 2. 臺灣缺乏進口食品之標準檢驗流程。	1. 參考美國單一通報窗口模式，以即時分析資訊。

表 5-1 近三年影響消費者權益之國內消費安全重要案例分析與建議
(續)

9. 2006 年 10 月海外渡假村會員卡糾紛事件	1. 消費者對於公平交易法相關規範不熟悉，致此類糾紛頻傳。	1. 除訂定相關法規外，亦需加強對消費者的宣導及教育，並設立諮詢單位。
10. 2006 年 11 月健身房(體適能中心)定型化契約消費糾紛事件	1. 定型化契約範本雖有明確規範健身房(體適能中心)定型化契約之內容，但只供業者及消費者參考，並無法律效用。	1. 定型化契約應記載及不得記載事項通過後，只要係屬提供健身房服務之業者違反前項公告之定型化契約，其定型化契約條款無效。 2. 企業經營者使用定型化契約者，主管機關得隨時派員查核。
11. 2003~2006 年臺灣地區瑕疵車輛召回	1. 臺灣地區瑕疵車輛召回改正大都是政府責令車商執行。 2. 未要求車商執行事故分析通報。	1. 建立自願性召回改正機制及相關配套措施。

以下分別整理政府、民間消保團體、消費者及產業相關業者當前所面對之相關消費安全問題：

(一) 政府

1. 對於許多具爭議性之產品安全尚缺乏相關檢驗標準或程序；
2. 與相關單位及民間消保團體缺乏具體的協商機制；
3. 各目的事業主管機關對消費安全事件後續管理及輔導績效不彰；
4. 缺乏單一通報窗口之資訊蒐集及分析；
5. 對國際消費安全資訊通報系統資訊的獲得缺乏效率；

6. 責任歸屬不明及後續處理情形未公開透明化；
7. 缺乏自願性召回改正機制的詳細推動指引、範例及相關配套措施。

(二) 民間消保團體

1. 缺乏與政府相關單位之協調機制；
2. 檢驗消費商品或服務流程未符合統計上之代表性及公信力；
3. 發佈資訊的內容具爭議時，未主動澄清及適時修正。

(三) 消費者

1. 缺乏相關的法令及消費安全觀念，易受錯誤訊息誤導而造成恐慌；
2. 缺乏對自身權利及義務之認知。

(四) 產業相關業者

1. 中小企業在商品回收義務認知上的不足；
2. 回收保險對中小企業廠商負擔龐大；
3. 通路廠商相關責任未明確，且缺乏自動通報瑕疵產品的義務。

三、歐美日等國消費安全之作法及其經驗

本研究第貳章探討歐美日等國消費安全之推動作法，提出其相關法規的訂定，及相關制度推動作法的優點整理如下：

(一) 單一申訴窗口的建立與相關資訊的分析及整合，提高消費安全事件處理上的效率

美國政府自 2003 年起整合了六個與消費安全有關且具有不同管轄範圍的聯邦機構，建立單一消費安全產品召回入口網站(www.recalls.gov)，並將各單位所負責之消費產品項目及權責劃分清楚，因此消費者在消費安全問題發生後，能夠迅速的向相關單位申訴。且藉由此系統之資訊的整合，能迅速釐清問題的來源，並建立後續的處理方式。

(二) 法規訂定明確且詳細

歐美相關法規訂定明確，可供消費者及業者有所遵循。如在回收法規的制定上，不僅有詳細的回收計畫書範本、亦

明確規定回收達成標準，使商品回收的執行上更有效率，更能確保回收的執行成效。

(三) 輔導國內民間消費組織，建立與政府良性溝通之合作關係

美國政府對於民間消保組織之運作並無規範作法，主要是官方單位僅採用其本身實驗室依標準的檢驗流程所檢驗認定的結果，並不直接採用民間消保團體之報告，亦不為其報告結果背書。因為其雖認定民間團體之消保報導可提供資訊來源，接受其為消費者之代表，但若此民間團體與廠商產生糾紛，則雙方應自尋法律訴訟程序解決。

歐盟各國亦致力於輔導其各會員國國內的民間消費者保護組織，實際主導民間消保團體之發展，將其貢獻在與消費者有直接的經濟或法律相關或是影響消費者健康、安全及環境的議題上。不僅能監督政府，亦能有效的執行政府的政策。

(四) 自願性回收制度的實行，有效降低消費者恐慌及風險

當消費者安全受到威脅時，完善的回收制度為損害控制的最後一道防線，而產品回收保險為其合理之避險工具。從國外的經驗來看，自願回收是業者履行其產品責任的手段之一。當政府消保單位及民間消保團體由消費者申訴及檢驗資訊發現產品有危害消費者之虞、或已發生重大事故且可能擴大影響範圍時，應主動與業者協商由具公信力之單位輔導其主動回收。而業者若從公司永續經營的角度考量，主動配合採取回收行動，則受政府單位監督其回收成效，有助於廠商重建商譽，改善產品安全性，達到確保消費者安全之目的。

第二節 建議

本研究分別對政府、民間消保團體、消費者及產業相關業者等方面提供以下建議。

一、政府

(一) 儘速訂定與更新相關國家檢驗標準與程序

目前國內尚有諸多產品無檢驗標準，導致業者與檢驗單位

無所依從，而使得糾紛頻傳，政府相關單位應定期與民間消保組織及專家學者協商，以審視目前尚有那些產品未訂定國家標準及是否有些標準不合時宜而應予以更新。

(二) 由行政院消保會統籌，定期地與政府其他各部門、民間消保團體及專家學者協商以加強資訊的流通與整合，使政府與民間消保體系的運作能夠同調，以便盡速釐清問題來源，建立後續處理方式。

(三) 訂定生產履歷或認證制度以提高控管品質

由於政府並無足夠的人力與財力管理與輔導每一樣產品，因此很容易給人有績效不彰的印象，透過生產履歷制度追蹤產品從生產、處理加工至流通販售整個過程的各階段，較易迅速追查原因，掌握產品行蹤，因此較易迅速及正確的回收產品，並明確認定是屬於那一階段之業者的責任範圍。而透過產品的認證制度以提高產品品質及消費安全。

(四) 建立單一通報窗口

我國各產品之主管機關不似歐美國家劃分的那麼明確，因此，消費者在發現產品瑕疵及問題時，往往不知要向那個單位通報，只能向消基會或各地消保官申訴，但這些申訴資料又無法有系統的分析整理，很容易錯失在第一時間發現問題而有效的處理。因此，建議政府能建立一個單一的通報窗口，使消費者在發現其所消費之產品有瑕疵時，能有一個確切通報的管道，並在之後建立醫院、業者、相關消費者保護機構、媒體及報章雜誌等通報體制，以便在日後處理消費者安全事件上能更有效率。

(五) 建立一專責部門負責國外產品消費安全資訊的蒐集，期能和國外資訊同步，降低危險產品在國內所造成的損害。

(六) 明確訂定各產品之主管機關並將瑕疵產品後續處理情形公開化

雖然對於新興或分工不清之消費者保護業務，行政院消保會均主動出面協調，以確定主管機關，並促其妥適處理消費糾紛。但據其所提供之「協調指定消費者業務主管機關一覽表」

內容似乎不是那麼的詳盡，且在網站上並無法蒐尋到這類的資訊，因此應明確訂定各產品之主管機關，並向消費者宣導，以使消費者權益得到保障。並應將瑕疵產品之後續處理情形公開透明化，避免經媒體大肆宣染，造成消費者恐慌。

(七) 擬訂相關的配套措施，以增加業者自願回收缺陷產品的意願，鼓勵產品召回保險。編製商品回收標準指導手冊作業程序，對於廠商自願性回收行動的監管依風險等級設訂回收有效性的查驗標準，以利業者遵行。

(八) 對消費者教育機制的建立

消費者消費安全之觀念取決於其所獲得的資訊，因此，消費安全教育機制的建立即顯得非常重要，以幫助消費者在產品使用及操作上有正確的認知。

而消費安全教育的宣導除可透過網站定期舉辦相關的活動以提高點閱率，並且能透過消費者平時較能接觸到之媒體而加以宣導，如汽車車身廣告、捷運及公車電視的宣傳，以達到最佳的效果。

二、 民間消保團體

消基會依 2004 年 9 月至 2005 年 8 月基金會財務收入約為 4,700 萬元⁵，消基會董監事暨主要會務行政人員共 54 位⁶，其組織編制尚設出版公司及 20 個相關委員會及 2 組義務律師團等(諮詢組、訴訟組輔導組)，涵括產官學各方專家。

然而，代表行政單位之消保會依消費者保護法第四十一條之規定，為職掌研擬及審議消費者保護基本政策與監督其實施之機關，95 及 96 年度歲出預算數分別為 9,093 萬 7 千元及 1 億 243 萬 3 千元，專任人員編制由 2005 年 37 人略增為 45 人。消保會設委員會議，由主任委員及委員組成⁷，設置委員 11 人至 19 人，

⁵ 各界捐款占 55%，雜誌收入占 24%及檢驗及專案等收入占 21%。

⁶ 設有董事長、副董事長、秘書長、財務長、發行人、社長，及 16 位董事、3 位監察人、9 位名譽董事長、5 位副秘書長、3 位副社長及除台北總會外，尚有中區、南區、高屏等分會 3 位主任委員。

⁷ 由行政院院長提請總統派充之，並以行政院副院長為主任委員。目前遴聘相關部會首長八人、全國性消費者保護團體代表三人、全國性企業經營者代表二人、學者二人、專家三人為本會委員。

由以上之比較可知，消保會組織架構甚為精簡⁸，往往無法監督民間消保團體之運作及有效回應消費者疑慮。因此，民間消保團體常需擔負許多的責任，亦容易引發許多問題，所以建議民間消保團體應：

- (一) 建立與政府良好的合作關係。
- (二) 訂定相關法規使企業能定期提供其產品供消保團體檢驗，以提升其抽驗之可信度。
- (三) 檢驗結果發佈前應做再次的確認，以避免因檢驗有誤而造成業者損失及消費者的恐慌。

三、消費者

- (一) 建立消費者的相對義務與責任觀念

消費者往往認為保護消費者產品消費的安全是政府及廠商的責任，然而消費行為是有其權利，亦有其義務與責任。過去許多消費安全事件往往是產品使用不當或消費者缺乏應有的注意而造成的，例如一些玩具標示禁止三歲以下幼兒使用或蜂蜜標示八個月以下幼兒暫不生飲，若消費者忽略了這些細節，就很容易發生消費安全事件，因此消費者對於其所消費之產品有詳細閱讀使用說明的責任。

- (二) 教育消費者對擬消費的產品應有蒐集充分資訊的認知

消費者進行產品消費之前，應先對擬消費的產品作充分的資訊蒐集，特別是服務類產品，以瞭解該產品是否符合自身需求，以避免後續不必要的消費糾紛。

- (三) 善用公私部門消費者權益保護和通報的機制與平台

四、產業相關業者

- (一) 積極參與公私部門消費安全機制與平台

為維護業者的商譽和消費者的權益，建議業者積極參與公私部門消費安全機制與平台之運作，主動地與政府相關單位和民間消保團體建構良性互動關係，以落實全面性消費安全機制的功能。

⁸ 除主任委員及委員會議外，置秘書長、副秘書長、簡任秘書各一人、下設企劃、督導、法制、消費者保護官、行政五組及人事、會計二機構。並得因業務需要聘用研究員一至三人。

(二) 落實業者之資訊揭露義務

在相關法規中訂定業者對瑕疵產品通報的義務，以防止業者知而不報，而使危險產品繼續留在市場上。

(三) 加強上市前的品質控管，降低產品發生消費安全事件的風險

如業者可透過認證對產品本身的內含與品質進行控管；另一為透過商品履歷對產品的交易進行控管。

(四) 應於產品使用說明書中明確標示使用說明及警告標示

(五) 加強業者對回收義務之認知

根據 2003 年臺灣經濟研究院之「我國消費商品事故資訊蒐集、分析及回收體制試行計畫」所做的業者座談會可發現，業者希望主管機關應制訂明確標準，讓業者知道在什麼時候應實施回收。同時認為應有公正的鑑定機構協助其釐清事故是否因商品缺陷而起。因此，在業者的想法中，商品必須有缺陷，且應有公正機構確認其產品缺陷是事故主因，才構成其願意回收的要件。

但事實上，從國外的實施經驗來看，自願回收是業者履行其產品責任的手段之一。當消費者向各消保單位申訴或政府單位經由檢驗結果發現產品有危害消費者之虞、或已發生重大事故且可能擴大影響範圍時，業者就應自行判斷是否採取回收行動，以改善產品安全性，達到確保消費者安全之目的。否則當消費者因產品導致傷害，業者在產品責任制度下有可能須付出包括賠償金及商譽損失之重大代價。故業者該不該進行商品回收，應該從公司永續經營的角度做多重考量。

(六) 投保產品召回保險，以分擔風險。

(七) 輔導業者開發消費安全導向的產品，以創造高附加價值之新產品。

總結而言，本計畫建議消保主管機關及各事業主管機關短期內需儘速參考美國和歐盟的作法，建立消費者單一申訴窗口及各事業主管單位消費安全事故通報體系，提升我國消費安全法令與執行機制。其

次，建議廣泛建構合理有效之標準檢驗流程及產銷履歷制度，保障消費公平及優質國產品與進口品合理競爭發展。最後，中長期之目標則為輔導我國業者開發消費安全導向的產品，以創造高附加價值之新產品，並建構包含政府單位、民間消保團體、消費者及業者的全面性消費安全環境與機制，以促進我國產業升級發展並維護國民消費安全福祉與利益。

參考文獻

一、中文部分：

- 中華民國臺灣地區農業統計年報，1991~2005，行政院農業委員會。
- 中華民國臺灣地區漁業統計年報，1996-2005，行政院農委會漁業署。
主計處，90年臺灣地區產業關聯表編製報告。
- 台北中華民國消費者文教基金會檢驗委員會，2003~2005，消費者報導，第273~296期。
- 臺灣經濟研究院，2003，我國消費商品事故資訊蒐集、分析及回收體制試行計畫，經濟部標準檢驗局。
- 交通部，2006年汽車安全性調查及召回改正研討會，財團法人車輛研究測試中心。
- 林幸君、張靜貞，2004，臺灣農業與相關產業之附加價值與投入產出分析，農業經濟叢刊 10(1)，1-24。
- 海關通關資料，1996~2005，關稅總局。
- 賴朝賢先生之陳情書，2006年2月2日
- 蘇淑珠，2006，石斑魚使用禁藥孔雀綠，藥物食品簡訊第303期。

二、英文部分：

- Buzby, J., Roberts, T., Jordan Lin, C.-T., & MacDonald, J. M. (1996).
Bacterial foodborne disease: Medical costs & productivity losses.
USDA-ERS Agricultural Economic Report 741.
- European Commission, 2004, Product Safety in Europe: A Guide to
Corrective Action including Recalls, Product Safety Enforcement
Forum of Europe, Union of Industrial and Employers
Confederations of Europe, The Retail, Wholesale and International
Trade Representation to the EU, and European Consumers'
Organisation.
- European Commission, 2005, Annual Report on the operation of the
Rapid Alert System for non-food consumer products (RAPEX),
Health and Consumer Protection Directorate-General.

European Commission, 2005, The Rapid Alert System for Food and Feed (RASFF), Annual Report 2005, Health and Consumer Protection Directorate-General.

Mead, P., Slutsker, L., Dietz, V., McCaig, L., Bresee, J., Shapiro, C., Griffin, P., & Taixe, R. (1999). Food-related illness and death in the United States. *Emerging Infectious Diseases*, 5: 607-625.

Shang and Hoker, 2005, Improving recall crisis management: should retailer information be disclosed? *Journal of Public Affairs* 5: 329-341.

Sidrak, 2005, Documentation and Recalls: Limiting the Scope of a Recall, AFDO Listeria & Recall Workshops.

Sidrak, 2005, Meat and Poultry Recalls, NTF Leadership Conference.

Skees, Botts and Zeuli, 2001, The potential for recall insurance to improve food safety, *International Food and Agribusiness Management Review* 4: 99-111.

United States Government Accountability Office, 2004, Food Safety-USDA and FDA Need to Better Ensure Prompt and Complete Recalls of Potentially Unsafe Food, Report to Congressional Requesters.

三、網站部分：

中華民國行政院消費者保護委員會，<http://www.cpc.gov.tw/>。

中華民國行政院衛生署食品資訊網，
http://food.doh.gov.tw/chinese/focus/focus_3-1.htm。

中華民國消費者文教基金會，<http://www.consumers.org.tw/>。

美國政府召回網站 <http://www.recalls.gov/>

陳世雄，「推行有機農業之省思(上)- 發展瓶頸」，鄉間小路，第 29 卷第 1 期，92 年 1 月，P20-23。

農委會網站生產量值統計

http://www.coa.gov.tw/htmlarea_file/web_articles/5264/018.pdf

農業貿易統計 <http://agrapp.coa.gov.tw:7001/TS2/ts/tscc1000.htm>

漁業署網站魚價歷年行情資料，

http://www.fa.gov.tw/chn/statistics_price/lasted_fish_price/price.php

歐盟健康與消費者保護委員會

http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/index_en.htm

http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/publichealth.htm

http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/foodsafety.htm

http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/consumer.htm

http://ec.europa.eu/consumers/cons_safe/prod_safe/gpsd/index_en.htm

美國消費者聯盟

<http://www.consumersunion.org/aboutcu/about.html>

<http://www.consumerreports.org/cro/donate/cu/home.htm>

車壇新聞，2003.11.10，

<http://news.u-car.com.tw/news-detail.asp?nid=1582>。

車壇新聞，2004.04.23，

<http://news.u-car.com.tw/news-detail.asp?nid=1777>。

車壇新聞，2004.11.09，

<http://news.u-car.com.tw/news-detail.asp?nid=2144>。

Mitsubishi-Motors，

<http://www.mitsubishi-motors.co.jp/corporate/ir/financial/>。

NIKKEI NET，

<http://company.nikkei.co.jp/yprice10.cfm?scode=7211&ba=01>。

附錄一：行政院經濟建設委員會 95 年度「消費安全與產業發展之研究」委託研究計畫需求書

壹、緣 起

鑑於國內現行消費安全保障的相關法令與執行不周，使得國內消費安全問題層出不窮，顯現國內消費安全機制亟待加強。又國際間日趨重視消費安全的保障，先進國家甚至以消費安全的維護，作為開發中國家進口的市場障礙，顯示消費安全與產業發展交互影響，攸關經濟需求面與生產面的發展，在當前全球化的時代，其重要性日益顯著。

為兼顧國人消費安全維護與產業發展，本計畫擬分析國外先進國家強化消費安全的具體對策及效益，檢討臺灣消費安全規範及其對產業發展的衝擊，並據以研提臺灣應有的作法，建立符合國際規範的相關規定，有效消除社會對消費安全的疑慮，以促進經濟成長，從而建立處理消費安全問題應有的機制，兼顧消費者福利及產業經濟的維護。本計畫研究成果可供政府決策及本會規劃、研擬國家建設計畫之參據。

貳、計畫目標

- 一、檢討國內消費安全的法令與執行成效，及其對當前產業發展的影響，並以近三年來國內消費安全事件為例予以說明。
- 二、以先進國家的作法為參考標準，提出消費安全法令與執行機制應改革的地方及其對產業的衝擊。
- 三、考慮國內主、客觀條件，擬定改善消費安全法令與執行機制，訂定短、中、長期的策略。

參、研究期程

簽約日起至 2006 年 12 月 31 日止。

肆、委託辦理工作項目

一、研究課題

應甄單位依下列之研究課題撰寫研究計畫書：

(一)研究國際消費安全與產業發展趨勢

- 1.研究國外先進國家政府對消費安全的推動作法(包括

對民間消保組織運作規範法令、政策及推動機制之沿革與現況)及其效益。

2.研究先進國家對於民間消費者保護組織的作法及其影響。

3.國際對於如何兼顧消費安全與產業發展之作法。

(二)探討臺灣消費安全與產業發展之現況

1.檢討臺灣消費安全現況與問題。

2.比較臺灣消費安全現有相關作法與國際規範(包含法令、政策及推動方法)。

(三)研提提升臺灣消費安全的相關對策

參酌先進國家消費安全維護相關對策，考量我國國內主、客觀條件，制訂與國際接軌的消費者權益相關的機制，研提短、中、長期策略與重要政策措施，以兼顧消費者權益之維護與產業發展。

--現有法令或規定之修改。

--執行上預期遭遇之困難。

--對各產業可能產生的正負衝擊。

二、研究報告之提出

(一)簽約後須隨時依本會需要進行研究進度與成果討論。

(二)簽約後1個月內，辦理期初報告審查會，確認研究方向與課題。

(三)2006年7月辦理期中報告審查會，並提交書面報告。

(四)受託單位應於實證分析獲有初步成果後，邀集消費安全(涵蓋食品、用品等)、產業發展相關領域之專家學者，各領域至少二人，辦理研究成果座談會，並將座談會建議納入報告中。

(五)2006年11月辦理期末報告審查會。

(六)口頭及書面報告須以中文為之，書面報告摘要則須中、英文並列。

伍、預算金額及付款方式

- 一、本計畫經費不超出新台幣壹佰伍拾萬元【含各項稅賦及委託期間各次會議所邀請專家學者之出席費】，實際經費以議價結果為準。
- 二、付款方式採總額法分三期付款，第一期款於簽約後支付總額之百分之三十；第二期款於完成期中報告(預定)30本，支付總額之百分之三十；第三期款於完成報告並提送完整研究報告(預定)100本(含中、英文摘要)及交付電子檔及光碟片(含PDF檔及WORD檔)，經本會同意後撥付尾款之百分之四十。

陸、研究計畫書格式

以中文(橫式)書寫，內容至少包括下列各項：

- 一、研究目的
- 二、研究大綱(含研究架構、預定內容及預期成果)
- 三、相關研究之介紹與檢討
- 四、研究方法
- 五、工作項目及進度(得以甘特圖表示)
- 六、出國計畫書(無出國計畫者免列)
- 七、人力配置及經費分配(依本會委託研究計畫經費編列標準編列)
- 八、過去執行相關規劃、研究等工作經驗說明及實績證明資料
- 九、計畫主持人及工作人員學、經歷背景及專長說明
- 十、請依相關表格之規定填列

柒、其他規定

- 一、委託研究計畫進行應遵行「行政院經濟建設委員會委託研究計畫作業要點」。
- 二、有關本委託研究計畫工作之各項內容，其著作權及智慧財產權悉歸本會所有，且非經本會書面同意，受委託單位不得為任何形式之複製或發表。
- 三、委託研究報告應遵行「行政院經濟建設委員會出版品管理要點」。

附錄二：近三年國內消費安全事件概況說明

本研究為瞭解近三年消費安全議題的發展，除就政府機關所發佈之相關事件外，亦蒐集民間消保單位近年來所檢驗調查之結果，及未包含於前述二者之社會消費新聞等進行彙整。是否目前國內現行消費安全保障的相關法令，在法律規範與執行層面上仍有不盡周全之處？因而致使近年來國內消費安全問題時有所聞？在後續之章節中將選出數個特定事件進一步研析。本節首先依近三年國內消費安全事件資訊來源為行政院消費者保護委員會、行政院衛生署、消費者文教基金會、其他民間消費者保護團體及社會新聞分別整理如下：

一、行政院消費者保護委員會

消保會網站公佈之消保案例雖分有商品及服務兩類，唯多針對財務及契約糾紛與消費安全較無直接相關性，因此，茲針對消保會網站所提供與國內市場消費安全相關之消保資訊與新聞，進行節錄整理如附表 1 所示。其次，彙整消保會網站之消費警訊 2006 年公告之外國廠商宣布自願性召回之相關案例，其中多起為美商委由我商製造之產品，如附表 2 所示。

二、行政院衛生署

另為充份瞭解近年食品安全議題的發展，本研究除蒐集整理消保會所發佈之消費安全事件外，亦將衛生署食品資訊網所公佈判列為紅、黃燈之事件，即不論是否危害人體健康皆不應給人食用、危害消費者人體健康，有危害消費者人體健康之虞等議題，進行彙整如附表 3 所示。

三、消費者文教基金會

消費者文教基金會(以下簡稱消基會)為一非政治性、非營利性之消費者保護團體。自 1980 年於台北市成立以來，即不斷凝聚其內部專家群及義工團等兩大力量，由初期申訴個案之解決，到消費者保護政策之推動，共同為消費者保護運動而努力。

2001 年至 2005 年間，消基會歷年受理消費者申訴案數如附表 4 所示。以 2005 年為例，消基會受理之申訴案例共計 9,105 件。依申訴案件種類來看，如附表 5 所示，電信申訴為 2001 年度至 2003 年度的榜首，是由於電信事業開放民營，在多家公司互相角力下，隨著

資訊的快速發展，相關產品不斷推陳出新，手機已成為人手一機或多機的商品，也是電信躍升至第一名的主因，其申訴內容不外乎話費收費不合理、手機有瑕疵、被隨意停機停話、手機配送多個門號、遭盜打色情電話或長途電話等。當然網路購物糾紛、線上遊戲外掛程式問題、虛擬寶物遺失、ADSL上網裝機不及、頻寬不足、收費不合理等問題似乎正式宣告網路世紀已然到來，但虛擬與現實之間的問題正方興未艾。電信類中，以收費不合理為主要的申訴原因；其次為服務品質不佳；而廣告誇大不實或促銷手法不實，產品瑕疵等均是消費者多所抱怨之處。

壽險案件在 2001 年度至 2005 年度皆在前五名之內，主要申訴內容以消費者違反告知義務而拒絕理賠佔多數，此外為意外之認定標準、業務員過失而要求解約(如說明不實和代填保單)、撤銷契約糾紛、理賠金額不符等。

書報文具於 2001 年及 2003 年列入排行榜第 3 名，其中 2001 年以訪問式推銷要求解約退款的申訴最多，其餘為未成年學生被推銷套書，簽約後家長要求解約、未按時交貨、未經同意公司逕自寄送產品、業務員銷售不實、蓄意詐騙等。而 2003 年是因在錦繡集團旗下崇雅國際文化股份有限公司收取大地地理雜誌訂費後發生財務問題，加上承受發行權的秋雨印刷對訂戶權益語焉不詳，導致數萬訂戶受害所致。另外，特種買賣套書業者的銷售型態與不平等定型化契約，影響消費者權益亦為主要原因之一。

汽車案件以新車屢修不復(俗稱檸檬車)佔多數，重大瑕疵(如火燒車)次之，其他分別為修理費過高、配備不符、與廣告不實等。隨著電腦資訊的發展，汽車電子化、科技化成為一種趨勢，也是開發新車型，改善汽車性能重要的技術措施；然而消基會發現，科技發展技術不夠成熟竟也造成汽車申訴於 2005 年重登排行榜前五大的主因。申訴分析中，新車屢修不復、保固期內瑕疵不斷為最多，可預見汽車電子化的腳步加快後，車內增加各式新穎的電子設備，將使得汽車變得愈來愈複雜，但水能載舟，亦能覆舟，汽車電子化帶來便利性，卻也開始成為問題的根源。

銀行申訴案件在 2002 年之後皆在申訴排名前五名之內，其中，仍以信用卡產生糾紛佔多數，其中信用卡遺失遭盜刷，製造偽卡盜刷為目前最嚴重的申訴問題，幸好財金公司洩漏消費者信用卡金融卡資

料案已在 2002 年年中偵破，遭盜製偽卡而衍生的糾紛應有降低的可能，不過對於房貸利息過高、轉貸時被罰違約金、降息需負手續費的問題，猶是購屋人在不景氣中感覺最沈重的負擔。銀行類由 2004 年的第三名，2005 年上升至第二名，其中以業務人員違規或違法最多，即對於消費者的催帳手法惡劣，甚至濫用聯合徵信制度，且出錯後又毫無道歉、賠償誠意；而變相加價、收費不合理、年費爭議為次。

美容類申訴，訪問、特種買賣退費糾紛案件最多，詐欺、銷售方式不當、廣告不實；使用商品或接受服務，引起不適、受傷；商品品質、效果不佳，以及終止契約之退費糾紛亦有很多消費者申訴。

休閒類糾紛中，因為加州等健身中心和分時度假休閒村會員卡的退費糾紛，讓休閒類於 2004 年竄入第五名！其中，因為行銷手法大多屬特種買賣，但消費者多面臨解約遭拒的窘境，而廣告解說與事實不符、契約對消費者不公平，沒有解約條款，以及無法提供約定的服務、品質，又拒絕消費者中止契約等項目，嚴重傷害消費者權益。

購屋申訴類型曾於 1992 至 2000 年，高居申訴排行榜的第一名，當時亦是預售屋盛行期間，之後由於消基會與相關單位不斷宣導，加上自 2001 年後房地產景氣低迷，於是購屋糾紛的申訴，隨之明顯下降。如今，隨著房地產景氣的復甦，相隔五年後，購屋申訴案件又再度竄升到第一名。將申訴案件分析後，施工品質不良(房屋瑕疵或建材不符)糾紛最多；而經由仲介公司購屋、賣屋產生的糾紛次之，尤其是賣屋者與仲介公司的爭議有攀升趨勢。

就上述消費者申訴案例，並未以消費者健康或生命安全或財產安全之議題為區隔方式，因此無法依上述分類而論定為相關消費安全議題。

而消基會為推廣普及消費教育，同時籌措消費者保護基金，於 1981 年 5 月起，始發行「消費者報導」之非營利性刊物。依據 1994 年 1 月 11 日公布之消費者保護法，第 28 條授權消費者保護團體得為商品或服務品質之調查、檢驗、研究、發表。對於消基會 2003~2006 年間，共進行 54 例商品功能、品質及價格之檢驗及調查，並於消費者報導「數據在說話--測試篇」中公佈檢驗結果。本研究對此 56 起檢驗調查案例中，蒐集整理出 22 件與消費安全相關且有傷害消費者健康安全之虞者，依事件性質、對象產品分為食品、非食品及標示不全等 3 類，事件相關說明如附表 6 所示。

四、其它民間消費者保護團體

依據各機關陳報依法登記設立之消費者保護團體資料一覽表⁹，2006年臺灣運作中之民間消費者團體共計15個，其中年受消保會獎勵或補助者包括消費者文教基金會、臺灣消費者保護協會、中華民國汽車消費者保護協會、崔媽媽基金會、台北市消費者電子商務協會、新竹市消費者保護協會、台北市消費者權益促進會、台中市消費者權益促進會、中國海峽權促會、桃園縣消費者保護協會、高雄市消費者保護協會等11個民間團體。以下列出除消基會外，網路資料較完整之5個民間消保團體：

(一) 臺灣消費者保護協會(<http://www.cpat.org.tw/cpat/>)

於1994年由「高雄市消費者保護協會」為主體而發起成立。每年針對不同行業別公共場所之公共消防安全及食品、衛生；市場藥品、商品、食品逾期及標示等進行2至3次的調查活動。

(二) 中華民國汽車消費者保護協會(<http://www.car.org.tw>)

為一汽車消費者與廠商溝通的橋樑，自1993年成立即致力維護汽車消費者權利，提升消費者地位。除接受汽車消費者申訴、協調外，另設有汽機車瑕疵鑑定委員會，可接受法院、各縣市消保官、車廠及消費者之委託鑑定車輛瑕疵。

(三) 崔媽媽基金會(<http://www.tmm.org.tw/pub/rentlaw-1.htm>)

於1995年經行政院消費者保護委員會評定為「消費者保護團體」。其積極推動社造工作，並建立調處消費爭議之機制，以茲協助解決居住生活之消費爭議。現行協助調處之項目包括：消費者與企業經營者間基於「搬家服務」、「租賃關係(含仲介租賃)」、「公寓大廈管理事務」等，所衍生之消費爭議。

⁹ 依據2006年各機關陳報依法登記設立之消費者保護團體資料一覽表，臺灣運作中之民間消費者團體包括：消費者文教基金會、臺灣消費者保護協會、中華民國汽車消費者保護協會、中華民國移民消費者權益協會、台北市消費者保護權益協會、崔媽媽基金會、台北市消費者電子商務協會、高雄市消費者保護協會、桃園縣消費者保護協會、新竹市消費者保護協會、臺灣消費者權益促進會、台中市消費者權益促進會、台中市保險契約消費者權益促進會、台南縣消費者保護協會、花蓮縣消費者保護協會等。

(四) 台北市消費者電子商務協會(<http://www.sosa.org.tw/index.asp>)

於 1999 年成立，以推廣電子商務之應用、建立自律有序、公平效率、明確安全的電子商務環境、協助消費者和會員間紛爭的協調與解決為宗旨。

(五) 台中市消費者權益促進會(<http://www.consumer.org.tw/>)

於 1988 年正式成立，為臺灣第 1 個地區性消費者保護團體。由該會歷年活動記事可看出，其對於消費議題之關注，充分發揮地區性消費者保護團體的功能。

由於上列之民間消保團體於網站公佈之案例較少，且大部分案例內容皆以財產安全或定型化契約消費爭議為主，與本研究所定義之消費者人身安全之主旨有所差異，其中，僅汽消會所公佈案例與消費者生命安全較為相關，整理如附表 7 所示。

經本研究電訪瞭解，該會之瑕疵鑑定委會係由 9 位具 10~20 年汽修經驗之技師組成。一般瑕疵鑑定多由 1 人出任，遇重大瑕疵事件(如火燒車、暴衝)則 3 人同時出任。然，不論一般或重大瑕疵鑑定，其鑑定報告皆由 9 位瑕疵鑑定委員共同決議後，始書面檢具。在鑑定費用部分，由委託人自行支付。但若委託人為一般消費者，則於車輛瑕疵鑑定確立後，由廠商再行償還委託人先前支付之鑑定費用。若廠商對於鑑定結果有所疑慮，亦可尋第 3 者再行鑑定；若鑑定結果仍有糾紛，方提訴訟，由法官裁決。

五、社會新聞

以上為根據相關網站或消費者報導刊物所整理出關於重大消費安全的案例，底下再根據近三年社會新聞發佈消費事件概況做說明：

(一) 一口果凍召回不完全事件(2005 年 4 月 25 日)

2005 年 3 月底，屢屢造成幼兒食用噎死事件的一口小果凍，在業者和消保單位達成共識下將全數下架召回。但消基會於 4 月 12 日至 20 日，對台北、台中、台南及高雄地區，主要量販店、超市、超商、夜市和地攤等通路抽查發現，目前仍可在多家惠康百貨、公教便利中心購得應召回的蒟蒻小果凍。消基會董事長李鳳翔表示，甚至有部分銷售商將有問題的一口蒟蒻果凍，撕開完整包裝後，改以散裝方式，與 3.1 公分以上的大型果凍合售；此外，在傳統市場、夜市、柑仔店等，也隨處

可以看到應召回的商品，顯示存在產品召回不完全的問題。消基會李董事長表示，政府也該有積極作法，對國內有危害消費者安全與健康可能性的食品，應儘速建立完整召回、銷毀機制，以監督業者落實完成召回工作(陳鈞凱，2005)。

(二) 蠻牛飲料遭下毒事件(2005年5月18日)

知名提神飲料「蠻牛」2005年5月18日傳出疑似遭人下毒，造成4名民眾在飲用後都因氰化物中毒而緊急送醫，其中三人情況嚴重。保力達公司通知全國經銷商將產品立即全面下架、召回，廠商宣布下架損失3千萬。而同一公司的飲用類藥品「保力達B」續遭千面人攻擊，保力達公司再度宣布「保力達B」全面下架、召回、銷毀。業者表示召回「保力達B」10萬箱，損失7千萬元，該事件若對公司商譽造成影響，預計將讓該公司銷量衰退兩成，造成10億元左右營業損失。

(三) 亞歷山大健身房瓦斯外洩事件(2006年1月31日)

台北市政府消防局在2006年1月31日上午10時27分接獲報案，指位於台北市市民大道4段102號地下室2樓的亞歷山大健身中心敦南分部疑不明氣體，導致多人出現頭暈、嘔吐情形。北市消防局緊急疏散47人，另有10人身體不適送醫，其中50歲的男子許德雄送台安醫院到院前不治。消防局長熊光華上午也抵達現場坐陣指揮救災，他表示，經會同瓦斯公司進行偵檢，由於地下室一氧化碳濃度標準遠超過安全值，因此研判是一氧化碳中毒釀災。

附表 1 消費者保護委員會發佈之消費安全事件相關新聞
(2005~2006)¹⁰

事件	發佈時間及議題	事件過程及建議處置
1	<p>2006 年 10 月 3 日 行政院消保會消 保官採樣檢測 SK-2 化粧品重金 屬鉻鉍含量要求 加標警語</p>	<p>1. 事件過程：</p> <p>近來新聞媒體報導知名化粧品品牌「SK-II」產品在中國大陸被檢出含重金屬鉻、鉍，消保會為保障消費者權益，特別針對消保團體質疑之 SK-II 平行輸入產品部分，由消費者保護官在台北地區及桃園地區平行輸入店進行採樣。本次共計採樣 10 款「SK-II」產品，送請財團法人醫藥工業技術發展中心針對重金屬鉻、鉍之含量進行檢測。</p> <p>檢驗結果，10 款樣品均檢出 0.152ppm~0.815ppm 鉻含量；其中 6 款樣品檢出鉍含量，最高為 0.024ppm。</p> <p>由於該次針對鉻含量之檢測結果為鉻的總量，並未區隔三價鉻或六價鉻，即便將檢測出之鉻含量全部視為六價鉻，該微量之六價鉻含量尚不致對人體產生毒性作用；惟化粧品含鉻成分對人體可能導致過敏反應，行政院衛生署應要求化粧品業者標示相關警語提醒消費者注意，以確保消費者之權益。</p> <p>2. 建議處置：</p> <p>消保會於「市售化粧品檢測含有重金屬鉻鉍成分與消費者權益保護」會議中決議，請行政院衛生署將本次檢測結果送請業者就重金屬鉻、鉍之含量及產生原因提出說明，並要求業者設法降低鉻、鉍之殘留量，及加標相關警語。</p> <p>此外，消保會並決議請衛生署在市售化粧品進行全面檢測後，研議強制要求業者為警語標示，並訂定重金屬鉻(尤其六價鉻)之含量標準，以強化保障消費者之權益。</p> <p>另外，學者專家亦提醒消費者，使用化粧品時應避免不慎入口，減少吸入機會，並應將化粧品放置於孩童不易拿取之處，使用化粧品後有不適情況，如皮膚紅腫、脫皮、發炎等，應及早就醫。</p>

¹⁰ 消保會網站上所提供之消保資訊雖從 2004 年至 2006 年共三年，但 2004 年時僅發佈一起消費資訊且與消費安全事件無關，因而僅節錄 2005 年至 2006 年所公佈之消費安全事件於本表中。

事件	發佈時間及議題	事件過程及建議處置
2	2006年5月23日 磁性積木組合玩具危機四伏！	<p>1. 事件過程： 中國大陸製造之「Magnetix 磁石塑膠積木」，自2003年9月在美國販售以來，引發了34宗意外案例，其中包括4宗嚴重傷害，以及1名10個月大兒童因吞食2顆磁珠，而導致死亡之案例。因此，美國消費性產品安全委員會(CPSC)，以安全之理由緊急召回該產品。玩具反斗城(亞洲)有限公司亦已宣佈召回其在臺灣等5個國家出售之該種產品，國內已無販售此一品牌之磁性積木組合玩具。</p> <p>2. 建議處置： 消保會除已洽請經濟部標檢局應落實玩具為應施檢驗品目之職責外，並要求經濟部應加強對網路，以及市售該類玩具之標示(包括年齡限制、使用方法及警告標示等)查核；對於違規之業者，應依商品標示法予以嚴懲(新台幣2萬元以上20萬元以下罰鍰，並得連續處罰)外，更呼籲曾購買或現在使用該類玩具之家長們，安親班、幼稚園及兒童遊樂設施業者，千萬不要忽略這種玩具的危險性，務必小心提供給適齡兒童使用，以免發生遺憾。</p>
3	2006年3月8日 注意綜合性百貨公司和大賣場公安，請主管機關加強查核，並應落實執行相關規範，以維護消費者權益。	<p>1. 事件過程： 由於百貨公司、大賣場及超市等多為消費者購買商品之場所，而如逢節慶，又多為人潮擁擠之時，因此相關的公共安全重要更為大眾所矚目。經內政部統計全國列管大賣場等共計718家，自2005年12月底至2006年1月27日止，共計查核545家，抽查率為75.9%。該次抽查結果發現545家中，全部不合規定者為38%，消防安全設備不合規定者為12%，而在建築物防火避難安全設施不合規定者占35%。</p> <p>2. 建議處置： (1) 請主管機關內政部轉知各地方政府對於綜合性百貨公司或大型賣場應加強查核並依法處罰。 (2) 請主管機關內政部督促各地方政府，對於新開幕大型百貨、賣場等，應加強公安查核。</p>

事件	發佈時間及議題	事件過程及建議處置
		<p>(3) 請主管機關內政部依據該部提報本會第 112 次委員會議之「加強大型百貨公司、商場及量販店等場所公共安全檢查及維護措施」，並依據該措施規範將本次查核違法場所造冊追蹤列管定期抽〈複〉查。</p> <p>(4) 消保會將不定期會同主管機關內政部共同抽查百貨公司、大型賣場或超市以瞭解各地方政府執行查核情形。</p> <p>(5) 對於查核結果應公告，以保障消費者安全。</p>
4	<p>2005 年 12 月 13 日</p> <p>小心！電暖袋給的不只是溫暖</p>	<p>1. 事件過程：</p> <p>消費者李先生向行政院消保會申訴，12 月 9 日晚上 9 點多正看電視時，2004 年於夜市以新台幣 150 元購得之電暖袋，充電時忽然爆破，造成他後頸部及左手臂燙傷。因當初沒有標示、沒有發票，李先生不冀望求償，但希望能透過媒體，提醒消費大眾儘量不要購買這種具危險性的產品或應該小心使用，不要成為第 2 個受害者。</p> <p>行政院消保會表示，第 121 次委員會議曾在 2005 年初決議，請經濟部「掃蕩不合法市售電暖」及「加速電暖袋及電毯等產品之檢驗規」，以維護消費者之生命、財產安全。自 2005 年 11 月 1 日以後進口或生產之電毯、電熱襪及個人用之電保暖器具，應經標準檢驗局安全檢驗合格，並貼有商品檢驗標誌；否則，依商品檢驗法第 60 條之規定，可以處 20 萬元到 200 萬元罰鍰。</p>
5	<p>2005 年 10 月 9 日</p> <p>市售浴廁洗潔劑四成五呈強酸性，消保會請主管機關建立標示基準，強化保障消費者權益</p>	<p>1. 事件過程：</p> <p>2005 年消保官採樣市售浴廁洗潔劑共 22 件，送請經濟部標準檢驗局針對 PH 值及界面活性劑含量進行檢測。檢測結果發現，PH 值呈強酸性有 10 件，占樣本比例 45.45%；PH 值呈強鹼性有 2 件，占樣本比例 9.09%。界面活性劑含量大部分在 4% 以下，共有 17 件，占樣本比例 77.27%。</p>

事件	發佈時間及議題	事件過程及建議處置
		<p>浴廁洗潔劑商品因具危險性，且與衛生安全有關，除應依商品標示法第 9 條規定標示外，尚應依同法第 10 條規定標示其用途、使用與保存方法及其他應注意事項。然，該次檢測結果呈強酸性及強鹼性之樣品，使用方法及注意事項並無標示相關說明(例如：強酸或強鹼之警告標示、使用之稀釋比例等)，難以使消費者於購買及使用時獲得據以判斷之充分資訊。</p> <p>2. 建議處置：</p> <p>該次查核標示不合格之部分，消保會將移請主管機關經濟部依商品標示法相關規定處理。另查，浴廁洗潔劑商品之 PH 值及界面活性劑含量等係商品之重要資訊，為使消費者能合理判斷浴廁洗潔劑商品之危險性及清潔效果，行政院消保會已請經濟部研議依商品標示法第 11 條規定公告浴廁洗潔劑商品標示基準，以強化保護消費者權益。</p>
6	2005 年 2 月 7 日 春暖花開，花卉入口要當心	<p>1. 事件過程：</p> <p>餐飲業者為配合年節時令，或者營造浪漫氣氛，多有把花卉當作食材入菜之創意，行政院消保會特別提醒消費者及餐飲業者，目前國內花卉多作觀賞使用，已核准登記使用於花卉之農藥，亦僅限用於觀賞花卉，食用花卉部分並未核准農藥使用，且目前農政主管機關對於花卉用農藥尚未訂定安全採收期，而衛生主管機關亦未針對觀賞花卉訂定殘留安全容許量。對此，行政院消保會已函請行政院衛生署研議食用花卉殘留農藥安全容許量之制定，並列入食品檢驗項目。</p> <p>2. 建議處置：</p> <p>消保會建議餐飲業者，在農政、衛生主管機關對於花卉之安全採收期及殘留農藥安全容許量尚未訂定前，應儘量避免以觀賞花卉入菜，倘有需要，食用花材亦應由固定農戶契作供應，以利生產追蹤查驗，至盤飾用之花卉亦應清洗乾淨，避免農藥殘留；另呼籲消費者應儘量避免生食花卉，以保障食的安全。</p>

資料來源：行政院消費者保護委員會，<http://www.cpc.gov.tw/>。

附表 2 消費者保護委員會發佈之消費警訊(2006)

事件	發佈時間及議題	事件過程及建議處置
1	<p>2006 年 10 月 5 日 CPSC 宣布加拿大商 Cervelo Cycle Inc.公司自願回收委由我商製造之碳纖維腳踏車及支架案</p>	<p>1. 事件過程： 行政院消保會接獲駐美國代表處經濟組來函告知美國消費性產品安全委員會(CPSC)已於2006年9月28日在該會網站上宣布加拿大商 Cervelo Cycle Inc.公司自願回收委由我商製造，並以「2005 R2.5 Model Carbon Fiber Bicycles and Bicycle Frames」為名稱，約 650 組之碳纖維腳踏車及支架。 依據 CPSC 網站資料顯示，上述銷售公司自願回收上述產品之理由，係腳踏車支架可能鬆脫或分離，造成騎士失去平，跌倒受傷。目前上述公司尚未收到消費者受傷之事故通報。</p> <p>2. 建議處置： 為確保我國消費者之安全，若您身邊有上述產品，請儘速與加拿大商 Cervelo Cycle Inc.公司或經濟部標準檢驗局聯繫，並請其妥適處理，以維護您的權益。</p>
2	<p>2006 年 10 月 4 日 聯想電腦回收電腦電池案</p>	<p>1. 事件過程： 行政院消保會表示近日報載，中國聯想電腦公司及美國 IBM 公司已於 2006 年 9 月 29 日召回由日本新力公司製造的鋰電池 52 萬 6 千顆，這些回收電池的筆記型電腦機型是 ThinkPad R 系列、T 系列及 X 系列等。 以上機型在臺灣均有販售，行政院消保會呼籲購買該等系列電腦電池之消費者，除停止使用這些電池外，應儘速與業者聯繫，業者將提供更換新品之服務。上述產品召回之理由，係疑似該電池會過熱，並且曾在美國洛杉磯機場發生一則起火的事件。</p> <p>2. 建議處置： 為確保我國消費者之安全，若您身邊有上述產品，請儘速與聯想電腦 Lenovo 臺灣分公司聯</p>

事件	發佈時間及議題	事件過程及建議處置
		<p>繫，或經濟部標準檢驗局聯繫，並請其妥適處理，以維護您的權益。</p>
3	<p>2006年8月24日 CPSC 宣布明尼蘇達州美商 Target 公司自願回收委由我商 Triple Win Sports 製造製造之踏板車案</p>	<p>1. 事件過程： 行政院消保會接獲駐美國代表處經濟組來函告知 CPSC 已於 2006 年 8 月 17 日在該會網站上宣布明尼蘇達州美商 Target 公司自願回收委由我商 Triple Win Sports 在中國製造，並以「Firestreet Scooters」為名稱，約 185,000 部之踏板車。 依據 CPSC 網站資料顯示，上述銷售公司自願回收上述產品之理由，係踏板車之手把、輪胎及煞車等可能破裂或脫落，造成騎士跌倒受傷。目前上述公司已收到 5 件消費者受傷之事故通報。</p> <p>2. 建議處置： 為確保我國消費者之安全，若您身邊有上述產品，請儘速與美商 Target 公司或經濟部標準檢驗局聯繫，並請其妥適處理，以維護您的權益。</p>
4	<p>2006年7月11日 CPSC 宣布加州美商 Felt Bicycles 公司自願回收委由我商 Kinesis 製造製造之腳踏車案</p>	<p>1. 事件過程： 消保會接獲駐美國代表處經濟組來函告知 CPSC 已於 2006 年 7 月 7 日在該會網站上宣布加州美商 Felt Bicycles 公司自願回收委由我商 Kinesis 製造並以「Felt Mountain Bicycles」為名稱，約 700 部之腳踏車。 依據 CPSC 網站資料顯示，上述銷售公司自願回收上述產品之理由，係該腳踏車鋼質煞車輪殼可能從車架鬆脫，造成騎士跌倒。目前上述公司已收到 3 件煞車輪殼鬆脫之事故通報，惟並未有消費者受傷案例。</p> <p>2. 建議處置： 為確保我國消費者之安全，若您身邊有上述產品，請儘速與美商 Felt Bicycles 公司或經濟部標準檢驗局聯繫，並請其妥適處理，以維護您的權益。</p>

事件	發佈時間及議題	事件過程及建議處置
5	<p>2006年7月5日 CPSC 宣布田納西州美商 Porter-Cable 公司自願回收委由我商製造之無線釘槍</p>	<p>1. 事件過程： 消保會接獲駐美國代表處經濟組來函告知 CPSC 已於 2006 年 6 月 29 日在該會網站上宣布田納西州美商 Porter-Cable 公司自願回收委由我商製造並以「Porter-Cable Cordless Brad Nailer」為名稱，約 25,000 組之無線釘槍。 依據 CPSC 網站資料顯示，上述銷售公司自願回收上述產品之理由，係該無線釘槍在電源關閉狀態及置放檯面時，如扣動扳機會射出鐵釘，造成使用者或旁人受傷。目前上述公司已收到 2 件意外之事故報告，其中包括消費者腿部及背部受鐵釘刺傷案例。</p> <p>2. 建議處置： 為確保我國消費者之安全，若您身邊有上述產品，請儘速與美商 Porter-Cable 公司或經濟部標準檢驗局聯繫，並請其妥適處理，以維護您的權益。</p>
6	<p>2006年7月3日 CPSC 宣布加州美商 Specialized Bicycle Components Inc.公司自願回收委由我商製造之腳踏車把手柄</p>	<p>1. 事件過程： 消保會接獲駐美國代表處經濟組來函告知 CPSC 已於 2006 年 6 月 22 日在該會網站上宣布加州美商 Specialized Bicycle Components Inc.公司自願回收委由我商製造並以 Bicycles with SW Carbon Stem with Magnesium Faceplate 為名稱，約 2,700 組之腳踏車把手柄。 依據 CPSC 網站資料顯示，上述銷售公司自願回收上述產品之理由，係該腳踏車把手柄之鍍鎂面板可能破裂，造成把手與腳踏車分離，導致騎士跌倒受傷。目前上述公司已收到 5 件把手柄鍍鎂面板破裂之事故通報，惟並未有消費者受到傷害案例。</p> <p>2. 建議處置： 為確保我國消費者之安全，行政院副院長兼消保會主任委員蔡英文提醒民眾，若您身邊有上</p>

事件	發佈時間及議題	事件過程及建議處置
		<p>述產品，請儘速與美商 Specialized Bicycle Components Inc. 公司或經濟部標準檢驗局聯繫，並請其妥適處理，以維護您的權益。</p>
7	<p>2006年5月12日 CPSC 宣布美商阿肯色州 Daisy Manufacturing Co. 公司自願回收委由我商製造之野外用彈弓</p>	<p>1. 事件過程： 消保會接獲駐美國代表處經濟組來函告知 CPSC 已於 2006 年 5 月 4 日在該會網站上宣布阿肯色州美商 Daisy Manufacturing Co. 公司自願回收委由我商製造並以 Natural Slingshot 為名稱，約 104,500 組之野外用彈弓。 依據 CPSC 網站資料顯示，上述銷售公司自願回收上述產品之理由，係彈弓拉緊時皮帶滑出弓架，皮帶管末端連接弓架之橡皮球會擊傷使用者臉部。目前上述公司已收到至少 3 件使用者眼睛或牙齒受擊傷之事故通報。</p> <p>2. 建議處置： 為確保我國消費者之安全，行政院副院長兼消保會主任委員蔡英文提醒民眾，若您身邊有上述產品，請儘速與美商 Daisy Manufacturing Co. 公司或經濟部標準檢驗局聯繫，並請其妥適處理，以維護您的權益。</p>
8	<p>2006年2月7日 CPSC 宣布美商 Syntace USA 公司回收委由我商製造之腳踏車把手柄</p>	<p>1. 事件過程： 消保會接獲駐美國代表處經濟組來函告知 CPSC 已於 2005 年 1 月 19 日在該會網站上宣布伊利諾州美商 Syntace USA 公司自願回收委由我商製造並以 F99 (Force 99) Bicycle Handlebar Stems 為名稱，約 2,300 組之腳踏車把手柄。 依據 CPSC 網站資料顯示，上述銷售公司自願回收上述產品之理由，係該腳踏車把手柄在常狀況下可能破裂，導致腳踏車騎士跌倒受傷。惟目前尚未收到事故通報。</p> <p>2. 建議處置： 為確保我國消費者之安全，行政院副院長兼消保會主任委員蔡英文提醒民眾，若您身邊有上</p>

事件	發佈時間及議題	事件過程及建議處置
		<p>述產品，請儘速與美商 Syntace USA 公司或經濟部標準檢驗局聯繫，並請其妥適處理，以維護您的權益。</p>
9	<p>2006 年 1 月 26 日 美商 Country Home Products, Inc. 公司自願回收委由我商製造之無線電動割草機案</p>	<p>1. 事件過程： 消保會接獲駐美國代表處經濟組來函告知 CPSC 已於 2005 年 1 月 23 日在該會網站上宣布佛蒙特州美商 Country Home Products, Inc. 公司自願回收委由我商製造並以 2005 Model NEUTONR Cordless Electric Lawnmowers 為名稱，約 15,700 台之無線電動割草機。 依據 CPSC 網站資料顯示，上述銷售公司自願回收上述產品之理由，係當放開該割草機把手時，馬達可能會繼續運，導致割草機刀片繼續旋轉以及內部線及安全匙過熱。目前上述公司已收到 9 件割草機未能停止運轉之事故通報，惟未有消費者受到傷害。</p> <p>2. 建議處置： 為確保我國消費者之安全，行政院副院長兼消保會主任委員蔡英文提醒民眾，若您身邊有上述產品，請儘速與美商 Country Home Products, Inc. 公司或經濟部標準檢驗局聯繫，並請其妥適處理，以維護您的權益。</p>
10	<p>2006 年 1 月 19 日 宣佈 Fisher-Price 費雪牌寶寶音樂學習椅下架回收案</p>	<p>1. 事件過程： 報載「美商 Matte 美泰兒公司所出產的 Fisher-Price 費雪牌寶寶音樂學習椅，疑會夾傷幼兒頸部」案，經行政院消保會積極查證結果，美商美泰爾臺灣分公司將在臺灣時間 19 日正式宣布回收上述產品，但美商美泰爾臺灣分公司已於日前將上述產品自市場下架回收。 據瞭解美商美泰爾臺灣分公司自 2005 年 12 月開始在臺灣地區銷售上述產品，回收之理由，係因該產品設計上有空隙之問題，幼兒可能會發生夾頸致命之危險。至於臺灣實際銷售數量雖仍</p>

事件	發佈時間及議題	事件過程及建議處置
		<p>在統計中，但該公司表示已完全下架。另該公司表示，目前除美國地區有 3 個通報案例外，該公司迄未收到臺灣地區有任何客訴案件或消費者受到傷害之通報。該公司已承諾，會將實際銷售數量及後續處理情形回報本會，如果有消費者因此受到傷害，該公司定依實際傷害程度，負起損害賠償責任；又如有消費者要求退貨或更換其他產品，該公司均將予以處理。該公司並同意如有消費者不願退貨，該公司亦可代為組合，或提供安全組合補強安全措施。</p> <p>2. 建議處置：行政院消保會並要求美商美泰爾臺灣分公司承諾對於回收之上述產品，在其安全疑慮未完全排除下，不得再行銷售，以落實維護消費者之安全及權益。</p>

資料來源：行政院消費者保護委員會，<http://www.cpc.gov.tw/>。

附表 3 衛生署食品資訊網公佈判列為紅、黃、黃綠號之事件議題
(2005~2006)¹¹

事件	發佈時間及議題	事件過程及處置建議
1	<p>2006年10月19日(黃綠燈) 中國大陸進口中華絨毛蟹 檢出硝基呋喃代謝物</p>	<p>1. 事件過程： 為因應秋節進口食品查驗，衛生署函請經濟部標準檢驗局自2006年9月1日起至2006年10月31日止，調高進口活、生鮮水產品增加查驗比率，並另對東南亞(含大陸地區)進口活蟹加驗硝基呋喃代謝物及氯黴素之檢驗。2006年截至10月12日止，共報驗514批，查驗59批，有7件不符合規定，均檢出硝基呋喃代謝物，衛生署已立即函請地方衛生局追蹤該等產品流向，並回收銷毀。即日起針對進口大閘蟹加強以下管控措施：</p> <p>(1) 中國大陸進口中華絨毛蟹，於進口前均需逐批檢附檢驗報告，證明符合我國食品衛生管理法規定(如：動物用藥殘留標準規定)者才得以報驗；檢驗結果不符合規定者，將禁止該生產地業者之產品申請進口。</p> <p>(2) 停止旅客入境攜帶大閘蟹進口。</p> <p>(3) 自96年1月1日起，進口商均需檢附國際認證實驗室認可之實驗室核發之證明文件始得申請進口。</p> <p>(4) 為利加強管控進口大閘蟹，並與其他種類活蟹類區隔，擬將增列「中華絨毛蟹」進口貨品分類號列(CCC code)。</p> <p>2. 處置建議： 基於風險的考量，衛生署建議民眾不要自行攜帶水產品入境，以保障個人健康，民眾於食用大閘蟹前亦應充分煮熟，以維飲食衛生安全。</p>

¹¹ 衛生署食品資訊網所公佈之議題，僅包含2005~2006年間發生之相關事件。因此本研究茲就該二年之事件議題進行整理。

事件	發佈時間及議題	事件過程及處置建議
2	<p>2006年10月13日(黃綠燈)</p> <p>台北縣林口鄉一家肉羊場複驗確認羊肉戴奧辛超量，產品未流入市面</p>	<p>1. 事件過程：</p> <p>針對日前發現台北縣林口鄉1件羊肉檢體的戴奧辛含量略高案，臺北縣政府已在同一飼養戶取樣羊肉2件複驗，結果於昨日出爐，戴奧辛含量分別為25.4皮克及4.51皮克，均高於「食品中戴奧辛處理規範」有關羊肉及羊乳之戴奧辛限值3皮克規定。</p> <p>案內肉羊飼養場之羊隻，在9月份第一次檢出戴奧辛超量時，臺北縣政府已予管制，杜絕其上市供應，所以目前市面並不會買到受污染的羊肉，民眾不必擔心。</p> <p>整體而言，臺灣地區羊肉戴奧辛含量屬正常，本案係屬個案的複驗結果，民眾無須過慮。</p> <p>4.依世界衛生組織建議，每人每月可接受最高攝取量為70 pg WHO-TEQ/kg 體重，以60公斤體重的人計算，其一生中每月攝取4200 pg 以下的戴奧辛是安全的。由國外的研究顯示，人體中戴奧辛主要來自食物的攝取，當累積至一定的量後，才可能引起不良症狀，並不會因為單一食物的攝取而大幅提高體內戴奧辛的總量。</p> <p>由衛生署以往對食品中戴奧辛背景值的調查，配合全國營養調查所得的各類食品攝取量得知，評估臺灣地區民眾的戴奧辛攝入量不高，顯示國人戴奧辛暴露風險甚低。</p> <p>今後衛生機關除將持續監視評估、公布檢驗結果相關資訊外，亦將與農業及環保機關共同合作，以期控制國人從食物中攝入戴奧辛，維護國民健康。</p> <p>2. 處置建議：</p> <p>(1) 市面上並無販售該農場羊肉，臺北縣政府已管制該農場羊隻不流入市面。</p>

事件	發佈時間及議題	事件過程及處置建議
		<p>(2) 農委會、環保署及衛生署持續督導及協助臺北縣政府之調查檢驗工作，至原因釐清消除為止。</p> <p>(3) 提醒民眾：保持飲食均衡、分散購買來源及遠離高油脂三原則，就可減少戴奧辛的攝取機會。因戴奧辛為脂溶性，消費者若有疑慮，食用肉類時可先除去皮和油脂。同時，增加飲食的多樣性，以減少單一食物可能導致的戴奧辛蓄積。</p>
3	2006年9月17日(黃燈) 美國菠菜遭大腸桿菌污染事件	<p>1. 事件過程：</p> <p>據報日前美國 FDA 指出袋裝菠菜遭 O157:H7 型大腸桿菌污染，經查其感染源為「Natural Selection Foods」公司生產有效日期為 2006 年 8 月 17 日至 10 月 1 日之新鮮菠菜和含菠菜之沙拉產品。</p> <p>衛生署要求販售「Natural Selection Foods」公司菠菜產品之各賣場接獲訊息即應將產品全面下架，並立即請經濟部標準檢驗局加強該廠進口產品之輸入查驗，就其微生物(O157)為逐批檢驗項目，至事件澄清為止。同時，責成地方衛生局加強稽查，以確認該產品全面下架，並將抽樣送本署藥物食品檢驗局檢驗，以確保民眾食品消費安全。</p> <p>2. 處置建議：</p> <p>輸入美國菠菜即日起採逐批查驗微生物(O157)；市售產品請相關業者全面下架，並抽樣檢驗。建議民眾如有購買美國該廠生產之新鮮菠菜或含菠菜等產品者，請勿生食亦或加熱煮熟後食用。至其他廠牌食品亦建請加熱後食用，以降低風險，以保障飲食安全。</p>

事件	發佈時間及議題	事件過程及處置建議
4	<p>2006年8月3日(黃綠燈)</p> <p>衛生署再次取樣檢驗台北縣羊肉及羊乳，戴奧辛含量略高，將進行銷毀</p>	<p>1. 事件過程：</p> <p>針對日前衛生署藥物食品檢驗局「食品中戴奧辛背景值調查計畫」抽樣檢驗，發現來自台北縣1件羊肉檢體的戴奧辛含量略高案，衛生署已再次取樣檢驗，其中羊肉1件為3.32皮克，羊乳1件為3.79皮克，均仍略高於「食品中戴奧辛處理規範」有關羊肉及羊乳之戴奧辛限值3皮克規定。</p> <p>2. 處置建議：</p> <p>(1) 依據檢出之戴奧辛含量及攝食量評估，對民眾的健康不至產生危害。</p> <p>(2) 本案已在第一時間，由衛生署、農委會及環保署共同啟動跨部會協調機制，封存羊肉產品，管制肉品供應場之羊隻異動，及進行環境調查。並立即依據再次檢驗結果，進行銷毀工作，進一步追查原因。</p> <p>(3) 農委會、環保署及衛生署均會督導及協助地方政府對羊隻之銷毀及污染之調查檢驗工作，至原因釐清消除為止。</p>
5	<p>2006年7月31日(黃燈)</p> <p>DHC 蘆薈汁飲料含苯事件</p>	<p>1. 事件過程：</p> <p>日本厚生勞働省發布 DHC 日本原廠製造的「蘆薈美顏飲料」經檢測含苯量達73.6ppb，該致癌物質苯的含量比世界衛生組織訂定飲用水之安全標準10ppb高出7倍多，要求全面回收該產品。</p> <p>為保障國人飲食安全，衛生署立即請經濟部標準檢驗局加強該品之輸入查驗，就苯及防腐劑(苯甲酸)為逐批檢驗項目，至事件澄清為止；另責成地方衛生局加強稽查，以確認該產品全面下架，並將抽樣送衛生署藥物食品檢驗局檢驗，以確保民眾食品消費安全。</p>

事件	發佈時間及議題	事件過程及處置建議
		<p>此外，衛生署藥物食品檢驗局亦將針對類似產品進行監測計畫。目前世界各國均無針對飲料訂定苯限量標準，因此英國、韓國及我國均暫時以 WHO 對飲用水所訂苯限量標準 10ppb，作為採取行政措施的參考，惟並不表示飲料苯含量超過 10ppb 者有立即損害健康風險之疑慮。事實上，苯也同時存在於空氣中，尤其抽煙者經由抽煙每天更可能暴露到苯總量達 7900μg。而飲料含苯如以 WHO 飲用水上限 10ppb 計算，須飲用 22 升飲料才會達到 220μg。可知民眾日常生活中，飲料並非攝入苯之主要來源及風險。</p> <p>2. 處置建議： 獨家代理，該公司在接獲相關訊息即主動將貨品全面下架，因此本案經評估列屬黃燈。</p>
6	<p>2006 年 7 月 24 日(黃綠燈) 2006 年食品戴奧辛監測，一件羊肉檢體略高，進一步調查確認中</p>	<p>1. 事件過程： 衛生署藥物食品檢驗局 2006 年執行「食品中戴奧辛背景值調查計畫」時，發現有 1 件羊肉檢體的戴奧辛含量為 3.62 皮克(pg WHO-TEQ PCDD/F/g fat)，略高於最大限量 3 皮克(pg WHO-TEQPCDD/F/g fat)，但仍在檢驗誤差範圍內。</p> <p>2. 處置建議： 該含量雖對民眾的健康不至產生危害，但為謹慎起見，衛生、農政及環保三機關，已啟動跨部會協調機制，進一步進行調查確認。</p>
7	<p>2006 年 6 月 16 日 (紅燈) 台糖公司使用飼料用酵母粉為原料事件</p>	<p>1. 事件過程： 依據嘉義縣衛生局及台南地檢署查證結果，台糖公司產品香健素、健素糖及健素使用之進口酵母粉，分屬台副企業有限公司、眾泓企業有限公司進口，其進口報單顯示該酵母粉係供飼料用而非供人食用，違反食品衛生管理法第 11 條第 7 款規定。</p>

事件	發佈時間及議題	事件過程及處置建議
		<p>2. 處置建議：</p> <p>該案之相關資料經衛生署檢送食品消費紅綠燈諮詢小組審核後，判定為紅燈，提醒民眾勿選購台糖公司如上產品。</p>
8	<p>2006年5月26日(紅燈)</p> <p>「金優哺優體胺基酸螯合鈣」產品檢出維生素D含量過高</p>	<p>1. 事件過程：</p> <p>新竹醫院近日發生有十月大之嬰兒，因高血鈣、高尿鈣、腎臟鈣化沉積及維生素D過高而入院，病患家屬表示有食用台中縣時珍草本「金優哺優體胺基酸螯合鈣」產品近五個月，經由署立新竹醫院送新竹市衛生局，轉送本署藥物食品檢驗局檢驗。</p> <p>經藥物食品檢驗局檢驗檢出，該產品之維生素D3 847,520 IU/100公克(罐外標示12,000 IU/100公克)，維生素D2 68,640 IU/100公克(未標示)，該產品並標示建議四個月以上嬰兒之用量為每次1-2匙，每日1-2次。該使用量經換算每日4匙之維生素D含量即高達109,939.2 IU。根據科學文獻指出，維生素D每日攝取量達1250-5000 μg (50,000-200,000 IU)時，長期食用，會有中樞神經系統方面之症狀，包括：憂鬱、厭食、噁心、嘔吐的現象，並可能發生高血鈣症。</p> <p>2. 處置建議：</p> <p>此次檢出該產品維生素D含量過高，已對健康造成極大危害，判定為紅燈。衛生署已立即請臺中縣衛生局通知業者全面召回下架，並將再次抽樣送藥物食品檢驗局檢驗。提醒民眾勿選購「金優哺優體胺基酸螯合鈣」產品。並呼籲對家中有一歲以下嬰兒之家長立即停用</p>
9	<p>2006年2月20日(黃燈)</p> <p>生魚片使用一氧化碳事件</p>	<p>1. 事件過程：</p> <p>聯合報於本(二月二十日)報導生魚片違法使用一氧化碳，使魚肉色澤紅潤，依高雄市政</p>

事件	發佈時間及議題	事件過程及處置建議
		<p>府衛生局抽驗結果顯示，19 件生魚片中計有 6 件檢出，其比率達 31%。由於魚肉色澤為鑑別其新鮮度之重要指標，經一氧化碳處理之生魚片，因一氧化碳與魚片之血紅素結合，使其外觀色澤紅潤，易使消費者誤認其新鮮度。</p> <p>2. 處置建議：</p> <p>一氧化碳未經衛生署公告核准為食品添加物，本案使用行為係違犯食品衛生管理法第十二條規定，依同法第二十九條及第三十三條之規定，違規使用產品應沒入銷毀，該行為人應處新台幣三萬元以上十五萬元以下罰鍰。另將加強市售食品之檢驗及管制，並請消費者選購生鮮魚品，應由色澤、氣味及肉質彈性等綜合判斷；儘量向有商譽之業者購買。</p>
10	2005 年 12 月 2 日 (黃燈) 大閘蟹檢出 DDT	<p>1. 事件過程：</p> <p>在彰化縣抽樣之三件由中國大陸進口之大閘蟹檢體，檢驗結果三件均檢出含有 0.04 ppm 的 DDT。DDT 被國際癌症研究機構界定為人類可能致癌物質。依據國際組織 IPCS 及 JMPR 之評估，DDT 之每日暫定容許攝取量 (Provisional tolerable daily intake) 可涉取量分別為每公斤體重 10 mg。以大閘蟹可食部平均重 90 g 及本案檢測所得值 0.04ppm 來估算，若食用量為一隻，則 DDT 之攝取量為 90 g x 0.04 ppm (mg/g)=3.6 mg，僅約每日暫定容許攝取量值之 0.6%。</p> <p>2. 處置建議：</p> <p>本次檢出量不高，對健康不致有危害，然大閘蟹檢出 DDT 之情形普遍，故仍判定為黃燈，以提醒民眾於選購食品可多加留心。</p>

事件	發佈時間及議題	事件過程及處置建議
11	2005年9月15日(黃燈) 市售石斑魚檢出孔雀綠	<p>1. 事件過程： 衛生署市售水產品品質例行監測出現異常值。9月8日請台北市衛生局在消費市場加抽10件石斑魚檢體送藥檢局檢驗。9月14日近下班時刻藥檢局將檢驗結果傳真本處，有6件檢體檢出孔雀綠。基於源頭管理概念，9月14日晚將檢驗報告傳真農委會漁業署。9月15日一早即以電話徵詢學者專家，搜集各方意見，據以研判事件危急程度。9月15日下午5時在漁業署召開聯合記者會，衛生署發佈本事件之警報燈號為黃燈。</p> <p>2. 處置建議： 衛生署將持續密切注意業者改善情況，以便調整燈號顏色。目前於衛生署網站上尚未提出。</p>

資料來源：衛生署食品資訊網 http://food.doh.gov.tw/chinese/focus/focus_3-1.htm。

附表4 2001年至2005年消費者向消基會申訴案件數

申訴類型	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年
書面申訴	5,697	6,781	4,413	4,137	5,001
現場諮詢	2,612	4,507	3,736	資料缺失	4,104
總計	8,309	11,288	8,149	資料缺失	9,105

附表5 2001年至2005年消基會申訴排行榜的前五名

排名	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年
第一名	電信 (708件)	電信 (827件)	電信 (480件)	汽車 (565件)	購屋 (1,167件)
第二名	壽險 (426件)	銀行 (486件)	壽險 (381件)	美容 (314件)	銀行 (999件)
第三名	書報文具 (402件)	壽險 (462件)	書報文具 (351件)	銀行 (309件)	電信、通訊、網路 (802件)
第四名	汽車 (392件)	汽車 (397件)	銀行 (322件)	壽險 (308件)	壽險 (768件)
第五名	房屋 (358件)	休閒* (386件)	美容 (279件)	休閒 (275件)	汽車 (565件)

註：*包括渡假村、婚友社、健身中心、SPA等

附表 6 消基會發佈之消費者月刊測試報告之彙整(2003~2005)

類別	事件	篇名及發佈時間	對象產品及說明
1. 食品類	1-1	268 期(2003 年 8 月) 「便利商店涼麵衛生品質讓人心涼」	1. 測試對象：大台北地區 5 大連鎖便利商店不同品牌的涼麵。 2. 說明：消基會於 2003 年 5 月底採樣，共計採得 22 件樣品。檢測發現，近 3 成樣品的鈉含量超過每日建議攝取量的一半，超過 5 成樣品的熱量標示名實不符，大腸桿菌不合規定者，更有 6 成 3。
	1-2	279 期(2004 年 7 月) 「防腐劑疑雲」	1. 測試對象：大台北地區 5 大連鎖便利商店販售之便當。 2. 說明：消基會於 2004 年 4 月底至 5 月初採樣，共計採得 20 件樣品。 檢測發現，該 20 件樣本均未標示添加物名稱，但有 15 件添加了防腐劑或漂白劑，已違反規定。20 個樣本中有 2 樣菜餚檢出漂白劑量超出標準。規定不得添加防腐劑卻檢出者有 5 件；規定可以添加卻過量者有 4 件，而有 7 成便當的鈉含量接近甚至超過一天所需的一半。
	1-3	283 期(2004 年 11 月) 「市售生菜沙拉、三明治衛生亮紅燈」	1. 測試對象： (1) 大台北地區超市、便利商店、速食店、咖啡店、水果吧等販售之生菜沙拉。 (2) 大台北地區 5 大連鎖便利商店販售之三明治。 2. 說明： (1) 生菜沙拉採樣時間為 2004 年 8 月中至 9 月底，共計採得 24 件樣品。 (2) 三明治的採樣時間為 2004 年 9 月底至 10 月初，共計採得 10 件完整包裝樣品。 檢測發現，市售生菜沙拉、三明治，漂白劑、生菌數及大腸桿菌群都有過量問題。
	1-4	274 期(2004 年 2 月) 「醃漬蔬菜添加物	1. 測試對象：大台北地區販賣之酸菜(芥菜)、榨菜及大白菜

類別	事件	篇名及發佈時間	對象產品及說明
		高過頭」	2. 說明：消基會於 2003 年 10 月間採樣，共計採得 46 件樣品，其中 20 件為酸菜、12 件榨菜及 14 件為醃白菜(12 件韓式泡菜及 2 件酸白菜)。 檢測發現 47%的包裝樣品有示缺失；23%的樣本防腐劑超過標準，以榨菜較為嚴重，50%的樣品漂白劑檢出量超出標準，以酸菜及榨菜較為嚴重。
	1-5	276 期(2004 年 4 月) 「市售麵線違規添加防腐劑，標示胡亂吹」	1. 測試對象：大台北及嘉義地區之超市、量販店、傳統製麵店及雜貨店販賣之麵線。 2. 說明：消基會於 2004 年 1 月間採樣，共計採得 40 件樣品，其中 29 件為包裝食品、11 件為散裝。 檢測發現，市售麵線違規添加防腐劑者高達 6 成，以散裝樣品較嚴重。鈉含量過高者，約 1 成多，有 5 成以上樣品的鈉含量標示不正確
	1-6	281 期(2004 年 9 月) 「六成二的市售熟筍含漂白劑」	1. 測試對象：台北縣、市傳統市場販售之熟筍。 2. 說明：消基會於 2004 年 6 月初採樣，共計採得 22 件樣品。檢測發現，22 件樣品中有 15 件的二氧化硫超過標準，不合格率為 68.2%。
	1-7	283 期(2004 年 11 月) 「茶葉潛藏農藥危機」	1. 測試對象：台北地區百貨公司、量販店及禮品連鎖店等販售之茶葉禮盒。 2. 說明：消基會於 2004 年 9 月 11 日至 15 日採樣，共計購得 9 件樣品。檢測發現，有 3 件含有不得檢出之農藥「新殺蟎」。
2. 非食品類	2-1	294 期(2005 年 10 月) 「免洗筷問題多」	1. 測試對象：大台北地區免洗餐具行、便利商店、量販店、超市、10 元商店等販售之免洗筷。 2. 說明：消基會於 2005 年 6 月底至 7 月初及 9 月初採樣，共計採得 37 件樣品。檢測發現，此 37 樣品中 1 件包裝材質鉛含量超過 100ppm，且包裝溶出鉛含量超過 1ppm；4 件樣品包裝袋有可遷移性螢光增白劑；7 件油羅

類別	事件	篇名及發佈時間	對象產品及說明
			印在包裝內面。目前國內尚無免洗筷的相關規定，建議主管機關應重視此問題。
	2-2	270期(2003年10月) 「嬉戲還是哭泣？ 低價玩具危機四伏」	<ol style="list-style-type: none"> 1. 測試對象：大台北地區量販店、玩具店、生活百貨店、10元商店等販售之適合5歲以下兒童遊玩、200元以下的低價玩具。 2. 說明：消基會於2003年7月間採樣，共計採得22件樣品。檢測發現，26件樣品中僅7件符合「玩具商品標示基準」規定，有10件商品未通過安全性測試，顯示低價玩具標示普遍存有缺失，安全性亦不足。
	2-3	282期(2004年10月) 「小心玩具飾品戴 出皮膚病」	<ol style="list-style-type: none"> 1. 測試對象：大台北地區玩具店、量販店、生活百貨店、10元商店、學校附近的文具店及扭蛋販售機販賣之玩具項鍊、戒指、及手鍊(環)等。 2. 說明：消基會於2004年8月採樣，共計採得15件樣品。檢測發現，15件樣品中只有5件標示符合玩具標示基準，不合核率高達66.7%；2件飾品玩具檢出超過限量標準的重金屬鉛；5件檢出「鎳」，消費者對「鎳」產生過敏的情形時有所聞，然目前在國家標準中，玩具部分並沒有針對鎳訂定最大容許量。
	2-4	278期(2004年6月) 「頂上安全」	<ol style="list-style-type: none"> 1. 測試對象：台北縣、市的安全帽專賣店、特賣商店及路邊攤販售之「輕便半頂式」安全帽。 2. 說明：消基會於2004年3月底至4月初採樣，共計採得10件樣品。 檢測發現，10件輕便半頂式安全帽中，有3件未通過衝擊吸收性測試，有2件未通過耐穿透性測試，有安全之慮。值得注意的是，機車或自行車用的輕便半頂式安全帽外觀不易分辨，業者標示亦不明顯，容易陷消費者於不安全之境，亟須改善。

類別	事件	篇名及發佈時間	對象產品及說明
	2-5	285 期(2005 年 1 月) 「溫泉水質衛生亮紅燈」	1. 測試對象：烏來、金山萬里、北投、陽明山等地之溫泉 2. 說明：消基會於 2004 年 11 月中至 12 月初採樣，共計採 31 家溫泉。檢測發現，在接受水質衛生檢測的 29 家溫泉，其中近 4 成生菌數或大腸桿菌群超過標準。
	2-6	267 期(2003 年 7 月) 「嬰幼兒服飾驗出螢光劑及甲醛」	1. 測試對象：2 歲以下嬰幼兒穿著的連身裝。 2. 說明：消基會於 2003 年 4 月底至 5 月初間採樣，共計採得 26 件樣品。本次檢驗有近 4 成標示不合規定，8 成含有螢光增白劑，2 件驗出游離甲醛。服飾的游離甲醛含量，以及抗菌商品的標示規範，均有賴主管機關儘速訂定。
	2-7	288 期(2005 年 4 月) 「幼兒衣褲螢光閃閃」	1. 測試對象：大台北地區量販店、童裝批發店、婦嬰用品店、百貨公司及傳統市場等，販售 3~5 歲幼童所穿著之內衣褲。 2. 說明：消基會於 2004 年 12 月中下旬採樣，共計採得 31 件樣品。檢測發現，31 件樣品中高達 93.5%(29 件)有螢光反應，87%更檢出含有可遷移性螢光物質；另外，有 2 件檢出游離甲醛。
	2-8	287 期(2005 年 3 月) 「肌膚之『侵』--浴巾問題有夠多」	1. 測試對象：大台北地區量販店、百貨公司及 10 元商店等販售之 79 元至 1,150 元不等的浴巾。 2. 說明：消基會於 2004 年 10 月間採樣，共計採得 23 件樣品。檢測發現，23 件樣品中有 18 件未將「規定標示事項」標示於浴巾本體上，違反「商品標示法」之規定。近 4 成含有可遷移性螢光物質，有 1 成成份標示不實，更有 2 件檢出甲醛高於 20 ppm，超出歐盟 24 個月以下嬰幼兒紡織用品的含量規定。
3. 標	3-1	266 期(2003 年 6 月) 「紙餐具成搶手」	1. 測試對象：紙杯、湯碗、便當盒。 2. 說明：消基會於 2003 年 3 月底至 4 月底間採

類別	事件	篇名及發佈時間	對象產品及說明
示不全		貨，衛生標準無人顧」	樣，共計採得 39 件紙製食品容器。檢視 31 件有完整包裝的樣品中，僅有 4 件樣本在外包裝上有完整標示廠商資料。而標示耐熱溫度者，亦僅占全部樣品的 15%，標示不全問題嚴重。
	3-2	277 期(2004 年 5 月) 「有機蔬菜有假」	1. 測試對象：一般生鮮超市及百貨公司附設的超市、量販店及連鎖有機專賣店販售之青江菜及茼蒿菜 2. 說明：消基會於 2004 年 2 月下旬採樣，共計採得 17 件樣品。 檢測發現，所稱有機蔬菜的 17 件樣品中，僅有 8 件樣品貼有政府認證之「有機農產品證明標章」，包括 6 件 TOPA 及 2 件 MOA 驗證。其中，臺灣省有機農業生產協會(TOPA)所採的 6 件樣品中，有 3 件檢出農藥，使有機蔬果驗證制度的公信力受到重大挑戰。
	3-3	286 期(2005 年 2 月) 「低價米酒問題重重」	1. 測試對象：台北、台中、彰化、南投、台南及高雄等地之傳統市場、小雜貨店或各餐飲業販售之米酒。 2. 說明：消基會於 2004 年 11 月中至 12 月上旬採樣，共計採得 58 件樣品(一般米酒類 45 件、料理酒類 12 件及米酒水 1 件)。檢測發現，58 件米酒類樣品，酒精度及分測皆各有 58%與標示值不符及未達標準，顯示多數酒廠製酒的技術及商品品質的控管不甚精準，主管機關審核製酒廠商執照時，應嚴格把關並持續監督。
	3-4	292 期(2005 年 8 月) 「市售蜂蜜品質大多不佳」	1. 測試對象：大台北地區量販店、超市、傳統市場、有機商店、及中藥行等販售之蜂蜜。 2. 說明：消基會於 2005 年 4 月底至 5 月初間隨機採樣，共計採得 37 件樣品。檢測發現，僅 2 樣品皆符合各項檢測的甲級或乙級蜂蜜標準；其餘 35 件樣品則都有 1 項或 1 項以上不符合國家標準中最低的乙級標準。

類別	事件	篇名及發佈時間	對象產品及說明
	3-5	289期(2005年5月) 「鉛筆含鉛?含銻?」	<ol style="list-style-type: none"> 1. 測試對象：大台北地區量販店、文具行、書局、生活百貨店、10元商店等販售之鉛筆。 2. 說明：消基會於2005年3月底至4月初間採樣，共計採得34件樣品。檢測發現，34件樣品中不符合「文具商品標示基準」規定者，比率高達41.2%。另該次檢測鉛筆表層塗料，有4件檢出鉛、2件檢出銻，但都仍在國家標準的容許範圍。
	3-6	305期(2006年9月) 「市售蜂蜜檢測20件商品未達標準」	<ol style="list-style-type: none"> 1. 測試對象：大台北地區量販店、超級市場、農產直銷中心、農會與福利中心等販售之蜂蜜。 2. 說明：消基會於2006年6月間進行採樣，共計採得28件樣品。檢測發現，抽檢之28件蜂蜜樣品中，有17件羥甲糠醛(HMF)含量過高，顯示在保存或處理過程方面有瑕疵；另有8件樣品幾乎無澱粉酶活性反應，可能為加工過程不當或有摻假的可能。
	3-7	306期(2006年10月) 「有機蔬菜檢測過關，標示待改進」	<ol style="list-style-type: none"> 1. 測試對象：大台北地區有機專賣店、百貨公司、超市及量販店販售之空心菜、油菜、小松菜及荷葉白菜等。 2. 說明：消基會於2006年7月底進行採樣，共計採得10件空心菜，油菜、小松菜及荷葉白菜各1件。檢測發現，該次抽檢標售為有機蔬菜之13件樣品皆未檢出殘留農藥，但4件無證明標章；而其餘9件具證明標章者中亦有4件標示不全。

附表 7 中華民國汽車消費者保護協會發佈之相關事件及鑑定案例
(2003~2004)

廠商	事件議題及日期	事件過程及鑑定結果
和泰汽車	1. ALTIS 車內後揚聲器板經高溫曝曬，產生類似戴奧辛之酸臭味。 (2003 年)	2003 年 10 月前出廠之 16 萬部 ALTIS 1.8 轎車因車內後揚聲器板及音響板處，在太陽高溫下曝曬半小時後，產生類似戴奧辛之酸臭味，北縣消保官於 2004 年 5 月 21 遭下令全面召回檢修。但經汽消會事後查證，和泰汽車並未以掛號信通知車主，和泰汽車召回作假。
	2. HIACE 商務車驅動皮帶盤螺絲斷裂。 (未標明日期)	汽消會接獲多起投訴，指稱 HIACE 於行駛中引擎會突然卡住，和泰汽車也內部公告，指市場上已陸續發生數件 HIACE 驅動皮帶盤螺絲斷裂案件，要求加強檢查，汽消會質疑和泰汽車知情卻不公告相關車主。汽消會將檢具相關資料要求交通部檢測，瞭解此問題對行車安全的威脅，並公告下令豐田召回此車型改善，以保護汽車消費者的生命安全。
中華賓士	1. 火燒車。 (2003 年)	申請鑑定主因：火燒車，拖回公司鑑定後，德國原廠寄來報告書，推卸一切責任。 汽消會鑑定結果：該車起火點為充電馬達軸心卡住，引起整流子燒燬起火，火勢往上升燒燬空氣濾清器塑膠盒發生悶燒，致引擎蓋隔熱片大部分燒燬。
福特六和	1. 火燒車。 (2004 年 6 月 2 日)	申請鑑定主因：新車引擎底盤嚴重生鏽瑕疵 汽消會鑑定結果：該車底盤材料部分鏽斑鏽蝕，引擎鋁合金部分腐蝕生鏽部分已用鐵刷或電動圓刷磨過顏色成對比現象。現場會勘鑑定過程中，福特六和汽車與經銷商允揚汽車，對於車輛的瑕疵生鏽無法解釋，都以生鏽是正常現象為藉口，但檢驗已行駛一年多之同型車輛卻未發生此現象，可說是個案，按交通部法則車輛安全瑕疵，製造廠商、代理商或進口商(所謂水貨)應負責，不應推卸責任予經銷商，按消保法之舉證是由企業經營者來舉證，福特六和汽車有義務提出，不應以生鏽是正常現象為由。

廠商	事件議題及日期	事件過程及鑑定結果
裕隆日產	1. 後輪胎嚴重磨損。 (2003 年)	申請鑑定主因：新車 march 後輪屢次嚴重磨損，疑為瑕疵車。 汽消會鑑定結果：後車懸架構造出問題，嚴重瑕疵所造成意外。
	2. 煞車失靈火燒車。 (2004 年 3 月 26 日)	申請鑑定主因：煞車失靈衝撞引起火燒車。 汽消會鑑定結果：本案鑑定為充電馬達之主電線受重大撞擊，引起電線走火而燒燬引擎室汽油管，致全車嚴重燒燬。
福斯汽車	1. 火燒車 (未標明日期)	申請鑑定主因：火燒車。 汽消會鑑定結果：該車起火之原因所有電線露銅現象，銅絲未有燒斷熔結，而起動馬達軸心燒焦現象是起動馬達斷斷續續有卡住現象而引起電瓶線正電著火(電瓶正電連接在起動馬達線路)引起所有電線之外皮(塑膠)起火，再燒燬油管致一發不可收拾之跡象。
LEXUS 汽車	1. 火燒車 (2004 年 6 月 7 日)	申請鑑定主因：火燒車 汽消會鑑定結果：該車為主電線塔鐵走火產生高溫燃燒線圈(由內向外燒)絕緣體，致主電線露銅熔結於點火固定螺絲，再延燒燃油濾清器，致一發不可收拾之狀況，可證明為車輛瑕疵，非外來因素造成。
克萊斯勒	1. 駕駛室火燒車 (2004 年 5 月 7 日)	申請鑑定主因：車體無故於停止狀態間著火，原廠檢定報告以該車已二年餘未回原廠保養為由，認為應與電動後視鏡開關擴大損壞有關，致發生火燒車。 汽消會鑑定結果：該案之火燒車顯然與電線後視鏡要換或未換並無關係，而是電線之絕緣體不良才塔鐵所致。廠商應負賠償責任。
保時捷	1. 泡水車引擎暴裂 (未標明日期)	申請鑑定主因：新車四天就拋錨，引擎暴裂，車主購車時未獲告知為泡水車。 汽消會鑑定結果：該車為泡水車無誤。該車早有縮缸之現象，為嚴重之瑕疵車。

資料來源：中華民國汽車消費者保護協會，<http://www.car.org.tw>。

附錄三：期初報告審查會議紀錄及意見答覆

一、時間：民國 95 年 8 月 4 日(星期五)中午 12 時

二、地點：經建會 B138 會議室

三、主持人：高副處長仙桂

四、審查委員及出席單位人員

國立臺灣大學國際企業研究所教授	趙義隆
行政院經濟建設委員會綜合計劃處副處長	高仙桂
行政院經濟建設委員會綜合計劃處資料組組長	郎偉芳
行政院經濟建設委員會綜合計劃處研編組組長	李厚美 (吳俊雄代)
行政院經濟建設委員會綜合計劃處規劃組組長	沈瑞銘
行政院經濟建設委員會綜合計劃處	呂曉瑩

五、計畫研究人員

國立臺灣海洋大學應用經濟研究所教授兼所長	江福松
國立臺灣海洋大學應用經濟研究所教授	孫金華
國立臺灣海洋大學應用經濟研究所計畫專任助理	林正鴻
國立臺灣海洋大學應用經濟研究所計畫專任助理	吳苗芳

六、綜合意見

審查意見	答覆及處理情形
<p>(一) 郎委員偉芳</p> <p>1. 請委辦單位依本會辦理委託研究計畫需求書之架構，重新調整章節期中報告，並加入消費安全與產業發展兩者關係之論述。</p> <p>2. 案例分析的部分則因鉅細靡遺而不易掌握重點，請將各案例格式涵蓋下述層面，舉如：事件說明；對產業發展的影響、案例追蹤分析、業者的建議及政府的因應措施。</p>	<p>1. 遵照委辦單位之意見，期中報告已依計畫需求書架構重新調整章節內容，未來將陸續加入消費安全與產業發展關係之論述。</p> <p>2. 遵照委辦單位意見辦理。非直接相關之案例資料，已適度縮簡整理。</p>

審查意見	答覆及處理情形
<p>3. 第肆章為美國與臺灣有關回收規範相關法規之比較及案例分析、第五章為歐盟與臺灣有關回收規範相關法規之比較及案例分析，建議精簡成為一章；又目前第陸章正文部分以英文呈現的內容，應以中文方式分析，相關英文法令則可以附件方式呈現，對於國內消保法規則為節省篇幅不必贅述。</p> <p>4. 期初報告第 6 頁『我國於 2004 年 1 月 11 日公布施行「消費者保護法」』時間錯置需修正為 1994 年，如第一頁內容所示。</p>	<p>3. 遵照委辦單位意見辦理，期中報告已調整章節內容，將原期初報告第肆章及第五章合併為第貳章，並依美國及歐盟消費安全之推動作法及其效益分析分節論述。</p> <p>4. 已於期中報告第 6 頁更正。</p>
<p>(二) 沈委員瑞銘</p> <p>1. 分析案例之產品選擇，不宜僅局限食品類，因為就產業關聯而言，食品業的直接衝擊多反映在農業或農產加工業等，而此類產業占 GDP 的比重並不大，似不易彰顯對整體產業的影響。</p> <p>2. 部分案例研究(如真假蜂蜜事件)係屬於資訊不對稱情況下，產生的市場效率損失，此一特質與嚴格定義之消費安全，似仍有區別，宜再斟酌。</p> <p>3. 近年來，歐盟推動「廢電子電機設備指令(WEEE)」及「電子電機設備中限用有害物質指令(ROHS)」，對貿易與產業發展影響甚巨，此一綠色貿易趨勢與本研究消費安全應有關聯，案例選擇與探討或可參酌。</p>	<p>1. 遵照委辦單位意見辦理，已於期中報告擴大案例分析的產業類別。</p> <p>2. 感謝委員指教，蜂蜜案例雖與嚴格定義之消費安全有所差異，但在此案例上本研究所關注之焦點係於市場存在資訊不對稱的情形時，消費安全的爭議對產業發展的影響及衝擊。</p> <p>3. 感謝委員指教，本計畫將進一步蒐集歐盟推動 WEEE 及 ROHS 相關資訊，並於報告中提出。</p>

審查意見	答覆及處理情形
<p>(三) 吳委員俊雄</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 案例寫的太詳細，應該只捉住重點即可，在內容說明事件發展，就不需再以流程圖再說明一次。 2. 案例的選擇與分類應朝大方向，不應只局限在農業。 3. 如蜂蜜之案例，只訪問單一廠商，是否可代表整個市場的影響。 4. 不需有太多的產業概況介紹，應著重在事件發生後，對產量及消費習慣的影響即可。 5. 未來在報告中不應出現如第24頁「委請本計畫委託單位於期初報告中提出建議產品」之字眼。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 感謝委員指教，但為簡明表達案件發生之過程，流程圖仍予以保留，唯內容說明將進一步精簡之。 2. 感謝委員指教，已遵照辦理。 3. 感謝委員指教，然在蜂蜜案例中並已訪問養蜂協會，以廣泛蒐集意見。 4. 感謝委員指教，遵照辦理。產業概況說明已適度縮簡整理，做為相關補充資料。 5. 遵照審查委員之意見，已於期中報告刪除不適當文字。
<p>(四) 趙委員義隆</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 本文案例部分很詳細，但因篇幅關係建議某些內容可移至別冊，本文的部分回應到原本委託內容的要求即可。 2. 案例研究選取原則，建議參考去年或前年標準檢驗局委託台經院執行「消費安全警示專案」；又建議加入汽車業，汽車業是一個國際化的產業，國際消費安全組織對此產業的看法如何。 <p>此外，蜂蜜的案例係屬於資訊不對稱情況下，對廣義的消費安全較無相關。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 遵照審查委員之意見，已將部分內容適度縮簡整理，做為相關補充資料。 2. 遵照審查委員之意見，已分別於期中報告第貳章第三節及第肆章第二節加入美國政府對於汽車業消費安全的管理及相關召回政策之成效。並於第參章第四節加入臺灣瑕疵車輛汽車相關案例。

審查意見	答覆及處理情形
<p>3. 消費安全與產業發展的關係：與擬定消費安全標準高低是否會影響產業發展。如易開罐、保特瓶的包裝會影響消費者安全，包材的改變短期會影響產業發展，但長期或許會創造一個新的行業出來，或是改變產業思維使產業發展變的更好。</p> <p>4. 個案分析是根據什麼邏輯和標準來選擇國家或產業，應在第壹章將範圍交代清楚。</p>	<p>3. 感謝委員指教，未來將陸續加入消費安全與產業發展間關係之論述與探討。</p> <p>4. 感謝委員指教，遵照辦理。</p>
<p>(五) 高委員仙桂</p> <p>1. 本會期初報告的目的是希望本會與受委託研究單位能對未來計畫內容及研究的架構更明確的溝通，以利未來計畫的執行。</p> <p>2. 本案案例消費安全攸關產業之選擇，可參考：對產業的影響大小、產值、產業結構及就業人口的多寡，消基會公布的十大消費案件等。</p> <p>3. 經建會委託此計畫的目的，是站在政府制高點的角色，國家整體利益的觀點考量，希望創造消費安全與產業發展的雙贏。請委辦單位秉持此一觀點與立場，進行案件之分析與檢討，並據以提出政策建議。</p>	<p>1. 經由充分溝通將有利於未來計的執行。</p> <p>2. 感謝委員指教，未來案例之選擇將參酌委員建議之要點來考量。</p> <p>3. 感謝委員指教，遵照辦理。</p>

七、主席結論

請委辦單位卓參各與會委員意見，並重新調整本報告章節架構，務使本研究結果較具政策意涵。

附錄四：期中報告審查會議紀錄及意見答覆

一、時間：民國 95 年 9 月 28 日(星期四)中午 12 時

二、地點：經建會 B137 會議室

三、主席：廖處長耀宗

四、審查委員及出席單位人員：

國立臺灣大學國際企業研究所教授	趙義隆
中央研究院經濟研究所研究員	張靜貞
國立中興大學應用經濟系教授	鄭蕙燕
中華經濟研究院研究員	劉大年
行政院經濟建設委員會綜合計劃處處長	廖耀宗
行政院經濟建設委員會綜合計劃處副處長	高仙桂
行政院經濟建設委員會綜合計劃處規劃組組長	沈瑞銘
行政院經濟建設委員會綜合計劃處研編組組長	李厚美
行政院經濟建設委員會綜合計劃處資料組組長	郎偉芳
行政院經濟建設委員會綜合計劃處專員	呂曉瑩

五、計畫研究人員：

國立臺灣海洋大學應用經濟研究所教授兼所長	江福松
國立臺灣海洋大學應用經濟研究所教授	孫金華
國立臺灣海洋大學應用經濟研究所計畫專任助理	林正鴻
國立臺灣海洋大學應用經濟研究所計畫專任助理	吳苗芳

六、綜合意見

審查意見	答覆及處理情形
<p>(一) 張委員靜貞</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 加強圖 3-1 之說明，如中央各目的事業主管機關之分工情況、消費者投訴流程、民間消保團體與政府管理單位的互動關係等。 2. 就國外案件申訴管道流程及事後追蹤考核機制，說明其標準處理程序(SOP)。 3. 本研究針對有瑕疵的非食品類產品，提出召回制度，但未說明食品類產品是否有類似的制度，建議補充說明。 4. 研究報告提出外銷產品鼓勵廠商投保回收保險，對廠商有其保護機制，請問對不同來源產品是否有相同的法規或保險等保護機制，並且這些法規與制度是否周延，宜有所說明。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 已於期末報告初稿第參章第一節加入相關說明。 2. 已於期末報告初稿第肆章第三節增加說明 FDA、USDA、CPSC 及 NHTSA 之標準處理程序。 3. 歐美國家不論對食品或非食品的瑕疵皆有回收的制度，為維護民眾吃的安全，美國 FDA 及 FSIS 皆針對有安全疑慮的產品進行回收，我國亦由相關單位進行瑕疵食品的回收，已於期末報告初稿第肆章第一節加入說明。 4. 各國法規僅對其國內市場具有管轄權，對不同來源的產品其法規及制度的管轄權亦不同，報告中提出對外銷產品鼓勵廠商投保回收保險，仍是因國外法規之規定，建議我國政府亦應強化自身的法規及制度，以加強國內廠商及進口商投保回收保險以強化對廠商的保護機制。
<p>(二) 趙委員義隆</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 各期報告請加入前期審查會議委員意見紀錄與回應。 2. 報告中對於消費安全著墨較多，希望增加其與產業發展關係的相關研究。例如：提升消費安全環境，究竟是抑制產業發展，還是幫助產業發展，可參考過去的發展經驗。例如可樂罐瓶蓋的改良、盛香珍一口果凍的 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 已於期末報告中初稿加入期初及期中會議記錄與回應。 2. 感謝委員指教，已於期末報告初稿中加強消費安全與產業發展間關係之探討。

審查意見	答覆及處理情形
<p>改變包裝等，因消費安全引發的新作法所帶動的延伸產業。建議就這方面做重點研究，以符合委託研究的目的與精神。</p> <p>3. 補充標準檢驗局所制定的國家標準，以及『我國消費商品事故資訊蒐集分析及回收體制試行計畫』等相關的改善建議。</p> <p>4. 第 36 頁請蒐集相關民間消費者保護團體之案例。</p> <p>5. 請補充表 3-8 之分類邏輯。其中有些與消費安全關連性不大，建議以是否危及財產或生命安全為篩選原則。</p> <p>6. 當國內產品檢驗無嚴格標準時(如蜂蜜案件)，應如何建立兼顧消費安全與產業發展的機制。</p>	<p>3. 已向標檢局蒐集此計畫報告並將於期末報告初稿中加入相關討論及說明。</p> <p>4. 已於期末報告初稿第參章第二節補充，並整理汽消會公佈之相關案例，如表 3-11 所示。</p> <p>5. 已於期末報告初稿將案例修改分為食品、非食品及標示不全等 3 類，以避免分類過於瑣碎，如表 3-10 所示。</p> <p>6. 建議對這類產品應以最大謹慎原則進行產品的檢測，該項產品檢測結果應獲得瞭解產品特質及檢驗標準專業領域人員之認證才能發布，並與主管部門會商，最好讓業者有申訴管道，才不致於對整體產業造成無可彌補之傷害。且應於事後盡速訂定完善的檢驗標準。</p>
<p>(三) 劉委員大年</p> <p>1. 歐盟回收附有流程圖，是否能加入美國及國內相關的流程圖，並做比較。</p> <p>2. 國內案例是否能多做說明，可加入業者的建議、對產業的影響及其因應措施。</p>	<p>1. 各國回收程序之比較已增列於期末報告初稿第肆章第三節，美國 FSIS、CPSC 等機構回收作業之流程，如圖 4-3~圖 4-4 所示。</p> <p>2. 已安排專家學者及業者座談會，並於期末報告初稿第參章第三節中加入相關說明。</p>

審查意見	答覆及處理情形
<p>3. 民間消保組織的角色為何？請增加討論歐盟民間組織。</p> <p>4. 政策建議方面應探討產業工會的角色、民間消保組織及政府單位之互動及相關分工角色。</p>	<p>3. 民間消保組織為民眾除了官方消保單位外，消費安全資訊的來源，為消費者的代表及消費爭議的申訴管道。在歐美官方單位並不直接採用民間消保團體之報告，亦不為其報告結果背書下，當民間組織與廠商發生糾紛則兩造應自尋法律訴訟程序解決。另已於期末報告初稿第貳章第三節加入歐盟民間組織之相關討論。</p> <p>4. 已於期末報告初稿中探討產業及消費者間之互動關係。</p>
<p>(四) 鄭委員蕙燕</p> <p>1. 建議於緒論中明確說明本報告有關各國消費安全的分析方式，檢驗程序將分為事前檢驗與事後檢驗二種，事前檢驗包括：流程、成份檢驗及生產履歷表等；事後檢驗方面，食品與非食品類產品的處理方式不同，研究報告指出非食品類係採回收(recall)方式，但並未提及食品類的處理方式，應加以補充並將案例納入此架構中。</p> <p>2. 本報告對於美歐先進國家消費安全組織描述甚為詳盡，但對於制度的說明則明顯不足，請在 WTO 的規範下，說明歐盟、美國對於消費安全的相關做法，以及臺灣相關出口產品的因應對策；並請整理國外消保法規內容的概念及準則；又法規制定的政策探討，除要注意因地制宜外，亦應參考業者反應及學者專家的意見。</p>	<p>1. 感謝委員指教，已於期末報告初稿第壹章緒論補充事前與事後消費安全的分析架構。</p> <p>另，關於瑕疵食品及非食品類的回收制度已於期末報告初稿第肆章第一節依食品、非食品及汽車等三類補充說明。</p> <p>2. 已於期末報告初稿中加入 WTO 的規範下之相關說明，就國外消保法規內容的概念及準則部分補充完整之標準流程。就臺灣中小企業的特性，已於 11 月 22 日舉辦專家學者座談會，廣徵產業意見。</p>

審查意見	答覆及處理情形
3. 專家學者座談會應著重國際新版消費安全法規的因應，臺灣訂定類似法規應該具備哪些要件，以及業者的反應，並應得到具體的結論。	3. 感謝委員指教，已於11月22日舉辦的專家學者座談會加強與相關與會者探討相關議題。
<p>(五) 廖處長耀宗</p> <p>1. 我國產業結構98%為中小型企業，與國外產業結構不同，參考國外消費者保護法規時，須審慎考量我國產業結構做適度的調整。</p> <p>2. 美國產品召回分工明確，臺灣產品召回管理單位的分工是否明確？如何改進？請在期末報告中增加探討。</p>	<p>1. 如處長所示，我國產業結構與歐美國家不同，本計畫將進一步針對我國中小企業為主之產業提出建議。</p> <p>2. 感謝處長指教，臺灣產品召回管理分工情形已於期末報告初稿中增加探討。</p>
<p>(六) 高委員仙桂</p> <p>1. 本委託案希望由近三年的案例分析，歸納出臺灣消費安全面對的問題及其對產業的影響，據以研擬相關對策，第參章所列七大案例，應考慮是否具有代表性。</p>	<p>1. 於期末報告初稿第參章第三節所列10項案例，主要為選出已發生且較具代表性之案例，未涵蓋所有相關消費者人身健康所有可能衍生之相關產業。除此，本計畫已舉辦專家學者座談會，廣泛收集業者看法及學者專家客觀的意見。</p>
<p>2. 案例分析中須補充消費安全對產業發展的分析；又對產業的影響，除業者的看法外，更應參照學者專家客觀的意見。</p> <p>3. 本計畫有關國際先進國家之研究，多著重於相關組織架構之說明，應針對本案歸納出之臺灣消費安全問題，提出先進國家的作法，供臺灣修訂相關法令的參考。</p>	<p>2. 案例分析中消費安全對產業發展的影響分析，已於期末報告初稿第參章第三節補充。</p> <p>3. 本研究期末報告初稿第貳章為蒐集國際消費安全之推對作法，第參章由近年臺灣消費安全事件中擇出10起代表性案例，第肆章則綜提出臺灣修訂相關政策法令之參考。</p>
<p>(七) 沈委員瑞銘</p> <p>第30頁表3-5消基會申訴排行榜中，電信、通訊及網路申訴排名，在2005年突然增加，顯示此類問題日益重要，</p>	<p>電信、通訊及網路申訴問題為有關消費者財產安全議題，因其未涉及消費者人身健康安全，而非本計畫主要探討</p>

審查意見	答覆及處理情形
<p>是否能探討日本電子金融交易對消費者安全保護的問題。</p>	<p>之案例，本計畫將依委員意見盡力蒐集日本電子金融交易對消費者安全保護的議題。</p>
<p>(八) 蔡委員瑞娟 本委託案研究歐美先進國家消費安全的作法，請問日本的情況如何？</p>	<p>本計畫期中報告依計畫合約書內容係以歐美先進國家人身健康消費安全之作法為主要回顧案例，惟本計畫將依審查委員見盡力蒐集日本相關作法。</p>
<p>(九) 郎委員偉芳 1. 在期末報告中加入摘要。 2. 第貳章「國際消費安全與產業發展之趨勢及文獻回顧」 (1) 第一節「美國消費安全之推動作法及其效益分析」與第二節「歐盟消費安全之推動作法及其效益分析」中，應包括對民間消保組織運作規範法令、政策及推動機制之沿革與現況、效益分析等，另建議除美國、歐盟外，再增加其他先進國家如日本等作為研究對象。 (2) 建議將第三節「美國與臺灣消費安全召回制度之具體法令與現行措施之比較」併入第參章第二節「比較臺灣現有消費安全的作法與國際作法」中。 (3) 請依計畫需求書研究「先進國家對於民間消費者保護組織的作法及其影響」與「國際對於如何兼顧消費安全與產業發展之作法」並增列此二節。</p>	<p>1. 已遵照委辦單位之意見於期末報告初稿完成。 2. 第貳章「國際消費安全與產業發展之趨勢及文獻回顧」 (1) 本研究期末報告初稿已分別於第貳章第一節與第二節中補充歐美消保組織之規範法令、政策及推動機制之沿革與現況、效益分析等。 (2) 已依建議調整期末報告初稿。原第參章第二節調節為第肆章第一節，更名為「臺灣與歐美消費安全回收制度之法令與機制之比較」。 (3) 遵照委辦單位之意見，已於期末報告初稿第貳章分別增列第三節「歐美民間消費者保護組織的運作規範及其影響」、第四節「國際對於平衡消費安全與產業發展之作法」。</p>

審查意見	答覆及處理情形
<p>3. 第參章「探討臺灣消費安全與產業發展之現況」</p> <p>(1)第二節「比較臺灣消費安全的作法與國際的作法」中，請補充說明國際法令、政策及推動方法。</p> <p>(2)第三節「近三年國內消費安全事件概況說明」與第四節「近三年國內消費市場重要案例追蹤分析」所占篇幅太多，建議摘錄重點，多餘之文字與表格可做為附件。又第三節建議增列問題的歸納分析與因應對策。</p> <p>4. 第肆章「研提相關政策」</p> <p>—請依計畫需求書研提提升臺灣消費安全的相關對策，包括：現有法令或規定之修改與調整、執行上預期遭遇之困難、對產業可能產生的正負衝擊等。</p>	<p>3. 第參章「探討臺灣消費安全與產業發展之現況」</p> <p>(1) 原第參章第二節於期末報告調整為第肆章第一節。更名為「臺灣與歐美消費安全回收制度之法令與機制之比較」，並補充相關具體法令及現行措施。</p> <p>(2) 期末報告初稿就此二節已採重點摘錄之方式整理，依委辦單位之建議以問題歸納分析與因應對策為架構分析。</p> <p>4. 遵照委辦單位之意見，將於期末報中初稿提出相關對策。</p>

七、主席結論

請委辦單位卓參各與會委員意見，並重新調整本報告章節架構，務使本研究結果具政策意涵。

附錄五：「臺灣消費安全與產業發展之現況與問題」
專家學者座談會會議記錄

- 一、會議時間：民國 95 年 11 月 22 日(星期三)上午 10 時
- 二、會議地點：經濟建設委員 B136 會議室
- 三、主持人：國立臺灣海洋大學應用經濟研究所江福松教授兼所長
- 四、會議議程：

09:45~10:00 報到

10:00~10:10 行政院經建會綜合計劃處廖處長耀宗致詞

10:10~10:30 臺灣消費安全之重要案例與產業衝擊分析簡報

(孫金華教授)

10:30~11:00 綜合討論議題一

「消費安全行政體系與民間組織的運作規範及其影響」

11:00~11:30 綜合討論議題二

「平衡消費安全與產業發展：通報體系與產品召回(Recall)」

11:30~12:00 綜合討論

12:00~13:00 午餐與交換意見

五、出席人員：

行政院農業委員會食品加工科	陳技正惠玲
行政院農業委員會漁業署水產品安全科	謝副研究員素琴
行政院農業委員會動植物防疫檢疫局	宋念潔
行政院經濟建設委員會綜合計劃處	廖處長耀宗
	高副處長仙桂
	郎組長偉芳
	楊達鑫
	蔡佩君
行政院交通部路政司	趙晉緯
行政院經濟部標準檢驗局	鄭慶弘
	呂建銘
	張朝欽
行政院交通部觀光局	黃易成
台北市進出口同業公會	張副召集人欽楷
中央研究院經濟研究所	張研究員靜貞
財團法人中華民國消費者文教基金會	游秘書長開雄
屏東縣養殖漁業發展協會	黃總幹事明宗
中華民國全國工業總會	蔡副秘書長宏明
臺灣區玩具暨兒童用品工業同業公會	簡總幹事淑超
中華民國全國商業總會	蘇秘書美華
臺灣區電機電子同業公會	宋雯霈

六、討論提綱：

討論議題一：「消費安全行政體系與民間組織運作規範及影響」

1. 如何整合各國官方與民間消費者保護組織，以達資訊整合及有效訓練？
2. 如何加強商品上市前市場監督，合理規定應施檢驗商品，保障產業發展？產品檢驗無嚴格標準時，如何加強消費公平之知識教育？
3. 當資訊有誤時，官方及民間消保團體如何立即更正及負有澄清報導責任？

討論議題二：「兼顧消費安全與產業發展：通報體系與產品召回」

1. 如何建構消費者單一申訴窗口及各事業主管單位事故通報體系？配合資訊通報系統資訊蒐集與分析，以盡速釐清問題的來源。
2. 如何擬訂相關的配套措施，以增加業者自願回收缺陷產品的意願？鼓勵產品召回保險？
3. 編製商品回收標準指導手冊作業程序，對於廠商自願性回收行動的監管依風險等級設訂回收有效性的查驗標準，以利業者遵行，避免消費者恐慌。

七、綜合意見：

發言人	意見
1. 主持人	以下請在座各位先進就討論提綱一：「消費安全行政體系與民間組織運作規範及影響」的3個議題提出您的寶貴意見。
2. 消費者文教基金會 游開雄 秘書長	就如主持人所講，今天主要是為探討如何讓消費環境及產業界達到雙贏的目的。其中，有談及如何達到官方與民間消費組織資訊整合的部分，就長久以來在消基會服務的觀察，坦白來說，現在消基會和官方消保會的關係其實是又配合又競爭。配合的指在某些消保議題中觀念是相當的契合，而在競爭方面，可以看到民間消保團體督促官方進行消保行動的監督，也看到了許多成果，包括之前報告中所提到的消費事件，都在雙方面競合的關係下使消費者的權利獲得保障。

	<p>在此拋磚引玉，提出如何進行官方及民間消保組織的資訊整合。就消保團體的立場來看，當然希望相關主管機關接獲民間甚至是國外的消費問題(包括民生用品、食品)時，我們也能夠在第一時間之內獲得相關訊息，跟官方進行資訊整合。因為通常某些訊息我們都是透過媒體而獲得，當然媒體的述敘或消息的來源，我們還會加以查証，但就觀察，某種程度上官方相當缺乏應變能力。因此，是否有管道能夠讓官方所獲得的訊息，快速正確地跟消保團體有直接聯繫。</p> <p>其次是當我們從消費者的申訴及自己的檢測單位所發現的訊息當提供給官方時，希望官方能夠就相關法令的主動積極調查，進行召回、下架動作的時候，其實應該讓消基會知道成效如何。但從現有的資料中，看不出來我們所呼籲各類產品的召回或下架等動作的後續成效。這樣子，對消基會來說，可能與原本的要求與期待有所落差，針對這部分我提出個人的看法。</p>
3. 主持人	<p>謝謝消基會游秘書長，就上述意見於此提出兩點小結。第一，怎樣能夠讓官方和民間資訊能夠快速地交流聯繫？當消費事件發生時，不論國內或國外，產、官都能在第一時間因應。第二，之前提到的是事前資訊的取得，接下來在事後當新聞媒體冷卻，相關單位應對該消保事件後續的處理狀況及資料統計提出說明。</p>
4. 交通部觀光局 黃易成 先生	<p>根據簡報提出幾點意見，先前提出的產品多為實體產品的部分。而就服務方面，本人以旅遊產品為例，旅遊產品較為特殊屬無形的產品。因此，資訊的獲得及正確性對消費者來說是相當重要的。例如，泰國政變的消息傳出，一些消費者即取消泰國旅遊的行程，但外交部公布的訊息卻是政局還算穩定。</p> <p>不同的消費者對訊息的解讀方式不同，站在消費者保護的角度上來看，正確的資訊就是一個很重要的問題。我認為消費者保護與消費者安全，事前預防可</p>

	<p>能重於事後再做所謂的售後服務，例如糾紛的排解。我想，事前能獲得充份且正確的資訊對於消費者保護才有正面積極的作用。</p>
<p>5. 經濟建設委員會 廖耀宗 處長</p>	<p>現在流行購買國外度假的旅遊券，後來引起一些消費糾紛，國內現在也是，很多人流行去住民宿，後來卻發現根本不存在這家民宿，現在局裡是否有什麼因應對策？</p>
<p>6. 交通部觀光局 黃易成 先生</p>	<p>關於國外渡假村的方面，現在已訂定定型化契約並公佈在觀光局的網站上，消費者可上網下載。另有關於民宿、旅館或旅行社的合法與否，有一個簡單的判斷方法，於觀光局的網站上已有提供登記為合法民宿、旅館或旅行社等相關資訊。基本上在觀光局網站上查不到的民宿、旅館或旅行社就不是合法的。因此，所有住宿設施(包含旅館、民宿及觀光飯店)及旅行社可以在觀光局的網站上查到的都是合法的。</p>
<p>7. 經濟建設委員會 廖耀宗 處長</p>	<p>這裡可以分為幾個層次來看，以最低的層次來講，是在觀光局網站看到的民宿匯款付費後也真的有民宿提供住宿。但消費者保護並不是單純的以有或沒有來區分，也包括品質，即指消費者付費後所得到的服務是否和網站上公佈的資訊相符。這就涉及到所謂的產品標準，針對這些民宿是否有做不同的排名，像國外就有做到這樣的層次，即所謂的名實相符，也是很重要的消費者保護的另一種層次。</p>
<p>8. 主持人</p>	<p>我想旅館的星等應該可以做為消費者參考的標準。</p>
<p>9. 交通部觀光局 黃易成 先生</p>	<p>事實上，旅館等級並沒有星級評鑑，且世界各國評鑑都沒有統一。之前國內有推行所謂梅花等級，現在也沒有在使用，是不是會進行所謂旅館等級的評鑑，旅館課目前尚在研究中。</p> <p>其實，世界各國對於旅館評鑑的實行與否都存有不同的看法。有些國家認為，評鑑可以提供旅客一個參考標準；某些國家則認為評鑑可能會打壞所謂的市場競爭，模糊品牌的識別度反而不見得會有利於市場的發展。</p>

<p>10. 標準檢驗局 張朝欽 先生</p>	<p>針對議題一提出一些看法，針對有關整合各國官方消費資訊的部分，標檢局在這幾年來一直陸續收集國外瑕疵商品的訊息。之前提到的 CPSC 外，也請各處駐外單位不定期幫忙收集各類的消費資訊。</p> <p>該類資訊在整理過後，將放在標準檢驗局網頁上提供消費者參考或相關主管機關進行後續的處理。若屬於標準檢驗局應施檢驗的品目，標準檢驗局亦會確實瞭解該類的商品是不是有銷售到國內市場？或須進一步加強檢驗。</p> <p>另外，針對產品上市前監督管理，怎樣合理規範應施檢驗品目的部分，標準檢驗局在公告品目之前都會召開業者公聽會，充分了解業者的想法。</p> <p>至於，就產品沒有檢驗標準時的處理方式而言，事實上標準檢驗局希望能夠推廣向業者宣導，產品的最低要求就是產品的安全，希望業者能負起產品安全的責任。</p> <p>雖然一旦產品沒有標準，企業就要負起安全責任，但目前遇到的困難就像消基會所提出的，當產品沒有標準或符合目前現行國家的標準，但其中某項檢驗的結果不合格的時候，如何回收消費者手中或市場上的產品？是標檢局思考的方向。</p>
<p>11. 主持人</p>	<p>謝謝標檢局的張先生，就問題二來講，若商品檢驗沒有明確的標準而發生類似案例時，未來如何讓產業有所遵循？如何讓民間消保團體或監督單位監督產業時，有所依循？</p>
<p>12. 經濟建設委員會 廖耀宗 處長</p>	<p>我再補充一下，標準如同一把尺，沒有標準就很為難。標準囊括的範圍項目愈多，落實消費者保護時愈有所依據。如路邊販售的安全帽就不太可能符合國家標準。事實上不只安全帽，以磁磚來看，現在大陸、越南產品都銷往臺灣，也都沒有國家標準。若有一套國家標準，除了可規範國內的產業外，相對而言，亦可阻絕品質不穩定的外國產品的進口。</p>

	<p>以日本現行的生產履歷為例，待 1~2 年後所有的農產品皆落實生產履歷，將來農產品要銷往日本，就需提出生產履歷。</p> <p>因此，現在想要請教一下，目前國內有多少產品還沒有國家標準？如製造業，有沒有這樣的一個統計？</p>
<p>13. 標準檢驗局 呂建銘 科長</p>	<p>主席、處長，標準檢驗局對標準制定的問題作一補充報告，我主要係負責機械產品方面的業務。在標準制定方面，最近消基會指出折疊桌椅造成消費者死亡事件，因為折疊桌椅列屬經濟部主管之一般商品，對於是否訂定國家標準，標檢局已在研議中。事實上，美國 CPSC 針對折疊桌雖有發佈數則回收訊息，但美國係以法規規定「瑕疵商品造成意外事件時，業者須主動作通報、回收或改正等行動」，加以目前尚未查到可依據那個標準作測試，而本局於消基會報導後，也迅速地排定於明日（11 月 23 日）召開國家標準技術委員會議，研商制定國家標準之事宜。</p> <p>剛剛提到的蜂蜜是農產品，也是食品的一種，不是我們經濟部主管的產品項目。標準檢驗局現正研擬的商品安全管理法，著重的是經濟部的事務。標準檢驗局主要著重於一般商品的安全，產品品質的部分較偏向商業行為，所以蜂蜜產品的標準是否需要制定，有時候需視主管機關而定。再者，蜂蜜產品是否有必要訂為國家標準，又是另外一個考量。又有制定國家標準不一定即刻說是就有檢驗能力，因為對於產品安全性的考量，以世界各先進國家而言都相當類似，但檢驗能力與檢驗設備的建置相關，往往需要一段時間，並投入資源支應，而國家標準只要有世界各國的標準供參考就可以完成制定。</p> <p>另關於消基會秘書長提到之折疊桌椅，缺乏警告標誌，的確已經證明不符合消保法之規定，但卻還是無法要求全面下架的問題，是我們還需要加強的部分。臺灣雖有回收的相關法令，但在通報機制方面，並沒有法令要求強制業者通報。不安全商品之事故案</p>

	<p>件發生時，若無地方縣市政府消保官通報該事故所造成消費者傷害的程度大小與統計次數，因為消保法規定之調查權及處分權，係依據消保法第 33 至第 37 條規定，由地方縣市政府執行，故我們經濟部也沒法取得足夠證據（消保法第 38 條規定中央目的事業主管機關之權限亦得執行第 33 至第 37 條規定地方主管機關之權限），得依消保法來要求哪些業者須將產品下架或回收。由於經濟部標準檢驗局只管轄部分應施檢驗之產品項目，目前除依商品標示法由經濟部商業司處理外，缺乏較有效力的回收法令。因此，未來若要訂定強制業者通報之相關法令權責，建議列於消保法之中，才可適用於所有其他中央目的事業主管機關。</p>
<p>14. 農業委員會 陳惠玲 技正</p>	<p>剛剛交通部的代表有提到預防重於治療，因為食品的原料 90% 來自農產品，最近朝野各界對衛生安全非常的重視，在預防措施方面農委會已經做的蠻多了。例如在驗證的部分，有 CAS 產品認證、有機產品的認證及生產履歷等。</p> <p>基於朝野各界對衛生安全的重視，為了提升農產品品質及及其衛生安全，維護消費者的權利，農委會現正研擬「農產品生產及驗證管理法」。</p> <p>在有機蔬菜的部分，因現行有機飲食非常的熱門，農委會也考慮未來將有機蔬菜真偽的部分納入規範，農委會目前的規劃是把進口品也一併納入，所以未來將與衛生署針對分工的部分做進一步溝通。</p> <p>在產銷履歷部分，農委會也將從源頭開始，希望產品資訊能透明化的呈現給消費者。農委會預計在年底達成 75 個產品項目，96 個產銷班來進行，所以目前農委會希望從預防措施開始加強。</p>
<p>15. 經濟建設委員會 廖耀宗 處長</p>	<p>最近有個案例與有機產品的認證、農藥殘留有關係，這部分也是標準程序的問題。用不同的檢驗方法來做標準，結果就不一樣，產生很多問題，不知道農委會對此有何看法？</p>
<p>16. 消費者文教基金會 游開雄 秘書長</p>	<p>關於該有機蔬菜農藥殘留的事件，想跟各位說明的是，依農委會公告驗證農藥殘留的方法共有 4 種。</p>

	<p>此4種方式於公告中並無所謂先後順序及需要交錯運用的狀況。若為確認驗證結果之必需，在使用第一種驗證方法後，還需利用第二種方法進行驗證，應該要在公告當中做說明。</p> <p>此外，再針對剛剛國家標準的問題作補充，消基會進行花材農藥殘留的驗證時，完全缺乏相關的驗證標準，但現在花卉入菜已蔚為風行，透過消基會的呼籲，隨後即訂出相關的驗證標準。因此，基於保護消費者立場，針對可能會照成消費安全問題的產品，若國外沒有相關標準可依循，為什麼政府不能自行制訂標準？因為基本上僅道德勸說在我們的觀念裡是比較不可行的。</p>
17. 標準檢驗局	<p>在標檢局所制定之相關標準中，並不是所有產品標準都是由標準局自行訂定。因此，若主管機關或消保團體認為有訂定產品標準的需求，都可以依照國家標準程序反應給標檢局。</p>
18. 農業委員會 陳惠玲 技正	<p>目前有機產品是農糧署主管，農藥的部分好像是防檢局，可以請防檢局就農藥殘留的部分說明一下。</p>
19. 動植物防疫檢疫局 宋念潔 小姐	<p>農藥檢驗大部分還是委託藥物毒物試驗所進行檢驗。</p>
20. 消費者文教基金會 游開雄 秘書長	<p>其實藥毒所有位組長曾上法院作證，依他的認知，在使用第一個方法進行檢驗後，應該依第二種或第三種方法再行檢驗，以確認檢驗結果，因此，法院採信裁定消基會二審敗訴。但就農委會的公告中完全看不出這相關的說明。</p>
21. 經濟建設委員會 廖耀宗 處長	<p>其實現在我們應該有一種想法，未來也許可以建立一種機制，可以和外界溝通的平台，可以定期跟官方相關部會面交換意見，看屆時是由消基會或消保會出席都可以，針對消保問題跟做法定期進行討論。</p>
22. 消費者文教基金會 游開雄 秘書長	<p>最近我們也看到現在消保會的主委蔡副院長，我發現她對消保這一塊也很重視，這陣子曾經也跟幾個部會的議長當面來溝通，當然加強聯繫是應該的，針對消保行動講明白點就是要上緊發條。</p>

<p>23. 經濟建設委員會 廖耀宗 處長</p>	<p>個人亦比較希望大家是競合的關係，競爭的結果是合作，因為這是整體國民的福祉。希望在整個生產行為和消費行為裡面，不是零合遊戲、不是你贏就是我輸而是雙贏的，做這個計畫就是希望達成雙贏的目標。</p>
<p>24. 主持人</p>	<p>我很贊同廖處長的建議，我是認為隨著消費意識的抬頭，消保會的功能也應該增加。因為消保會一直定義他們是負責擬定消保政策和居間協調，但是我覺得消保會應該可以扮演更主動積極的角色。畢竟，相關事務主要是由各目的事業主管機關執行，所以部會和部會間需要消保會去整合，這也就回應第3點當資訊有誤的時候，就需要有個例行會報或平台去因應。</p> <p>綜合上述的討論，屆時在我們的計畫報告會建議，藉由一個或由消保會主導的例行定期會報，針對已發生的消費安全事件進行檢討、相關法令的修改或標準的訂定、各部會間權責的釐清等，這樣對未來事件的防範有正面的意義，大家也可以獲致共識。</p> <p>如果說我們的民間團體和主管單位間沒有共識的時候，在報章雜誌就出現兩極化的訊息，尤其當議題具爭議性的時候，將使消費者特別困惑。但是如果有一種可供民間及官方各部會共同討論的機制存在，大家得到共識後，提供給消費者的訊息也就相對較為完整。</p>
<p>25. 交通部路政司 趙晉緯 先生</p>	<p>今天在議題討論前所提出的簡報第 17 頁中，提到我國消費者保護主管機關的部分，其中第四項關於行動電話通訊產品的主管機關，原屬交通部電信總局，但 NCC 成立之後，主管機關已轉為 NCC，提供研究團隊參考。</p> <p>另外，在我國消費安全相關法規中關於汽車安全的部分，交通部參考消保法的相關精神，已於 2004 年 11 月 10 號訂定「汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法」，並委託財團法人車輛測試中心，建制車輛安全網，提供國內外汽車安全的相關資訊。</p> <p>就國內汽車召回案件而言，截至目前共有 105 件，其中包括召回內容、原因及召回進度等。此外，</p>

	<p>每月亦定期收集日本、美國及澳洲等國家相關召回資訊提供給民眾參考。</p> <p>在國內，若地方消保官受理之消費安全案件，可能涉及到行車安全相關問題時，除可利用公文行文的方式委託交通部進行後續調查外，也將相關資訊於網站登錄，交通部將定期針對這些案件判斷車輛是否達通案瑕疵的問題。</p> <p>在汽車安全部分，民間消費者保護組織比較有制度的就是消基會，因此我們也會向消基會中的委員會諮詢關於車輛是否有召回或瑕疵問題等，溝通上還算密切。</p>
<p>26. 主持人</p>	<p>謝謝交通部路政司趙先生，關於第一點行動電話通訊產品主管機關 NCC 的部分，本研究會立即改正。</p> <p>之前我們有到沙鹿拜訪，車測中心也提供了車輛召回的相關資料。消基會中有很多專業的委員，交通部能和委員密切互動，這也是一個非常好的合作方式。委員們大都來自於學界，也很樂意跟主管機關互動合作，目的也還是要讓產品安全，讓產業能夠發展，我想透過溝通會很有幫助。</p>
<p>27. 經濟建設委員會 廖耀宗 處長</p>	<p>事實上，有很多汽車車體瑕疵導致車禍的問題，車主與車廠協商後，車廠大部分都說是操作不當而非車體本身問題。舉例而言，最近有一個案例，是非常有名的日系車輛，協調至今尚無結果。</p> <p>臺灣有這麼多目的事業主管單位，就算發生消費糾紛或消安問題，一般大眾也無法分清那個單位負責處理或協調，因此，個人的建議是，如同美國有 www.recalls.gov 網站，臺灣應可架設單一虛擬平台，大眾只要進入該平台，就事件過程及問題進行描述，透過該平台就找到主管該事件的對應窗口，這樣追蹤或後續的處理或許會較明確。</p> <p>個人認為消基會不應只是扮演糾察隊的角色做第一線產品的監督查核。因為，消費者都可以為自己權益去扮演產品監督的角色，碰到消費問題時，消基</p>

	<p>會就可以把更多的力量用在整個協商，讓問題更圓滿地解決。</p> <p>當然，這是我個人的想法，一般消費者不可能具有檢驗產品是否有合乎國家標準的能力。因此，這就回到整個生產製造部門品管的問題，當然 Quality Control、Quality Assurance 應該也要有個標準。所以，當前應該逐步的、廣泛的建立整個產品的標準。</p> <p>個人覺得秘書長的要求也是很合理的，不是美國有的標準臺灣才可以有，美國沒有的標準臺灣也可以自行設立，因為美國和臺灣不同，產品也跟臺灣不盡相同，所以應可以為沒有標準的產品設立國家標準。現在也沒有一個機制可以讓人們去申訴，在公部門的機制上，民眾找不到地方可以投訴時，就是找消基會，消基會報導出來時當然會措手不及，消基會標準作法就是先開個記者會。</p>
<p>28. 消費者文教基金會 游開雄 秘書長</p>	<p>首先，消基會並不是對每一項消費爭議的事件都一慣地以記者會的方式來呈現。從統計數字來看，從2004年11月迄今，消基會共召開了349場記者會，當然數字上看起來很密集，但有些部分是針對檢測結果，有些則是呼籲。對於消費議題，消基會侷限於人力，也不可能每個部分都面面俱到。</p> <p>回到剛才交通議題的部分，消基會還是希望能建立一個回收標準的作業程序(Standard Operation Procedure, SOP)，SOP建立下來後，消基會才能在這樣的管道中要求相關的業者執行。否則，大概一貫的說法都是怎樣去掌握後續的回收程序，但回收效果如何大家雖很關心，卻無法獲得相關資訊，這是消基會希望有的這樣一個做法。</p>
<p>29. 經濟建設委員會 廖耀宗 處長</p>	<p>在行銷學中有一個講法，一個負面訊息會留在人的大腦裡至少六個月。因此，消保團體召開記者會所提供的訊息留給消費者的教育至少存在六個月。</p> <p>所以若有個平台可提供給消費者投訴，該網站每個產品都有相關連結，如交通運輸器材的糾紛就連結</p>

	<p>到交通部，蜂蜜等農產品就連結到農糧署等，加快消費問題處理的效率。</p> <p>另就剛剛提到的標準，標準的確立，一方面能使消基會在進行產品檢測時有所依循，另一方面生產者也可以按照標準來調整生產製程以期符合標準，這是一個大眾都能得利的模式。</p>
30. 主持人	<p>我們建議應有個例行性的會議，讓產、官、學界可以舉行一個功能性會談的平台機制。</p>
31. 標準檢驗局	<p>據瞭解，消保會每月都會就所關心的議題進行委員會議，邀請消保會的委員、各中央主管機關出席，做各項議題的檢討，所以再做這樣的機制會不會有跟委員會的功能重疊的問題？</p>
32. 中央研究院 張靜貞 研究員	<p>現在消費者保護的這個議題，隨著時代的演變是否該適度的做個區別，有一部分消費安全的問題需要很多專業的判斷，例如檢驗、召回制度、SOP 或通報體系的制定等，這個是牽涉制度面的問題，所以消費者保護委員會的職能中，有關消費安全部分需要加強。因此，除了定期會報外，建議應該有一個專門探討消費安全的幕僚單位。</p> <p>因為，大家討論的範圍很廣，除了立法、執行外，還牽涉檢驗的標準、通報及召回的制度與認證等，若只靠會報，是不是能夠完全把這些制度面的東西做具體及前瞻性的鑑定，可以再討論。</p>
33. 主持人	<p>上次我們去拜訪消保會時，他們也針對我們所列出的消費事件向我們報告農委會、衛生署及相關部會對這些消費事件的後續處理狀況，我想這些就比較定義在官方回應及處理等方面。</p> <p>但就以這次的菠菜事件或折疊椅事件來說，消保會就應主動針對該起消安事件召集產、官、學界來討論目前處理狀況、現行法規及檢驗標準有那些缺失，及後續追蹤該怎麼進行，應該和委員會政策性討論或例行性會報有所區隔。還有，當檢驗的標準有所爭議的時候，例如有機蔬菜的認證，消保會應該更積極再</p>

	<p>找專家來，進行技術的協調，研擬標準如何訂定，標準是否符合等問題。</p> <p>我想每個事件發生後，我們應該從裡面學到一種經驗，下次再發生類似或相同的事件時，就能充份的因應。萬一，消保會檢驗的資訊不夠充分，是不是要把國外及國內的專家學者找來做個授課，例如歐盟官方消保組織，我們發現它是跟民間團體在一起工作的，而不是說官歸官、民歸民。因此，如果資源和資訊不足時，我們必需思考的是如何把個別的資源、資訊整合起來達到最完滿的效果。</p> <p>第二個部分，我們還是建議最好能夠把國家標準建立起來，就算國外沒有，我們當然希望能建立屬於自己的國家標準。</p> <p>第三個是單一入口的平台，一般消費者透過類似美國 www.recalls.gov 網站，藉由這個網頁平台可以找他所需要的資訊，如相關消費事件的對口單位、單位負責人或承辦人的聯絡資訊等，減少消費者為處理消費事件所耗費的時間成本。</p> <p>接下來進行提綱二的討論，關於消費安全與產業發展如何取得平衡。第一點關於如何建構通報體系？這部分剛剛有提到一個入口網站的建制，做為各單位單一窗口的連繫。接下來就提綱二第 2 點及第 3 點進行討論，但若各位先進對之前議題要補充說明，也歡迎提出。</p>
<p>34. 中華民國全國工業總會 蔡宏明 副秘書長</p>	<p>就今天所討論的議題來講，目的是希望建立一套消費安全的機制。從 OECD 國家的經驗來看，消費安全保障和產品安全管理息息相關，這可從三個方面來探討。首先，產品上市之前，是否符合認證或安檢標準；其次是產品上市後的監督管理，包括市場的限制、加強政府的監督等；再來就是產品銷售後的產業責任。但我們不能忽略的產業發展，從產業發展角度來看，如何鼓勵產業保證產品符合安全標準的要求，是非常重要的點。</p>

	<p>今天臺灣的消費環境並不安全，廉價、品質不穩定的產品隨處可見，所以在整個消費安全機制裡，健全產品檢驗制度是免不了的一環。今後哪些產品需要強制通過檢驗後才能上市？是否可以透過符合性的評鑑，鼓勵業者取得標章認證，都是可以思考的方向。</p> <p>另外，關於資訊整合的部分，我們必須檢討現在發佈消費安全的相關資訊的單位有哪些？因為，消保會或是民間團體的基準雖都不盡相同，但其所發佈的資訊都將或多或少地影響產業收益。因此，我的看法是在資訊整合必需有一套規範，也就是確定誰來發佈資訊。</p> <p>再來談到的是管理的機制，雖然消保負責監督各目的事業主管機關的執行成效，但實際執行消保活動的還是各地方政府及目的事業主管機關，把多主管機關和市場監督結合在一起後，發現消保會透過市場監督所得到的結果跟主管機關的結果並不一致，再加上民間消保團體後將更形混亂。</p> <p>因此，我們必須在法制上有一個統合的機制。海大這邊不應該只拜訪消保會，也應該去拜訪經濟部標準檢驗局。因為標檢局目前正在制定一套商品安全管理法，其中也將今天討論的議題如通報系統、召回保險等納入思考，在此架構下或許可以解決多主管機關間可能產生的衝突的問題。所以我建議經建會未來可多多參與經濟部相關會議的討論，使消保機制更臻健全。</p>
<p>35. 中央研究院 張靜貞 研究員</p>	<p>我這邊提出二點建議，首先關於通報系統方面，除了以處罰的方式來要求業者主動通報之外，可透過與醫療院所及保險單位合作的方式，請醫院通報其受理因食品安全問題而引起的案例，或尋問保險業者處理理賠事宜時，有多少事件與消費安全相關等。</p> <p>因為，我過去做過食品安全研究的時候，發現臺灣食品中毒通報比例跟國外相差甚遠，表示目前醫院雖有通報系統，但政府卻沒有提供任何的誘因讓醫院有正常通報的意願，這是需要檢討的地方。</p>

	<p>另外，在處罰的法令方面，是否可以做個反向的思考，由下游廠商及大賣場一併負起產品安全的連帶責任，即針對其販售的商品同時也有把關的責任，必須確認商品係檢驗合格才可販售，若一旦發生消安問題將負連帶責任。</p>
<p>36. 臺灣區玩具暨兒童用品工業同業公會 簡淑超 總幹事</p>	<p>根據我們產業所遇到的狀況我在此提出幾點看法。首先，玩具廠商因缺乏產品處理及後續回收的相關指引，一遇產品安全或糾紛等問題時，往往不知如何處理，所以需要如 SOP 作業手冊來提供事前的參考資訊。</p> <p>另外，關於產品回收的部分，對業者而言，除被舉發外所應做的後續處理外，在考量回收成本下，對業者來說自願地進行回收行動是有困難的。當然回收的部分，雖然可以尋求產品責任險來做因應，但問題在於玩具多是低單價的產品，廠商在投保責任險、支付高額的保費後可能失去產品的競爭力。</p> <p>還有一個問題是產品上市後市場監督部分，以目前臺灣的情形來說，玩具安全標準都有正式的規範，但目前存在一個問題，劣質的玩具透過管道規避檢測後流通到夜市、路邊攤販售，造成劣質玩具驅逐優質玩具的情形，因此要思考未來市場監督的機制是否能運作更加健全，讓劣質產品也必接受檢驗，保障消費者的權益。</p> <p>另外，我建議當有糾紛案例發生時，或許學者專家能提供相關資訊，帶給業者關於產品安全省思同時教育消費者有能力判斷選擇優質玩具的能力。對於資訊的傳達，目前在網站上蒐尋相資料的人數愈來愈多，我想網際網路是個不錯的教育管道。對業者來講，我想公、協會都有一個和會員互動的機制，也能代為轉達政府整合國內外的相關消息後所提供的資訊。</p> <p>另外，就消費者保護而言，我想應該在業者和消費者間取得平衡。過度保護消費者的話，業者也會去規劃一個對於自己有利的產品，這樣的發展對於消費</p>

	<p>者不一定有利。我還有一個感受，現今消費者保護愈來愈受重視，消費者有時在不了解狀況的情形下，過度自我膨脹、過度的要求。政府應該結合民間的力量去教育消費者，讓消費者瞭解自身的權益，取得業者跟消費者的平衡。</p>
37. 主持人	<p>消費者權益跟責任問題也是我們必須思考的，但業者跟消費者間偏重一方都會造成失衡的現象，業者也要生存，所以兩者都必須顧及。</p>
38. 經濟建設委員會 郎偉芳 組長	<p>大家對消費安全都提出寶貴的意見，那針對經濟的衝擊面提出幾點問題。研究單位以美國情況為假設，透過 I/O 表的係數來反算臺灣因消費安全事件所造成產業的損失。</p> <p>我是認為既然找出十大消費安全重大案件，那麼是不是可以評估該案件對產業、或者是該家廠商所造成的損失。因為透過規模最大或所謂代表性廠商在事件發生後，當月至其後 1~2 月間銷售收入減少的估算，是不是就可以看作是該產業的損失，那感覺上就像該消費事件對產業的影響。</p>
39. 孫金華 老師	<p>因為我們在期中報告的時候，會裡有提到希望我們要包括所有產業的損失估計。如果是針對個別案例的話，我們也有進行個別案例之產業損失估計。例如，以有機蔬菜被檢測有殘留農藥的三個生產班為例，在確定其產能、出貨量及價格的情況下，以 60 個農戶所集合的生產規模進行估算，三個月大約就有 1,750 萬的損失。但對於有機蔬菜這個產業來說，在消費者恐慌所造成連帶效果下，其所受到的衝擊勢必高於 1,750 萬的損失。但由於官方的統計資料並沒有任何關於有機蔬菜的生產量，等於我們基礎規模都不知道。</p> <p>另外，關於對整體產業衝擊影響評估的部分，因臺灣不似歐美有該類損失的估計，過去完全沒有建構通報系統，因此我們以 I/O 表的關連性來進行估算，呈現消費安全事件對整體產業的相對損害。當然每一個產業的整體損失從 I/O 表來講是高估或低估沒辦法</p>

	<p>確定，我們只能說臺灣 GDP 中約六成是家計消費，跟美國家計消費約佔 GDP 的七成就結構來看是蠻類似的，因此，就美國所統計損失的金額，依比例估算臺灣損失的情況。</p>
40. 主持人	<p>關於這部分我補充說明一下，如果臺灣要明確的算出每個產業受到的衝擊，就基本資料的獲得來說，真的非常有限。就有些項目而言，目前的年報上並沒有顯現出來。所以我們僅能以推估的方式，把損失能夠估算出來，是研究上的限制。關於這點，會再與經建會討論。</p>
41. 台北市進出口同業工會 張欽楷 副召集人	<p>就產品的召回部分，我個人有幾個看法。第一點，就產品召回的法律規定來談，大部分都是從處罰的角度去做規範，但我想如果要增加業者自願性回收的意願，應該從鼓勵的角度來做。</p> <p>所謂的鼓勵並不是實質上的誘因，而是在回收的過程中也能保護廠商的商譽。所以我覺得，廠商不是不願意做而是不願意公開的做。因為擔心一旦公開，媒體的報導如果不實將企業造成嚴重的傷害。所以在相關配套措施中，如果廠商願意主動回收，相關的主管單位也能夠傳達比較正面的訊息時，廠商配合的意願自然就會提高，這是我個人的一個看法。</p> <p>另外，我們從國外的經驗裡面看出，瑕疵產品的回收有所謂的風險分級，不同的等級其回收的範圍也不相同。當產品對消費者安全產生危害，必須透過媒體進行全面性的產品回收時，一定要讓所有消費者知道產品是哪一批有問題，這就必需談及生產批號的規範。所以，我想對於生產批號的相關規定，應該比較要具強制性。產品的生產批號，包括進口品，一定要上市前就做，不能由進口商於進口後才自行在臺灣編制，關於此點政府機關不能有所妥協，這是我們台北市進出口同業工會所討論的意見。</p>
42. 中華民國全國工業總會 蔡宏明 副秘書長	<p>從消費安全的目的來看，其實一個國家如果建立一個很健全的消費安全體系，對經濟及產業而言，應該都是有幫助的。</p>

	<p>從美國的案例我們看出來，自 2000 年以後汽車召回的次數增加，美國農業部的統計也是一樣。所以我覺得我們除了評估消費安全事件所帶造成的損失外，我們應更正向的去思考，這些安全事件爆發後，廠商做了怎樣的回應，廠商行為有了怎樣的改變，是否積極去思考產品安全的問題？又建立了哪些制度，我覺得這才是重點。這才對整個研究計畫在思考行政體系、消費知識的強化，及標準作業手冊等等方面才有幫助。</p> <p>另外，我相信國外有很多有探討產品的消費安全與經濟成長關聯性的研究，我認為這方面的文獻回顧可能要請執單位能否再補強。</p>
43. 主持人	<p>謝謝副秘書長的發言，關於文獻的部分我們會盡力補足。我們會認真將負面的損失或者是正面的效益納入思考，讓計畫內容更為周延。我想廠商如果能正面面對問題，消費者也會覺得廠商負責任，反而對這家廠商更加有信心。</p>
44. 屏東縣養殖漁業發展協會 黃明宗 總幹事	<p>2005 年石斑魚事件的發生，讓我覺到臺灣的法令，並沒有隨著各國檢驗制度、技術的進步而進步。現今臺灣漁產品藥物殘留的檢測標準不夠明確，僅做文字說明合格與否，各國檢測標準又不一，漁產品上市一旦檢測結果因所遵循的標準不同，將衍生後續消費安全問題。</p> <p>因此，我們希望在保護消費者的同時，也保護到我們產業。我們所追求的公平是程序上的公平，不是相對公平。但是如果是要向外爭取的話到不如我們從內部管理上來求進步。考量外銷訂單的需求，因此在制度上，我們目前正積極落實產銷履歷。此外，我們目前也自主品牌的檢驗、上市前的安全措施檢驗，在運銷方面還有運銷核單的管理。漁產品運銷到生鮮超市或末端市場後，還有稽查人員會針對本公司的產品進行稽查，如果產品上架超過兩天，我們將主動要求下架。</p>

	<p>所以，如果每個廠商都能做好自己的本分，基本上我相信就是對消費者最好的保證，也保障消費者最大的權益。一旦達到消費者的要求，我相信產業就能夠永續發展。</p> <p>關於通報系統，此時就像多頭馬車，因為每個單位都要通報，但最終各單位有沒有進行確認，也不得而知。如果我們要落實這個制度，就要先落實法源，沒有法源就沒有罰則，沒有罰則就沒有人遵循。有法源、有依據、有配套措施，才有健全的通報系統。</p>
<p>45. 主持人</p>	<p>目前農委會裡面也正在落實產銷履歷制度，也只有如此才能讓消費者獲得信賴感與信心。</p> <p>當時，石斑魚孔雀石綠事件從香港傳來時，臺灣也還沒有標準，所以業者就自行檢驗，結果產業和檢驗單位之間就會有著認知上的差異。後來，衛生署所訂出的標準也就是儀器的檢驗極限。</p> <p>當初，臺灣的儀器只能檢驗到 PPM，但隨著歐盟新標準的訂定，標準提升到 PPB，臺灣就不得不採購這些更精密的儀器，我想這是順應時代潮流，當然這也加重業者的責任跟警覺性，因為標準也提高了 1000 倍，可能也會讓我們業者更注意用藥殘留的問題。如果跟剛剛蔡秘書長的意見來呼應，業者反而會因為這事件而對用藥的管理會更加小心。</p> <p>所以我只能跟總幹事共勉，因為時代要求是說來越高，我們也只能夠去符合這樣的趨勢，當然我們也希望能夠有相關法源的配套。</p>
<p>46. 中華民國全國商業總會 蘇美華 秘書</p>	<p>全國商業總會會員 80% 都是屬於服務業，在服務業中並沒有特定標準，其實很難討論到有關於消費安全的問題。也因為如此，全國商業總會也期望政府對服務業能有一個標準，在同業之間能夠有一個實質化、數量化的一個認證方式，針對服務來進行認證。</p> <p>關於消費安全的部分，在這裡提出一個狀況，因網路資訊傳播日益熱絡，很多消費者或同業因為自身的不滿或惡性的競爭，網路上發佈不實的資訊，導致業者受到相當傷害的問題，這部分我們也沒有一個具</p>

	<p>體的法源可以解決處理。所以，我們覺得在討論到消費安全時，除了保護消費者之外，對於業者之間也要有一個相對的保護。</p> <p>另外，關於回收議題的部分，其實公會裡面也有很多是屬於進出口的貿易商，以在大賣場販售的烤肉架為例，有些是屬於中國大陸製造，臺灣中小型貿易商進口的產品。若這些產品有瑕疵必須回收時，貿易商在擔負回收責任又求償無門的情形下，很多就關門倒閉，一直如此的惡性循環，這些業者對於自願回收缺陷產品的意願就相對變得薄弱。</p>
<p>47. 標準檢驗局 呂建銘 科長</p>	<p>關於產品標準的訂定，若非經濟部主管業務，主要應視主管機關執行面的法規與回饋之資訊來判定是否必要制定。</p> <p>就檢驗來說，若所有產品都需經過檢驗，那麼上市就可能更加困難。以一般商品來說，若要等檢驗後才能上市，在等待符合性評鑑的過程中，產品或許就失去了最佳的上市時間。又政府的資源有限，且要等訂定標準及由政府檢驗後，才可以全面列檢，故也不切實際。</p> <p>因此，標檢局規劃的方向是非應施檢驗品目中的產品，業者須自行檢測，確定產品安全後才可上市。若發生事故或不安全情事時，業者需主動通報。透過通報我們才能瞭解傷害事件的嚴重性，決定是否回收或其他程序。在回收方面，業者也需主動回收，為避免影響企業商譽，政府都盡量不干預業者的回收行動。若業者回收有所成效，相關處分就會比較少。以上是就符合性評鑑之檢驗部分與加重業者回收責任，在商品安全管理法的立法方向作補充報告。</p>
<p>48. 標準檢驗局 張朝欽 先生</p>	<p>就剛剛產品通報及 SOP 建立的部分，剛張老師提及可能有跨部會必要，就像 92 年有個消費安全回收的研究計畫，那時候我們是透過公文轉給衛生署請他們幫我們轉給公所或醫院，請醫院跟配合。如果有關產品事故的問題發生，依通報表蒐集提供資訊，但是真正配合的醫院實算少數。如果真要收集這方面的相</p>

	<p>關資訊，可能沒有辦法像 CPSC 利用經費去補助通報制度。如果可以透過部會間的合作，加上資料的蒐集可能是比較好的方法。再來，關於產業瑕疵通報義務的部分，其法源依據，需要再去考量是要於消保法內明定相關內容或者由各目的事業主管機關訂定。</p> <p>另外，關於產品回收的部分，業者在執行回收程序時是可能會面臨沒有回收指引可以參考困難。關於回收指引的部分，國外有很多相關資訊，主管機關可以參考嘗試去制定相關的收回指引。再者，關於回收產品流向掌握的問題，以之前電腦電池回收事件為例，因為該公司客戶大部分是透過網路訂購，容易掌握客戶的資訊，也能透過網路來告訴顧客產品回收的消息。但相對的，其他零售業者就沒辦法掌握這些資訊。國外針對這個部分現在正做技術性的探討，以上建議給主席參考。</p>
<p>49. 宏基蜜蜂生態農場 (賴負責人朝賢因逢出國參展無法與會，列出其書面意見)</p>	<p>緣於去年八月九日消基會對蜂蜜事件的檢誤及未延請專家致解讀偏差造成本場商譽嚴重受損，加之媒體恣意炒作新聞，國內外一再報導(臺灣蜂蜜 95% 不純、連宏基蜂蜜都有摻糖的可能)，間、直接造成整體產業崩盤更賠上國際形象；農場幾十年產業頃間由興旺跌至谷底，由產業標竿變成詐欺犯，出門飽受被指指點點的委屈，屢經反應，更由於消基會長期把錯誤訊息載於網站，只求自保，無理更不饒人的處理態度，著實讓我感到政府若無良好規範，業者再怎麼努力都沒保障，若非本人數度調適心境，自我提高定位，實難免捨命抗爭。</p> <p>今年消基會的蜂蜜檢驗已延請專家解讀已趨嚴謹，但仍對整體產業投下相當負面之震撼彈，難過的是去年因九件甲級純蜜誤檢為一件，造成今年甲級純蜜僅剩四件，只因純蜜經營者心冷了。每次報導都讓整體產業崩解，今年本人蜂蜜雖判定為甲級，仍因報導後的負面影響業績又下滑一半，更多人說依統計數字實在不敢買，甚有要退貨的。</p>

消基會 25 年來立意良善，用心眾所皆知，也著實做了不少公部門不方便做的事，但若能周全於消費保護及產業並重，則功德無量。若能於謹慎檢驗後，邀請專家及瑕疵業者列席說明，視情節移送法辦、罰款、消毀或不得販賣等新措施，同時表彰優良，即可避免媒體譁眾炒作，又演變成少數檢樣追究整體產業的傷害。

經歷此事件筆者無怨，因我們已把所有產品提昇到檢驗後分裝，並定調超越歐盟規範，完全以個人風格悠遊產業於生活(從質量、能量、安全健康、愉快享用)。回首前事謹請與會諸公能鑒於類此事件對整體產業的傷害，消費者的迷思，對國家經濟之影響，再立綱典、利國、利民則無限感恩。

產業面臨媒體、千面人及不時之任何狀況之動盪時，內在市場的供需型能惡化(沒能適時導正)，生產不足(環境變遷)，消費需求的不足(造成人為不誠信的誘因)，外在更限於國際地位的低微，但不管什麼理由，我們皆需為下一代的生活來努力，來傳承更需要政府大方向的呵護成長，公益社團的適時公益。共同努力來推動食品農業的安全來互相延伸，把每件事都是福報，心情的共享更是彌足珍貴。也請政府能於第一時間釐清實情並澄清事實以挽救產業於倒懸。

八、會議結束

附錄六：期末報告審查會議紀錄及意見答覆

一、時間：民國 95 年 12 月 5 日（星期二）下午 2 時

二、地點：經建會 B137 會議室

三、主席：廖處長耀宗

四、審查委員及出席單位人員：

國立中興大學應用經濟系教授	鄭蕙燕
中華經濟研究院研究員	劉大年
行政院經濟建設委員會綜合計劃處處長	廖耀宗
行政院經濟建設委員會綜合計劃處副處長	高仙桂
行政院經濟建設委員會綜合計劃處規劃組組長	沈瑞銘
行政院經濟建設委員會綜合計劃處研編組組長	李厚美
行政院經濟建設委員會綜合計劃處資料組組長	郎偉芳
行政院經濟建設委員會綜合計劃處分析組組長	蔡瑞娟

五、計畫研究人員：

國立臺灣海洋大學應用經濟研究所教授兼所長	江福松
國立臺灣海洋大學應用經濟研究所教授	孫金華
國立臺灣海洋大學應用經濟研究所計畫專任助理	吳苗芳
國立臺灣海洋大學應用經濟研究所計畫專任助理	林正鴻

六、綜合建議

審查意見	答覆及處理情形
<p>(一) 廖處長耀宗</p> <p>1. 為提供行政院副院長暨消保會主任委員完整消費安全建議方向，應於報告中具體陳明國內消費安全執行成效之情況與問題，並參考其他國家經驗，於第五章提出具體的因應策略與建議。</p> <p>2. 建議新增亞歷山大事件的案例，會員卡定價、會員券終身適用是否符合公平交易原則。</p>	<p>1. 於報告中第五章整理出消費安全執行相關問題並參考國外經驗提出建議。</p> <p>2. 於報告第三章中補充。</p>

審查意見	答覆及處理情形
<p>3. 探討消保會之組織編制與民間消保團體之差別及提出建議。</p> <p>4. P. 38 頁之消保會協調指定消費者業務主管機關一覽表，是否有更新的表格。為何農委會及衛生署之負責項目未被列出？</p> <p>5. 以美國食品及非食品所造成的死亡、傷害及財產的損失佔民間家計單位消費比例，計算消費產品安全事件所造成的總損失是否適當？I-O 表之探討是否應刪減？</p>	<p>3. 於報告第五章中補充。</p> <p>4. 已向消保會確認更新消保會協調指定消費者業務主管機關一覽表至 2006 年，此表格所示之協調指定消費者業務主管機關，為發生消費糾紛但缺乏相關法規明定主管機關規範時，由消保會指定之主管機關。</p> <p>5. 為能以量化說明整體消費安全的重要性，I-O 表之探討可瞭解臺灣民間家計支出占 GDP 的結構比例與美國相似。依據美國食品及非食品所造成的死亡、傷害及財產的損失佔民間家計單位消費比例，來估計臺灣消費產品安全事件所造成的總損失，可藉以估計家計消費安全損失之關聯效果。考量國內通報消費安全事故資訊不完整，因此依建議將 I-O 表之探討分析予以保留。</p>
<p>(二) 鄭委員蕙燕</p> <p>1. 整合 P. 143 頁與各國之法令、案例之關聯性，並將座談會之結論及美國食品危險分級處理納入此架構中。</p> <p>2. 各案例之分類及後續因應。</p> <p>3. 應避免引用如新聞報導等情緒化字眼，而改以客觀角度描述。</p> <p>4. 應以事件的統計案例統整推論全國性的影響，而非以單一事件推論。</p>	<p>1. 為符合委辦單位之建議，將此架構的探討改為對各產、官、及消費者團體的探討。</p> <p>2. 於第五章中將案例整理分類歸納出其問題與建議。</p> <p>3. 期末報告已針對此建議修改。</p> <p>4. 全國性之統計案例推論整理於第參章消保會及消基會之申訴案件統計，但因此類資料缺乏後續的分析及經濟影響評估，因此目前只能以單一事件做推論。</p>

審查意見	答覆及處理情形
5. 建議將 I-O 分析予以適度刪減以達合理性。	5. 考量國內通報消費安全事故資訊不完整，因此依建議刪減 I-O 表之探討分析。
<p>(三) 劉委員大年</p> <p>1. 分屬質及屬量說明消費安全的重要性。</p> <p>2. 建議若要用 I-O 資料，應將資料更新，並考量因此類分析無法計算替代效果的影響，而應改以更周延的方式說明。將 I-O 分析中之國民生產毛額改為國內生產毛額。</p> <p>3. 探討國內消費安全的現況與問題，並參考國外經驗，各別提出對政府、產業公會、民間消保組織、消費者之建議。</p>	<p>1. 為能以屬質說明消費安全的重要性，因此追蹤分析近三年較具爭議案例，參見期末報告附錄二。為能以量化說明整體消費安全的重要性，國內需建立完整之消費安全事故通報資訊體系以利後續分析。</p> <p>2. 家計單位消費支出占國內生產毛額之比例以 2005 最新的資料探討，而 I-O 是以國內生產毛額進行分析，相關分析結果將依審查委員需求，另行提供參考。</p> <p>3. 報告第五章以此大綱說明各別對政府、產業公會、民間消保組織、消費者之建議。</p>
<p>(四) 高副處長仙桂</p> <p>1. 建議參考中國時報座談會各專家學者的意見。</p> <p>2. 如何建構及探討一個全面性的消費安全機制，而非只是探討事後(如回收制度)的處理機制？</p>	<p>1. 就本研究蒐尋的結果，中時報系曾於 2006 年 10 月 31 日邀集了國內產官學界，及消費者代表舉辦「建構市場導向的穩定力量—浮動油價機制」座談會，並於 11 月 6 日中國時報 A12 版「座談會專題」發表會中討論議題內容。該次座談會主要針對油價變動影響消費者權益，因此並未列於消費健康安全討論標的。</p> <p>2. 制度為消費安全事件發生後之緊急事後糾正機制，為消費者保護其權力之最終辦法，因此美國建構單一回收網站，因此多加著墨。期末報告第五</p>

審查意見	答覆及處理情形
<p>3. 從近三年的消費安全事件探討消費安全各環節的問題？</p>	<p>章將盡量以全面性的消費安全機制整理分析。</p> <p>3. 依建議將近三年所追蹤消費安全事件分析整理消費安全各環節的問題於報告第五章表 5-1。</p>
<p>(五) 郎組長偉芳</p> <p>1. 報告中之英文部分需都翻成中文且英翻中之中文名詞需一致。</p> <p>2. P. 9 主持人及相關研究人員如何蒐集資料及分工等不需贅述。</p> <p>3. 建議可將座談會之相關意見納入產品安全性標準架構中。</p> <p>4. 在正文中結論與建議應與簡報一致。</p> <p>5. 座談會之記錄建議加入答覆及處理情形。</p> <p>6. 建議案例說明前能先有大綱說明再以案例闡述。</p>	<p>1. 於期末報告修正。</p> <p>2. 於期末報告修正。</p> <p>3. 座談會之相關意見納入第五章對各產、官、及消費者團體的探討。</p> <p>4. 於期末報告修正。</p> <p>5. 由於座談會的討論多屬專家學者意見的交流，且針對本計畫之意見已於報告中予以陳述與回應，因此，考量時間之因素，在此仍以會議記錄的方式呈現。</p> <p>6. 於期末報告修正。</p>

消費安全與產業發展之研究 /江福松計畫主持；孫金華協同主持.

-- 初版.-- 台北市：行政院經濟建設委員會，2006[民 95]

面；公分

參考書目：面

ISBN 978-986-00-8719-2 (平裝)

編號：(95) 058.114

委託機關：行政院經濟建設委員會

研究單位：國立臺灣海洋大學應用經濟研究所

1. 消費者保護 2. 產業

96001180

548.39

題名：消費安全與產業發展之研究

計畫主持人：江福松

協同主持人：孫金華

委託機關：行政院經濟建設委員會

研究單位：國立臺灣海洋大學應用經濟研究所

出版機關：行政院經濟建設委員會

地址：100 臺北市寶慶路 3 號

電話：(02) 2316-5300

網址：<http://www.cepd.gov.tw/>

出版年月：中華民國 95 年 12 月

版次：初版 刷次：第 1 刷

ISBN: 978-986-00-8719-2 (平裝)

編號：(95) 058.114