

行政院消費者保護會 114 年 8 月 27 日第 94 次會議通過

行政院 114 年 9 月 18 日院臺消保字第 1145018717 號函頒實施

115-116 年度消費者保護計畫

行政院消費者保護處 編印

114 年 8 月

115-116 年度消費者保護計畫

一、前言

我國消費者保護法（以下簡稱消保法）第 1 條開宗明義揭示立法意旨為：「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」。為達成該意旨，同法第 3 條規定政府應實施相關措施。另同法第 6 條規定，消費者保護主管機關，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；第 41 條規定，行政院（以下簡稱本院）辦理消費者保護計畫之研擬、修訂及執行成果之檢討，以及各主管機關消費者保護方案之審議及其執行之推動、連繫與考核。

為擘劃消費者保護施政願景，引領全國各相關機關團體與企業經營者，本院業於 114 年完成消費者保護基本政策之修正，新增「推動淨零綠生活實踐永續消費」、「健全數位消費環境及資安防護，提高民眾信賴感」及「推行符合國家發展之消費者政策，兼顧社會與經濟發展需求」等 3 項政策新目標。透過消費者保護基本政策之修正，觀察到國際間對於不實環保宣稱、商品維修權、數位消費之暗黑模式，以及弱勢消費者權益維護等議題的關注與積極策劃相關消費者保護措施之消費發展趨勢。

復觀諸國內消費環境，「線上遊戲」、「運輸」、「食品」、「服飾、皮件及鞋類」四大類消費申訴案件，連續於 112 年度、113 年度消費申訴案件統計資料中排名前 4 名，線上遊戲機會中獎機率不透明、外送平台商品未送達或與訂購不符、食品安全、網路購物之瑕疵品退換、7 天猶豫期、廣告不實或消費詐騙等問題，仍持續影響及危害消費者權益。

綜上，足徵商品或服務之安全、消費資訊之正確充分、交易之公平誠信、數位消費之健全與資安防護、消費爭議之妥處、永續消費之推動、特定消費族群權益之重視與消費者教育之推行，以及擘劃因應新興議題與強化研究發展等，乃各主管機關在建構提供消費

者友善安全衡平的消費環境時，應面對的課題。又提升國人消費知能與自我保護能力，以達消費安全、資訊透明充足、契約衡平之目的，更是各主管機關於推行各項消費者保護政策時，應關切與重視之課題。

據此，行政院消費者保護處乃參照消費者保護法、消費者保護基本政策、本院年度施政方針等施政目標，以及國外消費者保護政策與趨勢，例如聯合國消費者保護指導綱領、經濟合作暨發展組織之消費者政策工具包、加拿大與東南亞國家協會之消費者影響評估指引等，據以研訂 115-116 年度消費者保護計畫（以下簡稱本計畫），核與國外消費者保護重要政策趨勢指標充分接軌。本計畫列計八大計畫目標及七十項具體措施，俾供各中央主管機關（以下簡稱各主管機關）研擬消費者保護方案與執行。

二、八大計畫目標

（一）維護商品或服務之安全及品質：

商品或服務之安全及品質，因直接涉及國人生命、身體、健康及財產，為消費者保護業務最優先關注的課題。各主管機關應透過管理、查核及法令之檢討研修，建立或強化資訊蒐集、通報等機制，降低不安全商品或服務進入市場的機率，以保障消費者生命、身體、健康及財產之安全。

（二）促進消費資訊正確、充分及透明：

企業經營者本即負有致力充實消費資訊，例如公開誠實標價或定型化契約、廣告或標示真實等，俾利消費者採取正確合理消費行為之義務。各主管機關則應加強管理、查核，並輔以輔導、鼓勵之方式，督促業者善盡消費資訊充分正確揭露之責，維護消費者權益。

（三）促進交易自由與公平及符合誠信原則：

維持消費者基本生活需求，避免企業經營者為獨占、聯合、不公平競爭行為，乃各主管機關面對自由競爭市場時首要之責。

其次，透過法令之研修、管理及查核，期以防制企業經營者以不當行銷，誘使消費者訂約或於契約中，定有拆封後無法退貨等顯失公平之定型化契約條款，藉以排除或妨礙消費者權利之行使行為，以及維護消費者於預付型交易、消費借貸衍生之風險管控，並鼓勵企業經營者推廣公平待客原則及提供符合消費者個別特性與需求之商品或服務等，亦為各主管機關於兼顧消費者權益及市場交易秩序時之策略。

(四)健全數位消費環境及資安防護：

面對數位消費，各主管機關除應輔導企業經營者落實資安防護外，亦應透過法規調適，明確網際網路平臺之管理責任與自律，提升監理與執法技術，強化消費者的數位消費認知，以及避免數位弱勢消費者遭受數位差別待遇。

(五)完備消費者諮詢、爭議處理及損害救濟制度：

為預防消費者受害、保障消費者因消費商品或服務遭受損害之求償權利，各主管機關應積極建立多元的消費諮詢及爭議處理管道與機制，並進行消費爭議案件之統計分析與原因究明，研議改進策略，以及健全責任保險與賠(補)償制度，與強化爭議處理之相關資訊揭露。

復為因應數位網路購物衍生之消費爭議(含跨境)之需求，各主管機關亦應健全線上處理機制，自行或協調團體推動跨境消費爭議處理機制或其他消費者保護措施，以避免引發社會大眾不安或導致對消費環境之不信任。

(六)推動淨零綠生活實踐永續消費：

依據臺灣 2050 淨零排放路徑及策略關於「生活轉型」之措施，並參考國際間對於永續消費、維修權倡議之發展，各主管機關應致力於提升民眾對永續消費、淨零排放之認知，引導消費行為改變，鼓勵企業經營者生產綠色、可維修商品，及推動永續性資訊正確透明與辦理永續消費教育，以確保消費者權益

及落實淨零綠生活。

(七)重視特定消費族群權益與推行消費者教育：

各主管機關應鼓勵企業經營者對特定消費族群提供友善的消費服務與環境，以及防制其受不當行銷。

復為提升國人消費知能與自我保護能力，各主管機關亦應充實師資培訓、善用多元管道，並結合學校、企業經營者及相關公協會、消費者保護團體力量，強化對所有消費者、企業經營者及機關內部人員之消費者教育。

(八)擘劃因應國家發展與新興議題及強化研究發展與行政效能：

因應國家發展政策，各主管機關應致力於符合國家願景之健全房市及租賃住宅制度、提供質優近便的托育及安老服務、建構雙語及文化友善之消費環境。

此外，面對國內外發展趨勢與需求，各主管機關亦應辦理消費者保護相關研究、強化國際合作之交流與資訊蒐集研析，提升行政效能與關注各項新興消費議題，並於推行各項政策、法規或決策時，應充分考量對消費者之影響，以謀求消費者整體利益。

三、具體措施

為利各主管機關研訂「115-116 年度消費者保護方案」，爰依據計畫目標，研訂本計畫之 70 項具體措施如次：

(一)維護商品或服務之安全及品質

1. 加強對商品或服務之安全管理與查核，並檢討及研修（訂）相關法令、標準。
2. 推動及落實商品或服務之產地標示、可追溯性及生產永續性的追蹤（溯）履歷制度，以及相關廢棄物之管控標準作業流程。
3. 加強含有毒性化學物質（含環境荷爾蒙）、重金屬商品、農藥、動物用藥與飼料等之製造、安全管理、流向管控機制及查核，

- 並落實對前揭業者之監督輔導，及促進替代性物質之研發。
4. 加強對建築物結構安全、耐震能力及裝修之管控與查核，並揭露相關資訊。
 5. 加強各消費場所設施(備)之標示(章)、警告標示、避難逃生標示、認證、公共意外責任險等之管理及查核，並檢討修訂相關規範。
 6. 針對短期間聚集大量人潮之消費場所或活動，加強室內空氣品質及公共安全維護之監督、管理與查核。
 7. 建構及健全商品或服務之市場監督、瑕疵或事故發生之通報及預警、下架、回收、銷毀、維修、退換貨或停止服務制度，並對致生損害嚴重之虞者，研議建立損害賠償機制、輔導企業經營者投保產品責任險或其他責任險。
 8. 加強企業經營者對消費者個人資料保護及金融交易(例如信用卡、第三方支付、電子支付等)安全之通報、監督、管理與查核。
 9. 建立或強化兩岸及其他國家商品或服務資訊蒐集或通報機制，並加強邊境通關檢(查)驗，遏止不安全商品進入市場。

(二)促進消費資訊正確、充分及透明

1. 推行商品或服務之公開誠實標價、單位定價、價格查詢或比較機制等制度，以促進價格資訊透明化。
2. 提升消費場所(含非實體店面)商品或服務之價格標示及收費標準資訊透明度。
3. 針對商品或服務之不實廣告、標示及宣稱，加強管理、查核(處)及宣導。
4. 加強各類商品或服務交易容量(如瓦斯)、場所容留人數、流量(如網路)、使用年限等之管理與查核。
5. 針對商品或服務之廣告媒體(含網路)、時段、贈品、薦證廣告、評比(論)、置入性行銷等行銷方式，給予適度規範，並

加強管理、輔導與查核(處)。

6. 強化通訊交易或訪問交易企業經營者遵守消費者保護法第18條告知消費資訊規定義務，及相關管理及查核。
7. 鼓勵企業經營者主動公開所使用之定型化契約。

(三) 促進交易自由與公平及符合誠信原則

1. 維護消費基本生活需求，促進民生商品或服務(例如糧食、能源、交通、金融、網路通訊與醫療照護等)之穩定價格與供應，並關注影響因素，適時調節供需、發布資訊或查處妨礙競爭及擾亂交易秩序行為。
2. 針對公用事業、運輸事業、電信事業及非屬完全競爭市場之商品或服務，落實費率管制與資訊公開機制。
3. 防制及導正企業經營者獨占、結合、聯合、虛偽不實或引人錯誤等限制或不公平競爭行為。
4. 檢討研(修)訂、公告與消費生活密切相關行業之定型化契約應記載及不得記載事項，彙整契約常見錯誤態樣，並落實宣導、查核及處罰。
5. 強化預付型、遞延性商品(服務)、會員制等交易及消費借貸之風險管控、資訊揭露與履約保障等機制，並辦理查核。
6. 健全各項利息、手續費、違約金或附加費用等之規範、管理與查核。
7. 加強商品或服務售後服務(含維修、退換貨等)之規範、管理與查核。
8. 防範顯失公平定型化契約條款之濫用，及導正不當行銷商業行為。
9. 加強消費詐騙(如一頁式廣告詐騙、遊戲點數詐騙、網購詐騙、交友詐騙、金融詐騙等)之預防、查緝、因應與救濟，並協助消費者追回損失。

10. 落實不動產交易(例如預售屋、新成屋、中古屋買賣、住宅租賃、包租代管等)之資訊透明、交易公平、廣告真實與交易秩序維持之管理與查核(處)。
11. 針對有欺騙或誤導消費者之虞的定價行為(如隱藏費用或逐步加價)，加強規範及查處。
12. 鼓勵企業經營者推廣公平待客原則，妥適評估提供符合特定族群與消費者個別特性與需求之商品或服務。

(四)健全數位消費環境及資安防護

1. 加強輔導企業經營者落實數位消費者資訊安全防護機制與措施，並持續推動應用程式(Apps)之安全標章認證、資安檢測。
2. 強化網際網路平臺自律，提升數位市場監理與執法技術，積極查處不當行銷、不實廣告、顯失公平之契約條款及消費詐騙。
3. 參酌最新電子商務國際準則與標準，並透過法規調適，明確網際網路平臺對第三方商品或服務提供者之輔導、管理責任，充分揭露平臺自身資訊(例如使用協議、交易規則、爭議處理機制與資料保護政策等)以及第三方商品或服務提供者資訊。
4. 強化消費者對連網產品及數位消費安全(含個人資料保護與資訊安全防護等)之數位消費認知。
5. 鼓勵企業經營者應用數位科技，多元開發符合不同族群所需之商品、服務或支付工具，且不因此而降低資訊揭露、售後服務或爭議處理等義務。
6. 致力平等之數位消費生活，且不因所得、年齡、性別、族群、地域性、障礙類別或不使用連網設備等因素，遭受數位差別待遇。鼓勵業者參採無障礙網頁國際規範(例如網站內容無障礙性指南 WCAG)與數位產品無障礙設計，並以「通用設計」之理念，設計適用高齡者與身心障礙者之介面與操作模式，落實普及化與無障礙使用原則。

(五)完備消費者諮詢、爭議處理及損害救濟制度

1. 強化機關處理消費爭議之效能，並建立多元的消費諮詢及申訴與訴訟外爭議處理管道。
2. 推動並強化企業經營者、企業自律性組織、非營利組織及消費者保護團體處理消費爭議之管道與效能。
3. 協調及補助優良消費者保護團體對重大消費事故提起團體訴訟。
4. 健全責任保險與賠(補)償制度，以確保消費受害時之救濟及風險分散。
5. 健全網路購物爭議線上處理機制及完備相關法令制度。
6. 建立並落實重大消費案件(含罷工或無預警停業)之預防、處理與損害賠償機制及相關資訊之揭露。
7. 強化消費爭議諮詢、申訴及調解案件之原因究明及統計分析(包括對特定消費族群)，並研議改進策略及揭露資訊。
8. 研議機關自行或協調團體推動跨境消費爭議處理機制。

(六)推動淨零綠生活實踐永續消費

1. 提升企業經營者與消費者對氣候變遷、淨零排放及永續消費之認知，引導消費行為改變，以使用取代擁有、租賃取代購買，減少製造或使用一次性用品及選購對環境友善之商品或服務。
2. 鼓勵及輔導企業經營者生產綠色低碳、耐用、可維修和可升級的商品，導入使用再生原料、全回收零廢棄等綠色設計原則，承擔商品從設計生產至廢棄完整生命週期責任。
3. 鼓勵及輔導企業經營者提供合理保固年限與維修權益，揭露商品預期壽命或可修復性等資訊，適度開放多元維修管道，延長商品壽命，並導正不當限制維修權益之做法。
4. 研議推動二手商品等市場監管機制與消費者權益規範，及促進廢棄物和可回收商品之再利用。

5. 推動商品或服務之永續性資訊正確透明，並對於宣稱環保之商品，研議管理規範，加強安全、品質及真實性之查核(處)。
6. 持續推動源頭管理，及研訂各項行為準則，俾利消費者、企業經營者、政府機關、團體、學校、社區、家庭採取環境友善措施，導引綠色經濟與淨零綠生活(例如零浪費低碳飲食、節能綠建築、永續觀光、低碳基礎設施)之發展。
7. 整合政府、民間團體、企業經營者及學校資源，辦理永續消費教育(例如減塑、節能等)，並鼓勵永續消費相關活動及學術研究。

(七)重視特定消費族群權益與推行消費者教育

1. 鼓勵企業經營者及機關對特定消費族群提供友善商品或服務、消費措施、標示(章)、消費環境及適切的消費諮詢服務，並運用合適的宣導媒介(例如高齡者與身心障礙者所需的易讀版本，含圖像化、手語影片等)，加強宣導例如高齡者財產信託制度、身心障礙福利機構評鑑及收費資訊、無障礙消費環境與服務等消費議題。
2. 加強防制企業經營者對特定族群進行不當銷售行為。
3. 強化高齡者、新住民對通訊或訪問交易之購買辨識能力，並就相關消費媒介工具規劃建立監督機制，及鼓勵企業經營者為商品或服務之友善包裝與說明。
4. 兒童及少年消費生活保護相關措施
 - 4-1. 保護兒童及少年免受數位媒體廣告(含隱藏廣告)之影響，並建立相關管理及查核機制。
 - 4-2. 加強企業經營者應讓父母或監護人於購買、使用商品或服務前，知悉可能對兒童及少年產生之風險(例如商品使用注意事項)、費用及避免風險、費用產生之方法。

- 4-3. 輔導企業經營者對兒童及少年進行個人或其家庭成員資料之蒐集、處理及利用，皆須先取得其父母或監護人同意，並有明確且完整之兒童及少年個人資料保護政策。
 5. 強化 16 至 20 歲消費者之消費者教育，以因應民法滿 18 歲為成年之規定。
 6. 充實消費資（警）訊，並於機關網站明顯位置設置消費者保護專區網頁，及加強機關內部人員消費者教育訓練。
 7. 加強各級學校教師、學生及各類教育人員消費者教育，並鼓勵教材或教案之研發及應用。
 8. 機關應致力於消費者教育師資之培訓與資料庫之建立，並積極開發及妥善運用各種宣導資源(例如結合終身學習、企業經營者及其公協會、消費者保護團體或各類非營利組織等)實施消費者教育。
 9. 針對不同年齡層之消費族群，加強教育宣導，並強化數位消費、通訊或訪問交易等消費者教育。
 10. 加強企業經營者推行消費者教育，善盡社會責任。
 11. 扶植、獎助消費者保護團體，並健全溝通機制，暢通意見表達管道。
 12. 提升消費者自我保護意識，並鼓勵消費者於交易前應審閱契約條款，及留存相關交易紀錄、證據。
- (八) 擘劃因應國家發展與新興議題及強化研究發展與行政效能
1. 健全房市及租賃住宅制度，抑住房價炒作，提升居住正義，保障青年及弱勢家戶居住權益。
 2. 打造雙語(國家語言及國際語言)及文化友善消費環境，強化相關設施雙語標示與諮詢服務，建構雙語消費諮詢與爭議受理機制。
 3. 因應人口老化及少子女化，提供平價、質優、多元、近便之托育、教保、安老環境，穩定托育、教保與長照服務品質。

4. 依據國內外發展趨勢及需要，辦理消費者保護相關之研究，立法或行政措施，應徵詢消費者保護團體、相關行業、學者專家及相關機關之意見，溝通策進相關消保業務的推動情形。
5. 督導、考核或協調所轄地方主管機關辦理相關消費者保護業務之成效。
6. 加強主管業務之國際消費者保護事項合作及交流與資訊之蒐集研析，並協助消費者保護團體與國外消費者保護組織合作及交流。
7. 關注並研擬新科技(例如駕駛輔助系統、生成式 AI 等)、新技術應用下衍生之消費者權益保障議題。
8. 其他新興消費議題(例如線上服務之創新、暗黑商業模式(Dark Patterns)之遏止、先買後付、商品或服務維修權、計畫性報廢、世界消費者日主題等)之關注與研析。
9. 各項政策、法規制度與決策，應充分考量對消費者之直接與間接影響，及謀求消費者整體利益。

四、計畫目標及具體措施分工表

計畫目標	具體措施	中央主管機關
1. 維護商品或服務之安全及品質	1-1. 加強對商品或服務之安全管理與查核，並檢討及研修(訂)相關法令、標準。	內政部、財政部、教育部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、環境部、文化部、數發部、金管會、輔導會、通傳會、運動部及各主管機關
	1-2. 推動及落實商品或服務之產地標示、可追溯性及生產永續性的追蹤(溯)履歷制度，以及相關廢棄物之管控標準作業流程。	經濟部、農業部、衛福部、環境部及各主管機關
	1-3. 加強含有毒性化學物質(含環境荷爾蒙)、重金屬商品、農藥、動物用藥與	經濟部、農業部、衛福部、環境部及各主管機關

計畫目標	具體措施	中央主管機關
	飼料等之製造、安全管理、流向管控機制及查核，並落實對前揭業者之監督輔導，及促進替代性物質之研發。	
	1-4. 加強對建築物結構安全、耐震能力及裝修之管控與查核，並揭露相關資訊。	內政部
	1-5. 加強各消費場所設施(備)之標示(章)、警告標示、避難逃生標示、認證、公共意外責任險等之管理及查核，並檢討修訂相關規範。	內政部、教育部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、文化部、環境部、金管會、輔導會、原民會、客委會、運動部及各主管機關
	1-6. 針對短期間聚集大量人潮之消費場所或活動，加強室內空氣品質及公共安全維護之監督、管理與查核。	內政部、教育部、經濟部、交通部、衛福部、環境部、文化部、運動部及各主管機關
	1-7. 建構及健全商品或服務之市場監督、瑕疵或事故發生之通報及預警、下架、回收、銷毀、維修、退換貨或停止服務制度，並對致生損害嚴重之虞者，研議建立損害賠償機制、輔導企業經營者投保產品責任險或其他責任險。	內政部、財政部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、環境部、通傳會、運動部、(個資會) ¹ 及各主管機關
	1-8. 加強企業經營者對消費者個人資料保護及金融交易(例如信用卡、第三方支付、電子支付等)安全之通報、監督、管理與查核。	教育部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、數發部、金管會、通傳會、運動部、(個資會)及各主管機關
	1-9. 建立或強化兩岸及其他國家商品或服務資訊蒐集或通報機制，並加強邊境通關檢(查)驗，遏止不安全商品進入市場。	外交部、財政部、經濟部、農業部、衛福部、陸委會及各主管機關

¹ 俟個資會成立後，再滾動研議提報消保方案時程。

計畫目標	具體措施	中央主管機關
2. 促進消費資訊正確、充分及透明	2-1. 推行商品或服務之公開誠實標價、單位定價、價格查詢或比較機制等制度，以促進價格資訊透明化。	經濟部、交通部、農業部、衛福部、運動部及各主管機關
	2-2. 提升消費場所(含非實體店面)商品或服務之價格標示及收費標準資訊透明度。	內政部、財政部、教育部、經濟部、交通部、衛福部、文化部、數發部、輔導會、原民會、客委會、通傳會、運動部及各主管機關
	2-3. 針對商品或服務之不實廣告、標示及宣稱，加強管理、查核(處)及宣導。	內政部、財政部、教育部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、金管會、公平會、通傳會及各主管機關
	2-4. 加強各類商品或服務交易容量(如瓦斯)、場所容留人數、流量(如網路)、使用年限等之管理與查核。	各主管機關
	2-5. 針對商品或服務之廣告媒體(含網路)、時段、贈品、薦證廣告、評比(論)、置入性行銷等行銷方式，給予適度規範，並加強管理、輔導與查核(處)。	內政部、教育部、經濟部、農業部、衛福部、數發部、金管會、公平會、通傳會及各主管機關
	2-6. 強化通訊交易或訪問交易企業經營者遵守消費者保護法第 18 條告知消費資訊規定義務，及相關管理及查核。	交通部、衛福部、文化部、數發部、公平會、通傳會及各主管機關
	2-7. 鼓勵企業經營者主動公開所使用之定型化契約。	經濟部、交通部、金管會、通傳會及各主管機關
3. 促進交易自由與公平及符合誠信原則	3-1. 維護消費基本生活需求，促進民生商品或服務(例如糧食、能源、交通、金融、網路通訊與醫療照護等)之穩定價格與供應，並關注影響因素，適時調節供需、發布資訊或查處妨礙競爭及擾亂交易	法務部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、數發部、金管會、公平會、通傳會及各主管機關

計畫目標	具體措施	中央主管機關
	秩序行為。	
	3-2. 針對公用事業、運輸事業、電信事業及非屬完全競爭市場之商品或服務，落實費率管制與資訊公開機制。	經濟部、交通部、通傳會及各主管機關
	3-3. 防制及導正企業經營者獨占、結合、聯合、虛偽不實或引人錯誤等限制或不公平競爭行為。	公平會
	3-4. 檢討研(修)訂、公告與消費生活密切相關行業之定型化契約應記載及不得記載事項，彙整契約常見錯誤態樣，並落實宣導、查核及處罰。	各主管機關
	3-5. 強化預付型、遞延性商品(服務)、會員制等交易及消費借貸之風險管控、資訊揭露與履約保障等機制，並辦理查核。	內政部、教育部、經濟部、交通部、衛福部、數發部、金管會、運動部及各主管機關
	3-6. 健全各項利息、手續費、違約金或附加費用等之規範、管理與查核。	內政部、教育部、經濟部、交通部、衛福部、數發部、金管會、運動部及各主管機關
	3-7. 加強商品或服務售後服務(含維修、退換貨等)之規範、管理與查核。	內政部、教育部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、通傳會及各主管機關
	3-8. 防範顯失公平定型化契約條款之濫用，及導正不當行銷商業行為。	各主管機關
	3-9. 加強消費詐騙(如一頁式廣告詐騙、遊戲點數詐騙、網購詐騙、交友詐騙、金融詐騙等)之預防、查緝、因應與救濟，並協助消費者追回損失。	內政部、法務部、經濟部、交通部、勞動部、農業部、衛福部、數發部、金管會、輔導會、原民會、客委會、通傳會及各主管機關
	3-10. 落實不動產交易(例如預售屋、新成屋、中古屋買賣、住宅租賃、包租代	內政部、公平會、金管會

計畫目標	具體措施	中央主管機關
	管等)之資訊透明、交易公平、廣告真實與交易秩序維持之管理與查核(處)。	
	3-11. 針對有欺騙或誤導消費者之虞的定價行為(如隱藏費用或逐步加價), 加強規範及查處。	經濟部、交通部、數發部、公平會及各主管機關
	3-12. 鼓勵企業經營者推廣公平待客原則, 妥適評估提供符合特定族群與消費者個別特性與需求之商品或服務。	各主管機關
4. 健全數位消費環境及資安防護	4-1. 加強輔導企業經營者落實數位消費者資訊安全防護機制與措施, 並持續推動應用程式(Apps)之安全標章認證、資安檢測。	內政部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、數發部、金管會、輔導會、通傳會、(個資會)及各主管機關
	4-2. 強化網際網路平臺自律, 提升數位市場監理與執法技術, 積極查處不當行銷、不實廣告、顯失公平之契約條款及消費詐騙。	經濟部、交通部、衛福部、數發部、金管會、公平會、通傳會及各主管機關
	4-3. 參酌最新電子商務國際準則與標準, 並透過法規調適, 明確網際網路平臺對第三方商品或服務提供者之輔導、管理責任, 充分揭露平臺自身資訊(例如使用協議、交易規則、爭議處理機制與資料保護政策等)以及第三方商品或服務提供者資訊。	經濟部、交通部、農業部、衛福部、數發部、金管會、通傳會、(個資會)及各主管機關
	4-4. 強化消費者對連網產品及數位消費安全(含個人資料保護與資訊安全防護等)之數位消費認知。	各主管機關
	4-5. 鼓勵企業經營者應用數位科技, 多元開發符合不同族群所需之商品、服務或支付工具, 且不因此而降低資訊揭露、售後服務或爭議處理等義務。	各主管機關

計畫目標	具體措施	中央主管機關
	4-6. 致力平等之數位消費生活，且不因所得、年齡、性別、族群、地域性、障礙類別或不使用連網設備等因素，遭受數位差別待遇。鼓勵業者參採無障礙網頁國際規範(例如網站內容無障礙性指南WCAG)與數位產品無障礙設計，並以「通用設計」之理念，設計適用高齡者與身心障礙者之介面與操作模式，落實普及化與無障礙使用原則。	各主管機關
5. 完備消費者諮詢、爭議處理及損害救濟制度	5-1. 強化機關處理消費爭議之效能，並建立多元的消費諮詢及申訴與訴訟外爭議處理管道。	內政部、教育部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、文化部、數發部、原民會、客委會、通傳會、運動部及各主管機關
	5-2. 推動並強化企業經營者、企業自律性組織、非營利組織及消費者保護團體處理消費爭議之管道與效能。	內政部、經濟部、交通部、衛福部、文化部、數發部、金管會、通傳會、運動部及各主管機關
	5-3. 協調及補助優良消費者保護團體對重大消費事故提起團體訴訟。	各主管機關
	5-4. 健全責任保險與賠(補)償制度，以確保消費受害時之救濟及風險分散。	各主管機關
	5-5. 健全網路購物爭議線上處理機制及完備相關法令制度。	各主管機關
	5-6. 建立並落實重大消費案件(含罷工或無預警停業)之預防、處理與損害賠償機制及相關資訊之揭露。	內政部、教育部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、文化部、數發部、通傳會、運動部及各主管機關
	5-7. 強化消費爭議諮詢、申訴及調解案件之原因究明及統計分析(包括對特定消費族群)，並研議改進策略及揭露資訊。	內政部、教育部、經濟部、交通部、農業部、衛福部、文化部、數發部、原民會、

計畫目標	具體措施	中央主管機關
		客委會、通傳會、運動部及各主管機關
	5-8. 研議機關自行或協調團體推動跨境消費爭議處理機制。	外交部、經濟部、交通部、衛福部、文化部、數發部、陸委會及各主管機關
6. 推動淨零綠生活實踐永續消費	6-1. 提升企業經營者與消費者對氣候變遷、淨零排放及永續消費之認知，引導消費行為改變，以使用取代擁有、租賃取代購買，減少製造或使用一次性用品及選購對環境友善之商品或服務。	各主管機關
	6-2. 鼓勵及輔導企業經營者生產綠色低碳、耐用、可維修和可升級的商品，導入使用再生原料、全回收零廢棄等綠色設計原則，承擔商品從設計生產至廢棄完整生命週期責任。	經濟部、農業部、衛福部、環境部及各主管機關
	6-3. 鼓勵及輔導企業經營者提供合理保固年限與維修權益，揭露商品預期壽命或可修復性等資訊，適度開放多元維修管道，延長商品壽命，並導正不當限制維修權益之做法。	經濟部、交通部、衛福部、通傳會及各主管機關
	6-4. 研議推動二手商品等市場監管機制與消費者權益規範，及促進廢棄物和可回收商品之再利用。	經濟部、衛福部、環境部及各主管機關
	6-5. 推動商品或服務之永續性資訊正確透明，並對於宣稱環保之商品，研議管理規範，加強安全、品質及真實性之查核(處)。	經濟部、農業部、衛福部、環境部、公平會及各主管機關
	6-6. 持續推動源頭管理，及研訂各項行為準則，俾利消費者、企業經營者、政府機關、團體、學校、社區、家庭採取環境友善措施，導引綠色經濟與淨零綠生活	內政部、經濟部、交通部、環境部、農業部、衛福部及各主管機關

計畫目標	具體措施	中央主管機關
	(例如零浪費低碳飲食、節能綠建築、永續觀光、低碳基礎設施)之發展。	
	6-7. 整合政府、民間團體、企業經營者及學校資源,辦理永續消費教育(例如減塑、節能等),並鼓勵永續消費相關活動及學術研究。	各主管機關
7. 重視特定消費族群權益與推行消費者教育	7-1. 鼓勵企業經營者及機關對特定消費族群提供友善商品或服務、消費措施、標示(章)、消費環境及適切的消費諮詢服務,並運用合適的宣導媒介(例如高齡者與身心障礙者所需的易讀版本,含圖像化、手語影片等),加強宣導例如高齡者財產信託制度、身心障礙福利機構評鑑及收費資訊、無障礙消費環境與服務等消費議題。	內政部、教育部、經濟部、交通部、衛福部、文化部、金管會、原民會、運動部及各主管機關
	7-2. 加強防制企業經營者對特定族群進行不當銷售行為。	內政部、教育部、經濟部、衛福部、金管會、原民會、公平會及各主管機關
	7-3. 強化高齡者、新住民對通訊或訪問交易之購買辨識能力,並就相關消費媒介工具規劃建立監督機制,及鼓勵企業經營者為商品或服務之友善包裝與說明。	各主管機關
	7-4. 兒童及少年消費生活保護相關措施 7-4-1. 保護兒童及少年免受數位媒體廣告(含隱藏廣告)之影響,並建立相關管理及查核機制。	內政部、教育部、經濟部、衛福部、數發部、通傳會及各主管機關
	7-4-2. 加強企業經營者應讓父母或監護人於購買、使用商品或服務前,知悉可能對兒童及少年產生之風險(例如商品使用注意事項)、費用及避免風險、費用產生之方法。	內政部、經濟部、衛福部、數發部、通傳會及各主管機關

計畫目標	具體措施	中央主管機關
	7-4-3. 輔導企業經營者對兒童及少年進行個人或其家庭成員資料之蒐集、處理及利用，皆須先取得其父母或監護人同意，並有明確且完整之兒童及少年個人資料保護政策。	內政部、經濟部、衛福部、數發部、通傳會、(個資會)及各主管機關
	7-5. 強化 16 至 20 歲消費者之消費者教育，以因應民法滿 18 歲為成年之規定。	教育部、法務部、經濟部、衛福部、數發部及各主管機關
	7-6. 充實消費資(警)訊，並於機關網站明顯位置設置消費者保護專區網頁，及加強機關內部人員消費者教育訓練。	各主管機關
	7-7. 加強各級學校教師、學生及各類教育人員消費者教育，並鼓勵教材或教案之研發及應用。	教育部及各主管機關
	7-8. 機關應致力於消費者教育師資之培訓與資料庫之建立，並積極開發及妥善運用各種宣導資源(例如結合終身學習、企業經營者及其公協會、消費者保護團體或各類非營利組織等)實施消費者教育。	教育部及各主管機關
	7-9. 針對不同年齡層之消費族群，加強教育宣導，並強化數位消費、通訊或訪問交易等消費者教育。	各主管機關
	7-10. 加強企業經營者推行消費者教育，善盡社會責任。	各主管機關
	7-11. 扶植、獎助消費者保護團體，並健全溝通機制，暢通意見表達管道。	各主管機關
	7-12. 提升消費者自我保護意識，並鼓勵消費者於交易前應審閱契約條款，及留存相關交易紀錄、證據。	各主管機關

計畫目標	具體措施	中央主管機關
8. 擘劃因應國家發展與新興議題及強化研究發展與行政效能	8-1. 健全房市及租賃住宅制度，抑制房價炒作，提升居住正義，保障青年及弱勢家戶居住權益。	內政部及各主管機關
	8-2. 打造雙語(國家語言及國際語言)及文化友善消費環境，強化相關設施雙語標示與諮詢服務，建構雙語消費諮詢與爭議受理機制。	內政部、交通部、衛福部、文化部及各主管機關
	8-3. 因應人口老化及少子女化，提供平價、質優、多元、近便之托育、教保、安老環境，穩定托育、教保與長照服務品質。	衛福部及各主管機關
	8-4. 依據國內外發展趨勢及需要，辦理消費者保護相關之研究，立法或行政措施，應徵詢消費者保護團體、相關行業、學者專家及相關機關之意見，溝通策進相關消保業務的推動情形。	各主管機關
	8-5. 督導、考核或協調所轄地方主管機關辦理相關消費者保護業務之成效。	各主管機關
	8-6. 加強主管業務之國際消費者保護事項合作及交流與資訊之蒐集研析，並協助消費者保護團體與國外消費者保護組織合作及交流。	各主管機關
	8-7. 關注並研擬新科技(例如駕駛輔助系統、生成式 AI 等)、新技術應用下衍生之消費者權益保障議題。	交通部、數發部、金管會及各主管機關
	8-8. 其他新興消費議題(例如線上服務之創新、暗黑商業模式(Dark Patterns)之遏止、先買後付、商品或服務維修權、	經濟部、數發部、金管會、公平會及各主管機關

計畫目標	具體措施	中央主管機關
	計畫性報廢、世界消費者日主題等)之關注與研析。	
	8-9. 各項政策、法規制度與決策，應充分考量對消費者之直接與間接影響，及謀求消費者整體利益。	各主管機關