

出國報告(出國類別：會議)

出席國際消費品健康安全組織(ICPHSO)
2019 年年會暨訓練研討會報告

服務機關：經濟部標準檢驗局

姓名職稱：黃惠芳科長

派赴國家：美國

出國日期：108 年 2 月 23 日至 108 年 3 月 2 日

報告日期：108 年 5 月 22 日

摘 要

國際消費品健康安全組織(International Consumer Product Health and Safety Organization, 簡稱 ICPHSO)為致力於探討全球消費者所關切之商品健康及安全相關議題，並提供意見交換及資訊分享之平台，每年皆辦理各種研討會，並邀集全球消費商品健康及安全領域之專家學者出席。

ICPHSO 2019 年會暨訓練研討會於 108 年 2 月 25 日至 28 日假美國華盛頓特區舉行，本年主題為「為安全團結(United for Safety)」，討論議題包括如何建立有效之商品安全管理程序；面對正面、負面與無預期的社群媒體、商品駭客與消費者濫用的工具包；網路世界中商品安全與隱私議題探討等多項議題，惟因部分議題為同時間進行，只能選擇與本局業務較相關部分參與。

本次參加研討會及會議之心得及建議，摘要臚列如下：

一、建議關注物聯網及智慧商品之安全性議題

物聯網(IoT)及智慧商品所涉安全性議題已非侷限於傳統的安規與電磁相容性，可能出現產品遭駭客入侵或功能失效等而產生危害，涉此部分的標準與規範仍持續發展中，應密切注意相關發展狀況與趨勢，俾做好因應準備。

二、建議多利用多媒體形式進行相關宣導

因應目前消費者習慣透過手機觀看圖片或影片，並使用社群媒體獲取相關訊息，建議可嘗試拍攝檢測商品、進行市場檢查過程等影片，搭配商品安全知識，透過社群媒體進行傳播，俾達到教育者並藉此提升本局形象。

三、持續參與消費品安全相關國際研討會及會議，了解新的議題與趨勢

本次為國際消費商品健康安全組織(ICPHSO)每年固定舉辦之訓練研討會，許多國家主管機關亦會派員參與，除能蒐集及瞭解國際間最新之消費商品及安全相關資訊，亦可利用會議期間與各國主管機關代表進行經驗交流及資訊分享。

目 次

壹、出國目的	5
貳、會議過程	5
一、ICPHSO 研討會議程.....	5
二、「讓產品安全訊息直達公眾的有效作法—CPSC 的經驗」研討會.....	6
參、訓練研討會重要議題摘述.....	9
一、社群媒體、商品駭客與消費者誤用.....	9
二、殊途同歸：在這相互連結世界裏產品安全與隱私權的十字路口.....	10
三、「畢竟世界很小」—全球管制者交流討論.....	11
四、電子商務與仿冒的盛行：確保網路販售產品的安全性.....	12
五、電腦產生的實境比得上千言萬語.....	13
六、消費品安全的過去到未來.....	14
七、CPSC 專家大會.....	15
八、共同為年長者安全努力.....	17
肆、心得及建議.....	18
伍、附件	

壹、出國目的

國際消費品健康安全組織(International Consumer Product Health and Safety Organization，簡稱 ICPHSO)成立於 1993 年，其成員包括各國政府機關、商品製造商、輸入商、零售商、驗證/測試實驗室、法律事務所、學術機構、標準制定組織、媒體、消保團體等。該組織為致力於探討全球消費者所關切之商品健康及安全相關議題，並作為成員間意見交換及資訊分享之平台，每年皆辦理各種國際研討會，並邀集全球有關消費商品健康及安全領域之專家學者出席會議。

ICPHSO 2019 年會暨訓練研討會，於 108 年 2 月 25 日至 28 日，假美國華盛頓特區舉行，共有來自世界各國之產、官、學、研、律師等各領域之學者專家 830 人參加，創下新高。另於 108 年 2 月 25 日上午，由美國消費品安全委員會(CPSC)邀集各國政府官員，召開「讓產品安全訊息直達公眾的有效作法—CPSC 的經驗」研討會，計有加拿大、比利時、日本、澳洲、新加坡、墨西哥、韓國、巴西、哥倫比亞、英國及我國等出席會議。



研討會現場

貳、會議過程

一、ICPHSO 研討會議程

日期	議題
2月25日	<ol style="list-style-type: none">1. 加拿大衛生部報告其檢驗要求 Health Canada Reporting Requirements and What to Expect when you' re Being Inspected2. 為安全合作：公司與州政府為共同目的一起努力 A Collaboration for Safety: Brands and States Working Together For a Common Purpose3. 產品安全管理：如何建立一個有效的計畫 Product Safety Management: How to Establish an Effective Program4. 社群媒體、商品駭客與消費者誤用 Social Media, Product Hacks and Consumer Misuse: A Toolkit for the Good, the Bad, and the Unexpected5. 用資料與數位轉變為你的企業加速並引領至更安全的未來 Accelerate the Speed of Your Business & Lead the Way to a Safer Future with Data & Digital Transformation6. 符合性策略—通行亞洲市場 Compliance Strategies - Navigating the Asian Market7. 殊途同歸：在這相互連結世界產品安全與隱私權的十字路口 United Interests, Separate Paths: The Intersection of Product Safety and Privacy in an Interconnected World8. 反思召回：從結束到開始分析一項產品的召回 Reverse Recall: An Analysis of Product Recall From End to Beginning
2月26日	<ol style="list-style-type: none">1. 「畢竟世界很小」--全球管制者交流討論會 "It's a Small World After All" - Global Regulator Interactive Discussion2. 電子商務與仿冒的盛行：確保網路販售產品的安全性 E-commerce and the Rise of Counterfeits: Ensuring the Safety of Products Sold Online3. 從加州第65號法案及其他州權利的熱門話題了解法律 Hot Topics from Prop. 65 and Other State Right to Know Laws4. 符合性人員：公司的超級英雄還是公司的超級惡棍 Compliance Officer: Company Super Hero or Company Super Villain5. 尋求比法規要求更安全的化學品

	<p>Seeking Safer Chemicals Beyond Regulatory Requirements</p> <p>6. 探求外來的身體危害、減輕策略與製造及品質管制 Exploration of Foreign Body Hazards, Mitigation Strategies, Manufacturing and Quality Controls</p> <p>7. 電腦產生的實境值1,000個字 A Computer Generated Reality is Worth 1000 Words</p> <p>8. 在爭吵中存活：在標準發展中統一不同觀點 Surviving the Fray: Uniting Differing Perspectives in Standard Development</p> <p>9. 從過去到未來的消費品安全：爐邊閒聊 Consumer Product Safety Through the Years and Into the Future: A Fireside Chat</p> <p>10. 建設性地運用消費品責任資訊於產品安全 Using Consumer Product Liability Information Constructively for Product Safety</p>
2月27日	<p>1. 問問 CPSC #ASKCPSC</p> <p>2. 符合性計畫與資訊自由法 Compliance Programs and FOIA</p> <p>3. 像消費者般思考：積極主動的安全工程 Think Like a Consumer: Proactive Safety Engineering</p> <p>4. 科技：改善召回有效性的有利工具 Technology: A Powerful Tool for Improving Recall Effectiveness</p> <p>5. 政策制定者對產品安全的觀點 Policymakers' Perspective on Product Safety</p> <p>6. 追尋獨角獸—為什麼達到產品安全標準國際調和這麼困難？ Chasing the Unicorn - Why is it so Hard to Achieve International Harmonisation of Product Safety Standards?</p> <p>7. 認識你的供應商：用新興科技確認來源 Knowing Your Suppliers: Emerging Technologies to Affirm Provenance</p> <p>8. 開拓商機—在非傳統市場的產品安全途徑 Expanding Your Business—Product Safety Approaches in Non-Traditional Markets</p>
2月28日	<p>1. 為消費性產品安全站在一起—為創新與科技開發路徑 Agencies Stand United for Consumer Product Safety - Evolving Approaches for Innovation & Technology</p> <p>2. 解決快速發展的新消費技術產品安全問題的新方法 Periscope Up! - Fresh Approaches to Product Safety Questions</p>

	for Fast Moving New Consumer Technologies 3. 互動產品安全模擬 Interactive Product Safety Simulation 4. 為年長者安全團結 United for Senior Safety
--	--

二、「讓產品安全訊息直達公眾的有效作法—CPSC 的經驗」研討會

(一) 會議時間：2019 年 2 月 25 日上午 9 時至 12 時

(二) 會議地點：美洲國家組織

(三) 出席單位：加拿大、比利時、日本、澳洲、新加坡、墨西哥、
韓國、巴西、哥倫比亞、英國及我國等出席會議

(四) 會議情形摘要：本研討會係由美國消費品安全委員會(CPSC)召開，僅限各國政府官員參加，主要係分享CPSC在對外溝通聯繫上的各種作法，包括介紹CPSC通訊傳播辦公室(Office of Communications)、CPSC廣泛資訊與教育活動：泳池安全與家具固定(Pool Safety/Anchor It)、媒體關係—什麼有用、什麼沒用、社群媒體與數位溝通的最佳作法、衡量：如何知道我們的訊息被聽到/讀到/看到？幫你的首長準備記者會、辨識召回商品的風險。

CPSC通訊傳播辦公室負責事務包括有召開記者會、發布產品安全活動及召回之新聞稿、經營部落格、發布安全警訊、社群媒體經營、媒體採訪、拍攝影片、安全宣導活動，該辦公室會利用相關年節或活動時辦理宣導活動或拍攝影片提醒消費者注意消費品安全，如於國慶日時展示燃放煙火可能發生的危險、與夏令營合作宣導於泳池會碰到的危險等。其並透過不同網站如SaferProducts.gov、PoolSafety.gov和AnchorIt.gov等網站來針對不同主題提供安全資訊給消費者。並進行安全教育活動，如家具固定活動(Anchor It! Campaign)即係因美國數百萬家中有未固定或不穩定的家具或電視，在美國大約每9天就有一孩童死於家具傾倒或每38分鐘就有一孩童因此送急診，故CPSC即發起該活動提醒家長或照顧者注意，只要花點小錢改善即可避免悲劇發生，其採取的策略包括於衛星電視或電台宣導，甚至在超級盃的時候曝光、在社群媒體上買廣告、開記者會或由CPSC主席或委員示範家具如

何傾倒、與外界(如消費者保護團體或兒童保護團體)合作擴大宣傳效果、架設網站及提供免費印刷品、透過公共服務平台及拍攝教育影片及請家長現身說法等。



圖片可以加深讀者印象

至於在媒體關係上，最基本的是要知道媒體想要什麼、瞭解媒體或記者的個性及偏好、抓得到「新聞性」、與媒體建立關係、並以正確方法及提供正確訊息，可用不同的角度創造新聞，不要被媒體牽著走；考量觀眾、經費與資源等，選擇正確的傳播方式，同時切記不要偏愛某些媒體或敵視特定媒體，要對媒體一視同仁。在社群媒體提供的資訊要有趣、有記憶點、有用，並同時要簡潔，讓觀者可輕易了解。試著說故事，而不是只提供事實和數字，觀眾要的是一種經驗，同時80%以上的消費者偏好看影片而非部落格文字。

而在為長官準備記者會時，首先要知道你對誰說話，同時必須對記者會的主題有很扎實的了解，也必須要對記者的背景及媒體性質有所認識，可在事前搜尋一下他們作過的報導以瞭解他們是哪種類型的記者，是調查型的？會問很多後續的問題或很直接？他們支持或反對你的觀點？準備3~4個你

要講的重點，在訪談時有機會便拉回這些重點。切記要將重點提示列於一頁供長官參考。

參、訓練研討會重要議題摘述


一、社群媒體、商品駭客與消費者誤用

本場次主要係討論消費者於社群媒體上傳播分享產品的誤用，如有一款標榜無毒、給兒童使用的色筆，一部落客為驗證其是否確實無毒，即將該色筆用於臉上彩繪，拿來畫眼影及當口紅並拍成影片於網路上分享，雖經業者發現勸導，但消費者類似行為仍屢見不鮮。又如將嬰兒手推車自行改裝以配合慢跑或滑雪、或將洗衣膠囊裝在糖果罐等類此不當使用於網路上分享。在目前社群媒體對標新立異的使用方式傳播速度更快的趨勢下，可能使某個商品的誤用或濫用的情形永久被記錄在網路上，對業者而言，你可以在傳統的社群媒體(如臉書、Instagram、推特、Pinterest)、部落格、網紅(influencers)、或任何可以上網評論的地方、YouTube、Snapchat 等等發現此類商品誤用情形，你可以選擇靜觀其變，也可以私下與消費者溝通、或公開回應，回應時要審慎，要謹記商品原先設計的目的、消費者的健康和 safety 與教育大眾，要有回應策略以提升品牌形象。如果你太久沒回應，傷害可能已經造成，如果你回應了，可能使該誤用反而引起注意。可以試著與上傳的消費者溝通將該誤用方式移除或更正，該消費者可能置之不理，但仍可試試。可以試著低調的提醒大家該商品的正確使用方式、相關的警語等，注意誤用與正確使用情形的消長，消費者可能會互相糾正。也可注意各個社群媒體的使用條款，必要時可透過該條款來移除不當影片或言論。

icphso 2019 ICPHSO ANNUAL MEETING AND TRAINING SYMPOSIUM
FEBRUARY 25-28, 2019 MARRIOTT RENAISSANCE DOWNTOWN HOTEL • WASHINGTON, DC

Ask/Inform (“Please stop doing that!”)
Is it safe to use Crayola Crayons to make lipstick, eyeliner and other makeup?

Portrayal on Social Media



Actual Brand Message

- As the manufacturer of children's products, safety is our top priority at Crayola.
- Although our products are nontoxic, we do not recommend using them to make eyeliner, lipstick or other makeup, and strongly discourage their use in this manner. The products were never intended to be used on the skin or face in this manner.
- Makeup goes through specific and rigorous testing because it is intended to be used on the skin. Because they were never meant to be used as makeup, our colored pencils or crayons have not been tested in the same way and should not be used as a cosmetic. They are not designed, tested or approved for this purpose.

消費者誤用案例 1

icphso 2019 ICPHSO ANNUAL MEETING AND TRAINING SYMPOSIUM
FEBRUARY 25-28, 2019 MARRIOTT RENAISSANCE DOWNTOWN HOTEL • WASHINGTON, DC







消費者誤用案例 2

二、殊途同歸：在這相互連結世界裏產品安全與隱私權的十字路口

本場次在探討物聯網中產品安全和隱私權挑戰。過去保護消費者免於危險消費品的危害，重點一直放在造成人身傷害的可能性上。但隨著物聯網 (IoT) 風靡全球，保護消費者隱私也成為產品安全的重要考慮因素。但我們過去所用的有形、可測試的安全標準，一時可能難以適應新的考慮因素，於是可能只有剛剛起步和主觀的開發標準、過於寬鬆的立法作為規範。物聯網係將各

種產品藉由網路來接收與傳輸資料，消費者可能用物聯網來監測心跳、門禁、空調溫度、監看嬰幼兒等。CPSC 於 2019 年 1 月 31 日發布了一份「物聯網的安全架構：消費品安全的省思」報告指出，「物聯網所涉的議題不只包括諸如個人識別、金錢或個人資料的竊取等個人隱私或資料的保密，在傷害的預防上，保護資訊安全與個人隱私的對應作法常是相同的，然而，消費品安全的議題較為獨特，需要特別考量。」對網路安全防範較為脆弱的商品即可能有安全風險，例如，新生兒父母監控嬰兒的產品可能被駭客入侵、家庭智慧系統的漏洞讓駭客將門開鎖並將火災警報關掉等。有連網的消費性商品的安全風險包括產品功能異常—可能過度信賴該商品而造成危險或產生對身體的危害，與故意破壞—藉此取得個人資料或干擾設備原有的功能。那該如何解決呢？包括強制性標準、自願性標準、非正式的指引與實務上的解決方案。在美國，與物聯網有關的管制單位包括 FCC(聯邦通信委員會)、BIS(工業與安全局)、CPSC(消費品安全委員會)、DOT(運輸部)、FDA(食品藥物管理署)、NIST(國家標準暨技術研究院)、FTC(聯邦貿易委員會)，自願性的標準或指引有 ASTM F963、FTC 指引、NIST 指引、OECD 隱私權保護與個人資料跨境流通指引、CPSC 物聯網架構、物聯網架構附錄。CPSC 物聯網架構包括製造商與零售商角色與責任(產品發展時的一般性考量)→所有物聯網產品發展必要的評估(建構安全風險評估的一步一步的通用指引)→已認知的安全風險的潛在對策(產品評估時如何描述風險的指引)→特別的產品類型額外的安全性考量(對特定產品類別可能接觸的特定風險的基本提醒)。實務上的解決方案則可包括設計時考量安全性—遠端更新與通知、遠端關機、使用說明/警告；設計時考量隱私—對登入權限的限制、不蒐集不必要的資料；企業保護措施—外包時相關注意事項、契約內容有所規範、保險。物聯網法規的未來架構包含了自願性標準與最佳作業、機構間的合作、業界主導的途徑、驗證標準，物聯網涉及許多機關與法規，無法一站包辦或期待某個單位提出所有解決方案，相關單位及人員都得投注心力於其中，無法置身事外。

三、「畢竟世界很小」—全球管制者交流討論會

本場次係由來自澳洲、巴西、加拿大和英國的監管機構的官員介紹其最新政策及管制重點。首先澳洲介紹其新政策及要求包括持續更新強制性標準；檢視國外標準的適用性—如嬰兒車、拋棄式打火機、兒童睡衣。

巴西代表表示該國去年無商品召回案件，2017年則只有8件，巴西負責商品召回的單位為國家消費者秘書處，事實上，巴西的商品召回大部分為車輛相關、化粧品、玩具等，一般消費性商品很少。該國商品召回的另一個特點是商品召回都是強制性的，業者並不自願性召回，故只要主管機關在媒體上宣布召回訊息，召回成效通常很好。另一方面，巴西的商品事故通報對比其他國家，除了業者會通報事故，消費者並不通報事故。巴西的前幾大事故商品為爐子、梯子與床墊，這些都是巴西的列管商品，但即使列檢，仍可發現事故持續發生，讓人對列管、檢驗、測試等的效果產生懷疑。巴西並無一個一般性的商品安全法，商品是個別列檢的，腳踏車、玩具、頭盔等等，有前市場管制、相對應的符合性評鑑制度，經過檢驗的產品有檢驗標識，在後市場監督方面，99%都是檢查是否有標識，只有1%會實際檢測。

加拿大代表表示該國持續在進行法規檢討，探討不同的管制工具應如何選擇，公開決策的過程並諮詢業者來改善法規的品質。在某個商品安全議題發生的時候應該如何回應？訂定自願性標準？採取強制性管制措施？在何種情境下可以選擇不回應？加拿大試著與其管制部門的專家們研討整理出最適當的回應方式，並試著讓業界等利害關係者瞭解政策過程與內容，為什麼會有該政策？其目的是什麼？讓業界知道真正的考量因素有哪些？加拿大採行三階段的決策方式，第一考量可能的危害有哪些？在保障消費者安全的前提下，該避免哪些危害？再來考量應如何規範？如自願性標準或強制管制措施等；再來則是透過政策制定程序來確認政策。這麼做的好處首先在於它是一種回應性的決策方式，同時它也會比較彈性，因為政策一旦制定則不易修改。很重要是政策的制定要讓業界等利害關係人是可預期的，讓他們知道在哪個階段他們可參與表達意見，而不致冒然實施造成反彈。

英國代表表示新成立約一年的產品安全與標準局(Office for Product Safety and

Standards)是一個全新的單位，負責建構英國的產品安全體系、依據科學證據來分析事故資料、進行風險評估、執行政策並告知消費者如何選擇產品，以保護消費者，並使業者知道他們該盡的義務。目前產品安全與標準局首要任務在於整理其舊有的體系，英國涉及產品安全的管制單位有 11 個，如通訊局即管理通訊相關產品及網路安全等，此外，在處理不安全消費品部分，英國還有超過 200 個的地方單位，他們更接近業者、更了解業者。因此，產品安全與標準局所扮演的角色是在試圖整合各種與產品安全相關的資源，如測試實驗室、資訊分析等，並進行諸如消費者使用行為等相關研究，產品安全與標準局也會進行對消費者產品安全的教育宣導及對符合性評鑑體系人員的訓練等。

四、電子商務與仿冒的盛行：確保網路販售產品的安全性

本場次將由涉及電子商務平台、實體零售商、政府、消費者團體以及檢測業者共同討論解決網路銷售仿冒和不安全消費品所帶來的挑戰的最佳實踐和建議。全球電子商務銷售額已超過萬億美元大關，它使產品能夠以前所未有的速度送達消費者手中。透過電子商務平台使消費者能夠從世界任何地方購買產品並將其直接送到家中，賣家可直接向消費者的銷售，帶來非常大的好處，但也有非常多的挑戰。

雖然無論是在網路銷售或是經由實體店銷售的產品都適用產品安全要求，但由於網路銷售的產品更難以追蹤、監控和驗證，不合規定的產品可能更容易送到消費者手中。此外，網路銷售仿冒產品的趨勢越來越明顯：美國政府責任局（Government Accountability Office, GAO）發現，在 5 個熱門電子商務網站（從化妝品到運動鞋到電子產品）從第三方賣家購買的商品中有 40% 的商品是仿冒的，而大多數的仿冒產品品質較差，可能造成嚴重傷害。事實上，消費者對價錢是很敏感的，因此，只要價錢較便宜，安全又無太大疑慮下，他們很可能會選擇仿冒品。但網路上購買的商品對販賣者的責任是很難追究的，不像實體商店，當商品出問題時，可以很清楚的知道找誰負責，但電子

商務的匿名運作特性，使消費者或主管機關難以追查商品來源，同時它又可能是跨境犯罪，使賣家更容易隱藏。如果業者發現其品牌的商品被仿冒在網路上販售，或檢驗標識被仿造挪用等，請與網路平臺合作，將商品下架。另一方面，消費者意識也是很重要的，當我們懷疑價錢太便宜不可能是真品，它就真的不是真品。目前的法規對消費者並不有利，消費者應確認買的東西真的是其想要的品牌與品質再購買，買到的東西不對就要求退貨，不容忍不好的賣家繼續存在，才能阻絕仿冒或不安全的產品。特別是仿冒品所涉及的不僅是智慧財產的問題，它其實也代表了它未通過各種安全驗證，可能造成對使用者或家人的傷害。

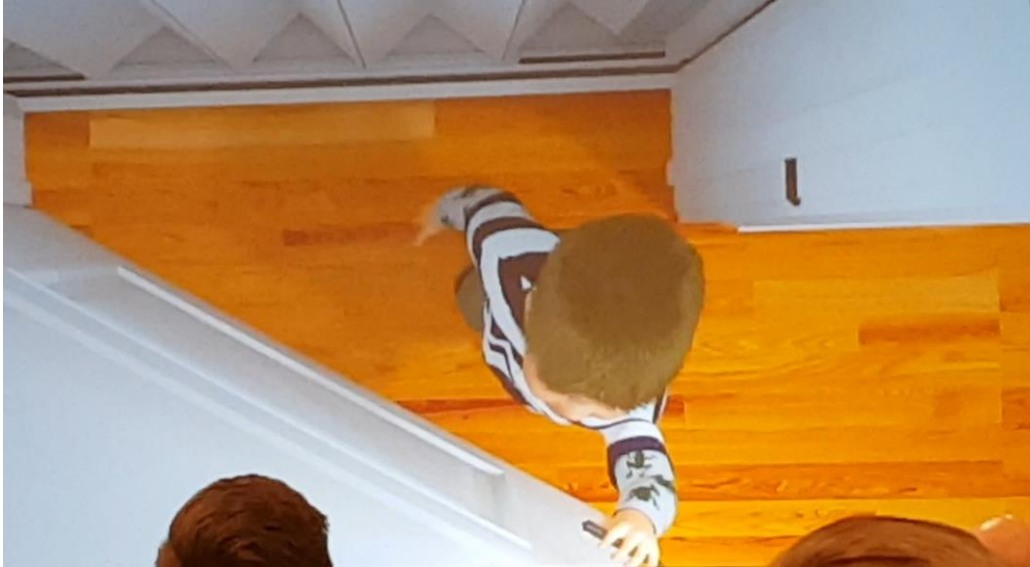
五、電腦產生的實境比得上千言萬語

在進行產品安全分析時所面臨的挑戰包括不易取得一產品可能已毀損、在其他人手中等，可能必須僅憑照片來進行分析、危險性—無法將兒童或使用人置於相同情境下重現現場，因為可能產生危險後果、缺乏共識—不同領域的專家對同一狀況可能有不同的詮釋觀點而沒有共識、缺乏資源—進行產品安全分析可能須耗費許多金錢、人力或時間，而使用科技工具如虛擬實境等，可能為前揭問題解決提供了一種解決之道。研究顯示，影像或圖片可刺激更多腦部的活動，同時也可讓我們記得更久。首先介紹無人機的運用，無人機可快速的提供許多大範圍的影像資料，製造商可保存場景/產品狀況作為進一步分析之用，同時也可能是更安全的調查/分析方法，但在美國，商業運用無人機必須有 FAA 的駕駛執照，且須經 FAA(聯邦航空管理局)的核准程序。過去的影像記錄是平面的、線性、無法互動，如果使用無人機，可以有 multiple 視角，也可產生點雲(point cloud)資料，進一步用於設計 3D 列印。虛擬實境在訴訟上也有輔助的效果，在一個玩具直昇機的傷人案件中，一個父親買了一個玩具直昇機，組裝後試飛直昇機，卻向內朝父親飛來，造成父親眼睛嚴重受傷。後來經調查該玩具的組裝說明只有圖示，沒有文字，父親在組裝時發現組裝完成後螺旋槳的 logo 向下，為了讓 logo 朝上，於是反過來安裝，安裝時有接口的地方無法下壓，於是稍微用力下壓，組裝後並無異狀，

但使用後卻發生事故。於是透過動畫模擬方式，模擬不同的螺旋槳角度是否會造成起飛方向不同，以查明事故發生原因。另一個案例是模擬家用升降梯夾死小孩事故，事故後只發現小孩倒臥在地下室的電梯井，透過動畫虛擬實境，可以發現事故的發生應是電梯井與電梯的折疊門間縫隙太大，小孩剛好可以躲在縫隙處，當電梯被啟動時，小孩就被電梯夾住。藉由此種方式可以找出事故發生的原因，而無須真實的再去重建現場，同時也有助業者加強設計以避免此種事故。



直昇機案例



電梯縫隙案例

六、消費品安全的過去到未來

就消費品安全而言，我們常討論的是業者所可能碰到的風險，然而，似乎應該回歸產品對消費者可能形成的風險，事實上，美國急診單位每年要處理 1,550 萬個受傷案例，其中有 8 千個為涉及產品所造成的非預期的死亡，並造成 8 億美元的經濟損失，我們應該著重於如何降低這些數字到零，然而，對業者而言，他們著重的仍只是如何賺取利潤。首先討論到安全文化，管理學大師 Peter Drucker 曾經說過：“ Culture eats strategy for breakfast” (意思是所有的體驗策略或規劃，在沒有企業文化支持的前提下，最終都會跟早餐一樣被吃掉)，我們可以說，文化會把流程、政策，甚至法規吞沒。企業可能早就發現產品有瑕疵，但因為改善需要成本，於是選擇視而不見，直至造成生命或財產的重大損害。有些企業文化選擇迴避問題，而不是實際去解決它。因此，最重要的可能是企業重視消費者的安全，把它置於利潤之前，才能獲致真正的產品安全。另一方面，企業可能要維護它的面子，不希望召回產品，因為那代表了他們犯錯了，公開召回意味在大眾面前丟臉。過去，企業常會覺得是消費者誤用，不依使用說明使用，造成事故發生，但漸漸的，企業觀念改變，願意去透過改善產品的設計或說明，來減少此種情形。至於目前消費品安全的發展方向，一個是網路、數位產品的發展，另一則是對化學品的關注，對化學品在相關產品的使用，在美國，過去只有 CPSC 在管制，現在

可能涉及 FTC(聯邦貿易委員會)、FCC(美國聯邦通信委員會)、FAA(聯邦航空管理局)等。還有目前的檢測技術比幾十年前好很多，可以檢測出更多種的化學品，也可以檢出更微小的含量。此外，大數據的運用也助於發現問題的所在，而及早採取行動。數位時代也有新的議題產生，資安、隱私權等，都對傳統消費品安全觀念造成影響，建議企業在開發新產品時可參考 ISO/IEC Guide 51-2014 Safety aspects-- Guidelines for their inclusion in standards。

七、CPSC 專家大會

利用半天的時間，CPSC 的各部門代表向與會者介紹 CPSC 未來政策方向與各單位業務範疇等，並和與會者以即時互動方式進行溝通。代理主席 Ann Marie Burkle 表示，2019 年 CPSC 的年度預算是 1 億 2 千 7 百萬美元，過去幾年來，CPSC 的預算一直維持平盤未成長，CPSC 需要更多的經費來處理全球變化劇烈的商品環境，需要用新的設備與方法來蒐集資料、分析資料，故爭取更多預算是代理主席的首要任務。目前 CPSC 正致力於幾件事，第一是 IoT(物聯網)，IoT 透過網路將我們在車上、家中、甚至是穿戴用的裝置連結起來，作為一個管制超過 1 萬 5 千種商品安全性的機關，關注新興產品也是重要職責，了解智慧科技產品如何改變消費性商品，消費者著重在這些產品的功能性、便利性、隱私、資訊安全與安全性，而 CPSC 關注的是安全性，而新興產品帶來的不僅是想得到的好處，也帶來了新的風險與未預期到的問題，CPSC 將持續關注這些議題。2017 年 CPSC 有一份「新興與未來科技伴隨而來的潛在危害」(Potential Hazards Associated with Merging and Future Technology)報告，可作為相關利害關係人的參考指引。而政府也要注意該管制什麼、何時管制、由誰來管制？避免管制過少或管轄權疊床架屋，或管制內容不明造成業者困擾。面對智慧科技所帶來的消費品安全議題，有賴聯邦政府、自願性標準組織、消費者團體、業者、國會等共同來合作解決。今年 2 月 CPSC 開始啟用 recall app，消費者可以更方便查詢到商品是否被召回。CPSC 也建立了法規機器人(Regulatory Robot)的網站，幫助業者了解適用其產

品的產品安全規定，CPSC 也正在進行事故通報系統(www.saferproducts.gov)的改善，將辦理公聽會聽取各方意見。在產品的安全性部分，2018 年美國國家標準協會（ANSI）通過了新的窗簾安全標準，窗簾必須是無繩的或只有短繩（8 英寸或更短），該標準還提供了更強大的警告標示，強調被扼殺危險。CPSC 也將致力於向家長、祖父母等宣導使用沒有繩子的產品，包括衣服、褲子等，來降低風險。另一個是有關家具傾倒(tip-over)的危險，過去 CPSC 已致力在各方面減少家具傾倒所帶來的風險，未來也將努力在標準、提高消費者意識方面避免此類可能為兒童帶來不必要風險的狀況。

CPSC 危險辨識與減少辦公室代表表示本年著重重點在資料蒐集(如事故資訊)、辨識新興危害(如穿戴式產品，過去衣物的清洗可能不會是問題，但安裝了電子產品的衣物可能就會有清洗方面的問題)。媒體溝通辦公室代表表示本年他們將持續著重召回與安全，包括泳池安全與家具固定(Pool Safety/Anchor It)等宣導活動，3 月份有一個國家消費者安全週，主題是「您的安全是我們的事(Your safety is our business!)」，並將持續利用社群媒體及拍攝影片的方式來教育消費者。進口監督辦公室代表表示該單位除了自身的風險評估系統與大數據外，也與美國海關及邊境保衛局(Customs and Border Protection)合作，利用其國家瞄準系統(National Targeting System)來篩選出可能的危險商品。另一個是前年開始實施的 E-filing 計畫，是透過事先取得即將運抵的商品的資訊，研究其符合性證書取得時間、是否取得及證書上所載資料與最終進口產品的違規比率的相關性，這是一個自願性參與的計畫，希望能有助於選擇更適切的目標來檢測。目前正在進行的則是電子商務的評估計畫，研究包括電子商務的供應鏈、其商業模式、記錄其流量等，分析未來 5 年的趨勢，試著找出新的分析方法。符合性與實地操作局代表表示，該局有 3 個主要部門，一個是管制產品部門，主管 CPSC 已列管之產品；另一為瑕疵調查小組，主要是對雖非 CPSC 列管產品，但有發生危害或潛在危險性者進行調查，第三個則是實地調查部門，主要是針對各部門所獲知的訊息進行實地調查，本年的工作重點仍在個案調查，並將研議修正快速召回計畫(Fast


Track Program)及召回指引手冊。

八、共同為年長者安全努力

本場次主題為年長者安全，在美國超過 65 歲者已有 4 千萬人，到了 2050 年人數將會倍增，就全球人口而言，超過 65 歲以上人口已首度超越 5 歲以下人口，目前全世界的平均壽命為 71 歲，美國為 73 歲。年長者最常見的危險型態是跌倒，但我們該注意的除了跌倒，還有對跌倒的懼怕，研究顯示，年長者如果今年曾跌倒，明年再跌倒的機率會倍增，而造成年長者害怕爬樓梯、甚至不願走出家門。另一個危險是有關火災，在美國，一年有約 40 萬起火災，造成 2,400 人死亡，1 萬 2 千人受傷，70 億美金的財產損失，消防部門指出，75~84 歲的人死於火災事故者是一般人的 4 倍，而 85 歲以上者則是 5 倍，事實上，許多火災是起因於抽煙，有很多年長者仍會在喝酒後在床上抽煙，還有則是使用爐具引起的火災，因年長者常穿寬鬆衣物，可能會不小心接觸到爐火，因此，家中安裝火災警報器是很重要的，而且必須注意其是有效運作的。對年長者危險的產品包括梯子，年長者很容易自梯子摔下而造成嚴重傷害；另一個是電動工具，桌鋸就常造成年長者手部或指頭的嚴重受傷。隨著年紀的增長，肥胖、行走障礙、視力衰退、關節炎、心血管疾病會慢慢出現，而針對年長者設計的輔具或相關產品所產生危害型態包括設計瑕疵—不穩定、易滑、絆倒危險；耐用性不佳—吸力不足、品質不佳、煞住功能失效、生鏽等。年長者產品首要關切的是否符合人體工學—如年長者力氣可能較小，其冰箱門開啟力道就要設計小一點；還有要注意表面溫度—如 IEC Guide 117 及 ASTM C1055 即有相關規範；另一個要注意的是可見度/可使用度—光線充足、清晰易懂的圖示與自動關閉功能的器具(如電熱水壺、熨斗、電爐)。在優先保護脆弱族群的前提下，過去商品安全皆著重在保護兒童，但隨著人口老化現象日益普遍，我們除了關心兒童安全外，也須對年長人口安全多付出一份心力。

icphso 2019 ICPHSO ANNUAL MEETING AND TRAINING SYMPOSIUM
FEBRUARY 25-28, 2019 MARRIOTT RENAISSANCE DOWNTOWN HOTEL • WASHINGTON, DC

Example




“The legs twist as you sit and the whole stool leans as you move around to reach for shampoo or soap. Despite my misgivings, I allowed my disabled husband to try this once, and it twisted, so that he fell down in the bathtub. This is NOT safe for people with disabilities ...”

“after two weeks flimsy legs bunt completely while I was sitting to soap down and I fell to the floor. I'm only 167lbs ...”

Drive Medical Bench without back,
<http://www.amazon.com/dp/B005JIMQL4>

Acknowledgement: Thank you to Janay White, Research Assistant, Virginia Tech


Source: Virginia Tech dataset



不安全醫療用椅

icphso 2019 ICPHSO ANNUAL MEETING AND TRAINING SYMPOSIUM
FEBRUARY 25-28, 2019 MARRIOTT RENAISSANCE DOWNTOWN HOTEL • WASHINGTON, DC

Example



“As a 67 year old woman living alone I wanted something to help me in case I fall, hoped they might break a fall or help me get up. Well I did fall and the larger one came off the wall as soon as I grabbed it and then so did this one when I tried to use it to stand. “

Amazon's Choice for "shower grab bar"
(similar item, similar complaints, same manufacturer)

“This bath safety item let go as my 91 year old Mom was getting out of the shower.”

“If you have balance issues this is not the product for you. Put the slightest weight on it and the bar slips down, and you'll go down with it...all the way down!! I fell using it. I found this bar to be unsafe and dangerous”

Changing Lifestyles Safe-er Grip
<http://www.amazon.com/dp/B0006FH85Q>

吸力不足的握把

肆、心得及建議

一、建議關注物聯網及智慧商品之安全性議題

物聯網(IoT)及智慧商品為現代生活帶來許多便利，而其所涉安全性議題已非局限於傳統的安規與電磁相容性，可能出現產品遭駭客入侵或功能失效等而產生危害，涉此部分的標準與規範仍持續發展中，建議本局應密切關注相關

發展狀況與趨勢，俾做好因應準備。

二、建議多利用多媒體形式進行相關宣導

因應目前消費者習慣透過手機觀看圖片或影片，並使用社群媒體獲取相關訊息，建議本局可嘗試拍攝檢測商品、進行市場檢查過程等影片，搭配商品安全知識，透過社群媒體進行傳播，俾達到教育者並藉此提升本局形象。

三、建議持續參與消費品安全相關國際研討會及會議，了解新的議題與趨勢

本次為國際消費商品健康安全組織(ICPHSO)每年固定舉辦之訓練研討會，許多國家主管機關亦會派員參與，除能蒐集及瞭解國際間最新之消費商品及安全相關資訊，亦可利用會議期間與各國主管機關代表進行經驗交流及資訊分享。尤其美國消費品安全委員會(CPSC)在此會議扮演重要角色，提供許多身為主管機關的觀點與經驗。因消費品安全在國內涉及許多主管機關，因應新興商品可能出現不同的安全性議題，建議行政院消保處可盡量派員出席，本局在經費許可下，亦可考慮多指派人員出席。