

## 疫情期間網路購買食品要注意

國內嚴重特殊傳染性肺炎(COVID-19)疫情嚴峻，全國正式發布疫情三級警戒，民眾為避免到市場或賣場採購造成群聚，多改以網路購買食品。行政院消費者保護處(以下簡稱行政院消保處)特別提醒消費者，上網採購食品應慎選有信譽的賣家及平台，收到貨品後應踐行檢查程序，如有瑕疵或過期應拍照存證，以保障自身權益。

行政院消保處表示，消費者網購食品除應瞭解網站或網頁有無依照食品安全衛生管理法的規定，標示食品的品名、製造廠商、內容物、淨重、添加物及有效日期等資訊外，也應注意下列事項：

### 一、收貨後立即檢查有無瑕疵

消費者收到網購的食品時，應立即檢視食品是否有瑕疵或過期，如有問題應即時錄影或拍照存證，並保留食品網頁的廣告資料，發生爭議時才有利舉證。

### 二、注意保存方式避免食品腐敗

疫情期間出貨量大增，容易造成物流塞車，購買冷藏(凍)食品應特別留意，如發現冷凍食品有脫水狀態，或冷藏食品送達時溫度不足，因而造成毀損情形，均可向業者要求退貨、退款或重寄商品。

### 三、注意生鮮食品沒有 7 日無條件退貨的權益

通訊交易依消費者保護法規定享有 7 日無條件退貨的權利，但易於腐敗、保存期限較短的生鮮食品，屬於合理例外情事，如經業者於網站告知，則排除猶豫期的適用，無法享有 7 日無條件退貨的權利。

### 四、慎選賣家保障權益

透過網路訂購食品時，建議消費者應慎選安全有信譽的賣家與平台，避免買到過期、斤兩不足、來源不明或標示不清的商品，如發生消費糾紛，也不致於求償無門。

行政院消保處再次提醒，消費者倘於網路購買食品發生消費爭議，如與業者溝通協調仍未獲退費或妥適處理者，可至行政院消費者保護會網站(<https://cpc.ey.gov.tw/>)進行線上申訴。如欲了解更多疫情相關之退費處理原則，可參閱行政院消費者保護會網站「COVID-19 消費資訊專區」(網址：<https://cpc.ey.gov.tw/Page/759189AEA1644E51>)。

## 化粧品衛生安全管理法 3 大新制 110 年 7 月 1 日上路

配合化粧品衛生安全管理法規定，自 110 年 7 月 1 日起，一般牙膏及漱口水納入化粧品管理、一般化粧品登錄制度及化粧品外包裝、容器、標籤或仿單之標示新制規定等管理制度亦將施行，加強化粧品管理，提升化粧品之衛生安全及保障消費者權益。

食品藥物管理署(下稱食藥署)表示，自 110 年 7 月 1 日起一般牙膏及漱口水納入化粧品管理，產品標示、成分、品質、衛生安全及製造場所，均須符合化粧品管理規定，強化一般牙膏、漱口水之產品品質及衛生安全；一般化粧品(除免辦理工廠登記之化粧品製造場所生產之固態手工香皂外)於供應、販賣、贈送、公開陳列或提供消費者試用前，應於食藥署建置之「化粧品產品登錄平台系統」完成產品登錄，有助於主管機關掌握國內市場流通化粧品品項，消費者亦可使用該平台(網址：<http://cos.fda.gov.tw/TCAL/cospq/cospq0101f.jsp>)查詢產品相關資訊；化粧品標示新制規定更明確化粧品標示事項管理，規範成分排列次序、中文應標示事項之字體大小等規定，有助於消費者清楚辨識及查覽產品資訊，保護消費者使用化粧品安全。

最後，食藥署提醒消費者若發現有不良品或使用時發生不良反應，可通報食藥署建置的「藥物食品化粧品上市後品質管理系統」，網址：<http://qms.fda.gov.tw/tcbw/>，通報專線：02-2521-5027。為增加消費者對化粧品安全使用的認知，食藥署特別成立「TFDA 化粧品安全使用」粉絲團，更多化粧品安全選用資訊請上 <http://www.facebook.com/tfdacos> 查詢。

## 推廣防疫物流新概念 代收貨款郵件寄「i 郵箱」郵資優惠 30 元

中華郵政公司為倡導零接觸配送及無現金支付理念，自 110 年 7 月 1 日至 12 月 31 日舉辦「代收貨款 選箱配 最優惠」活動，凡代收貨款郵件寄至 i 郵箱取件者，每件資費減收 30 元，鼓勵民眾藉由 i 郵箱特有的金、物流整合服務支付貨款，減少接觸傳染風險。

中華郵政公司表示，凡透過 3 號便利包、國內包裹及國內快捷方式交寄，且代收貨款金額不逾新臺幣 6,000 元者皆可享有本優惠服務，寄件人可至全臺 1,299 間郵局，索取代收貨款託運單，填妥收件 i 郵箱名稱、收件人手機號碼、代收金額及收款帳號即可；當郵件送抵 i 郵箱時，收件人將會收到包含取件資訊及銷帳編號的通知簡訊，收件人可於收到簡訊 3 日內，攜帶郵政金融卡或行動裝置(內建台灣 Pay APP)直接至 i 郵箱繳納貨款後取件，或以郵局實體 ATM、郵局網路 ATM 及 e 動郵局 APP 等多元方式先支付貨款，續憑手機末 3 碼及取件碼至 i 郵箱領取郵件。

i 郵箱代收貨款整合轉帳及取貨之金、物流服務，凡於郵局開立存簿儲金或郵政劃撥帳戶者均可直接使用，即時入帳為最大特色，收件人付清款項並取件後，寄件人即能收到貨款，省時快捷，i 郵箱具有一次性簡訊密碼開鎖及獨立式儲格設計，確保收件人隱私與取件安全，落實科技防疫理念，歡迎民眾至中華郵政全球資訊網查詢 i 郵箱據點多多利用，共同透過 i 郵箱落實防疫。

## 買賣家電都要注意，節能標章是否過期！

公平會本(23)日第 1549 次委員會議通過，康迅數位整合股份有限公司及格威股份有限公司銷售 Coway 加護抗敏型空氣清淨機 AP-1009CH 廣告不實，各處新臺幣 5 萬元罰鍰。

獲「節能標章」認證者，代表商品能源效率約為市場前 20%~30%，所以獲有節能標章與否，是影響消費者選購家電商品交易決定之參考因素。公平會表示，康迅公司與格威公司自 108 年 3 月 19 日至 109 年 9 月於 PayEasy 網站刊載「Coway 加護抗敏型空氣清淨機 AP-1009CH+三年份濾網組」，宣稱「節能標章認證」，惟調查發現，Coway 空氣清淨機 AP-1009CH 雖曾獲節能標章認證，惟有效期間為 107 年 1 月 29 日至 109 年 1 月 28 日止，效期過後，直到 110 年 1 月 28 日才再次取得節能標章，故在 109 年 1 月 29 日至 109 年 9 月之網頁刊載期間，Coway 空氣清淨機 AP-1009CH 並無有效之節能標章認證，其廣告表示與事實不符，已違反公平交易法第 21 條第 1 項規定。

公平會提醒廠商，除了注意產品是否有取得節能標章外，還要注意該節能標章是否已經過期，以避免廣告不實，同時維護自身信譽；另外，也再次提醒消費者，於購買家電商品前，可至節能標章全球資訊網 (<https://www.energylabel.org.tw/>) 查詢確認該商品是否獲有節能標章認證。

## 消費者參考網紅分享時應注意事宜

隨著 Facebook、IG 與 Youtube 等社群網站的流行，網紅薦證行銷蓬勃發展，歌手、演員、運動員等各界名人均透過社群網站與粉絲互動，廠商亦紛紛付費或贊助名人於社群平台上分享其商品或服務資訊，但網紅開箱究竟是單純的體驗分享？或是與廠商的合作宣傳？消費者實在無法分辨。因此，英、美等國遂認定網紅接受廠商利益而推薦相關產品或服務屬薦證廣告的一種形式，並制訂相關指引，明訂網紅應揭露的利益關係與揭露的方式，並要求其必須「清楚且明顯的揭露」民眾「無法合理預期的利益關係」。

在臺灣，如果網紅以消費者的角度，對商品或服務進行開箱或分享自己的使用心得，因為不是銷售商品或服務，也不是受雇於廠商、受有報酬而發表，這種非商業性的經驗分享，難認定是廣告。但如果網紅受有廠商的利益卻沒有揭露，依照公平交易委員會訂定的「公平交易委員會對於見證廣告之規範說明」第 5 點規定，廣告主（廠商）與薦證者（網紅）間具有非一般大眾可合理預期的利益關係，沒有在廣告中充分揭露，且足以影響交易秩序者，可能違反公平交易法（以下簡稱公平法）第 25 條規定。另薦證廣告內容涉有不實，則有違反公平法第 21 條或其他相關主管法規之虞。

為此，行政院消費者保護處提醒民眾注意：

- 一、有些網紅在網頁或影片中，以文字，圖片或口語的方式，清楚說明與廠商之間的利益關係，但因為版面有限，以至於標籤（如：分潤連結）被折疊、遮蓋，或是只有電腦版才可以得知完整的資訊，另有些口頭說明是在開箱影片的中間或最後。因此，建議消費者仔細查閱網站的頁面、相關連結，並全程觀賞聆聽網紅分享影片的內容。
- 二、有些網紅不一定會清楚說明分享的內容（如：餐點、旅遊或酒店住宿）是廠商免費提供或出借，或是已被廠商任命為年度大使等。因此，建議消費者在參考網紅分享商品或服務的使用經驗或評價時，應多多搜尋其他意見，或依實際需要前往實體通路確認品質與規格，避免衝動消費。

相關連結：

- 一、英國競爭及市場管理局（CMA）與英國廣告實務委員會（CAP）聯合發布之「影響者廣告指引」（Influencers' guide to making clear that ads are ads）  
<https://www.asa.org.uk/resource/influencers-guide.html>

- 二、美國聯邦交易委員會(FTC)「薦證廣告使用指引」(Guides Concerning the Use of Endorsements and Testimonials in Advertising)  
<https://www.ftc.gov/sites/default/files/attachments/press-releases/ftc-publishes-final-guides-governing-endorsements-testimonials/091005revisedendorsementguides.pdf>
- 三、美國聯邦交易委員會(FTC)「線上揭露：在數位廣告中如何有效的揭露」(.com Disclosures: How to Make Effective Disclosures in Digital Advertising )  
<https://www.ftc.gov/sites/default/files/attachments/press-releases/ftc-staff-revises-online-advertising-disclosure-guidelines/130312dotcomdisclosures.pdf>
- 四、公平交易委員會於薦證廣告之規範說明  
<https://www.ftc.gov.tw/internet/main/doc/docDetail.aspx?uid=165&docid=13021>