

2026年世界消費者日主題：商品安全，消費安心

...

在全球數位市場中，商品安全迅速成為影響生命、消費者信任及全球經濟的關鍵議題。經濟合作暨發展組織 (Organisation for Economic Cooperation and Development, OECD) 近期調查，87%已被召回或禁售商品仍可上網取得。此外，仍有許多國家依然缺乏足夠的法律框架來保護社會免受商品安全問題影響。

這個議題每天不停影響各個地區的所有人，更對弱勢和低所得國家的消費者造成額外負擔，還可能帶來公共健康和發展方面的挑戰——即加劇污染和浪費寶貴資源。

國際消費者聯盟(Consumers International,簡稱CI)與其會員及合作夥伴們溝通後，很高興宣布2026年世界消費者日主題為「商品安全，消費安心(Safe Products, Confident Consumers)」。CI想邀請所有消保倡議者協助解決商品品質不佳帶來的問題，於3月15日與CI會合，一齊提升消費意識並採取行動。

2026年CI的活動內容

CI將基於過去成功舉辦活動的基礎上，發起全球論壇探討商品安全相關重要議題，提升CI會員在此議題方面的能見度，並累積力量支持國際合作夥伴 (包括聯合國貿易和發展會議及OECD等) 在該議題上的承諾。

展示商品安全變革的事蹟

商品安全長期以來一直是CI會員關注的重點，且已證明是CI發揮影響力的領域。

CI會員將蒐集、分享不安全商品資訊並進行調查，這些調查將用於推廣活動、教育消費者及通報監管機構，且要推動企業問責制度。3月15日，這些活動將在全球推動起來，大家透過國際消費者日活動團結支持商品安全，讓消費者安心。

弭平監管缺口

2025年7月UNCTAD舉行的第9屆聯合國競爭與消費者保護會議中，CI協助推動一項聯合國全球商品安全倡議，該倡議已提交聯合國大會。

在2024年首屆OECD消費者政策部長級會議中，CI曾特別獲邀參加，並見證商品安全建議已被納入審議的宣言草案中。

世界消費者日彙集的資訊與見解，將有助於加速落實國際組織的承諾，從而讓「每個消費者都有權獲得安全無害的商品」，如同聯合國消費者保護綱領所述。

CI的行動將致力推動以下方針：

提高民眾的認知，因為商品安全不足將會損害生命、健康與安全等核心人權。

消費者團體代表消費者發聲，站在政策辯論和制定的最前線，並獲得支持以貢獻其見解、證據和解決方案時，即可獲致由消費者所驅動的成果。

企業、政府與消費者團體間的緊密合作至關重要，將能確保商品生命週期每個階段的安全性都能有保障。

健全的跨境商品安全系統至關重要——包括運用創新技術有效分享資訊、協調商品召回措施，以及有效落實政策與實務做法。

統一的全球標準和監管框架，有助於確保所有消費者的權益得到保護，並可推動全球合作和問責制度。

CI聚焦之重點

CI推進的消費商品安全活動，旨在探討消費者因實體商品遭受的傷害，並未延伸到更廣泛的其他類型傷害，例如線上體驗可能受到的傷害，後者屬於CI「數位消費者權益」方針的一部分。

資料來源<https://www.consumersinternational.org>