

電子商務消費者保護綱領

- 1、中華民國九十年十二月十三日行政院台九十院消企字第○一二九○號函發布。
- 2、中華民國一〇六年十月十二日行政院消費者保護會第 53 次會議通過修正部分條文。

壹、前言

電子商務提供便利購物環境，但也產生交易安全、隱私權保護、網路詐欺及跨國界等消費者保護問題。

近年來行動及線上支付、數位內容交易、消費者參與電子商務薦證等發展日新月異，網路交易環境更加複雜，消費者也面臨更多風險，爰參考國際趨勢修正本綱領。

貳、目的

確保交易公平，保障消費者權益，建立消費者對電子商務之信心，促進電子商務健全發展，提供各目的事業主管機關研擬電子商務消費者保護措施之準則，並強化企業經營者及相關團體之責任。

參、適用範圍

本綱領適用於企業經營者對消費者之電子商務。

肆、基本原則

一、透明及有效之保護

- (一) 在電子商務中消費者所受之保護，不應低於其他交易型態中所受之保護。
- (二) 政府、企業經營者、相關團體及消費者應共同合作，採取下列措施：
 - 1、透過法令管制、業者自律、教育宣導、技術應用及國際合作等各項措施，保障消費權益。
 - 2、參考相關研究成果，保障兒童、高齡者、身心障礙者及其他弱勢族群之消費權益。

二、公平之商業、廣告及行銷活動

企業經營者進行商業、廣告及行銷活動，應遵守下列規範：

- (一) 不得進行欺騙、誤導、詐欺或不公平之商業、廣告及行銷活動。包括不得利用不當之敘述、名稱、圖像、影音、免責聲明、暗示性等表示。
- (二) 不得使消費者遭受不合理風險之傷害。當商品或服務確認有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞時，應與主管機關合作處理後續事宜。

- (三) 應提供有關其企業本身、商品或服務之資訊，並應確保資訊之清楚、明顯、正確及易於取得。
- (四) 應遵守其所訂定與消費者交易時之各項政策、措施、產業自律規範及隱私權條款。
- (五) 不得使用不公平之契約條款；且不得不實陳述或隱匿可能影響到消費者交易決策之契約條款。
- (六) 所為之廣告內容及行銷資訊應明確，並避免與評論或其他報導相混淆，俾利消費者清楚知道其為廣告內容或行銷資訊。
- (七) 應於廣告及行銷活動中明確表示其身分。
- (八) 應提供消費者於行使終止或解除契約、退貨或換貨、退款之情形時，與訂購或付款時相同程度之管道與方式。
- (九) 對於兒童、高齡者及其他弱勢消費者採行之廣告或行銷活動，應慎重妥適為之。
- (十) 不得利用電子商務之特性，隱藏其真實身分或所在位置，而藉以規避消費者保護規定或執法機制之約束。
- (十一) 應建立自律機制，並採行易於使用之程序，使消費者可以選擇是否希望收到其主動寄發之商業電子郵件。消費者表示不願意時，企業經營者應即停止寄發。
- (十二) 所為之廣告及行銷活動，應確保其內容有合理之依據。且與該項商品或服務之實際特性、取得方式及使用情況相符。
- (十三) 應確保廣告所示價格並無不實，且未隱藏商品或服務之總價。
- (十四) 廣告應真實反映薦證者之意見及經驗。企業經營者與薦證者間可能影響消費者判斷之關係，必須清楚且顯著予以揭露。
- (十五) 不得限制消費者給予負面評價，或向政府機關或其他機構提出諮詢或消費爭議申訴。
- (十六) 無論是否為義務，企業經營者應考慮提供消費者在適當情況取消交易之可能性。
- (十七) 設計電子商務平台及線上支付系統時，應考量身心障礙人士之需求。
- (十八) 若契約條款規定消費者解除契約須支付違約金，則其金額應與解除契約可能致生之損害成比例。
- (十九) 若提供商品或服務之試用期，應清楚且充分告知消費者，試用期間、相關優惠及試用結束後可能產生之費用等資訊。如有收費應事先通知消費者，並取得其同意。

三、線上資訊揭露

企業經營者應提供有利於消費者選擇及進行交易之資訊，相關資訊應充分、正確、清楚且易於瞭解。

(一) 一般原則

- 1、使用淺顯易懂之文句，避免艱澀專業術語及法律用語。
- 2、提供之資訊應明顯且易於取得，並讓消費者能完整保存及利用。
- 3、提供消費者於進行交易時依法應告知之資訊。
- 4、交易之網頁使用多國語言時，應讓消費者取得各語言所需之重要資訊。
- 5、提供重要資訊應考量平臺或行動裝置之技術限制或特性。

(二) 企業經營者本身資訊

- 1、登記名稱、負責人姓名、公司簡介及從事商業交易之註冊網域名稱。
- 2、公司或商號所在地及營業處所所在地。
- 3、電子郵件、電話、傳真等聯絡方式及聯絡人。
- 4、經營之型態及核准之證照號碼。
- 5、加入之自律機構、計畫及爭議處理機構之相關規定與措施，及其會員資格之確認方式。

(三) 商品或服務資訊

- 1、使用方式及安全、健康之警語。
- 2、主要功能及互通性(相容性)。
- 3、可能影響消費者取得、存取、使用商品或服務之主要技術、限制或條件。
- 4、年齡限制規定。

(四) 交易資訊

- 1、所收取之全部價款明細，包括安裝、處理、遞送及選購項目等相關費用，並明確告知使用之貨幣種類。
- 2、其他非企業經營者收取但可能發生之費用，如稅款、保險、安裝、處理、遞送及其他無法免除之相關費用。
- 3、貨物遞送之安排。
- 4、是否開立交易發票或收據。
- 5、購買限制，如銷售地區、銷售期限、須取得監護人之同意、年齡限制或動植物檢疫規定等。
- 6、猶豫期間、終止或解除契約、退貨或換貨、退款之條件。
- 7、品質保證、保固服務及相關之售後服務。

- 8、應第三方要求，而須向消費者收取之經常性費用。
- 9、可選擇之付款方式、條件及其權益保障之差異。
- 10、如為自動續約，應告知是否須消費者主動取消，並提示契約期限、收費金額、收款之週期及取消自動續約之方式。
- 11、如為應用程式內購買，應提供相關資訊，使消費者得以選擇是否使用或限制其使用。應用程式內之交易，需獲得消費者明確同意。
- 12、安全交易機制及隱私權保護政策。
- 13、解決合約爭議之管轄法院及適用之準據法。
- 14、爭議發生時，國內及跨境爭議之處理機制。

四、交易確認程序

企業經營者應採取適當之確認程序，該程序為完成交易之必要步驟。

- (一) 交易確認前，應予消費者檢視摘要資訊之機會，並應允許消費者修正訂單或停止交易。
- (二) 應提供再次確認之機制，供消費者瞭解此為確認購買意願之最後程序。在訂購確認程序完成前，消費者得取消該項交易。
- (三) 交易確認後，應即以適當或約定之方式通知消費者。
- (四) 應允許消費者保存及列印完整、正確之交易紀錄，其格式須與消費者使用之裝置相容。
- (五) 消費者送出付款，但因故無法完成交易時，應確實通知消費者，及提供必要之協助。

五、隱私權保護

企業經營者應遵守下列消費者隱私權保護原則，政府亦應有適當的管制措施或機制。

- (一) 應保護消費者隱私，依據相關法規以合法、透明、公平之方式，蒐集、處理及利用消費者個人資料，且須確保消費者享有選擇權，並提供合理之安全保護措施。
- (二) 如未能遵守上述原則或未能遵守其在隱私權保護政策中所承諾之措施時，應自負其法令上之責任。
- (三) 設計開發行動及線上付款系統時，應納入隱私保護機制，並適時檢討、更新及整合現有機制。

六、交易安全

企業經營者應採取下列措施，以保障交易安全。

- (一) 採取適當措施保護傳輸及儲存於企業經營者處之付款及個人資料。

- (二) 提供消費者其所使用之安全及認證技術資訊，讓消費者瞭解該系統之風險。
- (三) 鼓勵消費者以安全方式提供個人機密資料。
- (四) 依相關之安控標準隨時更新所使用之安全及認證技術，以保持或提昇交易安全等級。
- (五) 建立個人資料外洩防護機制，倘發生資料外洩事件，應即時主動通知消費者；如消費者因而遭受損害時，應負損害賠償責任

七、兒童權益

- (一) 對未滿十二歲兒童蒐集資料時，除遵守前述隱私保護原則外，並應遵守下列原則：
 - 1、公告明確且完整之兒童隱私權保護政策，告知其蒐集兒童個人資料之相關措施。
 - 2、對兒童進行個人或其家庭成員資料之蒐集、使用及向第三者揭露，皆須先取得兒童父母或監護人之同意。
 - 3、提供兒童父母或監護人得以檢視、更正或刪除企業經營者所蒐集之兒童資料之機制。
 - 4、確保所蒐集兒童個人資料之隱密性、安全性及完整性。
 - 5、不得以要求兒童提供個人或其家庭成員之相關資料，作為兒童參與相關活動之條件。
- (二) 對兒童所為之廣告應避免過度誇張或引誘，不應出現不適當之內容，如色情或暴力之圖像、文字及影音等資訊。
- (三) 應讓父母或監護人於兒童購買、使用商品及服務前，知悉可能產生之費用及避免費用產生之方法。
- (四) 應提供警示或通報機制，讓父母或監護人得設定最高消費額度或控管兒童之購買行為。

八、付款

- (一) 企業經營者應提供消費者易於使用且安全之付款機制。
- (二) 支付機構應儘可能採取適當措施，協助消費者解決與企業經營者間因商品或服務未送達、未授權交易或其他有瑕疵交易所產生之消費爭議。
- (三) 未經消費者授權之交易，除消費者有故意或重大過失者外，不需負擔責任。
- (四) 消費者依法於猶豫期間解除契約後，企業經營者應即將貨款退還消費者。
- (五) 政府應與企業經營者及相關團體充分合作，採取下列保護措施，以提昇消費者對電子商務之信心：
 - 1、建立電子支付消費者保護機制，並鼓勵推展第三方支付等

付款方式。

- 2、調和各種付款保護規範，並釐清跨境交易而付款保障標準不一時之因應方式。付款保障有落差時，應妥善及有效處理消費爭議。
- 3、合作建置避免詐騙、非法扣款及業者自律等保護機制，確保消費者以任何方式付款，均受最基本之保障。

九、消費爭議處理

消費者應能取得公平、有效、及時、經濟、透明且便利之機制，解決國內及跨境交易所生之爭議。

(一) 內部申訴處理機制：企業經營者應設置內部申訴處理機制。

- 1、快速且合理地回應消費者之申訴。
- 2、免收費用。
- 3、清楚揭露申訴處理機制及程序。

(二) 外部爭議處理機制：企業經營者應提供可處理其與消費者間爭議之公正第三者所提供之替代爭議處理機制，此機制應：

- 1、具獨立性。
- 2、儘量透過網際網路進行。

(三) 消費者有權選擇對其最有利之消費爭議處理機制；且其爭議處理，不應限制消費者採取其他解決或賠償措施。

(四) 政府應與企業經營者及相關團體共同合作，訂定適當之爭議處理機制；並應考慮以適當之方式，就非金錢交易之受害消費者提供救濟。

(五) 政府應鼓勵支付服務業，提供消費者適當、低廉及易於使用之爭議處理及賠償制度。

(六) 支付服務業應要求相關業者(如平台業者)，適當保存消費者授權扣款紀錄，確保消費者得以取得，以促進爭議之處理。

十、教育宣導

政府、企業經營者、相關團體及消費者應共同致力於電子商務之教育及意識之提昇。

(一) 消費者教育應強調下列內容：

- 1、如何降低電子商務消費風險，及安全進行交易。
- 2、從事國內及跨境交易時應有之權利及義務。
- 3、應能取得企業經營者不當或非法行為之相關資訊。
- 4、考量不同年齡、收入、地區及知識程度等因素，傳授參

與電子商務所需之知識與技能。

5、考量納入學校消費者保護教育，並加強相關師資之培訓。

(二) 企業經營者教育應強調電子商務之相關法規及如何採取適當之自律措施。

(三) 教育消費者及企業經營者關於網際網路之創新技術。

十一、國際合作

政府、企業經營者、相關團體應共同致力於下列事項：

(一) 建立與國際間對消費者保護核心議題之共識，相關法規及標準應與國際間調和一致。

(二) 運用國際網絡、雙邊、多邊協議或其他適當措施，加強與國際間之合作及交流。

(三) 適度響應國際間之協助調查及聯合行動，並盡力解決相關歧見。

(四) 透過對話、資訊交流，致力推動跨境消費爭議之司法管轄權、準據法與判決承認及執行之共識。

伍、施行

一、政府、企業經營者及相關團體應共同致力推廣本綱領，落實本綱領之精神及內涵。

二、政府應參照本綱領，本於科技中立原則，檢討、採用及調整電子商務消費者保護相關法規，並依需要訂定、推動相關措施。

三、政府應蒐集及分析申訴、調查及趨勢，加強消費者保護之研究，致力改善電子商務決策。

四、政府應充實相關機關之組織資源及執法技能，加強取締消費詐騙。

五、企業經營者應參照本綱領從事電子商務並推動相關自律措施，推廣有效之爭議處理機制，提昇消費者信心。