

# 消費者保護法暨案例介紹

嘉義市政府消保官  
黃崇傑113.12.02.

## 跨境包裹案件：申請退款退貨方式

建議民眾於發現包裹有問題時，請保存包裹資料、物件，立即向業者反應，把握時間提出退款、退貨申請，若電話難以撥通，可用其他方式聯繫：

### (一) 包裹託運單上均有寄件人資訊

客服電話  
或 LINE @，  
可直接  
撥打聯繫

### (二) 若為貨運業者宅配到府

(例如新竹物流、黑貓宅急便等)

可直接向業者  
辦理退款

### (三) 超商取貨付款

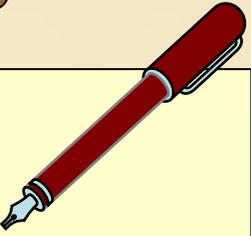
#### 全家便利商店

- 消費者可撥打全家物流客服中心服務專線 (03) 255-0119
- 由專人客服了解狀況後，通知廠商主動聯繫消費者後進行處理
- 服務時間為24小時，全年無休。

#### 7-ELEVEN

- 消費者可撥打7-ELEVEN聯合客服中心電話 (0800-008-711)
- 由專人確認狀況後，通知廠商主動與消費者聯繫，進行後續退款事宜
- 服務時間為：週一至週五  
09:30~18:00

# 消費者保護法總論

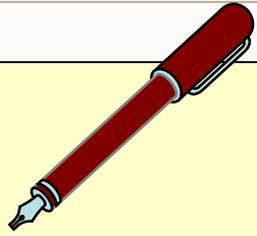


## 主管機關

在中央為目的事業主管機關  
在直轄市為直轄市政府  
在縣（市）為縣（市）政府

行政院消費者保護處(會)  
消費者保護官

# 消費者保護法總論



## 消費者與企業經營者

### 消費者:

以消費為目的而為交易、使用商品或接受服務者

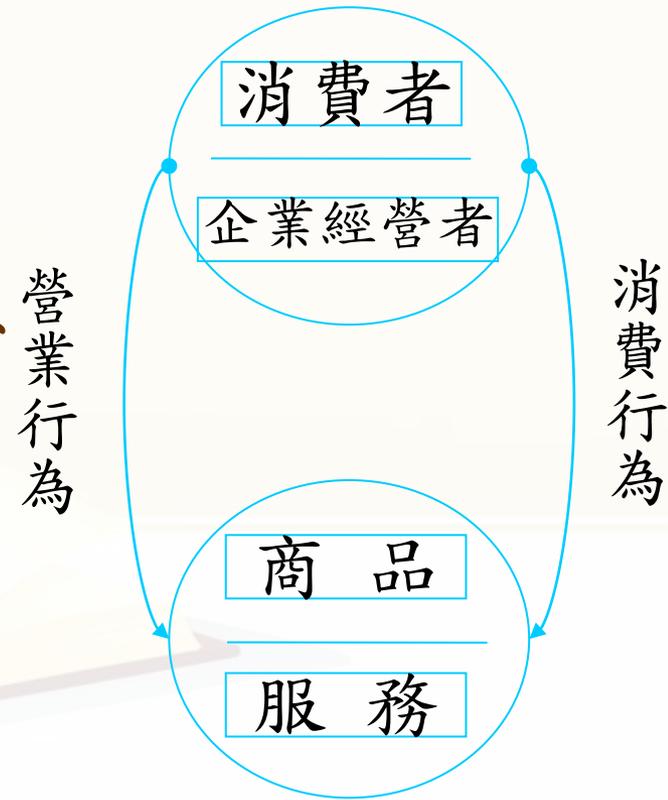
### 企業經營者:

以設計、生產、製造、輸入、經銷商品或提供服務為營業者 (✓反覆, ✗偶爾售手機)

### 消費關係、消費爭議:

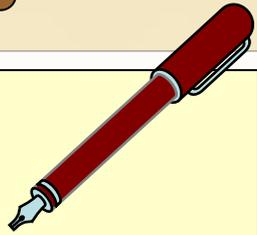
特別的法律關係: 消費者與企業經營者就商品或服務所發生之法律關係、或爭議

消費行為主體



消費行為客體

# 消費者保護法總論



## 消費者與企業經營者

所謂消費，由於消費者保護法並無明文定義，尚難依法加以界定說明，惟依學者專家意見認為，消費者保護法所稱的「消費」，並非純粹經濟學理論上的一種概念，而是事實生活上之一種消費行為。其意義包括：

(一) 消費係為達成生活目的之行為，凡係基於求生存、便利或舒適之生活目的，在食衣住行育樂方面所為滿足人類慾望之行為，即為消費。

(二) 消費係直接使用商品或接受服務之行為，蓋消費雖無固定模式，惟消費係與生產為相對之二名詞，從而，生產即非消費，故消費者保護法所稱之消費，係指不再用於生產之情形下所為之**最終消費**而言。(X投資股票) (X水果攤進貨)

# 企業經營者對消費者之特殊義務



消費資訊應充分正確告知。§4



無過失責任。§7



定型化契約之規制。§11



特種買賣之不附理由解約權。§18、§19

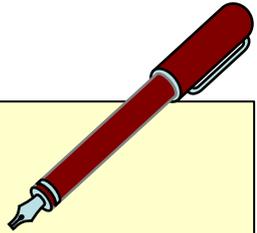


廣告真實義務。§22 (公平法§21)



消費訴訟及懲罰性賠償金。§47、§51

# 消費者保護法



企業經營者  
應遵守事項

第4條：

企業經營者對於其提供之商品或服務，應重視消費者之健康與安全，並向消費者說明商品或服務之使用方法，維護交易之公平，提供消費者充分與正確之資訊，及實施其他必要之消費者保護措施。

公告

107年元月起

來店用餐

每人最低消費230元

若造成不便，敬請見諒。



# 企業經營者之責任與義務

設計生產製造商品之責任

7

經銷  
責任

服務  
責任

防危  
義務

強制  
責任

或提供服務之責任，應確保該商品或服務，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性。(無瑕疵)

具有危害消費者生命、身體、健康、財產之可能者，應於明顯處為警告標示及緊急處理危險之方法。

企業經營者違反前二項規定，應負連帶賠償責任。但能證明其無過失者，法院得減輕其賠償責任。



# 企業經營者之責任與義務

設計生產製造商品之責任

7-1

經銷  
責任

服務  
責任

防危  
義務

強制  
責任

企業經營者就其主張之事實負舉證責任

商品或服務不得僅因其後有較佳之商品或服務，而被視為不符合安全性

例如：發展上瑕疵—手機、汽車、疫苗



自動門夾頭腦震盪 店家判賠1萬

報導 / 高雄市

到百貨公司或是大賣場時，進出電動感應門真的要格外小心。高雄一名小姐到○○福利中心購物，出感應門時邊走邊看商品型錄，一時看到忘我，在感應門中央逗留約數秒後，被夾成腦震盪，怒告店家，高雄地院認為，店經理明知防夾裝置有盲區卻未貼警語或語音提示，審理後依業務過失傷害判賠1萬元。

消費者○○○當時就是像這樣，拿著賣場DM看得入神，走出電動感應門時，忘了自己正在門口待了四秒後，感應門關起來，頓時被夾傷，送醫診斷，頭部鈍傷、腦震盪和右前臂挫傷，氣得告上法院，因為她認為電動門應該會感應有人，怎麼會被夾傷，店家沒有標示警語，法院也判決，店家有疏失要賠一萬塊。

我們實際到夾傷人的電動門測試，的確如果顧客站在電動門中間，防夾裝置就會感應不到，照樣關起來，很容易被夾傷，可是如果是在電動門前後，都可以感應到，電動門就不會關起來，所以店家已經加裝警語，也提醒顧客，逛賣場進出電動門還是要小心注意，不要一時出神站在門中間，產生被夾傷意外。

# 企業經營者之責任與義務

商品  
責任

8

服務  
責任

防危  
義務

強制  
責任

從事  
經銷  
應負  
之責  
任

從事經銷之企業經營者，就商品或服務所生之損害，連帶負賠償責任。

但其對於損害之防免已盡相當之注意，或縱加以相當之注意而仍不免發生損害者，不在此限。

中間責任



# 企業經營者之責任與義務

## 輸入商品或服務之責任

商品  
責任

經銷  
責任

防危  
義務

強制  
責任

第9條:輸入商品或服務之企業經營者，視為該商品之設計、生產、製造者或服務之提供者，負製造者責任。

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，應即回收該批商品或停止其服務。但企業經營者所為必要之處理，足以除去其危害者，不在此限。商品或服務有危害消費者生命、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，準用前項規定。

# 企業經營者之責任與義務

商品  
責任

經銷  
責任

服務  
責任

強制  
責任

防止危害發生之義務

危害消費者  
安全與健康  
之虞

未於明顯處  
為警告標示

回收商品

停止服務

為必要之處理



# 企業經營者之責任與義務

企業經營者責任之強制性

商品  
責任

經銷  
責任

服務  
責任

防危  
義務

10-1 損害賠償責任，不得  
預先約定限制或免除。

0 0 0 大怒神警告標語：「大怒神  
是一項從高處忽然快速墜落之驚險  
設施。心臟病、高血壓、脊椎骨及  
頸首部有問題者及60歲以上之老年  
人切勿乘坐，否則後果自負」。



# 定型化契約基本概念(1/2)

## ■ 「定型化契約」定義

### ● 民法第 247 條之1前段

依照當事人一方預定用於同類契約之條款而訂定之契約。

### ● 消費者保護法第 2 條第 7 款

定型化契約條款：指企業經營者為與多數消費者訂立同類契約之用，所提出預先擬定之契約條款。定型化契約條款不限於書面，其以放映字幕、張貼、牌示、網際網路、或其他方法表示者，亦屬之。

## 定型化契約基本概念 (2/2)

### ■ 「定型化契約」重要規定 -- 範本、應記載事項

#### ● 消費者保護法第 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。

違反前項公告之定型化契約，其定型化契約條款無效。該定型化契約之效力，依前條規定定之。

企業經營者使用定型化契約者，主管機關得隨時派員查核。

#### ● 消費者保護法施行細則第15 條

定型化契約記載經中央主管機關公告應記載之事項者，仍有本法關於定型化契約規定之適用。

中央主管機關公告應記載之事項，未經記載於定型化契約者，仍構成契約之內容。

# 消費資訊報您知

## 商品禮券糾紛

(一)甲向乙游泳池購買團體票50張，每張100元，票上加註**使用期限**至103年12月31日止。

※已明顯違反禮券不得記載使用期限之規定。

(二)甲向乙游泳池購買團體票50張，每張100元，票上加註**優惠期限**至103年12月31日止，逾期者每張票需補價差50元。

※未違反禮券相關規定。(全票150元)

第十一條（定型化契約之基本原則）

企業經營者在**定型化契約中所用之條款**，應本**平等互惠之原則**。

定型化契約條款如有疑義時，應為有利於消費者之解釋。

第十一條之一（定型化契約之審閱期間）

企業經營者與消費者訂立定型化契約前，應有三十日以內之合理期間，供消費者審閱全部條款內容。

企業經營者以定型化契約條款使消費者拋棄前項權利者，無效。

違反第一項規定者，其條款不構成契約之內容。但消費者得主張該條款仍構成契約之內容。

中央主管機關得選擇特定行業，參酌定型化契約條款之重要性、涉及事項之多寡及複雜程度等事項，公告定型化契約之審閱期間。

## 第十二條（定型化契約條款違反誠信原則之效力）

定型化契約中之條款違反誠信原則，對消費者顯失公平者，無效。定型化契約中之條款有下列情形之一者，推定其顯失公平：

一、違反平等互惠原則者。

二、條款與其所排除不予適用之任意規定之立法意旨顯相矛盾者。

三、契約之主要權利或義務，因受條款之限制，致契約之目的難以達成者。

## 第十三條（定型化契約條款之明示）

企業經營者應向消費者明示定型化契約條款之內容；明示其內容顯有困難者，應以顯著之方式，公告其內容，並經消費者同意者，該條款即為契約之內容。

企業經營者應給與消費者定型化契約書。但依其契約之性質致給與顯有困難者，不在此限。

定型化契約書經消費者簽名或蓋章者，企業經營者應給與消費者該定型化契約書正本。

#### 第十四條（定型化契約條款之排除）

定型化契約條款未經記載於定型化契約中而依正常情形顯非消費者所得預見者，該條款不構成契約之內容。

#### 第十五條（定型化契約條款不得抵觸個別磋商條款）

定型化契約中之定型化契約條款抵觸個別磋商條款之約定者，其抵觸部分無效。

#### 第十六條（定型化契約條款一部或全部無效）

定型化契約中之定型化契約條款，全部或一部無效或不構成契約內容之一部者，除去該部分，契約亦可成立者，該契約之其他部分，仍為有效。但對當事人之一方顯失公平者，該契約全部無效。

#### 第十七條（主管機關對定型化契約之公告及查核）

中央主管機關為預防消費糾紛，保護消費者權益，促進定型化契約之公平化，得選擇特定行業，擬訂其定型化契約應記載或不得記載事項，報請行政院核定後公告之。

前項應記載事項，依契約之性質及目的，其內容得包括：

- 一、 契約之重要權利義務事項。
- 二、 違反契約之法律效果。
- 三、 預付型交易之履約擔保。
- 四、 契約之解除權、終止權及其法律效果。
- 五、 其他與契約履行有關之事項。

第一項不得記載事項，依契約之性質及目的，其內容得包括：

- 一、 企業經營者保留契約內容或期限之變更權或解釋權。
- 二、 限制或免除企業經營者之義務或責任。
- 三、 限制或剝奪消費者行使權利，加重消費者之義務或責任。
- 四、 其他對消費者顯失公平事項。

違反第一項公告之定型化契約，其定型化契約條款無效。該定型化契約之效力，依前條規定定之。

中央主管機關公告應記載之事項，雖未記載於定型化契約，仍構成契約之內容。

企業經營者使用定型化契約者，主管機關得隨時派員查核。

第十七條之一（企業經營者符合規定之舉證責任）  
企業經營者與消費者訂立定型化契約，主張符合本節規定之事實者，就其事實負舉證責任。

消費者保護法施行細則

第 12 條 定型化契約條款因字體、印刷或其他情事，致難以注意其存在或辨識者，該條款不構成契約之內容。但消費者得主張該條款仍構成契約之內容。

第 13 條 定型化契約條款是否違反誠信原則，對消費者顯失公平，應斟酌契約之性質、締約目的、全部條款內容、交易習慣及其他情事判斷之。

第 14 條 定型化契約條款，有下列情事之一者，為違反平等互惠原則：

- 一、當事人間之給付與對待給付顯不相當者。
- 二、消費者應負擔非其所能控制之危險者。
- 三、消費者違約時，應負擔顯不相當之賠償責任者。
- 四、其他顯有不利於消費者之情形者。

## 汽車維修定型化契約應記載及不得記載事項修正規定 110.05.31.

- 一、不得約定拋棄契約審閱期間，或已給予消費者審閱期間。
- 二、不得約定廣告或消費者與業者間之口頭約定僅供參考或不構成契約之內容。
- 三、不得約定排除於交車時未能發現瑕疵之擔保責任。
- 四、不得約定業者得片面變更契約內容而消費者不得異議。
- 五、業者除收取約定之維修費用外，不得約定以其他方式變相或額外加價，亦不得以消費者未給付此等費用而留置維修車輛。
- 六、不得約定收回維修契約。
- 七、不得為其他違反法律強制或禁止之規定或顯失公平之約定。

## 國外個別旅遊定型化契約應記載事項

### 十三、出發前旅客任意解除契約及其責任

旅客於旅遊活動開始前解除契約者，應依旅行業提供之收據，繳交行政規費，並應賠償旅行業之損失，其賠償基準如下：

(一)旅遊開始前第四十一日以前解除契約者，賠償旅遊費用百分之五。

(二)旅遊開始前第三十一日至第四十日以內解除契約者，賠償旅遊費用百分之十。

(三)旅遊開始前第二十一日至第三十日以內解除契約者，賠償旅遊費用百分之二十。

(四)旅遊開始前第二日至第二十日以內解除契約者，賠償旅遊費用百分之三十。

(五)旅遊開始前一日解除契約者，賠償旅遊費用百分之五十。

(六)旅客於旅遊開始日或開始後解除契約或未通知不參加者，賠償旅遊費用百分之一百。

## 國外個別旅遊定型化契約不得記載事項

- 一、旅遊之行程、服務、住宿、交通、價格、餐飲等內容不得記載「僅供參考」或「以外國旅遊業提供者為準」或使用其他不確定用語之文字。
- 二、旅行業對旅客所負義務排除原刊登之廣告內容。
- 三、排除旅客之任意解約、終止權利及逾越主管機關規定或核備旅客之最高賠償標準。
- 四、當事人一方得為片面變更之約定。
- 五、旅行業除收取約定之旅遊費用外，以其他方式變相或額外加價。
- 六、除契約另有約定或經旅客同意外，旅行業臨時安排購物行程。
- 七、旅行業委由旅客代為攜帶物品返國之約定。
- 八、免除或減輕旅行業管理規則及旅遊契約所載應履行之義務者。
- 九、記載其他違反誠信原則、平等互惠原則等不利旅客之約定。
- 十、排除對旅行業履行輔助人所生責任之約定。

經濟部88年3月3日經商字第88002193號函公告  
電器買賣定型化契約應記載及不得記載事項

五、出賣人之瑕疵擔保責任之售後服務出賣人擔保其所交付之標的物符合契約約定、相關法律規定，並有保證書及廣告內容上所載之內容，出賣人並承諾依廣告內容及保證書約定負保固及維修責任。買受人應於收受標的物後，從速檢查，如發現有應由出賣人負責之瑕疵時，應於收受後\_\_\_\_日內通知出賣人；但有不能立即發現之瑕疵者，應於發現之日起\_\_\_\_日內通知出賣人。未於上述期限內通知者，視為承認所受領之物，買受人喪失其瑕疵擔保請求權。前項約定於出賣人故意不告知瑕疵於買受人者，不適用之，保證書另有有利於買受人之約定者，亦同。

因非可歸責於買受人之事由，致商品於保固期間內毀損者，出賣人負維修責任；如經送修三次仍未能修復者，買受人得請求出賣人返還其所支付之價金，或更換同一種類之商品，出賣人不得拒絕。

# 特種買賣



## 通訊及訪問交易

### 消保法第2條

#### 通訊交易：

指企業經營者以廣播、電視、電話、傳真、型錄、報紙、雜誌、網際網路、傳單或其他類似之方法，消費者於未能檢視商品或服務下而與企業經營者所訂立之契約。

#### 訪問交易：

指企業經營者未經邀約而與消費者在其住居所、工作場所、公共場所或其他場所所訂立之契約。



# 特種買賣



## 告知義務 18

企業經營者以通訊交易或訪問交易方式訂立契約時，應將下列資訊以清楚易懂之文句記載於書面，提供消費者：

企業經營者之名稱、代表人、事務所或營業所及電話或電子郵件等消費者得迅速有效聯絡之通訊資料。

商品或服務之內容、對價、付款期日及方式、交付期日及方式。

消費者依第十九條規定解除契約之行使期限及方式。

商品或服務依第十九條第二項規定排除第十九條第一項解除權之適用。

消費申訴之受理方式。

其他中央主管機關公告之事項。



# 特種買賣



猶豫  
期間  
19

通訊交易或訪問交易之消費者，得於收受商品或接受服務後七日內，以退回商品或書面通知方式解除契約，無須說明理由及負擔任何費用或對價。（只是電話通知不生效力）

企業經營者於消費者收受商品或接受服務時，未依前條第一項第三款規定提供消費者解除契約相關資訊者，第一項七日期間自提供之次日起算。但自第一項七日期間起算，已逾四個月者，解除權消滅。

（已過七天..6個月的瑕疵擔保）



# 特種買賣



## 解除契約之程序

消費者依第19條第1項或第3項規定，以書面通知解除契約者，除當事人另有個別磋商外，企業經營者應於收到通知之次日起15日內，至原交付處所或約定處所取回商品。

企業經營者應於取回、收到消費者退回商品或解除服務契約通知之次日起15日內，返還消費者已支付之對價。

消費者因檢查之必要或因不可歸責於自己之事由，致其收受之商品有毀損、滅失或變更者，解除權不消滅。

# 特種買賣



## 解除契約之效力

本法第十九條第一項但書所稱合理例外情事，指通訊交易之商品或服務有下列情形之一，並經企業經營者告知消費者，將排除本法第十九條第一項解除權之適用：

- 一、易於腐敗、保存期限較短或解約時即將逾期。
- 二、依消費者要求所為之客製化給付。
- 三、報紙、期刊或雜誌。
- 四、經消費者拆封之影音商品或電腦軟體。
- 五、非以有形媒介提供之數位內容或一經提供即為完成之線上服務，經消費者事先同意始提供。
- 六、已拆封之個人衛生用品。
- 七、國際航空客運服務。



# 消費資訊之規範

## 廣告真實義務

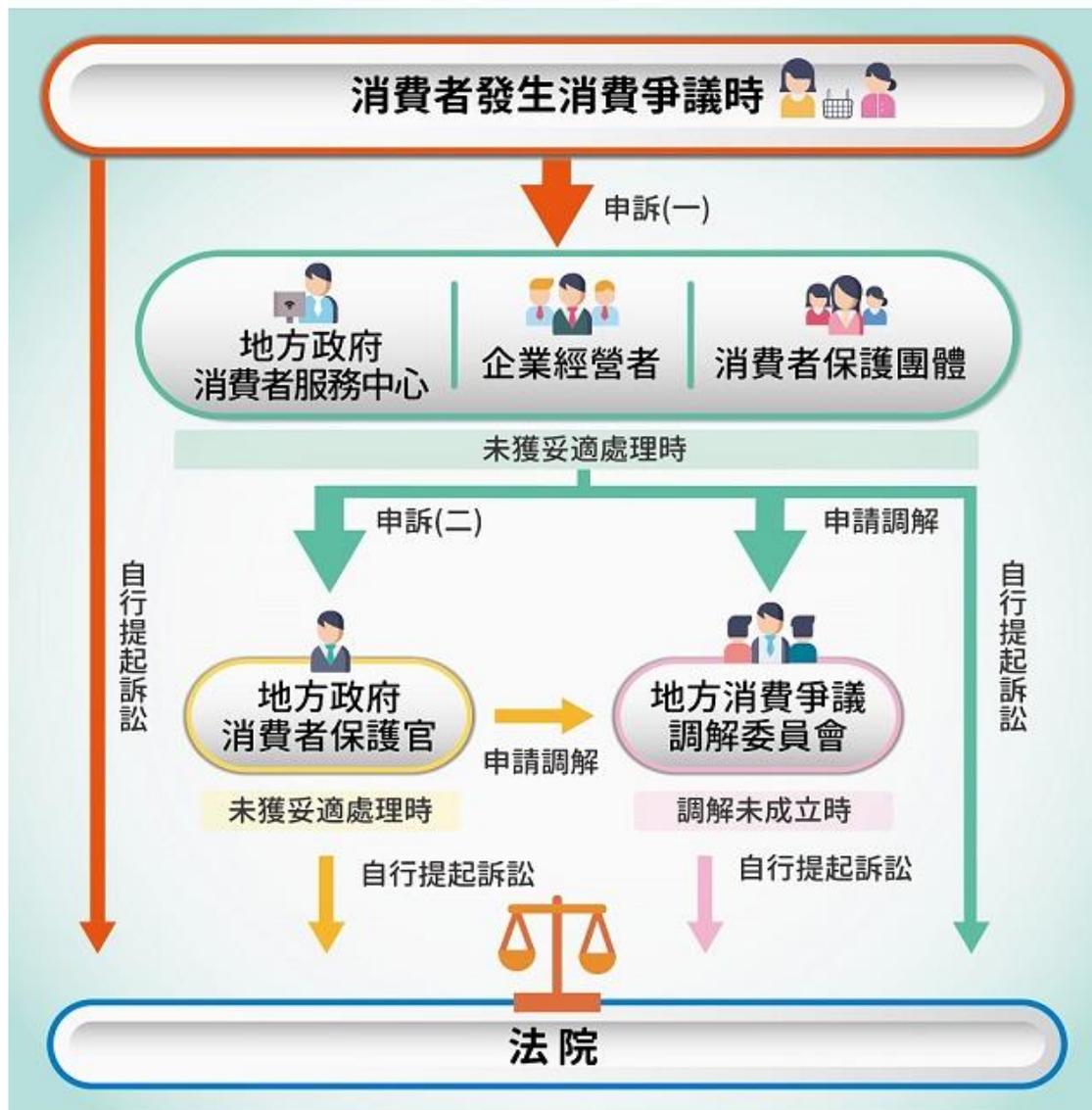
消保法第22條：

企業經營者**應確保廣告內容之真實**，其對消費者所負之義務不得低於廣告之內容。企業經營者之商品或服務廣告內容，於契約成立後，應確實履行。

刊登或報導廣告之媒體經營者明知或可得而知廣告內容與事實不符者，就消費者因信賴該廣告所受之損害與企業經營者負連帶責任。



# 消費爭議處理程序



△消費者提起訴訟，不以進行申訴及調解程序為必要；縱於申訴及調解程序進行中，也可提起訴訟。

△消費者發生消費爭議時，可上行政院消費者保護會網站<https://www.cpc.ey.gov.tw>，或行政院全球資訊網<https://www.ey.gov.tw> 資訊與服務項下之「消費者保護」，點選「申訴調解」，就可以進行線上申訴。

△消費團體訴訟需由優良消費者保護團體依消費者保護法第50條或53條提起。

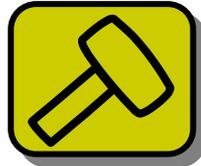
# 消費爭議案件之處理



申訴



調解



訴訟



懲罰性賠償金



# 消費爭議案件之處理



申  
訴  
43

發生消費爭議時，消費者得向**企業經營者、消費者保護團體或消費者服務中心**申訴。

企業經營者對於消費者之申訴，應於申訴之日起**十五日**內妥適處理之。

消費者申訴未獲妥適處理時，得向縣、市政府消費者保護官申訴。

嘉義市政府 第一次 消費爭議申訴(調解)資料表

申訴日期		主辦機關		案件編號	
申訴人基本資料	申訴人姓名(必填)		出生年月日(必填)		
	市內電話號碼		行動電話號碼		
	電子郵件				
	申訴人性別(必填)		申訴人職業		
	申訴人地址(必填)				
被申訴人基本資料	被申訴業者(必填)				
	負責人		聯絡電話		
	被申訴業者地址				
目前申訴狀況	<input type="checkbox"/> 尚未經申請。V 已向企業經營者申訴。 <input type="checkbox"/> 已向消費者保護團體申訴。 <input type="checkbox"/> 已向縣(市)政府消費者服務中心申訴。				
申訴方式： <input type="checkbox"/> 郵遞 <input type="checkbox"/> 傳真 <input type="checkbox"/> 親訪 <input type="checkbox"/> 網路 <input type="checkbox"/> 其他					
申訴內容要旨(必填/如消費【問題發生】時間及地點、交易金額、其他事實經過等)					
訴求	<p style="text-align: right;">申訴人簽章：</p>				

# 消費爭議案件之處理



## 調解 44

消費者申訴未能獲得妥適處理時，得向直轄市或縣（市）消費爭議調解委員會申請調解。

調解程序得不公開。

調解筆錄縱未送法院核定，而不具有與確定判決同一效力，仍有一般和解契約之效力。

# 消費爭議案件之處理



## 調解 45 之 2

關於消費爭議之調解，當事人不能合意但已甚接近者，調解委員得斟酌一切情形，求兩造利益之平衡，於不違反兩造當事人之主要意思範圍內，依職權提出解決事件之方案，並送達於當事人。

前項方案，應經參與調解委員過半數之同意，並記載第四十五條之三所定異議期間及未於法定期間提出異議之法律效果。

# 消費爭議案件之處理



## 調解 45 之 3

當事人對於前條所定之方案，得於送達後十日之不變期間內，提出異議。

於前項期間內提出異議者，視為調解不成立；其未於前項期間內提出異議者，視為已依該方案成立調解。

第一項之異議，消費爭議調解委員會應通知他方。

45-4(小額消費爭議，當事人之一方無正當理由，不於調解期日到場者)當事人於異議期間提出異議，經調解委員另定調解期日，無正當理由不到場者，視為依該方案成立調解。

# 消費爭議案件之處理



## 訴訟 47

消費訴訟，得由消費關係發生地之法院管轄。(小額訴訟10萬元以下)

法院為企業經營者敗訴之判決時，得依職權宣告為減免擔保之假執行。

消費者保護官或消費者保護團體，就企業經營者重大違反本法有關保護消費者規定之行為，得向法院訴請停止或禁止之。

# 消費者保護法總論

## 第50條（消費者保護團體受讓消費者損害賠償請求權）

消費者保護團體對於同一之原因事件，致使眾多消費者受害時，得受讓**二十人以上**消費者損害賠償請求權後，以自己名義，提起訴訟。消費者得於言詞辯論終結前，終止讓與損害賠償請求權，並通知法院。

前項訴訟，因部分消費者終止讓與損害賠償請求權，致人數不足二十人者，不影響其實施訴訟之權能。

第一項讓與之損害賠償請求權，包括民法第一百九十四條、第一百九十五條第一項非財產上之損害。

# 消費爭議案件之處理



懲罰性賠償金  
51

依本法所提之訴訟，因企業經營者之故意所致之損害，消費者得請求損害額**五倍**以下之懲罰性賠償金；  
但因重大過失所致之損害，得請求**三倍**以下之懲罰性賠償金；  
因過失所致之損害，得請求損害額**一倍**以下之懲罰性賠償金。

## 國人涉及跨境消費爭議之處理機制及管道

### 一、聯繫企業經營者溝通處理

建議消費者先行與企業經營者直接聯繫與溝通，讓業者有機會更正購物過程的誤會或過失，通常，有信譽的業者內部會有糾紛處理機制。

### 二、詢問信用卡發卡行提供協助

信用卡有消費糾紛處理機制，消費者因使用信用卡付款而發生糾紛，則可以跟發卡行進行聯繫，請求發卡行提供處理上的協助。

### 三、透過政府機關協助處理

消費者可以填寫申訴書（表），政府機關在收到申訴案資料後，將函轉外交部轉請我駐外單位協助處理。

### 四、逕行向各國家相關消費者保護機構辦理申訴

外交部領事事務局已蒐集各國（地區）消費者保護機構之申訴管道，可至該網站（<http://www.boca.gov.tw/np.asp?ctNode=683&mp=1>）

瀏覽「各國暨各地區旅遊及消費者保護資訊」，查詢該國家之「消費者保護機構」，並自行檢具申訴資料，向業者所在之國家進行申訴。

### 五、自行至跨境消費爭議處理網（[eConsumer.gov](http://eConsumer.gov)）申訴。



# 行政監督



## 監督措施

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。

經調查認為確有損害或損害之虞者，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。



# 行政監督

調查完成後，得公開其經過及結果。

公開前，應先讓企業經營者有說明或申訴之機會。

對消費者已發生重大損害或有發生重大損害之虞，而情況危急時，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。



監督措施

# 罰則



違反標示、保證及包裝規定



拒絕規避阻撓依法所為之調查



違法行為未改善之處罰



停業及勒令歇業



# 罰則



依法所為之調查  
拒絕規避阻撓

企業經營者拒絕、規避或阻撓  
主管機關依消保法規定所為之  
調查者，處新臺幣3萬元以上  
30萬元以下罰鍰，並得連續處  
罰。

# 罰則



未改善之處罰  
違法行為

企業經營者違反主管機關依第36條或第38條規定所為之命令者，處新臺幣6萬元以上150萬元以下罰鍰，並得連續處罰。

企業經營者有第37條規定之情形者，主管機關除依該條及第36條之規定處置外，並得對其處新臺幣15萬元以上150萬元以下罰鍰。

# 罰則



停業及勒令歇業

經中央主管機關認定企業經營者違反本法規定情節重大，中央主管機關或行政院得立即命令其停止營業，並儘速協請消保團體提起損害賠償訴訟。

# 結語

- 危險的公共場所，不去。
- 標示不全商品，不買。
- 問題食品藥品，不吃。
- 價格不明店家，不消費。
- 面對推銷壓力，勇於說不。

有任何消費的疑難問題或爭議申訴 請撥打全國消費者服務專線



各地方政府消費者服務中心 將提供您專業及熱忱的服務

本專線為付費電話 依撥打市話的費率計費

 1950 專線 要牢記