

臺中市 111 年消費爭議業務統計分析

消費者保護涉及的層面非常廣泛，涵蓋每一個人的食、衣、住、行、育、樂等各方面，保護消費者的工作攸關全體國民生活福利。尤其經濟快速成長、科技發達、商品日新月異，民眾消費型態急遽變化，加以消費權益意識抬頭，消費者重視自我消費權益要求提高消費品質、服務及維護消費安全，因此保障消費者的理念已蔚為世界潮流，消費者保護的推動與落實，自然不容忽視，本文茲從相關統計報告數據探討其背後隱藏之涵義。

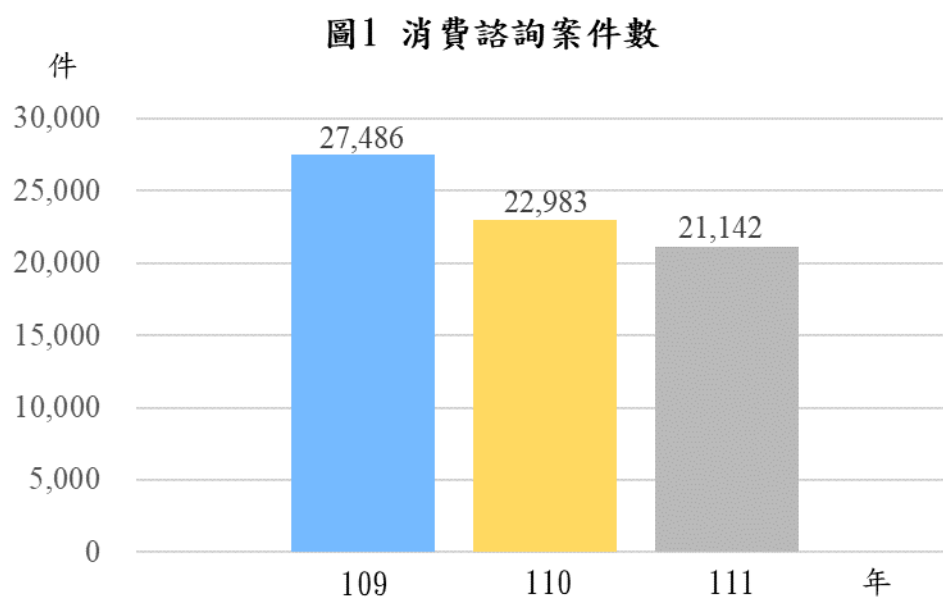
為保護消費者權益，促進國民消費生活安全，協助消費者與企業經營者因商品或服務所衍生之消費爭議，本局設有消費者服務中心及消費者保護官室，當民眾遇有任何消費問題時，可於上班時間(不含午休時間)撥打全國消費者服務專線 1950 至消費者服務中心，由專人提供專業及熱忱的諮詢服務。

此外，當消費者發生消費爭議時，消費者得向企業經營者、消費者保護團體或本局消費者服務中心提出申訴（第一次）。企業經營者對於消費者之申訴，應於申訴之日起 15 日內妥適處理之。消費者第一次申訴，未獲妥適處理時，得向本府消費者保護官申訴（第二次申訴），若仍未獲妥適處理時，得向本府消費爭議調解委員會申請調解。

一、本市近 3 年來受理民眾消費諮詢案件數呈現下降趨勢，111 年較 109 年下降 23.08%。

臺中市 111 年受理民眾消費諮詢案件數計 21,142 件，110 年及 109 年則分別為 22,983 件及 27,486 件，呈現逐年下降趨勢，主要係因本局以多元化管道強化民眾消費知識，透過持續不懈及各種宣導加強民眾保護自身權益，並於重大消費事件發生時，積極協助消費者與業者溝通協商，並將協商結果及業者聲明發布新聞稿，增加民眾消費及求償認知，致 111 年消費諮詢案件數較 109 年減 6,344 件(-23.08%)

(圖 1)。

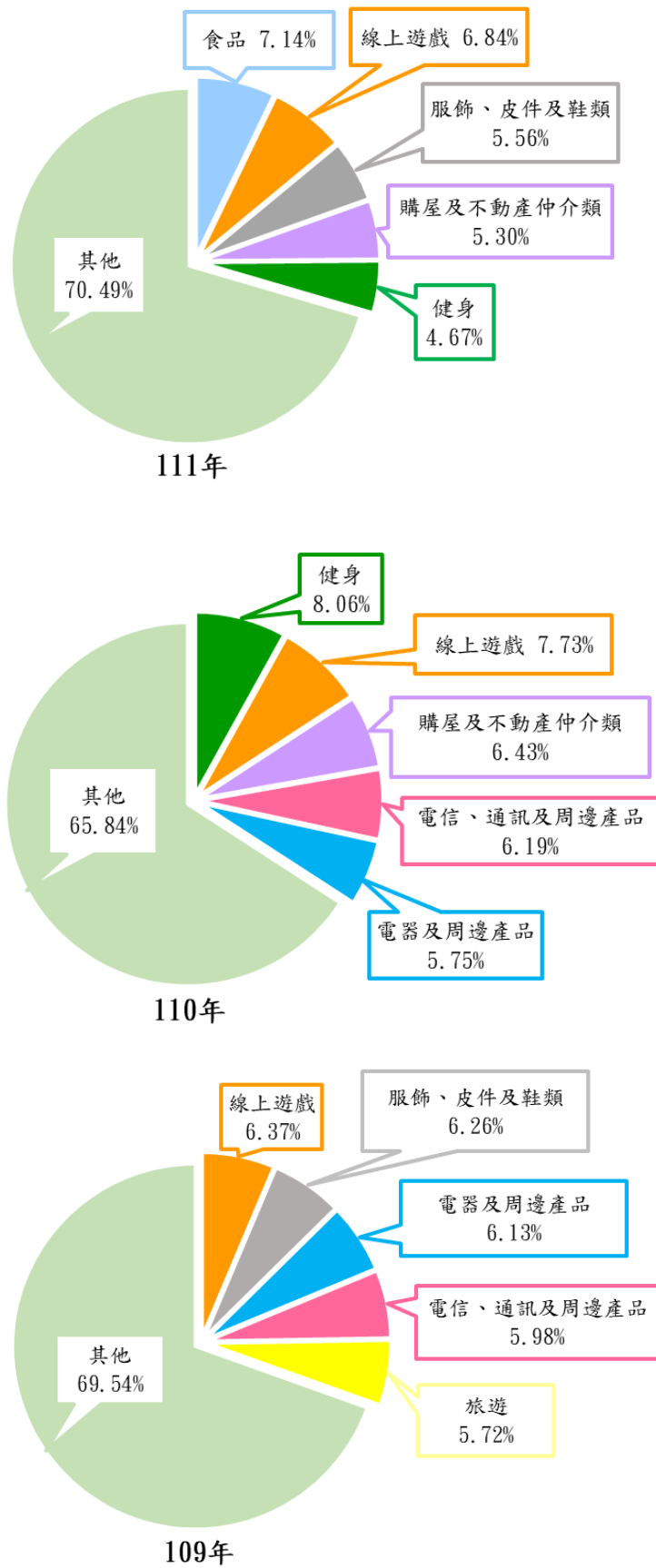


資料來源：本局消費者保護官室及消費者服務中心

二、觀察 109 年至 111 年新受理第一次申訴案件各年度前 5 名類別件數分析，其中「線上遊戲」類一直為各年度消費申訴案件之主要項目。

觀察 109 年至 111 年新受理第一次申訴案件各年度前 5 名類別件數，其中「線上遊戲」類一直為消費申訴案件之大宗，109 年計 483 件(占 6.37%)，111 年及 110 年分別為 529 件(占 6.84%)及 654 件(占 7.73%)皆名列第 2 名；「服飾、皮件及鞋類」、「購屋及不動產仲介類」及「健身類」則分別列 111 年排名之第 3 名至第 5 名；另 111 年因外送平台消費爭議案件增加，致「食品」類別於 111 年擠身消費申訴案件類別第 1 名；除此之外，若就「健身」類別觀之，因世界健身中心於 110 年爆發「毛巾風波」事件，故該年「健身類」消費爭議申訴案件量大幅攀升，躍升為 110 年第 1 名(圖 2)。

圖2 109年至111年第一次消費申訴案件類型前5名結構比



資料來源：本局消費者保護官室及消費者服務中心

三、本市 109 年至 111 年消費者保護官受理第二次申訴已結案件中皆以「妥適處理」占大宗；此外，111 年則以「當事人未到場」316 件(占 23.72%)次之，「協商無結果」310 件(占 23.27%)再次之。

當第一次申訴程序完結，如超過 15 日未獲妥適處理時，消費者得向本府消費者保護官提出第二次申訴，即邀請消費者與企業經營者雙方召開協商會議，由消費者保護官秉持專業的法律素養及同理心的角度，以公正第三方身分主持協商會議，必要時尚會邀請相關主管機關派員列席，以有效化解雙方爭議並保護消費者權益。

本市近 3 年來消費者保護官受理第二次申訴已結案件中，109 年至 111 年皆以「妥適處理」占大宗，其中 111 年為 322 件(占 24.17%)，意味消費爭議案件經過消費者保護官介入處理，能有效解決大部分消費爭議，不僅節省當事人雙方投入時間及成本，亦避免浪費司法資源；此外，111 年則以「當事人未到場」316 件(占 23.72%)次之，「協商無結果」310 件(占 23.27%)再次之，其中，依據臺中市消費者保護自治條例第十九條規定「企業經營者經執行機關或消費者保護官通知前來說明消費爭議案情或商議解決方法，無正當理由不派員出席者，得將其名稱、地址、爭議商品或服務及所為行為於網路上或媒體公告之」，因此本局亦將無故未出席協商企業經營者名單公告於本局「消保園地」網站，促使業者積極參與協商會議，以有效解決消費糾紛(詳表 1)。

表1 受理第二次申訴案件處理情形

單位：件

年別	本期 新受理	本期已結案						本期 不受理
		合 計	妥適處理	協商 無結果	自行和解	當事人未 到場	其他	
109年	1,496	1,276	395	262	165	260	194	173
110年	1,547	1,347	421	219	208	301	198	170
111年	1,399	1,332	322	310	216	316	168	132

資料來源：本局消費者保護官室及消費者服務中心

備註：

1. 妥適處理：申請人(消費者)與相對人(廠商)還能接受的結果。
2. 協商無結果：申請人(消費者)與相對人(廠商)協商無結果。
3. 自行和解：申請人(消費者)與相對人(廠商)協商前和解。
4. 當事人未到場：申請人(消費者)與相對人(廠商)其中一方或皆無到場協商。
5. 其他：非屬消費者保護案件或其他。

四、觀察本市 109 年至 111 年消費者爭議調解委員會受理調解已結案件數，109 年以調解不成立 123 件(占 29.93%)為主；至 110 年及 111 年則皆以「調解成立」占大宗，分別為 211 件(占 38.93%)及 154 件(占 29.22%)。

消費者得於第一次申訴程序完結，超過 15 日未獲妥適處理時，或經第二次申訴程序完結，仍未獲妥適處理時，向本府消費爭議調解委員會申請調解，由消費爭議調解委員主持調解會議。觀察本市 109 年至 111 年消費者爭議調解委員會受理調解已結案件數，109 年以調解不成立 123 件(占 29.93%)為主；至 110 年及 111 年則皆以「調解成立」占大宗，分別為 211 件(占 38.93%)及 154 件(占 29.22%)；此外，111 年「調解不成立」件數計 151 件(占 28.65%)次之，「當事人未到場」130 件(占 24.67%)再次之(詳表 2)。

表2 消費者爭議調解委員會受理調解案件處理情形

單位：件

年別	本期 新受理	本 期 已 結 案						本期 不受理
		合 計	調解成立	調解 不成立	自行和解	當事人未 到場	其他	
109年	453	411	105	123	24	86	73	38
110年	589	542	211	97	39	117	78	54
111年	575	527	154	151	39	130	53	38

資料來源：本局消費者保護官室及消費者服務中心

備註：

1. 調解成立：申請人（消費者）與相對人（廠商）調解結果雙方都能接受。
2. 調解不成立：申請人（消費者）與相對人（廠商）調解結果雙方不能接受。
3. 自行和解：申請人（消費者）與相對人（廠商）調解前和解。
4. 當事人未到場：申請人（消費者）與相對人（廠商）其中一方或皆無到場調解。
5. 其他：非屬消費者保護案件或其他。

結語

近期消費者保護思潮愈來愈受重視，除以多元化管道強化民眾消費知識，亦持續透過發布新聞稿、或於臉書等社群媒體及本局消保園地網站發布各種消費資訊及消費知識，更運用消費講座實體課程進行公開直播，提高宣導活動效益；此外，針對老、幼、婦、孺等特定族群，進行市售之食、衣、住、行、育、樂等商品抽驗，了解商品有無

違反法規、而有損及消費者權益情事；配合臺中市政府各目的事業主管機關進行聯合稽查，就商品、賣場之衛生、商品標示、度量衡及公共安全等事項予以把關，確保消費安全，進而營造友善消費環境，降低消費糾紛發生。另就各年度消費爭議細項，前三名類別，得向行政院消費者保護處建議增訂或修改定型化契約應記載及不得記載事項，以有效導正業者，避免不肖業者利用定型化契約損害消費者權益；並視情況與各級學校合作，對特定學生族群宣導如何理性消費，避免於IG、Facebook 或一頁式廣告，向無法確認身分之業者交易。