

電信服務（含通訊與周邊產品）及 APP 產業之
消費者意識及行為調查
期末報告



執行機構： 趨勢民意調查股份有限公司
計畫主持人： 趨勢民意調查 關智宇 研究總監

中 華 民 國 1 0 3 年 1 2 月

研究摘要

有鑑於行政院消費者保護會網站「102 年度各直轄市、縣（市）政府受理消費者申訴、調解案件統計報告」資料顯示，當年度消費申訴案件數以電信類、通訊及周邊產品分居第一、二位，加以第四代行動通信（4th Generation of Mobile Communications Technology Standards, 4G）服務開通在即，應用程式（Application, APP）發展為行動購物平台恐將衍生之消費問題等，爰規劃透過本調查案瞭解電信消費、通訊與周邊產品之消費者意識及行為，以及 APP 產業之行動商務運用過程中消費者遭遇之問題，期據以研提相關建議，作為推動消保業務之參考。

一、調查執行概述

本次「電信服務（含通訊與周邊產品）及 APP 產業之消費者意識及行為調查」進行電話訪問調查及辦理一場焦點團體座談會，電話調查於 103 年 11 月 6 至 15 日進行，訪問對象為 13 歲以上國民，共成功訪問 2,118 份有效樣本。焦點團體座談會於 103 年 11 月 19 日辦理，邀請消費者保護領域、資通訊科技領域之學者專家及政府部門代表參與。在電話訪問調查方面，本研究依照文獻整理我國、英國、澳洲之電信服務等消費者保護相關措施、爭議議題，以及與專家、學者、行政院消費者保護處人員等討論後，建構電話訪問調查題目，針對我國民眾之電信服務、通訊及周邊產品、APP 產業之相關消費者意識、消費行為及所遭遇之問題設計調查題組。

二、消費者調查主要發現

（一）消費意識整體概況

本次消費意識調查以「電信服務」、「通訊及周邊產品」及「APP 產業」三大項目為主軸，根據調查結果發現，在電信服務消費意識方面，贊成程度較高者以「電信業者應該在電話費或傳輸費使用到一定程度時，主動提醒用戶」，在通訊及周邊產品方面，以「在購買手機或電池、耳機、行動電源這類型的商品時，應該要注意商品的標示清楚及外觀無破損」之清楚程度最高，而在 APP 產業方面，則是以「APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額」之同意程度最高。

根據調查結果顯示，民眾在知道「電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短給予補償或提供等值服務」、「手機門號提前解約的違約金，應按照使用期間的長短減少違約金」及「申辦手機門號行動上網服務時，業者需要提供 7 天試用期的服務」方面之清楚程度未達五成。其中在申辦新手機門號行動上網服務需提供 7 天試用期服務方面，可能因民眾於此行政指導發布前，已申辦行動上網服務，因此對於新訂定之規定認知度較低。然而，因我國 4G 行動上網服務陸續開通，民眾於未來有申辦 4G 服務之可能需求，因此除要求主管機關敦促業者於民眾申辦前主動告知消費者試用期服務外，應持續宣導行動上網可有 7 日試用期之服務。而在「電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短給予補償或提供等值服務」方面，103 年度已有 3 家電信業者於不同區域發生連續斷訊實例，對於電信業者是否有確實依照斷訊時間給予對應之補償，除了主管機關應主動查察業者，以維護民眾消費權益外，也有必要針對消費意識較低的族群加強宣導，以提升民眾電信服務之消費意識，而能適時主張自己的權利。

推測消費意識較低的族群（65 歲以上、國小以下、非五都居民、農林漁牧業工作者及無業/待業/退休/家管者、及沒有在上網者），可能是受到生活習慣或能力的影響，不會使用手機及上網或沒有需求，或是由他人代買手機或送修等，故未能接獲相關訊息。至於消費意識較高之年輕、教育程度高、收入中高以上、軍公教或白領人士、居住於五都者及較常上網者，可能因為生活需要，較常親自購買手機或換約及上網查尋資訊，因此消費意識較高。

另就費意識高低的程度差別來看，屬於如「電信業者應該在電話費或傳輸費使用到一定程度時，主動提醒用戶」、「APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額」等較不涉及法律規定或不需要專業判斷之常識性問題，可能連前開消費意識較低的族群也容易判斷，故其同意或清楚程度會較高。因此，似亦可藉以評斷問題對受訪者的難易程度，如有涉及法令或專業的題項，消費意識較低的族群其同意或清楚程度會較低。

(二) 消費意識調查重點

民眾對「去申辦手機門號行動上網服務時，業者需要提供 7 天試用期的服務」之消費意識有 27.4% 表示清楚，而有 71.1% 表示不清楚。其中以 20-39 歲之青年族群、教育程度較高者、白領以上階級及軍公教人員等的清楚程度較高。而 65 歲以上、教育程度較低者及沒有上網者清楚程度較低。

民眾對「電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短給予補償或提供等值服務」之消費意識有 24.6% 表示清楚，而有 74.7% 表示不清楚。其中以居住五都、男性、30-39 歲者、大專以上學歷者、基層白領及自營、高階白領及專業人士、個人平均月收入為 6-8 萬元者及上網時間 6-9 小時者之清楚程度較高。而居住於非五都者、女性、沒有上網者之清楚程度較低。

民眾對「手機門號提前解約的違約金，應按照使用期間的長短減少違約金」之消費意識有 47.3% 表示清楚，而有 51.9% 表示不清楚。其中以女性、20-39 歲者、大專學歷者、基層白領及軍公教者、個人平均月收入為 2-4 萬元及上網時間 6 小時以上者之清楚程度較高。而國小以下、農林漁牧業工作者及無業/待業/退休/家管者、及沒有在上網者清楚程度較低。

民眾對「電信業者應該在電話費或傳輸費使用到一定程度時，主動提醒用戶」之消費意識有 94.2% 表示贊成，2.6% 表示不贊成。其中以 13-64 歲者、國初中以上學歷者、軍公教、自營、高階白領及專業人士、基層白領、個人平均月收入為 10 萬元以上及上網時間 6 小時以上者之贊成程度較高。而 65 歲以上、國小以下、農林漁牧業工作者及無業/待業/退休/家管者及沒有在上網者贊成度較低。

民眾對「手機遺失或遭竊時應即以電話通知電信公司暫停通信，未通知前仍須支付該手機所生之所有電信費用」之消費意識有 74.9% 表示清楚，24.6% 表示不清楚。其中以 30-39 歲者、研究所以上學歷者、軍公教、自營、高階白領及專業人士、基層白領、個人平均月收入為 10 萬元以上及上網時間 6-9 小時者之清楚程度較高。而 65 歲以上、教育程度較低者、農林漁牧業工作者及無業/待業/退休/家管者及沒有在上網者清楚程度較低。

民眾對「在購買手機或電池、耳機、行動電源這類型的商品時，應該要注意商品的標示清楚及外觀無破損」之消費意識有 84.9% 表示清楚，14.4% 表示不清楚。其中以居住在北部地區、13-39 歲者、研究所以上學歷者、自營、高階白領及專業人士、基層白領及學生、個人平均月收入為 2 萬元以上及上網時間 1 小時以上者之清楚程度較高。而居住在東部及離島地區與南部地區者、教育程度較低者、農林漁牧業工作者及無業/待業/退休/家管者及沒有在上網者清楚程度較低。

民眾對「不同品牌的手機或電腦的電池、行動電源等周邊商品之規格應可相容」之消費意識有 79.7% 表示同意，15.3% 表示不同意。其中以居住在北部地區、居住在五都者、男性、20-59 歲者、研究所以上學歷者、軍公教、自營、高階白領及專業人士、基層白領職業者、個人平均月收入為 6-10 萬元者及上網時間 6-9 小時者之同意程度較高。而居住在東部及離島地區、女性、60 歲以上者、教育程度較低者、無業/待業/退休/家管者及沒有在上網者同意程度較低。

民眾對「在下載 APP 應用程式時，應該要詳細閱讀使用說明後再進行下載」之消費意識有 62.0% 表示清楚，35.8% 表示不清楚。其中以居住在五都者、13-19 歲者、大專學歷者、學生、個人平均月收入為 6-8 萬及 10 萬元者及上網時間 1 小時以上者之清楚程度較高。而居住非五都者、65 歲以上、國初中以下學歷者、基層藍領、無業/待業/退休/家管者及農林漁牧業工作者及沒有在上網者清楚程度較低。

民眾對「購買下載 APP 應用程式時，應避免將帳號、密碼或信用卡資料於手機或電腦中設定為自動儲存功能，以免日後誤觸產生購買行為」之消費意識有 63.9% 表示清楚，34.2% 表示不清楚其中以居住在五都者、20-39 歲者、大專以上學歷者、軍公教、基層白領及學生直業者、個人平均月收入為 6-8 萬元者及上網時間 1 小時以上者之清楚程度較高。而居住非五都者、60 歲以上者、國初中學歷者及沒有在上網者清楚程度較低。

民眾對「APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額」之消費意識有 92.0% 表示同意，1.2% 表示不同意。其中以居住在北部及南部地區、居住在五都者、20-59 歲者、高中職以上學歷者、學生、軍公教、自營、高階白領及專業人士、及基層白領職業者、個人平均月收入為 2 萬元者及有上網者之同意程度較

高。而居住中部地區者、60 歲以上者、國小以下學歷者、農林漁牧業工作者及沒有在上網者清楚程度較低。

（三）消費意識分數及意識分數別分層特性

本次消費意識分數經換算，屬於高度消費意識者占 13.0%、中度消費意識者占 23.6%、低度消費意識占 23.3%。

在高度消費意識者方面，以居住在五都者、大專以上學歷者、上網時間 6-9 小時、月收入在 6-9 萬元者所占比例較高。

而低度消費意識者，以居住在非五都者、國初中以下學歷者、農林漁牧業工作者、沒有在上網者所占比例較高。

三、消費行為方面

（一）電信服務使用情形

本次調查有 92.5% 的民眾有在使用手機，使用傳統手機者占 19.7%、使用智慧型手機者占 72.8%。手機使用者所使用的電信業者，本次調查以中華電信的比例最高，占 52.6%，其次為台灣大哥大(23.3%)及遠傳電信(19.8%)等在使用行動上網的目的方面，以社交(57.7%)、查詢資料(33.3%)、瀏覽網頁(26.2%)的比例較高。

（二）使用電信服務遭遇問題

使用電信服務遭遇問題方面，有 61.7% 表示沒有遭遇過問題，而 38.3% 遭遇的問題中以通話品質不佳及網路速度不穩定、詐騙電話或簡訊及通話斷訊之比例較高。其中，居住在北部及中部地區者表示網路速度不穩定之比例較高，南部與東部及離島地區者表示通話品質不佳的比例較高。年輕族群表示網路速度不穩定之比例較高，而中壯年族群認為通話品質不佳的比例較高；而不論男性或女性皆認為通話品質不佳的比例較高。

而遭遇消費問題者，有 87.6% 沒有因此發生消費爭議，12.2% 表示有消費爭議經驗。在處理管道方面，76.2% 發生消費爭議者以繼續找業者作為處理爭議管道，17.7% 為消費者服務中心，另有 4.0% 表示沒有進一步處理。

(三) 通訊及周邊產品使用情形

有 47.7%的民眾在過去一年內有購買通訊及周邊產品，購買產品為手機(24.3%)、行動電源(19.6%)、周邊配件(25.7%)、平版電腦/PDA(3.8%)等，而 52.3%表示沒有購買。民眾使用通訊及周邊產品時發生非個人因素造成的問題方面，有 79.6%表示沒有發生過相關問題，而發生的問題原因，以功能異常或故障的比例較高，占 8.7%。

(四) 通訊及周邊產品清楚度認知

對於通訊及周邊產品標示清楚度方面，有 71.2%認為清楚，19.0%認為不清楚，然而有 8.9%的民眾表示不會去注意產品標示是否清楚。其中認為清楚者，以年輕族群、研究所以上學歷者、及上網時間 3-6 小時者較高。而在認為標示不清楚之民眾認為標示不清之項目中以產品規格(37.6%)、產地標示(31.6%)、操作說明(30.8%)的比例較高。

(五) 維修前廠商是否清楚說明故障原因並告知費用

有 77.6%認為清楚，16.5%認為不清楚，其中認為清楚者，以 20-29 歲者、大學學歷者、學生、月收入 4-6 萬元者及上網時間 3-6 小時者認為清楚比例較高。

(六) 送修手機遭遇消費問題

有 81.6%送修手機民眾表示沒有遭遇，而有消費問題主要以維修後仍有故障及維修時間太長為主。

(七) APP 應用程式使用情形

有 53.4%的受訪者有使用 APP 應用程式的經驗，其中 46.2%是下載免費 APP 應用程式，7.2%為下載免費及付費的應用程式。而在 APP 應用程式消費經驗方面，則有 21.8%的民眾有相關的消費經驗，78.2%沒有 APP 應用程式消費經驗。

(八) 下載 APP 應用程式會注意事項

民眾在下載 APP 應用程式時，在收費狀況、更新資訊、需提供存取權項目等，皆有七成以上會注意。而在內容分級及聯絡資訊方面，會注意的比例則未達五成。

(九) 消費爭議處理管道

不論是在「電信服務」、「通訊及周邊產品」或是「APP 應用程式」等方面，民眾所使用的爭議處理管道皆以「繼續找業者」之比例最高。

(十) 建議政府提供保障消費權益之方式

民眾在電信服務方面，希望政府提供保障消費權益之方式以降低電信服務費率(12.6%)、訂定基本使用權益相關法條(10.4%)及提升通訊/連線品質(7.6%)比例較高。在通訊及周邊產品方面，以訂定基本使用權益相關法條(7.1%)、延長保固期(5.2%)及訂立廠商標準規範(4.5%)之比例較高。最後，在 APP 產業方面，以訂定基本使用權益相關法條(10.5%)、加強標示消費者需注意事項(9.5%)、提供 7 天鑑賞期(5.9%)及加強宣導消費者使用權益(5.7%)之比例較高。

四、研究建議

(一) 在行政監督方面

1. 應加強督導企業經營者主動履行電信服務相關契約責任及維護弱勢者權益

- (1)根據調查結果顯示，受訪者在「電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短給予補償或提供等值服務」、「手機門號提前解約的違約金，應按照使用期間的長短減少違約金」及「申辦手機門號行動上網服務時，業者需要提供 7 天試用期的服務」方面之清楚程度未達五成，而這些亦屬業者應遵守的契約責任，業者應主動履行，不宜被動等待消費者去主張。故主管機關應加強督導業者主動履行企業責任。
- (2)受訪者對「在購買手機或電池、耳機、行動電源這類型的商品時，應該要注意商品的標示清楚及外觀無破損」及「APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額」之同意程度極高，故主管機關應督促業者提供商品之應標示清楚及外觀無破損，及 APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額。
- (3)有關數據傳輸超額收費之「帳單恐慌」問題，建議主管機關與業者研擬適當之數據傳輸用量提醒方式。可參考本研究焦點團體座談學者專家建議，針對 3G 行動上網數據用量提醒方面應朝更具即時性之數據提供為原

則，並且應評估在傳輸用量到達時，業者主動進行速率減速、停止提供數據服務或通知用戶加購數據傳輸用量服務之可行性等，以減少消費者發生帳單恐慌之問題。

- (4)另應督導業者，若門市人員遇到隻身前來申辦服務的長者，應給予詳盡解說確保長者確實理解租約內容外，亦可採用委婉的語句，建議長者與其他家屬共同前來協助。

2.研議推動不同品牌的手機或電腦的電池、行動電源等周邊商品之規格相容

本項問題的調查結果，有 79.7%受訪者表示同意，表示大部分的受訪者對不同電信品牌有些周邊設備無法相容問題產生困擾。此外，無法相容問題亦會造成資源的重複浪費且增加消費者的購買支出，對環境資源及消費者並不有利，故主管機關應依本調查結果，據以加強研議及推動不同品牌電池、行動電源等周邊商品之規格可相容性。

3.督促企業經營者加強維護手機通話品質及上網連線品質

通話品質不良及連線品質不佳等仍為消費者主要遭遇之消費問題，建議主管機關定期要求各電信業者進行自我評核，藉以掌握業者營運狀況，以及辦理不定期之通訊及連線品質測試調查，完善電信服務品質監理機制。而針對業者自評結果或主管機關自行辦理之測試結果，可將之公布，做為消費者選擇電信服務業者之參考依據。

4.加強通訊及周邊產品進行商品標示抽查作業

本次調查有部分民眾反應通訊及周邊商品之標示不清楚，而不清楚之標示項目以產品規格、產地標示、操作說明等方式所占比例較高。基此，建議由主管機關經濟部通知各縣市政府持續針對通訊及周邊產品進行商品標示抽查作業，檢視商品標示是否符合法規規範，並針對查核結果，藉由記者會、新聞稿發布等方式公布不合規定之產品資訊，提醒消費者通訊及周邊產品存在標示不清問題，以使民眾注意後續在進行消費者，可於購買前查閱產品之相關標示。

5.協調業者加強提供消費者服務

- (1)擬定標準化之維修流程

在手機維修之消費爭議問題方面，本調查中發現手機維修之消費問題以維修後仍有問題及維修時間過長為主，對此，政府部門一方面除了可針對民眾進行宣導教育，提醒消費者在維修時與維修廠商確認故障原因、維修經費或預估之維修時間等資訊外，可與手機製造商、手機代理通路商等業者協調擬定標準化之維修流程，提供消費者正確資訊，如因維修檢測有消費者需額外支付維修或更換設備費用時，應於處理前詢問消費者維修意願，降低通訊周邊產品維修爭議。

(2)提供消費者便利之查詢、變更服務

焦點座談會議中有專家提出消費者欲以客服電話取得消費者申辦資料時，需經過很多層的轉接及確認，對於消費者來說相當不便，建議主管機關可督導業者加強提供便利之實體電話客服或虛擬之網路平台供消費者運用。

6.有關 APP 應用程式部分

(1)要求 APP 應用程式平台業者審查 APP 開發人員聯絡資訊並進行抽測

在下載 APP 應用程式時會注意之資訊中，有二成六的使用者會注意開發人員之聯絡資訊。考量使用習性多係於下載後遭遇問題才會尋找開發人員聯絡資訊，因此應關注開發人員聯絡資訊之清楚度及完整度，避免，可請主管機關要求應用程式平台業者審查上架之 APP 應用程式提供如電子郵件、聯絡電話、官方網站等可供使用者聯繫之管道。其次，可針對各系統平台之熱門 APP 應用程式進行抽查測試，確認應用程式開發人員提供正確聯絡管道並且有實際回應使用者問題之作為，以確保使用者在遭遇消費及使用問題時擁有應用程式開發商詢問之管道。

(2)與平台業者協調 APP 應用程式消費之確認機制

針對 APP 應用程式平台方面，可與平台業者協調 APP 應用程式消費（包括 In-APP Purchase）之確認機制，諸如增加確認次數、付費項目提醒等，亦可與業者協調在消費後，由系統顯示鑑賞剩餘時間等服務，建立符合消費者操作便利性及保障消費權益之付費操作流程。

(3)針對 APP 應用程式之消費爭議處理方式製作簡易之流程圖

在 APP 應用程式之相關消費爭議方面，根據調查結果，目前曾因使用 APP 應用程式而產生消費爭議之事件尚未嚴重，此一結果與澳洲所執行相關調查相

近。然而，學者專家指出 APP 應用程式屬於小額消費，因此可能導致民眾不願花費過多心力爭取相關消費權益。基此，建議可針對 APP 應用程式之消費爭議處理方式製作簡易之流程圖，提供遭遇 APP 應用程式消費問題之消費者明確之處理流程，降低消費者處理消費爭議所需花費之勞力心力。其次，可參考食安議題爭取消費權益之方式，協助消費者保護團體辦理團體訴訟方式，權益受損之民眾可經由消費者保護團體代理求償事宜。

(4)發布 APP 應用程式使用條款內不得記載事項

根據調查結果，有部分民眾在下載 APP 應用程式時不會注意相關之使用說明。對此，可請主管機關即時更新並參考國際方面發布 APP 應用程式使用條款內不得記載事項，確保使用條款未含不利消費者之內容存在。

(二) 在消費者教育部分

1.加強對消費意識較低族群及偏遠地區之消費者教育

(1)消費意識較低的族群（65 歲以上、國小以下、非五都居民、農林漁牧業工作者及無業/待業/退休/家管者、及沒有在上網者），可能是受到生活習慣或能力的影響，不會使用手機及上網或沒有需求，或是由他人代買手機或送修等，故未能接獲相關訊息。故主管機關應特別針對這一族群加強宣導，並建議設計更為淺顯易懂之文宣內容，讓消費者容瞭易瞭解（如標示內容），以提升其消費意識，於權益受侵害時能主張其權益。

(2)調查顯示，在東部及離島地區者之消費意識認知度略低，因此在提升各地區民眾之消費者意識方面，可透過地方行政資源注入宣導資源，考量東部地區及離島地區之地理特性，如透過村里長機制進行家戶宣導或地方行政機關放置便於民眾取閱之宣導單張等，可有效達到資消費訊擴散之效果。

2.加強電信服務相關定型化契約或法令之消費者教育

依調查結果顯示，對於涉及法令或專業的題項時，消費意識會較低，推測民眾對相關法令規定較不易理解或接觸到足夠的資訊，因此建議主管機關能就電信服務涉及消費者權益的法令規定，利用多種管道傳送給不同消費族群，以提升整體的消費意識。如可就民眾申租電信服務時所注意事項進行整理（諸如透過

FAQ、或宣導單張等方式），以條列式呈現各消費權益事項，藉以讓民眾快速且清楚進行電信服務消費時需注意之消費權益。

3.APP 產業消費者教育宣導的重點

- (1)本調查詢問有關誤買 APP 應用程式者，多以太快點選及因小孩或他人使用而不小心購買者占多數，因此，向民眾宣導注意不要將個人帳號密碼或信用卡資料設為自動儲存；提供手機作業系統設定操作說明，指引消費者關閉手機內容易產生消費問題的儲存項目，以及建議消費者關閉帳號密碼自動儲存功能，以有效減少誤買行為產生。另建議政府部門可針對受理消費爭議個案進行整理，透過案例說明提醒因使用自動儲存可能產生的消費問題，由消費者權衡自動儲存之便利性及相對面臨之風險。
- (2)考量電信服務及 APP 產業等為新興之消費模式，對 65 歲以上之年長者可能在資訊接收、吸收速度較慢，主管機關可以宣導鼓勵由家屬陪同協助長者處理電信服務或 APP 應用程式等相關消費，一方面家屬可共同瞭解家中長者所申辦之服務內容、鑑賞時間、違約金、應有之消費權益，其次，日後若有消費爭議，家屬亦可代為處理。
- (3)根據調查結果，有六成左右民眾清楚在下載 APP 應用程式前應詳細閱讀使用說明後再進行下載，而仍有部分民眾在下載 APP 應用程式時不會注意相關之使用說明。在學者專家焦點團體座談會議中，亦提及使用說明或使用條款內容過長及具有許多相關專業術語，降低民眾詳閱使用條款之意願，對此，政府部門可透過新聞稿發布、消費資訊說明等方式提醒民眾注意下載 APP 應用程式應注意事項。

4.加強辦理企業經營者的消費者教育

針對電信業者服務部分，建議主管機關以行政指導方式，督促各電信業者針對門市及客服人員擬定教育訓練計畫，針對民眾進行電信服務消費時應告知及業者提供資料建立標準作業程序（諸如說明資費計算方式、租約期程、優惠內容及提供申租契約等），確保消費者獲得正確無誤之資訊，以減少日後因認知差異而導致消費糾紛產生。

(三) 在整體性建議方面

1. 整合相關消費者保護資訊，提升消費資訊可近性

本次調查透過 CHAID 分析，可以發現教育程度較高者、上網時間較長者之電信服務等相關消費意識認知程度較高。對於資訊蒐集能力較佳者，在電信服務、通訊周邊產品及 APP 應用程式等議題上，如有相關問題可以快速在網際網路中找尋到相關資訊做為參考。相對來說，如民眾未具備高度資訊蒐集能力，則對於電信服務等消費資訊的掌握度則較低。行政院消保處有針對消費者保護之相關作為提供疑難解答、消費資訊、法令規定等提供消費者參考；相關主管機關亦有消費者專區等提供相關消費資訊。而提升消費者接受消費資訊的管道，後續可請主管機關網站內容設計進行資訊整合作業，可參考行政院消費者保護會網站之「消保 Q&A」部分，該網站內容已依照消費類別進行分類，後續可朝消費類別之內容進行分類（可依照主要遇到的消費問題如合約、服務、收費等進一步分類），並依照內容建立相關連結資訊（如法規基礎、主管機關資訊、業者客服專線、消費者專線等），提供整合性之資訊。而消保會網站中，後續可將主管機關建立之消費者保護資訊與消保處業務進行整合，提供消費者獲得消費資訊的「一站式服務(one stop service)」，增加消費資訊之可近性。

而針對無上網行為者，則可透過手機簡訊並輔以紙本文宣方式傳送重要之消費資訊。除增強消費者接收消費資訊之管道外，同時亦應考量不同屬性民眾之資訊吸收能力的差異，因此在資訊提供內容方面，應以容易理解之解說方式呈現。

2. 建立電信服務相關消費爭議處理流程，妥善運用資源

在本次調查消費爭議處理情形中可以發現，民眾在各議題中產生消費爭議時，處理管道仍是繼續與廠商協調為主，可能之原因在於消費者不清楚其他處理管道。而另一方面，學者專家提出消費申訴有多重管道申訴之情形。本調查蒐集之外國經驗，建議可以就電信服務或 APP 應用程式等，提供消費爭議處理之參考流程。根據學者專家意見及國外文獻資料顯示，消費者在遭遇電信服務等問題時，建議先與電信業者之客服部門尋求解決方式，如電信業者之處理結果仍不滿意時，再向政府部門或消費者保護團體進行爭議申訴。

3.保障電信服務消費者權益之政策方向

依受訪者之建議，在電信服務方面，希望政府降低電信服務費率(12.6%)、訂定基本使用權益相關法條(10.4%)及提升通訊/連線品質(7.6%)比例較高；在通訊及周邊產品方面，以訂定基本使用權益相關法條(7.1%)、延長保固期(5.2%)及訂立廠商標準規範(4.5%)之比例較高。最後，在 APP 產業方面，以訂定基本使用權益相關法條(10.5%)、加強標示消費者需注意事項(9.5%)、提供 7 天鑑賞期(5.9%)及加強宣導消費者使用權益(5.7%)之比例較高。故建議政府相關主管機關再重新檢視修訂各相關電信商品及服務的法規，加強消費者權益的維護，再根據受訪者所重視的其他議題如延長保固期、標示消費者需注意事項、APP 應用程式品質及鑑賞期等等，加強推動各項保護電信消費者的措施，及督導企業經營者配合執行，並提升其服務水準及完善服務流程。

目錄

第壹章 研究主旨	1
第一節 研究緣起	1
第二節 調查目的	2
第三節 調查內容	3
第四節 研究流程	4
第五節 名詞定義與調查範圍	5
第貳章 文獻探討	7
第一節 消費者保護權益與概念	7
第二節 台灣行動通訊產業概況及消費爭議	14
第三節 國外電信消費保護措施	24
第四節 小結	45
第參章 研究設計	47
第一節 調查概述	47
第二節 樣本適合度檢定	53
第肆章 調查資料分析	57
第一節 樣本特徵分析	57
第二節 消費者意識分析	59
第三節 消費行為分析	90
第四節 焦點團體座談內容分析	129
第伍章 結論與建議	141
第一節 研究發現	141
第二節 研究建議	148
參考文獻	155
附件一、調查問卷	159
附件二、統計結果表	167
附件三、焦點團體逐字稿	297

表目錄

表 1	行動通訊應用程式下載趨勢.....	1
表 2	調查內容.....	3
表 3	電信業者用戶數.....	14
表 4	行政院消費者保護處接受民眾申訴類型統計.....	19
表 5	國家通訊傳播委員會消費爭議申訴案件統計.....	20
表 6	英國電信消費爭議處理問題類別.....	28
表 7	購物權情境說明.....	33
表 8	不公平商業行為情境說明內容.....	35
表 9	澳洲消費者手機及行動裝置 APP 購物行為調查結果.....	43
表 10	樣本配置規劃.....	50
表 11	撥號紀錄表.....	52
表 12	加權前樣本代表性檢定.....	54
表 13	加權後樣本代表性檢定.....	54
表 14	受訪者基本特性.....	58
表 15	消費意識概況.....	61
表 16	消費意識平均分數.....	84
表 17	消費意識 CHAID 分析.....	86
表 18	消費意識群體交叉分析.....	88
表 19	手機維修遭遇之消費問題.....	108
表 20	手機維修爭議處理管道.....	110
表 21	APP 應用程式誤買原因.....	114
表 22	誤買 APP 應用程式之處理方式.....	115
表 23	APP 應用程式消費爭議原因.....	119
表 24	APP 應用程式消費爭議處理管道.....	120
表 25	不同手機使用情形之消費意識分數.....	121
表 26	不同行動上網使用目的之消費意識.....	122
表 27	希望政府提升消費者使用電信服務權益之方式.....	124
表 28	希望政府提升消費者使用或購買通訊及周邊產品權益之方式.....	125

表 29	希望政府提升消費者使用或購買通訊及周邊產品權益之方式.....	126
表 30	焦點團體訪談對象.....	129

圖目錄

圖 1	調查流程圖	4
圖 2	APP 應用程式平台概況	15
圖 3	澳洲電信消費爭議案件統計	31
圖 4	申辦行動上網服務業者需提供 7 天試用期服務	62
圖 5	連續時間斷訊業者應提供補償或提供等值服務	64
圖 6	門號提前解約之違約金應按使用期間減少	66
圖 7	贊成業者主動提醒用戶使用費率	68
圖 8	需支付手機失竊到通知業者前的電信費用	70
圖 9	購買通訊及周邊產品應注意商品標示及外觀完整	72
圖 10	同意不同品牌手機或電腦電池、行動電源等周邊商品規格應相符	74
圖 11	下載 APP 應用程式時應詳細閱讀使用說明後再進行下載	76
圖 12	購買下載 APP 應用程式時應避免自動儲存個資以避免誤觸購買	78
圖 13	同意 APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額	80
圖 14	民眾電信服務等相關消費意識程度	89
圖 15	手機使用行為	91
圖 16	使用行動上網的主要目的	93
圖 17	使用電信服務曾遭遇之問題	95
圖 18	電信服務消費爭議經驗	97
圖 19	電信服務消費爭議處理管道	98
圖 20	通訊及周邊產品消費經驗	100
圖 21	使用通訊及周邊產品曾遭遇之問題	101
圖 22	通訊及周邊產品標示資訊清楚度	102
圖 23	通訊及周邊產品標示不清楚項目	104
圖 24	維修前告知故障原因及費用清楚度	106
圖 25	手機維修消費爭議經驗	109
圖 26	APP 應用程式使用經驗	111
圖 27	APP 應用程式消費經驗	113

圖 28 下載 APP 應用程式時會注意之資訊116

第壹章 研究主旨

第一節 研究緣起

隨著資通訊科技產業之發展，我國於 2002 年起開放第三代行動通訊服務(3G)，2013 年開放第四代行動通訊服務(4G)。目前我國已擁有超過 2,600 萬行動電信用戶，其中申辦手機行動上網資費者或行動網卡上網資費者超過 1,200 萬之用戶，顯示行動通信及行動網路服務已成為生活中不可或缺之一部分。在擁有龐大的電信消費者的基礎上，除了帶動電信服務及周邊產品的商機，使得行動商務(Mobile Commerce, M-Commerce)領域蓬勃發展，尤其又以行動應用程式(Applications, APPs)的發展最為迅速，根據國際知名科技研究機構 Gartner 預測，在 2017 年，消費者使用應用程式購買之營收機制將占應用程式商店總營收之 48%，顯示消費者已經逐漸轉移到透過行動商務平台進行購物。Gartner 也預測 2014 年全球行動 App store 的下載量將超過 1,300 億元，其中付費下載將超過 111 億元，並預測至 2017 年將有 147 億元以上的付費下載量。由此可見，應用行動購物平台將成為消費者之重要消費管道。

表1 行動通訊應用程式下載趨勢¹

單位：百萬元

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
免費下載量	57,331	92,876	127,704	167,054	211,313	253,914
付費下載量	6,654	9,186	11,105	12,574	13,488	14,778
合計	63,985	102,062	138,809	179,628	224,801	268,692

資料來源：整理自 Gartner (2013)

我國的消費者保護法制始於 1994 年消費者保護法（以下簡稱消保法）正式制定，有關單位依據該法第 1 條揭示之立法旨意：「保護消費者權益、促進國民消費生活安全、提升國民消費生活品質。」推動相關消費者保護工作。近年行動通訊產業快速發展，行動電信相關服務已成為民眾生活中不可或缺的一部份，如

¹ Gartner, *Gartner Says Mobile App Stores Will See Annual Downloads Reach 102 Billion in 2013*, <http://www.gartner.com/newsroom/id/2592315>，瀏覽日期：2014.08.03

何確保消費者在利用電信相關服務時的權益受到保障，成為重要的課題。然而消保法制訂於行動電信興起之前，對於相關的電信服務並未有建立完整的規範；另一方面，資通訊科技快速進步，發展出各式新型態的行銷及消費模式，民眾在獲得相關服務或從事相關消費行為時，所衍生之消費爭議亦日益增加，根據行政院消費者保護處（以下簡稱行政院消保處）統計各直轄市、縣市政府受理之消費者申訴及調解案件中，電信類與通訊及周邊產品類之申訴案件於 2012 年及 2013 年皆為民眾申訴類型所占比例較高者，凸顯電信服務之消費者權益有深入探討的必要。

目前我國已開放第四代行動通信服務，各電信業者也陸續開通第四代行動通訊服務，未來民眾在電信服務及應用程式使用方面的消費權益保障將成為重要議題，基此，行政院特別委託趨勢民意調查股份有限公司辦理「電信服務（含通訊與周邊產品）及 APP 產業之消費者意識及行為調查」，以瞭解電信消費、通訊與周邊產品之消費者意識及行為，以及 APP 產業之行動商務運用過程中消費者遭遇之問題。

第二節 調查目的

依據上述研究動機，本調查主要研究目的有：

- （一）瞭解我國民眾之電信消費、通訊與周邊產品之消費者意識及行為。
- （二）瞭解我國民眾在 APP 產業行動商務運用過程中遭遇之問題。
- （三）提出未來消費者保護業務推動之建議。

第三節 調查內容

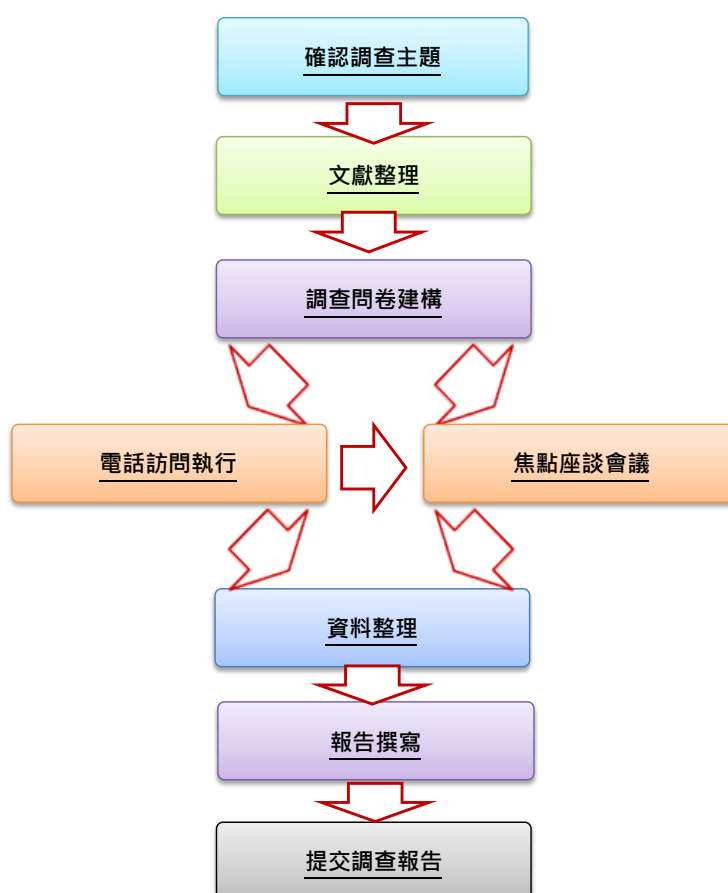
本次調查包含文獻整理、電話訪問調查、焦點團體座談調查等內容。首先在文獻整理方面，本調查整理國內外重要之消費者保護資訊，作為電話訪問調查問卷設計之基礎。其次，在電話訪問調查方面，主要為瞭解我國民眾之電信服務消費意識及運用行動商務所遭遇之問題。最後，在焦點團體座談調查方面，本研究邀請電信、資訊及消費者保護等相關之產官學界代表進行焦點團體座談，探討電話訪問結果及目前我國可規劃之電信服務等消費者保護機制進行討論，研擬具體之建議。

表2 調查內容

調查目的	對應之調查內容
瞭解我國民眾之電信消費、通訊與周邊產品之消費者意識及行為	● 文獻整理 ● 電話訪問調查
瞭解我國民眾在 APP 產業行動商務運用過程中遭遇之問題	● 電話訪問調查 ● 焦點團體座談調查
提出未來消費者保護業務推動之建議	● 文獻整理 ● 電話訪問調查 ● 焦點團體座談調查

第四節 研究流程

本次調查先就調查主題進行文獻整理，擇定英國之相關消費者保護法令及措施進行文獻整理，並補充整理澳洲之消費者保護相關法令及措施資料，作為建構調查問卷之基礎。本調查除透過電話調查訪問民眾有關消費者意識、行為、爭議問題等面向外，另辦理一場焦點團體座談會，邀請消費者保護領域及電信相關學者專家，就電話調查結果討論電信服務等消費權益之相關重要議題，呈現量化與質化兼具之調查結果，供行政院消保處及相關單位推動消費者保護業務之參考。本專案調查流程如下所示：



第五節 名詞定義與調查範圍

有關本研究所探討之「電信服務」、「通訊與周邊產品」及「APP 產業」之定義與範圍界定如下：

- (一) 電信服務之定義：係指包括中華、臺灣大哥大、遠傳、亞太、威寶……等業者所提供之服務（如：語音通話、上網、小額付款等等）。
- (二) 通訊與周邊產品之定義：係指手機、電池及其周邊產品（如：耳機、座充等等）。
- (三) APP 產業之調查範圍：係指透過平板電腦或智慧型手機等行動裝置之消費應用行為，以及所衍生之消費問題（如：下載或購買 APP；透過 APP 軟體進行線上遊戲及購買電子書、雜誌或票券等商品之消費者意識及行為，以及 APP 於消費者個人資料之蒐集範圍是否合理等問題）。

第貳章 文獻探討

第一節 消費者保護權益與概念

一、消費者權益保障之基本概念

自人類社會發展以來，消費問題便隨之存在，在農業社會中消費關係較為單純，然而在工業革命後，科技進步及日新月異的發明使消費者能夠享有更多樣的產品與服務，如政府未妥善管控，則使消費者無法從事合理的消費行為，甚至使得危險的商品與服務充斥市面，影響消費者的生命、健康及財產(蕭巧玲,1996)。在此一脈絡之下，促使世界各地出現各式的消費者運動，其中又以美國的消費者運動發展最為蓬勃。

有關消費者所應具備的基本權利，在美國總統甘迺迪於 1962 年所發表的「保護消費者權益致國會特別咨文中」正式確立消費者權益包含安全的權利(the right of safety)、明瞭事實真相的權利(the right of to be informed)、選擇的權利(the right to choose)意見受到尊重的權利(the right to be heard)等四大權益。而國際消費者組織聯盟(International Organization of Consumers Unions, IOCU)，現稱國際消費者聯盟(Comsumer International, CI)根據美國總統甘迺迪所提出的消費者四大基本權利並補充消費者權利內容，提出消費者應有「認知」、「行動」、「關懷」、「環保」以及「團結」等五大義務及「基本需求」、「講求安全」、「正確資訊」、「決定選擇」、「表達意見」、「請求賠償」、「消費教育」及「健康環境」等八大權利，充實消費者權益之意涵，此八大權利及五大義務成為世界各國訂定消費者保護法令、內容、行政規則、措施等之參考依據(行政院消費者保護處，2014)。國際消費者組織聯盟提出之消費者「八大權利」及「五大義務」如下：

(一) 八大權利

- 1.基本需求：消費者對維持生命之基本物質與服務，有要求提供之權利。
- 2.講求安全：消費者對有危害健康與生活之產品與服務，有抗議之權利。
- 3.正確資訊：消費者對可作為消費選擇參考之資訊，有被告知事實真相之權利。

- 4.決定選擇：消費者對各種商品與服務之價格決定與品質保證，有請求在充分競爭條件下形成之權利。
- 5.表達意見：消費者對有關消費者權益之公共政策，有表達意見之權利。
- 6.請求賠償：消費者對瑕疵之產品或低劣品質之服務，有請求賠償之權利。
- 7.消費教育：消費者對有關消費之知識與技巧，有取得之權利。
- 8.健康環境：消費者有要求在安全不受威脅，且有人性尊嚴環境下生活之權利。

(二) 五大義務

- 1.認知：消費者對產品之品質、價格與服務，有提高警覺與提出質疑之義務。
- 2.行動：消費者為維護自己權益，必要時有採取或支持各種行動之義務。
- 3.關懷：消費者對自己之消費行為，有確保不會對別人造成傷害之義務。
- 4.環保：消費者就日常之消費品與消費行為，有瞭解是否對環境造成污染之義務。
- 5.團結：團結就是力量，全體消費者有團結並發揮影響力之義務。

綜合而言，就消費者權益來看，不單從「權利」的方向進行探討，而是同時提醒消費者善盡其「義務」，透過自身的警覺與消費行動，完善個人與社會的消費環境。另一方面，政府部門在建立消費者之消費意識及維護消費者的權益方面，扮演重要的角色；我國消費者保護執法實務上，除了依法爭取消費者應有的安全與公平交易權利外，同時也提醒消費者多充實消費資訊、消費時進行風險評估以採取合理的消費行為，並善盡消費者義務（行政院消費保護處，2014）。

二、我國消費新生活運動

我國行政院消保處為了讓消費者能夠瞭解及重視自身的消費權益，於 2004 年發起「消費新生活運動」，以國際社會提倡的消費者八大權利及五大義務為基礎，彙整出「三不」及「七要」原則。

所謂「三不」是指：

- 危險公共場所不去
- 標示不全商品不買
- 問題食品藥品不吃

所謂「七要」表示：

- 消費資訊要充實
- 消費行為要合理
- 消費受害要申訴
- 1950 專線要牢記
- 消保活動要參與
- 綠色消費要力行

三、消費者保護法重要概念

我國消費者保護意識，從 1979 年的多氯聯苯事件後開始抬頭（黃宏全、陳星宏，2002），隨著民間消費者保護團體的成立，加速推動消費者保護運動，政府順應民意著手制訂消保法，並於 1994 年制訂公布消保法全文 64 條，並經數次適用性之修法過程，就原法案不明確處予以修正調整，以確保消費者權益。消保法立法精神如該法第 1 條所揭示：「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，特制定本法。」

第 3 條則指出：「政府為達成本法目的，應實施下列措施，並應就與下列事項有關之法規及執行情形，定期檢討、協調、改進之」：

1. 維護商品或服務之品質與安全衛生。
2. 防止商品或服務損害消費者之生命、身體、健康、財產或其他權益。
3. 確保商品或服務之標示，符合法令規定。
4. 確保商品或服務之廣告，符合法令規定。
5. 確保商品或服務之度量衡，符合法令規定。
6. 促進商品或服務維持合理價格。
7. 促進商品之合理包裝。
8. 促進商品或服務之公平交易。
9. 扶植、獎助消費者保護團體。
10. 協調處理消費爭議。

- 11.推行消費者教育。
- 12.辦理消費者諮詢服務。
- 13.其他依消費生活之發展所必要之消費者保護措施。

四、消費者手冊內容

行政院消保處每年針對當年度重要的消費資訊編印「消費者手冊」，目的在於進行消費者教育，讓消費者瞭解自己的權利與義務。本調查整理消保處近年於消費者手冊針對電信服務、周邊及通訊產品及 APP 產業相關消費者情報，包含「申辦手機及門號租用與退租應注意事項」及「預付型交易之消費者保護」等消費資訊供消費者參考。而除了與本調查議題直接相關的消費資訊外，如「網購詳細看，輕鬆不吃虧」、「拒買標示異常商品，勇於檢舉，保障自身權益」等資訊項目，與本次電信服務、通訊及周邊產品與 APP 產業議題具部分關聯，亦有助消費者瞭解自身消費權益。

(一) 申辦手機及門號租用與退租之應注意事項

在 100-103 年消費者手冊之消費者資訊中，皆發布提醒消費者在申辦手機及門號租用與退租之應注意事項，包含申辦行動電話門號時應注意事項、申辦門號簽署合約前，應詳加審閱契約及促銷廣告之權利義務，並確實瞭解優惠方案之細節及簽約年限。此外也建議消費者詳讀電信業者提供的使用手冊及帳單內容，業者提供之增值功能服務及費用收取方式是否需給付保證金、接線費等其他費用。以及其月租組合所包含的優惠內容及通話費等。在 102 年的消費者手冊中，特別提醒消費者，電信業者須在主管機關核定的營業區域，提供消費者行動上網服務試用，其試用期間最常為 7 日，而單一證號僅提供試用乙次為限。

而在消費者退租方面，如消費者於中途終止手機統租約，可於業者服務中心辦理，並提醒消費者業者應予受理並按逐日遞減計算違約金。其中，在預繳金額方面，如欲中途停止租約時，亦可要求業者依比例及公平合理原則，退還剩餘之預繳金額。

(二) 預付型交易之消費者保護

許多 APP 應用程式皆有提供行動遊戲卡之服務，而對於業者日後履約情形，政府以採取若干之消保措施，包含要求提供履約保證、於定型畫契約應記載事項上訂有「消費者得隨時解除或終止契約」機制等。行政院消保處也提醒消費者應該注意業者之市場信譽與經營狀況、詳讀細則、避免一次投入過高，承擔過大風險等。並保留契約、收據、發票等證據，遭遇問題時即時撥打 1950 向當地消費者服務中心申訴等。

五、行政院消保處電信服務相關消費者保護作為

行政院消保處對於重要的消費資訊發布相關活動新聞，近年在電信服務、通訊及周邊產品與 APP 產業方面，進行之相關消費者保護作為如下：

(一) 電信服務出現預期外高額費用

行政院消保處於 101 年 9 月公布該上半年度受理電信服務消費者申訴案件中，統計結果以「出現預期外之高額費用」之比例較高，行政院消保處分析申訴主要申訴原因，說明「行動通信網路業務服務契約範本」之規範，並提醒消費者消費前應注意之事項以保障消費權益。

(二) 行動電源品質檢測

行政院消保處於 102 年 5 月發布行動電源品質檢測及標示查核結果，依照國家標準 CNS 15364 等相關章節進行品質檢測及標示查核。行政院消保處除公布查核結果外，並請相關主管機關要求改善。

(三) 舉辦消保國際討會議

行政院消保處於 102 年 12 月 2 日 3 日辦理「2013 年消費者保護國際研討會」，會議主題針對兒童消費者保護進行專題報告、經驗分享及研討。研討會議程包含「網際網路及行動通訊」子題，行政院消保處邀請美國、英國等國與國內經濟部及國家通訊傳播委員會代表分享兒童線上隱私保護及應用軟體遊戲法令制度及執法經驗。

(四) APP 應用程式操作提醒

行政院消保處因應行動裝置應用的普及化及民眾下載應用程式消費比例增加，為避免消費者陷入非必要消費、非預期帳單等消費風險，行政院消保處於 103 年 7 月公布針對 APP 平台之消費資訊揭露及付款安全機制之測試結果，就所發現之問題促請業者研議改善。此外，行政院消保處亦提醒消費者下載 APP 前應注意之資訊項目，以及審酌考量未成年兒童或少年使用 APP 應用程式之情形。

(五) 智慧型手機資安檢測

行政院消保處於 103 年 7 月份公布針對智慧型手機內建搭載軟體進行安全性測試結果，資安檢測係委託財團法人資訊工業策進會資安科技研究所進行，針對資安缺失項目與業者溝通協調，由業者改善完成並釋出更新軟體供消費者下載，以維護消費者使用智慧型手機之資訊安全。

六、國家通訊傳播委員會保處電信服務相關消費者保護作為

國家通訊傳播委員會為減少電信服務相關消費糾紛，近兩年積極推動相關行政措施如下：

- (1)責成行動電話經營者落實「最高警示額度、返國自動關閉國際漫遊服務、出國主動鎖定優惠網」三大措施，並提醒用戶使用國際漫遊數據服務時，於出國前關閉手機之同步功能，以免產生大量國際漫遊數據服務費用。
- (2)鑑於申訴案件類型區分得知消費者申訴案件以連線品質不佳為最大宗，修正服務契約並責成第三代行動行動通信業務經營者應提供免費 7 日上網試用服務，降低申訴案件數量，強化消費者對於電信業者之信心。
- (3)為縮短客戶撥打服務電話等待時間及提升服務品質，本會要求行動電話及第三代行動行動通信經營者客服 IVR 系統開始播放至客服人員接聽之時間應少於 35 秒。
- (4)為防止民眾向行動電話經營者綁約所取得手機與申請書上所載手機不同之申訴案件，通訊傳播委員會責成行動電話及第三代行動行動通信經營者自 103 年 1 月 1 日起擇用申請書黏貼手機 IMEI 條碼、轉印 IMEI 條碼、

拍攝手機外觀(含手機 IMEI 條碼)或型錄照片或以電腦系統輸出方式，當場由用戶確認簽名，並與申請書共同留存。

(5)102 年召開討論客服處理案件會議共 44 次。

(6)為減少通訊品質不佳申訴案件，作為如下:

可歸責於業者拆除基地臺所造成之通訊連線品質完全不通(試用 7 日上網)	
常定點使用二個地點中之一點	單一地點
上網月租費 5-7 折	免收民眾上網月租費

若非上述條件，另要求各業者建立訊號改善期間(最長 3 個月、6 個月、無法改善)各業者可折讓客戶月租費與違約金標準，及案件處理之標準作業處理程序。

(7)責成第三代行動電話業者提供續約用戶免費 7 日上網試用服務。

(8)責成第三代行動通信/行動寬頻業者於門市提供客戶查詢特定地址 3G/4G 訊號涵蓋系統及張貼門市所在之區鄉鎮信號涵蓋圖，並適時提供用戶免費 7 日上網試用服務。

第二節 台灣行動通訊產業概況及消費爭議

一、行動通訊產業發展概況

行動通訊可使人自由自在的與外界溝通聯繫，為現今不可或缺的必需品。行動通訊產業是建構在消費者需求上，運用科技及應用內容提供消費者通訊服務，可分為：通訊、科技及服務三大部份。通訊的基礎是以建構通訊網路，提供使用者傳輸訊息之服務；科技的基礎是提供包含硬體、網路、載具及平台等軟硬體技術；服務基礎是提供應用程式、內容及支援服務與使用者（洪聖新，2010）。

台灣電信產業於 1997 年進行民營化及市場開放，使電信產業整體蓬勃發展，而行動通訊技術應用之發展，由中華電信於 1983 年推出 1G 服務，並在 2001 年 11 月 30 日正式關閉。1997 年電信民營化後，各電信營運業者開始提供 2G 服務，2002 年開啟 3G 電信服務，共有中華電信、台灣大哥大、遠傳電信、亞太電信、威寶電信等五家營運商獲得 3G 營運執照。而 2013 年起，台灣開啟 4G 電信服務，目前已有中華電信、台灣大哥大、遠傳電信、台灣之星等四家業者取得營運執照，於 2014 年陸續開通 4G 電信服務。

根據國家通訊傳播委員會公布之資料，目前各電信公司之用戶數（戶）共有 2,610 萬戶，其中有使用上網資費之用戶有 1,272 萬戶，就各電信公司之用戶數來看，以中華電信最高，其次依序為台灣大哥大、遠傳電信、亞太電信及台灣之星等公司。

表3 電信業者用戶數

業者別	總用戶數	上網資費用戶數	
		手機	網卡
總計	26,107,610	11,031,238	1,692,183
中華電信	8,876,737	4,231,180	399,858
遠傳電信	6,653,729	2,754,092	655,847
台灣之星	1,728,210	468,641	87,871
台灣大哥大	6,823,700	2,854,962	548,607
亞太電信	2,025,234	722,363	0

資料來源：整理自國家通訊傳播委員會(2014)

二、APP 應用程式產業概況

APP 係「Application」的縮寫，即為「應用程式」之意思。APP 應用程式能根據不同作業系統開發各式的應用軟體，使行動裝置能有更多元化的擴充功能。目前在各類型移動裝置的銷售平台有 iOS 之 App Store、Android 之 Google Play、Windows Phone 之 Windows Marketplace、Blackberry 之 APP world 及 Nokia 之 Nokia Ovi 等。在各作業系統之應用程式平台，皆包含免費以及付費之應用程式軟體，消費者能夠按照自己的偏好及興趣，選擇下載或購買符合自己需求的應用程式。

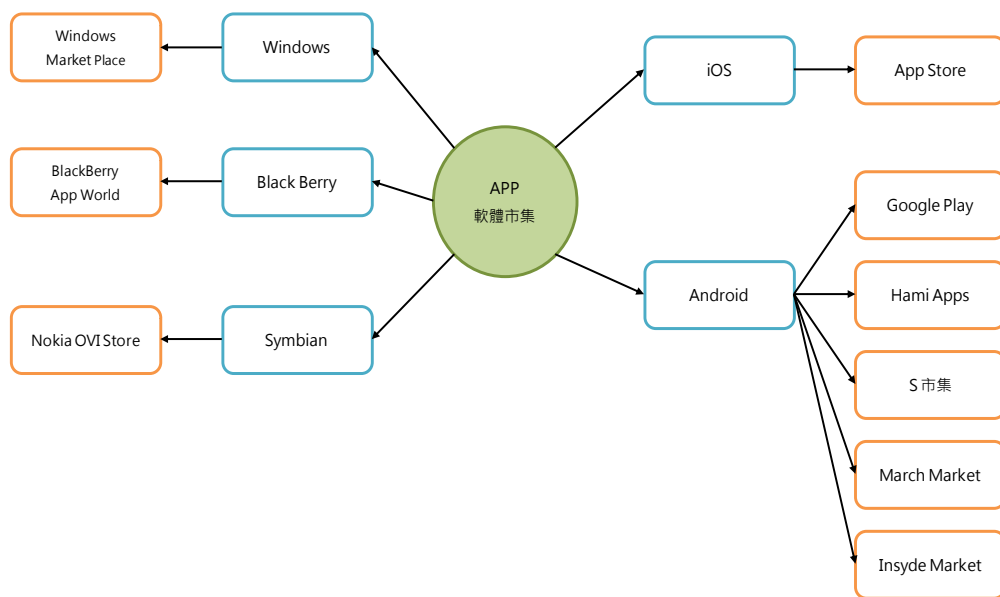


圖2 APP 應用程式平台概況

在行動商務的範疇中，APP 應用程式平台除了提供消費者選擇應用程式，亦有應用程式發展「應用程式內購買」(In-App Purchase, IAP)之機制，使用者透過行動裝置上的應用程式，購買額外增值的內容，比如遊戲的獎勵、特殊道具、或者電子書刊的完整內容等等。該機制也成為 APP 應用程式營收的重要來源之一。

而根據英國《衛報》(The Guardian)科技專欄列舉 2014 年 APP 應用程式發展的新趨勢²，包含：

- (1)APP 應用程式下架潮來臨：根據分析蘋果電腦支付給應用程式開發商的金額，雖然共支付約台幣 2,400 億元，但平均一個應用程式只值約台幣 24 萬元。因市場上已經各類型的 APP 應用程式應有盡有，開發者要從消費者身上獲取利潤的難度增加，衛報認為 2014 年將是 APP 應用程式「適者生存」的一年。
- (2)iOS 與 Android 系統是應用程式主要的開發平台：APP 應用程式開發者對於兩大系統視為重要的市場，而 Microsoft 的應用程式平台中有許多重要且受歡迎的 APP 遊戲，於 2013 年時尚未提供給使用者，因此衛報認為 Microsoft 系統仍要努力追趕上兩大系統平台。
- (3)隱私為首要考量：2013 年時美國受歡迎之圖片聊天程式(Snapchat)發生資安漏洞之嚴重問題導致用戶個人資料外洩，使 APP 應用程式能否保障用戶的安全再次成為焦點。
- (4)免費遊戲將有更多建設性的爭論：有關免費遊戲的爭論過去集中在免費遊戲的本質是否令人厭惡的。但是衛報認為 2014 年對於免費遊戲的焦點將會更多集中在如何讓免費遊戲維持免費而不會令人感到厭惡。
- (5)即時通訊軟體持續擴展：各種即時通訊軟體快速發展，使用者亦能夠更清楚區分社群網站跟即時通訊軟體的差異，尤其即時通訊軟體能做的不僅是傳遞訊息而已，即時通訊軟體提供之遊戲、購物、影音及社群網絡等特性將會更為顯著。
- (6)新的平台及表現手法：2014 年穿戴式行動裝置（如 iWatch、Google Glass 等）的興起，對於 APP 應用程式開發者來說是一項新的挑戰。APP 應用程式是依照使用者及使用行為建置，對於應用程式開發者來說，必須瞭

²The Guardian (2014) *10 app trends for 2014: privacy, wearables, education and more*

<http://www.theguardian.com/technology/2014/jan/10/app-trends-2014-privacy-wearables-education>.

瀏覽日期：2014.12.11

解使用者使用穿戴式行動裝置的意義為何？而衛報認為，這一個問題需要到 2015 年才有辦法解答。

- (7)教育類型的應用程式：各類型的平版電腦進進入校園內，從印度使用費用較低的 Android 平版裝置到加州校園使用 iPad，整體來看，消費者對於教育類的應用程式將會擁有廣大的需求。
- (8)進入辦公室：應用程式將出現為各大企業設計之專屬應用程式，提供員工使用，將產生 B2B(business to business)的商業模式。
- (9)瓦解或規範：「分享經濟」(share economy)為應用程式發展的特色之一，例如 uber 租車服務等，然而，分享經濟的概念在公司管理產生合法性的爭辯，受到現行法規及所影響相關行業的抵制，使分享經濟的前景不太樂觀。分享經濟的發展，取決於各國執政者之態度。
- (10)思考放下行動裝置的時刻：雖然社群網站已經深入每個人的生活當中，衛報認為人們可能會開始思考能讓消費者重新與人對話、互動或擁抱的生活。因此衛報表示 2014 年最具創新思維的 APP，可能是一種幫助大家更常放下行動裝置的應用程式。

在臺灣 APP 產業之發展方面，台灣數位匯流發展協會於 2014 年公布「智慧手機 APP 使用行為調查」³，透過電話調查方式瞭解民眾 APP 應用程式使用行為，根據該調查顯示，智慧型手機使用者有 68.5%有自行下載手機 APP 應用程式之經驗。在較常使用的 APP 應用程式數量方面，為五個以下的比例較高。而調查詢問民眾在付費下載 APP 應用程式的意願方面，僅有 11.5 個百分點表示有意願付費下載，其中願意花費的金額是以 51-100 元的比例較高。在行動購物方面，在智慧型手機用戶中，僅 16.5%的受訪者有使用 APP 線上購物經驗，而沒有使用過的民眾則以擔心資被偷的比例最高。

3國立教育廣播電臺（2014）八成民眾未使用 APP 購物 擔心資安被竊。

<http://news.ner.gov.tw/?act=culnews&code=view&ids=160658>，瀏覽日期 2014.12.11。

三、行動通訊服務之消費爭議類型

(一) 行政院消保處受理消費申訴狀況

行政院消保處定期發布各直轄市、縣市政府受理消費者申訴結果，本研究整理近三年有關電信服務相關之申訴類型，包含「電信類」及「通訊及周邊產品類」兩大類，另就申訴類型係因使用 APP 應用程式所產生者，亦將之原因進行整理，以瞭解國人目前使用電信等服務之現況。

從電信類來看，根據消保處近三年統計之原因，多以「行動上網品質不良」及「綁約退費」等消費爭議居多，更因上網或通訊收訊品質不良而導致解約退費爭議。隨著科技進步，智慧型手機及平板電腦商品功能日新月異，各電信業者為吸引更多新使用者及留住舊客戶，紛紛推出優惠上網方案，但因基地台擴建速度趕不上使用者增加速度，消費者抱怨通訊不良、網速過慢甚或無法上網等情形等，因而衍生消費糾紛。

就通訊及周邊產品類來看，包含手機、電池與周邊商品三小類，其中以手機維修件之消費爭議情形較多，根據消保處 2013 年之統計，手機維修件產生消費爭議共有 2,374 件，其次為周邊商品 181 件，電池 25 件等。主要產生爭議之原因為手機所衍生之維修、功能、電池異常等問題。

就 APP 應用程式類 來看，因屬新興消費爭議類型，行政院消保處消費申訴系統中，目前未單獨分類，相關爭議案件分列於「電信類」、「通訊與周邊產品類」或「線上遊戲類」等項目，經以關鍵字進行蒐尋，2011 至 2013 年計約有 14 件。主要爭議原因包括「誤觸產生購買行為」、「帳號被停權」、「付費購買之貼圖或點數消失」、「無平台業者聯絡資訊」及「平台業者與遊戲業者權責不清」等。隨著平台業者（如：App Store/iTune、Google play）及社交應用程式（如：LINE）提供之付費商品或服務日趨多元且快速增加，衍生的消費爭議勢必有增無減。

表4 行政院消費者保護處接受民眾申訴類型統計

單位：件

項目	2011 年	2012 年	2013 年	差距 (2013-2012)
電信類	3,915	2,701	4,030	1,329
通訊及周邊產品類	1,355	1,441	2,585	1,144
小計	5,270	4,142	6,615	2,473

資料來源：整理自行政院消保處

(二) 國家通訊傳播委員會受理民眾電信服務申訴狀況

國家通訊傳播委員會（通傳會）為我國電信服務之主管機關，為維護消費者權益，除針對電信業者之服務品質設定指標評鑑與查核外，就消費者遭遇之消費問題，定期公布通訊消費申訴監理報告，就消費者投訴內容進行統計分析，呈現各電信業者遭受申訴之數量及類別資訊參考。

此外，有關客訴處理部分，國家通訊傳播委員會建立二級調處之處理管道⁴，在第一級調處方面，協同台灣電信產業發展協會成立「電信服務消費爭議處理中心」，受理消費者申訴及第一級調處案件。若於第一級調處未能達成協議者，再由 NCC 進行第二級調處。

根據國家通訊傳播委員會所公布之通訊消費申訴監理報告來看，於 2013 年度及 2014 年第 1-3 季受理之類型，皆以「通訊連線品質」、「申裝/異動/續約」及「計費問題」所占之申訴類別最高。而其中值得注意的是，根據國家通訊傳播委員會之消費申訴監理報告顯示，2014 年 1-3 季的申訴案件數量，已接近 2013 年之申訴數量，2014 年電信服務申訴件數預期將高於 2013 年之申訴數量。

⁴ 「電信服務消費爭議處理中心」揭牌 開啟消費者保護新頁，落實通信服務消費者權益保障，http://www.ncc.gov.tw/Chinese/print.aspx?table_name=news&site_content_sn=8&sn_f=31147，瀏覽日期：2014.10.15

表5 國家通訊傳播委員會消費爭議申訴案件統計

單位：件

項目	2013 年	2014 年 第 1-3 季
總計	6,413	6,310
通訊連線品質	2,446	2,814
申裝/異動/續約	613	884
計費問題	441	393
資費	333	182
違約金	318	210
客服	252	174
催費	151	101
退租	132	124
簡訊	117	81
停話/斷話	110	80
代收代付/小額付款	108	79
預付卡	98	104
電信內容	98	73
國際漫遊	89	35
詐騙	76	98
個資外洩	72	27
號碼可攜(NP)	72	62
垃圾行銷電話	64	25
冒名申裝	58	43
秒差	3	2
其他	762	719

資料來源：整理自國家通訊傳播委員會

整體而言，不論是各地方政府消費者服務中心所受理的申訴案件或國家通訊傳播委員會所受理之申訴案件顯示，皆以「通訊連線品質」為主要的申訴之事項，其次則是針對契約關係如申裝、異動（退租）、續約等問題之申訴案件數較高。

（三）電信服務之相關消費者權益議題

1. 通訊連線品質

隨著經濟發展與社會價值的多元化，我國 3G 行動上網之用戶數逐漸增加，相對在行動上網的頻寬需求亦隨用戶數增加而提高。在消費者需求不斷提升的情形下，電信業者之硬體設備架構是否能滿足廣大消費者的需求，成為影響服務品

質的關鍵。根據行政院消保處、國家通訊傳播委員會及中華民國消費者文教基金會（以下簡稱消基會）所受理的申訴案件中，皆以「通訊連線品質」不佳為主要的申訴項目。根據消基會 2013 年所公布的「台灣 3G 無線上網速度分析報告」顯示，在 2012 年的無線上網速度較 2011 年有所進步；基地台平均服務用戶數上亦有減少，使得上網品質呈現改善。然而，該份報告也發現各業者提供速率之平均差異頗大，以及不同地區之上網品質亦有差異。

2.廣告不實

自行動電信產業開放後，不論對電信業者或手機製造廠商來看，皆進入高度競爭階段，各業者為擴展消費市場，透過各式的優惠方案來吸引消費者之青睞。然而，在優惠內容與廣告文宣方面，時有廣告文宣與實際提供服務不符的狀況，使消費者權益受損，諸如限量搶購之產品並未提供廣告宣稱數量⁵或原先宣稱之優惠資格與實際資料有落差⁶等情形。

(四) APP 應用程式之相關消費者爭議議題

1.安全性問題

有關手機應用程式之使用，在安裝各類型應用程式時，皆會告知使用條款，允許應用程式開發商查閱手機用戶之個人資料、照片、通訊錄、甚至所在位置等，使得個人資料在未察覺中外洩，尤其使用者在安裝應用程式時，並未仔細閱讀各項使用條款即同意安裝，而將特定之個人資訊授權給應用程式開發商（林翰榕，2013）。

2.資訊安全問題

有關行動上網的服務方面，以資訊安全的問題為相當重要之考量因素，根據台灣數位匯流發展協會於 2013 年 12 月執行「2013 年數位匯流大調查」的結果

⁵ 公平交易委員會(2014)。公平交易委員會新聞資料，
<http://www.ftc.gov.tw/internet/main/doc/docDetail.aspx?uid=126&docid=13606>，瀏覽日期：
2014.09.21。

⁶ 公平交易委員會(2014)。公平交易委員會新聞資料。
<http://www.ftc.gov.tw/internet/main/doc/docDetail.aspx?uid=126&docid=13504>，瀏覽日期：
2014.09.21。

顯示，有逾半民眾對網路安全表示沒有信心，僅有 27.7% 表示有信心⁷。顯示民眾仍擔心網路安全問題。

進一步來看，網路安全包含個人資料外洩、詐騙等問題，在 APP 產業中，APP 應用程式會要求存取特定之個人資料，使用者必須同意才可使用進行下載及使用。APP 應用程式除了有使用者主動或被動的提供個人資料的情形外，另外還有「惡意暗藏後門程式」問題，藏有後門程式的應用程式在用戶安裝後，會自動將用戶中的通訊錄回傳至一個伺服器內，並將垃圾訊息發布至通訊錄內的名單中，進而產生網路詐騙的問題。

而目前在電信服務及 APP 應用程式使用上，透過「簡訊」或「APP」進行詐騙的事件仍層出不窮。然而，因 APP 應用程式軟體開發公司多設於國外或不願提供相關資料與檢調單位進行處理，目前僅能透過呼籲消費者在收到來歷不明的訊息時，勿輕易按照來訊指示操作，以避免受到詐騙。

3. 應用程式購買鑑賞期問題

部份應用程式並未提供試用版之服務，使用者如想要嘗試該項應用程式，則必須透過付費取得，然而，如果在使用後發現不符合需求而欲辦理退費時，則有「應用程式是否應提供七日猶豫期」之爭議。

行動通訊產業的進步，帶動 APP 產業的蓬勃發展，消費者可以透過行動通訊購物平台購買如遊戲、影音圖像、電子書等商品。網路購物形式在消費者保護法內，屬於「郵購買賣」的範圍，而根據消保法第 19 條第 1 項規定：「郵購或訪問買賣之消費者，對所收受之商品不願買受時，得於收受商品後七日內，退回商品或以書面通知企業經營者解除買賣契約，無須說明理由及負擔任何費用或價款。」以網路方式行銷，必須給予消費者「7 日猶豫期」的因素，在於消費者處於「未能檢視商品而與企業經營者進行買賣」的不利情境，因此可以在收受商品後七日內，不需負擔額外費用而退回商品。然而就 App 應用程式、音樂、影音、

⁷ 數位匯流 八成民眾聽嘆。http://udn.com/NEWS/FINANCE/FIN3/8451959.shtml。瀏覽日期 2014.10.15

電子刊物等容易複製或僅具一次使用性之消費產品性質，是否仍適用「7日猶豫期」，則產生肯定與否定之兩種說法（何展旭，2011）。

有關於應用程式是否應提供「七日猶豫期」的問題，於2011年台北市政府與Google公司之間就消保法規定產生之實際爭議案例可見。2011年6月間Google拒絕依照台灣法律規定，提供消費者對App應用程式「七日猶豫期」，因此由台北市政府開罰100萬元並要求Google提出改善計畫。在爭議過程中，Google曾一度關閉付費服務，雖然最終台北市政府與Google達成和解。然有關該項爭議，則出現兩種不同之看法：有論者認為，App應用程式具有特殊之商品性質，如提供「七日猶豫期」將可能會傷害著作權或文創發展（章忠信，2012）。而有論者部份同意特定商品因產品特殊性質，有關猶豫期之合理性可再研議，但也指出業者應提供一定範圍之試用服務，應以合理方式使消費者有機會於適當時間內檢視該商品（消基會，2012）。

就國際方面來看，日本、韓國、歐盟等消費者保護法規均有對特定商品或服務排除七日無條件要求業者退款之規定，在行政院於2013年通過的消保法修正草案中，新增第19條第2項：「因商品或服務之性質特殊，消費者行使第十九條第一項規定解除權，對企業經營者顯失公平者，中央主管機關得報請行政院核定後，公告排除適用」。其主要考量係為維護交易公平，中央主管機關可舉行公聽會等報請行政院將特定商品排除適用7天鑑賞期。未來在容易腐敗的生鮮食品或容易被複製的數位商品如電子書、App、遊戲等，可能被排除適用消保法第19條。

4. 應用程式退貨問題

蘋果系統提供的App Store購物平台，曾因為孩童在不瞭解線上消費行為時，誤用APP應用程式之「應用程式內購買」功能，而使家長產生相當額度之消費。蘋果公司最終同意如因孩童誤用而產生之購買行為，可以提供退費之服務。目前在台灣地區，蘋果系統的App Store已有提供付費軟體7日猶豫期；而Android系統的Google Play則於下載後的2小時內，如使用不符合需求時，可進行退貨服務。

第三節 國外電信消費保護措施

本調查以英國及澳洲兩國之電信服務消費保護措施進行整理，選擇此二國家作為參考係以就英國之電信服務發展為歐洲最大之電信市場，其在電信自由化之發展具有指標性之參考，同時，英國之電信產業亦配合歐盟消費者保護相關指令規範，因此在電信服務之消費者保護作為方面，可作為參考。而在澳洲方面，根據澳洲官方統計之電信類消費爭議有逐年下降之趨勢，對於其消費保護之作為值得深入探討，故本調查蒐集英、澳兩國之電信服務相關消費者保護措施以作為我國推動電信服務相關之消費者保護參考。

一、英國電信服務相關消費保護措施

本節針對英國之消費保護相關法規、電信消費保護制度及相關統計數據進行整理分析。

(一) 英國消費者保護

英國的消費者保護法令最初之目的是藉由條約賦予權利給購買了不合規定商品的消費者，可以就違反有關合約上明訂或所含條款提出索償。最早可於 1893 年的貨物銷售法 (Sale of Goods Act 1893)，而消費者保護法令的發展，則是在歐盟發佈各項消費者相關指令，為遵循指令所制訂之消費者保護法(Consumer Protection Act 1987)。除了消費者保護法之外，英國針對電子商務部分，於 2000 年通過消費者保護（遠距販售）規則(Consumer Protection Distance Selling Regulations 2000)，給予消費者的權利包含了「供應商、商品或服務及購買前必要資訊的提供」、「猶豫期內隨時解除契約之權限」、「卡片付款受詐欺之解約權利」等。此外，保護消費者免於不公平交易規則 (Consumer Protection from Unfair Trading Regulations)於 2008 年 5 月開始實施，將企業不得與消費者進行不公平交易的責任納入法律架構，以保障消費者免於不公平商業手法的法律，除了針對一般性及特定性的不公平商業手法進行保障外，該法也列出 31 項進行交易時經常出現的不公平商業手法，如在交易行為中發生，即屬為違反該法。

(二) 英國電信管制機構

英國通訊管理局 (Office of Communication, 以下簡稱 OFCOM) 係根據 2003 年通過的傳播法 (Communication Act 2003) 成立，為英國電信業的主管機關，主要管轄範圍包含電視、廣播、無線通訊服務等。其主要之職責為於傳播相關事項加強保障公眾的利益以及透過競爭促進方案，以發展相關市場消費者的利益。在具體作法上，OFCOM 的使命包含：確保電波最理想的運用、確保傳輸設備普及至全英國、確保高品質的廣播電視服務普及、維持傳播內容的多元化、保護閱聽者免於不當內容的侵犯與傷害及保護閱聽者免於不公平或隱私被侵害等六大任務。而在 2003 年傳播法中對 OFCOM 設立的主要目的來看，其定義是以公眾 (citizens) 及消費者 (consumer) 為服務對象，因此依照其立法精神，產業利益並不具有優先性⁸。

OFCOM 就其業務執掌，訂定六項管理原則⁹：

- (1) OFCOM 依照國家政策制訂「清楚可受檢驗」的年度計畫並依此執行。
- (2) 當市場機制無法獨自達成公共政策目標，OFCOM 會介入推動其法定任務。
- (3) OFCOM 將追求以明確、快速、有效的方式管理。
- (4) OFCOM 將致力於確保在介入管理時，其過程和結果是有事實根據、適切性、一致性、可課責及透明性的原則。
- (5) OFCOM 將持續最低干擾的管制機制來達成政策目標。
- (6) OFCOM 將會持續對市場進行研究，並隨時掌握最新科技發展。

在 OFCOM 管理原則中，最後也提到 OFCOM 會在推出新管制措施前，廣泛徵詢利害關係人的建議並評估管制措施的影響。

⁸ 邱家宜 (2006)。從英美傳播管制經驗思考台灣 NCC 的制度與使命。廣播與電視，26，1-28。

⁹ Statutory Duties and Regulatory Principles, <http://www.ofcom.org.uk/about/what-is-ofcom/statutory-duties-and-regulatory-principles/>，瀏覽日期：2014.10.15

(三) 英國電信消費者保護機制

如上所述 OFCOM 的管理原則係以最少干擾的管理機制來達成政策目標，在 OFCOM 在處理電信消費者爭議時，OFCCOM 也表示並未對消費者及電信服務提供者之間的爭議負責¹⁰。而處理電信消費爭議的管道，係由替代性爭議解決機制（Alternative Dispute Resolution, 簡稱 ADR）來協助消費者處理電信申訴或爭議事件。OFCCOM 對於電信消費爭議處理之流程，係消費者先向電信服務供應商反應問題，如電信服務供應商無法解決消費者問題時，最後才採用 ADR 機制進行爭議處理。基此，OFCCOM 提供消費者面臨電信消費爭議的指導方針¹¹其步驟如下：

- (1)向電信服務供應商的客服部門聯絡，或透過電信服務供應商的網站、電子郵件、信件或傳真等方式，並說明消費者遭遇的問題。OFCCOM 表示這是給予電信服務供應商公平且正確對待消費者之方式，而多數的情況下，業者將能令人滿意地解決消費者的問題。
- (2)如果電信服務業者拒絕解決消費者的問題，或表示無法進一步處理，則可以向業者提出正式的爭議申訴：要求電信服務供應商必須針對消費者的申訴問題進行重新檢視，透過電信服務供應商的爭議處理程序，通常爭議處理的方式可以在電信服務供應商的網站上看到，如果無法查詢到相關處理程序的資訊，則電信服務供應商的服務人員應該告知消費者提出申訴的程序。
- (3)替代性爭議解決機制：替代性爭議解決機制(ADR)是扮演消費者及電信業者間的獨立中介者。如果 ADR 機制同意消費者的爭議申訴，ADR 可以要求業者改善問題，並且可能可以得到財務上的酬勞。然而，電信服務供應商必須是 ADR 機制的成員之一。
- (4)使用 ADR 機制的時機：當消費者已經向電信服務供應商申請申訴處理而仍未解決時，下一步即是採用電信服務供應商的 ADR 機制。消費者使用

¹⁰ What is Ofcom? Ofcom is the communications regulator., <http://www.ofcom.org.uk/about/what-is-ofcom/>。瀏覽日期：2014.10.15

¹¹ Having problems with your communications provider and want to make a complaint?, <http://consumers.ofcom.org.uk/files/2009/09/complain.pdf>，瀏覽日期：2014.10.15

ADR 機制時並不用任何的花費，唯一需要的花費為印製或郵寄資料的費用。ADR 機制是一種支援而非取代服務供應者本身申訴處理機制的管道，所以使用 ADR 機制的時機為：

- 1.消費者已經試過向服務供應者申訴而且沒有成功，以及離第一次向供應者申訴時間已超過八週。
- 2.服務供應者告知消費者將不會對消費者的申訴進行任何動作——即稱為「僵局信函」(deadlock letter)。則將消費者的申訴帶到 ADR 機制，消費者應直接與 ADR 機制進行聯繫。

(5)找出服務供應者所屬的 ADR 機制：消費者應找到該服務供應者所屬之 ADR 機制，並進行相關作業。OFCOM 目前核准 2 個替代性爭議解決機制：「公正調查人服務」(Ombudsman Services: Communications, OS)及「通訊暨網路服務裁處機制」(Communication and Internet Services Adjudication Scheme, CISAS)。所有的電信服務營運商都必須是 ADR 機制的一員，所以如果一般的消費者及廠商有任何消費爭議，電信服務供應商都應該告知消費者可尋求「通訊暨網路服務裁處機制」或「公正調查人服務」提出申訴。

有關「通訊暨網路服務裁處機制」及「公正調查人服務」處理電信服務消費爭議之機制，說明如下：

1.公正調查人服務 (Ombudsman Service)¹²

公正調查人服務是由 OFCOM 所核准的爭端裁決方案，提供消費者及小型企業申訴的管道。根據 Ombudsman Service 的統計，在 2013-14 年度，受理電信相關爭議的類型，以客戶服務所占比例最高，為 28%，其次為服務提供(24%)、契約問題(18%)、爭議收費問題(13%)、帳單問題(9%)及設備問題(6%)等。

¹² About the Ombudsman, <http://www.ombudsman-services.org/communications.html>，瀏覽日期：2014.10.15

2. 通訊暨網路服務裁處機制(Communication and Internet Services Adjudication Scheme)¹³

除了公正調查人服務外，OFCOM 另一核准的爭端裁決方案為通訊暨網路服務裁處機制（Communication and Internet Services Adjudication Scheme，簡稱 CISAS），CISAS 主要在解決消費者與電信服務提供者之間的爭議，包含固網、寬頻、及行動通信等糾紛都能使用 CISAS 進行調解。根據 CISAS 的統計，2013 年受理的消費爭議事件以帳單及收費所占比例最高(38%)，其次為電信服務(19%)及契約問題(16%)等。

表6 英國電信消費爭議處理問題類別

項目	公正人調查服務	通訊暨網路服務裁處機制
客戶服務	28%	無
電信服務提供	24%	19%
收費/帳單問題	13%；9%	38%
契約問題	18%	16%
設備問題	6%	無

資料來源：本研究自行整理

從兩項爭議處理機制來看，可以發現英國消費者在使用電信服務的項目中，以「服務提供」、「收費/帳單問題」及「契約問題」等為主要遭遇的消費爭議類型。其中值得注意的是，在公正人調查服務所受理的爭議類別，有 28% 的消費爭議屬「客戶服務」。

3. OFCOM 通訊消費者委員會(The Communication Consumer Panel)調查

OFCOM 底下之通訊消費者委員會(Consumer Panel)是根據英國通訊法所設立，由通訊部門中的 8 位獨立專業人士負責保障公民利益之工作。該委員會進行調查、消費者、公民及小型企業的角度提供 OFCOM、政府、歐盟及產業相關建議。

¹³ Welcome to the Communications and Internet Services Adjudication Scheme (CISAS), <http://www.cisas.org.uk/>，瀏覽日期：2014.10.15

通訊消費者委員會特別關注年長者及身心障礙者、居住在郊區的民眾及低收入民眾的需求、以及小型企業的需求等。目前委員會成員有 4 位分別代表英格蘭、北愛爾蘭、蘇格蘭及威爾斯地區消費者的利益。

通訊消費者委員會於 2013 年公布「消費者處理電信服務問題經驗」¹⁴報告，該報告針對 60 名英國消費者進行深度訪談，藉以瞭解消費者在通訊服務問題與供應商接觸之經驗。根據調查結果，通訊消費委員會提出五大項建議：

1. 資訊提供

電信服務供應商應提供品質更好、簡單非專業術語的資訊給予消費者，包含服務期望、簡易故障排除方法、清楚的標示與可接觸之聯絡點、申訴流程資訊等。電信服務供應商應將消費者尋求解決問題視為正面的行為，並且應該要對這些可改善他們服務績效的機會感到歡迎。此外，鼓勵第三方進行獨立的顧客服務評比，對於消費者在選擇電信服務供應商時是相當有價值的資訊。

2. 檢討並強化接待中心人力訓練

電信服務供應商應重新檢視他們的教育訓練計畫，以確保員能夠經處瞭解申訴處理流程以及相關 ADR 爭議處理機制。電信服務供應商的員工應該具備：瞭解消費者反應問題的同理心、具有相關的技術專業、能以簡單的言語解釋專業問題、必要時應跳脫客戶處理流程準則的框架、賦權處理消費爭議以及有能力去尋求其他替代的選項來解決消費者的問題等。

3. 改善消費者的接觸經驗

在流程上，電信服務供應商應該替提供更完整的記錄，並且提供申訴事件將如何處理的資訊、提供消費者獨立的查詢編號其確切的時間點、當申訴進入排程時提供相關的更新及後續追蹤、提供多元的接觸管道包含電話、客戶碰面或提供虛擬（如 e-mail、即時通訊客服等數位化方式）的協助管道。而在對消費者的花

¹⁴ Communication Consumer Panel (2013) Going round in circles? The consumer experience of dealing with problems with communications services. Retrieved from <http://www.communicationsconsumerpanel.org.uk/going-round-in-circles/going-round-in-circles> , 瀏覽日期：2014.10.15

費方面，應該提供消費者免費電話、e-mail 或郵寄等最小花費的方式，並提供更清楚的維修相關費用資訊等。

此外，電信服務供應商應該進行相關的客戶服務認證並且更重視客戶服務品質以作為競爭特質，供應商應將這些作為宣傳給現有及潛在的客戶。而在主管機關 OFCOM 方面，應持續進行例行性的監督確保電信服務供應商有落實相關法規的準則。

4.提供年長者及身心障礙消費者更好的支援

電信服務供應商應提供身心障礙者更妥適的聯繫方式，如尚未提供者，應根據適當的準則來處理身心障礙者的洽詢來電。最後，應就身心障礙相關議題注入更多關注，並在消費者使用的設備方面提供更簡單、可近性較高的資訊。

5.檢討並強化 ADR 推薦機制

電信服務商應重新檢視並強化流程及員工的知覺，使服務提供更具效能並且確保消費者知道自身權利，特別是在使用 ADR 方面。而主管機關 OFCOM 應進行獨立審查電信產業的效能、升級程序等。

二、澳洲電信消費保護措施介紹

本研究除了以英國消費者保護措施進行分析整理外，另參考澳洲之電信消費保護措施進行整理，根據澳洲主要處理電信消費爭議的電信產業調查會（Telecommunications Industry Ombudsman，以下簡稱 TIO）接獲電信爭議的案數自 2010-11 年起逐年下降，其中 2013-14 年較 2012-13 年度爭議案件數量下降了 12.4 個百分點，根據 TIO 的分析，認為爭議事件下降的原因是因為整合性的消費者保護措施確實產生作用，TIO 也表示，爭議案件數的下降顯示關注電信消費者使用經驗能減少 TIO 介入處理的需求¹⁵。

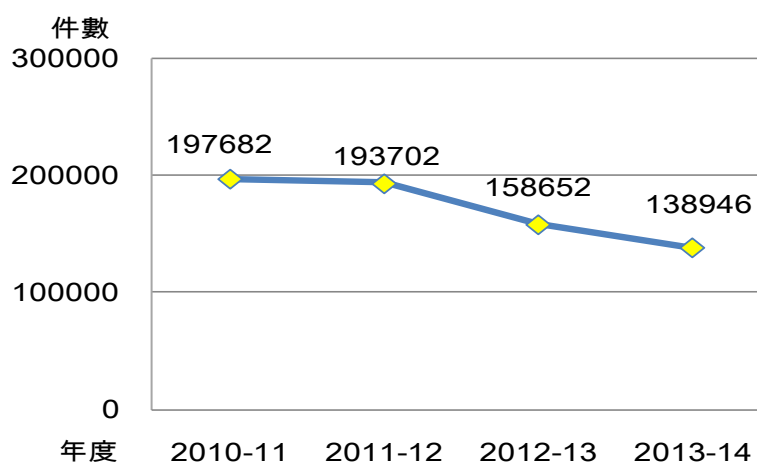


圖3 澳洲電信消費爭議案件統計

資料來源：整理自 TIO (2014)

（一）澳洲消費者保護制度

澳洲在 2011 年以前之消費者保護相關法令是以 1974 年制訂之「貿易實務法」(Trade Practices Act)為主，是第一個為建立澳洲全國性消費者保護框架所制訂之消費者保護法。然因「貿易實務法」同時涵蓋多項行為，並非專屬管理消費安全之法令，故 2010 年澳洲正式將「貿易實務法」更名為「2010 年競爭及消費者法」(Competition and Consumer Act 2010)，並將 2011 年新制定的「澳洲消費者保護

¹⁵ Telecommunications Industry Ombudsman, The Year in Review 2013-2014, http://www.tio.com.au/__data/assets/pdf_file/0006/158964/TIO-complaints-the-year-in-review-2013-14_WEB.pdf，瀏覽日期：2014.10.15

法」(the Australian Consumer Law, ACL)以附表方式列於「2010年競爭及消費者法」中。

1.澳洲消費者保護法架構

從澳洲消費者保護法的內容來看，第1章為簡介，闡述該法之概念定義與解釋規定。第2章列出一般保護(General Protections)，包含：(1)全面禁止具有誤導或欺騙的貿易或商業行為；(2)全面禁止貿易與商業不公正之行為，以及消費者與某些商業交易不公正行為之特別禁令；(3)消費者合約中關於不公平合約條款裁定無效之規定。第3章為特定保護(Specific Protections)，包括(1)禁止在貿易或商業中採行特定不公平之措施；(2)消費商品之安全與產品相關之服務；(3)處理消費者對商品或服務之交易；(4)資訊標準之制定與執行；(5)製造商對瑕疵商品之責任。第4章為犯罪行為(Offences)，主要係指於第3章中所涵蓋某些事項相關之刑事罪行。第5章為執法與補救措施(Enforcement and Remedies)，主要規範消費者保護法有關之國家執法權力與補救措施。

2.澳洲消費者保護機構

有關澳洲保護消費者保護實體機構，在金融服務方面，係由澳洲證券及投資監察委員會(Australian Securities and Investments Commission, ASIC)監管實務安全方面由澳紐食品標準局(Food Standards Australia New Zealand, FSANZ)監管；在醫療用品方面，由健康與老年部(Department of Health and Ageing)的藥品管理局(Therapeutic Goods Administration)所負責；在電信服務相關方面，則是由澳洲通訊暨媒體管理局(Australian Communications and Media Authority, ACMA)、澳洲競爭及消費者委員會(Australian Competition and Consumer Commission, ACCC)及電信產業調查會(Telecommunications Industry Ombudsman, TIO)監督。

3.澳洲消費者權益

有關消費者在購買商品或服務時所擁有的權利，針對一般消費者在日常生活中容易遭遇之消費問題以及應享有的消費權利整理後，刊登於澳洲消費者保護法網站，提供消費者參考。下就澳洲消費者之購物權以及面臨不公平商業行為時享有的權利進行說明：

a. 購物權

澳洲消費者保護法提供消費者基本的退貨權利，例如購買到劣質商品、與樣品不符或並無法如預期運作等情形。然而在某些條件下，例如消費者改變主意時，供應商可以不允許退貨。針對消費者的購物的退款及退貨權，整理如下表所示：

表7 購物權情境說明

情形	要求退貨狀況	無權退貨
劣質產品	<ul style="list-style-type: none"> ● 不具備正常應有的功能 ● 有缺陷 ● 外觀不符合標準 ● 不安全 ● 不耐用 	<ul style="list-style-type: none"> ● 購買前店方已告知潛在缺陷或已展示相關標誌 ● 購買前已對商品檢查但未發現應該注意到的缺陷 ● 以「非正常」方式使用商品 ● 已經使用該商品很長時間
使用才發現商品有問題	以下幾種狀況也可以進行退貨： <ul style="list-style-type: none"> ● 已經穿戴過或使用過 ● 已除去商品標籤 ● 已從原始包裝取出商品 	
商品與樣品或展示品不符	根據樣品或展示品購買時，如商品與樣品有落差導致不想購買。	
商品與描述不符	商品須與描述相符，如商品與描述有落差時，導致不想購買。	
商品不具備所要求功能	購買前銷售員告知消費者想要該商品具備的功能或依據店方建議選擇該商品，與商品實際狀況不符。	
改變主意	商店內部規定可為「改變主意」的顧客退款、換貨或提供登記單。	若只是改變主意者，除非店家另有規定，店方可不允許退貨。
沒有收據	需證明商品是相關商家購買的，若無收據時可出示： <ul style="list-style-type: none"> ● 信用卡帳單 ● 分期付款協議 ● 電話或網路購物的確認號碼或收據號碼 	
收到物品是禮品	需出具購買憑證。	
商品在減價時購買	要求退款方面具有相同權利，展示「減價商品概不退款」是	然而，不能就店方告知商品存在的問題，或檢查商品時本應

情形	要求退貨狀況	無權退貨
	不合法的。	注意到的問題要求退款。
購買商品是二手貨	從商店購買： 擁有同樣的要求退款權利，但需考慮使用年限、價個及狀況。	從私人手中購買：銷售者沒有退款、更換或修理的義務。
從網路購買商品	擁有與實體商店購物相同的退款權。	從私人手中購買：銷售者沒有退款、更換或修理的義務。
有權獲得補救：退款、修理或更換	視情況而定，若問題是： 嚴重—無法修理、修理時間太長或難以修理： 可選擇退款、換貨或保留物品並取得價差補償。 輕微—可以在合理時間內修復： 需給予店家解決問題的機會，店家選擇修理物品，則店家有義務將其退回給生產商並與生產商交涉。若店家解決問題時間太長或拒絕解決問題時，可以要求退還商品並要求退款或更換、或者找他人修理並要求店家支付合理費用	

資料來源：整理自澳洲消費者保護法網站¹⁶

b. 不公平商業行為

澳洲消費者保護法保障消費者面對商家的不公平商業行為，例如誤導或錯誤等不合理的行為及虛假或誤導的描述等，針對消費者購物權，整理出一般常見到的不公平商業行為編輯「情境說明書」，並以多種語言呈現，以維護消費者權益。以下為一般消費時常見的不公平商業行為：

¹⁶ Resources for Consumers,
http://www.consumerlaw.gov.au/content/Content.aspx?doc=acl_resources/resources_consumer.htm
 ，瀏覽日期：2014.09.26

表8 不公平商業行為情境說明內容

情境	說明
誤導或欺騙行為	商家透過廣告、促銷、報價、說明和描述，使大多數消費者對商品或服務的價格、價值或品質產生錯誤印象
沈默	商家若不披露有關產品或服務的重要資訊，就可能違反法律
預言/看法	若陳述者明知其陳述不真實、不在乎其陳述是否真實或所做的陳述沒有任何理由依據，則其陳述可能屬於誤導或欺騙
免責聲明與微小字體	商家不得利用微小字體進行誤導或欺騙，有關商品或服務的任何重要事實均應清楚醒目地標明。
虛假或誤導性陳述	商家不得就以下各方面對商品或服務做出虛假或誤導性陳述： <ul style="list-style-type: none"> ● 價格或價值、標準、使用期、產地、品質或等級 ● 商品的設計樣式、型號及歷史 ● 商品或服務購買者或使用者的證言 ● 維修點或備件的可及性 ● 贊助、認可、性能特點、附件或使用好處 ● 購買者對商品或服務的需要性 ● 有關商品或服務的任何保證、擔保或條件。 ● 商家在無意提供回贈款、禮品或獎品的情況下做出承諾，或者不按照承諾予以提供，亦屬違法行為。
誘餌廣告	商家若無合理的供應量供消費者購買，則不得為其商品或服務做折價廣告。
錯誤接受付款	若商家無意或無法及時提供商品或服務，則不得接受付款。
商品原產國	商家不得對商品是產自或生產自某個特定國家做出虛假或誤導性聲明。包括： <ul style="list-style-type: none"> ● 「製造於」或「生產於」某個特定國家 ● 某個特定國家「的產品」或「產於」某個特定國家 ● 使用標識，如「澳洲製造」標識 ● 聲稱商品、配料或成分「生長於」某個特定國家
定價不一	某個商家某一種商品標識一種以上的價格。如貨架上價格可能不同於產品目錄廣告中的價格。若發生該狀況，該商家必須以較低價銷售或停止銷售該商品，直至價格錯誤得到更正為止。
單價	商家不得以商品的部分價格進行促銷或宣傳，除非同時顯著地標明該商品的總價格。

資料來源：整理自澳洲消費者保護法網站¹⁷

¹⁷ Resources for Consumers,
http://www.consumerlaw.gov.au/content/Content.aspx?doc=acl_resources/resources_consumer.htm,
 瀏覽日期：2014.09.26

(二) 澳洲電信服務及 APP 產業消費保護機制

有關電信服務及 APP 產業之相關消費者保護法規，除了澳洲消費者保護法外，另規定保障電信服務及 APP 產業消費者權益，其相關之保護機制為：

1.澳洲競爭及消費者委員會 (Australian Competition and Consumer Commission, ACCC)

澳洲競爭及消費者委員會（簡稱 ACCC）為澳洲聯邦之競爭法執法機構，為獨立機關，主要負責執行競爭及消費者法(Competition and Consumers Act 2010) 維護交易秩序、促進競爭、管制國家重大基礎建設與增進經濟效率，並維護澳洲人民之利益。該機關僅受理重大違法案案件，並處理全國性消費者爭議問題，其餘則由檢舉人循民事途徑解決或向各州、區之公平交易局提出申訴。

2.澳洲通訊暨媒體管理局 (Australian Communications and Media Authority, ACMA)

澳洲通訊暨媒體管理局為獨立的政府機構，負責監督澳洲的廣播、網路、無線電通訊、電信等項目，主要負責確保高品質通信服務的可用性、監督業者保護消費者權益。

3.監察委員會(Telecommunications Industry Ombudsman, TIO)

監察委員會是獨立於產業、政府及消費者的組織，主要負責電信服務爭議的處理。TIO 可以針對消費者對於電信服務的申訴案件，如帳單、維修服務等進行調查並做出決定或指令。

(三) 澳洲消費者電信相關保護措施

1. 電信服務消費者保護作為

澳洲競爭及消費者委員會(Australian Competition and Consumer Commission, ACCC)為了提升及維持公平競爭，每年公布電信產業調查報告，調查報告包含電信服務主要趨勢發展、ACCC 之電信服務相關行動及產業的競爭發展等。

在 ACCC 公布的 2012-2013 年電信報告¹⁸中，有關消費者保護之作為包含：

● 調查涉嫌違反競爭及消費者保護法之情形

執行 20 個電信部門的大型調查，當中，部分調查帶來法律的行動使消費者及公平競爭達成重要的成果。

● 採取執法行動

針對電信服務提供者誘導式說明、誘導式廣告、不公平契約條款及不合理行為等採取執法行動。

● 參與關鍵利害關係團體的相關論壇

透過消費者諮詢委員會、圓桌會議或參與各類正式/及非正式團體的會議，與消費團體、企業及政府等利害關係團體可有效找尋電信服務的潛在重要議題。

● 公布消費者資訊

ACCC 為提升消費者意識及改善消費者獲得的資訊，近年出版許多新的教材。其中包含出版手機選擇規劃等文件提供消費者參考。

● 監控新興議題與發展

ACCC 持續關注電信產業之發展，關注新興議題及可能潛在之消費者問題。

¹⁸ ACCC (2014) *ACCC telecommunications report 2012-13*, <https://www.accc.gov.au/publications/accc-telecommunications-report/accc-telecommunications-report-2012-13>，瀏覽日期：2014.09.26

2. 電信服務爭議類型

澳洲之電信消費爭議，主要係由監察委員會(TIO)負責受理消費者爭議事件，根據 TIO 的統計 2013-2014 年電信消費爭議案件，以各項電信服務類型來看，行動電信的消費爭議所占比例最高為 52.9%，其次為固網電信占 24.7%，再次為網際網路占 22.4%。

而就消費爭議案件統計結果來看，在 2013-2014 年中，「超額傳輸收費」為最高，共有 14,534 件為最高，而當中多數爭議事件是來自使用電信服務中發生(12,583 件)。在「國際漫遊」的消費爭議方面，共有 1,253 件爭議案件，相較 2012-2013 年度下降了 35 個百分點。此外，有關「費用」的爭議，在 2013-2014 年度的爭議案件(11,154 件)亦較 2012-13 年度(14,433 件)下降 22.7 個百分點。此外，在顧客問題回應方面的爭議案件，2013-2014 年度的爭議案件(992 件)亦較 2012-13 年度(1,791 件)減少近半成。

整體而言，「超額傳輸收費」為澳洲電信服務目前最重要的爭議問題，TIO 認為，該項爭議類型的成長與使用手機數據傳輸服務時間增加有關之外，也與電信服務的傳輸技術快速發展使消費者能夠更快速下載數據亦有一定關係。

而在「國際漫遊」或「費用」之爭議案件數呈現下降的趨勢，TIO 認為是因這兩項服務制訂新的規定而減少消費者爭議產生，在「國際漫遊」部分，ACMA 在 2013 年發佈一項新的國際漫遊的行業標準¹⁹，要求業者必須提供國際漫遊收費的資訊給出國的消費者。

¹⁹ ACMA, *Australian Communications and Media Authority (International Mobile Roaming Industry Standard) Direction (No. 1) 2012*，瀏覽日期：2014.10.15

(四) 澳洲消費者調查²⁰

澳洲消費者調查係由 2011 年澳洲政策研究諮詢委員會(Policy and Research Advisory Committee)之消費者問題常設委員會(Standing Committee of Officials of Consumer Affairs)所執行。澳洲消費者調查係全國性的研究，探討當前消費者與企業的經驗以及對消費者法規、應用及執行的瞭解程度。就該調查針對澳洲消費者調查共調查 5,315 位消費者及 1,210 家澳洲企業，當中消費者調查係透過線上調查及電話調查方式執行；企業調查則係以電話調查執行。其調查之主要面向包含四項主題：

- 消費者及企業對消費者保護法的基本認知
- 消費者與企業行為的趨勢
- 現有及潛在危害消費者之面向
- 未來發展面向

從消費者調查結果來看，有 90% 的澳洲消費者知道澳洲擁有消費者保護法規存在；不過，該調查進一步研究消費者對特定消費者保護法令的認知情形，可以發現有 59% 無法說出相關的消費者保護法規。

根據調查結果顯示，有 73% 的澳洲消費者曾經在過去兩年內遭遇消費問題，而主要遇到的問題為：收取的費用高過預期或被收取未預期的費用、商品或服務的延遲提供或未提供。而過去兩年遭遇消費問題的消費者中，有 74% 採取的行動是直接與廠商連結，其次會採取的行動則是搜尋資料或尋求諮詢。

在與廠商聯繫消費問題的消費者中，有 52% 對廠商的回應感到滿意，但也有 42% 對廠商的回應感到不滿意。

有被解決的消費問題中，有 85% 表示是直接由企業解決，在滿意度方面由企業解決消費問題的滿意度有 76%。相對而言，由爭議處理機制解決消費問題的滿意度則為 54%。

²⁰ The Australian Consumer Law , Australian Consumers Survey Report 2011 , http://www.consumerlaw.gov.au/content/Content.aspx?doc=survey_2011.htm , 瀏覽日期：2014.09.24

而在消費者遇到消費問題時，有 48% 的消費者如果有需要相關資料或諮詢時會在一開始聯絡主管機關，在與主管機關聯絡時，他們對獲得的資訊大多表示滿意。

澳洲消費者調查針對消費者意識方面，提供整體性調查研究，其調查採用階層式問卷設計進行，除了詢問受訪對象對議題的瞭解程度外，更深入詢問實際瞭解的內容為何，因此給予調查更為精確之建議。

(五) 澳洲聯邦消費者諮詢委員會 APP 消費調查²¹

在智慧型裝置與 APP 應用程式的快速發展下，部分團體亦關注 APP 應用程式及 APP 市集的發展。與各類的新興市場一樣，APP 產業也同樣遭遇市場發展的初期問題，雖然新興市場的挑戰通常都能夠自行解決，但在對消費者的傷害與市場的利益兩者之間不相等時，政府在監督消費者狀況、協助產業及社群間所扮演的角色更顯重要。基此，澳洲聯邦消費者諮詢委員會(Commonwealth Consumer Affairs Advisory Council，以下簡稱 CCAAC) 辦理澳洲消費者使用智慧型手機或行動裝置購物及 APP 市場之調查，該調查檢驗行動商務中的消費者經驗，包含使用信用卡資料進行購物、應用程式內購物(In-App Purchase)和各項關注的焦點。

1.APP 應用程式之消費者關注議題

CCAAC 整理各項 APP 行動商務中，消費者關注的焦點議題，包含：

- 在購買或下載時並未揭露關鍵的資訊：例如個人資訊如何被使用、APP 資源的使用情形及 APP 的真實成本。
- 揭露的訊息不易閱覽：包含如何決定哪一項資訊是重要的？以及需投入相當的時間精力去獲得相關資訊。
- 供應商的商譽不易依賴：市場的快速變動代表供應商的聲譽及可靠度無法被完全測試。
- 給兒童使用的 APP 適當性：如在應用程式內購買方面使用積極的市場行銷策略、賭博及不小心購買問題。
- 售後客訴的難度：在提出客訴或要求退款時的困難。
- 暴露於不當的內容中：如詐騙、病毒或是暴露使用者個人資料等。

2.APP 應用程式消費調查結果

CCAAC 所進行的 APP 消費調查，係以澳洲消費者為調查對象，調查樣本係採用非隨機抽樣方式執行，主要由瀏覽 CCAAC 網站的民眾在網站上進行填答，

²¹ Commonwealth Consumer Affairs Advisory Council, *App purchases by Australian consumers on mobile and handheld devices*, <http://ccaac.gov.au/2013/07/19/app-purchases-by-australian-consumers-on-mobile-and-handheld-devices/>，瀏覽日期:2014.09.24

調查共完成 96 份有效樣本，由於該調查方式及有效樣本數的限制，CCAAC 亦提醒在該資料使用上必須特別留意。

根據 CCAAC 的調查結果，智慧型手機是連網最常用的載具，進一步來看，又以 Android 手機及 iPhone 手機為最常用的手機類型，平版電腦則也有一定程度的使用比例。

在調查問項方面，問卷包含「消費者對 APP 市場的整體印象」、「下載 APP 應用程式頻率」、「碰到使用應用程式內購買的頻率」、「購買應用程式內購買的頻率」、「在應用程式購買時，說明條款是否很清楚告知正在進行應用程式內購買」或「清楚說明應用程式內購買的真實成本」、「消費者購買 APP 應用程式的整體經驗感受」；此外，亦針對 APP 應用程式在購買前是否有揭露重要資訊，包含「該 APP 允許應用程式內購買」、「APP 內可以購買相關的商品」、「應用程式內購買的實際花費或後續使用 APP 應用程式內購買所需的花費」等項目的揭露情形，以及消費者對整體資訊揭露狀況的感受進行調查。

此外，針對消費者保護與行動方面，包含「如遇購買遭遇相關問題會採取的行動」、「會採取何種方式去瞭解他們使用的裝置、APP 應用程式和 APP 市集」、「商家採用何種方式能夠提升消費者在 APP 消費或應用程式內購物的經驗感受」等。CCAAC 同時也針對兒童使用 APP 市集的經驗進行調查，調查的題項包含「兒童用來連網之裝置」、「家長是否事先知道兒童下載了 APP 應用程式」以及「家長是否事先知道兒童進行應用程式內購物」等問題。

而根據調查結果，針對 APP 市集的整體印象，有 66% 表示好（17% 非常好，49% 好），而有 24% 表示普通，另有 8% 表示不好。整體印象是基於便利性、簡單價格及其他因素所組成。就下載頻率來看，有 48% 表示時常下載 APP 應用程式，31% 表示常常下載。

應用程式內購買的服務條款中，對於說明在進行應用程式內購買的清楚程度方面，僅有 46.88% 同意是清楚的，有 50.00% 表示不同意。而在說明應用程式內購買的真實成本方面，則有 56.25% 同意是清楚的，而有 40.63% 表示不同意。而在對 APP 應用程式購買的整體感受上，有 67% 表示好，23% 表示普通，另有 8%

表示不好。在資訊揭露的整體感受方面有 30% 表示好，29% 表示普通，38% 表示不好。

最後有關兒童使用 APP 應用程式的情形，詢問包含家長是否知道兒童下載 APP 應用程式以及兒童下載 APP 應用程式的經驗以及是否有 APP 應用程式購買的經驗等，不過由於各題項樣本數較少，調查項目數據可參考表 9。

表9 澳洲消費者手機及行動裝置 APP 購物行為調查結果

項目		結果	樣本數
對 APP 市場的整體印象		66%好，24%普通，8%不好	96
APP 應用程式下載頻率		48%時常，31%經常，16%偶爾，2%很少	93
遇到應用程式內購買的頻率		25%時常，32%經常，40%偶爾，1%不常	90
使用應用程式內購買的頻率		4%時常，11%經常，45%偶爾，40%不常。	47
使用應用程式內購買時，服務條款是否清楚	說明正在進行應用程式內購買	46.88% 同意，50.00% 不同意。	96
	說明應用程式內購買的真實成本	56.25% 同意，40.63% 不同意。	96
對 APP 應用程式購買的整體感受		67%好，23%普通，8%不好	96
APP 應用程式是否清楚揭露	該程式允許應用程式內購買	41.67% 同意，56.25% 不同意。	96
	相關內容可以在 APP 應用程式內購買	43.75% 同意，54.17% 不同意。	96
	使用應用程式內購買的真實成本或使用應用程式內購買的其他成本	25.00% 同意，72.92% 不同意。	96
消費者對整體資訊揭露的印象		30%好，29%普通，38%不好	96
對於使用協助方式的評價		31%好，45%普通，9%不好	96
兒童使用 APP 市集經驗	家長是否事先知道他們的小孩下載了 APP 應用程式	20%總是，27%偶爾，27%很少，7%從來沒有。	15
	下載 APP 應用程式頻率	26%時常，27%經常，40%偶爾，20%不常	15
	家長是否事先知道他們的小孩使用應用程式內購買	2 (人) 總是，1 (人) 偶爾，3 (人) 很少，2 (人) 從來沒有。	8

資料來源：整理自澳洲聯邦消費者諮詢委員會 (2014)

從澳洲消費者手機及行動裝置 APP 購物行為調查結果可以發現，整體而言，使用 APP 應用程式在生活應用方面已扮演重要的角色，消費者在使用 APP 應用程式時，有相當頻率會遇到應用程式內下載的情形；在 APP 應用程式相關資訊揭露方面，皆有近半數的消費者認為資訊揭露不清楚。

第四節 小結

本調查整理臺灣電信消費的爭議類型，在行政院消保處統計之爭議案件及國家通訊傳播委員會受理國內電信爭議案件的類型，主要的消費爭議為「通訊連線品質」不佳，其次則是「申裝/異動/續約」之爭議問題為臺灣當前主要的消費爭議原因。

本研究同時整理英國與澳洲消費者保護機制及電信消費保護議題，經文獻整理可以發現，在英國之消費爭議事件方面，主要以「電信服務提供」，其次在「費用/帳單問題」及「契約問題」之爭議案件較高，澳洲在電信消費的爭議問題，是以「超額傳輸收費」為該國目前電信消費爭議之焦點；其次則為「國際漫遊」及「費用」問題。

比較兩國之電信服務消費爭議，於本研究中，可將焦點著重於電信業者的「契約」及「費用說明」等面向，在契約部分，可對應我國之「行動通信網路業務服務契約範本」內容，如斷訊補償措施之消費意識。另針對業者提供之服務、收費資訊等清楚程度等深入探討。

有關「超額傳輸收費」消費爭議問題增加的趨勢，澳洲監察委員會認為與消費者使用手機的頻率有關，並也指出通訊科技發展讓消費者能夠快速下載資料也可能是導致超額傳輸收費的原因。鑑於我國 4G 服務陸續開通，未來我國消費者在應用行動上網的服務方面，亦可能在享受高速數據傳輸的便利性之情形下，使用之數據傳輸量超過支付電信業者服務使用的上限量，進而衍生消費爭議事件。基此，於本研究問卷調查設計中，可就超額傳輸面向探究。

而澳洲監察委員會在受理如「國際漫遊」、「費用」及「客服」的爭議案件數有減少之趨勢，該委員會表示，爭議數下降的原因與電信服務的管制指令有關，在國際漫遊方面，電信業者被要求需提供漫遊收費相關資訊給出國的消費者；而在「費用」方面，電信業者被要求在用戶數據、電話和簡訊使用量達到 50%、85% 或 100% 時，需於 48 小時內向用戶發出提醒通知，避免消費者收到未預期的巨額帳單。

在 APP 產業爭議問題方面，行政院消保處調查國內經營 APP 平台業者之資訊揭露及付費方式，根據行政院消保處的調查，僅有部分 APP 平台業者在 APP 應用程式中清楚標識提供具體 IAP 項目及價格，多數仍是僅標識提供 IAP 資訊。

其次，在密碼保護方面，電信業者提供 APP 平台在消費時皆需要輸入密碼，而兩大作業系統平台（App store 及 Google Play）則有購物方便期的設定，於第一次輸入密碼後之特定期間內無須再次輸入密碼，然使用者可以更改為每次均需輸入密碼或無需輸入密碼。

澳洲聯邦消費者諮詢委員會指出 APP 行動商務中消費者需要關注的議題包含：購買或下載時並未揭露關鍵資訊、揭露的資訊不易閱覽、供應商的商譽不易依賴、兒童使用 APP 內容的適當性、售後客訴的難度、暴露於不當內容中等項目。在澳洲聯邦消費者諮詢委員會進行的 APP 消費調查中，除了藉以瞭解消費者 APP 使用及消費行為，同時將焦點著重消費者對在 APP 應用程式的資訊揭露認知，以及兒童使用 APP 市集之經驗；在該項調查中，顯示出消費者對 APP 應用程式的服務條款的說明、APP 應用程式是否明確揭露需花費的資訊等多仍感受不清楚之狀況。此調查結果亦呼應目前 APP 產業發展之消費爭議狀況，後續對 APP 產業之調查，應著重在資訊揭露面向。

第參章 研究設計

第一節 調查概述

一、調查範圍

以台灣地區（含金門縣、連江縣）共 22 縣市為調查範圍。

二、調查對象

本次調查以 13 歲以上居住於調查範圍內之本國民眾為調查對象。

三、調查期間

本次電話訪問調查期間為 103 年 11 月 6 日至 15 日，調查於平日晚間 18 時至 22 時，假日之 14 時至 17 時 30 分及 18 時至 22 時進行訪問。

四、調查方法

本次調查以電話訪問，採用電腦輔助電話訪問系統(CATI)方式進行。

五、調查項目

依照國內外相關電信服務及 APP 產業之文獻資料整理，本次調查主要從「消費意識」及「消費行為」2 大面向，並別就「電信服務」、「通訊及周邊產品」及「APP 產業」3 類商品與服務進行問卷項目之設計。設計過程中，並與學者專家及行政院消費者保護處官員交換意見，而完成本問卷之題項設計如次：

（一）電信服務、通訊與周邊產品及 APP 產業之消費意識

電信服務之消費意識

- 知道去申辦手機門號行動上網服務時，業者需要提供 7 天試用期的服務
- 知道電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短給予補償或提供等值服務
- 知道手機門號提前解約的違約金，應按照使用期間的長短減少違約金
- 知道手機遺失或遭竊時應即以電話通知電信公司暫停通信，未通知前仍須支付該手機所生之所有電信費用

- 贊成電信業者應該在電話費或傳輸費使用到一定程度時，主動提醒用戶

通訊及周邊產品之消費意識

- 知道在購買手機或電池、耳機、行動電源這類型的商品時，應該要注意商品的標示清楚及外觀無破損
- 同意不同品牌的手機或電腦的電池、行動電源等周邊商品之規格應可相容

APP 應用程式之消費意識

- 知道在下載 APP 應用程式時，應該要詳細閱讀使用說明後再進行下載
- 知道購買下載 APP 應用程式時，應避免將帳號、密碼或信用卡資料於手機或電腦中設定為自動儲存功能，以免日後誤觸產生購買行為
- 同意 APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額

(二) 電信服務、通訊與周邊產品及 APP 產業之消費行為

電信服務消費行為

- 使用行動上網的主要目的
- 使用電信服務遭遇之問題
- 發生消費爭議情形
- 使用電信服務消費爭議處理管道
- 建議保障消費者使用電信服務權益之方式

通訊及周邊產品消費行為

- 購買通訊及周邊產品經驗
- 通訊周邊產品標示資訊清楚度認知
- 對標示感到不清楚之項目
- 手機送修經驗
- 廠商是否清楚告知維修原因及收費
- 送修手機遭遇之消費問題
- 發生送修消費爭議的處理管道

APP 產業消費行為

- 使用 APP 應用程式經驗
- APP 應用程式消費經驗
- APP 應用程式誤買經驗
- 下載 APP 應用程式會注意的資訊
- 建議保障消費者使用或消費 APP 應用程式權益之方式

基本資料

- 居住地
- 年齡
- 教育程度
- 職業
- 上網頻率
- 個人平均月收入
- 性別

六、抽樣設計

本調查之抽樣設計是依照我國各縣市 13 歲以上人口比例配置 2000 份有效樣本，並將未達 30 份有效樣本之縣市增補至至少完成 30 份有效樣本，故本調查至少完成 2,088 份有效樣本。

表10 樣本配置規劃

單位:人；%；人

區域別	母體數	母體比率	樣本數	增補後 樣本配置
總計	20,699,936	100.00	2,000	2,088
新北市	3,517,331	16.99	339	339
臺北市	2,373,772	11.47	230	230
臺中市	2,369,818	11.45	229	229
臺南市	1,678,884	8.11	162	162
高雄市	2,478,820	11.98	240	240
宜蘭縣	409,126	1.98	40	40
桃園縣	1,785,894	8.63	172	172
新竹縣	457,650	2.21	44	44
苗栗縣	498,262	2.41	48	48
彰化縣	1,138,646	5.50	110	110
南投縣	462,255	2.23	45	45
雲林縣	630,515	3.05	61	61
嘉義縣	477,315	2.31	46	46
屏東縣	765,702	3.70	74	74
臺東縣	200,249	0.97	19	30
花蓮縣	297,243	1.44	29	30
澎湖縣	91,499	0.44	9	30
基隆市	338,635	1.64	33	33
新竹市	365,099	1.76	35	35
嘉義市	237,466	1.15	23	30
金門縣	114,624	0.55	11	30
連江縣	11,131	0.05	1	30

七、前測及信效度分析

本次調查於正式調查前，於 103 年 10 月 23 日至 24 日晚間 18 時至 22 時進行 61 份之前測調查，並針對前測結果進行信度分析。根據前測調查所得之

cronbach α 值為 0.6，顯示具有良好之信度。此外，本次調查問卷採以內容效度，問卷建構主要根據文獻探討、行政院消保處及學者專家意見設定，並經前測調查修正語句。

八、撥號記錄

本次調查共成功訪問 2,118 份有效樣本，整體訪問成功率為 21.6%。撥號狀況如下表所示：

表11 撥號紀錄表

項目	次數	有接通電話 百分比	總撥出電話 百分比
完成訪問	2,118	21.6%	8.5%
拒訪_太忙沒時間	2,304	23.5%	9.2%
拒訪_對這個主題沒興趣或不清楚	2,243	22.9%	9.0%
拒訪_已接受過類似訪問	7	0.1%	0.0%
拒訪_覺得被侵犯個人隱私反對電話調查	152	1.6%	0.6%
中止訪問_約訪	256	2.6%	1.0%
中止訪問_配額已滿	14	0.1%	0.1%
中止訪問_因受訪者生理/心理障礙,無法進行訪問	43	0.4%	0.2%
中止訪問_語言不通,無法進行訪問	36	0.4%	0.1%
中止訪問_原因不明,甚麼都沒說就掛電話	1,422	14.5%	5.7%
中止訪問_無合格受訪者	298	3.0%	1.2%
中止訪問_非住宅電話	916	9.3%	3.7%
小計	9,810	100.0%	39.2%
項目	次數	未接通電話 百分比	總撥出電話 百分比
無人接聽	7,867	51.7%	31.4%
空號	6,174	40.5%	24.7%
忙線	616	4.0%	2.5%
傳真機	385	2.5%	1.5%
住宅答錄機	48	0.3%	0.2%
暫停使用	55	0.4%	0.2%
電話故障	83	0.5%	0.3%
小計	15,229	100.0%	60.8%
合計	25,039	100.0%	100.0%

第二節 樣本適合度檢定

電話訪問實際完成 2,118 份有效樣本，在 95% 的信心水準下，抽樣誤差為正負 2.13 個百分點。

因研究於電話調查中針對樣本比例較少之縣市別進行增補，因此樣本結構與母體具有顯著差異。為使調查結果能符合母體結構，本研究依據內政部戶政司發布之 2014 年 10 月份人口統計資料進行「縣市別」、「性別」及「年齡」加權處理，加權方式採用「多變項反覆加權」(Raking)方式，依序以各人口變項進行權數調整，直到每一變數之樣本分配與母體分配無顯著差異為止。

本次調查加權前後之縣市、性別及年齡如下表所示，各人口變項之樣本分布與母體皆無顯著差異，表示樣本具有良好的母體代表性。

表12 加權前樣本代表性檢定

人口變項	母體		加權前樣本		Chi-Square
	人數	百分比	人數	百分比	卡方檢定結果
性別					
男性	10,276,759	49.65	1,010	47.69	P-Value = 0.9261 與母體結構一致
女性	10,423,177	50.35	1,108	52.31	
年齡					
13-19歲	2,094,492	10.12	181	8.56	P-Value = 0.5193 與母體結構一致
20-24歲	1,612,774	7.79	105	4.97	
25-29歲	1,602,345	7.74	97	4.59	
30-34歲	1,973,686	9.53	157	7.43	
35-39歲	1,972,083	9.53	173	8.18	
40-44歲	1,801,290	8.70	243	11.49	
45-49歲	1,847,758	8.93	190	8.99	
50-54歲	1,868,627	9.03	318	15.04	
55-59歲	1,711,824	8.27	175	8.28	
60-64歲	1,428,526	6.90	216	10.22	
65-69歲	852,265	4.12	120	5.68	
70歲以上	1,934,266	9.34	139	6.58	
居住地					
新北市	3,517,331	16.99	343	16.19	P-Value = 0.0069 與母體結構不一致
臺北市	2,373,772	11.47	230	10.86	
臺中市	2,369,818	11.45	228	10.76	
臺南市	1,678,884	8.11	161	7.60	
高雄市	2,478,820	11.98	233	11.00	
宜蘭縣	409,126	1.98	43	2.03	
桃園縣	1,785,894	8.63	173	8.17	
新竹縣	457,650	2.21	47	2.22	
苗栗縣	498,262	2.41	56	2.64	
彰化縣	1,138,646	5.50	113	5.34	
南投縣	462,255	2.23	51	2.41	
雲林縣	630,515	3.05	62	2.93	
嘉義縣	477,315	2.31	49	2.31	
屏東縣	765,702	3.70	72	3.40	
臺東縣	200,249	0.97	30	1.42	
花蓮縣	297,243	1.44	37	1.75	
澎湖縣	91,499	0.44	30	1.42	
基隆市	338,635	1.64	34	1.61	
新竹市	365,099	1.76	32	1.51	
嘉義市	237,466	1.15	30	1.42	
金門縣	114,624	0.55	33	1.56	
連江縣	11,131	0.05	31	1.46	

表13 加權後樣本代表性檢定

人口變項	母體		加權後樣本		Chi-Square
	人數	百分比	人數	百分比	卡方檢定結果
性別					
男性	10,276,759	49.65	1,051	49.62	P-Value = 0.9962 與母體結構一致
女性	10,423,177	50.35	1,067	50.38	
年齡					
13-19歲	2,094,492	10.12	211	9.98	P-Value = 1.0000 與母體結構一致
20-24歲	1,612,774	7.79	168	7.95	
25-29歲	1,602,345	7.74	160	7.55	
30-34歲	1,973,686	9.53	199	9.41	
35-39歲	1,972,083	9.53	203	9.60	
40-44歲	1,801,290	8.70	187	8.85	
45-49歲	1,847,758	8.93	188	8.90	
50-54歲	1,868,627	9.03	193	9.11	
55-59歲	1,711,824	8.27	178	8.41	
60-64歲	1,428,526	6.90	147	6.94	
65-69歲	852,265	4.12	87	4.14	
70歲以上	1,934,266	9.34	194	9.17	
居住地					
新北市	3,517,331	16.99	359	16.97	P-Value = 1.0000 與母體結構一致
臺北市	2,373,772	11.47	243	11.47	
臺中市	2,369,818	11.45	242	11.43	
臺南市	1,678,884	8.11	172	8.12	
高雄市	2,478,820	11.98	254	12.00	
宜蘭縣	409,126	1.98	42	1.97	
桃園縣	1,785,894	8.63	183	8.63	
新竹縣	457,650	2.21	46	2.19	
苗栗縣	498,262	2.41	51	2.42	
彰化縣	1,138,646	5.50	117	5.51	
南投縣	462,255	2.23	47	2.22	
雲林縣	630,515	3.05	65	3.05	
嘉義縣	477,315	2.31	49	2.31	
屏東縣	765,702	3.70	79	3.72	
臺東縣	200,249	0.97	21	0.98	
花蓮縣	297,243	1.44	30	1.42	
澎湖縣	91,499	0.44	9	0.44	
基隆市	338,635	1.64	35	1.64	
新竹市	365,099	1.76	37	1.77	
嘉義市	237,466	1.15	24	1.15	
金門縣	114,624	0.55	12	0.56	
連江縣	11,131	0.05	1	0.05	

第肆章 調查資料分析

第一節 樣本特徵分析

本次調查之受訪民眾基本特徵，在居住地方面，以新北市的比例最高，占 17.0%，其次依序為高雄市(12.0%)、臺北市(11.5%)、臺中市(11.4%)、桃園縣(8.6%)等；年齡方面，以 30-39 歲的比例最高，占 19.0%，其次為 40-49 歲(17.7%)及 50-59 歲(17.0%)；性別方面，女性占 50.4%，男性占 49.6%；教育程度方面，大專學歷者所占比例最高，占 42.8%，其次為高中職學歷者(29.8%)；職業方面，以無業/待業/退休/家管者比例最高(29.5%)，其次為基層白領(26.5%)及自營、高階白領及專業人士(14.4%)；在個人平均月收入方面，以不到 2 萬元的比例最高(39.4%)，其次為 2 萬元不到 4 萬元者(28.2%)；在每日上網時間方面，以上網 1-3 小時的比例最高(31.9%)，其次為 3-6 小時(21.4%)；在使用之電信業者方面，以使用中華電信的比例最高(52.6%)，其次為台灣大哥大(23.3%)、遠傳電信(19.8%)等。受訪者整體基本特性如下表所示：

表14 受訪者基本特性

項目別	百分比	項目別	百分比
居住地		職業	
新北市	17.0	自營、高階白領及專業人士	14.4
台北市	11.5	軍公教	3.8
台中市	11.4	基層白領	26.5
台南市	8.1	基層藍領	8.1
高雄市	12.0	農林漁牧業	2.7
宜蘭縣	2.0	學生	13.6
桃園縣	8.6	無業/待業/退休/家管	29.5
新竹縣	2.2	其他	0.3
苗栗縣	2.4	拒答	1.1
彰化縣	5.5	個人平均月收入	
南投縣	2.2	不到2萬元	39.4
雲林縣	3.0	2萬元不到4萬元	28.2
嘉義縣	2.3	4萬元不到6萬元	15.8
屏東縣	3.7	6萬元不到8萬元	4.5
臺東縣	1.0	8萬元不到10萬元	1.7
花蓮縣	1.4	10萬元以上	2.9
澎湖縣	0.4	拒答	7.5
基隆市	1.6	每日上網時間	
新竹市	1.8	不到1小時	13.7
嘉義市	1.2	1-3小時	31.9
金門縣	0.6	3-6小時	21.4
連江縣	0.1	6-9小時	6.8
性別		超過10小時	5.7
男性	49.6	沒有在上網	19.7
女性	50.4	拒答	0.7
年齡		使用電信業者別	
13~19歲	10.0	中華電信	52.6
20~29歲	15.5	台灣大哥大	23.3
30~39歲	19.0	台灣之星	1.1
40~49歲	17.7	亞太電信	1.7
50~59歲	17.5	遠傳電信	19.8
60~64歲	6.9	其他電信業者	0.2
65歲以上	13.3	不知道/拒答	1.3
拒答	0.2		
教育程度			
國小以下	9.0		
國初中	11.1		
高中職	29.8		
大專	42.8		
研究所以上	6.9		
拒答	0.4		

第二節 消費者意識分析

在消費意識方面，本次針對「電信服務」、「通訊及周邊產品」及「APP 產業」之重要消費者意識進行調查。在電信服務方面，詢問受訪者「知道去申辦手機門號行動上網服務時，業者需要提供 7 天試用期的服務」、「知道電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短給予補償或提供等值服務」、「知道手機門號提前解約的違約金，應按照使用期間的長短減少違約金」及「贊成電信業者應該在電話費或傳輸費使用到一定程度時，主動提醒用戶」等項目。在通訊及周邊產品方面，詢問受訪者「知道在購買手機或電池、耳機、行動電源這類型的商品時，應該要注意商品的標示清楚及外觀無破損」及「同意不同品牌的手機或電腦的電池、行動電源等周邊商品之規格應可相容」等項目。在 APP 產業方面，詢問受訪者「知道在下載 APP 應用程式時，應該要詳細閱讀使用說明後再進行下載」、「知道購買下載 APP 應用程式時，應避免將帳號、密碼或信用卡資料於手機或電腦中設定為自動儲存功能，以免日後誤觸產生購買行為」及「同意 APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額」。下就各項題組進行分析。

一、電信服務、通訊與周邊產品及 APP 產業消費意識調查結果

本次調查共詢問 10 項有關「電信服務、通訊與周邊產品及 APP 產業」之消費者意識題目，其中主題為「電信服務」者含 5 題，「通訊及周邊產品」含 2 題，「APP 產業」含 3 題，以下就各主題之消費者意識進行分析。

整體來看，民眾對於「知道電信業者如果連續斷訊一段時間時，應按照斷訊時間長短給予補償或提供等值服務」的認知比例較低，其次為「知道去申辦新的手機門號行動上網服務時，業者需提供 7 天適用期的服務」的認知度次低。而認知度較高者，以「贊成電信業者應該在電話費或傳輸費使用到一定程度時，主動提醒用戶」的認知比例最高(94.2%)及「同意 APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額」的比例較高(91.9%)，

表15 消費意識概況

單位：%

主題	消費者意識題組	清楚	不清楚
電信 服務	知道去申辦手機門號行動上網服務時，業者需要提供 7 天試用期的服務	27.4	71.7
	知道電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短給予補償或提供等值服務	24.6	74.7
	知道手機門號提前解約的違約金，應按照使用期間的長短減少違約金	47.3	51.9
	知道手機遺失或遭竊時應即以電話通知電信公司暫停通信，未通知前仍須支付該手機所生之所有電信費用	74.9	24.6
	贊成電信業者應該在電話費或傳輸費使用到一定程度時，主動提醒用戶（贊成程度）	94.2	2.7
通訊 及 周邊 產品	知道在購買手機或電池、耳機、行動電源這類型的商品時，應該要注意商品的標示清楚及外觀無破損	84.9	14.3
	同意不同品牌的手機或電腦的電池、行動電源等周邊商品之規格應可相容（同意程度）	79.7	15.3
APP 產業	知道在下載 APP 應用程式時，應該要詳細閱讀使用說明後再進行下載	62.0	35.8
	知道購買下載 APP 應用程式時，應避免將帳號、密碼或信用卡資料於手機或電腦中設定為自動儲存功能，以免日後誤觸產生購買行為	64.0	34.1
	同意 APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額（同意程度）	91.9	1.2

二、電信服務消費意識題組分析

(一) 24.7%知道去申辦手機門號行動上網服務時，業者需要提供 7 天試用期的服務

本次詢問民眾「知不知道去申辦手機門號行動上網服務時，業者需要提供 7 天試用期的服務？」，調查結果顯示，有 27.4%的民眾表示清楚(非常清楚 7.4%，還算清楚 20.0%)，有 71.7%表示不清楚(不太清楚 40.1%，非常不清楚 31.7%)。另有 0.9%未表態。

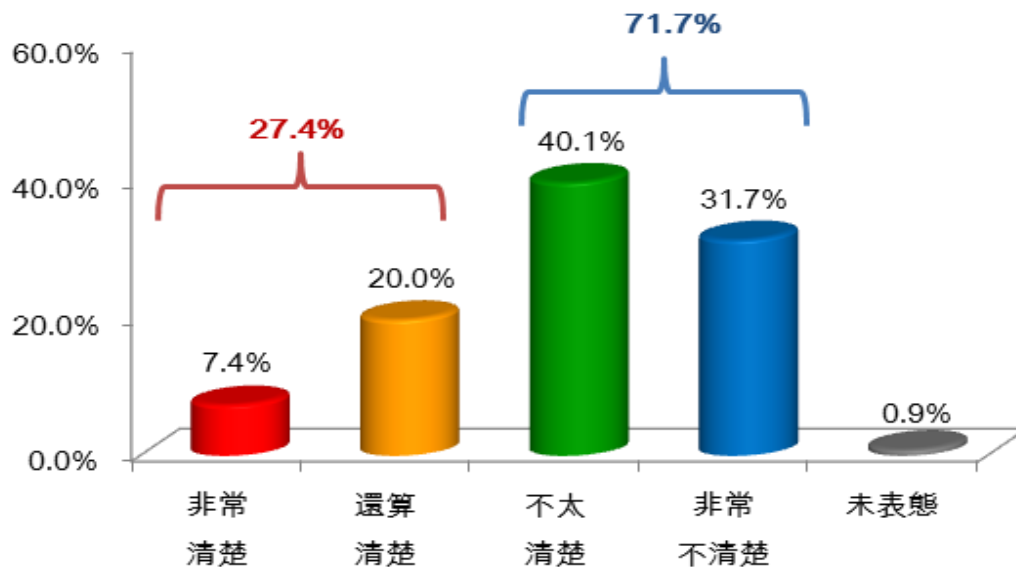


圖4 申辦行動上網服務業者需提供 7 天試用期服務

就受訪者基本資料觀察，在個人平均月收入方面經統計檢定有顯著差異。而在年齡、教育程度、職業及每日上網時間，經統計檢定雖有顯著差異，但因 25% 以上統計格期望值低於 5，其值僅供參考。

年 齡：對此消費者意識表示清楚者，以 20-29 歲及 30-39 歲的比例較高，分別占 39.3% 及 30.9%，而 65 歲以上者，表示清楚的比例較低，占 12.3%。

教育程度：調查顯示，對此消費者意識之清楚程度隨教育程度增加而遞增，由國小以下學歷者占 8.2%，遞增至研究所以上 36.6%。顯示教育程度越高者對此消費者意識之清楚程度越高。

職業：調查顯示，清楚此消費意識者，以軍公教人員所占比例最高，占 36.0%，其次為白領、高階白領及專業人士(34.6%)、基層白領(33.3%)及學生(31.0%)其餘職業者表示清楚的比未達 3 成。

個人平均月收入：清楚此消費意識者，以平均月收入 6-8 萬元者清楚的比例較高，占 41.9%。而平均月收入不到 2 萬元者，清楚的比例較低，占 21.5%。

每日上網時間：清楚此消費意識者，以每日上網時間 6-9 小時者清楚的比例較高，占 34.4%。而沒有在上網者清楚的比例較低，占 11.6%。

總結而言，此項消費意識較低之原因，推測可能之原因在於民眾使用電信服務的時間較久，而根據國家通訊傳播委員會於 102 年 10 月份決議要求業者提供七日試用期服務，故對於已使用電信服務或已申辦行動上網服務之民眾，可能因無需求因而在此議題之消費意識較低。

(二) 24.6%知道電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短給予補償或提供等值服務

本次詢問民眾「知不知道電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短給予補償或提供等值服務？」，調查結果顯示，有 24.6%的民眾表示清楚（非常清楚 5.7%，還算清楚 18.9%），有 74.7%表示不清楚（不太清楚 36.0%，非常不清楚 38.7%）。另有 0.7%未表態。

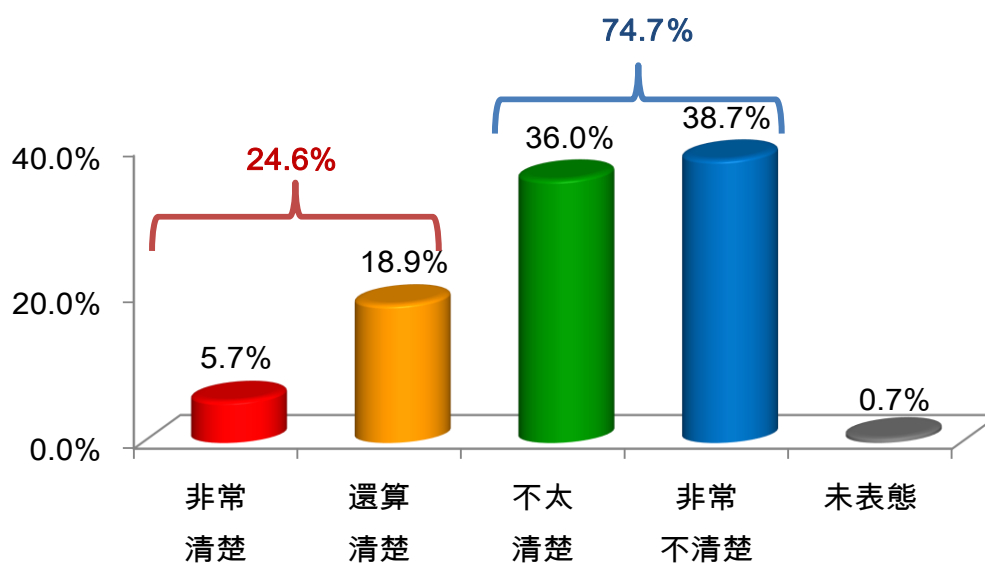


圖5 連續時間斷訊業者應提供補償或提供等值服務

就受訪者基本資料觀察，在區域別、都會區、性別、個人平均月收入方面經統計檢定有顯著差異。而在年齡、教育程度、職業及每日上網時間，經統計檢定雖有顯著差異，但因 25%以上統計格期望值低於 5，其值僅供參考。

區域別：對此消費者意識表示清楚者，以居住北部地區者清楚比例較高，占 28.4%，而南部地區者，表示清楚的比例較低，占 21.0%。

都會區：對此消費者意識表示清楚者，以居住五都者清楚比例較高，占 26.5%，而居住非五都者，表示清楚的比例較低，占 21.8%。

性別：對此消費者意識，男性清楚的比例(27.6%)較女性(21.8%)高。

年齡：對此消費者意識表示清楚者，以 30-39 歲的比例較高，占 30.5%，其次為 20-29 歲者，占 28.9%，而年齡在 60-64 歲及 65 歲以上者，表示清楚的比例較低未達 2 成，分別占 19.1% 及 9.9%。

教育程度：清楚此消費意識者，以大專學歷者的比例較高，占 33.6%，其次為研究所以上學歷者，占 25.7%，國小以下學歷者，清楚的比例較低，占 6.2%。

職業：清楚此消費意識者，自營、高階白領及專業人士所占比例最高，占 34.9%，其次為基層白領(31.9%)。

個人平均月收入：清楚此消費意識者，以平均月收入 6-8 萬元者清楚的比例較高，占 36.7%。其次為 4-6 萬元者，占 31.2%

每日上網時間：清楚此消費意識者，以每日上網時間 6-9 小時者清楚的比例較高，占 33.5%，其次為上網時間 3-6 小時者，占 32.5%。而沒有在上網者清楚的比例較低，占 10.6%。

本項消費意識較低之原因，係因連續斷訊提供補償屬「行動通信網路業務服務契約範本」所訂之內容，亦於各業者營運規章列明，可能係業者無提供相關之資訊文件供消費者參考，亦可能為消費者在申租電信服務時，民眾主要關注之內容為資費及合約期程等所致，而相對在契約內容中所列事項關注度較低。

(三) 47.3%知道手機門號提前解約的違約金，應按照使用期間的長短減少違約金

本次詢問民眾「知不知道手機門號提前解約的違約金，應按照使用期間的長短減少違約金？」，調查結果顯示，有 47.3%的民眾表示清楚（非常清楚 15.8%，還算清楚 31.5%），有 51.9%表示不清楚（不太清楚 27.9%，非常不清楚 24.0%）。另有 0.8%未表態。

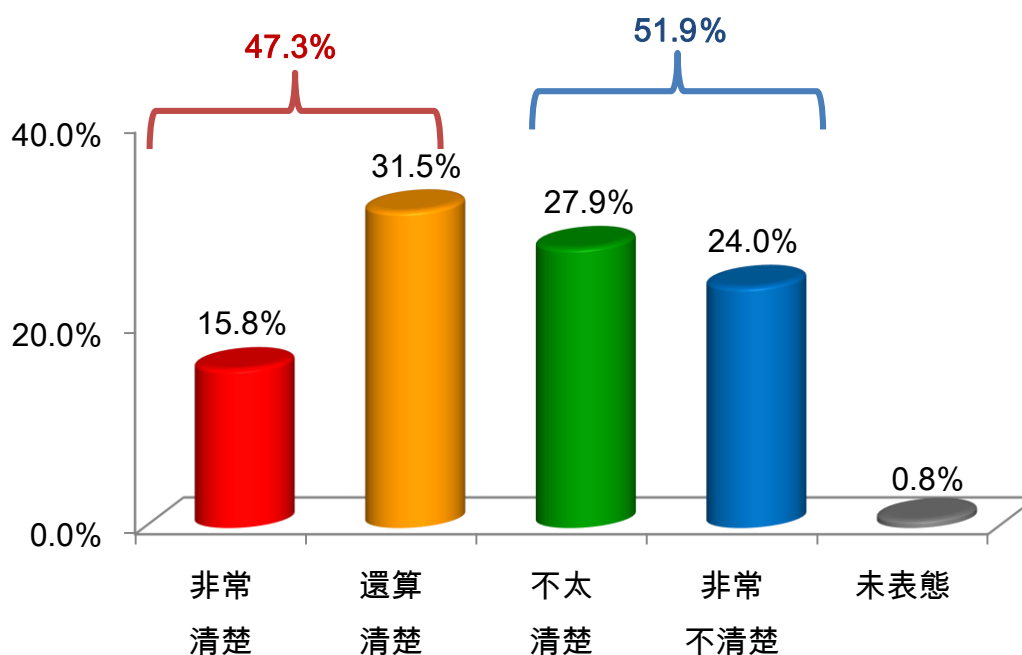


圖6 門號提前解約之違約金應按使用期間減少

就受訪者基本資料觀察，在性別及個人平均月收入方面經統計檢定有顯著差異。而在年齡、教育程度、職業、每日上網時間及電信業者別方面，經統計檢定雖有顯著差異，但因 25% 以上統計格期望值低於 5，其值僅供參考。

性別：對此消費者意識，女性清楚的比例(47.4%)較男性(47.2%)高。

年齡：對此消費者意識表示清楚者，以 20-29 歲的比例較高，占 63.0%，其次為 30-39 歲者，占 61.8%，而年齡在 60-64 歲及 65 歲以上者，表示清楚的比例較低未達 3 成，分別占 29.9% 及 16.2%。

教育程度：清楚此消費意識者，以大專學歷者的比例較高，占 58.0%，其次為高中職學歷者(47.8%)及大專學歷者(47.0%)，國小以下學歷者，清楚的比例較低，占 18.6%。

職業：清楚此消費意識者，基層白領及軍公教的比例較高，分別占 57.0% 及 56.8%。而農林漁牧業工作者及無業/待業/退休/家管者清楚的比例較低，分別為 28.4% 及 35.2%。

個人平均月收入：清楚此消費意識者，以平均月收入 2-4 萬元者清楚的比例較高，占 57.4%，其次為 4-6 萬元者，占 54.0%。

每日上網時間：清楚此消費意識者，以每日上網時間 6 小時以上者清楚的比例較高，其中每日上網 6-9 小時者清楚的比例占 63.0%，超過 10 小時者占 60.9%。而沒有在上網者清楚的比例較低，占 22.3%。

電信業者別：清楚此消費意識者，以使用台灣大哥大者清楚的比例較高，占 55.0%，其次為遠傳電信(53.3%)及台灣之星(51.3%)等。

本項消費意識不清楚與清楚的比例相當，對於民眾表示不清楚的原因，可能係因民眾申辦電信業者門號或服務後，並無提前解約之需求，因此對於違約金視使用時間減少之消費權益無予以特別關注。然而，目前電信服務已開放號碼可攜(Number Portable, NP)服務，民眾不再面臨因更換電信業者而需更換電話號碼之不便，以及目前電信業者 4G 服務陸續開通，使用 3G 服務的使用者可能有更換 4G 服務需求而選擇提前退租，提前解約之情形應仍有一定比例之民眾會面臨，故應持續關注民眾對此消費意識的認知程度。

(四) 94.2%贊成電信業者應該在電話費或傳輸費使用到一定程度時，主動提醒用戶

本次詢問民眾「贊不贊成電信業者應該在電話費或傳輸費使用到一定程度時，主動提醒用戶」，調查結果顯示，有 94.2%的民眾表示贊成（非常贊成 72.1%，還算贊成 22.1%），有 2.6%表示不贊成（不太贊成 2.0%，非常不贊成 0.6%）。另有 3.2%未表態。

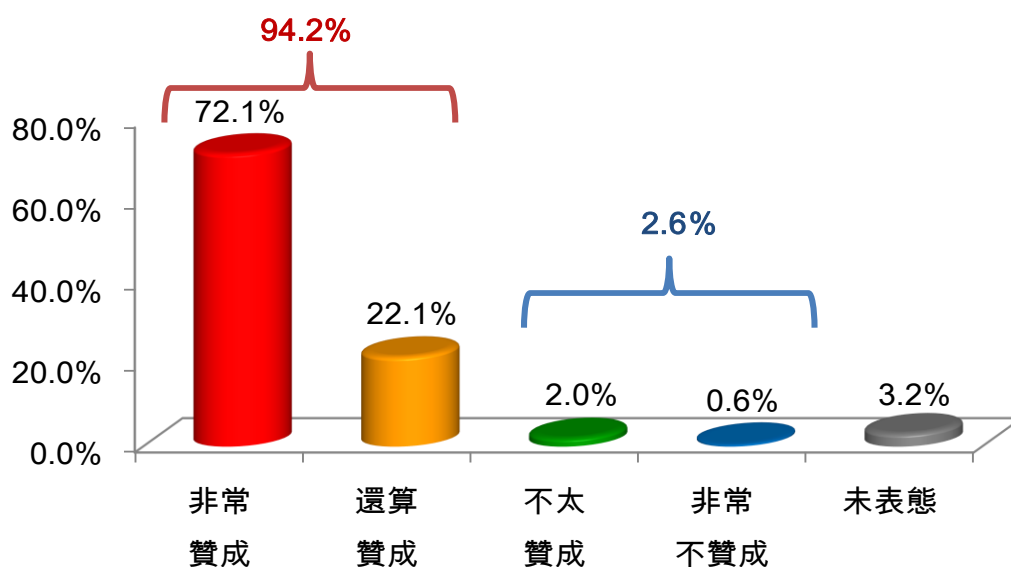


圖7 贊成業者主動提醒用戶使用費率

就受訪者基本資料觀察，在年齡、教育程度、職業、個人平均月收入、每日上網時間及電信業者別方面，經統計檢定雖有顯著差異，但因 25%以上統計格期望值低於 5，其值僅供參考。

年 齡：贊成此消費意識者，以 13-64 歲者贊成的比例皆達九成以上，而 65 歲以上的受訪者表示贊成的比例較低，占 79.1%。

教育程度：贊成此消費意識者，以國初中以上學歷者贊成的比例皆達九成以上。而國小以下學歷者表示贊成的比例較低，占 68.1%。

職 業：贊成此消費意識者，軍公教、自營、高階白領及專業人士、基層白領贊成的比例皆高於八成，分別占 85.1%、80.8%及 80.3%。而農林

漁牧業工作者及無業/待業/退休/家管者贊成的比例較低，分別為 62.1% 及 67.5%。

個人平均月收入：贊成此消費意識者，以平均月收入 10 萬元以上者贊成的比例較高，占 85.9%，其次為 4-6 萬元者，占 82.1%。而平均月收入不到 2 萬元者，贊成的比例較低，占 69.4%。

本項消費意識多數民眾表示贊成，顯示認同由業者主動提醒告知傳輸用量之服務，以提醒消費者注意使用情形。目前我國電信業者皆有針對數據傳輸服務「非吃到飽」用戶發出提醒通知，後續可持續研擬之方向在於適當的通知頻率為何及應於使用至多少用量時發出提醒通知等。

(五) 74.9%知道手機遺失或遭竊時應即以電話通知電信公司暫停通信，未通知前仍須支付該手機所生之所有電信費用

本次詢問民眾「知不知道手機遺失或遭竊時應即以電話通知電信公司暫停通信，未通知前仍須支付該手機所生之所有電信費用？」，調查結果顯示，有 74.9% 的民眾表示清楚（非常清楚 36.8%，還算清楚 38.1%），有 24.6% 表示不清楚（不太清楚 15.0%，非常不清楚 9.6%）。另有 0.5% 未表態。

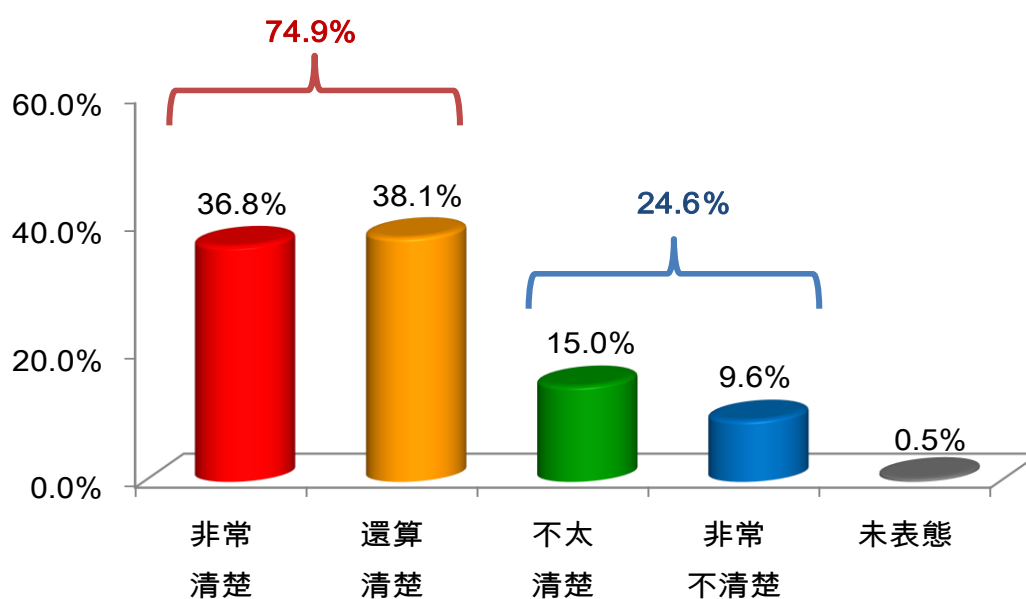


圖8 需支付手機失竊到通知業者前的電信費用

就受訪者基本資料觀察，在個人平均月收入方面經統計檢定有顯著差異。而在年齡、教育程度、職業、每日上網時間方面，經統計檢定雖有顯著差異，但因 25% 以上統計格期望值低於 5，其值僅供參考。

年 齡：清楚此消費意識者，以 13-19 歲的比例較高，占 84.3%，其次為 20-29 歲者，占 81.4%，而 65 歲以上者，表示清楚的比例較低，占 59.3%。

教育程度：對此消費者意識之清楚程度隨教育程度增加而遞增，由國小以下學歷者占 56.8%，遞增至研究所以上 84.3%。顯示教育程度越高者對此消費者意識之清楚程度越高。

職 業：清楚此消費意識者，軍公教、自營、高階白領及專業人士、基層白領清楚的比例皆高於八成，分別占 85.1%、80.8% 及 80.3%。而農林

漁牧業工作者及無業/待業/退休/家管者清楚的比例較低，分別為 62.1% 及 67.5%。

個人平均月收入：清楚此消費意識者，以平均月收入 10 萬元以上者清楚的比例較高，占 85.9%，其次為 4-6 萬元者，占 82.1%。而平均月收入不到 2 萬元者，清楚的比例較低，占 69.4%。

每日上網時間：清楚此消費意識者，以每日上網時間 6-9 小時以上者清楚的比例較高，占 85.1%，其次為 3-6 小時者(81.5%)及超過 10 小時者(79.7%)，而沒有在上網者清楚的比例較低，占 59.6%。

此消費意識有七成民眾表示清楚，有關手機遺失之相關處理辦法已有許多處理作法可供參考，調查結果來看，年紀較輕者及教育程度高者之清楚比例較高，相對年長者及教育程度較低者清楚的比例偏低，因此可能之原因在於資訊接收能力差異。基此對於年長者及教育程度較低者接收資訊的管道及吸收能力較不如年輕及教育程度較高者，故為應加強宣導之對象，以避免因遺失為申請停話而產生相關費用。

三、通訊及周邊產品消費者意識題組分析

(一) 84.9%知道在購買手機或電池、耳機、行動電源這類型的商品時，應該要注意商品的標示清楚及外觀無破損

本次詢問民眾「知不知道在購買手機或電池、耳機、行動電源這類型的商品時，應該要注意商品的標示清楚及外觀無破損？」，調查結果顯示，有 84.9%的民眾表示清楚（非常清楚 49.1%，還算清楚 35.8%），有 14.4%表示不清楚（不太清楚 8.4%，非常不清楚 6.0%）。另有 0.7%未表態。

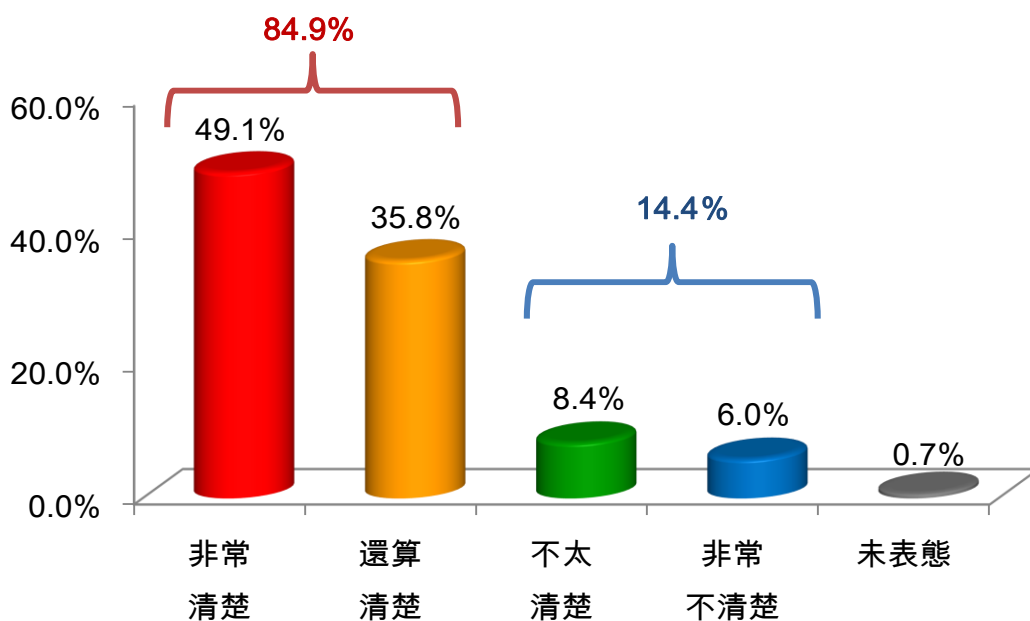


圖9 購買通訊及周邊產品應注意商品標示及外觀完整

就受訪者基本資料觀察，在區域別、都會區及每日上網時間方面經統計檢定有顯著差異。而在居住地、年齡、教育程度、職業及個人平均月收入方面，經統計檢定雖有顯著差異，但因 25%以上統計格期望值低於 5，其值僅供參考。

區域別：清楚此消費意識者，以居住北部地區及南部地區者清楚比例較高，分別占 87.7%及 86.8%，而東部及離島地區及南部地區者，表示清楚的比例較低，分別占 79.2%及 78.2%。

居住地：清楚此消費意識者，以居住在高雄市、基隆市的比例較高，清楚程度皆達九成以上。而居住在苗栗縣、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉

義縣、連江縣及澎湖縣者，表示清楚的比例較低，清楚程度皆未達八成。

都會區：清楚此消費意識者，以居住五都者清楚比例(87.6%)較非五都者(80.9%)高。

年齡：清楚此消費意識者，13-39歲之民眾，表示清楚的比例皆達九成以上，而在60-64歲及65歲以上者，則清楚比例未達八成，分別占71.3%及54.2%。

教育程度：對此消費者意識之清楚程度隨教育程度增加而遞增，由國小以下學歷者占42.1%，遞增至研究所以上97.2%。顯示教育程度越高者對此消費者意識之清楚程度越高。

職業：清楚此消費意識者，以自營、高階白領及專業人士、基層白領及學生所占比例較高，清楚程度皆達九成以上，而農林漁牧業工作者及無業/待業/退休/家管者對此消費者意識清楚之比例未達八成，分別為54.7%及72.3%。

個人平均月收入：調查顯示，個人平均月收入不到2萬元者，對此消費意識之清楚程度未達八成，占76.8%，個人平均月收入2萬元以上者，清楚程度皆有八成以上，其中又以10萬元以上者清楚的比例(94.9%)最高。

每日上網時間：清楚此消費意識者，以每日上網時間在1小時以上者，清楚的比例皆達九成以上，而沒有在上網者表示清楚的比例較低，占55.8%。

此消費意識有逾八成之表示清楚，而調查顯示，居住於非五都者及沒有上網者為清楚程度較低的族群，有關沒有上網者之清楚程度較低，原因可能在於資訊管道較少之原因，通訊及周邊產品在網路上具有相當豐富之資訊，無使用網路者較有機會於購買前無法於網路評估產品資訊，因而使清楚度較低。而在非五都者清楚度較低方面，可能原因除在資訊傳遞方面較不如五都外，另可能係因消費習性之差異導致，惟需更多資料以確認消費習性之差異對消費意識之影響。

(二) 79.7%同意不同品牌的手機或電腦的電池、行動電源等周邊商品之規格應可相容

本次詢問民眾「同不同意不同品牌的手機或電腦的電池、行動電源等周邊商品之規格應可相容」，調查結果顯示，有 79.7%的民眾表示同意(非常同意 54.9%，還算同意 24.8%)，有 15.3%表示不同意(不太同意 10.0%，非常不同意 5.3%)。另有 5.0%未表態。

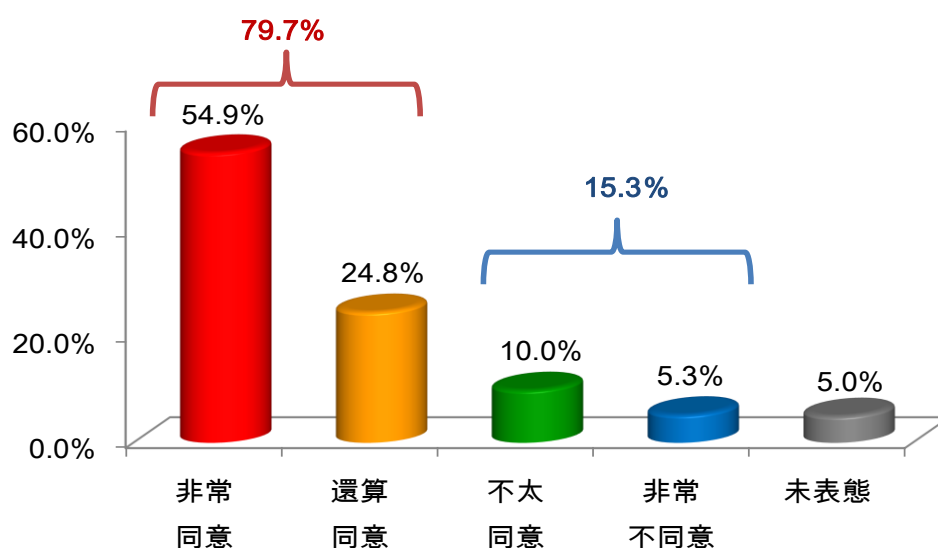


圖10 同意不同品牌手機或電腦電池、行動電源等周邊商品規格應相符

就受訪者基本資料觀察，在區域別、都會區、性別、年齡、教育程度、個人平均月收入及每日上網時間方面經統計檢定有顯著差異。而在居住地及職業方面，經統計檢定雖有顯著差異，但因 25%以上統計格期望值低於 5，其值僅供參考。

區域別：同意此消費意識者，以居住北部地區同意比例較高，占 81.9%，而東部及離島地區表示同意的比例較低，占 76.2%。

居住地：同意此消費意識者，以居住在新北市、臺北市、桃園市、南投縣、雲林縣、新竹市、金門縣及連江縣者，同意程度皆達八成以上。而居住在台東縣及澎湖縣者，表示同意的比例較低，各為 70.1%及 65.8%。

都會區：同意此消費意識者，以居住五都者同意比例(80.9%)較非五都者(77.9%)高。

性別：同意此消費意識者，以男性同意比例(81.5%)較女性(77.9%)高。

年齡：同意此消費意識者，在 20-59 歲間之民眾，表示同意的比例皆達八成以上，而在 13-19 歲、60-64 歲及 65 歲以上者，則同意比例未達八成，分別占 74.9%、78.0%及 60.7%。

教育程度：對此消費者意識之同意程度隨教育程度增加而遞增，由國小以下學歷者占 46.2%，遞增至研究所以上 88.6%。顯示教育程度越高者對此消費者意識之同意程度越高。

職業：同意此消費意識者，以軍公教、自營、高階白領及專業人士、及基層白領所占比例較高，同意程度皆達八成以上，而無業/待業/退休/家管者對此消費者意識同意之比例較低，為 69.4%。

個人平均月收入：調查顯示，個人平均月收入在 6-10 萬元者，對此消費意識之同意程度達九成以上，分別為 6-8 萬元者 93.7%、8-10 萬元者 93.3%，個人平均月收入不到 2 萬元者同意的比例較低者，占 70.5%。

每日上網時間：同意此消費意識者，以每日上網時間 6-9 小時者，同意的比例較高，占 92.1%，而沒有在上網者表示同意的比例較低，占 60.1%。

此消費意識有近八成之民眾表示同意，整體而言，同意程度較高者為居住於五都者、青壯年族群及教育程度較高者，相對非五都者、65 歲以上之年長者及教育程度較低者同意程度較低。可能之原因在於使用通訊及周邊產品機會較少，進而對於產品應統一規格之認知度較低。

四、APP 產業消費者意識題組分析

(一) 62.0%知道在下載 APP 應用程式時，應該要詳細閱讀使用說明後再進行下載

本次詢問民眾「知不知道在下載 APP 應用程式時，應該要詳細閱讀使用說明（如要求您提供的隱私資料、內容分級等）後再進行下載」，調查結果顯示，有 62.0%的民眾表示清楚（非常清楚 31.7%，還算清楚 30.3%），有 35.8%表示不清楚（不太清楚 18.0%，非常不清楚 17.8%）。另有 2.1%未表態。

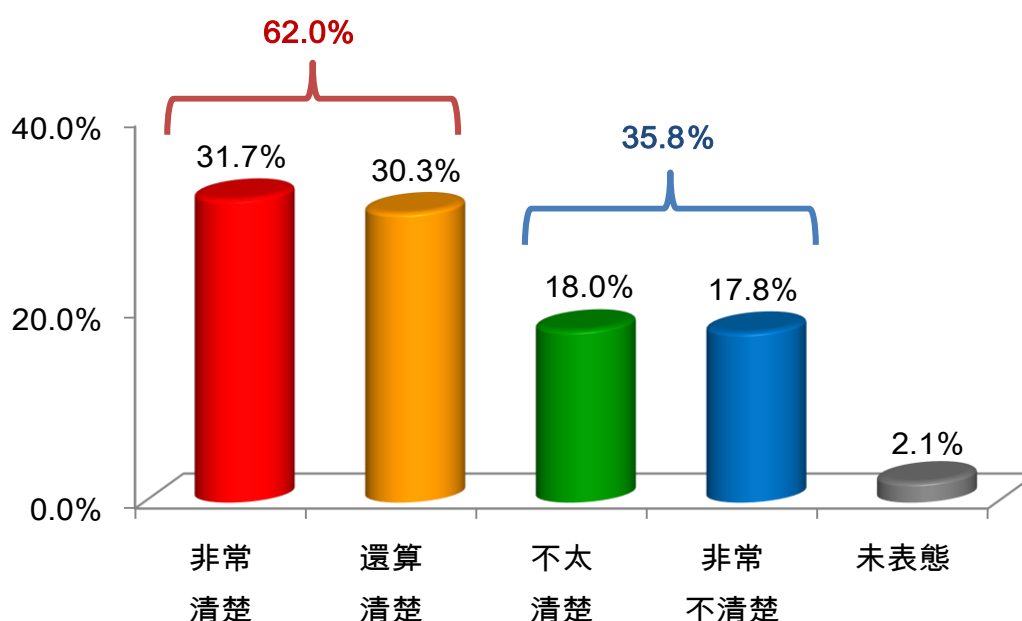


圖11 下載 APP 應用程式時應詳細閱讀使用說明後再進行下載

就受訪者基本資料觀察，在都會區、職業、個人平均月收入、每日上網時間方面經統計檢定有顯著差異。而在教育程度方面，經統計檢定雖有顯著差異，但因 25% 以上統計格期望值低於 5，其值僅供參考。

都會區：清楚此消費意識者，以居住五都者清楚的比例(64.9%)較非五都者(57.7%)高。

年齡：對此消費者意識之清楚程度隨年齡增加而遞減，由 13-19 歲者占 90.0%，遞減至 65 歲以上者 16.5%。顯示年紀越輕者對此消費者意識之清楚程度越高。

教育程度：清楚此消費意識者，以大專以上學歷者清楚程度較高，其中大專學歷者清楚之比例占 77.7%，研究所以上學歷者占 79.1%，而國初中以下學歷者清楚之比例皆未達五成。

職業：清楚此消費意識者，以學生所占比例較高，占 89.9%，而基層藍領、無業/待業/退休/家管者及農林漁牧業工作者對此消費者意識清楚之比例未達五成，分別為 49.5%、37.8%及 24.9%。

個人平均月收入：個人平均月收入 6-8 萬元及 10 萬元以上者，對此消費意識之清楚程度較高，各占 75.0%。個人平均月收入不到 2 萬元者清楚的比例較低，占 52.5%。

每日上網時間：清楚此消費意識者，以每日上網時間在 1 小時以上者，清楚的比例皆達七成以上，而沒有在上網者表示清楚的比例較低，占 16.2%。

整體而言，此消費意識清楚程度較低者係屬教育程度較低、年長者及未上網者，其可能之原因，未上網者可能無相關使用經驗而使清楚程度較低，而在年長者及教育程度較低者方面，則可能受相關使用說明過於複雜冗長之因素導致清楚程度較低。

(二) 63.9%知道購買下載 APP 應用程式時，應避免將帳號、密碼或信用卡資料於手機或電腦中設定為自動儲存功能，以免日後誤觸產生購買行為

本次詢問民眾「知不知道購買下載 APP 應用程式時，應避免將帳號、密碼或信用卡資料於手機或電腦中設定為自動儲存功能，以免日後誤觸產生購買行為」，調查結果顯示，有 63.9%的民眾表示清楚（非常清楚 40.4%，還算清楚 23.5%），有 34.2%表示不清楚（不太清楚 16.9%，非常不清楚 17.3%）。另有 1.9%未表態。

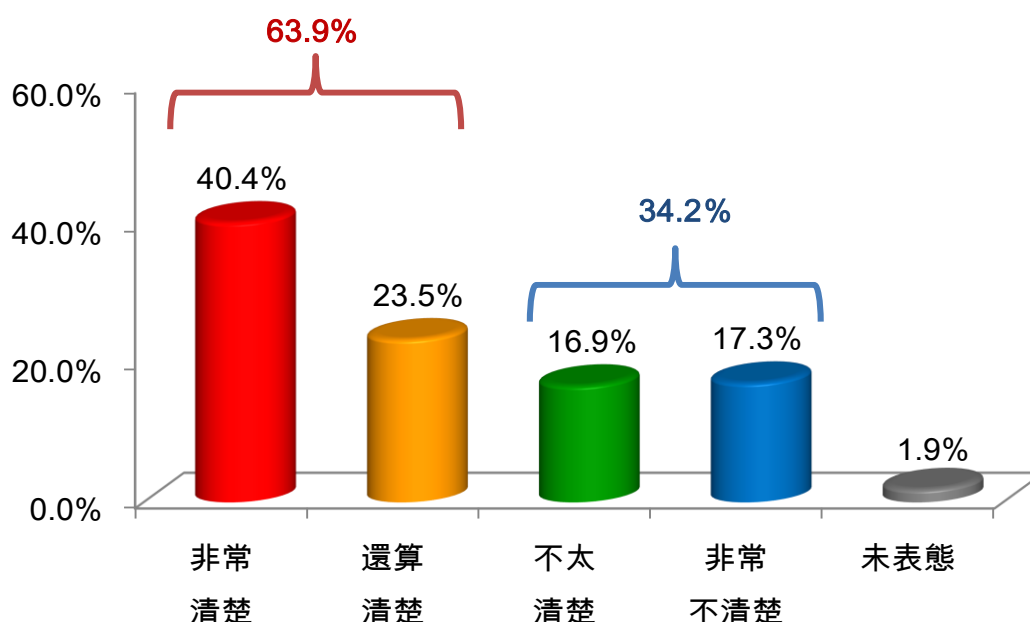


圖12 購買下載 APP 應用程式時應避免自動儲存個資以避免誤觸購買

就受訪者基本資料觀察，在都會區、年齡、職業、個人平均月收入、每日上網時間方面經統計檢定有顯著差異。而在居住地及教育程度方面，經統計檢定雖有顯著差異，但因 25% 以上統計格期望值低於 5，其值僅供參考。

居住地：清楚此消費意識者，以居住在台南市、新竹市、嘉義市、金門縣者清楚的比例達七成以上，而居住在嘉義縣、花蓮縣表示清楚的比例較低，分別為 47.9% 及 46.6%。

都會區：清楚此消費意識者，以居住五都者清楚比例(67.5%)較非五都者(58.7%)高。

年齡：清楚此消費意識者，以 20-29 歲及 30-39 歲者所占比例較高，分別為 88.0% 及 82.6%，而在 60 歲以上年齡者，清楚的比例未達五成，其中 60-64 歲者占 43.8%，65 歲以上者占 28.6%。

教育程度：清楚此消費意識者，以大專以上學歷者清楚程度較高，其中大專學歷者清楚之比例占 78.0%，研究所以上學歷者占 78.2%，而國初中以下學歷者清楚之比例未達五成。

職業：清楚此消費意識者，以軍公教、基層白領及學生所占比例較高，分別占 78.7%、77.5% 及 77.8%，而無業/待業/退休/家管者及農林漁牧業工作者對此消費者意識清楚之比例未達五成，分別為 44.3% 及 33.5%。

個人平均月收入：清楚此消費意識者，以個人平均月收入 6-8 萬元者所占比例最高，占 76.6%，個人平均月收入不到 2 萬元者清楚的比例較低，占 52.8%。

每日上網時間：清楚此消費意識者，以每日上網時間在 1 小時以上者，清楚的比例皆達七成以上，而沒有在上網者表示清楚的比例較低，占 28.3%。

整體而言，此消費意識清楚程度較低者係屬教育程度較低、年長者及未上網者，其可能之原因，就未上網者來看，可能無相關使用經驗而使清楚程度較低。而在年長者及教育程度較低者方面，則可能是因對手機功能設定之操作不熟悉等因素，導致清楚程度較低。

(三) 91.9%同意 APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額

本次詢問民眾「同不同意 APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額」，調查結果顯示，有 92.0%的民眾表示同意（非常同意 73.4%，還算同意 18.6%），有 1.2%表示不同意（不太同意 0.8%，非常不同意 0.4%）。另有 6.8%未表態。

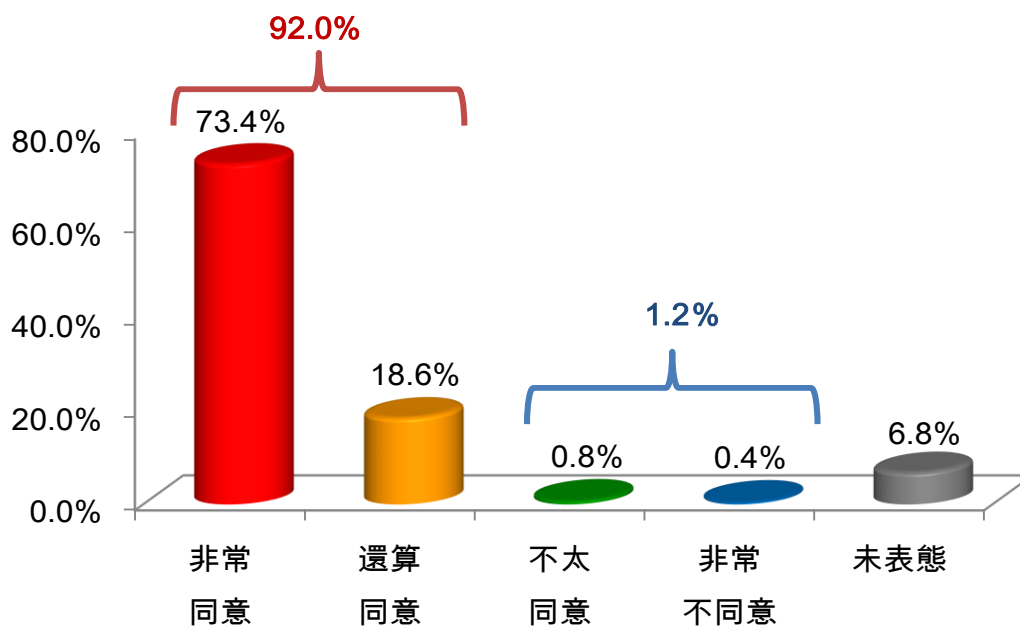


圖13 同意 APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額

就受訪者基本資料觀察，在都會區及性別方面經統計檢定有顯著差異。而在區域別、居住地、年齡、教育程度、職業、個人平均月收入及每日上網時間方面，經統計檢定雖有顯著差異，但因 25%以上統計格期望值低於 5，其值僅供參考。

區域別：同意此消費意識者，以居住北部地區及南部地區同意比例較高，分別占 93.2%及 93.3%，而中部地區表示同意的比例較低，占 87.7%。

居住地：調查顯示，多數縣市之民眾同意此消費者意識達九成以上，而居住彰化縣及南投縣者，表示同意的比例較低，各為 81.4%及 82.3%。

都會區：同意此消費意識者，以居住五都者同意比例(93.8%)較非五都者(89.2%)高。

性別：同意此消費意識者，以男性同意比例(93.8%)較女性(90.2%)高。

年齡：13-59 歲之民眾，表示同意此消費意識的比例皆達九成以上，而 60-64 歲及 65 歲以上者，同意比例較低，分別占 85.6% 及 71.0%。

教育程度：同意此消費意識者，高中職以上學歷者，同意的比例皆達九成以上，而國小以下學歷者，同意的比例較低，為 56.8%。

職業：同意此消費意識者，以學生、軍公教、自營、高階白領及專業人士及基層白領所占比例較高，同意程度皆達九成以上，而農林漁牧業工作者對此消費者意識同意之比例較低，為 72.3%。

個人平均月收入：調查顯示，個人平均月收入在 2 萬元以上者，對此消費意識之同意程度達九成以上，而個人平均月收入不到 2 萬元者同意的比例較低者，占 86.4%。

每日上網時間：調查顯示，有使用網路者，不論使用時間長短，同意的比例較高皆達九成以上，而沒有在上網者表示同意的比例較低，占 70.4%。

五、消費意識題組小結

(一) 消費意識整體狀況

根據調查結果顯示，有關電信服務等消費意識方面，如將民眾對各項消費意識之清楚程度以非常清楚為 4 分、還算清楚 3 分、不太清楚 2 分、非常不清楚 1 分之方式進行分數計算，並計算各項消費意識之平均分數進行比較。

在本次調查詢問之電信服務消費意識方面，民眾對電信服務之「電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短給予補償或提供等值服務」之消費意識分數較低，為 1.92 分，其次較低者為「知道去申辦手機門號或行動上網服務時，業者需要提供 7 天試用期的服務」為 2.03 分及「知道手機門號提前解約的違約金，應按照使用期間的長短減少違約金」，為 2.39 分。

在本次調查詢問之通訊及周邊產品消費意識方面，平均分數皆有 3 分以上，包含「購買手機或電池、耳機、行動電源這類型的商品時，應該要注意商品的標示清楚及外觀無破損」(3.29 分)及「同意不同品牌的手機或電腦的電池、行動電源等周邊商品之規格應可相容」(3.36 分)。

在本次調查詢問之 APP 產業消費意識方面，「在下載 APP 應用程式時，應該要詳細閱讀使用說明後再進行下載」的分數較低為 2.78 分，而在「購買下載 APP 應用程式時，應避免將帳號、密碼或信用卡資料於手機或電腦中設定為自動儲存功能，以免日後誤觸產生購買行為」之分數為 2.89 分。

根據調查結果顯示，民眾對於本次調查詢問有關電信服務之消費意識較低，其中在行動上網 7 日試用期方面，為國家通訊傳播委員會於 2013 年 10 月要求業者提供之消費者服務，分數較低之原因可能係民眾已於該行政指導提出前辦理行動上網服務，因此對此消費新知之認知度較低。隨我國 4G 電信服務陸續開通，為能使消費者在進行電信服務選擇時，可以確實瞭解業者提供之服務是否符合所需，對此消費意識可敦促電信業者在受理民眾申辦行動上網服務時，確實主動告知試用期服務。此外，有關連續斷訊之補償方面，如確實發生連續斷訊狀況，將由國家通訊傳播委員會主動要求業者提出補償及改善方案，消費者可在發生問題後獲得相對之補償，然消費者仍應對此消費意識具有一定之認知程度，得以在斷

訊問題發生後，掌握業者之補償措施是否執行以及是否有依照斷訊時間之長短給予相對之補償。

在通訊及周邊產品方面，民眾之消費意識呈現較高之認知度，惟在交叉分析，應持續關注於城鄉差異的情形，根據分析結果，五都民眾之消費意識較非五都者高，因此，加強提升非都會區民眾的消費意識為重要的議題。

最後，在 APP 產業方面，調查結果顯示，部分民眾對於下載 APP 應用程式時應注意詳細閱讀說明後再進行下載之消費意識較低。雖 APP 應用程式便利性，然而在應用程式平台中的 APP 應用程式，可能隱藏詐騙、過度蒐集個資等不利消費者之惡意程式存在，如不謹慎可能導致消費者財物或權益之損失。因此培養消費者在下載 APP 應用程式前詳閱說明，以確保各項消費服務具有良好之項目，為可努力之方向。

表16 消費意識平均分數

項目	消費意識題組	平均分數 1-4 分
電信服務	知道去申辦手機門號行動上網服務時，業者需要提供 7 天試用期的服務	2.03
	知道電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短給予補償或提供等值服務	1.92
	知道手機門號提前解約的違約金，應按照使用期間的長短減少違約金	2.39
	知道手機遺失或遭竊時應即以電話通知電信公司暫停通信，未通知前仍須支付該手機所生之所有電信費用	3.03
	贊成電信業者應該在電話費或傳輸費使用到一定程度時，主動提醒用戶	3.71
通訊及周邊產品	知道在購買手機或電池、耳機、行動電源這類型的商品時，應該要注意商品的標示清楚及外觀無破損	3.29
	同意不同品牌的手機或電腦的電池、行動電源等周邊商品之規格應可相容	3.36
APP 產業	知道在下載 APP 應用程式時，應該要詳細閱讀使用說明後再進行下載	2.78
	知道購買下載 APP 應用程式時，應避免將帳號、密碼或信用卡資料於手機或電腦中設定為自動儲存功能，以免日後誤觸產生購買行為	2.89
	同意 APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額	3.77

(二) CHAID 分析

本調查利用 CHAID 分析，以消費意識分數為依變數，性別、年齡、教育程度、區域、職業、個人平均月收入、每日上網時間自變數，探討影響消費意識高低重要變數。

根據分析結果，教育程度、年齡、每日上網時間、性別對消費意識分數的影響具顯著差異，其中教育程度對消費意識分數影響為最。依據教育程度分群結果，主要區分為 3 種教育程度群，高學歷者為大專以上學歷者；中等教育程度者為國中、高中職學歷者；而低教育程度則為國小以下學歷者。高教育程度及低教育程度，次要顯著影響變數為年齡，而中等教育程度者，次要顯著影響變數為每日上網時間。本調查整合為五大族群，下表顯示分群結果之消費意識分數：

1.高教育程度 60 歲以上者：

- 教育程度大專及以上，年齡 65 歲以上者占 2.9%，消費意識分數為 2.6 分。
- 教育程度大專及以上，年齡 60~64 歲者占 2.6%，消費意識分數為 2.9 分。

2.高教育程度未滿 60 歲：

- 教育程度大專及以上，年齡 13-19 歲、40~59 歲者占 19.1%，消費意識分數為 3.1 分。其中不同性別消費意識分數達顯著差異，男性平均分數 2.3 分高於女性的 1.9 分。
- 教育程度大專及以上，年齡 20~39 歲者占 24.7%，消費意識分數為 3.2 分，其中不同性別消費意識分數達顯著差異，男性平均分數 3.2 分略高於女性的 3.1 分。

3.中等教育程度有上網：

- 教育程度高中職且每日有上網者占 24.2%，消費意識分數為 2.9 分~3.1 分。
- 教育程度國中且每日有上網者占 5.9%，消費意識分數為 2.7 分。

4.中等教育程度沒有上網：

- 教育程度高中職且沒有上網者占 5.4%，消費意識分數為 2.6 分。
- 教育程度國中且沒有上網者占 5.5%，消費意識分數為 2.5 分，其中不同性別消費意識分數達顯著差異，男性平均分數 2.3 分高於女性的 1.9 分。

5.低教育程度：

- 教育程度國小以下且未滿 65 歲，消費意識分數 2.4 分，略高於教育程度國小以下年齡 65 歲以上者的 2.1 分。

表17 消費意識 CHAID 分析

消費意識影響變數			
教育程度	年齡	每日上網時間	性別
大專、研究所以上 平均分數：3.1 分 占比：49.6%	65 歲以上 平均分數：2.6 分 占比：2.9%		
	60-64 歲 平均分數：2.9 分 占比：2.6%		
	13-19 歲、40~59 歲 平均分數：3.1 分 占比：19.1%		
	20~39 歲 平均分數：3.2 分 占比：24.7%		女性 平均分數：3.1 分 占比：11.4% 男性 平均分數：3.2 分 占比：13.3%
高中職 平均分數：2.9 分 占比：29.6%		沒有上網 平均分數：2.6 分 占比：5.4%	
		未滿 3 小時 平均分數：2.9 分 占比：17.3%	
		3 小時以上 平均分數：3.1 分 占比：6.9%	
國初中 平均分數：2.6 分 占比：11.3%		沒有上網 平均分數：2.5 分 占比：5.5%	女性 平均分數：1.9 分 占比：2.7% 男性 平均分數：2.3 分 占比：2.8%
		有上網 平均分數：2.7 分 占比：5.9%	
國小以下 平均分數：2.2 分 占比：9.5%	65 歲以上 平均分數：2.1 分 占比：5.5%		
	未滿 65 歲 平均分數：2.4 分 占比：4.0%		

除依照絕對分數將受訪者進行分類，本調查根據受訪者消費意識的相對分數，分為高度、中高度、中度、中低度及低度消費意識。消費意識劃分方式為將消費意識分數由低至高排列，並計算五分位數，依五分位數將受訪者進行分群。

根據分群結果，中度及低度消費意識者比例較高，分別占 23.6% 及 23.3%，其次為中高度消費意識者，占 21.2%，中低度消費意識者占 18.9%，高度消費意識者比例較低，占 13.0%。

經交叉分析，消費意識高低會因都會區、年齡、教育程度、職業、每日上網時間、個人平均月收入、性別的不同而有顯著差異。

都會區：居住在五都地區的受訪者，消費意識相對高於居住在非五都地區者。

年齡：30~39 歲者屬高度消費意識的比例最高，占 22.2%，其次為 20~29 歲，占 17.9%；65 歲以上屬低度消費意識的比例最高，占 66.4%，其次為 60~64 歲占 40.6%。

教育程度：研究所以上消費意識在中高度以上者比例最高，占 50.4%，其次為大專學歷者，占 47.6%；國小以下學歷者，屬低度消費意識比例最高，占 75.7%。

職業：軍公教消費意識在中高度以上者比例最高，占 49.7%，其次為自營、高階白領及專業人士，占 23.3%；農林漁牧業屬低度消費意識比例最高，占 51.0%，其次為無業/待業/退休/家管者，占 41.5%。

每日上網時間：每日上網時間超過 10 小時消費意識在中高度以上者比例最高，占 50.5%，其次為每日上網時間 6-9 小時，占 49.5%；沒有在上網者屬低度消費意識比例最高，占 62.7%。

個人平均月收入：個人平均月收入 6-8 萬元者高度消費意識比例最高，占 23.8%；而平均月收入不到 2 萬元者屬低度消費意識者比例最高，占 35.8%。

性別：男性消費意識在中高度以上者比例占 36.9%，略高於女性的 31.4%。

表18 消費意識群體交叉分析

	高度 消費意識	中高度 消費意識	中度 消費意識	中低度 消費意識	低度 消費意識
合計	13.0	21.2	23.6	18.9	23.3
都會區					
五都	15.5	21.0	24.2	18.1	21.1
非五都	9.3	21.3	22.8	20.1	26.4
年齡					
13~19 歲	13.2	19.3	30.7	21.3	15.4
20~29 歲	17.9	35.2	28.5	11.0	7.5
30~39 歲	22.2	28.7	25.9	15.8	7.4
40~49 歲	14.7	21.6	26.4	20.4	16.9
50~59 歲	9.3	18.3	23.1	24.2	25.1
60~64 歲	4.5	10.8	19.5	24.5	40.6
65 歲以上	1.3	4.3	8.9	19.0	66.4
教育程度					
國小以下	-	3.8	4.9	15.6	75.7
國初中	3.5	11.5	17.7	28.3	39.0
高中職	9.0	19.0	27.8	22.5	21.7
大專	20.6	27.0	26.3	15.8	10.3
研究所以上	16.1	34.3	23.9	13.2	12.5
職業					
自營、高階白領及專業人士	17.9	25.4	24.5	16.4	15.7
軍公教	23.1	26.6	24.1	17.3	8.9
基層白領	17.4	30.0	26.6	15.9	10.2
基層藍領	6.5	19.8	25.3	20.2	28.2
農林漁牧業	2.2	12.9	9.7	24.2	51.0
學生	16.4	21.3	30.2	17.5	14.6
無業/待業/退休/家管	6.7	10.9	17.7	23.3	41.5
每日上網時間					
不到 1 小時	10.7	15.3	22.5	27.0	24.5
1-3 小時	13.6	24.4	27.8	21.1	13.1
3-6 小時	18.1	30.9	28.5	12.6	9.9
6-9 小時	23.3	26.2	29.3	11.9	9.3
超過 10 小時	19.8	30.7	26.0	15.1	8.5
沒有在上網	2.5	5.0	9.8	20.1	62.7
個人平均月收入					
不到 2 萬元	7.9	14.2	21.4	20.8	35.8
2 萬元不到 4 萬元	16.0	25.9	26.3	17.8	14.0
4 萬元不到 6 萬元	16.2	25.9	28.2	17.6	12.1
6 萬元不到 8 萬元	23.8	28.3	17.6	15.4	14.8
8 萬元不到 10 萬元	12.9	15.2	25.3	18.2	28.4
10 萬元以上	18.2	32.6	17.8	21.2	10.2
性別					
男性	15.1	21.8	22.7	18.0	22.4
女性	10.9	20.5	24.6	19.9	24.1

(三) 民眾消費意識概況

為清楚瞭解民眾在電信服務、通訊及周邊產品與 APP 產業之消費意識概況，調查針對本次 10 項調查意識題組進行分析，計算我國國民各議題之消費意識概況。分析方式採計算民眾消費意識認知情形，如民眾於詢問項目未表態者予以排除後計算，並依照民眾之消費意識之平均分數區分為「高度消費意識」、「中度消費意識」及「低度消費意識」等。根據計算結果，有 70.6% 具有高度消費者意識，28.4% 具有中度消費者意識，而有 0.9% 屬低度消費者意識。

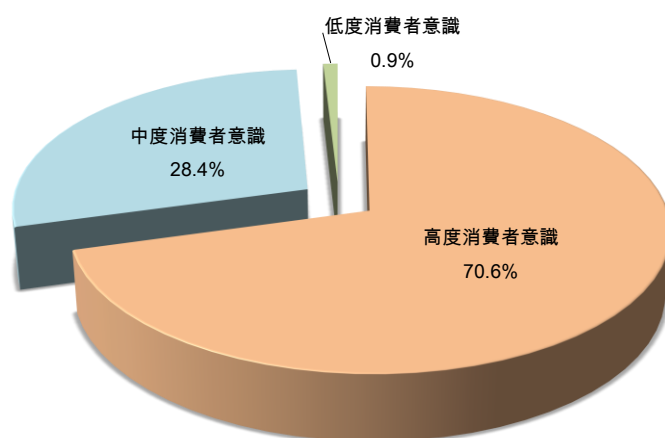


圖 14 民眾電信服務等相關消費意識程度

就受訪者基本資料觀察，在都會區、教育程度、個人平均月收入方面經統計檢定有顯著差異。

都會區：居住在五都的民眾，具有高度消費意識的比例(73.3%)較非五都者(66.6%)高。

教育程度：具有高度消費意識的比例隨教育程度的增加而遞增，由國小以下學歷者占 18.8%，遞增至研究所以上學歷者占 84.2%。

個人平均月收入：個人平均月收入 2-4 萬元、4-6 萬元及 10 萬元以上者，具有高度消費意識的比例較高，分別占 81.5%、83.3%及 81.3%，由國小以下的 18.8%。

第三節 消費行為分析

在消費行為方面，針對「電信服務」、「通訊及周邊產品」及「APP 產業」之消費者行為。依行政院消保處受理民眾申訴統計案件中，以「電信類」及「通訊及周邊產品」之類型最高，基此本次調查針對業者提供之電信服務主要針對民眾在使用電信服務、通訊及周邊產品與 APP 產業時遭遇之問題，進行探測，藉以就目前各項服務提供所常見之問題進行通盤瞭解，並提出改善之建議。

一、消費行為題組

(一) 電信服務消費行為

- 1.使用行動上網的主要目的
- 2.使用電信服務遭遇之問題
- 3.發生消費爭議情形
- 4.使用電信服務消費爭議處理管道
- 5.建議保障消費者使用電信服務權益之方式

(二) 通訊及周邊產品消費行為

- 1.購買通訊及周邊產品經驗
- 2.通訊周邊產品標示資訊清楚度認知
- 3.對標示感到不清楚之項目
- 4.手機送修經驗
- 5.廠商是否清楚告知維修原因及收費
- 6.送修手機遭遇之消費問題
- 7.發生送修消費爭議的處理管道

(三) APP 產業消費行為

- 1.使用 APP 應用程式經驗
- 2.APP 應用程式消費經驗
- 3.APP 應用程式誤買經驗
- 4.下載 APP 應用程式會注意的資訊
- 5.建議保障消費者使用或消費 APP 應用程式權益之方式

二、電信服務消費行為

(一) 手機使用行為

本次調查顯示，有 92.5% 的民眾有在使用手機（使用傳統手機者占 19.7%、使用智慧型手機者占 72.8%），而有 7.5% 的民眾表示沒有使用手機。

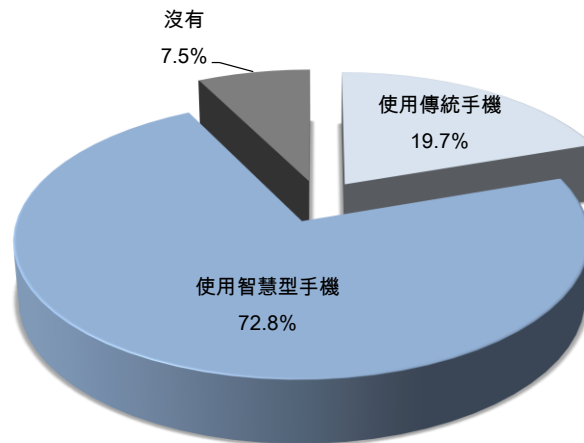


圖15 手機使用行為

經交叉分析，手機使用行為會因區域別、居住地、都會區、年齡、教育程度、職業、個人平均月收入、每日上網時間的不同而有顯著差異。

區域別：居住在北部地區使用智慧型手機的比例(77.4%)較高，而東部及離島地區使用傳統手機的比例(28.3%)較高。

居住地：居住在新北市(81.5%)及基隆市(87.9%)使用智慧型手機的比例較高，而居住在花蓮縣者使用傳統手機的比例(48.4%)較高。

都會區：居住在五都者使用智慧型手機的比例(76.3%)較高，而居住在非五都者使用傳統手機的比例(23.6%)較高。

年齡：20-49 歲者使用智慧型手機的比例皆達八成以上，而 65 歲以上使用傳統型手機的比例較高，占 45.3%。

教育程度：大專以上學歷者使用智慧型手機的比例皆達八成以上，而國小以下學歷者使用傳統手機的比例較高，占 45.9%。

職業：自營、高階白領及專業人士、基層白領及學生使用智慧型手機的比例皆達八成以上，而農林漁牧業工作者使用傳統手機的比例較高，占 42.0%。

每日上網時間：上網時間 1 小時以上者使用智慧型手機的比例皆達八成以上；沒有在上網者使用傳統型手機的比例較高，占 52.1%。

個人平均月收入：個人月收入為 6-8 萬元及 10 萬元以上者使用智慧型手機的比例達九成以上，而不到 2 萬元者使用傳統型手機的比例較高，占 25.7%。

(二) 行動上網主要使用目的

本次詢問民眾「使用行動上網主要目的」，調查結果顯示，民眾使用行動上網的主要目的以社交的比例最高，占 57.7%，其次依序為查詢資料(33.3%)、瀏覽網頁(26.2%)、玩 APP 遊戲或線上遊戲(17.8%)、影音娛樂(12.5%)、收發郵件、簡訊(11.2%)等，而有 9.8% 的民眾表示沒有申辦行動上網服務。

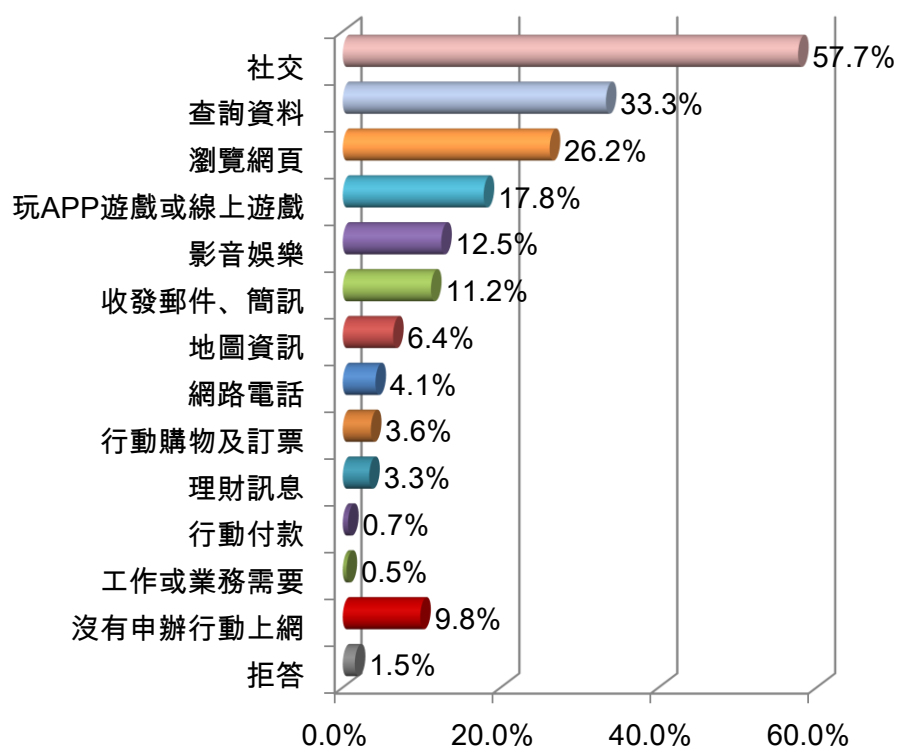


圖16 使用行動上網的主要目的

就受訪者基本資料觀察，不同人口變項之差異如下：

區域別：不論居住區域別，使用行動上網主要目的皆以社交的比例較高，皆有五成以上。中部地區者玩 APP 遊戲或線上遊戲的比例較高，占 21.7%。

性別：不分性別，使用行動上網主要目的皆以社交的比例較高，其中男性占 54.7%，女性占 60.6%。而男性在玩 APP 遊戲或線上遊戲的比例 (21.2%) 高於女性 (14.5%)。

年齡：使用行動上網主要目的為社交的比例者隨年齡增加而遞減，自 13-19 歲占 66.1%，遞減至 65 歲以上者 39.6%。而 13-29 歲者主要目的為玩 APP 遊戲或線上遊戲所占比例較高，分別為 13-19 歲 33.5%、20-29 歲 27.8%。

教育程度：不分教育程度的差異，使用行動上網主要目的皆以社交的比例較高，而研究所以上學歷者主要目的為查詢資料所占比例較高，占 39.7%，國初中學歷者主要目的為玩 APP 遊戲或線上遊戲所占比例較高，占 23.0%。

職業：不分職業的差異，使用行動上網主要目的皆以社交的比例較高。而學生及基層藍領主要目的為玩 APP 遊戲或線上遊戲所占比例較高，分別占 31.8% 及 26.1%。

(三) 民眾使用電信服務曾遭遇之問題

本次詢問民眾「使用電信服務曾遭遇之問題」，調查結果顯示，有 61.7% 的民眾在使用電信服務時並沒有遇過問題。而在 38.3% 民眾反應各項遭遇過的問題中，以通話品質不佳的比例最高，占 12.9%，其次依序為網路速度不穩定(10.9%)、詐騙電話或簡訊(10.7%)及通話斷訊(10.3%)等，其餘問題所占比例較小。

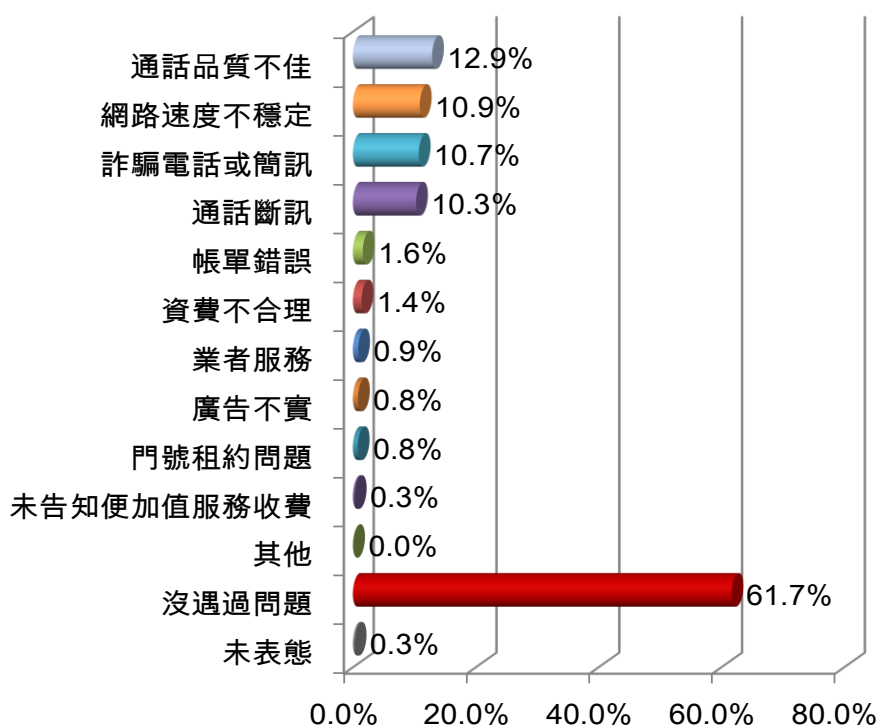


圖17 使用電信服務曾遭遇之問題

就受訪者基本資料觀察，不同人口變項之差異如下：

區域別：居住在北部及中部地區以網路速度不穩定所占比例較高，分別占 12.7% 及 11.1%。南部地區與東部及離島地區以通話品質不佳所占比例較高，分別占 14.2% 及 17.1%。

性別：不分性別，皆以通話品質不佳所占比例較高，分別為男性 13.7% 及女性占 12.1%。

年齡：20-39 歲者認為網路速度不穩定所占比例較高，分別為 20-29 歲占 17.0% 及 30-39 歲占 19.1%。而 40-64 歲者則是以通話品質不佳所占

比例較高，分別為 40-49 歲占 16.2%、50-59 歲占 16.5%及 60-64 歲占 13.2%。

(四) 電信服務消費爭議經驗

本次詢問使用電信服務曾遭遇問題的民眾(n=753)「是否曾因為所遭遇的問題而產生消費爭議之經驗」，調查結果顯示，有 12.2%的曾遭遇問題的民眾表示有發生消費爭議，而有 87.6%表示沒有產生消費爭議。

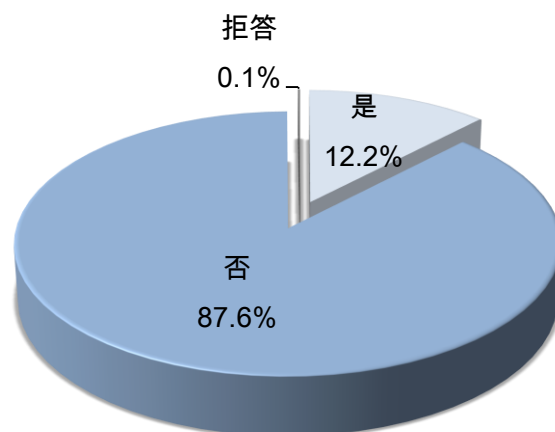


圖18 電信服務消費爭議經驗

就受訪者基本資料觀察，在區域別、居住地、年齡及教育程度方面，經統計檢定雖有顯著差異，但因 25% 以上統計格期望值低於 5，其值僅供參考。

區域別：居住在北部及南部地區發生電信服務消費爭議經驗的比例較高，分別為 13.5% 及 13.3%。

居住地：居住在新北市(12.9%)、臺北市(12.7%)、臺南市(13.2%)、高雄市(13.2%) 及桃園縣(13.2%)者發生電信服務消費爭議經驗的比例較高。

年齡：20-29 歲發生電信服務消費爭議經驗的比例較高，占 20.5%。

教育程度：國初中學歷者發生電信服務消費爭議經驗的比例較高，占 14.5%。

(五) 電信服務消費爭議處理管道

本次詢問民眾發生消費爭議的民眾(n=92)「使用何種管道處理消費爭議」，調查結果顯示，發生過消費爭議的民眾中，選擇「繼續找業者」作為處理消費爭議的管道比例最高，占 76.2%，其次為消費者服務中心(17.7%)。其餘處理管道所占比例較小。

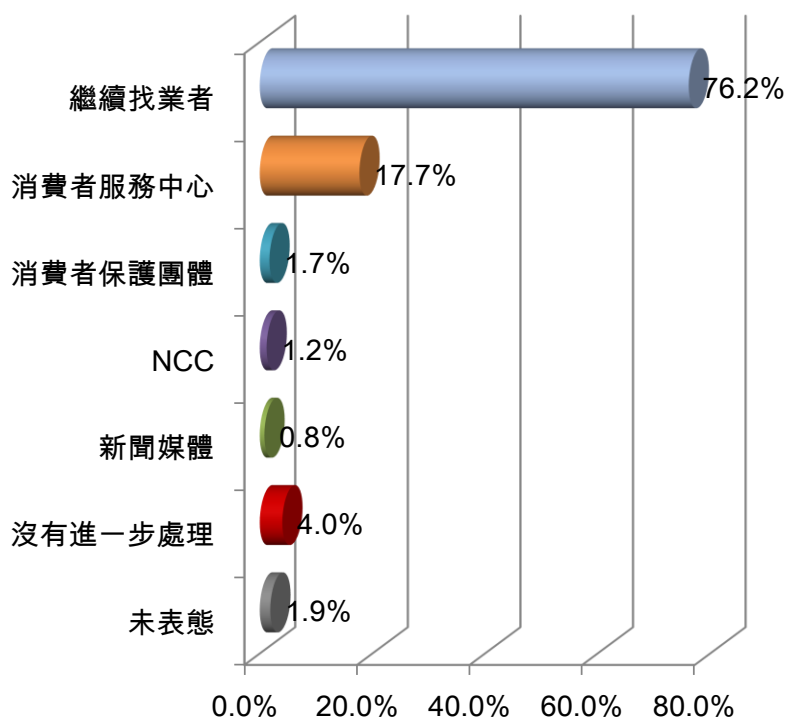


圖19 電信服務消費爭議處理管道

就受訪者基本資料觀察，不同人口變項之差異如下：

不分基本特徵，皆以繼續找業者之比例最高。而居住在北部地區、女性、20-39歲者及基層白領及基層藍領透過消費者服務中心之比例較高。

整體來看，本次調查之手機持有率為 92.5%及國家通訊傳播委員會統計行動通訊申辦門號數超過 2,600 萬戶，顯示我國電信服務消費者群體廣大；而對應本次調查有 38.3%的民眾曾經發生電信服務問題，當中有 12.2%的民眾曾因問題無法解決而產生電信服務消費爭議的經驗，如將本次調查之消費爭議比例依照手機持有率或總門號戶數進行推算可知，仍有相當數量的消費者曾發生電信服務消費

爭議問題，然在就消費爭議案件發生次數與總用戶數/使用人口數之比例來看，因母數龐大之故，使比例較不明顯。基此因素，雖在調查上呈現消費爭議經驗之比例較低，但對應至電信服務消費者總數量來看，可解釋行政院消保處受理之消費爭議申訴案件統計結果以電信服務類最高之原因。

三、通訊及周邊產品消費行為

(一) 通訊及周邊產品購買經驗

調查顯示，有 47.7% 的民眾在過去一年內有購買通訊及周邊產品，購買產品為手機(24.3%)、行動電源(19.6%)、周邊配件(25.7%)、平版電腦/PDA(3.8%)等，而 52.3% 表示沒有購買。

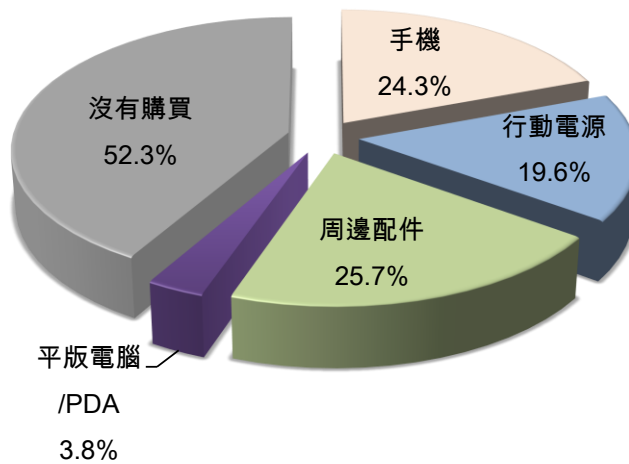


圖20 通訊及周邊產品消費經驗

就受訪者基本資料觀察，北部地區購買手機及周邊配件的比例較高。就年齡來看，年齡在 13-39 歲者購買周邊配件的比例較高；而 40-49 歲者購買手機的比例較高。20-39 歲購買行動電源的比例較高。

(二) 使用通訊及周邊產品發生非個人因素造成問題之經驗

調查詢問過去一年內曾經購買通訊及周邊產品的民眾(n=1,011)「使用電信周邊產品發生非個人因素造成問題之經驗」，調查結果顯示，有近八成的民眾(79.6%)表示沒有遇過因非個人因素造成的問題。而有發生的問題原因，以功能異常或故障(8.7%)與新品瑕疵(4.5%)為主。

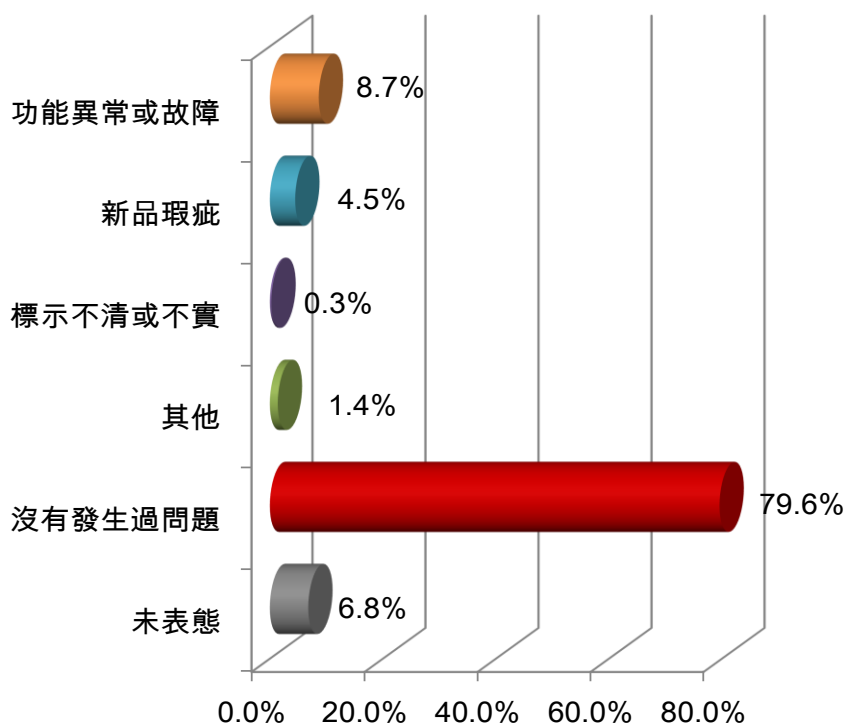


圖21 使用通訊及周邊產品曾遭遇之問題

就受訪者基本資料觀察，不同人口變項之差異如下：

不分人口特徵差異，皆以沒發生過問題的比例較高。而居住在北部地區者發生「功能異常或故障」的比例較高，女性發生「新品瑕疵」的比例較男性高。30-39歲者發生「功能異常或故障」比例較高。而20-29歲者及50-59歲者發生「新品瑕疵」的比例較高。

(三) 通訊及周邊產品標示資訊清楚度

調查詢問過去一年內曾經購買通訊及周邊產品的民眾(n=1,011)「購買的通訊及周邊產品，標示資訊清不清楚」，調查結果顯示，有 71.2%的民眾表示清楚（非常清楚 22.0%，還算清楚 49.2%），有 19.0%表示不清楚（不太清楚 15.4%，非常不清楚 3.6%）。此外，有 8.9%表示購買通訊及周邊產品時，沒有在注意商品標示清不清楚。另有 0.9%未表態。

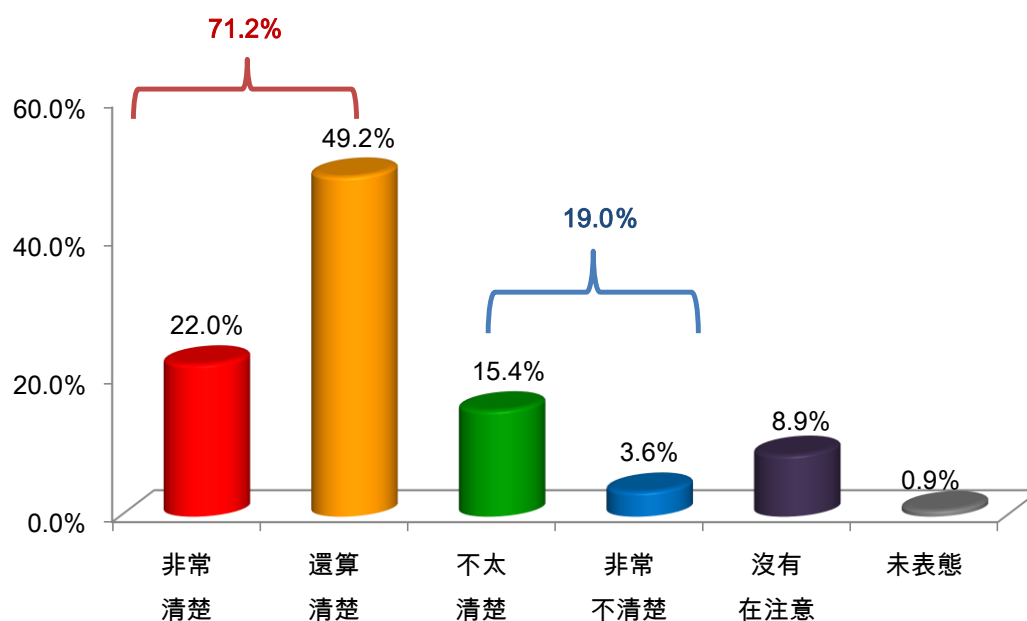


圖22 通訊及周邊產品標示資訊清楚度

就受訪者基本資料觀察，在年齡、教育程度、職業及每日上網時間，經統計檢定雖有顯著差異，但因 25%以上統計格期望值低於 5，其值僅供參考。

年齡：受訪者對標示認為清楚的程度，隨年齡增加而遞減，由 13-19 歲者占 88.8%，遞減至 65 歲以上者 55.9%。顯示年齡越長者對此認為標示清楚的比例越低。

教育程度：研究所以上學歷者表示清楚的比例較高，占 76.3%，而高中職學歷者表示清楚的比例較低，占 64.7%。

職業：學生表示清楚所占的比例最高，占 86.0%，而在無業/待業/退休/家管者，表示清楚的比例較低，占 63.3%。

每日上網時間：上網時間在 3-6 小時及超過 10 小時者表示清楚的比例較高，分別為 75.6% 及 75.0%，而沒有在上網者，表示清楚的比例較低，占 58.9%。

(四) 通訊及周邊產品標示資訊不清楚之項目

調查針對認為通訊及周邊產品標示不清楚的民眾(n=189)「認為標示不清楚的項目」，調查結果顯示，感到不清楚的項目以產品規格所占比例最高，占37.6%，其次依序為產地標示(31.6%)、操作說明(30.8%)等。

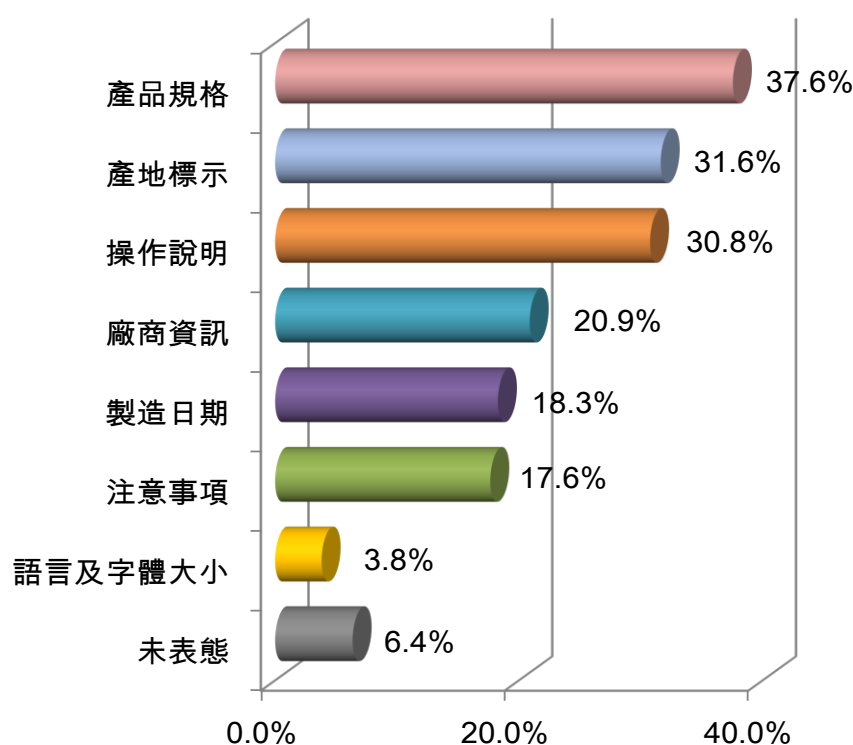


圖23 通訊及周邊產品標示不清楚項目

就受訪者基本資料觀察，不同人口變項之差異如下：

區域別：居住在北部地區者，表示標示不清之項目為操作說明的比例較高，占36.6%。居住在中部地區者則表示產地標示的比例較高；南部地區者則表示為產品規格(37.7%)。

性別：調查顯示，男性表示標示不清之項目以產品規格所占比例較高，占44.1%。女性認為標示不清之項目以產品規格、產地標示及操作說明的比例較高，分別占32.3%、31.8%及31.8%。其餘項目樣本數未達30個，不列入分析。

年齡：20-29 歲者表示產地標示所占比例較高，占 43.2%，30-39 歲及 40-49 歲者表示產品規格的比例較高，分別占 48.2% 及 32.9%。其餘項目樣本數未達 30 個，不列入分析。

教育程度：高中職學歷者表示產品規格的比例較高，占 39.1%。大專學歷者表示是操作說明的比例較高，占 36.7%。

職業：自營、高階白領及專業人士表示產品規格的比例較高，占 38.7%。基層白領者表示產地標示的比例較高，占 77.8%。而無業/待業/退休/家管表示操作說明的比較高，占 34.8%。

(五) 維修前是否清楚說明故障原因並告知維修費用

根據行政院消保處統計之 2013 年消費者服務中心申訴案件，在通訊及周邊產品之申訴內容以維修手機的比例較高，因此在本次調查中，以手機維修經驗為主要詢問的項目。根據本次調查顯示，有 18.2% 的民眾(n=386)曾有過手機送修的經驗。在有維修經驗的民眾中(n=386)，表示維修廠商在維修前會清楚說明故障原因並告知維修費用者占 77.6%(非常清楚 40.5%、還算清楚 37.1%)，有 16.5% 表示不清楚(不太清楚 10.1%、非常不清楚 6.4%)。另有 5.9% 未表態。

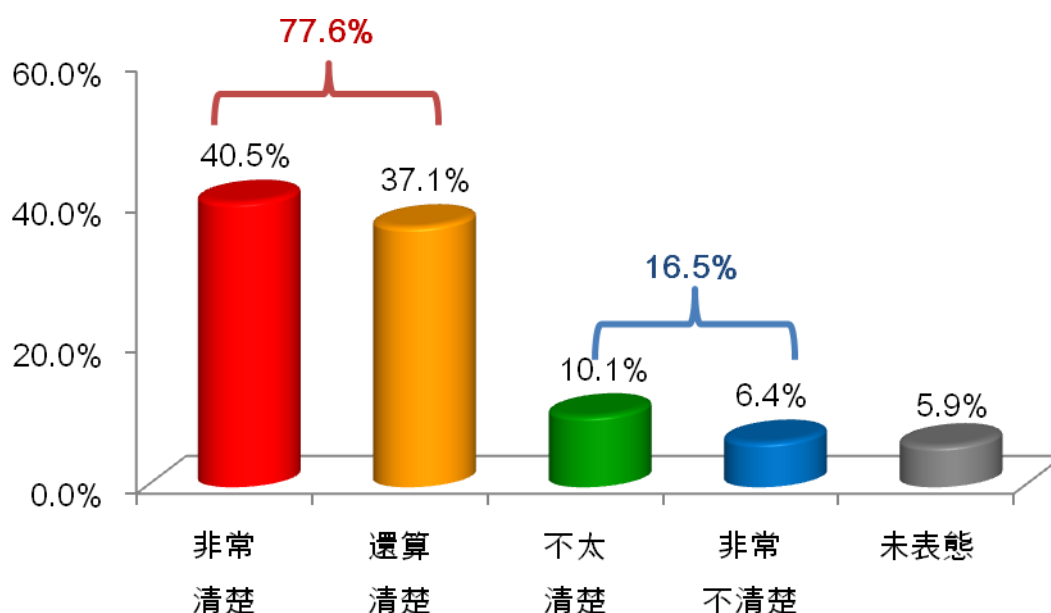


圖24 維修前告知故障原因及費用清楚度

就受訪者基本資料觀察，在個人平均月收入方面經統計檢定有顯著差異。而在年齡、教育程度、職業及每日上網時間，經統計檢定雖有顯著差異，但因 25% 以上統計格期望值低於 5，其值僅供參考。

年齡：感到清楚者以 20-29 歲的比例較高，占 84.9%，而 50-59 歲者，感到清楚的比例較低，占 72.4%。

教育程度：感到清楚者以高中職學歷者及大專學歷者所占比例較高，分別為 77.5% 及 79.0%，而國初中學歷者感到清楚的比例較低，占 67.0%。

職業：感到清楚者以學生所占比例較高，占 87.2%，而基層白領感到清楚的比例較低，占 72.2%。

個人平均月收入：感到清楚者，以平均月收入 4 萬元者感到清楚的比例較高，分別為不到 2 萬元者占 79.1%、2-4 萬元者占 79.3%。而 4-6 萬元感到清楚的比例較低，占 71.8%。

每日上網時間：感到清楚者以每日上網時間 3-6 小時者清楚的比例較高，占 81.2%。而沒有在上網者感到清楚的比例較低，占 70.3%。

(六) 送修手機遭遇之消費問題

本次調查詢問受訪者有關有關手機送修時遭遇的問題，調查結果顯示，曾送修手機的民眾中，有 81.6% 表示沒有遇過消費問題，而遭遇的消費問題以商品維修後仍有故障問題(4.7%)及維修時間太長(4.4%)所占比例較高。

表19 手機維修遭遇之消費問題

項目	單位：次；%	
	回答數	比例
都沒有問題	315	81.6
商品維修後仍有故障問題	18	4.7
維修時間太長	17	4.4
維修服務	10	2.6
收費高於報價	9	2.4
人為/非人為判斷爭議	8	2.1
保固條件	5	1.4
收費過高	4	0.9
手機內部資料遭竊	1	0.3
部分配件遺失	1	0.2
未表態	4	1.0

不分人口特徵差異，皆以沒有問題的比例較高。而居住在北部地區者發生「維修時間太長」的比例較高，中部地區者為「商品維修後仍有故障問題」的比例較高，女性發生「商品維修後仍有故障問題」及「人為/非人為因素判斷爭議」的比例較男性高。30-39 歲者發生「維修時間太長」比例較高。而 40-49 歲者發生「商品維修後仍有故障問題」的比例較高。

(七) 手機維修消費爭議經驗

調查顯示，在手機維修過程有發生問題的民眾中(n=71)，有 22.3% 曾因維修手機發生消費爭議，77.7% 沒有發生消費爭議。

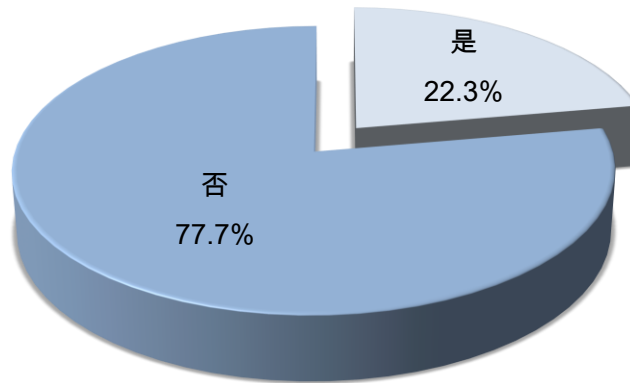


圖25 手機維修消費爭議經驗

由於本題項樣本數較少，交叉分析結果詳見附表，數據僅供參考。

(八) 手機維修消費爭議處理管道

調查顯示，曾經因手機維修問題產生消費爭議的 16 位民眾中，有 13 人次 (79.7%) 表示繼續找業者，2 人次 (13.8%) 以找消費者服務中心。

表20 手機維修爭議處理管道

項目	單位：次；%	
	回答數	比例
繼續找業者	13	79.7
消費者服務中心	2	13.8
沒有進一步處理	1	6.5

由於本題項樣本數較少，交叉分析結果詳見附表，數據僅供參考。

四、APP 產業消費行為

(一) APP 應用程式使用經驗

調查顯示，有 53.4% 的受訪者有使用 APP 應用程式的經驗，其中 46.2% 是下載免費 APP 應用程式，7.2% 為下載免費及付費的應用程式。

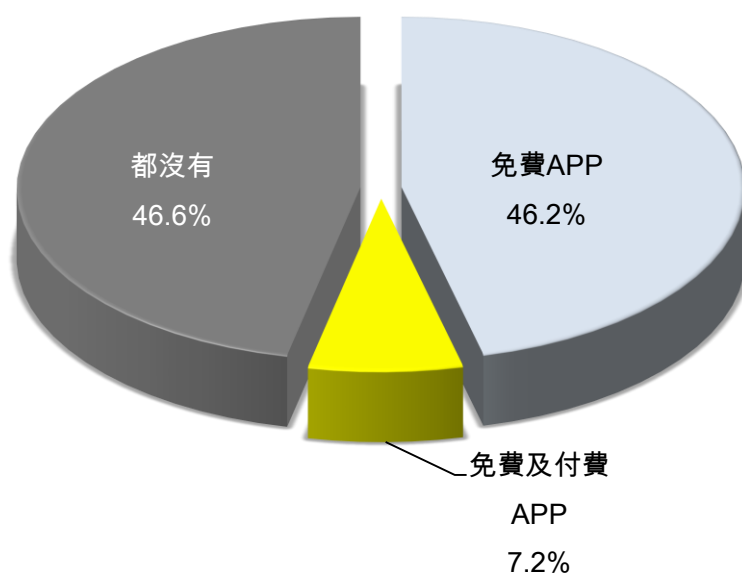


圖26 APP 應用程式使用經驗

就受訪者基本資料觀察，在區域別、都會區、性別方面經統計檢定有顯著差異。而在年齡、教育程度、職業、個人平均月收入及每日上網時間，經統計檢定雖有顯著差異，但因 25% 以上統計格期望值低於 5，其值僅供參考。

區域別：北部地區及中部地區者有下載免費及付費 APP 應用程式者較高，分別占 8.3% 及 8.1%，而中部、南部與東部及離島地區表示沒有下載 APP 應用程式的比例較高，分別占 49.0%、50.0% 及 49.4%。

都會區：非五都受訪者沒有下載 APP 應用程式者的比例(50.7%)較五都者(43.9%)高。

年齡：20-29 歲及 30-39 歲有下載免費及付費 APP 應用程式的比例較高，分別占 12.2% 及 13.4%，而 50 歲以上者，表示沒有下載過 APP 應用程式的比例皆高於七成。

教育程度：沒有下載過 APP 應用程式的比例隨教育程度的增加而遞減，由國小以下學歷者占 95.3% 遞減至研究所以上占 23.3%。而大專以上學歷者有下載免費及付費 APP 應用程式的比例較高，分別為大專占 11.6%，研究所以上占 13.4%。

職業：調查顯示，自營、高階白領及專業人士有下載免費及付費 APP 應用程式的比所占比例較高，占 18.4%，而學生下載免費 APP 應用程式的比例(77.2%)較高。農林漁牧業工作者、無業/待業/退休/家管沒有下載的比例較高，分別占 84.1% 及 75.8%。

個人平均月收入：月收入不到 2 萬元者表示沒有下載 APP 應用程式的比例較高，占 58.9%。而月收入 10 萬元以上者，有下載免費及付費 APP 應用程式的比例較高，占 22.3%。

每日上網時間：每日上網時間超過 10 小時者有下載免費及付費 APP 應用程式的比例較高，占 19.4%。每日上網時間不到 1 小時者沒有下載的比例較高，占 66.8%。

(二) APP 應用程式消費經驗

1.APP 應用程式消費經驗

調查顯示，在有使用 APP 應用程式的民眾中(n=1,131)，有 21.8%有 APP 應用程式消費經驗（包含購買 APP 應用程式或使用應用程式內購買等消費），而有 78.2%沒有 APP 應用程式消費經驗。

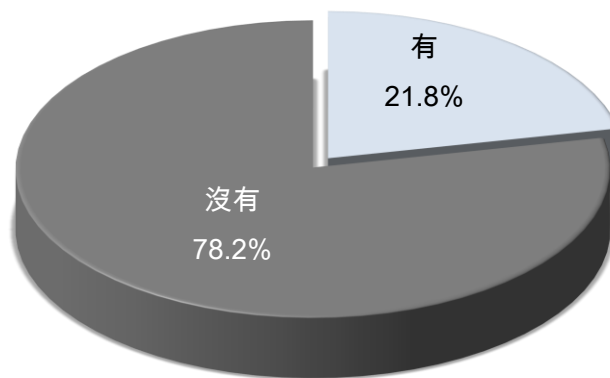


圖27 APP 應用程式消費經驗

就受訪者基本資料觀察，在區域別、都會區、性別、年齡、教育程度、職業及每日上網時間方面經統計檢定有顯著差異。而在居住地，經統計檢定雖有顯著差異，但因 25%以上統計格期望值低於 5，其值僅供參考。

整體來看，居住在北部及中部地區者、居住在五都者、男性、20-29 及 30-39 歲、大專學歷者、軍公教、及上網時間超過 10 小時者，具有 APP 應用程式消費經驗的比例較高。

2.APP 應用程式誤買經驗及處理方式

針對曾經在 APP 應用程式中消費的民眾中(n=1,131)中，96.2%的民眾沒有發生過不小心購買到 APP 應用程式或在應用程式內消費，3.8%的民眾曾經發生。

就受訪者基本資料觀察，在都會區及性別方面經統計檢定有顯著差異。而在居住地及電信業者別方面，經統計檢定雖有顯著差異，但因 25% 以上統計格期望值低於 5，其值僅供參考。整體來看，非五都民眾、男性不小心進行 APP 應用程式消費經驗的比例較高。

進一步探究曾發生過誤買民眾(n=43)誤買之原因，以太快點選確認所占比例最高，占(61.0%，26 人次)，其次為小孩或其他人不小心點選(17.8%，8 人次)，其他項目所占比例較小。

表21 APP 應用程式誤買原因

項目	單位：次；%	
	回答數	比例
太快點選確認	26	61.0
小孩或其他人不小心點選	8	17.8
帳號遭到盜用	2	3.9
付費說明標示不清	2	3.7
功能說明與內容不符	1	2.5
其他	2	5.1
未表態	3	7.9

由於本題項樣本數較少，交叉分析結果詳見附表，數據僅供參考。

而詢問發生過誤買的民眾(n=43)處理誤買之方式，有 74.3%(32 人次)表示沒做任何處理，其次為聯絡行動通訊購物平台業者處理(8.6%，4 人次)、聯絡開發廠商退款(5.1%，2 人次)及聯絡消保官(4.2%，2 人次)。

表22 誤買 APP 應用程式之處理方式

項目	單位：次；%	
	回答數	比例
聯絡行動通訊購物平台業者處理	4	8.6
聯絡開發廠商退款	2	5.1
聯絡消保官	2	4.2
沒做任何處理	32	74.3
未表態	3	7.9

由於本題項樣本數較少，交叉分析結果詳見附表，數據僅供參考。

(三) 下載 APP 應用程式時會注意之資訊

本次調查詢問民眾(n=1,131)下載 APP 應用程式時會注意之資訊，民眾會注意的項目以「收費狀況」所占比例較高，占 88.2%，其次依序為「更新資訊」(79.5%)、「需提供的存取權項目」(70.0%)、「應用程式評分」(68.3%)、「下載人次」(60.2%)及「應用程式內購買」(60.2%)等，而在「內容分級」及「開發人員聯絡資訊」等兩項，會注意的比例未達五成，分別為 48.0%及 26.1%。而除了上列 APP 應用程式時系統提供的資訊外，民眾另外表示會主動注意的項目包含「使用者相關評論」(3.2%)、「應用程式容量大小」(0.5%)、「功能說明」(0.6%)等資訊。

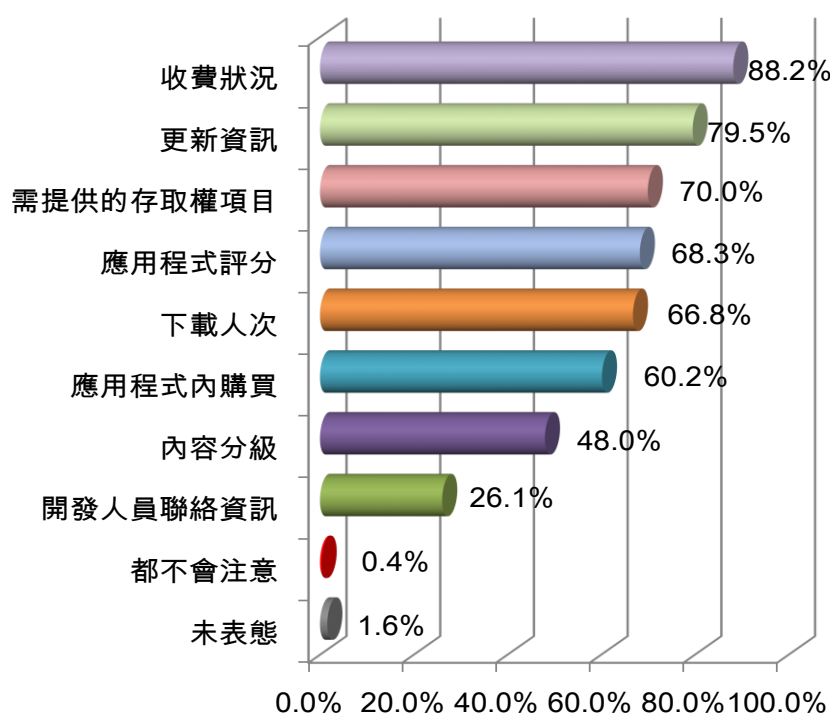


圖28 下載 APP 應用程式時會注意之資訊

就受訪者基本資料觀察，不同人口變項之差異如下：

都會區：居住五都者，注意收費狀況、存取權項目、更新資訊的比例較非五都者高。

性別：男性會注意應用程式內購買資訊、下載人次的比例較女性高。

年齡：13-19 歲者會注意應用程式內購買的比例較高，20-29 歲表示會注意應用程式評分、需提供存取權項目的比例較高 40-49 歲及 50-59 歲者表示會注意更新資訊的比例較高。

教育程度：研究所以上學歷者會注意更新資訊的比例較高。大專學歷者會注意應用程式評分的比例較高。

職業：學生會注意應用程式內購買、應用程式評分、更新資訊的比例較高。基層白領會注意應用程式評分的比例較高。

個人平均月收入：個人月收入 2-4 萬元者，會注意收費狀況的比例較高，而 4-6 萬元者會注意應用程式評分的比例較高。6-8 萬元者會注意收費狀況及更新資訊的比例較高。

(四) APP 應用程式消費爭議經驗及原因

1.APP 應用程式消費爭議經驗

本次調查詢問民眾(n=1,131)有使用 APP 應用程式的民眾，在使用或消費 APP 應用程式時是否曾遭遇消費爭議問題，調查顯示，絕大多數的民眾(99.1%)並未在使用 APP 應用程式時發生消費爭議，僅有 0.9%的民眾(n=11)表示曾經遭遇消費爭議經驗。

就受訪者基本資料觀察，在個人平均月收入方面經統計檢定有顯著差異。而在年齡、教育程度、職業及每日上網時間，經統計檢定雖有顯著差異，但因 25% 以上統計格期望值低於 5，其值僅供參考。

年 齡：40-49 歲者有發生消費爭議的比例較高，占 2.2%。

教育程度：研究所以上學歷者有發生過消費爭議的比例較高，占 2.7%。

職 業：自營、高階白領及專業人士及無業/待業/退休/家管有發生過消費爭議的比例較高，分別占 2.2%及 2.3%。

個人平均月收入：個人月收入 10 萬元以上者，有發生過消費爭議的比例較高，占 7.4%。

2.APP 應用程式消費爭議原因

針對有發生過消費爭議的民眾(n=11)詢問發生消費爭議之原因，調查結果顯示，以下載 APP 後額外加值費用所占比例較高，占 28.7% (3 人次)，其次為購買商品沒有收到(19.6%，2 人次)及收費有誤(15.1%，2 人次)

表23 APP 應用程式消費爭議原因

項目	單位：次；%	
	回答數	比例
下載 APP 後額外加值費用	3	28.7
購買商品但沒有收到	2	19.6
收費有誤	2	15.1
APP 帳號無法登入/被封鎖	1	13.6
說明與實際內容不符 (廣告不實)	1	13.3
功能不符所需	1	13.3
要求提供不必要的個人資料	1	9.7

由於本題項樣本數較少，交叉分析結果詳見附表，數據僅供參考。

(五) APP 應用程式消費爭議處理管道

在 11 位曾經發生 APP 應用程式消費爭議的民眾中，處理消費爭議的管道，多數仍直接找廠商為主占 71.5%（8 人次），然有 32.1%（3 人次）表示沒有進一步處理。由於本題項樣本數較少，交叉分析結果詳見附表，數據僅供參考。

表24 APP 應用程式消費爭議處理管道

單位：次；%

項目	回答數	比例
直接找廠商	8	71.5
消保官	1	9.5
網路發表評論	1	7.3
沒有進一步處理	3	32.1

由於本題項樣本數較少，交叉分析結果詳見附表，數據僅供參考。

五、消費行為小結

根據本次針對電信服務、通訊及周邊產品及 APP 應用程式消費行為之調查結果顯示，民眾在使用各項服務的過程當中，皆有一定比例遭遇消費問題，而少部分的民眾會因消費問題未解決而產生消費爭議。

在電信服務消費行為方面，調查結果顯示，民眾遭遇到的消費問題主要為「通話品質不佳」及「網路速度不穩定」等項目，此結果也與行政院消保處或國家通訊傳播委員會所受理的申訴案件之比例相符。此外，就手機使用情形與消費意識分數進行交叉分析，可以發現使用智慧型手機者之消費意識分數較傳統手機者高，而未使用手機之 60 歲以上者之消費意識分數，明顯較同年齡層之有使用手機者低。

表25 不同手機使用情形之消費意識分數

	單位：分數		
	使用 傳統手機	使用 智慧型手機	未使用 手機
年齡			
13~19 歲	2.75	3.03	2.64
20~29 歲	2.82	3.17	2.76
30~39 歲	2.97	3.16	2.53
40~49 歲	2.78	3.02	2.38
50~59 歲	2.68	2.95	2.50
60~64 歲	2.54	2.82	2.26
65 歲以上	2.33	2.58	1.89
教育程度			
國小以下	2.22	2.47	1.92
國初中	2.51	2.75	2.47
高中職	2.75	2.97	2.47
大專	2.83	3.13	2.41
研究所以上	2.83	3.11	-
性別			
男性	2.62	3.07	2.33
女性	2.59	3.01	2.15

此外，在主要使用行動網路之目的方面，根據調查結果顯示，以社交的比例最高，然就消費意識分群來看，則可發現社交為目的者，在各群消費意識之比例

與整體比例相近。而在行動購物及訂票方面，屬於中度消費意識以上者占76.2%，顯示使用行動網路該項功能者本身之消費意識程度略高。

表26 不同行動上網使用目的之消費意識

單位：人；%

	樣本數	高度 消費者 意識	中高度 消費者 意識	中度 消費者 意識	中低度 消費者 意識	低度 消費者 意識
總計	1538	17.0	25.6	26.2	18.3	12.8
社交	887	17.5	26.7	28.6	17.7	9.5
瀏覽網頁	403	19.6	30.4	25.9	16.4	7.7
行動購物及訂票	55	22.0	34.2	20.0	16.7	7.1
行動付款	10	27.5	29.9	34.4	0.0	8.2
收發郵件、簡訊	172	26.0	26.6	22.5	17.0	7.9
影音娛樂	192	20.3	28.1	25.0	15.8	10.9
玩APP遊戲或線上遊戲	274	21.1	26.0	28.3	15.1	9.5
網路電話	64	21.7	25.7	25.1	17.3	10.2
查詢資料	513	19.2	28.7	26.2	18.3	7.7
理財訊息	51	20.1	18.9	25.8	16.4	18.7
地圖資訊	98	26.5	28.2	26.8	11.8	6.8
工作或業務需要	7	0.0	51.4	37.2	11.4	0.0
沒有申辦行動上網	151	7.4	13.3	19.9	23.1	36.3
拒答	23	4.3	6.6	31.2	23.0	34.9

在通訊及周邊產品消費行為方面，本調查詢問對購買之產品標示清楚度感受，調查結果顯示，有七成的民眾認為標示清楚，而有19.2%認為不清楚。其中感到不清楚的項目以「產品規格」、「產地標示」、「操作說明」等為主。此外，本研究以手機維修經驗為標的，主要係參考行政院消保處受理之申訴案件在周邊產品類以手機維修遭遇之問題比例較高。而調查顯示，具有手機送修經驗者，有八成表示無遭遇消費問題，而遭遇之問題以商品維修後仍有故障問題及維修時間太長兩者居多，在處理消費爭議管道方面，多數是以繼續找業者為主。

最後，在APP應用程式消費行為調查方面，有半數民眾曾下載過APP應用程式，兩成民眾有APP應用程式消費經驗。而約有3.8%的民眾曾經不小心購買APP應用程式或在應用程式內消費，不小心購買或消費的原因以太快點選確認

(61.0%)及小孩或其他人不小心點選(17.8%)為主。此外，就下載 APP 應用程式會注意的資訊方面，民眾會注意的資訊以收費狀況、更新資訊、需提供存取權項目等比例較高，而在應用程式內購買資訊、分級內容、開發人員聯絡資訊等比例較低。此外，根據調查結果顯示，僅有少數民眾曾在使用 APP 應用程式時遭遇消費爭議問題，主要的消費爭議項目以額外加值費用、購買商品沒有收到、收費有誤等情形。

六、希望政府保障消費者權益方式

本調查針電信服務、通訊及周邊產品與 APP 產業等項目，詢問民眾希望政府透過何種方式來保障消費者權益。下就各項調查結果進行說明。

(一) 電信服務消費權益保障方式

調查顯示，民眾希望的方式以「降低費率」所占比例最高，占 12.6%，其次「訂定基本使用權益相關法條」(10.4%)及「提升通訊/連線品質」(7.6%)等。

表27 希望政府提升消費者使用電信服務權益之方式

項目	單位：次；%	
	回答數	比例
降低費率	246	12.6
訂定基本使用權益相關法條	203	10.4
提升通訊/連線品質	148	7.6
加強宣導消費者使用權益	138	7.1
加強個資保護	137	7.0
設置申訴管道	74	3.8
統一費率	55	2.8
事先告知加值服務收費	44	2.2
斷訊期間給予補償	28	1.4
防範電信詐騙	28	1.4
資訊透明化	22	1.1
監督電信業者服務品質	14	0.7
增設基地台	14	0.7
訂定電信業者懲罰機制	13	0.7
要求業者主動提醒使用額度	13	0.7
加強電信消費合約	12	0.6
提供 7 天鑑賞期	11	0.5
無特別意見	1,071	54.8

不分人口特徵差異，皆以「降低費率」及「訂定基本使用權益相關法條」的比例較高。

(二) 通訊及周邊產品消費權益保障方式

調查顯示，民眾希望的方式以「訂定基本使用權益相關法條」所占比例最高，占 7.1%，其次「延長保固期」(5.2%)及「訂立廠商標準規範」(4.5%)等。

表28 希望政府提升消費者使用或購買通訊及周邊產品權益之方式

單位：次；%		
項目	回答數	比例
訂定基本使用權益相關法條	150	7.1
延長保固期	109	5.2
訂立廠商標準規範	96	4.5
加強宣導消費者使用權益	72	3.4
維修透明化	62	2.9
提供鑑賞期	45	2.1
設置申訴管道	42	2.0
價格資訊透明	36	1.7
非人為損壞免費維修	34	1.6
加強個資保護	19	0.9
訂定統一規格	14	0.7
訂定相關權責單位	13	0.6
訂定罰則	6	0.3
無特別意見	1,419	67.0

不分人口特徵差異，皆以「訂定基本使用權益相關法條」的比例較高。而居住北部及中部地區者、20-49 歲者、高中職以上學歷者表示「延長保固期」的比例較高。

(三) APP 應用程式消費權益保障方式

調查顯示，民眾希望的方式以「訂定基本使用權益相關法條」所占比例最高，占 10.5%，其次「加強標示消費者需注意事項」(9.5%)、「提供 7 天鑑賞期」(5.9%) 及「加強宣導消費者使用權益」(5.7%)等。

表29 希望政府提升消費者使用或購買通訊及周邊產品權益之方式

單位：次；%

項目	回答數	比例
訂定基本使用權益相關法條	119	10.5
加強標示消費者需注意事項	107	9.5
提供 7 天鑑賞期	67	5.9
加強宣導消費者使用權益	65	5.7
加強個資保護	49	4.4
訂定退款機制	41	3.6
設置 APP 專屬申訴管道	35	3.1
提供 APP 付費明細	35	3.1
建立官方查核及評鑑機制	17	1.5
加強防範 APP 應用程式詐騙	14	1.2
增加消費確認次數	12	1.0
無特別意見	679	60.0

不分人口特徵差異，皆以「訂定基本使用權益相關法條」及「加強標示消費者需注意事項」的比例較高。而居住北部及中部地區者、20-49 歲者、高中職以上學歷者表示「提供 7 天鑑賞期」的比例較高。

(四) 保障消費權益保障方式小結

根據調查結果顯示，在電信服務、通訊及周邊產品與 APP 產業等保障消費者權益方式，調查結果顯示，民眾在電信服務方面，希望政府降低電信服務費率(12.6%)、訂定基本使用權益相關法條(10.4%)及提升通訊/連線品質(7.6%)比例較高。在通訊及周邊產品方面，以訂定基本使用權益相關法條(7.1%)、延長保固期(5.2%)及訂立廠商標準規範(4.5%)之比例較高。最後，在 APP 產業方面，以訂定基本使用權益相關法條(10.5%)、加強標示消費者需注意事項(9.5%)、提供 7 天鑑賞期(5.9%)及加強宣導消費者使用權益(5.7%)之比例較高。

綜合而言，民眾對於希望政府提供消費權益保障方式，根據調查所得資訊，在各項調查類別上皆有一定比例的民眾希望政府能夠訂定基本的使用權益法條，主要的原因在於民眾可能對於主題性的消費權益保障議題缺乏相關消費經驗，因此希望政府透過法制化方式令廠商遵循，藉以保障消費者之權益。其次，在電信服務方面，民眾認為保障消費權益的方式係以降低電信服務費率所占比例最高，探究其原因，可能在於民眾對於接收服務之服務品質與服務花費金額的比對，當業者服務品質未達消費者標準，故建議政府以降低電信業者收費費率來保障消費者權益。

在通訊及周邊產品方面，除希望政府訂定相關法條外，有部分比例民眾認為加強標示為保障民眾使用或購買通訊及周邊產品的方式，與本次研究消費意識題目中 84.9%同意「應注意商品標示清楚及外觀無破損」之結果對應，顯示透過廠商在通訊及周邊產品的標示，為消費者初步判斷產品品質之重要參考。我國目前已有商品標示法等規定商品應載明事項，然有關資訊的清楚程度，則未有明確規範，如部分商品標示使用過小的字體或編排於不明顯處等導致消費者不易閱讀之呈現方式，為後續可以持續觀察之面向。

最後，有關 APP 產業方面，有部分民眾認為應提供 7 日鑑賞期的服務，雖依目前消保法修正草案，未來特定之 APP 應用程式將不適用鑑賞期服務，而目前主要之 APP 應用程式平台，皆有針對購物項目提供一定期間的免費退貨機制，因此，除就消保法修正草案針對特定類型之定義及適用於 APP 應用程式之項目持續商討外，同時也可透過宣導方式告知民眾在主要購物平台之免費退貨機制

等，消費者可在試用後選擇 APP 應用程式是否繼續使用。此外，民眾建議事項中加強標示注意事項比例較高，目前 APP 應用程式平台內已有相當豐富之資訊，然而在資訊可近性方面，也就是如何取得所需要資訊為可宣導之項目，如有關消費行為之資訊或隱私權存取之資訊等，可建立參考圖例，宣導各項資訊之存放位置，使消費者在進行下載或購買時，能就重要項目進行閱讀後決定。

第四節 焦點團體座談內容分析

本次調查除進行電話訪問外，另於 103 年 11 月 18 日辦理一場焦點團體座談會議，邀請消費者保護、電信服務及 APP 產業等相關產官學學者專家進行焦點團體座談會議，邀請學者專家如下表所示：

表30 焦點團體訪談對象

編號	專長領域	服務機構
A1	消費者保護團體	中華民國消費者文教基金會/ 中原大學電子工程系
A2	資訊領域學者專家	臺灣科技大學資訊工程系
N1	業界代表	臺灣電信產業發展協會
N2	法律領域學者專家	資訊工業策進會
G1	電信服務主管機關	國家通訊傳播委員會
G2	APP 產業主管機關	經濟部工業局
G3	消費者保護	地方政府消費者保護官

焦點團體座談針對「量化調查結果解讀」、「電信服務、周邊及通訊產品與 APP 產業之消費者權益」、「電信服務、周邊及通訊產品與 APP 產業等消費爭議處理」及「電信消費之消費者保護機制建議及專案後續建議」等主題進行討論，訪談題綱如下：

量化調查結果解讀

- 針對電話訪問之調查結果，分別就電信服務、周邊與通訊產品，以及 APP 產業之消費者意識、消費行為進行解讀。

電信服務、周邊及通訊產品與 APP 產業之消費者權

- 針對目前電信服務等所提供之服務，探討消費者在使用/消費電信服務及有關產品等應有的消費權益及保障方式。
- 探究消費者在電信服務及有關產品項目之消費者意識提升方法。

電信服務、周邊及通訊產品、APP 產業等消費爭議處理

- 探究目前經常遭遇之消費問題，產生消費爭議原因及處理方式。
- 探討減少消費爭議發生之可行方式。

電信消費之消費者保護機制建議及專案後續建議

- 依據量化調查建議，提供政府後續制訂電信服務及有關產品方面之消費者保護規定與政策建議。
- 於電信服務、通訊與周邊產品、APP 產業等，宜持續關注或探究之消費議題。

根據焦點座談會議內容之重點，整理如下：

一、電信服務部分

(一) 易產生電信服務消費爭議之情形

就焦點團體座談會議中，學者專家另外提到有關電信服務之問題方面，專家 G3 提到在實務上，一般通訊行與電信業者直營門市在保障消費者權益部分較為麻煩之處。以電信門號申租來看，一般通訊行因有「三年約」或「免費手機」等行銷手法，與電信業者直營門市較為不同，屬於通訊行配置之合約條款。相對而言，如後續消費者需要更換合約或免費手機遭遇故障時，便容易產生消費爭議。

現在處理的直營部分通常都比較不會有問題，有問題的部分大都是在通訊行，直營店很少在推薦說三年約，但通訊行通常會推說有三年約或打電話說有免費送手機，其實很多糾紛都是從通訊行來的。以我們的處理經驗，現在的電信公司的處理狀況，直營店對消費者原則上彈性都相當的大，因為 NCC 對他們的管理是非常有效的，今天通訊行有很大的問題在於說，通訊行基本上他為了他自己的利益，都不太愛管這一塊(G3)

對於消費者至門市或通訊行進行電信服務消費時，為避免對於業者提供之資費方案內容或促銷內容，應具體詢問清楚後再進行消費選擇，可避免後續服務提供之相關爭議。

(二) 電信服務合約之確認

在 NCC 統計之消費者申訴監理統計報告中，除了就通話品質項目為主要申訴類型，另有部分申訴項目為申裝/異動/續約、計費問題、資費問題之比例較高。

顯示民眾對於電信業者提供電信服務之內容仍有加強之處，而就各項內容來看，與消費者和電信業者簽訂之資費方案，即電信服務合約有關，根據焦點座談會議討論，專家 N2 提到自身使用電信服務之經驗，表示在向電信業者申辦電信服務時，並未取得實體之合約資料供消費者參考，專家 A2 亦表示近期辦理電信服務之經驗，門市人員亦無主動提供或詢問電信服務合約之需求。然而專家 G3 的經驗則與 N2 及 A2 相反，表示業者有主動詢問紙本合約之需求。由此可知，目前對於電信業者在提供消費者申辦事項之電信服務合約提供，並未有一致之作法。

你問這邊有共同生活經驗的有沒有拿到紙本嗎？所以我根本也沒辦法看合約，你說你沒有主動跟他要，我相信你跟他要他會給你，但從來沒有主動問過。（N2）

我兩個禮拜前去文山的直營店，我去幫我女兒辦安心講，結果他就沒有印合約書給我，辦好說這樣就可以了（A2）

我說那個電信業者很客氣，他是主動問我要不要（紙本合約）（G3）

除了電信業者提供電信服務合約的落實程度有差異外，專家 N2 亦針對電信服務合約之資訊提供提出建議。目前電信業者對於消費者欲進行電信服務之查詢、變更等，皆有提供實體客服電話或虛擬之網路平台提供消費者進行處理，N2 提出目前使用客服電話取得消費者申辦資料之問題。在與電話客服查詢用戶個人資訊時，需經過很多層的個人資料確認，對於消費者來說對於查詢電信服務的使用狀況產生相當不便。

我剛剛講消費資訊的透明，是說消費者可以很容易去查詢，如果我們試試看你從打電話去電信客服到打電話到第一通有人接要多久？然後等到最後你跟他說我要查我的合約，他就問你說我要確認你的身分，問你的身分及地址，問完那麼多才告訴你的合約是甚麼，我們再倒過來講，如果各位網路銀行的帳戶，你要去查跟銀行有多少錢進出，你需不需要這麼複雜？你上網輸入帳號密碼，每一筆、每一塊錢、每一分都有很清楚的表單，有圖表出來。（N2）

就電信服務之客服電話來看，因需要確認來電者是否為用戶本人，故需進行身份確認，然而，業者如提供線上之服務，例如網路帳戶等方式，消費者可以隨時依照需求進入取得所需要的資訊，對於保障消費者「知」的權利能有相當之正面效果。

（三）解決帳單恐慌之建議方案

而根據焦點團體座談會議結果，專家 A2 提到目前行動上網的帳單恐慌 (Billing shock) 問題，如用戶申辦的行動上網費率並非吃到飽型費率者，依目前 NCC 之作法係以費率達七成及九成時主動提醒用戶。而專家 A2 認為，雖然有預先提醒之動作，然而有兩種可能的影響：首先，消費者對於提醒資訊可能無法與實際費用連結。其次，收到用量提醒通知，在使用時產生額外的心理負擔，進而導致消費者可能過度擔心費用超額而不敢使用。專家 A1 亦提出相同之觀點，對於處理行動上網費使用超額的問題，建議是在消費者在使用率達 100% 時，由電信業者主動通知用戶是否購買增值服務或停止使用，將可使消費者處與較為有利之位置。

有一件事可以處理，像行動上網部分多少錢付多少頻寬，現在都是簡訊提醒，但有沒有可能是超量的話，就幫我們斷掉？然後要使用的話才去開通，用這種方式不同於一直用簡訊提醒用戶已經超過多少，一般的簡訊提醒是這樣的，你這個月用量已經是 3 GB，可是我合約只有 1.5 GB，一直提醒你已經用了 5GB，我們收到這種提醒，有時候不會去覺得自己超量，那是不是有個方式是到了 1.5GB 的時候就斷，就網路就停用。

(A1)

有關電信服務之主動通知消費額度方面，在本次消費意識調查中，有九成以上的民眾贊成業者應主動提醒消費者傳輸用量，然而，在執行方面，專家 N1 及 C1 則表示受限於技術方面的不同，在不同的電信服務方面無法做到即時之數據提供。依照目前 3G 服務的帳務系統建制，無法做到即時用量之通知。而 4G 服務則可以支援該項措施，對於消費者之權益能提供更完善之保障。

我舉個例子，月租型的帳單有點像台電的電錶，設置在你家，上個月抄一次表，下個月抄一次表，並計算上一次跟下一次之間的使用。是屬於

後付式的。而你今天跟台電講說我下個月要買兩千塊的電費，表跳到兩千時自己切斷，做不到，因為原來的設計就是這樣子。（N1）

因為 Billing 的系統就是這樣，今天使用量是在明天或後天才會從機器下來到帳單系統對應 Billing table，就算上網的量也是一樣，不管對應的質或量都是一樣，所以在用戶的 base 上面來講是有一點的困難度。（C1）

而專家 A2 則認為，就實務面來看消費者並不必然在使用到 100% 時進行提醒，電信業者可以在超出一定用量時告知消費者，如此可減少消費者因提前提醒對於使用行動上網服務的擔心超額的心理恐懼，同時也能避免消費者對於用量提醒資訊的警覺度較低而產生真實的超額使用情形。

我的想法是這樣，其實今天使用者他要的是電信業者在 350MB 時通知，但因為有 lag 的關係看到時已經 370 或 380MB 了，但明明是可以使用到 500MB 但卻擔心超量不太敢使用，這畢竟是消費者的心理，有 lag 及超量沒關係，假如今天用 500MB，而監測到時已經有超出一些許，而因此中斷在事後告知是因為超量的關係所以被中斷，這樣覺得還好，至少不會一直狂飆下去。（A2）

綜合而言，目前針對 3G 上網非吃到飽的用戶，已有流量提醒之服務。而對於超過流量之處置方式，學者專家之建議以暫停數據傳輸服務並由電信業者通知消費者是否開通之方式，是較為符合消費者權益之作法。而 4G 服務目前各家業者有針對超額使用部分進行降速及通知提醒之規範，故較不易產生帳單恐慌的情形。

二、APP 產業部分

(一) APP 應用程式之內容標示

就目前主要 APP 應用程式平台提供之服務，在進行 APP 應用程式下載前，皆有同意條款之聲明，由消費者/使用者確認後方得進行下載使用。然而學者專家提到，同意事項內容過於繁瑣，內容包含相關法律條文及使用者須知事項，在實務上少有消費者會詳細閱讀後再進行下載使用，而相對地在發生消費糾紛時，消費者可能因為點選同意事項後而在消費爭議處理時居於不利地位，基此，學者專家 A1 建議有關 APP 應用程式之同意事項，應加強審查並持續參考國內外內容條款訂定之內容，如不得記載事項等，以確保消費者之權益。

APP 一開始都會有一些使用的合約，玩線上遊戲也好、下載遊戲也好，合約條文一大堆，但大概沒人會看就直接點同意，點完同意一旦發生爭議消費者完全沒辦法受到保護的，所以這有點像定型化契約的方式我們要再努力，是不是有一些不得列入定型化契約的部分要多寫出來。(A1)

在使用 APP 之前都會有同意事項，而同意事項太長，我問我的學生，沒有人會去看完同意事項，因為第一個法律條文不太熟，第二個裡面真的太多東西了，這東西一般來講廠商都會說是工業局的定型化契約，但不是說每個 APP 的廠商都會用工業局的契約，那我們是希望工業局在訂定型化契約的時候，有一些不得列入的事項，要隨時的更新，例如剛講的國外公司，前陣子 APPLE 的 i-cloud 被破解，很多好萊塢女明星的照片都流傳出去，如果說像這樣子，台灣有人受害了，那是不是有權力可以求償？如果我們像 I-Cloud 沒有條約的話，就是說妳已經按同意使用了，我裡面的照片被拿走時，APPLE 是不負責的，類似這種東西的時候我們在定型化契約在制定的時候是不是可以在消費者權益方面看怎麼樣能夠保護？(A1)

(二) 消費者猶豫期及顧客消費評鑑

目前主要的 APP 應用程式平台皆有提供購買一定期間內免費退貨的服務，但消費者猶豫的期間低於在我國消保法的規定 7 日鑑賞期，對此專家 G3 及 N2 皆認為是可與平台供應商持續溝通之項目。

我想對於消費者權益的部分，我會覺得 G3 提到 APP 七天猶豫期的部分，建議與平台供應商好好溝通（N2）

由於目前 APP 應用程式之數量龐大，消費者在選擇時除了可透過 APP 應用程式平台內建的評分，或者使用者相關評論進行評估，在本次電話調查中，有 68.3% 的受訪者會注意 APP 應用程式評分，顯示多數消費者會注意欲下載的應用程式品質。而除了系統內建的評分機制外，專家 N2 也表示，透過消費者保護的機制進行評比、資訊公開或公眾平台的參與，皆可作為敦促電信業者及 APP 應用程式業者提升其服務品質及完善服務流程。

電信業者透過消保的條件，評比跟資訊公開對他們有一些壓力，我會覺得在現在這個時代，資訊透明及公眾平台的參與都會對業者造成很大的壓力所以我會建議未來對於 APP 及電信服務的業者資訊夠不夠公開、夠不夠透明、消費者能不能夠自己掌握這部分進行瞭解。（N2）

（三）關注持續性付費應用程式之消費爭議

在 APP 應用程式方面，學者專家認為目前 APP 應用程式在一次性下載的應用程式會遭遇的消費問題不多，主要出現在 In-APP Purchase 的消費問題較多。學者專家也提出，APP 應用程式的收取費用較低，因此消費者在使用 APP 應用程式時即使遇到消費爭議議題，通常不會因為小額的金錢損失進行消費爭議處理。

在 Google Play 或 APP Store 做一次性下載所發生的問題，例如我可能買個小工具，100 塊或 150 塊錢，第一個金額不高，第二個我們的契約訂得還算清楚，所以這方面爭議發生的不多。另外一部份在 In-APP Purchase 來說，像是線上遊戲持續一直購買虛寶，例如像神魔之塔購買魔法石，這過程爭議比較多，它可能是一個免費軟體，但下載完它會持續的叫你購買商品，這部分爭議比較高。（A1）

舉例來說，我自己在 APPLE 的書報中訂了雜誌，結果他自動給我 Default，到期後自動續訂，要選自動續訂也不太容易，還要跳來跳去之

後再選，這有點是綁架，你選了一次以後，他的繼續性付費，就是一直點選下去之後約到了，他會一直幫你去更新他的購買行為。（N2）

三、整體性消費權益保障建議

（一）建立資源共享之消費爭議處理平台

有關電信服務的消費者爭議處理管道，針對電信服務的相關流程來看，學者專家普遍同意消費者遭遇消費問題時，應先主動聯繫服務提供業者，由業者之客服部門進行處理，如對業者處理結果不滿意者，則在從地方消費者服務中心或民間消保團體進行消費爭議申訴調處，以使消費問題能夠有效解決。而根據學者專家的觀察，消費者在進行申訴爭議處理時，可能有重複投訴的狀況，因此可能造成消費者保護體系的資源浪費，如針對未來就消費者服務中心、民間消保團體、電信業者及平台供應商等進行資訊共享，藉以將妥善處理消費者爭議，分配至適當之聯繫窗口進行處理。

我發現有些消費者其實是多管道投訴，其實蠻聰明，他發生問題真的要投訴的時候，他報章雜誌也去試、消保官、消基會甚至業者這邊也來試，所以我是覺得現行的狀況可能是，我覺得以後可以朝資訊共享的方式去做，如果今天有個案子，例如說像消保處跟消基會這邊有個案子的話能夠讓消費者可以有個單一窗口，像現在消費者如果來消基會投訴的話，消費者第一時間會問你有沒有到業者那邊去投訴，如果是沒有的話她也是先選擇相信業者，先把問題轉給客服，當然這中間必須有個信賴關係，消基會必須信賴這個業者，後續只是說如果隔了一段時間，比如說兩個月，協調不出結果來，這時候消基會才會介入，所以我覺得這是一個目前友善調處聯盟比較沒有的服務，所以我希望能夠把業者合作的管道變更多。（A2）

（二）研擬消費權益受損之團體訴訟辦法

民眾在進行 APP 應用程式消費時多屬小額消費，因此多數遭受消費權益損失的民眾會放棄爭取應有之消費權益。基此，學者專家認為可透過「團體訴訟」之形式處理如 APP 應用程式之消費爭議。而學者專家亦提到依我國消費者保護法在團體訴訟之辦法上，於該法第 50 條：「消費者保護團體對於同一之原因事

件，致使眾多消費者受害時，得受讓二十人以上消費者損害賠償請求權後，以自己名義，提起訴訟。」在實務層面，消費者保護團體可能不易取得消費者的授權；此外，團體訴訟係針對提出損害賠償請求的消費者進行訴訟，因此未能觸及多數遭受消費權益損害但未進行求償申訴之消費者。基此，學者專家表示可就團體訴訟之規定進行研擬，包含消費者團體所需授權人數、舉證、賠償對象之認定等進一步討論，使消費者保護機制更為全面。

團體訴訟的問題，並不是鼓勵大家去打官司，那其實沒有能力去組織起來，消基會要出來幫忙打團體訴訟也無能為力，光是授權書要找到就不容易。我指的這個團體訴訟意思是說在這個法上面是不是可以做些調整？讓受害者可以提出他的需求或是說讓消保團體能夠主動，即便是不清楚受害者是誰。這東西當然很多的細節需要去談，因為像我剛剛提到的這部分金額非常小、然後事情非常繁瑣，大部分都息事寧人比較多。(A1)

我們還是希望有一個很好的團體訴訟法可以讓消基會或是說消費者權益能夠有保障！尤其是在舉證的部分，譬如說我舉個例子：例如說我今天下載 APP 有一些爭議，我找到 20 人來團體訴訟，那每一個 APP 100 塊錢，20 個人就兩千塊，其實我求償也是拿到兩千塊，這其實是非常沒有意思，但他整個受損的人沒有浮現出來的部分基本上應該考慮進去，讓這個廠商能夠有痛到，例如說他違反消費者權益的部分，這可能不管是電信也好、APP 也好或是現在很流行的食安也好，也是應該一起討論的。(A1)

我剛剛講的依照現行制度上要去打一個團體訴訟確實是比較辛苦，假如今天只是打一個公益的訴訟，今天是消基會來做一個代表，今天只打一個公益的訴訟，不用繁瑣到每個人都要來授權 (G3)

四、小結

根據焦點團體訪談結果，學者專家針對目前消費者使用電信服務時所遭遇之問題，認為值得關注的消費問題包含一般通訊行的促銷手法、帳單恐慌及契約問

題。首先在一般通訊行所遭遇問題，學者專家認為一般通訊行會依照其產品特性搭配的合約方案及優惠項目，而方案簽約期間的長短與電信業者直營門市不同，因此消費者如在購買時未注意，則可能在後續遭遇解約之消費爭議。此外，通訊行經常使用 0 元手機等促銷方式吸引消費者注意，學者專家表示，在實務經驗上消費者申辦 0 元手機促銷方案，爾後如手機故障或維修，為另一容易產生消費爭議的項目。對此，學者專家建議，如欲至一般通訊行進行電信服務相關消費時，應該在購買前主動詢問方案之資費計算、租約期程等，仔細瞭解後再進行選擇。而在促銷內容方面，同樣也需要與客服人員確認其促銷項目、保固條件等，以免日後產生消費爭議。

專家學者亦提到，電信服務存在「帳單恐慌」問題，容易發生在申辦行動網路但非採吃到飽資費的消費者身上，目前各大電信業者皆有提醒用戶數據傳輸用量之相關作為，提供消費者行動上網使用狀況以避免超量使用導致高額費用產生。學者專家針對目前的資訊提示認為有可加強之處，首先，在預先提醒方面，學者專家指出消費者可能會因收到提醒通知而產生不確定是否會使用過量的擔憂，進而導致因擔心超過用量反而不敢使用的心理壓力，而限制了消費者使用服務的權利。其次，部分消費者對於用量通知的認知度較不敏感，雖然電信業者告知以使用的傳輸量，但消費者可能不易判斷尚可使用的傳輸用量為多少，對於提醒消費者的效果有限。最後，消費者在超過傳輸用量後，無法得知繼續使用數據傳輸服務所花費的金額，因此容易在不注意的狀況下導致高額費用。基於上述幾種狀況，學者專家建議較可保障消費者的傳輸用量提醒的方式，可就消費者申租的上網傳輸用量使用達量時，由電信業者主動停止消費者數據傳輸服務，或以提醒訊息詢問消費者購買額外傳輸用量的需求，再由消費者依照自身使用習慣決定所需之傳輸用量。但是對此建議，有學者專家提出不同看法，主要考量在於 3G 服務的帳務系統於建置時並無規劃即時帳務資料，因此對於用量提醒服務，可能無法達到即時性之需求。基此，消費者除需要瞭解自身所申辦的數據服務內容外，亦應瞭解自身使用行動上網數據服務的習慣與選擇適當的上網服務資費，避免超額收費的情形產生。

學者專家認為在電信服務方面，合約內容是保障消費者權益相當重要的要件，學者專家表示，消費者進行電信服務消費時（如申辦門號、挑選資費等）主

要是透過業者網站、紙本資料或是由門市服務人員說明來決定申租的服務項目，不過消費者申租服務後若無存留申租之合約內容文件，可能僅能記住申租的租費及費率，但是資費方案的詳細內容（如租約期間、加值服務等）則不容易記住。學者專家認為，業者提供申辦服務的合約紙本文件，是賦予消費者「知」的權利，讓消費者清楚知道其所消費的內容項目，然而，就焦點團體會議與會人員之經驗，電信業者門市人員主動提供合約紙本服務並未有一致的準則，部分學者專家的經驗為門市人員會主動詢問攜帶合約文件需求，而部分則無主動詢問。而除了紙本合約文件的必要性外，學者專家認為電信業者應提供消費者更便利查詢自身申辦服務的業務，諸如透過電信業者網站功能，讓消費者使用申租內容查詢、變動等功能，使消費資訊更為透明。

有關 APP 產業方面，學者專家著重的焦點在於 APP 應用程式的消費問題，有關 APP 應用程式在付費項目內容中，多為小額消費，因此當消費者如果遭遇消費爭議問題時，消費者容易因衡量財物損失與消費爭議所需花費的時間與精力，而選擇不去爭取消費爭議，進而使自身的消費權益受損。對此，學者專家建議後續可以朝類似團體訴訟的方式，透過政府有關單位或民間消費者保護團體集合因使用 APP 應用程式而產生權益受損的消費經驗，代為向 APP 應用程式開發商求償等方式。

此外，APP 應用程式的產業特性，消費情形可分為一次性消費與持續性消費兩種型態，其中，學者專家認為持續性消費較容易產生消費者權益受損的情形，首先是在應用程式設定方面，部分付費應用程式於系統預設「自動續訂」功能，因此消費者如在第一次付費下載後，未取消續訂或解除應用程式，則將支付相關費用。此外，部分宣稱免費之 APP 應用程式，較常出現於遊戲類型，雖提供用戶免費下載，然而實際使用時，提供消費者各式應用程式內購買的服務，並透過不同的獎勵（如特殊道具、優惠活動等進行消費才享有之內容）鼓勵消費者持續進行應用程式內消費，使消費者處於過度消費的風險中。

有關 APP 應用程式的鑑賞期方面，目前 App Store 及 Google Play 兩大應用程式平台針對付費應用程式皆有提供一定時間內免費退貨的服務。其中 Google Play 平台在 2011 年因與臺北市政府就我國消保法七日鑑賞期規定之產生訴訟，

最終臺北市政府決定不上訴，故目前 Google Play 提供付費 APP 應用程式可於 2 小時內免費退貨之鑑賞服務。而在焦點團體座談會議之意見，學者專家認為在 APP 應用程式仍應適用消保法規定提供消費者七日鑑賞期服務，建議政府部門持續與平台業者溝通，提供消費者完善之消費環境。

第五章 結論與建議

第一節 研究發現

一、消費意識方面

(一) 消費意識整體概況

本次消費意識調查以「電信服務」、「通訊及周邊產品」及「APP 產業」三大項目為主軸，根據調查結果發現，在電信服務消費意識方面，贊成程度較高者以「電信業者應該在電話費或傳輸費使用到一定程度時，主動提醒用戶」，在通訊及周邊產品方面，以「在購買手機或電池、耳機、行動電源這類型的商品時，應該要注意商品的標示清楚及外觀無破損」之清楚程度最高，而在 APP 產業方面，則是以「APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額」之同意程度最高。

(二) 重點推廣消費意識項目

本次消費意識調查以「電信服務」、「通訊及周邊產品」及「APP 產業」三大項目為主軸，根據調查結果發現，在電信服務消費意識方面，贊成程度較高者以「電信業者應該在電話費或傳輸費使用到一定程度時，主動提醒用戶」，在通訊及周邊產品方面，以「在購買手機或電池、耳機、行動電源這類型的商品時，應該要注意商品的標示清楚及外觀無破損」之清楚程度最高，而在 APP 產業方面，則是以「APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額」之同意程度最高。

根據調查結果顯示，民眾在知道「電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短給予補償或提供等值服務」、「手機門號提前解約的違約金，應按照使用期間的長短減少違約金」及「申辦手機門號行動上網服務時，業者需要提供 7 天試用期的服務」方面之清楚程度未達五成。其中在申辦新手機門號行動上網服務需提供 7 天試用期服務方面，可能因民眾於此行政指導發布前，已申辦行動上網服務，因此對於新訂定之規定認知度較低。然而，因我國 4G 行動上網服務陸續開通，民眾於未來有申辦 4G 服務之可能需求，因此除要求主管機關敦促業者於民眾申辦前主動告知消費者試用期服務外，應持續宣導行動上網

可有 7 日試用期之服務。而在「電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短給予補償或提供等值服務」方面，今(103)年度已有 3 家電信業者於不同區域發生連續斷訊實例，對於電信業者是否有確實依照斷訊時間給予對應之補償，除了主管機關應主動查察業者，以維護民眾消費權益外，也有必要針對消費意識較低的族群加強宣導，以提升民眾電信服務之消費意識，而能適時主張自己的權利。

推測消費意識較低的族群（65 歲以上、國小以下、非五都居民、農林漁牧業工作者及無業/待業/退休/家管者、及沒有在上網者），可能是受到生活習慣或能力的影響，不會使用手機及上網或沒有需求，或是由他人代買手機或送修等，故未能接獲相關訊息。至於消費意識較高之年輕、教育程度高、收入中高以上、軍公教或白領人士、居住於五都者及較常上網者，可能因為生活需要，較常親自購買手機或換約及上網查尋資訊，因此消費意識較高。

另就費意識高低的程度差別來看，屬於如「電信業者應該在電話費或傳輸費使用到一定程度時，主動提醒用戶」、「APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額」等較不涉及法律規定或不需要專業判斷之常識性問題，可能連前開消費意識較低的族群也容易判斷，故其同意或清楚程度會較高。因此，似亦可藉以評斷問題對受訪者的難易程度，如有涉及法令或專業的題項，消費意識較低的族群其同意或清楚程度會較低。

(三) 消費意識調查重點

1.知道去申辦手機門號行動上網服務時，業者需要提供 7 天試用期的服務

此消費意識有 27.4% 表示清楚，而有 71.% 表示不清楚。其中以 20-39 歲之青年族群、教育程度較高者、白領以上階級及軍公教人員等的清楚程度較高。而 65 歲以上、教育程度較低者及沒有上網者清楚程度較低。

2.知道電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短給予補償或提供等值服務

此消費意識有 24.6% 表示清楚，而有 74.7% 表示不清楚。其中以居住五都、男性、30-39 歲者、大專以上學歷者、基層白領及自營、高階白領及專業人士、

個人平均月收入為 6-8 萬元者及上網時間 6-9 小時者之清楚程度較高。而居住於非五都者、女性、沒有上網者之清楚程度較低。

3.知道手機門號提前解約的違約金，應按照使用期間的長短減少違約金

此消費意識有 47.3% 表示清楚，而有 51.9% 表示不清楚。其中以女性、20-39 歲者、大專學歷者、基層白領及軍公教者、個人平均月收入為 2-4 萬元及上網時間 6 小時以上者之清楚程度較高。而國小以下、農林漁牧業工作者及無業/待業/退休/家管者、及沒有在上網者清楚程度較低。

4.贊成電信業者應該在電話費或傳輸費使用到一定程度時，主動提醒用戶

此消費意識有 94.2% 表示贊成，2.6% 表示不贊成。其中以 13-64 歲者、國初中以上學歷者、軍公教、自營、高階白領及專業人士、基層白領、個人平均月收入為 10 萬元以上及上網時間 6 小時以上者之贊成程度較高。而 65 歲以上、國小以下、農林漁牧業工作者及無業/待業/退休/家管者及沒有在上網者贊成度較低。

5.知道手機遺失或遭竊時應即以電話通知電信公司暫停通信，未通知前仍須支付該手機所生之所有電信費用

此消費意識有 74.9% 表示清楚，24.6% 表示不清楚。其中以 30-39 歲者、研究所以上學歷者、軍公教、自營、高階白領及專業人士、基層白領、個人平均月收入為 10 萬元以上及上網時間 6-9 小時者之清楚程度較高。而 65 歲以上、教育程度較低者、農林漁牧業工作者及無業/待業/退休/家管者及沒有在上網者清楚程度較低。

6.知道在購買手機或電池、耳機、行動電源這類型的商品時，應該要注意商品的標示清楚及外觀無破損

此消費意識有 84.9% 表示清楚，14.4% 表示不清楚。其中以居住在北部地區、13-39 歲者、研究所以上學歷者、自營、高階白領及專業人士、基層白領及學生、個人平均月收入為 2 萬元以上及上網時間 1 小時以上者之清楚程度較高。而居住在東部及離島地區與南部地區者、教育程度較低者、農林漁牧業工作者及無業/待業/退休/家管者及沒有在上網者清楚程度較低。

7.同意不同品牌的手機或電腦的電池、行動電源等周邊商品之規格應可相容

此消費意識有 79.7% 表示同意，15.3% 表示不同意。其中以居住在北部地區、居住在五都者、男性、20-59 歲者、研究所以上學歷者、軍公教、自營、高階白領及專業人士、基層白領職業者、個人平均月收入為 6-10 萬元者及上網時間 6-9 小時者之同意程度較高。而居住在東部及離島地區、女性、60 歲以上者、教育程度較低者、無業/待業/退休/家管者及沒有在上網者同意程度較低。

8.知道在下載 APP 應用程式時，應該要詳細閱讀使用說明後再進行下載

此消費意識有 62.0% 表示清楚，35.8% 表示不清楚。其中以居住在五都者、13-19 歲者、大專學歷者、學生、個人平均月收入為 6-8 萬及 10 萬元者及上網時間 1 小時以上者之清楚程度較高。而居住非五都者、65 歲以上、國初中以下學歷者、基層藍領、無業/待業/退休/家管者及農林漁牧業工作者及沒有在上網者清楚程度較低。

9.知道購買下載 APP 應用程式時，應避免將帳號、密碼或信用卡資料於手機或電腦中設定為自動儲存功能，以免日後誤觸產生購買行為

此消費意識有 63.9% 表示清楚，34.2% 表示不清楚其中以居住在五都者、20-39 歲者、大專以上學歷者、軍公教、基層白領及學生直業者、個人平均月收入為 6-8 萬元者及上網時間 1 小時以上者之清楚程度較高。而居住非五都者、60 歲以上者、國初中學歷者及沒有在上網者清楚程度較低。

10.同意 APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額

此消費意識有 92.0% 表示同意，1.2% 表示不同意。其中以居住在北部及南部地區、居住在五都者、20-59 歲者、高中職以上學歷者、學生、軍公教、自營、高階白領及專業人士、及基層白領職業者、個人平均月收入為 2 萬元者及有上網者之同意程度較高。而居住中部地區者、60 歲以上者、國小以下學歷者、農林漁牧業工作者及沒有在上網者清楚程度較低。

(三) 消費意識分數及意識分數別分層特性

本次消費意識分數經換算，屬於高度消費意識者占 13.0%、中度消費意識者占 23.6%、低度消費意識占 23.3%。

在高度消費意識者方面，以居住在五都者、大專以上學歷者、上網時間 6-9 小時、月收入在 6-9 萬元者所占比例較高。

而低度消費意識者，以居住在非五都者、國初中以下學歷者、農林漁牧業工作者、沒有在上網者所占比例較高。

二、消費行為方面

(一) 電信服務使用情形

本次調查有 92.5% 的民眾有在使用手機，使用傳統手機者占 19.7%、使用智慧型手機者占 72.8%。手機使用者所使用的電信業者，本次調查以中華電信的比例最高，占 52.6%，其次為台灣大哥大(23.3%)及遠傳電信(19.8%)等在使用行動上網的目的方面，以社交(57.7%)、查詢資料(33.3%)、瀏覽網頁(26.2%)的比例較高。

(二) 使用電信服務遭遇問題

使用電信服務遭遇問題方面，有 61.7% 表示沒有遭遇過問題，而 38.3% 遭遇的問題中以通話品質不佳及網路速度不穩定、詐騙電話或簡訊及通話斷訊之比例較高。其中，居住在北部及中部地區者表示網路速度不穩定之比例較高，南部與東部及離島地區者表示通話品質不佳的比例較高。年輕族群表示網路速度不穩定之比例較高，而中壯年族群認為通話品質不佳的比例較高；而不論男性或女性皆認為通話品質不佳的比例較高。

而遭遇消費問題者，有 87.6% 沒有因此發生消費爭議，12.2% 表示有消費爭議經驗。在處理管道方面，76.2% 發生消費爭議者以繼續找業者作為處理爭議管道，17.7% 為消費者服務中心，另有 4.0% 表示沒有進一步處理。

(三) 通訊及周邊產品使用情形

有 47.7%的民眾在過去一年內有購買通訊及周邊產品，購買產品為手機(24.3%)、行動電源(19.6%)、周邊配件(25.7%)、平版電腦/PDA(3.8%)等，而 52.3%表示沒有購買。民眾使用通訊及周邊產品時發生非個人因素造成的問題方面，有 79.6%表示沒有發生過相關問題，而發生的問題原因，以功能異常或故障的比例較高，占 8.7%。

(四) 通訊及周邊產品清楚度認知

對於通訊及周邊產品標示清楚度方面，有 71.2%認為清楚，19.0%認為不清楚，然而有 8.9%的民眾表示不會去注意產品標示是否清楚。其中認為清楚者，以年輕族群、研究所以上學歷者、及上網時間 3-6 小時者較高。而在認為標示不清楚之民眾認為標示不清之項目中以產品規格(37.6%)、產地標示(31.6%)、操作說明(30.8%)的比例較高。

(五) 維修前廠商是否清楚說明故障原因並告知費用

有 77.6%認為清楚，16.5%認為不清楚，其中認為清楚者，以 20-29 歲者、大學學歷者、學生、月收入 4-6 萬元者及上網時間 3-6 小時者認為清楚比例較高。

(六) 送修手機遭遇消費問題

有 81.6%送修手機民眾表示沒有遭遇，而有消費問題主要以維修後仍有故障及維修時間太長為主。

(七) APP 應用程式使用情形

有 53.4%的受訪者有使用 APP 應用程式的經驗，其中 46.2%是下載免費 APP 應用程式，7.2%為下載免費及付費的應用程式。而在 APP 應用程式消費經驗方面，則有 21.8%的民眾有相關的消費經驗，78.2%沒有 APP 應用程式消費經驗。

(八) 下載 APP 應用程式會注意事項

民眾在下載 APP 應用程式時，在收費狀況、更新資訊、需提供存取權項目等，皆有七成以上會注意。而在內容分級及聯絡資訊方面，會注意的比例則未達五成。

(九) 消費爭議處理管道

不論是在「電信服務」、「通訊及周邊產品」或是「APP 應用程式」等方面，民眾所使用的爭議處理管道皆以「繼續找業者」之比例最高。

(十) 建議政府提供保障消費權益之方式

民眾在電信服務方面，希望政府提供保障消費權益之方式以降低電信服務費率(12.6%)、訂定基本使用權益相關法條(10.4%)及提升通訊/連線品質(7.6%)比例較高。在通訊及周邊產品方面，以訂定基本使用權益相關法條(7.1%)、延長保固期(5.2%)及訂立廠商標準規範(4.5%)之比例較高。最後，在 APP 產業方面，以訂定基本使用權益相關法條(10.5%)、加強標示消費者需注意事項(9.5%)、提供 7 天鑑賞期(5.9%)及加強宣導消費者使用權益(5.7%)之比例較高。

第二節 研究建議

本次調查針對電信服務、通訊及周邊產品、APP 產業三項主題，分別就各主題之消費意識及消費行為等面向，結合量化與質化的調查，依據調查發現，分為行政監督、消費者教育及整體性建議等面向之建議。

一、行政監督方面

(一) 應加強督導企業經營者主動履行電信服務相關契約責任及維護弱勢者權益

1. 根據調查結果顯示，受訪者在「電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短給予補償或提供等值服務」、「手機門號提前解約的違約金，應按照使用期間的長短減少違約金」及「申辦手機門號行動上網服務時，業者需要提供 7 天試用期的服務」方面之清楚程度未達五成，而這些亦屬業者應遵守的契約責任，業者應主動履行，不宜被動等待消費者去主張。故主管機關應加強督導業者主動履行企業責任。
2. 受訪者對「在購買手機或電池、耳機、行動電源這類型的商品時，應該要注意商品的標示清楚及外觀無破損」及「APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額」之同意程度極高，故主管機關應督促業者提供商品之應標示清楚及外觀無破損，及 APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額。
3. 有關數據傳輸超額收費之「帳單恐慌」問題，建議主管機關與業者研擬適當之數據傳輸用量提醒方式。可參考本研究焦點團體座談學者專家建議，針對 3G 行動上網數據用量提醒方面應朝更具即時性之數據提供為原則，並且應評估在傳輸用量到達時，業者主動進行速率減速、停止提供數據服務或通知用戶加購數據傳輸用量服務之可行性等，以減少消費者發生帳單恐慌之問題。
4. 另應督導業者，若門市人員遇到隻身前來申辦服務的長者，應給予詳盡解說確保長者確實理解租約內容外，亦可採用委婉的語句，建議長者與其他家屬共同前來協助。

(二) 研議推動不同品牌的手機或電腦的電池、行動電源等周邊商品之規格相容

本項問題的調查結果，有 79.7% 受訪者表示同意，表示大部分的受訪者對不同電信品牌有些周邊設備無法相容問題產生困擾。此外，無法相容問題亦會造成資源的重複浪費且增加消費者的購買支出，對環境資源及消費者並不有利，故主管機關應依本調查結果，據以加強研議及推動不同品牌電池、行動電源等周邊商品之規格可相容性。

(三) 督促企業經營者加強維護手機通話品質及上網連線品質

通話品質不良及連線品質不佳等仍為消費者主要遭遇之消費問題，建議主管機關定期要求各電信業者進行自我評核，藉以掌握業者營運狀況，以及辦理不定期之通訊及連線品質測試調查，完善電信服務品質監理機制。而針對業者自評結果或主管機關自行辦理之測試結果，可將之公布，做為消費者選擇電信服務業者之參考依據。

(四) 加強通訊及周邊產品進行商品標示抽查作業

本次調查有部分民眾反應通訊及周邊商品之標示不清楚，而不清楚之標示項目以產品規格、產地標示、操作說明等方式所占比例較高。基此，建議由主管機關經濟部通知各縣市政府持續針對通訊及周邊產品進行商品標示抽查作業，檢視商品標示是否符合法規規範，並針對查核結果，藉由記者會、新聞稿發布等方式公布不合規定之產品資訊，提醒消費者通訊及周邊產品存在標示不清問題，以使民眾注意後續在進行消費者，可於購買前查閱產品之相關標示。(四) 加強通訊及周邊產品進行商品標示抽查作業

(五) 協調業者加強提供消費者服務

1. 擬定標準化之維修流程

在手機維修之消費爭議問題方面，本調查中發現手機維修之消費問題以維修後仍有問題及維修時間過長為主，對此，政府部門一方面除了可針對民眾進行宣導教育，提醒消費者在維修時與維修廠商確認故障原因、維修經費或預估之維修時間等資訊外，可與手機製造商、手機代理通路商等業者協調擬定標準化之維修

流程，提供消費者正確資訊，如因維修檢測有消費者需額外支付維修或更換設備費用時，應於處理前詢問消費者維修意願，降低通訊周邊產品維修爭議。

2. 提供消費者便利之查詢、變更服務

焦點座談會議中有專家提出消費者欲以客服電話取得消費者申辦資料時，需經過很多層的轉接及確認，對於消費者來說相當不便，建議主管機關可督導業者加強提供便利之實體電話客服或虛擬之網路平台供消費者運用。

(六) 有關 APP 應用程式部分

1. 要求 APP 應用程式平台業者審查 APP 開發人員聯絡資訊並進行抽測

在下載 APP 應用程式時會注意之資訊中，有二成六的使用者會注意開發人員之聯絡資訊。考量使用習性多係於下載後遭遇問題才會尋找開發人員聯絡資訊，因此應關注開發人員聯絡資訊之清楚度及完整度，避免，可請主管機關要求應用程式平台業者審查上架之 APP 應用程式提供如電子郵件、聯絡電話、官方網站等可供使用者聯繫之管道。其次，可針對各系統平台之熱門 APP 應用程式進行抽查測試，確認應用程式開發人員提供正確聯絡管道並且有實際回應使用者問題之作為，以確保使用者在遭遇消費及使用問題時擁有應用程式開發商詢問之管道。

2. 與平台業者協調 APP 應用程式消費之確認機制

針對 APP 應用程式平台方面，可與平台業者協調 APP 應用程式消費(包括 In-APP Purchase)之確認機制，諸如增加確認次數、付費項目提醒等，亦可與業者協調在消費後，由系統顯示鑑賞剩餘時間等服務，建立符合消費者操作便利性及保障消費權益之付費操作流程。

3. 針對 APP 應用程式之消費爭議處理方式製作簡易之流程圖

在 APP 應用程式之相關消費爭議方面，根據調查結果，目前曾因使用 APP 應用程式而產生消費爭議之事件尚未嚴重，此一結果與澳洲所執行相關調查相近。然而，學者專家指出 APP 應用程式屬於小額消費，因此可能導致民眾不願花費過多心力爭取相關消費權益。基此，建議可針對 APP 應用程式之消費爭議

處理方式製作簡易之流程圖，提供遭遇 APP 應用程式消費問題之消費者明確之處理流程，降低消費者處理消費爭議所需花費之勞力心力。其次，可參考食安議題爭取消費權益之方式，協助消費者保護團體辦理團體訴訟方式，權益受損之民眾可經由消費者保護團體代理求償事宜。

4. 發布 APP 應用程式使用條款內不得記載事項

根據調查結果，有部分民眾在下載 APP 應用程式時不會注意相關之使用說明。對此，可請主管機關即時更新並參考國際方面發布 APP 應用程式使用條款內不得記載事項，確保使用條款未含不利消費者之內容存在。

二、在消費者教育部分

(一) 加強對消費意識較低族群及偏遠地區之消費者教育

1. 消費意識較低的族群（65 歲以上、國小以下、非五都居民、農林漁牧業工作者及無業/待業/退休/家管者、及沒有在上網者），可能是受到生活習慣或能力的影響，不會使用手機及上網或沒有需求，或是由他人代買手機或送修等，故未能接獲相關訊息。故主管機關應特別針對這一族群加強宣導，並建議設計更為淺顯易懂之文宣內容，讓消費者容瞭易瞭解（如標示內容），以提升其消費意識，於權益受侵害時能主張其權益。
2. 調查顯示，在東部及離島地區者之消費意識認知度略低，因此在提升各地區民眾之消費者意識方面，可透過地方行政資源注入宣導資源，考量東部地區及離島地區之地理特性，如透過村里長機制進行家戶宣導或地方行政機關放置便於民眾取閱之宣導單張等，可有效達到資消費訊擴散之效果。

(二) 加強電信服務相關定型化契約或法令之消費者教育

依調查結果顯示，對於涉及法令或專業的題項時，消費意識會較低，推測民眾對相關法令規定較不易理解或接觸到足夠的資訊，因此建議主管機關能就電信服務涉及消費者權益的法令規定，利用多種管道傳送給不同消費族群，以提升整體的消費意識。如可就民眾申租電信服務時所注意事項進行整理（諸如透過 FAQ、或宣導單張等方式），以條列式呈現各消費權益事項，藉以讓民眾快速且清楚進行電信服務消費時需注意之消費權益。

(三) APP 產業消費者教育宣導的重點

1. 本調查詢問有關誤買 APP 應用程式者，多以太快點選及因小孩或他人使用而不小心購買者占多數，因此，向民眾宣導注意不要將個人帳號密碼或信用卡資料設為自動儲存；提供手機作業系統設定操作說明，指引消費者關閉手機內容易產生消費問題的儲存項目，以及建議消費者關閉帳號密碼自動儲存功能，以有效減少誤買行為產生。另建議政府部門可針對受理消費爭議個案進行整理，透過案例說明提醒因使用自動儲存可能產生的消費問題，由消費者權衡自動儲存之便利性及相對面臨之風險。
2. 考量電信服務及 APP 產業等為新興之消費模式，對 65 歲以上之年長者可能在資訊接收、吸收速度較慢，主管機關可以宣導鼓勵由家屬陪同協助長者處理電信服務或 APP 應用程式等相關消費，一方面家屬可共同瞭解家中長者所申辦之服務內容、鑑賞時間、違約金、應有之消費權益，其次，日後若有消費爭議，家屬亦可代為處理。
3. 根據調查結果，有六成左右民眾清楚在下載 APP 應用程式前應詳細閱讀使用說明後再進行下載，而仍有部分民眾在下載 APP 應用程式時不會注意相關之使用說明。在學者專家焦點團體座談會議中，亦提及使用說明或使用條款內容過長及具有許多相關專業術語，降低民眾詳閱使用條款之意願，對此，政府部門可透過新聞稿發布、消費資訊說明等方式提醒民眾注意下載 APP 應用程式應注意事項。

(四) 加強辦理企業經營者的消費者教育

針對電信業者服務部分，建議主管機關以行政指導方式，督促各電信業者針對門市及客服人員擬定教育訓練計畫，針對民眾進行電信服務消費時應告知及業者提供資料建立標準作業程序（諸如說明資費計算方式、租約期程、優惠內容及提供申租契約等），確保消費者獲得正確無誤之資訊，以減少日後因認知差異而導致消費糾紛產生。

三、在整體性建議方面

(一) 整合相關消費者保護資訊，提升消費資訊可近性

本次調查透過 CHAID 分析，可以發現教育程度較高者、上網時間較長者之電信服務等相關消費意識認知程度較高。對於資訊蒐集能力較佳者，在電信服務、通訊周邊產品及 APP 應用程式等議題上，如有相關問題可以快速在網際網路中找尋到相關資訊做為參考。相對來說，如民眾未具備高度資訊蒐集能力，則對於電信服務等消費資訊的掌握度則較低。行政院消保處有針對消費者保護之相關作為提供疑難解答、消費資訊、法令規定等提供消費者參考；相關主管機關亦有消費者專區等提供相關消費資訊。而提升消費者接受消費資訊的管道，後續可請主管機關網站內容設計進行資訊整合作業，可參考行政院消費者保護會網站之「消保 Q&A」部分，該網站內容已依照消費類別進行分類，後續可朝消費類別之內容進行分類（可依照主要遇到的消費問題如合約、服務、收費等進一步分類），並依照內容建立相關連結資訊（如法規基礎、主管機關資訊、業者客服專線、消費者專線等），提供整合性之資訊。而消保會網站中，後續可將主管機關建立之消費者保護資訊與消保處業務進行整合，提供消費者獲得消費資訊的「一站式服務(one stop service)」，增加消費資訊之可近性。

而針對無上網行為者，則可透過手機簡訊並輔以紙本文宣方式傳送重要之消費資訊。除增強消費者接收消費資訊之管道外，同時亦應考量不同屬性民眾之資訊吸收能力的差異，因此在資訊提供內容方面，應以容易理解之解說方式呈現。

(二) 建立電信服務相關消費爭議處理流程，妥善運用資源

在本次調查消費爭議處理情形中可以發現，民眾在各議題中產生消費爭議時，處理管道仍是繼續與廠商協調為主，可能之原因在於消費者不清楚其他處理管道。而另一方面，學者專家提出消費申訴有多重管道申訴之情形。本調查蒐集之外國經驗，建議可以就電信服務或 APP 應用程式等，提供消費爭議處理之參考流程。根據學者專家意見及國外文獻資料顯示，消費者在遭遇電信服務等問題時，建議先與電信業者之客服部門尋求解決方式，如電信業者之處理結果仍不滿意時，再向政府部門或消費者保護團體進行爭議申訴。

(三) 保障電信服務消費者權益之政策方向

依受訪者之建議，在電信服務方面，希望政府降低電信服務費率(12.6%)、訂定基本使用權益相關法條(10.4%)及提升通訊/連線品質(7.6%)比例較高；在通訊及周邊產品方面，以訂定基本使用權益相關法條(7.1%)、延長保固期(5.2%)及訂立廠商標準規範(4.5%)之比例較高。最後，在 APP 產業方面，以訂定基本使用權益相關法條(10.5%)、加強標示消費者需注意事項(9.5%)、提供 7 天鑑賞期(5.9%)及加強宣導消費者使用權益(5.7%)之比例較高。故建議政府相關主管機關再重新檢視修訂各相關電信商品及服務的法規，加強消費者權益的維護，再根據受訪者所重視的其他議題如延長保固期、標示消費者需注意事項、APP 應用程式品質及鑑賞期等等，加強推動各項保護電信消費者的措施，及督導企業經營者配合執行，並提升其服務水準及完善服務流程。

參考文獻

- 公平交易委員會(2014)。公平交易委員會新聞資料。取自公平交易委員會網站：
<http://www.ftc.gov.tw/internet/main/doc/docDetail.aspx?uid=126&docid=13606>.
- 公平交易委員會(2014)。公平交易委員會新聞資料。取自公平交易委員會網站：
<http://www.ftc.gov.tw/internet/main/doc/docDetail.aspx?uid=126&docid=13504>.
- 行政院消費者保護處(2014)。消費者政策在兼顧消費者、企業經營者及社會整體的福祉。消費者保護研究，18，201-206。
- 何展旭(2011)。APP 網路交易適用消保法爭議之分析。取自財團法人國家政策研究基金會：<http://www.npf.org.tw/post/3/9491>.
- 林翰容(2013)。APP 應用程式軟體相關法律問題研究。東吳大學法律系碩士論文，未出版。
- 邱家宜(2006)。從英美傳播管制經驗思考台灣 NCC 的制度與使命。廣播與電視，26，1-28。
- 洪聖新(2010)。數位匯流下台灣第四代行動通訊發展—演化及系統思考觀點，高雄國立高雄大學亞太工商管理學系碩士班，碩士論文。
- 消費者文教基金會(2013)。改善 3G 品質 網路建設才是根本之道。取自：
<http://www.consumers.org.tw/unit412.aspx?id=1650>
- 章忠信(2012)。Google 有權拒絕提供七日鑑賞期，取自：
<http://www.copyrightnote.org/crnote/bbs.php?board=2&act=read&id=274>
- 黃宏全、陳星宏(2002)。消費者保護法部分條文修正草案簡介。消費者保護研究，8，273-298。
- 蕭巧玲(1996)。美國消費者保護簡介。消費者保護研究，2，265-283。

ACCC (2014) *ACCC telecommunications report 2012-13*. Retrieved from http://www.accc.gov.au/system/files/814_ACCC%20Telecommunications%20reports%202012%20C%20AD13%20Div%2011%20and%20Div%2012.pdf。瀏覽日期：2014.09.26。

Australia Consumer Law (n.d.) *Resources for Consumers*. Retrieved from http://www.consumerlaw.gov.au/content/Content.aspx?doc=acl_resources/-resources_consumer.htm。瀏覽日期：2014.09.26。

Commonwealth Consumer Affairs Advisory Council (2013) *App purchases by Australian consumers on mobile and handheld devices*. Retrieved from <http://ccaac.gov.au/2013/07/19/app-purchases-by-australian-consumers-on-mobile-and-handheld-devices>。瀏覽日期：2014.09.24。

Communication Consumer Panel (2013) *Going round in circles? The consumer experience of dealing with problems with communications services*. Retrieved from <http://www.communicationsconsumerpanel.org.uk/going-round-in-circles/going-round-in-circles>。瀏覽日期：2014.10.15。

Gartner (2013) *Gartner Says Mobile App Stores Will See Annual Downloads Reach 102 Billion in 2013*. Retrieved from <http://www.gartner.com/newsroom/id/2592315>。瀏覽日期：2014.08.03。

OFCOM (n.d.) *Consumer Complaints Guides*. Retrieved from <http://consumers.ofcom.org.uk/files/2009/09/complain.pdf>。瀏覽日期：2014.10.13。

OFCOM (n.d.) *statutory duties-and regulatory principles*. Retrieved from <http://www.ofcom.org.uk/about/what-is-ofcom/statutory-duties-and-regulatory-principles/>。瀏覽日期：2014.09.13。

OFCOM (n.d.) *What is Ofcom?Ofcom is the communications regulator*. Retrieved from <http://www.ofcom.org.uk/about/what-is-ofcom/>。瀏覽日期：2014.10.13。

Ombudsman Service (n.d.) *About the Ombudsman*. Retrieved from <http://www.ombudsman-services.org/communications.html>。瀏覽日期：2014.10.15

Telecommunications Industry Ombudsman(n. d.)*The Year in Review 2013-2014*.

Retrieved from http://www.tio.com.au/__data/assets/pdf_file/0006/158964/TIO-complaints-the-year-in-review-2013-14_WEB.pdf. 瀏覽日期：
2014.10.15。

The Australian Consumer Law (2012) *Australian Consumers Survey Report 2011*.

Retrieved from http://www.consumerlaw.gov.au/content/consumer_survey/downloads/Australian_Consumer_Survey_Report.pdf. 瀏覽日期：
2014.09.24。

附件一、調查問卷

您好！我是趨勢民調中心的訪問員，我們接受行政院消保處委託，正在進行有關「電信服務及 APP 產業之消費者意識及行為」的電話訪問，耽誤您幾分鐘的時間，請教您幾個簡單的問題。

調查結果只會做整體的統計分析，絕不會將您個人資料洩漏給他人，敬請放心作答，您的意見對我們非常重要，非常謝謝您的配合！

趨勢民意調查公司
查證電話：02-27471331

一、消費者意識題組

首先想請教您一些有關行動通訊的問題

CA1.您知不知道去申辦手機門號行動上網服務時，業者需要提供 7 天鑑賞期的服務？

- (01)非常清楚 (02)還算清楚 (03)不太清楚 (04)非常不清楚
(96)不知道/沒意見 (98)拒答

CA2.您知不知道電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短給予補償或提供等值服務？

- (01)非常清楚 (02)還算清楚 (03)不太清楚 (04)非常不清楚
(96)不知道/沒意見 (98)拒答

CA3.您知不知道手機門號提前解約的違約金，應按照使用期間的長短減少違約金？

- (01)非常清楚 (02)還算清楚 (03)不太清楚 (04)非常不清楚
(96)不知道/沒意見 (98)拒答

CA4.您知不知道手機遺失或遭竊時應即以電話通知電信公司暫停通信，未通知前仍須支付該手機所生之所有電信費用？

- (01)非常清楚 (02)還算清楚 (03)不太清楚 (04)非常不清楚
(96)不知道/沒意見 (98)拒答

CA5.請問您知不知道在下載 APP 應用程式時，應該要詳細閱讀使用說明（如要求您提供的隱私資料、內容分級等）後再進行下載？

- (01)非常清楚 (02)還算清楚 (03)不太清楚 (04)非常不清楚
(96)不知道/沒意見 (98)拒答

CA6.您知不知道在購買手機或電池、耳機、行動電源這類型的商品時，應該要注意商品的標示清楚及外觀無破損？

- (01)非常清楚 (02)還算清楚 (03)不太清楚 (04)非常不清楚
(96)不知道/沒意見 (98)拒答

CA7.您知不知道購買下載 APP 應用程式時，應避免將帳號、密碼或信用卡資料於手機或電腦中設定為自動儲存功能，以免日後誤觸產生購買行為？

- (01)非常清楚 (02)還算清楚 (03)不太清楚 (04)非常不清楚
(96)不知道/沒意見 (98)拒答

CA8.您同意，不同品牌的手機或電腦的電池、行動電源等周邊商品之規格應可相容（即電池等可以互相通用）嗎？

- (01)非常同意 (02)還算同意 (03)不太同意 (04)非常不同意
(96)不知道/沒意見 (98)拒答

CA9.請問您贊不贊成「電信業者應該在電話費或傳輸費使用到一定程度時，主動提醒用戶」？

- (01)非常贊成 (02)還算贊成 (03)不太贊成 (04)非常不贊成
(96)不知道/沒意見 (98)拒答

CA10.請問您同不同意「APP 應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額」？

- (01)非常同意 (02)還算同意 (03)不太同意 (04)非常不同意
(96)不知道/沒意見 (98)拒答

二、電信服務之消費者行為題組

接下來，我們想請教您一些有關使用電信服務的問題

A1-1.請問您目前是否有在使用手機？【有者續問，請問您是使用傳統手機還是智慧型手機？】

- (01)有，傳統手機（不可上網） (02)有，智慧型手機
(03)沒有

A1-2.請問您主要使用的門號是哪一家電信業者？

- (01)中華電信 (02)台灣大哥大
(03)台灣之星 (04)亞太電信
(05)遠傳電信 (90)其他（請記錄）
(98)不知道/拒答

A1-3. 請問您使用行動上網最主要的目的是？（複選）

- (01)社交 (02)瀏覽網頁
(03)行動購物及訂票 (04)行動付款
(05)收發郵件、簡訊 (06)影音娛樂
(07)玩 APP 遊戲或線上遊戲 (94)其他（請記錄）
(96)不知道/沒意見 (98)拒答

A2.請問過去一年內，您在使用行動電信服務時，有沒有遇過什麼問題？（不提示，可複選）

- (01)通話斷訊（通話過程會斷線）
- (02)通話品質不佳（聲音忽大忽小、突然沒聲音等）
- (03)網路速度不穩定
- (04)帳單錯誤（計費/資費）
- (05)門號租約問題（退租/違約/停話/斷話）
- (06)未告知便加值服務收費（如來電鈴聲、影音圖片下載等）
- (07)廣告不實（如資費方案、速率差異等）
- (08)電話/簡訊詐騙
- (09)資費不合理
- (10)詐騙電話或簡訊
- (11)國際漫遊費用過高
- (12)電信帳單不合理或有誤
- (90)沒遇過問題（跳問 A4）
- (94)其他
- (96)不知道/沒意見
- (98)拒答

A3-1.請問您是否曾經因為[A2 選項]問題無法解決，而與電信業者發生消費爭議？

- (01)是（續問 A3-2）
- (02)否（跳問 A4）
- (98)拒答（跳問 A4）

A3_2.請問您是透過何種管道去處理消費爭議？（不提示，可複選）

- (01)消費者服務中心
- (02)1950 消保專線
- (03)消基會（或其他消費者保護團體）
- (04)新聞媒體
- (05)繼續找業者
- (90)沒有處理
- (94)其他（請記錄）
- (96)不知道/沒意見
- (98)拒答

A4. 請問您認為政府可以透過何種方式保障消費者在使用電信服務時的權益？（不提示，可複選）

- (94)其他（請訪員記錄）
- (98)拒答

三、通訊及周邊產品之消費者行為題組

B1-1.請問過去一年內，您是否曾經購買過手機、周邊產品（如行動電源、電池）或耳機等配件【有者續問】請問您購買的周邊產品是？（複選）

- (01)有，手機
- (02)有，行動電源
- (03)有，周邊配件（手機電池/耳機等）
- (04)有，平版電腦
- (94)其他（請記錄）
- (96)沒有（跳答 B3）

B1-2. 您在最近 1 年內所購買之行動通訊周邊商品（如電池、耳機等），其本身（非您使用問題）曾發生那些問題？

- (01)新品瑕疵
- (02)功能異常或故障
- (03)保固糾紛
- (04)舊品當新品販售
- (05)標示不清或不實
- (94)其他（請記錄）
- (96)不知道/沒意見
- (98)拒答

B2-1.就您購買行動通訊周邊產品的經驗，您認為行動通訊周邊產品所標示的資訊(如廠商資訊、產地、規格、製造日期等)清不清楚？

- (01)非常清楚 (02)還算清楚 (03)不太清楚 (04)非常不清楚
(90)沒有在注意 (96)不知道/沒意見 (98)拒答

回答不清楚者續問 B2-2 其餘跳答 B3-1

B2-2.請問您認為標示不清楚的項目是？(複選)

- (01)廠商資訊 (02)產地標示 (03)產品規格
(04)製造日期 (05)操作說明 (06)注意事項
(94)其他(請記錄) (98)拒答

B3-1.請問過去一年內，您是否曾經有送修手機的經驗？

- (01)有 (02)沒有

回答有者續問 B3-2 其餘跳答 B4

B3-2.請問廠商在維修前，是否有清楚說明故障原因並告知維修費用？

- (01)非常清楚 (02)還算清楚 (03)不太清楚 (04)非常不清楚
(96)不知道/沒意見 (98)拒答

B3-3.請問您在送修手機時，有遭遇什麼問題？(不提示，可複選)

- (01)維修時間太長 (02)收費高於報價
(03)人為/非人為判斷爭議 (04)商品維修後仍有故障問題
(05)無法與製造商取得聯繫 (06)手機被調包
(07)手機內部資料遭竊 (91)都沒有問題(跳問 B4 題組)
(94)其他(請記錄) (96)不知道(跳問 B4 題組)
(98)拒答(跳問 B4 題組)

B3-4.請問您是否曾經因為[B3-3 選項]的問題無法解決，而發生消費爭議？

- (01)是(續問 B3-5) (02)否(跳問 B4)
(98)拒答(跳問 B4)

B3-5.請問您是透過何種管道去處理消費爭議？(不提示，可複選)

- (01)消費者服務中心 (02)1950 消保專線
(03)消基會(或其他消費者保護團體)
(04)新聞媒體 (05)繼續找業者
(90)沒有處理 (94)其他(請記錄)
(96)不知道/沒意見 (98)拒答

B4.請問您認為政府可以透過何種方式保障消費者在購買或維修行動通訊周邊產品時的權益？

- (94)其他(請記錄) (98)拒答

四、APP 應用程式之消費者行為題組

接下來想請教您一些有關 APP 應用程式的問題

C1-1. 請問過去一年內，您是否曾經透過手機或平板電腦，下載 APP 應用程式？

【有者續問】 請問您下載的 APP 應用程式是否需要付費？

- (01) 有，下載免費 APP 應用程式（續問 C1-2）
- (02) 有，下載付費 APP 應用程式（續問 C1-2）
- (03) 有，免費及付費 APP 應用程式都有下載過（續問 C1-2）
- (04) 沒有（跳問 D 題組）

C1-2. 請問過去一年內，您是否曾經有在 APP 應用程式中消費(IAP)(如購買 APP 應用程式內的加值服務、購買線上遊戲錢幣或虛擬寶物等)的經驗？

- (01) 有
- (02) 沒有

C2-1. 請問您是否有過不小心購買 APP 應用程式或是不小心在 APP 內消費的經驗？

- (01) 有，不小心購買 APP 應用程式（續問 C2-2）
- (01) 有，不小心使用到 APP 內消費（續問 C2-2）
- (03) 沒有

C2-2. 請問是什麼原因導致您不小心購買到該商品？

- (01) 太快點選確認
- (02) 小孩或其他人不小心點選
- (03) 購物時不用密碼（系統預設購物方便期）
- (04) 帳號遭到盜用
- (94) 其他（請記錄）
- (96) 不知道/沒意見
- (98) 拒答

C2-3. 請問您當時如何處理不小心購買到的商品？

- (01) 聯絡行動通訊購物平台（Google Play、App Store 等）業者辦理退款
- (02) 聯絡應用程式廠商要求退款
- (90) 沒做任何處理
- (94) 其他（請記錄）
- (96) 不知道/忘記了
- (98) 拒答

C3. 以下我會唸出幾個下載 APP 應用程式會看到的資訊，請您告訴我您平常下載時有在注意的項目有哪些？（提示選項，可複選）

- (01) 收費狀況（免費或付費）
- (02) 應用程式內購買
- (03) 應用程式評分
- (04) 下載人次
- (05) 內容分級
- (06) 開發人員聯絡資訊
- (07) 需提供的存取權項目（如電話資料、wifi、相片檔案等）
- (08) 更新資訊
- (94) 其他（請記錄）
- (96) 不知道/沒意見
- (98) 拒答

C5-1.請問您是否有因使用 APP 應用程式或購買應用程式而產生消費糾紛？

- (01)有 (02)沒有 (跳問 C6)

C5-2.請問您發生消費爭議的原因為何？

- (01)下載 APP 後額外加值費用 (02)說明與實際內容不符 (廣告不實)
(03)功能不符所需 (04)購買商品但沒有收到
(05)購買的內容與宣稱內容不符 (06)APP 帳號無法登入/被封鎖
(07)退費被拒絕 (08)廣告太多
(09)要求提供不必要的個人資料
(94)其他 (請記錄) (98)拒答

C5-3.請問您是透過何種管道去處理消費爭議？

- (01)消保官 (02)1950 專線 (03)消基會 (或其他消費者保護團體)
(04)新聞媒體 (05)直接找廠商
(06)業者或民間團體建置之線上爭議解決機制(ODR)
(94)其他 (請記錄) (91)沒有處理

C6.請問您認為政府可以透過何種方式保障消費者在購買或使用 APP 產品的權益？

- (94)其他 (請記錄) (98)拒答

五、基本資料

S1.請問您目前是住在哪一個縣市？

- (01)新北市 (02)台北市 (03)台中市 (04)台南市 (05)高雄市
(06)宜蘭縣 (07)桃園縣 (08)新竹縣 (09)苗栗縣 (10)彰化縣
(11)南投縣 (12)雲林縣 (13)嘉義縣 (14)屏東縣 (15)臺東縣
(16)花蓮縣 (17)澎湖縣 (18)基隆市 (19)新竹市 (20)嘉義市
(21)金門縣 (22)連江縣 (98)拒答【中止訪問】

S2.請問您今年大約幾歲？

- (01)13-19 歲 (02)20-29 歲 (03)30-39 歲 (04)40-49 歲
(05)50-59 歲 (06)60-69 歲 (12)70 歲以上 (96)拒答

S3.請問您的教育程度？

- (01)國小以下 (02)國初中 (03)高中職 (04)大專
(05)研究所以上 (96)拒答

S4.請問您的職業是？

- (01)企業老闆、行政主管與經理人員 (02)小企業老闆或自營商店主
(03)專業人員 (04)教師
(05)技術人員或助理專業人員 (06)事務工作人員
(07)服務工作人員及售貨員 (08)農林漁牧工作人員

- (09)體力技術工
- (11)非技術工及體力工
- (13)家庭主婦
- (15)退休
- (94)其他（請紀錄）

- (10)機械設備操作工及組裝
- (12)軍警人員
- (14)學生
- (16)無業/找工作中
- (98)未回答

S5.請問您每天平均上網的時間？

- (01)不到 1 小時
- (02)1-2 小時
- (03)2-3 小時
- (04)3-4 小時
- (05)4-5 小時
- (06)5-6 小時
- (07)6-7 小時
- (08)7-8 小時
- (09)8-9 小時
- (10)超過 10 小時
- (94)沒有上網
- (96)拒答

S6.請問您個人平均一個月的收入大約是多少？

_____元

S7.性別（訪員自行填寫）？

- (01)男性
- (02)女性

我們的訪問就到這邊結束，非常感謝您接受我們的訪問！

附件二、統計結果表

附表1 知道去申辦新的手機門號或行動上網服務時，業者需要提供7天鑑賞期的服務

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	2118	27.4	7.4	20.0	71.7	40.1	31.7	0.9
區域別								
北部地區	904	28.5	7.3	21.2	70.6	39.4	31.2	0.9
中部地區	457	25.1	8.5	16.6	74.1	40.8	33.3	0.8
南部地區	643	27.8	6.7	21.1	71.4	40.7	30.7	0.8
東部及離島地區	115	25.1	8.2	16.9	73.7	39.9	33.8	1.2
居住地								
新北市	359	27.7	7.1	20.6	70.7	38.6	32.2	1.6
台北市	243	31.3	11.1	20.2	68.7	39.0	29.7	0.0
台中市	242	21.8	6.8	15.0	77.2	44.5	32.7	1.0
台南市	172	31.6	7.8	23.8	67.4	40.3	27.1	1.1
高雄市	254	28.6	7.1	21.5	71.4	40.0	31.4	0.0
宜蘭縣	42	27.2	10.7	16.5	69.7	30.0	39.7	3.1
桃園縣	183	29.0	5.4	23.6	70.3	35.3	34.9	0.7
新竹縣	46	22.5	5.7	16.8	76.0	42.3	33.7	1.6
苗栗縣	51	37.2	11.0	26.2	62.8	37.5	25.3	0.0
彰化縣	117	24.8	8.6	16.2	74.0	40.8	33.2	1.2
南投縣	47	29.8	14.8	15.0	70.2	25.0	45.3	0.0
雲林縣	65	17.1	2.2	14.9	79.6	39.9	39.7	3.3
嘉義縣	49	20.9	3.0	18.0	77.8	57.4	20.4	1.2
屏東縣	79	23.9	9.0	14.9	75.0	39.1	35.9	1.1
臺東縣	21	27.3	6.5	20.8	72.7	47.1	25.5	0.0
花蓮縣	30	20.9	6.2	14.8	79.1	49.9	29.2	0.0
澎湖縣	9	24.4	5.1	19.3	75.6	41.3	34.3	0.0
基隆市	35	36.7	0.0	36.7	63.3	46.2	17.1	0.0
新竹市	37	16.5	1.9	14.7	83.5	58.6	24.8	0.0
嘉義市	24	47.3	7.5	39.8	52.7	24.3	28.4	0.0
金門縣	12	24.1	10.3	13.8	75.9	36.4	39.4	0.0
連江縣	1	33.4	3.7	29.7	64.6	38.2	26.4	2.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05，**p<0.01，***p<0.001。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表1-1 知道去申辦新的手機門號或行動上網服務時，業者需要提供7天鑑賞期的服務

單位：人；%

	樣本數	計			計	不太清楚		非常不清楚	未表態
		計	非常清楚	還算清楚		計	不太清楚		
合計	2118	27.4	7.4	20.0	71.7	40.1	31.7	0.9	
都會區									
五都	1270	28.0	7.9	20.1	71.2	40.3	30.9	0.8	
非五都	848	26.5	6.7	19.8	72.5	39.8	32.7	1.0	
性別									
男性	1051	29.6	8.0	21.6	69.7	38.7	31.0	0.7	
女性	1067	25.2	6.9	18.3	73.7	41.4	32.3	1.1	
年齡	a								
13~19歲	211	27.5	4.6	22.8	71.9	45.1	26.9	0.6	
20~29歲	328	39.3	10.6	28.7	60.7	32.6	28.1	0.0	
30~39歲	402	30.9	11.7	19.2	68.1	39.2	28.9	1.0	
40~49歲	375	27.2	6.6	20.7	71.8	40.2	31.6	1.0	
50~59歲	370	27.4	7.2	20.1	71.9	41.4	30.5	0.8	
60~64歲	147	21.2	5.8	15.4	77.3	39.5	37.8	1.5	
65歲以上	281	12.3	2.2	10.1	86.2	45.2	41.0	1.6	
拒答	4	0.0	0.0	0.0	100.0	25.3	74.7	0.0	
教育程度	a								
國小以下	191	8.2	1.0	7.2	89.9	48.4	41.5	1.9	
國初中	236	18.5	2.9	15.6	80.6	44.4	36.2	0.9	
高中職	632	25.6	6.1	19.6	73.0	43.4	29.6	1.3	
大專	906	33.6	10.7	23.0	66.0	36.7	29.2	0.4	
研究所以上	145	36.6	9.3	27.3	62.9	30.2	32.7	0.5	
拒答	8	10.1	0.0	10.1	89.9	12.5	77.4	0.0	
職業	a								
自營、高階	304	34.6	9.3	25.3	64.6	33.1	31.5	0.8	
軍公教	81	36.0	6.8	29.2	64.0	33.3	30.7	0.0	
基層白領	561	33.3	10.8	22.6	66.3	36.0	30.3	0.3	
基層藍領	172	24.4	6.2	18.2	75.5	49.3	26.3	0.0	
農林漁牧業	57	9.6	4.4	5.1	87.3	37.6	49.7	3.2	
學生	288	31.0	6.6	24.4	68.6	41.3	27.3	0.4	
無業/待業/退休/家管	625	17.8	4.4	13.4	80.4	45.4	35.0	1.8	
其他	7	64.2	25.1	39.2	35.8	8.6	27.1	0.0	
拒答	24	26.7	7.7	19.0	73.3	43.3	30.0	0.0	

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05，**p<0.01，***p<0.001。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表1-2 知道去申辦新的手機門號或行動上網服務時，業者需要提供7天鑑賞期的服務

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	2118	27.4	7.4	20.0	71.7	40.1	31.7	0.9
個人平均月收入 ***								
不到2萬元	835	21.5	4.3	17.3	77.5	43.6	33.9	0.9
2萬元不到4萬元	596	29.4	8.9	20.5	69.9	41.6	28.3	0.7
4萬元不到6萬元	334	30.5	8.1	22.4	68.5	36.8	31.7	1.0
6萬元不到8萬元	96	41.9	13.8	28.1	58.1	28.7	29.4	0.0
8萬元不到10萬元	36	34.9	14.8	20.1	65.1	22.4	42.8	0.0
10萬元以上	62	39.0	14.9	24.2	61.0	29.7	31.3	0.0
拒答	159	28.9	8.7	20.2	69.4	37.9	31.5	1.7
每日上網時間 a		0.0						
不到1小時	291	32.4	6.8	25.6	66.2	38.6	27.5	1.4
1-3小時	675	29.5	5.8	23.6	70.0	40.2	29.8	0.6
3-6小時	453	31.5	11.1	20.4	68.0	39.5	28.5	0.5
6-9小時	145	34.4	11.9	22.5	64.9	33.0	31.8	0.7
超過10小時	122	32.6	14.0	18.6	67.4	31.4	36.0	0.0
沒有在上網	418	11.6	3.0	8.7	86.7	45.9	40.8	1.7
拒答	15	41.6	8.3	33.4	58.4	58.4	0.0	0.0
電信業者別								
中華電信	1032	29.7	8.0	21.7	69.6	39.7	29.9	0.0
台灣大哥大	456	28.2	8.4	19.8	71.2	39.4	31.8	0.6
台灣之星	22	29.3	13.9	15.4	70.7	36.1	34.6	0.0
亞太電信	33	34.5	6.6	27.9	65.5	36.0	29.5	0.0
遠傳電信	387	26.5	7.5	19.0	72.7	44.8	27.9	0.8
其他電信業者	5	17.8	0.0	17.8	82.2	74.1	8.1	0.0
不知道/拒答	25	12.6	2.8	9.8	87.4	34.3	53.1	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表2 知道電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短給予補償或提供等值服務

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	2118	24.6	5.7	18.9	74.7	36.0	38.7	0.7
區域別 **								
北部地區	904	28.4	7.6	20.8	71.3	35.3	36.0	0.3
中部地區	457	22.5	4.2	18.3	76.4	32.5	43.9	1.1
南部地區	643	21.0	4.0	17.0	78.2	39.9	38.3	0.8
東部及離島地區	115	24.2	6.7	17.5	74.9	32.9	42.0	0.9
居住地								
新北市	359	30.3	8.1	22.2	69.2	33.8	35.4	0.5
台北市	243	28.5	8.7	19.9	71.5	35.4	36.1	0.0
台中市	242	24.3	3.9	20.4	75.2	33.1	42.1	0.4
台南市	172	20.9	4.2	16.7	78.5	42.1	36.4	0.6
高雄市	254	25.2	4.5	20.7	74.8	34.0	40.7	0.0
宜蘭縣	42	24.4	8.2	16.2	73.2	32.0	41.1	2.4
桃園縣	183	26.7	6.6	20.1	72.6	36.0	36.6	0.7
新竹縣	46	25.2	7.1	18.2	74.8	38.6	36.2	0.0
苗栗縣	51	24.4	9.6	14.8	75.6	32.0	43.7	0.0
彰化縣	117	18.8	2.5	16.3	78.8	29.6	49.2	2.4
南投縣	47	20.3	4.3	16.0	76.9	36.8	40.2	2.8
雲林縣	65	15.5	2.5	13.1	79.9	44.6	35.3	4.6
嘉義縣	49	23.3	3.0	20.3	74.1	44.6	29.6	2.6
屏東縣	79	9.6	2.7	6.8	90.4	47.0	43.5	0.0
臺東縣	21	16.0	5.4	10.6	84.0	35.3	48.7	0.0
花蓮縣	30	29.0	7.7	21.3	71.0	36.8	34.2	0.0
澎湖縣	9	23.7	4.0	19.7	76.3	30.7	45.6	0.0
基隆市	35	25.3	3.5	21.8	74.7	51.0	23.7	0.0
新竹市	37	23.8	5.6	18.1	76.2	27.6	48.6	0.0
嘉義市	24	23.8	6.4	17.4	76.2	41.2	35.0	0.0
金門縣	12	28.0	4.2	23.7	72.0	21.6	50.4	0.0
連江縣	1	7.3	0.0	7.3	90.7	52.8	37.9	2.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表2-1 知道電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短
給予補償或提供等值服務

單位：人；%

	樣本數	計			計	不太清楚		非常不清楚	未表態
		計	非常清楚	還算清楚		計	不太清楚		
合計	2118	24.6	5.7	18.9	74.7	36.0	38.7	0.7	
都會區 *									
五都	1270	26.5	6.2	20.4	73.1	35.1	38.0	0.3	
非五都	848	21.8	5.1	16.7	77.0	37.2	39.7	1.3	
性別 *									
男性	1051	27.6	6.3	21.3	71.6	34.9	36.6	0.9	
女性	1067	21.8	5.2	16.6	77.7	37.0	40.7	0.5	
年齡 a									
13~19歲	211	23.5	3.4	20.1	75.9	36.0	39.8	0.6	
20~29歲	328	28.9	6.2	22.7	71.1	31.3	39.8	0.0	
30~39歲	402	30.5	8.8	21.6	69.2	32.1	37.1	0.3	
40~49歲	375	25.8	5.8	20.0	73.9	38.3	35.6	0.3	
50~59歲	370	27.6	6.4	21.3	71.4	37.5	33.8	1.0	
60~64歲	147	19.1	4.0	15.1	80.4	36.4	44.0	0.5	
65歲以上	281	9.9	2.6	7.3	87.8	41.7	46.1	2.3	
拒答	4	0.0	0.0	0.0	100.0	25.3	74.7	0.0	
教育程度 a									
國小以下	191	6.2	2.3	3.9	90.6	44.0	46.6	3.2	
國初中	236	16.8	3.7	13.1	81.4	39.2	42.2	1.8	
高中職	632	20.3	4.3	16.0	79.0	40.3	38.7	0.7	
大專	906	33.6	8.0	25.6	66.4	31.0	35.4	0.0	
研究所以上	145	25.7	6.3	19.4	74.3	31.7	42.6	0.0	
拒答	8	10.1	0.0	10.1	89.9	48.2	41.7	0.0	
職業 a									
自營、高階	304	34.9	8.3	26.5	65.1	28.8	36.3	0.0	
軍公教	81	23.6	6.4	17.1	76.4	38.0	38.4	0.0	
基層白領	561	31.9	8.1	23.8	68.1	31.1	37.0	0.0	
基層藍領	172	15.2	2.8	12.4	83.6	48.8	34.7	1.2	
農林漁牧業	57	10.0	7.1	3.0	85.3	42.2	43.0	4.7	
學生	288	24.2	3.6	20.5	75.4	34.9	40.5	0.4	
無業/待業/退休/家管	625	17.5	4.2	13.3	81.1	39.9	41.2	1.4	
其他	7	10.0	0.0	10.0	90.0	50.5	39.5	0.0	
拒答	24	27.0	0.0	27.0	73.0	33.3	39.7	0.0	

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表2-2 知道電信業者如果連續斷訊一段時間的話，應該按照斷訊時間的長短
給予補償或提供等值服務

單位：人；%

	樣本數	計			計	不太清楚		非常不清楚	未表態
		計	非常清楚	還算清楚		計	不太清楚		
合計	2118	24.6	5.7	18.9	74.7	36.0	38.7	0.7	
個人平均月收入 ***									
不到2萬元	835	18.4	3.5	14.8	80.5	38.1	42.4	1.1	
2萬元不到4萬元	596	27.2	6.5	20.7	72.3	36.9	35.4	0.5	
4萬元不到6萬元	334	31.2	7.6	23.6	68.5	35.1	33.4	0.3	
6萬元不到8萬元	96	36.7	13.2	23.5	63.3	29.0	34.3	0.0	
8萬元不到10萬元	36	24.7	4.0	20.7	75.3	28.9	46.4	0.0	
10萬元以上	62	29.1	8.4	20.7	70.9	28.3	42.6	0.0	
拒答	159	25.1	5.3	19.8	74.0	32.1	41.9	0.9	
每日上網時間 a									
不到1小時	291	21.5	5.9	15.6	77.5	39.7	37.9	0.9	
1-3小時	675	27.2	5.8	21.4	72.7	36.7	36.0	0.2	
3-6小時	453	32.5	7.5	24.9	67.5	32.4	35.1	0.0	
6-9小時	145	33.5	6.1	27.5	66.5	27.8	38.7	0.0	
超過10小時	122	28.8	8.6	20.2	71.2	26.1	45.1	0.0	
沒有在上網	418	10.6	2.8	7.8	86.7	40.9	45.9	2.6	
拒答	15	4.7	0.0	4.7	95.3	60.2	35.1	0.0	
電信業者別									
中華電信	1032	25.3	5.7	19.6	74.2	36.8	37.4	0.0	
台灣大哥大	456	26.4	7.6	18.7	73.3	33.8	39.6	0.3	
台灣之星	22	22.3	9.3	13.0	77.7	37.2	40.5	0.0	
亞太電信	33	33.6	7.1	26.5	66.4	21.6	44.8	0.0	
遠傳電信	387	28.5	5.7	22.8	70.9	38.5	32.4	0.6	
其他電信業者	5	0.0	0.0	0.0	100.0	42.9	57.1	0.0	
不知道/拒答	25	7.8	0.0	7.8	92.2	38.7	53.5	0.0	

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表3 知道手機門號提前解約的違約金，應按照使用期間的長短減少違約金

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	2118	47.3	15.8	31.5	51.9	27.9	24.0	0.8
區域別								
北部地區	904	47.1	16.4	30.7	52.1	27.7	24.4	0.8
中部地區	457	47.3	14.8	32.5	52.3	28.6	23.7	0.4
南部地區	643	48.3	15.2	33.1	51.0	28.2	22.8	0.7
東部及離島地區	115	44.3	18.7	25.5	53.6	24.9	28.8	2.1
居住地								
新北市	359	51.1	18.1	33.1	47.3	25.2	22.1	1.5
台北市	243	46.0	18.1	27.9	53.7	25.4	28.3	0.3
台中市	242	49.1	16.3	32.8	50.9	29.5	21.4	0.0
台南市	172	51.1	15.0	36.2	48.2	29.3	18.9	0.6
高雄市	254	51.1	15.1	36.0	48.9	25.8	23.1	0.0
宜蘭縣	42	41.5	24.6	16.9	53.6	23.3	30.3	4.9
桃園縣	183	43.1	12.8	30.3	56.2	31.3	24.9	0.7
新竹縣	46	38.5	12.2	26.3	61.5	39.6	21.9	0.0
苗栗縣	51	55.3	12.5	42.8	43.5	24.9	18.6	1.2
彰化縣	117	43.6	13.2	30.4	56.4	28.4	28.0	0.0
南投縣	47	38.6	13.8	24.8	58.7	28.3	30.4	2.8
雲林縣	65	51.2	13.1	38.1	44.7	26.9	17.8	4.1
嘉義縣	49	27.1	10.6	16.6	71.7	48.4	23.3	1.2
屏東縣	79	40.2	17.7	22.5	59.8	24.7	35.1	0.0
臺東縣	21	53.9	25.3	28.6	46.1	29.4	16.6	0.0
花蓮縣	30	39.4	7.7	31.7	60.6	25.7	34.9	0.0
澎湖縣	9	37.7	23.3	14.4	62.3	25.0	37.3	0.0
基隆市	35	52.1	14.8	37.4	47.9	29.9	18.0	0.0
新竹市	37	40.6	13.6	26.9	59.4	30.8	28.7	0.0
嘉義市	24	60.1	23.6	36.5	39.9	20.4	19.5	0.0
金門縣	12	56.4	11.4	45.0	40.7	17.6	23.0	3.0
連江縣	1	27.5	14.7	12.8	70.5	50.5	20.0	2.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表3-1 知道手機門號提前解約的違約金，應按照使用期間的長短減少違約金

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	2118	47.3	15.8	31.5	51.9	27.9	24.0	0.8
都會區								
五都	1270	49.8	16.7	33.0	49.7	26.7	22.9	0.6
非五都	848	43.7	14.4	29.3	55.2	29.6	25.6	1.0
性別	*							
男性	1051	47.2	17.7	29.6	51.6	28.7	22.9	1.2
女性	1067	47.4	14.0	33.5	52.2	27.1	25.1	0.4
年齡	a							
13~19歲	211	45.2	15.5	29.8	54.0	28.2	25.8	0.8
20~29歲	328	63.0	24.2	38.8	36.5	20.0	16.4	0.5
30~39歲	402	61.8	24.2	37.6	38.2	21.6	16.6	0.0
40~49歲	375	53.1	15.1	38.0	46.9	26.0	20.9	0.0
50~59歲	370	44.1	13.8	30.2	54.7	30.7	23.9	1.3
60~64歲	147	29.9	6.3	23.6	69.2	37.2	32.0	0.9
65歲以上	281	16.2	3.0	13.2	81.5	40.1	41.4	2.4
拒答	4	25.3	0.0	25.3	74.7	0.0	74.7	0.0
教育程度	a							
國小以下	191	18.6	4.8	13.8	77.6	38.5	39.2	3.8
國初中	236	30.2	5.7	24.5	69.0	38.6	30.4	0.9
高中職	632	47.8	13.6	34.2	51.7	27.7	23.9	0.5
大專	906	58.0	22.6	35.4	41.7	23.1	18.6	0.4
研究所以上	145	47.0	15.4	31.6	53.0	27.0	26.0	0.0
拒答	8	10.1	0.0	10.1	89.9	31.6	58.2	0.0
職業	a							
自營、高階	304	54.1	19.7	34.4	45.9	24.1	21.8	0.0
軍公教	81	56.8	21.0	35.8	43.2	19.3	23.9	0.0
基層白領	561	57.0	21.4	35.6	42.5	23.7	18.8	0.5
基層藍領	172	45.7	12.8	32.9	53.7	34.3	19.4	0.6
農林漁牧業	57	28.4	7.2	21.2	68.8	30.3	38.5	2.8
學生	288	48.9	16.8	32.1	50.6	25.9	24.8	0.4
無業/待業/退休/家管	625	35.2	9.3	25.9	63.3	33.4	29.9	1.5
其他	7	70.2	8.6	61.6	29.8	15.3	14.4	0.0
拒答	24	52.1	19.2	32.9	47.9	35.8	12.2	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表3-2 知道手機門號提前解約的違約金，應按照使用期間的長短減少違約金

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	2118	47.3	15.8	31.5	51.9	27.9	24.0	0.8
個人平均月收入 ***		0.0			0.0			
不到2萬元	835	37.8	11.0	26.9	60.8	31.9	29.0	1.3
2萬元不到4萬元	596	57.4	20.5	37.0	42.4	25.3	17.1	0.2
4萬元不到6萬元	334	54.0	18.6	35.4	45.6	22.2	23.4	0.3
6萬元不到8萬元	96	52.3	18.4	33.9	47.7	25.6	22.2	0.0
8萬元不到10萬元	36	31.3	13.0	18.4	68.7	32.6	36.0	0.0
10萬元以上	62	44.8	24.1	20.7	53.6	29.4	24.2	1.6
拒答	159	47.1	13.8	33.3	51.8	28.4	23.4	1.1
每日上網時間 a		0.0			0.0			
不到1小時	291	41.4	10.6	30.8	57.0	33.2	23.9	1.6
1-3小時	675	51.7	16.2	35.4	48.2	28.9	19.3	0.2
3-6小時	453	59.5	19.9	39.6	40.5	20.6	19.9	0.0
6-9小時	145	63.0	29.6	33.4	37.0	17.4	19.7	0.0
超過10小時	122	60.9	30.5	30.5	37.6	14.6	22.9	1.5
沒有在上網	418	22.3	5.5	16.8	75.6	37.6	38.0	2.1
拒答	15	37.4	8.3	29.1	62.6	39.2	23.4	0.0
電信業者別 a		0.0			0.0			
中華電信	1032	47.7	15.7	32.0	51.7	28.4	23.3	0.0
台灣大哥大	456	55.0	18.8	36.3	44.6	24.0	20.7	0.3
台灣之星	22	51.3	19.5	31.8	48.7	18.6	30.1	0.0
亞太電信	33	49.8	10.2	39.6	50.2	12.9	37.3	0.0
遠傳電信	387	53.6	19.3	34.3	46.1	26.8	19.3	0.3
其他電信業者	5	0.0	0.0	0.0	100.0	72.9	27.1	0.0
不知道/拒答	25	15.4	10.5	4.9	81.8	46.7	35.1	2.8

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05，**p<0.01，***p<0.001。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表4 知道手機遺失或遭竊時應即以電話通知電信公司暫停通信，未通知前仍須支付該手機所生之所有電信費用

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	2118	74.9	36.8	38.1	24.6	15.0	9.6	0.5
區域別								
北部地區	904	74.0	39.1	34.9	25.7	16.0	9.7	0.3
中部地區	457	74.4	32.8	41.6	24.7	13.0	11.7	0.9
南部地區	643	76.8	36.6	40.2	22.5	14.5	8.0	0.7
東部及離島地區	115	73.0	35.1	38.0	27.0	16.8	10.1	0.0
居住地								
新北市	359	75.2	40.2	35.0	24.4	15.9	8.5	0.4
台北市	243	75.8	39.9	36.0	24.2	15.8	8.3	0.0
台中市	242	74.8	35.0	39.8	24.6	13.8	10.8	0.6
台南市	172	78.3	43.1	35.2	21.1	14.8	6.3	0.6
高雄市	254	74.2	32.7	41.5	25.3	15.9	9.5	0.4
宜蘭縣	42	70.5	33.0	37.5	29.5	17.0	12.5	0.0
桃園縣	183	73.2	35.4	37.8	26.1	11.5	14.6	0.7
新竹縣	46	71.8	45.5	26.3	28.2	15.1	13.2	0.0
苗栗縣	51	78.3	27.6	50.7	21.7	12.4	9.4	0.0
彰化縣	117	72.3	27.5	44.7	25.3	10.2	15.1	2.4
南投縣	47	72.8	39.8	33.1	27.2	16.2	11.0	0.0
雲林縣	65	70.4	25.9	44.5	27.1	21.9	5.2	2.5
嘉義縣	49	79.2	31.6	47.6	19.4	9.3	10.1	1.4
屏東縣	79	83.9	47.3	36.6	16.1	9.8	6.3	0.0
臺東縣	21	83.9	62.0	21.9	16.1	13.7	2.4	0.0
花蓮縣	30	67.4	19.4	48.0	32.6	22.3	10.3	0.0
澎湖縣	9	82.1	39.1	43.0	17.9	6.5	11.4	0.0
基隆市	35	75.7	34.0	41.7	24.3	22.4	1.9	0.0
新竹市	37	55.3	38.5	16.8	44.7	36.3	8.5	0.0
嘉義市	24	82.7	35.4	47.3	17.3	5.5	11.8	0.0
金門縣	12	71.0	32.1	38.9	29.0	15.6	13.3	0.0
連江縣	1	63.3	32.0	31.3	36.7	20.4	16.3	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表4-1 知道手機遺失或遭竊時應即以電話通知電信公司暫停通信，未通知前仍須支付該手機所生之所有電信費用

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	2118	74.9	36.8	38.1	24.6	15.0	9.6	0.5
都會區								
五都	1270	75.5	38.0	37.4	24.1	15.3	8.8	0.4
非五都	848	74.0	34.8	39.1	25.3	14.4	10.9	0.7
性別								
男性	1051	76.1	38.5	37.7	23.4	13.9	9.5	0.5
女性	1067	73.6	35.1	38.6	25.8	16.0	9.8	0.6
年齡	a							
13~19歲	211	72.9	40.9	32.0	27.1	14.1	13.0	0.0
20~29歲	328	81.4	43.8	37.7	18.6	10.0	8.5	0.0
30~39歲	402	84.3	45.5	38.8	15.4	8.1	7.3	0.3
40~49歲	375	75.4	35.3	40.1	24.6	16.3	8.3	0.0
50~59歲	370	72.3	31.5	40.7	27.0	20.2	6.7	0.8
60~64歲	147	73.8	31.3	42.5	25.7	16.4	9.3	0.5
65歲以上	281	59.3	25.1	34.2	38.4	21.9	16.5	2.3
拒答	4	25.3	0.0	25.3	74.7	0.0	74.7	0.0
教育程度	a							
國小以下	191	56.8	23.3	33.5	40.9	24.8	16.1	2.3
國初中	236	65.8	28.2	37.6	32.1	18.1	14.0	2.1
高中職	632	75.6	37.7	37.9	24.4	15.0	9.4	0.0
大專	906	79.4	40.7	38.7	20.4	13.0	7.4	0.2
研究所以上	145	84.3	40.6	43.7	15.7	7.6	8.0	0.0
拒答	8	30.0	19.9	10.1	70.0	40.3	29.7	0.0
職業	a							
自營、高階	304	80.8	38.4	42.4	18.8	10.9	8.0	0.4
軍公教	81	85.1	39.4	45.7	14.9	8.0	6.9	0.0
基層白領	561	80.3	41.5	38.8	19.6	11.3	8.3	0.1
基層藍領	172	70.1	28.5	41.7	29.2	19.7	9.5	0.6
農林漁牧業	57	62.1	30.1	32.0	35.2	20.0	15.1	2.8
學生	288	75.9	44.5	31.4	24.1	13.2	10.9	0.0
無業/待業/退休/家管	625	67.5	30.2	37.3	31.4	20.2	11.2	1.1
其他	7	67.3	48.4	18.8	32.7	27.2	5.6	0.0
拒答	24	86.1	47.3	38.8	13.9	9.5	4.3	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05，**p<0.01，***p<0.001。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表4-2 知道手機遺失或遭竊時應即以電話通知電信公司暫停通信，未通知前仍須支付該手機所生之所有電信費用

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	2118	74.9	36.8	38.1	24.6	15.0	9.6	0.5
個人平均月收入 ***		0.0			0.0			
不到2萬元	835	69.4	33.1	36.3	29.8	18.0	11.8	0.8
2萬元不到4萬元	596	79.1	38.7	40.4	20.7	13.4	7.2	0.2
4萬元不到6萬元	334	82.1	39.8	42.3	17.4	10.1	7.3	0.5
6萬元不到8萬元	96	76.3	39.5	36.7	23.7	13.3	10.4	0.0
8萬元不到10萬元	36	78.6	41.1	37.5	21.4	5.2	16.2	0.0
10萬元以上	62	85.9	49.0	36.9	14.1	12.4	1.6	0.0
拒答	159	66.5	35.0	31.6	32.2	19.0	13.2	1.3
每日上網時間 a								
不到1小時	291	73.5	34.4	39.1	26.2	16.5	9.7	0.2
1-3小時	675	77.4	36.4	41.0	22.5	13.1	9.3	0.1
3-6小時	453	81.5	43.4	38.1	18.5	12.3	6.2	0.0
6-9小時	145	85.1	47.0	38.1	14.9	10.4	4.5	0.0
超過10小時	122	79.7	48.3	31.4	19.3	10.7	8.6	1.0
沒有在上網	418	59.6	24.7	34.9	38.3	22.3	16.0	2.1
拒答	15	73.5	40.3	33.2	26.5	18.6	7.9	0.0
電信業者別								
中華電信	1032	75.6	36.1	39.5	24.0	15.3	8.7	0.0
台灣大哥大	456	78.2	40.1	38.1	21.2	15.7	5.6	0.6
台灣之星	22	69.3	35.8	33.5	30.7	26.3	4.5	0.0
亞太電信	33	78.3	44.6	33.7	21.7	11.0	10.7	0.0
遠傳電信	387	80.7	42.4	38.4	19.3	9.6	9.7	0.0
其他電信業者	5	100.0	25.1	74.9	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	25	60.7	24.8	35.8	39.3	15.4	24.0	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表5 知道在下載APP應用程式時，應該要詳細閱讀使用說明後再進行下載

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	2118	62.0	31.7	30.3	35.8	18.0	17.8	2.1
區域別								
北部地區	904	64.4	33.7	30.7	33.8	16.3	17.5	1.8
中部地區	457	58.5	30.1	28.4	38.8	19.4	19.4	2.7
南部地區	643	61.9	31.1	30.8	35.9	18.6	17.3	2.2
東部及離島地區	115	58.4	26.5	31.9	39.6	22.7	16.9	2.0
居住地								
新北市	359	64.7	33.3	31.4	34.5	17.0	17.5	0.8
台北市	243	66.1	34.7	31.5	31.4	12.2	19.2	2.5
台中市	242	63.1	34.1	29.0	35.2	19.6	15.6	1.7
台南市	172	63.4	32.8	30.6	35.5	21.1	14.4	1.1
高雄市	254	66.9	34.8	32.1	31.7	13.8	17.9	1.4
宜蘭縣	42	56.0	28.4	27.6	41.6	25.6	16.1	2.4
桃園縣	183	60.5	33.2	27.3	35.5	16.1	19.4	4.0
新竹縣	46	72.5	43.5	28.9	27.5	17.4	10.2	0.0
苗栗縣	51	57.6	27.6	30.0	42.4	24.4	18.0	0.0
彰化縣	117	51.7	24.3	27.5	43.3	18.0	25.3	4.9
南投縣	47	52.6	27.0	25.5	42.3	16.5	25.8	5.1
雲林縣	65	47.5	9.7	37.8	44.3	32.9	11.5	8.2
嘉義縣	49	52.4	24.2	28.1	46.4	22.5	23.9	1.2
屏東縣	79	57.2	36.5	20.7	39.0	16.3	22.7	3.8
臺東縣	21	67.0	45.4	21.6	33.0	14.0	19.0	0.0
花蓮縣	30	54.8	10.5	44.4	41.0	24.0	17.0	4.1
澎湖縣	9	59.2	36.2	23.0	40.8	21.3	19.5	0.0
基隆市	35	65.0	24.0	41.0	35.0	22.5	12.4	0.0
新竹市	37	58.8	30.6	28.1	41.2	30.5	10.8	0.0
嘉義市	24	71.1	32.6	38.5	28.9	13.8	15.1	0.0
金門縣	12	61.6	20.8	40.8	38.4	24.8	13.6	0.0
連江縣	1	48.5	19.9	28.6	49.5	29.3	20.2	2.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05，**p<0.01，***p<0.001。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表5-1 知道在下載APP應用程式時，應該要詳細閱讀使用說明後再進行下載

單位：人；%

	樣本數	計			計	不太清楚		非常不清楚	未表態
		計	非常清楚	還算清楚		計	不太清楚		
合計	2118	62.0	31.7	30.3	35.8	18.0	17.8	2.1	
都會區 **									
五都	1270	64.9	33.9	31.0	33.6	16.5	17.1	1.5	
非五都	848	57.7	28.5	29.3	39.2	20.3	18.8	3.1	
性別									
男性	1051	62.7	34.2	28.6	35.5	18.2	17.3	1.8	
女性	1067	61.3	29.3	32.0	36.2	17.9	18.3	2.5	
年齡 ***									
13~19歲	211	90.0	50.7	39.3	10.0	6.4	3.6	0.0	
20~29歲	328	88.5	49.2	39.3	11.5	9.4	2.1	0.0	
30~39歲	402	82.9	48.3	34.5	15.5	11.0	4.5	1.6	
40~49歲	375	62.3	29.7	32.6	36.0	18.9	17.2	1.6	
50~59歲	370	45.1	18.3	26.8	49.8	25.8	24.0	5.1	
60~64歲	147	34.4	12.9	21.5	61.8	28.0	33.8	3.8	
65歲以上	281	16.5	4.1	12.5	81.0	30.5	50.5	2.5	
拒答	4	74.9	0.0	74.9	0.0	0.0	0.0	25.1	
教育程度 a									
國小以下	191	10.8	4.9	5.9	85.2	34.7	50.4	4.0	
國初中	236	40.1	14.9	25.2	55.9	28.7	27.3	4.0	
高中職	632	60.0	29.4	30.6	37.8	20.0	17.8	2.2	
大專	906	77.7	41.3	36.4	20.9	11.6	9.3	1.4	
研究所以上	145	79.1	46.4	32.7	20.0	10.0	10.0	0.9	
拒答	8	13.1	0.0	13.1	86.9	22.6	64.3	0.0	
職業 ***									
自營、高階	304	70.1	35.5	34.6	28.3	14.2	14.2	1.6	
軍公教	81	75.9	34.9	41.0	22.6	15.9	6.7	1.4	
基層白領	561	75.3	42.5	32.9	23.9	13.6	10.4	0.7	
基層藍領	172	49.5	20.9	28.7	48.1	28.6	19.5	2.4	
農林漁牧業	57	24.9	10.0	14.9	69.2	30.4	38.8	5.9	
學生	288	89.9	54.0	35.9	9.6	6.4	3.2	0.5	
無業/待業/退休/家管	625	37.8	14.6	23.2	58.0	25.3	32.8	4.2	
其他	7	93.9	48.7	45.3	6.1	5.6	0.5	0.0	
拒答	24	68.7	26.2	42.5	31.3	26.9	4.4	0.0	

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表5-2 知道在下載APP應用程式時，應該要詳細閱讀使用說明後再進行下載

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	2118	62.0	31.7	30.3	35.8	18.0	17.8	2.1
個人平均月收入 ***								
不到2萬元	835	52.5	25.4	27.1	44.7	20.1	24.6	2.8
2萬元不到4萬元	596	68.6	36.2	32.5	29.5	17.0	12.5	1.9
4萬元不到6萬元	334	69.1	36.3	32.8	29.7	16.0	13.7	1.2
6萬元不到8萬元	96	75.0	40.2	34.8	23.8	12.0	11.8	1.2
8萬元不到10萬元	36	58.6	18.9	39.7	39.6	23.5	16.1	1.8
10萬元以上	62	75.0	46.2	28.8	23.3	13.4	9.9	1.7
拒答	159	60.5	31.1	29.5	37.3	19.4	17.9	2.2
每日上網時間 ***								
不到1小時	291	53.5	23.5	30.1	42.9	22.4	20.6	3.5
1-3小時	675	74.2	36.4	37.9	24.9	14.7	10.2	0.9
3-6小時	453	80.5	45.8	34.7	18.5	11.8	6.7	1.0
6-9小時	145	78.8	43.5	35.3	21.2	11.1	10.1	0.0
超過10小時	122	82.9	52.8	30.2	16.0	8.6	7.4	1.1
沒有在上網	418	16.2	4.9	11.4	78.5	32.2	46.3	5.3
拒答	15	62.0	21.6	40.5	31.0	23.0	8.1	7.0
電信業者別								
中華電信	1032	62.6	31.0	31.6	35.5	18.8	16.7	0.0
台灣大哥大	456	68.4	38.1	30.3	29.4	14.2	15.2	2.2
台灣之星	22	67.8	32.4	35.3	32.2	13.8	18.4	0.0
亞太電信	33	70.4	42.1	28.2	26.2	14.2	12.0	3.4
遠傳電信	387	68.2	35.0	33.1	30.2	17.0	13.2	1.7
其他電信業者	5	100.0	55.1	44.9	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	25	36.8	17.3	19.5	60.4	30.5	29.9	2.8

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表6 知道在購買手機或電池、耳機、行動電源這類型的商品時，應該要注意商品的標示清楚及外觀無破損

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	2118	84.9	49.1	35.8	14.3	8.4	6.0	0.7
區域別	***							
北部地區	904	87.7	52.0	35.7	11.5	7.0	4.4	0.8
中部地區	457	78.2	47.2	31.0	20.9	11.4	9.5	0.9
南部地區	643	86.8	47.2	39.6	12.9	7.7	5.2	0.3
東部及離島地區	115	79.2	44.0	35.2	19.1	11.2	7.9	1.8
居住地	a							
新北市	359	89.4	55.6	33.8	9.3	5.6	3.7	1.3
台北市	243	88.5	50.9	37.6	10.5	5.6	4.9	0.9
台中市	242	81.3	48.5	32.8	17.4	9.2	8.3	1.3
台南市	172	87.8	44.2	43.6	11.5	7.5	4.1	0.6
高雄市	254	90.0	51.8	38.2	9.7	4.8	4.9	0.3
宜蘭縣	42	80.3	41.0	39.3	17.3	11.0	6.3	2.4
桃園縣	183	83.2	48.4	34.8	16.8	10.6	6.3	0.0
新竹縣	46	87.4	47.0	40.4	12.6	9.4	3.2	0.0
苗栗縣	51	78.1	40.2	37.9	20.7	9.1	11.6	1.1
彰化縣	117	73.3	44.6	28.6	26.2	16.2	10.0	0.5
南投縣	47	74.3	54.8	19.6	25.7	13.0	12.7	0.0
雲林縣	65	77.2	32.1	45.2	22.8	14.8	8.0	0.0
嘉義縣	49	77.2	39.8	37.5	22.8	16.9	5.8	0.0
屏東縣	79	87.7	54.6	33.1	12.3	7.0	5.3	0.0
臺東縣	21	85.3	50.1	35.3	14.7	2.3	12.4	0.0
花蓮縣	30	73.8	46.4	27.4	22.9	17.0	5.9	3.3
澎湖縣	9	67.8	45.0	22.8	32.2	14.0	18.1	0.0
基隆市	35	93.8	41.1	52.7	6.2	6.2	0.0	0.0
新竹市	37	82.8	58.5	24.3	15.0	9.9	5.1	2.2
嘉義市	24	88.4	51.7	36.7	11.6	4.6	7.0	0.0
金門縣	12	87.5	36.6	51.0	12.5	8.9	3.6	0.0
連江縣	1	73.6	48.1	25.5	24.6	24.6	0.0	1.8

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表6-1 知道在購買手機或電池、耳機、行動電源這類型的商品時，應該要注意商品的標示清楚及外觀無破損

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	2118	84.9	49.1	35.8	14.3	8.4	6.0	0.7
都會區 ***								
五都	1270	87.6	51.0	36.6	11.5	6.4	5.1	0.9
非五都	848	80.9	46.1	34.8	18.6	11.4	7.2	0.5
性別								
男性	1051	85.2	50.3	34.8	14.3	8.2	6.1	0.5
女性	1067	84.7	47.8	36.8	14.4	8.6	5.8	0.9
年齡 a								
13~19歲	211	94.0	62.4	31.6	5.5	3.1	2.3	0.5
20~29歲	328	97.3	65.0	32.3	2.7	2.0	0.7	0.0
30~39歲	402	95.0	61.5	33.5	4.3	2.7	1.6	0.7
40~49歲	375	88.9	53.6	35.4	11.1	7.7	3.3	0.0
50~59歲	370	82.7	41.4	41.3	15.5	9.2	6.2	1.8
60~64歲	147	71.3	29.2	42.1	27.1	18.6	8.5	1.5
65歲以上	281	54.2	17.9	36.3	45.0	22.4	22.6	0.8
拒答	4	50.4	0.0	50.4	24.6	0.0	24.6	25.1
教育程度 a								
國小以下	191	42.1	15.2	26.9	56.2	31.1	25.1	1.7
國初中	236	76.6	34.8	41.8	22.1	11.7	10.3	1.3
高中職	632	87.3	49.8	37.6	12.3	7.9	4.4	0.4
大專	906	92.9	58.0	34.9	6.5	4.3	2.2	0.6
研究所以上	145	97.2	59.5	37.8	1.8	0.8	1.1	0.9
拒答	8	30.0	30.0	0.0	70.0	12.5	57.5	0.0
職業 a								
自營、高階	304	90.0	53.6	36.4	10.0	7.0	3.0	0.0
軍公教	81	96.3	58.9	37.4	3.7	3.3	0.4	0.0
基層白領	561	92.9	62.2	30.7	6.5	4.7	1.8	0.6
基層藍領	172	83.2	39.9	43.3	15.6	8.8	6.8	1.2
農林漁牧業	57	54.7	29.5	25.1	44.3	17.3	27.0	1.0
學生	288	94.6	61.8	32.8	4.6	2.9	1.7	0.8
無業/待業/退休/家管	625	72.3	32.2	40.1	26.7	14.8	11.8	1.0
其他	7	100.0	51.3	48.7	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	24	85.6	48.6	37.0	10.0	5.6	4.3	4.4

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表6-2 知道在購買手機或電池、耳機、行動電源這類型的商品時，應該要注意商品的標示清楚及外觀無破損

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	2118	84.9	49.1	35.8	14.3	8.4	6.0	0.7
個人平均月收入	a							
不到2萬元	835	76.8	41.4	35.4	22.4	12.6	9.8	0.8
2萬元不到4萬元	596	90.9	54.0	37.0	8.5	5.2	3.3	0.6
4萬元不到6萬元	334	91.1	58.6	32.5	8.0	4.6	3.4	0.9
6萬元不到8萬元	96	89.4	54.2	35.2	9.9	7.6	2.3	0.6
8萬元不到10萬元	36	91.0	42.2	48.8	9.0	7.0	1.9	0.0
10萬元以上	62	94.9	55.1	39.8	5.1	3.9	1.2	0.0
拒答	159	83.6	47.0	36.7	14.9	8.9	6.0	1.5
每日上網時間	***							
不到1小時	291	88.5	47.6	40.9	11.3	7.0	4.3	0.2
1-3小時	675	90.6	53.6	37.0	8.8	5.9	2.9	0.6
3-6小時	453	95.6	62.1	33.5	4.0	2.4	1.6	0.4
6-9小時	145	94.7	58.6	36.1	4.6	4.6	0.0	0.7
超過10小時	122	92.9	62.2	30.7	6.1	3.8	2.2	1.1
沒有在上網	418	55.8	22.0	33.8	42.5	22.6	19.9	1.7
拒答	15	88.4	32.7	55.7	11.6	7.2	4.4	0.0
電信業者別	a							
中華電信	1032	86.6	48.6	38.0	12.9	8.0	4.9	0.0
台灣大哥大	456	89.8	57.2	32.6	9.2	5.7	3.5	1.0
台灣之星	22	82.2	61.8	20.3	17.8	4.4	13.5	0.0
亞太電信	33	89.8	59.7	30.0	10.2	8.8	1.5	0.0
遠傳電信	387	89.6	51.2	38.4	9.9	6.9	3.0	0.5
其他電信業者	5	100.0	55.1	44.9	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	25	56.8	20.1	36.7	43.2	21.8	21.4	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表7 知道購買下載APP應用程式時，應避免將帳號、密碼或信用卡資料於手機或電腦中設定為自動儲存功能，以免日後誤觸產生購買行為

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	2118	64.0	40.4	23.5	34.1	16.9	17.3	1.9
區域別								
北部地區	904	64.8	44.0	20.8	33.7	17.0	16.7	1.5
中部地區	457	62.9	39.4	23.5	34.1	15.4	18.6	3.0
南部地區	643	64.5	37.2	27.3	33.7	16.9	16.8	1.8
東部及離島地區	115	58.9	34.4	24.4	39.9	21.1	18.7	1.3
居住地	a							
新北市	359	65.0	46.4	18.7	33.6	20.0	13.6	1.3
台北市	243	68.6	49.0	19.7	30.4	12.1	18.3	1.0
台中市	242	67.3	44.5	22.7	29.9	15.5	14.4	2.9
台南市	172	70.2	42.2	28.1	28.1	14.5	13.6	1.7
高雄市	254	68.4	39.2	29.2	29.6	15.9	13.8	2.0
宜蘭縣	42	61.0	33.3	27.7	36.6	17.0	19.6	2.4
桃園縣	183	58.4	35.9	22.4	38.1	18.5	19.6	3.5
新竹縣	46	61.4	36.7	24.7	38.6	18.2	20.4	0.0
苗栗縣	51	53.6	30.3	23.3	46.4	19.4	27.0	0.0
彰化縣	117	60.9	35.5	25.3	35.5	13.9	21.7	3.6
南投縣	47	55.9	32.7	23.2	39.0	14.8	24.2	5.1
雲林縣	65	56.7	28.3	28.4	39.1	19.1	20.0	4.1
嘉義縣	49	47.9	20.6	27.3	50.9	32.1	18.8	1.2
屏東縣	79	52.5	35.6	16.9	47.5	16.9	30.6	0.0
臺東縣	21	62.0	50.3	11.7	35.9	14.7	21.1	2.2
花蓮縣	30	46.6	20.7	25.9	53.4	33.6	19.8	0.0
澎湖縣	9	63.1	43.8	19.2	36.9	19.8	17.1	0.0
基隆市	35	64.0	33.7	30.3	36.0	16.5	19.5	0.0
新竹市	37	73.3	47.4	25.9	26.7	12.2	14.5	0.0
嘉義市	24	77.1	44.3	32.8	22.9	7.7	15.2	0.0
金門縣	12	75.7	39.6	36.1	24.3	13.6	10.7	0.0
連江縣	1	39.3	17.5	21.8	60.7	50.9	9.8	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05，**p<0.01，***p<0.001。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表7-1 知道購買下載APP應用程式時，應避免將帳號、密碼或信用卡資料於手機或電腦中設定為自動儲存功能，以免日後誤觸產生購買行為

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	2118	64.0	40.4	23.5	34.1	16.9	17.3	1.9
都會區 ***								
五都	1270	67.5	44.5	23.0	30.7	16.0	14.7	1.7
非五都	848	58.7	34.4	24.3	39.2	18.1	21.2	2.1
性別		0.0			0.0			
男性	1051	64.4	41.9	22.4	34.2	18.2	15.9	1.5
女性	1067	63.6	39.0	24.6	34.1	15.5	18.6	2.3
年齡 ***								
13~19歲	211	75.2	47.6	27.6	24.8	17.1	7.7	0.0
20~29歲	328	88.0	65.2	22.8	12.0	7.9	4.1	0.0
30~39歲	402	82.6	58.8	23.8	15.1	8.6	6.5	2.3
40~49歲	375	63.9	40.4	23.5	35.0	17.6	17.3	1.2
50~59歲	370	51.2	27.7	23.5	44.4	22.3	22.1	4.4
60~64歲	147	43.8	16.9	26.9	53.3	28.4	25.0	2.9
65歲以上	281	28.6	9.7	18.9	69.7	25.0	44.7	1.7
拒答	4	50.4	0.0	50.4	24.6	0.0	24.6	25.1
教育程度 a								
國小以下	191	21.5	6.7	14.8	75.0	28.7	46.3	3.5
國初中	236	40.8	18.0	22.8	55.6	26.3	29.3	3.6
高中職	632	62.9	36.2	26.6	34.8	18.9	15.9	2.3
大專	906	78.0	54.4	23.5	21.1	11.3	9.7	1.0
研究所以上	145	78.2	54.6	23.6	20.8	11.8	9.0	0.9
拒答	8	10.1	0.0	10.1	89.9	12.5	77.4	0.0
職業 ***								
自營、高階	304	68.7	47.6	21.0	30.5	17.9	12.6	0.8
軍公教	81	78.7	52.5	26.2	21.3	8.9	12.5	0.0
基層白領	561	77.5	54.5	23.0	21.1	10.9	10.1	1.4
基層藍領	172	60.6	29.7	30.9	36.7	19.7	17.0	2.7
農林漁牧業	57	33.5	19.8	13.7	62.6	18.6	44.0	3.9
學生	288	77.8	52.3	25.5	21.8	14.6	7.2	0.5
無業/待業/退休/家管	625	44.3	22.0	22.3	52.3	23.0	29.3	3.4
其他	7	96.8	71.7	25.1	3.2	3.2	0.0	0.0
拒答	24	73.7	35.8	37.9	26.3	14.8	11.5	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表7-2 知道購買下載APP應用程式時，應避免將帳號、密碼或信用卡資料於手機或電腦中設定為自動儲存功能，以免日後誤觸產生購買行為

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	2118	64.0	40.4	23.5	34.1	16.9	17.3	1.9
個人平均月收入 ***								
不到2萬元	835	52.8	30.1	22.7	45.3	21.3	24.0	2.0
2萬元不到4萬元	596	73.9	48.8	25.1	23.9	12.1	11.8	2.2
4萬元不到6萬元	334	70.9	48.6	22.3	27.1	15.3	11.8	2.0
6萬元不到8萬元	96	76.6	51.0	25.6	23.4	10.5	12.9	0.0
8萬元不到10萬元	36	52.5	24.2	28.3	47.5	26.7	20.9	0.0
10萬元以上	62	73.1	53.1	20.0	26.9	14.7	12.2	0.0
拒答	159	62.5	38.8	23.7	35.1	17.1	17.9	2.4
每日上網時間 ***								
不到1小時	291	52.5	32.4	20.1	44.4	23.5	21.0	3.1
1-3小時	675	73.2	45.6	27.6	25.9	15.2	10.6	0.9
3-6小時	453	79.9	53.9	26.0	19.6	11.2	8.4	0.5
6-9小時	145	78.0	56.5	21.5	22.0	14.0	8.0	0.0
超過10小時	122	86.5	67.0	19.6	12.4	4.6	7.8	1.1
沒有在上網	418	28.3	10.0	18.3	67.0	25.4	41.7	4.7
拒答	15	65.8	35.0	30.8	22.9	22.9	0.0	11.3
電信業者別								
中華電信	1032	65.4	40.6	24.8	32.8	16.7	16.1	0.0
台灣大哥大	456	68.3	47.5	20.8	29.7	16.6	13.2	2.0
台灣之星	22	75.0	39.5	35.4	25.0	11.1	14.0	0.0
亞太電信	33	62.8	46.0	16.8	33.7	13.1	20.7	3.4
遠傳電信	387	69.3	42.7	26.6	29.4	15.6	13.8	1.3
其他電信業者	5	64.8	47.0	17.8	35.2	8.1	27.1	0.0
不知道/拒答	25	28.3	17.3	11.0	68.9	32.7	36.2	2.8

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05，**p<0.01，***p<0.001。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表8 同意不同品牌的手機或電腦的電池、行動電源等週邊商品之規格應可相容

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常同意	還算同意	計	不太同意	非常不同意	
合計	2118	79.7	54.9	24.8	15.3	10.0	5.3	5.0
區域別 *		0.0			0.0			
北部地區	904	81.9	57.8	24.0	13.7	7.8	5.9	4.4
中部地區	457	78.2	54.3	23.9	14.8	10.0	4.9	7.0
南部地區	643	78.4	51.7	26.7	17.1	12.0	5.0	4.6
東部及離島地區	115	76.2	53.0	23.2	19.0	15.5	3.5	4.8
居住地 a		0.0			0.0			
新北市	359	81.7	54.9	26.7	14.6	9.5	5.1	3.7
台北市	243	85.4	62.8	22.6	11.0	3.5	7.5	3.6
台中市	242	79.8	59.2	20.7	16.4	11.8	4.7	3.7
台南市	172	77.7	52.8	24.8	16.5	9.7	6.8	5.8
高雄市	254	78.6	54.8	23.7	18.6	15.0	3.7	2.8
宜蘭縣	42	73.8	57.3	16.5	20.3	16.4	3.8	5.9
桃園縣	183	80.1	57.1	23.0	14.2	7.7	6.5	5.8
新竹縣	46	75.7	60.6	15.1	17.8	11.5	6.2	6.5
苗栗縣	51	79.0	51.9	27.1	10.9	8.8	2.1	10.1
彰化縣	117	73.1	44.6	28.4	13.5	8.2	5.3	13.4
南投縣	47	81.6	55.8	25.8	14.3	6.4	7.9	4.1
雲林縣	65	86.2	45.1	41.1	9.0	5.5	3.5	4.8
嘉義縣	49	71.5	35.8	35.7	18.3	12.9	5.4	10.3
屏東縣	79	77.9	53.8	24.2	18.9	13.6	5.3	3.2
臺東縣	21	70.1	54.8	15.3	22.6	14.6	8.0	7.2
花蓮縣	30	79.3	45.5	33.8	20.7	20.7	0.0	0.0
澎湖縣	9	65.8	43.9	21.9	24.9	17.6	7.3	9.3
基隆市	35	77.1	58.4	18.7	15.6	13.5	2.0	7.4
新竹市	37	81.6	52.8	28.8	14.0	10.0	4.0	4.4
嘉義市	24	75.4	53.5	21.9	17.6	7.7	10.0	7.0
金門縣	12	94.7	60.4	34.3	0.0	0.0	0.0	5.3
連江縣	1	83.0	58.9	24.1	14.0	5.6	8.4	3.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表8-1 同意不同品牌的手機或電腦的電池、行動電源等週邊商品之規格應可
相容

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
			非常同意	還算同意		不太同意	非常不同意	
合計	2118	79.7	54.9	24.8	15.3	10.0	5.3	5.0
都會區 *		0.0			0.0			
五都	1270	80.9	56.9	23.9	15.3	9.9	5.4	3.8
非五都	848	77.9	51.9	26.0	15.2	10.0	5.1	6.9
性別 ***		0.0			0.0			
男性	1051	81.5	58.8	22.7	15.2	9.9	5.3	3.3
女性	1067	77.9	51.1	26.8	15.3	10.0	5.3	6.7
年齡 ***		0.0			0.0			
13~19歲	211	74.9	29.5	45.4	23.3	21.0	2.3	1.8
20~29歲	328	82.8	53.6	29.1	16.2	10.1	6.0	1.1
30~39歲	402	83.3	64.8	18.4	15.8	8.8	7.0	0.9
40~49歲	375	87.0	67.3	19.8	11.6	7.8	3.8	1.3
50~59歲	370	83.9	64.6	19.3	12.7	7.3	5.4	3.5
60~64歲	147	78.0	54.9	23.1	14.3	8.9	5.4	7.7
65歲以上	281	60.7	33.0	27.7	16.1	9.9	6.2	23.3
拒答	4	50.4	0.0	50.4	24.6	24.6	0.0	25.1
教育程度 ***		0.0			0.0			
國小以下	191	46.2	19.9	26.3	20.5	11.3	9.2	33.3
國初中	236	71.6	37.7	33.9	21.5	16.2	5.3	6.8
高中職	632	81.6	52.0	29.7	16.5	11.4	5.0	1.9
大專	906	86.5	66.8	19.7	12.2	7.5	4.7	1.3
研究所以上	145	88.6	69.7	18.9	11.4	6.0	5.3	0.0
拒答	8	30.0	19.9	10.1	25.6	25.6	0.0	44.4
職業 a		0.0			0.0			
自營、高階	304	86.0	70.0	16.0	12.8	6.6	6.1	1.2
軍公教	81	94.3	67.7	26.5	5.7	4.2	1.5	0.0
基層白領	561	87.0	69.4	17.6	12.2	7.3	4.9	0.8
基層藍領	172	78.1	56.8	21.3	17.3	11.8	5.6	4.5
農林漁牧業	57	75.4	34.9	40.5	9.0	3.8	5.2	15.6
學生	288	78.1	36.5	41.5	20.6	17.3	3.3	1.3
無業/待業/退休/家管	625	69.4	42.2	27.2	18.2	11.4	6.7	12.4
其他	7	100.0	76.7	23.3	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	24	84.4	63.6	20.7	15.6	12.7	2.9	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表8-2 同意不同品牌的手機或電腦的電池、行動電源等週邊商品之規格應可相容

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常同意	還算同意	計	不太同意	非常不同意	
合計	2118	79.7	54.9	24.8	15.3	10.0	5.3	5.0
個人平均月收入	***	0.0			0.0			
不到2萬元	835	70.5	37.0	33.6	20.1	14.6	5.5	9.3
2萬元不到4萬元	596	83.0	61.5	21.5	14.6	8.0	6.6	2.5
4萬元不到6萬元	334	89.0	71.4	17.6	10.2	7.6	2.6	0.7
6萬元不到8萬元	96	93.7	79.8	13.9	6.3	2.3	4.0	0.0
8萬元不到10萬元	36	93.3	83.8	9.6	4.4	2.2	2.2	2.3
10萬元以上	62	88.8	81.7	7.1	11.2	1.7	9.5	0.0
拒答	159	80.8	57.9	22.8	12.4	7.3	5.1	6.8
每日上網時間	***	0.0			0.0			
不到1小時	291	81.8	55.6	26.2	13.6	8.5	5.1	4.6
1-3小時	675	83.5	60.4	23.1	15.6	9.9	5.7	0.9
3-6小時	453	88.2	61.1	27.1	11.3	7.9	3.4	0.6
6-9小時	145	92.1	70.3	21.7	7.9	4.8	3.1	0.0
超過10小時	122	76.3	57.6	18.7	22.2	14.6	7.6	1.5
沒有在上網	418	60.1	33.0	27.1	20.4	13.8	6.6	19.5
拒答	15	64.5	50.1	14.4	23.9	8.3	15.6	11.6
電信業者別	a	0.0			0.0			
中華電信	1032	83.1	60.1	23.0	14.2	8.5	5.7	
台灣大哥大	456	83.1	56.8	26.2	13.9	10.1	3.8	3.0
台灣之星	22	92.1	58.2	33.9	7.9	5.1	2.8	0.0
亞太電信	33	74.5	58.6	15.9	25.5	10.1	15.4	0.0
遠傳電信	387	81.8	54.8	27.1	14.5	10.5	4.0	3.7
其他電信業者	5	61.9	34.8	27.1	38.1	38.1	0.0	0.0
不知道/拒答	25	54.2	22.2	32.0	10.7	5.1	5.5	35.1

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表9 贊成電信業者應該在電話費或傳輸費使用到一定程度時，
主動提醒用戶

單位：人；%

	樣本數	計			計	不		未表態
		計	非常贊成	還算贊成		贊成	不贊成	
合計	2118	94.2	72.1	22.1	2.7	2.0	0.6	3.2
區域別		0.0			0.0			
北部地區	904	94.8	73.6	21.3	2.3	1.7	0.7	2.8
中部地區	457	92.2	69.7	22.5	3.0	2.2	0.7	4.8
南部地區	643	94.7	71.7	23.1	3.0	2.7	0.3	2.2
東部及離島地區	115	93.2	72.0	21.2	2.1	0.4	1.7	4.7
居住地								
新北市	359	94.9	69.2	25.7	3.2	2.3	0.9	1.9
台北市	243	93.8	77.3	16.5	2.3	1.6	0.7	3.9
台中市	242	95.3	72.8	22.5	1.6	1.3	0.3	3.1
台南市	172	94.8	69.9	24.9	2.1	1.3	0.8	3.1
高雄市	254	94.7	75.3	19.5	3.8	3.8	0.0	1.5
宜蘭縣	42	88.0	71.1	16.8	3.8	0.0	3.8	8.2
桃園縣	183	95.3	76.0	19.4	1.8	1.2	0.6	2.9
新竹縣	46	91.2	80.5	10.8	0.0	0.0	0.0	8.8
苗栗縣	51	90.5	72.1	18.4	4.3	4.3	0.0	5.1
彰化縣	117	88.1	65.9	22.2	2.7	1.5	1.2	9.2
南投縣	47	88.5	60.6	27.8	9.2	6.5	2.6	2.4
雲林縣	65	91.2	63.4	27.8	2.3	1.1	1.2	6.5
嘉義縣	49	97.0	65.5	31.5	3.0	3.0	0.0	0.0
屏東縣	79	95.9	73.0	22.9	4.1	4.1	0.0	0.0
臺東縣	21	92.8	75.1	17.6	0.0	0.0	0.0	7.2
花蓮縣	30	100.0	66.9	33.1	0.0	0.0	0.0	0.0
澎湖縣	9	100.0	88.6	11.4	0.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	35	98.1	62.8	35.3	1.9	1.9	0.0	0.0
新竹市	37	100.0	81.5	18.5	0.0	0.0	0.0	0.0
嘉義市	24	95.0	76.1	19.0	0.0	0.0	0.0	5.0
金門縣	12	90.0	68.7	21.3	6.4	3.1	3.4	3.6
連江縣	1	90.1	77.0	13.1	6.4	6.4	0.0	3.5

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表9-1 贊成電信業者應該在電話費或傳輸費使用到一定程度時，
主動提醒用戶

單位：人；%

	樣本數	計			計	不太贊成		非常不贊成	未表態
		計	非常贊成	還算贊成		計	不太贊成		
合計	2118	94.2	72.1	22.1	2.7	2.0	0.6	3.2	
都會區									
五都	1270	94.7	72.7	22.0	2.7	2.1	0.6	2.6	
非五都	848	93.3	71.1	22.2	2.6	1.9	0.8	4.1	
性別									
男性	1051	94.8	73.7	21.2	2.4	1.6	0.8	2.8	
女性	1067	93.5	70.5	23.0	3.0	2.4	0.5	3.5	
年齡	a	0.0			0.0				
13~19歲	211	97.4	53.8	43.6	2.6	2.6	0.0	0.0	
20~29歲	328	95.3	75.1	20.3	3.6	3.1	0.5	1.1	
30~39歲	402	97.7	82.9	14.8	1.4	1.3	0.1	0.9	
40~49歲	375	98.2	85.8	12.4	1.6	1.0	0.6	0.2	
50~59歲	370	95.2	75.8	19.4	2.7	1.7	1.0	2.0	
60~64歲	147	93.3	73.5	19.8	2.9	2.0	1.0	3.7	
65歲以上	281	79.1	43.5	35.6	4.8	3.3	1.5	16.1	
拒答	4	74.9	25.1	49.9	0.0	0.0	0.0	25.1	
教育程度	a								
國小以下	191	68.1	32.8	35.3	6.8	3.3	3.5	25.1	
國初中	236	93.4	57.8	35.6	3.1	2.4	0.7	3.5	
高中職	632	97.7	72.4	25.4	2.1	1.7	0.5	0.1	
大專	906	97.0	81.5	15.4	2.3	2.1	0.2	0.7	
研究所以上	145	97.4	88.7	8.7	1.0	1.0	0.0	1.6	
拒答	8	78.8	36.4	42.4	0.0	0.0	0.0	21.2	
職業	a								
自營、高階	304	98.1	87.7	10.4	0.8	0.4	0.3	1.2	
軍公教	81	100.0	93.7	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	
基層白領	561	97.2	83.3	13.8	2.5	2.3	0.2	0.3	
基層藍領	172	92.2	64.5	27.7	3.8	2.2	1.6	4.0	
農林漁牧業	57	84.2	55.7	28.5	3.8	2.5	1.3	12.0	
學生	288	96.4	57.1	39.3	3.6	3.0	0.6	0.0	
無業/待業/退休/家管	625	89.0	61.5	27.5	3.3	2.4	0.9	7.7	
其他	7	94.4	94.4	0.0	5.6	0.0	5.6	0.0	
拒答	24	100.0	81.5	18.5	0.0	0.0	0.0	0.0	

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表9-2 贊成電信業者應該在電話費或傳輸費使用到一定程度時，
主動提醒用戶

單位：人；%

	樣本數	計	贊成		計	不贊成		未表態
			非常贊成	還算贊成		不太贊成	非常不贊成	
合計	2118	94.2	72.1	22.1	2.7	2.0	0.6	3.2
個人平均月收入	a							
不到2萬元	835	90.7	58.2	32.5	4.1	3.0	1.1	5.2
2萬元不到4萬元	596	97.1	78.6	18.5	1.5	1.2	0.3	1.4
4萬元不到6萬元	334	97.2	83.7	13.5	1.8	1.7	0.1	1.0
6萬元不到8萬元	96	98.8	90.5	8.2	1.2	1.2	0.0	0.0
8萬元不到10萬元	36	93.8	87.2	6.5	3.9	3.9	0.0	2.3
10萬元以上	62	96.7	85.3	11.4	3.3	0.0	3.3	0.0
拒答	159	91.1	76.0	15.2	2.0	2.0	0.0	6.9
每日上網時間	a							
不到1小時	291	97.7	74.0	23.6	1.7	1.1	0.6	0.6
1-3小時	675	97.7	79.4	18.3	1.9	1.6	0.2	0.4
3-6小時	453	97.5	79.6	17.9	2.1	1.5	0.5	0.4
6-9小時	145	95.4	75.1	20.3	3.7	3.7	0.0	0.8
超過10小時	122	98.7	83.5	15.2	0.7	0.7	0.0	0.7
沒有在上網	418	80.3	46.1	34.2	5.6	3.8	1.9	14.1
拒答	15	100.0	78.3	21.7	0.0	0.0	0.0	0.0
電信業者別	a							
中華電信	1032	95.6	75.8	19.7	2.6	2.1	0.6	0.0
台灣大哥大	456	95.7	75.0	20.8	2.6	2.0	0.6	1.7
台灣之星	22	100.0	76.3	23.7	0.0	0.0	0.0	0.0
亞太電信	33	91.7	81.5	10.1	4.9	0.0	4.9	3.4
遠傳電信	387	97.6	74.1	23.5	1.8	1.5	0.3	0.7
其他電信業者	5	100.0	42.9	57.1	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	25	88.5	48.1	40.4	0.0	0.0	0.0	11.5

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表10 同意APP應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額

單位：人；%

	樣本數	計			計	不太		未表態
		計	非常 同意	還算 同意		同意	不同意	
合計	2118	91.9	73.4	18.6	1.2	0.8	0.4	6.8
區域別	a							
北部地區	904	93.2	76.0	17.2	1.1	0.6	0.5	5.7
中部地區	457	87.7	68.0	19.8	1.5	0.7	0.8	10.8
南部地區	643	93.3	73.8	19.5	1.2	1.0	0.2	5.5
東部及離島地區	115	91.4	71.6	19.8	1.0	1.0	0.0	7.6
居住地	a							
新北市	359	94.6	75.5	19.0	0.9	0.4	0.5	4.5
台北市	243	93.8	81.1	12.7	0.3	0.3	0.0	5.9
台中市	242	92.5	72.4	20.1	0.8	0.8	0.0	6.7
台南市	172	94.1	73.4	20.8	0.5	0.5	0.0	5.4
高雄市	254	93.6	79.0	14.6	1.2	0.9	0.3	5.1
宜蘭縣	42	87.7	72.9	14.7	0.0	0.0	0.0	12.3
桃園縣	183	88.0	70.0	18.0	2.7	1.3	1.4	9.4
新竹縣	46	94.4	80.6	13.9	0.0	0.0	0.0	5.6
苗栗縣	51	84.5	60.9	23.6	2.6	2.6	0.0	12.9
彰化縣	117	81.4	62.7	18.6	1.2	0.0	1.2	17.4
南投縣	47	82.3	65.7	16.6	4.5	0.0	4.5	13.2
雲林縣	65	89.2	60.3	28.9	2.3	1.2	1.2	8.5
嘉義縣	49	89.3	63.5	25.8	3.0	3.0	0.0	7.7
屏東縣	79	96.1	75.4	20.7	1.1	1.1	0.0	2.8
臺東縣	21	89.3	73.4	15.9	3.4	3.4	0.0	7.2
花蓮縣	30	96.2	67.7	28.4	0.0	0.0	0.0	3.8
澎湖縣	9	95.1	83.1	12.1	0.0	0.0	0.0	4.9
基隆市	35	100.0	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
新竹市	37	94.0	71.8	22.3	3.8	3.8	0.0	2.1
嘉義市	24	93.0	73.9	19.1	0.0	0.0	0.0	7.0
金門縣	12	93.4	65.0	28.4	3.1	3.1	0.0	3.6
連江縣	1	93.6	65.5	28.1	2.0	2.0	0.0	4.4

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表10-1 同意APP應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常同意	還算同意	計	不太同意	非常不同意	
合計	2118	91.9	73.4	18.6	1.2	0.8	0.4	6.8
都會區	***							
五都	1270	93.8	76.4	17.4	0.8	0.6	0.2	5.5
非五都	848	89.2	68.8	20.4	1.9	1.1	0.8	8.9
性別	**							
男性	1051	93.8	74.8	19.0	1.5	1.1	0.4	4.8
女性	1067	90.2	71.9	18.2	1.0	0.5	0.5	8.9
年齡	a	0.0			0.0			
13~19歲	211	98.0	67.1	30.9	0.2	0.2	0.0	1.8
20~29歲	328	98.9	83.2	15.8	0.6	0.6	0.0	0.5
30~39歲	402	96.7	85.8	11.0	0.4	0.4	0.0	2.9
40~49歲	375	97.0	85.1	11.9	1.4	0.2	1.2	1.6
50~59歲	370	90.9	73.7	17.1	0.4	0.4	0.0	8.8
60~64歲	147	85.6	60.3	25.3	2.0	1.5	0.5	12.3
65歲以上	281	71.0	40.2	30.8	4.4	2.9	1.5	24.6
拒答	4	50.4	25.1	25.3	0.0	0.0	0.0	49.6
教育程度	a							
國小以下	191	56.8	28.1	28.8	5.4	2.2	3.1	37.8
國初中	236	88.4	59.4	29.0	0.9	0.5	0.4	10.7
高中職	632	94.8	72.9	21.9	1.4	1.1	0.3	3.8
大專	906	98.1	85.0	13.1	0.5	0.4	0.1	1.4
研究所以上	145	96.9	88.3	8.5	0.0	0.0	0.0	3.1
拒答	8	26.7	16.6	10.1	0.0	0.0	0.0	73.3
職業	a							
自營、高階	304	97.6	88.1	9.4	0.3	0.0	0.3	2.2
軍公教	81	98.0	85.5	12.5	0.0	0.0	0.0	2.0
基層白領	561	97.0	83.7	13.2	0.8	0.5	0.3	2.2
基層藍領	172	87.5	65.4	22.1	2.9	2.3	0.6	9.5
農林漁牧業	57	72.3	50.1	22.2	4.1	2.7	1.3	23.6
學生	288	98.1	71.8	26.3	0.1	0.1	0.0	1.8
無業/待業/退休/家管	625	84.0	60.0	24.0	2.0	1.2	0.8	14.0
其他	7	100.0	74.9	25.1	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	24	92.8	80.1	12.6	0.0	0.0	0.0	7.2

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表10-2 同意APP應用程式應該清楚標示各項需付費之內容及金額

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常同意	還算同意	計	不太同意	非常不同意	
合計	2118	91.9	73.4	18.6	1.2	0.8	0.4	6.8
個人平均月收入	a							
不到2萬元	835	86.4	61.1	25.3	2.0	1.0	0.9	11.7
2萬元不到4萬元	596	95.6	79.2	16.4	1.0	0.9	0.1	3.3
4萬元不到6萬元	334	96.8	85.3	11.4	0.7	0.7	0.0	2.6
6萬元不到8萬元	96	98.0	91.8	6.2	0.0	0.0	0.0	2.0
8萬元不到10萬元	36	95.9	88.7	7.2	0.0	0.0	0.0	4.1
10萬元以上	62	97.6	85.2	12.4	0.0	0.0	0.0	2.4
拒答	159	90.5	71.3	19.2	0.5	0.0	0.5	8.9
每日上網時間	a							
不到1小時	291	93.4	69.4	23.9	1.6	1.3	0.3	5.0
1-3小時	675	98.0	82.0	15.9	0.5	0.1	0.4	1.5
3-6小時	453	98.3	85.5	12.8	0.6	0.6	0.0	1.1
6-9小時	145	99.5	86.6	12.9	0.0	0.0	0.0	0.5
超過10小時	122	95.5	82.9	12.6	0.0	0.0	0.0	4.5
沒有在上網	418	70.4	41.6	28.8	3.6	2.1	1.4	26.0
拒答	15	100.0	70.1	29.9	0.0	0.0	0.0	0.0
電信業者別	a							
中華電信	1032	92.9	75.4	17.5	1.3	1.1	0.2	
台灣大哥大	456	94.6	76.6	17.9	0.7	0.3	0.4	4.8
台灣之星	22	100.0	86.4	13.6	0.0	0.0	0.0	0.0
亞太電信	33	96.6	80.2	16.4	0.0	0.0	0.0	3.4
遠傳電信	387	96.1	77.8	18.3	0.9	0.0	0.9	3.0
其他電信業者	5	100.0	72.9	27.1	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	25	74.2	47.7	26.5	0.0	0.0	0.0	25.8

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表11 使用行動上網主要目的

單位：人；%

	樣本數	社交	查詢資料	瀏覽網頁	玩APP遊戲或線上遊戲	影音娛樂	收發郵件、簡訊	網路電話
合計	1538	57.7	33.3	26.2	17.8	12.4	11.2	4.1
區域別								
北部地區	696	59.1	31.4	26.3	17.9	13.0	13.1	5.0
中部地區	312	58.7	37.6	28.6	21.7	12.0	8.5	4.3
南部地區	455	55.4	34.1	24.9	15.7	12.1	10.0	2.8
東部及離島地區	74	53.3	28.4	23.2	14.6	10.3	11.6	3.6
居住地								
新北市	272	59.0	31.5	25.6	17.2	14.8	12.4	5.9
台北市	198	57.7	32.3	26.8	13.9	14.2	13.3	5.4
台中市	180	56.1	42.5	30.5	25.8	14.6	8.7	6.1
台南市	124	58.2	36.4	26.8	20.4	13.1	12.6	4.6
高雄市	193	54.0	34.5	30.7	14.3	8.3	8.0	1.6
宜蘭縣	31	47.3	29.8	12.3	12.3	4.2	11.1	6.1
桃園縣	134	58.2	32.7	22.1	22.8	8.5	12.2	2.4
新竹縣	35	60.6	20.7	40.9	15.5	11.7	14.9	4.3
苗栗縣	34	56.9	31.6	30.2	21.7	5.1	11.2	2.7
彰化縣	66	57.8	36.9	22.1	12.9	9.7	9.5	2.0
南投縣	32	77.4	17.6	29.6	16.2	9.8	2.2	0.0
雲林縣	46	46.3	33.3	8.4	14.6	14.7	4.7	4.8
嘉義縣	26	58.8	22.6	25.2	15.1	16.9	8.6	0.0
屏東縣	48	55.2	29.9	9.9	10.1	18.5	12.9	1.5
臺東縣	16	72.3	38.0	29.9	6.5	11.8	6.3	4.8
花蓮縣	14	45.8	19.0	39.4	28.6	17.9	16.8	0.0
澎湖縣	5	53.5	18.4	38.9	21.1	14.4	3.6	0.0
基隆市	31	69.1	42.1	40.2	16.9	11.8	15.7	11.2
新竹市	28	61.8	19.5	17.2	32.7	11.0	17.1	0.0
嘉義市	18	70.4	44.0	30.2	17.2	16.0	22.2	6.2
金門縣	8	51.5	27.6	11.1	10.0	12.7	21.5	0.0
連江縣	1	69.4	26.6	41.1	16.3	32.7	4.8	4.6

註：本題可複選。

附表11 使用行動上網主要目的(續)

單位：人；%

	樣本數	地圖 資訊	行動購 物及訂 票	理財 訊息	行動 付款	工作 或 業務需 要	沒有申 辦行動 上網	拒答
合計	1538	6.4	3.6	3.3	0.7	0.5	9.8	1.5
區域別								
北部地區	696	6.2	3.2	3.7	0.4	0.1	9.3	1.7
中部地區	312	7.4	5.8	3.6	1.2	1.3	11.4	1.1
南部地區	455	5.9	2.5	2.9	0.7	0.6	9.3	1.7
東部及離島地區	74	6.0	4.5	1.6	1.1	0.0	10.7	1.0
居住地								
新北市	272	8.7	3.4	2.2	0.6	0.0	11.1	1.9
台北市	198	4.7	1.1	4.6	0.0	0.3	8.6	0.8
台中市	180	7.5	6.0	4.2	1.4	1.7	9.5	0.0
台南市	124	8.5	1.4	0.9	0.0	0.0	5.6	0.6
高雄市	193	2.9	4.3	2.7	0.8	0.4	8.5	1.5
宜蘭縣	31	7.1	2.4	0.0	0.0	0.0	14.4	2.4
桃園縣	134	4.6	3.8	4.5	0.0	0.0	9.7	2.4
新竹縣	35	0.0	6.1	0.0	0.0	0.0	12.3	0.0
苗栗縣	34	4.5	3.3	0.0	0.0	0.0	17.4	1.8
彰化縣	66	7.9	7.5	2.0	0.0	1.5	14.1	4.1
南投縣	32	8.3	3.5	7.2	3.4	0.0	10.1	0.0
雲林縣	46	1.8	0.0	4.0	0.0	3.8	13.7	3.2
嘉義縣	26	3.0	4.9	0.0	0.0	0.0	8.7	8.0
屏東縣	48	14.7	0.0	7.6	0.0	0.0	19.6	0.0
臺東縣	16	9.1	10.9	3.4	0.0	0.0	2.9	0.0
花蓮縣	14	6.0	6.0	4.5	6.0	0.0	8.3	0.0
澎湖縣	5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.5	0.0
基隆市	31	7.4	0.0	4.6	3.4	0.0	2.0	2.2
新竹市	28	7.2	12.9	12.9	0.0	0.0	0.0	3.2
嘉義市	18	12.7	0.0	8.0	8.0	0.0	5.9	3.1
金門縣	8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	18.4	0.0
連江縣	1	2.9	9.4	2.9	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表11-1 使用行動上網主要目的

單位：人；%

	樣本數	社交	查詢 資料	瀏覽 網頁	玩APP遊 戲或線上 遊戲	影音 娛樂	收發郵 件、簡 訊	網路 電話
合計	1538	57.7	33.3	26.2	17.8	12.4	11.2	4.1
都會區								
五都	968	57.1	35.0	27.9	18.0	13.2	11.0	4.8
非五都	570	58.6	30.5	23.3	17.6	11.2	11.4	3.0
性別								
男性	764	54.7	34.2	23.7	21.2	12.0	12.4	4.3
女性	774	60.6	32.4	28.7	14.5	12.8	10.0	4.0
年齡								
13~19歲	168	66.1	23.7	15.2	33.5	19.2	4.5	1.5
20~29歲	293	61.1	33.7	23.7	27.8	15.4	8.9	3.6
30~39歲	362	61.1	33.5	41.3	19.8	12.0	12.6	3.1
40~49歲	308	56.8	42.2	27.1	13.0	11.2	13.3	5.0
50~59歲	245	54.7	36.0	24.1	5.4	8.8	14.1	5.6
60~64歲	77	42.7	24.7	15.9	7.9	8.4	13.0	7.5
65歲以上	86	39.6	18.2	5.0	6.8	9.1	7.7	5.2
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度								
國小以下	40	42.2	10.5	5.4	12.9	8.0	1.9	7.3
國初中	114	46.8	18.5	14.0	23.0	12.0	1.5	3.9
高中職	457	59.7	31.0	21.8	17.8	13.8	6.2	3.7
大專	799	59.0	36.8	31.5	18.8	12.8	14.4	4.2
研究所以上	127	56.8	39.7	26.4	9.3	6.6	20.5	4.6
拒答	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業								
自營、高階	259	57.9	36.8	25.6	16.4	9.4	18.1	6.4
軍公教	64	64.0	38.1	30.3	13.5	9.3	22.2	9.1
基層白領	498	57.4	36.6	34.2	15.4	14.1	13.0	3.9
基層藍領	104	49.1	33.7	34.3	26.1	10.2	2.6	1.8
農林漁牧業	21	57.4	31.4	21.7	5.6	0.0	18.9	6.9
學生	236	65.9	27.6	14.9	31.8	17.3	5.9	1.0
無業/待業/退休/家管	333	53.9	29.2	20.4	10.7	11.4	6.5	4.3
其他	7	37.2	43.8	38.2	76.9	16.3	10.6	26.6
拒答	17	57.3	23.9	7.0	14.1	0.0	17.5	0.0

註：本題可複選。

附表11-1 使用行動上網主要目的(續)

單位：人；%

	樣本數	地圖 資訊	行動購 物及訂 票	理財 訊息	行動 付款	工作 或 業務需 要	沒有申 辦行動 上網	拒答
合計	1538	6.4	3.6	3.3	0.7	0.5	9.8	1.5
都會區								
五都	968	6.5	3.3	3.0	0.6	0.5	9.1	1.1
非五都	570	6.2	4.0	4.0	0.8	0.5	11.1	2.3
性別								
男性	764	6.3	2.5	4.4	0.9	0.6	9.7	1.1
女性	774	6.5	4.6	2.3	0.5	0.4	9.9	1.9
年齡								
13~19歲	168	0.7	2.9	0.0	0.6	0.0	10.9	0.7
20~29歲	293	11.8	2.4	1.3	1.1	1.2	4.0	0.6
30~39歲	362	6.9	3.7	2.8	0.7	0.4	3.9	0.0
40~49歲	308	5.6	5.3	3.9	0.9	0.6	7.6	2.1
50~59歲	245	6.0	3.1	4.3	0.0	0.3	15.1	2.3
60~64歲	77	3.6	4.8	6.6	1.0	0.0	23.3	5.2
65歲以上	86	2.6	1.5	11.9	0.0	0.0	33.2	5.2
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度								
國小以下	40	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0	41.0	3.6
國初中	114	0.0	0.6	1.1	0.0	0.0	22.8	5.8
高中職	457	4.4	4.2	3.5	0.6	0.4	11.4	0.7
大專	799	8.6	3.7	3.2	1.0	0.6	5.8	1.4
研究所以上	127	6.7	4.2	6.2	0.0	0.5	8.0	0.8
拒答	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業								
自營、高階	259	7.0	5.8	5.3	1.2	1.7	5.7	1.3
軍公教	64	4.5	3.1	2.9	0.0	1.0	5.6	0.0
基層白領	498	9.3	4.2	3.2	0.6	0.3	4.6	1.5
基層藍領	104	6.1	2.1	3.1	0.0	0.0	13.1	0.0
農林漁牧業	21	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	24.6	3.6
學生	236	1.9	2.1	0.0	0.5	0.0	11.3	0.5
無業/待業/退休/家管	333	5.4	2.6	5.0	0.9	0.3	18.8	2.4
其他	7	26.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	17	0.0	6.0	0.0	0.0	0.0	10.6	17.4

註：本題可複選。

附表11-2 使用行動上網主要目的

單位：人；%

	樣本數	社交	查詢資料	瀏覽網頁	玩APP遊戲或線上遊戲	影音娛樂	收發郵件、簡訊	網路電話
合計	1538	57.7	33.3	26.2	17.8	12.4	11.2	4.1
個人平均月收入								
不到2萬元	499	58.6	27.2	16.3	20.4	12.7	4.8	2.6
2萬元不到4萬元	478	59.0	34.8	32.7	20.2	15.1	10.4	5.2
4萬元不到6萬元	277	59.6	37.8	28.1	16.5	8.1	16.6	3.0
6萬元不到8萬元	87	62.7	37.3	33.0	13.5	15.1	27.5	6.9
8萬元不到10萬元	27	57.6	49.5	28.9	8.2	10.7	11.7	5.0
10萬元以上	56	45.2	29.0	27.0	7.3	5.7	17.2	8.6
拒答	115	45.7	38.4	31.2	11.0	12.0	13.6	4.5
每日上網時間								
不到1小時	224	52.5	34.3	18.9	9.0	7.9	7.5	4.2
1-3小時	561	61.8	35.5	27.4	17.3	11.5	11.7	3.7
3-6小時	412	63.1	39.2	30.9	22.9	16.3	12.5	4.1
6-9小時	130	57.8	30.5	33.8	26.2	14.0	13.9	5.8
超過10小時	114	62.7	23.9	25.0	22.3	19.7	15.9	6.0
沒有在上網	85	10.0	4.1	1.9	1.6	1.3	2.0	2.5
拒答	12	61.0	37.5	44.0	15.9	0.0	0.0	0.0
電信業者別								
中華電信	791	56.4	32.9	29.9	14.2	9.6	12.1	4.5
台灣大哥大	364	59.3	35.5	23.3	21.7	17.2	12.2	4.3
台灣之星	20	56.1	43.7	12.9	29.2	4.1	13.6	7.1
亞太電信	26	66.1	21.9	27.4	25.1	3.1	0.0	0.0
遠傳電信	320	60.4	33.1	21.2	21.4	14.6	8.3	3.1
其他電信業者	3	54.4	0.0	30.9	14.7	54.4	30.9	0.0
不知道/拒答	14	9.6	20.4	25.5	17.0	20.4	8.7	4.9

註：本題可複選。

附表11-2 使用行動上網主要目的(續)

單位：人；%

	樣本數	地圖 資訊	行動購 物及訂 票	理財 訊息	行動 付款	工作 或 業務需 要	沒有申 辦行動 上網	拒答
合計	1538	6.4	3.6	3.3	0.7	0.5	9.8	1.5
個人平均月收入								
不到2萬元	499	3.7	2.2	1.4	0.8	0.0	18.0	1.7
2萬元不到4萬元	478	8.8	3.1	2.5	0.6	0.7	5.6	0.6
4萬元不到6萬元	277	8.0	5.1	4.6	0.3	0.6	5.8	2.3
6萬元不到8萬元	87	3.6	6.6	7.7	1.6	0.0	5.0	0.0
8萬元不到10萬元	27	8.8	7.0	10.8	0.0	3.1	0.0	5.5
10萬元以上	56	3.5	6.5	10.2	0.0	1.1	8.1	0.0
拒答	115	7.1	3.0	3.7	0.9	0.9	8.5	3.8
每日上網時間								
不到1小時	224	3.1	4.3	4.5	0.4	0.4	11.3	2.6
1-3小時	561	6.4	4.4	3.3	0.2	0.0	6.7	1.2
3-6小時	412	6.7	3.6	3.0	1.7	0.8	4.0	1.1
6-9小時	130	12.6	1.6	4.1	0.0	0.0	4.1	0.0
超過10小時	114	9.4	2.7	4.6	0.7	2.1	3.3	0.7
沒有在上網	85	0.0	0.0	0.0	0.9	0.0	74.1	6.4
拒答	12	0.0	5.7	0.0	0.0	8.0	0.0	0.0
電信業者別								
中華電信	791	6.7	3.1	3.5	0.4	0.5	10.6	1.4
台灣大哥大	364	6.5	2.8	2.7	0.8	1.0	7.3	1.5
台灣之星	20	6.1	0.0	6.1	0.0	0.0	3.1	17.5
亞太電信	26	3.0	3.1	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0
遠傳電信	320	6.0	5.9	4.1	1.2	0.0	11.4	1.1
其他電信業者	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	14	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	22.4	0.0

註：本題可複選。

附表12 使用電信服務遭遇之問題

單位：人；%

	樣本數	通話斷訊	通話品質不佳	網路速度不穩定	帳單錯誤	門號租約問題	未告知便 加值服務 收費	廣告不實
合計	1955	10.3	12.9	10.9	1.6	0.8	0.3	0.8
區域別								
北部地區	855	10.7	11.8	12.7	1.4	0.9	0.7	1.0
中部地區	404	10.7	12.2	11.1	3.1	0.2	0.0	1.4
南部地區	589	9.0	14.2	9.0	1.1	1.2	0.0	0.3
東部及離島地區	108	12.0	17.1	5.8	0.2	0.0	0.2	0.5
居住地								
新北市	337	11.7	12.0	8.8	1.4	1.7	0.8	1.1
台北市	234	10.5	10.2	17.1	1.5	0.6	0.4	0.9
台中市	215	9.2	11.1	11.5	4.0	0.3	0.0	1.1
台南市	159	9.6	10.7	12.9	0.9	0.5	0.0	0.0
高雄市	236	9.9	16.7	9.6	0.8	1.2	0.0	0.5
宜蘭縣	39	10.0	18.3	8.1	0.0	0.0	0.0	0.0
桃園縣	169	9.8	12.8	15.6	2.0	0.5	0.7	1.6
新竹縣	44	15.1	9.8	2.9	1.4	0.0	0.0	0.0
苗栗縣	45	11.2	18.7	10.8	0.0	0.0	0.0	3.4
彰化縣	103	12.5	11.5	11.1	1.3	0.0	0.0	1.7
南投縣	41	14.0	12.9	9.7	5.7	0.0	0.0	0.0
雲林縣	58	5.0	17.0	1.4	1.2	1.5	0.0	0.0
嘉義縣	42	14.2	5.3	5.8	0.0	0.0	0.0	0.0
屏東縣	70	3.8	18.9	2.8	3.8	3.9	0.0	0.0
臺東縣	18	18.4	16.1	0.0	0.0	0.0	0.0	2.8
花蓮縣	29	7.0	9.8	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0
澎湖縣	8	8.6	28.7	12.1	0.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	35	2.9	20.3	14.9	0.0	0.0	2.9	0.0
新竹市	37	9.6	10.2	17.4	0.0	0.0	0.0	0.0
嘉義市	23	11.9	6.5	19.7	0.0	0.0	0.0	2.4
金門縣	11	24.0	24.6	12.8	1.6	0.0	1.6	0.0
連江縣	1	9.0	26.0	9.3	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表12 使用電信服務遭遇之問題(續)

單位：人；%

	樣本數	詐騙 電話 或簡訊	資費不 合理	國際漫 遊費用 過高	業者 服務	其他	沒遇過 問題	未表態
合計	1955	10.7	1.4	0.0	0.7	0.0	61.7	0.3
區域別								
北部地區	855	11.6	1.5	0.0	0.5	0.1	59.6	0.5
中部地區	404	13.1	1.0	0.0	0.8	0.0	59.8	0.0
南部地區	589	8.5	1.5	0.0	1.1	0.0	65.0	0.2
東部及離島地區	108	6.8	1.2	0.0	0.4	0.0	67.7	0.6
居住地								
新北市	337	14.7	2.1	0.0	0.7	0.0	57.3	0.5
台北市	234	8.0	0.3	0.0	0.4	0.0	62.4	0.7
台中市	215	14.3	1.3	0.0	0.9	0.0	60.7	0.0
台南市	159	7.2	2.8	0.0	0.0	0.0	66.9	0.0
高雄市	236	8.2	1.6	0.0	0.6	0.0	62.2	0.0
宜蘭縣	39	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0	72.8	0.0
桃園縣	169	9.6	2.4	0.0	0.6	0.5	60.1	0.4
新竹縣	44	7.5	0.0	0.0	0.0	0.0	69.4	0.0
苗栗縣	45	9.2	1.3	0.0	2.9	0.0	62.1	0.0
彰化縣	103	10.3	0.0	0.0	0.0	0.0	60.0	0.0
南投縣	41	18.3	1.6	0.0	0.0	0.0	51.4	0.0
雲林縣	58	7.0	0.0	0.0	0.0	0.0	72.7	0.0
嘉義縣	42	9.7	1.6	0.0	0.0	0.0	75.0	2.4
屏東縣	70	10.6	0.0	0.0	4.2	0.0	62.5	0.0
臺東縣	18	10.7	5.3	0.0	0.0	0.0	52.4	0.0
花蓮縣	29	7.9	0.0	0.0	0.0	0.0	78.4	2.2
澎湖縣	8	0.0	2.3	0.0	0.0	0.0	60.8	0.0
基隆市	35	12.9	3.8	0.0	0.0	0.0	57.5	0.0
新竹市	37	18.7	0.0	0.0	0.0	0.0	50.5	0.0
嘉義市	23	16.6	0.0	0.0	8.9	0.0	49.4	0.0
金門縣	11	14.9	1.6	0.0	3.5	0.0	52.7	0.0
連江縣	1	6.5	0.0	0.0	4.0	0.0	59.2	0.0

註：本題可複選。

附表12-1 使用電信服務遭遇之問題

單位：人；%

	樣本數	通話斷訊	通話品質不佳	網路速度不穩定	帳單錯誤	門號租約問題	未告知便 加值服務 收費	廣告不實
合計	1955	10.3	12.9	10.9	1.6	0.8	0.3	0.8
都會區								
五都	1182	10.4	12.2	11.6	1.7	0.9	0.3	0.8
非五都	773	10.1	13.9	9.7	1.5	0.6	0.3	0.9
性別								
男性	979	9.8	13.7	11.1	1.9	0.7	0.1	1.0
女性	976	10.8	12.1	10.7	1.4	0.8	0.5	0.7
年齡								
13~19歲	184	3.8	6.6	4.1	1.4	0.8	0.7	0.0
20~29歲	319	9.0	11.7	17.0	0.6	1.6	0.5	0.6
30~39歲	397	14.9	13.9	19.1	1.3	0.7	0.0	0.7
40~49歲	366	12.8	16.2	11.0	2.0	0.7	0.8	1.5
50~59歲	342	11.0	16.5	7.8	2.3	0.7	0.1	0.7
60~64歲	132	11.9	13.2	5.4	1.1	1.1	0.0	1.5
65歲以上	214	2.9	6.8	0.7	2.8	0.0	0.0	0.9
拒答	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度								
國小以下	128	5.7	12.3	2.3	1.0	0.5	0.0	0.0
國初中	198	6.0	10.3	4.7	0.7	0.0	0.0	1.2
高中職	592	8.7	12.3	7.5	1.1	0.7	0.6	0.4
大專	888	11.8	13.2	14.9	1.8	1.2	0.3	1.1
研究所以上	145	17.4	17.4	16.6	3.4	0.0	0.0	1.3
拒答	5	0.0	15.1	0.0	34.3	0.0	0.0	0.0
職業								
自營、高階	299	15.3	19.0	14.4	3.0	0.7	0.4	1.5
軍公教	80	12.5	15.1	6.4	1.8	2.1	0.0	3.6
基層白領	553	9.6	14.0	14.6	1.5	0.8	0.2	0.9
基層藍領	159	14.3	12.4	8.6	0.4	0.9	0.0	0.5
農林漁牧業	44	10.1	12.5	4.3	2.0	0.0	0.0	1.3
學生	260	6.4	6.1	7.2	1.0	0.5	1.1	0.0
無業/待業/退休/家管	531	8.6	11.7	9.0	1.7	0.7	0.2	0.5
其他	7	2.7	11.5	26.7	0.0	8.8	0.0	0.0
拒答	23	10.5	11.0	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表12-1 使用電信服務遭遇之問題(續)

單位：人；%

	樣本數	詐騙 電話 或簡訊	資費不 合理	國際漫 遊費用 過高	業者 服務	其他	沒遇過 問題	未表態
合計	1955	10.7	1.4	0.0	0.7	0.0	61.7	0.3
都會區								
五都	1182	11.0	1.6	0.0	0.6	0.0	61.2	0.3
非五都	773	10.3	1.1	0.0	1.0	0.1	62.4	0.3
性別								
男性	979	12.0	1.7	0.0	0.8	0.0	60.1	0.1
女性	976	9.4	1.1	0.0	0.7	0.1	63.2	0.5
年齡								
13~19歲	184	5.4	0.0	0.0	0.0	0.0	80.5	0.0
20~29歲	319	6.4	0.0	0.0	1.0	0.0	62.3	0.0
30~39歲	397	11.9	2.3	0.0	0.8	0.0	53.5	0.0
40~49歲	366	14.6	0.7	0.0	1.9	0.2	52.6	0.7
50~59歲	342	12.1	2.0	0.0	0.2	0.0	59.6	0.7
60~64歲	132	10.1	2.6	0.0	0.4	0.0	67.4	0.0
65歲以上	214	11.4	2.7	0.0	0.0	0.0	74.6	0.3
拒答	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
教育程度								
國小以下	128	13.1	0.6	0.0	0.0	0.0	69.0	0.0
國初中	198	8.5	2.3	0.0	0.8	0.0	74.6	0.0
高中職	592	10.6	2.2	0.0	0.7	0.1	65.4	0.4
大專	888	10.0	1.0	0.0	0.8	0.0	57.0	0.4
研究所以上	145	16.8	0.0	0.0	1.2	0.0	51.4	0.0
拒答	5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.6	0.0
職業								
自營、高階	299	14.5	1.3	0.0	1.1	0.0	50.4	0.2
軍公教	80	8.1	0.0	0.0	1.9	0.0	60.9	0.0
基層白領	553	11.1	1.4	0.0	0.8	0.0	58.0	0.4
基層藍領	159	14.1	3.4	0.0	0.6	0.0	60.2	0.6
農林漁牧業	44	14.5	1.3	0.0	2.7	0.0	58.6	0.0
學生	260	6.4	0.0	0.0	0.0	0.0	76.1	0.0
無業/待業/退休/家管	531	9.8	1.8	0.0	0.5	0.1	65.1	0.3
其他	7	0.0	2.7	0.0	0.0	0.0	64.5	0.0
拒答	23	3.5	0.0	0.0	0.0	0.0	74.3	2.9

註：本題可複選。

附表12-2 使用電信服務遭遇之問題

單位：人；%

	樣本數	通話斷訊	通話品質不佳	網路速度不穩定	帳單錯誤	門號租約問題	未告知便 加值服務 收費	廣告不實
合計	1955	10.3	12.9	10.9	1.6	0.8	0.3	0.8
個人平均月收入								
不到2萬元	709	7.8	9.4	7.1	1.8	0.5	0.5	0.1
2萬元不到4萬元	577	10.3	13.0	12.5	0.5	1.2	0.2	1.2
4萬元不到6萬元	326	10.7	15.5	12.1	2.1	0.0	0.4	1.4
6萬元不到8萬元	95	17.8	17.8	17.6	2.8	1.4	0.0	1.1
8萬元不到10萬元	36	15.7	29.4	11.4	4.8	0.0	0.0	2.3
10萬元以上	62	10.8	20.8	11.2	0.0	0.0	0.0	1.1
拒答	149	14.5	13.0	15.7	3.3	2.5	0.0	1.1
每日上網時間								
不到1小時	279	9.1	12.1	7.7	1.0	0.5	0.1	0.9
1-3小時	649	10.4	12.1	12.1	1.3	0.9	0.2	1.6
3-6小時	447	11.1	15.8	16.6	1.8	0.9	0.5	0.4
6-9小時	143	12.1	15.8	13.1	2.8	1.7	0.0	0.9
超過10小時	121	17.6	17.3	14.5	0.0	1.5	2.2	0.0
沒有在上網	301	5.9	7.7	0.4	2.4	0.0	0.0	0.0
拒答	15	17.0	20.4	7.3	8.8	0.0	0.0	0.0
電信業者別								
中華電信	1031	9.9	12.3	10.2	1.5	0.8	0.4	0.5
台灣大哥大	455	8.5	11.1	10.3	2.0	0.5	0.2	1.4
台灣之星	22	27.0	30.4	19.8	0.0	0.0	0.0	0.0
亞太電信	33	8.9	24.3	4.7	0.0	0.0	0.0	8.5
遠傳電信	385	13.1	15.8	14.1	1.7	1.3	0.3	0.6
其他電信業者	5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	25	4.7	0.0	5.5	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表12-2 使用電信服務遭遇之問題(續)

單位：人；%

	樣本數	詐騙 電話 或簡訊	資費不 合理	國際漫 遊費用 過高	業者 服務	其他	沒遇過 問題	未表態
合計	1955	10.7	1.4	0.0	0.7	0.0	61.7	0.3
個人平均月收入								
不到2萬元	709	9.1	0.6	0.0	0.9	0.0	69.3	0.2
2萬元不到4萬元	577	12.6	1.9	0.0	0.5	0.0	60.1	0.2
4萬元不到6萬元	326	11.5	1.7	0.0	1.5	0.0	57.6	0.2
6萬元不到8萬元	95	8.6	0.0	0.0	0.4	0.0	49.2	1.1
8萬元不到10萬元	36	11.3	2.3	0.0	0.0	0.0	48.0	0.0
10萬元以上	62	12.3	2.2	0.0	0.0	0.0	58.2	1.0
拒答	149	10.4	3.0	0.0	0.0	0.5	53.6	0.4
每日上網時間								
不到1小時	279	8.5	2.5	0.0	0.0	0.0	66.6	0.2
1-3小時	649	11.1	1.7	0.0	0.7	0.1	60.0	0.2
3-6小時	447	12.8	1.3	0.0	0.8	0.0	54.8	0.4
6-9小時	143	10.3	0.8	0.0	0.7	0.0	62.4	0.0
超過10小時	121	5.2	0.0	0.0	2.6	0.0	53.0	0.5
沒有在上網	301	11.5	0.9	0.0	0.6	0.0	73.7	0.6
拒答	15	8.4	0.0	0.0	0.0	0.0	67.3	0.0
電信業者別								
中華電信	1031	10.9	1.4	0.0	0.4	0.0	63.9	0.3
台灣大哥大	455	8.6	1.8	0.0	1.0	0.0	64.3	0.0
台灣之星	22	20.2	0.0	0.0	4.5	0.0	39.4	0.0
亞太電信	33	22.3	0.0	0.0	5.6	0.0	41.2	0.0
遠傳電信	385	11.7	1.3	0.0	0.8	0.2	53.7	0.6
其他電信業者	5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
不知道/拒答	25	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	83.5	0.0

註：本題可複選。

附表13 處理電信服務消費爭議管道

單位：人；%

	樣本數	消費者服務中心	1950消保專線	消基會等消保團體	新聞媒體	繼續找業者
合計	92	17.7	0.0	1.7	0.8	76.2
區域別						
北部地區	47	21.5	0.0	1.7	1.6	70.4
中部地區	13	12.5	0.0	0.0	0.0	82.3
南部地區	28	9.9	0.0	2.9	0.0	86.0
東部及離島地區	4	44.7	0.0	0.0	0.0	55.3
居住地						
新北市	19	21.8	0.0	0.0	0.0	69.0
台北市	12	16.5	0.0	0.0	6.6	83.5
台中市	6	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
台南市	7	28.9	0.0	11.4	0.0	71.1
高雄市	12	6.0	0.0	0.0	0.0	94.0
宜蘭縣	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
桃園縣	9	22.8	0.0	9.0	0.0	60.9
新竹縣	1	54.8	0.0	0.0	0.0	45.2
苗栗縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
彰化縣	5	36.6	0.0	0.0	0.0	63.4
南投縣	2	0.0	0.0	0.0	0.0	71.4
雲林縣	2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
嘉義縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
屏東縣	5	0.0	0.0	0.0	0.0	75.4
臺東縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
花蓮縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
澎湖縣	1	42.0	0.0	0.0	0.0	58.0
基隆市	4	37.2	0.0	0.0	0.0	45.4
新竹市	3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
嘉義市	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
金門縣		0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
連江縣		0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

註：本題可複選。

附表13 處理電信服務消費爭議管道(續)

單位：人；%

	樣本數	NCC	沒有進一步處理	未表態
合計	92	1.2	4.0	1.9
區域別				
北部地區	47	0.0	6.4	3.7
中部地區	13	0.0	5.2	0.0
南部地區	28	4.0	0.0	0.0
東部及離島地區	4	0.0	0.0	0.0
居住地				
新北市	19	0.0	9.3	9.3
台北市	12	0.0	0.0	0.0
台中市	6	0.0	0.0	0.0
台南市	7	0.0	0.0	0.0
高雄市	12	0.0	0.0	0.0
宜蘭縣	1	0.0	0.0	0.0
桃園縣	9	0.0	7.4	0.0
新竹縣	1	0.0	0.0	0.0
苗栗縣	1	0.0	0.0	0.0
彰化縣	5	0.0	0.0	0.0
南投縣	2	0.0	28.6	0.0
雲林縣	2	0.0	0.0	0.0
嘉義縣	1	0.0	0.0	0.0
屏東縣	5	24.6	0.0	0.0
臺東縣	1	0.0	0.0	0.0
花蓮縣	1	0.0	0.0	0.0
澎湖縣	1	0.0	0.0	0.0
基隆市	4	0.0	17.4	0.0
新竹市	3	0.0	0.0	0.0
嘉義市	1	0.0	0.0	0.0
金門縣		0.0	0.0	0.0
連江縣		0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表13-1 處理電信服務消費爭議管道

單位：人；%

	樣本數	消費者服務中心	1950消保專線	消基會等消保團體	新聞媒體	繼續找業者
合計	92	17.7	0.0	1.7	0.8	76.2
都會區						
五都	55	15.7	0.0	1.4	1.4	81.1
非五都	37	20.7	0.0	2.2	0.0	68.8
性別						
男性	47	13.7	0.0	0.0	0.0	82.1
女性	45	21.9	0.0	3.5	1.7	70.0
年齡						
13~19歲	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20~29歲	25	15.3	0.0	0.0	0.0	77.8
30~39歲	26	29.5	0.0	0.0	0.0	70.5
40~49歲	14	23.7	0.0	11.1	5.3	58.1
50~59歲	14	4.4	0.0	0.0	0.0	86.3
60~64歲	5	15.0	0.0	0.0	0.0	85.0
65歲以上	8	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度						
國小以下	3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
國初中	8	8.0	0.0	0.0	0.0	92.0
高中職	28	18.6	0.0	0.0	0.0	76.5
大專	50	19.6	0.0	3.2	1.5	74.1
研究所以上	5	17.3	0.0	0.0	0.0	58.1
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業						
自營、高階	21	9.6	0.0	3.7	3.6	78.5
軍公教	6	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
基層白領	29	32.4	0.0	2.7	0.0	61.7
基層藍領	7	32.0	0.0	0.0	0.0	68.0
農林漁牧業	3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
學生	2	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
無業/待業/退休/家管	23	11.5	0.0	0.0	0.0	85.7
其他	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表13-1 處理電信服務消費爭議管道(續)

單位：人；%

	樣本數	NCC	沒有進一步處理	未表態
合計	92	1.2	4.0	1.9
都會區				
五都	55	0.0	3.1	3.1
非五都	37	3.1	5.4	0.0
性別				
男性	47	0.0	4.2	0.0
女性	45	2.5	3.8	3.8
年齡				
13~19歲	0	0.0	0.0	0.0
20~29歲	25	0.0	6.9	6.9
30~39歲	26	0.0	0.0	0.0
40~49歲	14	7.8	4.8	0.0
50~59歲	14	0.0	9.3	0.0
60~64歲	5	0.0	0.0	0.0
65歲以上	8	0.0	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0
教育程度				
國小以下	3	0.0	0.0	0.0
國初中	8	0.0	0.0	0.0
高中職	28	0.0	4.9	0.0
大專	50	0.0	4.7	3.5
研究所以上	5	24.6	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0
職業				
自營、高階	21	5.3	2.9	0.0
軍公教	6	0.0	0.0	0.0
基層白領	29	0.0	5.9	5.9
基層藍領	7	0.0	0.0	0.0
農林漁牧業	3	0.0	0.0	0.0
學生	2	0.0	0.0	0.0
無業/待業/退休/家管	23	0.0	2.8	0.0
其他	0	0.0	0.0	0.0
拒答	1	0.0	100.0	0.0

註：本題可複選。

附表13-2 處理電信服務消費爭議管道

單位：人；%

	樣本數	消費者服務中心	1950消保專線	消基會等消保團體	新聞媒體	繼續找業者
合計	92	17.7	0.0	1.7	0.8	76.2
個人平均月收入						
不到2萬元	20	16.3	0.0	0.0	0.0	80.4
2萬元不到4萬元	29	31.3	0.0	2.8	0.0	62.7
4萬元不到6萬元	20	6.0	0.0	0.0	0.0	90.6
6萬元不到8萬元	10	12.9	0.0	0.0	0.0	87.1
8萬元不到10萬元	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10萬元以上	4	39.9	0.0	0.0	0.0	60.1
拒答	7	0.0	0.0	10.7	10.3	89.3
每日上網時間						
不到1小時	6	0.0	0.0	0.0	13.0	88.9
1-3小時	36	17.2	0.0	0.0	0.0	81.1
3-6小時	21	15.0	0.0	3.9	0.0	76.6
6-9小時	9	23.5	0.0	0.0	0.0	63.9
超過10小時	13	37.8	0.0	6.1	0.0	50.9
沒有在上網	8	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
電信業者別						
中華電信	26	27.3	0.0	0.0	0.0	70.2
台灣大哥大	27	14.6	0.0	0.0	2.9	76.4
台灣之星	5	0.0	0.0	16.2	0.0	83.8
亞太電信	3	16.3	0.0	0.0	0.0	62.5
遠傳電信	32	15.5	0.0	2.5	0.0	81.0
其他電信業者	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表13-2 處理電信服務消費爭議管道(續)

單位：人；%

	樣本數	NCC	沒有進一步處理	未表態
合計	92	1.2	4.0	1.9
個人平均月收入				
不到2萬元	20	0.0	3.3	0.0
2萬元不到4萬元	29	0.0	6.0	6.0
4萬元不到6萬元	20	0.0	3.4	0.0
6萬元不到8萬元	10	0.0	0.0	0.0
8萬元不到10萬元	2	64.2	35.8	0.0
10萬元以上	4	0.0	0.0	0.0
拒答	7	0.0	0.0	0.0
每日上網時間				
不到1小時	6	0.0	11.1	0.0
1-3小時	36	0.0	1.7	0.0
3-6小時	21	0.0	8.4	8.4
6-9小時	9	12.6	0.0	0.0
超過10小時	13	0.0	5.3	0.0
沒有在上網	8	0.0	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0
電信業者別				
中華電信	26	0.0	2.5	0.0
台灣大哥大	27	0.0	9.0	6.4
台灣之星	5	0.0	0.0	0.0
亞太電信	3	0.0	21.2	0.0
遠傳電信	32	3.5	0.0	0.0
其他電信業者	0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表14 政府保障消費者使用電信服務權益之方式

	樣本數	設置申 訴管道	提供7天 鑑賞期	提升通 訊/連線 品質	事先告知 加值服務 收費	統一 費率	降低 費率	加強個 資保護
合計	1955	3.8	0.5	7.6	2.2	2.8	12.6	7.0
區域別								
北部地區	856	3.7	0.4	7.4	1.7	2.7	11.0	7.4
中部地區	402	3.7	0.7	7.4	3.1	2.8	12.4	7.1
南部地區	590	4.0	0.5	8.0	2.5	3.4	14.4	6.6
東部及離島地區	107	3.4	0.9	7.4	1.7	1.1	15.7	5.3
居住地								
新北市	337	3.4	0.0	6.8	1.1	2.3	11.8	9.6
台北市	235	4.8	1.6	5.7	3.0	2.0	8.7	5.7
台中市	215	3.5	0.6	7.0	0.8	2.8	14.0	7.7
台南市	159	3.3	1.0	8.2	2.5	2.6	18.1	2.8
高雄市	236	6.3	0.0	6.6	2.8	3.8	11.5	6.8
宜蘭縣	39	5.8	0.0	10.6	0.0	0.0	18.7	2.5
桃園縣	169	3.1	0.0	9.3	1.4	4.1	10.2	7.6
新竹縣	44	4.6	0.0	13.6	1.4	2.5	14.8	1.8
苗栗縣	45	4.1	0.0	19.5	2.9	0.0	11.7	2.1
彰化縣	103	3.4	1.6	5.2	7.1	4.0	9.6	6.9
南投縣	40	5.4	0.0	1.6	5.4	2.8	11.8	10.1
雲林縣	58	2.7	0.0	2.3	1.2	0.0	10.5	9.0
嘉義縣	42	0.0	0.0	17.5	1.5	7.2	19.7	11.2
屏東縣	71	2.5	0.0	8.1	3.6	2.7	14.7	5.3
臺東縣	18	5.0	5.0	5.0	7.6	5.0	12.5	4.8
花蓮縣	29	0.0	0.0	6.0	0.0	0.0	20.6	11.3
澎湖縣	8	0.0	0.0	4.4	0.0	0.0	3.7	3.6
基隆市	35	1.8	0.0	6.8	2.9	3.3	21.6	4.6
新竹市	37	4.0	0.0	7.9	0.0	3.2	8.8	5.6
嘉義市	23	0.0	6.4	16.7	2.4	10.0	18.1	20.7
金門縣	11	3.3	0.0	6.1	3.4	2.6	7.8	1.8
連江縣	1	5.6	0.0	8.1	5.4	0.0	6.0	5.4

註：本題可複選。

附表14 政府保障消費者使用電信服務權益之方式(續)

單位：人；%

	樣本數	訂定基本 使用權益 相關法條	加強宣導 消費者使 用權益	斷訊期間 給予補償	資訊 透明化	要求業者 主動提醒 使用額度	增設 基地台
合計	1955	10.4	7.1	1.4	1.1	0.6	0.7
區域別							
北部地區	856	10.7	8.6	2.2	1.0	0.4	0.7
中部地區	402	7.1	4.1	1.3	0.9	0.8	1.3
南部地區	590	12.0	6.4	0.4	1.5	0.6	0.5
東部及離島地區	107	11.3	9.4	1.7	1.7	0.6	0.0
居住地							
新北市	337	10.2	8.7	2.7	0.7	0.3	0.0
台北市	235	10.5	9.2	1.2	1.2	0.0	1.1
台中市	215	8.4	5.8	0.0	1.7	0.8	1.6
台南市	159	14.5	8.6	0.0	0.0	0.5	0.0
高雄市	236	13.0	4.4	0.0	1.2	0.8	0.6
宜蘭縣	39	12.2	7.3	3.3	0.0	0.0	0.0
桃園縣	169	10.6	4.5	2.9	1.8	0.8	0.5
新竹縣	44	7.4	9.5	0.0	0.0	2.4	0.0
苗栗縣	45	6.2	3.0	0.0	0.0	0.0	3.4
彰化縣	103	4.9	1.7	4.9	0.0	1.3	0.0
南投縣	40	6.8	2.7	0.0	0.0	0.0	0.0
雲林縣	58	4.8	5.2	0.0	0.0	0.0	0.0
嘉義縣	42	11.7	7.5	0.0	1.7	0.0	0.0
屏東縣	71	8.6	10.6	0.0	4.8	1.6	1.9
臺東縣	18	14.8	8.5	0.0	0.0	0.0	0.0
花蓮縣	29	11.6	11.5	0.0	5.3	0.0	0.0
澎湖縣	8	8.3	5.2	5.7	2.8	8.0	0.0
基隆市	35	6.6	15.4	3.0	0.0	0.0	6.3
新竹市	37	25.5	14.4	2.5	0.0	0.0	0.0
嘉義市	23	12.4	0.0	9.1	7.4	0.0	0.0
金門縣	11	3.5	16.1	0.0	0.0	0.0	0.0
連江縣	1	15.8	11.3	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表14 政府保障消費者使用電信服務權益之方式(續1)

單位：人；%

	樣本數	防範電信 詐騙	訂定電信 業者懲罰 機制	加強電信 消費合約	監督電信 業者服務 品質	其他	無特別 意見
合計	1955	1.4	0.7	0.6	0.7	0.0	54.8
區域別							
北部地區	856	1.4	1.2	0.4	0.6	0.0	53.7
中部地區	402	1.2	0.7	0.5	0.6	0.0	58.9
南部地區	590	1.6	0.0	0.8	1.0	0.0	53.6
東部及離島地區	107	0.8	0.4	1.5	0.0	0.0	54.6
居住地							
新北市	337	1.8	1.3	0.7	0.0	0.0	53.9
台北市	235	1.0	0.7	0.0	1.3	0.0	55.4
台中市	215	1.4	0.8	0.9	0.6	0.0	56.7
台南市	159	1.4	0.0	0.5	1.8	0.0	50.3
高雄市	236	0.0	0.0	1.4	0.6	0.0	56.4
宜蘭縣	39	0.0	0.0	4.2	0.0	0.0	54.7
桃園縣	169	0.0	2.4	0.0	0.6	0.0	56.5
新竹縣	44	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	45.9
苗栗縣	45	2.5	1.3	0.0	0.0	0.0	64.7
彰化縣	103	0.6	0.7	0.0	1.2	0.0	59.1
南投縣	40	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	63.2
雲林縣	58	1.9	0.0	0.0	1.9	0.0	66.8
嘉義縣	42	3.1	0.0	0.0	1.7	0.0	48.3
屏東縣	71	3.9	0.0	1.1	0.0	0.0	51.9
臺東縣	18	0.0	2.3	0.0	0.0	0.0	54.6
花蓮縣	29	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	46.4
澎湖縣	8	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	69.4
基隆市	35	3.3	0.0	0.0	3.7	0.0	50.9
新竹市	37	2.4	0.0	2.4	0.0	0.0	40.1
嘉義市	23	10.1	0.0	0.0	0.0	0.0	29.9
金門縣	11	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	63.2
連江縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	62.1

註：本題可複選。

附表14-1 政府保障消費者使用電信服務權益之方式

	樣本數	設置申 訴管道	提供7天 鑑賞期	提升通 訊/連線 品質	事先告知 加值服務 收費	統一 費率	降低 費率	加強個 資保護
合計	1955	3.8	0.5	7.6	2.2	2.8	12.6	7.0
都會區								
五都	1183	4.3	0.6	6.8	1.9	2.7	12.4	7.0
非五都	772	3.1	0.5	8.8	2.7	3.1	12.9	6.9
性別								
男性	979	3.8	0.3	7.8	2.7	2.0	11.7	5.8
女性	976	3.8	0.8	7.3	1.8	3.7	13.5	8.1
年齡								
13~19歲	184	5.0	0.0	1.5	1.3	0.0	1.4	5.7
20~29歲	319	2.7	2.0	11.2	2.7	3.2	8.8	5.5
30~39歲	396	5.7	0.8	8.9	1.8	2.7	15.6	5.7
40~49歲	366	4.6	0.3	9.3	2.4	4.2	16.8	9.4
50~59歲	343	3.2	0.0	8.5	3.7	4.5	16.0	8.3
60~64歲	132	2.2	0.0	2.1	0.4	1.1	12.6	5.5
65歲以上	213	1.4	0.0	3.3	1.6	1.0	9.6	7.5
拒答	2	0.0	0.0	50.2	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度								
國小以下	128	1.2	0.0	4.4	0.4	1.4	10.8	5.0
國初中	199	0.0	0.0	5.1	2.4	1.4	11.6	6.4
高中職	591	4.2	0.0	6.5	2.1	1.8	10.2	5.4
大專	889	4.0	1.0	8.5	2.4	4.0	14.5	8.2
研究所以上	143	8.4	1.3	12.7	3.4	3.5	13.9	8.5
拒答	5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	17.5
職業								
自營、高階	298	4.2	0.7	10.1	4.3	6.0	16.6	9.7
軍公教	80	9.9	0.0	8.4	0.9	4.3	14.3	5.3
基層白領	549	4.4	0.6	9.0	1.7	2.8	16.2	6.8
基層藍領	159	3.2	0.0	11.9	2.7	0.5	10.6	7.8
農林漁牧業	45	1.5	0.0	3.6	4.2	0.0	10.0	1.6
學生	261	3.9	1.0	3.3	1.5	0.9	3.1	4.9
無業/待業/退休/家管	533	2.3	0.5	5.3	1.8	2.9	11.5	7.2
其他	7	0.0	0.0	5.6	0.0	0.0	25.1	0.0
拒答	23	5.3	0.0	18.1	4.8	0.0	15.0	8.1

註：本題可複選。

附表14-1 政府保障消費者使用電信服務權益之方式(續)

單位：人；%

	樣本數	訂定基本 使用權益 相關法條	加強宣導 消費者使 用權益	斷訊期間 給予補償	資訊 透明化	要求業者 主動提醒 使用額度	增設 基地台
合計	1955	10.4	7.1	1.4	1.1	0.6	0.7
都會區							
五都	1183	11.1	7.4	1.0	1.0	0.5	0.6
非五都	772	9.3	6.5	2.1	1.4	0.7	0.8
性別							
男性	979	11.0	7.0	1.7	1.4	0.7	0.9
女性	976	9.8	7.1	1.1	0.9	0.4	0.5
年齡							
13~19歲	184	8.0	2.9	1.3	0.0	0.0	0.0
20~29歲	319	9.2	8.8	3.3	1.1	0.5	1.0
30~39歲	396	13.8	6.6	1.6	2.0	0.7	0.9
40~49歲	366	12.7	8.7	1.5	1.3	0.6	0.9
50~59歲	343	11.6	8.2	0.5	1.2	1.0	0.7
60~64歲	132	6.6	6.3	0.5	0.5	0.6	0.5
65歲以上	213	4.4	4.8	0.4	0.7	0.2	0.0
拒答	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度							
國小以下	128	3.2	1.6	0.0	0.5	0.6	0.0
國初中	199	5.7	6.2	0.3	1.0	0.3	0.0
高中職	591	8.4	6.5	1.1	0.6	0.2	0.7
大專	889	13.2	8.1	2.2	1.4	0.8	0.8
研究所以上	143	14.6	9.0	0.9	2.6	0.7	1.5
拒答	5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業							
自營、高階	298	14.3	8.6	2.1	2.1	0.7	1.5
軍公教	80	9.6	5.9	0.0	2.6	1.5	0.8
基層白領	549	12.0	9.0	2.3	1.0	0.3	0.4
基層藍領	159	7.4	5.1	0.0	1.6	0.0	1.4
農林漁牧業	45	8.1	11.0	0.0	1.6	0.0	0.0
學生	261	11.3	3.9	1.5	1.3	0.7	0.6
無業/待業/退休/家管	533	7.2	6.1	1.0	0.3	0.9	0.3
其他	7	8.8	8.8	0.0	0.0	0.0	15.3
拒答	23	11.5	8.1	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表14-1 政府保障消費者使用電信服務權益之方式(續1)

單位：人；%

	樣本數	防範電信 詐騙	訂定電信 業者懲罰 機制	加強電信 消費合約	監督電信 業者服務 品質	其他	無特別 意見
合計	1955	1.4	0.7	0.6	0.7	0.0	54.8
都會區							
五都	1183	1.2	0.6	0.7	0.7	0.0	54.7
非五都	772	1.8	0.8	0.4	0.7	0.0	54.9
性別							
男性	979	1.6	0.8	0.5	0.7	0.0	54.7
女性	976	1.2	0.6	0.7	0.7	0.0	54.9
年齡							
13~19歲	184	0.0	0.0	0.7	0.0	0.0	75.7
20~29歲	319	0.5	2.1	0.5	0.0	0.0	54.7
30~39歲	396	1.5	0.6	0.7	1.6	0.0	47.2
40~49歲	366	1.6	0.5	0.8	0.8	0.0	46.8
50~59歲	343	1.7	0.3	0.6	1.0	0.0	49.9
60~64歲	132	3.7	1.1	1.1	1.0	0.0	62.4
65歲以上	213	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	67.8
拒答	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	49.8
教育程度							
國小以下	128	3.4	0.0	0.0	0.5	0.0	73.1
國初中	199	0.7	0.0	0.0	0.6	0.0	69.3
高中職	591	1.1	0.6	0.8	0.8	0.0	60.1
大專	889	1.3	1.0	0.8	0.8	0.0	46.5
研究所以上	143	2.8	0.6	0.0	0.0	0.0	46.6
拒答	5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	82.5
職業							
自營、高階	298	2.2	0.7	1.1	1.5	0.0	42.7
軍公教	80	3.1	0.0	0.0	1.7	0.0	51.0
基層白領	549	1.0	0.9	0.5	0.7	0.0	47.0
基層藍領	159	0.8	0.6	0.4	0.8	0.0	58.0
農林漁牧業	45	3.5	0.0	0.0	0.0	0.0	69.3
學生	261	0.0	1.3	0.5	0.0	0.0	69.1
無業/待業/退休/家管	533	1.9	0.4	0.4	0.6	0.0	61.6
其他	7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	45.1
拒答	23	0.0	0.0	7.3	0.0	0.0	43.1

註：本題可複選。

附表14-2 政府保障消費者使用電信服務權益之方式

	樣本數	設置申訴管道	提供7天鑑賞期	提升通訊/連線品質	事先告知 加值服務收費	統一費率	降低費率	加強個資保護
合計	1955	3.8	0.5	7.6	2.2	2.8	12.6	7.0
個人平均月收入								
不到2萬元	713	2.8	0.6	5.4	1.3	2.2	7.9	6.4
2萬元不到4萬元	577	4.0	0.5	8.3	2.4	2.5	13.9	7.4
4萬元不到6萬元	321	4.4	0.0	7.5	3.4	4.6	16.8	7.6
6萬元不到8萬元	95	9.3	1.3	13.1	3.4	3.7	17.3	10.3
8萬元不到10萬元	36	3.4	2.8	3.6	3.0	10.3	16.9	6.7
10萬元以上	62	1.2	0.0	14.1	1.0	1.7	8.2	4.0
拒答	150	4.1	0.6	9.9	3.3	1.7	18.8	5.9
每日上網時間								
不到1小時	278	2.0	0.0	4.4	2.8	1.7	10.8	8.6
1-3小時	648	4.8	0.6	6.6	2.4	3.2	14.1	6.1
3-6小時	447	4.2	0.8	10.6	2.1	4.3	15.2	7.8
6-9小時	145	3.1	1.1	12.3	1.2	0.5	16.0	5.2
超過10小時	121	6.6	1.4	9.2	3.8	5.2	7.6	7.7
沒有在上網	302	1.7	0.0	5.7	1.5	1.3	7.8	7.0
拒答	15	7.9	0.0	0.0	3.7	0.0	7.8	4.1
電信業者別								
中華電信	1029	3.0	0.6	7.6	2.2	2.8	12.2	7.7
台灣大哥大	455	3.4	0.3	8.2	2.8	3.0	13.0	7.6
台灣之星	22	9.4	0.0	6.3	0.0	0.0	17.9	0.0
亞太電信	33	6.0	0.0	6.8	0.0	7.6	6.5	4.7
遠傳電信	386	5.0	0.8	6.9	2.2	2.7	13.1	5.5
其他電信業者	5	0.0	0.0	8.1	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	25	15.9	0.0	5.0	0.0	0.0	18.8	0.0

註：本題可複選。

附表14-2 政府保障消費者使用電信服務權益之方式(續)

單位：人；%

	樣本數	訂定基本 使用權益 相關法條	加強宣導 消費者使 用權益	斷訊期間 給予補償	資訊 透明化	要求業者 主動提醒 使用額度	增設 基地台
合計	1955	10.4	7.1	1.4	1.1	0.6	0.7
個人平均月收入							
不到2萬元	713	8.5	5.3	0.8	0.7	0.7	0.4
2萬元不到4萬元	577	11.3	7.5	2.4	1.1	0.5	0.6
4萬元不到6萬元	321	9.4	7.8	1.2	0.5	0.2	1.2
6萬元不到8萬元	95	16.1	9.4	3.2	1.4	2.3	1.1
8萬元不到10萬元	36	17.4	7.7	0.0	6.9	0.0	1.8
10萬元以上	62	14.6	3.9	0.0	6.1	0.0	2.4
拒答	150	10.7	11.5	0.7	1.4	0.0	0.0
每日上網時間							
不到1小時	278	9.4	6.9	0.8	1.2	1.4	0.0
1-3小時	648	11.9	8.2	0.8	1.3	0.8	0.4
3-6小時	447	14.4	8.0	3.5	1.9	0.0	2.1
6-9小時	145	9.6	8.6	0.7	0.0	0.0	0.0
超過10小時	121	10.5	7.6	3.0	1.7	1.1	1.4
沒有在上網	302	2.9	2.8	0.0	0.0	0.3	0.0
拒答	15	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
電信業者別							
中華電信	1029	11.0	7.6	1.5	1.4	0.2	0.5
台灣大哥大	455	7.6	6.0	1.3	1.0	1.2	1.3
台灣之星	22	9.6	12.4	0.0	0.0	0.0	0.0
亞太電信	33	28.3	11.2	1.5	5.3	0.0	0.0
遠傳電信	386	10.9	6.7	1.5	0.4	0.7	0.6
其他電信業者	5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	25	7.9	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表14-2 政府保障消費者使用電信服務權益之方式(續1)

單位：人；%

	樣本數	防範電信 詐騙	訂定電信 業者懲罰 機制	加強電信 消費合約	監督電信 業者服務 品質	其他	無特別 意見
合計	1955	1.4	0.7	0.6	0.7	0.0	54.8
個人平均月收入							
不到2萬元	713	1.9	0.7	0.2	0.4	0.0	65.2
2萬元不到4萬元	577	1.1	0.7	0.8	0.9	0.0	52.2
4萬元不到6萬元	321	1.3	1.0	0.8	0.4	0.0	48.7
6萬元不到8萬元	95	0.7	0.0	1.4	1.4	0.0	30.5
8萬元不到10萬元	36	1.8	2.3	0.0	1.7	0.0	42.3
10萬元以上	62	1.9	1.2	1.2	3.7	0.0	43.4
拒答	150	0.5	0.0	1.1	0.0	0.0	51.5
每日上網時間							
不到1小時	278	1.7	0.3	0.6	0.4	0.0	58.3
1-3小時	648	1.1	0.7	0.9	1.4	0.0	50.3
3-6小時	447	1.5	1.1	0.4	0.1	0.0	46.6
6-9小時	145	1.3	0.3	1.1	0.6	0.0	54.4
超過10小時	121	0.7	2.3	1.1	1.2	0.0	50.5
沒有在上網	302	2.1	0.0	0.0	0.4	0.0	73.7
拒答	15	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	84.3
電信業者別							
中華電信	1029	2.1	0.7	0.2	0.4	0.0	54.6
台灣大哥大	455	0.0	0.4	0.6	1.5	0.0	55.3
台灣之星	22	0.0	0.0	2.7	0.0	0.0	53.5
亞太電信	33	8.1	0.0	0.0	4.1	0.0	33.8
遠傳電信	386	0.9	1.2	1.5	0.5	0.0	55.8
其他電信業者	5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	91.9
不知道/拒答	25	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	60.1

註：本題可複選。

附表15 購買電信周邊產品經驗

單位：人；%

	樣本數	有， 手機	有，行動 電源	有，周邊 配件	有，平版 電腦/PDA	沒有購買
合計	2118	24.3	19.6	25.7	3.8	52.3
區域別						
北部地區	904	26.5	20.6	28.4	4.2	49.2
中部地區	457	22.5	20.5	20.8	3.0	54.9
南部地區	643	23.3	18.5	25.4	3.9	54.0
東部及離島地區	115	19.8	13.4	25.9	3.3	57.6
居住地						
新北市	359	26.7	22.0	31.7	1.7	49.5
台北市	243	28.0	18.8	26.2	6.6	47.2
台中市	242	21.6	23.2	23.2	1.6	53.6
台南市	172	22.0	18.3	25.7	2.2	54.8
高雄市	254	21.4	20.4	27.6	3.9	51.4
宜蘭縣	42	24.1	13.4	29.3	1.8	50.1
桃園縣	183	27.0	19.6	27.6	4.0	49.0
新竹縣	46	22.1	16.6	23.7	10.1	52.6
苗栗縣	51	26.2	13.8	25.9	4.4	51.7
彰化縣	117	23.6	20.1	18.6	5.3	56.1
南投縣	47	20.6	14.9	8.3	2.7	62.3
雲林縣	65	26.8	20.9	21.0	1.3	54.9
嘉義縣	49	11.8	12.1	13.2	4.2	77.6
屏東縣	79	31.9	15.9	26.3	8.6	51.3
臺東縣	21	24.6	13.4	20.4	9.9	61.6
花蓮縣	30	16.2	13.8	28.5	3.3	55.0
澎湖縣	9	9.9	11.6	12.0	0.0	76.8
基隆市	35	19.8	23.7	27.3	0.0	48.1
新竹市	37	24.6	26.9	23.0	9.8	56.0
嘉義市	24	37.7	14.0	32.9	5.9	34.2
金門縣	12	13.6	14.6	28.1	0.0	68.5
連江縣	1	12.4	11.4	16.4	2.2	59.8

註：本題可複選。

附表15-1 購買電信周邊產品經驗

單位：人；%

	樣本數	有， 手機	有，行動 電源	有，周邊 配件	有，平版 電腦/PDA	沒有購買
合計	2118	24.3	19.6	25.7	3.8	52.3
都會區						
五都	1270	24.3	20.8	27.4	3.1	50.9
非五都	848	24.4	17.7	23.2	4.8	54.4
性別						
男性	1051	25.7	18.6	27.6	3.5	49.9
女性	1067	22.9	20.5	23.8	4.0	54.7
年齡						
13~19歲	211	18.8	19.5	34.5	2.4	47.1
20~29歲	328	26.3	25.6	38.4	3.8	37.3
30~39歲	402	29.6	27.3	30.0	5.7	41.5
40~49歲	375	34.9	25.1	26.9	4.9	43.8
50~59歲	370	22.5	16.1	22.1	4.1	59.3
60~64歲	147	15.7	8.8	15.1	1.9	71.1
65歲以上	281	11.7	4.1	7.5	0.7	81.1
拒答	4	0.0	25.1	0.0	25.1	74.9
教育程度						
國小以下	191	7.4	2.4	3.7	0.4	89.4
國初中	236	16.6	11.6	20.1	1.4	65.9
高中職	632	24.0	17.8	24.3	4.1	53.6
大專	906	28.9	26.0	32.0	4.6	41.8
研究所以上	145	32.2	23.9	32.3	6.0	40.0
拒答	8	19.9	0.0	0.0	0.0	80.1
職業						
自營、高階	304	30.5	23.1	33.0	6.0	40.9
軍公教	81	33.2	23.5	37.4	5.9	39.5
基層白領	561	28.7	29.7	30.9	4.8	42.8
基層藍領	172	21.6	13.9	16.7	3.5	61.1
農林漁牧業	57	24.8	8.3	13.7	1.2	66.7
學生	288	20.2	19.2	34.8	1.7	44.7
無業/待業/退休/家管	625	18.3	10.3	15.3	2.8	68.1
其他	7	18.1	57.5	38.7	0.0	39.8
拒答	24	37.8	26.3	25.1	4.4	47.9

註：本題可複選。

附表15-2 購買電信周邊產品經驗

單位：人；%

	樣本數	有， 手機	有，行動 電源	有，周邊 配件	有，平版 電腦/PDA	沒有購買
合計	2118	24.3	19.6	25.7	3.8	52.3
個人平均月收入						
不到2萬元	835	18.2	12.7	21.3	1.9	62.5
2萬元不到4萬元	596	25.7	25.4	28.0	4.4	47.3
4萬元不到6萬元	334	31.8	23.5	28.5	5.0	42.6
6萬元不到8萬元	96	33.5	32.0	40.9	8.7	34.4
8萬元不到10萬元	36	31.6	19.2	19.0	1.8	52.3
10萬元以上	62	35.7	20.6	37.8	10.4	37.4
拒答	159	24.0	17.5	22.2	3.2	54.4
每日上網時間						
不到1小時	291	21.3	14.1	18.6	1.8	61.9
1-3小時	675	27.0	22.0	27.4	4.7	46.7
3-6小時	453	27.1	26.3	36.2	3.9	39.0
6-9小時	145	29.2	32.8	34.9	6.7	37.3
超過10小時	122	47.4	38.3	48.5	9.0	20.7
沒有在上網	418	10.1	1.8	6.6	0.8	84.1
拒答	15	38.9	23.5	28.1	4.4	38.8
電信業者別						
中華電信	1032	26.1	19.8	27.5	4.1	49.7
台灣大哥大	456	25.7	23.8	25.4	3.4	48.9
台灣之星	22	18.1	16.3	28.5	3.7	59.9
亞太電信	33	33.6	31.4	48.3	2.4	22.7
遠傳電信	387	28.0	21.4	27.8	5.0	46.8
其他電信業者	5	30.0	17.0	47.0	0.0	53.0
不知道/拒答	25	10.2	9.6	12.6	0.0	77.0

註：本題可複選。

附表16 使用電信周邊產發生非個人因素造成之問題

單位：人；%

	樣本數	新品 瑕疵	功能異 常或故 障	標示不 清或不 實	沒有發 生過問 題	其他	未表態
合計	1011	4.5	8.7	0.3	79.6	1.4	6.8
區域別							
北部地區	460	4.5	10.9	0.3	76.4	0.4	8.7
中部地區	206	3.0	8.1	0.3	83.4	2.3	4.5
南部地區	296	4.9	6.0	0.3	82.7	1.4	5.3
東部及離島地區	49	8.1	6.2	0.0	73.9	7.1	7.5
居住地							
新北市	182	3.5	11.5	0.0	72.9	0.6	12.5
台北市	128	6.0	13.3	0.0	77.7	0.6	4.3
台中市	112	2.7	9.9	0.6	84.1	1.8	3.2
台南市	78	6.2	8.6	0.0	77.6	0.8	6.8
高雄市	124	2.9	6.2	0.6	85.0	1.7	5.0
宜蘭縣	21	13.1	6.5	0.0	63.0	9.7	12.5
桃園縣	93	3.5	5.3	1.5	80.3	0.0	9.4
新竹縣	22	0.0	2.9	0.0	97.1	0.0	0.0
苗栗縣	25	0.0	3.7	0.0	86.0	6.6	3.7
彰化縣	51	5.9	7.1	0.0	80.5	2.3	5.4
南投縣	18	0.0	5.8	0.0	83.4	0.0	10.7
雲林縣	30	11.6	0.0	0.0	83.7	0.0	4.8
嘉義縣	11	0.0	5.5	0.0	94.5	0.0	0.0
屏東縣	38	4.6	3.6	0.0	84.6	3.5	3.6
臺東縣	8	0.0	16.5	0.0	83.5	0.0	0.0
花蓮縣	14	7.4	0.0	0.0	77.1	7.6	7.8
澎湖縣	2	8.8	0.0	0.0	91.2	0.0	0.0
基隆市	18	7.9	25.6	0.0	62.1	0.0	12.2
新竹市	16	12.1	11.2	0.0	71.7	0.0	5.0
嘉義市	16	5.3	9.3	0.0	76.2	0.0	9.2
金門縣	4	0.0	10.2	0.0	89.8	10.2	0.0
連江縣		0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表16-1 使用電信周邊產發生非個人因素造成之問題

單位：人；%

	樣本數	新品 瑕疵	功能異 常或故 障	標示不 清或不 實	沒有發 生過問 題	其他	未表態
合計	1011	4.5	8.7	0.3	79.6	1.4	6.8
都會區							
五都	624	4.1	10.2	0.2	78.9	1.1	6.9
非五都	387	5.1	6.2	0.4	80.7	2.0	6.6
性別							
男性	528	3.5	9.1	0.5	79.8	1.8	6.8
女性	483	5.6	8.2	0.0	79.3	0.9	6.8
年齡							
13~19歲	112	4.2	4.0	0.0	76.5	3.4	11.9
20~29歲	205	6.0	8.3	0.0	82.5	0.8	3.4
30~39歲	235	4.3	12.2	0.6	77.1	1.2	6.9
40~49歲	211	2.7	8.3	0.0	82.8	1.3	5.0
50~59歲	151	6.5	10.8	0.4	73.5	2.2	8.9
60~64歲	43	1.5	1.6	1.7	88.1	0.0	7.0
65歲以上	53	4.1	5.5	0.0	83.0	0.0	10.0
拒答	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
教育程度							
國小以下	21	6.9	12.2	0.0	77.3	0.0	3.6
國初中	80	4.3	4.4	0.0	81.4	2.5	10.9
高中職	293	4.0	6.8	0.0	78.5	2.3	8.5
大專	527	4.7	9.9	0.5	79.6	0.9	6.1
研究所以上	87	4.8	10.7	0.0	81.3	0.9	2.3
拒答	2	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
職業							
自營、高階	180	8.6	9.6	0.8	75.6	1.7	7.4
軍公教	49	2.9	16.9	0.0	73.8	0.0	6.4
基層白領	321	3.7	10.0	0.4	79.4	1.8	6.0
基層藍領	67	5.9	3.6	0.0	85.4	0.0	5.1
農林漁牧業	20	1.0	13.8	0.0	78.0	0.0	7.2
學生	159	5.0	7.1	0.0	75.1	2.4	10.5
無業/待業/退休/家管	200	1.9	5.9	0.0	87.4	0.3	5.2
其他	4	0.0	14.7	0.0	85.3	0.0	0.0
拒答	12	8.7	9.9	0.0	64.6	8.2	8.5

註：本題可複選。

附表16-2 使用電信周邊產發生非個人因素造成之問題

單位：人；%

	樣本數	新品 瑕疵	功能異 常或故 障	標示不 清或不 實	沒有發 生過問 題	其他	未表態
合計	1011	4.5	8.7	0.3	79.6	1.4	6.8
個人平均月收入							
不到2萬元	313	4.4	7.8	0.0	80.9	1.0	6.1
2萬元不到4萬元	314	4.9	7.6	0.0	78.7	1.8	8.7
4萬元不到6萬元	191	4.9	9.5	0.7	79.4	1.4	6.0
6萬元不到8萬元	63	8.1	15.7	1.0	72.0	2.3	5.2
8萬元不到10萬元	17	10.2	15.8	0.0	67.0	0.0	7.0
10萬元以上	39	0.0	4.0	1.9	88.2	0.0	5.9
拒答	73	0.0	9.4	0.0	83.1	1.8	5.7
每日上網時間							
不到1小時	111	4.6	5.4	0.0	79.3	2.0	9.6
1-3小時	360	4.7	7.8	0.4	79.6	1.0	7.9
3-6小時	277	5.0	10.7	0.2	80.3	1.8	3.6
6-9小時	91	4.0	11.6	0.0	80.1	0.0	5.7
超過10小時	97	5.2	9.0	0.8	75.0	0.9	9.1
沒有在上網	67	0.9	3.2	0.0	83.5	3.5	8.9
拒答	9	0.0	25.5	0.0	74.5	0.0	0.0
電信業者別							
中華電信	519	4.1	8.0	0.3	80.1	1.4	6.7
台灣大哥大	233	4.6	7.1	0.0	83.8	1.4	5.4
台灣之星	9	0.0	20.0	0.0	80.0	0.0	0.0
亞太電信	25	2.6	7.4	5.6	73.1	4.1	7.2
遠傳電信	206	6.2	12.4	0.0	73.8	1.2	8.1
其他電信業者	2	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
不知道/拒答	6	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表17 電信周邊產品標示資訊清楚度

單位：人；%

	樣本數	計			計			沒有在注意	未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚		
合計	1010	71.2	22.0	49.2	19.0	15.4	3.6	8.9	0.9
區域別									
北部地區	460	71.3	24.1	47.3	20.3	16.5	3.8	7.8	0.6
中部地區	206	71.2	21.7	49.4	15.8	12.5	3.4	11.2	1.7
南部地區	296	71.7	19.8	51.9	18.4	15.2	3.3	9.3	0.5
東部及離島地區	49	66.7	16.9	49.8	22.5	18.1	4.4	8.1	2.7
居住地									
新北市	182	77.1	28.7	48.5	18.4	15.8	2.6	3.7	0.8
台北市	128	65.0	24.6	40.4	21.3	16.0	5.3	13.7	0.0
台中市	112	75.3	23.4	51.9	15.5	14.0	1.5	8.0	1.2
台南市	78	69.8	16.4	53.4	19.3	18.2	1.1	10.9	0.0
高雄市	124	73.2	22.8	50.3	17.5	12.9	4.6	8.7	0.7
宜蘭縣	21	63.3	11.2	52.1	23.4	18.5	4.9	7.1	6.3
桃園縣	93	68.5	15.9	52.6	22.3	20.1	2.3	9.2	0.0
新竹縣	22	79.8	29.7	50.1	15.5	12.6	2.9	0.0	4.8
苗栗縣	25	88.5	18.5	69.9	2.5	2.5	0.0	3.0	6.1
彰化縣	51	54.2	18.1	36.1	23.3	13.0	10.3	21.1	1.5
南投縣	18	70.2	26.1	44.1	15.0	15.0	0.0	14.8	0.0
雲林縣	29	81.3	23.2	58.1	18.7	12.6	6.1	0.0	0.0
嘉義縣	11	64.0	50.7	13.3	16.1	10.6	5.5	12.7	7.2
屏東縣	38	69.5	11.4	58.0	22.2	20.3	1.8	8.4	0.0
臺東縣	8	74.9	18.1	56.8	18.3	18.3	0.0	6.8	0.0
花蓮縣	14	69.8	24.4	45.4	18.9	14.2	4.8	11.2	0.0
澎湖縣	2	60.1	27.9	32.3	39.9	17.7	22.2	0.0	0.0
基隆市	18	72.5	10.9	61.5	20.3	12.4	7.9	7.2	0.0
新竹市	16	61.0	23.2	37.8	29.8	17.7	12.1	9.2	0.0
嘉義市	16	63.5	6.0	57.5	13.8	13.8	0.0	22.6	0.0
金門縣	4	59.3	10.6	48.7	31.1	31.1	0.0	9.6	0.0
連江縣	1	83.2	38.8	44.4	5.8	5.8	0.0	11.0	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05，**p<0.01，***p<0.001。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表17-1 電信周邊產品標示資訊清楚度

單位：人；%

	樣本數	計			計			沒有在注意	未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚		
合計	1010	71.2	22.0	49.2	19.0	15.4	3.6	8.9	0.9
都會區									
五都	624	72.6	24.2	48.4	18.4	15.2	3.2	8.4	0.6
非五都	386	69.0	18.5	50.5	19.9	15.6	4.3	9.8	1.4
性別									
男性	527	73.4	24.5	48.9	16.5	12.8	3.7	9.2	0.9
女性	483	68.8	19.3	49.5	21.6	18.1	3.5	8.7	0.8
年齡	a								
13~19歲	112	88.8	30.8	58.0	9.2	8.1	1.1	2.0	0.0
20~29歲	205	79.7	29.9	49.8	18.8	15.0	3.8	1.5	0.0
30~39歲	235	72.4	21.0	51.4	18.7	17.0	1.7	8.4	0.6
40~49歲	211	65.0	17.1	47.8	24.4	19.4	5.0	8.7	1.9
50~59歲	151	63.5	17.5	46.0	19.3	13.0	6.3	16.4	0.8
60~64歲	42	56.3	18.7	37.6	23.9	20.6	3.3	16.4	3.4
65歲以上	53	55.9	12.7	43.2	15.3	11.5	3.9	28.8	0.0
拒答	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
教育程度	a								
國小以下	20	62.4	12.8	49.6	3.0	3.0	0.0	34.6	0.0
國初中	80	70.2	28.5	41.7	19.5	14.4	5.1	9.5	0.8
高中職	293	64.7	21.5	43.2	23.1	18.6	4.5	10.1	2.1
大專	527	74.4	21.6	52.8	17.3	13.8	3.5	8.1	0.3
研究所以上	87	76.3	22.9	53.4	18.7	18.0	0.7	4.0	1.1
拒答	2	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業	a								
自營、高階	180	68.5	19.3	49.2	22.6	17.3	5.2	8.2	0.7
軍公教	49	69.0	23.7	45.3	19.8	15.6	4.1	9.4	1.9
基層白領	321	70.7	22.1	48.6	20.5	16.1	4.4	8.3	0.5
基層藍領	67	74.7	25.0	49.7	14.3	10.1	4.3	10.0	1.1
農林漁牧業	19	46.2	13.2	33.0	18.0	14.5	3.5	28.7	7.2
學生	159	86.0	33.2	52.8	11.6	10.8	0.8	2.4	0.0
無業/待業/退休/家管	200	63.3	14.7	48.6	21.3	18.5	2.8	13.8	1.6
其他	4	78.9	64.2	14.7	4.5	4.5	0.0	16.6	0.0
拒答	12	86.4	8.2	78.2	13.6	8.7	4.9	0.0	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05，**p<0.01，***p<0.001。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表17-2 電信周邊產品標示資訊清楚度

單位：人；%

	樣本數	計			計			沒有在注意	未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚		
合計	1010	71.2	22.0	49.2	19.0	15.4	3.6	8.9	0.9
個人平均月收入									
不到2萬元	313	72.4	23.0	49.4	18.5	16.6	1.9	8.3	0.8
2萬元不到4萬元	314	73.8	23.9	49.9	17.3	14.2	3.1	8.4	0.5
4萬元不到6萬元	191	71.4	21.7	49.8	19.1	14.1	5.0	8.8	0.7
6萬元不到8萬元	63	64.1	15.9	48.3	26.9	16.1	10.8	7.8	1.2
8萬元不到10萬元	17	63.3	20.2	43.1	31.1	23.5	7.5	5.7	0.0
10萬元以上	39	57.5	17.6	39.9	25.6	21.8	3.7	16.9	0.0
拒答	73	69.7	18.9	50.8	14.4	12.5	2.0	11.7	4.1
每日上網時間	a	0.0			0.0				
不到1小時	111	66.7	17.5	49.2	21.6	19.0	2.6	10.2	1.6
1-3小時	360	69.9	21.2	48.8	19.9	15.3	4.5	9.0	1.2
3-6小時	277	75.6	23.8	51.8	16.9	13.5	3.4	7.1	0.3
6-9小時	91	72.6	17.4	55.2	21.0	20.1	0.9	6.4	0.0
超過10小時	97	75.0	30.9	44.1	23.0	18.9	4.1	2.0	0.0
沒有在上網	66	58.9	19.0	39.9	10.1	5.6	4.5	27.9	3.1
拒答	9	78.3	29.5	48.8	14.1	14.1	0.0	7.6	0.0
電信業者別		0.0			0.0				
中華電信	519	72.0	22.3	49.7	18.1	14.5	3.5	8.6	1.3
台灣大哥大	233	73.0	23.9	49.1	16.6	13.4	3.2	9.7	0.8
台灣之星	9	72.7	48.3	24.4	11.2	11.2	0.0	16.1	0.0
亞太電信	25	65.0	14.2	50.8	18.9	13.0	6.0	16.1	0.0
遠傳電信	206	68.7	18.3	50.3	22.9	18.5	4.4	8.1	0.4
其他電信業者	2	100.0	63.8	36.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	6	44.5	24.0	20.5	42.8	42.8	0.0	12.7	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05，**p<0.01，***p<0.001。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表18 周邊產品標示不清之項目

單位：人；%

	樣本數	廠商資訊	產地標示	產品規格	製造日期	操作說明	注意事項	語言及字體大小	未表態
合計	189	20.9	31.6	37.6	18.3	30.8	17.6	3.8	6.4
區域別									
北部地區	92	23.2	31.8	36.4	17.5	36.6	19.3	1.4	6.0
中部地區	33	21.1	47.5	28.1	19.4	27.2	19.6	2.3	6.3
南部地區	54	16.3	23.4	37.7	17.5	25.0	16.9	8.9	7.5
東部及離島地區	11	23.6	23.3	74.9	24.9	21.0	1.7	3.9	3.5
居住地									
新北市	33	17.8	33.1	37.5	17.0	33.1	23.0	3.8	0.0
台北市	26	25.6	23.1	37.8	16.9	30.5	26.6	0.0	11.6
台中市	17	22.2	38.2	21.9	16.0	29.1	11.8	0.0	3.7
台南市	15	15.0	30.8	52.8	17.7	36.2	25.7	0.0	10.4
高雄市	21	11.1	20.0	20.0	18.5	25.7	11.7	11.7	0.0
宜蘭縣	5	26.8	0.0	100.0	26.8	25.7	0.0	0.0	0.0
桃園縣	21	19.9	30.4	30.1	9.0	46.8	15.3	0.0	9.1
新竹縣	3	31.8	69.5	0.0	18.4	30.5	0.0	0.0	0.0
苗栗縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
彰化縣	12	25.4	64.8	45.0	20.4	32.1	23.5	6.2	6.5
南投縣	3	0.0	42.3	0.0	42.3	0.0	57.7	0.0	0.0
雲林縣	5	12.3	20.4	0.0	32.7	0.0	20.4	0.0	34.6
嘉義縣	2	66.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	34.0
屏東縣	8	21.2	31.7	86.2	13.2	21.5	10.5	27.5	0.0
臺東縣	1	0.0	70.5	29.5	0.0	29.5	0.0	29.5	0.0
花蓮縣	3	34.5	25.2	74.8	25.2	0.0	0.0	0.0	0.0
澎湖縣	1	0.0	55.6	22.2	44.4	22.2	22.2	0.0	0.0
基隆市	4	42.8	42.8	81.6	42.8	81.6	0.0	0.0	18.4
新竹市	5	40.5	40.5	40.5	40.5	19.0	0.0	0.0	0.0
嘉義市	2	24.9	0.0	38.2	0.0	36.9	36.9	0.0	0.0
金門縣	1	34.3	34.3	67.1	34.3	34.3	0.0	0.0	32.9
連江縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表18-1 周邊產品標示不清之項目

單位：人；%

	樣本數	廠商 資訊	產地 標示	產品 規格	製造 日期	操作 說明	注意 事項	語言及 字體大 小	未表態
合計	189	20.9	31.6	37.6	18.3	30.8	17.6	3.8	6.4
都會區									
五都	112	18.6	28.9	33.9	17.2	30.9	20.3	3.3	4.6
非五都	77	24.2	35.7	42.9	19.8	30.5	13.7	4.6	8.9
性別									
男性	85	16.1	31.4	44.1	12.5	29.5	17.7	4.3	4.3
女性	105	24.7	31.8	32.3	22.9	31.8	17.6	3.4	8.0
年齡									
13~19歲	10	0.0	24.7	38.1	0.0	37.2	0.0	0.0	12.0
20~29歲	37	23.6	43.2	41.6	18.9	13.6	13.6	4.8	4.6
30~39歲	44	26.7	38.7	48.2	20.6	37.7	20.1	0.0	0.9
40~49歲	51	20.4	27.5	32.9	22.3	31.7	24.2	6.0	3.1
50~59歲	28	20.8	19.3	27.7	12.5	34.9	15.0	8.3	12.6
60~64歲	10	26.3	26.1	28.5	13.9	35.4	28.3	0.0	19.6
65歲以上	8	0.0	25.8	36.0	26.5	36.5	0.0	0.0	19.1
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度									
國小以下	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
國初中	15	0.0	29.6	22.0	0.0	17.1	16.3	8.5	22.2
高中職	68	23.6	30.7	39.1	16.5	29.0	11.0	2.4	7.7
大專	89	21.0	32.4	37.2	23.4	36.7	22.8	4.1	2.0
研究所以上	16	28.9	34.4	48.9	11.8	19.4	18.7	3.9	10.5
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業									
自營、高階	41	20.3	28.9	38.7	20.1	35.0	32.9	7.4	1.6
軍公教	10	36.8	34.4	32.5	19.9	12.7	25.1	12.1	0.0
基層白領	66	21.9	44.9	40.7	17.8	27.6	14.7	0.0	4.4
基層藍領	10	12.2	33.7	25.9	30.3	24.9	6.9	0.0	15.0
農林漁牧業	3	69.0	24.7	24.7	7.0	68.3	0.0	0.0	0.0
學生	17	9.3	44.0	52.5	9.3	32.1	19.4	0.0	7.4
無業/待業/退休/家管	43	20.6	9.6	31.6	18.8	34.8	9.1	7.2	9.7
其他		0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0
拒答	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

註：本題可複選。

附表18-2 周邊產品標示不清之項目

單位：人；%

	樣本數	廠商資訊	產地標示	產品規格	製造日期	操作說明	注意事項	語言及字體大小	未表態
合計	189	20.9	31.6	37.6	18.3	30.8	17.6	3.8	6.4
個人平均月收入									
不到2萬元	56	19.2	18.1	32.9	17.0	28.0	12.7	5.4	13.7
2萬元不到4萬元	54	24.8	41.8	31.0	24.7	34.5	13.8	0.8	2.1
4萬元不到6萬元	37	10.9	30.5	49.0	10.6	23.9	20.5	2.0	8.6
6萬元不到8萬元	17	37.7	42.3	34.1	29.4	36.3	33.2	6.9	0.0
8萬元不到10萬元	5	39.5	23.8	57.4	30.9	18.9	22.3	11.9	0.0
10萬元以上	10	28.1	39.5	54.1	0.0	35.6	31.6	11.7	0.0
拒答	10	0.0	35.0	36.7	11.2	43.4	13.0	0.0	0.0
每日上網時間									
不到1小時	24	13.7	33.8	52.4	15.4	36.2	6.1	9.8	9.3
1-3小時	71	19.4	22.9	31.5	13.3	27.4	19.5	0.9	8.7
3-6小時	47	21.7	41.8	36.2	16.0	24.9	12.0	1.6	6.2
6-9小時	17	23.3	43.5	49.8	7.4	33.5	30.4	16.4	0.0
超過10小時	22	25.9	23.3	25.8	42.8	45.1	31.9	0.0	0.0
沒有在上網	6	18.5	29.2	56.5	29.5	18.5	0.0	10.9	10.8
拒答	1	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0
電信業者別									
中華電信	94	21.9	33.7	35.8	12.2	27.0	21.9	5.0	8.2
台灣大哥大	39	11.7	30.7	38.0	22.4	26.1	14.1	3.5	1.7
台灣之星	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
亞太電信	5	8.3	39.8	68.5	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0
遠傳電信	45	28.9	29.9	35.4	28.8	41.8	14.3	2.6	5.3
其他電信業者	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	2	0.0	0.0	50.3	0.0	50.3	0.0	0.0	49.7

註：本題可複選。

附表19 維修廠商是否清楚告知故障原因及費用

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	386	77.6	40.5	37.1	16.5	10.1	6.4	5.9
區域別								
北部地區	175	77.8	44.2	33.6	17.7	10.7	7.0	4.5
中部地區	63	75.2	34.3	40.9	15.7	12.3	3.4	9.0
南部地區	120	76.6	37.4	39.2	17.1	10.1	7.0	6.2
東部及離島地區	28	85.5	45.3	40.2	8.8	2.1	6.7	5.8
居住地		0.0						
新北市	83	76.8	41.4	35.4	17.9	11.0	6.9	5.2
台北市	44	84.3	52.5	31.9	13.3	8.8	4.5	2.4
台中市	34	70.9	34.4	36.5	14.1	11.7	2.3	15.0
台南市	37	68.7	17.9	50.7	20.6	11.8	8.9	10.7
高雄市	39	81.6	49.9	31.6	15.8	10.8	5.0	2.7
宜蘭縣	7	100.0	71.5	28.5	0.0	0.0	0.0	0.0
桃園縣	16	64.0	49.8	14.2	31.0	11.9	19.1	5.0
新竹縣	9	84.2	41.2	42.9	15.8	0.0	15.8	0.0
苗栗縣	5	100.0	62.4	37.6	0.0	0.0	0.0	0.0
彰化縣	15	79.5	35.8	43.7	20.5	11.2	9.3	0.0
南投縣	10	70.0	16.0	54.0	22.9	22.9	0.0	7.0
雲林縣	16	88.0	47.6	40.4	5.3	0.0	5.3	6.7
嘉義縣	5	74.7	0.0	74.7	25.3	0.0	25.3	0.0
屏東縣	18	69.9	39.7	30.1	22.5	16.0	6.5	7.7
臺東縣	8	88.7	44.9	43.8	11.3	0.0	11.3	0.0
花蓮縣	9	76.8	32.6	44.3	12.4	5.7	6.6	10.8
澎湖縣	1	60.5	17.7	42.8	24.3	0.0	24.3	15.2
基隆市	11	85.7	36.0	49.7	0.0	0.0	0.0	14.3
新竹市	11	66.1	34.9	31.2	33.9	33.9	0.0	0.0
嘉義市	5	87.5	77.1	10.3	12.5	12.5	0.0	0.0
金門縣	1	73.0	24.8	48.2	0.0	0.0	0.0	27.0
連江縣		74.9	33.7	41.3	15.0	15.0	0.0	10.1

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表19-1 維修廠商是否清楚告知故障原因及費用

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	386	77.6	40.5	37.1	16.5	10.1	6.4	5.9
都會區								
五都	238	76.9	40.2	36.7	16.6	10.8	5.8	6.5
非五都	148	78.7	41.0	37.7	16.4	9.1	7.3	4.8
性別								
男性	189	76.3	39.7	36.6	17.0	9.3	7.7	6.7
女性	197	78.9	41.4	37.5	16.1	10.9	5.1	5.1
年齡	a							
13~19歲	48	79.1	28.8	50.3	10.5	10.5	0.0	10.4
20~29歲	81	84.9	47.6	37.3	8.9	6.8	2.1	6.1
30~39歲	83	75.4	37.6	37.7	22.6	13.7	9.0	2.0
40~49歲	69	73.7	47.2	26.5	17.2	8.2	9.0	9.1
50~59歲	60	72.4	37.7	34.7	23.5	11.6	11.9	4.2
60~64歲	21	82.9	42.4	40.5	13.5	10.2	3.3	3.6
65歲以上	24	77.2	36.2	41.0	16.3	10.5	5.9	6.4
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度	a							
國小以下	14	76.1	37.5	38.6	15.7	10.7	5.0	8.2
國初中	31	67.0	27.3	39.6	30.6	19.2	11.5	2.4
高中職	129	77.5	38.0	39.5	15.4	10.3	5.1	7.1
大專	188	79.0	45.4	33.5	15.2	7.8	7.3	5.8
研究所以上	24	82.1	34.9	47.2	15.2	15.2	0.0	2.7
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業	a							
自營、高階	64	74.2	35.9	38.3	17.1	6.9	10.2	8.7
軍公教	21	75.0	43.7	31.3	20.0	17.1	3.0	5.0
基層白領	108	72.2	40.4	31.8	24.1	17.0	7.1	3.7
基層藍領	29	84.6	49.4	35.2	12.7	9.9	2.7	2.8
農林漁牧業	13	80.4	40.6	39.8	13.8	5.2	8.6	5.8
學生	67	87.2	39.1	48.1	5.5	5.5	0.0	7.3
無業/待業/退休/家管	71	76.7	39.9	36.8	18.8	7.8	11.1	4.5
其他	3	78.6	57.0	21.6	0.0	0.0	0.0	21.4
拒答	9	81.6	50.3	31.2	0.0	0.0	0.0	18.4

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表19-2 維修廠商是否清楚告知故障原因及費用

單位：人；%

	樣本數	計			計			未表態
		計	非常清楚	還算清楚	計	不太清楚	非常不清楚	
合計	386	77.6	40.5	37.1	16.5	10.1	6.4	5.9
個人平均月收入 ***								
不到2萬元	135	79.1	40.6	38.5	16.1	11.1	5.1	4.8
2萬元不到4萬元	112	79.3	50.2	29.1	11.7	5.6	6.1	9.0
4萬元不到6萬元	66	71.8	28.8	43.0	20.1	14.1	5.9	8.1
6萬元不到8萬元	28	72.4	34.5	37.9	27.6	22.7	4.9	0.0
8萬元不到10萬元	8	72.9	45.4	27.6	16.6	0.0	16.6	10.4
10萬元以上	13	78.2	39.9	38.3	21.8	4.7	17.1	0.0
拒答	24	84.4	33.4	51.0	15.6	6.9	8.8	0.0
每日上網時間 a								
不到1小時	50	70.3	35.9	34.4	23.8	8.2	15.6	5.9
1-3小時	134	76.4	41.1	35.3	17.3	10.8	6.5	6.3
3-6小時	106	81.2	39.3	41.9	16.1	11.9	4.2	2.7
6-9小時	24	85.4	38.4	47.0	8.5	8.5	0.0	6.1
超過10小時	34	73.3	45.8	27.6	14.6	9.5	5.1	12.0
沒有在上網	35	78.2	42.5	35.6	13.5	7.7	5.8	8.3
拒答	3	100.0	68.5	31.5	0.0	0.0	0.0	0.0
電信業者別								
中華電信	191	77.4	37.6	39.9	17.7	11.1	6.6	4.8
台灣大哥大	96	78.4	38.4	39.9	13.0	4.0	9.0	8.6
台灣之星	7	44.8	44.8	0.0	37.1	37.1	0.0	18.0
亞太電信	10	76.2	52.9	23.3	23.8	23.8	0.0	0.0
遠傳電信	80	79.6	49.3	30.3	15.5	11.3	4.2	4.9
其他電信業者	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	1	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表20 送修手機遭遇之消費問題

單位：人；%

	樣本數	維修時間 太長	收費高於 報價	人為/非人 為判斷爭 議	商品維修 後後仍有 故障問題	手機內部 資料遭竊
合計	386	4.4	2.4	2.1	4.7	0.3
區域別						
北部地區	175	7.6	3.0	2.2	4.2	0.3
中部地區	63	2.0	3.0	4.4	6.5	0.0
南部地區	120	0.9	1.7	1.2	4.9	0.5
東部及離島地區	28	4.5	0.0	0.0	2.8	0.0
居住地						
新北市	83	11.3	3.8	2.9	5.7	0.0
台北市	44	5.7	0.0	3.5	0.0	1.4
台中市	34	3.8	3.6	5.2	7.0	0.0
台南市	37	3.0	3.9	2.2	3.7	0.0
高雄市	39	0.0	0.0	1.6	1.7	0.0
宜蘭縣	7	0.0	0.0	0.0	10.1	0.0
桃園縣	16	7.8	5.0	0.0	0.0	0.0
新竹縣	9	0.0	15.2	0.0	29.8	0.0
苗栗縣	5	0.0	0.0	0.0	11.6	0.0
彰化縣	15	0.0	4.5	0.0	0.0	0.0
南投縣	10	0.0	0.0	10.6	11.5	0.0
雲林縣	16	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
嘉義縣	5	0.0	13.6	0.0	21.7	13.6
屏東縣	18	0.0	0.0	0.0	11.2	0.0
臺東縣	8	10.8	0.0	0.0	0.0	0.0
花蓮縣	9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
澎湖縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	11	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
新竹市	11	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
嘉義市	5	0.0	0.0	0.0	17.1	0.0
金門縣	1	24.4	0.0	0.0	0.0	0.0
連江縣	1	0.0	0.0	0.0	17.8	0.0

註：本題可複選。

附表20 送修手機遭遇之消費問題(續)

單位：人；%

	樣本數	部分配件 遺失	收費 過高	保固 條件	維修 服務	都沒有 問題	未表態
合計	386	0.2	0.9	1.4	2.6	81.6	1.0
區域別							
北部地區	175	0.0	0.4	1.9	2.6	78.5	1.0
中部地區	63	1.4	3.8	2.1	0.0	78.9	0.0
南部地區	120	0.0	0.5	0.0	3.8	86.9	1.1
東部及離島地區	28	0.0	0.0	3.1	2.2	83.9	3.4
居住地							
新北市	83	0.0	0.0	3.0	1.7	75.2	0.0
台北市	44	0.0	0.0	1.7	1.7	82.2	3.9
台中市	34	0.0	3.8	4.0	0.0	76.4	0.0
台南市	37	0.0	0.0	0.0	0.0	85.8	3.6
高雄市	39	0.0	0.0	0.0	4.4	92.3	0.0
宜蘭縣	7	0.0	0.0	0.0	0.0	89.9	0.0
桃園縣	16	0.0	0.0	0.0	5.0	82.2	0.0
新竹縣	9	0.0	7.1	0.0	0.0	47.9	0.0
苗栗縣	5	0.0	0.0	0.0	0.0	88.4	0.0
彰化縣	15	0.0	0.0	0.0	0.0	95.5	0.0
南投縣	10	8.9	11.5	0.0	0.0	57.7	0.0
雲林縣	16	0.0	0.0	0.0	7.0	93.0	0.0
嘉義縣	5	0.0	13.6	0.0	0.0	64.7	0.0
屏東縣	18	0.0	0.0	0.0	9.8	79.1	0.0
臺東縣	8	0.0	0.0	10.2	0.0	67.6	11.3
花蓮縣	9	0.0	0.0	0.0	6.6	93.4	0.0
澎湖縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
基隆市	11	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
新竹市	11	0.0	0.0	0.0	15.5	84.5	0.0
嘉義市	5	0.0	0.0	0.0	0.0	82.9	0.0
金門縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0	75.6	0.0
連江縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0	82.2	0.0

註：本題可複選。

附表20-1 送修手機遭遇之消費問題

單位：人；%

	樣本數	維修時間 太長	收費高於 報價	人為/非人 為判斷爭 議	商品維修 後後仍有 故障問題	手機內部 資料遭竊
合計	386	4.4	2.4	2.1	4.7	0.3
都會區						
五都	238	6.0	2.5	3.0	3.9	0.3
非五都	148	1.7	2.3	0.7	6.1	0.4
性別						
男性	189	4.8	1.7	0.7	3.4	0.3
女性	197	3.9	3.1	3.4	6.0	0.3
年齡						
13~19歲	48	5.1	0.0	2.2	5.1	0.0
20~29歲	81	2.1	0.0	2.2	2.2	0.0
30~39歲	83	9.1	4.6	1.6	4.4	0.0
40~49歲	69	2.6	3.4	4.8	7.4	0.0
50~59歲	60	1.8	3.9	1.1	4.9	2.0
60~64歲	21	3.3	3.2	0.0	6.6	0.0
65歲以上	24	6.4	0.0	0.0	3.6	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度						
國小以下	14	11.1	5.8	0.0	4.6	0.0
國初中	31	3.9	2.0	0.0	9.0	2.0
高中職	129	4.5	1.8	0.6	5.0	0.0
大專	188	3.9	2.5	3.9	4.0	0.3
研究所以上	24	3.9	3.4	0.0	3.6	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業						
自營、高階	64	4.2	1.3	5.5	5.4	0.0
軍公教	21	6.0	0.0	3.0	0.0	0.0
基層白領	108	4.2	3.8	2.0	8.2	0.6
基層藍領	29	0.0	2.8	0.0	2.9	0.0
農林漁牧業	13	11.9	10.4	0.0	12.6	0.0
學生	67	7.5	0.0	1.5	3.6	0.0
無業/待業/退休/家管	71	2.4	3.2	1.1	1.4	0.9
其他	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表20-1 送修手機遭遇之消費問題(續)

單位：人；%

	樣本數	部分配件 遺失	收費 過高	保固 條件	維修 服務	都沒有 問題	未表態
合計	386	0.2	0.9	1.4	2.6	81.6	1.0
都會區							
五都	238	0.0	0.5	1.9	1.6	81.2	1.3
非五都	148	0.6	1.6	0.6	4.0	82.2	0.6
性別							
男性	189	0.0	1.0	0.9	1.9	86.1	0.5
女性	197	0.4	0.9	1.9	3.2	77.2	1.6
年齡							
13~19歲	48	0.0	0.0	0.0	0.0	87.5	0.0
20~29歲	81	0.0	0.0	2.1	4.3	87.2	2.1
30~39歲	83	0.0	2.9	2.6	0.0	75.0	2.8
40~49歲	69	1.2	0.0	1.2	2.3	78.2	0.0
50~59歲	60	0.0	2.1	0.0	2.9	83.4	0.0
60~64歲	21	0.0	0.0	0.0	0.0	86.8	0.0
65歲以上	24	0.0	0.0	3.1	13.0	73.8	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度							
國小以下	14	0.0	0.0	0.0	0.0	78.6	0.0
國初中	31	0.0	2.0	0.0	5.4	79.6	0.0
高中職	129	0.0	0.0	1.2	1.3	85.5	0.0
大專	188	0.5	1.6	1.6	2.1	81.1	1.2
研究所以上	24	0.0	0.0	3.4	10.6	68.0	7.1
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業							
自營、高階	64	0.0	2.0	1.3	1.2	81.1	0.0
軍公教	21	0.0	0.0	6.2	3.6	81.2	0.0
基層白領	108	0.0	2.2	2.3	2.3	77.6	1.6
基層藍領	29	0.0	0.0	0.0	3.9	85.7	4.7
農林漁牧業	13	0.0	0.0	6.9	0.0	58.2	0.0
學生	67	0.0	0.0	0.0	2.6	84.8	0.0
無業/待業/退休/家管	71	1.2	0.0	0.0	4.1	84.4	1.3
其他	3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
拒答	9	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

註：本題可複選。

附表20-2 送修手機遭遇之消費問題

單位：人；%

	樣本數	維修時間 太長	收費高於 報價	人為/非人 為判斷爭 議	商品維修 後後仍有 故障問題	手機內部 資料遭竊
合計	386	4.4	2.4	2.1	4.7	0.3
個人平均月收入						
不到2萬元	135	5.4	3.2	1.3	3.6	0.9
2萬元不到4萬元	112	2.3	1.9	4.1	6.6	0.0
4萬元不到6萬元	66	3.1	0.0	1.5	5.0	0.0
6萬元不到8萬元	28	13.1	0.0	0.0	2.8	0.0
8萬元不到10萬元	8	4.5	0.0	0.0	8.3	0.0
10萬元以上	13	0.0	6.1	0.0	8.9	0.0
拒答	24	3.8	8.2	3.1	0.0	0.0
每日上網時間						
不到1小時	50	0.0	1.3	1.5	9.9	0.0
1-3小時	134	2.9	2.0	2.1	1.3	0.4
3-6小時	106	7.3	2.4	0.7	7.0	0.0
6-9小時	24	9.9	3.3	8.5	8.0	0.0
超過10小時	34	3.9	3.9	5.2	0.0	0.0
沒有在上網	35	4.4	3.7	0.0	6.4	1.8
拒答	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
電信業者別						
中華電信	191	5.6	2.8	0.9	5.0	0.6
台灣大哥大	96	3.9	4.1	4.9	3.2	0.0
台灣之星	7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
亞太電信	10	12.3	0.0	0.0	11.5	0.0
遠傳電信	80	1.4	0.0	2.2	5.5	0.0
其他電信業者	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
其他	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表20-2 送修手機遭遇之消費問題(續)

單位：人；%

	樣本數	部分配件 遺失	收費 過高	保固 條件	維修 服務	都沒有 問題	未表態
合計	386	0.2	0.9	1.4	2.6	81.6	1.0
個人平均月收入							
不到2萬元	135	0.0	0.5	0.5	3.8	80.8	0.7
2萬元不到4萬元	112	0.8	0.6	3.5	1.2	81.3	1.2
4萬元不到6萬元	66	0.0	1.7	1.2	2.1	82.7	2.6
6萬元不到8萬元	28	0.0	4.5	0.0	0.0	84.1	0.0
8萬元不到10萬元	8	0.0	0.0	0.0	9.6	77.6	0.0
10萬元以上	13	0.0	0.0	0.0	8.5	76.5	0.0
拒答	24	0.0	0.0	0.0	0.0	84.8	0.0
每日上網時間							
不到1小時	50	0.0	0.0	0.0	0.0	87.3	0.0
1-3小時	134	0.0	0.9	2.2	1.8	87.2	0.7
3-6小時	106	0.8	1.7	1.6	2.9	74.3	2.9
6-9小時	24	0.0	0.0	0.0	3.2	67.2	0.0
超過10小時	34	0.0	0.0	2.4	5.2	83.3	0.0
沒有在上網	35	0.0	1.8	0.0	5.0	80.5	0.0
拒答	3	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
電信業者別							
中華電信	191	0.0	1.3	0.4	3.1	80.2	1.4
台灣大哥大	96	0.0	1.2	2.7	2.4	81.5	0.0
台灣之星	7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
亞太電信	10	0.0	0.0	13.7	0.0	62.5	0.0
遠傳電信	80	1.1	0.0	1.0	2.1	85.0	1.7
其他電信業者	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
其他	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

註：本題可複選。

附表21 送修手機是否曾發生消費爭議

單位：人；%

	樣本數	是	否
合計	71	22.3	77.7
區域別			
北部地區	39	19.6	80.4
中部地區	13	26.8	73.2
南部地區	16	20.3	79.7
東部及離島地區	4	43.1	56.9
居住地			
新北市	22	13.2	86.8
台北市	8	16.5	83.5
台中市	8	32.1	67.9
台南市	5	25.6	74.4
高雄市	3	21.9	78.1
宜蘭縣	1	0.0	100.0
桃園縣	3	28.1	71.9
新竹縣	5	57.2	42.8
苗栗縣	1	0.0	100.0
彰化縣	1	0.0	100.0
南投縣	4	24.9	75.1
雲林縣	1	0.0	100.0
嘉義縣	2	0.0	100.0
屏東縣	4	30.8	69.2
臺東縣	2	51.4	48.6
花蓮縣	1	100.0	0.0
澎湖縣	0	0.0	0.0
基隆市	0	0.0	0.0
新竹市	2	0.0	100.0
嘉義市	1	0.0	100.0
金門縣	1	0.0	100.0
連江縣	1	0.0	100.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表21-1 送修手機是否曾發生消費爭議

單位：人；%

	樣本數	是	否
合計	71	22.3	77.7
都會區			
五都	46	19.0	81.0
非五都	25	28.1	71.9
性別			
男性	25	15.2	84.8
女性	46	26.2	73.8
年齡	a		
13~19歲	6	58.7	41.3
20~29歲	10	16.9	83.1
30~39歲	20	24.9	75.1
40~49歲	16	23.3	76.7
50~59歲	10	13.1	86.9
60~64歲	3	0.0	100.0
65歲以上	6	10.0	90.0
拒答	0	0.0	0.0
教育程度	a		
國小以下	3	0.0	100.0
國初中	6	19.1	80.9
高中職	20	15.5	84.5
大專	35	30.9	69.1
研究所以上	8	12.1	87.9
拒答	0	0.0	0.0
職業	a		
自營、高階	12	36.1	63.9
軍公教	4	32.1	67.9
基層白領	24	11.6	88.4
基層藍領	4	32.9	67.1
農林漁牧業	5	0.0	100.0
學生	10	42.9	57.1
無業/待業/退休/家管	10	16.1	83.9
其他	0	0.0	0.0
拒答	1	0.0	100.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表21-2 送修手機是否曾發生消費爭議

單位：人；%

	樣本數	是	否
合計	71	22.3	77.7
個人平均月收入 ***			
不到2萬元	25	18.0	82.0
2萬元不到4萬元	22	23.5	76.5
4萬元不到6萬元	11	19.2	80.8
6萬元不到8萬元	4	29.1	70.9
8萬元不到10萬元	2	37.1	62.9
10萬元以上	3	37.8	62.2
拒答	4	25.0	75.0
每日上網時間 a			
不到1小時	6	60.9	39.1
1-3小時	16	15.0	85.0
3-6小時	28	19.4	80.6
6-9小時	8	29.3	70.7
超過10小時	6	31.1	68.9
沒有在上網	7	0.0	100.0
拒答	0	0.0	0.0
電信業者別			
中華電信	37	26.4	73.6
台灣大哥大	19	16.8	83.2
台灣之星	0	0.0	0.0
亞太電信	4	0.0	100.0
遠傳電信	12	25.1	74.9
其他電信業者	0	0.0	0.0
其他	0	0.0	0.0
不知道/拒答	0	0.0	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表22 處理維修手機消費爭議管道

單位：人；%

	樣本數	消費者 服務中心	沒有進一步 處理	繼續找業者
合計	16	13.8	6.51	79.74
區域別				
北部地區	8	13.4	0.00	86.60
中部地區	4	0.0	28.86	71.14
南部地區	3	36.7	0.00	63.26
東部及離島地區	2	0.0	0.00	100.00
居住地				
新北市	3	35.5	0.00	64.54
台北市	1	0.0	0.00	100.00
台中市	3	0.0	0.00	100.00
台南市	1	0.0	0.00	100.00
高雄市	1	0.0	0.00	100.00
宜蘭縣	0	0.0	0.00	0.00
桃園縣	1	0.0	0.00	100.00
新竹縣	3	0.0	0.00	100.00
苗栗縣	0	0.0	0.00	0.00
彰化縣	0	0.0	0.00	0.00
南投縣	1	0.0	100.00	0.00
雲林縣	0	0.0	0.00	0.00
嘉義縣	0	0.0	0.00	0.00
屏東縣	1	100.0	0.00	0.00
臺東縣	1	0.0	0.00	100.00
花蓮縣	1	0.0	0.00	100.00
澎湖縣	0	0.0	0.00	0.00
基隆市	0	0.0	0.00	0.00
新竹市	0	0.0	0.00	0.00
嘉義市	0	0.0	0.00	0.00
金門縣	0	0.0	0.00	0.00
連江縣	0	0.0	0.00	0.00

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表22-1 處理維修手機消費爭議管道

單位：人；%

	樣本數	消費者 服務中心	沒有進一步 處理	繼續找業者
合計	16	13.8	6.51	79.74
都會區				
五都	9	11.6	0.00	88.35
非五都	7	16.3	14.43	69.25
性別				
男性	4	30.2	0.00	69.76
女性	12	8.5	8.60	82.95
年齡	a			
13~19歲	3	0.0	29.75	70.25
20~29歲	2	0.0	0.00	100.00
30~39歲	5	0.0	0.00	100.00
40~49歲	4	58.0	0.00	42.00
50~59歲	1	0.0	0.00	100.00
60~64歲	0	0.0	0.00	0.00
65歲以上	1	0.0	0.00	100.00
拒答	0	0.0	0.00	0.00
教育程度	a			
國小以下	0	0.0	0.00	0.00
國初中	1	0.0	0.00	100.00
高中職	3	38.2	0.00	61.84
大專	11	9.5	9.67	80.83
研究所以上	1	0.0	0.00	100.00
拒答	0	0.0	0.00	0.00
職業	a			
自營、高階	4	26.7	0.00	73.32
軍公教	1	0.0	0.00	100.00
基層白領	3	0.0	0.00	100.00
基層藍領	1	0.0	0.00	100.00
農林漁牧業	0	0.0	0.00	0.00
學生	4	0.0	23.52	76.48
無業/待業/退休/家管	2	62.2	0.00	37.82
其他	0	0.0	0.00	0.00
拒答	0	0.0	0.00	0.00

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表22-2 處理維修手機消費爭議管道

單位：人；%

	樣本數	消費者 服務中心	沒有進一步 處理	繼續找業者
合計	16	13.8	6.51	79.74
個人平均月收入 ***				
不到2萬元	4	22.6	23.02	54.36
2萬元不到4萬元	5	0.0	0.00	100.00
4萬元不到6萬元	2	0.0	0.00	100.00
6萬元不到8萬元	1	0.0	0.00	100.00
8萬元不到10萬元	1	0.0	0.00	100.00
10萬元以上	1	100.0	0.00	0.00
拒答	1	0.0	0.00	100.00
每日上網時間 a				
不到1小時	4	30.3	0.00	69.65
1-3小時	2	41.5	0.00	58.52
3-6小時	5	0.0	0.00	100.00
6-9小時	2	0.0	44.39	55.61
超過10小時	2	0.0	0.00	100.00
沒有在上網	0	0.0	0.00	0.00
拒答	0	0.0	0.00	0.00
電信業者別				
中華電信	10	22.5	0.00	77.48
台灣大哥大	3	0.0	0.00	100.00
台灣之星	0	0.0	0.0	0.0
亞太電信	0	0.0	0.00	0.00
遠傳電信	3	0.0	34.18	65.82
其他電信業者	0	0.0	0.00	0.00
其他	0	0.0	0.00	0.00
不知道/拒答	0	0.0	0.00	0.00

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05，**p<0.01，***p<0.001。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表23 政府保障消費者使用購買或維修行動通訊周邊產品權益之方式

單位：人；%

	樣本數	設置申 訴管道	提供鑑 賞期	延長保 固期	非人為 損壞免 費維修	訂立廠 商標準 規範	維修透 明化	加強個 資保護
合計	2118	2.0	2.1	5.2	1.6	4.5	2.9	0.9
區域別								
北部地區	904	2.2	2.1	5.8	1.6	4.0	3.6	1.6
中部地區	457	1.8	2.0	6.3	2.1	4.9	2.3	0.6
南部地區	643	2.0	2.2	3.8	1.5	4.7	2.6	0.3
東部及離島地區	115	1.0	2.4	3.5	0.3	6.1	2.5	0.2
居住地								
新北市	359	2.3	2.6	8.4	1.6	3.5	3.0	1.1
台北市	243	2.7	1.9	3.2	2.0	3.6	6.7	1.9
台中市	242	1.6	1.8	7.5	1.6	4.5	2.7	0.7
台南市	172	1.7	1.9	3.1	1.2	6.1	2.7	0.0
高雄市	254	1.4	3.3	4.2	2.0	4.8	1.6	0.3
宜蘭縣	42	0.0	0.0	5.6	0.0	9.7	0.0	0.0
桃園縣	183	1.2	1.7	4.5	1.7	5.2	2.0	2.2
新竹縣	46	2.3	0.0	3.4	1.7	5.0	1.4	2.8
苗栗縣	51	0.0	2.1	7.9	2.2	7.5	2.2	1.8
彰化縣	117	3.1	2.3	4.5	3.1	6.5	1.4	0.0
南投縣	47	1.5	2.3	2.4	2.4	0.0	2.4	0.0
雲林縣	65	0.0	0.0	2.2	0.0	1.7	6.7	0.0
嘉義縣	49	0.0	3.2	1.5	0.0	2.0	2.8	2.9
屏東縣	79	4.8	0.0	5.8	1.7	6.4	2.7	0.0
臺東縣	21	0.0	8.3	0.0	0.0	4.4	6.9	0.0
花蓮縣	30	3.9	2.0	4.8	0.0	5.6	4.3	0.0
澎湖縣	9	0.0	0.0	0.0	0.0	3.4	2.0	2.6
基隆市	35	1.8	3.7	6.8	0.0	6.6	0.0	0.0
新竹市	37	3.3	2.4	6.2	0.0	2.0	2.4	0.0
嘉義市	24	12.1	3.5	5.9	5.9	2.0	0.0	0.0
金門縣	12	0.0	3.4	1.8	3.2	0.0	0.0	0.0
連江縣	1	0.0	3.1	7.9	0.0	1.8	0.0	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表23 政府保障消費者使用購買或維修行動通訊周邊產品權益之方式 (續)

單位：人；%

	樣本數	訂定基本 使用權益 相關法條	加強宣導 消費者使 用權益	價格資 訊透明	訂定統 一規格	訂定相 關權責 單位	訂定 罰則	無特別 意見
合計	2118	7.1	3.4	1.7	0.7	0.6	0.3	67.0
區域別								
北部地區	904	7.3	4.0	0.8	0.6	0.8	0.6	65.1
中部地區	457	5.7	3.2	1.6	0.4	0.2	0.0	69.0
南部地區	643	7.7	2.8	3.2	0.9	0.5	0.0	67.8
東部及離島地區	115	7.8	3.2	0.8	1.0	1.4	0.0	69.8
居住地								
新北市	359	5.6	5.0	0.8	0.5	0.9	0.7	64.1
台北市	243	8.9	3.9	1.1	0.8	0.7	0.7	62.1
台中市	242	4.5	4.2	2.4	0.3	0.0	0.0	68.2
台南市	172	11.1	1.9	2.1	1.2	0.8	0.0	66.1
高雄市	254	8.0	3.6	3.2	0.9	0.3	0.0	66.6
宜蘭縣	42	9.3	4.0	0.0	1.4	0.0	0.0	70.1
桃園縣	183	6.7	2.3	0.0	0.4	1.2	0.7	70.0
新竹縣	46	8.7	3.0	1.5	2.2	0.0	0.0	68.0
苗栗縣	51	6.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	70.1
彰化縣	117	7.3	3.7	0.0	0.0	0.0	0.0	68.0
南投縣	47	7.2	0.0	3.8	2.3	1.5	0.0	74.4
雲林縣	65	3.7	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	77.4
嘉義縣	49	9.8	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	75.7
屏東縣	79	1.0	5.1	3.4	1.5	1.5	0.0	66.1
臺東縣	21	6.7	2.6	0.0	0.0	2.2	0.0	68.8
花蓮縣	30	6.7	0.0	2.9	1.8	2.0	0.0	66.0
澎湖縣	9	8.2	2.4	0.0	0.0	3.3	0.0	78.1
基隆市	35	8.5	4.7	0.0	0.0	0.0	0.0	67.9
新竹市	37	12.5	4.5	2.1	0.0	0.0	0.0	64.7
嘉義市	24	8.7	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	56.2
金門縣	12	6.7	9.5	0.0	0.0	2.5	0.0	73.0
連江縣	1	5.0	9.2	0.0	0.0	0.0	0.0	73.0

註：1.卡方檢定達

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表23-1 政府保障消費者使用購買或維修行動通訊周邊產品權益之方式

單位：人；%

	樣本數	設置申 訴管道	提供鑑 賞期	延長保 固期	非人為 損壞免 費維修	訂立廠 商標準 規範	維修透 明化	加強個 資保護
合計	2118	2.0	2.1	5.2	1.6	4.5	2.9	0.9
都會區								
五都	1270	2.0	2.4	5.7	1.7	4.3	3.3	0.9
非五都	848	2.1	1.8	4.4	1.5	4.8	2.4	0.9
性別								
男性	1051	2.4	2.2	4.8	1.6	4.3	3.0	0.5
女性	1067	1.6	2.0	5.5	1.7	4.7	2.9	1.3
年齡	a							
13~19歲	211	1.2	2.5	3.7	2.4	4.8	1.7	0.6
20~29歲	328	3.1	3.7	5.7	1.5	3.2	2.7	0.0
30~39歲	402	1.9	4.1	5.9	2.0	3.9	4.2	0.9
40~49歲	375	3.0	1.2	6.6	1.1	5.3	3.2	1.3
50~59歲	370	2.0	1.3	4.9	2.4	5.8	2.8	0.6
60~64歲	147	0.9	0.9	4.9	0.5	7.2	2.4	2.4
65歲以上	281	0.8	0.3	3.3	1.1	2.7	2.6	1.3
拒答	4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度	a							
國小以下	191	0.0	0.0	1.9	0.4	3.5	1.2	1.8
國初中	236	0.3	1.8	3.9	0.8	3.7	1.5	0.0
高中職	632	1.9	1.4	5.3	1.7	4.7	2.8	0.7
大專	906	2.8	2.8	5.6	2.0	4.7	3.6	1.2
研究所以上	145	2.8	4.6	8.2	2.3	5.0	4.0	0.5
拒答	8	0.0	0.0	0.0	0.0	10.1	0.0	0.0
職業								
自營、高階	304	3.9	2.1	7.7	2.1	6.1	3.4	0.4
軍公教	81	2.0	2.5	3.3	2.3	3.9	2.5	1.3
基層白領	561	2.0	2.9	5.4	2.5	4.2	3.6	1.5
基層藍領	172	1.2	3.6	5.5	1.8	4.7	2.2	0.0
農林漁牧業	57	0.0	1.2	4.6	1.2	2.2	2.0	1.3
學生	288	2.0	2.4	4.4	1.7	3.6	1.8	0.4
無業/待業/退休/家	625	1.4	1.1	4.1	0.6	4.6	2.6	1.1
其他	7	10.0	5.6	8.8	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	24	0.0	0.0	10.5	0.0	10.3	11.9	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05，**p<0.01，***p<0.001。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表23-1 政府保障消費者使用購買或維修行動通訊周邊產品權益之方式 (續)

單位：人；%

	樣本數	訂定基本 使用權益 相關法條	加強宣導 消費者使 用權益	價格資 訊透明	訂定統 一規格	訂定相 關權責 單位	訂定 罰則	無特別 意見
合計	2118	7.1	3.4	1.7	0.7	0.6	0.3	67.0
都會區								
五都	1270	7.2	3.9	1.8	0.7	0.6	0.3	65.2
非五都	848	6.8	2.6	1.6	0.6	0.7	0.2	69.6
性別								
男性	1051	8.0	3.4	1.8	0.6	0.9	0.3	66.2
女性	1067	6.1	3.4	1.7	0.7	0.3	0.2	67.8
年齡	a							
13~19歲	211	7.1	2.0	1.9	0.0	0.0	0.0	72.2
20~29歲	328	5.7	5.8	0.5	0.5	0.0	1.0	66.6
30~39歲	402	9.5	4.4	1.6	0.6	0.7	0.3	60.0
40~49歲	375	7.3	3.4	1.8	1.6	1.5	0.3	62.5
50~59歲	370	8.2	2.8	2.5	0.8	0.6	0.0	65.5
60~64歲	147	4.9	2.7	3.4	0.0	1.4	0.0	68.4
65歲以上	281	4.7	1.5	1.1	0.3	0.0	0.0	80.5
拒答	4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
教育程度	a							
國小以下	191	3.2	0.4	1.9	0.0	0.3	0.0	85.4
國初中	236	2.4	2.5	2.1	0.4	0.1	0.0	80.5
高中職	632	7.9	2.1	1.8	0.8	0.8	0.4	67.6
大專	906	8.5	4.9	1.2	0.8	0.6	0.3	60.9
研究所以上	145	7.5	5.3	3.8	0.5	0.7	0.0	54.6
拒答	8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	89.9
職業								
自營、高階	304	9.4	3.3	2.2	0.5	0.6	0.0	58.3
軍公教	81	5.8	3.2	4.2	1.0	0.0	0.0	68.0
基層白領	561	7.8	5.8	1.2	0.8	0.7	0.5	61.2
基層藍領	172	5.8	1.9	1.2	0.3	0.8	0.6	70.5
農林漁牧業	57	4.2	2.2	1.8	2.1	0.0	0.0	77.4
學生	288	7.9	2.0	1.9	0.0	0.5	0.0	71.3
無業/待業/退休/家	625	5.8	2.5	1.4	0.9	0.6	0.3	73.1
其他	7	2.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	72.9
拒答	24	5.9	2.7	7.2	0.0	2.9	0.0	48.5

註：1.卡方檢定達

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表23-2 政府保障消費者使用購買或維修行動通訊周邊產品權益之方式

單位：人；%

	樣本數	設置申 訴管道	提供鑑 賞期	延長保 固期	非人為 損壞免 費維修	訂立廠 商標準 規範	維修透 明化	加強個 資保護
合計	2118	2.0	2.1	5.2	1.6	4.5	2.9	0.9
個人平均月收入	a							
不到2萬元	835	1.4	1.4	3.9	1.0	3.8	2.7	0.8
2萬元不到4萬元	596	2.2	3.0	4.9	3.1	5.9	2.8	0.5
4萬元不到6萬元	334	2.2	2.0	7.1	1.1	4.1	3.3	1.1
6萬元不到8萬元	96	4.4	2.1	7.0	1.8	3.2	2.8	4.1
8萬元不到10萬元	36	1.8	1.8	6.9	1.8	3.4	8.4	1.7
10萬元以上	62	4.5	1.2	5.6	3.0	3.3	5.9	0.0
拒答	159	1.6	3.3	7.0	0.0	5.5	1.4	0.8
每日上網時間	a							
不到1小時	291	1.0	1.6	2.2	1.9	6.9	3.2	0.8
1-3小時	675	2.7	3.0	6.6	1.1	5.1	3.8	1.1
3-6小時	453	2.9	3.4	5.1	2.8	4.6	2.9	0.2
6-9小時	145	3.4	2.5	9.1	2.8	1.3	3.7	1.4
超過10小時	122	1.4	0.7	8.2	2.2	4.2	2.0	1.6
沒有在上網	418	0.4	0.1	2.5	0.5	3.1	1.5	1.2
拒答	15	0.0	0.0	10.7	0.0	4.4	0.0	0.0
電信業者別								
中華電信	1032	1.6	2.8	5.4	1.7	4.7	3.1	0.7
台灣大哥大	456	1.9	1.1	5.8	2.3	4.0	2.9	0.6
台灣之星	22	3.7	5.5	14.1	0.0	3.3	5.1	0.0
亞太電信	33	3.6	6.8	7.2	0.0	13.2	9.1	0.0
遠傳電信	387	3.5	1.8	5.0	1.6	5.3	3.2	1.7
其他電信業者	5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
其他	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	25	0.0	0.0	4.9	0.0	0.0	0.0	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05，**p<0.01，***p<0.001。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表23-2 政府保障消費者使用購買或維修行動通訊周邊產品權益之方式 (續)

單位：人；%

	樣本數	訂定基本 使用權益 相關法條	加強宣導 消費者使 用權益	價格資 訊透明	訂定統 一規格	訂定相 關權責 單位	訂定 罰則	無特別 意見
合計	2118	7.1	3.4	1.7	0.7	0.6	0.3	67.0
個人平均月收入	a							
不到2萬元	835	6.3	2.7	1.4	0.8	0.4	0.2	73.2
2萬元不到4萬元	596	7.1	2.6	1.9	0.7	0.6	0.5	64.4
4萬元不到6萬元	334	6.1	5.9	1.8	0.3	0.8	0.4	63.7
6萬元不到8萬元	96	8.6	3.7	0.0	1.5	1.5	0.0	59.4
8萬元不到10萬元	36	11.8	7.9	1.8	0.0	0.0	0.0	52.7
10萬元以上	62	13.9	4.0	4.6	1.3	3.1	0.0	49.8
拒答	159	8.3	3.6	2.4	0.0	0.0	0.0	66.1
每日上網時間	a							
不到1小時	291	6.4	5.6	2.4	0.7	1.1	0.0	66.2
1-3小時	675	8.8	2.8	1.6	0.4	0.8	0.4	61.9
3-6小時	453	8.8	4.9	2.0	0.6	0.7	0.6	60.6
6-9小時	145	6.5	1.7	1.7	0.7	0.0	0.0	65.1
超過10小時	122	7.2	8.3	0.6	1.4	0.6	0.0	61.6
沒有在上網	418	3.0	0.7	1.5	0.9	0.1	0.0	84.6
拒答	15	7.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	77.7
電信業者別								
中華電信	1032	8.6	3.8	1.4	0.6	0.5	0.2	65.0
台灣大哥大	456	6.6	2.8	3.4	1.1	1.0	0.2	66.4
台灣之星	22	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	0.0	63.7
亞太電信	33	12.0	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	42.4
遠傳電信	387	6.0	3.7	1.1	0.7	0.5	0.8	65.0
其他電信業者	5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
其他	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	25	2.8	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0	86.0

註：1.卡方檢定達

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表24 下載APP應用程式經驗

單位：人；%

	樣本數	有，下載免費APP應用程式	有，下載付費APP應用程式	有，免費及付費APP應用程式都有下載過	沒有
合計	2118	46.2	0.2	7.1	46.6
區域別 *					
北部地區	904	48.9	0.2	8.3	42.6
中部地區	457	42.9	0.0	8.1	49.0
南部地區	643	44.4	0.3	5.2	50.0
東部及離島地區	115	47.4	0.0	3.2	49.4
居住地					
新北市	359	47.1	0.0	7.7	45.2
台北市	243	47.5	0.7	11.1	40.7
台中市	242	48.8	0.0	8.7	42.5
台南市	172	46.3	0.4	4.7	48.6
高雄市	254	50.3	0.4	6.1	43.2
宜蘭縣	42	50.3	0.0	1.5	48.3
桃園縣	183	52.0	0.0	4.9	43.2
新竹縣	46	49.0	0.0	13.1	37.9
苗栗縣	51	47.4	0.0	3.6	49.0
彰化縣	117	32.0	0.0	9.6	58.5
南投縣	47	34.8	0.0	6.3	58.9
雲林縣	65	39.3	0.0	7.0	53.7
嘉義縣	49	31.9	0.0	0.0	68.1
屏東縣	79	33.1	0.0	3.5	63.5
臺東縣	21	60.4	0.0	0.0	39.6
花蓮縣	30	42.9	0.0	6.8	50.3
澎湖縣	9	26.3	0.0	6.0	67.7
基隆市	35	55.1	0.0	8.3	36.6
新竹市	37	54.2	0.0	7.9	37.8
嘉義市	24	45.7	0.0	11.8	42.5
金門縣	12	42.8	0.0	3.4	53.9
連江縣	1	44.7	0.0	6.6	48.6

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表24-1 下載APP應用程式經驗

單位：人；%

	樣本數	有，下載免費APP應用程式	有，下載付費APP應用程式	有，免費及付費APP應用程式都有下載過	沒有
合計	2118	46.2	0.2	7.1	46.6
都會區 **					
五都	1270	48.1	0.3	7.8	43.9
非五都	848	43.4	0.0	6.0	50.7
性別 ***					
男性	1051	49.0	0.3	8.8	41.9
女性	1067	43.4	0.0	5.4	51.2
年齡 a					
13~19歲	211	74.5	0.0	5.8	19.6
20~29歲	328	76.3	0.5	12.2	11.0
30~39歲	402	65.6	0.0	13.4	21.0
40~49歲	375	47.6	0.0	7.0	45.4
50~59歲	370	25.9	0.3	3.7	70.1
60~64歲	147	11.8	0.5	1.6	86.1
65歲以上	281	5.5	0.0	0.5	94.0
拒答	4	0.0	0.0	0.0	100.0
教育程度 a					
國小以下	191	4.7	0.0	0.0	95.3
國初中	236	20.5	0.5	0.9	78.2
高中職	632	43.0	0.1	3.7	53.1
大專	906	61.5	0.2	11.6	26.8
研究所以上	145	63.3	0.0	13.4	23.3
拒答	8	0.0	0.0	0.0	100.0
職業 a					
自營、高階	304	47.8	0.2	18.4	33.6
軍公教	81	56.6	0.0	7.8	35.7
基層白領	561	60.0	0.2	10.1	29.7
基層藍領	172	37.2	0.0	2.8	60.1
農林漁牧業	57	15.9	0.0	0.0	84.1
學生	288	77.2	0.0	4.9	17.9
無業/待業/退休/家管	625	22.4	0.3	1.4	75.8
其他	7	76.4	0.0	18.1	5.6
拒答	24	41.9	0.0	7.7	50.5

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表24-2 下載APP應用程式經驗

單位：人；%

	樣本數	有，下載免費APP應用程式	有，下載付費APP應用程式	有，免費及付費APP應用程式都有下載過	沒有
合計	2118	46.2	0.2	7.1	46.6
個人平均月收入	a				
不到2萬元	835	38.9	0.0	2.2	58.9
2萬元不到4萬元	596	55.3	0.5	7.1	37.1
4萬元不到6萬元	334	53.1	0.0	12.8	34.1
6萬元不到8萬元	96	49.4	0.0	14.4	36.2
8萬元不到10萬元	36	40.6	0.0	14.5	44.9
10萬元以上	62	39.2	1.2	22.3	37.3
拒答	159	37.5	0.0	8.6	53.9
每日上網時間	a				
不到1小時	291	30.5	0.3	2.5	66.8
1-3小時	675	56.2	0.2	6.3	37.3
3-6小時	453	68.3	0.2	13.1	18.4
6-9小時	145	70.2	0.0	12.0	17.8
超過10小時	122	70.9	0.0	19.4	9.7
沒有在上網	418	1.4	0.0	0.0	98.6
拒答	15	47.1	0.0	0.0	52.9
電信業者別	a				
中華電信	1032	46.0	0.1	7.8	46.1
台灣大哥大	456	52.2	0.5	7.4	39.8
台灣之星	22	70.6	0.0	3.7	25.6
亞太電信	33	45.6	0.0	14.4	40.0
遠傳電信	387	55.0	0.0	7.5	37.6
其他電信業者	5	35.2	0.0	30.0	34.8
其他	0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	25	26.9	0.0	0.0	73.1

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表25 APP應用程式消費經驗

單位：人；%

	樣本數	有	沒有
合計	1131	21.8	78.2
區域別 ***			
北部地區	519	25.7	74.3
中部地區	233	24.5	75.5
南部地區	321	13.6	86.4
東部及離島地區	58	20.6	79.4
居住地 a			
新北市	197	24.7	75.3
台北市	144	32.8	67.2
台中市	139	28.9	71.1
台南市	88	14.8	85.2
高雄市	144	13.4	86.6
宜蘭縣	22	17.6	82.4
桃園縣	104	20.8	79.2
新竹縣	29	27.3	72.7
苗栗縣	26	4.4	95.6
彰化縣	48	25.8	74.2
南投縣	19	16.3	83.7
雲林縣	30	10.7	89.3
嘉義縣	16	15.3	84.7
屏東縣	29	9.6	90.4
臺東縣	13	6.7	93.3
花蓮縣	15	38.7	61.3
澎湖縣	3	32.5	67.5
基隆市	22	7.4	92.6
新竹市	23	27.4	72.6
嘉義市	14	20.6	79.4
金門縣	5	8.9	91.1
連江縣	1	14.9	85.1

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表25-1 APP應用程式消費經驗

單位：人；%

	樣本數	有	沒有
合計	1131	21.8	78.2
都會區 *			
五都	713	23.7	76.3
非五都	418	18.5	81.5
性別 ***			
男性	611	25.8	74.2
女性	521	17.0	83.0
年齡 ***			
13~19歲	170	16.9	83.1
20~29歲	292	28.8	71.2
30~39歲	317	26.5	73.5
40~49歲	205	16.4	83.6
50~59歲	111	13.1	86.9
60~64歲	20	7.7	92.3
65歲以上	17	0.0	100.0
拒答	0	0.0	0.0
教育程度 *			
國小以下	9	0.0	100.0
國初中	52	10.1	89.9
高中職	296	18.4	81.6
大專	663	24.4	75.6
研究所以上	111	22.0	78.0
拒答	0	0.0	0.0
職業 **			
自營、高階	202	26.7	73.3
軍公教	52	31.3	68.7
基層白領	394	23.9	76.1
基層藍領	69	18.7	81.3
農林漁牧業	9	0.0	100.0
學生	236	20.6	79.4
無業/待業/退休/家管	151	9.3	90.7
其他	7	42.8	57.2
拒答	12	30.1	69.9

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表25-2 APP應用程式消費經驗

單位：人；%

	樣本數	有	沒有
合計	1131	21.8	78.2
個人平均月收入			
不到2萬元	343	17.6	82.4
2萬元不到4萬元	375	22.3	77.7
4萬元不到6萬元	220	24.7	75.3
6萬元不到8萬元	61	25.9	74.1
8萬元不到10萬元	20	13.6	86.4
10萬元以上	39	38.0	62.0
拒答	73	19.9	80.1
每日上網時間 ***			
不到1小時	97	11.9	88.1
1-3小時	423	17.2	82.8
3-6小時	370	24.1	75.9
6-9小時	119	22.0	78.0
超過10小時	110	40.7	59.3
沒有在上網	6	0.0	100.0
拒答	7	23.6	76.4
電信業者別			
中華電信	556	21.3	78.7
台灣大哥大	274	21.1	78.9
台灣之星	17	9.7	90.3
亞太電信	20	27.9	72.1
遠傳電信	242	24.9	75.1
其他電信業者	3	46.0	54.0
其他	0	0.0	0.0
不知道/拒答	7	18.5	81.5

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05，**p<0.01，***p<0.001。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表26 不小心進行APP應用程式消費經驗

單位：人；%

	樣本數	有，不小心 使用到APP 內消費	有，不小心 購買APP應 用程式	有，兩者都 有	沒有
合計	1131	1.8	1.1	0.9	96.2
區域別					
北部地區	519	2.3	0.9	1.1	95.7
中部地區	233	0.3	2.5	1.4	95.7
南部地區	321	1.8	0.3	0.2	97.7
東部及離島地區	58	4.0	1.1	0.6	94.3
居住地					
新北市	197	3.0	0.0	0.0	97.0
台北市	144	1.1	1.7	2.4	94.8
台中市	139	0.0	0.6	1.7	97.7
台南市	88	0.9	0.0	0.9	98.2
高雄市	144	0.9	0.0	0.0	99.1
宜蘭縣	22	6.0	0.0	0.0	94.0
桃園縣	104	2.2	0.0	1.3	96.4
新竹縣	29	0.0	2.3	2.7	95.0
苗栗縣	26	0.0	0.0	0.0	100.0
彰化縣	48	1.6	10.5	0.0	87.9
南投縣	19	0.0	0.0	4.5	95.5
雲林縣	30	4.4	0.0	0.0	95.6
嘉義縣	16	5.0	0.0	0.0	95.0
屏東縣	29	4.8	0.0	0.0	95.2
臺東縣	13	0.0	4.5	0.0	95.5
花蓮縣	15	6.9	0.0	0.0	93.1
澎湖縣	3	0.0	0.0	12.5	87.5
基隆市	22	0.0	7.4	0.0	92.6
新竹市	23	8.6	0.0	0.0	91.4
嘉義市	14	0.0	7.1	0.0	92.9
金門縣	5	0.0	0.0	0.0	100.0
連江縣	1	0.0	7.7	0.0	92.3

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表26-1 不小心進行APP應用程式消費經驗

單位：人；%

	樣本數	有，不小心 使用到APP 內消費	有，不小心 購買APP應 用程式	有，兩者都 有	沒有
合計	1131	1.8	1.1	0.9	96.2
都會區 *					
五都	713	1.4	0.5	0.9	97.3
非五都	418	2.6	2.1	0.8	94.4
性別 *					
男性	611	2.0	1.8	0.7	95.5
女性	521	1.6	0.2	1.1	97.1
年齡					
13~19歲	170	2.3	0.0	1.0	96.7
20~29歲	292	1.2	1.7	1.2	95.9
30~39歲	317	1.9	1.1	0.4	96.5
40~49歲	205	3.3	1.1	1.7	93.9
50~59歲	111	0.0	1.5	0.0	98.5
60~64歲	20	0.0	0.0	0.0	100.0
65歲以上	17	0.0	0.0	0.0	100.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度					
國小以下	9	0.0	0.0	0.0	100.0
國初中	52	2.7	0.0	0.7	96.6
高中職	296	2.1	1.2	1.2	95.4
大專	663	1.9	1.3	0.5	96.2
研究所以上	111	0.0	0.0	2.2	97.8
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業					
自營、高階	202	1.3	1.7	0.0	97.0
軍公教	52	0.0	1.1	3.3	95.6
基層白領	394	2.5	1.0	0.9	95.6
基層藍領	69	0.0	0.0	2.0	98.0
農林漁牧業	9	8.7	0.0	0.0	91.3
學生	236	2.4	0.0	0.7	96.9
無業/待業/退休/家管	151	1.2	2.9	1.1	94.8
其他	7	0.0	0.0	0.0	100.0
拒答	12	0.0	0.0	0.0	100.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p<0.05$ ，** $p<0.01$ ，*** $p<0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表26-2 不小心進行APP應用程式消費經驗

單位：人；%

	樣本數	有，不小心 使用到APP 內消費	有，不小心 購買APP應 用程式	有，兩者都 有	沒有
合計	1131	1.8	1.1	0.9	96.2
個人平均月收入					
不到2萬元	343	1.6	0.5	1.2	96.7
2萬元不到4萬元	375	1.9	1.4	0.7	96.0
4萬元不到6萬元	220	1.5	1.2	1.1	96.2
6萬元不到8萬元	61	3.3	2.2	0.0	94.5
8萬元不到10萬元	20	3.9	0.0	0.0	96.1
10萬元以上	39	4.7	3.4	2.0	89.9
拒答	73	0.0	0.1	0.0	99.9
每日上網時間					
不到1小時	97	0.0	1.6	0.0	98.4
1-3小時	423	2.2	1.8	1.3	94.7
3-6小時	370	1.5	0.4	0.5	97.6
6-9小時	119	2.5	0.0	0.7	96.8
超過10小時	110	2.3	1.5	1.5	94.7
沒有在上網	6	0.0	0.0	0.0	100.0
拒答	7	0.0	0.0	0.0	100.0
電信業者別					
中華電信	556	1.0	1.2	1.2	96.7
台灣大哥大	274	1.5	1.7	0.0	96.8
台灣之星	17	0.0	0.0	0.0	100.0
亞太電信	20	9.3	0.0	0.0	90.7
遠傳電信	242	3.2	0.5	1.3	95.0
其他電信業者	3	46.0	0.0	12.4	41.6
其他	0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	7	0.0	0.0	0.0	100.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表27 不小心消費APP應用程式原因

單位：人；%

	樣本數	太快 點選確認	小孩或其他人不 小心點選	帳號遭到 盜用
合計	43	61.0	17.8	3.9
區域別				
北部地區	22	66.7	11.0	7.5
中部地區	10	55.1	21.1	0.0
南部地區	7	57.4	24.0	0.0
東部及離島地區	3	49.4	39.3	0.0
居住地				
新北市	6	59.5	13.3	0.0
台北市	7	33.3	22.0	22.0
台中市	3	25.8	0.0	0.0
台南市	2	49.0	49.0	0.0
高雄市	1	0.0	0.0	0.0
宜蘭縣	1	0.0	100.0	0.0
桃園縣	4	100.0	0.0	0.0
新竹縣	1	100.0	0.0	0.0
苗栗縣	0	0.0	0.0	0.0
彰化縣	6	64.4	35.6	0.0
南投縣	1	100.0	0.0	0.0
雲林縣	1	100.0	0.0	0.0
嘉義縣	1	100.0	0.0	0.0
屏東縣	1	100.0	0.0	0.0
臺東縣	1	100.0	0.0	0.0
花蓮縣	1	100.0	0.0	0.0
澎湖縣		0.0	0.0	0.0
基隆市	2	100.0	0.0	0.0
新竹市	2	100.0	0.0	0.0
嘉義市	1	0.0	100.0	0.0
金門縣	0	0.0	0.0	0.0
連江縣		100.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表27 不小心消費APP應用程式原因(續)

單位：人；%

	樣本數	付費說明 標示不清	功能說明 與內容不符	其他	未表態
合計	43	3.7	2.5	5.1	7.9
區域別					
北部地區	22	3.5	0.0	3.7	7.7
中部地區	10	0.0	10.9	0.0	12.9
南部地區	7	11.1	0.0	18.2	0.0
東部及離島地區	3	0.0	0.0	0.0	11.3
居住地					
新北市	6	13.3	0.0	13.9	0.0
台北市	7	0.0	0.0	0.0	22.7
台中市	3	0.0	33.9	0.0	40.3
台南市	2	51.0	0.0	0.0	0.0
高雄市	1	0.0	0.0	100.0	0.0
宜蘭縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0
桃園縣	4	0.0	0.0	0.0	0.0
新竹縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0
苗栗縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0
彰化縣	6	0.0	0.0	0.0	0.0
南投縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0
雲林縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0
嘉義縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0
屏東縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0
臺東縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0
花蓮縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0
澎湖縣		0.0	0.0	0.0	100.0
基隆市	2	0.0	0.0	0.0	0.0
新竹市	2	0.0	0.0	0.0	0.0
嘉義市	1	0.0	0.0	0.0	0.0
金門縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0
連江縣		0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表27-1 不小心消費APP應用程式原因

單位：人；%

	樣本數	太快 點選確認	小孩或其他人不 小心點選	帳號遭到 盜用
合計	43	61.0	17.8	3.9
都會區				
五都	19	38.9	16.5	8.5
非五都	23	79.5	18.8	0.0
性別				
男性	27	56.1	22.0	6.0
女性	15	70.0	10.2	0.0
年齡				
13~19歲	6	70.2	0.0	0.0
20~29歲	12	58.1	13.8	13.8
30~39歲	11	55.0	32.7	0.0
40~49歲	13	59.9	18.7	0.0
50~59歲	2	100.0	0.0	0.0
60~64歲	0	0.0	0.0	0.0
65歲以上	0	0.0	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0
教育程度				
國小以下	0	0.0	0.0	0.0
國初中	2	78.7	0.0	0.0
高中職	14	62.8	9.6	12.2
大專	25	61.8	25.2	0.0
研究所以上	2	31.7	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0
職業				
自營、高階	6	35.8	64.2	0.0
軍公教	2	25.0	0.0	0.0
基層白領	17	68.8	12.2	0.0
基層藍領	1	100.0	0.0	0.0
農林漁牧業	1	100.0	0.0	0.0
學生	7	54.2	22.8	0.0
無業/待業/退休/家管	8	69.3	0.0	20.9
其他	0	0.0	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表27-1 不小心消費APP應用程式原因(續)

單位：人；%

	樣本數	付費說明 標示不清	功能說明 與內容不符	其他	未表態
合計	43	3.7	2.5	5.1	7.9
都會區					
五都	19	8.2	5.5	11.1	15.3
非五都	23	0.0	0.0	0.0	1.6
性別					
男性	27	3.0	3.9	2.9	6.0
女性	15	5.0	0.0	8.8	11.1
年齡					
13~19歲	6	0.0	0.0	0.0	29.8
20~29歲	12	0.0	0.0	0.0	14.3
30~39歲	11	0.0	0.0	12.3	0.0
40~49歲	13	12.8	8.6	6.4	0.0
50~59歲	2	0.0	0.0	0.0	0.0
60~64歲	0	0.0	0.0	0.0	0.0
65歲以上	0	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度					
國小以下	0	0.0	0.0	0.0	0.0
國初中	2	0.0	0.0	0.0	21.3
高中職	14	0.0	0.0	6.0	9.5
大專	25	6.4	4.3	5.4	0.0
研究所以上	2	0.0	0.0	0.0	68.3
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業					
自營、高階	6	0.0	0.0	0.0	0.0
軍公教	2	0.0	0.0	0.0	75.0
基層白領	17	4.8	6.3	12.6	0.0
基層藍領	1	0.0	0.0	0.0	0.0
農林漁牧業	1	0.0	0.0	0.0	0.0
學生	7	0.0	0.0	0.0	23.0
無業/待業/退休/家管	8	9.8	0.0	0.0	0.0
其他	0	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表27-2 不小心消費APP應用程式原因

單位：人；%

	樣本數	太快 點選確認	小孩或其他人不 小心點選	帳號遭到 盜用
合計	43	61.0	17.8	3.9
個人平均月收入				
不到2萬元	11	55.9	14.7	14.7
2萬元不到4萬元	15	60.2	14.0	0.0
4萬元不到6萬元	8	65.8	11.8	0.0
6萬元不到8萬元	3	100.0	0.0	0.0
8萬元不到10萬元	1	0.0	100.0	0.0
10萬元以上	4	47.2	52.8	0.0
拒答	0	100.0	0.0	0.0
每日上網時間				
不到1小時	2	100.0	0.0	0.0
1-3小時	23	61.1	13.6	7.3
3-6小時	9	79.3	17.6	0.0
6-9小時	4	20.8	43.4	0.0
超過10小時	6	48.7	22.3	0.0
沒有在上網	0	0.0	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0
電信業者別				
中華電信	18	59.1	5.4	8.9
台灣大哥大	9	52.5	38.7	0.0
台灣之星	0	0.0	0.0	0.0
亞太電信	2	0.0	0.0	0.0
遠傳電信	12	57.1	42.9	0.0
其他電信業者	2	68.3	20.4	0.0
其他	0	78.7	0.0	0.0
不知道/拒答	0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表27-2 不小心消費APP應用程式原因(續)

單位：人；%

	樣本數	付費說明 標示不清	功能說明 與內容不符	其他	未表態
合計	43	3.7	2.5	5.1	7.9
個人平均月收入					
不到2萬元	11	0.0	0.0	0.0	14.8
2萬元不到4萬元	15	10.7	0.0	9.0	11.3
4萬元不到6萬元	8	0.0	12.8	9.6	0.0
6萬元不到8萬元	3	0.0	0.0	0.0	0.0
8萬元不到10萬元	1	0.0	0.0	0.0	0.0
10萬元以上	4	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0
每日上網時間					
不到1小時	2	0.0	0.0	0.0	0.0
1-3小時	23	7.1	0.0	3.6	7.3
3-6小時	9	0.0	12.1	0.0	0.0
6-9小時	4	0.0	0.0	35.8	0.0
超過10小時	6	0.0	0.0	0.0	29.0
沒有在上網	0	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0
電信業者別					
中華電信	18	4.5	5.9	0.0	16.2
台灣大哥大	9	8.8	0.0	0.0	0.0
台灣之星	0	0.0	0.0	0.0	0.0
亞太電信	2	0.0	0.0	0.0	0.0
遠傳電信	12	0.0	0.0	0.0	0.0
其他電信業者	2	0.0	0.0	18.0	0.0
其他	0	0.0	0.0	0.0	21.3
不知道/拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表28 處理不小心購買APP應用程式之方式

單位：人；%

	樣本數	聯絡行動通訊購物平台業者處理	聯絡開發廠商退款	聯絡消保官	沒做任何處理	未表態
合計	43	8.6	5.1	4.2	74.3	7.9
區域別						
北部地區	22	16.4	6.3	4.6	64.9	7.7
中部地區	10	0.0	7.8	0.0	79.2	12.9
南部地區	7	0.0	0.0	10.6	89.4	0.0
東部及離島地區	3	1.4	0.0	0.0	87.3	11.3
居住地						
新北市	6	0.0	0.0	17.4	82.6	0.0
台北市	7	0.0	0.0	0.0	77.3	22.7
台中市	3	0.0	0.0	0.0	59.7	40.3
台南市	2	0.0	0.0	49.0	51.0	0.0
高雄市	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
宜蘭縣	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
桃園縣	4	0.0	37.8	0.0	62.2	0.0
新竹縣	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
苗栗縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
彰化縣	6	0.0	13.2	0.0	86.8	0.0
南投縣	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
雲林縣	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
嘉義縣	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
屏東縣	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
臺東縣	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
花蓮縣	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
澎湖縣		0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
基隆市	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
新竹市	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
嘉義市	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
金門縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
連江縣		100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表27-1 處理不小心購買APP應用程式之方式

單位：人；%

	樣本數	聯絡行動通訊購物平台業者處理	聯絡開發廠商退款	聯絡消保官	沒做任何處理	未表態
合計	43	8.6	5.1	4.2	74.3	7.9
都會區						
五都	19	0.0	0.0	9.3	75.4	15.3
非五都	23	15.7	9.3	0.0	73.3	1.6
性別						
男性	27	6.1	7.9	0.0	79.9	6.0
女性	15	13.0	0.0	11.8	64.1	11.1
年齡						
13~19歲	6	0.0	0.0	0.0	70.2	29.8
20~29歲	12	30.4	0.0	0.0	55.4	14.3
30~39歲	11	0.4	12.7	0.0	86.9	0.0
40~49歲	13	0.0	6.2	14.4	79.4	0.0
50~59歲	2	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
60~64歲	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
65歲以上	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	0			0.0	0.0	0.0
教育程度						
國小以下	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
國初中	2	0.0	0.0	0.0	78.7	21.3
高中職	14	0.3	10.3	0.0	79.9	9.5
大專	25	14.5	3.1	7.2	75.2	0.0
研究所以上	2	0.0	0.0	0.0	31.7	68.3
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業						
自營、高階	6	0.8	12.9	0.0	86.3	0.0
軍公教	2	0.0	0.0	0.0	25.0	75.0
基層白領	17	21.0	0.0	4.6	74.3	0.0
基層藍領	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
農林漁牧業	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
學生	7	0.0	0.0	0.0	77.0	23.0
無業/待業/退休/家管	8	0.0	0.0	12.9	87.1	0.0
其他	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表27-2 處理不小心購買APP應用程式之方式

單位：人；%

	樣本數	聯絡行動通訊購物平台業者處理	聯絡開發廠商退款	聯絡消保官	沒做任何處理	未表態
合計	43	8.6	5.1	4.2	74.3	7.9
個人平均月收入						
不到2萬元	11	0.0	0.0	9.0	76.2	14.8
2萬元不到4萬元	15	10.9	0.0	5.3	72.5	11.3
4萬元不到6萬元	8	0.0	16.6	0.0	83.4	0.0
6萬元不到8萬元	3	59.4	0.0	0.0	40.6	0.0
8萬元不到10萬元	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
10萬元以上	4	0.0	19.6	0.0	80.4	0.0
拒答	0			100.0	0.0	0.0
每日上網時間						
不到1小時	2	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
1-3小時	23	9.0	6.2	4.5	73.0	7.3
3-6小時	9	0.0	8.7	8.9	82.4	0.0
6-9小時	4	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
超過10小時	6	27.9	0.0	0.0	43.1	29.0
沒有在上網	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
電信業者別						
中華電信	18	0.0	0.0	5.5	78.3	16.2
台灣大哥大	9	19.1	0.0	0.0	80.9	0.0
台灣之星	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
亞太電信	2	0.0	42.9	0.0	57.1	0.0
遠傳電信	12	16.6	11.7	6.6	65.1	0.0
其他電信業者	2	0.0	0.0	0.0	78.7	21.3
其他	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表29 下載APP應用程式時會注意之資訊

單位：人；%

	樣本數	收費 狀況	應用程 式內購 買	應用程 式評分	下載 人次	內容 分級	開發人 員聯絡 資訊	需提供 的存取 權項目
合計	1131	88.2	60.2	68.3	66.8	48.0	26.1	70.0
區域別								
北部地區	519	88.2	59.6	69.0	66.8	44.1	27.7	72.0
中部地區	233	88.3	58.4	72.1	73.5	51.2	28.4	69.8
南部地區	321	88.1	63.3	62.7	60.9	48.5	22.8	68.1
東部及離島地區	58	87.7	55.5	76.3	72.4	67.2	20.6	63.1
居住地								
新北市	197	92.3	60.1	67.5	63.9	52.3	28.2	75.8
台北市	144	84.8	56.9	64.2	66.6	36.1	23.3	76.0
台中市	139	90.4	57.8	71.9	75.2	48.4	26.6	69.3
台南市	88	89.7	54.1	59.4	56.7	49.4	24.6	68.1
高雄市	144	89.7	71.0	63.7	62.7	43.8	25.0	70.1
宜蘭縣	22	79.2	45.8	82.4	65.4	61.5	13.9	62.7
桃園縣	104	89.2	62.0	73.0	73.1	44.6	36.2	66.3
新竹縣	29	89.0	60.2	75.6	75.3	52.4	31.1	76.2
苗栗縣	26	91.4	69.2	72.4	82.0	57.7	22.9	66.4
彰化縣	48	82.5	55.0	67.5	65.6	57.1	39.1	75.7
南投縣	19	83.1	57.5	85.1	69.0	48.5	21.1	62.9
雲林縣	30	82.5	42.6	68.2	61.5	57.3	12.8	67.5
嘉義縣	16	89.5	64.7	75.2	75.2	55.7	23.0	50.6
屏東縣	29	83.5	71.2	62.3	57.0	48.3	18.4	64.7
臺東縣	13	100.0	66.8	63.2	73.3	81.0	15.6	69.9
花蓮縣	15	89.9	55.9	71.4	89.9	68.5	31.2	55.5
澎湖縣	3	70.2	50.5	81.2	56.0	55.0	18.8	61.5
基隆市	22	82.9	67.3	86.4	51.9	22.3	20.5	47.0
新竹市	23	74.6	52.1	69.9	68.1	32.2	14.8	59.2
嘉義市	14	82.2	67.9	49.3	59.6	64.7	19.0	73.9
金門縣	5	100.0	69.6	93.4	59.1	61.1	29.8	70.5
連江縣	1	58.9	55.9	74.9	71.2	66.8	30.4	63.1

註：本題可複選。

附表29 下載APP應用程式時會注意之資訊(續)

單位：人；%

	樣本數	更新 資訊	容量 大小	使用者 相關評 論	功能 說明	都不會 注意	未表態
合計	1131	79.5	0.5	3.2	0.6	0.4	1.6
區域別							
北部地區	519	78.4	0.5	2.6	0.6	0.1	0.5
中部地區	233	80.4	1.3	6.0	0.7	1.4	2.1
南部地區	321	82.3	0.0	2.0	0.6	0.0	2.4
東部及離島地區	58	71.2	0.0	3.9	0.0	0.0	3.5
居住地							
新北市	197	82.4	0.0	2.6	0.0	0.0	0.4
台北市	144	77.9	0.8	1.0	1.7	0.5	0.5
台中市	139	82.6	2.1	7.1	0.0	1.0	2.0
台南市	88	87.4	0.0	4.2	0.0	0.0	3.6
高雄市	144	83.9	0.0	0.5	1.2	0.0	0.9
宜蘭縣	22	61.3	0.0	3.4	0.0	0.0	4.5
桃園縣	104	71.8	1.2	4.2	0.8	0.0	0.0
新竹縣	29	78.5	0.0	4.4	0.0	0.0	4.7
苗栗縣	26	81.3	0.0	6.2	0.0	0.0	0.0
彰化縣	48	76.0	0.0	2.4	3.6	1.6	2.4
南投縣	19	74.0	0.0	6.1	0.0	5.8	5.5
雲林縣	30	67.8	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5
嘉義縣	16	77.3	0.0	0.0	0.0	0.0	10.5
屏東縣	29	81.8	0.0	4.9	0.0	0.0	0.0
臺東縣	13	82.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
花蓮縣	15	78.7	0.0	7.0	0.0	0.0	6.7
澎湖縣	3	61.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	22	70.6	0.0	6.1	0.0	0.0	0.0
新竹市	23	83.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
嘉義市	14	72.0	0.0	4.4	0.0	0.0	7.5
金門縣	5	67.7	0.0	8.9	0.0	0.0	0.0
連江縣	1	86.6	0.0	0.0	0.0	0.0	13.4

註：本題可複選。

附表29-1 下載APP應用程式時會注意之資訊

單位：人；%

	樣本數	收費 狀況	應 用 程 式 內 購 買	應 用 程 式 評 分	下 載 人 次	內 容 分 級	開 發 人 員 聯 絡 資 訊	需 提 供 的 存 取 權 項 目
合計	1131	88.2	60.2	68.3	66.8	48.0	26.1	70.0
都會區								
五都	713	89.6	60.5	65.9	65.5	46.2	25.8	72.5
非五都	418	85.8	59.7	72.3	68.9	51.1	26.5	65.7
性別								
男性	611	88.8	62.2	68.8	68.6	49.8	26.7	71.4
女性	521	87.5	57.8	67.7	64.6	45.9	25.4	68.3
年齡								
13~19歲	170	86.9	70.6	68.2	63.7	60.3	25.2	69.4
20~29歲	292	89.2	68.1	73.8	71.8	44.3	24.3	77.0
30~39歲	317	92.3	61.7	73.6	68.5	46.2	30.9	71.2
40~49歲	205	86.7	51.0	65.3	65.2	47.6	24.9	63.5
50~59歲	111	83.1	42.7	54.1	58.3	45.5	24.1	65.2
60~64歲	20	75.8	33.9	38.6	45.8	38.5	17.2	56.1
65歲以上	17	74.9	46.9	37.9	80.9	54.5	13.2	56.8
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度								
國小以下	9	72.4	43.6	49.8	92.0	71.7	44.0	71.3
國初中	52	84.2	69.5	68.3	60.4	58.0	32.8	63.3
高中職	296	85.1	59.1	63.4	61.7	52.0	26.7	65.1
大專	663	89.7	59.9	70.4	69.1	46.9	26.2	72.0
研究所以上	111	90.4	61.6	69.7	67.7	37.6	19.2	73.7
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業								
自營、高階	202	89.4	59.9	71.0	72.5	49.4	30.7	71.6
軍公教	52	93.3	59.7	61.9	67.8	47.9	24.1	61.6
基層白領	394	87.8	59.4	72.3	68.7	46.5	23.8	69.4
基層藍領	69	85.1	47.9	66.9	70.2	39.1	29.9	75.7
農林漁牧業	9	88.0	51.4	26.6	54.2	64.8	13.4	51.8
學生	236	89.1	70.6	70.1	62.6	55.3	25.4	73.6
無業/待業/退休/家管	151	84.9	52.5	55.9	59.0	42.1	28.5	65.0
其他	7	99.5	64.7	99.5	72.9	46.1	2.9	80.4
拒答	12	91.0	57.5	57.6	69.6	44.5	14.6	61.8

註：本題可複選。

附表29-1 下載APP應用程式時會注意之資訊(續)

單位：人；%

	樣本數	更新 資訊	容量 大小	使用者 相關評 論	功能 說明	都不會 注意	未表態
合計	1131	79.5	0.5	3.2	0.6	0.4	1.6
都會區							
五都	713	82.5	0.6	2.9	0.6	0.3	1.2
非五都	418	74.6	0.3	3.7	0.6	0.5	2.2
性別							
男性	611	79.2	0.7	4.0	0.7	0.4	0.8
女性	521	79.9	0.2	2.3	0.5	0.3	2.4
年齡							
13~19歲	170	79.7	0.7	2.8	0.0	0.0	1.3
20~29歲	292	77.0	0.6	3.7	1.2	0.0	0.0
30~39歲	317	80.8	0.8	3.7	0.4	0.8	1.9
40~49歲	205	81.2	0.0	2.7	0.4	0.4	2.4
50~59歲	111	80.7	0.0	2.4	0.9	0.0	2.1
60~64歲	20	66.2	0.0	3.6	0.0	3.3	7.2
65歲以上	17	87.3	0.0	0.0	0.0	0.0	4.3
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度							
國小以下	9	91.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
國初中	52	80.5	0.0	4.4	0.0	0.0	1.3
高中職	296	77.4	0.4	3.0	0.0	0.5	2.5
大專	663	79.2	0.6	3.8	0.8	0.3	1.3
研究所以上	111	85.7	0.0	0.0	1.2	0.6	0.9
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業							
自營、高階	202	79.5	1.2	0.6	0.0	0.4	0.5
軍公教	52	74.5	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0
基層白領	394	77.9	0.4	5.4	1.0	0.6	0.8
基層藍領	69	77.4	0.0	5.7	0.0	0.0	4.4
農林漁牧業	9	82.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
學生	236	82.0	0.5	2.0	0.0	0.0	1.0
無業/待業/退休/家管	151	81.8	0.0	1.8	1.9	0.5	4.6
其他	7	86.6	0.0	35.3	0.0	0.0	0.0
拒答	12	86.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表29-2 下載APP應用程式時會注意之資訊

單位：人；%

	樣本數	收費狀況	應用程式內購買	應用程式評分	下載人次	內容分級	開發人員聯絡資訊	需提供的存取權項目
合計	1131	88.2	60.2	68.3	66.8	48.0	26.1	70.0
個人平均月收入								
不到2萬元	343	87.2	65.4	65.7	63.1	48.4	25.7	68.7
2萬元不到4萬元	375	90.2	58.3	69.0	68.5	44.7	25.5	73.0
4萬元不到6萬元	220	87.4	59.9	72.1	70.2	47.8	26.8	67.5
6萬元不到8萬元	61	94.0	60.5	67.9	65.5	50.0	23.6	67.2
8萬元不到10萬元	20	83.1	51.9	59.7	71.6	56.5	11.2	60.8
10萬元以上	39	84.0	42.6	62.5	60.8	48.3	13.1	65.1
拒答	73	84.0	57.2	70.8	68.5	59.6	41.4	75.1
每日上網時間								
不到1小時	97	80.8	50.5	56.4	52.2	49.0	22.4	67.1
1-3小時	423	85.2	56.5	68.0	68.9	46.8	27.0	68.6
3-6小時	370	93.0	65.0	72.3	69.9	52.0	28.5	71.8
6-9小時	119	91.3	69.2	69.2	73.3	46.4	27.2	76.0
超過10小時	110	87.6	55.3	67.0	55.9	39.1	16.1	66.7
沒有在上網	6	77.8	60.9	64.6	60.9	46.3	18.5	42.4
拒答	7	82.5	82.5	40.6	40.6	64.2	37.4	64.2
電信業者別								
中華電信	556	88.0	62.1	68.4	66.0	48.9	26.2	75.2
台灣大哥大	274	88.1	56.6	69.3	68.8	49.5	26.5	71.1
台灣之星	17	100.0	43.4	58.6	82.3	30.3	16.5	57.0
亞太電信	20	81.6	55.6	81.9	77.9	74.5	39.3	67.4
遠傳電信	242	88.3	61.0	67.1	65.6	42.7	25.6	59.6
其他電信業者	3	100.0	100.0	58.4	58.4	58.4	12.4	54.0
其他	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	7	81.9	56.2	54.1	17.5	36.0	0.0	54.1

註：本題可複選。

附表29-2 下載APP應用程式時會注意之資訊(續)

單位：人；%

	樣本數	更新 資訊	容量 大小	使用者 相關評 論	功能 說明	都不會 注意	未表態
合計	1131	79.5	0.5	3.2	0.6	0.4	1.6
個人平均月收入							
不到2萬元	343	81.5	0.4	1.5	0.8	0.0	1.8
2萬元不到4萬元	375	77.2	0.8	3.6	0.2	0.4	0.9
4萬元不到6萬元	220	77.3	0.0	4.0	1.4	0.8	1.3
6萬元不到8萬元	61	90.8	2.1	3.2	0.0	0.0	1.1
8萬元不到10萬元	20	84.8	0.0	3.0	0.0	0.0	0.0
10萬元以上	39	83.7	0.0	1.9	0.0	2.0	0.1
拒答	73	76.0	0.0	7.4	0.0	0.0	6.2
每日上網時間							
不到1小時	97	75.5	0.0	0.0	0.0	0.0	5.0
1-3小時	423	78.1	0.3	2.4	0.2	0.2	1.7
3-6小時	370	83.3	0.7	5.3	0.4	0.9	0.8
6-9小時	119	79.5	0.0	0.6	1.5	0.0	1.7
超過10小時	110	73.6	1.6	5.4	2.3	0.0	0.5
沒有在上網	6	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	7	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
電信業者別							
中華電信	556	80.3	0.8	4.1	0.6	0.3	2.4
台灣大哥大	274	80.0	0.4	2.8	1.0	0.4	1.2
台灣之星	17	86.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
亞太電信	20	71.0	0.0	0.0	0.0	4.0	0.0
遠傳電信	242	75.9	0.0	2.3	0.3	0.3	0.5
其他電信業者	3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
其他	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	7	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表30 使用或購買APP應用程式發生消費爭議經驗

單位：人；%

	樣本數	有	沒有	未表態
合計	1131	0.9	99.0	0.1
區域別				
北部地區	519	0.8	99.1	0.1
中部地區	233	2.2	97.8	0.0
南部地區	321	0.4	99.6	0.0
東部及離島地區	58	0.0	100.0	0.0
居住地				
新北市	197	1.3	98.3	0.4
台北市	144	0.0	100.0	0.0
台中市	139	2.2	97.8	0.0
台南市	88	0.0	100.0	0.0
高雄市	144	1.0	99.0	0.0
宜蘭縣	22	0.0	100.0	0.0
桃園縣	104	0.0	100.0	0.0
新竹縣	29	0.0	100.0	0.0
苗栗縣	26	0.0	100.0	0.0
彰化縣	48	4.3	95.7	0.0
南投縣	19	0.0	100.0	0.0
雲林縣	30	0.0	100.0	0.0
嘉義縣	16	0.0	100.0	0.0
屏東縣	29	0.0	100.0	0.0
臺東縣	13	0.0	100.0	0.0
花蓮縣	15	0.0	100.0	0.0
澎湖縣	3	0.0	100.0	0.0
基隆市	22	0.0	100.0	0.0
新竹市	23	6.2	93.8	0.0
嘉義市	14	0.0	100.0	0.0
金門縣	5	0.0	100.0	0.0
連江縣	1	0.0	100.0	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 * $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$ 。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表30-1 使用或購買APP應用程式發生消費爭議經驗

單位：人；%

	樣本數	有	沒有	未表態
合計	1131	0.9	99.0	0.1
都會區				
五都	713	1.0	98.9	0.1
非五都	418	0.8	99.2	0.0
性別				
男性	611	1.4	98.6	0.0
女性	521	0.4	99.5	0.1
年齡	a			
13~19歲	170	0.9	99.1	0.0
20~29歲	292	0.0	100.0	0.0
30~39歲	317	1.3	98.7	0.0
40~49歲	205	2.2	97.5	0.4
50~59歲	111	0.6	99.4	0.0
60~64歲	20	0.0	100.0	0.0
65歲以上	17	0.0	100.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0
教育程度	a			
國小以下	9	0.0	100.0	0.0
國初中	52	0.0	100.0	0.0
高中職	296	0.5	99.2	0.3
大專	663	0.9	99.1	0.0
研究所以上	111	2.7	97.3	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0
職業	a			
自營、高階	202	2.2	97.8	0.0
軍公教	52	0.0	100.0	0.0
基層白領	394	0.4	99.6	0.0
基層藍領	69	0.0	100.0	0.0
農林漁牧業	9	0.0	100.0	0.0
學生	236	0.6	99.4	0.0
無業/待業/退休/家管	151	2.3	97.2	0.5
其他	7	0.0	100.0	0.0
拒答	12	0.0	100.0	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05，**p<0.01，***p<0.001。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表30-2 使用或購買APP應用程式發生消費爭議經驗

單位：人；%

	樣本數	有	沒有	未表態
合計	1131	0.9	99.0	0.1
個人平均月收入 ***				
不到2萬元	343	1.4	98.3	0.2
2萬元不到4萬元	375	0.4	99.6	0.0
4萬元不到6萬元	220	0.4	99.6	0.0
6萬元不到8萬元	61	1.1	98.9	0.0
8萬元不到10萬元	20	0.0	100.0	0.0
10萬元以上	39	7.4	92.6	0.0
拒答	73	0.0	100.0	0.0
每日上網時間 a				
不到1小時	97	0.0	99.2	0.8
1-3小時	423	0.9	99.1	0.0
3-6小時	370	1.0	99.0	0.0
6-9小時	119	1.9	98.1	0.0
超過10小時	110	0.7	99.3	0.0
沒有在上網	6	0.0	100.0	0.0
拒答	7	0.0	100.0	0.0
電信業者別				
中華電信	556	0.8	99.1	0.1
台灣大哥大	274	1.2	98.8	0.0
台灣之星	17	0.0	100.0	0.0
亞太電信	20	4.0	96.0	0.0
遠傳電信	242	0.9	99.1	0.0
其他電信業者	3	0.0	100.0	0.0
其他	0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	7	0.0	100.0	0.0

註：1.卡方檢定達顯著水準 *p<0.05，**p<0.01，***p<0.001。□

2.a表示該變數的組內期望值小於5之細格比例超過25%，不適合進行卡方檢定。

附表31 發生APP應用程式消費爭議原因

單位：人；%

	樣本數	下載APP 後額外加 值費用	說明與實 際內容不 符	功能不符 所需	購買商品 但沒有收 到	APP帳號 無法登入 /被封鎖	要求提供 不必要的 個人資料	收費有誤
合計	11	28.7	13.3	13.3	19.6	13.6	9.7	15.1
區域別								
北部地區	4	24.9	0.0	0.0	0.0	35.6	0.0	39.5
中部地區	5	39.5	0.0	0.0	40.5	0.0	20.0	0.0
南部地區	1	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
東部及離島地區	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地								
新北市	3	38.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	61.4
台北市	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
台中市	3	66.4	0.0	0.0	0.0	0.0	33.6	0.0
台南市	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
高雄市	1	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
宜蘭縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
桃園縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
新竹縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
苗栗縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
彰化縣	2	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
南投縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
雲林縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
嘉義縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
屏東縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
臺東縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
花蓮縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
澎湖縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
新竹市	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
嘉義市	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
金門縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
連江縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表31-1 發生APP應用程式消費爭議原因

單位：人；%

	樣本數	下載APP 後額外加 值費用	說明與實 際內容不 符	功能不符 所需	購買商品 但沒有收 到	APP帳號 無法登入 /被封鎖	要求提供 不必要的 個人資料	收費有誤
合計	11	28.7	13.3	13.3	19.6	13.6	9.7	15.1
都會區								
五都	7	43.0	19.9	19.9	0.0	0.0	14.5	22.6
非五都	4	0.0	0.0	0.0	59.0	41.0	0.0	0.0
性別								
男性	9	23.7	16.4	16.4	24.3	16.9	0.0	18.7
女性	2	49.5	0.0	0.0	0.0	0.0	50.5	0.0
年齡								
13~19歲	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
20~29歲	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
30~39歲	4	33.8	34.3	34.3	31.9	0.0	0.0	0.0
40~49歲	4	22.9	0.0	0.0	17.5	0.0	23.3	36.3
50~59歲	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
60~64歲	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
65歲以上	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度								
國小以下	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
國初中	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
高中職	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
大專	6	49.5	0.0	0.0	33.8	0.0	16.7	0.0
研究所以上	3	0.0	46.7	46.7	0.0	0.0	0.0	53.3
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業								
自營、高階	4	15.0	0.0	0.0	48.0	0.0	0.0	37.0
軍公教	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
基層白領	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
基層藍領	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
農林漁牧業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
學生	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
無業/待業/退休/家管	3	29.3	40.8	40.8	0.0	0.0	29.9	0.0
其他	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表31-2 發生APP應用程式消費爭議原因

單位：人；%

	樣本數	下載APP 後額外加 值費用	說明與實 際內容不 符	功能不符 所需	購買商品 但沒有收 到	APP帳號 無法登入 /被封鎖	要求提供 不必要的 個人資料	收費有誤
合計	11	28.7	13.3	13.3	19.6	13.6	9.7	15.1
個人平均月收入								
不到2萬元	5	20.6	28.8	28.8	0.0	29.6	21.0	0.0
2萬元不到4萬元	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
4萬元不到6萬元	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
6萬元不到8萬元	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
8萬元不到10萬元	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
10萬元以上	3	0.0	0.0	0.0	72.2	0.0	0.0	27.8
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
每日上網時間								
不到1小時	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
1-3小時	4	26.8	0.0	0.0	34.8	38.4	0.0	0.0
3-6小時	4	53.0	0.0	0.0	20.1	0.0	26.8	0.0
6-9小時	2	0.0	63.7	63.7	0.0	0.0	0.0	36.3
超過10小時	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
沒有在上網	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
電信業者別								
中華電信	4	68.4	31.6	31.6	0.0	0.0	0.0	0.0
台灣大哥大	3	0.0	0.0	0.0	41.7	0.0	32.8	25.5
台灣之星	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
亞太電信	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
遠傳電信	2	0.0	0.0	0.0	0.0	64.3	0.0	35.7
其他電信業者	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
其他	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表32 處理APP應用程式消費爭議管道

單位：人；%

	樣本數	消保官	直接找廠商	網路 發表評論	沒有進一步 處理
合計	11	9.5	58.4	7.3	32.1
區域別					
北部地區	4	24.9	39.5	0.0	35.6
中部地區	5	0.0	62.0	15.0	38.0
南部地區	1	0.0	100.0	0.0	0.0
東部及離島地區	0	0.0	0.0	0.0	0.0
居住地					
新北市	3	38.6	61.4	0.0	0.0
台北市	0	0.0	0.0	0.0	0.0
台中市	3	0.0	78.8	0.0	21.2
台南市	0	0.0	0.0	0.0	0.0
高雄市	1	0.0	100.0	0.0	0.0
宜蘭縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0
桃園縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0
新竹縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0
苗栗縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0
彰化縣	2	0.0	37.1	37.1	62.9
南投縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0
雲林縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0
嘉義縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0
屏東縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0
臺東縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0
花蓮縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0
澎湖縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0
基隆市	0	0.0	0.0	0.0	0.0
新竹市	1	0.0	0.0	0.0	100.0
嘉義市	0	0.0	0.0	0.0	0.0
金門縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0
連江縣	0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表32-1 處理APP應用程式消費爭議管道

單位：人；%

	樣本數	消保官	直接找廠商	網路 發表評論	沒有進一步 處理
合計	11	9.5	58.4	7.3	32.1
都會區					
五都	7	14.2	76.6	0.0	9.1
非五都	4	0.0	21.9	21.9	78.1
性別					
男性	9	0.0	60.3	9.0	39.7
女性	2	49.5	50.5	0.0	0.0
年齡					
13~19歲	1	0.0	0.0	0.0	100.0
20~29歲	0	0.0	0.0	0.0	0.0
30~39歲	4	0.0	68.1	0.0	31.9
40~49歲	4	22.9	77.1	17.5	0.0
50~59歲	1	0.0	0.0	0.0	100.0
60~64歲	0	0.0	0.0	0.0	0.0
65歲以上	0	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度					
國小以下	0	0.0	0.0	0.0	0.0
國初中	0	0.0	0.0	0.0	0.0
高中職	1	0.0	0.0	0.0	100.0
大專	6	16.4	51.8	12.5	31.8
研究所以上	3	0.0	100.0	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業					
自營、高階	4	0.0	54.8	17.8	45.2
軍公教	0	0.0	0.0	0.0	0.0
基層白領	1	0.0	100.0	0.0	0.0
基層藍領	0	0.0	0.0	0.0	0.0
農林漁牧業	0	0.0	0.0	0.0	0.0
學生	1	0.0	0.0	0.0	100.0
無業/待業/退休/家管	3	29.3	70.7	0.0	0.0
其他	0	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表32-2 處理APP應用程式消費爭議管道

單位：人；%

	樣本數	消保官	直接找廠商	網路 發表評論	沒有進一步 處理
合計	11	9.5	58.4	7.3	32.1
個人平均月收入					
不到2萬元	5	20.6	49.8	0.0	29.6
2萬元不到4萬元	1	0.0	100.0	0.0	0.0
4萬元不到6萬元	1	0.0	100.0	0.0	0.0
6萬元不到8萬元	1	0.0	0.0	0.0	100.0
8萬元不到10萬元	0	0.0	0.0	0.0	0.0
10萬元以上	3	0.0	54.6	26.8	45.4
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0
每日上網時間					
不到1小時	0	0.0	0.0	0.0	0.0
1-3小時	4	26.8	0.0	0.0	73.2
3-6小時	4	0.0	83.1	20.1	16.9
6-9小時	2	0.0	100.0	0.0	0.0
超過10小時	1	0.0	100.0	0.0	0.0
沒有在上網	0	0.0	0.0	0.0	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0
電信業者別					
中華電信	4	22.7	62.8	0.0	14.6
台灣大哥大	3	0.0	58.3	0.0	41.7
台灣之星	0	0.0	0.0	0.0	0.0
亞太電信	1	0.0	100.0	100.0	0.0
遠傳電信	2	0.0	35.7	0.0	64.3
其他電信業者	0	0.0	0.0	0.0	0.0
其他	0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表33 政府保障消費者使用購買或使用APP應用程式權益之方式

單位：人；%

	樣本數	設置APP 專屬申訴 管道	提供7天 鑑賞期	訂定退款 機制	提供APP 付費明細	加強標示 消費者需 注意事項	加強個資 保護
合計	1131	3.1	5.9	3.6	3.1	9.5	4.4
區域別							
北部地區	519	3.8	7.4	3.9	2.2	8.1	3.8
中部地區	233	3.5	8.2	2.9	6.1	7.9	2.9
南部地區	321	2.3	2.4	4.0	2.7	11.6	6.3
東部及離島地區	58	0.9	2.3	2.2	1.5	16.0	4.3
居住地							
新北市	197	4.5	8.7	5.4	2.6	9.9	4.2
台北市	144	1.1	9.3	2.3	1.3	6.4	6.7
台中市	139	2.7	8.5	1.3	5.1	8.4	2.8
台南市	88	1.5	1.7	4.8	4.8	13.2	8.2
高雄市	144	2.3	1.6	1.3	2.1	11.7	5.9
宜蘭縣	22	0.0	0.0	6.0	0.0	22.1	7.6
桃園縣	104	4.4	6.0	3.6	2.0	4.9	1.0
新竹縣	29	8.8	2.7	7.1	4.3	10.2	0.0
苗栗縣	26	3.5	0.0	4.4	3.5	2.8	2.8
彰化縣	48	6.9	15.2	8.0	5.6	8.5	4.6
南投縣	19	0.0	0.0	0.0	17.4	9.4	0.0
雲林縣	30	0.0	0.0	0.0	0.0	8.7	2.7
嘉義縣	16	7.8	10.0	14.9	0.0	9.7	7.8
屏東縣	29	2.5	3.1	7.9	0.0	8.1	6.2
臺東縣	13	0.0	10.6	0.0	6.7	7.0	0.0
花蓮縣	15	3.4	0.0	0.0	0.0	20.5	5.7
澎湖縣	3	0.0	0.0	0.0	0.0	19.2	0.0
基隆市	22	6.1	0.0	0.0	0.0	4.7	0.0
新竹市	23	3.2	3.8	3.8	3.8	18.6	3.8
嘉義市	14	4.4	10.3	13.9	10.3	16.3	4.6
金門縣	5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
連江縣	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

註：本題可複選。

附表33 政府保障消費者使用購買或使用APP應用程式權益之方式(續)

單位：人；%

	樣本數	訂定基本 使用權益 相關法條	加強宣導 消費者使 用權益	建立官方 查核及評 鑑機制	加強防範 APP應用 程式詐騙	增加消費 確認次數	無特別 意見
合計	1131	10.5	5.7	1.5	1.2	1.0	60.0
區域別							
北部地區	519	10.9	4.7	1.5	0.5	0.5	59.6
中部地區	233	9.8	5.3	2.5	2.4	1.0	60.3
南部地區	321	10.5	7.3	1.1	1.8	1.9	60.8
東部及離島地區	58	9.9	7.1	0.0	0.0	1.2	57.9
居住地							
新北市	197	8.8	5.4	1.7	0.0	0.0	57.1
台北市	144	13.9	4.6	0.5	0.9	0.0	58.4
台中市	139	8.5	4.7	3.5	3.2	0.9	59.9
台南市	88	18.9	5.3	0.0	0.0	2.7	53.3
高雄市	144	6.0	7.9	2.1	4.1	1.1	62.8
宜蘭縣	22	10.8	5.8	0.0	0.0	3.2	44.5
桃園縣	104	11.7	4.6	2.6	0.0	2.3	63.2
新竹縣	29	9.0	3.8	3.8	4.5	0.0	57.6
苗栗縣	26	13.4	12.6	0.0	0.0	0.0	72.4
彰化縣	48	11.2	5.4	0.0	2.4	0.0	51.5
南投縣	19	10.0	0.0	5.5	0.0	5.8	69.0
雲林縣	30	3.7	0.0	0.0	0.0	0.0	84.9
嘉義縣	16	19.2	15.2	0.0	0.0	4.8	45.9
屏東縣	29	7.2	4.8	0.0	0.0	5.0	69.5
臺東縣	13	11.1	9.0	0.0	0.0	0.0	55.6
花蓮縣	15	6.7	6.9	0.0	0.0	0.0	63.7
澎湖縣	3	19.2	7.4	0.0	0.0	0.0	80.8
基隆市	22	7.3	7.4	0.0	0.0	0.0	79.2
新竹市	23	13.3	0.0	0.0	0.0	0.0	57.2
嘉義市	14	16.5	25.2	4.4	0.0	0.0	35.4
金門縣	5	7.3	7.3	0.0	0.0	0.0	85.5
連江縣	1	10.2	19.7	0.0	0.0	0.0	80.3

註：本題可複選。

附表33-1 政府保障消費者使用購買或使用APP應用程式權益之方式

單位：人；%

	樣本數	設置APP 專屬申訴 管道	提供7天 鑑賞期	訂定退款 機制	提供APP 付費明細	加強標示 消費者需 注意事項	加強個資 保護
合計	1131	3.1	5.9	3.6	3.1	9.5	4.4
都會區							
五都	713	2.7	6.5	3.0	3.0	9.7	5.3
非五都	418	3.9	4.9	4.7	3.2	9.1	2.8
性別							
男性	611	2.9	7.9	3.8	2.9	8.8	4.4
女性	521	3.3	3.6	3.4	3.3	10.2	4.3
年齡							
13~19歲	170	1.5	2.0	2.3	2.7	11.0	0.0
20~29歲	292	0.6	4.6	5.2	4.1	9.3	5.3
30~39歲	317	3.6	7.6	3.6	3.1	9.7	4.1
40~49歲	205	6.6	9.7	3.8	3.1	12.0	6.7
50~59歲	111	5.6	4.6	2.5	2.1	3.2	6.6
60~64歲	20	0.0	3.6	0.0	0.0	7.0	0.0
65歲以上	17	0.0	0.0	0.0	0.0	5.1	0.0
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度							
國小以下	9	8.7	0.0	0.0	0.0	26.1	20.4
國初中	52	2.6	1.1	2.7	0.0	4.7	3.6
高中職	296	3.0	3.0	3.1	4.3	9.7	2.4
大專	663	2.8	7.2	4.2	2.7	9.3	4.6
研究所以上	111	5.5	8.7	2.7	3.9	10.8	7.5
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業							
自營、高階 白領及專業人士	202	7.0	9.9	5.1	3.4	8.1	7.2
軍公教	52	5.4	1.5	2.5	4.3	6.5	1.6
基層白領	394	1.8	7.8	4.4	3.7	10.9	5.6
基層藍領	69	6.5	6.3	4.8	2.1	7.2	3.8
農林漁牧業	9	0.0	0.0	0.0	0.0	19.4	0.0
學生	236	1.1	2.1	2.3	2.7	10.2	0.7
無業/待業/退休/家管	151	2.3	3.1	1.1	1.9	8.6	4.0
其他	7	10.6	0.0	26.6	0.0	0.0	24.7
拒答	12	0.0	8.7	0.0	7.6	7.6	0.0

註：本題可複選。

附表33-1 政府保障消費者使用購買或使用APP應用程式權益之方式(續)

單位：人；%

	樣本數	訂定基本 使用權益 相關法條	加強宣導 消費者使 用權益	建立官方 查核及評 鑑機制	加強防範 APP應用 程式詐騙	增加消費 確認次數	無特別 意見
合計	1131	10.5	5.7	1.5	1.2	1.0	60.0
都會區							
五都	713	10.5	5.6	1.7	1.6	0.7	58.6
非五都	418	10.7	5.9	1.3	0.6	1.5	62.5
性別							
男性	611	11.9	5.5	1.7	1.3	0.3	58.8
女性	521	8.9	5.9	1.4	1.1	1.9	61.5
年齡							
13~19歲	170	8.0	2.3	0.7	2.2	0.7	71.1
20~29歲	292	7.5	6.3	0.6	1.8	0.6	63.8
30~39歲	317	11.7	6.3	2.0	0.8	1.7	56.3
40~49歲	205	13.8	5.5	2.5	0.5	1.4	49.8
50~59歲	111	15.0	8.6	2.0	1.2	0.0	55.7
60~64歲	20	3.6	6.6	0.0	0.0	3.4	75.7
65歲以上	17	6.0	1.3	4.5	0.0	0.0	85.7
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
教育程度							
國小以下	9	8.7	19.6	0.0	0.0	0.0	28.3
國初中	52	6.4	2.3	0.0	0.0	0.0	80.0
高中職	296	8.2	4.3	1.6	0.8	0.7	66.2
大專	663	12.1	6.4	1.3	1.8	1.3	57.6
研究所以上	111	9.3	5.9	3.6	0.0	0.7	51.4
拒答	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
職業							
自營、高階 白領及專業人士	202	14.1	6.7	2.8	1.9	0.5	47.7
軍公教	52	3.8	7.0	4.8	0.0	4.7	63.9
基層白領	394	11.1	6.1	0.9	0.8	1.0	56.7
基層藍領	69	12.6	0.1	0.0	0.0	2.0	64.3
農林漁牧業	9	12.0	0.0	0.0	0.0	0.0	68.6
學生	236	7.3	3.7	0.5	2.3	0.5	71.4
無業/待業/退休/家管	151	10.4	8.0	1.8	0.7	1.1	65.6
其他	7	25.4	25.6	16.3	9.4	0.0	3.4
拒答	12	6.8	5.5	6.6	0.0	0.0	64.8

註：本題可複選。

附表33-2 政府保障消費者使用購買或使用APP應用程式權益之方式

單位：人；%

	樣本數	設置APP 專屬申訴 管道	提供7天 鑑賞期	訂定退款 機制	提供APP 付費明細	加強標示 消費者需 注意事項	加強個資 保護
合計	1131	3.1	5.9	3.6	3.1	9.5	4.4
個人平均月收入							
不到2萬元	343	1.9	1.8	1.9	3.2	10.1	1.7
2萬元不到4萬元	375	1.8	7.4	4.7	3.0	10.5	2.6
4萬元不到6萬元	220	5.8	7.5	3.6	1.7	7.8	7.3
6萬元不到8萬元	61	5.0	11.1	8.2	9.0	11.6	8.3
8萬元不到10萬元	20	3.0	3.1	0.0	0.0	3.9	13.6
10萬元以上	39	7.4	13.1	3.3	0.0	5.5	7.3
拒答	73	3.8	5.0	3.9	5.0	8.1	10.1
每日上網時間							
不到1小時	97	2.4	3.5	0.9	4.8	12.2	2.8
1-3小時	423	3.8	4.9	2.1	2.1	6.5	4.1
3-6小時	370	3.1	6.0	4.0	4.1	11.4	4.1
6-9小時	119	2.9	9.0	6.3	2.0	12.9	6.8
超過10小時	110	1.8	8.1	7.2	3.9	8.1	5.8
沒有在上網	6	0.0	13.6	21.9	0.0	22.2	0.0
拒答	7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
電信業者別							
中華電信	556	3.2	7.2	3.8	2.9	8.9	5.0
台灣大哥大	274	3.9	4.7	4.5	6.0	9.0	3.2
台灣之星	17	0.0	12.1	3.7	0.0	11.9	0.0
亞太電信	20	8.7	8.5	0.0	0.0	17.2	0.0
遠傳電信	242	2.1	4.4	1.8	1.0	9.8	4.6
其他電信業者	3	0.0	0.0	46.0	0.0	0.0	0.0
其他	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	7	0.0	0.0	0.0	0.0	18.5	0.0

註：本題可複選。

附表33-2 政府保障消費者使用購買或使用APP應用程式權益之方式(續)

單位：人；%

	樣本數	訂定基本 使用權益 相關法條	加強宣導 消費者使 用權益	建立官方 查核及評 鑑機制	加強防範 APP應用 程式詐騙	增加消費 確認次數	無特別 意見
合計	1131	10.5	5.7	1.5	1.2	1.0	60.0
個人平均月收入							
不到2萬元	343	9.2	5.5	1.4	2.1	0.7	68.1
2萬元不到4萬元	375	10.6	5.6	1.5	0.5	1.8	59.5
4萬元不到6萬元	220	10.6	6.2	0.0	1.5	0.7	59.8
6萬元不到8萬元	61	15.2	5.4	4.1	1.1	0.0	40.3
8萬元不到10萬元	20	13.3	14.5	7.9	0.0	0.0	44.6
10萬元以上	39	16.7	0.0	5.5	3.3	2.8	40.5
拒答	73	8.0	6.8	1.4	0.0	0.0	56.7
每日上網時間							
不到1小時	97	12.9	8.2	1.1	0.0	0.0	60.9
1-3小時	423	9.7	7.1	2.0	1.3	0.6	63.0
3-6小時	370	11.1	3.2	0.8	1.2	2.1	59.1
6-9小時	119	13.3	5.1	0.0	1.2	0.0	56.1
超過10小時	110	7.6	6.9	4.6	2.8	1.2	53.6
沒有在上網	6	3.8	22.2	0.0	0.0	0.0	42.2
拒答	7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
電信業者別							
中華電信	556	13.0	6.6	1.7	1.2	1.4	56.7
台灣大哥大	274	8.8	4.6	1.8	0.6	0.4	63.7
台灣之星	17	6.8	0.0	0.0	0.0	0.0	65.5
亞太電信	20	2.0	25.1	0.0	0.0	0.0	48.5
遠傳電信	242	8.8	4.3	1.2	2.3	1.2	63.5
其他電信業者	3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	54.0
其他	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不知道/拒答	7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	81.5

註：本題可複選。

附件三、焦點團體逐字稿

會議時間：103 年 11 月 19 日 下午 14 時至 17 時

會議地點：趨勢民意調查股份有限公司

~~~~~

主持人：各位學者專家、長官大家好，我們先自我介紹一下，我是趨勢民調的總經理，這案子是行政院消保處委託的調查案。有關電信服務跟 APP 產業的消費者意識跟行為調查，先跟各位老師說明量化調查結合質化焦點分析的調查，主要透過電訪結果，之前有給老師資料，不過那份資料現在有更新，手上這份資料是最新的，在透過此結果舉辦焦點座談會，希望消保處及各位老師和學者專家先進能夠提供有幫助的建議，這是我們今天會議的重點，今天的流程會先把量化的調查結果跟大家做個簡報，花點時間簡報，簡報後我們就進行這次的討論，那我們先請研究員來針對這次的調查結果來做個說明！這個量化調查的題目主要分為兩個題目，分別為消費者行為及消費意識，中間分三塊分別是電信服務、通訊及周邊產品、APP 應用程式，這題目我們有跟消保處開過會議，請專家學者討論，列出一些想要瞭解的題組，我們在三點之前花點時間給予些建議，其實消保處最想知道的是未來對於在制定法條上給予一些建議。相對來說，多數民眾無法在電訪中給出一些很具體的建議，這些建議的比例都不高，政策建議的部分主要想請今天各位專家學與會，我們是不是先針對消費意識的部分來跟大家說明？

G4：我會建議有一些調查比例出來偏低的部分，因為像這邊有消基會的代表他們可能對於民眾在哪方面比例較低的原因較熟悉，這是第一個部分；還有另一部分就是說在民眾建議部分，其實民眾因為是比較分散的，對於法令悉知的部分也不見得比較周全，我的建議就是說先就結果比例較低的部分，先探討一下可能原因是甚麼？

主持人：我們先請消基會代表 A1 來跟大家說明，先從電信部分開始。

A1：電信其實主要有一個問題是七天試用期這件事，消費者他們比較不清楚有這個東西，事實上我們消基會很多文章都在宣導，可是靠消基會去宣傳是

不夠的！而且業者不會主動去提這個事情，我想這是一般民眾主要不清楚的地方，「七天試用期」這點可能需要電信業者在合約裡面的字不要太小，簽合約的時候能夠讓他看到。那麼在 APP 的部分是？

主持人：APP 的問題，其實是這次消保處想要瞭解的一個重點，因為他們發現 APP 的消費爭議雖然看起來沒有很多，但有越來越多的趨勢。

A1：APP 我倒是有一些建議，這次調查我們主要就是在 Google Play 或 APP Store 做一次性下載所發生的問題，例如我可能買個小工具，100 塊或 150 塊錢，第一個金額不高，第二個我們的契約訂得還算清楚，所以這方面爭議發生的不多。另外一部份在 In-APP Purchase 來說，像是線上遊戲持續一直購買虛寶，例如像神魔之塔購買魔法石，這過程爭議比較多，它可能是一個免費軟體，但下載完它會持續的叫你購買商品，這部分爭議比較高，那 APP 是一個低價的東西，大部分是年輕族群在使用，這些人若是權益受損後大部分 FB 發洩一下就沒了，所以跟食安法有點關係，可以的話在團體訴訟的部分，像食安法一樣牽涉到舉證責任；一兩百多塊你叫他去訴訟，對消費者來講都是很麻煩的事情，但對廠商來說就有非常多的利潤！這是我覺得在下一步對消費者保護法我們要去做的。

主持人：我想請教一下，現在比較大的內部爭議是，比如說下載後內部付費的問題，這個問題越來越多，現在線上遊戲給予免費下載，下載以後要買點數、寶物，很多年輕人下載時是免費下載的，但在玩的過程中不知不覺就一直買，請說明這部分的管理、爭議處理或建議。

A1：這個問題其實需要一個廣泛的討論，就目前來講大部分的消費者碰到這問題都是去原廠抱怨看是不是可以做處理？有些廠商會釋放善意，比如說再送續保或是補償時數，大部分都是這樣處理。但有一些廠商可能是因為營運狀況不好所以置之不理，而此時大部分的消費者都是在網路上做謾罵的動作而已，當這個廠商代理遊戲結束了又換一個另起爐灶，所以這些東西都一直在發生，對消費者來說是一種損失。而且這些都是小朋友不是年輕人，所以需要大家思考討論一下。

A2：剛剛聽研究員的報告，確實有很多問題，像是電訪過程中問了很多很細的問題，我比較想知道的是，看完這個報告其實對於受訪者還是沒有甚麼概念，前面講到說有 2118 份有效樣本，請問一下是在這 2118 份的電訪之中，就把你剛剛報的所有問題都問完了嗎？如果是的話那請你看到第二頁，有一項叫作手機使用行為。這手機使用行為裡面有三項，一個是受訪者有手機但使用的是傳統手機佔了 19.7%，第二個是智慧型手機佔了 72.8%，沒有手機的人佔了 7.5%，我不知道說如果今天他根本就沒有手機，又或者他拿的是不可以上網的手機，去問後面的第二部分和大三部分有甚麼意義在？

主持人：部分跟老師解釋一下，沒有手機的我們就沒有往下問，有手機的我們就繼續問，雖然說沒有上網的人，應該就沒有繼續問行動上網的問題，但就消費爭議的部分，使用傳統手機的人還是會面臨到，比如說：斷訊、通話品質不良或詐騙簡訊，所以基本上有使用手機的題型都有往下問，而表示完全沒有使用手機的話，後面的題型就不會問了。

A2：所以我一開始才問你是不是只要打電話就全部都問？

主持人：當然還是會有一些過濾條件的篩選，基本上這三塊都會問到，除非他完全沒有使用這一塊的消費行為。

A2：換句話說只有 92.5% 的人你有問第二或第三部分，然後只有 72.8% 的人有作第三部分。我想到的是未表態的跟媒體所報導的，未表態的都偏高，所以才會覺得是不是有些人根本就不是應該被受訪的對象，

A1：另外補充一點在 APP 方面有調查一項，是不是不應該把自己的帳號密碼或信用卡資料存於手機的功能，這跟台灣現狀好像不太符合，因為台灣金流過程根本不允許這個方式，所以就這個調查題目就覺得很奇怪。

主持人：現在其實可以。

A1：不行，金流過程裡面無法允許做此動作，一定是要去扣一個銀行的 API，然後從銀行的 API 上面作金流服務，就現在信用卡的號碼輸入，還有一個所

謂的 3D 驗證功能，這些是目前台灣金流現況，很不方便，我們是希望改，但是，以這個問卷來講與現實狀況不符合。

主持人：老師，我釐清一下，我目前自己很常用手機買東西或直接上網直接付款，好像都可以直接就是，因為像 IPHONE 可以一開始就把信用卡號碼登入在裡面，要買甚麼東西就直接點下去，指紋驗證後他就直接幫你用信用卡付款。

A1：除了在 App Store 或 Google Play 的方式外，假設你現在上網買一個 pizza 或者是機票，使用這種形式的話，其實都是需要扣一個銀行的 API，從銀行的 API 去輸入你的信用卡號碼然後再一個驗證的方式，那 Google Play 跟 APP Store 也是像類似這樣的方式，信用卡號碼在登入註冊時就已經綁好，所以你要再付費時再輸入密碼，才可以開通，所以也不是記錄在你的 APP 裡面，還是需要去輸入密碼帳號等，而法規上規定，把帳號密碼存在手機裡面也沒有辦法連結到 API 然後產生付費的行為。

G4：我補充說明一下，之前在處裡面開過會議，因為這題是意識調查，所以我們其實在調查時希望消費者盡量減少把這一類東西儲存進去或者能不提供盡量不提供，這題跟原來目的有落差，原來是希望能知道消費者的警覺意識到哪裡？

N2：我想請教一下消保處這個調查是要公布還是做為內部決策的參考？

G4：我們報告會送到相關的部會跟地方政府的消保官室，同時也會公布在網路上。

N2：我會問這個問題是因為涉及到問卷的用字，像剛剛 A1 講的，你覺得這是一個意識的問法，但是人家會從這個問題去檢驗，所以第一個也是跟隨 A1 教授，我剛剛對這個金流也是 question mark，而且金流的方式越來越多，這種方式顯然不是未來的主流，所以 follow 在就像我剛剛講的在我們第一頁，在我們這個第一題的部分，我剛剛有詢問過，就我的瞭解，應該就只有 data service 目前是有試用的，而且第二個我也不建議你用鑑賞期，基本上鑑賞期是跟消保法綁在一起的，就我初淺的法律意識，那當然 G3 也可

以給我們指正一下，這個試用期應該並不是用消保法，它是用行政指導的方式請業者依照民法的規則去做處理，所以你用鑑賞期的話會讓變成整組都要適用消保法，整組都適用消保法意思就是說你還要包含告知的確認，整套通通都要上，所以這個其實我的印象中，這一個試用期是基於民法的關係所發生的試用期，並不是基於消保法的關係所發生的試用期，我不知道我解釋的對不對？我初淺的瞭解是這樣，因為有關於鑑賞期在消保法只能適用在兩個買賣，就是訪問跟郵購買賣，那顯然你在門市經過店員的解說當面簽約並不屬與這類的範圍，所以我剛剛也跟主持人這邊講說如果你要對外公布的時候，裡面問卷的問題的 term 就會比較講究，如果是內部參考那沒關係，如果是內部參考的話那沒關係，我們大家都知道在做甚麼，這樣子就可以處理，如果是對外的話，我覺得要去做這部分處理。那第二個，我常在想，如果我接到這個電訪，我真的會不會耐心的做完？因為這三個是不搭嘎的事情，我真的也蠻佩服你們也可以找到兩千多個願意回答完，那我猜因為是經費的關係，不得不綁在同一個部份做，一個是服務，第二個是一個商品的買賣，第三個又是一個 APP 的一個做法，回到 A2 提到的第二頁的手機使用行為，因為剛好我們資策會今年有做一個調查，資策會有很大的民調部門，他們在今年 7 月就做，調查的是手機還有平板的使用者，當然我們取樣的樣本不一樣，我們不是打市話，因為我記得主持人我們以前也討論過，就是說我們的市話一直不能撿，我們市話都是老弱殘兵在接市話，老弱外殘，這不是我講的，這是套用某個業者講的，不是我發明的，接是話不是外勞就是老人就是小孩，跟我們調查其實面向差蠻多的，我們那時調查過，曾經用過手機跟平板上網而且他曾經下載過 APP 使用，大概有將近六成左右不願意下載或是付費買 APP，所以我就不知道後面這些問出來的結果，就是說你直接問這些人，他到底有沒有下載或使用 APP 的經驗，你們在篩選那個條件的時候，如果沒有過這一關，後面的 APP 那一題，我不知道他們回答的模式跟邏輯會是什麼？

主持人：APP 部分有篩選，確定有下載。跟大家解釋一下，它雖然是分三塊，是電信、通訊產品跟 APP 使用，原則上來講都是有使用經驗的，這些題組去

問，如果沒有的話，就是直接往下跳到下一個題組，如果連智慧型手機都沒有，那當然就是沒有 APP 下載的這些問題。

N2：另外對外公布的時候我會建議，我不知道今天 NCC 長官有沒有來，這個要不要對一下？前一陣子他們對於收訊服務跟檢測這個動作，看起來好像還不錯，可是如果這個調查出來的結果，跟此檢測結果不同的話，兩邊要想一下，要想說到底 NCC 全民監測連線服務跟上網速度的監測兩邊出來的結果會不會一致？當然這是一個主觀另一個是客觀的數據，如果主觀覺得不好，跟客觀測量出來很好這雖然是兩件事，但是這個部分我覺得兩邊要想一下，以免得到時候爭議不斷，也是一個建議要處理的模式；另外一個我也希望要瞭解的是費率這件事情，這是消保處的職責，因為這個題目我大概可以理解我們都會回答是，但是他在回答是之後要如何解決這個問題？例如你問降價好不好？這個大概不用問吧？除了腦筋不太正常之外沒有人會說不吧？所以我不曉得問這個的目的是甚麼？因為降價這件事是不用去問的，沒有人會反對降價。降低費率不就是降價？

主持人：我跟各位解釋一下，我們沒有說要降價，只是問民眾希望政府怎麼去保障消費者權益？沒有給他們選項，讓他們自己說，他們自己說降價，所以它有一個比例在。

N2：你們出的這題之後要自己去解開，我只是提醒因為如果要公布的話這都是要自己去解題的，所以你們是開放的？如果是的話，那民眾會主動提說訂定基本條款此項建議嗎？下載 APP 會注意的資訊也是大家自己講的嗎？因為這看起來是你們的建議。

主持人：題目是開放的，民眾會講出一個大概，我們會將他們的建議設在選項裡面，這選項是依據他們的回答所新增，當然他們不會很精準地講出來說要訂定基本使用權益或相關法條，但有些受訪者會要求訂定消費者保護等法條之類等，我們研究員都是會記錄下來做事後的歸類，然後把所有可能的情形比較性的列出來，執行方式大概是這樣。

N2：我的印象中現在好像 APPLE 跟 Google 都已經沒有寫免費下載了，都改成是程式內付費購買，已經沒有免費這兩個字了，印象中應該都已經改過，之前都去看過，他已經不能標示免費。如果到時是要對外公布的話我會覺得你們的用字要小心，別讓自己脫不了身。

G4：我們以往都是調查，調查出來結果會跟實際狀況不同，所以我們在量化結果後面會有一些對於結果的解讀及定義基礎；在調查過程中有些機制正再改變，或是我們處理的消保團體，我們會把他補在報告裡面。

主持人：事後我們希望專家及學者的建議，能把一些規則再精確化，因為有時候我們在做調查用太專業的名詞受訪者也聽不懂，大概在專業名詞上我們會做口語化的轉變，讓大家比較瞭解。

N2：最後還有一點是有關於 APP 的部分，我覺得 A1 教授講的沒有錯，現在我們對於這種付費的方式，一次性付費及繼續性付費，其實是爭議比較大的。一次性付費通常問題不大，但繼續行付費將來會是爭議較大的，消保處這邊建議上要清楚。舉例來說，我自己在 APPLE 的書報中訂了雜誌，結果他自動給我 Default，到期後自動續訂，要選自動續訂也不容易，還要跳來跳去之後再選，這有點是綁架，你選了一次以後，他的繼續性付費，就是一直點選下去之後約到了，他會一直幫你去更新他的購買行為。我會建議未來在 APP 的部分應該去著重它是一次性的購買，我付了錢後，就能銀貨兩訖；還是說它是一個繼續性的付款，不管是買寶物、到期會自動去更新或是說流量到多少之後它會要求你再付錢，我覺得對一次性的付款和繼續性的未來付款，可以從這個角度繼續去做分別。

主持人：請 G3 就調查結果給予作出建議。

G3：其實消保官對於問卷怎麼設計比較外行，不過我們會有一些處理及實務上的經驗，甚麼樣的案件可能會比較發生？但我們現在看調查的結果是幾乎已經是超過一半的人沒有這方面的問題，本來在想假如我們這次針對的是曾經有申訴的人來做調查，我想他們會給你非常非常多的建議，他們實際在處理使用電信商品或是在購買 APP 所發生的相關處理的意見都很多，所

以每次我們在處理的時候他們都會給消保官很多建議，建議說要怎麼修法等等，但我們今天假如說調查對象已經超過一半是沒有這些問題的，即便那些有出現問題的，也不見得會去申訴，他也不見得從頭到尾有走過這個申訴流程或者不一定會直接去思考這樣一個狀況。該怎麼處理的話，我想這樣問回來的意見就跟一般普遍的意見沒甚麼兩樣，也就是說今天我們坐下來寫也可以寫出這樣的意見出來，再來就是說在問卷裡面提到很多大家對於相關政府單位及各部門說法，假如剛剛聽主持人這邊的說法，應該大家都會用單選的方式，所以我會覺得大家都只能提一個意見有些少，因為複選起來，我就想說怎麼會跟人數 2118 剛好都是一樣的？

主持人：沒有，他們是複選的，我們會記下來然後再做類別的實際歸類，因為是複選的回答人次的一個。

G3：好！談的這部分確實是一般我們能夠想到消費者要政府能夠做那些保護措施去做出一些結論，不過我們在實務上碰到的一個狀況，就是剛剛大家沒有談到，APP 到底有沒有七天的鑑賞期？這部分在我們處理上，當然都跟消費者講有！因為打電話都接線說有，請他們去先做處理，因為 Google Play 台北市的案件後來不上訴，後來也不知道是有還是沒有？

N2：有，行政法院的判決對於它適用消保法的猶豫期間並沒有意見的，我跟其他同仁討論過，我們認為是還是有試用期。

G3：所以還是有七天，可是這個結果跟我們想得好像不太一樣，本來因為爭執七天，法院解釋上是有就對了？因為有消費者講這個部分他是不是就沒事？其實回答他是罰鍰的部分，因為他不能罰鍰只能算是無效。

N2：他罰的程序上少了一個，地方政府要有一個作為，才能夠做行政罰鍰。他認為沒有做到作為就禁止罰鍰，所以被撤銷罰鍰。

G3：再來我們實務上還有一個問題，跟商品買賣有關，看著手機型錄去買那個手機，算不算是郵購買賣或訪問買賣的一種？因為他的性質是我其實在買賣之前我根本還沒看到那個手機的樣子，那這可不可以用七天來退？我們新北市政府是認為，這樣子也適用七天的猶豫期間，那大家怎麼試用，在

實務上我們好處理，那再一個處理是那剛剛提到七天試用，那是一個行政指導的狀況，不過我們對於來協商的電信業者會要求回去跟門市都講說要事先跟消費者提示有這一個點，譬如說七天的試用期，假如消費者不願意試用的話，必須要在上面簽名，這部分我們現在有這樣要求，事實上我們去查訪，我們新北市相關的業者，就連一般的民眾也會去講，講說有七天的試用期，主要是網路的部分可以試用，假如你不試用的話，你就可以簽名。

A1：不好意思，查訪的時候是查訪專門代理的店還是去查訪一般的通訊行？

G3：下一個問題就是要跟老師報告這個部分，我們現在處理的直營部分通常都比較不會有問題，有問題的部分大都是在通訊行，直營店很少在推薦說三年約，但通訊行通常會推說有三年約或打電話說有免費送手機，其實很多糾紛都是從通訊行來的。以我們的處理經驗，現在的電信公司的處理狀況，直營店對消費者原則上彈性都相當的大，因為 NCC 對他們的管理是非常有效的，今天通訊行有很大的問題在於說，通訊行基本上他為了他自己的利益，都不太愛管這一塊，但我們要求電信公司要管理通訊行的難點在於，通訊行基本上換個名字去做就好了，其他不一定要，他們一樣可以找到代理每一家電信公司的機會，可是你今天對他的管理，其實是有一點鬆散的，我覺得這一塊在實務上處理消費爭議是比較多的部分，我只能從實務上的經驗跟大家分享。

主持人：那我們請電信協會的專家 N1。

N1：我跟大家報告一下，我這邊只報告跟電信有關，第二頁不管是消保處這邊的年度統計的消費爭議量或是 NCC 受理的量，電信業的數量上都是排第一或第二是有部分原因，可能是因為電信服務使用人數的數目比較多，像行動通訊業者，光門號就有兩千八百萬左右，再加上固網業者好幾百萬，所以可能以服務業來講，使用人數相對高的，那當然產生一些爭議比較高，如果以件數來看，每個月都排到年統計量的第一名或第二名，不過，如果你去處理 On Line 的 customer base 可能就兩千多萬或三千多萬，但就客數的比率值除一除可能是千分之，我不是辯解，只是說如果以比率值來看。

那我為甚麼提這個問題呢？就是說他對應到，簡報第八頁中產生消費爭議問題的時候那是怎麼樣的處理？第八頁有講消費者通常去找業者大概在七成六左右，那找業者結果未獲滿意等等等，就會到消費者的服務處理中心乃至於到消基會 NCC 其他這些的管道，也有可能第一步就到這些管道，這些未獲妥適處理會到第二管道、第三管道，就是我們在第二頁看到的統計數字，以年度來講消保處統計的兩千多件，我的意思是說，我不知道總客訴量有多少，可能大部分有受到業者的妥善處理，當然還有小部分沒有處理好的，所以才會流至消保處統計，以致麻煩到縣市政府消保官，這是第一個回答件數的問題。那第二個是，我有看到消費者的調查裡面認為，電信服務裡面有問題需做加強處理的在第五頁，第五頁中有四個問題，第一個是知不知道手機掉了要趕快去通知？七成五的消費者大概都知道；第二個是解約金要照比率，不到五成知道，不過，跟大家報告這個不用擔心，前幾天有新聞是台灣之星被質疑為甚麼有台灣獨家收違約金？而台灣之星也有出面解釋，電信業者的違約金的計算方式都在 NCC 的指導下面，有分成中端的補貼款，NCC 都有發佈計算方式，所以電信業者在設算這個違約金的部分，以前是按月來算，現在進步到按日來算，我的意思是說，這個消費者部分有五成以上的費者不知道有這事情，但不用擔心，因為各個電信業者的違約金的計算都在 NCC 的管轄之下，而各業者也有遵循辦理。倒過來說，如果有消費爭議，違約金為甚麼這麼高？提示到 NCC 那邊，NCC 發現這業者方案設算的違約金違反了 NCC 當初的指導原則，NCC 將會要求業者改善。那第三個是知不知道斷訊期間要給予補償？這已經寫在營運規章及服務契約上面，NCC 也在定期檢討中，消費者不知道會補償也還好，因為 NCC 有要求電信業者，如果碰到營業規章而且服務契約上的內容障礙狀況，有沒有達到多少小時，第一個在障礙的初期就要主動跟 NCC 長官報告，假如哪一個區域的網路處於故障中，修好了也要去跟長官報告，而這樣長官就能第一時間知道哪個業者哪個地方出甚麼樣的問題。第二個，障礙排除完了之後呢，就會要求業者根據服務契約第幾條，這個案子受影響人數有多少人，我們的補償方案是怎樣？我印象中 NCC 就會要求業者處理，而處理的方式是下個月的帳單扣減等等，NCC 就會叫業者去付，就算消費者不知道這件事情，但在 NCC 的督促下有在處理。第四個七天試

用，消費者知道的狀況很差，剛剛消基會的代表也有出示，會回去檢討看要如何改善，我們目前已經做的是，在營業店面有 A1 級的海報，在服務契約上面也有，第二條或第三條也有告知消費者有七天試用的權利，在簽署的合約，一個是電信服務合約一個是專案同意書，印象中都有設計表格，讓消費者勾選，甚至說像主任消保官講的，如果消費者要自願放棄這個權益，需要打勾簽名，表示他知道有這個權益，可能急著要用並不須試用，但是看這個統計資料，很像還有很多人不知道，那這部份我們要再研究一下要怎麼加強，讓消費者知道。最近 NCC 也有要求各業者去廣為周知這件事情，原因是因為 4G 網路剛出來，4G 網路剛出來附件的關係，可能一開始只有六都或其他都市，尤其是收訊的狀況，所以印象中 NCC 有在指導尤其是 4G 服務，都希望在提供服務之前需先做告知的動作，甚至盡量說服消費者試用完後再來申辦這個服務，以上報告，大概是這樣子。然後再過來消費者意識，希望電信業者可以做到傳輸量跟主動消費提醒，這個我的理解是這樣子，當初 3G 都是吃到飽的，吃到飽的比較沒有這種問題，有一些沒有吃到飽的，大家並不瞭解看一個網頁或下載一個 APP 會大概用到多少量？當初有個 Billing Shock 的字眼出現，即表示看到帳單嚇一跳貌。所以在 NCC 的指導之下有要求各電信業者要去做 Billing Shock 的防制，印象中是針對沒有吃到飽的客戶，如果使用傳輸量到一定的或累計費用到幾百塊時，像三百塊提醒一次，五百塊提醒第二次，類似這個樣子，要求業者對於沒有購買吃到飽的那些計量型的客戶，要在一定的額度時發簡訊提醒，以免使用過度。那第二個其實手機上也有計量的統計工具，IOS 也有預設不需另外下載，那到 4G 就更不用擔心，4G 好像各電信業者設計資費時大部分吃到飽的資費都取消，也就是說多少錢可以用到多少 G，而如果沒有繼續購買會有做降速的動作，變得比較沒有吃到飽。所以他就會提醒你都已經到八成了，業者會提醒已經到達八成是否需要加購買傳輸量？就是說 4G 可能比 3G 好，3G 的機制也會持續落實在 4G，4G 都有計量型還會有通知是否需要加購的動作，所以 Billing Shock 的問題會比 3G 當初更妥適解釋，這個是以上報告。然後再過來，是電信服務碰到的問題，在第八頁，第一個是通話品質，這是語音服務，通話品質有可能忽大忽小，沒有訊號，再過來是結合第五項，我就看前五個。第五個是會斷線，消費者可能不知

道，NCC 對於二代或三代的語音服務其實是有訂定服務品質規範，在服務品質規範裡有訂定一個叫做接通率一個叫做中斷率，call connection rate 或 drop call rate 等等，他的施做是每一年 NCC 對要求業者每年自評兩次，並將自評報告交給 NCC。

主持人：會自評？還是委辦？

N1：這個語音服務品質部分除了業者系統自己撈資料去證明有達到 NCC 服務品質之外也有做消費者的受訪調查，來確認服務品質是否有做好語音服務部分，網路速度不穩定這看起來就是消費者反應的主要問題，網路速度不穩定剛剛就有做解釋了，第一有廣建基地台，NCC 或行政院也有花錢請公正量測單位，過去幾年是電訊技術中每一年都有去做大規模的統測，有定點的、有消費者安裝 APP 的還有動態的開車到處測試的，量測的報告定期在公布，量測報告是我們的 HSPA+ 的服務品質其實第一個有逐年在增加，速度也有逐年在提升中，第二個速度比起其他國家的 HSPA+ 服務，不是跟 LTE，是跟 HSPA+ 服務比，速度看起來還好，就是說這個跟您報告。最後一個就是說消費者希望電信業者未來改善的方面，在第十二頁，降低費率這個我就不報告，我想請問一下，您剛是說消費者主動回應是希望電信業者做的，然後您把他大部分相同的歸類在一起，我看不太懂第二項，我們要回去努力這個部分，訂定基本使用權益相關法條，大概是甚麼樣的形況，與倒數第三項加強電信合約加強，這是同一個選項還是相關的？

主持人：合約應該是針對業者的希望要求，訂定這個消費者基本保護權益的法條，由政府直接訂定下來明確的對於消費者權益及規範。

N1：這個點蠻好玩的，因為消費者主動希望消保官建議，結果七天試用期排在滿後面的，才 0.5%，還是大家都已經知道這些事項了？剛剛要求業者主動提醒使用額度的 0.7%，看前面五項是主要要回去努力的方向，所以提升通訊及連線品質，大家都相信我們可以努力去做，不過這個基地台不太好蓋，加強宣導消費者使用權益，剛剛消基會長官也講，像七天試用期大家都還不知道，回去可以做檢討一下看還有沒有更努力的空間，大概是這樣，為大家做以上報告。

A1：有一件事可以處理，像行動上網部分多少錢付多少頻寬，現在都是簡訊提醒，但有沒有可能是超量的話，就幫我們斷掉？然後要使用的話才去開通，用這種方式不同於一直用簡訊提醒用戶已經超過多少，一般的簡訊提醒是這樣的，你這個月用量已經是 3 GB，可是我合約只有 1.5 GB，一直提醒你已經用了 5GB，我們收到這種提醒有時候不會去覺得自己超量，那是不是有個方式是到了 1.5GB 的時候就斷，就網路就停用。

主持人：我補充一下，因為我自己在中國大陸的手機，比如說中國移動或聯通，隨時都在提醒你，你電話費打了多少錢你還剩多少錢。是固定合約的，告知你網路用了多少及你用的流量用了多少？像 A1 講的一樣，一到立刻中斷，如還有需要的話簡訊立刻通知回復 1 可以加購多少，回復 2 可以加購多少等等。

N1：跟您報告，3G 剛推出來的時候，原來預估 3G 的使用方式是收收信、開開網頁，結果發現 3G 碰到一些重度使用者，當初 3G 也有考量過將設計的資費已經賣給消費者的可不可以拉回來一點來做解套，結果發現是不行的。假如想要推動合理使用原則，必須從 4G 的新業務才能開始，所以 4G 業者在推 4G 行動上網服務的時候，他們的數據使用量就會達成剛剛所提及的，先花多少錢買多少 GB，到了容量之後不是中斷而是降速，而後面再通知說如果還想要使用快速網路的話，可以選擇加購一些選項。

A1：我的意思是說有沒有可能直接斷？如果使用者需要再去開，因為現在像一些電信合約就是說，一個月多少錢下載量是多少，例如說 1.5GB 或 2GB，假如超過時一直使用簡訊通知，但此時已經使用了 3GB 或 4GB，使用者其實沒有感覺，一定是收到帳單時才會嚇到。

主持人：我同意 A1 的說法，像我自己的手機，比如說我的合約價是九百多，也沒有電話費通知，我拿到帳單每個月電話費都打三四千塊，應該在快要打到極限時使用簡訊通知或者是先停用。

N1：我這樣解釋，您講得非常好！我這樣回答好了，我們電信用戶非常大，例如說中華電信，他有一千萬個用戶，一千萬個用戶要開放每一個用戶申起不同的用量，譬如說有人要五百有人要八百，有人要設六百九十九。

N2：技術上他們都純電腦的。

N1：我回答您的問題，後付式的電信服務，通常 Billing 是後處理的，譬如說先取得開通權，然後帳單下來再去月繳，要做到您的功能也不是不行，會變成假如中華電信有一千個的客戶全都需變成 hot Billing，就是類似預付用戶，我要去隨時追蹤你原來用了多少，現在又使用了多少，加起來等於多少，假如說我不是訂定開發，是選擇五百或八百，開放給每一個消費者設定自己喜歡的上限額度，很有錢的我要設定三千九百九，變成需要隨時去做 monitor 一千個行動通訊用戶 on line 的使用量，再去換算是否需要去通知你。而預付卡其實就有在做這一部份的事情了，預付哪的觀念就是隨時去追蹤，帳單的狀況等等。但在 4G 的數據資費裡已經有設定，而 3G 數據雖然沒有，但在一些指導之下避免沒有吃到飽的用戶出現 Billing Shock 的情形，剛剛提及的是更加強消費者是否可以設定語音在 599 時做通知的動作。

A1：那個費率其實都是電信業者決定，而不是想設定多少就可以設多少，例如說 1.5 GB 或 2GB，量是由電信業者所制定，階段還算是明確，那只是說需記錄每個人 on line 的情形是有困難度的，但不是做不到，只是看能不能朝著這個方向前進。

N2：我會建議，我們的 default 值是什麼？預設值是什麼？微軟過去很多 default 值它讓你設定就是讓你很難用別人的東西，我舉例來說，我們高等行政法院有判決過去 ADSL 還要加裝一門市話是搭售的，中華電信輸了，輸的結果，因為以前我也被呼囂過，他說你那一條電話線又要跑數據又要打電話會不清楚，你多裝一個市話會比較清楚，以前可能大家都聽過類似的論述，後來在高等行政法院判定是搭售的，所以中華電信敗訴，但是這個敗訴的結果最後怎麼去執行？中華電信說要消費者來申請解除市話，當每個消費者都要去申請的時候，其實中華電信這個判決對他來說是沒有傷害的，因

為很少人會想到說要去申請把市話解約，我現在講的這個 default 值是什麼？我覺得是消保會在未來保障消費者權利的時後，也要有妥善的溝通，舉個例子來說，剛剛講的斷訊，請問是消費者去主張，還是你會主動退費？我不去主張你會不會主動退費？你們有沒有退費的資料可以公布？就一年有多少筆，你不需要公布誰，主動退費多少萬筆，然後多少錢，你一公布出來，我想消基會代表看到一定沒話說，我覺得現在重要的工作是像我剛提到這是一個 default 值的設定，就是說 default 值現在是誰去要發動？當你是消費者去發動的時候，基本上都很難去主張，就像判決中華電信敗訴，所以消費者可以來解約，那你看會有多少消費者去解約？我看應該不會太多，而且解約可能又要跑一趟，那時有消保團體出來說，你應該自動就在你的 Billing System 就直接幫你 default 說要不要續？不要的下個禮拜就自動幫你把這電話取消，結果他就說要帶雙證件來，然後要去解約。我的意思就是說，我覺得很多東西都是在 default 值怎麼去設定，就是剛剛講的這些比如說斷訊、退錢是業者要主動退？還是消費者要去申請？如果主動退你們就可已公布，NCC 就要公布讓消費者有權益保障，消保處就要求他你就公布一年有多少筆斷訊，那如果一年 0 筆，那就證明我們的電信服務從來沒有斷訊過，那這資訊有沒有公布？如果有公布就可以讓大家知道。

N1：因為現在資訊發達，斷訊事情藏也藏不住，網路上及報紙上會有所反應，就像您剛剛講的，NCC 也會請業者去擬定斷線時間長短及客戶補償計畫，根據契約上的內容執行及使用甚麼解決方式等。補償措施就是有一個受損金額的補償，再補充一個，語音服務，在 NCC 的指導之下，電信業者也做了幾件事情，第一個就是協助消費者做最適的語音資費的選擇，因之前有消費者選錯資費，而行動部分有上限了，照消費者過去三個月或六個月的通訊紀錄，室內室外通話的紀錄給對於消費者最適用的及最便宜的。第二個打電話進去客服詢問還未出帳的帳單目前已打了多少錢，現在則更方便，現在三大業者都有客服 APP，而此 APP 也可以查詢到語音的部分，那我剛剛也不是幫業者講話，業者主動去做一些機制是有困難度的，但是至少讓消費者這樣取得這樣的資訊。

A1：為甚麼會提這個事情，因為不是很多人都熟悉網路，很多人去申辦 3G、4G，有時是第一次，在申辦時覺得 1.5G 對於自己是足夠的，回家後開始使用，因為不熟悉加沒有感覺，最後導致帳單的錢比原來預估多出很多，最後可能要經歷三四個月後，才知道原來我一直是超量的，此情形並非個案，如果為了避免這種情形發生，超量的話就要斷，是否會比較好。

N1：是的，我剛剛報告的是說，沒有買吃到飽的的確容易出現此情形，當初，1GB 450 元，而最後就會產生 Billing shock 的情形，印象中 NCC 規定在達到 450 的七成跟九成時要各提醒一次。

A2：我幫 A1 補充一下，其實我就是那種沒有吃到飽的，到這個月才去換 4G，那我使用的費率是 500 MB，在 350MB 時會提醒，去年問過中華電信的代表為甚麼不能在 500MB 時就立時中斷？他當時告訴我的理由是他們沒有辦法做到即時監控。

主持人：這個在中國大陸直接一超量立即中斷。

A2：但是我的想法是這樣，其實使用者呢，今天使用者他要的是電信業者在 350MB 時通知，但因為有 lag 的關係看到時已經 370~380MB 時，但明明是可以使用到 500MB，但卻擔心超量而不太敢使用，這個畢竟是消費者的心理，有 lag 及超量沒關係，假如今天用 500 MB，而監測到時已經有超出些許，而因此中斷在事後告知是因為超量的關係所以被中斷，這樣倒覺得還好，至少不會一直狂飆下去。

A2：現在還有人在用 2G。

N1：但我現在跟你講，4G 就更好了，因為 4G 就是剛剛所提到的，買了 3GB 或 4GB，所以到了的時候就會根據您買的金額做降速。

A1：這您剛剛講兩次了，因為你剛剛說快到 90% 會做簡訊提醒，簡訊提醒的時間點，就像剛剛 A2 講的是說你可以延遲一點沒關係。

N1：我舉個例子，月租型的帳單有點像台電的電錶，設置在你家，上個月抄一次表，下個月抄一次表，並計算上一次跟下一次之間的使用。是屬於後付

式的。而你今天跟台電講說我下個月要買兩千塊的電費，表跳到兩千塊時自己切斷，這個做不到，因為這個帳務系統原來的設計就是這樣子。

A1：這跟 Billing 沒有關係。

N1：台電的用戶是說你要多少千瓦，在這千瓦之內這樣收錢，剛剛在談的是我就買兩千塊的電，到兩千塊就斷電，不是做不到，因為預付型的觀念就是這樣。他會隨時追蹤顧客的餘額情況。

N1：不過就是我們還是會回復這個問題，還時會朝這個方向前進。

主持人：我們通傳會或經濟部代表有沒有對這個調查的結果有一些指導或建議的。

G1：我是通傳會的代表，剛剛講到消保處代表的部分大概說明一下及 N2 講的。公布斷訊賠償筆數跟數據，今年的部分誠如專家 N1 說講的，只要有斷訊部分都會要求業者在他的官網上公告斷訊的訊息，像台灣大哥大及威寶在今年的補償方案都有公告在官網上。再來就自動斷訊的部分，再澄清一下，當初 3G 的部分有可能沒考慮到後來上網的方式，系統在規劃方面根本沒有考慮到及時計費的部分，所以目前的狀況就是這樣，因為 Billing 的系統就是這樣，今天使用量是在明天或後天才會從機器下來到帳單系統對應 Billing table，就算上網的量也是一樣，不管對應的質或量都是一樣，所以在用戶的 base 上面來講是有一點的困難度，其他部分有一些相關的數據，內部有需要改善的部分仍會持續努力，謝謝。

主持人：那麼請經濟部代表。

G2：經濟部代表工業局，感謝邀請，就調查本身所呈現的這個軟體所需要，最後是一些民眾保障效益建議。重點會看到後面這一部份，所以說是想請教訂定相關權利的法條，其實 APP 產業軟體的部分是工業局這邊所職掌。針對 APP 一些相關的應用比較想知道的是訂定廠商的標準規範，因為題目有點大，對廠商的基本規範或是說加強個資保護規格這一塊，想說這部分也是民眾所關心的部分，會帶回去研議之外，這邊也希望能夠更清楚消費者。

目前工業局新的執行是針對 APP 軟體的基本資安規範，因為院裡面這邊有要求消保官及部裡面針對這一塊做加強，像個資保護的這一塊，也是院裡面有要求。

主持人：消保處的長官有沒有要發表？

G4：應該說今天來就請教每一個專家，另外有一些部分可能是剛剛 N2 提到在用語的精確度上，畢竟量化結果到最後我們需要以報告處去呈現，所以可能在有些調查結果的部分，看圖說故事的部分，再請各個團隊，剛剛 N2 所提到的，也一些可能我們要去用清楚，現在我們調查出來的狀況跟現狀的差異，然後我們用語的精確度要再研究一下，這個案子最初有一部份有考慮到行動商務，像工業局這次有補助很多企業在發展行動 APP，在結論與建議要列入考量，N2 剛剛給我們建議可能就要去思考。

主持人：那我們第一個主題可能就先到這邊，請大家休息五分鐘。

主持人：老師，各位專家，我們因為時間的關係我們開始進入第二個主題，第二個主題主要在消費爭議處理上面，整體調查三個重點，在消費者遇到哪些問題，這些電信業者潛在哪些不利的條件？在周邊通訊產品上面來提升消費者的權益。當然希望說各位學者在政策上面建議提供，因為時間的關係，希望每位發言控制在 3~5 分鐘！我們還是先請 A1 來給我們指教。

A1：我們是講 APP 的部分，APP 的消費族群還是小量的，所以受了損失還是吞下來比較多，基本上我們訴求還是像團體訴訟這種有沒有比較有可能？像食安法這種舉證責任的一個釐清問題稍後再談。另外 APP 一開始都會有一些使用的合約，玩線上遊戲也好、下載遊戲也好，合約條文一大堆，但大概沒人會看就直接點同意，點完同意一旦發生爭議消費者完全沒辦法受到保護的，所以這有點像定型化契約的方式我們要再努力，是不是有一些不得列入定型化契約的部分要多寫出來。

主持人：我們請 N2 發言。

N2：我想對於消費者權益的部分，我會覺得 G3 提到 APP 七天猶豫期的部分，建議與平台供應商好好溝通，電信業者透過消保的條件，評比跟資訊公開對他們有一些壓力，我會覺得在現在這個時代，資訊透明及公眾平台的參與都會對業者造成很大的壓力，所以我會建議未來對於 APP 及電信服務的業者資訊夠不夠公開、夠不夠透明、消費者能不能夠自己掌握這部分進行瞭解，舉個例子，我能不能知道我自己甚麼時候到解約我可以拿到多少錢？我可不可以自己去查？那個種費率各種比較現在都只有 Vender 才可以查，消費者無法去查，所以我會覺得確保資訊流通透明跟消費者掌握自己資訊，消保處應該要制定未來資訊的透明，這是未來在方向上我第一個建議。剛剛講第二題，消保處過去也都有公布消費業者要有兩個消費爭議的處理方式，一個是內部一個是外部，我不曉得在電信服務跟 APP 的話外部是甚麼？所以過去在網路業者們像 SOSA，我現在講這個都是現行消保處公布的文件，這不是我發明的，消費者保護提到的外部資訊的部分，這是我對第二個建議的部分。那第三個我們認為周邊商品可能是記憶卡跟皮套，因為自從充電器統一我認為不太會有這個問題，但你們的舉例印象中卻是講電池、或充電器，但是一般我們買手機第一個是買手機第二個是買記憶卡再來才是包膜等。

主持人：在做的时候我有提醒受訪者，因為消保處主要瞭解行動電源，他的規則其實是消保機關主要瞭解就是行動電源、電池還有耳機的一些配備這樣，直接就有提示給他，有的話我們去區分是哪一塊這樣。

N2：一般行動電源不會第一時間去考慮，但手機周邊直接聯想到行動電源稍微距離遠一點，我沒有說這不對，我會覺得第二題這個是不是有必要持續是可以考慮的？因為第二個這一題如果要講商品標示，其實商品標示法現在各個購物台已經非常透明，不曉得說這一題的調查是不是有這個有特別的目的？因為這題我覺得通常是消費糾紛。

G4：這部分跟諸位報告一下，這一題是後來是這樣，重點在於標示，因為其實在往年的調查裡面不管任何商品，有時候是消費者自己不看標示，往年都有標示這題，這題變成一定要保留所以就跟這個調查放在一起。

N2：這題我沒有反對繼續做，但是比較希望如果將來有同樣預算的資源，後續比較關心的是電信增值服務，透過電信商品會覺得未來產值比較大。只是說如果你要選的話，調查出來的影響不會很大！所以我會覺得未來這個服務不管是這個收看影集！我是建議還可以繼續做，但是未來能多著重在服務這一塊比較重要！因為這周邊商品就跟消耗品一樣。

G4：N2 真是專家，因為我們一開始前言是有考慮到未來行動商務那一塊，是因為透過電訪及預算上的限制我們沒有辦法獲取那些受訪者。

主持人：那麼我請 A2。

A2：我想在這邊提兩點，第一個我覺得像這種一次性購買的東西傷害不是很大，但相對來說持續在付錢的商品接下來會影響越來越大，像剛剛在 APPLE 書報攤訂的那個例子，我舉個中華電信業者的例子比如說，市話我要設密碼，要輸入密碼才能打到國外或是長途電話，如果我申請的話很方便，上網去申請就好，但要 cancel 掉就變成是要臨櫃 cancel；還有比如說他們在做一個申請一個新的手機免費送你三個月的來電答鈴，像這樣一個 trick，一直在電信業者之間存在，要加入很容易後來變成細水長流慢慢地扣額外的增值費用，消保處要請人關注這方面的生態，可能要想一下怎麼讓大家去宣導一下這個警覺性。第二個其實剛剛 A1 有提到的 In-APP Purchase，可能會造成問題的還是遊戲，不要看廣告可能就付費，遊戲的話可能就會一直買，買的話這個虛擬財產是誰在保管？現在 APP 很多是國外廠商，如果今天是國外廠商又是虛擬貨幣糾紛的話，那麼國內能出甚麼力？比如說像 APPLE 連台灣分公司都沒有，在這兩個部分未來建議消保處能夠把較大的消費事件把他列出來給民眾知道，謝謝。

主持人：那麼請 G3。

G3：在實務上很多消費爭議跟電信服務比較多，重點是在通訊狀況的問題，基地台比較難蓋，租約到基本上就是會拆這時候糾紛就來了，這時候消費者就要解約，解約金怎麼去算都是一環扣一環，我們也希望請業者做一個彈性的處理方式；另外一種比較麻煩也是因為通訊狀況的問題，當消費者搬

家到了地下室要求解約其實這是比較難處理的問題，基地台是我們在電信服務上最大的問題。新北市來講雖然爭議案件是前三名，不過我們私底下知道這些爭訴案件上基本上有一半是沒有道理的，基本上我覺得那爭執不太可採，其實這是兩個不同的法律關係與狀況，如果消費者來會幫他殺價，減低月租費都有相關處理的方式。那第二個在行銷免費手機的時候其實在直營店可能會更清楚，可是今天如果在通訊行就不保證，尤其是電話行銷，可能在電話上講個幾句，隔天手機就寄過來給你了。第三個 APP 我贊成 N2 講的，先讓消費者跟業者去做協商。

A1：補充一下，我剛剛提到說那個團體訴訟的問題，並不是鼓勵大家去打官司，那其實沒有能力去組織起來，消基會要出來幫忙打團體訴訟也無能為力，光是授權書要找到就不容易。我指的這個團體訴訟意思是說在這個法上面是不是可以做些調整？讓受害者可以提出他的需求或是說讓消保團體能夠主動，即便是我不清楚受害者是誰。這東西當然很多的細節需要去談，因為像我剛剛提到的這部分金額非常小、然後事情非常繁瑣，大部分都息事寧人比較多。

G3：我贊成 A1 提的，因為我剛剛講的依照現行制度上要去打一個團體訴訟確實是比較辛苦，假如今天只是打一個公益的訴訟，今天是消基會來做一個代表，今天只打一個公益的訴訟，不用繁瑣到每個人都要來授權，目前我是覺得相關的消費爭議我們還是傾向來跟我們做協商，因為我們在處理這種協商案件在經驗上及速度上我們還是比較快。

主持人：專家 N1，要不要針對電信業者稍微說明一下？

N1：承如剛剛有一些統計數字，有一些應該知道而不知道的我們會回去研究如何廣為周知，不過我剛剛也有報告例如斷訊違約金我們會主動處理，但是我們還是會回去研究。

主持人：那通傳會或經濟部代表？

G1：我正式說明一下，有一些問題要澄清一下，有關加入某一個資費比較低，我們 NCC 會針對個案做處理，那訊號涵蓋的部分我們會要求業者在相關會

議上面做一些標準的處理程序，承如新北市消保官，在這個案方面我們在做些制度面上的改進；再來有關電銷部分我們也會從標準作業程序去要求業者要確保用戶的權益；有關 N2 剛才提的資費跟綁約的查詢，我們在相關會議上做評論要求業者要做些提醒，如果用戶不知道也可以打客服做詢問，原則上除了你自己看合約之外，還可以打給客服人員；有關申訴案件部分，我們在去年有成立一個處理的機制，已經在建立一個外部處理的一個機制，如何提升我們會招開會議要求業者去做改善。

主持人：請經濟部代表。

G2：A2 提到通訊這邊並不太清楚，我剛剛 Line 回去，那邊沒有人回應，所以這題目我再帶回去做討論，確實最近在遊戲這一塊的訴訟案件，在院長信箱、部長信箱收到的比例確實蠻高的，有時候我們遇到不一定是真的有消費爭議，他們不是一開始花了 50 塊去購買的爭議，反而是他們花了一個多月去累積的甚麼東西突然因為某件事情很生氣寫信到院來，遇到這種可能有很多所謂 APP 運用消費的問題，可能我們會再提供做些參考。

A2：在這邊聽到您講的，我可以再補充，想到說上個月 Line 的代表到消基會來，發生甚麼事呢？就是有兩個消費者買了貼圖花了幾千塊然後消費者按到刪除帳戶，而 Line 很直接的就幫他刪除帳戶，也不會問說：咦？你確定嗎？結果誤刪之後才想說不行！裡面還有貼圖！結果打電話去 Line 的客服問說可不可以幫我回復？結果他說不行，你一旦刪除，主機沒有任何你的資料，結果他就求訴無門，跑來消基會投訴，當然 Line 的這個日本人帶著韓商來講說他們的服務全世界都是一樣，只有 mail 跟電郵，如果電郵跟來電沒有辦法來解決，他們也沒有辦法再做更進一步的服務。雖然我上網知道他們在招人，那個 Line Taiwan 快成立了，事實上還沒成立，所以求償無門，我擔心的事情就是這樣，現在的 APP 有很多是國外的，我們大樓的警衛月薪兩萬多，結果完一個 on Line game 它可以花三四萬去買裡面的設備，所以說出問題都不是說花太多錢，是常常沒有 handle 好。如果那時候沒有台灣代理商就很糟糕。

A1：我稍微補充一下，可能剛剛講太快了，在使用 APP 之前都會有同意事項，而同意事項太長，我問我的學生，沒有人會去看完同意事項，因為第一個法律條文不太熟，第二個裡面真的太多東西了，這東西一般來講廠商都會說是工業局的定型化契約，但不是說每個 APP 的廠商都會用工業局的契約，那我們是希望工業局在訂定型化契約的時候，有一些不得列入的事項，要隨時的更新，例如剛講的國外公司，前陣子 APPLE 的 i-cloud 被破解，很多好萊塢女明星的照片都流傳出去，如果說像這樣子，台灣有人受害了，那是不是有權力可以求償？如果我們像 I-Cloud 沒有條約的話，就是說妳已經按同意使用了，我裡面的照片被拿走時，APPLE 是不負責的，類似這種東西的時候我們在定型化契約在制定的時候是不是可以在消費者權益方面看怎麼樣能夠保護？當然有另外一方面我們不能夠影響到雲端產業的這個發展，所以這個地方可能要麻煩帶回去。

主持人：好！那大家還有沒有要補充的意見

N2：我有一點意見！也請 NCC 的長官可以參考，我剛剛講消費資訊的透明，是說消費者可以很容易去查詢，如果我們試試看你從打電話去電信客服到打電話到第一通有人接要多久？然後等到最後你跟他說我要查我的合約，他就問你說我要確認你的身分，問你的身分及地址，問完那麼多才告訴你的合約是甚麼，我們再倒過來講，如果各位網路銀行的帳戶，你要去查跟銀行有多少錢進出，你需不需要這麼複雜？你上網輸入帳號密碼，每一筆、每一塊錢、每一分錢都有很清楚的表單，有圖表出來，我不是期待電信業者能提供給我們，我會覺得 NCC 說我已經給你個方法你可以去處理。再舉個例子，我們號碼可攜之後我們已經不知道 0935 跟 0936 到底是屬於誰所有，所以你打給他到底是網內互打還是非網內互打，在座有沒有知道你要知道這號碼是誰的有甚麼具體做法？

主持人：好像可以輸入一個數字，那個號碼可以去查，然後她會跟你講。

N2：NCC 的方案是你可以提供一個專線打電話去，打這個電話然後輸入這個電話號碼以後他告訴你說這個跟你是不是網內的？不曉得在座有沒有人去做過，我要說明的是說，我想消基會應該會同意，當你提到一個可行的途徑，

在時間或是經濟效益上根本沒有人會去使用的時候，我不認為這符合消費者權益的保護，因為你光要去查這是不是網內？你要先記一個電話，然後撥那個電話以後在輸入電話，我真的去打過，我不曉得那個電話要不要錢？好像要錢，有的是要錢的。

N1：無碼的要錢。

N2：對！所以你為了要省錢要先花一筆錢先去查說這個號碼是不是跟你是網內？然後查完之後你再去撥這個號碼，當然我會提是因為最近台哥大的 M+ Messenger，他本來是提供一個很方便的方法是透過一個 APP 你的手機就會出現你的朋友是網內或是網外，但因為被法務部一位離職的長官去告他違反個資法，所以現在 M+ Messenger 不敢做，我意思是說比較建議 NCC 將來對外，尤其是在對消保團體在溝通回答之後，要較注意。我跟你講我真的都會去試，所以我那時有說：我要打網內省錢我還要先去查這個電話是不是網內？我要先花錢才能夠省錢，這樣邏輯不太對，所以 NP 之後，反正我都會去試，我這個人很怪的，我都會去試！另外像您剛剛提到說可以看合約！對不起！我們只知道我們是甚麼專案，我們現在去簽任何合約會不會給你任何紙本，有嗎？是你要求可以給！簽完名後你幾月幾號去申請誰會記得？你幾月幾號去申請、變更甚麼的！不會！現在去辦從沒拿過甚麼紙本，各位去辦有拿過甚麼紙本嗎？

N1：我不是幫特定業者講話，那就是全部都辦完之後他就是問我說那今天申請的文件你要不要留一份？

N2：我沒有針對你，你問這邊有共同生活經驗的有沒有拿到紙本嗎？所以我根本也沒辦法看合約，你說你沒有主動跟他要，我相信你跟他要他會給你，但從來沒有主動問過。你問這邊有沒有人？

G3：我說那個電信業者很客氣，他是主動問我要不要，我沒有幫特定業者宣傳。

N2：這很簡單！你就現場在座這一輪問這邊的人有沒有被要過這個 request！所以你剛剛第二輪說我們可以自己看合約，其實基本上也很難，其實我的理想是你們就跟銀行一樣給我個帳號密碼自己去查，打電話給誰、用量多少？

我的費用多少？一清二楚的，這就是行使我知道的權利，是以一個消費者的角度。

N1：我跟 N2 報告一下！這看起來就是一個電信業者要檢討的部分，我的理解是五大電信業者裡面已經有三個以上已經有提供客服 APP，就是說你在 Android Market 上面是找的到的，假如說在上面可以找到台哥大客服，他就跑出來了，還有中華電信客服，因為每家業者的功能不一樣，所以我不能概述，但是您剛剛提到的合約名稱是甚麼？到甚麼時候？我印象中都有，然後還有一個我剛剛講的未出帳帳單餘額，你大概已經用了多少，我印象中這個也有！我印象中，我不敢百分之百保證，您剛剛提到的語音會被網內網外計價的那個查詢好像有的 APP 也有，不是每一家，好像有的業者也有，不過就像您講的，業者開發了這麼久，為甚麼消費者都不知道有這個，您相信我，因為語音處理客服的成本是相對非常非常高的，而且效率也不好！當初在 2G 時代也只有語音處理的方式到了 3G 還是 4G 的時候已經開發了 APP，用數據的方式來提供或是客服的服務，看起來就是這做了但並沒有人知道。

主持人：那這個消保處的長官有沒有需要再建議？

G4：沒有要補充，不過有問題要請教 N2，剛剛有提到國外對於電信服務或網路糾紛是用 ODR 去解決，不曉得說像這樣的機制，在台灣我知道已經講很久。

N2：我知道電子商務業者他們有做過 ODR，但是電信業者是沒聽說他們有打算要做，我想這國外很多，像電信業者美國就是 BBB OnLine，其實國外組織都很多。

G4：我知道國外很多，剛剛就是提到訴訟的部分，因為訴訟成本其實很高，但這類型其實很少，另外像剛剛 N2 提到的，我們身為一個消費者常常就是要提供很多個資以後才會回答我們問題，可是我自己去試的結果，其實他們就是一句話。就是用個資法來說為甚麼會這樣做？所以我們也很難去反駁業者這樣的說法，我不曉得這部分有沒有一些？

N2：不會，個資法應該還是不至於，ODR 就是訴訟外爭端解決機制 online 的 ADR！

主持人：如果都沒有要補充的話我們就進入到第三個主題，第三個主題我們主要針對消費者權益來做一個瞭解，瞭解一下我們這次調查主要的三個項目，電信服務、周邊通訊產品、APP 應用程式及整個消費現況。第一個主題是針對這些現況產生消費爭議的原因為何？那消費者爭議的管道？剛剛看絕大多數的消費者還是去找業者處理，可是事實上我們有政府消保體系、消保團體、消基會等，那選擇處理這些管道的優缺點是甚麼？建議消費者採取甚麼樣的方式，甚麼樣的流程來處理消費者爭議，有哪些有比較具體可行的方式，可以來減少電信服務來發生的一些消費爭議，因為這個都跟消費爭議有關，我們還是請消基會的代表 A1 來先幫我們說明一下

A1：如果能夠反應廠商，廠商可以完美解決是最好的一個事情，一般來講如果發生爭議還是要跟業者去聯繫，妥善解決是最好。如果業者沒辦法解決，通常消費者找到消基會，也是採居中協調的角色，雙方都約過來聊一聊，大部分的案件基本上都能處理掉，一般來說都 ok。如果都沒辦法處理的時候，對於電信服務及 APP 服務來講，我還是要強調這是一個人數眾多但是每個金額都非常小的案件，所以牽涉到的人可能今天來反應的可能是個位數字及十位數字而已，但是受到影響的可能是幾千個幾百個人，但大部分人覺得錢少就吞掉，所以還是回到團體訴訟，因為這很重要，所以我今天講了三次，我們還是希望有一個很好的團體訴訟法可以讓消基會或是說消費者權益能夠有保障！尤其是在舉證的部分，譬如說我舉個例子：例如說我今天下載 APP 有一些爭議，我找到 20 人來團體訴訟，那每一個 APP 100 塊錢，20 個人就兩千塊，其實我求償也是拿到兩千塊，這其實是非常沒有意思，但他整個受損的人沒有浮現出來的部分基本上應該考慮進去，讓這個廠商能夠有痛到，例如說他違反消費者權益的部分，這可能不管是電信也好、APP 也好或是現在很流行的食安也好，也是應該一起討論的。

主持人：那 A2 麻煩說明一下。

A2：這部分我覺得就我所知像消基會現在也有推友善調處聯盟，我觀察的部分也是有跟廠商客服的合作，我發現有些消費者其實是多管道投訴，其實蠻聰明，他發生問題真的要投訴的時候，他報章雜誌也去試、消保官、消基會甚至業者這邊也來試，所以我是覺得現行的狀況可能是，我覺得以後可以朝資訊共享的方式去做，如果今天有個案子，例如說像消保處跟消基會這邊有個案子的話能夠讓消費者可以有個單一窗口，像現在消費者如果來消基會投訴的話，消費者第一時間會問你有沒有到業者那邊去投訴，如果是沒有的話她也是先選擇相信業者，先把問題轉給客服，當然這中間必須有個信賴關係，消基會必須信賴這個業者，後續只是說如果隔了一段時間，比如說兩個月，協調不出結果來，這時候消基會才會介入，所以我覺得這是一個目前友善調處聯盟比較沒有的服務，所以我希望能夠把業者合作的管道變更多。

主持人：我們請 G3 來說明。

G3：有關電信服務這部分其實因為國內 NCC，NCC 基本上對他們的管理或是他們的要求都是很直接，所以 NCC 那邊當然就是直接處理，剛剛老師有提到說道消基會處理等，我會覺得在這個情況底下假如可以把消費者引介到各地消費服務中心，由我們這邊來做處理也是一個方式，因為我們這邊處理，坦白講，我們基本上有固定的人力在，不會像消基會要排個時間找一些人事過來，我們消保官每天在現場做協商這件事情，我覺得這些東西都可以到消保中心來做處理，再來就是在處理減少電信服務爭議的方式，重點應該放在怎麼樣投訴電信消費的爭議，因為你說減少，其實我們很難去減少消費者要去提出的方式，可是問題是那些案子能夠去處理好，這可能是我們更關心的部分，我剛剛舉了例，今天他只是為了要解約而不想付解約金，他就可以跟你講很多的理由，包括通訊狀況不好，今天業者要做的措施他都不願意接受，就只是要解約而以，要不然就是違約金看得很清楚，依照契約要給六千塊，他說不要六千塊太多了，只願意出兩千，這部分到我們那邊來你從契約的內容預告的事項都可以清楚的知道業者在這邊處理的方式是沒錯，可是我們還是要跟業者講六千、兩千、三千可不可以處理？業者可能會想說那就處理吧，就爭議吧。有時候在處理那種案件上，我覺得

業者有時為了降低消費爭議的件數上，會在法規上做某種程度的妥協，嚴格來講我們的電信業者其實在消費爭議方面因為使用的人數多，所以感覺爭議案件來的多，在消保機關被妥處的機率遠高於仲介業者與線上遊戲業者，這部分是處理相關實質的數據。再來有關 APP 的部分，剛剛我聽老師講原來那個 Line 那邊也是不處理，我們基本上發函去請他們發個文給我們，發同樣的內容，然後跟我們講他不能來，連來都不來，這部分我們也在想要不要去發個新聞稿跟大家講一下買這個東西要小心，因為刪掉之後甚麼東西都沒了，順便在痛罵一頓，但我不知道罵完的結果會不會消費者就不去用了？因為這部分的結果就像 Google 的案件，不上訴最主要的理由是因為他怕上訴之後大家就不能在 Google 買到付費軟體，就是因為不上訴所以 Google 願意進來，而且這個東西基本上在台北市，一個訴訟在高等行政院打輸了，原則上依照公務員你應該要上訴！你怎麼會認為你錯了？那個案子後來郝市長決定不上訴，是比較可惜一點！不過我剛剛提到像這樣的狀況，我覺得目前電信業者我們地方上來處理跟其他消保官聊過也都還好處理。APP 的部分，像現在 Line 我碰到的是無法處理！就像剛剛跟老師報告一樣，今天他們就只有這兩個資訊而已，原則是不是你本身在建置資料庫的時候建置就不完整，這部分可能我換個手機換個帳號我以前付費的東西都不見了，那這部分對消費者是不公平的，這可能就可以再討論一下。N2 不在我這樣在後面講好像不太好，不過我們家真的有中華電信、台灣大哥大、遠傳的契約書，其實都有，因為我們家每個門號都有，其實業者現場真的都會把契約書列印出來，我們算是在電腦上簽的，契約書都有，但回到剛剛講的，通訊行到底有沒有，這我們就真的很難保證，通訊行跟電話行銷是最大的問題，這也是電信公司在找合作廠商要注意的部分，因為很多糾紛都是從此方面出來的，以上報告。

主持人：我個人想請問一下像台灣比如說法令上像對這些不在國內設點然後卻這樣沒有辦法處理，我舉個例子例如說像 Line，中國大陸七月一日的時候一天之內說封鎖，從此以後就不能用 Line，然後上海的分公司，原本廣告打的很大，一夜之間全部撤走，但台灣對於這樣，你連來台灣設分公司都不

願意然後出了消費爭議又不願意處理的，我們沒辦法用封網的方式來對付他們嗎？

G3：可以，應該是說碰到這種東西，就可以行文給外交單位，請外交單位去跟對方講，請對方去妥處，至於你說能不能封網，這涉及到技術問題，這要看技術單位要怎麼去處理這件事，因為之前我們講開心農場就發生類似問題，那其實臉書在臺灣是沒有據點的，蘋果跟 Line 在臺灣目前是有設據點的，而臉書是真的都沒有。

A2：Line 他們有一個，是叫做 Line Plus，那個是做 promotion，而且他很聰明，他是韓商不是日商。

G3：他是韓商！有個台灣分公司，所以我們發函是可以發到那個地方，但就跟蘋果一樣，蘋果就有一個地址一個點，但是那個地方聽說沒有人在上，只有兩個人，然後那兩個人就是到處去協商、去開庭做這些事情，所以你到現場是找不到人。所以您剛剛提到那問題確實我個人認為台灣沒有大到可以做這個措施，你做了這個措施可能會有誇獎你的消費者，也可能會有罵你的消費者。其實這部分我們其實也想過，我們想說像這部分可以叫誰做？

主持人：就像當時 Google Play 這樣子。

G3：通常我們就不清楚要問中央，這部分就要問消保處。

A2：我中途插個話，可惜你不是台北市，我兩個禮拜前去文山的直營店，我去幫我女兒辦安心講，結果他就沒有印合約書給我，辦好說這樣就可以了，最後甚麼都沒有。

N1：沒有，應該是這樣講，你如果是新的門號他會給你合約書。你也是新的門號嗎？

A2：就是沒有。對，新的門號。

主持人：我們請專家 N1 針對消費爭議做些說明。

N1：我第一個我非常感謝 G3，就是說我們除了過去妥處之外我們還會繼續努力，關於爭議案件的處理，我的理解電信業者在消費者調處會酌讓的空間比較大，真正到法院的話，通常電信公司到法院的話會由法務處來處理，法務處來處理一定是一個字一個字根據契約來處理，所以我說在調處階段，業者可能會接受說就像當初講的六千塊算你四千來處理掉，如果真正到了法院可能就是堅持六千這樣來處理，所以說電業者碰到的消費管道非常多，有官方的管道出來之外還有各樣的消保官，那非正式管道還有消基會及各媒體，我們還是建議說不管是根據消保法還是根據電信法其實最有效妥處，也就是說消費者在要到您那邊之前應該已經向電信業者處理過，而電信業者拒絕處理或是處理的不滿意等，再到你那邊去，那我們剛剛看到的數字其實如果第一時間是向電信業者獲得妥處機率是蠻大的，當然不會妥處還是會有第二層級、第三層級的處理機制。我們剛剛講管道其實蠻多的，當然我們在 NCC 長官指導之下我們相信這些管道機制是夠的，在 NCC 長官指導之下對於一些通案的案件，會加強一些妥處的機率。

主持人：請通傳會長官。

G1：第二題的部分我這邊不方便答，原因的部分我想這邊簡報已經列了，簡報已經把我們彙整的數據列出，我還蠻贊成所謂的資訊共享，因為我那邊接的案子，有民眾、消基會跟消保處投訴的案子都是在我那邊，所以原則上我覺得資訊共享部分可能未來在各個單位跟各個機關可以坐下來談，再來就是減少的部分，原則上有跟各位說明我們會公告數據，定期召開會議檢討這樣。

主持人：請經濟部長官。

G2：剛剛有提到那個 Line 一開始從詐騙的問題切入，其實針對 Line 這間公司，剛剛有提到圖示的問題，那這個部分是不是要換手機？只是 Line 要不要封網就像要不要封 Facebook 一樣？

主持人：消保處的長官有沒有要再補充說明？那我們就進到最後一個主題，電信消費的保護機制建議及後續。這個案子要再繼續下去的建議，第一個是有

關電信服務消費保護機制的建議，比如說消費者保護法及有關產品方面的消費者保護的規定，政府應該朝那些方面訂定電信服務及有關電信服務消費者保護機制的一些建議，那其實剛剛 N2 也提到一些了，大家如果建議的話也提供消保處作為一個未來研究的方向，比如對於電信服務可能產生的消費問題，政府應該持續關注的方向是甚麼？後續在這三項方面我們應該持續探討的議題是甚麼？我想我們還是由消基會的 A1 開始好了，我們時間掌控一下，在五點以前把座談會結束，耽誤大家時間有點久，不好意思。

A1：關於法規部分我想，我可能忽然間忘掉，我們先看後面電信通訊產品部分，有兩個法，一個是通訊產品的發展跟雲端產業有相當大的關係，跟我們線上金流的問題，那這個地方卡的還蠻嚴重的，所以影響我們的發展，當然我們在消費者保護的角色來講，問卷上希望避免信用卡號碼存在 APP 裡面，以免誤觸，使得這個不小心付費這樣的一個方式，但這在雲端產業的發展變成是一個障礙，變成買一個東西流程太過繁瑣，所以要想一個雙贏的方式，可以讓這地方共同發展；另外一個障礙可能就是在電信服務或在 APP 服務上面的話，一旦要求甚麼服務，個資法就跑出來了，其實也沒太多人真的搞清楚個資法是甚麼東西？很多單位就把個資法拿出來，一拿出來很多事情都講不下去，這部份對於個資法在於定義服務或是 APP 服務上面到底有衝突或相容部分，到底個資法在消費者保護上面到底是保護還是甚麼樣的部分，這可能是未來需要再釐清的部分。

主持人：A2 請說。

A2：其實我覺得這些東西好像之前都提過，應該還好沒甚麼特別要講。

主持人：請 G3。

G3：剛剛 A1 提到因為團體訴訟，其實那部分我們現在有在運作，應該讓消基會去打一些有意義的案子，還是有官方同意的程序在那個地方，這是一個可以處理小額部分，因為你請求還是請求內線讓你去請求，公司獲利這麼多，對他都沒有制裁的效果，所以我覺的 A1 講在修法部分是大家可以去思考的部分。另外個資法說真的我打電話要的是我自己的資料為甚麼會有個資法

的問題？因為我要的是我自己的東西，我不是要別人的，所以每次碰到別人說個資法的問題，我都問他說個資法哪一條？他一定講不出來，即便我看過很多遍，現在要問我也不太記得，全台灣沒有因為個資法被處罰過的，前幾天有聽到判決個資法原則上行政機關是可以處罰的，可是沒有一個縣市政府敢用個資法去做處罰，包括新北市政府，每次提到個資法都是消保官的事情，可是個資法的案件都分布到消保中心，我們只能想說是不是跟消費有關係，說真的，法務部現在也不知道怎麼去用，現在有問題的是說我怎麼去驗證我是電話上所講的，是在確認這個問題，而不是說今天連自己的資料都不能給，那會覺得是很奇怪的講法。不過這個民眾懵懵懂懂。只知道現在有個資法，所以我覺得這部分跟消費者宣導要多做，業者也會做，消保官及消費者服務中心這部分更是責無旁貸，宣導部分每年要有計畫的來做規範，所以這部分就政府來講會從宣導著手。至於說要不要修定型化契約，可能涉及到 NCC 那邊是不是需要這個契約，修契約只是到最後到法院去處理的時候或是今天在申訴的時候把契約調出來看，是不是有跟契約做比對而已，因為你修那些契約，除了業者或法務人員之外，我們也不會看，消費者也不會看，你看那契約我們只是看資費、時間到甚麼時候為止，其實它裡面細的部分我們也都不會看，所以修契約當然可以做，之前處理線上遊戲的經驗，被業者批評，搞了好久訂出來了，因為業者又跑去更前面，所以修的契約又都不能用了，所以我會覺得從法令上救濟跟做宣導部分是我這邊的建議。

主持人：請專家 N1。

N1：我的瞭解是目前的機制，剛剛有提到客訴流程，消保機關這邊定期收集到一定的通案量，可能就會有服務契約的修正建議，我記得 NCC 好像是一年兩次吧，目前像是個案的處理機制外，我覺得通案的檢討類型這樣的機制也是足夠的。

主持人：請 NCC 長官。

G1：有關新北市消保官所講的，我們從 98 年每年都有修定型化契約，契約的內容我們後來有發覺一些案子部分業者沒有執行，要求業者要去做，修了之

後有沒有用？我們定期會去看業者的執行程度、執行率，我們從 98 年到現在每一年都在修，在 101 年還有把契約送到消保處去確認，所以原則上除了去修之外也會要求業者去落實。有關個資部分我們那邊有許多新北市的陳情案，原則上我們會要求業者在身分查核特別是用戶的身分有這樣的要求，像剛剛 N2 講的適時將資訊公開透明，定期會召開會議。

主持人：請經濟部長官。

G2：剛提到遊戲業者這部分，是不是符合現在需求？這部分會帶回去給資訊部做研討！另外剛有提到個資的問題，因為之前有提到 APP 設計的問題或是 default 造成一些使用者資料外洩。就經濟部本身，院裡面其實有做這方面的討論，剛有提到我們會就手機 APP 軟體上面的管理規範方面去做一些加強，也有請一些專家學者在幫我們探討這一塊，年底的時候會有一些完成案出來，可以作為一個追尋。有時候台灣開發 APP 軟體也有點可憐，規模其實都很小，有時候我們在框架都框在上面，對他們來講他們其實壓力很大，所以我們盡量在產業或是消費者之間取得平衡。

主持人：我們大家有沒有針對這個研究未來需要再補強或是有哪些研究產業趨勢可能會發生的部分給我們跟消保處一些建議？

A2：我補充一點，因為我剛剛沒有發言，其實我覺得現在最流行的東西叫做社群軟體，社群軟體是無所不用其極地在挖你隱私，你認識甚麼人？你甚麼學校畢業的？有沒有創業過？誰是你的朋友？你有幾段感情？現在像甚麼 LinkedIn，現在像很多社群軟體其實每次有意無意的登入就跟你問一下，甚至跟你說只要回答我的問題就免費讓你玩此遊戲，或是說玩 Candy Crush 我就免費送你多少金幣，鼓勵使用者拿你的隱私去換你的權利，所以我在想說國內的個資法勢必會遇到此問題，社群軟體想說越瞭解你越精確地去抓你的消費習慣，它可以精確地去推薦你所喜歡的東西，以後一定會跟國內的個資法會有所衝突，所以這部分可以請相關單位帶回去。

主持人：還有沒有老師要補充的？消保處長官？

G4：我今天是委辦單位的角色來，所以尊重學者專家的意見，不過我剛剛提到社群網站的部分，它有個消費關係的前提要去處理，那可能我們就是在寫報告的話要去留意。

A2：我舉個實際的例子好了，如果我今天登入，萬一哪個社群網站跟我講說嘍？你的朋友有在使用這個網站，那請問這是不是個資？我是覺得這部分遲早一定會發生。

主持人：好！那還有需要補充的嗎？如果大家沒有需要補充的話，那我們今天座談會到這邊結束！謝謝大家。