

行政院消費者保護處
行政院「網路購物消費者意識及
行為調查」研究計畫案

期末報告



委託機關： 行政院消費者保護處

執行單位： 異視行銷市場調查股份有限公司

中華民國 107 年 12 月 24 日

研究摘要

行政院於 107 年 10 月 26 日至 107 年 11 月 23 日進行電話問卷調查，採電話訪問方式進行，調查對象為臺灣地區（含金門縣及連江縣），年滿 13 歲以上且有網路購物經驗之民眾抽樣訪問，共完成 1,279 份有效樣本。並針對 8 位不同領域專家學者進行相關議題深入訪談。其分析結果如下：

【量化調查分析結果】

（一）網路購物消費意識及消費行為

透過購物網站進行網路購物的比例最高(58.7%)；在每個月網路購物的頻率中，「1-2 次」受訪民眾(38.9%)比例最多；在最近一年網路購物總金額中，以「1,000-3,999 元」受訪民眾(32.6%)比例最多；購買的商品或服務是那些種類中，以購買「居家生活/雜貨」受訪民眾(31.6%)比例最多；使用何種裝置或設備進行網路購物中，以「手機」受訪民眾(62.5%)比例最多；進行網路購物時，會關心那些資訊中，以「賣家的評價資訊」受訪民眾(49.0%)比例最多；在受訪者在網路購買商品是否有符合期望中，有 79.5%的受訪民眾持正面評價。

（二）網路交易定型化契約

詢問受訪者知不知道主管機關訂有各種網路交易定型化契約及應記載及不得記載事項，規範所訂契約內容中，有 12.7%的受訪民眾表示還算清楚；進行網路購物而發生糾紛的時候，可以使用主管機關所制定的定型化契約及應記載及不得記載事項，來主張您的權利時，有 14.1%的受訪民眾表示還算清楚。

（三）消費爭議及跨境消費

網路購物時是否有發生過消費糾紛中，有 15.9%的受訪者表示有發生消費糾紛；大多數受訪者對於在網路購物發生糾紛原因以「價格問題」(41.8%)，其次為「商品不符(商品種類、商品品牌)」(40.3%)；再詢問如何處理該糾紛時，以「向商家或賣方投訴」(36.1%)；詢問受訪者透過那些管道進行跨境購物時，「購物網站(如

Yahoo、淘寶)」的受訪民眾(14.3%)；而詢問是否有發生過消費爭議時，「1~2次」的受訪民眾(21.0%)；進一步詢問消費爭議類型時，以「個人資料外洩」的受訪民眾(24.7%)比例最多，其次為「無法退換貨」、「商品品質不良」、「商品不符(商品種類、品牌)」(23.8%)；而問到受訪者曾向那些單位提出申訴，以「商家或賣方」受訪民眾(22.5%)比例最多；對申訴結果滿意度持正面評價的比例佔66.5%(還算滿意23.1%，非常滿意23.1%)。

(四) 其他

詢問近一年受訪者都使用哪些管道獲得消保資訊，以「大眾媒體(電視、報紙、廣播)」(26.4%)的比例最多；其次為「網路分享資訊」(25.5%)；詢問受訪者是否知道消保法19條規定時，僅54.6%的受訪者表示「知道」；詢問受訪者是否知道，當使用信用卡進行消費付款而廠商未履約時，例如您未收到商品或未獲提供服務，您可以通知發卡機構協助處理疑義帳款時，以「不知道」受訪民眾(50.8%)比例最多；詢問受訪者認為政府相關單位需不需要舉辦關於高齡者網路消費知識的相關教育時，以「非常需要」的比例最高(43.2%)，其次為還算需要(37.9%)，其中以消保基本觀念比例最多(32.9%)。

【質化結果】

(一) 資訊流

加強對業者及消費者進行網路定型化契約，應記載及不得記載事項之宣導；依據不同年齡層進行多元方式，並結合社區及學校等資源，進行消費者意識教育；對於平台業者強制要求管理責任，建立完整賣方資訊，包含聯絡人、電話及地址等，以利有爭議發生才能找到人；建立優良業者認證申請機制，並加以推動，讓消費者習慣至有標示為優良業者進行網路交易，以杜絕不肖業者。

(二) 金流

現上支付方式多達二十多種，選擇性高，可能發生爭議相關也高，政府相關單位應多加防範；可加強推動第三方支付模式，讓消費者可多一層保障。

(三) 物流

運送過程中可能發生不肖業者讓消費者資料外洩；運送過程中可能發生狀況造成消費者收到貨品時，因品質不良而發生爭議；為避免發生上述情況，因此對於物流業者的篩選則為重要。

目 錄

研究摘要	I
壹、緒論	1
一、研究計畫緣起與目的	1
二、研究流程	2
貳、文獻回顧	3
一、消費者保護範疇	3
二、近年重要或新興之網路購物消費議題	7
三、國外網上購物相關議題	10
參、量化及質化研究設計	15
一、量化研究設計	15
二、質化研究設計	19
肆、量化分析結果	21
一、受訪樣本屬性分析	21
二、網路購物消費意識及消費行為	35
三、網路交易定型化契約方面	55
四、消費爭議及跨境消費	60
五、其他相關議題	75
伍、質化分析結果	84
一、研究背景與目的	84
二、訪談對象	84
三、訪網設計	85
四、訪談結果議題彙整	85
陸、結論（綜合分析）與建議	91
一、量化結論	91
二、質化結論	94
三、綜合建議	95

附件一、 「網路購物消費者意識及行為」問卷調查表	98
附件二、交叉表	104
附件三、北中南東及離島、直轄市交叉表.....	147
附件四、深訪逐字稿.....	157

表目錄

表 4.1 性別統計表.....	21
表 4.2 居住地統計表.....	22
表 4.3 年齡統計表.....	24
表 4.4 教育程度統計表.....	25
表 4.5 職業統計表.....	26
表 4.6 月收入統計表.....	27
表 4.7 網路使用頻率統計表.....	28
表 4.8 瀏覽購物網站頻率統計表.....	30
表 4.9 日用品主要購買者.....	32
表 4.10 是否有網購經驗.....	34
表 4.11 網路購物管道統計表.....	35
表 4.12 每月網路購物頻率表.....	36
表 4.13 最近一年網路購物總金額.....	38
表 4.14 網路購物總類統計表.....	40
表 4.15 最常使用何種裝置或設備進行網路購物.....	42
表 4.16 最常使用網路購物支付方式.....	44
表 4.17 網路購物前會蒐集商品或服務的相關資訊.....	46
表 4.18 網路購物時關心的資訊統計表.....	48
表 4.19 網路購買的產品或服務是否符合您的期望統計表.....	49
表 4.20 選擇網路購物因素統計表.....	51
表 4.21 網路購物缺點統計表.....	53
表 4.22 是否知道網路交易定型化契約及應記載及不得記載事項，規範所訂契約內容之統計表.....	55
表 4.23 是否知道有網路購物糾紛時，可以使用定型化契約來主張您的權利之統計表.....	57
表 4.24 網路購物是否有發生消費糾紛統計表.....	60

表 4.25 國內網路購物發生糾紛原因統計表.....	62
表 4.26 如何處理紛爭統計表.....	64
表 4.27 未處理網路購物消費紛爭的原因統計表.....	65
表 4.28 跨境購物通路統計表.....	66
表 4.29 跨境購物的種類統計表.....	67
表 4.30 網路跨境購物發生消費爭議統計表.....	69
表 4.31 跨境購物爭議類型統計表.....	71
表 4.32 提出申訴單位統計表.....	72
表 4.33 申訴結果滿意度統計表.....	73
表 4.34 獲得消費者資訊管道統計表.....	75
表 4.35 是否知道消保法第 19 條規定之統計表.....	76
表 4.36 是否知道使用信用卡付款時，過程中有問題可以通知發卡機構協助處理之統計表.....	78
表 4.37 認為政府需不需要舉辦高齡者網路消費知識教育課程之統計表.....	80
表 4.38 認為最需要加強哪種教育議題之統計表.....	82

圖目錄

圖 4.1 性別統計圖.....	21
圖 4.2 居住地統計圖.....	23
圖 4.3 年齡統計圖.....	24
圖 4.4 教育程度統計圖.....	25
圖 4.5 職業統計圖.....	26
圖 4.6 月收入統計圖.....	27
圖 4.7 網路使用頻率統計圖.....	28
圖 4.8 瀏覽購物網站頻率統計圖.....	30
圖 4.9 日用品主要購買者統計圖.....	32
圖 4.10 網路購物管道統計圖.....	35
圖 4.11 每月網路購物頻率統計圖.....	36
圖 4.12 最近一年網路購物總金額統計圖.....	38
圖 4.13 網路購物總類統計圖.....	41
圖 4.14 最常使用何種裝置或設備進行網路購物.....	42
圖 4.15 最常使用網路購物支付方式.....	44
圖 4.16 網路購物前會蒐集商品或服務的相關資訊.....	46
圖 4.17 網路購物時關心的資訊統計圖.....	48
圖 4.18 網路購買的產品或服務是否符合您的期望統計圖.....	49
圖 4.19 選擇網路購物因素統計圖.....	52
圖 4.20 網路購物缺點統計圖.....	54
圖 4.21 是否知道網路交易定型化契約及應記載及不得記載事項，規範所訂契約內容統計圖.....	55
圖 4.22 是否知道有網路購物糾紛時，可以使用定型化契約來主張您的權利之統計圖.....	57
圖 4.23 網路購物是否有發生消費糾紛統計圖.....	60
圖 4.24.國內網路購物發生糾紛原因統計圖.....	63
圖 4.25 如何處理紛爭統計圖.....	64

圖 4.26 未處理網路購物消費紛爭的原因統計圖.....	65
圖 4.27 跨境購物通路統計圖.....	66
圖 4.28 跨境購物的種類統計圖.....	68
圖 4.29 網路跨境購物發生消費爭議統計圖.....	69
圖 4.30 跨境購物爭議類型統計圖.....	71
圖 4.31 提出申訴單位統計圖.....	72
圖 4.32 申訴結果滿意度統計圖.....	73
圖 4.33 獲得消費者資訊管道統計圖.....	75
圖 4.34 是否知道消保法第 19 條規定之統計圖.....	76
圖 4.35 是否知道使用信用卡付款時，過程中有問題可以通知發卡機構協助處理之統計圖.....	78
圖 4.36 認為政府需不需要舉辦高齡者網路消費知識教育課程之統計圖.....	80
圖 4.37 認為最需要加強哪種教育議題之統計圖.....	82

壹、緒論

一、研究計畫緣起與目的

(一) 計畫緣起

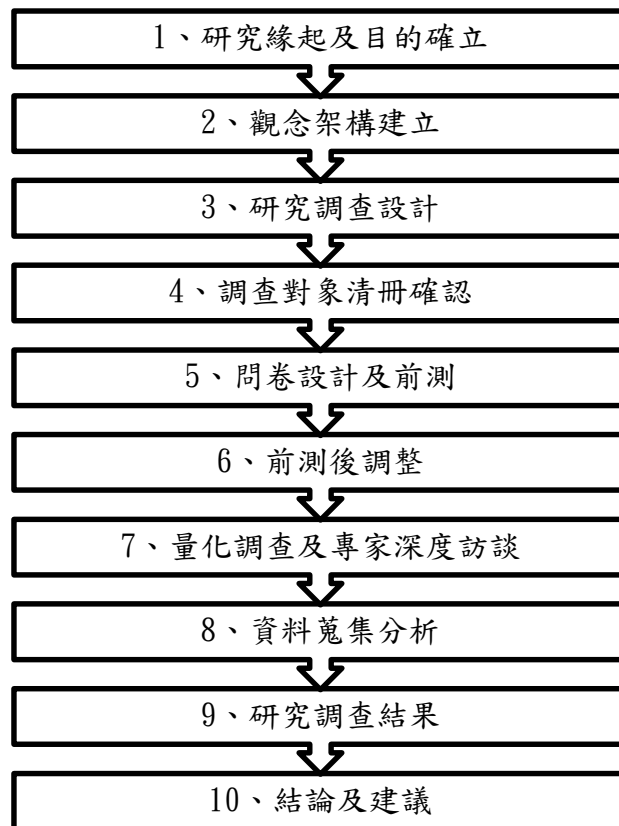
為保障消費者權益、提升消費生活品質，我國於民國 83 年 1 月 11 日公布施行消費者保護法（以下簡稱消保法），該法的出現，是我國推動消費者保護工作上的一大里程碑，而行政院消費者保護委員會也依法應運而生，成立於同年 7 月 1 日，並於民國 101 年配合組織改造，併入行政院為消費者保護處（以下簡稱消保處），負責監督與協調消費者保護事務的推動，依消保法第 41 條規定，主要職掌包括消保法、相關政策與計畫之研擬與修訂，協調各主管機關相關業務的推動與執行，以及重大消費爭議案件的協調處理。

(二) 計畫目的

行政院為瞭解我國民眾之消費意識及消費行為，即以全體國民為對象，進行「國民消費意識及消費行為調查」，嗣於民國 93 年開始，逐年辦理，並針對不同群體之民眾進行消費意識及消費行為之調查研究，期待能透過瞭解民眾的消費意識及行為，據以研提相關建議，作為推動消保業務之參考。

二、研究流程

本研究之調查流程包括以下的十個階段，如下圖所示：



本調查之研究流程圖

貳、文獻回顧

一、消費者保護範疇

(一)消費者權益

我國消保法（行政院，2015）第1條開宗明義指出：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，且於同法第3條明列政府為達成本法目的應實施之措施，並應就下列事項有關之法規及執行情形，定期檢討、協調、改進：

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。

(二) 定型化契約

我國消保法第17條，中央主管機關為預防消費糾紛，保護消費者權益，促進定型化契約之公平化，得選擇特定行業，擬訂其定型化契約應記載或不得記載事項，依契約之性質及目的，同法第18及19條相關之規範，其內容得包括：

1. 契約之重要權利義務事項。
2. 違反契約之法律效果。
3. 預付型交易之履約擔保。

4. 契約之解除權、終止權及其法律效果。
5. 其他與契約履行有關之事項。

第一項不得記載事項，依契約之性質及目的，其內容得包括：

6. 企業經營者保留契約內容或期限之變更權或解釋權。
7. 限制或免除企業經營者之義務或責任。
8. 限制或剝奪消費者行使權利，加重消費者之義務或責任。
9. 其他對消費者顯失公平事項。

違反第一項公告之定型化契約，其定型化契約條款無效。該定型化契約之效力，依前條規定定之。

中央主管機關公告應記載之事項，雖未記載於定型化契約，仍構成契約之內容。

企業經營者使用定型化契約者，主管機關得隨時派員查核。

第 18 條

企業經營者以通訊交易或訪問交易方式訂立契約時，應將下列資訊以清楚易懂之文句記載於書面，提供消費者完整查閱、儲存之電子方式為之：

1. 企業經營者之名稱、代表人、事務所或營業所及電話或電子郵件等消費者得迅速有效聯絡之通訊資料。
2. 商品或服務之內容、對價、付款期日及方式、交付期日及方式。
3. 消費者依第十九條規定解除契約之行使期限及方式。
4. 商品或服務依第十九條第二項規定排除第十九條第一項解除權之適用。
5. 消費申訴之受理方式。
6. 其他中央主管機關公告之事項。

第 19 條

通訊交易或訪問交易之消費者，得於收受商品或接受服務後七日內，以退回商品或書面通知方式解除契約，無須說明理由及負擔任何費用或對價。但通訊交易有合理例外情事者，不在此限。

企業經營者於消費者收受商品或接受服務時，未依前條第一項第三款規定提供消費者解除契約相關資訊者，第一項七日期間自提供之次日起算。但自第

一項七日期間起算，已逾四個月者，解除權消滅。

消費者於第一項及第三項所定期間內，已交運商品或發出書面者，契約視為解除。

通訊交易或訪問交易違反本條規定所為之約定，其約定無效。

本法第十九條第一項但書所稱合理例外情事，指通訊交易之商品或服務有下列情形之一，並經企業經營者告知消費者，將排除本法第十九條第一項解除權之適用：

- (1)、 易於腐敗、保存期限較短或解約時即將逾期。
- (2)、 依消費者要求所為之客製化給付。
- (3)、 報紙、期刊或雜誌。
- (4)、 經消費者拆封之影音商品或電腦軟體。
- (5)、 非以有形媒介提供之數位內容或一經提供即為完成之線上服務，經消費者事先同意始提供。
- (6)、 已拆封之個人衛生用品。
- (7)、 國際航空客運服務。

通訊交易，經中央主管機關依本法第十七條第一項公告其定型化契約應記載及不得記載事項者，適用該事項關於解除契約之規定。

(三) 電子商務消費者保護綱領

(行政院，2017)近年來行動及線上支付、數位內容交易、消費者參與電子商務薦證等發展日新月異，網路交易環境更加複雜，消費者也面臨更多風險，爰參考國際趨勢修正本綱領。確保交易公平，保障消費者權益，建立消費者對電子商務之信心，促進電子商務健全發展，提供各目的事業主管機關研擬電子商務消費者保護措施之準則，並強化企業經營者及相關團體之責任。

1. 在電子商務中消費者所受之保護，不應低於其他交易型態中所受之保護。
2. 政府、企業經營者、相關團體及消費者應共同合作。
3. 不得進行欺騙、誤導、詐欺或不公平之商業、廣告及行銷活動。包括不得利用不當之敘述、名稱、圖像、影音、免責聲明、暗示性等表示。

4. 不得使消費者遭受不合理風險之傷害。當商品或服務確認有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞時，應與主管機關合作處理後續事宜。
5. 應提供有關其企業本身、商品或服務之資訊，並應確保資訊之清楚、明顯、正確及易於取得。
6. 應遵守其所訂定與消費者交易時之各項政策、措施、產業自律規範及隱私權條款。
7. 不得使用不公平之契約條款；且不得不實陳述或隱匿可能影響到消費者交易決策之契約條款。
8. 所為之廣告內容及行銷資訊應明確，並避免與評論或其他報導相混淆，俾利消費者清楚知道其為廣告內容或行銷資訊。
9. 應於廣告及行銷活動中明確表示其身分。
10. 應提供消費者於行使終止或解除契約、退貨或換貨、退款之情形時，與訂購或付款時相同程度之管道與方式。
11. 對於兒童、高齡者及其他弱勢消費者採行之廣告或行銷活動，應慎重妥適為之。
12. 不得利用電子商務之特性，隱藏其真實身分或所在位置，而藉以規避消費者保護規定或執法機制之約束。
13. 應建立自律機制，並採行易於使用之程序，使消費者可以選擇是否希望收到其主動寄發之商業電子郵件。消費者表示不願意時，企業經營者應即停止寄發。
14. 所為之廣告及行銷活動，應確保其內容有合理之依據。且與該項商品或服務之實際特性、取得方式及使用情況相符。
15. 應確保廣告所示價格並無不實，且未隱藏商品或服務之總價。
16. 廣告應真實反映薦證者之意見及經驗。企業經營者與薦證者間可能影響消費者判斷之關係，必須清楚且顯著予以揭露。
17. 不得限制消費者給予負面評價，或向政府機關或其他機構提出諮詢或消費爭議申訴。
18. 無論是否為義務，企業經營者應考慮提供消費者在適當情況取消交易之可

能性。

19. 設計電子商務平台及線上支付系統時，應考量身心障礙人士之需求。
20. 若契約條款規定消費者解除契約須支付違約金，則其金額應與解除契約可能致生之損害成比例。
21. 若提供商品或服務之試用期，應清楚且充分告知消費者，試用期間、相關優惠及試用結束後可能產生之費用等資訊。如有收費應事先通知消費者，並取得其同意。
22. 線上資訊揭露，企業經營者應提供有利於消費者選擇及進行交易之資訊，相關資訊應充分、正確、清楚且易於瞭解。
23. 交易確認程序，企業經營者應採取適當之確認程序，該程序為完成交易之必要步驟。
24. 隱私權保護，企業經營者應遵守下列消費者隱私權保護原則，政府亦應有適當的管制措施或機制。
25. 交易安全，企業經營者應採取下列措施，以保障交易安全。
26. 兒童權益，對未滿十二歲兒童蒐集資料時，除遵守前述隱私保護原則外，並應遵守原則。
27. 企業經營者應提供消費者易於使用且安全之付款機制。支付機構應儘可能採取適當措施，協助消費者解決與企業經營者間因商品或服務未送達、未授權交易或其他有瑕疵交易所產生之消費爭議。
28. 消費爭議處理，消費者應能取得公平、有效、及時、經濟、透明且便利之機制，解決國內及跨境交易所生之爭議。

二、近年重要或新興之網路購物消費議題

(一) 政府近年受理網路消費爭議案件統計

(行政院，2018)，106年度受理消費申訴案件共計13,894件，「網路購物、線上遊戲、通訊及周邊產品、運輸及電信等5類型消費爭議最多，其中網路購物申訴案件更高達2,773件，提醒消費者向有提供第三方支付服務的網購平台購物，較有保障。

消費爭議申訴案件數量最多為網路購物類2773件，申訴對象第1名為樂購蝦皮257件。消費爭議案件類型中，則以賣家網路詐騙、物品瑕疵及退換貨爭議為主要類型。

消費爭議案件排名第2為線上遊戲類，主因是智慧型手機使用的普及，以及手遊玩家與日俱增，案件量亦由105年255件，大幅增加至922件。

常見消費爭議有帳號被盜用、停權、系統設備維修故障及退費爭議等。消費者在購買APP或儲值前應先詳細閱讀付費條款或遊戲公告，且在遇到特殊狀況發生時，截圖留存畫面，保存證據。

手機等通訊及週邊產品類的申訴案件數亦上升至排名第3，案件最多的業者為臺灣樂金170件，主要是V10手機有瑕疵、系統更新後降低效能、過保固期後維修費用及退換貨等為爭議事件為主。

「運輸類申訴案件量計有726件，比起105年度亦大幅上升。」以臺灣虎航48件居首，爭議類型為訂票、退票及行李託運等爭議。由於廉價航空以票價低廉吸引消費者，然業者大部分於現金退款或賠償責任方面有諸多限制，故消費爭議有逐年增加趨勢。

(二) 網路跨境消費

網路跨境消費指的是使用網路平台去進行跨國交易，是一種國際商業行為。換言之，買、賣雙方在不同國家透過網路與電子商務平台，去進行交易與支付的行為，藉由跨境物流交遞商品來完成買賣。

(資策會，2018)針對消費者網購行為進行大調查，發現2017年曾進行跨境網購的網友，年均消費金額為16,378元，較2016年15,535元成長了5.4%，其中26~35歲是最主要族群。跨境網購族最青睞的網購平台為淘寶／天貓商城（69.5%），其次為日本樂天（19.3%）、日本Amazon（17.9%）、美國Amazon（14.2%）與eBay（7.2%）等。

(三) 網路購物付款方式

1. Debit card(簽帳金融卡，又稱記帳卡、現金卡)付款：直接從消費者的存款帳戶可用餘額扣款，且不能分期付款，故消費者無法透支消費，消費前須

確認扣款帳戶之餘額，以免發生餘額不足無法刷卡消費之情事。如遇到網路盜刷，先聯絡發卡機構客服專線，要求協助處理爭議款項並通知網路平台取消交易，同時可向警局報案，但由於金額係直接從消費者帳戶扣除，可能有無法追回金額的風險。

2. Credit card(信用卡)付款：是發卡機構依據消費者的財力提供其一定的信用額度，可分期付款。如遇到網路盜刷，先聯絡發卡機構客服專線，要求協助處理爭議款項及請求暫停支付，並通知網路平台取消交易，同時可向警局報案。
3. 網路銀行付款：由於該筆金額將立即從消費者的銀行帳戶中扣除，消費者應該確保賣家是值得信賴的，銀行的網址最好自己鍵入或先上官方網站再連結進入，同時應定期更新密碼及安裝防毒軟體，避免連上釣魚網站或被植入木馬程式，並隨時與銀行核對帳戶明細。
4. 透過手機行動裝置付款：其一為線上業者與電信業者合作，讓消費者可以輸入手機號碼與密碼，透過簡訊認證後，便將線上交易費用整合在消費者當期的電信費帳單裡。由於電信費屬代收性質，倘發生購買的商品或服務本身瑕疵等消費糾紛，仍由提供商品或服務之合作店家負責。其二為手機綁定信用卡，消費者倘欲更換手機，注意須重新下載卡片綁定。倘舊手機要轉手，建議轉手前，最好移除卡片或回復原廠設定，清除卡片資訊，以避免個人資料發生外洩情事。
5. 貨到付款：消費者收到產品後付款的方式，收到貨到付款通知時，建議消費者先確認品項及金額，倘對其中之一有疑慮時，可向賣家或宅配業者主張商品拒絕受領。但實務因多無法於付款前拆封驗貨，建議可選擇第三方支付方式，倘商品受領後發現商品有瑕疵等問題，消費者可向第三方支付業者要求暫時止付商品的價款，避免後續向賣家請求返還價款之困難。
6. 電信帳單代收服務：隨著智慧行動裝置的普及，用戶傳統的「打電話」、「收發簡訊」早已不再是電信商的重點營收來源，各家業者皆力拚多元的加值服務，希冀可拉抬用戶貢獻金額。打造一站式代收服務，如：Google Play 商店、iTunes、APP Store、手機遊戲、停車費、生活雜費等，近年愈來愈

多用戶使用電信帳單代收，代收金額及人次年增率也高達300%，預估電信帳單代收金額可望較去年倍數成長。

(四)網路購物之常用裝置

網購族使用之裝置：桌上型/筆記型電腦、手機、平板，但根據資策會MIC調查，網購族最常使用裝置還是個人電腦（PC）；另一份調查顯示，2018年1月共有75%的臺灣PC網友，曾透過桌上型或筆記型電腦造訪電商網站。63.4%網購族常以PC瀏覽產品資訊，且更高比例網購族（69.9%）仍習慣以PC進行完整購物交易，不過，MIC調查，18到20歲族群最常透過智慧型手機完成購物比例達52.9%。

（資料來源：https://mic.iii.org.tw/IndustryObservations_PressRelease02.aspx?sno=489）

另一調查根據尼爾森，根據尼爾森最新網路購物行為研究（V-Shopper）資料顯示，於受訪的12-65歲民眾當中，有接近四成（37.4%）於2017年上半年曾於過去三個月網絡購物，網購人口達676萬。在網購剛興起的時候，一般消費者都會使用電腦進行網購，智慧型手機及平板日趨普及並且不斷地推陳出新，行動裝置使用率持續成長，更於2017年上半年有四分之三的網購者是透過行動裝置進行網購，較2016年增加約一成，更首度超越非行動裝置如桌上型電腦與筆記型電腦的72%。

（資料來源：

<https://www.nielsen.com/tw/zh/press-room/2017/taiwan-mobile-shopping-overpassed-shopping-via-pc.html>）。

三、國外網上購物相關議題

(一) 中國「網路安全法」上線

中國全國人大常委會 2016 年 11 月 7 日通過「網路安全法」，作為中國網路領域的基礎性法律，將在 2017 年 6 月生效。但網路畢竟是個跨國界流動的服務，中國這部法律被批為是故步自封、走創新回頭路、建立網路貿易壁壘的行為，中

國過去因為「管制得少」而蓬勃發展的網路產業，日後也可能因為此法而綁手綁腳，其他外國網路企業更不敢踏上中國土地。

中國「網路安全法」立法目的是希望能保障中國網路使用者不受資料外洩、網路詐騙等威脅，也保護國家基礎網路設備不受駭客攻擊並提升資訊安全防護，此外，網路上的活動可以被監察、管制，保護國家安全及公共秩序。

「網路安全法」重點有 6 點：

1. 網路產品及服務不得出售使用者資訊
2. 嚴厲打擊網路詐騙
3. 明確規範「網路實名制」
4. 保護關鍵訊息的基礎設施
5. 懲治攻擊破壞關鍵訊息基礎設施的中國境外組織和個人
6. 重大突發事件可採取網路通訊管制

第 1 點和第 2 點即為了防堵網路詐騙問題。中國過去的網路服務發展蓬勃，每個服務都會收取使用者的身分資料，如名字、電話、地址，不過又有許多服務會為了賺錢轉售使用者的資訊，又或者因為網站資安防護不足而使得使用者資訊外流，衍生出嚴重的網路詐騙，因此中國決定立法更加嚴格的管制且明訂懲處條款。

法條中也指示，國家應建設網路安全的體系，施行網路安全等級保護制度，並推要求網路產品與服務進行安全認證，保護網路不被入侵、攻擊，保護使用者資料不外洩。

第 3 點網路實名制則是中國對於網路言論自由的緊縮。規定使用者在申辦網路、申辦電信、註冊域名、申請具訊息發布或即時通訊功能的服務時，都應使用真實身分訊息，否則業者不得為其提供服務。

第 4、5 點則是對於日益嚴重的網路攻擊問題找出解決辦法，因此規定一旦遭到破壞、喪失功能或者數據洩露，可能嚴重危害國家安全、國計民生、公共利益的關鍵訊息基礎設施，如公共通訊和訊息服務、能源、交通、水利、金融、公共服務、電子政務等，須在網路安全等級保護制度的基礎上，實行重點保護。具體範圍和安全保護辦法由國務院制定。

若是外國企業在中國營運關鍵訊息基礎設施，其收集和產生的個人訊息和重要數據，也應當在中國境內儲存。

而當公安機關、國家安全機關依法維護國家安全和偵查犯罪的活動時，網路營運者須要提供技術支持和協助。

此外也會懲罰從事非法侵入他人網絡、干擾他人網絡正常功能、竊取網絡數據等危害網絡安全活動的個人或組織，甚至是境外組織。

第 6 點則是為了維護國家安全和社會公共秩序，因此在重大突發社會安全事件時，可經國務院決定在特定區域對網絡通訊採取限制。

其實實名制、斷網、加強資訊安全防護、要求外國企業將數據儲存在中國境內這些條款，早已是中國習近平政府近幾年在推行中的方針。但明文入法，則讓事情顯得較少轉圜餘地，想像一下，那些想作中國生意的網路企業如 Google、Apple、Facebook，如果真要登陸，就必須把資料儲存在中國，並且讓中國政府得以檢視，而且此後也必須要求使用者完全實名制才得以讓使用者註冊。

中國這部「網路安全法」，似乎讓外國網路企業進入中國變得更加困難，也因此有「貿易壁壘」一說。中國美國商會（American Chamber of Commerce in China）主席 James Zimmerman 就批評，中國政府想要保障中國的資訊安全，但這部法律根本無法促成，只是為貿易和創新增添更多障礙。

資料來源：（數位時代，2016）<https://technews.tw/2016/11/11/behind-china-internet-law/>

（二）中國整頓第三方支付

抑制金融風險為中國政府的當前重要任務，中國第三方支付業者因發生「跑路」事件，在政府大力整頓下，中國非銀支付機構在 2016 年縮減了 15 家。分析認為，未來中國的支付行業將僅剩市占率合計超過 9 成的支付寶、財付通兩大巨頭的寡占市場。

國際金融報報導，據統計，截至 4 月底，中國人民銀行共開出 48 張罰單處罰支付機構，光是今年以來，已對第三方支付機構開出 8 張罰單，整頓力道也逐步加碼。而目前第 4 批 96 家支付機構牌照續展則在審核中。

中國支付清算協會最新發布的「中國支付清算行業運行報告(2017)」顯示，因註銷、主動申請註銷、不予續展和續展合併等因素，非銀支付機構在2016年大砍15家，從270家減至255家，減幅約為5.5%。

近日，人行對浙江寧波的銀聯商務和深圳瑞銀信分別開出了58萬元人民幣(下同)和3萬元的罰單。中國支付清算協會副秘書長王素珍表示，2016年規範發展成為支付清算行業監管的主基調，截至今年1月，共清理非法從事支付業務機構239家，累計處罰13家違反客戶備付金相關管理規定的支付機構，註銷3家機構業務許可證。

市場分析公司Analysys易觀日前發布報告顯示，2016年第4季，中國第三方支付行動支付市場交易規模達12.8兆元，季增41.7%，年增長達到126%。

其中，支付寶和財付通(微信支付+QQ錢包)共占據91.12%份額，其中支付寶占比54.10%，財付通占比37.02%，其餘的數百家分搶剩下不到10%的市場，目前在第三方支付行業，大家爭搶的最大目標是「行業老三」的地位，因此為了生存，很多第三方支付企業開始打政策、法規的「擦邊球」，甚至違法。而從人行目前的監管態度來看，而未來市場將加速淘汰掉一些業者，業者家數會繼續縮減。資料來源：(工商時報，2017)，<https://m.ctee.com.tw/focus/dlcj/147916>

(三) 歐洲 EMOTA 推出跨境電商信賴標章

EMOTA 為歐洲電子商務協會，已經於今年(2015)7月1日正式啟動歐洲跨境電商信賴標章。有標示這個信賴標章的網站表示已經取得 EMOTA 的認可，其網頁跨境電商交易符合 EMOTA 歐洲信賴標章的各種規定，將更容易取得國內以及國外跨境消費者的信賴。

要取得 EMOTA 歐洲信賴標章，電商網站企業必須符合主要關鍵原則，例如交易者的資訊安全，信用交易與出貨承諾，消費者投訴的處理原則等，用來確保電商網站符合高標準的交易原則，提供消費者基本的權益受到保護。

EMOTA 信賴標章的十項主要原則：

- 網路賣家的資訊必須完整與透明
- 清晰，完整，準確的產品說明

- 價格必須透明，得包括所有交易費用與規稅
- 提供客戶準確的產品的庫存狀態與交貨時間等信息
- 根據網站顯示的時間與規定或指示來出貨給客戶
- 清楚的退貨流程與及時處理客戶的退換貨需求
- 清楚可行的客戶聯絡方式，及時服務與處理，良好的客訴管理
- 個人資料保護符合歐盟以及登記國家的立法規定
- 對於未成年人的交易提供適當保護
- 安全的付款方式

歐洲信賴標章建立在已經獲得各自國內的國家市場上，並可延續現有信賴標章的優勢到不同國家市場上。跨境消費者參觀國外的電商時，看到熟悉的歐洲信賴標章將會比較有信心進行網路消費。

目前已經有超過 5000 家網路商店取得各國的國內信賴標章，提供 EMOTA 信賴標章的重要基礎。EMOTA 歐洲電子商務協會希望能在今年年底以前增長到大約 7000 家。EMOTA 董事長 Jörgen Bødmar 補充說到：「伴隨著歐洲信賴標章的提出，我們將致力於創建一個歐洲電子商務單一市場，同時確保網路交易符合高標準，提供跨境消費者網路交易的基本保障。」

資料來源：(數位時代，2015)，<https://www.bnext.com.tw/article/36806/BN-2015-07-19-043509-112>

參、量化及質化研究設計

一、量化研究設計

(一) 調查內容

1. 調查區域範圍：臺灣地區（含金門縣及連江縣）。
2. 調查對象：13 歲以上民眾。
3. 調查期間：107 年 10 月 26 日至 107 年 11 月 23 日。

(二) 調查項目

1. 過濾題(縣市別、年齡、是否曾經透過網路購物)
2. 網路交易定型化契約等消保法令
3. 網路購物消費意識及消費行為
4. 消費爭議及跨境網路消費
5. 其他網路購物相關法令問題
6. 基本資料

(三) 抽樣設計

1、採分層比例隨機抽樣：

根據內政部所公佈之 107 年 3 月人口統計資料，按各縣市 13 歲以上之人口比例，分配樣本數，且為避免樣本數過少，造成資料偏差，共達樣本數 1,279 份，在 95% 信心水準下，抽樣誤差控制在正負 2.74% 以內。

- 2、以中華電信、亞太電信、臺灣固網及新世紀資通等業者之臺灣地區住宅戶電話簿電話資料為母體清冊，抽出樣本電話號碼後，建議採尾數隨機法(世新吳統雄教授-結合了電話簿法及隨機撥號法(R.D.D)之優點，依其末四碼隨機產生電話號碼，以包含未登錄電話號碼之用戶進行訪問。

縣市別	13 歲以上人口數	人口比例	期望樣本數	增樣後樣本數	實際完成樣本數
新北市	3,560,758	17.01%	182	182	187
臺北市	2,356,525	11.26%	120	120	125
桃園市	1,909,842	9.13%	98	98	98
臺中市	2,440,845	11.66%	125	125	127
臺南市	1,685,711	8.05%	86	86	86
高雄市	2,489,048	11.89%	127	127	127
宜蘭縣	409,337	1.96%	21	30	30

縣市別	13 歲以上人口數	人口比例	期望樣本數	增樣後樣本數	實際完成樣本數
新竹縣	474,037	2.26%	24	30	35
苗栗縣	491,688	2.35%	25	30	30
彰化縣	1,137,294	5.43%	58	58	59
南投縣	454,120	2.17%	23	30	32
雲林縣	621,963	2.97%	32	32	30
嘉義縣	469,395	2.24%	24	30	30
屏東縣	753,458	3.60%	38	38	38
臺東縣	197,435	0.94%	10	30	30
花蓮縣	295,014	1.41%	15	30	30
澎湖縣	94,500	0.45%	5	30	30
基隆市	337,864	1.61%	17	30	30
新竹市	375,683	1.79%	19	30	32
嘉義市	237,750	1.14%	12	30	30
金門縣	125,953	0.60%	6	30	33
連江縣	11,536	0.06%	1	30	30
合計	20,929,756	100.00%	1,068	1,256	1,279

(四) 樣本適合度檢定

經一致性檢定結果，樣本與母體在性別、年齡與區域別的人數分佈上有顯著差異，故須做加權處理，加權後樣本結構與母體一致。

表 3.1 樣本代表性檢定表

項目	母體結構		加權前		加權後	
	人數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比
性別						
男性	10,342,753	49.42	396	31.0	632	49.4
女性	10,587,003	50.58	883	69.0	647	50.6
樣本與母體檢定結果			p=0.0000<0.05 有顯著差異，樣本結構與母體不一致		p=0.9999>0.05 無顯著差異，樣本結構與母體一致	
年齡別						
13-19 歲	1,787,073	8.54	103	8.1	109	8.5
20-29 歲	3,216,661	15.37	232	18.1	197	15.4

30-39 歲	3,712,480	17.74	400	31.3	227	17.7
40-49 歲	3,678,699	17.58	332	26.0	225	17.6
50-59 歲	3,640,214	17.39	154	12.0	222	17.4
60-64 歲	1,582,605	7.56	34	2.7	97	7.6
65 歲及以上	3,312,024	15.82	24	1.9	202	15.8
樣本與母體檢定結果			p=0.0000<0.05 有顯著差異，樣本結構與母體不一致		p=0.9999>0.05 無顯著差異，樣本結構與母體一致	
區域別	人數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比
新北市	3,560,758	17.01	187	17.3	218	17.0
臺北市	2,356,525	11.26	125	11.6	144	11.3
桃園市	1,909,842	9.13	98	9.1	117	9.1
臺中市	2,440,845	11.66	127	11.8	149	11.7
臺南市	1,685,711	8.05	86	8.0	103	8.1
高雄市	2,489,048	11.89	127	11.8	152	11.9
宜蘭縣	409,337	1.96	30	2.8	25	2.0
新竹縣	474,037	2.26	35	3.2	29	2.3
苗栗縣	491,688	2.35	30	2.8	30	2.4
彰化縣	1,137,294	5.43	59	5.5	69	5.4
南投縣	454,120	2.17	32	3.0	28	2.2
雲林縣	621,963	2.97	30	2.8	38	3.0
嘉義縣	469,395	2.24	30	2.8	29	2.2
屏東縣	753,458	3.60	38	3.5	46	3.6
臺東縣	197,435	0.94	30	2.8	12	0.9
花蓮縣	295,014	1.41	30	2.8	18	1.4

澎湖縣	94,500	0.45	30	2.8	6	0.5
基隆市	337,864	1.61	30	2.8	21	1.6
新竹市	375,683	1.79	32	3.0	23	1.8
嘉義市	237,750	1.14	30	2.8	15	1.1
金門縣	125,953	0.60	33	3.1	8	0.6
連江縣	11,536	0.06	30	2.8	1	0.1
總計	20,929,756	100.00	1279	100.0	1279	100.0
樣本與母體 檢定結果			p=0.0000<0.05 有顯著差異，樣本結構與母 體不一致		p=0.9999>0.05 無顯著差異，樣本結構與 母體一致	

(五) 資料分析工具與步驟

原始資料經整理及除錯後，使用 SPSS For Windows (社會科學統計套裝軟體) 於電腦系統中運算資料，根據樣本資料的特性決定合適的統計分析工具與方法，統計方法與分析程序如下：

1. 樣本代表性(樣本適合度檢定)

在正式調查執行完畢以後，為瞭解樣本之代表性為何，需先就樣本結構中有意義的特定變數進行適合性檢定，若有呈現不一致的現象，為避免資料分析時造成推論的偏差，將進行樣本的加權處理。

2. 樣本加權處理

建議採用多變數「反覆加權」法(Raking)，首先針對顯著差異大的變數進行加權，再以卡方檢驗檢測其他變數之結構與母體結構之間是否有顯著差異，而後進行加權，然後再檢驗，然後再對另一變數進行加權，再檢驗，有顯著差異則進行加權處理，直到樣本各變數結構皆符合母體結構。每一筆資料都乘以調整權數是 $W_i = (N_i/N) \times (n/n_i)$ 是第 j 組的人占母體人數的比例，而每一層佔總樣本的比例為權值 n_i/n ，而最後的權值是各步驟加權的累積乘

數。

3.描述統計

加權過後之樣本經檢定結果與母體分配無顯著差異之後，將進行統計次數的呈現及百分比的分析，主要用意在呈現樣本人口特質的分佈情況。

4.交叉分析(Cross tabulation)

進行分析受訪者基本變項與各題項之間的關係外，並製作交叉結果分析表。

5.卡方獨立性檢定(Chi-square)

交叉分析表內將附上各題與基本變項之卡方獨立性檢定(Chi-square)結果，以說明各基本變項於各題項之回答是否呈現顯著差異。

二、質化研究設計

(一)研究背景與目的

消費議題隨時間、空間而改變，且由於科技進步，消費者購物方式也逐漸改變。依據消費趨勢、政策重點、爭議事件等每年不同的特定議題來做設計，本年度預計採用質化專家深度訪談法，針對各項量化調查議題之調查結果及分析發現，透過量化調查結束後專家訪談，提供專家看法及建議，以助後續政策規劃之參考。

(二)訪談對象設計

本案量化調查主題，即針對網路購物消費者相關議題之認知與掌握程度為主軸，調查題項設定即則對網路購物消費權益、消保法令、各項消保措施之瞭解程度為題，故對於專家訪談對象，亦針對各項調查主軸進行專家訪談對象邀請，本工作項目預計邀請對象說明如下：

專家對象	人數	名單
直轄市消保官	2 位	新北市消保官、台北市消保官 桃園市消保官、台中市消保官 高雄市消保官、台南市消保官

公共政策及相關消保法規研究領域之學者	2 位	東吳大學-陳博士、東吳大學-余副教授 文化大學-林副教授、政治大學-許教授
民間消費者保護團體代表	2 位	社團法人臺灣消費者保護協會 社團法人臺灣消費者協會 財團法人中華民國消費者文教基金會 社團法人台中市消費者權益促進會 社團法人桃園市消費者保護協會 社團法人高雄市消費者保護協會
相關網路消費通路業界代表	2 位	電商業者(PCHome、蝦皮拍賣等)

以上針對 4 領域別分別邀請至少 2 位訪談，預計共 8 位深度訪談，於調查執行中，針對量化調查關注之消費意識及消費行為之調查重點項目，透過深度訪談過程，對於網路購物消費者之消費意識及消費行為議題現況進行討論，具體於訪談中蒐集學術及實務專業領域專家針對調查發現進行訪談並提供相關意見，作為委託單位研提政策建議之參考。

(三)訪網設計

1. 針對調查結果之網路購物消費者消費意識及消費行為狀況，瞭解專家學者的看法。
2. 針對本年度調查結果，購物消費者消費意識較低的項目或較特殊的結果提供看法。

就比較特殊的調查結果提出：

- (1) 對網路商品資訊的懷疑、相關網路交易定型化契約的認知太低。
- (2) 調查網路購物消費爭議少，但政府申訴案件多，以及爭議產品有落差對整個問卷結果的影響與解讀。
- (3) 對跨境或線上支付相關爭議機制的看法。
- (4) 對調查結果之看法及建議。

(四)辦理時程與地點

預計於電訪調查結束後進行辦理。地點係配合受訪者時間及地點辦理，並於過程予以錄音等設備進行記錄。

肆、量化分析結果

一、受訪樣本屬性分析

1.性別

本次調查結果中，「女性」的受訪民眾(50.6%)比例多於「男性」的受訪民眾(49.4%)。

表 4.1 性別統計表

	次數	百分比
男性	632	49.4
女性	647	50.6
總計	1279	100.0

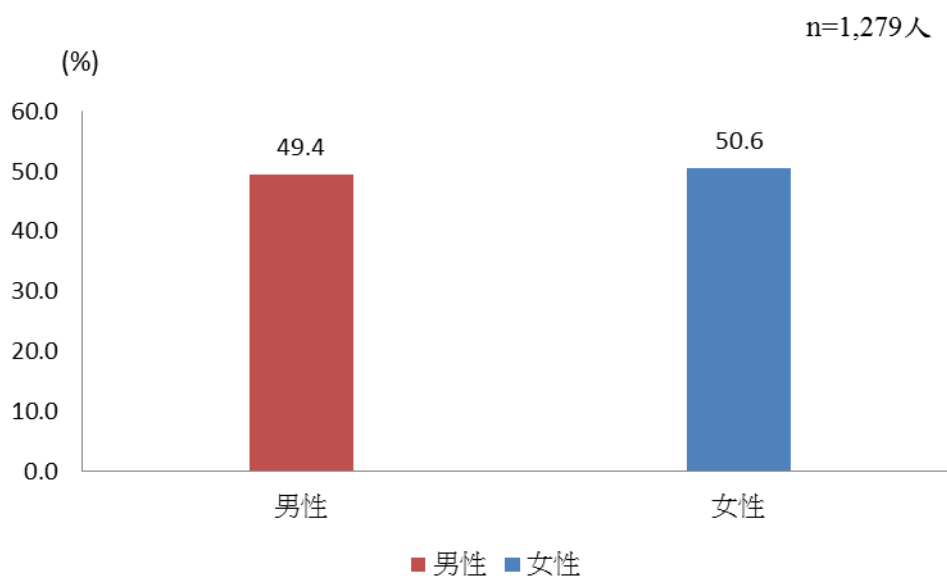


圖 4.1 性別統計圖

2. 居住地

本次調查結果中，「新北市」的受訪民眾(17.0%)比例最多；其次依序為「高雄市」的受訪民眾(11.9%)、「臺中市」的受訪民眾(11.7%)及「臺北市」的受訪民眾(11.3%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.2 居住地統計表

縣市別	次數	百分比
新北市	218	17.0
臺北市	144	11.3
桃園市	117	9.1
臺中市	149	11.7
臺南市	103	8.1
高雄市	152	11.9
宜蘭縣	25	2.0
新竹縣	29	2.3
苗栗縣	30	2.4
彰化縣	69	5.4
南投縣	28	2.2
雲林縣	38	3.0
嘉義縣	29	2.2
屏東縣	46	3.6
臺東縣	12	0.9
花蓮縣	18	1.4
澎湖縣	6	0.5
基隆市	21	1.6
新竹市	23	1.8
嘉義市	15	1.1
金門縣	8	0.6
連江縣	1	0.1
總計	1279	100.0

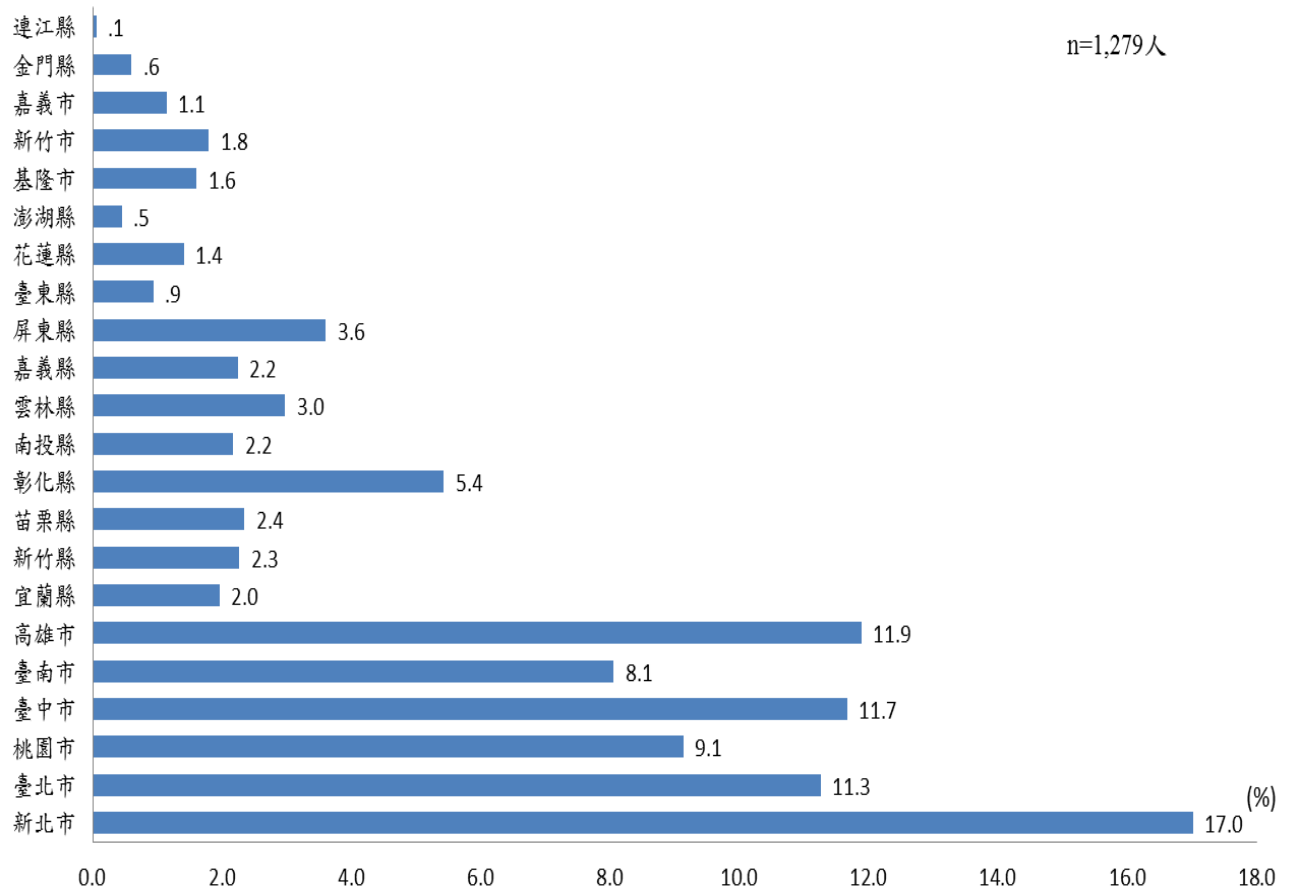


圖 4.2 居住地統計圖

3.年齡

本次調查結果中，「30-39 歲」的受訪民眾(17.7%)比例最多；其次依序為「40-49 歲」的受訪民眾(17.6%)、「50-59 歲」的受訪民眾(17.4%)、「65 歲及以上」的受訪民眾(15.8%)及「20-29 歲」的受訪民眾(15.4%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.3 年齡統計表

	次數	百分比
13-19 歲	109	8.5
20-29 歲	197	15.4
30-39 歲	227	17.7
40-49 歲	225	17.6
50-59 歲	222	17.4
60-64 歲	97	7.6
65 歲及以上	202	15.8
總計	1279	100.0

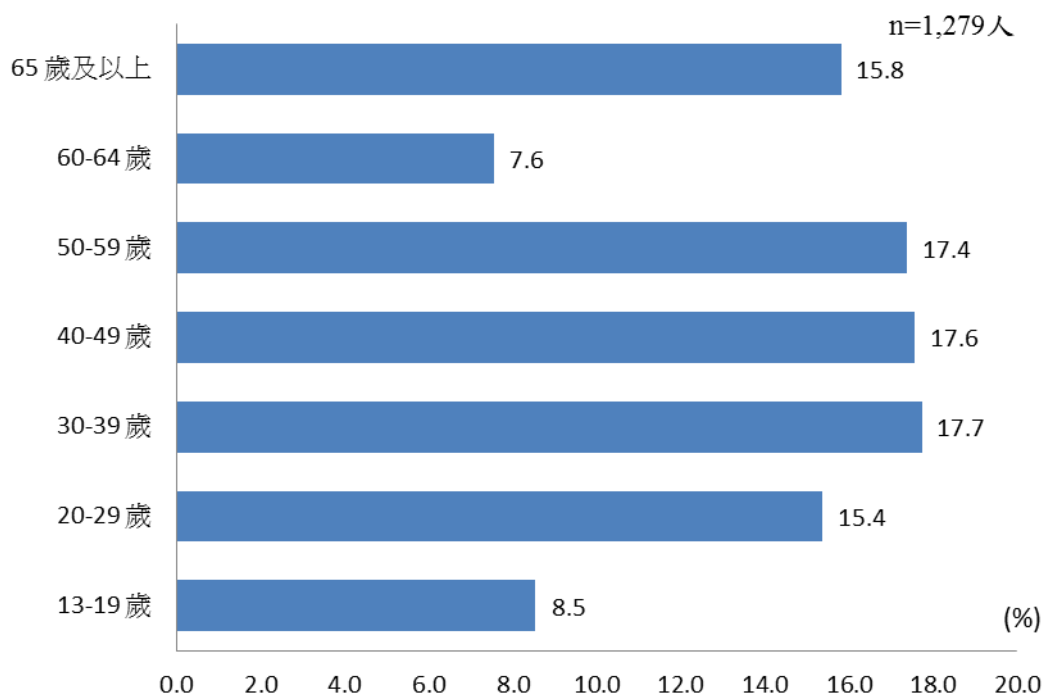


圖 4.3 年齡統計圖

4.教育程度

本次調查結果中，「大專」教育程度的受訪民眾(39.0%)比例最多；其次依序為「高中/職」的受訪民眾(30.0%)及「不知道/拒答」的受訪民眾(17.8%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.4 教育程度統計表

	次數	百分比
國小及以下	40	3.1
國/初中	66	5.2
高中/職	383	30.0
大專	499	39.0
研究所及以上	63	4.9
不知道/拒答	228	17.8
總計	1279	100.0

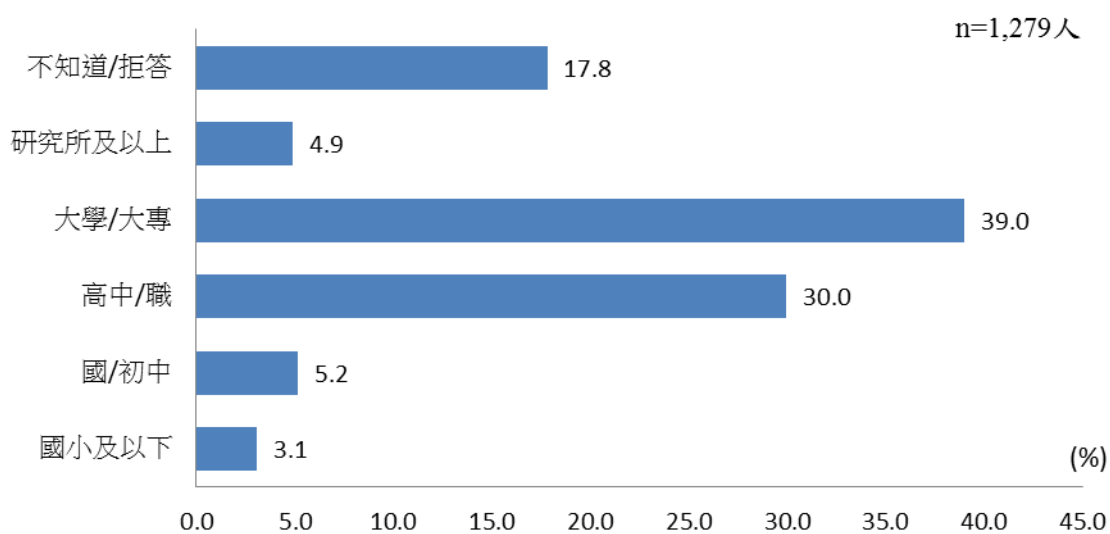


圖 4.4 教育程度統計圖

5.職業

本次調查結果中，「一般上班族」的受訪民眾(18.0%)比例最多；其次依序為「公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士」的受訪民眾(12.6%)、「學生」的受訪民眾(11.9%)、「退休」的受訪民眾(10.7%)及「勞力體力的技術及非技術性人員」的受訪民眾(10.1%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.5 職業統計表

	次數	百分比
勞力體力的技術及非技術性人員	129	10.1
公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士	161	12.6
受僱於私人企業的一般上班族（包括行政、業務、服務等人員）	231	18.0
軍公教	88	6.9
農林漁牧業	64	5.0
學生	152	11.9
無(待)業	119	9.3
退休	137	10.7
家庭管理	86	6.7
其他	9	0.7
不知道/拒答	102	8.0
總計	1279	100.0

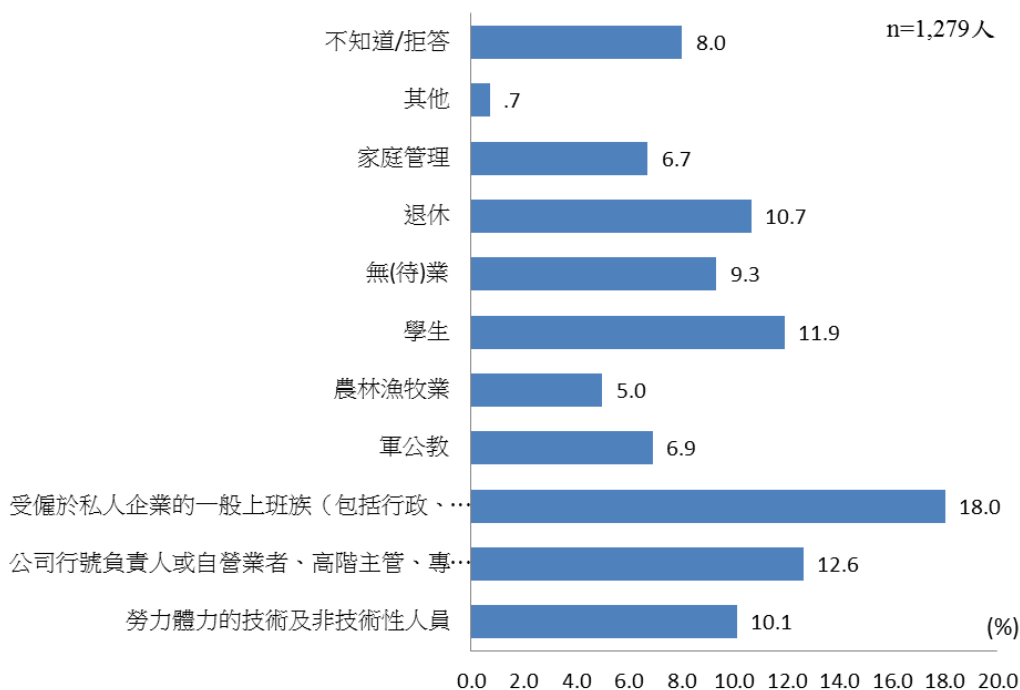


圖 4.5 職業統計圖

6. 月收入

本次調查結果中，「不知道/拒答」受訪民眾(28.6%)比例最多；其次依序為「22,000~35,999 元」的受訪民眾(19.3%)、「未滿 22,000 元」的受訪民眾(18.5%)、「40,000~59,999 元」的受訪民眾(13.4%)及「36,000~39,999 元」的受訪民眾(11.8%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.6 月收入統計表

	次數	百分比
未滿 22,000 元	237	18.5
22,000~35,999 元	247	19.3
36,000~39,999 元	151	11.8
40,000~59,999 元	171	13.4
60,001~79,999 元	59	4.6
80,000~99,999 元	19	1.5
100,000 元(含)以上	30	2.3
不知道/拒答	365	28.6
總計	1279	100.0

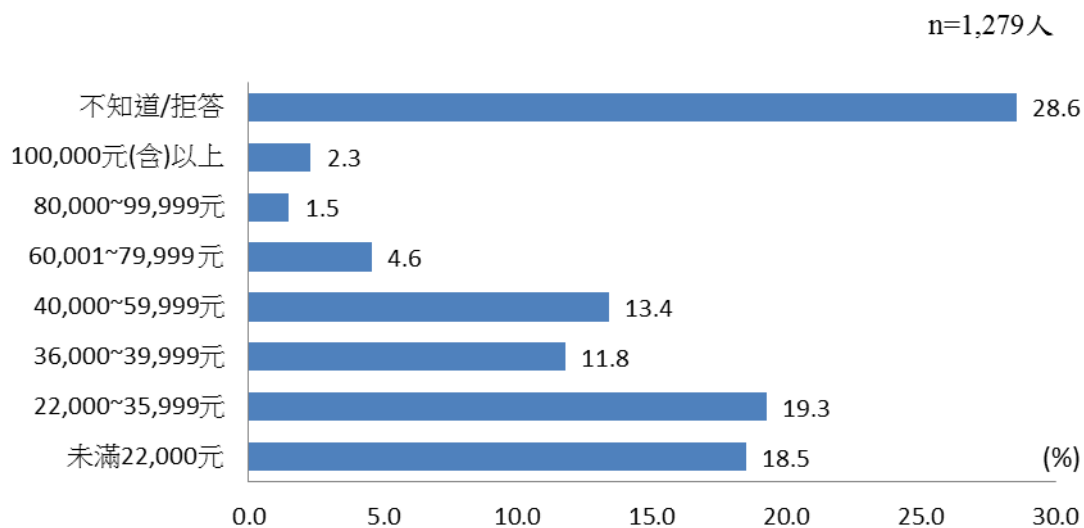


圖 4.6 月收入統計圖

7.網路使用頻率

本次調查結果中，「每天使用」受訪民眾(62.9%)比例最多；其次為「每週至少有一次」的受訪民眾(12.4%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.7 網路使用頻率統計表

	次數	百分比
每天使用	805	62.9
每週至少有一次	159	12.4
每週至少會有多次	85	6.6
每半個月至少有一次	21	1.6
每個月至少有一次	61	4.8
極少使用	47	3.7
沒有使用	16	1.2
其他	0	0.0
不知道/拒答	86	6.7
總計	1279	100.0

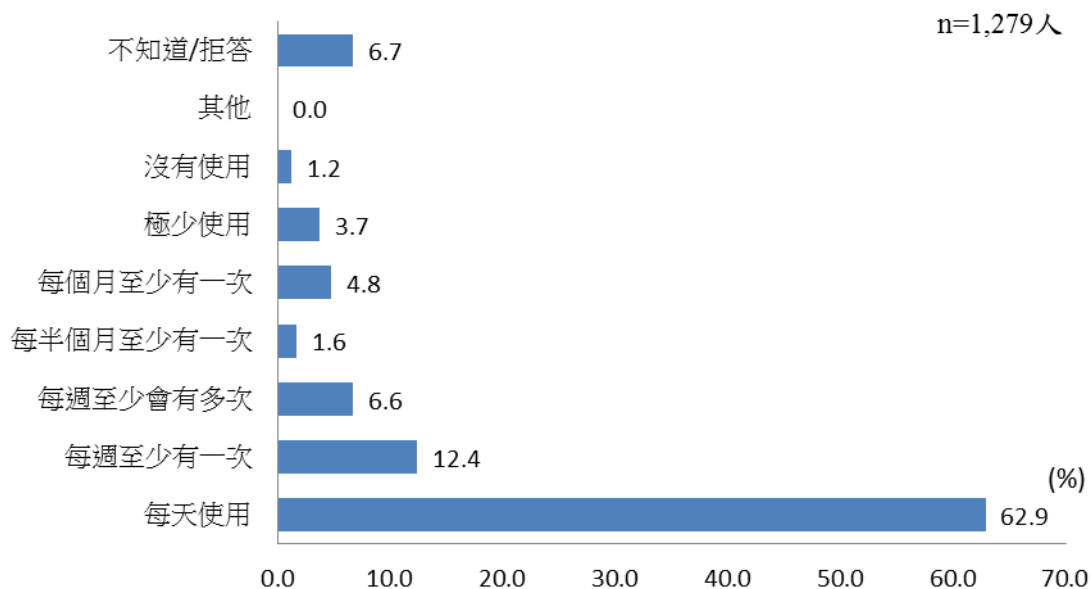


圖 4.7 網路使用頻率統計圖

【交叉分析】

將性別、年齡、教育程度、職業以及居住縣市與網路使用頻率進行交叉分析，發現不同性別的受訪者在網路使用頻率有顯著差異(參照)，年齡、教育程度、職業以及居住縣市皆不適用卡方檢定(有超過 20%的細格之期望值小於 5)，詳請參照第 137 頁(附件二，附表 16)。

性別：「女性」的受訪者每天使用網路之比例(68.1%)高於「男性」的受訪者(57.6%)。

【北中南東及離島、直轄市交叉分析】

另將居住縣市資料進行合併為北中南東及離島、直轄市及非直轄市等，進行卡方檢定均有顯著性，交叉分析結果如下，詳請參照第 155 頁(附件三，附表 16)：

南部地區較其他地區，每天使用網路的受訪者之比例(81.4%)比例最多。

8. 瀏覽購物網站的頻率

本次調查結果中，「極少使用」受訪民眾(22.4%)比例最多；其次為「每週至少有一次」的受訪民眾(21.2%)、「每天使用」的受訪民眾(18.9%)及「每個月至少有一次」的受訪民眾(10.9%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.8 瀏覽購物網站頻率統計表

	次數	百分比
每天使用	242	18.9
每週至少有一次	272	21.2
每週至少會有多次	118	9.3
每半個月至少有一次	93	7.3
每個月至少有一次	139	10.9
極少使用	286	22.4
沒有使用	47	3.7
其他	0	0.0
不知道/拒答	81	6.3
總計	1279	100.0

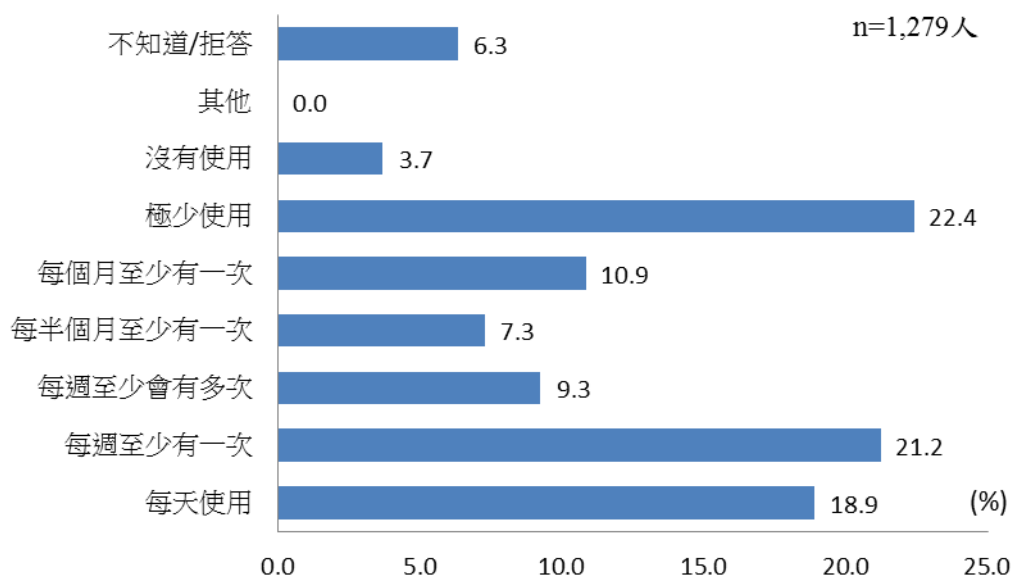


圖 4.8 瀏覽購物網站頻率統計圖

【交叉分析】

將性別、年齡、教育程度、職業以及居住縣市與瀏覽購物網站的頻率進行交叉分析，發現不同性別的受訪者在瀏覽購物網站的頻率上有顯著差異，年齡、教育程度、職業以及居住縣市皆不適用卡方檢定(有超過 20%的細格之期望值小於 5)，詳請參照第 141 頁(附件二，附表 17)。

性別：「女性」的受訪者每天瀏覽購物網站之比例(21.3%)高於「男性」的受訪者(16.5%)。

【北中南東及離島、直轄市交叉分析】

另將居住縣市資料進行合併為北中南東及離島、直轄市及非直轄市等，進行卡方檢定均有顯著性，交叉分析結果如下，詳請參照第 156 頁(附件三，附表 17)：

南部地區較其他地區，每天瀏覽購物網站受訪者之比例(36.9%)最多。

直轄市較非直轄市，每天瀏覽購物網站的受訪者之比例(25.1%)比例最多。

9.家中日用品主要購買者

本次調查結果中，有 42.4% 的受訪民眾為家中日用品主要購買者，有 44.9% 的受訪民眾不是家中日用品主要購買者，「不知道/拒答」的受訪民眾為 12.7%。

表 4.9 日用品主要購買者

	次數	百分比
是	542	42.4
不是	574	44.9
不知道/拒答	163	12.7
總計	1279	100.0

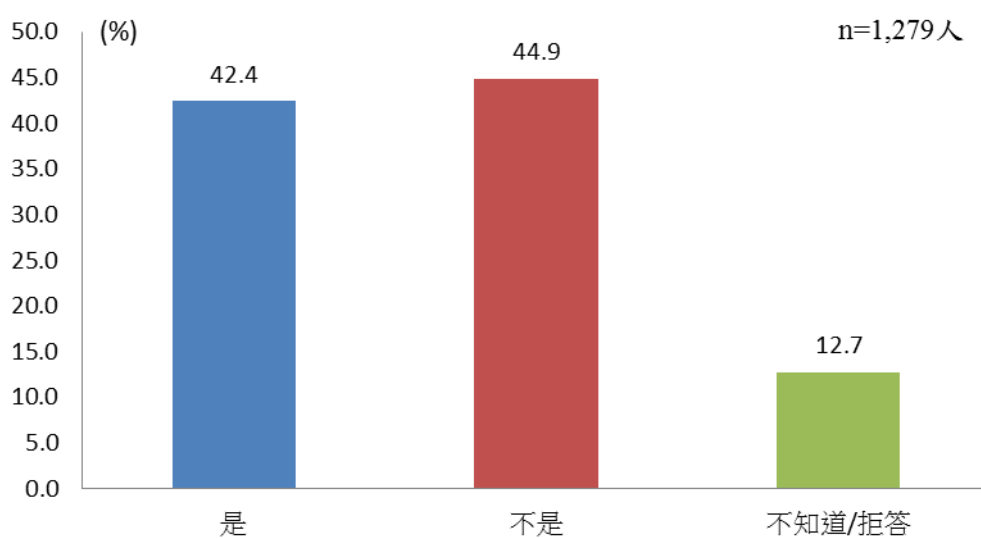


圖 4.9 日用品主要購買者統計圖

【交叉分析】

將性別、年齡、教育程度、職業以及居住縣市與是否為家中日用品主要購買者進行交叉分析，發現不同性別、年齡、教育程度、職業的受訪者在是否為家中日用品主要購買者的回應上有顯著差異，，居住縣市不適用卡方檢定(有超過 20%的細格之期望值小於 5)，詳請參照 145 頁(附件二，附表 18)。

性別：「女性」的受訪者為家中日用品的主要購買者之比例(56.4%)高於「男性」的受訪者(28.1%)。

年齡：「40-49 歲」的受訪者為家中日用品的主要購買者之比例(68.9%)高於其他年齡層的受訪者。

教育程度：學歷為「高中/職」的受訪者為家中日用品的主要購買者之比例(53.8%)高於其他學歷的受訪者。

職業：職業為「家庭管理」的受訪者為家中日用品的主要購買者之比例(85.9%)高於其他職業的受訪者。

【北中南東及離島、直轄市交叉分析】

另將居住縣市資料進行合併為北中南東及離島、直轄市及非直轄市等，進行卡方檢定均有顯著性，交叉分析結果如下，詳請參照第 156 頁(附件三，附表 18)：

南部地區較其他地區，為家中日用品的主要購買者之比例(58.1%)最多。

直轄市較非直轄市，為家中日用品的主要購買者之比例(58.0%)比例最多。

10. 是否有網路購買商品或服務經驗

本次調查結果中，民眾皆「有」網路購買商品或服務經驗(100.0%)。

表 4.10 是否有網購經驗

	次數	百分比
有	1279	100.0
無	0	0.0
不知道/拒答	0	0.0
總計	1279	100.0

二、網路購物消費意識及消費行為

1. 請問您曾經透過哪些管道進行網路購物？

本次調查結果中，以「購物網站」受訪民眾(58.7%)比例最多；其次依序為「網路社群」的受訪民眾(35.8%)、「APP」的受訪民眾(31.5%)、「不知道/拒答」的受訪民眾(12.7%)及「其他」的受訪民眾(5.2%)。

表 4.11 網路購物管道統計表

	次數	百分比
購物網站	751	58.7
網路社群	458	35.8
APP	403	31.5
不知道/拒答	163	12.7
其他	66	5.2
總計	1843	144.1

註：本題為複選題，百分比總和大於或等於 100.0%，特此說明。

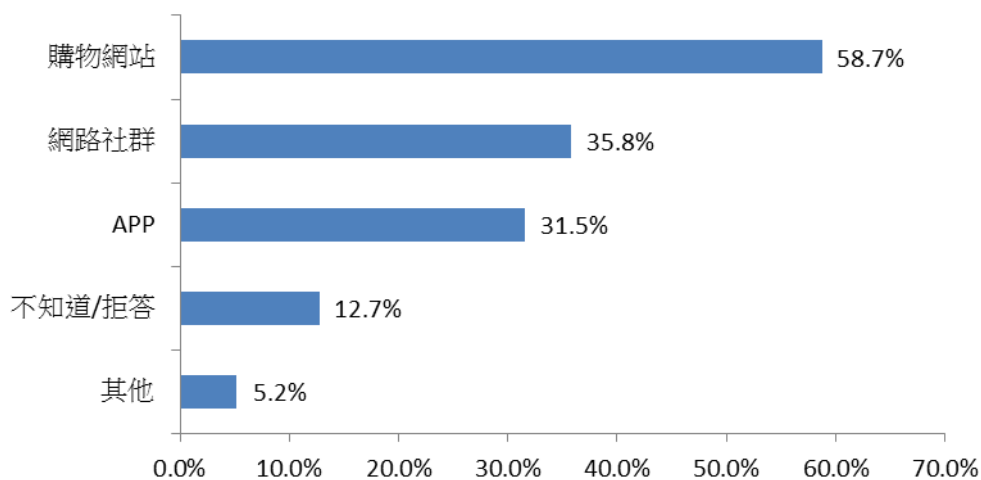


圖 4.10 網路購物管道統計圖

【交叉分析】

此題為複選題，因此不進行交叉分析。

2. 請問您每月進行網路購物的頻率為何(包含產品及服務)?

本次調查結果中，「1-2 次」受訪民眾(38.9%)比例最多；其次依序為「低於 1 次」的受訪民眾(31.5%)及「3-5 次」的受訪民眾(17.2%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.12 每月網路購物頻率表

	次數	百分比
低於 1 次	403	31.5
1-2 次	498	38.9
3-5 次	220	17.2
6~10 次	46	3.6
11 次以上	36	2.8
不知道/拒答	76	5.9
總計	1279	100.0

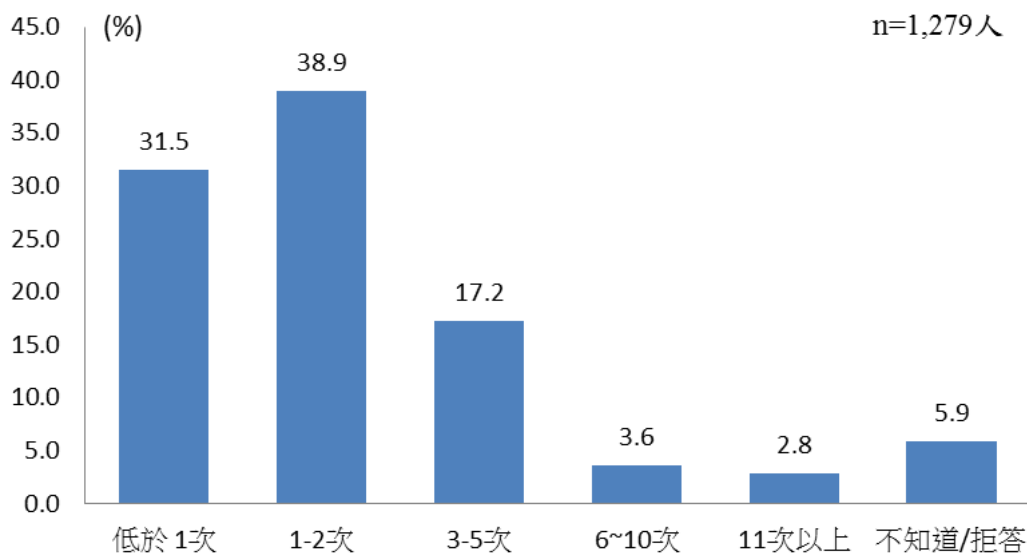


圖 4.11 每月網路購物頻率統計圖

【交叉分析】

將性別、年齡、教育程度、職業以及居住縣市與每月進行網路購物頻率進行交叉分析，發現不同性別的受訪者在每月進行網路購物的頻率上沒有顯著差異，年齡、教育程度、職業、居住縣市不適用卡方檢定(有超過 20%的細格之期望值小於 5)，詳請參照第 105 頁(附件二，附表 1)。

【北中南東及離島、直轄市交叉分析】

另將居住縣市資料進行合併為北中南東及離島、直轄市及非直轄市等，進行卡方檢定均有顯著性，交叉分析結果如下，詳請參照第 148 頁(附件三，附表 1)：

北部地區較其他地區，每月進行網路購物的頻率「1-2 次」受訪民眾(47.5%)比例最多。

直轄市較非直轄市，每月進行網路購物的頻率「1-2 次」受訪民眾(47.4%)比例最多。

3. 請問您最近一年網路購物總金額約為多少？

本次調查結果中，最近一年網路購物總金額以「1,000-3,999 元」受訪民眾(32.6%)比例最多；其次依序為「999 元以下」的受訪民眾(31.7%)及「4,000-6,999 元以下」的受訪民眾(15.2%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.13 最近一年網路購物總金額

	次數	百分比
999 元以下	405	31.7
1,000-3,999 元	417	32.6
4,000-6,999 元	194	15.2
7,000-9,999 元	66	5.1
10,000-19,999 元	78	6.1
20,000-29,999 元	62	4.9
30,000-39,999 元	13	1.0
40,000-49,999 元	8	0.6
50,000 元以上	36	2.8
不知道/拒答	0	0.0
總計	1279	100.0

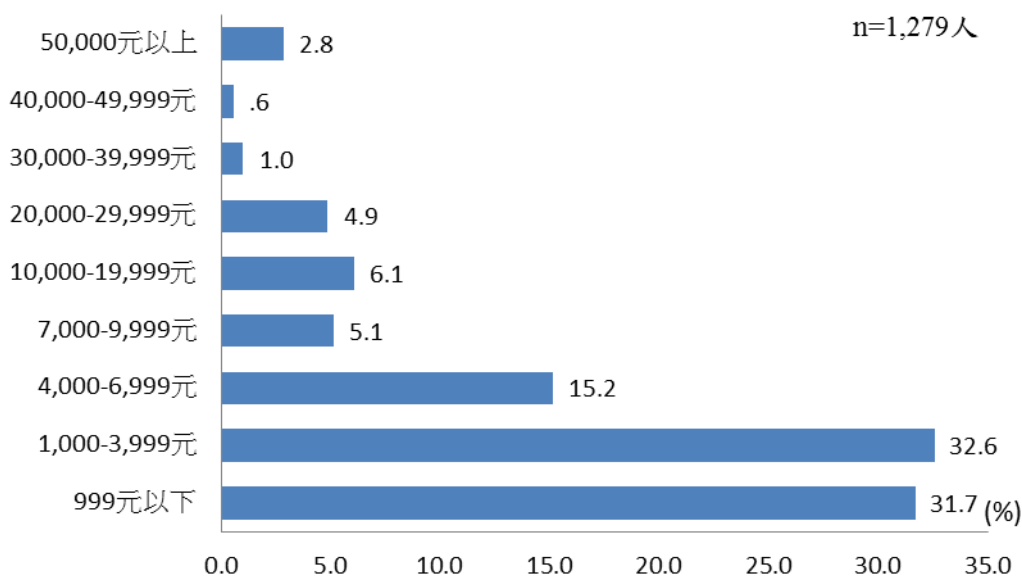


圖 4.12 最近一年網路購物總金額統計圖

【交叉分析】

將性別、年齡、教育程度、職業以及居住縣市與近一年網路購物總金額進行交叉分析，性別、年齡教育程度、職業、居住縣市不適用卡方檢定(有超過 20%的細格之期望值小於 5)，詳請參照第 107 頁(附件二，附表 2)。

【北中南東及離島、直轄市交叉分析】

另將居住縣市資料進行合併為北中南東及離島、直轄市及非直轄市等，進行卡方檢定顯著性交叉分析結果如下，詳請參照第 148 頁(附件三，附表 2)：直轄市較非直轄市，最近一年網路購物總金額以「1,000-3,999 元」受訪民眾(33.3%)比例最多。

4. 請問您在國內網路社群、網站或 APP 購買的商品或服務有哪些種類？

本次調查結果中，網路購物總類以購買「居家生活/雜貨」受訪民眾(31.6%)比例最多；其次依序為「3C 產品」的受訪民眾(28.3%)、「食品/南北貨」(24.2%)、「美容美妝品」(20.6%)、「服飾/珠寶/精品配件」(20.5%)、「訂票服務(交通、活動等票券)」(19.2%)及「書籍雜誌」(16.8%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.14 網路購物總類統計表

	次數	百分比
居家生活/雜貨	404	31.6
3C 產品	362	28.3
食品/南北貨	310	24.2
美容美妝品	263	20.6
服飾/珠寶/精品配件	262	20.5
訂票服務(交通、活動等票券)	246	19.2
書籍雜誌	215	16.8
旅遊服務	108	8.5
數位內容商品(如：點數、寶物等)	101	7.9
影音商品	97	7.6
軟體服務	69	5.4
不知道/拒答	57	4.5
投資理財	46	3.6
總計	2542	198.8

註：本題為複選題，百分比總和大於或等於 100.0%，特此說明。

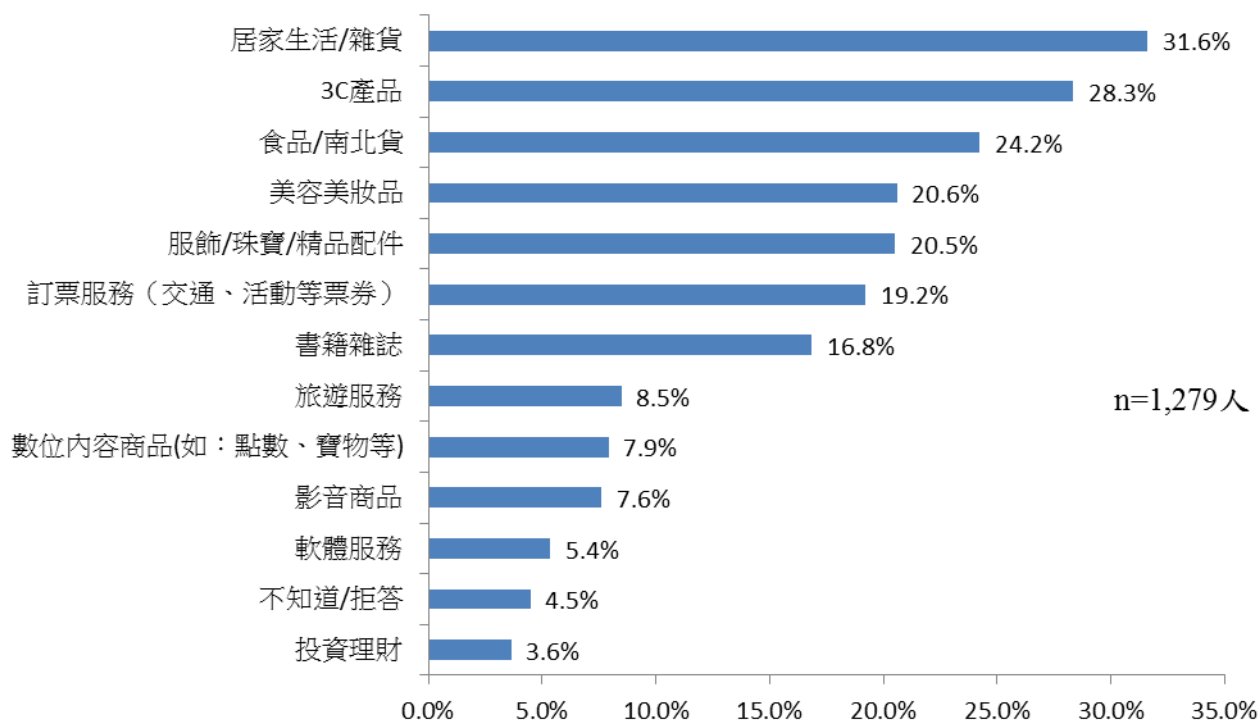


圖 4.13 網路購物總類統計圖

【交叉分析】

此題為複選題，因此不進行交叉分析。

5. 請問您最常用何種裝置或設備進行網路購物?

本次調查結果中，以「手機」受訪民眾(62.5%)比例最多；其次依序為「桌上型電腦」的受訪民眾(12.8%)及「筆記型電腦」的受訪民眾(12.4%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.15 最常使用何種裝置或設備進行網路購物

	次數	百分比
桌上型電腦	163	12.8
筆記型電腦	159	12.4
手機	800	62.5
平板	89	7.0
不知道/拒答	68	5.3
總計	1279	100.0

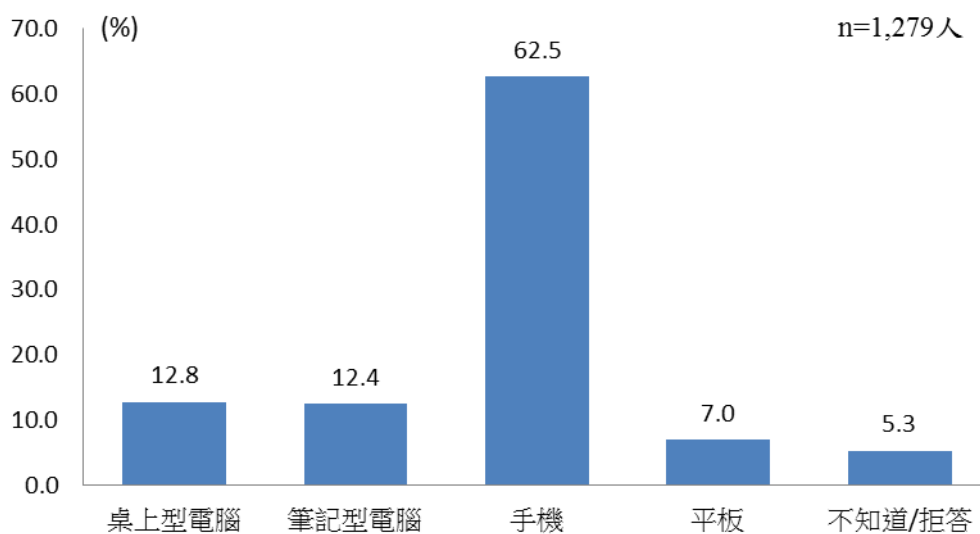


圖 4.14 最常使用何種裝置或設備進行網路購物

【交叉分析】

將性別、年齡、教育程度、職業以及居住縣市與最常使用哪種裝置或設備進行網路購物進行交叉分析，發現不同性別、年齡的受訪者在網路購物時所使用的裝置上有顯著差異，教育程度、職業、居住縣市不適用卡方檢定(有超過 20%的細格之期望值小於 5)，詳請參照第 111 頁(附件二，附表 3)。

性別：「女性」的受訪者使用手機進行網路購物之比例(67.4%)高於「男性」的受訪者(57.5%)。

年齡：「60-64 歲」的受訪者使用手機進行網路購物之比例(72.7%)高於其他年齡層的受訪者。

【北中南東及離島、直轄市交叉分析】

另將居住縣市資料進行合併為北中南東及離島、直轄市及非直轄市等，進行卡方檢定顯著性交叉分析結果如下，詳請參照第 149 頁(附件三，附表 3)：

東部及離島地區較其他地區，使用手機進行網路購物受訪民眾(72.1%)比例最多。

6. 請問您最常使用的網路購物支付方式為何？

本次調查結果中，以「超商付款/貨到付款」受訪民眾(42.8%)比例最多；其次依序為「刷信用卡」的受訪民眾(27.4%)及「不知道/拒答」的受訪民眾(15.7%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.16 最常使用網路購物支付方式

	次數	百分比
刷信用卡	351	27.4
超商付款/貨到付款	547	42.8
ATM/銀行匯款	77	6.0
第三方支付(支付寶/街口支付)	79	6.2
行動支付(Google pay/Apple pay)	24	1.9
其他	0	0.0
不知道/拒答	201	15.7
總計	1279	100.0

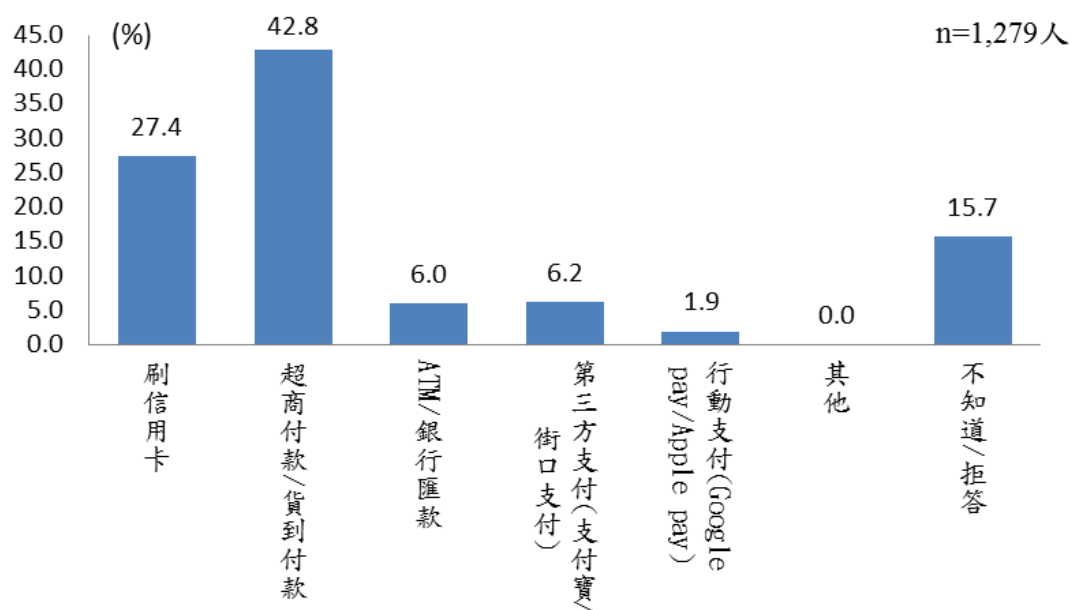


圖 4.15 最常使用網路購物支付方式

【交叉分析】

將性別、年齡、教育程度、職業以及居住縣市與最常使用的支付方式進行交叉分析，發現不同性別的受訪者在網路購物時所使用的支付方式上有顯著差異，年齡、教育程度、職業、居住縣市不適用卡方檢定(有超過 20%的細格之期望值小於 5)，詳請參照第 113 頁(附件二，附表 4)。

性別：「男性」的受訪者使用超商付款/貨到付款進行支付之比例(45.6%)

高於「女性」的受訪者(40.1%)。

【北中南東及離島、直轄市交叉分析】

另將居住縣市資料進行合併為北中南東及離島、直轄市及非直轄市等，進行卡方檢定顯著性交叉分析結果如下，詳請參照第 149 頁(附件三，附表 4)：

非直轄市較直轄市，使用超商付款/貨到付款進行支付之比例受訪民眾(44.7%)比例最多；直轄市則為(44.4%)。

7. 請問您在進行網路購物前，會比較不同商家或蒐集您所想要購買的商品或服務的相關資訊嗎？

本次調查結果中，以「有時會」受訪民眾(37.3%)比例最多；其次依序為「總是會」的受訪民眾(33.0%)及「很少會」的受訪民眾(16.1%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.17 網路購物前會蒐集商品或服務的相關資訊

	次數	百分比
總是會	422	33.0
有時會	477	37.3
很少會	206	16.1
完全不會	119	9.3
不知道/拒答	56	4.4
總計	1279	100.0

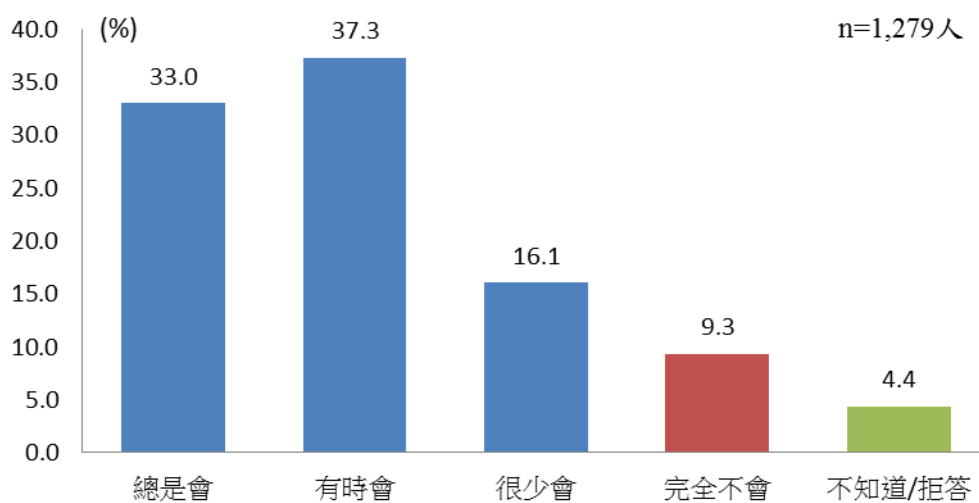


圖 4.16 網路購物前會蒐集商品或服務的相關資訊

【交叉分析】

將性別、年齡、教育程度、職業以及居住縣市與網路購物前是否會比較不同資訊進行交叉分析，發現不同性別、年齡、教育程度的受訪者在網路購物錢是否會比較不同資訊上有顯著差異，職業、居住縣市不適用卡方檢定(有超過 20%的細格之期望值小於 5)，詳請參照第 115 頁(附件二，附表 5)。

性別：「男性」的受訪者在網路購物前總是會比較不同資訊之比例(34.8%)高於「女性」的受訪者(31.2%)。

年齡：「30-39 歲」的受訪者在網路購物前總是會比較不同資訊之比例(45.5%)高於其他年齡層的受訪者。

教育程度：「研究所及以上」的受訪者在網路購物前總是會比較不同資訊之比例(68.4%)高於其他學歷的受訪者。

【北中南東及離島、直轄市交叉分析】

另將居住縣市資料進行合併為北中南東及離島、直轄市及非直轄市等，進行卡方檢定均有顯著性，交叉分析結果如下，詳請參照第 150 頁(附件三，附表 5)：

南部地區較其他地區，在網路購物前總是會比較不同資訊受訪民眾(46.8%)比例最多。

非直轄市較直轄市，在網路購物前總是會比較不同資訊受訪民眾(39.8%)比例最多。

8.請問您在選擇進行網路購物時，通常會關心哪些資訊？

本次調查結果中，以「賣家的評價資訊」受訪民眾(49.0%)比例最多；其次依序為「商品相關資訊(如有無瑕疵、新舊、尺寸、價格等)」的受訪民眾(40.5%)、「付款及運費負擔方式」(39.6%)、「有無七日鑑賞期(猶豫期間)相關資訊」(35.1%)、「賣家的名稱、聯絡資訊」(25.1%)、「網路購物消費申訴的受理方式」(22.2%)、「不知道/拒答」(10.4%)。

表 4.18 網路購物時關心的資訊統計表

	次數	百分比
賣家的評價資訊	627	49.0
商品相關資訊(如有無瑕疵、新舊、尺寸、價格等)	517	40.5
付款及運費負擔方式	506	39.6
有無七日鑑賞期(猶豫期間)相關資訊	450	35.1
賣家的名稱、聯絡資訊	321	25.1
網路購物消費申訴的受理方式	284	22.2
不知道/拒答	133	10.4
總計	2838	221.9

註：本題為複選題，百分比總和大於或等於 100.0%，特此說明。

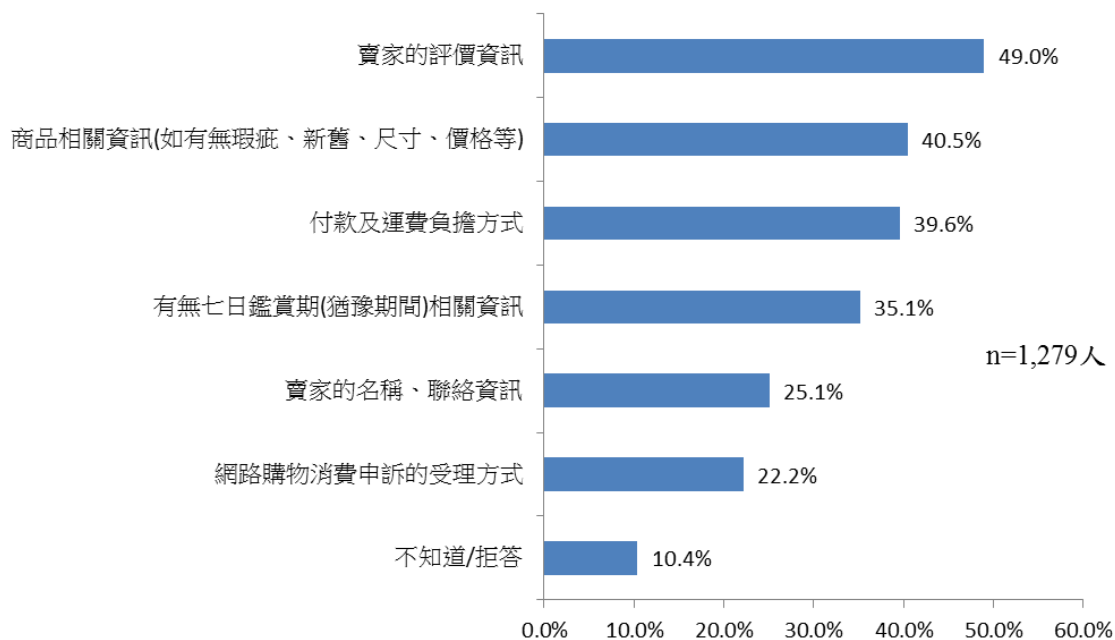


圖 4.17 網路購物時關心的資訊統計圖

【交叉分析】

此題為複選題，因此不進行交叉分析。

9. 整體來說，請問您在網路上購買的商品或服務是否符合您的期望？

本次調查結果中，有 79.5% 的受訪民眾持正面評價，而有 14.5% 的受訪民眾持負面評價，另有 6.0% 的受訪民眾表示不知道/拒答。

表 4.19 網路購買的產品或服務是否符合您的期望統計表

	次數	百分比	正面/負面評價
完全符合	193	15.1	79.5
還算符合	824	64.4	
不太符合	116	9.0	14.5
非常不符合	70	5.5	
不知道/拒答	77	6.0	6.0
總計	1279	100.0	100.0

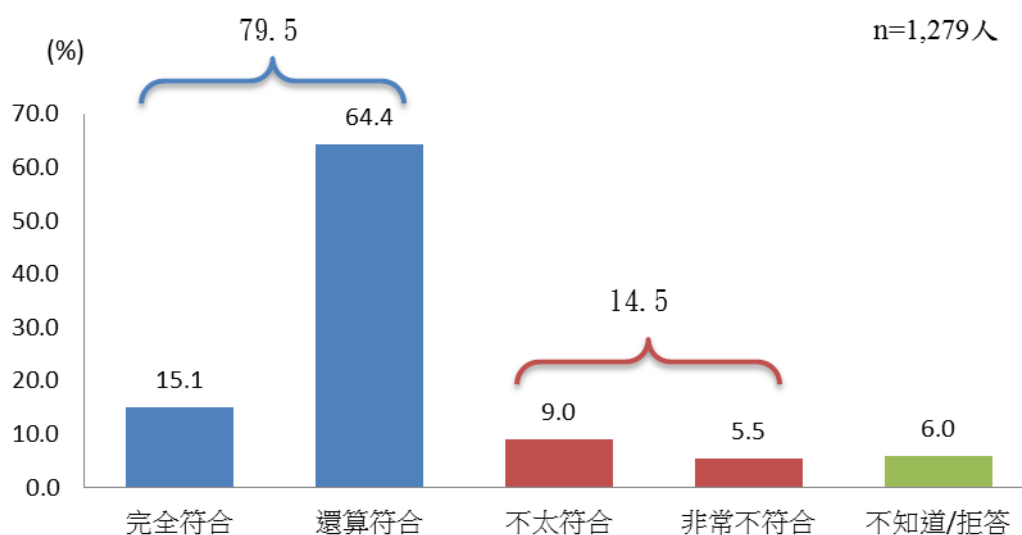


圖 4.18 網路購買的產品或服務是否符合您的期望統計圖

【交叉分析】

將性別、年齡、教育程度、職業以及居住縣市與網路購買的商品或服務是否符合期望進行交叉分析，發現不同性別、年齡、教育程度的受訪者在網路購買的商品或服務是否符合期望上有顯著差異，職業、居住縣市不適用卡方檢定(有超過 20%的細格之期望值小於 5)，詳請參照第 117 頁(附件二，附表 6)。

性別：「男性」的受訪者對網路購買的商品或服務持正向期望之比例(79.9%)高於「女性」的受訪者(79.1%)。

年齡：「13-19 歲」的受訪者對網路購買的商品或服務持正向期望之比例(91.4%)高於其他年齡層的受訪者。

教育程度：「大學/大專」的受訪者對網路購買的商品或服務持正向期望之比例(89.7%)高於其他學歷的受訪者。

【北中南東及離島、直轄市交叉分析】

另將居住縣市資料進行合併為北中南東及離島、直轄市及非直轄市等，進行卡方檢定顯著性交叉分析結果如下，詳請參照第 150 頁(附件三，附表 6)：

南部地區較其他地區，對網路購買的商品或服務持正向期望受訪民眾(89.6%)比例最多。

10. 請問會讓您選擇進行網路購物的因素有？

本次調查結果中，以「方便性較高」受訪民眾(41.9%)比例最多；其次依序為「售價較便宜(優惠活動多)」的受訪民眾(41.6%)、「取/送貨速度快/方便性」(36.1%)、「親友推薦」(21.0%)、「付款多元化」(19.0%)、「商品獨特性/實體買不到」(17.3%)及「商品資訊較完善」(15.9%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.20 選擇網路購物因素統計表

	次數	百分比
方便性較高	536	41.9
售價較便宜(優惠活動多)	533	41.6
取/送貨速度快/方便性	462	36.1
親友推薦	269	21.0
付款多元化	243	19.0
商品獨特性/實體買不到	221	17.3
商品資訊較完善	203	15.9
不知道/拒答	64	5.0
其他	4	0.3
總計	2535	198.2

註：本題為複選題，百分比總和大於或等於 100.0%，特此說明。

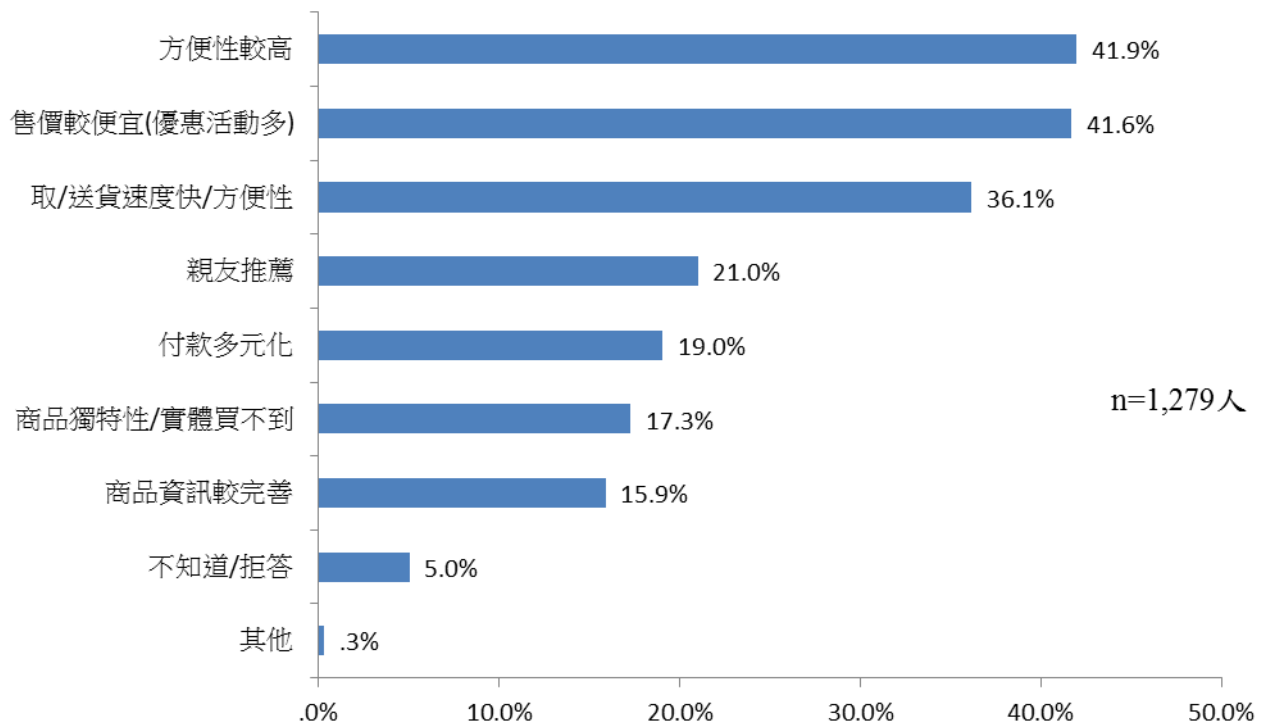


圖 4.19 選擇網路購物因素統計圖

【交叉分析】

此題為複選題，因此不進行交叉分析。

11. 請問您覺得網路購物的缺點有哪些？

本次調查結果中，以「無法親自檢視商品」受訪民眾(54.5%)比例最多；其次依序為「擔心個人資料外洩、詐騙」的受訪民眾(30.3%)、「退換貨流程複雜」(27.4%)、「商品品質參差不齊」(27.2%)、「消費爭議不易處理」(23.1%)、「缺少售後服務」(17.2%)、「交易不夠安全」(16.1%)、「購物過程太複雜」(10.5%)及「廠商資訊不足」(10.1%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.21 網路購物缺點統計表

	次數	百分比
無法親自檢視商品	698	54.5
擔心個人資料外洩、詐騙	387	30.3
退換貨流程複雜	351	27.4
商品品質參差不齊	348	27.2
消費爭議不易處理	295	23.1
缺少售後服務	220	17.2
交易不夠安全	206	16.1
購物過程太複雜	134	10.5
廠商資訊不足	129	10.1
不知道/拒答	107	8.4
其他	5	0.4
總計	2880	225.2

註：本題為複選題，百分比總和大於或等於 100.0%，特此說明。

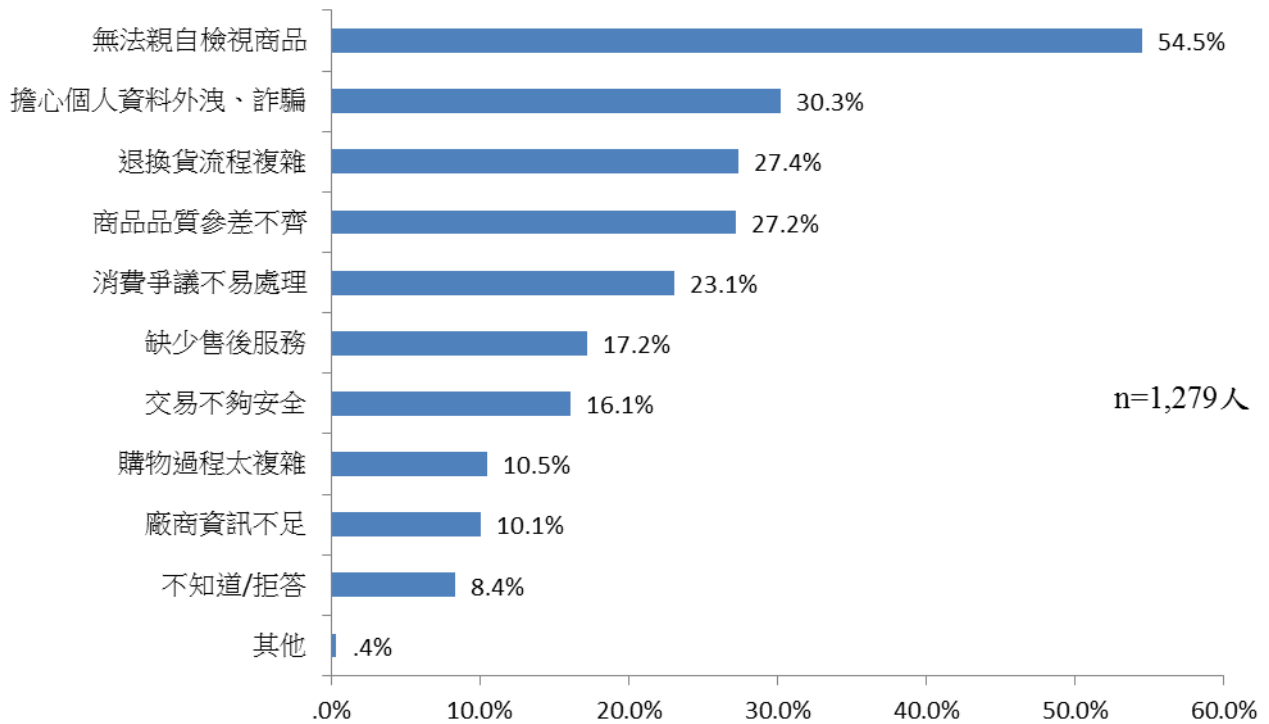


圖 4.20 網路購物缺點統計圖

【交叉分析】

此題為複選題，因此不進行交叉分析。

三、網路交易定型化契約方面

1. 請問您知不知道主管機關訂有各種網路交易定型化契約及應記載及不得記載事項，規範所訂契約內容？

本次調查結果中，有 45.8% 的受訪者對於網路交易定型化契約及應記載及不得記載事項，規範所訂契約內容表示不清楚；有 32.7% 的受訪民眾表示有印象，但十分不清楚；有 12.7% 的受訪民眾表示還算清楚；另有 8.8% 的受訪民眾表示拒答。

表 4.22 是否知道網路交易定型化契約及應記載及不得記載事項，規範所訂契約內容之統計表

	次數	百分比
不清楚	586	45.8
有印象，但不十分清楚	418	32.7
還算清楚	162	12.7
拒答	113	8.8
總計	1279	100.0

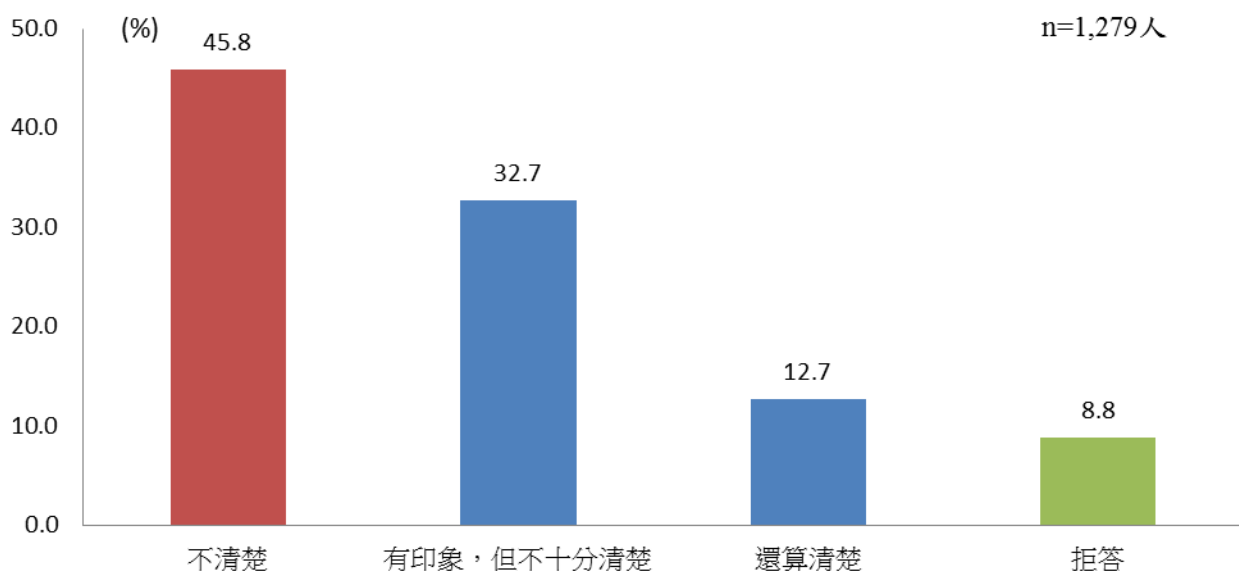


圖 4.21 是否知道網路交易定型化契約及應記載及不得記載事項，規範所訂契約內容統計圖

【交叉分析】

將性別、年齡、教育程度、職業以及居住縣市與知不知道網路交易定型化契約內容進行交叉分析，發現不同性別、年齡、教育程度的受訪者在知不知道網路交易定型化契約內容上有顯著差異，職業、居住縣市不適用卡方檢定(有超過 20%的細格之期望值小於 5)，詳請參照第 119 頁(附件二，附表 7)。

性別：「女性」的受訪者不清楚網路交易定型化契約內容之比例(49.2%)

高於「男性」的受訪者(42.3%)。

年齡：「60-64 歲」的受訪者不清楚網路交易定型化契約內容之比例(53.9%)

高於其他年齡層的受訪者。

教育程度：「國小及以下」的受訪者不清楚網路交易定型化契約內容之比

例(65.8%)高於其他學歷的受訪者。

【北中南東及離島、直轄市交叉分析】

另將居住縣市資料進行合併為北中南東及離島、直轄市及非直轄市等，進行卡方檢定顯著性交叉分析結果如下，詳請參照第 151 頁(附件三，附表 7)：

中部地區較其他地區，不清楚網路交易定型化契約內容受訪民眾(60.7%)比例最多。

2. 請問您知不知道當您進行網路購物而發生糾紛的時候，可以使用主管機關所制定的定型化契約及應記載及不得記載事項，來主張您的權利？

本次調查結果中，有 47.7% 受訪者對於網路購物有糾紛時，可以使用定型化契約及應記載及不得記載事項，來主張您的權利表示不清楚；有 31.9% 的受訪民眾表示有印象，但不十分清楚；有 14.1% 的受訪民眾表示還算清楚；另有 6.2% 的受訪民眾表示拒答。

表 4.23 是否知道有網路購物糾紛時，可以使用定型化契約來主張您的權利之統計表

	次數	百分比
不清楚	611	47.7
有印象，但不十分清楚	408	31.9
還算清楚	181	14.1
拒答	79	6.2
總計	1279	100.0

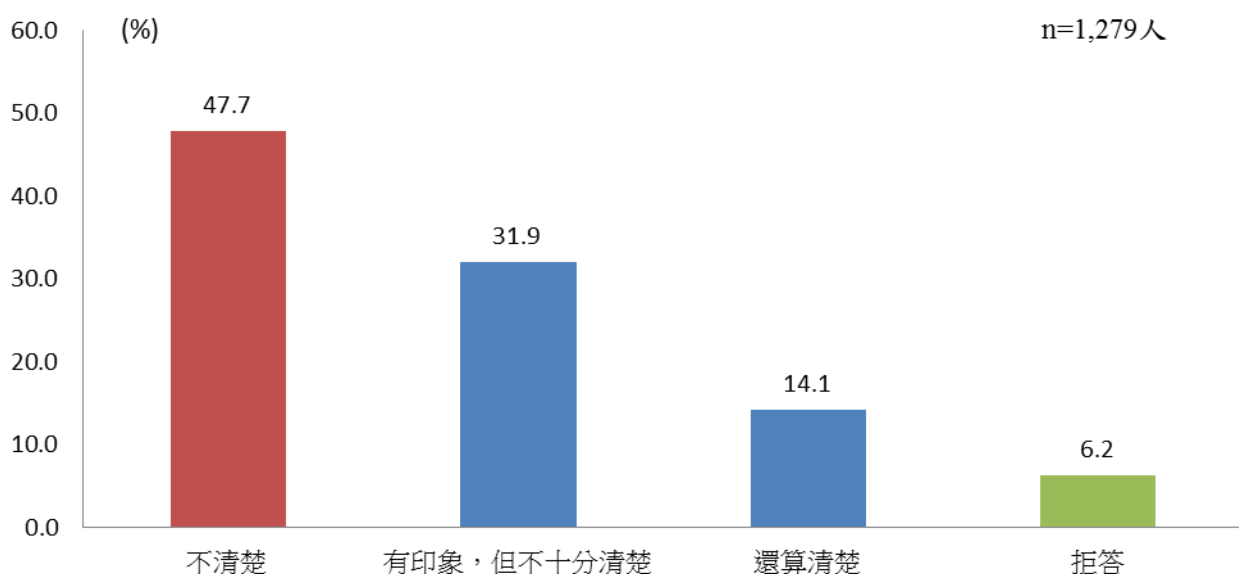


圖 4.22 是否知道有網路購物糾紛時，可以使用定型化契約來主張您的權利之統計圖

【交叉分析】

將性別、年齡、教育程度、職業以及居住縣市與知不知道發生網路購物糾紛時，可使用網路交易定型化契約來主張自身權利進行交叉分析，發現不同性別、年齡、教育程度的受訪者在知不知道發生網路購物糾紛時，可使用網路交易定型化契約來主張自身權利上有顯著差異，職業、居住縣市不適用卡方檢定(有超過 20%的細格之期望值小於 5)，詳請參照第 121 頁(附件二，附表 8)。

性別：「女性」的受訪者不清楚發生網路購物糾紛時，可使用網路交易定型化契約來主張自身權利之比例(49.2%)高於「男性」的受訪者(46.3%)。

年齡：「60-64 歲」的受訪者不清楚發生網路購物糾紛時，可使用網路交易定型化契約來主張自身權利之比例(55.9%)高於其他年齡層的受訪者。

教育程度：「國小及以下」的受訪者不清楚發生網路購物糾紛時，可使用網路交易定型化契約來主張自身權利之比例(77.9%)高於其他學歷的受訪者。

【北中南東及離島、直轄市交叉分析】

另將居住縣市資料進行合併為北中南東及離島、直轄市及非直轄市等，進行卡方檢定顯著性交叉分析結果如下，詳請參照第 151 頁(附件三，附表 8)：

中部地區較其他地區，不清楚發生網路購物糾紛時，可使用網路交易定型化契約來主張自身權利受訪民眾(61.9%)比例最多。

四、消費爭議及跨境消費

1. 請問您在網路購物時是否有發生過消費糾紛？

本次調查結果中，有 15.9% 的受訪者表示有發生消費糾紛，有 84.1% 的受訪者表示沒有發生消費糾紛。

表 4.24 網路購物是否有發生消費糾紛統計表

	次數	百分比
是	204	15.9
否	1075	84.1
總計	1279	100.0

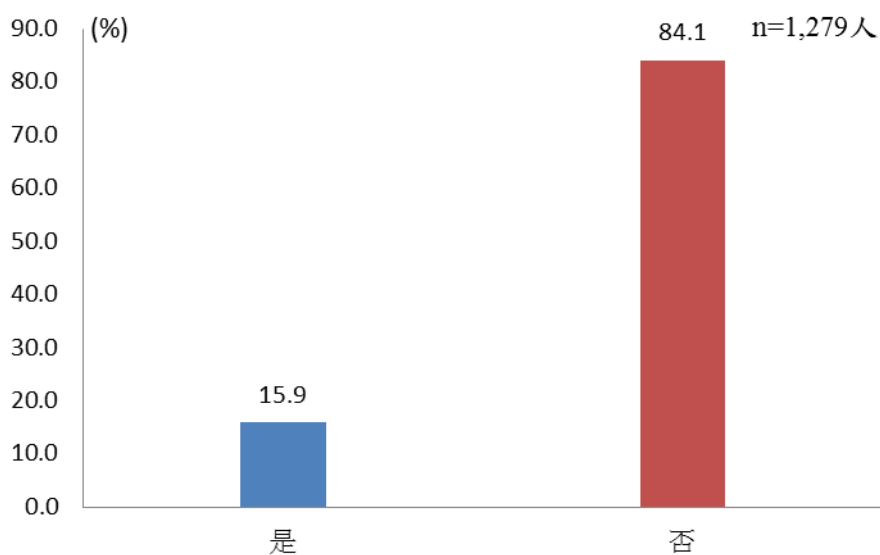


圖 4.23 網路購物是否有發生消費糾紛統計圖

【交叉分析】

將性別、年齡、教育程度、職業以及居住縣市與是否發生網路購物糾紛進行交叉分析，發現不同性別的受訪者在是否發生過網路購物糾紛上沒有顯著差異，年齡、教育程度、職業的受訪者在是否發生過網路購物糾紛上有顯著差異，居住縣市不適用卡方檢定(有超過 20%的細格之期望值小於 5)，詳請參照第 123 頁(附件二，附表 9)。

年齡：「60-64 歲」的受訪者發生過網路購物糾紛之比例(25.9%)高於其他年齡層的受訪者。

教育程度：「高中/職」的受訪者發生過網路購物糾紛之比例(22.6%)高於其他學歷的受訪者。

職業：「軍公教」的受訪者發生過網路購物糾紛之比例(33.8%)高於其他職業的受訪者。

【北中南東及離島、直轄市交叉分析】

另將居住縣市資料進行合併為北中南東及離島、直轄市及非直轄市等，進行卡方檢定顯著性，皆無達到顯著差異，詳請參照第 152 頁(附件三，附表 9)。

2. 請問您在國內網路社群、網站或 APP 網路購物時發生過糾紛的原因？

本次調查結果中，大多數受訪者對於在網路購物發生糾紛原因以「價格問題(標錯價、運費認定等)」(41.8%)，其次依序為「商品不符(商品種類、商品品牌)」(40.3%)、「無法退、換貨」(27.7%)「商品品質不良」(26.0%)及「交貨或服務時間問題(延遲交貨)」(13.3%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.25 國內網路購物發生糾紛原因統計表

	次數	百分比
價格問題(標錯價、運費認定等)	85	41.8
商品不符(商品種類、商品品牌)	82	40.3
無法退、換貨	56	27.7
商品品質不良	53	26.0
交貨或服務時間問題(延遲交貨)	27	13.3
未收到商品商家惡意倒閉或失去連絡	10	4.8
信用卡被盜刷	9	4.4
個人資料外洩	9	4.2
加收未約定之費用(如手續費、刷卡費及運費等)	4	2.0
不知道/拒答	3	1.5
總計	338	165.9

註：本題為複選題，百分比總和大於或等於 100.0%，特此說明。

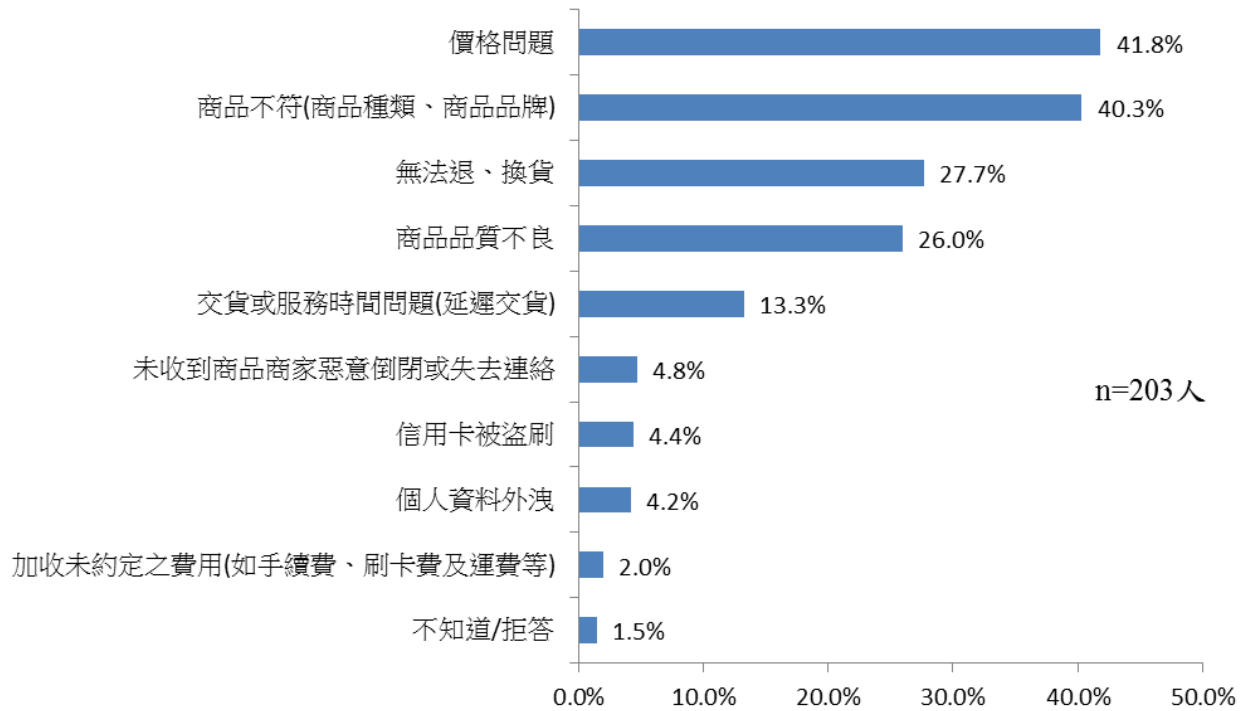


圖 4.24.國內網路購物發生糾紛原因統計圖

【交叉分析】

此題為複選題，因此不進行交叉分析。

3. 請問您如何處理上述糾紛或問題？

本次調查結果中，大多數受訪者對於在處理紛爭或問題時，偏向以「向商家或賣方投訴」(36.1%)，其次依序為「沒有處理(算了)」(35.7%)及「向消費者保護團體申訴」(24.0%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.26 如何處理紛爭統計表

	次數	百分比
向商家或賣方投訴	74	36.1
沒有處理(算了)	73	35.7
向消費者保護團體申訴	49	24.0
向檢警單位報案	19	9.1
向媒體投書	18	8.8
向政府部門申訴	13	6.3
拒答	12	6.0
提出訴訟	10	4.9
向民意代表申訴	6	2.8
總計	274	133.7

註：本題為複選題，百分比總和大於或等於 100.0%，特此說明。

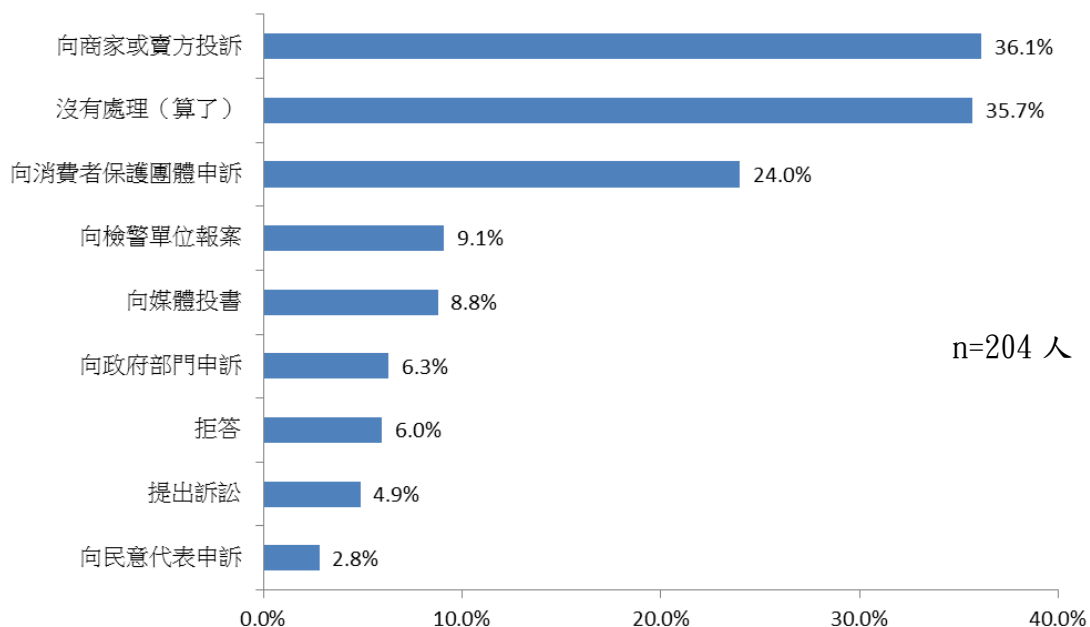


圖 4.25 如何處理紛爭統計圖

【交叉分析】

此題為複選題，因此不進行交叉分析。

4.請問您未處理網路購物消費糾紛的原因為何？

本次調查結果中，大多數受訪者對於未處理網路購物紛爭的原因為「息事寧人(自認倒楣)」(37.6%)，其次依序為「金額不大」(27.0%)、「不知道如何申訴」(23.8%)、「申訴程序太繁複或麻煩」(20.9%)及「不想讓別人知道」(19.5%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.27 未處理網路購物消費紛爭的原因統計表

	次數	有效的百分比
息事寧人(自認倒楣)	16	37.6
金額不大	11	27.0
不知道如何申訴	10	23.8
申訴程序太繁複或麻煩	9	20.9
不想讓別人知道	8	19.5
申訴無效	3	8.2
不知道/拒答	2	5.4
總計	59	142.4

註：本題為複選題，百分比總和大於或等於 100.0%，特此說明。

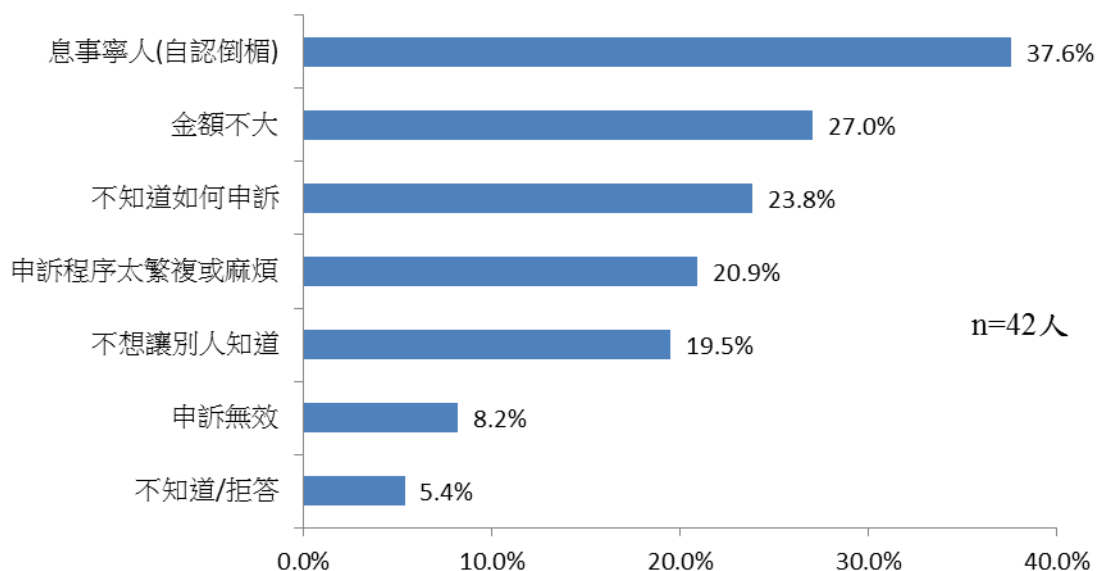


圖 4.26 未處理網路購物消費紛爭的原因統計圖

【交叉分析】

此題為複選題，因此不進行交叉分析。

5. 請問您曾經透過哪些管道進行網路跨境購物(如在國外網站購物:如淘寶網等)?

本次調查結果中，以「無」的受訪民眾(76.6%)比例最多；其次為「購物網站(如 Yahoo、淘寶)」的受訪民眾(14.3%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.28 跨境購物通路統計表

	次數	百分比
無	977	76.6
購物網站 (如 Yahoo、淘寶)	183	14.3
網路社群	105	8.2
APP(如亞馬遜)	69	5.4
不知道/拒答	67	5.2
總計	1401	109.8

註：本題為複選題，百分比總和大於或等於 100.0%，特此說明。

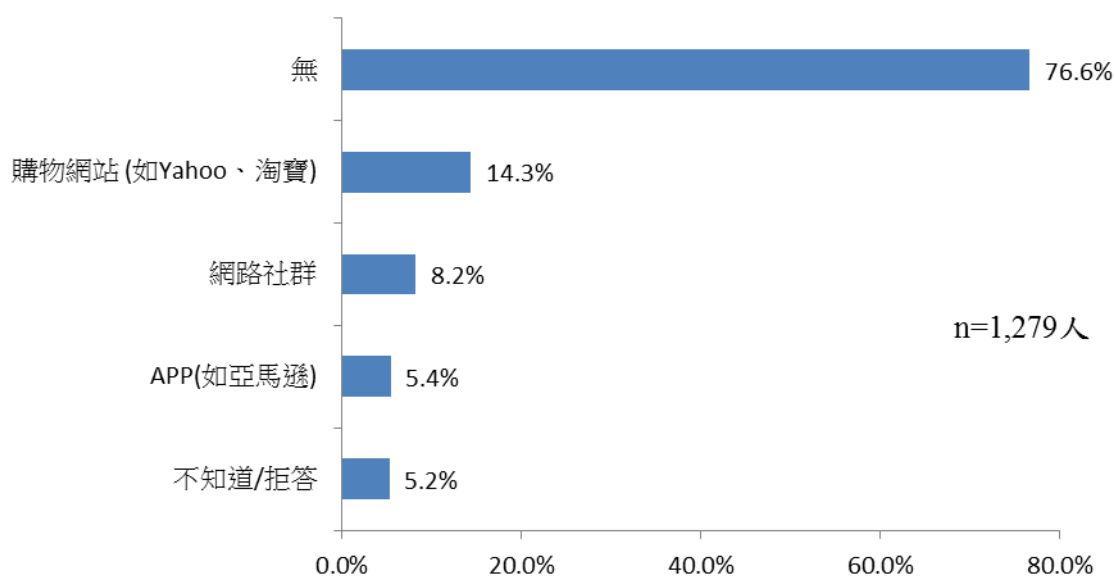


圖 4.27 跨境購物通路統計圖

【交叉分析】

此題為複選題，因此不進行交叉分析。

7. 請問您曾透過網路跨境購買過哪些商品或服務呢？

本次調查結果中，跨境購物的種類以「居家生活/雜貨」受訪民眾(36.4%)比例最多；其次依序為「3C 產品」的受訪民眾(29.0%)、「服飾/珠寶/精品配件」(25.3%)、「美容美妝品」(19.9%)、「食品/南北貨」(15.3%)、「訂票服務(交通、活動等票券)」(13.7%)、「書籍雜誌」(12.5%)、「不知道/拒答」(12.4%)及「數位內容商品(如：點數、寶物等)」(11.1%)，其餘的項目所占之百分比皆不到一成。

表 4.29 跨境購物的種類統計表

	次數	百分比
居家生活/雜貨	110	36.4
3C 產品	88	29.0
服飾/珠寶/精品配件	76	25.3
美容美妝品	60	19.9
食品/南北貨	46	15.3
訂票服務(交通、活動等票券)	41	13.7
書籍雜誌	38	12.5
不知道/拒答	37	12.4
數位內容商品(如：點數、寶物等)	34	11.1
影音商品	25	8.4
軟體服務	22	7.3
旅遊服務(訂房)	18	6.1
投資理財	5	1.8
總計	600	129.4

註：本題為複選題，百分比總和大於或等於 100.0%，特此說明。

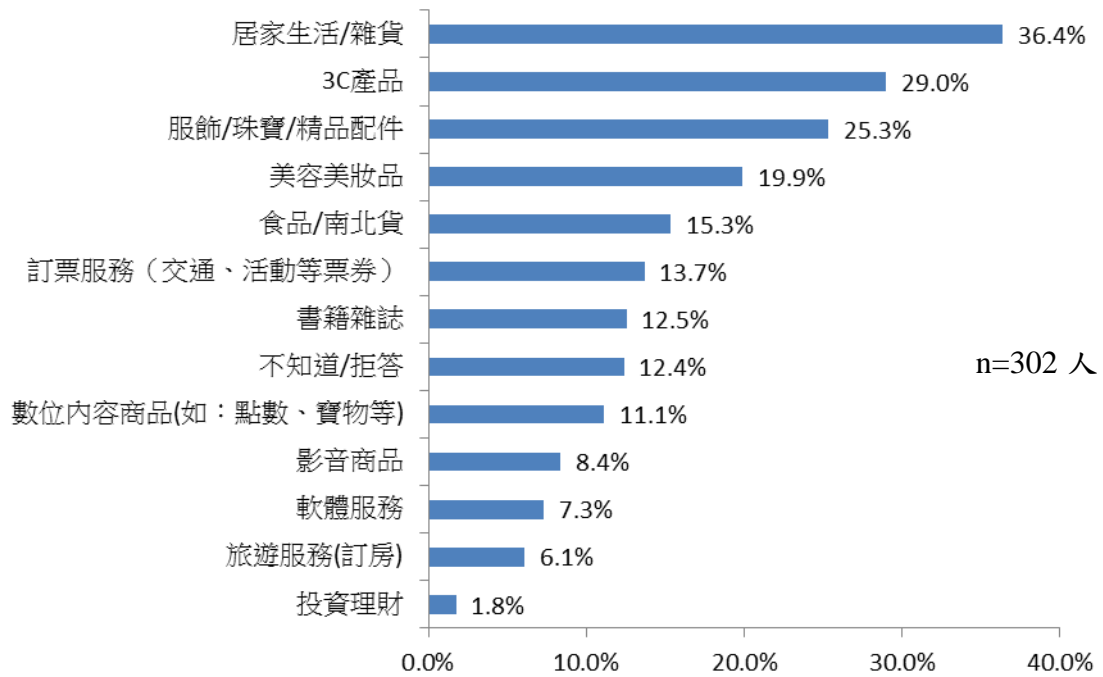


圖 4.28 跨境購物的種類統計圖

【交叉分析】

此題為複選題，因此不進行交叉分析。

8. 請問您進行網路跨境購物時，發生過消費爭議嗎？

本次調查結果中，以「沒有發生過消費爭議」受訪民眾(43.7%)比例最多；其次依序為「1~2次」的受訪民眾(21.0%)、「5次以上」(13.9%)及「3~4次」(13.6%)。

表 4.30 網路跨境購物發生消費爭議統計表

	次數	百分比
沒有發生過消費爭議	132	43.7
1~2次	63	21.0
3~4次	41	13.6
5次(含以上)	42	13.9
不知道	2	0.6
拒答	22	7.2
總計	302	100.0

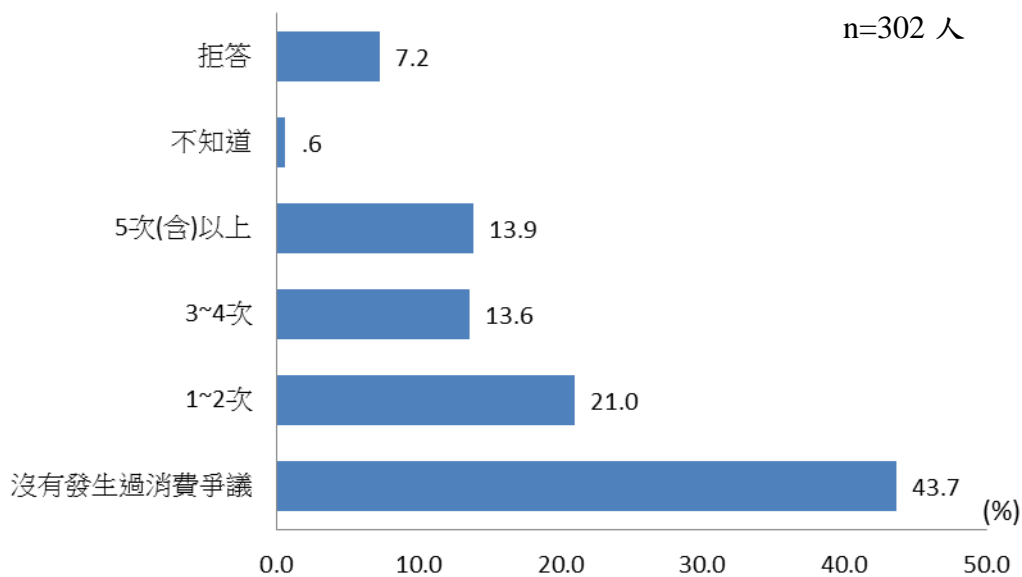


圖 4.29 網路跨境購物發生消費爭議統計圖

【交叉分析】

將性別、年齡、教育程度、職業以及居住縣市與在跨境網路購物時，是否發生購物糾紛進行交叉分析，性別、年齡、教育程度、職業、居住縣市均不適用卡方檢定(有超過 20%的細格之期望值小於 5)，詳請參照第 125 頁(附件二，附表 10)。

【北中南東及離島、直轄市交叉分析】

另將居住縣市資料進行合併為北中南東及離島、直轄市及非直轄市等，進行卡方檢定顯著性交叉分析結果如下，詳請參照第 152 頁(附件三，附表 10)：

南部地區較其他地區，沒發生過消費爭議的受訪民眾(62.0%)比例最多。

9.請問您進行網路跨境購物時，發生消費爭議的類型為何？

本次調查中，以「個人資料外洩」的受訪民眾(24.7%)比例最多，其次為「無法退換貨」、「商品品質不良」、「商品不符(商品種類、品牌)」(23.8%)等。

表 4.31 跨境購物爭議類型統計表

	次數	百分比
個人資料外洩	36	24.7
無法退、換貨	35	23.8
商品品質不良	34	23.8
商品不符(商品種類、商品品牌)	34	23.8
交貨或服務時間問題(延遲交貨)	28	19.4
信用卡被盜刷	27	18.9
不知道/拒答	25	17.6
加收未約定之費用(如手續費、刷卡費及運費等)	25	17.3
未收到商品商家惡意倒閉或失去連絡	22	15.2
價格問題	8	5.8
總計	274	133.3

註：本題為複選題，百分比總和大於或等於 100.0%，特此說明。

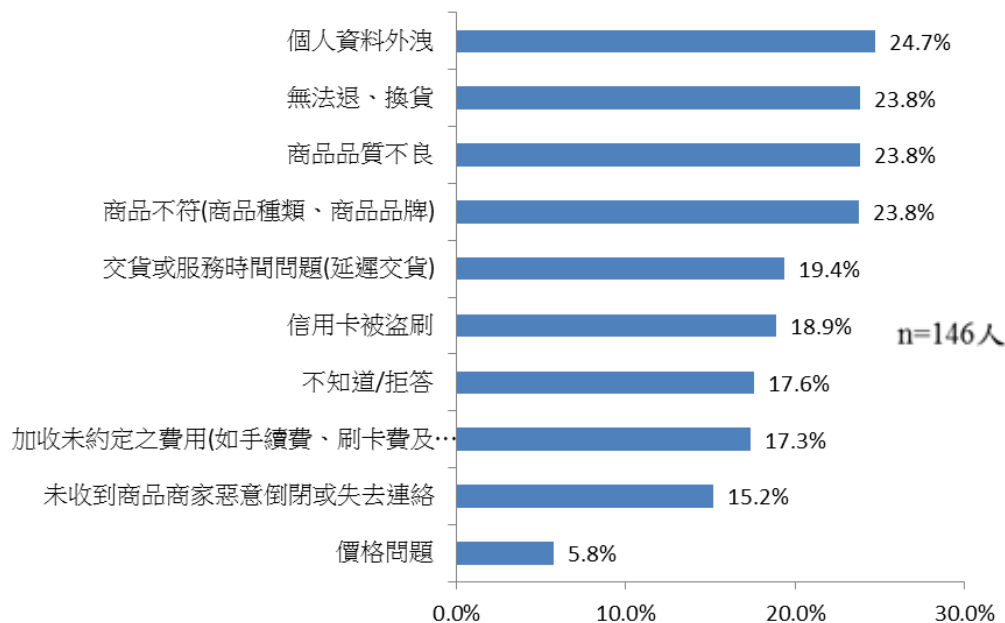


圖 4.30 跨境購物爭議類型統計圖

【交叉分析】

此題為複選題，因此不進行交叉分析。

10. 請問您曾向哪些單位提出申訴？

本次調查結果中，以「商家或賣方」受訪民眾(22.5%)比例最多，其次依序為「未提出申訴」(20.2%)、「不知道/拒答」(19.4%)、「網購平台」(16.3%)、「我國政府消費者保護機關」(15.6%)、「我國民間消費者保護團體」(13.2%)，其餘不到一成。

表 4.32 提出申訴單位統計表

	次數	百分比
商家或賣方	33	22.5%
未提出申訴	29	20.2%
不知道/拒答	28	19.4%
網購平台	24	16.3%
我國政府消費者保護機關	23	15.6%
我國民間消費者保護團體	19	13.2%
向媒體投書	10	6.5%
國際跨境爭議處理網站	7	4.9%
該國消費者保護機構	7	4.5%
總計	180	300.0

註：本題為複選題，百分比總和大於或等於 100.0%，特此說明。

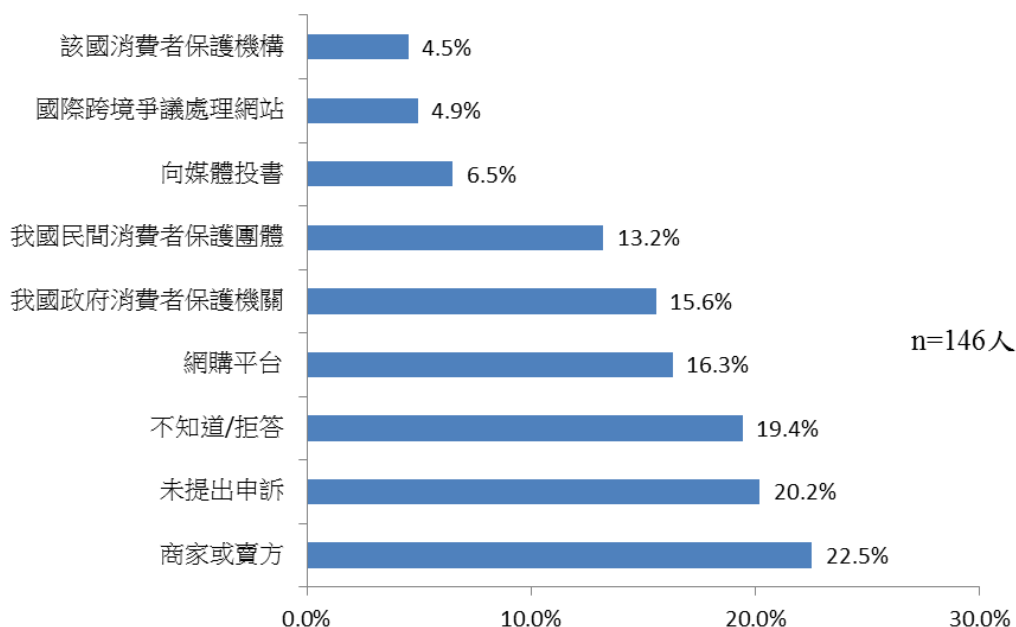


圖 4.31 提出申訴單位統計圖

【交叉分析】

此題為複選題，因此不進行交叉分析。

11. 請問您對申訴的結果滿意不滿意？

本次調查結果中，對申訴結果滿意度持正面評價的比例佔 66.5%(還算滿意 23.1%，非常滿意 23.1%)，持負面評價的比例佔 21.3%(不太滿意 13.8%，非常不滿意 7.5%)，無意見/拒答佔 12.2%。

表 4.33 申訴結果滿意度統計表

	次數	百分比	正/負面評價
非常滿意	34	23.1	66.5
還算滿意	64	43.4	
不太滿意	11	7.5	21.3
非常不滿意	20	13.8	
不知道/無意見	16	11.1	12.2
拒答	2	1.1	
總計	146	100.0	100.0

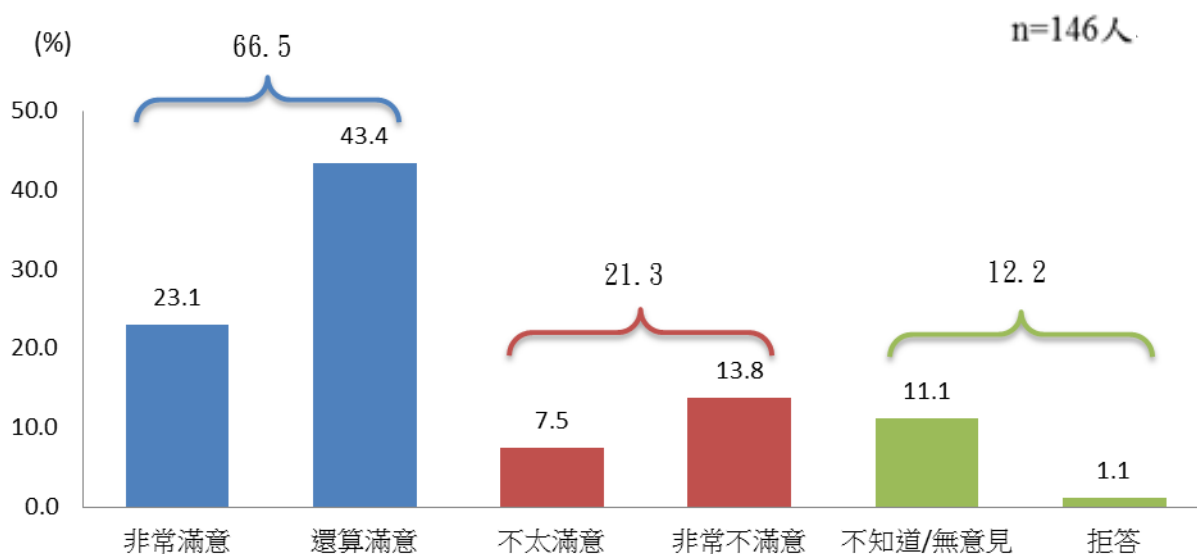


圖 4.32 申訴結果滿意度統計圖

【交叉分析】

將性別、年齡、教育程度、職業以及居住縣市與申訴結果滿意度進行交叉分析，發現不同性別的受訪者在申訴結果滿意度上有顯著差異，年齡、教育程度、職業、居住縣市不適用卡方檢定(有超過 20%的細格之期望值小於 5)，詳請參照第 127 頁(附件二，附表 11)。

性別：「男性」的受訪者在申訴結果滿意度持正面評價之比例(83.4%)高於「女性」的受訪者(56.0%)。

【北中南東及離島、直轄市交叉分析】

另將居住縣市資料進行合併為北中南東及離島、直轄市及非直轄市等，進行卡方檢定顯著性交叉分析結果如下，詳請參照第 153 頁(附件三，附表 11)：

北部地區較其他地區，在申訴結果滿意度持正面評價之比例(70.2%)最多。

五、其他相關議題

1. 最近一年裡，請問您較常使用何種管道獲得消費者保護相關資訊？

本次調查結果中，以「大眾媒體(電視、報紙、廣播)」(26.4%)的比例最多；其次為「網路分享資訊」(25.5%)，再者為「親朋好友」(21.2%)。

表 4.34 獲得消費者資訊管道統計表

	次數	百分比
大眾媒體(指電視、報紙、廣播)	337	26.4
網路分享資訊	326	25.5
親朋好友	271	21.2
業者提供的產品或服務注意事項	255	20.0
都沒有	240	18.8
民間消費者保護團體紙本文宣品	125	9.7
拒答	117	9.1
專業的消費者刊物	115	9.0
民間消費者保護團體網站	95	7.4
政府網站	74	5.8
學校	65	5.1
總計	2021	158.2

註：本題為複選題，百分比總和大於或等於 100.0%，特此說明。

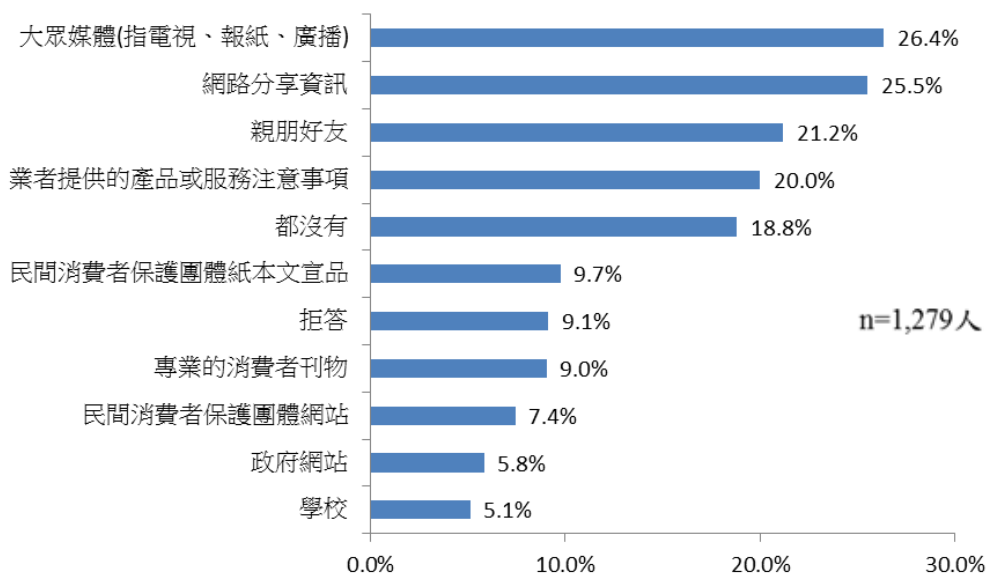


圖 4.33 獲得消費者資訊管道統計圖

【交叉分析】

此題為複選題，因此不進行交叉分析。

2. 請問您知道依據消保法第 19 條，消費者於網路購物，如業者已告知下列商品及服務，如易腐敗食品、印有消費者照片的客製化商品、報紙、經消費者拆封的影音產品、電子書、個人衛生用品及國際航空客運服務，沒有七天鑑賞期權利時，就不能享有七天內退回商品或書面通知解除契約的權利？

本次調查結果中，以「知道」受訪民眾(54.6%)的比例最多。

表 4.35 是否知道消保法第 19 條規定之統計表

	次數	百分比
知道	699	54.6
不知道	481	37.6
拒答	99	7.7
總計	1279	100.0

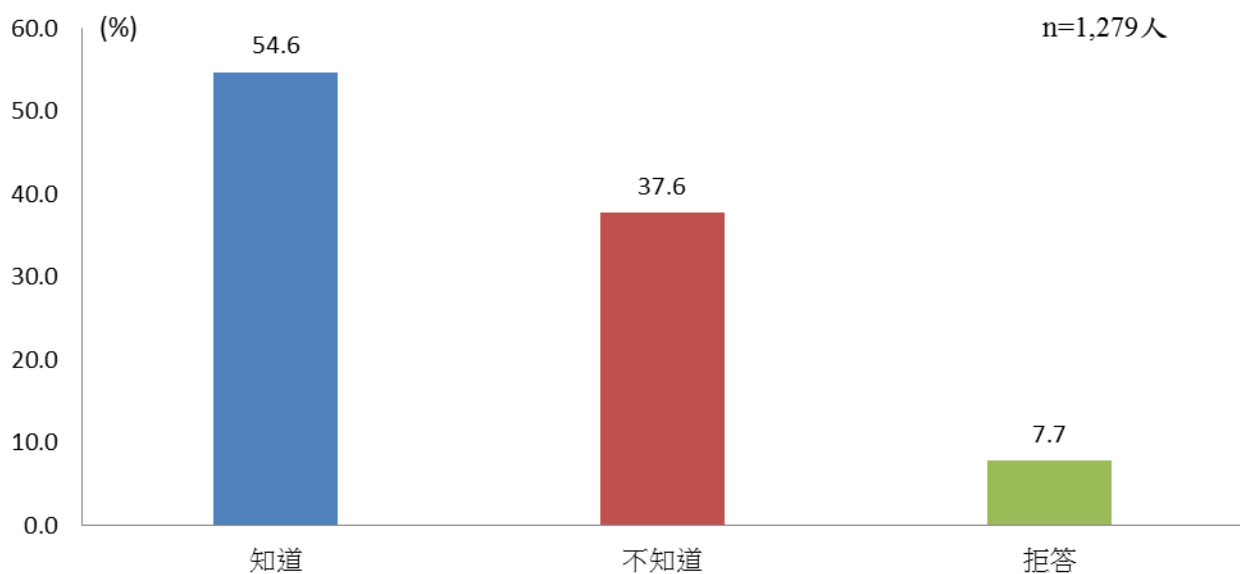


圖 4.34 是否知道消保法第 19 條規定之統計圖

【交叉分析】

將性別、年齡、教育程度、職業以及居住縣市與知不知道消保法第 19 條規定進行交叉分析，發現不同性別、年齡、教育程度的受訪者在知不知道消保法第 19 條規定的回應上有顯著差異，職業、居住縣市不適用卡方檢定(有超過 20%的細格之期望值小於 5)，詳請參照第 129 頁(附件二，附表 12)。

性別：「男性」的受訪者知道消保法第 19 條規定之比例(54.9%)高於「女性」的受訪者(54.4%)。

年齡：「13-19」的受訪者知道消保法第 19 條規定之比例(72.8%)高於其他年齡層的受訪者。

教育程度：「研究所及以上」的受訪者知道消保法第 19 條規定之比例(76.2%)高於其他學歷的受訪者。

【北中南東及離島、直轄市交叉分析】

另將居住縣市資料進行合併為北中南東及離島、直轄市及非直轄市等，進行卡方檢定顯著性交叉分析結果如下，詳請參照第 153 頁(附件三，附表 12)：

南部地區較其他地區，知道消保法第 19 條規定受訪民眾之比例(71.8%)最多。

3. 請問您是否知道，當您使用信用卡進行消費付款而廠商未履約時，例如您未收到商品或未獲提供服務，您可以通知發卡機構協助處理疑義帳款（訪員必要時說明：銀行可以在您未繳款前，針對有疑問的款項進行處理，例如在符合銀行的條件下，發現可歸咎於廠商，您可不必繳款給銀行）？

本次調查結果中，以「不知道」受訪民眾(50.8%)比例最多。

表 4.36 是否知道使用信用卡付款時，過程中有問題可以通知發卡機構協助處理之統計表

	次數	百分比
知道	525	41.1
不知道	650	50.8
拒答	104	8.1
總計	1279	100.0

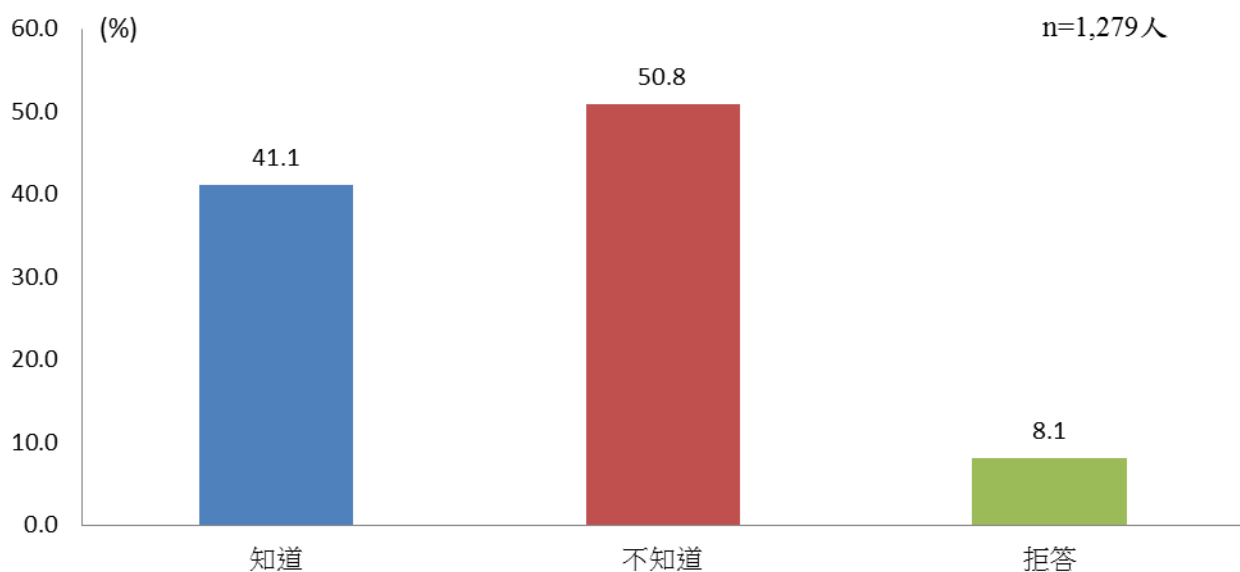


圖 4.35 是否知道使用信用卡付款時，過程中有問題可以通知發卡機構協助處理之統計圖

【交叉分析】

將性別、年齡、教育程度、職業以及居住縣市與是否知道使用信用卡進行付款時，有問題可通知發卡機構處理進行交叉分析，發現不同性別、年齡、教育程度的受訪者在是否知道當您使用信用卡進行付款時，過程中有問題可以通知發卡機構協助處理上有顯著差異，職業、居住縣市不適用卡方檢定(有超過 20%的細格之期望值小於 5)，詳請參照第 131 頁(附件二，附表 13)。

性別：「男性」的受訪者知道使用信用卡進行付款時，過程中有問題可以通知發卡機構協助處理之比例(42.7%)高於「女性」的受訪者(39.5%)。

年齡：「20-29 歲」的受訪者知道使用信用卡進行付款時，過程中有問題可以通知發卡機構協助處理之比例(53.9%)高於其他年齡層。

教育程度：「研究所及以上」的受訪者知道使用信用卡進行付款時，過程中有問題可以通知發卡機構協助處理之比例(66.4%)高於其他學歷。

【北中南東及離島、直轄市交叉分析】

另將居住縣市資料進行合併為北中南東及離島、直轄市及非直轄市等，進行卡方檢定顯著性交叉分析結果如下，詳請參照第 154 頁(附件三，附表 13)：

北部地區較其他地區，知道當使用信用卡進行付款時，過程中有問題可以通知發卡機構協助處理受訪民眾(47.0%)比例最多。

4. 請問您認為政府相關單位需不需要舉辦關於高齡者網路消費知識的相關教育？

在本次調查結果中，以「非常需要」的比例最高(43.2%)，其次為還算需要(37.9%)。

表 4.37 認為政府需不需要舉辦高齡者網路消費知識教育課程之統計表

	次數	百分比
非常需要	553	43.2
還算需要	485	37.9
不太需要	93	7.3
非常不需要	31	2.5
不知道/拒答	116	9.1
總計	1279	100.0

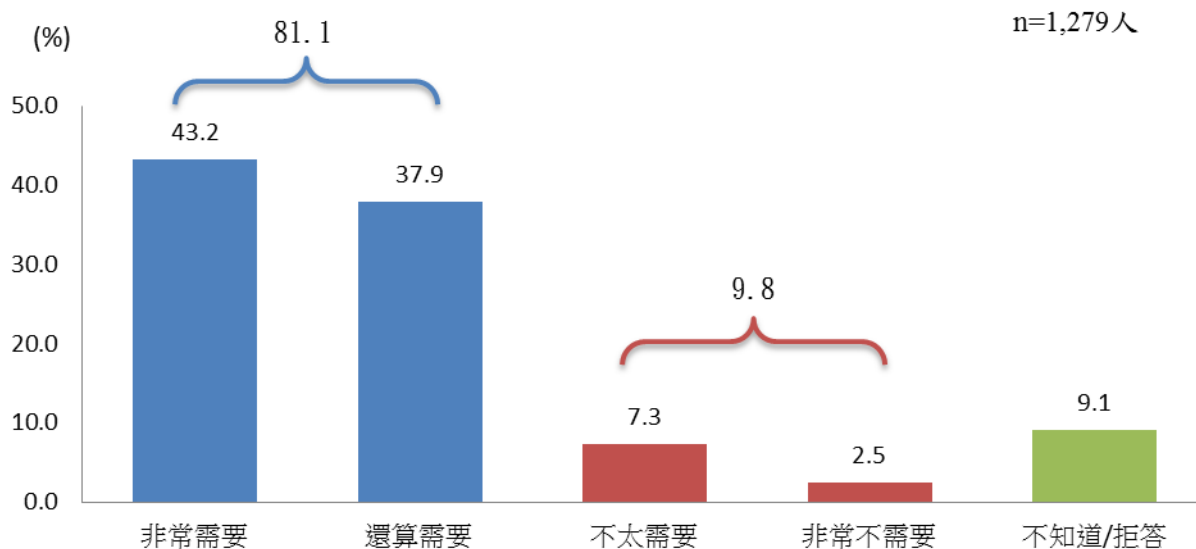


圖 4.36 認為政府需不需要舉辦高齡者網路消費知識教育課程之統計圖

【交叉分析】

將性別、年齡、教育程度、職業以及居住縣市與認為政府相關單位需不需要舉辦關於高齡者網路消費知識的相關教育進行交叉分析，發現不同性別的受訪者在認為政府相關單位需不需要舉辦關於高齡者網路消費知識的相關教育上沒有顯著差異，不同年齡的受訪者在認為政府相關單位需不需要舉辦關於高齡者網路消費知識的相關教育上有顯著差異，職業、教育程度、居住縣市不適用卡方檢定(有超過 20%的細格之期望值小於 5)，詳請參照第 133 頁(附件二，附表 14)。

年齡：「30-39 歲」的受訪者認為非常需要舉辦關於高齡者網路消費知識的相關教育之比例(56.9%)高於其他年齡層的受訪者。

【北中南東及離島、直轄市交叉分析】

另將居住縣市資料進行合併為北中南東及離島、直轄市及非直轄市等，進行卡方檢定顯著性交叉分析結果如下，詳請參照第 154 頁(附件三，附表 14)：

非直轄市較直轄市地區，認為非常需要舉辦關於高齡者網路消費知識的相關教育受訪民眾(55.0%)比例最多。

5. 請問您認為最需要加強哪方面的教育主題(議題)?

本次調查結果中，以消保基本觀念比例最多(32.9%)，其次為消費詐騙(24.9%)，再者為消費爭議諮詢及申訴(23.8%)。

表 4.38 認為最需要加強哪種教育議題之統計表

	次數	百分比
消保基本觀念	383	32.9
定型化契約	170	14.6
消費爭議諮詢及申訴	277	23.8
消費詐騙	290	24.9
不知道/拒答	43	3.7
總計	1163	100.0

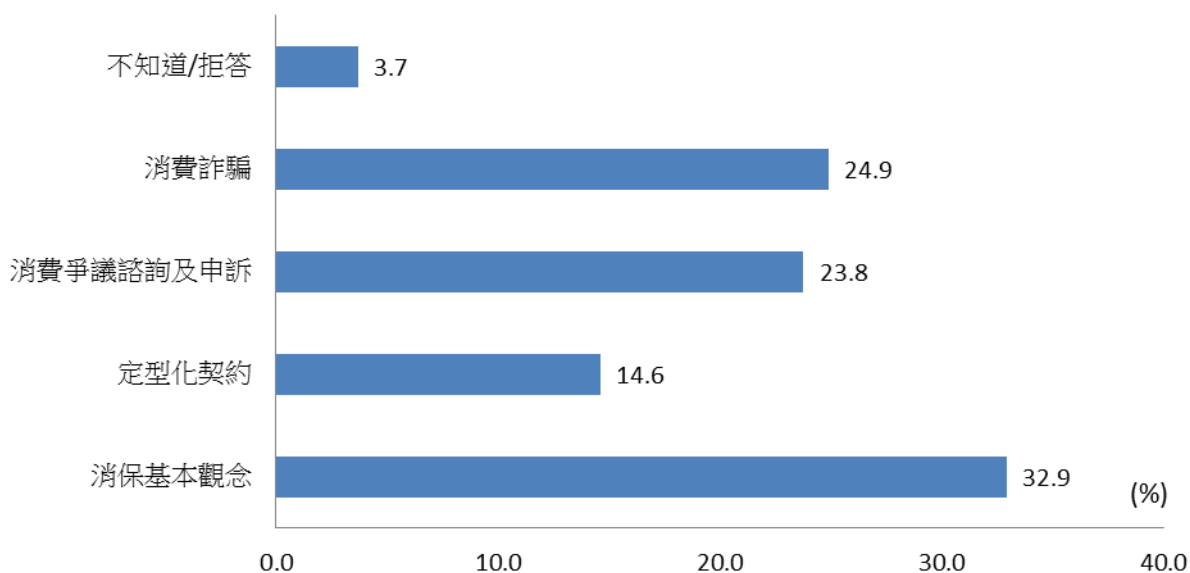


圖 4.37 認為最需要加強哪種教育議題之統計圖

【交叉分析】

將性別、年齡、教育程度、職業以及居住縣市與認為政府相關單位最需要加強哪方面的教育議題進行交叉分析，發現不同性別的受訪者在認為政府相關單位最需要加強哪方面的教育議題上有顯著差異，年齡、職業、教育程度、居住縣市不適用卡方檢定(有超過 20%的細格之期望值小於 5)，詳請參照第 135 頁(附件二，附表 15)。

性別：「男性」的受訪者認為要加強「消保基本觀念」之比例(33.3%)高於「女性」的受訪者(32.6%)。

【北中南東及離島、直轄市交叉分析】

另將居住縣市資料進行合併為北中南東及離島、直轄市及非直轄市等，進行卡方檢定顯著性交叉分析結果如下，詳請參照第 155 頁(附件三，附表 15)：

東部及離島地區較其他地區，認為要加強「消保基本觀念」受訪民眾(32.6%)比例最多，其次為中部地區(32.4%)。

伍、質化分析結果

一、研究背景與目的

消費議題隨時間、空間而改變，且由於科技進步，消費者購物方式也逐漸改變。依據消費趨勢、政策重點、爭議事件等每年不同的特定議題來做設計，本年度預計採用質化專家深度訪談法，針對各項量化調查議題之調查結果及分析發現，透過量化調查結束後專家訪談，提供專家看法及建議，以助後續政策規劃之參考。

二、訪談對象

本案量化調查主題，即針對網路購物消費者相關議題之認知與掌握程度為主軸，調查題項設定即則對網路購物消費權益、消保法令、各項消保措施之瞭解程度為題，故對於專家訪談對象，亦針對各項調查主軸進行專家訪談對象邀請，本工作項目邀請對象人員編碼對照表：

編號	專家對象	名單
A1	直轄市消保官	台北市楊○○消保官
A2	直轄市消保官	高雄市鄭○○消保官
A3	公共政策及相關消保法規研究領域之學者	東吳大學余○○副教授
A4	公共政策及相關消保法規研究領域之學者	文化大學林○○副教授
A5	民間消費者保護團體代表	高雄市消費者保護協會 陳○○總召集人
A6	民間消費者保護團體代表	臺灣消費者保護協會 徐○○副秘書長
A7	相關網路消費通路業界代表	岱○國際 電子商務部 吳協理
A8	相關網路消費通路業界代表	傳○生技 行銷部 謝副總

以上針對 4 領域別分別邀請 2 位訪談，共 8 位深度訪談，於調查執行中，針對量化調查關注之消費意識及消費行為之調查重點項目，透過深度訪談過程，對於網路購物消費者之消費意識及消費行為議題現況進行討論，具體於訪談中蒐集學術及實務專業領域專家針對調查發現進行訪談並提供相關意見，作為委託單位研提政策建議之參考。

三、訪綱設計

- (一) 針對調查結果之網路購物消費者消費意識及消費行為狀況，瞭解專家學者的看法。
- (二) 針對本年度調查結果，購物消費者消費意識較低的項目或較特殊的結果提供看法。

就比較特殊的調查結果提出：

1. 對網路商品資訊的懷疑、相關網路交易定型化契約的認知太低。
2. 調查網路購物消費爭議少，但政府申訴案件多，以及爭議產品有落差對整個問卷結果的影響與解讀。
3. 對跨境或線上支付相關爭議機制的看法。
4. 對調查結果之看法及建議。

- (三) 網路購物與零售購物、型錄購物之間的競爭性與取代性。

四、訪談結果議題彙整

本次訪談對象有 2 位直轄市消保官、2 位消保團體，主要提供意見為實際協助處理網路購物糾紛之情形及相關建議參考；另 2 位學者，則依專業領域及研究等發現提供相關意見及建議；最後 2 位業者，則因應本次調查發現及議題提供意見，但因主題為消費者意識及行為調查，因此在建議上並無提供，僅表示將會配合政府單位相關規定進行。

- (一) 教育消費者消費意識。

綜合分析：有 6 位受訪者表示，消費者消費意識均需教育，且從國小就應導入消費者意識，針對不同的年齡族群應有不同的宣導作法，才能有效的傳達，人人都有正確的消費觀念，才能造就一個良好的網路購物環境。

編號	
A1	預防動作的教育訓練，也是很重要的，業者與消費者都需要再教育。
A2	網路消費者最常使用就是用網路，所以盡量用網路來宣導，另外可以從學校扎根，今年也是去高中職，因為年輕時代使用網拍非常多，我們就利用他們週會去宣導消保的須知跟法律。
A3	要讓消費者有意識可以去看合約，可以保障消費者權益。

A4	消費議題，最後的癥結主要在消費爭議的處理方面，消保處跟民間團體多在推 ADR 跟 ODR，主要的目的是能夠迅速又快捷，如果要推廣順利，商家跟網路平台是很重要的，應該給他們一些教育訓練或規範，教育訓練是很重要的，主管機關應該對消費者進行教育，讓消費者能清楚自己消費時的權益在哪裡，可以減少消費糾紛。行政院消保處在網路上有很多影片，但會去看的人不多，消保處可以走入人群（鄉鎮）去做宣導活動，或在某些地方資源做結合，應該會有幫助。對於業者，要求資訊要透明，退/換貨的條件必須寫在明顯處，在消費者購物時能清楚看到，才能做判斷，從而減少消費糾紛。
A5	消保處的經費也不夠，應該要從中央裡面再去爭取，如果有部分經費或單一經費，就利用專用、專傳的增加都可以，讓全省各地區的消保團體，分配下去，讓他們去做所有的宣導教育。 實際宣導，就要不斷地去灌輸他們，例如：辦一些活動，或把業者找來灌輸經營上的理念，透過這樣的行為來慢慢累積。而對消費者宣導就是要針對陷阱在哪裡，去收集資料並告知消費者，不是去宣導條款，如果沒有案例跟他們溝通，他們還是不懂。
A6	要讓任何消費爭議降低，讓消費知識成長，應該都要始於教育終於教育，就是要在年紀小的時候，去做有一系列性的計畫與宣導，從小學生到長大的過程當中，他們都可以普遍存在消費意識，而消費意識包含買賣的消費權益與義務。 教育訓練要借重各個區域的協助，而且要從小觀念導正，先灌輸他們基本的消費危險意識，給業者知道遵章守紀。建立三贏的交易平台

(二) 網路交易定型化契約應記載及不得記載事項

綜合分析：有 6 位受訪者表示，網路交易定型化契約應記載及不得記載事項，一般消費者都不清楚，而當中有 2 位網路購物平台業者，則表示均有遵照法規作業，但可能因為內容過多常被消費者忽略；另外也有受訪者提出對於目前較有爭議的問題，跟定型化契約應記載及不得記載事項較無直接關係。

編號	
A1	目前只有網路交易定型化契約應記載及不得記載事項，規範企業經營者在消保法的概念。
A2	申訴原因，品質的問題，或是收到的商品不如預期就想退貨。雖然他們不太清楚定型化契約，但大部分的人都知道有七天鑑賞期。不過在於網拍幾乎不會考慮到定型化契約，因為一般的消費者也不會去看定型化契約。應記載及不得記載事項也不會規定那麼詳細。

	個人賣家也是屬於消保法裡面，就是經常反覆賣東西，就是屬於在消保法裡面的經營者，所以他們也是受到規範的。
A3	消費者他自己從來不會去看使用條款，他們還是不知道，消費者沒看，就等於接受。在大型的平台，只要政府有做規範，就會有辦法馬上做修正，但中小的平台就比較沒辦法完全規範到。
A5	定型化契約也太多人都不了解，那宣導的效果就在於我們要怎樣去做，第一個就是市政府在電視裡面有在做宣導，但重點是消費者終端到底有沒有受惠也不了解。
A7	在商品本身上的頁面，也會有保固條件或一些購買的規範，所以不單單是在加入會員與結帳時，才看的到，他在逛商品的旁邊頁面就會有相關的資訊。
A8	電子下單完成時，會有相對的訊息出來，再來就是我們配送出去的紙盒、紙箱上有說明七天鑑賞期，以及有其他權利，這是我們的做法，主要避免消費者說我們沒有被告知。

(三) 網路平台業者管理制度

綜合分析：有 6 位受訪者表示，臺灣目前對於網路平台業者並無強制要求權責問題，因此大部份平台業者認為自己只是提供媒介讓供需雙方自行交易，若有爭議問題也僅為協助角色，但若提供之資料不完整也沒辦法，因而造成無法聯絡上賣家之情形甚多，因此大部份受訪者表示，應該對於網路平台業者擬定相關專法進行規範。

編號	
A1	<ol style="list-style-type: none"> 1. 要有一個健全的網購規範，像大陸就有一個針對網路交易的專法，所以不管你是怎樣的人，你要經營網購，就必須在那登記為網購的平台或經營者，都要依照這個規範來做，你也可以實名制。 2. 申訴案，假如有十件，大概七、八件賣家都不會來，就只有平台來。個人賣家常常不出席，若是法人型的賣家，還比較會出席，後來與網購平台達成共識，以後如果有網購的爭議案的話，直接寄開會通知書給賣家，希望平台提供這個賣家所登記的地址，直接政府的憑單寄到你家，這出席狀況就比較有改善，爭議需要雙方確認才能解決。 3. 跟業者有比較正向溝通的途徑，讓業者知道，可以跟我們一起提升這消費環境。
A2	<ol style="list-style-type: none"> 1. 如果在平台上發生糾紛，平台會稍微去處理一下，如果賣家不處理，平台也沒轍，只能請消費者找消保官申訴。 2. 目前網拍，最麻煩的事情就是國內網拍平台沒有實施實名制，有很多個人賣家沒有提供真實姓名在這平台，如果有發生糾紛的話，平台給我們

	<p>的資料都是假的，電話、住址都是假的，所以我們根本都找不到賣家，所以要推實名制。</p> <p>3. 也建議成立網路平台專法，要賦予平台業者審查的義務，也要教育平台業者與賣家。</p>
A3	現在電子商務已經轉型，平台會主張說要免責，會產生很多的糾紛
A4	平台業者在某些層面上也是有責任，如果要減少困擾跟糾紛的話，他應該要制定好遊戲規則，可以讓糾紛減到最低層度。網路平台最希望消費者的回購率高，因此網路平台應該規範好。
A5	目前用的平台，只是推動網路的責任而已，沒有管理的責任，變成道德管理，就是會造成大家（業者、賣家）可以隨便登入買賣。所以嚴格的管理非常重要，比後端的處理還要重要，應該要加重平台的責任。
A6	網路平台的強化管理，最後是制度的提升，最終要用法規去強化。

（四）推動優良業者認證標誌可行性（含物流業者）

綜合分析：有 3 位受訪者表示，為了避免有過多網路交易糾紛，可以從篩選賣家方式做起，如果有優良業者證認，讓消費者習慣去找有認證的業者，則應可以降低消費糾紛。

編號	
A2	可以建立一個的制度，比如說優良賣家（安心賣家），如果這個賣家如果都沒有發生糾紛，就給你一個標誌，這樣消費者也可以去參考。
A3	物流的部分，交通部已經開始針對物流(運輸業)的部分著手，如果食物在運送過程中沒有保存好，讓消費者吃了不舒服就可能造成的消費糾紛等，如果沒有登記，管理上就是會有疑問。
A6	國內一個合法的賣家，可以申請一個認證標誌的話，不管微笑或什麼標示都好，只要讓消費者進到網頁，並看到標誌，知道這是國內網站也可以放心，因為這有合法的營業登記，如果到時候有消費爭議，就可以接受消保法的約束與規範。

（五）第三方支付推動的可行性

綜合分析：有 4 位受訪者表示，可以積極推動第三方支付，因為有延遲付款機制，在一定時間內沒收到消費者的爭議反映，才撥款進賣家，則可提供消費者另一種保障。

編號	
A2	第三方支付買賣雙方沒問題錢再出去，這也是一個方式。
A3	金流的部分，涉及到支付的問題，第三方支付是一個方式，第三方支付後，PCstore 就有一個 pay 的制度，它幫你把這個款暫扣，等沒有爭議後才放款。政府想把 QR cord 做一個整合，跟各縣市推的智慧支付跟智慧城市有關聯，智慧城市很重要的一點就是金流，在逢甲商圈跟逢甲夜市可以用逢甲大學的學生聯名悠遊卡去支付，因此可以從校園開始做起，是一個很好的方法。
A5	第三方互惠方式，交易後七天沒事情，才可以撥款給賣家，消費者多了一層的保障。
A6	如果可以去推動每一個業者、賣家，都要來接受這樣的規範，就是流程一定要經過第三方支付，利用信託基金的方式，可以杜絕消費爭議的時候無從處理。

(六) 跨境網路購物爭議議題

綜合分析：有 5 位受訪者表示，目前臺灣對於跨境消費爭議問題，因為各國法規不同，無法提供直接協助，仍需由消費者自行處理。但有關單位如果有業者的認證標章，則可幫助消費者判斷是否為境內業者，則可能可以降低跨境購物爭議問題。

編號	
A2	跨境問題，國外公司我們並沒有消保法管轄的權利。但是有一個網站可以求助，但那網站都是全用英文來顯示，對國內消費者也不是很便利。另外有一個角色叫貿易商，收貨以後會請臺灣物流發貨、送貨，那我們就找這個貿易商，因為物流上面一定會有誰交寄的、託運人是誰，只能先找臺灣的貿易商，至少我們可以先解決臺灣業者平台。
A3	臺灣已經有稅籍登記的機制，電商或消保的未來法規要不要也靠著稅籍，要求廠商要在臺灣地區營業要符合我們的記載事項，既然要在臺灣營收，就要遵守臺灣的法律。
A4	臺灣對於境外消費糾紛是一點辦法都沒有，消保處的網站只有提供說可以對該國家處理，相關單位可以看那些國家消費多，針對該國家進行聯盟，但難度比較高，線上處理機制的部分很重要，因此也要對消費者教育，如果要進行跨境消費，會有怎樣的風險。
A5	目前沒辦法去做控管，因為他是設在國外，因為他們不屬於我們管理，所以也沒辦法去控管他們，所以只能教育消費者，在網路跨境購物方面，我們無法去做控管，所以要不要去做這樣的交易行為，你自己要想清楚。

A6	在半年前召開的會議內容「境外網站如何區別」，「稽核認證」，優質的標示，讓消費者可以辨識，可以減少境外爭議問題。
----	---

(七) 其他議題

綜合分析：有 3 位受訪者提出其他議題及建議如下表參閱。

編號	
A3	現在的公協會只有一個叫做無店面零售的公會，指的是網際網路的零售以及電視購物，已經分不清楚，所以在公會上的分類也有問題，公協會要針對消費糾紛的部分著手，臺灣中小電商多，電商是屬於經濟部主管，我負責在經濟部有兩個部份的查檢，一個是如果電商有詐騙，要針對個資查檢，另一個是消費查檢，就是抽檢業者的定型化契約，如果沒有做到就要要求他們要做到。
A5	一般行政院都著重兩個協會，一個是消基會、另一個是臺灣消保會，其他消保團體的意見很難去注意到，建議應找各地的消保團體，因為各地方發生的問題都不一樣，應該要每個單位去做收集，包括在制定條款的時候，要把所有單位都邀進去，我認為這樣會比較完整。
A6	消保處恢復部會的層級，這樣經費才會比較多，才能協助各地的消保團體，得到經費上的補助，才能幫消保去推動，這樣比較能事半功倍。

陸、結論（綜合分析）與建議

一、量化結論

（一）網路購物消費意識及消費行為

本調查結果發現，透過購物網站進行網路購物的比例最高(58.7%)，其次為「網路社群」的受訪民眾(35.8%)，再者為「APP」的受訪民眾(31.5%)；在每個月網路購物的頻率中，「1-2次」受訪民眾(38.9%)比例最多；其次依序為「低於1次」的受訪民眾(31.5%)及「3-5次」的受訪民眾(17.2%)；在最近一年網路購物總金額中，以「1,000-3,999元」受訪民眾(32.6%)比例最多；其次依序為「999元以下」的受訪民眾(31.7%)及「4,000-6,999元以下」的受訪民眾(15.2%)；而購買的商品或服務是那些種類中，以購買「居家生活/雜貨」受訪民眾(31.6%)比例最多；其次為「3C產品」的受訪民眾(28.3%)，再者為「食品/南北貨」(24.2%)；使用何種裝置或設備進行網路購物中，以「手機」受訪民眾(62.5%)比例最多；其次依序為「桌上型電腦」的受訪民眾(12.8%)及「筆記型電腦」的受訪民眾(12.4%)；在最常使用的支付方式中，以「超商付款/貨到付款」受訪民眾(42.8%)比例最多；其次為「刷信用卡」的受訪民眾(27.4%)。

受訪者在進行網路購物前，是否會比較不同商家或蒐集您所想要購買的商品或服務的相關資訊中，以「有時會」受訪民眾(37.3%)比例最多；其次依序為「總是會」的受訪民眾(33.0%)及「很少會」的受訪民眾(16.1%)；進行網路購物時，會關心那些資訊中，以「賣家的評價資訊」受訪民眾(49.0%)比例最多；其次為「商品相關資訊(如有無瑕疵、新舊、尺寸、價格等)」的受訪民眾(40.5%)，再者為「付款及運費負擔方式」(39.6%)；在受訪者在網路購買商品是否有符合期望中，有79.5%的受訪民眾持正面評價，而有14.5%的受訪民眾持負面評價，另有6.0%的受訪民眾表示不知道/拒答；而會讓受訪者選擇進行網路購物的因素中，以「方便性較高」受訪民眾(41.9%)比例最多；其次為「售價較便宜(優惠活動多)」(41.6%)

再者為「取/送貨速度快/方便性」(36.1%)；最後是受訪者認為網路購物的缺點中，以「無法親自檢視商品」受訪民眾(54.5%)比例最多；其次為「擔心個人資料外洩、詐騙」的受訪民眾(30.3%)，再者為「退換貨流程複雜」(27.4%)。

(二) 網路交易定型化契約

詢問受訪者知不知道主管機關訂有各種網路交易定型化契約及應記載及不得記載事項，規範所訂契約內容中，有 45.8%的受訪者表示不清楚；有 32.7%的受訪民眾表示有印象，但十分不清楚；有 12.7%的受訪民眾表示還算清楚；另有 8.8%的受訪民眾表示拒答；而詢問受訪者知不知道當您進行網路購物而發生糾紛的時候，可以使用主管機關所制定的定型化契約及應記載及不得記載事項，來主張您的權利時，有 47.7%受訪者表示不清楚；有 31.9%的受訪民眾表示有印象，但不十分清楚；有 14.1%的受訪民眾表示還算清楚；另有 6.2%的受訪民眾表示拒答。

(三) 消費爭議及跨境消費

詢問受訪者在網路購物時是否有發生過消費糾紛中，有 15.9%的受訪者表示有發生消費糾紛，有 84.1%的受訪者表示沒有發生消費糾紛；進一步詢問原因，大多數受訪者對於在網路購物發生糾紛原因以「價格問題」(41.8%)，其次為「商品不符(商品種類、商品品牌)」(40.3%)，再者為「無法退、換貨」(27.3%)；再詢問如何處理該糾紛時，以「向商家或賣方投訴」(36.1%)，其次依序為「沒有處理(算了)」(35.7%)及「向消費者保護團體申訴」(24.0%)，針對沒有處理網路購物糾紛的受訪者原因，以「息事寧人(自認倒楣)」比例最多(37.6%)，其次依序為「金額不大」(27.0%)、「不知道如何申訴」(23.8%)。

詢問受訪者透過那些管道進行跨境購物時，以「無」的受訪民眾(76.6%)比例最多；其次為「購物網站(如 Yahoo、淘寶)」的受訪民眾(14.3%)；詢問跨境購買了那些商品中，以「居家生活/雜貨」受訪民眾(36.4%)比例

最多；其次依序為「3C 產品」的受訪民眾(29.0%)、「服飾/珠寶/精品配件」(25.3%)；而詢問是否有發生過消費爭議時，以「沒有發生過消費爭議」受訪民眾(43.7%)比例最多；其次依序為「1~2 次」的受訪民眾(21.0%)、「5 次以上」(13.9%)及「3~4 次」(13.6%)；進一步詢問消費爭議類型時，以「個人資料外洩」的受訪民眾(24.7%)比例最多，其次為「無法退換貨」、「商品品質不良」、「商品不符(商品種類、品牌)」(23.8%)；而問到受訪者曾向那些單位提出申訴，以「商家或賣方」受訪民眾(22.5%)比例最多，其次依序為「未提出申訴」受訪民眾(20.2%)，對申訴結果滿意度持正面評價的比例佔 66.5%(還算滿意 23.1%，非常滿意 23.1%)，持負面評價的比例佔 21.3%(不太滿意 13.8%，非常不滿意 11.1%)。

(四) 其他

詢問近一年受訪者都使用哪些管道獲得消保資訊，以「大眾媒體(電視、報紙、廣播)」(26.4%)的比例最多；其次為「網路分享資訊」(25.5%)，再者為「親朋好友」(21.2%)，詢問受訪者是否知道消保法 19 條規定時，僅 54.6%的受訪者表示「知道」；詢問受訪者是否知道，當使用信用卡進行消費付款而廠商未履約時，例如您未收到商品或未獲提供服務，您可以通知發卡機構協助處理疑義帳款時，以「不知道」受訪民眾(50.8%)比例最多。

詢問受訪者認為政府相關單位需不需要舉辦關於高齡者網路消費知識的相關教育時，以「非常需要」的比例最高(43.2%)，其次為還算需要(37.9%)，其中以消保基本觀念比例最多(32.9%)，其次為消費詐騙(24.9%)，再者為消費爭議諮詢及申訴(23.8%)。

二、質化結論

本質化結論依據深入訪談專家學者之建議，將依據電子商務四流進行結論分析，其指：資料加值及傳遞的「資訊流」、交易的「商流」、轉帳支付的「金流」、配送的「物流」。

(一) 資訊流

1. 加強對業者及消費者進行網路定型化契約，應記載及不得記載事項之宣導。
2. 加強對民眾進行教育宣導，依據不同年齡層進行多元方式，並結合社區及學校等資源，進行消費者意識教育。
3. 對於平台業者強制要求管理責任，建立完整賣方資訊，包含聯絡人、電話及地址等，以利有爭議發生才能找到人。
4. 建立優良業者認證申請機制，並加以推動，讓消費者習慣至有標示為優良業者進行網路交易，以杜絕不肖業者。

(二) 金流

1. 現上支付方式多達二十多種，選擇性高，可能發生爭議相關也高，政府相關單位應多加防範。
2. 可加強推動第三方支付模式，讓消費者可多一層保障。

(三) 物流

1. 運送過程中可能發生不肖業者讓消費者資料外洩。
2. 運送過程中可能發生狀況造成消費者收到貨品時，因品質不良而發生爭議。
3. 為避免發生上述情況，因此對於物流業者的篩選則為重要。

三、綜合建議

(一)針對不同年齡族群進行教育宣導

經量化調查顯示，在相關政策知曉上，如：網路交易定型化契約及應記載及不得記載事項，有 12.7% 的受訪民眾表示還算清楚；關於使用信用卡進行網路購物時，若未獲提供服務，可通知發卡機構協助處理時，有 41.1% 受訪者知道，顯示了受訪者明顯對於消保相關議題的不了解。而針對年齡屬高齡的消費者之教育議題，有超過 8 成的受訪者認為需要。在較常使用何種管道獲得消費者保護相關資訊部份也發現，從學校獲知訊息僅只有 5.1%，可見在學校的宣傳上仍需加強。在是否需要舉辦關於高齡者網路消費知識相關教育部份，則有 43.2% 認為非常需要。而在質化訪談中，有四位專家學者均有提出，應針對不同年齡層進行相關教育宣導，尤其在消費意識上，因此，建議走入學校，從國小、國中、高中、大學等進行實際案例分享及講習或小遊戲活動等趣味性設計將消費觀念導入，而非教課上刻板文字，學生們可能無法有共鳴；而在一般民眾青壯年等，可透過網路媒體，例如社群網站、APP 軟體及 Youtube 等讓消費達人以生動趣味方式影片來播放，透過讓年輕人從網路上吸收相關資訊後轉達給家人，達到教育宣導的效果，或開闢媒體節目，報導網路消費爭議個案，以新新媒體教育一般民眾。而在高年齡層部份，則可經由常出入的社區活動進行講習或辦理一些互動活動，也是針對他們可能遇到的案例，進行消費觀念傳達。

(二)推動優良網路商店認證標章

經量化調查顯示，在受訪者最關心的消費資訊中，以賣家的評價資訊比例最高，佔 49.0%。而在質化訪談中，有五位專家學者均有提出，因為目前的法規有限，對於層出不窮的業者(賣家)很難做到控管，而為避免讓不肖業者有迹可循，建議相關單位可參考歐洲 EMOTA 推出跨境電商信賴標章模式，建立國內優良業者認證機制，或者可與國內相關工協會組織合作推動優良網路商店認證標章，並有等級之分，建立一個讓消費者可以安心放心的網購環境，亦可

提高優良業者更加增進，繼而將不良業者逐漸淘汰，更可以減少消費爭議。

(三)強化平台業者管理責任

經量化調查顯示，民眾曾透過「購物網站(58.7%)」、「網路社群(35.8)」、「APP (31.5%)」等比例較高之管道進行網路購物；而消費爭議類型，以「個人資料外洩」(24.7%)比例最多，其次為「無法退換貨」、「商品品質不良」、「商品不符(商品種類、品牌)」(23.8%)；而在質化訪談中，有四位專家學者均有提出，大多爭議的案件都是在開放性平台，如：拍賣網站，因此個人賣家居多，然據了解目前網路平台業者並無規範管理責任，平台上的資料也無法得知是否屬實，所以若發生爭議時常有找不到賣方的狀況。建議相關單位可參考中國「網路安全法」，針對網路平台業者，強制要求必要性規範，如：賣家基本資料(聯絡人姓名、電話、地址等)需齊全，審核賣家商品資訊等，在發生爭議時，應該讓平台業者也要有連帶責任，才會更謹慎訂立平台的規則，而杜絕不肖業者的產生，減少消費爭議。

(四)推動第三方支付

經量化調查顯示，目前消費者運用最高的支付方式中有 42.8%的受訪者是使用「超商付款/貨到付款」，其次為「刷信用卡」(27.4%)，其表示消費者仍希望在收到商品時再付款較為安心。而在質化訪談中了解，目前在網路上使用的支付方式就有二十多種，對於第三方支付，因為並不是馬上直接付款給賣家，因此，相對於消費者，若在這期間內提出有商品之問題，因為賣家尚未拿到費用，若有退換貨問題，有個緩衝期也較能減少爭議。因此，建議相關單位可以參考中國整頓第三方支付方式，將現有國內線上支付方式進行整頓，並加以規範，對消費者宣導第三支付的優勢；另外對於業者之宣導，在第三方支付業者與賣家之合作條件上，必要時可給予適當之規範及協助，讓消費者在網路交易時，多一項安心的支付方式之選擇，更淘汰掉不良業者。

(五) 手機裝置購物平台資訊揭露規範

隨著智慧型行動裝置應用的普及化，消費者使用手機購物，已日漸取代其他裝置或設備，經由本次調查發現，消費者網路購物以「手機」受訪民眾有(62.5%)為最高，建議有關單位應更加重視消費者在手機購物上的保障及避免造成糾紛及爭議；尤其手機本身的條件限制，螢幕較小，在資訊揭露上較不如其他設備可明顯顯示，且資訊內容也不宜過多，以免消費者不耐煩，因此更應加強網購業者在於手機裝置上的規範，如：店家需向消費者收取的商品價款、以及所需要的相關費用(包括處理費、運送費用，例:ATM轉帳手續費、7-11 i-bon繳款手續費)、商品品質、售後服務、消費爭議主動應對之宣告等；而對於保護未成年購物者，也應明確宣告，應依照【電腦網路內容分級處理辦法】針對限制級的定義，檢視商品內容屬兒童、青少年不宜等成人議題物品，標示級別並加註警語；另外在於付款部份，如：信用卡、行動支付、會員點數等方式進行付款更加便利，但也可能會造成爭議，因此在付款的安全機制上更應加以規範，如：扣款前要求輸入密碼驗證及驗證次數等，以避免消費者因為使用手機購物便利，而忽略了安全性問題，造成更多糾紛爭議。

附件一、「網路購物消費者意識及行為」問卷調查表

先生(小姐)您好，我們是接受行政院消費者保護處委託的異視行銷市場研究中心，目前正在進行一項「網路購物消費者意識及行為」的問卷調查，耽誤您幾分鐘的時間請教幾個問題，謝謝！

請您放心，您的答案僅作為本研究之統計分析使用，並不會移作其他用途。由於訪問上的需要，請問您年滿 13 歲了嗎？(若未年滿 13 歲：因為我們需要訪問年滿 13 歲以上的民眾，請問是否有年滿 13 歲以上的家人可以接受訪問？)

QR1.請問您居住在哪個縣市？

- (1) 新北市 (2) 臺北市 (3) 桃園市 (4) 臺中市 (5) 臺南市
 (6) 高雄市 (7) 宜蘭縣 (8) 新竹縣 (9) 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 (23) 不知道/拒答(結束訪問)

QR2.請問您今年幾歲？

- (1) 13-19 歲 (2) 20-29 歲 (3) 30-39 歲 (4) 40-49 歲 (5) 50-59 歲
 (6) 60-64 歲 (7) 65 歲及以上 (8) 不知道/拒答(結束訪問)

QR3. [消費行為]請問您是否曾透過網路購買商品或服務？

- (1) 有(續答 Q1) (2) 無(結束訪問) (8) 不知道/拒答(結束訪問)

二、消費意識及消費行為

網路交易定型化契約

定型化契約說明:當於線上購物時賣家需將各自權利義務顯示於畫面，且經由買方同意勾選確認則即為定型化契約。

Q1. [消費意識] 請問您知不知道主管機關訂有各種網路交易定型化契約及應記載及不得記載事項，規範所訂契約內容？

- (1) 不清楚 (2) 有印象，但不十分清楚 (3) 還算清楚 (4) 拒答

Q2. [消費意識] 請問您知不知道當您進行網路購物而發生糾紛的時候，可以使用主管機關所制定的定型化契約及應記載(如:個人資料保護、會員權利義務說明、帳號密碼遺失或冒用之處理、安全交易機制等)及不得記載事項(如:就個人資料行使之權利、不利益變更之禁止、單方變更契約內容、廣告等)，來主張您的權利？

- (1) 不清楚 (2) 有印象，但不十分清楚 (3) 還算清楚 (4) 拒答

網路購物消費意識及消費行為

Q3. [消費行為]請問您曾經透過哪些管道進行網路購物？(提示並可複選)

- (1) 網路社群(請加註如 Facebook、Line)
 (2) 購物網站(如 Yahoo、PChome、momo、博客來等)

○(3)APP 行動應用程式

○(4)其他 (請說明)

○(5) 不知道/拒答

Q4. [消費行為] 請問您每月進行網路購物的頻率為何(包含產品及服務)?

○(1)低於 1 次 ○(2) 1-2 次 ○(3)3-5 次 ○(4)6~10 次

○(5)11 次以上 ○(6)不知道/拒答

(參考 104 年 MIC 行動購物問卷調查)

Q5. [消費行為] 請問您最近一年網路購物總金額大約為何?

○(1) 999 元以下 ○(2) 1,000-3,999 元 ○(3) 4,000-6,999 元 ○(4) 7,000-9,999 元

○(5) 10,000-19,999 元 ○(6) 20,000-29,999 元 ○(7) 30,000-39,999 元 ○(8) 40,000-49,999 元

○(9) 50,000 元以上 ○(10) 不知道/拒答

(參考 104 年 MIC 行動購物問卷調查)

Q6. [消費行為] 請問您在國內網路社群、網站或 APP 購買的商品或服務有哪些種類?(系統隨機提示 5 項)

○(1)書籍雜誌 ○(2)影音商品 ○(3)3C 產品 ○(4)軟體服務

○(5)食品/南北貨 ○(6)美容美妝品 ○(7)居家生活/雜貨 ○(8)旅遊服務

○(9)訂票服務(交通、活動等票券) ○(10)服飾/珠寶/精品配件 ○(11)投資理財 ○(12)數位內容商品
(如：點數、寶物等)

○(13)其他 (請說明) ○(14)不知道/拒答

(參考 PChome 及 momo 官網商品分類)

Q7. [消費行為] 請問您最常用何種裝置或設備進行網路購物?

○(1)桌上型電腦 ○(2)筆記型電腦 ○(3)手機 ○(4)平板 (5)不知道/拒答

Q8. [消費行為] 請問您最常使用的網路購物支付方式為何?

○(1)刷信用卡 ○(2)超商付款/貨到付款 ○(3) ATM/銀行匯款 ○(4)第三方支付(支付寶/街口支付)

○(5)行動支付(Google pay/Apple pay) (6)其他_____ ○(7)不知道/拒答

Q9. [消費意識]請問您在進行網路購物前，會比較不同商家或蒐集您所想要購買的商品或服務的相關資訊嗎?

○(1)總是會 ○(2)有時會 ○(3)很少會 ○(4)完全不會 ○(5)不知道/拒答

Q10.[消費意識]整體來說，請問您在網路上購買的商品或服務是否符合您的期望?

○(1)非常不符合 ○(2)不太符合 ○(3)還算符合 ○(4)完全符合 ○(5)不知道/拒答

Q11.[消費意識] 請問會讓您選擇進行網路購物的因素有? (複選題、系統隨機提示 5 項)

○(1) 售價較便宜(優惠活動多) ○(2) 方便性較高 ○(3)商品獨特性/實體買不到

○(4) 商品資訊較完善 ○(5) 取/送貨速度快/方便性

○(6) 付款多元化 ○(7) 親友推薦 ○(8)其他_____

○(9) 不知道/拒答

Q12.[消費意識]請問您覺得網路購物的缺點有哪些? (複選、不提示)

○(1)無法親自檢視商品 ○(2)消費爭議不易處理 ○(3)退換貨流程複雜

- (4)購物過程太複雜 ○(5)商品品質參差不齊 ○(6)廠商資訊不足
 ○(7)擔心個人資料外洩、詐騙 ○(8)交易不夠安全 ○(9)缺少售後服務
 ○(10)其他_____ ○(11)不知道/拒答

消費爭議及跨境消費

Q13.[消費行為]請問您在網路購物時是否有發生過消費糾紛?

- (1)是(續答 Q14) ○(2)否(跳題 Q18)

Q14.[承上題,消費行為]請問您在國內網路社群、網站或 APP 網路購物時發生過糾紛的原因?(複選、不提示)

- (1) 無法退、換貨 ○(2) 價格問題 ○(3) 商品不符(商品種類、商品品牌)
 ○(4) 交貨或服務時間問題(延遲交貨) ○(5) 商品品質不良
 ○(6) 加收未約定之費用(如手續費、刷卡費及運費等) ○(7) 信用卡被盜刷
 ○(8) 個人資料外洩 ○(9) 未收到商品商家惡意倒閉或失去連絡
 ○(10)其他_____ ○(11) 不知道/拒答

Q15.[承上題,消費行為]請問您如何處理上述糾紛或問題?

(複選、隨機提示選項)

- (1)向政府部門申訴(跳答 Q17) ○(2)向消費者保護團體申訴(跳答 Q17)
 ○(3)向商家或賣方投訴(跳答 Q17) ○(4)向媒體投書(跳答 Q17)
 ○(5)向民意代表申訴(跳答 Q17) ○(6)向檢警單位報案(跳答 Q17)
 ○(7)提出訴訟(跳答 Q17) ○(8)其他(請填在開放紀錄表)(跳答 Q17)
 ○(9)沒有處理(算了) ○(10)拒答

Q16.[承上題,消費行為](針對 Q16 回答 9 者)請問您未處理網路購物消費糾紛的原因為何?

(可複選,不提示)

- (1)金額不大 ○(2)申訴無效 (3)申訴程序太繁複或麻煩
 ○(4)不想讓別人知道 ○(5)不知道如何申訴 ○(6)息事寧人(自認倒楣)
 ○(7)其他_____ ○(8)不知道/拒答

Q17.[承上題,消費意識]請問當您進行網路購物時,通常會關心下列那些資訊?(可複選,不提示)

- (1)網路購物消費申訴的受理方式 ○(2)賣家的評價資訊 ○(3)賣家的名稱、聯絡資訊
 ○(4)有無七日鑑賞期(猶豫期間)相關資訊
 ○(5)商品相關資訊(如有無瑕疵、新舊、尺寸、價格等) ○(6)付款及運費負擔方式
 ○(7)其他_____ ○(8)不知道/拒答

Q18.[消費行為]請問您曾經透過哪些管道進行網路跨境購物(如在國外網站購物:如淘寶網等)?

(提示並可複選)

- (1) 無(跳 Q25) ○(2) 網路社群 ○(3) 購物網站(如 Yahoo、淘寶)
 ○(4) APP(如亞馬遜) ○(5) 其他_____ ○(6) 不知道/拒答

Q19.[承上題,消費行為]請問您曾透過網路跨境購買過哪些商品或服務呢?(可複選,系統隨機提示 5 項)

在您未繳款前，針對有疑問的款項進行處理，例如在符合銀行的條件下，發現可歸咎於廠商，您可不必繳款給銀行）？

- (1) 知道 ○(2) 不知道 ○(3) 拒答

Q27. 請問您認為政府相關單位需不需要舉辦關於高齡者網路消費知識的相關教育？

- (1) 非常需要 (續問 28) ○(2) 還算需要 (續問 28)
○(3) 不太需要 ○(4) 非常不需要 ○(5) 不知道/拒答

Q28. 請問您認為最需要加強哪方面的教育主題(議題)? (可提示)

- (1) 消保基本觀念 ○(2) 定型化契約 ○(3) 消費爭議諮詢及申訴
○(4) 網路通訊操作 ○(5) 消費詐騙 ○(6) 不知道/拒答

三、基本資料

S1. 請問您的教育程度？

- (1) 國小及以下 ○(2) 國/初中 ○(3) 高中/職 ○(4) 大學/大專
○(5) 研究所及以上 ○(6) 不知道/拒答

S2. 請問您的職業？

- (1) 勞力體力的技術及非技術性人員
○(2) 公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士
○(3) 受僱於私人企業的一般上班族 (包括行政、業務、服務等人員)
○(4) 軍公教
○(5) 農林漁牧業
○(6) 學生
○(7) 無 (待) 業
○(8) 退休
○(9) 家庭管理
○(10) 其他 _____
○(11) 不知道/拒答

S3. 請問您個人每月收入大約多少？

- (1) 未滿 22,000 元 ○(2) 22,000~35,999 元 ○(3) 40,000~59,999 元
○(4) 60,001~79,999 元 ○(5) 80,000~99,999 元 ○(6) 100,000 元 (含) 以上
○(7) 不知道/拒答

(參考 103 年電信服務 (含通訊與周邊產品) 及 APP 產業之消費者意識及行為調查)

S4. 請問您平時網路的使用頻率？

- (1) 每天使用 ○(2) 每週至少有一次 ○(3) 每週至少會有多次
○(4) 每半個月至少有一次 ○(5) 每個月至少有一次 ○(6) 每三個月至少有一次
○(7) 極少使用 ○(8) 沒有使用 ○(9) 其他 _____ ○(10) 不知道/拒答

S5.請問您平時瀏覽購物網站的頻率？

- (1) 每天使用 (2) 每週至少有一次 (3) 每週至少會有多次
 (4) 每半個月至少有一次 (5) 每個月至少有一次 (6) 每三個月至少有一次
 (7) 極少使用 (8) 沒有使用 (9) 其他_____ (10) 不知道/拒答

S6.請問您是否是家中日用品（包括食品）的主要購買者？

- (1) 是 (2) 不是 (3) 不知道/拒答

S7.性別：

- (1) 男性 (2) 女性

非常感謝您的協助，祝您有愉快的一天！

訪員記錄事項：（若受訪者有特殊反應事項，將逐字記錄）

附件二、交叉表

交叉表與卡方檢定處理原則說明：

1. 濾除自變項中未予實質/具體回應者及回答人數過少者，才進行統計檢定。
2. 細格內的數字為該列之百分比。
3. 將第 9 題選項的「完全符合」、「還算符合」合併為「正面評價」，「不太符合」、「非常不符合」合併為「負面評價」；第 23 題選項的「非常滿意」、「還算滿意」合併為「正面評價」，「不太滿意」、「非常不滿意」合併為「負面評價」；第 23 題選項的「非常需要」、「還算需要」合併為「正面評價」，「不太需要」、「非常不需要」合併為「負面評價」後才進行卡方統計檢定。
4. 卡方檢定若達 95% 顯著水準($p < 0.05$)則在表中以 '**' 表之；若檢定結果達 99% 顯著水準($p < 0.01$)即以 '***' 表之，若檢定結果達 99.9% 顯著水準($p < 0.001$)則以 '****' 表示。
5. #表示卡方關聯性檢定分析結果，不適合卡方檢定（即交叉表中，有 20% 以上的細格之期望值低於 5，此情況下的卡方檢定結果並不精確，因此不進行解讀）。
6. 各項目百分比因樣本加權及四捨五入進位之關係造成總計百分比有 ± 0.01 之誤差。

附表 1. Q2. [消費行為] 請問您每月進行網路購物的頻率為何(包含產品及服務)?

		Q2. [消費行為] 請問您每月進行網路購物的頻率為何(包含產品及服務)?													
		低於 1 次		1-2 次		3-5 次		6~10 次		11 次以上		不知道/拒答		總計	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
S7.性別：	男性	204	32.2	233	36.9	111	17.5	24	3.8	19	2.9	42	6.7	632	100.0
	女性	199	30.8	265	40.9	109	16.9	22	3.4	18	2.7	34	5.2	647	100.0
	總計	403	31.5	498	38.9	220	17.2	46	3.6	36	2.8	76	5.9	1279	100.0
QR2.請問您今年幾歲?#	13-19 歲	40	36.2	44	39.9	17	15.8	2	1.5	3	2.4	5	4.1	109	100.0
	20-29 歲	54	27.6	87	44.4	39	20.0	6	3.2	6	2.9	4	1.8	197	100.0
	30-39 歲	34	15.1	131	58.0	33	14.7	5	2.2	14	6.2	9	3.8	227	100.0
	40-49 歲	89	39.5	74	32.8	41	18.2	7	3.1	3	1.3	11	5.1	225	100.0
	50-59 歲	98	43.9	60	26.9	40	18.0	10	4.7	1	.3	14	6.1	222	100.0
	60-64 歲	19	20.0	51	53.2	14	14.6	2	1.6	3	3.4	7	7.3	97	100.0
	65 歲及以上	69	34.1	50	24.9	35	17.3	14	7.1	7	3.3	27	13.4	202	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	403	31.5	498	38.9	220	17.2	46	3.6	36	2.8	76	5.9	1279	100.0
S1.請問您的教育程度?#	國小及以下	35	88.1	0	0.0	1	3.4		1.0	0	0.0	3	7.5	40	100.0
	國/初中	17	25.1	27	41.0	18	26.5	3	5.1	0	0.0	1	2.3	66	100.0
	高中/職	160	41.6	148	38.7	44	11.6	11	2.8	7	1.8	14	3.5	383	100.0
	大學/大專	156	31.2	206	41.3	89	17.9	14	2.7	22	4.3	13	2.5	499	100.0
	研究所及以上	7	11.4	36	56.7	12	18.4	3	4.7	4	6.2	2	2.7	63	100.0
	不知道/拒答	29	12.6	81	35.4	56	24.5	15	6.7	4	1.8	43	19.0	228	100.0
總計	403	31.5	498	38.9	220	17.2	46	3.6	36	2.8	76	5.9	1279	100.0	
S2.請問您的職業?#	勞力體力的技術及非技術性人員	36	28.0	58	45.0	18	13.8	6	4.4	6	4.4	6	4.3	129	100.0
	公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士	56	34.8	62	38.3	28	17.2	8	5.0	4	2.7	3	2.0	161	100.0
	受僱於私人企業的一般上班族(包括行政、業務、服務等人員)	54	23.3	110	47.8	45	19.5	9	3.7	7	3.0	6	2.7	231	100.0
	軍公教	18	20.5	43	48.7	13	14.4	3	3.7	9	9.9	2	2.8	88	100.0
	農林漁牧業	9	14.7	29	46.0	24	37.1	1	1.4	1	.8	0	0.0	64	100.0
	學生	64	41.7	61	40.0	23	15.3		.3	1	1.0	3	1.8	152	100.0
	無(待)業	70	58.7	10	8.7	24	19.9	0	0.0	2	1.5	13	11.3	119	100.0
	退休	39	28.6	43	31.5	18	13.0	16	11.9	0	0.0	21	15.0	137	100.0

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

家庭管理	36	41.3	32	37.7	13	15.0	3	3.4	2	2.0	1	.6	86	100.0
其他	2	22.7	6	63.5	0	0.0	0	0.0	1	13.8	0	0.0	9	100.0
不知道/拒答	19	18.5	43	41.9	15	15.1	0	0.0	4	3.6	21	20.8	102	100.0
總計	403	31.5	498	38.9	220	17.2	46	3.6	36	2.8	76	5.9	1279	100.0
新北市	38	17.6	111	50.9	51	23.6	8	3.6	6	2.9	3	1.3	218	100.0
臺北市	34	23.9	57	39.4	43	30.1	3	2.3	0	0.0	6	4.2	144	100.0
桃園市	32	27.3	49	41.5	22	18.4	6	4.7	1	1.1	8	6.8	117	100.0
臺中市	70	46.7	40	27.0	20	13.7	2	1.1	1	.6	16	10.8	149	100.0
臺南市	35	34.0	30	29.0	11	11.1	14	13.9	10	9.3	3	2.7	103	100.0
高雄市	73	47.8	54	35.5	13	8.5	6	3.8	5	3.2	2	1.1	152	100.0
宜蘭縣	8	32.8	11	45.6	2	6.9	1	3.5	1	2.0	2	9.2	25	100.0
新竹縣	9	30.7	9	32.7	7	25.3	2	8.2		1.7		1.4	29	100.0
苗栗縣	14	45.3	6	20.8	1	4.9	2	6.9	4	13.5	3	8.6	30	100.0
彰化縣	25	35.9	21	29.9	9	12.8	0	0.0	0	0.0	15	21.4	69	100.0
南投縣	6	20.9	18	63.5	4	13.1		1.1	0	0.0		1.5	28	100.0
雲林縣	9	24.9	17	44.4	9	23.4	0	0.0	0	0.0	3	7.3	38	100.0
嘉義縣	10	36.5	13	45.0	2	8.3	0	0.0	0	0.0	3	10.1	29	100.0
屏東縣	12	26.8	23	49.3	7	15.6	0	0.0	2	3.6	2	4.6	46	100.0
臺東縣	5	42.0	4	34.3	2	17.7	1	5.9	0	0.0	0	0.0	12	100.0
花蓮縣	5	26.0	9	47.3	3	16.0	0	0.0	2	10.7	0	0.0	18	100.0
澎湖縣	1	8.8	3	45.4	3	45.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	100.0
基隆市	6	28.4	10	48.5	4	21.4		1.7	0	0.0	0	0.0	21	100.0
新竹市	4	16.8	6	24.8	3	13.8		1.1	1	2.6	9	40.8	23	100.0
嘉義市	3	18.2	6	42.8	1	5.2		3.0	4	25.0	1	5.9	15	100.0
金門縣	4	54.0	2	27.8	1	16.2		2.0	0	0.0	0	0.0	8	100.0
連江縣		32.6		25.8		15.4		7.6		18.6	0	0.0	1	100.0
不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
總計	403	31.5	498	38.9	220	17.2	46	3.6	36	2.8	76	5.9	1279	100.0

附表 2.Q3.[消費行為] 請問您最近一年網路購物總金額大約為何?

		Q3.[消費行為] 請問您最近一年網路購物總金額大約為何?											
		999 元以下		1,000-3,999 元		4,000-6,999 元		7,000-9,999 元		10,000-19,999 元		20,000-29,999 元	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
S7.性別:***	男性	173	27.3	233	36.8	98	15.5	36	5.8	39	6.2	35	5.5
	女性	233	36.0	184	28.4	96	14.8	29	4.5	39	6.0	28	4.3
	總計	405	31.7	417	32.6	194	15.2	66	5.1	78	6.1	62	4.9
QR2.請問您今年幾歲?#	13-19 歲	49	44.7	43	39.4	13	11.5	1	1.2	2	1.6	1	.5
	20-29 歲	54	27.5	76	38.5	30	15.1	17	8.5	10	5.3	1	.5
	30-39 歲	66	29.0	56	24.8	46	20.4	16	7.0	25	11.2	6	2.8
	40-49 歲	87	38.7	71	31.8	30	13.4	14	6.1	9	4.2	5	2.4
	50-59 歲	60	27.0	70	31.4	39	17.4	18	8.1	10	4.4	19	8.7
	60-64 歲	30	30.6	35	35.8	3	3.3	0	0.0	13	13.6	10	10.8
	65 歲及以上	60	29.7	66	32.5	33	16.5	0	0.0	8	3.9	19	9.4
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	405	31.7	417	32.6	194	15.2	66	5.1	78	6.1	62	4.9
	S1.請問您的教育程度?#	國小及以下	13	34.1	8	20.5	18	45.4	0	0.0	0	0.0	0
國/初中		25	38.1	17	25.8	11	16.3	5	8.2	2	2.3	3	4.0
高中/職		150	39.2	144	37.5	34	8.9	23	5.9	17	4.4	11	2.9
大學/大專		140	28.1	164	32.8	91	18.2	27	5.3	45	8.9	12	2.5
研究所及以上		5	8.3	15	23.6	9	14.8	2	2.9	5	8.7	3	5.2
不知道/拒答		71	31.1	69	30.2	31	13.7	9	4.0	9	4.2	33	14.5
S2.請問您的職業?#	總計	405	31.7	417	32.6	194	15.2	66	5.1	78	6.1	62	4.9
	勞力體力的技術及非技術性人員	37	28.6	47	36.5	24	18.9	11	8.3	3	2.5	1	.9
	公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士	35	21.5	84	51.9	17	10.8	3	1.7	14	8.6	5	3.4
	受僱於私人企業的一般上班族(包括行政、業務、服務等人員)	53	22.8	72	31.1	35	15.1	21	9.3	24	10.5	16	7.1
	軍公教	24	27.4	26	29.8	11	12.0	5	5.9	10	11.2	4	4.6
	農林漁牧業	19	29.8	11	17.7	20	30.7	7	10.5	5	8.2	2	3.2
	學生	66	43.6	62	40.5	18	11.8	3	1.8	2	1.2	1	.7
	無(待)業	81	68.1	29	24.8	5	3.8	2	1.4	1	.5	0	0.0
	退休	21	15.1	32	23.4	37	27.0	2	1.3	4	3.0	23	16.8

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

	家庭管理	15	17.7	37	43.0	13	15.3	4	4.7	5	6.1	7	8.1
	其他	1	13.5		5.0	3	32.6	1	14.7	0	0.0	2	20.4
	不知道/拒答	53	51.9	16	15.5	12	11.5	7	7.0	10	9.6		.5
	總計	405	31.7	417	32.6	194	15.2	66	5.1	78	6.1	62	4.9
QR1.請問您居	新北市	41	18.9	69	31.8	42	19.2	24	11.2	26	11.8	11	5.0
住在哪個縣	臺北市	41	28.7	52	36.4	18	12.6	8	5.6	11	8.0	8	5.3
市?#	桃園市	23	19.6	38	32.8	26	22.1	2	1.9	11	9.4	1	.5
	臺中市	100	67.0	23	15.5	13	8.9	2	1.7	4	2.8	0	0.0
	臺南市	33	31.8	52	50.3	10	9.6	3	3.1	5	4.8	0	0.0
	高雄市	34	22.2	66	43.3	33	21.6	4	2.3	4	2.8	2	1.6
	宜蘭縣	12	46.2	6	25.3	7	26.2	0	0.0	0	0.0	1	2.3
	新竹縣	7	23.7	9	31.9	7	22.7	0	0.0	1	4.3	3	9.8
	苗栗縣	16	54.3	3	11.5	2	6.1	3	10.0	1	2.2	2	5.0
	彰化縣	19	27.4	23	32.5	11	16.0	1	.9	2	2.3	14	20.4
	南投縣	16	57.2	9	31.2	3	10.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	雲林縣	18	46.8	11	30.2	2	5.7	3	8.9	1	2.2	2	6.2
	嘉義縣	15	52.5	9	32.0	2	6.0	2	7.6	1	1.8	0	0.0
	屏東縣	9	18.8	12	26.4	6	12.5	5	10.4	8	17.3	4	8.7
	臺東縣	2	14.1	6	54.0	1	9.4	1	9.1		1.3	1	12.2
	花蓮縣	4	20.6	6	34.1	3	15.7	1	5.1	1	7.7	0	0.0
	澎湖縣		4.0	2	30.7	3	43.9	1	11.3	1	10.0	0	0.0
	基隆市	2	9.5	12	60.3	3	13.8	1	3.8	1	4.7	1	3.5
	新竹市	5	23.2	3	11.1	1	6.4	0	0.0	0	0.0	12	53.5
	嘉義市	5	31.2	2	13.6	3	17.8	3	21.6	0	0.0	1	7.4
	金門縣	5	59.8	1	16.2		3.4	1	13.3	1	7.3	0	0.0
	連江縣		35.7		18.1		7.1		16.7		3.8	0	0.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	405	31.7	417	32.6	194	15.2	66	5.1	78	6.1	62	4.9

		Q3.[消費行為] 請問您最近一年網路購物總金額大約為何?									
		30,000-39,999 元		40,000-49,999 元		50,000 元以上		不知道/拒答		總計	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
S7.性別: #	男性	3	.5	4	.6	11	1.7	0	0.0	632	100.0
	女性	10	1.5	4	.6	25	3.9	0	0.0	647	100.0
	總計	13	1.0	8	.6	36	2.8	0	0.0	1279	100.0
QR2.請問您今年幾歲?#	13-19 歲	0	0.0	0	0.0	1	1.0	0	0.0	109	100.0
	20-29 歲	4	2.1	0	0.0	5	2.5	0	0.0	197	100.0
	30-39 歲	3	1.3	3	1.3	5	2.1	0	0.0	227	100.0
	40-49 歲	3	1.5	3	1.1	2	.8	0	0.0	225	100.0
	50-59 歲	0	0.0	2	1.0	4	1.9	0	0.0	222	100.0
	60-64 歲	2	2.4	0	0.0	3	3.4	0	0.0	97	100.0
	65 歲及以上	0	0.0	0	0.0	16	7.9	0	0.0	202	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	13	1.0	8	.6	36	2.8	0	0.0	1279	100.0
	S1.請問您的教育程度?#	國小及以下	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	40
國/初中		3	5.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	66	100.0
高中/職		4	1.0	0	0.0		.1	0	0.0	383	100.0
大學/大專		4	.8	6	1.1	11	2.3	0	0.0	499	100.0
研究所及以上		2	2.5	0	0.0	21	33.9	0	0.0	63	100.0
不知道/拒答		0	0.0	2	.9	3	1.4	0	0.0	228	100.0
總計		13	1.0	8	.6	36	2.8	0	0.0	1279	100.0
S2.請問您的職業?#	勞力體力的技術及非技術性人員	1	.7		.4	4	3.2	0	0.0	129	100.0
	公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士	2	1.3	0	0.0	1	.9	0	0.0	161	100.0
	受僱於私人企業的一般上班族(包括行政、業務、服務等人員)	4	1.7	4	1.6	2	.8	0	0.0	231	100.0
	軍公教	3	2.9	3	3.2	3	2.9	0	0.0	88	100.0
	農林漁牧業	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	64	100.0
	學生	0	0.0	0	0.0	1	.5	0	0.0	152	100.0
	無(待)業	0	0.0	0	0.0	2	1.4	0	0.0	119	100.0
	退休	2	1.7	0	0.0	16	11.6	0	0.0	137	100.0
	家庭管理	1	1.2	1	.7	3	3.2	0	0.0	86	100.0
	其他	0	0.0	0	0.0	1	13.8	0	0.0	9	100.0

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	4	4.1	0	0.0	102	100.0
	總計	13	1.0	8	.6	36	2.8	0	0.0	1279	100.0
QR1.請問您居	新北市	4	1.6	1	.5	0	0.0	0	0.0	218	100.0
住在哪個縣市？	臺北市	1	.9	3	1.8	1	.7	0	0.0	144	100.0
#	桃園市	0	0.0	0	0.0	16	13.6	0	0.0	117	100.0
	臺中市	2	1.2	1	.4	4	2.5	0	0.0	149	100.0
	臺南市	0	0.0	0	0.0	1	.5	0	0.0	103	100.0
	高雄市	3	2.2		.3	6	3.7	0	0.0	152	100.0
	宜蘭縣	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	25	100.0
	新竹縣	0	0.0	2	7.5	0	0.0	0	0.0	29	100.0
	苗栗縣	0	0.0	0	0.0	3	10.9	0	0.0	30	100.0
	彰化縣		.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	69	100.0
	南投縣		1.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	28	100.0
	雲林縣	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	38	100.0
	嘉義縣	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	29	100.0
	屏東縣	1	2.3	1	1.8	1	1.8	0	0.0	46	100.0
	臺東縣	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	12	100.0
	花蓮縣	0	0.0	0	0.0	3	16.7	0	0.0	18	100.0
	澎湖縣	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	100.0
	基隆市	0	0.0	0	0.0	1	4.4	0	0.0	21	100.0
	新竹市		1.1	0	0.0	1	4.6	0	0.0	23	100.0
	嘉義市	1	6.4	0	0.0		2.0	0	0.0	15	100.0
	金門縣	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	8	100.0
	連江縣	0	0.0	0	0.0		18.6	0	0.0	1	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	13	1.0	8	.6	36	2.8	0	0.0	1279	100.0

附表 3. Q5.[消費行為] 請問您最常用何種裝置或設備進行網路購物?

		Q5.[消費行為] 請問您最常用何種裝置或設備進行網路購物?											
		桌上型電腦		筆記型電腦		手機		平板		不知道/拒答		總計	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
S7.性別:***	男性	113	17.9	91	14.4	363	57.5	31	5.0	34	5.3	632	100.0
	女性	50	7.8	68	10.5	436	67.4	58	8.9	34	5.3	647	100.0
	總計	163	12.8	159	12.4	800	62.5	89	7.0	68	5.3	1279	100.0
QR2.請問您今年	13-19 歲	15	13.7	12	10.9	77	70.7	4	3.3	1	1.3	109	100.0
幾歲?***	20-29 歲	26	13.4	34	17.4	117	59.5	16	8.1	3	1.7	197	100.0
	30-39 歲	43	18.8	23	10.2	147	65.0	9	3.9	5	2.0	227	100.0
	40-49 歲	32	14.3	25	11.1	155	69.1	9	4.1	3	1.4	225	100.0
	50-59 歲	35	15.6	37	16.7	117	52.7	20	9.0	13	6.1	222	100.0
	60-64 歲	2	1.6	12	12.0	70	72.7	3	3.6	10	10.1	97	100.0
	65 歲及以上	11	5.5	16	7.9	115	56.9	28	13.9	32	15.9	202	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	163	12.8	159	12.4	800	62.5	89	7.0	68	5.3	1279	100.0
	S1.請問您的教育程度?#	國小及以下	3	7.2		1.0	31	77.9	0	0.0	5	13.9	40
國/初中		7	10.6	20	30.6	34	51.5	5	7.3	0	0.0	66	100.0
高中/職		46	12.0	34	9.0	262	68.5	36	9.3	5	1.3	383	100.0
大學/大專		87	17.5	71	14.2	317	63.6	12	2.4	12	2.4	499	100.0
研究所及以上		10	16.0	26	41.9	17	26.2	5	8.1	5	7.7	63	100.0
不知道/拒答		10	4.4	7	2.9	139	60.8	32	14.0	41	17.9	228	100.0
S2.請問您的職業?#	總計	163	12.8	159	12.4	800	62.5	89	7.0	68	5.3	1279	100.0
	勞力體力的技術及非技術性人員	22	16.9	19	15.0	70	54.2	17	13.5	1	.4	129	100.0
	公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士	49	30.2	17	10.4	91	56.7	3	1.7	2	1.0	161	100.0
	受僱於私人企業的一般上班族 (包括行政、業務、服務等人員)	33	14.4	23	9.9	154	66.8	15	6.7	5	2.1	231	100.0
	軍公教	12	14.1	17	19.3	52	58.9	4	4.8	3	2.9	88	100.0
	農林漁牧業	9	13.6	24	37.9	19	29.0	12	19.5	0	0.0	64	100.0
	學生	21	13.6	27	17.8	99	65.2	4	2.7	1	.7	152	100.0
	無(待)業		.2	6	5.0	79	66.7	2	2.1	31	26.0	119	100.0
	退休	3	2.3	18	13.2	98	72.1	16	11.6	1	.7	137	100.0

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

家庭管理	9	10.0	3	3.2	70	81.5	3	3.4	2	1.9	86	100.0
其他	1	11.4	3	32.6	5	56.0	0	0.0	0	0.0	9	100.0
不知道/拒答	4	4.2	2	1.6	61	59.6	12	11.5	24	23.1	102	100.0
總計	163	12.8	159	12.4	800	62.5	89	7.0	68	5.3	1279	100.0
QR1.請問您居住 在哪个縣市?#												
新北市	31	14.4	43	19.9	130	59.6	10	4.7	3	1.4	218	100.0
臺北市	11	7.3	23	15.9	77	53.7	7	4.6	27	18.5	144	100.0
桃園市	23	20.0	32	27.8	32	27.1	17	14.8	12	10.4	117	100.0
臺中市	21	14.3	9	5.9	107	71.7	8	5.6	4	2.5	149	100.0
臺南市	10	9.5	8	8.1	82	79.2	1	1.3	2	1.9	103	100.0
高雄市	13	8.2	6	3.7	121	79.5	12	8.2	1	.4	152	100.0
宜蘭縣	3	13.2	7	27.0	9	37.8	1	3.5	5	18.6	25	100.0
新竹縣	6	20.9	5	17.2	17	57.1	0	0.0	1	4.8	29	100.0
苗栗縣	4	11.8	2	5.7	21	69.9	3	8.4	1	4.3	30	100.0
彰化縣	19	26.7	2	3.3	40	57.0	2	2.9	7	10.0	69	100.0
南投縣	3	11.7	3	12.1	10	37.6	11	38.6	0	0.0	28	100.0
雲林縣	1	1.8	1	2.6	36	93.9	1	1.8	0	0.0	38	100.0
嘉義縣	0	0.0	3	10.1	18	63.7	5	19.2	2	7.0	29	100.0
屏東縣	5	10.1	2	5.4	37	79.9	0	0.0	2	4.6	46	100.0
臺東縣	2	15.5	1	8.8	7	59.5	2	16.1	0	0.0	12	100.0
花蓮縣	1	8.1	0	0.0	13	72.0	3	14.2	1	5.8	18	100.0
澎湖縣	2	34.7		4.6	3	60.7	0	0.0	0	0.0	6	100.0
基隆市	5	26.7	3	15.2	11	55.1	1	3.0	0	0.0	21	100.0
新竹市	2	8.3	1	3.6	17	76.3	2	10.7		1.1	23	100.0
嘉義市	1	7.8	6	39.8	7	49.5		3.0	0	0.0	15	100.0
金門縣		5.0	1	10.4	3	45.2	3	36.9		2.5	8	100.0
連江縣		9.2		18.5	1	68.4		2.6		1.3	1	100.0
不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
總計	163	12.8	159	12.4	800	62.5	89	7.0	68	5.3	1279	100.0

附表 4. Q6.[消費行為] 請問您最常使用的網路購物支付方式為何?

		Q6.[消費行為] 請問您最常使用的網路購物支付方式為何?															
		刷信用卡		超商付款/ 貨到付款		ATM/銀 行匯款		第三方支付 (支付寶/街口 支付)		行動支付 (Google pay/Apple pay)		其他		不知道/ 拒答		總計	
		計 數	列 N %	計 數	列 N %	計 數	列 N %	計 數	列 N %	計 數	列 N %	計 數	列 N %	計 數	列 N %	計 數	列 N %
S7.性別：	男性	190	30.1	288	45.6	49	7.8	38	6.1	13	2.0	0	0.0	53	8.4	632	100.0
***	女性	160	24.8	259	40.1	27	4.2	41	6.3	12	1.8	0	0.0	148	22.8	647	100.0
	總計	351	27.4	547	42.8	77	6.0	79	6.2	24	1.9	0	0.0	201	15.7	1279	100.0
QR2.請問您	13-19 歲	6	5.6	94	86.5	3	2.8	0	0.0	3	3.2	0	0.0	2	2.0	109	100.0
今年幾歲?#	20-29 歲	55	28.1	104	52.9	16	8.2	9	4.4	6	3.0	0	0.0	7	3.3	197	100.0
	30-39 歲	89	39.2	107	47.0	12	5.3	11	4.6	4	1.7	0	0.0	5	2.3	227	100.0
	40-49 歲	73	32.4	70	31.4	14	6.4	7	3.0	3	1.3	0	0.0	58	25.6	225	100.0
	50-59 歲	80	36.1	79	35.4	17	7.7	2	1.1	5	2.2	0	0.0	39	17.5	222	100.0
	60-64 歲	28	29.2	33	34.4	3	2.9	16	16.4	3	3.6	0	0.0	13	13.5	97	100.0
	65 歲及以上	19	9.4	60	29.6	11	5.5	35	17.3	0	0.0	0	0.0	77	38.2	202	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	351	27.4	547	42.8	77	6.0	79	6.2	24	1.9	0	0.0	201	15.7	1279	100.0
S1.請問您	國小及以下		.1	29	72.1	0	0.0		1.0	0	0.0	0	0.0	11	26.8	40	100.0
的教育程	國/初中	13	19.8	33	49.9	11	16.7	3	4.4	3	5.1	0	0.0	3	4.1	66	100.0
度?#	高中/職	89	23.3	151	39.5	34	8.9	37	9.6	8	2.0	0	0.0	64	16.6	383	100.0
	大學/大專	134	26.9	273	54.7	27	5.5	20	4.1	10	2.0	0	0.0	34	6.9	499	100.0
	研究所及以上	23	37.3	14	22.8		.8	18	29.1	0	0.0	0	0.0	6	10.0	63	100.0
	不知道/拒答	90	39.6	47	20.6	4	1.7		.2	3	1.5	0	0.0	83	36.5	228	100.0
	總計	351	27.4	547	42.8	77	6.0	79	6.2	24	1.9	0	0.0	201	15.7	1279	100.0
S2.請問您	勞力體力的技術及非	59	45.7	51	39.5	11	8.4	4	3.1		.3	0	0.0	4	2.9	129	100.0
的職業?#	技術性人員																
	公司行號負責人或自	57	35.1	51	31.7	19	11.9	26	16.2	3	1.9	0	0.0	5	3.1	161	100.0
	營業者、高階主管、																
	專業人士																
	受僱於私人企業的一	73	31.7	117	50.8	17	7.2	13	5.7	4	1.5	0	0.0	7	3.0	231	100.0
	般上班族(包括行																
	政、業務、服務等人																
	員)																
	軍公教	44	49.5	35	39.7	4	4.4	5	5.2	1	1.3	0	0.0	0	0.0	88	100.0
	農林漁牧業	18	28.0	20	31.8	8	13.3	2	3.5	12	18.5	0	0.0	3	5.0	64	100.0
	學生	10	6.7	132	86.5	6	4.3		.2	4	2.3	0	0.0	0	0.0	152	100.0

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

無(待)業	2	1.4	8	6.9	0	0.0	3	2.4	0	0.0	0	0.0	106	89.4	119	100.0
退休	32	23.5	48	34.9	4	3.1	16	11.6	0	0.0	0	0.0	37	26.9	137	100.0
家庭管理	21	24.4	56	64.7	4	5.1	2	1.7	1	.8	0	0.0	3	3.3	86	100.0
其他	3	35.4	5	50.9	1	13.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	9	100.0
不知道/拒答	32	31.3	25	24.2	1	1.2	8	8.1	0	0.0	0	0.0	36	35.2	102	100.0
總計	351	27.4	547	42.8	77	6.0	79	6.2	24	1.9	0	0.0	201	15.7	1279	100.0
QR1.請問您 居住在哪个 縣市?#	77	35.3	98	45.1	21	9.7	18	8.1	1	.7	0	0.0	3	1.2	218	100.0
新北市	34	23.5	70	48.6	5	3.5	7	4.7	1	.8	0	0.0	27	18.8	144	100.0
臺北市	24	20.1	34	29.2	7	6.0	25	21.2	1	1.1	0	0.0	26	22.3	117	100.0
桃園市	25	17.0	25	16.5	6	3.8	5	3.4	8	5.5	0	0.0	80	53.7	149	100.0
臺中市	13	12.9	82	79.6	1	1.1	0	0.0	2	1.7	0	0.0	5	4.8	103	100.0
臺南市	44	28.9	88	57.9	6	4.0	0	0.0	1	.8	0	0.0	13	8.5	152	100.0
高雄市	4	16.1	15	60.9	0	0.0	0	0.0	1	4.3	0	0.0	5	18.6	25	100.0
宜蘭縣	13	43.5	12	42.4	2	5.6		1.4	1	3.7	0	0.0	1	3.4	29	100.0
新竹縣	4	13.9	6	21.2	1	3.8	13	43.4		1.0	0	0.0	5	16.8	30	100.0
苗栗縣	29	41.1	17	25.1	12	16.8	1	1.9	0	0.0	0	0.0	10	15.1	69	100.0
彰化縣	5	19.3	7	24.8		1.5	2	7.0		.9	0	0.0	13	46.5	28	100.0
南投縣	15	40.0	17	45.5	2	6.0	0	0.0	2	6.3	0	0.0	1	2.2	38	100.0
雲林縣	16	56.1	4	12.2	5	16.6	2	5.8	1	2.3	0	0.0	2	7.0	29	100.0
嘉義縣	11	24.0	30	65.7	0	0.0	0	0.0	3	5.7	0	0.0	2	4.6	46	100.0
屏東縣	2	13.3	8	70.5	1	9.1	0	0.0	1	4.2	0	0.0		2.9	12	100.0
臺東縣	7	36.9	7	40.6	4	19.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0		2.6	18	100.0
花蓮縣	1	25.3	3	51.7	1	11.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	11.8	6	100.0
澎湖縣	7	32.1	10	47.0	0	0.0	4	17.4	0	0.0	0	0.0	1	3.5	21	100.0
基隆市	14	59.2	4	19.1	1	4.5	2	8.1	0	0.0	0	0.0	2	9.1	23	100.0
新竹市	6	42.3	5	37.6	1	6.4	1	6.4		3.0	0	0.0	1	4.4	15	100.0
嘉義市	1	7.3	2	31.2	1	18.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	43.2	8	100.0
金門縣		14.0		59.1		21.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0		5.9	1	100.0
連江縣	0	0.0	0	0.0	0	0.0	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	0	0.0	0	0.0	0	0.0
總計	351	27.4	547	42.8	77	6.0	79	6.2	24	1.9	0	0.0	201	15.7	1279	100.0

附表 5. Q7. [消費意識]請問您在進行網路購物前，會比較不同商家或蒐集您所想要購買的商品或服務的相關資訊嗎？

		Q7. [消費意識]請問您在進行網路購物前，會比較不同商家或蒐集您所想要購買的商品或服務的相關資訊嗎？											
		總是會		有時會		很少會		完全不會		不知道/拒答		總計	
		列 N		列 N		列 N		列 N		計	列 N	計數	列 N %
		計數	%	計數	%	計數	%	計數	%	數	%	計數	列 N %
S7.性別：***	男性	220	34.8	189	29.9	146	23.2	51	8.0	26	4.2	632	100.0
	女性	202	31.2	288	44.5	59	9.1	68	10.6	29	4.5	647	100.0
	總計	422	33.0	477	37.3	206	16.1	119	9.3	56	4.4	1279	100.0
QR2.請問您	13-19 歲	44	40.1	43	39.7	14	13.1	6	5.9	1	1.3	109	100.0
今年幾歲？***	20-29 歲	88	45.0	80	40.5	19	9.5	7	3.6	3	1.4	197	100.0
	30-39 歲	103	45.5	82	36.2	28	12.4	9	4.0	4	2.0	227	100.0
	40-49 歲	85	38.0	103	45.7	23	10.4	6	2.7	7	3.3	225	100.0
	50-59 歲	56	25.0	90	40.6	57	25.7	9	4.0	10	4.6	222	100.0
	60-64 歲	13	13.6	40	41.0	21	21.4	11	11.3	12	12.7	97	100.0
	65 歲及以上	32	15.9	39	19.2	43	21.3	71	35.1	17	8.6	202	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	422	33.0	477	37.3	206	16.1	119	9.3	56	4.4	1279	100.0
S1.請問您的	國小及以下	5	13.8		1.1	18	44.4	11	27.7	5	13.0	40	100.0
教育程度？	國/初中	8	12.5	36	55.1	15	22.4	3	4.8	3	5.2	66	100.0
***	高中/職	94	24.6	192	50.2	69	18.0	18	4.6	10	2.6	383	100.0
	大學/大專	233	46.6	189	38.0	52	10.4	22	4.3	3	.7	499	100.0
	研究所及以上	43	68.4	9	14.6	3	4.9	7	10.8	1	1.3	63	100.0
	不知道/拒答	38	16.7	49	21.3	49	21.7	59	25.9	33	14.5	228	100.0
	總計	422	33.0	477	37.3	206	16.1	119	9.3	56	4.4	1279	100.0
S2.請問您的	勞力體力的技術及非技術	53	40.9	54	42.0	13	9.9	6	4.9	3	2.3	129	100.0
職業？#	性人員												
	公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士	67	41.7	44	27.5	46	28.2	3	1.8	1	.8	161	100.0
	受僱於私人企業的一般上班族（包括行政、業務、服務等人員）	93	40.3	99	43.1	28	12.3	7	3.0	3	1.4	231	100.0
	軍公教	30	34.0	32	36.3	21	23.6	3	3.3	3	2.9	88	100.0
	農林漁牧業	9	14.0	34	52.5	13	20.1	2	3.8	6	9.7	64	100.0
	學生	73	48.0	53	34.8	18	11.5	9	5.6	0	0.0	152	100.0
	無(待)業	6	5.2	71	59.4	4	2.9	26	21.6	13	10.8	119	100.0

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

	退休	26	19.4	28	20.3	46	33.4	36	26.2	1	.7	137	100.0
	家庭管理	32	37.1	36	42.1	7	8.3	10	11.4	1	1.0	86	100.0
	其他	3	34.7	6	65.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	9	100.0
	不知道/拒答	29	28.2	19	18.7	11	11.2	18	17.7	25	24.3	102	100.0
	總計	422	33.0	477	37.3	206	16.1	119	9.3	56	4.4	1279	100.0
QR1.請問您	新北市	94	43.3	79	36.3	36	16.7	5	2.2	3	1.4	218	100.0
居住在哪个	臺北市	47	32.9	47	32.7	21	14.9	21	14.9	7	4.7	144	100.0
縣市?#	桃園市	37	31.6	33	28.2	17	14.6	29	25.1		.4	117	100.0
	臺中市	25	16.5	79	53.1	17	11.6	17	11.2	11	7.6	149	100.0
	臺南市	37	35.9	39	37.8	25	24.5	2	1.8	0	0.0	103	100.0
	高雄市	47	30.8	65	42.4	22	14.2	19	12.6	0	0.0	152	100.0
	宜蘭縣	7	26.2	9	35.6	3	11.9	3	13.2	3	13.2	25	100.0
	新竹縣	11	39.7	9	31.2	3	11.9	4	12.3	1	4.8	29	100.0
	苗栗縣	3	9.2	8	26.1	15	48.8	1	4.0	4	11.8	30	100.0
	彰化縣	27	38.7	29	42.2	4	5.6	3	3.8	7	9.6	69	100.0
	南投縣	6	20.9	7	25.7	5	19.2	0	0.0	9	34.2	28	100.0
	雲林縣	14	36.5	6	14.6	9	22.7	9	22.4	1	3.8	38	100.0
	嘉義縣	9	31.9	6	22.1	11	39.1	0	0.0	2	7.0	29	100.0
	屏東縣	19	42.1	21	44.8	3	6.7	1	1.8	2	4.6	46	100.0
	臺東縣	6	47.0	3	28.9	1	7.1	2	17.1	0	0.0	12	100.0
	花蓮縣	11	60.1	5	26.0	2	10.7	0	0.0	1	3.2	18	100.0
	澎湖縣	2	34.1	3	54.1	0	0.0	0	0.0	1	11.8	6	100.0
	基隆市	7	32.7	9	42.4	5	23.2		1.7	0	0.0	21	100.0
	新竹市	5	21.6	13	58.1	4	18.0		1.1		1.1	23	100.0
	嘉義市	8	51.4	5	34.5		3.3	2	10.7	0	0.0	15	100.0
	金門縣	1	13.7	2	20.8	1	11.9	1	18.0	3	35.7	8	100.0
	連江縣		27.3		26.0		17.7		29.0	0	0.0	1	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	422	33.0	477	37.3	206	16.1	119	9.3	56	4.4	1279	100.0

附表 6. Q9.[消費意識]整體來說，請問您在網路上購買的商品或服務是否符合您的期望？

		Q9.[消費意識]整體來說，請問您在網路上購買的商品或服務是否符合您的期望？											
		總計		非常不符合		不太符合		還算符合		完全符合		不知道/拒答	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
S7.性別：*	總計	1279	100.0	70	5.5	116	9.0	824	64.4	193	15.1	77	6.0
	男性	632	100.0	34	5.4	65	10.3	384	60.7	121	19.2	28	4.4
	女性	647	100.0	36	5.5	51	7.9	440	68.0	72	11.1	49	7.5
QR2.請問您今年幾歲?***	13-19 歲	109	100.0	2	2.2	6	5.1	76	69.6	24	21.8	1	1.3
	20-29 歲	197	100.0	10	4.9	23	11.7	125	63.7	31	15.9	7	3.8
	30-39 歲	227	100.0	16	7.1	10	4.5	163	71.9	33	14.4	5	2.2
	40-49 歲	225	100.0	11	4.7	12	5.3	172	76.7	26	11.5	4	1.8
	50-59 歲	222	100.0	15	6.8	30	13.6	143	64.1	24	10.8	10	4.7
	60-64 歲	97	100.0	0	.0	8	7.8	64	66.2	14	14.4	11	11.6
	65 歲及以上	202	100.0	16	7.9	27	13.5	80	39.7	41	20.4	37	18.4
	不知道/拒答	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0
S1.請問您的教育程度?***	國小及以下	40	100.0	0	.9	0	.0	28	71.9	0	1.2	10	26.0
	國/初中	66	100.0	1	1.7	12	17.5	42	63.8	8	11.8	3	5.2
	高中/職	383	100.0	23	5.9	75	19.6	233	60.9	40	10.3	12	3.2
	大學/大專	499	100.0	22	4.3	24	4.8	369	73.9	79	15.8	6	1.2
	研究所及以上	63	100.0	24	38.4	0	.8	23	36.3	13	21.4	2	3.1
	不知道/拒答	228	100.0	0	.0	5	2.0	128	56.2	53	23.2	42	18.6
S2.請問您的職業?#	勞力體力的技術及非技術性人員	129	100.0	20	15.2	17	13.3	70	54.0	22	17.0	1	.6
	公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士	161	100.0	10	6.1	51	31.6	83	51.7	16	9.8	1	.8
	受僱於私人企業的一般上班族（包括行政、業務、服務等人員）	231	100.0	12	5.4	11	4.7	173	74.8	30	13.2	4	1.8
	軍公教	88	100.0	2	2.5	12	13.5	61	68.9	11	12.7	2	2.4
	農林漁牧業	64	100.0	4	5.6	3	4.8	39	61.7	15	23.6	3	4.3
	學生	152	100.0	4	2.8	4	2.4	111	72.8	32	20.9	2	1.0
	無(待)業	119	100.0	0	.0	3	2.8	86	72.3	22	18.8	7	6.0
	退休	137	100.0	17	12.5	6	4.5	78	57.3	14	10.5	21	15.3
	家庭管理	86	100.0	0	.5	5	5.4	73	85.2	7	7.9	1	1.0
	其他	9	100.0	0	.0	0	.0	7	75.9	2	24.1	0	.0

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

不知道/拒答	102	100.0	0	.4	4	3.8	42	41.4	21	20.3	35	34.2
QR1.請問您	218	100.0	30	14.0	30	14.0	135	62.0	18	8.2	4	1.8
居住在哪个	144	100.0	4	2.6	8	5.8	93	64.2	31	21.6	8	5.8
縣市?#	117	100.0	21	18.1	5	4.2	54	46.2	34	29.1	3	2.4
臺中市	149	100.0	2	1.2	7	4.5	111	74.1	11	7.3	19	13.0
臺南市	103	100.0	1	1.3	4	3.8	65	62.9	33	31.9	0	.0
高雄市	152	100.0	3	1.9	12	7.7	116	76.1	14	9.1	8	5.3
宜蘭縣	25	100.0	2	7.8	1	3.5	13	51.2	6	24.3	3	13.2
新竹縣	29	100.0	0	1.4	1	3.4	21	71.3	6	19.1	1	4.8
苗栗縣	30	100.0	1	2.2	15	48.7	10	32.0	1	3.3	4	13.9
彰化縣	69	100.0	2	2.5	18	25.9	42	60.2	3	3.6	5	7.8
南投縣	28	100.0	1	3.1	1	4.1	15	55.8	1	2.8	9	34.2
雲林縣	38	100.0	0	.0	0	.0	24	63.0	12	32.5	2	4.5
嘉義縣	29	100.0	0	.0	1	5.0	23	81.1	2	7.0	2	7.0
屏東縣	46	100.0	0	.0	4	8.7	33	72.4	7	14.3	2	4.6
臺東縣	12	100.0	0	.0	1	5.8	9	72.0	3	22.2	0	.0
花蓮縣	18	100.0	0	.0	0	2.6	15	85.9	2	8.3	1	3.2
澎湖縣	6	100.0	0	.0	1	17.2	3	50.9	1	20.2	1	11.8
基隆市	21	100.0	1	7.2	5	22.3	13	63.8	1	6.8	0	.0
新竹市	23	100.0	0	2.0	1	2.4	20	87.3	2	7.2	0	1.1
嘉義市	15	100.0	1	6.4	0	3.0	7	50.4	6	40.2	0	.0
金門縣	8	100.0	0	1.3	1	10.7	3	36.9	1	15.5	3	35.7
連江縣	1	100.0	0	21.2	0	13.7	0	23.9	0	35.7	0	5.4
不知道/拒答	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0

附表 7. Q12.[消費意識] 請問您知不知道主管機關訂有各種網路交易定型化契約及應記載及不得記載事項(說明：可至行政院消費者保護會網站取得)，規範所訂契約內容？

	Q12.[消費意識] 請問您知不知道主管機關訂有各種網路交易定型化契約及應記載及不得記載事項(說明：可至行政院消費者保護會網站取得)，規範所訂契約內容？									
	不清楚		有印象，但不十分清楚		還算清楚		拒答		總計	
	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
S7.性別：*** 男性	268	42.3	238	37.6	87	13.8	40	6.3	632	100.0
女性	319	49.2	181	27.9	75	11.6	73	11.3	647	100.0
總計	586	45.8	418	32.7	162	12.7	113	8.8	1279	100.0
QR2.請問您今年幾歲？***	50	45.6	36	32.9	20	18.0	4	3.5	109	100.0
13-19 歲	50	45.6	36	32.9	20	18.0	4	3.5	109	100.0
20-29 歲	90	45.6	76	38.7	25	12.7	6	3.0	197	100.0
30-39 歲	114	50.3	84	36.9	23	10.2	6	2.7	227	100.0
40-49 歲	117	51.8	71	31.7	16	7.2	21	9.3	225	100.0
50-59 歲	110	49.6	78	35.2	21	9.5	13	5.7	222	100.0
60-64 歲	52	53.9	20	20.6	12	12.7	12	12.7	97	100.0
65 歲及以上	54	26.5	53	26.2	45	22.1	51	25.2	202	100.0
不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
總計	586	45.8	418	32.7	162	12.7	113	8.8	1279	100.0
S1.請問您的教育程度？***	26	65.8	2	6.1	1	1.0	11	27.1	40	100.0
國小及以下	26	65.8	2	6.1	1	1.0	11	27.1	40	100.0
國/初中	19	28.5	37	56.6	5	7.8	5	7.1	66	100.0
高中/職	198	51.7	121	31.6	41	10.7	23	6.0	383	100.0
大學/大專	233	46.6	196	39.4	57	11.4	13	2.6	499	100.0
研究所及以上	13	20.1	22	35.0	10	15.2	19	29.8	63	100.0
不知道/拒答	97	42.8	39	17.0	49	21.5	43	18.7	228	100.0
總計	586	45.8	418	32.7	162	12.7	113	8.8	1279	100.0
S2.請問您的職業？#	71	55.1	42	32.5	12	9.3	4	3.1	129	100.0
勞力體力的技術及非技術性人員	71	55.1	42	32.5	12	9.3	4	3.1	129	100.0
公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士	75	46.3	72	44.9	10	6.3	4	2.5	161	100.0
受僱於私人企業的一般上班族(包括行政、業務、服務等人員)	120	52.1	87	37.6	22	9.6	1	.6	231	100.0
軍公教	24	26.9	47	53.0	16	17.7	2	2.4	88	100.0
農林漁牧業	13	20.7	38	59.8	5	7.9	7	11.6	64	100.0
學生	69	45.2	56	36.4	23	14.8	5	3.6	152	100.0

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

	無(待)業	61	51.1	5	3.8	29	24.0	25	21.1	119	100.0
	退休	48	35.3	32	23.6	25	18.3	31	22.8	137	100.0
	家庭管理	56	65.4	22	25.5	7	7.6	1	1.6	86	100.0
	其他	3	37.3	4	48.9	1	13.8	0	0.0	9	100.0
	不知道/拒答	45	44.4	13	13.1	13	12.4	31	30.1	102	100.0
	總計	586	45.8	418	32.7	162	12.7	113	8.8	1279	100.0
QR1.請問您	新北市	103	47.3	96	44.1	18	8.4		.2	218	100.0
居住在哪个	臺北市	44	30.3	54	37.6	33	23.1	13	9.0	144	100.0
縣市?#	桃園市	45	38.3	18	15.2	30	25.6	24	20.8	117	100.0
	臺中市	91	61.2	28	18.8	9	6.1	21	13.9	149	100.0
	臺南市	42	40.8	35	34.1	11	10.4	15	14.8	103	100.0
	高雄市	82	54.2	48	31.5	19	12.3	3	2.0	152	100.0
	宜蘭縣	10	40.0	11	42.7	2	7.5	2	9.8	25	100.0
	新竹縣	17	57.7	10	33.1	1	2.7	2	6.5	29	100.0
	苗栗縣	7	21.8	16	54.3	2	7.3	5	16.5	30	100.0
	彰化縣	20	28.6	38	54.4	1	1.0	11	16.0	69	100.0
	南投縣	12	41.6	4	13.6	12	42.5	1	2.2	28	100.0
	雲林縣	32	85.4	5	12.1	1	2.6	0	0.0	38	100.0
	嘉義縣	17	58.1	4	13.0	3	9.9	5	19.0	29	100.0
	屏東縣	21	45.2	16	34.7	6	13.3	3	6.9	46	100.0
	臺東縣	2	19.6	5	45.3	3	24.8	1	10.3	12	100.0
	花蓮縣	9	51.1	8	43.1	1	5.8	0	0.0	18	100.0
	澎湖縣	2	29.7	2	35.5	2	34.8	0	0.0	6	100.0
	基隆市	14	68.4	4	19.2	3	12.4	0	0.0	21	100.0
	新竹市	10	43.3	11	46.0	1	5.1	1	5.7	23	100.0
	嘉義市	7	44.7	5	37.4	2	14.6		3.3	15	100.0
	金門縣	1	7.8	2	20.8	2	27.8	3	43.6	8	100.0
	連江縣		15.7		19.6		60.5		4.1	1	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	586	45.8	418	32.7	162	12.7	113	8.8	1279	100.0

附表 8. Q13.[消費意識] 請問您知不知道當您進行網路購物而發生糾紛的時候，可以使用主管機關所制定的定型化契約及應記載(如:個人資料保護、會員權利義務說明、帳號密碼遺失或冒用之處理、安全交易機制等)及不得記載事項(如:就個人資料行使之權利、不利益變更之禁止、單方變更契約內容、廣告等)，來主張您的權利？

		Q13.[消費意識] 請問您知不知道當您進行網路購物而發生糾紛的時候，可以使用主管機關所制定的定型化契約及應記載(如:個人資料保護、會員權利義務說明、帳號密碼遺失或冒用之處理、安全交易機制等)及不得記載事項(如:就個人資料行使之權利、不利益變更之禁止、單方變更契約內容、廣告等)，來主張您的權利？									
		不清楚		有印象，但不十分清楚		還算清楚		拒答		總計	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
S7.性別:***	男性	293	46.3	231	36.5	85	13.5	24	3.8	632	100.0
	女性	318	49.2	178	27.5	96	14.8	56	8.6	647	100.0
	總計	611	47.7	408	31.9	181	14.1	79	6.2	1279	100.0
QR2.請問您今年幾歲?***	13-19 歲	41	37.6	44	40.3	22	20.3	2	1.8	109	100.0
	20-29 歲	83	42.5	81	41.0	26	13.1	7	3.4	197	100.0
	30-39 歲	116	51.1	80	35.4	26	11.3	5	2.2	227	100.0
	40-49 歲	123	54.5	72	32.0	13	5.6	18	8.0	225	100.0
	50-59 歲	122	55.0	62	27.7	27	12.0	12	5.3	222	100.0
	60-64 歲	54	55.9	22	22.5	12	11.9	9	9.6	97	100.0
	65 歲及以上	71	35.2	48	23.7	57	28.0	27	13.1	202	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	611	47.7	408	31.9	181	14.1	79	6.2	1279	100.0
S1.請問您的教育程度?***	國小及以下	31	77.9	3	7.0		.9	6	14.2	40	100.0
	國/初中	23	34.1	34	51.4	6	8.5	4	5.9	66	100.0
	高中/職	204	53.2	110	28.6	47	12.1	23	6.0	383	100.0
	大學/大專	225	45.1	201	40.3	59	11.9	14	2.7	499	100.0
	研究所及以上	13	19.9	23	37.1	25	40.2	2	2.8	63	100.0
	不知道/拒答	116	50.8	37	16.3	44	19.2	31	13.7	228	100.0
	總計	611	47.7	408	31.9	181	14.1	79	6.2	1279	100.0
S2.請問您的職業?#	勞力體力的技術及非技術性人員	77	59.4	38	29.0	11	8.6	4	3.1	129	100.0
	公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士	73	44.9	65	40.2	19	11.9	5	2.9	161	100.0
	受僱於私人企業的一般上班族(包括行政、業務、服務等人員)	118	51.0	92	40.0	19	8.1	2	.9	231	100.0
	軍公教	29	33.1	43	48.5	15	17.2	1	1.1	88	100.0
	農林漁牧業	14	22.3	35	54.2	11	17.4	4	6.2	64	100.0
	學生	56	37.0	64	42.2	25	16.7	6	4.1	152	100.0
	無(待)業	89	74.9	4	3.0	10	8.1	17	14.0	119	100.0

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

退休	45	33.2	26	19.1	49	36.0	16	11.6	137	100.0
家庭管理	53	61.8	24	28.3	7	8.6	1	1.3	86	100.0
其他	2	23.8	7	76.2	0	0.0	0	0.0	9	100.0
不知道/拒答	54	52.9	11	10.7	14	13.4	24	23.0	102	100.0
總計	611	47.7	408	31.9	181	14.1	79	6.2	1279	100.0
QR1.請問 您居住在 哪個縣 市?#	105	48.2	95	43.8	17	7.8		.2	218	100.0
新北市	67	46.4	53	36.7	11	7.8	13	9.1	144	100.0
臺北市	48	41.0	13	11.5	30	26.0	25	21.5	117	100.0
桃園市	86	57.7	18	12.3	32	21.7	12	8.4	149	100.0
臺中市	42	40.9	37	36.1	23	22.1	1	.9	103	100.0
臺南市	77	50.6	51	33.4	21	13.9	3	2.0	152	100.0
高雄市	11	44.5	10	38.2	2	7.5	2	9.8	25	100.0
宜蘭縣	18	63.6	10	33.4	0	0.0	1	3.0	29	100.0
新竹縣	7	22.7	16	54.8	3	11.6	3	10.9	30	100.0
苗栗縣	28	40.0	34	49.3	7	9.4	1	1.3	69	100.0
彰化縣	12	41.6	4	14.8	12	42.5		1.1	28	100.0
南投縣	34	88.8	4	11.2	0	0.0	0	0.0	38	100.0
雲林縣	17	58.1	4	13.0	3	9.9	5	19.0	29	100.0
嘉義縣	17	36.7	19	41.3	6	13.3	4	8.7	46	100.0
屏東縣	3	24.3	7	60.9	1	4.6	1	10.3	12	100.0
臺東縣	7	40.4	8	45.7	2	10.6	1	3.2	18	100.0
花蓮縣	1	17.5	3	47.6	2	34.8	0	0.0	6	100.0
澎湖縣	14	66.7	4	17.4	3	15.9	0	0.0	21	100.0
基隆市	10	45.7	10	44.6	1	6.3	1	3.4	23	100.0
新竹市	6	42.5	6	39.6	2	14.6		3.3	15	100.0
嘉義市	1	13.2	1	17.9	2	22.6	4	46.3	8	100.0
金門縣		24.0		31.3		31.0		13.7	1	100.0
連江縣	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
不知道/拒答										
總計	611	47.7	408	31.9	181	14.1	79	6.2	1279	100.0

附表 9. Q14.[消費行為]請問您在國內網路購物時是否有發生過消費糾紛?

		Q14.[消費行為]請問您在國內網路購物時是否有發生過消費糾紛?					
		是		否		總計	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
S7.性別：	男性	95	15.0	537	85.0	632	100.0
	女性	109	16.8	538	83.2	647	100.0
	總計	204	15.9	1075	84.1	1279	100.0
QR2.請問您今年幾歲? **	13-19 歲	10	9.5	99	90.5	109	100.0
	20-29 歲	35	17.8	162	82.2	197	100.0
	30-39 歲	34	14.8	193	85.2	227	100.0
	40-49 歲	32	14.2	193	85.8	225	100.0
	50-59 歲	44	19.8	178	80.2	222	100.0
	60-64 歲	25	25.9	72	74.1	97	100.0
	65 歲及以上	23	11.6	179	88.4	202	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	204	15.9	1075	84.1	1279	100.0
S1.請問您的教育程度? ***	國小及以下	4	10.3	35	89.7	40	100.0
	國/初中	7	9.9	60	90.1	66	100.0
	高中/職	87	22.6	297	77.4	383	100.0
	大學/大專	64	12.8	435	87.2	499	100.0
	研究所及以上	14	22.2	49	77.8	63	100.0
	不知道/拒答	28	12.5	200	87.5	228	100.0
總計	204	15.9	1075	84.1	1279	100.0	
S2.請問您的職業? ***	勞力體力的技術及非技術性人員	31	24.1	98	75.9	129	100.0
	公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士	47	29.0	115	71.0	161	100.0
	受僱於私人企業的一般上班族(包括行政、業務、服務等人員)	25	11.0	205	89.0	231	100.0
	軍公教	30	33.8	58	66.2	88	100.0
	農林漁牧業	15	23.8	49	76.2	64	100.0
	學生	15	9.5	138	90.5	152	100.0
	無(待)業	2	1.6	117	98.4	119	100.0
	退休	16	11.4	121	88.6	137	100.0
	家庭管理	5	6.1	81	93.9	86	100.0
	其他	1	15.8	8	84.2	9	100.0

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

	不知道/拒答	17	16.2	86	83.8	102	100.0
	總計	204	15.9	1075	84.1	1279	100.0
QR1.請問您居住在哪个縣市？#	新北市	62	28.7	155	71.3	218	100.0
	臺北市	21	14.8	123	85.2	144	100.0
	桃園市	10	8.2	107	91.8	117	100.0
	臺中市	27	17.8	123	82.2	149	100.0
	臺南市	13	12.5	90	87.5	103	100.0
	高雄市	16	10.7	136	89.3	152	100.0
	宜蘭縣	2	9.4	23	90.6	25	100.0
	新竹縣	4	14.4	25	85.6	29	100.0
	苗栗縣	6	18.7	24	81.3	30	100.0
	彰化縣	9	13.3	60	86.7	69	100.0
	南投縣	1	4.6	26	95.4	28	100.0
	雲林縣	6	15.3	32	84.7	38	100.0
	嘉義縣	3	9.6	26	90.4	29	100.0
	屏東縣	5	11.4	41	88.6	46	100.0
	臺東縣	1	8.0	11	92.0	12	100.0
	花蓮縣	1	5.1	17	94.9	18	100.0
	澎湖縣	2	31.7	4	68.3	6	100.0
	基隆市	7	34.0	14	66.0	21	100.0
	新竹市	2	7.2	21	92.8	23	100.0
	嘉義市	4	28.6	10	71.4	15	100.0
	金門縣	1	17.3	6	82.7	8	100.0
	連江縣		15.6	1	84.4	1	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	204	15.9	1075	84.1	1279	100.0

附表 10. Q20.[承上題，消費行為]請問您進行網路跨境購物時(指在國外網站購物:如淘寶網)，發生過消費爭議嗎？

		Q20.[承上題，消費行為]請問您進行網路跨境購物時(指在國外網站購物:如淘寶網)，發生過消費爭議嗎？													
		沒有發生過消費爭議		1~2 次		3~4 次		5 次(含)以上		不知道		拒答		總計	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
S7.性別：#	男性	62	51.5	18	15.2	15	12.6	23	18.9	0	0.0	2	1.8	120	100.0
	女性	70	38.5	45	24.8	26	14.2	19	10.6	2	1.0	20	10.9	182	100.0
	總計	132	43.7	63	21.0	41	13.6	42	13.9	2	.6	22	7.2	302	100.0
QR2.請問您今年幾歲?#	13-19 歲	13	64.6	3	17.2		1.3	2	8.1	0	0.0	2	8.8	20	100.0
	20-29 歲	32	57.3	15	28.1	5	8.9	1	2.6		.8	1	2.4	55	100.0
	30-39 歲	33	57.1	17	30.2	3	4.8	3	4.9		.9	1	2.1	57	100.0
	40-49 歲	28	62.6	10	21.9	6	13.5	1	1.9	0	0.0	0	0.0	45	100.0
	50-59 歲	19	46.3	12	30.2	7	16.8	0	0.0	1	2.5	2	4.2	40	100.0
	60-64 歲	7	69.9	0	0.0	3	30.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	11	100.0
	65 歲及以上	0	0.0	5	7.0	17	23.1	35	48.1	0	0.0	16	21.8	73	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	132	43.7	63	21.0	41	13.6	42	13.9	2	.6	22	7.2	302	100.0
S1.請問您的教育程度?#	國小及以下	1	10.1	6	89.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	7	100.0
	國/初中	2	19.0	1	9.0	9	71.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	13	100.0
	高中/職	27	49.2	18	33.3	8	13.7		.6	0	0.0	2	3.2	55	100.0
	大學/大專	79	65.4	28	23.0	5	4.6	6	4.8	1	.8	2	1.5	121	100.0
	研究所及以上	13	33.8	6	15.7	1	2.6	17	43.5	0	0.0	2	4.4	38	100.0
	不知道/拒答	10	14.3	4	6.3	18	25.8	19	27.9	1	1.5	17	24.3	69	100.0
	總計	132	43.7	63	21.0	41	13.6	42	13.9	2	.6	22	7.2	302	100.0
S2.請問您的職業?#	勞力體力的技術及非技術性人員	17	41.3	19	46.2	4	8.9	1	3.5	0	0.0	0	0.0	41	100.0
	公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士	18	56.6	7	21.6	4	12.3	3	9.6	0	0.0	0	0.0	32	100.0
	受僱於私人企業的一般上班族(包括行政、業務、服務等人員)	37	71.2	10	19.9	3	6.0	1	1.3	1	1.7	0	0.0	53	100.0
	軍公教	16	68.9	7	31.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	24	100.0
	農林漁牧業	2	12.9	3	19.0	9	68.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	13	100.0
	學生	17	66.3	3	13.6		1.0	2	7.0	0	0.0	3	12.1	25	100.0
	無(待)業	2	7.0	1	2.2	6	19.8	19	64.2	0	0.0	2	6.8	30	100.0

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

	退休	5	9.2	0	0.0	15	28.0	16	30.5	1	1.9	16	30.5	52	100.0
	家庭管理	9	70.3	4	26.0		3.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	13	100.0
	其他	5	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	5	100.0
	不知道/拒答	4	26.8	10	67.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	5.9	15	100.0
	總計	132	43.7	63	21.0	41	13.6	42	13.9	2	.6	22	7.2	302	100.0
QR1.請問您居	新北市	37	51.2	23	31.7	9	12.7	3	3.7	0	0.0		.7	73	100.0
住在哪個縣	臺北市	25	45.6	5	9.4	3	4.8	20	36.2		.9	2	3.2	56	100.0
市?#	桃園市	6	13.1	3	6.8	1	3.0	16	37.0	0	0.0	17	40.1	43	100.0
	臺中市	3	15.1	3	14.8	14	59.8	1	2.9	0	0.0	2	7.4	23	100.0
	臺南市	4	67.1	2	26.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0		6.4	6	100.0
	高雄市	25	63.7	12	29.8	1	1.4	2	5.1	0	0.0	0	0.0	40	100.0
	宜蘭縣	1	66.7	0	0.0	1	33.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	100.0
	新竹縣	3	40.0	2	31.7	1	14.1	0	0.0	1	14.1	0	0.0	7	100.0
	苗栗縣	0	0.0		31.5	1	68.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0
	彰化縣	4	19.0	6	34.1	8	44.6	0	0.0		2.2	0	0.0	19	100.0
	南投縣		34.9		34.9	0	0.0		30.1	0	0.0	0	0.0	1	100.0
	雲林縣	4	47.0	4	53.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	8	100.0
	嘉義縣	2	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	100.0
	屏東縣	4	84.3	1	15.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	5	100.0
	臺東縣	1	69.5	0	0.0		13.2	0	0.0	0	0.0		17.4	2	100.0
	花蓮縣	3	88.3		11.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	100.0
	澎湖縣	1	52.9	0	0.0	1	47.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	100.0
	基隆市	3	84.3		7.8		7.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	100.0
	新竹市	1	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0
	嘉義市	2	69.1	0	0.0	1	30.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	100.0
	金門縣	1	42.6		18.1		39.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0
	連江縣		13.2		5.6		12.2		68.9	0	0.0	0	0.0		100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	132	43.7	63	21.0	41	13.6	42	13.9	2	.6	22	7.2	302	100.0

附表 11. Q23.[承上題，消費意識]請問您對申訴的結果滿意不滿意？

		Q23.[承上題，消費意識]請問您對申訴的結果滿意不滿意？(單選、不提示、追問強弱度)													
		總計		非常滿意		還算滿意		不太滿意		非常不滿意		不知道/無意見		拒答	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
S7.性別：**	總計	146	100.0	34	23.1	64	43.4	11	7.5	20	13.8	16	11.1	2	1.1
	男性	56	100.0	11	19.4	36	64.0	1	1.5	3	5.4	5	8.3	1	1.4
	女性	90	100.0	23	25.3	28	30.7	10	11.2	17	18.9	12	12.9	1	.9
QR2.請問您今年幾歲?#	13-19 歲	5	100.0	0	.0	4	79.6	0	.0	0	.0	1	20.4	0	.0
	20-29 歲	22	100.0	1	6.0	15	67.0	3	14.9	1	5.5	1	6.6	0	.0
	30-39 歲	23	100.0	4	18.7	13	57.3	3	12.7	0	2.0	2	9.4	0	.0
	40-49 歲	17	100.0	1	7.3	6	37.8	2	13.5	4	23.4	1	8.4	2	9.6
	50-59 歲	19	100.0	11	57.5	3	15.0	3	13.2	3	14.2	0	.0	0	.0
	60-64 歲	3	100.0	0	.0	3	100.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0
	65 歲及以上	57	100.0	16	28.1	19	33.4	0	.0	12	20.7	10	17.8	0	.0
	不知道/拒答	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0
S1.請問您的教育程度?#	國小及以下	6	100.0	0	.0	0	.0	0	6.7	0	.0	5	93.3	0	.0
	國/初中	10	100.0	5	52.2	4	42.2	1	5.6	0	.0	0	.0	0	.0
	高中/職	26	100.0	6	21.4	15	58.8	3	10.1	3	9.8	0	.0	0	.0
	大學/大專	39	100.0	7	17.1	19	49.3	7	16.7	1	2.2	6	14.7	0	.0
	研究所及以上	24	100.0	16	67.7	5	22.9	0	.0	2	9.4	0	.0	0	.0
	不知道/拒答	41	100.0	0	.0	19	46.4	1	2.0	14	35.2	5	12.4	2	3.9
S2.請問您的職業?#	勞力體力的技術及非技術性人員	24	100.0	8	32.3	14	57.4	1	2.4	0	1.9	1	6.0	0	.0
	公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士	14	100.0	1	9.5	7	50.4	1	6.6	0	2.2	4	31.3	0	.0
	受僱於私人企業的一般上班族(包括行政、業務、服務等人員)	14	100.0	2	15.6	9	60.8	3	17.7	1	6.0	0	.0	0	.0
	軍公教	7	100.0	1	13.4	3	40.4	2	29.3	1	16.9	0	.0	0	.0
	農林漁牧業	12	100.0	5	47.3	3	28.0	3	24.7	0	.0	0	.0	0	.0
	學生	5	100.0	0	2.6	5	97.4	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0
	無(待)業	26	100.0	0	.0	19	74.5	1	2.6	0	.0	5	19.9	1	3.1
	退休	31	100.0	16	52.1	0	.0	0	.0	15	47.9	0	.0	0	.0

	家庭管理	4	100.0	0	.0	4	88.6	0	11.4	0	.0	0	.0	0	.0
	其他	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0
	不知道/拒答	10	100.0	0	.0	0	.0	1	8.5	3	27.2	5	55.7	1	8.5
QR1.請問	新北市	35	100.0	14	38.8	16	46.9	4	11.2	0	.0	1	3.0	0	.0
您居住在	臺北市	28	100.0	0	1.8	25	87.9	1	4.3	1	2.2	1	3.8	0	.0
哪個縣	桃園市	20	100.0	19	92.2	0	2.2	1	5.6	0	.0	0	.0	0	.0
市?#	臺中市	18	100.0	0	.0	2	13.0	1	3.8	14	77.1	1	6.2	0	.0
	臺南市	2	100.0	0	.0	2	100.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0
	高雄市	14	100.0	0	.0	10	68.8	1	9.5	2	11.8	1	10.0	0	.0
	宜蘭縣	1	100.0	0	.0	0	.0	1	100.0	0	.0	0	.0	0	.0
	新竹縣	3	100.0	0	12.1	0	12.1	0	12.1	1	30.8	1	32.9	0	.0
	苗栗縣	1	100.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	31.5	1	68.5
	彰化縣	15	100.0	1	3.9	4	26.7	0	.0	0	.0	10	69.4	0	.0
	南投縣	1	100.0	0	.0	0	53.7	0	.0	0	46.3	0	.0	0	.0
	雲林縣	4	100.0	0	.0	0	.0	1	19.3	3	61.5	0	.0	1	19.3
	嘉義縣	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0
	屏東縣	1	100.0	0	.0	1	100.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0
	臺東縣	0	100.0	0	.0	0	100.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0
	花蓮縣	0	100.0	0	.0	0	100.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0
	澎湖縣	1	100.0	0	.0	1	60.2	0	39.8	0	.0	0	.0	0	.0
	基隆市	1	100.0	0	.0	1	100.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0
	新竹市	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0
	嘉義市	1	100.0	0	.0	1	100.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0
	金門縣	1	100.0	0	.0	0	.0	0	68.5	0	31.5	0	.0	0	.0
	連江縣	0	100.0	0	79.4	0	.0	0	14.1	0	6.5	0	.0	0	.0
	不知道/拒答	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0	0	.0

附表 12. Q25.[消費意識]請問您知道消費者於網路購物,特定商品沒有七天鑑賞期權利?(例如:易腐敗食品、印有消費者照片的客製化商品、報紙、經消費者拆封的影音產品、電子書、個人衛生用品及國際航空客運服務)?

		Q25.[消費意識]請問您知道消費者於網路購物,特定商品沒有七天鑑賞期權利?(例如:易腐敗食品、印有消費者照片的客製化商品、報紙、經消費者拆封的影音產品、電子書、個人衛生用品及國際航空客運服務)?							
		知道		不知道		拒答		總計	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
S7.性別:*	男性	347	54.9	250	39.5	35	5.6	632	100.0
	女性	352	54.4	232	35.8	63	9.8	647	100.0
	總計	699	54.6	481	37.6	99	7.7	1279	100.0
QR2.請問您	13-19 歲	79	72.8	25	23.2	4	4.0	109	100.0
今年幾	20-29 歲	130	66.2	61	31.1	5	2.6	197	100.0
歲?***	30-39 歲	144	63.3	73	32.3	10	4.4	227	100.0
	40-49 歲	121	53.8	85	37.7	19	8.4	225	100.0
	50-59 歲	125	56.4	85	38.2	12	5.4	222	100.0
	60-64 歲	28	29.2	64	66.4	4	4.4	97	100.0
	65 歲及以上	71	34.9	88	43.3	44	21.7	202	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	699	54.6	481	37.6	99	7.7	1279	100.0
S1.請問您	國小及以下	6	13.9	28	71.9	6	14.2	40	100.0
的教育程	國/初中	28	42.9	34	51.7	4	5.4	66	100.0
度?***	高中/職	209	54.5	149	38.8	26	6.7	383	100.0
	大學/大專	342	68.5	144	28.9	13	2.6	499	100.0
	研究所及以上	48	76.2	10	15.1	5	8.7	63	100.0
	不知道/拒答	66	29.1	116	51.0	46	20.0	228	100.0
	總計	699	54.6	481	37.6	99	7.7	1279	100.0
S2.請問您	勞力體力的技術及非	96	74.1	33	25.5	1	.4	129	100.0
的職業?#	技術性人員								
	公司行號負責人或自	106	65.9	53	33.0	2	1.1	161	100.0
	營業者、高階主管、								
	專業人士								
	受僱於私人企業的一	162	70.4	64	27.9	4	1.7	231	100.0
	般上班族(包括行								
	政、業務、服務等人								
	員)								
	軍公教	47	53.6	40	45.7	1	.7	88	100.0
	農林漁牧業	26	40.5	33	52.0	5	7.5	64	100.0

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

學生	103	67.6	44	28.6	6	3.8	152	100.0
無(待)業	16	13.0	54	45.7	49	41.2	119	100.0
退休	44	32.3	80	58.3	13	9.4	137	100.0
家庭管理	54	62.9	30	35.1	2	2.0	86	100.0
其他	7	74.6	2	25.4	0	0.0	9	100.0
不知道/拒答	38	36.8	47	46.1	17	17.0	102	100.0
總計	699	54.6	481	37.6	99	7.7	1279	100.0
QR1.請問您 居住在哪个 縣市?#	144	65.9	74	33.8		.2	218	100.0
新北市	78	54.4	42	29.2	24	16.3	144	100.0
臺北市	61	52.1	42	35.9	14	12.0	117	100.0
桃園市	41	27.3	79	52.8	30	19.9	149	100.0
臺中市	74	71.9	26	25.0	3	3.1	103	100.0
臺南市	91	59.6	61	39.9	1	.5	152	100.0
高雄市	10	38.9	10	40.9	5	20.2	25	100.0
宜蘭縣	15	52.6	13	44.0	1	3.4	29	100.0
新竹縣	20	65.1	10	32.5	1	2.4	30	100.0
苗栗縣	40	58.0	22	32.3	7	9.7	69	100.0
彰化縣	7	25.8	18	65.7	2	8.6	28	100.0
南投縣	20	53.2	18	46.8	0	0.0	38	100.0
雲林縣	14	48.9	13	44.1	2	7.0	29	100.0
嘉義縣	28	60.7	16	34.7	2	4.6	46	100.0
屏東縣	8	65.9	3	23.8	1	10.3	12	100.0
臺東縣	12	67.1	5	29.7	1	3.2	18	100.0
花蓮縣	4	67.7	1	20.5	1	11.8	6	100.0
澎湖縣	14	68.4	7	31.6	0	0.0	21	100.0
基隆市	6	26.6	15	65.0	2	8.4	23	100.0
新竹市	10	67.9	3	19.2	2	12.9	15	100.0
嘉義市	2	30.4	5	62.1	1	7.5	8	100.0
金門縣		29.4	1	66.7		3.9	1	100.0
連江縣	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
不知道/拒答	699	54.6	481	37.6	99	7.7	1279	100.0
總計								

附表 13. Q26.[消費意識]請問您是否知道，當您使用信用卡進行消費付款而廠商未履約時（例如您未收到商品或未獲得服務），您可以通知發卡機構協助處理疑義帳款（訪員必要時說明：銀行可以在您未繳款前，針對有疑問的款項進行處理，例如在符合銀行的條件下，發現可歸咎於廠商，您可不必繳款給銀行）？

	Q26.[消費意識]請問您是否知道，當您使用信用卡進行消費付款而廠商未履約時（例如您未收到商品或未獲得服務），您可以通知發卡機構協助處理疑義帳款（訪員必要時說明：銀行可以在您未繳款前，針對有疑問的款項進行處理，例如在符合銀行的條件下，發現可歸咎於廠商，您可不必繳款給銀行）？							
	知道		不知道		拒答		總計	
	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
S7.性別： 男性	270	42.7	335	52.9	28	4.4	632	100.0
*** 女性	255	39.5	315	48.8	76	11.7	647	100.0
總計	525	41.1	650	50.8	104	8.1	1279	100.0
QR2.請問 13-19 歲	45	41.4	60	54.5	4	4.1	109	100.0
您今年幾 20-29 歲	106	53.9	84	42.9	6	3.2	197	100.0
歲?*** 30-39 歲	112	49.3	105	46.4	10	4.3	227	100.0
40-49 歲	93	41.3	110	48.7	22	10.0	225	100.0
50-59 歲	92	41.4	115	51.5	16	7.1	222	100.0
60-64 歲	26	27.1	60	61.8	11	11.1	97	100.0
65 歲及以上	51	25.3	117	57.8	34	16.8	202	100.0
不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
總計	525	41.1	650	50.8	104	8.1	1279	100.0
S1.請問您 國小及以下	0	0.0	28	71.0	11	29.0	40	100.0
的教育程 國/初中	23	34.6	41	61.7	2	3.7	66	100.0
度?*** 高中/職	138	35.9	213	55.4	33	8.7	383	100.0
大學/大專	248	49.8	237	47.6	13	2.7	499	100.0
研究所及以上	42	66.4	18	28.8	3	4.8	63	100.0
不知道/拒答	75	32.8	113	49.7	40	17.5	228	100.0
總計	525	41.1	650	50.8	104	8.1	1279	100.0
S2.請問您 勞力體力的技術	73	56.4	54	42.1	2	1.4	129	100.0
的職業? 及非技術性人員								
# 公司行號負責人								
或自營業者、高階	82	50.5	74	45.6	6	3.9	161	100.0
主管、專業人士								
受僱於私人企業								
的一般上班族(包	131	56.7	97	42.2	3	1.1	231	100.0
括行政、業務、服								
務等人員)								

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

	軍公教	34	38.1	53	60.0	2	1.8	88	100.0
	農林漁牧業	21	32.1	39	61.1	4	6.8	64	100.0
	學生	62	40.4	87	57.1	4	2.5	152	100.0
	無(待)業	12	10.4	79	66.0	28	23.6	119	100.0
	退休	51	37.7	68	49.9	17	12.4	137	100.0
	家庭管理	29	33.2	54	62.8	3	4.0	86	100.0
	其他	3	37.9	6	62.1	0	0.0	9	100.0
	不知道/拒答	29	27.9	39	38.2	35	33.9	102	100.0
	總計	525	41.1	650	50.8	104	8.1	1279	100.0
QR1.請問	新北市	118	54.2	97	44.5	3	1.3	218	100.0
您居住在	臺北市	57	39.8	78	53.8	9	6.4	144	100.0
哪個縣	桃園市	54	46.0	36	30.8	27	23.2	117	100.0
市?#	臺中市	34	22.7	97	64.8	19	12.5	149	100.0
	臺南市	32	31.1	68	66.2	3	2.8	103	100.0
	高雄市	59	39.0	90	58.9	3	2.1	152	100.0
	宜蘭縣	5	20.4	15	59.4	5	20.2	25	100.0
	新竹縣	12	40.2	15	53.3	2	6.5	29	100.0
	苗栗縣	18	58.5	7	24.9	5	16.5	30	100.0
	彰化縣	36	51.4	22	32.0	12	16.6	69	100.0
	南投縣	6	22.7	19	70.2	2	7.1	28	100.0
	雲林縣	16	41.3	22	58.7	0	0.0	38	100.0
	嘉義縣	15	52.0	12	41.0	2	7.0	29	100.0
	屏東縣	16	35.6	24	52.9	5	11.5	46	100.0
	臺東縣	7	59.9	4	29.8	1	10.3	12	100.0
	花蓮縣	5	27.9	12	68.9	1	3.2	18	100.0
	澎湖縣	3	45.4	2	42.9	1	11.8	6	100.0
	基隆市	10	49.2	10	50.8	0	0.0	21	100.0
	新竹市	15	64.6	6	27.0	2	8.4	23	100.0
	嘉義市	7	47.6	6	39.5	2	12.9	15	100.0
	金門縣	1	13.7	6	76.8	1	9.6	8	100.0
	連江縣		15.3	1	77.8		7.0	1	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	525	41.1	650	50.8	104	8.1	1279	100.0

附表 14. Q27.請問您認為政府相關單位需不需要舉辦關於高齡者網路消費知識的相關教育

		Q27.請問您認為政府相關單位需不需要舉辦關於高齡者網路消費知識的相關教育											
		教育											
		非常需要		還算需要		不太需要		非常不需要		不知道/拒答		總計	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
S7.性別：	男性	272	43.0	250	39.5	38	6.0	20	3.2	52	8.2	632	100.0
	女性	281	43.5	235	36.4	55	8.6	11	1.7	64	9.9	647	100.0
	總計	553	43.2	485	37.9	93	7.3	31	2.5	116	9.1	1279	100.0
QR2.請問您今年幾歲?***	13-19 歲	45	41.1	43	39.7	12	10.9	1	.7	8	7.6	109	100.0
	20-29 歲	82	41.8	91	46.5	14	7.3	4	1.9	5	2.5	197	100.0
	30-39 歲	129	56.9	66	29.0	22	9.8	6	2.6	4	1.7	227	100.0
	40-49 歲	106	47.0	84	37.3	21	9.5	3	1.1	11	5.0	225	100.0
	50-59 歲	89	40.2	103	46.4	20	9.0	2	.8	8	3.7	222	100.0
	60-64 歲	37	38.7	43	44.6	3	3.6	7	7.4	6	5.8	97	100.0
	65 歲及以上	64	31.7	55	26.9	0	0.0	10	4.8	74	36.6	202	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	553	43.2	485	37.9	93	7.3	31	2.5	116	9.1	1279	100.0
	S1.請問您的教育程度?#	國小及以下	21	52.6	13	33.4		1.1	0	0.0	5	13.0	40
國/初中		30	45.9	28	42.9	2	3.7	4	5.9	1	1.6	66	100.0
高中/職		158	41.1	166	43.4	44	11.4	3	.8	13	3.3	383	100.0
大學/大專		249	49.9	189	37.8	42	8.5	6	1.2	13	2.7	499	100.0
研究所及以上		41	65.5	13	20.4	3	4.1	4	5.6	3	4.4	63	100.0
不知道/拒答		54	23.7	76	33.3	2	.8	15	6.6	81	35.6	228	100.0
總計	553	43.2	485	37.9	93	7.3	31	2.5	116	9.1	1279	100.0	
S2.請問您的職業?#	勞力體力的技術及非技術性人員	56	43.3	63	48.7	8	6.5	1	.8	1	.6	129	100.0
	公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士	91	56.5	60	37.4	7	4.2		.3	3	1.6	161	100.0
	受僱於私人企業的一般上班族(包括行政、業務、服務等人員)	116	50.3	92	40.0	17	7.4	4	1.7	1	.6	231	100.0
	軍公教	47	52.7	23	25.6	15	16.7	3	3.7	1	1.2	88	100.0
	農林漁牧業	28	44.6	30	47.6	2	3.6	1	2.2	1	2.1	64	100.0
	學生	59	39.0	68	44.6	15	10.0	2	1.5	7	4.9	152	100.0
	無(待)業	7	5.7	56	47.1	16	13.7	6	4.8	34	28.7	119	100.0
	退休	68	49.5	25	18.5	1	.5	0	0.0	43	31.5	137	100.0

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

	家庭管理	44	51.4	32	36.7	9	10.6		.3	1	.9	86	100.0
	其他	8	90.9	0	0.0	1	9.1	0	0.0	0	0.0	9	100.0
	不知道/拒答	28	27.6	36	35.0	2	1.9	13	12.5	24	23.0	102	100.0
	總計	553	43.2	485	37.9	93	7.3	31	2.5	116	9.1	1279	100.0
QR1.請問您居	新北市	108	49.5	93	42.6	12	5.5	2	.8	3	1.6	218	100.0
住在哪個縣市？	臺北市	46	31.9	57	39.8	11	8.0	2	1.4	27	18.9	144	100.0
#	桃園市	53	45.1	27	22.9	10	8.8	3	2.4	24	20.8	117	100.0
	臺中市	43	28.7	67	45.2	14	9.5	2	1.6	22	15.1	149	100.0
	臺南市	41	39.9	35	33.9	10	9.8	0	0.0	17	16.4	103	100.0
	高雄市	91	60.0	51	33.4	9	5.7	1	.8	0	0.0	152	100.0
	宜蘭縣	9	35.2	10	38.9	2	8.3	2	7.8	2	9.8	25	100.0
	新竹縣	16	56.2	9	30.1	1	5.0	0	0.0	3	8.7	29	100.0
	苗栗縣	4	14.9	14	46.5	5	15.3	5	16.3	2	7.1	30	100.0
	彰化縣	25	35.4	36	52.4	3	3.8	0	0.0	6	8.4	69	100.0
	南投縣	5	19.2	10	36.5	2	7.6	9	34.2	1	2.6	28	100.0
	雲林縣	19	50.1	19	49.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	38	100.0
	嘉義縣	11	37.3	12	43.3	2	6.6	2	5.8	2	7.0	29	100.0
	屏東縣	34	73.9	8	17.9	2	3.6	0	0.0	2	4.6	46	100.0
	臺東縣	8	67.1	2	17.8	1	4.8	0	0.0	1	10.3	12	100.0
	花蓮縣	5	25.3	11	58.3	2	10.6		2.6	1	3.2	18	100.0
	澎湖縣	2	31.3	2	34.1	1	18.8	0	0.0	1	15.8	6	100.0
	基隆市	11	51.7	6	27.3	4	19.2	0	0.0		1.7	21	100.0
	新竹市	11	46.2	11	46.8	1	3.6		1.1	1	2.3	23	100.0
	嘉義市	7	48.6	5	37.2	1	9.8	1	4.4	0	0.0	15	100.0
	金門縣	5	65.1		5.4		4.5	1	18.7		6.3	8	100.0
	連江縣		28.6		2.8		7.8		57.5		3.3	1	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	553	43.2	485	37.9	93	7.3	31	2.5	116	9.1	1279	100.0

附表 15. Q28.請問您認為最需要加強哪方面的教育主題(議題)?(可提示)

		Q28.請問您認為最需要加強哪方面的教育主題(議題)?(可提示)											
		消保基本觀念		定型化契約		消費爭議諮詢及申訴		消費詐騙		不知道/拒答		總計	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
		計數	%	計數	%	計數	列 N %	計數	%	計數	%	計數	%
S7.性別:***	男性	193	33.3	112	19.3	94	16.2	158	27.2	23	4.0	580	100.0
	女性	190	32.6	58	10.0	182	31.3	132	22.7	20	3.5	583	100.0
	總計	383	32.9	170	14.6	277	23.8	290	24.9	43	3.7	1163	100.0
QR2.請問您今年幾歲?#	13-19 歲	24	23.9	5	4.6	16	16.0	48	47.2	8	8.3	101	100.0
	20-29 歲	78	41.0	24	12.6	32	16.8	52	27.2	5	2.5	192	100.0
	30-39 歲	63	28.2	26	11.7	65	29.0	65	29.3	4	1.8	223	100.0
	40-49 歲	64	30.1	29	13.6	75	35.0	40	18.8	5	2.5	214	100.0
	50-59 歲	62	28.7	31	14.6	78	36.4	41	19.1	2	1.1	214	100.0
	60-64 歲	41	44.4	18	20.1	11	11.9	13	14.1	9	9.5	91	100.0
	65 歲及以上	51	39.9	37	28.6	0	0.0	31	24.0	10	7.5	128	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	383	32.9	170	14.6	277	23.8	290	24.9	43	3.7	1163	100.0
S1.請問您的教育程度?#	國小及以下	9	24.9	0	0.0		.1	23	67.0	3	7.9	34	100.0
	國/初中	20	31.2	20	30.8	2	2.8	23	34.6		.7	65	100.0
	高中/職	140	37.9	54	14.5	87	23.6	80	21.6	9	2.5	371	100.0
	大學/大專	139	28.6	63	13.0	148	30.6	124	25.6	11	2.2	486	100.0
	研究所及以上	35	57.5	6	10.1	8	14.0	9	15.4	2	3.0	60	100.0
	不知道/拒答	40	27.6	27	18.6	30	20.7	31	20.8	18	12.3	147	100.0
	總計	383	32.9	170	14.6	277	23.8	290	24.9	43	3.7	1163	100.0
S2.請問您的職業?#	勞力體力的技術及非技術性人員	59	46.3	13	9.8	29	22.3	25	19.7	3	2.0	129	100.0
	公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士	77	48.5	31	19.3	32	20.2	19	12.0	0	0.0	159	100.0
	受僱於私人企業的一般上班族(包括行政、業務、服務等人員)	66	28.8	37	16.0	58	25.2	67	29.0	2	1.0	229	100.0
	軍公教	18	21.2	28	31.8	24	27.1	17	19.9	0	0.0	87	100.0
	農林漁牧業	20	32.1	18	29.3	8	12.2	13	20.4	4	6.1	63	100.0
	學生	34	23.5	8	5.8	28	19.6	61	42.1	13	9.0	145	100.0
	無(待)業	21	24.4	1	1.5	48	56.2	12	13.7	4	4.2	85	100.0
	退休	38	40.4	24	25.7	9	9.2	23	24.6	0	0.0	94	100.0
	家庭管理	27	31.9	3	4.0	26	31.0	26	30.6	2	2.6	85	100.0

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

	其他	4	39.6	0	0.0	3	37.4	2	23.0	0	0.0	9	100.0
	不知道/拒答	19	23.6	7	9.3	12	15.6	25	31.5	16	20.0	79	100.0
	總計	383	32.9	170	14.6	277	23.8	290	24.9	43	3.7	1163	100.0
QR1.請問您居	新北市	79	37.0	45	21.2	40	18.9	47	22.2	2	.8	214	100.0
住在哪個縣	臺北市	24	20.8	17	14.8	30	25.7	40	34.4	5	4.4	117	100.0
市?#	桃園市	40	43.1	13	13.7	26	28.3	12	12.5	2	2.4	92	100.0
	臺中市	37	29.0	6	4.5	54	42.5	22	17.4	8	6.6	127	100.0
	臺南市	32	37.4	13	15.0	11	12.8	24	28.1	6	6.6	86	100.0
	高雄市	62	41.0	11	7.2	28	18.1	51	33.4		.3	152	100.0
	宜蘭縣	3	14.4	2	7.8	7	32.9	10	44.9	0	0.0	23	100.0
	新竹縣	11	43.5		1.9	8	30.7	6	23.9	0	0.0	26	100.0
	苗栗縣	14	50.1	3	9.7	4	13.8	3	12.4	4	14.0	28	100.0
	彰化縣	15	24.0	32	49.6	9	13.8	8	12.2		.4	64	100.0
	南投縣	7	26.3	2	7.7	5	18.4	3	11.3	10	36.2	27	100.0
	雲林縣	7	18.8	5	13.0	5	11.9	21	56.3	0	0.0	38	100.0
	嘉義縣	5	20.4	2	6.8	10	38.3	9	32.1	1	2.5	27	100.0
	屏東縣	9	19.5	1	2.4	19	43.5	12	28.0	3	6.6	44	100.0
	臺東縣	4	35.2	1	6.6	4	39.5	2	15.5		3.2	11	100.0
	花蓮縣	9	51.3		2.6	4	21.2	4	22.3		2.6	17	100.0
	澎湖縣	1	26.8	1	12.6	1	15.9	2	44.7	0	0.0	5	100.0
	基隆市	7	32.5	3	17.2	5	26.3	5	24.0	0	0.0	20	100.0
	新竹市	6	26.0	9	40.4	3	12.4	5	21.1	0	0.0	22	100.0
	嘉義市	6	39.6	4	28.1	3	17.7	1	9.4	1	5.2	15	100.0
	金門縣	4	53.7		5.6	1	14.7	1	20.3		5.8	7	100.0
	連江縣		13.1		11.2		19.8		33.6		22.2	1	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	383	32.9	170	14.6	277	23.8	290	24.9	43	3.7	1163	100.0

附表 16. S4.請問您平時網路的使用頻率？

		S4.請問您平時網路的使用頻率？									
		每天使用		每週至少有一 次		每週至少會有 多次		每半個月至少 有一次		每個月至少有一 次	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
S7.性別：***	男性	364	57.6	94	14.8	50	8.0	13	2.1	39	6.2
	女性	441	68.1	65	10.0	34	5.3	8	1.2	22	3.3
	總計	805	62.9	159	12.4	85	6.6	21	1.6	61	4.8
QR2.請問您今年 幾歲?#	13-19 歲	91	83.4	3	2.4	9	7.9	1	.7	3	2.4
	20-29 歲	139	70.8	33	16.7	6	3.3	5	2.5	8	4.1
	30-39 歲	159	70.0	28	12.5	19	8.5	8	3.4	6	2.5
	40-49 歲	171	76.2	16	7.1	18	8.2	7	3.3	2	.9
	50-59 歲	144	64.6	24	10.8	14	6.3	0	0.0	14	6.4
	60-64 歲	38	38.9	13	13.8	18	18.8	0	0.0	0	0.0
	65 歲及以上	63	31.1	42	20.6	0	0.0	0	0.0	28	14.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	805	62.9	159	12.4	85	6.6	21	1.6	61	4.8
S1.請問您的教育 程度?#	國小及以下	8	20.5	0	0.0	2	6.0	0	0.0	18	45.4
	國/初中	25	37.5	10	15.6	15	22.7	5	7.3	4	6.7
	高中/職	234	61.1	73	19.0	19	4.9	7	1.8	24	6.2
	大學/大專	382	76.5	49	9.7	38	7.5	8	1.5	9	1.9
	研究所及以上	46	73.0	6	8.9	3	5.2	1	1.1	3	5.1
	不知道/拒答	110	48.3	21	9.4	8	3.4	1	.3	2	1.0
總計	805	62.9	159	12.4	85	6.6	21	1.6	61	4.8	
S2.請問您的職 業?#	勞力體力的技術及非技術性人員	84	65.1	26	19.9	13	9.7	5	3.6	1	1.1
	公司行號負責人或自營業者、高階 主管、專業人士	87	53.9	46	28.5	16	9.7	6	3.8	2	1.2
	受僱於私人企業的一般上班族（包 括行政、業務、服務等人員）	164	71.1	38	16.7	14	6.2	5	2.1	5	2.4
	軍公教	52	59.3	10	11.1	10	11.2		.2	8	9.4
	農林漁牧業	22	33.7	8	12.4	20	31.1	2	2.5	3	4.4
	學生	133	87.1	1	.9	4	2.8		.3	7	4.9
	無(待)業	84	70.4	3	2.8		.2	0	0.0	1	.9
	退休	61	44.9	20	14.6	1	.8	2	1.3	20	14.7
家庭管理	61	70.6	2	2.2	5	6.1	1	1.5	11	13.2	

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

	其他	9	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	不知道/拒答	48	47.0	4	4.1	2	1.7	0	0.0	1	1.2
	總計	805	62.9	159	12.4	85	6.6	21	1.6	61	4.8
QR1.請問您居住	新北市	134	61.4	34	15.6	37	17.2	7	3.2	4	2.0
在哪個縣市?#	臺北市	82	57.1	10	7.0	11	7.7	2	1.6	9	6.3
	桃園市	55	47.5	17	14.4	8	6.6	3	2.8	1	1.1
	臺中市	107	71.9	13	8.6	3	2.0	2	1.7	1	1.0
	臺南市	72	69.4	16	15.5	5	4.6	0	0.0	3	2.6
	高雄市	101	66.1	15	9.7	1	.9	1	.4	31	20.1
	宜蘭縣	12	48.3	1	5.5	6	23.3	1	2.3	2	8.8
	新竹縣	23	78.9	1	4.8	1	3.7	0	0.0		1.4
	苗栗縣	7	24.7	13	44.8	3	8.6		1.4	1	4.0
	彰化縣	34	49.1	21	30.4	1	.9	3	3.8		.4
	南投縣	15	52.6	2	7.4		1.1	0	0.0	1	2.0
	雲林縣	25	67.1	4	11.3	1	1.8	0	0.0	0	0.0
	嘉義縣	24	84.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	8.1
	屏東縣	38	82.1	3	6.4	2	4.6	0	0.0	0	0.0
	臺東縣	9	71.6	1	11.3	1	9.6	1	4.6	0	0.0
	花蓮縣	15	81.0		2.6	1	5.1	0	0.0	0	0.0
	澎湖縣	4	64.0	2	27.6		5.8	0	0.0		2.7
	基隆市	14	70.1	2	8.5	2	10.2	0	0.0	1	3.5
	新竹市	20	88.4	1	3.9	1	5.4	0	0.0	0	0.0
	嘉義市	11	73.3	1	7.4	0	0.0	1	6.4	1	5.2
	金門縣	3	35.1		5.4		6.2		1.3	3	38.2
	連江縣		49.7		2.8		6.6		2.6		7.9
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	805	62.9	159	12.4	85	6.6	21	1.6	61	4.8

		S4.請問您平時網路的使用頻率？									
		極少使用		沒有使用		其他		不知道/拒答		總計	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
S7.性別：***	男性	32	5.0	1	.1	0	0.0	39	6.1	632	100.0
	女性	15	2.4	15	2.3	0	0.0	47	7.3	647	100.0
	總計	47	3.7	16	1.2	0	0.0	86	6.7	1279	100.0
QR2.請問您今年幾歲？#	13-19 歲	1	1.4	0	0.0	0	0.0	2	1.8	109	100.0
	20-29 歲	5	2.5	0	0.0	0	0.0	2	.2	197	100.0
	30-39 歲	3	1.3	1	.3	0	0.0	3	1.4	227	100.0
	40-49 歲	3	1.5	1	.5	0	0.0	5	2.3	225	100.0
	50-59 歲	20	9.1	1	.4	0	0.0	5	2.5	222	100.0
	60-64 歲	14	14.6	0	0.0	0	0.0	13	13.9	97	100.0
	65 歲及以上	0	0.0	13	6.4	0	0.0	56	27.8	202	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	47	3.7	16	1.2	0	0.0	86	6.7	1279	100.0
	S1.請問您的教育程度？#	國小及以下		.1	5	12.9	0	0.0	6	15.1	40
國/初中		5	8.0	0	0.0	0	0.0	1	2.2	66	100.0
高中/職		22	5.6	0	0.0	0	0.0	5	1.3	383	100.0
大學/大專		6	1.2	8	1.6	0	0.0	0	0.0	499	100.0
研究所及以上		2	2.7	1	1.7	0	0.0	1	2.4	63	100.0
不知道/拒答		12	5.4	2	.7	0	0.0	72	31.6	228	100.0
總計	47	3.7	16	1.2	0	0.0	86	6.7	1279	100.0	
S2.請問您的職業？#	勞力體力的技術及非技術性人員		.0	0	0.0	0	0.0	1	.4	129	100.0
	公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士	4	2.2	0	0.0	0	0.0	1	.6	161	100.0
	受僱於私人企業的一般上班族（包括行政、業務、服務等人員）	3	1.3	0	0.0	0	0.0	1	.2	231	100.0
	軍公教	7	7.6	1	1.2	0	0.0	0	0.0	88	100.0
	農林漁牧業	7	10.6	0	0.0	0	0.0	3	5.4	64	100.0
	學生	4	2.8	0	0.0	0	0.0	2	1.3	152	100.0
	無(待)業	5	4.2	1	.5	0	0.0	25	21.0	119	100.0
	退休	2	1.5	0	0.0	0	0.0	30	22.1	137	100.0
	家庭管理	5	5.5	0	0.0	0	0.0	1	1.0	86	100.0
	其他	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	9	100.0

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

	不知道/拒答	11	10.6	14	13.7	0	0.0	22	21.8	102	100.0
	總計	47	3.7	16	1.2	0	0.0	86	6.7	1279	100.0
QR1.請問您居住在哪个縣市？#	新北市	1	.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	218	100.0
	臺北市	3	2.3	0	0.0	0	0.0	26	17.9	144	100.0
	桃園市	7	6.3	8	6.8	0	0.0	17	14.5	117	100.0
	臺中市	4	3.0	1	.6	0	0.0	17	11.3	149	100.0
	臺南市	5	5.2	1	.9	0	0.0	2	1.9	103	100.0
	高雄市	4	2.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	152	100.0
	宜蘭縣	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	11.8	25	100.0
	新竹縣	1	4.8	0	0.0	0	0.0	2	6.5	29	100.0
	苗栗縣	4	12.3	1	2.1	0	0.0	1	2.2	30	100.0
	彰化縣	4	5.2	5	7.3	0	0.0	2	2.7	69	100.0
	南投縣	1	2.7	0	0.0	0	0.0	9	34.2	28	100.0
	雲林縣	8	19.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	38	100.0
	嘉義縣	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	7.0	29	100.0
	屏東縣	1	2.3	0	0.0	0	0.0	2	4.6	46	100.0
	臺東縣	0	0.0	0	0.0	0	0.0		2.9	12	100.0
	花蓮縣	1	8.1	0	0.0	0	0.0	1	3.2	18	100.0
	澎湖縣	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	100.0
	基隆市	2	7.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	21	100.0
	新竹市	0	0.0		1.1	0	0.0		1.1	23	100.0
	嘉義市	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	7.8	15	100.0
	金門縣		2.5	0	0.0	0	0.0	1	11.3	8	100.0
	連江縣		6.7	0	0.0	0	0.0		23.6	1	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	47	3.7	16	1.2	0	0.0	86	6.7	1279	100.0

附表 17. S5.請問您平時瀏覽購物網站的頻率？

		S5.請問您平時瀏覽購物網站的頻率？									
		每天使用		每週至少有一 次		每週至少會有 多次		每半個月至少 有一次		每個月至少有一 次	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
S7.性別：***	男性	104	16.5	129	20.4	62	9.9	54	8.5	86	13.6
	女性	138	21.3	142	22.0	56	8.6	40	6.2	53	8.2
	總計	242	18.9	272	21.2	118	9.3	93	7.3	139	10.9
QR2.請問您今年 幾歲？***	13-19 歲	22	20.0	11	9.7	21	19.4	11	10.4	14	12.5
	20-29 歲	49	25.0	54	27.7	22	10.9	16	8.1	17	8.5
	30-39 歲	62	27.5	71	31.2	21	9.4	15	6.7	28	12.4
	40-49 歲	35	15.7	50	22.3	22	9.7	13	5.8	20	8.8
	50-59 歲	17	7.5	36	16.1	25	11.3	23	10.6	34	15.2
	60-64 歲	15	15.1	11	11.3	7	7.4	3	3.5	18	19.1
	65 歲及以上	42	20.6	39	19.1	0	0.0	11	5.5	8	4.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	242	18.9	272	21.2	118	9.3	93	7.3	139	10.9
S1.請問您的教育 程度？***	國小及以下		.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	國/初中	17	25.5	22	33.8	6	9.3	4	5.9	1	1.7
	高中/職	50	13.0	76	19.8	31	8.1	43	11.2	71	18.6
	大學/大專	123	24.6	140	28.0	54	10.9	30	5.9	42	8.4
	研究所及以上	27	43.0	9	14.7	15	24.0	4	7.0	2	3.6
	不知道/拒答	25	10.9	24	10.7	12	5.3	13	5.5	22	9.6
總計	242	18.9	272	21.2	118	9.3	93	7.3	139	10.9	
S2.請問您的職 業？***	勞力體力的技術及非技術性人員	32	24.7	35	27.3	12	9.1	12	9.2	15	11.7
	公司行號負責人或自營業者、高階 主管、專業人士	19	11.8	45	28.1	10	6.2	20	12.4	30	18.8
	受僱於私人企業的一般上班族(包 括行政、業務、服務等人員)	47	20.3	82	35.5	45	19.7	16	6.9	21	8.9
	軍公教	24	27.0	22	25.3	5	6.2	7	7.8	10	11.0
	農林漁牧業	18	28.5	10	15.3	7	11.7	9	14.1	4	6.3
	學生	25	16.5	23	15.0	23	15.0	13	8.5	20	13.1
	無(待)業	24	20.6	1	1.1	1	.8	6	4.8	2	2.0
	退休	17	12.6	33	23.9	4	2.9	1	.7	7	4.9
	家庭管理	27	31.9	12	13.9	7	7.7	3	3.2	17	19.4

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

	其他	4	42.8	3	32.4	0	0.0	1	11.3	0	0.0
	不知道/拒答	4	3.8	5	5.4	4	3.7	6	6.1	13	13.0
	總計	242	18.9	272	21.2	118	9.3	93	7.3	139	10.9
QR1.請問您居住	新北市	42	19.2	72	33.3	28	12.9	19	8.9	30	13.9
在哪個縣市?#	臺北市	50	34.8	34	23.7	11	7.7	8	5.5	15	10.3
	桃園市	19	16.2	29	24.7	10	8.5	5	4.5	2	1.5
	臺中市	14	9.1	12	7.9	11	7.2	10	6.7	14	9.7
	臺南市	27	26.3	25	24.3	9	8.6	6	5.5	9	8.8
	高雄市	36	23.4	38	25.1	10	6.4	6	3.8	24	15.8
	宜蘭縣	1	4.3	5	20.4	3	13.9	3	11.7	2	8.5
	新竹縣	1	5.1	5	17.3	5	16.3	6	20.9	4	13.4
	苗栗縣	2	7.8	12	41.0	4	13.0	1	4.1	2	5.9
	彰化縣	4	5.9	11	16.2	4	6.1	13	19.1	5	6.5
	南投縣	4	14.3	1	3.9	2	5.6	1	3.5		1.3
	雲林縣	2	4.0	8	20.0	3	8.4	3	6.9	2	6.0
	嘉義縣	2	7.2	2	6.8	4	12.9	0	0.0	9	30.0
	屏東縣	21	45.0	7	15.9	3	6.9	2	4.4	0	0.0
	臺東縣	2	18.3	2	15.5	1	8.7	2	18.2	2	16.4
	花蓮縣	5	27.2	1	6.3	6	30.9	1	3.2	3	16.0
	澎湖縣	2	33.0	1	13.5	0	0.0	1	8.8	1	14.4
	基隆市	3	12.5	3	12.4	3	12.9	1	3.4	7	32.6
	新竹市	1	3.8	3	12.9	0	0.0	1	5.1	5	20.0
	嘉義市	4	29.9	0	0.0	2	12.3	2	16.6	3	20.6
	金門縣		5.0		2.0	1	11.8	2	32.5	1	10.5
	連江縣		21.2		1.0		17.8		37.7		8.9
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	242	18.9	272	21.2	118	9.3	93	7.3	139	10.9

		S5.請問您平時瀏覽購物網站的頻率？									
		極少使用		沒有使用		其他		不知道/拒答		總計	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
S7.性別：	男性	160	25.4	3	.4	0	0.0	34	5.4	632	100.0
	女性	126	19.5	45	6.9	0	0.0	47	7.3	647	100.0
	總計	286	22.4	47	3.7	0	0.0	81	6.3	1279	100.0
QR2.請問您今年幾歲？	13-19 歲	25	22.8	1	.5	0	0.0	5	4.6	109	100.0
	20-29 歲	35	17.7		.2	0	0.0	4	1.9	197	100.0
	30-39 歲	19	8.4	1	.5	0	0.0	8	3.7	227	100.0
	40-49 歲	64	28.4	0	0.0	0	0.0	21	9.2	225	100.0
	50-59 歲	68	30.7	3	1.1	0	0.0	16	7.4	222	100.0
	60-64 歲	28	29.0	2	2.0	0	0.0	12	12.7	97	100.0
	65 歲及以上	47	23.5	41	20.1	0	0.0	15	7.2	202	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	286	22.4	47	3.7	0	0.0	81	6.3	1279	100.0
	S1.請問您的教育程度？	國小及以下	28	71.0	5	13.9	0	0.0	6	14.2	40
國/初中		12	18.4		.6	0	0.0	3	4.8	66	100.0
高中/職		97	25.4	0	0.0	0	0.0	15	3.9	383	100.0
大學/大專		91	18.2	11	2.1	0	0.0	9	1.8	499	100.0
研究所及以上		3	5.2	0	0.0	0	0.0	2	2.4	63	100.0
不知道/拒答		55	24.0	31	13.6	0	0.0	47	20.6	228	100.0
總計		286	22.4	47	3.7	0	0.0	81	6.3	1279	100.0
S2.請問您的職業？	勞力體力的技術及非技術性人員	17	13.1	0	0.0	0	0.0	6	4.9	129	100.0
	公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士	32	20.1		.2	0	0.0	4	2.4	161	100.0
	受僱於私人企業的一般上班族（包括行政、業務、服務等人員）	18	7.6	0	0.0	0	0.0	2	1.1	231	100.0
	軍公教	15	17.2	2	1.8	0	0.0	3	3.7	88	100.0
	農林漁牧業	15	23.5		.7	0	0.0	0	0.0	64	100.0
	學生	41	27.2	1	.7	0	0.0	6	4.2	152	100.0
	無(待)業	65	54.6		.3	0	0.0	19	15.7	119	100.0
	退休	46	33.6	28	20.3	0	0.0	1	1.1	137	100.0
	家庭管理	20	23.2	0	0.0	0	0.0	1	.7	86	100.0
	其他	1	13.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	9	100.0

	不知道/拒答	16	15.3	16	15.5	0	0.0	38	37.1	102	100.0
	總計	286	22.4	47	3.7	0	0.0	81	6.3	1279	100.0
QR1.請問您居住在哪个縣市？	新北市	20	9.0	0	0.0	0	0.0	6	2.8	218	100.0
	臺北市	17	12.0	0	0.0	0	0.0	9	6.0	144	100.0
	桃園市	27	23.0	24	20.8	0	0.0	1	.9	117	100.0
	臺中市	63	42.0	12	7.9	0	0.0	14	9.5	149	100.0
	臺南市	22	21.1	3	2.8	0	0.0	3	2.6	103	100.0
	高雄市	38	25.0	0	0.0	0	0.0	1	.5	152	100.0
	宜蘭縣	8	31.4	0	0.0	0	0.0	2	9.8	25	100.0
	新竹縣	6	19.2		1.4	0	0.0	2	6.5	29	100.0
	苗栗縣	3	9.4	0	0.0	0	0.0	6	18.8	30	100.0
	彰化縣	15	21.9	7	10.2	0	0.0	10	14.1	69	100.0
	南投縣	10	35.2	0	0.0	0	0.0	10	36.2	28	100.0
	雲林縣	14	36.4	0	0.0	0	0.0	7	18.4	38	100.0
	嘉義縣	7	26.0	0	0.0	0	0.0	5	17.1	29	100.0
	屏東縣	11	23.2	0	0.0	0	0.0	2	4.6	46	100.0
	臺東縣	2	15.1	1	7.7	0	0.0	0	0.0	12	100.0
	花蓮縣	2	10.6	0	0.0	0	0.0	1	5.8	18	100.0
	澎湖縣	2	30.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	100.0
	基隆市	5	22.7	0	0.0	0	0.0	1	3.5	21	100.0
	新竹市	12	52.8	0	0.0	0	0.0	1	5.5	23	100.0
	嘉義市	2	14.3	0	0.0	0	0.0	1	6.3	15	100.0
	金門縣	3	38.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	8	100.0
	連江縣		13.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	286	22.4	47	3.7	0	0.0	81	6.3	1279	100.0

附表 18. S6.請問您是否是家中日用品（包括食品）的主要購買者？

		S6.請問您是否是家中日用品（包括食品）的主要購買者？							
		是		不是		不知道/拒答		總計	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
S7.性別：	男性	178	28.1	367	58.0	88	13.9	632	100.0
	女性	365	56.4	207	32.0	75	11.6	647	100.0
	總計	542	42.4	574	44.9	163	12.7	1279	100.0
QR2.請問您今年幾歲？	13-19 歲	18	16.8	87	79.4	4	3.8	109	100.0
	20-29 歲	65	32.9	122	62.2	10	4.9	197	100.0
	30-39 歲	105	46.2	109	48.3	13	5.6	227	100.0
	40-49 歲	155	68.9	57	25.4	13	5.7	225	100.0
	50-59 歲	106	47.7	95	42.8	21	9.4	222	100.0
	60-64 歲	26	26.5	54	55.4	17	18.1	97	100.0
	65 歲及以上	68	33.4	50	24.6	85	42.0	202	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	542	42.4	574	44.9	163	12.7	1279	100.0
	S1.請問您的教育程度？	國小及以下	10	24.8	21	53.3	9	21.9	40
國/初中		27	41.1	33	50.6	5	8.3	66	100.0
高中/職		206	53.8	157	40.8	21	5.4	383	100.0
大學/大專		219	43.9	254	50.8	26	5.3	499	100.0
研究所及以上		35	56.0	22	34.6	6	9.4	63	100.0
不知道/拒答		45	19.7	88	38.4	96	41.9	228	100.0
總計		542	42.4	574	44.9	163	12.7	1279	100.0
S2.請問您的職業？	勞力體力的技術及非技術性人員	62	47.7	63	48.9	4	3.4	129	100.0
	公司行號負責人或自營業者、高階主管、專業人士	66	40.8	91	56.5	4	2.7	161	100.0
	受僱於私人企業的一般上班族（包括行政、業務、服務等人員）	114	49.5	106	46.1	10	4.4	231	100.0
	軍公教	30	34.6	52	58.5	6	7.0	88	100.0
	農林漁牧業	24	38.1	28	43.1	12	18.8	64	100.0
	學生	29	18.8	117	77.0	6	4.2	152	100.0
	無(待)業	78	65.8	10	8.4	31	25.8	119	100.0
	退休	42	30.9	53	38.6	42	30.5	137	100.0
	家庭管理	74	85.9	11	12.5	1	1.6	86	100.0
	其他	6	62.4	3	37.6	0	0.0	9	100.0
	不知道/拒答	17	16.6	40	38.9	46	44.5	102	100.0

107 行政院「網路購物消費者意識及行為調查」研究計畫案

	總計	542	42.4	574	44.9	163	12.7	1279	100.0
QR1.請問您居住在哪个縣市？	新北市	87	39.9	129	59.4	1	.7	218	100.0
	臺北市	63	43.7	53	36.9	28	19.5	144	100.0
	桃園市	50	42.7	34	29.2	33	28.1	117	100.0
	臺中市	80	53.6	55	36.6	15	9.9	149	100.0
	臺南市	28	27.1	57	55.5	18	17.4	103	100.0
	高雄市	79	52.1	64	42.0	9	6.0	152	100.0
	宜蘭縣	6	22.8	15	58.6	5	18.6	25	100.0
	新竹縣	12	42.5	12	40.4	5	17.1	29	100.0
	苗栗縣	19	62.1	6	18.6	6	19.3	30	100.0
	彰化縣	25	36.3	28	39.7	17	24.0	69	100.0
	南投縣	10	36.9	7	26.9	10	36.2	28	100.0
	雲林縣	11	29.9	21	55.2	6	14.9	38	100.0
	嘉義縣	7	24.4	19	67.5	2	8.1	29	100.0
	屏東縣	24	51.5	20	43.9	2	4.6	46	100.0
	臺東縣	4	34.9	7	54.8	1	10.3	12	100.0
	花蓮縣	11	60.5	7	36.3	1	3.2	18	100.0
	澎湖縣	2	29.2	4	70.8	0	0.0	6	100.0
	基隆市	7	32.8	14	67.2	0	0.0	21	100.0
	新竹市	12	54.4	9	38.3	2	7.3	23	100.0
	嘉義市	4	26.1	8	56.4	3	17.5	15	100.0
	金門縣	1	17.6	6	76.9		5.4	8	100.0
	連江縣		34.4		57.3		8.3	1	100.0
	不知道/拒答	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
	總計	542	42.4	574	44.9	163	12.7	1279	100.0

附件三、北中南東及離島、直轄市交叉表

交叉表與卡方檢定處理原則說明：

1. 將居住地區分為北中南東(北部地區、中部地區、南部地區、東部及離島地區)以及是否為直轄市兩變項後進行統計檢定。
2. 依行政院經建會都市及住宅發展處擬訂之「臺灣地區綜合開發計畫」，將臺灣劃分為四個區域，其「北部地區」包括臺北市、新北市、基隆市、宜蘭縣、桃園市、新竹縣及新竹市；其「中部地區」包括苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣及雲林縣；其「南部地區」包括嘉義縣、嘉義市、臺南市、高雄市、屏東縣及澎湖縣；其「東部及離島地區」，包括花蓮縣、臺東縣、金門縣及連江縣；直轄市則為臺北市、新北市、桃園市、臺中市、臺南市及高雄市。
3. 濾除自變項中未予實質/具體回應者及回答人數過少者，才進行統計檢定。
4. 細格內的數字為該列之百分比。
5. 將第 9 題選項的「完全符合」、「還算符合」合併為「正面評價」，「不太符合」、「非常不符合」合併為「負面評價」；第 23 題選項的「非常滿意」、「還算滿意」合併為「正面評價」，「不太滿意」、「非常不滿意」合併為「負面評價」；第 23 題選項的「非常需要」、「還算需要」合併為「正面評價」，「不太需要」、「非常不需要」合併為「負面評價」後才進行卡方統計檢定。
6. 卡方檢定若達 95% 顯著水準($p < 0.05$)則在表中以 '**' 表之；若檢定結果達 99% 顯著水準($p < 0.01$)即以 '***' 表之，若檢定結果達 99.9% 顯著水準($p < 0.001$)則以 '****' 表示。
7. #表示卡方關聯性檢定分析結果，不適合卡方檢定（即交叉表中，有 20% 以上的細格之期望值低於 5，此情況下的卡方檢定結果並不精確，因此不進行解讀）。
8. 各項目百分比因樣本加權及四捨五入進位之關係造成總計百分比有 ± 0.01 之誤差。

附表 1.Q2.[消費行為] 請問您每月進行網路購物的頻率為何(包含產品及服務)?

		Q2.[消費行為] 請問您每月進行網路購物的頻率為何(包含產品及服務)?													
		總計		低於 1 次		1-2 次		3-5 次		6-10 次		11 次以上		不知道/拒答	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
直轄市	總計	951	100.0	278	29.2	406	42.7	161	16.9	32	3.4	32	3.4	42	4.4
**	直轄市	622	100.0	204	32.8	250	40.2	104	16.7	22	3.5	15	2.4	27	4.3
	非直轄市	329	100.0	74	22.5	156	47.4	57	17.3	10	3.0	17	5.2	15	4.6
北中南	總計	951	100.0	278	29.2	406	42.7	161	16.9	32	3.4	32	3.4	42	4.4
東***	北部地區	236	100.0	60	25.4	112	47.5	37	15.7	12	5.1	6	2.5	9	3.8
	中部地區	247	100.0	84	34.0	96	38.9	34	13.8	6	2.4	3	1.2	24	9.7
	南部地區	425	100.0	119	28.0	181	42.6	81	19.1	13	3.1	22	5.2	9	2.1
	東部及離島地區	43	100.0	15	34.9	17	39.5	9	20.9	1	2.3	1	2.3	0	0.0

附表 2. Q3.[消費行為] 請問您最近一年網路購物總金額大約為何?

		Q3.[消費行為] 請問您最近一年網路購物總金額大約為何?																					
		總計		999 元以下		1,000-3,999 元		4,000-6,999 元		7,000-9,999 元		10,000-19,999 元		20,000-29,999 元		30,000-39,999 元		40,000-49,999 元		50,000 元以上		不知道/拒答	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
直轄市	總計	951	100.0	191	20.1	301	31.7	150	15.8	56	5.9	53	5.6	31	3.3	12	1.3	7	.7	21	2.2	129	13.6
***	直轄市	622	100.0	119	19.1	207	33.3	95	15.3	29	4.7	35	5.6	11	1.8	9	1.4	5	.8	13	2.1	99	15.9
	非直轄市	329	100.0	72	21.9	94	28.6	55	16.7	27	8.2	18	5.5	20	6.1	3	.9	2	.6	8	2.4	30	9.1
北中南	總計	951	100.0	191	20.1	301	31.7	150	15.8	56	5.9	53	5.6	31	3.3	12	1.3	7	.7	21	2.2	129	13.6
東***	北部地區	236	100.0	55	23.3	65	27.5	43	18.2	10	4.2	17	7.2	11	4.7	2	.8	2	.8	4	1.7	27	11.4
	中部地區	247	100.0	46	18.6	58	23.5	33	13.4	8	3.2	4	1.6	7	2.8	3	1.2	1	.4	4	1.6	83	33.6
	南部地區	425	100.0	81	19.1	161	37.9	70	16.5	31	7.3	29	6.8	12	2.8	7	1.6	4	.9	12	2.8	18	4.2
	東部及離島地區	43	100.0	9	20.9	17	39.5	4	9.3	7	16.3	3	7.0	1	2.3	0	0.0	0	0.0	1	2.3	1	2.3

附表 3.Q5.[消費行為] 請問您最常用何種裝置或設備進行網路購物?

	Q5.[消費行為] 請問您最常用何種裝置或設備進行網路購物?											
	總計		桌上型電腦		筆記型電腦		手機		平板		不知道/拒答	
	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
直轄市 總計	951	100.0	120	12.6	97	10.2	645	67.8	57	6.0	32	3.4
直轄市	622	100.0	80	12.9	63	10.1	426	68.5	38	6.1	15	2.4
非直轄市	329	100.0	40	12.2	34	10.3	219	66.6	19	5.8	17	5.2
北中南 總計	951	100.0	120	12.6	97	10.2	645	67.8	57	6.0	32	3.4
東** 北部地區	236	100.0	34	14.4	38	16.1	141	59.7	9	3.8	14	5.9
中部地區	247	100.0	36	14.6	19	7.7	168	68.0	16	6.5	8	3.2
南部地區	425	100.0	45	10.6	36	8.5	305	71.8	30	7.1	9	2.1
東部及離島地區	43	100.0	5	11.6	4	9.3	31	72.1	2	4.7	1	2.3

附表 4. Q6.[消費行為] 請問您最常使用的網路購物支付方式為何?

	Q6.[消費行為] 請問您最常使用的網路購物支付方式為何?															
	總計		刷信用卡		超商付款/貨到付款		ATM/銀行匯款		第三方支付 (支付寶/街口支付)		行動支付 (Google pay/Apple pay)		其他		不知道/拒答	
	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
	計數	%	計數	%	計數	%	計數	%	計數	%	計數	%	計數	%	計數	%
直轄市*** 總計	951	100.0	303	31.9	423	44.5	55	5.8	28	2.9	20	2.1	2	.2	120	12.6
直轄市	622	100.0	182	29.3	276	44.4	33	5.3	19	3.1	11	1.8	2	.3	99	15.9
非直轄市	329	100.0	121	36.8	147	44.7	22	6.7	9	2.7	9	2.7	0	0.0	21	6.4
北中南 總計	951	100.0	303	31.9	423	44.5	55	5.8	28	2.9	20	2.1	2	.2	120	12.6
南東*** 北部地區	236	100.0	81	34.3	96	40.7	18	7.6	13	5.5	6	2.5	0	0.0	22	9.3
中部地區	247	100.0	74	30.0	69	27.9	11	4.5	10	4.0	6	2.4	0	0.0	77	31.2
南部地區	425	100.0	139	32.7	235	55.3	19	4.5	5	1.2	7	1.6	2	.5	18	4.2
東部及離島地區	43	100.0	9	20.9	23	53.5	7	16.3	0	0.0	1	2.3	0	0.0	3	7.0

附表 5.Q7.[消費意識]請問您在進行網路購物前，會比較不同商家或搜集您所想要購買的商品或服務的相關資訊嗎？

	Q7.[消費意識]請問您在進行網路購物前，會比較不同商家或搜集您所想要購買的商品或服務的相關資訊嗎？											
	總計		總是會		有時會		很少會		完全不會		不知道/拒答	
	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
直轄市* 總計	951	100.0	373	39.2	401	42.2	109	11.5	39	4.1	29	3.0
直轄市	622	100.0	242	38.9	282	45.3	60	9.6	23	3.7	15	2.4
非直轄市	329	100.0	131	39.8	119	36.2	49	14.9	16	4.9	14	4.3
北中南 總計	951	100.0	373	39.2	401	42.2	109	11.5	39	4.1	29	3.0
東*** 北部地區	236	100.0	90	38.1	92	39.0	33	14.0	13	5.5	8	3.4
中部地區	247	100.0	68	27.5	121	49.0	33	13.4	10	4.0	15	6.1
南部地區	425	100.0	199	46.8	170	40.0	38	8.9	12	2.8	6	1.4
東部及離島地區	43	100.0	16	37.2	18	41.9	5	11.6	4	9.3	0	0.0

附表 6. Q9.[消費意識]整體來說，請問您在網路上購買的商品或服務是否符合您的期望？

	Q9.[消費意識]整體來說，請問您在網路上購買的商品或服務是否符合您的期望？											
	總計		非常不符合		不太符合		還算符合		完全符合		不知道/拒答	
	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
直轄市 總計	951	100.0	47	4.9	69	7.3	676	71.1	127	13.4	32	3.4
直轄市	622	100.0	31	5.0	43	6.9	450	72.3	83	13.3	15	2.4
非直轄市	329	100.0	16	4.9	26	7.9	226	68.7	44	13.4	17	5.2
北中南 總計	951	100.0	47	4.9	69	7.3	676	71.1	127	13.4	32	3.4
東*** 北部地區	236	100.0	28	11.9	14	5.9	148	62.7	36	15.3	10	4.2
中部地區	247	100.0	11	4.5	18	7.3	186	75.3	18	7.3	14	5.7
南部地區	425	100.0	6	1.4	31	7.3	315	74.1	66	15.5	7	1.6
東部及離島地區	43	100.0	2	4.7	6	14.0	27	62.8	7	16.3	1	2.3

附表 7. Q12.[消費意識] 請問您知不知道主管機關訂有各種網路交易定型化契約及應記載及不得記載事項(說明：可至行政院消費者保護會網站取得)，規範所訂契約內容？

		Q12.[消費意識] 請問您知不知道主管機關訂有各種網路交易定型化契約及應記載及不得記載事項(說明：可至行政院消費者保護會網站取得)，規範所訂契約內容？									
		總計		不清楚		有印象，但不十分清楚		還算清楚		拒答	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
直轄市	總計	951	100.0	464	48.8	330	34.7	99	10.4	58	6.1
	直轄市	622	100.0	299	48.1	223	35.9	63	10.1	37	5.9
	非直轄市	329	100.0	165	50.2	107	32.5	36	10.9	21	6.4
北中南東	總計	951	100.0	464	48.8	330	34.7	99	10.4	58	6.1
***	北部地區	236	100.0	115	48.7	85	36.0	23	9.7	13	5.5
	中部地區	247	100.0	150	60.7	53	21.5	16	6.5	28	11.3
	南部地區	425	100.0	189	44.5	171	40.2	51	12.0	14	3.3
	東部及離島地區	43	100.0	10	23.3	21	48.8	9	20.9	3	7.0

附表 8. Q13.[消費意識] 請問您知不知道當您進行網路購物而發生糾紛的時候，可以使用主管機關所制定的定型化契約及應記載(如:個人資料保護、會員權利義務說明、帳號密碼遺失或冒用之處理、安全交易機制等)及不得記載事項(如:就個人資料行使之權利、不利益變更之禁止、單方變更契約內容、廣告等)，來主張您的權利？

		Q13.[消費意識] 請問您知不知道當您進行網路購物而發生糾紛的時候，可以使用主管機關所制定的定型化契約及應記載(如:個人資料保護、會員權利義務說明、帳號密碼遺失或冒用之處理、安全交易機制等)及不得記載事項(如:就個人資料行使之權利、不利益變更之禁止、單方變更契約內容、廣告等)，來主張您的權利？									
		總計		不清楚		有印象，但不十分清楚		還算清楚		拒答	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
直轄市	總計	951	100.0	466	49.0	330	34.7	108	11.4	47	4.9
	直轄市	622	100.0	302	48.6	217	34.9	74	11.9	29	4.7
	非直轄市	329	100.0	164	49.8	113	34.3	34	10.3	18	5.5
北中南東	總計	951	100.0	466	49.0	330	34.7	108	11.4	47	4.9
***	北部地區	236	100.0	125	53.0	76	32.2	22	9.3	13	5.5
	中部地區	247	100.0	153	61.9	50	20.2	26	10.5	18	7.3
	南部地區	425	100.0	172	40.5	185	43.5	55	12.9	13	3.1
	東部及離島地區	43	100.0	16	37.2	19	44.2	5	11.6	3	7.0

附表 9. Q14.[消費行為]請問您在國內網路購物時是否有發生過消費糾紛?

		Q14.[消費行為]請問您在國內網路購物時是否有發生過消費糾紛?					
		總計		是		否	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
直轄市	總計	951	100.0	156	16.4	795	83.6
	直轄市	622	100.0	98	15.8	524	84.2
	非直轄市	329	100.0	58	17.6	271	82.4
北中南東	總計	951	100.0	156	16.4	795	83.6
	北部地區	236	100.0	44	18.6	192	81.4
	中部地區	247	100.0	39	15.8	208	84.2
	南部地區	425	100.0	65	15.3	360	84.7
	東部及離島地區	43	100.0	8	18.6	35	81.4

附表 10. Q20.[承上題，消費行為]請問您進行網路跨境購物時(指在國外網站購物:如淘寶網)，發生過消費爭議嗎?

		Q20.[承上題，消費行為]請問您進行網路跨境購物時(指在國外網站購物:如淘寶網)，發生過消費爭議嗎?													
		總計		沒有發生過消費爭議		1~2 次		3~4 次		5 次(含)以上		不知道		拒答	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
		計數	%	計數	%	計數	%	計數	%	計數	%	計數	%	計數	%
直轄市	總計	247	100.0	126	51.0	80	32.4	19	7.7	7	2.8	8	3.2	7	2.8
	直轄市	172	100.0	89	51.7	57	33.1	12	7.0	5	2.9	3	1.7	6	3.5
	非直轄市	75	100.0	37	49.3	23	30.7	7	9.3	2	2.7	5	6.7	1	1.3
北中南東**	總計	247	100.0	126	51.0	80	32.4	19	7.7	7	2.8	8	3.2	7	2.8
	北部地區	65	100.0	28	43.1	26	40.0	7	10.8	1	1.5	1	1.5	2	3.1
	中部地區	42	100.0	14	33.3	18	42.9	5	11.9	2	4.8	2	4.8	1	2.4
	南部地區	129	100.0	80	62.0	35	27.1	5	3.9	3	2.3	3	2.3	3	2.3
	東部及離島地區	11	100.0	4	36.4	1	9.1	2	18.2	1	9.1	2	18.2	1	9.1

附表 11. Q23.[消費意識]請問您對申訴的結果滿意不滿意？

		Q23.[消費意識]請問您對申訴的結果滿意不滿意？													
		總計		非常滿意		還算滿意		不太滿意		非常不滿意		不知道 /無意見		拒答	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
直轄市	總計	124	100.0	19	15.3	59	47.6	12	9.7	13	10.5	18	14.5	3	2.4
	直轄市	86	100.0	13	15.1	45	52.3	9	10.5	7	8.1	11	12.8	1	1.2
	非直轄市	38	100.0	6	15.8	14	36.8	3	7.9	6	15.8	7	18.4	2	5.3
北中南	總計	124	100.0	19	15.3	59	47.6	12	9.7	13	10.5	18	14.5	3	2.4
東***	北部地區	37	100.0	14	37.8	12	32.4	5	13.5	2	5.4	4	10.8	0	0.0
	中部地區	28	100.0	4	14.3	9	32.1	2	7.1	5	17.9	6	21.4	2	7.1
	南部地區	52	100.0	0	0.0	36	69.2	4	7.7	5	9.6	6	11.5	1	1.9
	東部及離島 地區	7	100.0	1	14.3	2	28.6	1	14.3	1	14.3	2	28.6	0	0.0

附表 12. Q25.[消費意識]請問您知道消費者於網路購物,特定商品沒有七天鑑賞期權利?(例如:易腐敗食品、印有消費者照片的客製化商品、報紙、經消費者拆封的影音產品、電子書、個人衛生用品及國際航空客運服務)?

		Q25.[消費意識]請問您知道消費者於網路購物,特定商品沒有七天鑑賞期權利?(例如:易腐敗食品、印有消費者照片的客製化商品、報紙、經消費者拆封的影音產品、電子書、個人衛生用品及國際航空客運服務)?							
		總計		知道		不知道		拒答	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
直轄市	總計	951	100.0	578	60.8	318	33.4	55	5.8
	直轄市	622	100.0	391	62.9	194	31.2	37	5.9
	非直轄市	329	100.0	187	56.8	124	37.7	18	5.5
北中南	總計	951	100.0	578	60.8	318	33.4	55	5.8
***	北部地區	236	100.0	143	60.6	77	32.6	16	6.8
	中部地區	247	100.0	104	42.1	117	47.4	26	10.5
	南部地區	425	100.0	305	71.8	109	25.6	11	2.6
	東部及離島地區	43	100.0	26	60.5	15	34.9	2	4.7

附表 13. Q26.[消費意識]請問您是否知道，當您使用信用卡進行消費付款而廠商未履約時（例如您未收到商品或未獲得服務），您可以通知發卡機構協助處理疑義帳款（訪員必要時說明：銀行可以在您未繳款前，針對有疑問的款項進行處理，例如在符合銀行的條件下，發現可歸咎於廠商，您可不必繳款給銀行）？

		Q26.[消費意識]請問您是否知道，當您使用信用卡進行消費付款而廠商未履約時（例如您未收到商品或未獲得服務），您可以通知發卡機構協助處理疑義帳款（訪員必要時說明：銀行可以在您未繳款前，針對有疑問的款項進行處理，例如在符合銀行的條件下，發現可歸咎於廠商，您可不必繳款給銀行）？							
		總計		知道		不知道		拒答	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
直轄市	總計	951	100.0	418	44.0	468	49.2	65	6.8
	直轄市	622	100.0	272	43.7	310	49.8	40	6.4
	非直轄市	329	100.0	146	44.4	158	48.0	25	7.6
北中南東	總計	951	100.0	418	44.0	468	49.2	65	6.8
***	北部地區	236	100.0	111	47.0	106	44.9	19	8.1
	中部地區	247	100.0	92	37.2	126	51.0	29	11.7
	南部地區	425	100.0	197	46.4	214	50.4	14	3.3
	東部及離島地區	43	100.0	18	41.9	22	51.2	3	7.0

附表 14. Q27.請問您認為政府相關單位需不需要舉辦關於高齡者網路消費知識的相關教育？

		Q27.請問您認為政府相關單位需不需要舉辦關於高齡者網路消費知識的相關教育？											
		總計		非常需要		還算需要		不太需要		非常不需要		不知道/拒答	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
直轄市**	總計	951	100.0	459	48.3	343	36.1	87	9.1	19	2.0	43	4.5
	直轄市	622	100.0	278	44.7	248	39.9	62	10.0	9	1.4	25	4.0
	非直轄市	329	100.0	181	55.0	95	28.9	25	7.6	10	3.0	18	5.5
北中南東	總計	951	100.0	459	48.3	343	36.1	87	9.1	19	2.0	43	4.5
***	北部地區	236	100.0	119	50.4	84	35.6	13	5.5	7	3.0	13	5.5
	中部地區	247	100.0	102	41.3	93	37.7	27	10.9	6	2.4	19	7.7
	南部地區	425	100.0	211	49.6	159	37.4	43	10.1	3	.7	9	2.1
	東部及離島地區	43	100.0	27	62.8	7	16.3	4	9.3	3	7.0	2	4.7

附表 15. Q28.請問您認為最需要加強哪方面的教育主題(議題)?

		Q28.請問您認為最需要加強哪方面的教育主題(議題)?(可提示)											
		總計		消保基本觀念		定型化契約		消費爭議諮詢及 申訴		消費詐騙		不知道/拒答	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
直轄市	總計	951	100.0	299	31.4	91	9.6	262	27.5	242	25.4	57	6.0
	直轄市	622	100.0	201	32.3	61	9.8	168	27.0	162	26.0	30	4.8
	非直轄市	329	100.0	98	29.8	30	9.1	94	28.6	80	24.3	27	8.2
北中南	總計	951	100.0	299	31.4	91	9.6	262	27.5	242	25.4	57	6.0
東**	北部地區	236	100.0	72	30.5	38	16.1	57	24.2	58	24.6	11	4.7
	中部地區	247	100.0	80	32.4	19	7.7	79	32.0	50	20.2	19	7.7
	南部地區	425	100.0	133	31.3	32	7.5	113	26.6	125	29.4	22	5.2
	東部及離島 地區	43	100.0	14	32.6	2	4.7	13	30.2	9	20.9	5	11.6

附表 16. S4.請問您平時網路的使用頻率?

		S4.請問您平時網路的使用頻率?																			
		總計		每天使用		每週至少 有一次		每週至少 會有多次		每半個月 至少有一 次		每個月至 少有一次		極少使用		沒有使用		其他		不知道/拒 答	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
直轄市	總計	951	100.0	695	73.1	97	10.2	50	5.3	18	1.9	27	2.8	32	3.4	5	.5	0	0.0	27	2.8
	直轄市	622	100.0	455	73.2	68	10.9	36	5.8	11	1.8	17	2.7	21	3.4	3	.5	0	0.0	11	1.8
	非直轄市	329	100.0	240	72.9	29	8.8	14	4.3	7	2.1	10	3.0	11	3.3	2	.6	0	0.0	16	4.9
北中南	總計	951	100.0	695	73.1	97	10.2	50	5.3	18	1.9	27	2.8	32	3.4	5	.5	0	0.0	27	2.8
東***	北部地區	236	100.0	141	59.7	34	14.4	31	13.1	6	2.5	6	2.5	6	2.5	1	.4	0	0.0	11	4.7
	中部地區	247	100.0	178	72.1	31	12.6	5	2.0	7	2.8	5	2.0	10	4.0	3	1.2	0	0.0	8	3.2
	南部地區	425	100.0	346	81.4	29	6.8	10	2.4	3	.7	15	3.5	14	3.3	1	.2	0	0.0	7	1.6
	東部及離島 地區	43	100.0	30	69.8	3	7.0	4	9.3	2	4.7	1	2.3	2	4.7	0	0.0	0	0.0	1	2.3

附表 17. S5.請問您平時瀏覽購物網站的頻率？

		S5.請問您平時瀏覽購物網站的頻率？																			
		總計		每天使用		每週至少 有一次		每週至少 會有多次		每半個月 至少有一 次		每個月至 少有一次		極少使用		沒有使用		其他		不知道/ 拒答	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
直轄市	總計	951	100.0	228	24.0	208	21.9	97	10.2	74	7.8	99	10.4	177	18.6	10	1.1	1	.1	57	6.0
***	直轄市	622	100.0	156	25.1	150	24.1	59	9.5	37	5.9	59	9.5	126	20.3	6	1.0	1	.2	28	4.5
	非直轄市	329	100.0	72	21.9	58	17.6	38	11.6	37	11.2	40	12.2	51	15.5	4	1.2	0	0.0	29	8.8
北中南	總計	951	100.0	228	24.0	208	21.9	97	10.2	74	7.8	99	10.4	177	18.6	10	1.1	1	.1	57	6.0
東***	北部地區	236	100.0	31	13.1	70	29.7	30	12.7	26	11.0	21	8.9	41	17.4	4	1.7	0	0.0	13	5.5
	中部地區	247	100.0	31	12.6	38	15.4	22	8.9	19	7.7	28	11.3	74	30.0	2	.8	0	0.0	33	13.4
	南部地區	425	100.0	157	36.9	92	21.6	39	9.2	21	4.9	46	10.8	56	13.2	2	.5	1	.2	11	2.6
	東部及離島 地區	43	100.0	9	20.9	8	18.6	6	14.0	8	18.6	4	9.3	6	14.0	2	4.7	0	0.0	0	0.0

附表 18. S6.請問您是否是家中日用品（包括食品）的主要購買者？

		S6.請問您是否是家中日用品（包括食品）的主要購買者？							
		總計		是		不是		不知道/拒答	
		計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %	計數	列 N %
直轄市***	總計	951	100.0	504	53.0	379	39.9	68	7.2
	直轄市	622	100.0	361	58.0	229	36.8	32	5.1
	非直轄市	329	100.0	143	43.5	150	45.6	36	10.9
北中南	總計	951	100.0	504	53.0	379	39.9	68	7.2
東***	北部地區	236	100.0	105	44.5	111	47.0	20	8.5
	中部地區	247	100.0	131	53.0	88	35.6	28	11.3
	南部地區	425	100.0	247	58.1	161	37.9	17	4.0
	東部及離島地 區	43	100.0	21	48.8	19	44.2	3	7.0

附件四、深訪逐字稿

【台北市消保官】

訪談人員：感謝楊消保官接受我們的訪問，您有收到我們團隊跟您報告，要採訪的一些內容嗎？

楊消保官：您說的網購，所有行業都可以做網購，例如：飲食、做蛋糕、賣麵包、賣手果、賣鍋碗瓢盆的…等，這麼多行業都可以做網購，所以他一旦沒有遵法，就沒有人可以去管他，那真的有法可以遵嗎？目前只有網路交易定型化契約應記載及不得記載事項指導原則，這也才是一個指導原則，而它只適用於企業經營者，所以我們很多個人的賣家，到底算不算經營者，這也是一個問題。因為企業經營者在消保法的概念，就是反覆為之，以此為業。那要如何判斷個人賣家？他是偶爾去賣二手品，還是常常在網路上面賣東西，足堪為企業經營者。而這個判斷下都有困難，因為我們還沒有執行實名制，如果賣家要待在平台上賣東西，要去平台註冊為賣家，但是他沒有核實你登記個人的所有資料，所以你在平台上可以隨使用個名稱，比如用我最美的名稱，而你看到喜歡的東西就買，而你有可能不知道我是誰？那後面如果發生糾紛，你要找誰？

訪談人員：所以網路上面，光法人與自然人之間的驗證，可能就有很大的問題。

楊消保官：所以我們之前也跟行政院反映過，要有一個健全的網購規範，像大陸就有一個針對網路交易的專法，所以不管你是怎樣的人，你要經營網購，就必須在那登記為網購的平台或經營者，都要依照這個規範來做，你也可以實名制，就不會像我們臺灣，不知道賣家的真實身份是誰，當遇到爭議時，就找不到他，只能找平台業者，而平台業者的立場，就只是提供平台，讓你們雙方在這邊買賣東西，而這東西不是我賣的，所以你要退貨，或有商品問題，你只能去找賣家。

訪談人員：我們的法源很薄弱，那這麼多的爭議，就連外國的，我們也很難解決，而本國如果有十件，能真的幫消費者爭取到真正的權益，有沒有五件？

楊消保官：所以我說這個申訴案，賣家會不會來出席協商會議，假如有十件，大概七、八件賣家都不會來，就只有平台來。

訪談人員：因為法源不足，沒有理由一定要叫他面對這件事情並處理。

楊消保官：個人賣家常常不出席，若是法人型的賣家，還比較會出席，像個人賣家，如果買東西要退款五百元，個人賣家有可能在別的縣市，有可能來一趟車資都不止五百，所以根本就不會願意來。但有時候又涉及自己退貨退款，本身實質東西的問題，比如說賣家也願意退款，但你東西都拆封了，甚至裡面的紙包裝也拆破了；比如說吹風機，已經有插電去試一下，這對業者來說，已經到達使用的地步了，有時候他願意退款，但希望扣掉包材被他損壞的費用，但賣

家覺得你要退貨退款，就要完整地，而完整的程度會成為他們爭執的點之一。像這種很實質性的東西，賣家如果沒有到場協商，買家一定說自己想說的話，這就是一個很難處理的地方。

訪談人員：就像我剛講的法源不足，所以在舉證的方面，自然而然跟法人之間，就不像實名制，而在非實名制之下，法源不足，怎麼能依法行事？

楊消保官：所以我們盡量一些行政上可以做的措施，比如說定期找大的平台業者來，討論這一期的案量有多少？如果有增加的趨勢，我們就希望他們能降低案量，希望平台可以幫買賣雙方解決爭議，如果有解決就不會來申訴。而第二個，如果遇到可以跟我們配合的地方，比如說，我們目前沒有推實名制，但是我們希望平台可以盡量配合我們，這也是健全消費環境，這樣買家、賣家也會更願意來你們這個平台從事交易。所以我們曾經也有在定期的會議上面，雖然沒辦法推實名制，但要怎麼去精進的措施，以前都叫平台去通知賣家來開會，這效果都不好，所以後來我們跟這些網購平台達成共識，以後如果有這網購的爭議案的話，我們希望直接寄開會通知書給賣家，所以希望平台提供這個賣家所登記的地址，這樣比平台代轉的效率比較好。因為平台通知他，他可能愛理不理，那直接政府的憑單寄到你家，這出席狀況就比較有改善。

訪談人員：所以你們整天都在想這些？

楊消保官：對，我們會常思考可以有怎樣的方式，在法規與規範不是很完善的情況下，如何可以幫助我們網購的消費者讓環境更好，所以有什麼新的想法，我們就會在定期的網購平台會議中，提出來跟他們溝通。

訪談人員：那我們這樣的一個調查，我記得去年也是有做這樣子，而這些內容與建議，政府都會轉為在你們消保官一起討論政府政策，以及討論法令時的一些提醒，那就我們這樣的調查內容，您最想要聽到的是？因為我覺得您已經在第一線，服務這些申訴的消費者，您覺得怎樣的方向，才能幫助您的這些消保官，處理這些事情能夠切中？

楊消保官：我聽說有一個草案，是NCC送到立法院，叫數位通訊傳播法。

訪談人員：那這跟網路購物有關係嗎？

楊消保官：這裡面有一部分是有講到網購的，就是廣泛性去規範所有人，從事數位傳訊的所有業者，所以網購只是其中的一個業者，所以沒辦法針對網購的特性，去規範所有的權利以及義務，雖然有這個草案，但沒辦法全面性地去解決，而且這只是草案，廣泛適用於數位傳播業者的，不是針對網購去訂的專門的法律。

訪談人員：我發覺網路購物不應該只限於這邊，就我從我學生所提供給我的案例，不管成功或失敗的案例，都還是在於年輕人在購買小東西的上面，但你看補習班，這也算是網路購物的一部分，這產業的跨產業領域，已經是滲透型的。

楊消保官：所以這就是網路交易，有可能是東西；也有可能是服務，已經變成很多種了。

訪談人員：對，已經在不知不覺中變這麼大了。

楊消保官：你看線上遊戲，其實也算是網路的交易。

訪談人員：如果在法令各方面，還有政府在這塊投入的資源與備案，都還沒有辦法可以百分之百去解決這些問題的時候，是不是可以換個角度，去做預防動作的教育訓練，也是很重要的，而且年齡層也要重新考量。我感覺在法令不足的情況下，就是要努力教育人民要自保，就從買賣端開始，即使別人違法，如果你不要在這平台做買賣的話，就會少一點衝擊。

楊消保官：對，第一方面做消費者的教育；第二方面跟業者有比較正向溝通的途徑，其實也很好。比如說，像網購的業者，他們有無店面零售商業同業公會，當然不是所有業者都會加入，但是比較有品牌的業者都會加入，而我們之前也有跟無店面零售商業同業公會有幾次的交流，透過無店面零售業傳達我們希望，就是我們所謂的網購業者，如何提供比較優質的交易環境，讓消費者遇到消費爭議，都可以傳達給我們，業者如何改善的想法。而有很多消費者在FB買東西發生問題，而我們也透過無店面公會找到FB的業者，並跟他們溝通，我覺得這種跟業者、公會溝通的正向管道，我覺得很好，可以讓業者知道，我們希望他們可以跟我們一起提升這消費環境。當然您剛所講的法規，這也是很重要的。

訪談人員：我們做的發現有些狀況，就像您剛在狀況裡面的解釋，其實我們希望不只是我們在數字上的解釋，也希望可以像您這樣的專家，每天在處理申訴上面的時候，我倒是覺得我只是努力想讓他們在網路上購買，也希望我的學生可以在上面，從事一些個人經濟的這種賣方，可是常常看到網路上的各種申訴案件，在電視上聽到政府解決這麼多申訴案件，感覺上他很難成立，所以臺灣很多年輕人，不太有那麼能力在網路上開像東京著衣那樣的網路商店，而現在東京著衣也不見了，他們還是有經過頒獎的。

楊消保官：所以不是很多電商都經營得很好的，倒的電商也很多。

訪談人員：但那些倒的電商，應該也都有公司法的問題。而在公司法的這塊領域，跟電商的公司法的約束。

楊消保官：解散清算的程序也是要走，要去清算他的資產，還有付的債務。

訪談人員：這裡面有好多專業的東西。

楊消保官：像倒閉的公司，走到解散、破產、清算這條路的時候，如果消費者對他有債權的時候，這就要變成他要跟公司其他的債權人一起去分配，並且沒有任何優先的權利。之前是有聽

到聲音，就是消費者債權應該要列在比較前面，因為他不是一般的債權人，所以要特別保護消費者，優於公司其他債權人可以優先受償，如果在這前面還有物權，設定抵押權的，那又更優先了，要扣掉那些才能到消費者，而消費者還是要跟一般債權人，同樣階段去分配權利，其實能夠分到嗎？常常是分不到，因為前面的抵押權就先受償了。所以要強化消費者的權利，其實有很多面向，光是把消費者的債權層次往前推，之前就一直沒辦法通過。所以變成很多業者都說經營不善，而經營不善的後果就是那麼多債權人，包括債權人裡面是消費者，而這些消費者都是無辜的，而且很弱勢的，就這樣說倒就倒。

訪談人員：完全都無法預期。

楊消保官：對，所以我們也有在想這個，讓公司有破產的跡象的時候，我們可以先知道，並提醒消費者。

【東吳大學余副教授】

老師：現在電子商務已經轉型，過去是所謂的 B to B、B to C、B to B to C，現在多是 C to B 的型態，就是說這個平台是一個媒合的角色(像是訂房網站或外送食物的平台)，透過後臺上架的商家資料數據分析後配給消費者，平台會主張說要免責，會產生很多的糾紛，問題多在消費者說有沒有付費給平台，有些平台有收費，另外依照消保法有七天猶豫期，消費者有沒有辦法立即退貨，如果不行怎辦，如果後臺的商家是臺灣的，消保機構可以找的到，但如果是國外的廠商(像是國外的訂房網站)，那是沒有辦法找到的，也有發生臺灣區域外效力的不足，有時候平台不收錢，是靠著拆帳去收錢，這裡面也會產生問題，像是外送食物的平台，如果食物在運送過程中沒有保存好，讓消費者吃了不舒服就可能造成的消費糾紛等，這些都是資訊流產生的問題。而物流的部分，交通部已經開始針對物流(運輸業)的部分著手，如果是做物流的人要注意，不可以隨隨便便去送貨，其實送貨的人知道那些商家常有問題，而在剛剛說外送食物的部分，有人說為什麼麥當勞自己家做外送就可以，因為如果發生糾紛就是直接找麥當勞，但如果是專門的外送業者，有沒有營業登記就是一個問題，如果沒有登記，管理上就是會有疑問，再者食安也是一個問題。再來購物頻道也是一個問題，購物頻道說我就跟 SOGO 一樣，大家來我這展店，你展店萬一產品出了問題，就直接找店家，不要找 SOGO，但問題在行銷跟法律是不同的，行銷的角度一定是要拚上架，要把東西賣給別人，但不知道怎審查，今天在討論就是購物頻道該不該承擔這個責任，業者當然說不要付，如果承認這個責任還得了。

訪談人員：那老師說的購物頻道是說像是奇摩或是蝦皮？

老師：這也是一種，還有電視購物，它們也在經營電子商務，他已經不是單純的電視購物，那電視購物的責任是不是應該跟網路購物的責任一樣呢？電視購物跟網路購物的電子商務他們現在沒有一個公會，現在的公協會只有一個叫做無店面零售的公會，指的是網際網路的零售以及電視購物，已經分不清楚，所以說臺灣在公會上的分類也有問題，很多人想出來做，但出來要做甚麼，為什麼要有公協會的組織呢，因為有很多事情是沒有辦法透過政府處理，有自律他律

共律，如果要要求業者自己跟共律，還是需要一個公協會的運作，公協會要針對消費糾紛的部分著手，臺灣中小電商多，電商是屬於經濟部主管，我負責在經濟部有兩個部份的查檢，一個是如果電商有詐騙，要針對個資查檢，另一個是消費查檢，就是抽檢業者的定型化契約，如果沒有做到就要要求他們要做到。

訪談人員：上次訪談一位消保官，經濟部跟行政院的消保處這兩個之間功能面應該如何分配，業者的部分就由經濟部作業，民間消費者的部分就由消保處處理。

老師：對，因為消保處的消保官會協同經濟部的查檢業務，但是經濟部很辛苦，它只能抽檢，所以一年可能只抽檢 6-10 家。

訪談人員：老師在這部分的專業，針對查檢或是消保的部分有沒有甚麼建議？

老師：查檢的部分有另一個問題，消費者他自己它從來不會去看使用條款，所以我們再怎麼保護消費者，他們還是不知道，消費者沒看，就等於接受，如果看了平台的使用條款發現有問題或不符合，就應該不要去買，消費者本身也需要注意，多半是發生問題了後，才會去研究條款，所以應該要針對網站也做查檢，再進行查檢的時候，可以從它們提供的 report 看出問題在哪裡，消保處做很多努力，但消費者也要對自己負責，舉例 PCHome，它是 24 小時購物，如果沒有貨了，他就會馬上顯示沒有貨，如果這商品是沒有七天鑑賞期它也會在欄位上顯示，在大型的平台，只要政府有做規範，就會有辦法馬上做修正，但中小的平台就比較沒辦法完全規範到。

訪談人員：所以老師的意思說還是先從大型的平台(購物網站)進行示範，看是不是可以改善中間爭議的過程。

老師：另外一個就是金流的部分，涉及到支付的問題，已經有五年的時間了，舉例來說 PChome 跟 PCstore 是不一樣的，PCstore 就是一個媒合的角色，並沒有 24 小時購物，在消保法中規範的是 B to C 的消費型態，但有可能會有 B 冒充 C 在媒合的平台上進行買賣，這樣就變成兩個 C 在那邊玩，因此就管不到，那我們有做甚麼努力呢，第三方支付是一個方式，第三方支付後，PCstore 就有一個 pay 的制度，它幫你把這個款暫扣，等沒有爭議後才放款，其實在支付的部分在這幾年是有改進，但 PChome 有另一個問題，就是個資的外流問題，剛開始查檢的時候，PChome 被列管，改到後來不知道怎改，公司本身都沒問題，其實是下面商家有問題，後來也做得很多努力，他們也去做商家的查檢，發現是大家的商家電腦都沒有更新，可能還在用 97 的系統，導致個資外流，我們以為是物流業者，其實是本身電腦的問題，這些問題不可能全部都消保處解決，因此累的是主管機關-經濟部，經濟部沒那麼多人力，也只是包給其他人。金流問題有時候有改進，但因為現在支付方式太多了，政府又說要用中央集權的方式整合 pay，QR cord 是有學問的，要有一個接口的 APP 才能掃他，如果今天是到歐付寶的 APP 就沒辦法掃，因此政府想把 QR cord 做一個整合，跟各縣市推的智慧支付跟智慧城市有關聯，智慧城市很重要的一點就是金流，例如我們學校也可以自己做，可以讓商家可以用 QR cord 掃，可以結合外面的商家，讓學生就很方便，像是逢甲大學就有做，在逢甲商圈跟逢甲夜市可以用逢甲大學的學生聯名悠遊卡去支付，

其實支付有很多的方式，要怎麼推，中國大陸覺得最有潛力的就是校園，悠遊卡是定額，需要儲值，所以外地生學費繳完後，爸爸媽媽就打款到裡面，因為他們跟我們不一樣，他們全部都有住宿，所以生活範圍就是在學校裡面，但我們不是，如果住在外面就沒有用處，因此我覺得可以從校園開始做起，是一個很好的方法。支付有產生很多很多的問題，因為我不能給你太多錢，有可能會洗錢，所以最好的洗錢方式就是透過悠遊卡，因為無記名，我身上如果有一百張一萬張，我就可以儲很多，把它洗掉，你就抓不到我。

訪談人員：老師現在悠遊卡有推記名制

老師：對，記名是個好處，但記名制的問題是推到極致後，是否要實名制，信用卡也是實名制，那你實名制後要不要跟身分證做結合，那你如果跟身分證做結合後，任何學生都有身分證，另外的風險就是萬一卡片不見時，資料就會外洩出去了，在網路購物上的支付模式有二十幾種，如果只用某幾種的時候，其實安全性會比較高。

訪談人員：所以其實老師的意思是支付模式那麼多，有需要做一個整合，如果政府沒有辦法控管的話

老師：因為我們沒辦法要求所有人都用信用卡，所以退而求其次用感應式悠遊卡，但會有一個問題，做第三方支付業者，他針對未成年的消費者要怎樣做約束，但如果把這個趨勢做出來了，大家都朝這個方向走，那二十幾種裡面自然就會有某幾種方式會被淘汰掉。

訪談人員：所以以政府來說，政府還是需要去整合出在這些支付方式中，哪幾種是比較主要的，比較多人在使用的。那關於跨境的部分，老師有沒有認為要注意的部分？

老師：去年柯 P 有去雙城論壇，有提出點對點式的爭議解決溝通(上海-臺北)，我今年寫的文章中強調要增加域外效力，我發現全世界都已經有個趨勢，大家都在把手伸到外面去；另外發現，臺灣已經有稅籍登記的機制，代表說我已經拉到他來了，這時候電商或消保的未來法規要不要也靠著稅籍，我要求廠商要在臺灣地區營業要符合我們的記載事項，既然要在臺灣營收，就要遵守臺灣的法律，雖然很困難，但起碼可以把合約抓過來，另外就是讓消費者有意識可以去看合約，可以保障消費者權益，因為我們法規沒有辦法做好所有的事情，如果消費者都不看你也沒辦法。

【文化大學林副教授】

訪談人員：老師針對自己涉略的領域裡面或看到在實務的部分，您認為對於網購的調查結果有沒有甚麼想法可以提出來，讓我們在寫報告的時候有點可以切入，可以給消保處一些具體的建議

訪談人員：可針對訪問大綱的幾個面向，我們有做了前測，在研究過程中，有觸及到物流金流

等有關的內容

老師：針對這個調查，因為我們平時也有關注消費議題，最後的癥結主要在消費爭議的處理方面，消保處跟民間團體多在推 ADR 跟 ODR，主要的目的是能夠迅速又快捷，照一般經驗，有經驗的商家的 ODR 處理方式都健全又友善，讓消費者不需要進入到第二階段的申訴，針對消費資訊的部分，消費者的申訴最多管道在商家、賣家，再來就是網路平台業者，如果能透過商家、網路平台就能解決，可以讓其他處理機構可以比較省事，事實上金額上都是小額消費(1-3 千)，如果要透過法院訴訟，消費者沒有時間也沒有意願，因此消費者有 35%(針對前測結果)沒有處理其消費糾紛，因此要繼續推 ADR 跟 ODR 是正確的方向，如果要推廣順利，商家跟網路平台是很重要的，應該給他們一些教育訓練或規範，教育訓練是很重要的，而在消費者方面，詢問到消費者對主管機關有定型化契約是否了解，比率不高，主管機關有努力在推動，但消費糾紛仍然很多，也就是說消費者對於消費意識還是不太夠，除了推廣消費資訊的透明，主管機關應該對消費者進行教育，讓消費者能清楚自己消費時的權益在哪裡，可以減少消費糾紛。

訪談人員：如果我們在教育消費者或是對商家教育政策法令等，老師有沒有推薦甚麼方式？

老師：可以用淺顯易懂的方式處理，行政院消保處在網路上有很多影片，但會去看的人不多，我是覺得影片有些作的蠻不錯的，在 YOUTUBE 上面也有很多專家學者現身說法，但如果搭配人員的宣導可以更發揮它的功能，而如何讓消費者知道這些東西可能要走入鄉鎮，網購現在是一種很方便的購物方式，年齡層不只局限於在年輕人，如果消保處可以走入人群去做宣導活動，或在某些地方資源做結合，應該會有幫助。

訪談人員：大型活動消保會應該有在做。

老師：中央結合地方，地方結合社區，消保官可以出來幫忙，這研究不錯，可以讓主管機關了解該從哪裡著手，但在調查中信用卡的部分，刷了應該是沒辦法退，這問題應該是有問題的，信用卡公司一定會要你跟廠商談，刷了之後錢應該是要不回來了，另外再針對高齡教育的部分，應該只針對高齡年齡層的受訪者來回答，讓年輕人來回答高齡教育的部分是不準的。

訪談人員：那我們如果把高齡跟年輕族群切分開來在這題作分析呢

老師：這樣是可以的，但要怎樣做切分

訪談人員：50 歲以上視為高齡？

老師：50 歲以上算是高齡。

訪談人員：老師在問卷中有一個議題，受訪者認為哪一個教育議題應該最重視，那在老師的專業裡面，老師認為要怎樣切入能讓民眾比較吸收，民眾也能比較注意？

老師：基本上我覺得消保基本觀念. 消費爭議跟申訴是大多消費者想知道跟關切的，他們需要知道管道，其實消保的基本觀念在討論的時候，就會涵蓋定型化契約，單純了解契約的意義不大，所以比例不會高，但消費者會想要知道哪一種屬於消費事件，如果碰到消費事件時，消費者有甚麼權益，事實上在消保法裡面都有規範，在處理網路購物時，很多消費者會認為都有鑑賞期，但沒有所有的網路購物都有鑑賞期，所以應該要求業者跟平台資訊要透明，退/換貨的條件必須寫在明顯處，在消費者購物時能清楚看到，才能做判斷，從而減少消費糾紛。

訪談人員：老師說的對，如果賣家的東西不法或不實，平台沒辦法管，但起碼平台業者能讓資訊清楚透明化。

老師：對，平台業者在某些層面上也是有責任，如果要減少困擾跟糾紛的話，他應該要制定好遊戲規則，可以讓糾紛減到最低程度，當然如果你是不肖業者，就可以會遊走在規則邊緣，如果是想認真做生意的話，就會遵照規則，也會希望不要有太多消費糾紛。

訪談人員：最後有一些專家整理起來的想法想詢問老師的看法，很多專家認為臺灣比較多是屬於(微型企業)小型的賣家/商店，且數量多，老師有覺得應該如何對於這些微型賣家做管理與規範呢？

老師：像是淘寶網有許多消費爭議是賣假貨，但他們其實有遲延付款的機制，應該可以降低糾紛的方式，像是 eBay 的平台有許多個人也有中大型業者，一有糾紛就是馬上退款，所以是不會跟買家有糾紛的。

訪談人員：那老師關於 paypal 呢？

老師：paypal 是第三方支付，原本第三方支付是錢刷給中心，等賣家通知出貨了中心才給賣家，但 paypal 是錢直接刷給賣家，但若買家跟賣家有糾紛或是貨沒到時，paypal 不會要求買家舉證，它會直接把錢退給買家，讓買家自己跟賣家處理，其實這樣有好處，會讓買家信賴度比較高，網路平台最希望消費者的回購率高，因此網路平台應該規範好。

訪談人員：了解，消費者對網路平台的信賴度高，回購率就會提高，那老師您覺得在跨境消費的部分？

老師：臺灣對於境外消費糾紛是一點辦法都沒有，消保處的網站只有提供說可以對該國家處理，像是對中國是透過海基會/海協會處理，現在點對點做得比較好的是澳門，澳門對臺灣很友善，如果消費糾紛有問題可以直接透過他們就可以處理，但若是其他語言不通的國家時，沒辦法解決，像是歐盟就在推動各國消保機構做聯盟，如果發生糾紛後，只需要在自己國家的消保機構申訴，讓消保機構去跟該國家的消保機構處理，一定時程就要回報，可以從線上去看處理狀況，可以對消費糾紛有幫助，但臺灣的情況就比較不一樣，要看那些國家消費多，可以針對該國家進行聯盟，但難度比較高，線上處理機制的部分很重要，因此也要對消費者教育，如果要進行跨境消費，會有怎樣的風險。

訪談人員：其實我也在 eBay 消費過，它會標示很清楚可以寄到哪裡，但還有一種狀況是他只能寄到美國境內，但民間會有集貨人，讓寄貨人再從美國境內寄到臺灣。

老師：其實這就是一種代購的機制，它會收你一定的費用，其實這會牽涉到一個問題，就是貨品有瑕疵或並非當初所購買的貨品時，是源頭的問題還是集貨人的問題，該如何控管這個風險是問題，例如可以要求集貨人照相，或是原封不拆，像是亞馬遜是貨出才扣你款，他會給你一個連結可以讓你監控現在貨物到哪裡了。

訪談人員：我像現在臺灣的追蹤系統也有在用，只是跟 eBay 不太一樣的是，eBay 可以看到中間的所有點，像是到海關了，或是到哪一個郵局了。

【高雄市消費者保護協會陳總召集人】

訪談人員：先報告一下，今年調查的結果，大部分民眾對於商品比較有爭議的部分，在於退換貨與品質的部分。再來是申訴的部分，一定是針對店家、政府單位、消保機關單位的部分。像總召所提到的，我們之前也有接過類似的案子，那通常是什麼樣的類型？是如何去幫助處理？

陳總召：一般網路購物來講，因為我們當初在行政院規範，在消保法裡面規定，業者與消費者之間的網購行為，對於這樣的行為有規範到很詳細，對消費者受到保護，但是現在的型態變成在網路銷售很多是個人，這樣麻煩就很大，因為個人不屬於消保法裡面的保護，因為是個人對個人，這也是消費者困擾的，等於法律在這邊適用民法的，但如果雖是個人，經查出經常有進行交易行為還是可以適為業者。第二就是目前用的平台，只是推動網路的責任而已，沒有管理的責任，變成道德管理，如果他沒有這樣的責任，就沒辦法去找到這樣的平台來付這樣的責任，就是會造成大家（業者、賣家）可以隨便登入。

訪談人員：您的意思是說，之前就像拍賣網站，而拍賣平台沒有責任嗎？

陳總召：當初沒有很明確地說，如果業者交易上出現問題時，你要負責，就變成只是道德管理。

訪談人員：所以有責任還是那個賣家？

陳總召：對，所以平台不管你。像我們碰到這樣的消費糾紛很多，像當初跟業者購買，選的選項也給他了，後來寄過來的東西都有，就是品質不同；或者新變舊，通常在這種情況，就是消費者反應時，他們不理睬，但這樣也不構成詐欺，用民法告詐欺也告不成，因為他還是有東西給你。

訪談人員：所以直接是針對賣家。

陳總召：而且消保法裡面規定，不管是業者，還是我們現在講的個人，在消保法裡面如果要適用，還是要去跟賣家做申訴，如果申訴不成，才會轉到我們單位裡面，這就是消保法裡面的一個程序，就是規定先必須跟店家做反應，這也是對社會資源的控管，才不會遇到問題就亂用社會資源，其實如果跟店家反應就可以解決的，就不會動到消保團體、市政府機關等社會資源的浪費。像網路申訴案一直再增加，消費者有些也不知道管道，而定型化契約訂了，也不是只有這個而已，其他的定型化契約也太多人都不了解，那宣導的效果就在於我們要怎樣去做，第一個就是市政府在電視裡面有在做宣導，那些宣導通常有注意的人去看，不是受害者就不會去注意，通常人都是在受害之後，才會知道有這些東西。那像我們各地區的消保團體，都是靠善心人士的捐款，因為現在募款也不容易，所以沒有很多資金可以去做宣導，要辦活動錢也都不夠，所以在這種情況之下，變成訂起來放在那邊，大家知道政府很努力，消費者終端到底有沒有受惠也不了解。

訪談人員：那定型化契約要怎麼做？

陳總召：第一，消保處的經費也不夠，因為過去經費比較高，現在都被刪除了，這樣消保處要去協助各個消保社團去運作，就沒有能力。所以在這個地方，應該要從中央裡面去爭取，因為這個企劃確實非常重要，如果有部分經費或單一經費，就利用專用、專傳的增加都可以，讓全省各地區的消保團體，分配下去，讓他們去做所有的宣導。

訪談人員：那宣導的對象，賣家與買方都要。

陳總召：像過去我們有辦過，我們就找所有賣場的賣家、店家、網路行銷的，去發文給他們，並邀請他們來參與，讓他們要按照這樣的定型化契約去做，其實賣家還比較好宣導，只要寄給他們都知道。

訪談人員：不然會被罰吧？

陳總召：問題是他們有沒有按照這樣去做。

訪談人員：這樣有人在監控他們嗎？因為定型化契約是公開的，應該都看的見。

陳總召：所以現在變成有個型態，大公司它不會有問題，一定就按照定型化契約，七天之內有問題就可以退給您。而個人方面，如果你訂東西寄不一樣的東西給你就不理你，也找不到他，而我們碰到最大的困難，市政府要去協助她都沒有辦法，因為平台裡面只有給他網路的聯絡而已，其他什麼都沒有，那當消費者來我們這邊，告訴我們他有跟他做網路聯絡，寄網路不理或消失了，這個時候也沒辦法去寄公文通知他，也沒辦法讓當地的行政單位去找他。像我們也有跟平台行文說，我們需要他們提供業者的資料，平台也不提供給我們，而我們也不知道他的考量，只知道他可以提供給市政府而已，表示我們其他的消保團體，其實各縣市幾乎都有了，像嘉義、花蓮…等，我們也很常聚在一起，但是變成消保團體沒有這樣的能力。

訪談人員：就是權責的問題。所以不能請市府或中央那邊，協助我們地方性的消保團體嗎？

陳總召：可以請他們，但是他們協助的能耐到哪裡？這樣還是把消費者的問題推給中央，而中央的人員又少，如果沒有靠消保團體，他們每天都塞爆了，根本沒辦法處理。所以我認為在嚴格的管理非常重要，比後端的處理還要重要，畢竟預防甚於治療，應該要加重平台的責任。

訪談人員：那我們現在一般遇到的，都大致上在哪一個平台？

陳總召：都有。

訪談人員：我現在知道的是像在 FB、社群的部分，都可以做這樣的交易行為。

陳總召：社群是後來的，之前都是拍賣網站那些平台，所以我們一直在宣導說，不要去跟公司以外的個人購買任何東西。而在超商交易的行為也越來越多，但那些交易金額都是比較少的，有一些貨到付款的經額，問題反而必較高，而貨到付款的方式，而我們都跟消費者說，貨到先檢查好再付款，一般的消費者都東西來就付錢了，他們都認為定型化契約，有七天可以保護，都忘記七天之內有可能沒辦法找到業者，都因為這樣失去戒心。

訪談人員：如果您說一般申訴是以個人的賣家居多的話，對於消費者來說，本來就沒有保障，這樣他申訴的成功機率？

陳總召：其實成功的機率不是沒有，我們會協助他們，但問題是聯絡一定要聯絡的到，我們會告訴他們，你們這樣是違反消保法；這樣是屬於詐欺、債務履行不完全之類的，當他們聽到就會趕快去做處理，這樣成功的機率也有，但我們也沒有拒絕個人對個人，當然市政府會拒絕，因為對方不是業者，但我們基於社會服務，不會拒絕，並會盡量幫你，但當你連資料都找不到，我們要幫你也沒有辦法。

訪談人員：我這邊接觸到的是，網路交易越來越頻繁，申訴的案件也越來越多，就像您剛說的，他們那邊的人手也不夠，就是要委由地方性的，但我也沒有去問申訴是個人比較多，還是一般的公司行號，但他們希望委由我們調查、訪談的身份，會有消保官、消保相關協會、消保相關學者、業者等，我們會由這四個身份去問，如果遇到相關的問題，可以提出要如何去解決。而中央消保處也面臨一個問題，就是現在的申訴案件越來越多，而且申訴的情況也很多元化，這樣站在我們消保會的立場，會有沒有什麼建議方式，可以協助處理。

陳總召：這個部分未來影響會很大，因為所有交易都會變成沒有門市的交易方式，但這樣的交易模式對消費者來講也不是壞處，所以在這部分，我有一個建議，就是宣導上要極力去做，第二，就是在平台的管理，要加重她的責任，就是盡量去宣導消費者，不要去找個人的這一種買賣，而有些個人都成立一些公司，但如果有問題就在換另外一間公司名子，因為現在申請公司

很簡單，這樣平台就要去想，第一線如何做控管的責任，要給他多少擔一些責任，他就會比較小心去做。其實他目前漸漸有在審核，但沒有給他責任，就沒有審核到一定的程度，最重要要給他責任，這樣消費者找時，就要去協助消費者。

訪談人員：所以就像您講的，目前這些平台沒有給他責任，所以消費者有找過平台嗎？

陳總召：可以找平台，因為現在就是要導向可以找平台，這樣才可以管控他們所有資料，這樣才很方便。據我了解，一般消費者去找平台，平台不太會理他，還是會要讓你自己去跟業者處理，因為這不是第三方互惠，就要等第七天沒事，在把錢撥過去，而現在沒有，因為現在是直接購買的。

訪談人員：比如像 PChome 這樣的平台，是不是就有？因為 PChome 的錢是直接入到他們那邊，他們在跟業者收，那這樣就有責任嗎？

陳總召：這就是第三方互惠，我們前面有幫他訂了管理規則，就是他要去照顧雙方，當初也是考慮到延伸的問題，才會考慮到第三方的責任，就像我們在做信託一樣，假如買房子錢給你，房子不過戶給我，這樣怎麼辦？所以就找信託來，第三方互惠就類似這樣，要七天沒事情，錢才可以匯。

訪談人員：那這部分發生的爭議會多嗎？

陳總召：應該會比一般降低，我還沒去做詳細的統計，但他比一般多了一層的保障。而現在最大的問題就是直接購買拍賣的最多。

訪談人員：所以現在最大宗的問題，網路上的糾紛還是在個人拍賣的部分。

陳總召：對，也有公司、個人，但都在拍賣上，因為有些人申請公司名稱，就像我說的，個人要申請公司名稱很簡單，如果公司在網路上評比不好，就換另一個公司名，我們曾經處理過，訂四個輪胎都找不到，也是跟公司訂，我行文給外縣市，讓他們到公司查，結果就是空的房子在那裡。

訪談人員：因為現在網路上也不知道有沒有。

陳總召：對阿，所以要加深平台控管的意義在這裡，如果要申請公司，就要知道這家公司在哪裡，有沒有辦公地址，或者有沒有人在那邊辦公嗎？因為有的是設空殼公司，這就不要讓它進來。

訪談人員：所以現在會有修這個法令嗎？那之前有討論過嗎？

陳總召：我沒有去行政院那邊，所以我也不了解。而之前對這種問題，是有討論很多，他們也很積極，但是變化很快，像七天買賣這就有問題，什麼東西都試用，後來又發覺有問題，像內衣褲要怎麼試用，穿了七天退給你？還有訂年菜，七天就壞掉了，所以後來就做修訂了，而且本應該要這樣，要隨著進步來做修訂，所以我在這管理方面，就建議平台的管理，還有宣導。

訪談人員：就像您剛說的，消費者沒有遇到就不會去關心。

陳總召：所以就要實際宣導，就要不斷地去灌輸他們，例如：辦一些活動，或把業者找來灌輸經營上的理念，透過這樣的行為來慢慢累積。

訪談人員：所以定型化契約是消費者要蠻重要的去了解，才能去保障他們在交易的過程當中，有什麼樣的權益跟義務。

陳總召：對，但條款訂在那裡，宣導是要透過案例，因為看條款只知道權利在哪裡，但是不曉得陷阱在哪裡？所以宣導就是要針對陷阱在哪裡，去收集資料並告知消費者。

訪談人員：因為條款我看了，如果要明確化，就要用文字帶到，這樣是不是會有避重就輕的方式宣導？

陳總召：因為像法律訂的一樣，沒辦法很細的把他訂好，只能用文字去敘述大概的規範而已，比如說網路個人業者要如何定位？有些用個人的名稱，但是你一查，他家裡全部東西都在賣，這就不像拍賣或交換的行為，是真的就在經營，那經營算是公司嗎？但他沒有申請，又有違反公司法，但是他實際上很多東西都在賣。像拍賣一般就是把家裡的東西，拿出去拍賣。

訪談人員：就是二手的拍賣。

陳總召：不管二手或新的，只是不是在做經營，而是把我有的東西去轉換價錢，但是不是一直在做這樣的行為，如果一直重複這樣拍賣的行為，你就變成業者，而業者就是沒有去申請商店，我那時候處理這個，就跟對方說，因為做這個他很懂，因為消保法管不到他們，我就把手上的資料跟他講，你一直都有在拍賣，而且販賣的商品不只一種，是好幾種，所以你販賣多種商品，我可以認定你不但是業者，還違法公司法，因為你沒有去申請，後來他聽完後就趕快去處理了。而消費者怎麼可能懂這個？你要去申訴，這案子人家也都不接，那是我們高雄消保處接，因為你不是業者與消費者之間的行為，不能適用消保法。

訪談人員：我今天才知道要適用消保法，是要業者跟消費者，那業者是一定要有公司或商店？

陳總召：商店、公司、行號，這些才叫做業者，那你如果是私人行為，就是兩個人交換東西，那就不是消保法的規範。

訪談人員：所以您說的是適用民法？

陳總召：只能適用民法，你給我多少錢就拿多少東西，如果我東西有給你，就不構成詐欺，而現在有很多做法，就是我寄東西給你，只是東西跟你原先的東西差很多，你要告詐欺又告不成，因為我東西有給你，只是沒有那麼新那麼好。

訪談人員：所以個人對個人就有這種問題？

陳總召：對，因為現在消費者很難去判斷，他們也不懂消保法是不是保護業者，消費者分不清楚，只知道買就有七天，這就是宣導不利。而宣導就像我講的，不是去宣導條款，如果沒有案例跟他們溝通，他們還是不懂。

訪談人員：剛開始網路的時候，以前都要賣家收到錢，才會把東西給你，而我自己也有遇到，就是錢匯過去，但東西沒有寄來，但是一般人就覺得只有幾百塊，就算了。

陳總召：因為他們不曉得申訴要多久？也不知道管道，還有人覺得不知道申訴要花多少錢？

訪談人員：他們覺得拖時間。

陳總召：所以很多人就針對你不喜歡去做處理、怕麻煩，用這樣的心態來販賣這些東西。

訪談人員：所以還是有，我想說現在都普遍性，不管是個人還是業者，應該不會這樣。

陳總召：像電視購物就比較不會有問題，因為他們是大間公司，都會處理，也會按照我們的規定，所以問題都出現在小公司、個人公司，這樣要找他們來協調都沒辦法。

訪談人員：他們不是公司嗎？

陳總召：找他們也不來，就準備關掉，就像我講的，他們有那種心態，如果是真正有在經營的公司，他們一定會來，就算沒來，也會回文來做解釋或處理。

訪談人員：現在很多爭議點，就是我拿到東西，跟我實際上是不符合的，目前這種處理會比較多，但依照目前來講，畢竟我們是消費者保護會，所以會站在消費者的立場，去跟業者爭取，那爭取的是賠償？還是換貨？

陳總召：像您剛提的，拿到品質不相同的，我們第一個就會要求照品質來，因為這就是消保法裡面的廣告不實，而你有寄東西來就不構成詐欺行為，但是你的品質一定要超越廣告，而處理的方式就是換同樣品質的東西。因為要處理問題，萬一你沒有東西，你商品寫的是八分新，但看起來是六分新，遇到這種情況就是降低價錢，讓雙方可以接受，如降價消費者不滿意，業者

只能把商品收回去，並把錢退還給消費者。

訪談人員：我們協會的立場是站在協調者，當我們幫業者與消費者進行協調時，是不是還要回報給消保處？

陳總召：我們會自己建檔，當我們要申請優良消保社團或申請行政院協助的時候，我們就當成成績，有做這一些事。

訪談人員：那在我們單位在協調的過程來講，只要雙方願意和解就能當成認定？

陳總召：因為雙方和解要簽字，不管同意的理由為何，就是構成和解。一般來講，我們在處理的階段，會先用電話或行文，能夠解決就節省大家很多時間，所以不拘於什麼樣的形式，只要雙方解決問題才是重點。

訪談人員：現在也有提到，網路現在很頻繁，對於網路購物品質的問題，或有些實體店面；或已經沒有實體店面卻在網路上販賣，那要如何保障消費者在於選購部分，或購買後的行為，因為這些也都是跟我們法令有相關性，消保處也想藉由這次訪談的機會，來了解各個領域專家的想法，對於這部分，有沒有其他想法或要如何處理？

陳總召：其實要從網路端去保護消費者，坦白講很困難，如果對方是良心的業者就不會有問題，只要有問題他們都會處理。那如果是遇到沒有良心的業者，專利用這樣來賺錢的，那問題就會很大，那要如何嚇阻這樣不好的行為發生，就是平台或拍賣網站要如何去控管，這個源頭非常重要，第二個就是消費者在網路上購物，沒有實體店面的這種行為，因為沒看到實品都只看到相片或文字，在這種情況無法判斷好壞，所以當初訂定型化契約，就是要用來保護這一塊。

訪談人員：我們也沒辦法去規範，讓消費者可以在網路上看到實體的商品。

陳總召：沒辦法，因為他本來就無法看到實體，因為網路本來就是沒有實體商店，而當初會鼓勵網路的原因，就是因為他方便，可以不出門就可以用手機購買，第二個就是不用實體店面就少掉租金、少掉很多成本。

訪談人員：還是可以有網路的部分，可以去做規範，限制只能銷售怎樣的產品，或網路跟實體商店有差異會比較好？

陳總召：這就講到自由經濟交易行為，要規範什麼東西在網路上賣？什麼東西不可以在網路上賣？大家需要的東西都可以在網路上賣？這也是進步所延伸出來的問題，我們不能因為進步有問題，就把規範拉回來，所以盡然是進步所發生的問題，我們就要盡量去照顧所有的消費者。首先要從控管著手，再來發生問題時，平台要給予我們資料，當然又牽扯到個資法，法律也沒有允許他們一定要提供，只有允許提供給政府機關，而我們是不是要透過政府機關拿到資料，

再來處理，這個時效性，就乾脆叫消費者直接去找政府。

訪談人員：政府也有時效性的問題，因為他還要排隊。

陳總召：現在消保團體處理案子那麼多，如果把案子集中在一起，政府就沒辦法即時解決，所以從源頭控管很重要，那要如何研究讓這平台不會被濫用，當然還是要去教育消費者，讓他們買東西要慎選商家，而如何讓消費者知道，這種是無法受到保護的，讓他不要去購買這些東西，所以宣導教育非常重要。

訪談人員：那我們有遇到跨境的爭議問題嗎？

陳總召：跨境爭議當初比較多的是遊客。

訪談人員：就是遊客來我們這邊買東西。

陳總召：像高雄這邊有一家珠寶，遊客在這邊買說是 A 級的，回去檢定才發現是 B 級、C 級。

訪談人員：這是相反的對不對？因為我們要保護的是我們國人。

陳總召：我們保護的不是我們國人，是所有的消費者，因為他在我們地區消費行為，是屬於我們要保護的。而我也處理過好幾件，就是遊客打電話回來找我們，我們就問商家電話並打過去詢問，而我們沒有看到商品也不能問為什麼是賣 B 級、C 級，因為這是遊客自己回去檢證，我們也只能告訴商家有這樣的糾紛，如果你們可以解決就馬上解決，就可以讓你們私下解決，如果不能解決，只能叫他們提供資料，才能幫他們解決，大部分都聽到就馬上去解決了。

訪談人員：現在跨境消費越來越多，如果有遇到這種情況，消費者跟你們反應，他們在網路購物、淘寶有遇到問題，要如何幫他們解決？其實我在早期時，跨境消費問題我也遇過，我也想說反正沒什麼錢就算了，如果遇到這種跨境消費問題，要如何幫助消費者處理？

陳總召：據我了解，目前我們根本沒辦法去做控管，因為他是設在國外，因為他們不屬於我們管理，所以也沒辦法去控管他們，而適不適用我們消保法，也還是一個問題，因為跨境，我們要去協助也沒辦法，因為我要如何去找到賣家？他願不願意理你？而政府可不可以去管這一塊，我准你才能在我們網路販賣，我想也有困難。因為現在網路已經世界性，他要在哪裡設立，我們也沒有辦法管，所以只能教育消費者，在網路跨境購物方面，我們無法去做控管，所以要不要去做這樣的交易行為，你自己要想清楚。

訪談人員：我倒是沒有去問過消保處，但應該有針對跨境爭議可以協助處理。

陳總召：跨境協助處理就像我講的，只是去跟對方反映而已，而有辦法去處罰到他嗎？如果沒

辦法管到他們，只能教育我們消費者自己了；因為每一個國家的消保法都不同，當然異曲同工，但細節都不一樣。

訪談人員：而我們的問題其實就是到這邊，我們調查出來的結果，消保處想要知道一般對於網路購物的消費習慣之外，如果遇到有這種爭議的問題，消費者要如何去處理，因為我聽消保處的長官說，現在的案子太多了，根本不知道要如何去處理，就像總召所說的，要從源頭那邊，而這又要立法。

陳總召：一個是源頭、一個是教育宣導，因為現在消費者不會去分網路是不是消保法規範，他們通通認為是消保法規範，只要有遇到問題就會來找我們。

訪談人員：我們接到這案子，就有特地去看他們的網站，有看到消保法有一塊，是針對在網路上交易的，只有一塊也不是全部。

陳總召：其實這個變化很快，因為現在網路很不定期，像要立一個法，就要去開會好幾次、修好幾次，到最後修好要公告要執行時，又已經轉換了，交易的秩序、交易的方式又改變了。

訪談人員：對，現在除了信用卡之外，還有電子支付，而現在電子支付剛開始，也還不知道有什麼爭議的問題。

陳總召：就是類似刷信用卡的方式，只是改變他的型態而已，管理的方式，應該還是停留在卡片管理的方式，現在已經有在研究要如何去控管了，因為電子支付比信用卡付費還要恐怖。

訪談人員：電子支付很快，而信用卡還要輸入。

陳總召：信用卡我們還有給他責任，只要不是親自簽名，信用卡公司要自己付錢，但電子支付都不用簽名，直接就轉帳了。像我們信用卡丟掉，如果被盜刷，還可以找信用卡去支付這個部分，如果不是故意的詐欺行為，當然裡面有沒有盡到保管責任，所以要審查付錢時，還是會小心。

訪談人員：現在電子支付才剛開始推。

陳總召：所以還要回歸付錢單位，有沒有去審查有沒有問題，所以還是要回歸到信用卡的控管方式，不然現在電子支付越來越多。

訪談人員：電子支付越來越多；越來越方便，相對的爭議也越來越多。

陳總召：消費者一定會經過陣痛期，因為一開始有這樣的交易行為時，你去訂他又有時無法照顧到，要讓問題一直出現的時候，才知道有多少問題在這邊，而又要加哪些東西進去，才可以

做有效的控管。如果沒發生只能先就基本的行為去做處理規範，至於後續有哪些要補的，像應記載及不得記載事項就一直在修。

訪談人員：那這樣一直在修，消費者怎麼跟得上？那今天得到兩個結論，第一個就是源頭的控管，第二就是教育宣導的部分。

陳總召：一般行政院都著重兩個協會，一個是消基會、另一個是臺灣消保會，其他消保團體的意見很難去注意到。我認為要去把各地的消保團體，包括地方性，因為各地方發生的問題都不一樣，不是一個全省性的消保團體就可以知道全地方，像你們這次就很好，每個社團都來問，因為我們講的，跟他們所講的不見得一樣，像花蓮碰到跟我們這邊碰到的，也都不一樣，應該要每個單位去做收集，包括在制定條款的時候，要把所有單位都邀進去，我認為這樣會比較完整。

【岱○國際 電子商務部 吳協理】

訪談人員：您好，我們是異視公司，是受行政院消保處的委託，他們今年在進行有關網路購物消費者行為的部分，在做一些調查，而消保處那邊主要是想知道整個網路購物平台的了解之外，畢竟難免還是會有網路購物消費上的爭議的部分，所以想要了解，其實我們在這次調查的部分，像這樣訪談的過程，希望可以取得一些專家學者、消保官、消保會、業者的意見，想要了解現在在網路上交易的行為方面，還有最重要是在爭議點的部分，而我們這邊有什麼看法？我知道公司本身

有在經營一個電子商務的平台，那大概可以先了解一下，我們在電子商務上面的話，是哪一些類型的產品？

吳協理：比較偏向健身器材、運動配件類的這些。

訪談人員：那一般消費者的部分，我們是 B to C 的部分？

吳協理：對。

訪談人員：那我先大概跟您說明一下，我們異視這邊主要是市場調查的部分，其實我們有針對民眾，做一些相關議題的詢問，那我就大概幾個重點的部分，跟您說明一下，目前網路購物的行為部分，目前落在 30-50 歲的年齡層較高，相對年長的部分，趨勢是有慢慢提高的狀況，那你們網路是會員制的嗎？

吳協理：對。

訪談人員：那這樣年齡層的部分，是不是也剛好符合你們消費者的年齡層？

吳協理：對，因為我們賣的是比較大型的健身器材，年齡層是 30 歲以上的族群多一點。

訪談人員：而我們調查出來的結果，逛購物網站的頻率，平均是一週一次，因為每一個消費者對網路購物的類型不太一樣，當然會因應品項的部分而有所不同，大約目前平均在網路上購物的金額，平均是 4000 元以內，而以前用網路的部分，是桌上型電腦與筆電的部分，而我們現在調查出來，有六成八的民眾是使用手機，那你們這邊也是這種型態？

吳協理：用手機購物的民眾更高。

訪談人員：那以支付的方式來講，我們這邊調查是以貨到付款與超商居高，其次為信用卡，因為一般在網路上購買前的部分，因為我本身也是消費者，所以會去看賣家一些商品服務的部分，還有下單之前，消保處這邊也比較要去做宣傳的部分，就是定型化契約應記載及不得記載事項的部分，而我們的調查結果，有四成九的民眾表示不清楚。那我們本身的平台有在做這樣的宣導？還是會主動去告知消費者？因為下單之前，一定會看到嗎？

吳協理：在加入我們會員時，原則上會有我們服務的一些條件與規範，除此之外；我們在官網上都會列說服務條款是什麼，因為我們賣的是大型的健身器材，所以我們在出貨的時候，還會提供保固卡，所以在我們這邊加入會員、購買時都會看的到、網站上也查得到、實際上在我們產品交付時也會看的到。

訪談人員：所以在消保處所規範的應記載及不得記載事項的部分，就是剛您說的在加入會員時也會有，一般在結帳前也會有事項的說明？

吳協理：對。

訪談人員：而我會提這個問題的部分，其實是因為定型化契約，大部分的消費者會比較不清楚這是什麼意思，但是我們都知道，因為我們有在網路上購買的經驗，都知道加入會員與結帳時，都會有一些會員權利與義務的條款，那這個部分就是我們業者有符合消保處這邊的一個規範，但是有一個疑問，就是說條款很多，所以一般消費者大部分都不會每一條去看，才會導致後續有一些爭議的問題，那像業者部分，可以怎樣配合並做一些改善呢？

吳協理：像我們在商品本身上的頁面，也會有保固條件或一些購買的規範，所以不單單是在加入會員與結帳時，才看的到，他在逛商品的旁邊頁面就會有相關的資訊，如果當這些東西都在各商品上呈現的時候，消費者還是選擇性的不看，我們也沒辦法。

訪談人員：所以你們在商品部分，也是會有很明確的註記或說明就對了？

吳協理：對，像我們在商品的介紹，都會有商品的規格與保固，或者付款與規範，這些都會在上面。

訪談人員：所以因為是在大型的器材部分，所以在保固裡面還會多加一些說明？

吳協理：對。

訪談人員：那我想問一下，我們公司這邊，有沒有因為網路購物而發生糾紛？

吳協理：發生的糾紛倒是有遇過缺貨的狀況，因為消費者執意要買，可是我們在契約有去說明，在接單時會去注意庫存狀況，如果遇到沒有庫存，我們是可以選擇讓這張訂單不成立，或是不接受，但是退款時，會有額外的費用產生。還是有遇到客戶一定要買到，可是我就真的是沒有庫存、沒有貨的話，我們還是會退他錢，但他還是會不愉快的情況發生。

訪談人員：那有到消保會或相關的單位去做申訴嗎？

吳協理：目前沒有。

訪談人員：等於消費者跟您這邊做一些反應，而你們也自行去跟消費者達成一個協議與共識就對了？

吳協理：對。

訪談人員：因為目前你們沒有遇過這種狀況，頂多去跟消費者做一些和解的部分。

吳協理：對。

訪談人員：其實在網路上一些糾紛的部分，是還蠻多的，其實消保處也希望，如果有遇到這樣爭議點的部分，是可以有什麼方式來提供一些協助，當然消保處是保護消費者，那我們想要了解一下，如果當業者這邊有跟消費者產生一些爭議，那在這過程當中，假設像你們這樣，會自行跟消費者做處理，如果處理不是很妥善的話，是會往哪一個方向，去做後續的解決方案呢？

吳協理：原則上，如果最後還是沒辦法解決的話，我們這邊會釋出最大的善意，最後可能往法院方向去做解決。

訪談人員：但是還好，還沒到這種程度。

吳協理：對。

訪談人員：那我們電子商務的平台，大概經營多久了？

吳協理：2-3 年的時間。

訪談人員：2-3 年的時間，現在應該也算穩定期吧？

吳協理：是。

訪談人員：那公司本身就是在做健身器材方面就對了？那你們只有虛擬的網路，還是有實體店面？

吳協理：有實體店面。

訪談人員：所以一開始是實體店面，再加上虛擬網路的部分？

吳協理：一開始是虛擬網路，後來才有實體店面。

訪談人員：因為有一個題項就是說，在虛擬網路產品的部分，跟我們實體的產品部份，它們之間的競爭性與取代性，畢竟消保處也有想說，在這兩個不同的平台，因為現在虛擬網路的東西，已經很普及化了，但是在這兩塊來講，要做一些合適的區隔，您覺得要用什麼樣的方式？

吳協理：我不會把它分成兩個不同通路來看，因為在需求上是不同的，如果從網路上來看，可以在短時間看到比較多的商品，而實體是可以提供體驗、觸摸…等方式。那當然實體有它坪數上的限制，或者在販售上，不管是人員、豐富度上的差別，這都可以從網路來補足。而實體可以補足的，像是可以做體驗、觸摸，所以我覺得是互補的型態。

訪談人員：那像你們的商品，是否需要要做體驗的部分？

吳協理：會需要。

訪談人員：只不過你們一開始是從網路，在導入到實體，應該很少用這種方式來作業，還是因為您的會員表示，想實際上去體驗看看？

吳協理：對。

訪談人員：所以我覺得這也要看商品特性的部分，所以您覺得在這兩者之間，是互補的效應？應該沒有誰取代誰？

吳協理：對。

訪談人員：那如果是針對民生用品呢？

吳協理：因為我們沒有販售這個，所以我沒辦法回答這些。

訪談人員：好的，像剛所提到的，現在跨境也越來越多，那我不曉得公司這邊，會有跨境購物的行為嗎？

吳協理：目前還沒有。

訪談人員：所以還沒遇到什麼樣的狀況就對了。那未來會做到跨境的部分嗎？因為也很難講，在網路上也不知道會不會有外國的人來購買。

吳協理：對，但目前還沒有這樣子的規劃與想法。

訪談人員：所以目前還沒有想到這一塊的部分就對了？

吳協理：是。

訪談人員：所以我們產品只有在臺灣這邊去做銷售？

吳協理：對。

訪談人員：所以還沒有到國外地方去做銷售就對了？

吳協理：是。

訪談人員：最後想問的，可能跟我們公司商品比較沒有關聯性，但是消保處這邊，說實在接受申訴案件蠻多的，那大部分的爭議點，就是收到的商品跟下單之後，收到實體的商品，在品質上是有所落差的，那如果是以這樣子的狀況的話，站在業者的角度，您有什麼想法或看法？因為消保處遇到這種問題還蠻多的。

吳協理：原則上，我會看消費者自己所提出的申訴或反應，到底是不是真實的情況，因為造成問題是很多種的，如果遇到的情況，是我們這邊疏忽，或實際上在品質出了問題，我們原則上會做換貨或全額退款，因為很多消費者在產品上都吹毛求疵，我們會盡可能符合他們的要求，但在某種程度的限制上，要嘛不接受，不然就是退錢給你，其實要看每個個案的情況。

訪談人員：因為你們本身的商品，比較屬於大型的，所以金額也比較高，所以遇到這樣的狀況的機率，目前有嗎？

吳協理：有，我們還是選擇讓他們做退款或退貨的動作。

訪談人員：如果消費者不滿意，做退款或退貨，大致上都是可以接受的？

吳協理：對，但我們會把這客戶列為黑名單，之後就不在做交易往來。

訪談人員：那最後您對我們消保處這邊，有沒有要提出建議的部分？

吳協理：目前沒有特別想法。

訪談人員：那這樣聽起來，感覺吳協理對於政府政策的訂定，公司這邊都會蠻遵守地去執行跟作業的部分，因為就是公司經營的做法部分，是要怎樣去配合？因為其實在網路上來講，它的狀況很多，一直在變，尤其是一些支付的方式，目前有很多行動支付，而消保處那邊也是為了防範，有一些在科技上的演進或有些爭議產生的話，也會希望業者可以做一些配合，這也是一定的，因為要避免一些往來交易的糾紛，包含他們有一些想要推出來，像剛說的定型化契約，因為一般的消費者不會那麼細去看，這樣文件的部分，因為我這邊有訪談過幾家，可能就沒有像公司這邊，做的那麼完善，就是在任何地方都會做一些定型化契約一定要宣告的，或者做一些權利與義務的方式，那你們在各地、各處，只要跟你們公司賞品有關的，都會做宣告？

吳協理：對。

訪談人員：因為這邊都是文字的部分，那除了文字部分，還會有其他的方式嗎？為了避免這種糾紛？

吳協理：除非這個東西，非得用照片或影片的方式來做溝通，我們才會去想圖，不然大部分都是文字的方式來做呈現。

【傳○生技 行銷部 謝副總】

訪談人員：我們的調查結果，您可以看是不是跟本身消費的習慣，是不是相同的？

傳銘生技：對。

訪談人員：因為是消保處那邊委託調查，當然會著重於業者，是不是有遵從定型化契約應記載及不得記載事項的部分，而對於消費者而言，我們調查出來有將近一半的消費者，都不清楚。那對於業者來講，對於這部分，我不知道我們的平台，是用什麼方式，來讓消費者知道應記載及不得記載事項的訊息？

謝副總：簡單來說，電子下單完成時，會有相對的訊息出來，再來就是我們配送出去的紙盒、紙箱上有說明，以前我們會放 DM，但它們都會不見，那我們就改印在箱子上面，有說明七天鑑

賞期，以及有其他權利，這是我們的做法，主要避免消費者說我們沒有被告知。

訪談人員：那曾經有被說訊息不是那麼明確，而產生爭議嗎？

謝副總：有，但是少數，只是客人的目的是為了要退貨而已。

訪談人員：那公司的做法是？

謝副總：讓他退貨，畢竟你跟他爭論也沒用，因為我已經有盡到告知的義務，隨貨也附上相關的資料了，不管他是不是超過七天，或剛開始拿到，用過覺得不好用要退貨，就算拆開了，也算了，就隨便他，這是我們的做法啦，但很麻煩。

訪談人員：這是有良心的業者的做法。所以遇到這種消費者，自己本身對於產品部分，即便已經過了消保法這邊的規範，我們還是會讓他退貨就對了？

謝副總：對阿，我們還有遇過一個月、三個月的。

訪談人員：你們公司真的太好了。

謝副總：也有遇到發票不見的，也讓他們退，因為我們沒有走實體通路，只有在網路上銷售，我們最怕的就是消費者故意或惡意去留言，做不實的闡述，所以碰到這種的，我們就盡量不要有爭論，不過這樣也只是少數。

謝副總：所以我不理你也可以，但我們覺得不要這樣，這就是我們公司的做法。而我們也有碰到特殊案例，就是她買了東西，卻告知我們她的臉爛掉了，要我們賠償。

訪談人員：這個已經算是蠻嚴重的，有走一些相關的法律途徑嗎？

謝副總：因為我們同業常常遇到這樣的問題，但大部分就是為了賠她一點錢，所以像這種的話，我們就有堅持的立場，如果是我們產品品質的問題，造成她這樣的現象，就會請她叫醫生開立相關證明，是因為我們公司產品造成臉部…等。她們一聽到就自動消失了。

訪談人員：因為開不出來。

謝副總：對，因為太多因素會造成過敏，而且隨便拍張照片都有可能，所以這是特殊案。

訪談人員：而消保處也一直有在宣導與推廣，叫消費者要去看應記載及不得記載事項的做法與推動，那站在業者的角度與部分？

謝副總：對我們而言還好，因為網站上會公布，送去的貨品上面也會記載，消費者有沒有看，或會不會接受，就要看個人角度認定的問題，因為她們都會認為是我們的問題。而我的原則就是沒關係，貨還給我們就好，我們就把錢退給你，但下次就不要再跟我們買了。

訪談人員：這種惡意的，就要把他們列入黑名單。那另外跨境購物也越來越頻繁了。

謝副總：您是指賣到大陸那邊去之類的？

訪談人員：對，那有這規劃嗎？

謝副總：我不做，而目前不做的原因，是因為變動的因素太多了，沒有比較適合或安全的平台。

訪談人員：那有沒有國外的客戶直接下單？

謝副總：有很多，他要代購跟代理，有賣到馬來西亞，甚至還賣到土耳其，但都是臺灣人。

訪談人員：其實這樣發生爭議也比較好處理。

謝副總：其實我們比較多的案例，是她一年回來一次，一次買一年的量，並帶到她的居住地去。那另外代購的部分就比較多了。

訪談人員：如果像這種代購，如果有發生問題的話，這樣是誰的責任？

謝副總：通常代購的人會自己去處理，其實他們也很聰明、觀察也很久，最重要的是我們的所有證明，例如 SGS 檢驗或其他相關的東西，我們全部都會公布出來，我們現在還增加了製造日期。

訪談人員：如果依照您的經營方式，如果消費者有要申訴，只到你這邊，就沒有到其他消保單位去嗎？

謝副總：對，就只有我剛講的特殊案例，而我們也有被同業檢舉過我們的網頁，就是不可以放部落客的說明文，這是以前的法規，現在就沒有了。

訪談人員：其實消保處那邊一直在宣導兩個重點，第一個就是宣導消費者要去看是不是有應記載及不得記載事項的部分，因為這是要保障他們自己。第二點就是針對爭議點的部分，應該要如何去處理？而現在跨境也越來越多，雖然我們現在還沒做到，因為畢竟還是用網路，還是會接觸到跨境的部分，您有什麼看法？

謝副總：跨境最大的問題就是收付款，就是我們透過他們的平台去賣，那我的東西過去就有安

全性的問題，再來就是物流那邊，他們要怎麼走？也有可能臺灣直接寄過去，假如我們現在跨境是直接賣到香港、澳門，他們直接跟我下單，我們是直接透過順豐，直接幫我們送過去，這就沒有問題。

訪談人員：那付款方式呢？

謝副總：必須先信用卡付款給我，以前他們是要先匯款，不過跨國匯款的匯差蠻多，也蠻不方便。所以我們現在做跨境銷售，是直接跟香港、澳門。

訪談人員：那針對第三方支付呢？

謝副總：一樣的問題，就是要怎麼跟你結帳？要抽多少手續費？這就是個問題了。

訪談人員：如果政府希望可以推第三方支付，因為第三方支付，我知道它是會有一定的鑑賞期，其實鑑賞期就是消費者下單，七天才會把錢轉到業者的流程，那如果政府在推的話。

謝副總：那就要看條件是什麼？其實那種做法，就是我現在有一些貨，帶到大陸去，也可以說臺灣人在大陸用這樣的方式去做銷售，也是一樣的道理。

訪談人員：因為現在第三方支付越來越多。

謝副總：對，但它抽成蠻多的，那它什麼時候付款？那對帳的時候怎麼辦？就像您講的，消費者要確定拿到，也確定產品可以，並按確認，我才能領到錢，那如果在中間的過程，他要退貨、換貨…等，那怎麼辦？要怎麼算？而且還要考慮到匯差的問題。

訪談人員：如果真的政府要推業者，在網路上用第三方支付的話，那業者的角度與想法？

謝副總：如果用第三方支付比現有的支付更麻煩、費用更高的話，假如我在臺灣賣，透過第三方支付結束之後，我被扣掉的更多，就直接到當地去賣。

訪談人員：一定都是這樣，因為政府的政策，像消保處就是消費者保護處，一定是站在消費者的立場去思考，因為網路上的糾紛與爭議太多了。

謝副總：政府有意要推第三方支付嗎？

訪談人員：是有人提，但還不確定，我相信政府也有考慮到業者的聲音，所以才一直推不起來。

謝副總：畢竟用信用卡支付，所以跨國生意我還是可以做。就像您所講的，對業者沒有保障，我貨給你了，錢不給我怎麼辦？

訪談人員：最後，在於這樣的調查部分，有沒有想要特別去做建議的？

謝副總：對於消費者有一些無理的要求，就會造成很多中小企業的很多困擾，而且有些消費者還是慣犯，那邊要一些、這邊要一些。

訪談人員：其實現在的網路購物已經非常成熟了，但是對於實體的部分，您覺得網路購物跟實體的部分，他們的競爭性與取代性，您有什麼想法？

謝副總：相同的東西，如果在網路與實體出現的話，消費者通常實體去看，網路下單，因為他們會有價差。

訪談人員：所以他們是互爭互競的角色嗎？

謝副總：對，如果實體跟網路都是同樣商品，通常網路會比較吃香也比較便宜，而實體還會有上架費、抽成、租店面…等問題，所以一定會有價差。

訪談人員：所以其他服務是跟實體都是一樣的嗎？

謝副總：一樣。

訪談人員：因為都是遵循消保法。

【高雄市消保官】

訪談人員：我們是受消保處的委託，主要想透過消保官這邊來了解，因為現在網路購物已經非常普遍了，相對地消費者提出申訴也比較多，所以想要透過這樣的調查，看消保官這邊對於爭議點的部分，把民眾申訴部份的處理方法，來提供給我們參考。那我先大概帶一下，這次網路購物調查結果的部份如下：

1. 年齡層：30-50 歲。
2. 網路購物使用之裝置：有 68%都是用手機購物。
3. 購買頻率：一周一次。
4. 支付方式：超商與貨到付款方式較高，其次為信用卡。

而之後有些爭議端，也都是在付款的部份。對於消費者的權益、商品資訊的透明化與公開性，還有消保處推行好幾年的定型化契約應記載及不得記載事項的這個部份，而我覺得著重點會在這個部份，是因為業者也需要去符合我們的法令，還有消費者要如何去保障自己的權利，都落在定型化契約應記載及不得記載事項的項目裡面，那對於這塊，等下要請教一下消保官，對於這塊的建議的方法，因為對於在推廣與民眾角度的部份，都相對地很薄弱，有一半以上的民眾都不清楚這是什麼東西，將近 35%的民眾有印象但不曉得用途，而對於這些權益部分，如

果民眾沒有詳加去了解，相對地造成糾紛的機會就會比較多，我覺得這些都是一些觀念性的問題。那對於後面發生糾紛時，要去找誰申訴，第一個流程好像要跟商家去做申訴，如果商家那邊沒有做妥善處理，才往外去找取得資源協助，是不是有這樣的規定流程？

高雄消保官：通常消費者都是先跟商家反映，如果反映沒有獲得妥處的話，在向政府部門、民間消基會或消保會來申訴。

訪談人員：那有沒有直接跟政府單位或消保會直接做申訴？

高雄消保官：很少。

訪談人員：因為我去訪談，協會那邊跟我說流程是需要先這樣做申訴。

高雄消保官：如果向商家申訴沒獲得妥處的話，再來向我們申訴的話，我們有所謂第一、第二次的申訴。第一次申訴時，我們會用公文的方式請商家妥處，那如果經過 15 天沒有妥處的話，消費者在向我們提第二次申訴，這時案子就會到消保官的手上。

訪談人員：所以還是有程序與階段性的處理方式。

高雄消保官：當然發生糾紛，還是要先跟商家處理。

訪談人員：那如果先跟商家反應，在到達我們消保官這邊，這樣是算第二次申訴嗎？

高雄消保官：還是算第一次申訴，因為我們是第一次先用公文方式，請商家妥處。

訪談人員：那針對後面部分，申訴的原因，大部分還是在品質的問題，就是我下單的預期，跟我真正拿到貨的預期是有落差的；再來剛提到現在高年齡層也越來越普及使用網路購物，那對於這樣需要教育的議題部分，大部分還是在基本消保法的觀念與定型化契約，因為定型化契約比較少人知曉，所以需不需要做這方面的推廣？據我這邊了解，不管是消保處與一些相關單位，都覺得定型化契約沒有推廣讓民眾那麼了解，相對爭議也是會很多，目前大概是這幾個議題面。那回歸到目前調查結果的部份，我們主要想知道消保官在於接觸申訴案件的部份，通常是哪些申訴類型的案件比較多？

高雄消保官：品質的問題，或是收到的商品不如預期就想退貨。雖然他們不太清楚定型化契約，但大部分的人都知道有七天鑑賞期。

訪談人員：可是後面有改成，不是所有商品都適用於七天鑑賞期。

高雄消保官：這部份是 105 年才實施的。

訪談人員：部份不適用，比如食品這些東西。

高雄消保官：有好幾項，可能消費者都記不起來，所以他們遇到問題，還是都會到我們這邊諮詢。

訪談人員：消費者來找我們消保官的時候，我們會跟他們講定型化契約是不是他們也要先去了解，因為我也是消費者，我在下單前會出現很長的權益與義務的部份，只是我們通常不會一條條的去看，就直接按同意，不然也不能買。但這樣會產生一些爭議點，那對於這樣定型化契約部份的話，消保官站在業者與消費者的角度，要如何去做一些平衡？

高雄消保官：不過在於網拍的定型化契約，目前發生糾紛的使用上不多，因為在網路上買賣，通常簡單的商品買賣行為，不會像房屋仲介，或買賣汽車、房子…等，會有比較複雜的權益與義務關係。比如我在網路上買公仔，就幾乎不會考慮到定型化契約，因為一般的消費者也不會去看定型化契約。

訪談人員：因為定型化契約裡面就是一些應記載及不得記載事項的部份，所以應記載就是針對商品所有特性的東西，對不對？

高雄消保官：不是，定型化契約應記載及不得記載事項是記載了買賣雙方的權益與義務，可是一般的消費者不會一個個仔細去看。

訪談人員：可是像剛所講的，現在一般的糾紛比較多，都是拿到貨才發現跟預期的不一樣，那這部分是比較不屬於規範在應記載及不得記載事項裡面？

高雄消保官：因為應記載及不得記載事項不會規定那麼詳細。

訪談人員：如果以現在普遍來講一些糾紛的部份，跟定型化應記載及不得記載事項的內容部份，是比較沒有直接性的關係？

高雄消保官：幾乎我們在處理網拍的糾紛，使用應記載及不得記載事項幾乎都是標錯價，比如說一個禮盒賣一千元，他標成十元，消費者就去下單，對於這樣的訂單到底算不算成立？這時就要看應記載及不得記載事項去判定這個交易、契約有沒有成立。

訪談人員：所以應記載及不得記載事項是整個權益與義務的流程部份。所以有關係到收到貨的品質部份就不算？

高雄消保官：對，因為不會記載那麼詳細。

訪談人員：如果以現在的申訴案件來講的話，確實就是這樣的問題糾紛會比較多，那對於這樣，我們通常要怎麼幫消費者去解決這樣的狀況？如果是遇到品質的問題的話？

高雄消保官：如果第一次申訴沒有獲得妥處的話，我們幾乎就是請雙方來協商，這時消費者就會把收到的商品拿來，我們就會稍微看一下，是不是符合她所敘述的狀況，是不是有瑕疵？或比如他買一雙鞋子但不合穿，因為有時候尺寸的標準不一樣，如果在七天內提出退換，不需要任何理由也可以退貨，但賣家會覺得商品又沒有壞掉，為什麼要退貨？

訪談人員：可是像這些賣家的話，他本身是有公司登記經營的部份，還是？

高雄消保官：不一定，因為還有一些個人賣家，個人賣家也是屬於消保法裡面，就是經常反覆賣東西，就是屬於在消保法裡面的經營者，所以他們也是受到規範的。除非他是算偶爾把家裡東西拿出來賣，這樣就不在消保法的規範範圍。

訪談人員：那像這些個人用戶來講，他們一般是有自己的網站，還是在像在這種拍賣網站的公開平台？

高雄消保官：都是在拍賣的平台上。

訪談人員：那在平台上，它們有賦予什麼責任嗎？

高雄消保官：如果在平台上發生糾紛，平台會稍微去處理一下，比如說你是平台業者，你有收服務費，如果有發生糾紛，就會去幫消費者去跟賣家說，請賣家好好處理一下，那如果賣家不處理，平台也沒轍，只能請消費者找消保官申訴。

訪談人員：所以平台也有站在協助的角度，但是它沒有一個必要的責任，是這樣嗎？

高雄消保官：對，但他不可能每一件都花那麼多時間，這他們沒辦法。

訪談人員：因為像這樣的規範，畢竟他是一個公開的平台，那它們是不是一定要有一個相對的責任？比如要篩選一些比較好的商家？

高雄消保官：它們也是有建立一定的制度，比如說優良賣家，如果這個賣家如果都沒有發生糾紛，就給你一個標誌，這樣消費者也可以去參考。

訪談人員：但是也不能限制誰能來、不能來？

高雄消保官：他們不會去限制商家，只要他們有付費。

訪談人員：一定都是以營利為目的。

高雄消保官：主要在衝他們的市場，像現在有好幾家在競爭，比如蝦皮、奇摩、露天…等。

訪談人員：現在蝦皮的市場佔有率也越來越大了，之前一開始是奇摩，後來是露天，現在臺灣的淘寶也還沒起來，那是不是這些拍賣網站的爭議點會比較多？

高雄消保官：當然交易量大，糾紛就會大，而現在蝦皮的糾紛是最大的。

訪談人員：那如果像 PChome 這種第三方的經營者，因為他們是有包含第三方支付。

高雄消保官：如果像奇摩購物中心、PChome…等，這種商城自己經營的平台的話，糾紛就會比較少，所以大部分還是在於個人賣家，因為有些個人賣家針對消保法不是很了解，他會認為說，我賣給你的東西又沒有瑕疵，你為什麼要來給我退貨，或是一直在爭執運費的問題，因為在消保法裡面，消費者是不用付運費的。

訪談人員：所以在運費的糾紛也是蠻多的，那在於支付問題的部份，會有一些糾紛嗎？因為早期是信用卡的問題，現在支付的管道也越來越多了。

高雄消保官：現在都貨到付款、超商取貨比較多，這些都不會有什麼糾紛。

訪談人員：所以這反而會比較少有糾紛，因為像一剛開始電子商務的時候，都是要消費者先匯款東西才會到，而我自己早期也有這種經驗，就是錢給了東西沒來，但大部分的人想法都跟我一樣，就是想說金額不到，只有幾百塊就算了，那現在這種就比較沒有這種問題點？

高雄消保官：對，現在很少。

訪談人員：所以普及來講，還是在於個人賣家跟品質認定度的問題。

高雄消保官：還有退換貨的問題，這不算在品質，因為有時候不是商品有問題，而是消費者單純不喜歡。

訪談人員：但是這是有在七天鑑賞期？

高雄消保官：對，你看在調查報告無法退換貨也是佔大宗；也是佔 26%。

訪談人員：就是像您剛說的部份，可能就是偏向個人賣家，他就不知道有所謂七天鑑賞期的問題。

高雄消保官：其實有很多賣家都對於七天鑑賞期有很大的意見，都覺得這個消保法都偏向消費者，如果他們對我們有抱怨時，這時我們也會跟賣家解釋，因為你們少了店面支出，所以這方面的風險，你們就要自己承擔。

訪談人員：但如果是以現在這樣的問題，消費者去申訴時，調解過程的角度是比較偏向消費者？還是也有可能是業者的部份？

高雄消保官：假如消費者可以依照消保法在七天鑑賞期內提出退貨請求，消費者就會勝訴。

訪談人員：那如果在七天之後，可能就比較沒辦法。

高雄消保官：七天以後就要回歸到民法了。

訪談人員：剛剛所講都是比較偏向消費者糾紛的部份，剛才也有提到知道定型化契約在研究數據上也是很低的，但是為了保障消費者權益的部份，剛聽您講定型化契約的內容，跟真的發生糾紛的直接關係上面，也沒有太大的影響？

高雄消保官：在使用上沒有很多。

訪談人員：但畢竟還是得教育跟宣導，那您有什麼建議呢？

高雄消保官：因為網路消費者最常使用就是用網路，所以盡量用網路來宣導看看。

訪談人員：可是一般消費者會進到我們消保處的網站，都是發生問題時才會去看，所以宣導方式來講，會不會也是因為這樣的關係，所以不普及，比較不多人知道？

高雄消保官：我們是建議可以從學校扎根，像我們今年也是去高中職，因為年輕時代使用網拍非常多，我們就利用他們週會去宣導消保的須知跟法律。

訪談人員：因為您講到學生，我突然想到說，現在電子支付非常普遍，現在學生都玩遊戲，都是用電子支付，像 Google pay、Apple pay…等，像這種有發生過糾紛嗎？

高雄消保官：也是有。

訪談人員：我有聽消保處講，小朋友去消費，但帳單是父母繳的問題，他們有遇過這樣的個案，而個案數也不算少，尤其小朋友都是幾千在花的，累積下來的金額也很可怕，而等下我也有相對跨境的問題，因為這不知道要去找誰求償，所以才會來求助消保官這邊，那如果像剛講的電子支付交易，可能不一定是國內的，有可能是跨境的，那通常這樣的部份怎麼處理？

高雄消保官：比如遊戲公司，像 Google pay、Apple pay 都是主張我只是一個平台，當你把錢拿給我，我只是幫你拿給遊戲公司，我也沒有去過濾。而我們大部份都是找那遊戲公司來談，就小孩子的部份，在法律上是否有付費的爭議？如果完全合法，那這案子也很難處理。

訪談人員：因為那要怎麼去認定，以信用卡要二十歲才能申辦，其他都是附卡。我有去問如果是以跨境的話，如果有發生糾紛，好像也很難去協助。

高雄消保官：很難協助，尤其是國外公司。像訂房也是，如果透過訂房的網站，訂國內的飯店或民宿，還可以找到國內的業者，如果是訂國外的旅館，那就很難處理。

訪談人員：因為這樣也越來越頻繁，如果針對這個部分，可以給消保處一些意見？比如說她要怎麼去處理，因為他是透過國內平台訂購，那他是不是要有一些規範或限制之類的？但限制又會影響到消費者，那這有可能去規範的嗎？您有接到這樣跨境糾紛的問題？

高雄消保官：跨境我們都會跟他們說，國外公司我們並沒有消保法管轄的權利。但是有一個網站可以求助，但那網站都是全用英文來顯示，對國內消費者也不是很便利。

訪談人員：如果是那一個網站，是各國的都可以嗎？因為一開始消保處有提到跨境的問題，我想說國內會不會有針對跨境而設一個單位，來協助處理，那目前有嗎？

高雄消保官：我只有聽說有那個網站，而且網站還是以英文的。

訪談人員：所以我們臺灣本身的單位組織，是沒有針對跨境去做資源與協助就對了。

高雄消保官：很少。但目前網拍對我們而言，最麻煩的事情就是國內網拍平台沒有實施實名制，有很多個人賣家沒有提供真實姓名在這平台，如果有發生糾紛的話，平台給我們的資料都是假的，電話、住址都是假的，所以我們根本都找不到賣家。

訪談人員：相對地是不是也是受限於個資法的問題？所以才沒辦法直接要求要給，因為給實名制也不知道對不對，應該也要給身分證來做雙重確認吧。

高雄消保官：其實不會，因為像申辦電話就一定要身分證。

訪談人員：我是指網路上。

高雄消保官：網路上賣東西為什麼不能要求實名制？那你行動電話也是民間業者。

訪談人員：那您有沒有其他想法或建議的部份？因為我們想要蒐集不同的看法。

高雄消保官：這我們也建議好幾次了，不知道是不是平台業者有實務上的困難，我們消保處也是一直這樣建議他們，但到目前還是做不到。

訪談人員：可是我們買東西都是實名。

高雄消保官：有些賣家如果沒有把真實的姓名或身份給平台，其實多少都是有點僥倖的心理，當你發生糾紛就找不到我。

訪談人員：那這種個人比較多吧，好像也有一些規範個人是不可以上平台的，但是拍賣網站是沒有規範的。那有沒有可能有一條是針對這部分，去重新立案？就是公開平台的拍賣網站是要有一些規範在。因為我們也有一個消保協會，一直在提出在於平台的控管，他接觸到很多也都是個人店家的糾紛比較多，所以這要借助於政府單位在平台管控的部份。

高雄消保官：所以我們現在只能宣導消費者，如果要在網路上購買商品時，盡量要先看他的信用。如果這賣家長久以來建立良好信用的話，基本上也比較能放心。

訪談人員：其實大部分也都會去看店家評價的部份。目前都是普遍網路購物的部份，那在實體店面與網路之間，存在替代性與競爭的部份，我也有問一些電子商務的業者，他們覺得是互補的關係，但對於消費者而言，也些特定產品是真的要有體驗與觸摸感，那兩位長官有沒有在商品的部份，是要來做一些區隔的？假設網路很多東西都在賣，連房子、車子也在上面賣，大部分都是希望能親眼看到，那是不是有一些特定商品部份，在網路上是不事宜的，並且需要做些規範的？

消保主任：除非法律限制，否則通路的要求說，哪些商品可以在這網路交易裡面，去做所謂的交易，恐怕這還要先考量並注意到這個問題，但目前除了法律，你如果沒有藥商的資格，根據藥事法，不能去平台做哪方面的銷售。或者菸、酒，在菸酒管理法裡面也有規定，除此之外，汽車在立法或政策上，有沒有考慮因為要體驗，所以不適合用網路交易，包含房屋。我們可以討論，但是要立法政策，透過技術去取得規範，恐怕要先注意這個問題。而目前比較多網路交易是在 google 平台，像雅虎雖然是個人賣家，但是它有保固為之有營業事實，這個部份個人也會成為消費者保護法的第二條，所謂業者企業精神的定義，那問題是個人賣家沒有提供消費者他的個人資料，我們函詢平台，往往都說不介入，但我覺得如果有一天，平台要跟業者付一樣的法律以及義務，這時候如果平台說它不是賣家，在法律上也站不住腳，因為像百貨公司與專櫃的關係，如果專櫃開她的發票，沒有透過百貨公司，就如同夜市那些攤位直接跟消費者做買賣一樣的道理。但是如果今天是開百貨公司的發票，專櫃是算提供商品與服務的一方。但目前平台認為他們是比較屬於前者的舉例，我是覺得可以慢慢提高他們的注意義務，或事後協助的義務，甚至以後不只協助而已，就是它的法律義務。那平台是不是至少可以提供賣家資訊，假如我今天協商需要通知，或者要進入到訴訟，在這種情況下，你的資料就不完整，其實我們在十幾年前就有提過網路拍賣實名制，但有人認為在實務見解上這是違憲，這我就不懂，因為我們今天去辦門號也要雙證件，資料收集與管理都是電信業者，而今天我們公部門要求你把資料

給我們，是因為我們依法執行職務，也不涉及個人資料的問題，如果今天你是公司行號，更沒有那個問題，那是因為你是個人賣家，我們不是隨便去調人資料，而是有糾紛或特定的事由，所以我們不解，如果平台去要求提供完整的資料，為什麼會有法律上的疑慮或不可行，會阻礙網路交易？這樣讓賣家常常在換帳號，除了附行動電話，其他都沒有，而給的身分證字號也不見得正確。如果我們可以提供幫忙管理意見的話，我們會建議這點務必要幫忙。

訪談人員：這我已經聽過第三次同樣建議了，在於平台的部份。

消保主任：希望在賣家的資訊可以完整寫，對錯先擺一邊，也不見得申訴就是消費者有理，但是至少要找得到人，要知道誰賣給他。那或許平台可以做的，我想您這邊也會收集資料去分析。

訪談人員：但目前平台的責任好像沒有去規範到，但確實就是在平台發生糾紛，是占大部分，所以像你們跟消保協會都有提到，其實他們接受到有糾紛的部份，都在拍賣網站，就是平台他們覺得沒有責任與義務，甚至我有聽到，消費者去消保協會去做諮詢，請他來協助，但他去找賣家，說他畢竟不是政府的單位，所以他不會提供任何的資料，其實這些都是有相關關係的。但是有一部份，消保處這邊希望我們除了可以做量化調查，與深入訪談部份，其實也是因為這樣的案件到中央那邊，他們各地的案件其實蠻多的，那在於地方性消保官這邊，以您的角度來講，是要怎麼去協助這樣糾紛的部份？而我也知道我們本身在政府機關的人力資源上是有限的，而現在的案件也越來越多了，那我不知道兩位消保官這邊，有沒有其他想法可以提供，我們在反映上去。比如說以協會的立場，就是純粹社會的服務，但至於要去要求，就沒有那麼多的權力在，那我們跟當地消費者保護協會的部份，可以用什麼樣的方式，來幫消費者解決這些問題？還是你們這邊有沒有其他想法與建議？有沒有遇到協會這邊來跟你們反映？

高雄消保官：協會很少來跟我們反映這些。

訪談人員：那我們地方這邊，如果以消費者的申訴案件來講，當然消費者覺得申訴，就是希望你們可以馬上幫我們處理，就是這樣時間的落差點。

高雄消保官：所謂時間是指？

訪談人員：我不曉得有沒有這樣的狀況，比如說我們消費者來申訴了，但我們應該有一定的流程，比如說在什麼時間要回覆，會不會因為我們人力配置上的部份，如果案件多會如何做處理？

消保主任：一般的網路交易也好，或一般的消費爭議也一樣，消保法規定，第一次來從縣市政府的服務中心受理發文之後，或由主管機關直接發文給業者，請他在 15 天之內，做一個妥處，如果不成，在進入消保官的協商，這就是第二次申訴。那當然網路交易回過頭來，你說函詢，會有一個問題，就是你行文給業者，比方剛所講的，只有一組帳號，如果他們沒提供個人的基本資料，我們就會行文給平台，請他協助處理，同時請他提供帳號給我們，當然像您剛所提到的，平台不方便給民間的消保團體相關資訊，但我們也會同時處理這兩件事情，平台就會轉知

賣家，說有這件來自公部門函文內容的申訴案件，第二個他們就會把這個帳戶登入資料給我們，這就是我剛講得，資料的完整性，也是我們認為網路實名制的重要性。再來資料來了，對方也不處理，就進入二審，至少我們有通知賣家。畢竟在網路交易沒有特別的急迫性也不多件，所以案件在怎麼多，同仁也會很努力地在時程之內，找到這些相關規定，也會把握不管發文或開會也好，這反而不是大的問題。比較大的問題就是找不到人，因為你要處理，你要行文的對象要收的到，或者開會要通知的到，我們覺得這方面的問題會比較重要一點。我覺得最重要的在這一類型當中，平台更要用心，你認為你不是個人賣家的地位，但你要讓環境越來越好，就要避免事後要找人也找不到，我覺得要從這兩方面去改善它。以臺灣的賣家來講，還好的原因是會想辦法去找到他的人，但也會有境外的，比如來自大陸，當然一樣會有交易，但進來的東西，都是跟照片不一樣，其實能找到的是貿易商，這是目前的形勢。所以對消費者的宣導，我們一直提醒，你要方便但要謹慎。

訪談人員：主任您剛所提到跨境的部份，現在臺灣應該用蠻多淘寶的部份，那如果有使用淘寶的消費者，來這邊申訴的話，如果是在大陸那邊的廠商，那這是我們可以協助的嗎？

消保主任：我們剛不是有提到一個角色叫貿易商。

訪談人員：您的貿易商是指平台嗎？

消保主任：因為東西到臺灣，收貨以後會請臺灣物流發貨、送貨，那我們就找這個貿易商，因為物流上面一定會有誰交寄的、託運人是誰？那依照公路法貨物運送，在把交通部公路總局找出來，並去找他們，貨物運送一定要知道誰寄的，就能找到這一家，而他們其實是跟大陸合作的，因為它也不是它們的分公司，所以我可能找不到對方，只能先找臺灣的貿易商，至少我們可以先解決臺灣業者平台。

訪談人員：因為基本上跨境的部份，其實我們經過調查也越來越頻繁了，所以目前糾紛部份也還沒很顯現。

消保主任：糾紛蠻多的。但對於消費者我們只能盡量宣導而已。

訪談人員：那其他部份有沒有要提供給我們建議的部份？因為我覺得現在電子商務法，感覺也沒有後續了，現在還是用消保法來保障消費者。

消保主任：基本上目前比較直接的是定型化契約，其實電子商務本身不只是 B to C。

訪談人員：也有 B to B。

消保主任：對，所以 B to C 是在定型化契約應記載及不得記載事項的部份，有關於訂錯價、標錯價的部份，而我們目前能解決的，就是這環境避免糾紛，或在糾紛發生時，可以有效處理，

那對於避免糾紛，就是平台要有比較大的責任跟管理部份，避免一些少數影響多數，當然這管理包含實名制，如果可行的話或剛所提到安心賣家進而到第三方支付，如果像淘寶的模式，買賣雙方沒問題錢再出去，這也是一個方式。那再來就是資料的正確性，就是作為之後發生糾紛，協助消費者能夠找得到人，能夠有一個處理的可能性，我個人認為應該要這樣。但像實體裡面的權益與義務的問題，有些賣家認為消保法十九條，反正無條件退換貨，認為要付退運的運費，這個部份也要加強告知，如果賣家本身對於消保法不是完整的了解，會在網頁宣稱一些額外的要求，像這些法律的遵循，也應該要有平台加強教育，甚至可以在他們登入時就可以講，講了接不接受是一回事，跟不講就不一樣了。

訪談人員：所以平台要有一定的責任在，跟這些要進來的一些賣家講清楚，即便真的很多拍賣網站都是個人的，個人他們不會去看定型化應記載及不得記載事項，因為他覺得他們不是業者，對於這些要賦予他們責任時，除了資料必須提供齊全之外，如果你要成為賣方，就需要去具備一些條件。

消保主任：包括哪些東西不能賣。

訪談人員：對，以前好像沒有管制。

消保主任：如果把吃不完的藥拿去賣，這就觸法了。

訪談人員：假設他如果在平台賣這些違禁品，那這平台有連帶責任嗎？

消保主任：賣家本身要負責，而平台一定會說東西很多，我只提供這個平台，我沒有審核，但這必須要在個別的專法，如果沒辦法在實務上去認定，就像廣告的規範裡面，從廣告主、廣告的媒體業者以及代言者、見證人、專業人士，人家信任你，你就必須要有見證效果，我覺得在專法裡面，要賦予平台業者審查的義務，也要教育平台業者與賣家。

訪談人員：所以是針對特定的商品？

消保主任：對，依法一定要有藥商才能賣藥物。

訪談人員：所以有一些是無法在網路販售的。

消保主任：例如槍械、毒品…等，這些大概都不會。

訪談人員：可是現在菸酒好像也很少，它可以展示但不可購買。

消保主任：因為菸酒管理法它有規定，不能在網路上交易。

訪談人員：就是除了這些有管制的商品之外。那其他還有嗎？其實最主要的還是在平台的管理方面，跟他的責任在。

消保主任：消費者的教育也很重要，其實今天平台是少數，但是它又是很重要，而你個人賣家很多，就要從平台業者這邊好好溝通。

高雄消保官：像我現在有兩個最大困難，第一個就是找不到人，第二個就是找到人他也不願意下來協商，因為假如商品價格五百元，我住台中、台北，我怎麼可能為了這個下來，可能下來一趟的成本都比商品的價值還多。

【臺灣消保協會】

訪談人員：網路支付不管是用信用卡，或先匯款給賣家，買家都會擔心收不到貨的狀況，因為我個人在早期時也有遇過，但是現在這樣的糾紛是不是比較少了？還是也有？

秘書長：也有，但是比較少，但是我們比較支持用第三方支付的方式。

訪談人員：可是第三方支付就要看它的平台了，也要看賣家有沒有跟第三方支付做合作，在這訪談過程當中，我們也了解協會過去曾經遇過的狀況。而我們這邊調查出來，想請教秘書長這邊，應該要如何協助消費者，來注意到這些他應該有的權益與義務：

在資訊公開與傳達的部分：現在消保處也一直在推定型化契約應記載及不得記載事項，但是以消費者來講，大概將近一半都不知道，就算知道也很模糊，都不知道用途。

現在跨境也越來越多了，例如：淘寶網…等，那這些糾紛也是難免會有的，那該如何協助消費者？

民眾都知道七天鑑賞期，可是有些特殊性的商品就沒有規範在這裡面。

近期交易在網路上交易所發生的糾紛部分，在比例上面也不算少，但在跨境發生爭議的也蠻多的，發生「1-2次」的受訪者也有30%多，這比例也很高。

而消保處會委託這樣的調查，就是現在普及率高，相對地發生糾紛爭議性也高，所以我們現在第一個就是要了解民眾的消費經驗，在去請教相關的專家，看能不能提出一些比較好的方案，並建議給消保處看要如何來執行，或去要求業者，或要求第三方平台業者，來保障我們消費者的權益。就我們剛剛這邊跟秘書長所報告的，就以目前的調查結果來講，是不是跟我們協會這邊接觸到的是差不多，還是會有落差？

秘書長：應該是大同小異。

訪談人員：因為會發生糾紛，是不是因為在網路上看的到、摸不到，而業者在資訊公開性的部分，沒有那麼明確化？所以才導致消費者買到東西，才會有這樣的糾紛爭議點，您覺得呢？

秘書長：應該說買賣雙方都是遇到相同的問題，就是不管買賣方，都有新一代買家或賣家出

現，所以你的問題永遠是歷史重演，所以不管行政院消保處這邊，在努力去訂定型化契約應記載及不得記載事項，已經有 100 多行業別的定型化契約，但是因為新的買賣家出現，他們對這規定一知半解，就算你訂在多的定型化契約或法律規定，永遠都是立法重演，執行重換，就是一直訂很多嚴格的法規，但都是不敢去執行，所以讓這些不肖賣家成長。對於這個問題，應該是任何法規的訂定，都是必要進行，但是無法鉅細靡遺的連小問題都訂在定型化契約，所以我們這邊的立場來講，一直在推銷一個觀念，任何的消費爭議，都只是一個處理過程而已，最重要是要讓任何消費爭議降低，讓消費知識成長，應該都要始於教育，終於教育，就是要在年紀小的時候，去做有一系列性的計畫與宣導，從小學生到長大的過程當中，他們都可以普遍存在消費意識，而消費意識包含買賣的消費權益與義務，這些都是要去宣導的。所以以目前的狀況，我是覺得訂在多的定型化契約只是一個過程，最重要是在執行面，當然我們不是以處罰為目的，可是任何事件的發生，以政府現階段的做法，都是先勸導改善，最後才懲罰，但這些都沒辦法杜絕問題，所以最重要是宣導教育。

訪談人員：其實宣導教育不止單單在消費者的部分，因為他們也有可能成為賣方，而我是沒有想到宣導教育要從小學開始。

秘書長：以前我們都有辦過小學生的宣導教育，用一些深入簡出的遊戲，但目前學校因為升學的壓力，比較沒辦法宣導，學校的意願也越來越低。

訪談人員：因為我們前面也有訪談到一些相關的專家，好像是消保官那邊，他們覺得高中生自己就有一些買賣行為，但是在高中階段，他們的觀念是不是也已經定型了？

秘書長：對，所以應該要在往下宣導。

訪談人員：這個意見我覺得蠻好的，因為這種東西已經非常普遍。我也有聽到消保處講，因為小學生沒有信用卡，但他們會拿父母的卡在網路上刷，但是當父母收到帳單，才發現不對，就會提出申訴，而這些都是會影響一些爭議點的部分。

秘書長：現在的消費能力通常不是只有高中以上，小學生就有了。比如現在有很多不肖的業者，都利用娃娃機並躲在很多機台後面，吸引小學生去玩，如果有夾到可以換現金，可能是 10 倍、20 倍…等，這些都是鑽法律漏洞的，所以小學生還是有消費能力，他們現在也都有零用金。

訪談人員：所以要從小教育起，其實消保處那邊也在思索，要如何去推廣、教育民眾，有這樣消保觀念的部分，但始終成效都沒有很好。

秘書長：對，當然因素很多，比如說經費不夠。坦白講現在國內像樣的消費者保護團體，剩台北消基會與我們臺灣消保會，是行政院唯二頒發「全國性優良消保團體」，那我們兩家的用意，在於優良消保團體的概念，就可以依據消費者保護法第五十四條，去提消費團體訴訟。所以說消基會跟我們也接了很多，都在打團體訴訟，而其他都是地區性，案件稍微小的。但因為現在

整個社會氛圍的改變，公益這塊地捐款，大家都在搶食，所以消保團體很難去募到款，所以經費少了至少三分之二以上，所以我們一直在想說，可能要去催聲，讓消保處恢復部會的層級，這樣經費才會比較多，才能協助各地的消保團體，得到經費上的補助，才能幫消保去推動，這樣比較能事半功倍。

訪談人員：可是您剛有提到，各地方的消保團體，為什麼不能行使消保法團體的訴訟？

秘書長：經費預算，因為現在願意出錢做公益的越來越少。

訪談人員：消費者的爭議也很大宗。

秘書長：第一個要看消費者的意識夠不夠團結，他們要讓這個賣場倒很簡單，就像成都那邊的消費意識很夠，消費者讓成都家樂福倒閉只花三天時間。而我們臺灣的消費者，有時候要怪他們不長進，像頂新、林鳳營牛奶減頂…等，喊沒兩個月，第三個月就恢復市場，雖然我們不是樂見要把一個業者打垮，但我們臺灣消費者意識真的不夠，這也是其中一個點，總言之；大環境都是這樣，就像我們在打消費者訴訟，如果以美國的話，他們的意識比較強，第二個就是法官對於消費者保護法的特別法認識比較夠，比如說一個項鍊的問題，一個消費訴訟法，雖然打了十幾、二十年的訴訟，但在前幾年就宣判理賠，這在臺灣不可能發生。而我們法官根本也不理消費者保護法，就算再多食安問題也不理，就會造成業者不怕。

訪談人員：不過在我們協會這邊，通常來請求協助是哪些糾紛？對象是？因為我之前訪談都是個人業者居多。

秘書長：也不見得。個人賣家依據消費者保護法有關業者的定義，其實我們在處理，對象不一定是個人賣家。應該說一個是所謂企業經營者的身分，正規經營的網路賣家，這個就可以接受消費者保護法的規範。但是如果非這個，例如：網拍、奇摩拍賣、pchome 拍賣，或個人拍賣的部分，這些就不適用消保法，因為它不符合定義。但是我們在處理，只要消費者受損害，如果可以知道對方真實的地址、電話，依我們的立場，我們就會去幫消費者。但是消保官就不會，因為他們是公務人員，依照消費者保護法的定義，如果是個人就不會去接手。

訪談人員：所以我們現在比較普遍的是哪一種，是業者還是一般的 C2C？

秘書長：都有。

訪談人員：那業者的話，他是本身自己一個電子商務平台，還是第三方的公開平台？那大概是怎樣的類型？

秘書長：都有。因為買賣交易的模式，不外乎網路或實體店面購買，而在這邊發生消費爭議也都有。

訪談人員：那這次的主題是針對「網路購物的部分」，因為我們也有訪談業者，而我訪談的業者剛好都是優良業者，所以他們會遵從消保法，就不會到我們協會和消保處去。

秘書長：不見得，也許法律的觀點認同不一樣，如果以網購來講，第一個是跨境買賣處理很困難，那要如何讓消費者知道，這是一個境外的網站的話，因為它在臺灣沒有營業登記，就沒辦法處理。所以對於境外，我們在半年前行政院消保處有召開這樣的會議，因為境外糾紛越來越多，包括淘寶網的力量無遠弗屆，很多人都以為是臺灣的網站，買了有問題，人家也不理你，我們去查才知道是淘寶網的，那在這種情況之下，在半年前召開的會議內容，就是「境外網站如何區別」，但那時候也是不了了之，那天參加的部會很多，但每個部會都說這不是我們的工作範圍，所以他們也不負責，倒楣的是行政院消保處，因為遇到糾紛被罵的都是他們。其實那時我們也有談到「稽核認證」，優良產品有一個優質的標示，但為什麼我們不能在我們的網頁，能夠去標誌是不是國內的？其實經過申請通過的，應該要有一個平台去經營，但沒有一個部會願意承擔。但是我們的想法跟消基會很接近，一個認證，假如你是國內一個合法的賣家，甚至是跟這平台申請，或是法人寄過來也沒關係，來申請一個認證標誌的話，不管微笑或什麼標示都好，只要讓消費者進到網頁，並看到標誌，讓消費者知道這是國內網站也可以放心，因為這有合法的營業登記，如果到時候有消費爭議，就可以接受消保法的約束與規範，但假設沒有，那這網站一定是境外，如果消費者要購買就要小心。其實這就是一個很簡單的想法，可是沒有一個部會願意承擔，導致歷史一直在重演，沒辦法對境外網站規範。

訪談人員：我們在境外網站、境外交易有做一個調查，我們有一千多的有效樣本數，有境外消費「1-2次」占30%多，其實這數據很高。

秘書長：對，因為現在網站像淘寶網這種，已經全世界性在上網了，每年也有在推採購節、光棍節…等活動，光營業額一天就幾百億人民幣了，其實那些大約60%都退貨。所以我們覺得最先得解決境外問題，其次要大力推廣第三方支付平台，因為它的規定是七天以後沒問題，第三方支付平台才會把錢撥給業者，這是最好的一個媒介。但是我們國內對於第三方支付平台，規定蠻嚴的，雖然有越來越多家出現，但生多做少還是不夠。如果可以去推動每一個業者、賣家，都要來接受這樣的規範，就是流程一定要經過第三方支付，就像定型化契約在推一定要有履約保證，例如：買房子、車子、補習、美容…等，利用信託基金的方式，可以杜絕消費爭議的時候無從處理。所以我們是認為說，目前國內來講，就要趕快解決網路購物裡面，尤其是境外的網頁、網站的區別，第二個就是我們所有網內的平台都不負責任，都認為自己只是一個平台，要消費者自己找賣家，以我們消保團體的認知，就是你要收手續費，比如說賣方成交每筆要收3%的手續費，就應該要善盡你收取勞務報酬應盡的責任，因為這就是它的義務，所以說網路平台應該要負管理責任，不是像現在我們行文去，都只說它們只是媒介而已。

訪談人員：聽您這樣講，我覺得中大型的客戶，他們應該可以接受第三方支付，但是如果一般的小間公司，還要等你七天。

秘書長：這樣應該是沒問題，除非是小家的小型企業，老闆的消費意識程度沒到那裡。所以我們認為重點就是境外網站要去區別，網路平台的強化管理，最後是制度的提升。而對於這些最終要用法規去強化，但也沒有人要去訂定修正它，但網路的態樣改變非常快，很多奇奇怪怪的招數都出來。再來是教育，就要回歸行政消保處幕僚單位的編制，沒辦法去應付全國性的消費爭議，所以就必須借助各縣市的消保官、消保團體，但問題是消保官是公家的，所以沒有關係，他們能盡量處理就會處理，但要編一些推廣預算也很少，但是要借重消保團體來做宣導教育。

訪談人員：對，因為以地方性來講，要看如何來互相支援。

秘書長：所以還是希望消保處經費可以多一點，如果可以多少撥一些經費給各地區的消保團體，至少每個單位辦兩、三個推廣活動，積少成多才能幫忙解決一些問題，我覺得要始於教育終於教育，因為新的一代人口產生，一定會產生不同的買賣方，不管現在把賣方教育的很好，一定還會有新的業者來取代，所以一定要不斷地做教育訓練。

訪談人員：可是以這種觀念來講，不管是新舊年代，正確的觀念還是正確的呀！

秘書長：沒有，因為人會改變不會去銜接。

訪談人員：所以要不斷地去做教育。

秘書長：就像我剛講的，第一個是法規再來是教育，這兩種搭配才會軟硬體，才能讓消費意識提升，這樣他們才能遵從，並賺取合理的利潤，而不是不當得利，用這種方式來欺騙消費者。

訪談人員：就像您剛提到的，因為法規也沒辦法寫的鉅細靡遺，所以有些聰明的業者就會鑽漏洞，就會有這樣的爭議產生，所以忙不完的事情就是在這裡。

秘書長：像現在網路訂房也越來越多，像 trivago…等，越來越多的平台出現，當然就越來越多的爭議出來，而你講說他是業者，他們也都自稱是平台，如果有爭議就說要去找哪間民宿或旅館業者，這些都是新的模式出來，所以你新的法規，不可能馬上修正到馬上配合的上，這時候就會產生很多問題了。

訪談人員：就您剛所提到第二個重點部分，就是平台的責任，而平台訂房系統也越來越多，訂房也算是線上交易，其實您剛講的，我都有發生過，我都覺得算了，就沒再追究。

秘書長：當然政府有法規的修正責任，比如說規定訂房第一天，只能收房價不超過三成的訂金，這方面都有協助消費者並用法規規範，但有時候業者並沒有這樣執行，比如說業者認為過年到了，就要全額收費，但是我們都會跟消費者用開玩笑的方式說，你一但錢要入他口袋，要讓他再掏出來就很難，與其要這樣，不如照政府規範走，我們就爭取照三分之一的訂金給業者，萬

一又碰到意外，這樣損失也可以減少，還好現在民宿合格的也越來越多了，以前民宿業大概 70% 是不合格的。

訪談人員：臺灣喜歡一窩蜂，好的就會被留下來，壞的就會被淘汰掉。其實在網路上業者也是一樣，很多業者突然出現，也無法去判斷業者的好壞，就會變成問題。

秘書長：因為銷售的態樣越來越快，比如瓦斯，現在都用結盟的，以前都只有一家在單打獨鬥，就像剛說網路訂房平台，也多了三、四個，很多態樣就會出來。

訪談人員：因為大家知道在網路上那是新的市場，就會想辦法去搶。因為現在法規部分，也知能遵從消保法，目前網路來講，不是消保法就是民法，而講了很多年的電子商務法應該就死沉大海了，因為也很難去規範。

秘書長：但定型化契約倒是有啦。

訪談人員：對啦，有部分是有規範到這邊，但是我覺得秘書長講的也很實際，因為態樣一直在變，而法規也不可能一直隨著在變，所以最辛苦的就是像您這些，就要看如何去幫業者與消費者做協調。所以您剛也有提到，就是跨境的部分，他們也想知道要如何來處理這件事情，因為跨境的爭議點也越來越高了。再來以我們來看，消保處那邊的申訴案件很多，因為我們調查出來有一定的樣本，所反應來講，就是像我這樣消費者，遇到爭議就算了，但是有些消費者還是會想要爭取自己的權益，而在消保處有限的經費與人力之下，又有這麼多積累案件的部分，我們要怎麼去協助他們，或如何幫消費者在有限的時間內，解決這樣的狀況？

秘書長：依我們來講，跟消基會大同小異，像我們就是固定時間在做消費者協調，也有免費的律師諮詢，因為我們是比較有規模的，所以都有在瞭解這些東西，用網路、電話、信箱的回答，這些我們都有在做，那這也是我們跟消基會有在做，比較有人力來做這樣的事情。回歸來講，我們臺灣消保團體確實比較弱一點，而我個人是認為臺灣不需要那麼多的消保團體，應該要整合在一、兩個大型的就好，這樣可能就比較更有力量，像現在以高雄來講，就有三、四個了，這些也都是小的，小的力量會分散，當然也不可能合作。

訪談人員：就是資源部分沒辦法整合。

秘書長：所以您應該也有接觸高雄其他小的。

訪談人員：有接觸到，我覺得兩者之間的接觸狀況會不太一樣，因為比較小的，他們通常是消費者投訴的，大概是個人賣家部分，就是比較偏向處理小型個案部分。以地方性的消保協會來講，就像您剛所講的，他們的力量比較沒有那麼足夠，所以很多地方性的也很難使的上力，即便有心想要協助。畢竟消保處是行政院底下的，可是我也不了解，您說消保處原本不是處。

秘書長：一開始是部會，以前是消保會，很多人也會混淆，以為我們是消保會，我們是臺灣消費者保護協會的民間團體。

訪談人員：那應該改沒幾年？

秘書長：不只七年，就是在藍營執政的那個年代。照理來說，很多國家是把公平交易委員會與消費者委員會，合併成大單位。

訪談人員：因為這兩者之間的服務的對象，應該是一樣的。

秘書長：蠻雷同的。

訪談人員：那另外想要在跟您請教，我們不知道以消費者來講，我們消保協會這邊有接觸到的，不管實體或網路的部分，都是會有一些爭議，那以不管是在網路上或實體的部分，您覺得這兩者之間的競爭性與替代性是可以相輔相成，還是有競爭性？

秘書長：我認為是相輔相成，因為現在如果走到電商時代的話，以大陸電商馬雲來講，他為什麼要去收購大陸的實體店面？但是他本身網路是做的如火如荼，因為法規不一樣，實體店面沒有七天鑑賞期，而網路就是有。而為什麼網路會有虛幻的感覺？雖然他是現在進行式，而且這塊餅在臺灣，有可能幾千億大餅。但實體店面，可以比喻成大賣場的產生，對傳統市場會怎麼樣？我是認為這是兩條路，因為大賣場吸引的對象是大量採購、一次性、多元化採購，可能年輕人因為上班的時間性，所以都去大賣場，假如營業額到七成，剩下三成就在傳統市場，但他還是有優勢，像老人家去菜市場跟認識的攤販哈拉、聊天…等建立鄉土情感，所以我認為這兩個比率上，傳統市場不會消失，只是會慢慢衰減。那回頭來講，網路購買是全球的走向，但網路消費爭議還是多，而為什麼要呼籲有實體店面，因為你在網路成交，但我建議你到哪個實體店面拿貨時，先看好貨在決定買不買，也許這是可以合併的。

訪談人員：所以你並不會覺得電商越來越多，但實體店面不會慢慢縮減。其實我們的議題就在這兩塊：消費者教育宣導問題、消費糾紛處理的部分，那其他部分的話，對於我們這次調查的結果，因為畢竟我們是要回報給我們消保處的長官，還有沒有其他建議可以提供給我們？像您剛說三點：第一個是業者在平台上面還是要有認證，畢竟要避免跨境的問題，第二個是網路平台責任的管理，再來就是第三方支付與教育訓練。

秘書長：而教育訓練要借重各個區域的協助，而且要從小觀念導正，先灌輸他們基本的消費危險意識，給業者知道遵章守紀。而每次在協調，業者都覺得我們站在消費者的立場，我們都跟他們說你的想法錯了，你看我們的簡介與網頁，我們都在寫說要建立三贏的交易平台，因為我們鼓勵合法的業者，來賺取合法的利潤，但是消費者要給他適當的保障，因為他們是弱勢的資訊者，一定要去協助他們。

訪談人員：那您有沒有遇到，在網路交易的部分，其實年長者也越來越多了，而年長者比較容易受騙，那會不會他們在網路上的糾紛會比較多？

秘書長：倒是不會，因為他們對於網路比較陌生，所以大多會透過家人來申訴，尤其在公園賣保健食品，業者在公園宣導，你來我就送你一包衛生紙，很多都是因為這樣上當，基本上都不是透過網路來造成消費爭議，而是實體。

訪談人員：所以因為年長者在網路上看不懂，所以會比較小心一點，所以比較不會有這樣的問題，但是他們在使用其實也很方便，因為像我父母也是在網路玩 Line，而現在 Line 也可以買東西，他們玩得不亦樂乎，所以我覺得對於年長者這部分，應該也蠻重要的，因為他們先在是覺得有趣、好玩，但如果玩習慣後，知道這可以買東西，可能就會直接點下去了。

秘書長：所以在法規的訂定就很重要，因為就像妳講的，老人也會上網，只是他們都買比較簡單的東西，所以還是必須要去做教育訓練。

訪談人員：所以這些東西都還是得防範在，只是防範於前面，免得後面會增加更多爭議點。