

出國報告（出國類別：開會）

出席 2023 年國際消費者保護執行網絡
(ICPEN)春季大會
會議報告

服務機關：行政院（消費者保護處）

姓名職稱：席世民參議、郭怡宏科員

派赴國家/地區：澳洲/雪梨

會議期間：2023 年 5 月 9 日至 5 月 12 日

報告日期：2023 年 8 月 8 日

報告摘要

報告名稱：出席 2023 年國際消費者保護執行網絡(ICPEN)春季大會會議報告

頁數：49 頁 含附件：是 否

出國計畫主辦機關／聯絡人：行政院／席世民 電話：02-33567722

出國人員姓名：席世民、郭怡宏

服務機關／職稱：行政院消費者保護處／參議、科員

出國類別：開會

出國期間：2023 年 5 月 9 日至 5 月 12 日 出國地區：澳洲/雪梨

報告日期：2023 年 8 月 8 日

關鍵詞：暗黑模式、消費詐騙、弱勢消費者

內容摘要：

國際消費者保護執行網絡(International Consumer Protection & Enforcement Network, 簡稱 ICPEN) 2022 至 2023 年輪值主席係由澳洲競爭與消費者委員會(Australian Competition and Consumer Commission, 簡稱 ACCC)擔任，任期為 2022 年 7 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日。ACCC 擔任主席任期當中，原本例行應舉辦之 2022 年 ICPEN 秋季大會，係協調由拉脫維亞主辦最佳實務研討會，而 2023 年春季大會則維持在澳洲當地主辦，會議地點在雪梨達令港的索菲特酒店，採視訊與實體會議混合方式舉行。本年 ICPEN 春季大會安排有研討會、高階會議及工作坊，除此之外，在 ICPEN 大會前 1 日，ACCC 尚有舉辦一場邀請亞太區域國家參加的論壇活動，惟其中半日係閉門之圓桌會議(僅限太平洋島國論壇及東南亞國協之成員參加)，故我方未參與。2023 年 ICPEN 春季大會研討主題包括：ICPEN 對內對外溝通工作、提升工作成效的策略、解決消保問題的政策工具、保護弱勢消費者、暗黑模式以及在執法事務中與專家合作等。

目錄

壹、會議目的	3
貳、會議過程	4
一、議程.....	4
二、會議資訊摘要	15
(一)澳洲競爭與消費者委員會主席 Ms. Gina Cass-Gottlie 致詞.....	15
(二)ICPEN 秘書處報告	17
(三)ICPEN 網站管理員報告	17
(四)2023/2024 年 ICPEN 輪值主席國報告	19
(五)美國聯邦交易委員會申請 2024/2025 年 ICPEN 輪值主席之聲明	19
(六)歐盟視角下的消費者保護創新	20
(七)消費爭議申訴書與契約終止平臺	23
(八)促進 ICPEN 的運作成效.....	25
(九)在全球提高消費者政策與執法的知名度與影響力	26
(十)推動整合性的法遵策略.....	27
(十一)以消費者為中心的企業管理認證	30
(十二)弱勢消費者保護及案例分享	32
(十三)兒童消費者保護	35
(十四)高齡消費者保護	36
(十五)與專家合作執法--加拿大經驗.....	37
(十六)與專家合作執法--瑞典經驗.....	38
(十七)與專家合作執法--美國經驗.....	39
(十八)「暗黑模式」(Dark Patterns)介紹.....	40
(十九)Fortnite 案例探討	41
參、心得與建議	45

一、國際反詐熱度不減，惟區域合作有待繼續加溫.....	45
二、暗黑模式是近期最重要之國際消保議題，有待積極正視.....	45
三、保護弱勢消費者，社區自發性活動之效果不容小覷.....	46
四、宜密切注意近期 ICPEN 重要幕僚職務之更替情況.....	47
五、ICPEN 大會採實體與視訊混成方式，有利於更廣泛參與.....	48

壹、會議目的

國際消費者保護執行網絡(International Consumer Protection and Enforcement Network, 簡稱ICPEN)」為政府間之國際組織，其宗旨為合作研處跨國消費者保護事務、不實廣告與詐騙等議題。ICPEN本屆任期(2022-2023年)係由澳洲競爭與消費者委員會(Australian Competition and Consumer Commission, 簡稱ACCC)擔任主席，在其任期內第1場實體活動，係協調拉脫維亞主辦為期2天的最佳實務研討會，旨在對各國消費者保護執法官員培訓，ACCC另曾於本(112)年2月以視訊舉行2場業務成果分享報告，主題分別是暗黑模式及維修權。2023年春季大會實體會議，則維持在澳洲雪梨達令港的索菲特酒店舉辦，採視訊與實體會議混合方式進行。本年春季大會內容包括研討會、高階會議及工作坊，除此之外，ACCC在大會前1日還辦理一場邀請亞太區域國家參加的論壇活動，我方考慮其中半日為閉門之圓桌會議(限定太平洋島國及東南亞國協成員參加)，而未參與。由於ACCC積極邀請鄰近太平洋島國出席亞太地區論壇與ICPEN春季大會，整體出席情況非常踴躍。

本次大會研討會主題包括：消費者保護領域之創新、強化網絡之溝通協調與工作成效、提高環境與永續聲名的信賴度、預防與解決消保問題之政策及工具、弱勢消費者保護、辨識及對抗在網路上氾濫的「暗黑模式」商業手法、與專家合作執法等。為借鏡各國消保實務執法經驗，謹整理會議重點資訊，供施政參考。

貳、會議過程

一、議程

(一)時間：2023 年 5 月 9 日至 5 月 12 日。

(二)地點：澳洲雪梨達令港索菲特酒店。

(三)議程(以下為雪梨當地時間，較臺灣快 2 小時)：

1、112 年 5 月 9 日(星期二)

時間	會議程序
8:00 - 9:00	報到
9:00 - 9:05	開幕致詞：2022/23 年 ICPEN 主席、澳洲競爭與消費者委員會執行秘書 Rami Greiss
9:05 - 9:30	迎賓活動(傳統民俗儀式)
9:30 - 9:45	主辦機關致詞：澳洲競爭與消費者委員會副主席 Catriona Lowe
9:45 - 11:00	消費者保護領域創新 <ul style="list-style-type: none">● 主持人：新加坡競爭及消費者保護署組長 Aik Kor Sia● 演講者：歐盟執委會司法及消費者總處 Angelo Grieco、肯亞競爭署代理署長 Dr. Adano W. Roba、葡萄牙消費者總署 Andreia Luz 及 Ana Filipa Claro、美國聯邦交易委員會專員 Alvaro Bedoya● 與談人：哥倫比亞工業局(視訊)、拉脫維亞消費者保護中心及波蘭競爭與消費者保護局代表
11:00 - 11:15	茶敘
11:15 - 12:30	ICPEN 網絡成效

時間	會議程序
	<ul style="list-style-type: none"> ● 主持人：紐西蘭商務委員會主席 Dr. John Small ● 演講者：波蘭競爭與消費者保護局 Martyna Derszniak-Noirjean、OECD 消費者政策委員會 Brigitte Acoca、美國聯邦交易委員會 Hugh Stevenson、澳洲競爭與消費者委員會 Nicholas Heys、英國競爭與市場局 Cecilia Parker Aranha
12:30 - 13:30	午餐
13:30 - 14:30	<p>新成員圓桌會議</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 共同主持人：紐西蘭商務委員會副主席 Joseph Liava' a 及公平交易處代理組長 Vanessa Horne ● 演講者：巴布亞紐幾內亞消費者及競爭委員會 Jacqueline Atua-Waffi、斐濟競爭及消費者委會 Joel Abraham、聯合國貿易及發展會議(UNCTAD)競爭與消保政策組組長 Maria Teresa Da Piedade Moreira、西非及南非共同市場處長 Willard Mwemba、印度中央消費者保護局專員 Anupam Mishra ● 目標：探討 ICPEN 新會員的需求和問題，主題包括執法和循規的全球夥伴協作、資訊共享、執法工具包和技巧，目的為提升 ICPEN 新成員的工作效益 ● 形式：透過討論，闡述各機關的需求和對問題的看法；藉由問答聽取其他會員意見
14:30 - 15:15	<p>強化 ICPEN 溝通協調工作</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 主持人：澳洲競爭與消費者委員會 Joe-Anne Riddiford、

時間	會議程序
	<p>拉脫維亞消費者保護中心 Sanita Gertmane</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 演講者：比利時經濟監察總署 Ruben Verstraete、英國競爭與市場局 Cecilia Parker Aranha 及德國環保核安及消費者保護部 Werner Kannenberg(ICPEN 秘書處)
15:15 - 15:30	茶敘
15:30 - 17:00	<p>ICPEN 內部會議</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 主持人：澳洲競爭與消費者委員會 Joe-Anne Riddiford ● 形式：5 分鐘簡報 <ul style="list-style-type: none"> ➢ ICPEN 秘書處：德國 ➢ 最佳做法指導小組：哥倫比亞--防詐月(視訊) ➢ 執法督導小組：美國 eConsumer.gov ➢ 2022/23 年專案工作組：環境、數位、未來金融、網站維運成本(報告國家:英國、墨西哥、波蘭、澳洲) ➢ 2022/23 年 ICPEN 新成員：斐濟、辛巴威 ➢ 2024/25 年主席候選人：美國 ➢ 2023/24 年主席：波蘭 ● 消費者教育獎：秘魯及尚比亞
17:00-17:05	會議小結：澳洲競爭與消費者委員會執行秘書 Rami Greiss

2、112 年 5 月 10 日(星期三)高階會議

時間	會議程序
8:30 - 9:00	報到

時間	會議程序
9:00 - 9:15	<p>高階會議：組織效能專題</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 演講者：澳洲競爭與消費者委員會執行秘書 Rami Greiss、荷蘭消費者和市場管理局理事 Dr. Cateautje Hijmans van den Bergh <p>介紹專案執行目標以及各專案與會議議程的關聯性，改善 ICPEN 網絡角色，強化個別會員執行力。</p>
9:15 - 10:30	<p>高階會議：策略洞察--強化機關運作成效</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 主持人：荷蘭消費者和市場管理局理事 Dr.Cateautje Hijmans van den Bergh、澳洲競爭與消費者委員會 Rami Greiss ● 演講者：澳洲競爭與消費者委員會處長 Liza Carver、愛爾蘭競爭與消費者保護署處長 Kevin O’ Brien、比利時經濟監察總署副署長 Dr. Fernand Van Gansbeke、加拿大競爭局副主任委員 Josephine Palumbo (視訊) ● 目標：ICPEN 高階會議演講，聚焦於足以改變遊戲規則的關鍵戰略，以增強機關運作效率。演講主題包括：政府體制改革、有效政策宣導、法遵推廣與宣傳、排定優先施政順序、爭取資金、獨立行使職權、消費者教育、處罰和其他執法調查工具。成員提供的資訊，將納入機構效能報告進行彙整與共享，並用於釐清 ICPEN 未來工作方向。
10:30 - 11:00	茶敘
	<p>高階會議(續)：策略洞察-強化機關運作成效</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 主持人：澳洲競爭與消費者委員會 Rami Greiss

時間	會議程序
	<ul style="list-style-type: none"> ● 演講者：荷蘭消費者和市場管理局理事 Dr. Cateautje Hijmans van den Bergh、波蘭競爭與消費者保護局局長 Tomasz Chróstny、菲律賓工商部次長 Ruth Castelo、英國競爭與市場局資深總監 George Lusty
12:00 - 13:30	午餐
13:30 - 15:00	<p>環境與永續工作坊：強化消費者信賴</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 主持人：消費者政策研究中心主任研究員 Erin Turner ● 演講者：莫納什大學商學院 Eloise Zoppos 博士、國際消費者聯盟消費者權益與影響力總監 Peter Andrews（視訊）、永續服裝聯盟執行副總裁 Andrew Martin、Good On You 首席經理 Gordon Renouf（視訊）、ISEAL 聯盟創新總監 Patrick Mallet（視訊）、挪威消費者局法律顧問 Vegard Grindstuen、歐盟執委會 Angelo Grieco、聯合國全球化網絡澳洲永續發展和治理部經理 Daniel Wilcock。 ● 目標：關注消費者對環境和永續聲明的信任度，以及減少市場資訊不對稱的各種方法，徵求非營利組織、國際機構、消保業務主管機關、學術界和消費者團體的觀點。考慮環境和永續性聲明的影響時，資訊不對稱是一個關鍵問題。消費者必須依賴一系列機制和工具來評估企業做法對環境的實質效果。越來越多消費者要求企業做出改變，對環境和永續做出真正承諾，許多企業卻利用這種消費需求，採取誤導做法。會議將強調一系列可用工具，確認企業向消費者提供有意義的資訊，或確保

時間	會議程序
	消費者獲得正確訊息，做出明智購買決定。例如，幫助企業改進其永續資訊的行業輔導措施，幫助消費者輕鬆研究品牌及其永續性認證，以及使用認證標章作為企業永續性聲明的標示。
15:30 - 17:00	環境與永續工作坊(續)：強化消費者信賴 由 Vegard Grindstuen、Angelo Grieco 和 Daniel Wilcock 進行問答以及與會者回饋意見。
17:00 - 17:05	會議小結：澳洲競爭與消費者委員會執行秘書 Rami Greiss
高階會議與晚宴	
18:00 - 19:00	晚宴/社交活動：僅限受邀之貴賓參加
19:00 - 21:00	<p>高階會議晚宴暨演講</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 演講者：澳洲證券投資委員會副主席 Sarah Court、澳洲消費者聯合會主席 Gerard Brody、澳洲競爭與消費者委員會 Scott Gregson ● 目標及形式：討論如何強化 ICPEN 運作效率，為資深官員提供經驗交流、分享、及對會議之觀察與回饋的機會，並從澳洲經驗分享消保機關如何發揮效能及推動國際合作。邀請高階官員就機構效率、網絡的未來展望、改善與主要合作夥伴（例如 OECD）合作的方式、聯合循規/執法行動等方面的經驗和觀察。

3、112 年 5 月 11 日(星期四) 最佳實務工作坊

時間	會議程序
8:30 - 9:00	報到
9:00 - 9:10	開幕致詞：最佳實務工作坊協調員--比利時經濟監察總署 Fernand Van Gansbeke
9:10-10:40	<p>第 1 場：預防與解決消保問題之政策及工具</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 主持人：澳洲競爭與消費者委員會 Libby Darwin、Shannon Hadley ● 演講者：智利消費者中心 Fernanda Cavada(視訊)、肯亞競爭署 Boniface Kamiti、澳洲競爭與消費者委員會 Shannon Hadley、韓國消費者院 Jonghyun Yang(視訊) ● 討論大綱：消保主管部門可以推動系列活動，以促進企業確實遵守消保法規。ICPEN 成員使用了一系列不同的技術和工具來導正商業行為。會議將討論可用於鼓勵合規和防止違規的主動和被動工具範圍。ICPEN 之前舉辦的研討會曾探討其中一些工具（例如網路掃蕩）。ICPEN 成員還實施了不同的教育、參與和合規策略，以識別和應對市場中的問題。本場會議則以這些經驗為基礎，並思考確保企業合規的其他替代方法，將探討： <ul style="list-style-type: none"> ➢ 企業為處理消費者受害而採用的合規計畫； ➢ 消保機關和企業之間如何合作，以提高企業法遵； ➢ 消保機關直接接觸企業的方法和策略； ➢ 落實法遵的正規監理工具。 ● 目標：將培訓與會者運用監管機構一系列主動和被動工

時間	會議程序
	具的能力，還將了解如何在實務中使用這些工具。
10:40 - 11:00	茶敘
11:00 - 12:30	預防與解決消保問題之政策及工具(續)
12:30 - 13:30	<p>第 2 場：弱勢消費者保護</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 主持人：瑞典消費者署 Cecilia Tisell、Emy Gustavsson ● 演講者：澳洲競爭與消費者委員會 Michael Dowers、韓國消費者院 Hyesin An、秘魯競爭與智慧財產保護院 Melissa Torres Salguero ● 大綱：來自不同弱勢消費族群的代表，從消費者的角度分享他們的經驗與挑戰。透過這些故事，與會者將更能了解不同弱勢消費者群體面臨的挑戰。此外，本場講座介紹他們在保護特定群體方面的看法和做法。將舉行兩場分組會議，重點討論 (1)弱勢消費者的概念，以及 (2)執法機構可採取哪些措施有效保護弱勢消費者。 ● 目標：讓與會者了解弱勢消費者的處境，以及執法機構可以採取的措施。會議將重點關注：兒童、原住民消費者、身心障礙者及高齡者。
15:00 - 15:20	茶敘
15:20 - 16:50	第 2 場：弱勢消費者保護(續)

時間	會議程序
16:50 - 17:00	會議小結：最佳實務工作坊協調員比利時經濟監察總署 Fernand Van Gansbeke
18:00 - 21:00	社交活動：非正式晚宴(塔隆加動物園)

4、112 年 5 月 12 日(星期五)最佳實務工作坊

時間	會議程序
8:30 - 9:00	報到
9:00 - 9:10	開幕致詞：最佳實務工作坊協調員比利時經濟監察總署 Fernand Van Gansbeke
9:10 - 10:25	<p>第 3 場：如何辨識及對抗在網路上氾濫的「暗黑模式」(Dark Patterns)商業行銷手法</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 主持人：英國競爭與市場局 Cecilia Parker Aranha ● 演講者：挪威競爭署 Henrik Kulseng、Vegard Grindstuen、拉脫維亞消費者保護中心 Baiba Vitolina、美國聯邦交易委員會 Andrew Hasty、James Doty(視訊) ● 大綱：本場將基於之前 ICPEN 對「暗黑模式」的討論，特別針對利用行為偏見來操縱消費者選擇的網站和應用程式。透過演示和案例研究，參與者將學習如何識別、蒐證並執法，以防止「暗黑模式」濫用，此外還將了解「暗黑模式」的最新政策與執法行動。在分組討論中，將討論現實中暗黑模式的案例。 ● 目標：探討執法者如何識別「暗黑模式」、對網站操

時間	會議程序
	<p>縱消費選擇的做法進行蒐證。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 形式：簡介、專題演講、分組討論、分組報告、總結。
10:25 - 10:45	茶敘
10:45 - 12:15	第 3 場：如何辨識及對抗在網路上氾濫的「暗黑模式」商業行銷手法 (續)
12:15 - 13:00	午餐
13:00 - 14:30	<p>第 4 場：與專家合作執法</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 主持人：美國聯邦交易委員會 Hui Ling Goh、Stacy Proctor ● 講者：美國聯邦交易委員會 Elizabeth Sanger(視訊)、瑞典消費者署 Emy Gustavsson、加拿大競爭署 Jean-Pierre Bornais、匈牙利競爭署 Dóra Szilágyi(視訊) ● 大綱：專家可在消費者保護執法工作上發揮重要功能。在處理調查或執法事務時，ICPEN 會員機關可能欠缺特定專業知識來評估或提出意見，為解決這方面問題，需邀請相關領域專家。會議將介紹與專家合作時需要考慮的一些關鍵問題，包括專家的作用，以及管理與專家間之關係，並展示成員國如何在執法工作中與專家合作的作法，會議形式包括簡短演講和分組討論。 ● 目標：就與專家合作時要考慮的問題交換資訊，包括選擇和管理與專家的關係交流技巧，以及其他實用資訊。 ● 形式：簡介、專題演講 (主題包含與財務、環保、減重及數位科技專家合作等)、分組討論、分組報告、總結

時間	會議程序
14:30 - 14:45	茶敘
14:45 - 16:00	第 4 場：與專家合作執法 (續)
16:00 - 16:05	會議小結：最佳實務工作坊協調員比利時經濟監察總署 Fernand Van Gansbeke
16:05 - 16:30	ICPEN 春季大會閉幕：2022/23 年輪值主席 Rami Greiss

二、會議資訊摘要

(一)澳洲競爭與消費者委員會主席 Ms. Gina Cass-Gottlie 致詞

- 1、感謝東協-澳洲-紐西蘭自由貿易協定(ASEAN-Australia-New Zealand FTA , AANZFTA)、亞太經合組織(APEC)和亞洲開發銀行大力支持經費，也感謝巴布亞新幾內亞和紐西蘭協助舉辦此次活動。澳洲競爭與消費者委員會(簡稱 ACCC)擔任 ICPEN 主席的主要目標之一，便是促進本地區消費者機構更踴躍參與。ICPEN 今年已歡慶成立 30 週年，是個全球性網絡，成員來自全球各地。在一個數位化和國際貿易日益擴大的世界，消費者面臨的問題變得越來越有跨國性，因此像 ICPEN 這樣的網絡越來越重要。ICPEN 如此長壽與成功，相信是因為它為成員提供了實質好處，帮助大家有效因應關鍵的消費議題。這些好處包括共享情報、提供(開發)執法工具、培訓活動和向成員提供其他實用的資源。網絡的最大優勢是，它為志同道合的機關間的聯繫，提供了更好的機會，可以幫助成員之間真正合作與互助。
- 2、雖然 ICPEN 並未按地域分組，但它還是為來自同一區域的成員提供更密切聯繫並討論相關問題的機會。透過每年定期舉辦的活動，ACCC 認為，能夠討論不同的政策和執法方法，亦令其本身受益匪淺。當然，亞太地區已經存在許多優秀的競爭和消費者保護機構參與區域倡議。然而，ACCC 卻也觀察到，亞太地區的會員們對 ICPEN 的參與積極程度，似未符合預期。ACCC 將主席任期以及本次大會相關活動，視為一個契機，希望鼓勵鄰近地區夥伴之間多多對話，以促成更密切的聯繫。
- 3、疫情帶來的挑戰，更凸顯了提高區域參與的必要性。亞太地區有許多重要的經濟聯繫與貿易關係，面臨相似的供應鏈問題。各國面臨的消費者旅遊議題，通常相互關聯，因為消費者傾向於在地度假並搭乘彼此的航空公司。因此，當新冠疫情對旅遊業產生影響時，區域內許多消費者和企業就都陷入了困境。許多問題是全球性的，但也有很多是區域內特有的。ACCC 發現，自己在亞

太地區與航空公司和度假住宿廠商打交道的次數，遠多於其他區域廠商。雖然監管框架不同，分享管轄權和法律框架的資訊很重要，有助解決消費者的投訴。在亞太地區，解決消費者對航空公司投訴的管道很多樣化，有些國家交由監管航空公司的機構處理，而不是消保機構。

- 4、由於亞太區域供應鏈如此緊密，疫情造成許多供應鏈問題，這些問題對亞太地區的影響，與歐洲和北美所面臨的問題大不相同。澳洲國內缺乏製造業，導致關鍵消費品供應不足，需求升高導致價格大幅上漲。電子商務增長也導致了新的線上服務興起，加上製造業減少和物流等問題，導致許多 ICPEN 成員將供應鏈視為一個新的關鍵問題。在這個領域，消費者主管部門之間的區域合作，將有助於識別和應對消費問題。對於 ACCC 來說，區域參與打擊詐騙是一個新興領域，澳洲政府已將打擊詐騙當做重要優先事項。建立國家反詐騙中心是現任政府的選舉承諾，ACCC 很自豪能領導該中心的成立。打擊詐騙的區域合作將是澳洲的重要戰略，ACCC 已經透過區域研討會進行了一些分享。舉例來說，最近澳洲宣布將實施一項計畫，對新加坡的發貨人身分 ID 實施實名制登錄，將可反制詐騙者偽冒銀行或知名品牌發送短訊的手法。透過 ACCC 的詐騙觀察網站和年度詐騙報告，地區監管機構將能夠了解新的詐騙行為和長期趨勢。
- 5、產品安全是 ACCC 的優先事項之一，雖然不是 ICPEN 業務範圍的一部分，但卻是體現區域參與價值的領域。某國生產的產品銷往世界各地，當其中有監管機構可與國際間同僚分享該國不安全產品資訊時，所有的市場都會變得更安全。總而言之，ACCC 認為，加強區域參與對所有人都大有好處。希望能透過增強對 ICPEN 的參與來促進這一切。對於未成為 ICPEN 會員者，ACCC 敦促各位考慮申請加入。對於會員，ACCC 盼各位變得更加積極。ACCC 希望，今日會議是讓我們所有人都獲益的定期區域對話的開始。

(二)ICPEN 秘書處報告

- 1、 ICPEN 秘書處報告了網絡的更新資訊，包括秘書處的角色，當前入會資格情況，與輪值主席及網站管理員之間的合作，以及秘書處的未來。ICPEN 秘書處的主要任務包括協助輪值主席、支援網絡運作、維護會員名單、促進網絡內部溝通、提供程序建議以及處理對外溝通。
- 2、 當前 ICPEN 會員資格的現況，現有 67 名會員和 5 名夥伴(印度、新加坡、波札那、斐濟、辛巴威)，還有幾個機關表達有意加入，包括阿根廷、柬埔寨、庫克群島、印尼、馬來西亞、蒙特內羅、坦尚尼亞、泰國、東加、全球反詐騙執法網絡 (Global Anti-fraud Enforcement Network, GAEN)和世界銀行，而歐洲消費者聯盟 BEUC 則已降低其加入意願。現有觀察員，則包括西非與南非共同市場(COMESA)、歐盟執委會(EC)、伊比利美洲政府消費者保護機構論壇(FLAGC)、全球隱私權執法網絡(GPEN)、經濟合作暨發展組織(OECD)、聯合國經貿會議(UNCTAD)。
- 3、 秘書處儲存了網絡內所有的聯繫窗口名單，但與 ICPEN 內網的名單不完全一致，若各機關更新 ICPEN 網站內容或聯繫方式，請同時通知網站管理員和秘書處。
- 4、 秘書處任期並沒有限制，現任秘書處(德國)的認知與期望，是僅擔任此職務任期 3 年，而目前已經屆滿 3 年，所以目前正尋找接班人，盼最好能在 2024 年由他國接任，請有意擔任該職位的志願者提交聲明。隨著未來新任主席都具有豐富的專業知識和經驗，ICPEN 秘書處的支援角色可能不再那麼重要。秘書處主要工作，仍會是專注於促進溝通和維護聯絡人名單。

(三)ICPEN 網站管理員報告

澳洲 ACCC Joe-Anne Riddiford

- 1、 ICPEN 網站的年度營運費用包括以下支出，ACCC 並不尋求收回因擔任網站管理員角色而產生的任何人力資源成本：

- 3、 網站管理員角色正在徵求有意願者接任，迄 2021 年 10 月，澳洲業擔任此職務 6 年，已逾原本承諾的任期，歡迎有興趣的成員提出意願。為了準備移交，澳洲編寫了一份完整作業手冊，早於 2021 年 4 月上傳至內網，便於將職位移交給下一任 ICPEN 網站管理員。

(四)2023/2024 年 ICPEN 輪值主席國報告

波蘭競爭及消費者保護局 Martyna Derszniak-Noirjean

- 1、 2023/2024 年 ICPEN 輪值主席波蘭提出的口號是「賦予負責任的消費者選擇權」，強調消費者做出具責任感的決策，對推動經濟至關重要，消費者須做出有意義及符合永續發展的選擇，以面對數位與現實世界中的挑戰。波蘭希望開展促進消費者賦能和其他消費者保護執法實務交流的主題，這仍將包括網絡成員合作，以及增強全球消保機構的執法能力。
- 2、 下屆主席任期內重點工作的領域，包括金融與線上交易，任期內將規劃啟動一個新的「線上行銷」項目，並繼續進行現有的「線上消費者保護-未來金融服務與詐騙」項目。此外，還將研議人工智慧工具在加強消費者權益和提高其福祉方面的重要性，另將規劃更新 ICPEN 整體策略與計畫。
- 3、 波蘭將舉辦兩次 ICPEN 活動，包括 2023 年秋季大會和 2024 年春季的高階會議、最佳實務工作坊以及研討會。最後，波蘭並邀請大家參加今年 10 月 4 日至 6 日在華沙舉辦的 ICPEN 大會。

(五)美國聯邦交易委員會申請 2024/2025 年 ICPEN 輪值主席之聲明

- 1、 美國聯邦交易委員會(簡稱 FTC)很高興表達擔任 ICPEN 主席的意願。FTC 倘成為 ICPEN 主席，將繼續擴大 ICPEN 的影響力，努力加強全球執法合作與協調，應對成員國面臨的重要挑戰。
- 2、 在美國舉辦 ICPEN 會議活動，可吸引大量成員與會，有助於提高網絡對消費大眾和其他消費者機構的影響力與知名度。FTC 還將與美國境內許多州

郡和地方執法機構進行接觸，這些意見對許多成員來說非常珍貴。

- 3、FTC 將以歷屆主席的貢獻為基礎，且 FTC 本就擁有擔任領導網絡重要角色的豐富經驗。FTC 成立於 100 多年前，一直致力於保護美國人免受不公平競爭和欺騙性做法的侵害，擁有充分而廣泛的權力，保護消費者免受各種不法商業行為的侵害。FTC 近期因應的重大挑戰包括：遏止不法商業監控和暗黑模式、建立市場良性運作規則、尋求創新的救濟措施、跨境調查案件，以及積極打擊不實線上評論(價)行為。讓 ICPEN 成員和夥伴對這些主題進行充分交流，有助於一同應對不斷成長的數位經濟。
- 4、自 1992 年 ICPEN 成立以來，FTC 一直是網絡中活躍的一員，參與眾多 ICPEN 倡議、活動並做出貢獻，擔任各種領導職務。FTC 於 2000/2001 年擔任 ICPEN 主席，是 eConsumer.gov 跨境投訴網的創始成員之一。FTC 還在 2009/2010 年澳洲輪值主席期間主辦了 ICPEN 大會，於 2006 年至 2008 年間以及 2011 年至 2016 年間擔任 ICPEN 秘書處，並領導執法指導小組並在諮詢小組任職了十多年。此外，還在 OECD 及其他國際場合主導了許多促進跨境執法合作倡議，既保護消費者，又保護隱私權和產業公平競爭。
- 5、ICPEN 2022/2023 年輪值主席國澳洲和過去的輪值主席，在領導此網絡做出了偉大貢獻，還務實因應了新冠肺炎(COVID-19)大流行。FTC 相信，澳洲在剩餘的主席任期和即將到來的 2023/2024 年波蘭輪值任期，均將取得重大成就。希望 ICPEN 能將 FTC 表達的積極意願，視為 FTC 對確保 ICPEN 持續成功的承諾。

(六)歐盟視角下的消費者保護創新

歐盟執委會 Angelo GRIECO

- 1、歐盟消費者保護合作網絡(Consumer Protection Cooperation Network，簡稱 CPC)，根據《消費者保護合作條例》(EC) No 2006/2004 建立了一個由執法者組成的網絡，旨在維護歐盟內跨國購物消費者權益，以協調方式解決消

費者面臨的問題。消保主管部門可下令糾正或刪除包含詐騙訊息的網站或社交媒體帳號，還可以向網域名稱註冊廠商、互聯網服務提供廠商和銀行索取資料，以追查資金流動，並找出違規背後的行為人身份。當消費者多次投訴某網路商店不按時送貨又拒絕退款，這通常很難找到能為此事負責的商家，因為他們可能沒有固定地址的辦公室，且他們的網站可能會多次遷移到不同的歐盟國家。所以主管部門必須調查他們的資金流向，才能更快地找到廠商。如果廠商不合作，主管部門可下令關閉其網站或社群帳戶。本次報告，主要介紹該網絡所使用的線上調查工具。

- 2、eLab 是一個遠端操控、應用 AU 技術的偵搜工具程式，架設在雲端的 Windows 虛擬桌面，可以隨時隨地用來查訪線上購物或服務，無需事先安裝軟體，不會被網站或安卓應用程式所封鎖，如同秘密客前往消費，調查人員可看到消費者所見的一切。eLab 獨立於歐盟官方網絡及其 VPN 解決方案之外，企業無法發現他們正被執法機關調查。利用 ShareX 程式，於調查過程當中，能全程蒐證(有螢幕截圖和錄影功能)，再接著用 One Drive 雲端硬碟，把相關證據資料傳輸到自己的雲端儲存空間。應用區塊鏈技術建構的資安隔離環境，除了執法人員自己，沒有任何人能看到這些資訊。
- 3、eLab 可以用來追查網站背後的操作人員或企業，它使用網域名稱工具，可以評估網站風險，並找出網站的幕後的主使或詐騙者。應用了 Maltego 這個綜合分析工具，能即時挖掘與蒐集資料(企業經營者、社群媒體行銷資訊--網紅及其與品牌的關係、地下暗網等)，具有圖形化的操作介面。這些工具可使用於 CPC 案件調查程序，由 CPC 全權保管這些資料。有些國家的法院接受這個線上工具提供的證據，而在另一些國家，辦案人員是將這些當作線索，還需去核實調查結果。
- 4、在 2022 年黑色星期五的年度購物檔期，CPC 掃描了許多網站(使用不同語言和幣別)的 16,000 項產品，其中 43%的網站近 2,000 項產品有誤導的

折扣標示，這些可以從偵蒐工具看出某產品的價格變動趨勢(圖 2)。



圖 2 偵測發現某購物網站商品之促銷價其實與平日售價相同
資料來源：歐盟執委會,Angelo GRIECO 於 2023 年 ICPEN 春季大會之簡報

- 5、假評論的偵測是 eLab 新開發的功能，透過語文內容的截取與分析，能檢測網站/平台上是否有大量假評論，表現還算出色。初步顯示，準確度約在 85%至 93%之間。
- 6、對抖音(TikTok)的調查案例，乃偵測該平台播放的短片中，依法應標示為廣告的標籤，是否確實有標示(圖 3)。CPC 一共在西班牙、德國、瑞典、愛爾蘭和波蘭對 2,140 名用戶進行了線上調查，為配合平台特性，特別增加對年輕人的採樣，18 至 25 歲年齡群佔了 45%。



圖 3 抖音上的靜態廣告標籤

資料來源：歐盟執委會 Angelo GRIECO 於 2023 年 ICPEN 春季大會之簡報

- 7、未來工作方向包括：增加偵蒐人力、開發新技術以涵蓋更多新型線上侵權行為(詐騙、仿冒或不實廣告)、改善人機介面、披露網紅與品牌的實質聯繫關係。而針對抖音，還將測試未成年人對定向廣告彈窗的理解能力。搜索引擎上贊助或廣告的標籤，將是未來測試對象。

(七)消費爭議申訴書與契約終止平臺

葡萄牙消費者總署 Andreia Luz 及 Ana Filipa Claro

- 1、葡萄牙於 1960 年代末期開始使用紙本申訴書，首先是旅遊業，很快擴展到其他行業。法規規定，公眾接觸的所有商品或服務供應商均適用申訴書制度。線上型式的申訴書，2017 年 7 月起在基礎公用事業實施，2019 年 6 月擴展至其他所有行業，目前有 35 萬家業者加入此系統。適用對象包括原本使用紙本申訴書的商家，以及從事線上交易的商家。企業經營者對電子申

訴書，有義務在 15 天內答消費者；至於紙本申訴書，其只有基本程度的答覆義務。2022 年受理的紙本申訴書有 267,361 件，電子申訴書則有 198,765 件(圖 4)。

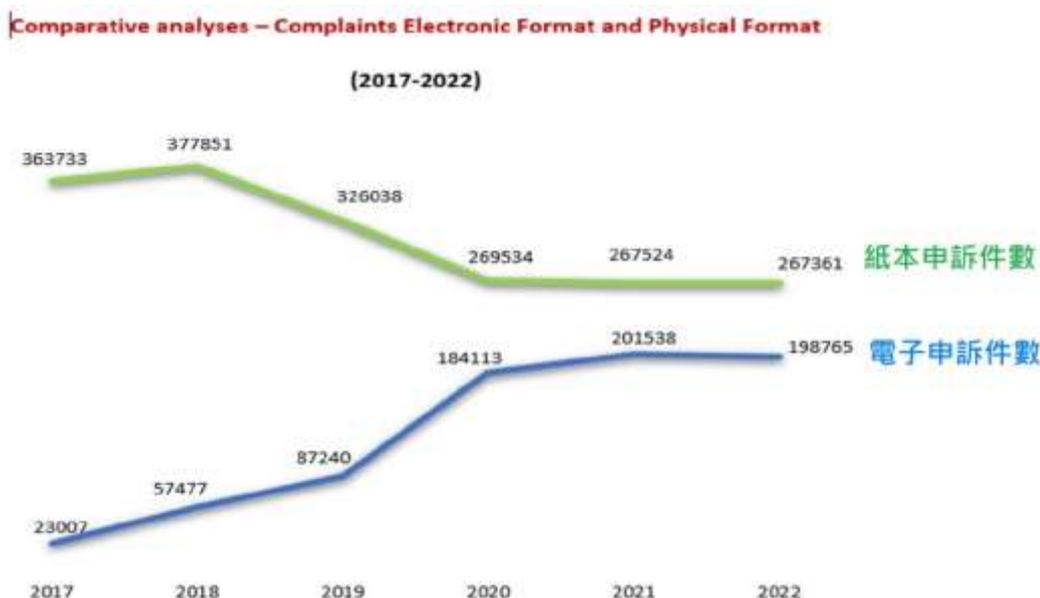


圖 4 2017 年以後葡萄牙書面申訴與電子申訴件數統計

資料來源：葡萄牙消費者總署, Andreia Luz 於 2023 年 ICPEN 春季大會之簡報

- 2、消費者可以透過葡萄牙消費者總署 (DGC) 管理的線上平臺(圖 5)，行使法規規定的終止電信契約權利。消費者可在平臺上行使中止契約、解除契約、暫停契約和單方終止契約的權利。首先消費者可以在平臺上索取契約必要資訊(關於終止契約的條件)，當以上資訊獲回覆確認之後，消費者可以自由決定是否提出契約終止的請



圖 5 葡萄牙 DGC 之契約終止平臺網頁

資料來源：葡萄牙消費者總署, Ana Filipa Claro 於 2023 年 ICPEN 春季大會之簡報

求。統計 2022 年 12 月至 2023 年 4 月間，76.7%的契約終止請求獲得有效執行；15.6%的契約資訊提供促成了契約終止；企業對消費者索取契約資訊的回應比率為 96.9%；企業對契約終止的回應比率為 92.9%。

(八)促進 ICPEN 的運作成效

澳洲 ACCC Nicholas Heys

1、ICPEN 的優先事項是在執法方面尋求最佳實務做法、執法工具、分享案例和經驗，以及有效的合作與溝通系統。ICPEN 的戰略目標是：

- (1) 創造和共享有關消費者保護相關資訊與情報。
- (2) 分享消費者保護立法和執法方面的最佳做法。
- (3) 採取行動打擊跨境違反消費者保護法規的行為。
- (4) 確認並推廣有效的消費者保護執法措施。
- (5) 促成和鼓勵與其他消費者保護執法機構更廣泛參與、協調、溝通與合作。
- (6) 促進跨境之權益救濟。

2、ICPEN 有 5 項舉措有助實現其戰略目標：

- (1)防詐騙月。
- (2)國際網路大掃蕩日。
- (3)跨境消費爭議網 eConsumer.gov。
- (4)消費者教育獎。
- (5)行業指引。

3、ICPEN 的未來機會，將從先前 ICPEN 聯合行動獲得經驗中發掘，這些包括：線上評論、應用程式內購買、針對兒童的行銷、契約條款審查、線上旅遊服務等。ICPEN 進行的線上掃描，不是孤立地各自行動，而是策定整個網絡的計畫，現況有 40% 的企業使用有誤導疑慮的環保聲明，未來將對暗黑模式掃描並與 OECD 的計畫進行合作。在改善橫向溝通方面，建立一

個早期預警系統，幫助大家改善溝通成效，儘可能地實現資訊共享，並提供一種機制，以提醒 ICPEN 成員留意趨勢。

(九)在全球提高消費者政策與執法的知名度與影響力

OECD 消費者政策委員會 Brigitte Acoca

- 1、保護與培力數位市場的消費者：OECD 研發許多政策或宣導資源，可供各界運用(圖 6)，在電子商務與平台經濟方面，研析並揭露了暗黑商業模式，為大眾建立廣泛認知，另亦運用 AI 在消費者教育、執法與政策等方面。
- 2、強化消費安全：關注線上銷售之產品，注意 AI、VR、AR 等新科技帶來的衝擊。
- 3、鼓勵消費大眾參與並力行綠色轉型：進行政策盤點，瞭解消費者對永續消費的態度。
- 4、評估工具：評估消保機關採取行動的影響；衡量不安全產品的社會成本。



CONSUMER PROTECTION IN E-COMMERCE

The e-commerce marketplace has evolved dramatically in recent years and consumer trust has become crucial. The revised OECD recommendations now include the use of consumer data, consumer ratings and reviews, digital content and digital competence.

<https://oe.cd/il/ecr>



PROTECTING CONSUMERS IN PEER PLATFORM MARKETS

Today's online platforms enable P2P transactions on a much greater scale than ever before. What is the best approach to provide effective consumer protection while encouraging innovation? This report provides context for considering this and related questions.

<https://oe.cd/il/p2p-protection>

圖 6 OECD 相關政策工具指南

資料來源：OECD, Brigitte Acoca 於 2023 年 ICPEN 春季大會之簡報

(十)推動整合性的法遵策略

澳洲 ACCC Shannon Hadley

預防性法遵策略多被用來防止預期可能發生的消保問題，或用來解決新出現的消保問題，未預設立場，不針對特定產業施行，也能被運用在遏止一家或數家企業的不當行為，使其不對消費者造成更多損害。預防性法遵策略的方法包括：加強產業界相關人士對消費者保護的認識及發布指引、請產業界做出承諾、推動法遵計畫及評估執法成效等。解決消保問題的方法則包括對企業寄送警告信、進行調查及訴訟等。解決消保問題的法遵策略常用於處理已出現對消費者造成損害的問題上。解決消保問題的法遵策略目標能針對某家公司，也能針對某個產業的所有業者進行。預防與解決消保問題的方法相輔相成，一併實施才能達到最大效果。採用預防性法遵策略之重要性如下：

- 1、法遵計畫能幫助企業和消費者了解其權利及義務。
- 2、能快速找出解決新問題的方法。
- 3、讓業者知道自己的作法是否合乎法規。

採用預防性法遵策略有很多好處，因與調查及執法相比，預防性法遵策略通常能更快速處理問題，消耗更少資源，比起透過法律訴訟，常能獲得更好的成果。在企業參與監管的情況下，也能與業者及產業公會建立融洽關係及合作機會，更有效解決消保問題。ACCC 通常使用 4 種綜合性策略：

- 1、透過宣導鼓勵企業遵守法律。
- 2、透過訴訟和其他執行結果執行法律。
- 3、進行市場研究或發佈法遵與執法案例報告。
- 4、與其他機構合作實施相關策略。

通常不一定只能選用一種策略，而是交互運用；至於法遵計畫研訂的流程，則如圖 7。



圖 7 擬訂整合性法遵計畫的流程

資料來源：澳洲 ACCC, Shannon Hadley 於 2023 年 ICPEN 春季大會之簡報(中譯)

ACCC 舉例說明如何透過法遵策略處理殯葬服務業及露營車產業的消保問題。

1、殯葬服務業

(1) 常見的消保問題：業者提供的服務訂價及提供者常與實際情況不符、不透明；契約條款不公平；消費者心情哀戚、脆弱，不願投訴。

(2) ACCC 作法：

- a.參與：與消保團體、監管組織、行業公會合作。
- b.新聞發布：讓產業關注消保問題。
- c.公眾調查：了解問題。
- d.撰擬指引：明確說明消費者及業者的權利義務。
- e.簡報：闡述調查發現。
- f.調查：針對問題採取行動。

(3) 成果：ACCC 於 2021 年 12 月發布殯葬服務調查、殯葬服務行業報告、殯葬服務指引(網路版)及對幾家殯葬服務公司寄發警告信等(圖 8)，並對某些違法情節嚴重的公司提起法律訴訟。



Published: 2 December 2021

This report highlights key issues of concern in the funeral services sector and calls on businesses to review their contracts and pricing practices to ensure they comply with consumer and competition laws.

圖 8 ACCC 官網發布之殯葬服務行業報告(2021 年 12 月)

資訊來源：<https://www.accc.gov.au/about-us/publications/funeral-services-sector-report-1>

2、露營車產業

- (1) 常見的消保問題：疫情導致露營風氣盛行，但常見供應商出售有問題的車輛、供應商使消費者難以獲得補償、供應商對車輛的品質及性能作出不實或誤導性陳述，車輛出現安全問題等。
- (2) ACCC 作法：
 - a.前案：研究曾對該產業業者提出的法律訴訟案例。
 - b.從資料了解該產業的問題與影響範圍，並確定工作目標。
 - c.消費者教育及讓業者參與法遵計畫。
 - d.對個別企業採取行動。

(3) 成果：ACCC 與露營車產業相關的業界人士接洽合作，就消費者和露營車產業進行調查，於 2022 年出版近期露營車銷售報告，發布新聞、出版消費者和企業指南與調查報告(圖 9)。



圖 9 ACCC 官網發布之露營車零售業法遵報告(2022 年 7 月)

資訊來源：<https://www.accc.gov.au/about-us/publications/new-caravan-retailing-ensuring-industry-compliance-with-the-australian-consumer-law>

(十一)以消費者為中心的企業管理認證

韓國消費者院 Jonghyun Yang

鑒於消費者在遇上消費糾紛時常求助無門、或消費申訴因缺乏政府部門間的橫向聯繫而成效有限，韓國公平交易委員會(簡稱 KFTC)及消費者院(Korea Consumer Agency, 簡稱 KCA)合作打造以消費者為中心的企業管理認證(Consumer Centered Management, CCM)標章，鼓勵企業以消費者為中心改革其管理制度。KFTC 對於符合條件之企業授予 CCM 認證，其產品包裝可標示 CCM 標章(圖 10)。獲得 CCM 認證企業所有的商業活動，均應從消費者角度出發，KCA 並持續對獲得認證的企業進行監督，讓消費者在遇上與認

證企業有關的消費糾紛時，能即時得到回應及資訊。透過有效的消費者申訴處理機制，企業的競爭力亦能強化，並同時降低處理消費爭議與採取補救措施所需的社會成本。



圖 10 產品包裝上的 CCM 標章示例

資料來源：韓國消費者院, Jonghyun Yang 於 2023 年 ICPEN 春季大會之簡報

CCM 授證評估標準分成四大面向：

- 1、企業經營者的領導能力、以消費者為中心的企業管理、企業對社會的貢獻。
- 2、企業管理、取得資源、培訓人才及資料管理的能力。
- 3、讓消費者取得資訊及預防消費申訴的能力。
- 4、以消費者為中心的企業管理效能評量及精進之道。

取得 CCM 認證的企業及機構近年大幅成長，2009 年僅有 15 家大型企業及 1 家中小型企業取得認證，2023 年已有 102 家大型企業、48 家公立機構及 69 家中小企業取得認證(圖 11)。

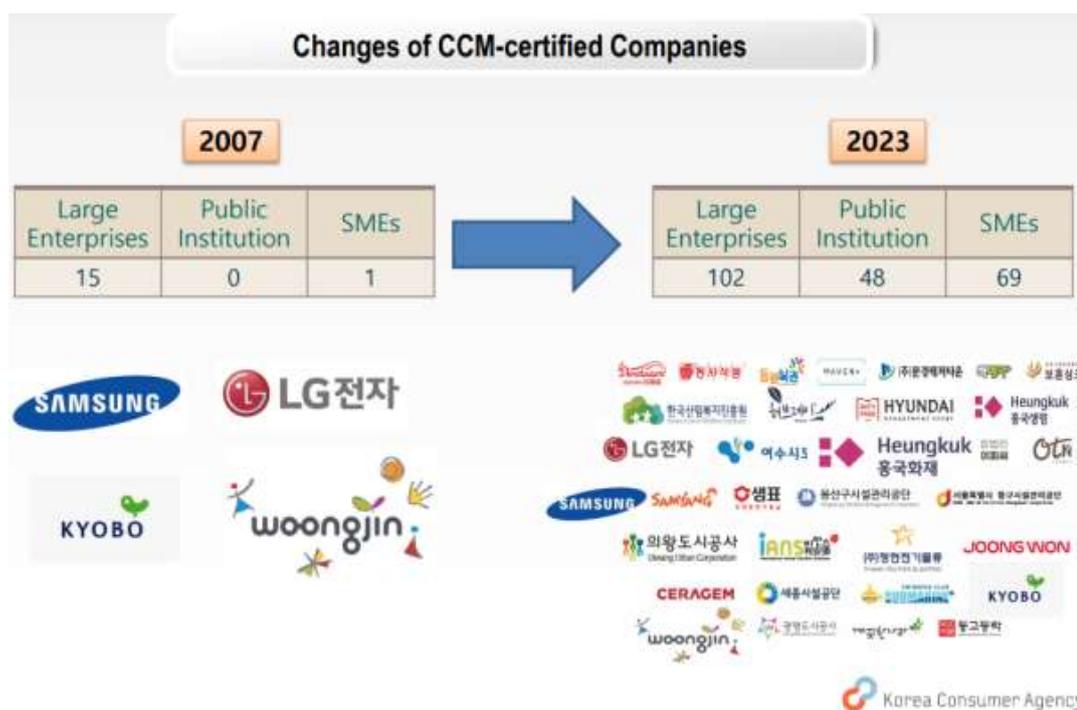


圖 11 韓國獲得 CCM 認證的企業家數增長情形

資料來源：韓國消費者院, Jonghyun Yang 於 2023 年 ICPEN 春季大會之簡報

未來韓國消費者院將採取下列方式持續精進 CCM 認證系統：

- 1、CCM 認證的中小企業，能得到專業支持及運用消費者院蒐集的大數據資料。
- 2、KCA 將協助 CCM 認證的企業以更有效的方式準備 CCM 評估。
- 3、與其他政府機構及組織一同研議獎勵 CCM 認證的企業。

(十二)弱勢消費者保護及案例分享

澳洲 ACCC Michael Dowers

何謂「弱勢」？弱勢是指容易受到剝削、虐待、忽視或攻擊，主要是環境因素，即某人在某些情況下是弱勢，但在其他情況下不是。語言、年齡、文化程度、身體或智力方面的障礙和個人能力都可能導致消費者成為弱勢消費者。ACCC 常援引 2010 澳洲競爭及消費者法的第 18 條(涉及誤導性或欺騙性行為)、第 21 條(涉及不當行為)及第 29 條(涉及不實或誤導性陳述)處置企業

對弱勢消費者的不當行為。

1、家具供應商 Clews Holdings Pty Ltd(銷售品牌為 Revitalife)案例：Revitalife 藉由增進老人健康之名義，從 2019 年 7 月到 2022 年 1 月間主動致電消費者，表示要為其進行睡眠評估並安排家訪。隨後 Revitalife 到這些以老年人為主的消費者家中向他們推銷宣稱有治療效果的升降床及升降椅。Revitalife 並未向消費者充分揭露其上門拜訪的真正目的在銷售產品，ACCC 亦發現 Revitalife 在退款權利方面向消費者做出不實或誤導性陳述。在 ACCC 介入處理後，Revitalife 於 2022 年 7 月向 49 名客戶支付總額為 57,646 澳幣的退款。ACCC 另運用圖卡對高齡消費者宣導該如何應對不請自來的推銷業者(圖 12)。

2、電信公司 Telstra 案例：

Telstra 是澳洲最大行動電話及電信服務供應商，透過 Telstra 品牌銷售相關產品及服務。ACCC 調查發現，2016 年 1 月至 2018 年 8 月間，5 家位在澳洲偏遠社區的 Telstra 品牌授權商店銷售人員讓 108 名澳洲原住民消費者簽署他們不了解內容且無法負擔的多份行動電話服務契約。

在這些地區，許多原住民消費者將英語作為第二或第三語言，難以理解 Telstra 的書面契約，許多人失業，依靠政府福利或養老金作為其有限收入



圖 12 ACCC 對高齡者宣導之圖卡

資料來源：澳洲 ACCC, Michael Dowers

於 2023 年 ICPEN 春季大會之簡報

的主要來源。在某些情況下，Telstra 銷售人員並未對消費者簽約而帶來的財務風險提供全面及適當解釋，甚至謊稱消費者能免費獲得產品，或操縱信用評估，使本來可能無法通過信用評估的消費者能簽約後再付款，包括謊稱消費者有工作等。

ACCC 於 2020 年針對 Telstra 向原住民消費者銷售電信服務時的不當行為向聯邦法院提起訴訟。ACCC 表示，本案揭露了企業利用原住民消費者的社經背景、語言及文化脆弱性，剝削原住民消費者，情節重大。Telstra 內部未迅速採取行動制止這些不當行為，對原住民消費者造成了進一步的經濟困難，導致消費者因本案而承擔的平均債務超過 7,400 澳幣。Telstra 後來被聯邦法院處以 5,000 萬澳幣的罰款，並免除消費者的債務、退還已支付款項及採取其他措施保護原住民消費者，如擴充原住民消費者的客服專線及在原住民社區推動數位教育等。

3、ACCC 與原住民社區合作設告示牌，提醒推銷員勿任意上門推銷(“Do Not Knock informed” communities program)：

Wujal Wujal 是位在澳洲東北部的原住民社區，於 2016 年開始與 ACCC 合作，是澳洲第一個在社區入口架設告示牌，明確告知推銷員不要任意上門推銷商品的原住民社區(圖 13)。

架設告示牌後，到該社區上門推銷產品的人大幅減少，社區成員也更注重保護自己的消費者權益。迄今，澳洲已有 6 個原住民社區加入 ACCC 的“Do Not Knock informed”計畫。ACCC 並設



圖 13 設於社區入口告示牌
資料來源：澳洲 ACCC, Michael Dowers
於 2023 年 ICPEN 春季大會之簡報

置原住民消費者專線，讓原住民消費者檢舉推銷員非法上門推銷。

- 4、結語：主管機關應強化對弱勢消費者增能，如運用社群媒體對弱勢消費者宣導其消費者權益，並加強與原住民社區及組織的合作，防止企業不當行為損害原住民消費者的權益。

(十三)兒童消費者保護

瑞典消費者署 Cecilia Tisell、Emy Gustavsson

現代兒童花很多時間上網、玩線上遊戲、在社群媒體平台上互動、接觸網路行銷及使用虛擬代幣進行應用程式內購買等。然因兒童心智尚未成熟，經常缺乏區分廣告與其他媒體內容的能力、不瞭解網路業者的商業意圖與策略、及容易受到網紅影響。瑞典消費者署(Sweden Consumer Agency,簡稱 SCA)演講過程播放了一段訪問兒童的短片(圖 14)：

- 兒童 A(10 歲)發表對網紅推銷的看法：他們賣的東西通常是好的，因為他們不會對別人做壞事。
- 兒童 B(12 歲)被問到是否曾在抖音平台上被推銷購物：從來沒有。
- 兒童 C(10 歲)：網紅可能曾用過這些東西，所以想推銷給別人。
- 青少年 D(14 歲)：很多小朋友因不知道錢的價值，可能認為使用虛擬代幣買東西就不用付費。

為保護兒童消費者，SCA 將保護兒童消費者列為優先事項、委託學界進行網路平台業者對兒童的行銷策略研究、啟動執法行動、及採取跨境和跨部門合作。

Quotes from the children in the video

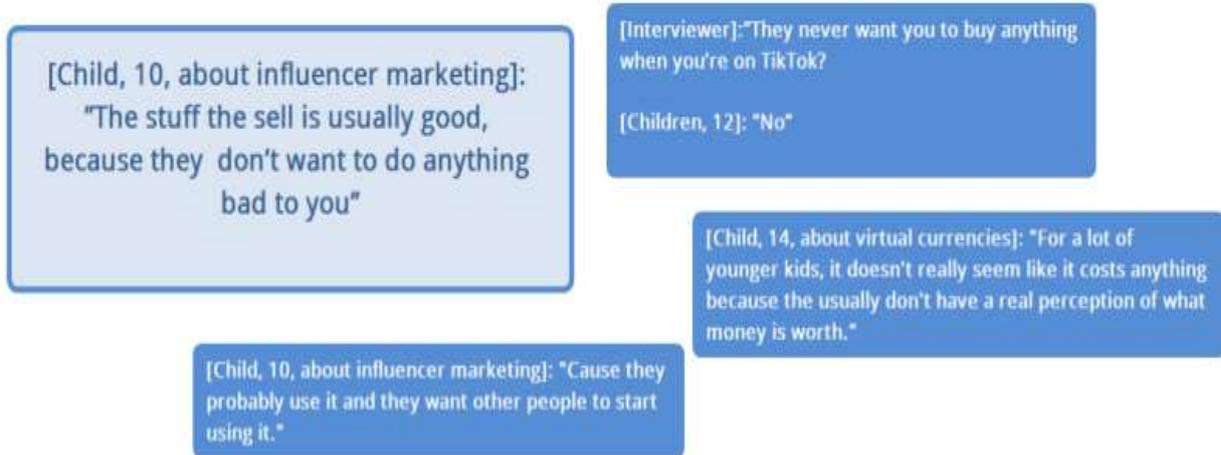


圖 14 SCA 影片中與兒童之問答內容

資料來源：瑞典消費者署, Cecilia Tisell、Emy Gustavsson

於 2023 年 ICPEN 春季大會之簡報

(十四)高齡消費者保護

韓國消費者院 Hyesin An

韓國高齡消費者經常面臨的問題為：

- 1、數位能力不足：高齡消費者無法使用手機 app 下訂單或訂車票。
- 2、特別需要保護的高齡消費者：獨居老人、住在非都會區的老人、教育程度不高及身心障礙者等。

韓國消費者院 (KCA)於 2019 年開始推動「高齡消費者守護者」計畫，培訓退休公務員及志工對高齡消費者進行消保知識宣導，各地的樂齡學習中心對高齡消費者提供消費諮詢服務。此計畫之優點包括：

- 1、能發掘各地高齡消費者常需要接受諮詢的消費問題及最常發生的消費爭

議。

- 2、縮小都會區及非都會區消費者的消費資訊落差。
- 3、善用退休公務員的工作能力。

結語：消保機關應善用視聽素材向高齡消費者進行宣導及推動消費者教育，教導高齡消費者使用手機，以減少數位落差。

(十五)與專家合作執法--加拿大經驗

加拿大競爭署 Jean-Pierre Bornais

加拿大競爭署依據競爭法聘請專家與該署合作進行執法。過去 10 年間曾聘請過專精消費者認知研究、訂價行為研究、健康服務及產品效用評估、網路證據蒐集技術、電信產業及運動傷害等領域專家，與該署合作，分別進行網路消費者對廣告反應之研究、網站不當商業手法損害消費者權益之研究、分析產品測試在醫學及科學專業知識方面是否充分適當、及提供運動相關的腦部外傷醫學知識。

1、如何選擇專家：

- (1)競爭署官員在該署法務部門支援下，接洽並挑選可能進行合作的專家。
- (2)在傳送任何機密資訊前，專家必須簽署保密協議。
- (3)簽署保密協議後，專家將收到資料。
- (4)專家不得被預先告知該署官員(或法律顧問)對該主題的立場或看法。
- (5)選擇專家時，需考慮因素包括專家的教育背景、資歷、著作、訴訟經驗、開會經驗、書面及口頭溝通能力等。

2、實際案例：

加拿大競爭署調查認為，NuvoCare Health Sciences Inc.和創始人 Ryan Foley 的行銷手法不實，誤導消費者認為該公司出產的減肥藥可以減重，然而以上主張並未得到充分和適當的測試作為背書。

該署於 2022 年與 NuvoCare 和 Ryan Foley 達成協議，該公司應支付總計 10

萬加幣的罰金，並停止在產品標籤和包裝、網絡平台、社群媒體、雜誌、電子郵件就其銷售的減重產品向消費者作出虛假、誤導性或無根據的行銷聲明。

為調查 NuvoCare Health Sciences Inc.公司，競爭署需聘用一名內分泌學和減重方面的醫學專家，以審查公司提出的產品測試報告，並就該測試是否充分和適當提供意見，然而該公司最終並未提供任何測試報告。雖然該案最終不需要書面意見和專家證詞，但專家協助團隊了解減重業及減重產品在測試時被預期達到的標準。

(十六)與專家合作執法--瑞典經驗

瑞典消費者署 Emy Gustavsson

瑞典消費者署(簡稱 SCA)認為 Arla 乳製品公司無法確切證明牛奶生產過程不會對氣候產生影響，其所為的廣告係屬「具有誤導性的模糊環境聲明」，給予消費者牛奶生產不會影響氣候的錯誤認知。然 Arla 乳製品公司提出了長達 700 頁的報告及數據佐證其聲明，讓 SCA 決定聘請外界專家檢視報告及該公司的其他聲明。

1、SCA 認為有必要聘請外界專家的原因：

- (1)SCA 內部在氣候補償領域的專業知識不足。
- (2)業者提供文件複雜高，需專業知識才能解讀。
- (3)增加可信度。
- (4)需請專家協助回應業者在訴訟期間發出的聲明。

2、對於 Arla 案，該局聘請專家之標準如下：

- (1)獨立性。專家不應與乳製品業或氣候激進主義有聯繫，以免對其可信度產生負面影響。
- (2)紮實的學術背景，能夠以易於理解的方式向法庭解釋和陳述資訊。

Arla 聘用的專家與消費者署聘用的專家，在佐證聲明與證據方面意見不同，但 SCA 聘用的專家提出的明確論述，最終獲得法院採信，Arla 則未證實其聲明。

SCA 建議在聘請專家前，應確認需要聘請專家的目的、確定專家必須具備的條件，如獨立性及紮實的學術背景、讓專家充分了解案情，及善用專家的專業。

(十七)與專家合作執法--美國經驗

美國聯邦交易委員會 Elizabeth Sanger

- 1、與內部專家合作：向 FTC 內部其他單位(如經濟事務及資料分析小組)或其他聯邦機構專家尋求諮詢。
- 2、與外界專家合作：向外界專家尋求非正式或正式諮詢，或為了進行訴訟聘請專家。外界專家通常具備以下條件：擁有一個或多個高等教育學位、發表過同儕評審文章、隸屬於大學及活躍於專業組織和期刊。
- 3、與外界專家合作的注意事項：
 - (1)在分享機密及非公開資訊前請專家簽署保密協議。
 - (2)了解訴訟案的背景--與專家間的溝通紀錄是否會被公開？是否需要向對手或法庭揭露資訊？
 - (3)有的專家並未必兼具良好的溝通能力。
 - (4)聘請專家及運用專家的過程，會增加專案的整體工作量。
- 4、實際案例：FTC 於 2018 年對位在加州的 Redwood Scientific 科技公司提告，因該公司不實宣稱某些產品具有戒菸或減重效果，並採用多層次行銷經營手法。FTC 為此案聘用 4 位相關領域(戒菸、減重及多層次行銷)的外界專家一起努力，最終獲加州法院於 2022 年 3 月 1 日下令禁止該公司對產品進行不實宣傳及繼續販售產品。
- 5、如何有效與多位專家進行合作：
 - (1)賦予專家團隊合作的使命感。
 - (2)讓專家清楚了解團隊的期待。
 - (3)讓專家理解撰擬報告的方式。
 - (4)給予專家充分時間。

(十八)「暗黑模式」(Dark Patterns)介紹

挪威消費者委員會 Henrik Kulseng、Vegard Grindstuen

經濟合作暨發展組織(OECD)指出，「暗黑模式」泛指業者利用數位平台架構及組成元素，特別是網路介面，顛覆或損害消費者自主權、決策或選擇權的商業行為。它們通常會欺騙、脅迫或操縱消費者，並以各種方式直接或間接損害消費者利益，儘管在許多情況下，可能很難衡量損害程度。

1、「暗黑模式」的有害影響：對消費者而言，使他們做出本來不會做出的選擇(即使他們知道其中有陷阱)、增加不必要的金錢及交付個人資訊、讓人沮喪；對企業而言，消費者會減少對業者的信任、劣幣驅逐良幣。消費者保護機構應積極對抗「暗黑模式」，因業者與消費者之間權力不平衡、消費者未享有補償機制、無法獨自改變現狀、可能沒有其他選擇；市場發展由大企業所操控，業者不會自動停止運用「暗黑模式」。

2、實際案例：訂了就很難取消的 Amazon Prime 亞馬遜最佳優惠方案

亞馬遜 Prime 是亞馬遜公司提供的付費訂閱服務，會員使用者可以享受兩天內送達的免費快遞送貨服務（在某些地區為一天）、音樂和影片串流媒體服務，以及按月或按年收費的其他優惠。2018年4月，亞馬遜宣布 Prime 服務在全球擁有超過1億的會員。

2021年1月，挪威消費者委員會收到挪威消費者對亞馬遜 Prime 的正式投訴。消費者表示，想取消訂閱亞馬遜最佳優惠方案，但遇上困難。其他歐洲消費者保護機構也收到類似投訴。歐洲消費者聯盟(BEUC)於2023年5月向歐盟及歐洲消費者保護網絡(CPC)就此案進行申訴。

歐洲消費者組織發現，亞馬遜 Prime 使用「暗黑模式」使消費者難以終止訂閱，在操作介面使用不當設計及複雜的字句誤導消費者(圖 15)，消費者若未仔細查看，還可能按到續訂一年的選項，而非取消訂閱。

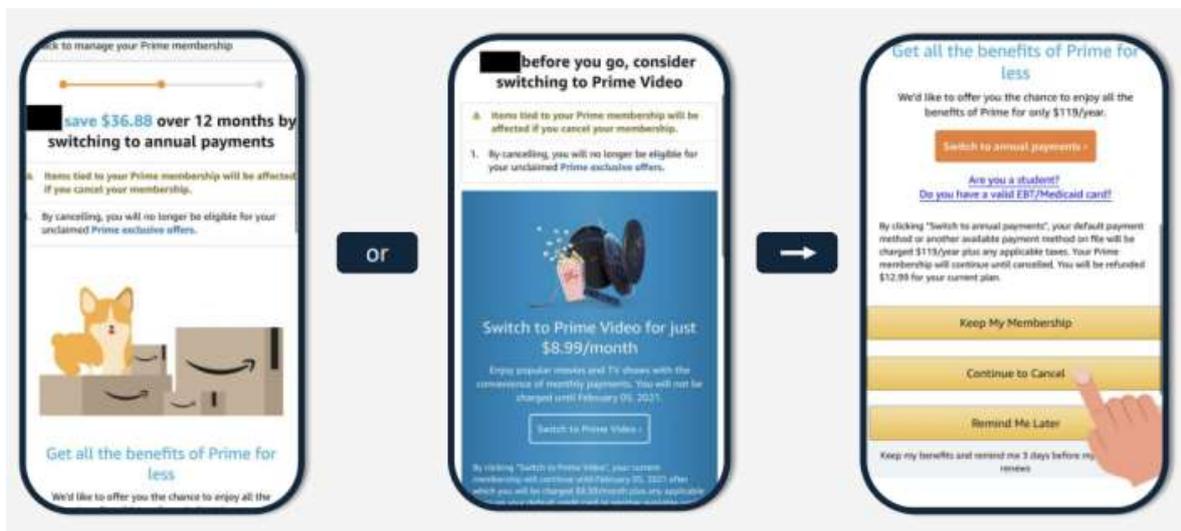


圖 15 業者於手機螢幕中用複雜文字或介面干擾欲退訂的消費者

資料來源：挪威消費者委員會, Henrik Kulseng 與 Vegard Grindstuen

於 2023 年 ICPEN 春季大會之簡報

在處理類此案件時，消保機關應分享資訊並互助合作，因大企業幾乎不會主動提出改善意願，導致案件被拖延處理。「暗黑模式」可為業者帶來豐厚利潤、發展趨勢日益複雜，常被業者以隱匿的手法濫用，實非消費者之福。

(十九)Fortnite 案例探討

美國聯邦交易委員會 Andrew Hasty、James Doty

美國聯邦交易委員會(簡稱 FTC)於 2023 年 3 月與線上遊戲「要塞英雄」(Fortnite) 開發商 Epic Games, Inc.達成協議，要求其支付 2.45 億美元賠償金給消費者，因其運用暗黑模式的介面設計手法，且未經同意就儲存家長的信用卡資訊，讓數百萬玩家在無意間消費，創下 FTC 在遊戲案件裁處的最高賠償金紀錄。FTC 並禁止 Epic Games 運用暗黑模式，在未取得消費者同意的情形下收取費用。

- 1、暗黑模式手法 A: 縮小「勿儲存信用卡資訊」的選項框，使消費者不易察覺而勾選(圖 16)。
- 2、暗黑模式手法 B: 在手機介面設計小且緊湊的購買按鍵(PURCHASE、PREVIEW STYLES、BUY AS A GIFT)，只要按一次就完成購買，無法取消(如圖 17)；或故意設計看起來與實際功能相反的按鈕，混淆視聽。

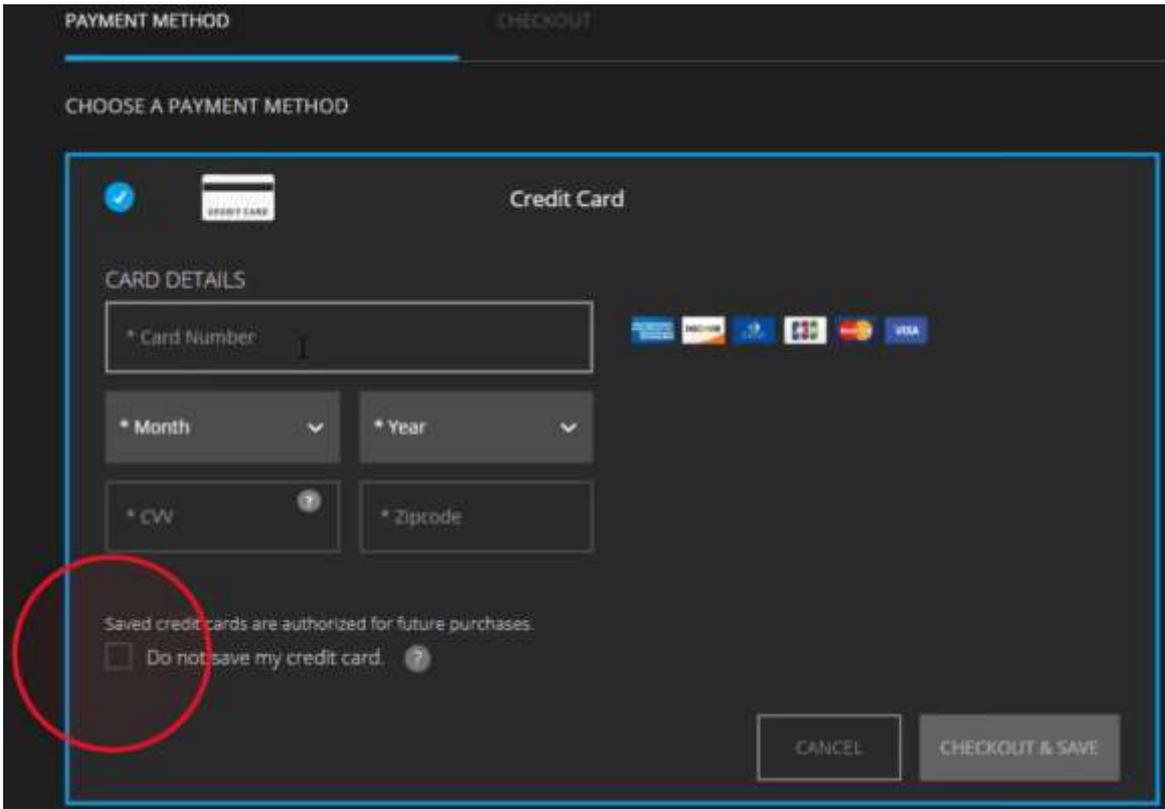


圖 16 業者故意縮小「勿儲存信用卡資訊」的選項框
 資料來源：美國聯邦交易委員會 Andrew Hasty、James Doty
 於 2023 年 ICPEN 春季大會之簡報

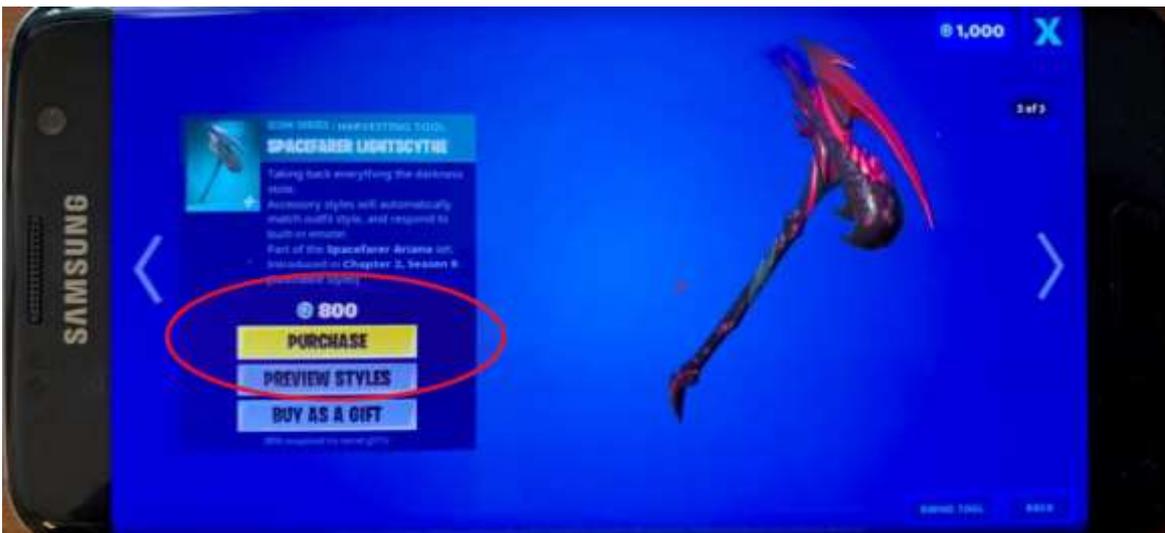


圖 17 手機螢幕上的選項按鈕既小又緊湊，按錯便立即完成下單
 資料來源：美國聯邦交易委員會 Andrew Hasty、James Doty
 於 2023 年 ICPEN 春季大會之簡報

3、暗黑模式手法 C：「取消」和「購買」按鈕放一起，不小心會誤選購買(圖 18)。

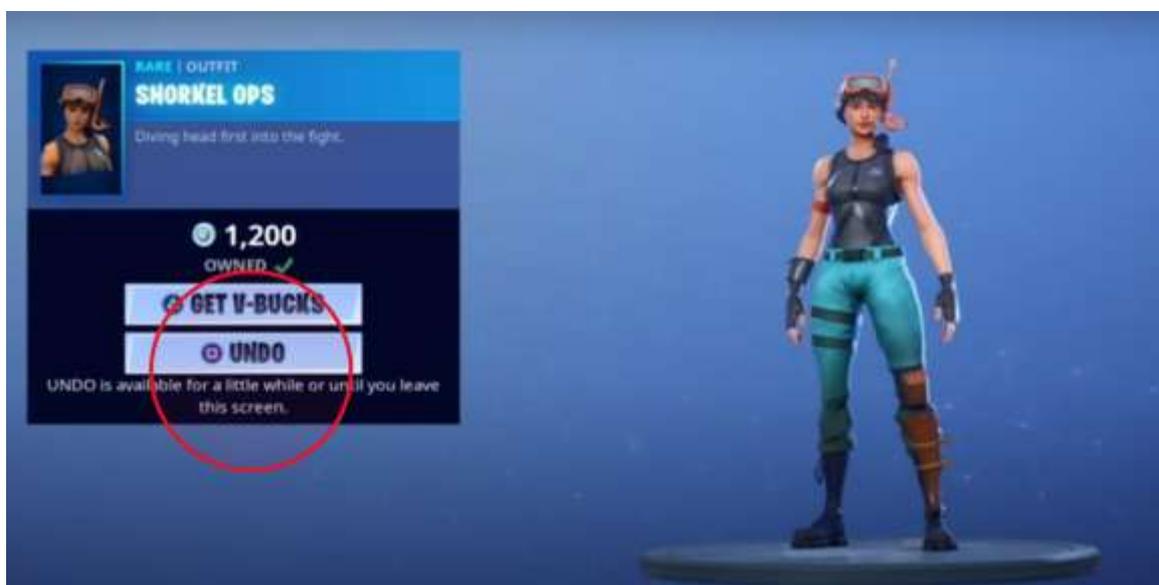


圖 18 螢幕上的取消按鈕太小，按錯會另外加購

資料來源：美國聯邦交易委員會 Andrew Hasty、James Doty
於 2023 年 ICPEN 春季大會之簡報

4、暗黑模式手法 D：退款選項難以找到，且程序冗長(圖 19)。



圖 19 退款頁面藏在功能選單的階層裡，不易找到

資料來源：美國聯邦交易委員會 Andrew Hasty、James Doty
於 2023 年 ICPEN 春季大會之簡報

5、FTC 採用的調查工具：蒐集可公開取得資料（如螢幕截圖等），以及請消費者提供文件與證詞。

6、蒐證內容：

(1)內部測試資料：許多公司會預先開放供測試其網站、遊戲或線上服務的功能，以了解消費者的反應。根據 Epic Games 的內部測試，當取消鍵被縮小並被移動到不明顯的位置時，消費者取消遊戲的情況減少了 35%，且沒有用戶能找到退款途徑。

(2)相關市場、行為或心理研究。

(3)消費者申訴內容及申訴案件數(損害客戶利益的直接證據)。

(4)公司內部工作人員郵件：顯示公司知道運用暗黑手法欺騙消費者，但仍不肯改善。

(5)對暗黑手法設置的介面功能是否扭曲消費者行為或理解進行測試，藉由學術文獻了解消費者是否會被該功能操縱，且經由第三方測試了解，同行競爭者是否能夠順利提供類似的產品或服務，而不需採取暗黑模式。

7、根據上述證據，FTC 認定結果如下：

(1)Epic Games 對消費者造成實質損害(包含金錢及時間)。

(2)Epic Games 拒絕改善，讓消費者在玩遊戲時被收取不必要的費用、無法避免權益受損。

(3)消費者易受到 Epic Games 的暗黑模式手法操控，無法反制。

參、心得與建議

一、國際反詐熱度不減，惟區域合作有待繼續加溫

ICPEN 有一專案小組每年策劃防詐騙月活動，請各會員聯合推行打詐，並將成果提至大會報告；美國 FTC 長期致力於保護美國人免於欺騙性做法，對侵害隱私權、不實評價及暗黑商業模式採取強力執法；澳洲成立了打詐中心，將打詐區域合作視為近期重要戰略之一；下屆主辦國波蘭，也持續將打詐列入任期內重要議題。雖可見到有些 ICPEN 會員各自在打詐方面展現具體成果，但跨國聯合行動則不常見，過去曾見歐盟區域內之執法過程報告，A 國將掌握到他國廠商違規造成損害等資訊，通報具管轄權之 B 國執法機關調查或處罰，但案例不多。許多類型之詐騙手法確實有地域性，因此澳洲方提出區域聯防之構想，以我國為例，一頁式廣告手法即常見來自於境外賣家。若是未涉刑事詐騙之消費爭議個案(如劣貨、延遲給付或拒絕退換貨等)，不易爭取足夠資源與共識展開跨國合作，國內相關機關遂從推動識詐著手。

二、暗黑模式是近期最重要之國際消保議題，有待積極正視

暗黑模式，指業者透過網路介面上各種手段，以欺騙、操縱或運用影響力，讓消費者做出原本不會做的選擇，藉此達到銷售目的。常見的「暗黑模式」如：

- (1)加入訂閱後，取消或停止訂閱非常困難。
- (2)未告知消費者的情況下自動續約，收取原方案資費。
- (3)藏有付費項目，等結帳才出現訂購過程中未曾揭露的費用。
- (4)濫用「限時優惠」或「即將售完」訊息，誘使消費者下單。
- (5)偽裝一般廣告，卻混入其他軟體或銷售網站連結讓人點擊。
- (6)蓄意讓價格比較更困難(例如將單價計算或服務內容不一致之產品放在一起)，干擾消費者做出最佳決定。

由於越來越多交易轉移到網路上進行，與實體銷售方式相比，業者如欲

在網路上操縱消費者行為，只需利用資訊工具結合數位足跡之蒐集，便可大規模或更複雜方式在網頁內部署暗黑模組，為消保工作帶來更大的挑戰。針對企業利用行為偏誤來操縱消費者選擇的種種網站或應用程式設計，本次大會透過演示和案例研究，分享如何識別、蒐證並執法，以防制業者濫用「暗黑模式」(第 40 頁)。OECD 表示，多數情況下難以衡量消費者所受之損害，何況消費者未察覺有異，因此從國內消費爭議申訴調解案件統計或文字雲等資訊中，實無從發現類此問題，惟可確認暗黑模式對國內消費者並不陌生，只不過鮮少有人能指認企業系統化對消費者進行操弄。倘要判斷暗黑模式是否引人錯誤，需掌握許多企業內部資訊加以驗證，線上購物或服務業者又多如繁星，執法難度頗高，國外案例則是從 Amazon 或線上遊戲商等大型電商業者著手，對應到國內現況，首先須認知這是數位市場已存在的消費問題，才能接著進行市場研究與應處；現階段似可透過分享市場案例等消費資訊，灌輸民眾線上交易基本防護觀念，降低消費者受到操弄或影響的程度。

三、保護弱勢消費者，社區自發性活動之效果不容小覷

國內消保基本政策與教育宣導活動之規劃與執行，一向重視維護弱勢消費族群之權益。澳洲 ACCC 分享的弱勢消費者保護案例，其中有 2 項重要措施，展現出明顯成效，值得參考(詳第 34 頁)。其一，ACCC 對電信商向原住民銷售電信服務時的不當銷售行為提起聯邦法院訴訟。該電信商明知原住民消費者的社經背景(多為失業與退休者)、語言(英文不通)及文化脆弱性(媒體資訊接觸較少)，企業內部未制止這些不當推銷行為，對原住民造成更沉重的經濟負擔，因本案而承擔的平均債務超過 7,400 澳幣，形同剝削原住民消費者，情節重大。廠商被 ACCC 提告後，遭聯邦法院處以 5,000 萬澳幣的罰款，並免除消費者的債務、退還已支付款項及採取其他保護原住民權益之措施，如擴充原住民消費者的客服專線及在原住民社區推動數位教育等。其二，則是與原住民社區合作設告示牌，提醒推銷員勿任意上門推銷。架設告示牌後，該

社區上門推銷產品的人大幅減少，社區也更注重保護自身消費權益。目前澳洲已有 6 個原住民社區加入 ACCC 的 “Do Not Knock informed” 計畫。ACCC 並設置原住民消費者專線，讓原住民消費者檢舉推銷員非法上門推銷。此案例特殊之處，是將拒絕上門推銷與社區意識結合，意即在政府並無法據可禁止業者上門推銷之情況下，仍可培力社區意識，讓社區或消費者自主的力量來阻絕上門推銷的手法。有些政府不能對業者做的事，但消費者可以。我國消費者保護法規定，訪問交易之消費者有 7 日內解除契約之權利，惟不宜視為唯一且足以保護消費者之機制，尤其訪問交易或多層次傳銷之銷售對象或場景，多是鎖定高齡者或其他可能不擅拒絕推銷之消費族群，鼓勵並支持社區自主發動類似活動，將發揮社區聯防或消費者相互提醒之作用，可對上門推銷或意圖詐騙之業者產生嚇阻效果。

本次大會中，尚有韓國 KCA 提出之「高齡消費者守護者」計畫，培訓退休公務員及志工對高齡消費者進行消保知識宣導，在各地的樂齡學習中心對高齡消費者提供消費諮詢服務(第 36 頁)。本院消費者保護處於 104 至 105 年間於年度消保教育系列活動陸續完成 3 場樂齡消保師資培訓計畫，課程、招募對象與服務性質都與 KCA 之計畫類似，所培訓之種子人員目前尚有多位在行政院消費者中心從事消費諮詢服務，未來仍可思考如何結合樂齡教育持續進行推展。

四、宜密切注意近期 ICPEN 重要幕僚職務之更替情況

從本次春季大會所掌握之訊息，ICPEN 常設之幕僚職務如秘書處及網站管理員，均表示任期已屆，亟待有意願之會員接手。其他任務型之小組亦有提出類似意見者(如荷蘭)，其中秘書處及網站管理員角色對於我方獲取 ICPEN 資訊至關重要，目前 ICPEN 秘書處(德國)與網站管理員(澳洲)對我一向保持公平友好之態度，原則上往年 ICPEN 職務交替，均有確實交接會務，惟我方仍宜保持對 ICPEN 會務狀況之關注，遇有重要幕僚職務異動之情況，則須主動

建立良好之關係，以暢通與 ICPEN 溝通管道，維持消保國際合作業務順利運行。

五、ICPEN 大會採實體與視訊混成方式，有利於更廣泛參與

隨疫情好轉，國際會議已恢復舉行，但 ICPEN 不定期之內部專案小組工作會議或專題演講分享活動，多仍採視訊會議舉行，每年春季與秋季兩次大會，也依然開放出席人員得採視訊參加，此應係國際會議之趨勢。本次大會中，有多位與談人採視訊發表，也有可供視訊出席者參加之分組討論(惟與實體分組區隔)。由此觀察，未來我方倘有多人意欲採視訊出席大會者，或者只想瞭解某特定主題之場次，亦有視訊參加之較彈性方案可考慮。惟無論視訊或實體出席，均需於事前依主辦國公布方式事先完成報名。惟若僅以視訊方式出席會議，效益不免較出席實體會議低，不利之處包括：無法與他國官員互動，未必能自主選擇工作坊之分組討論，此外，會議相關資料或活動情報之蒐集，恐將遇窒礙或等候更長時間，因此積極派員出席實體會議之重要性尚無可取代。

綜觀本次春季大會之規劃理念，可約略歸納為 3 部分，第 1 部分是網絡內部事務性或專案工作小組之報告，第 2 部分是介紹創新措施或新知(包括專題研究、企業或其他 NGO 組織之倡議)，第 3 部分則是工作坊，此部分是主辦國選定普遍受各國關注之消保護題，邀請富有執行經驗之國家或者資深官員主持，引導其他成員討論或觀摩學習。我方派員出席 ICPEN 大會，除維繫與他國官員或國際組織代表之交流外，現階段的重要目的，在實質參與國際組織會議，瞭解各國最新消費者保護趨勢、法令、措施與執法技術，此與大多數 ICPEN 會員參與之動機並無二致。由於 ICPEN 成員之間，其社會經濟規模、法規乃至消保組織架構均存在不同程度之落差，ICPEN 常安排工作坊以培力第一線執法人員，採模擬之案例情境，引導提問與發表，形式較類似消保職能之專業訓練課程，選定消費市場發展中議題做研析，或進行執法成果

分享。雖為重要之國際組織，似未曾研訂或協商具體之全球性協定或合作架構，乃聚焦於非關各國經濟利益之事務性議題，合作之重點項目主要在消保執法與專業資訊交流，重在「組織學習」。主辦國澳洲也在開幕致詞指出，盼望更多國家加入會員，是其廣邀太平洋島國出席；亦呼籲亞洲地區成員，展現更積極之態度。

綜上，我方選派出席例行年度大會人選之考量，可衡酌此會議性質，並非多邊協定談判之場域，為促進消保執法與國際資訊之交流，乃建議消保業務同仁積極參與，獲取參與國際事務與學習新知之經歷。