行政院

「高齡者消費意識、行為及需求調查」

期末修正報告

受委託單位：趨勢民意調查股份有限公司
研究主持人：吳世昌
協同主持人：關智宇
研究期程：中華民國 105 年 11 月至 105 年 12 月
研究經費：新臺幣 42 萬元

行政院消費者保護處委託研究

中華民國 105 年 12 月
(本報告內容純係作者個人之觀點，不應引申為本機關之意見)

摘要

本研究透過「電話調查」瞭解全國 55 歲以上受訪者的消費行為、意識與需求，如購買資訊來源管道、平時是否會注意商品標示、跨境消費議題等；並透過辦理「焦點座談會」以及與專家學者進行「深度訪談」，期透過質化資料輔助電話調查結果，瞭解全國 55 歲以上受訪者日常的消費行為、需求與意識，以及對政府現階段針對高齡消費者相關保護措施的看法與相關建議。

本次電話調查共計完成 2,489 份有效樣本，抽樣誤差為±2.0 個百分點內，質化部分則分別於北中南東各舉辦一場受訪者的焦點座談會，最後則邀請 8 位專家學者進行一對一深度訪談，針對本次調查結果提出相關看法與建議。以下就本研究調查結果配合政府目前宣佈之「高齡者消費生活保護政策綱領」之策略方向，摘述主要發現與相關建議。

一、 消費行為與需求議題

目前 55 歲以上受訪者在獲知購買商品的訊息管道以菜市場（42.3%）為主，其次為百貨公司（賣場）型錄/廣告 DM（41.4%）、電視（25.4%）、親友推薦（18.5%）等。此外，調查顯示受訪者對於獲取資訊的管道與自身性別、教育程度有關，政府機關在提供高齡者消費資訊時應針對不同對象及運用不同的管道來規劃。

而在購買食品或包裝飲料時注意包裝標示上，有 55.0%的受訪者表示每次都會注意，若再加而上「偶而會注意」及「經常會注意」，則注意的比率達 86%，顯示多數受訪者會注意商品的標示。另在座談會中，中區及南區有受訪者表示目前的商品標示有字體太小、顏色太相近以及用字艱深等閱讀上的困難，這些可以作為政府機關未來針對高齡者在食品及飲料標示管理上可加強的重點。

至於高齡者在生活中最需要或最欠缺之商品或服務，最優先者為食品（占 39.6%），其次為家用用品（24.1%），顯示高齡者最需要的商品需求是以每日必備的生活消費品為主，政府應確保所有的高齡者，尤其是較貧窮者或獨居老人，都能獲得生活必需消費品的滿足；而其他藥品、假牙等較具醫療性需求的商品或服務，則以東部地區、

高齡中後期的受訪者表示有需求的比率較高。另在北區、中區以及東區的與會受訪者提到除了日常生活用品外，目前最需要的是假牙裝設的醫療服務或醫療輔具。故政府機關宜依據地方高齡者特性，針對需要幫助的高齡者如東部地區之高齡中後期者，研議提供假牙醫療服務或醫療輔具的行政援助。

受訪者在購買所需商品時最常遇到的問題，主要是價格太高（尤其是食品及家用品的需求上），其次則因商品類別不同，而有收入不足或缺乏購買管道或不會使用或標章不實等問題。因此，在較多受訪者反應日常所需之食品及家用用品價格太高或收入不足問題的地方政府，宜檢討研議解決對策。

受訪者最常親自購買的商品或服務如同最需要的商品或服務，前三名依序為食品（占 51.3%）、家用用品（31.8%）、服飾（16.1%）。另與學者深度訪談時，有學者提到應可設計一高齡者友善商品、商家之認證標章，以利於未來消費者在購買商品或服務時，可以較容易取得相關所需資訊。因此，對於高齡者最經常性需求及常親自購買的商品，政府主管機關似應確實做好商品安全及標示的把關工作，並參照「高齡者消費生活保護政策綱領」規定，研議推動商品或服務之高齡者友善認證標章制度。

另外，有學者指出因高齡者不得不親自消費的必需品以食品比率最高，因此傳遞正確的產品資訊更顯重要，期政府能因應此現象，未來在設計相關宣傳主題時能加強此方向為宣導重點，並在選擇宣導地點時，可以受訪者常聚集活動處所進行宣導。

二、 跨境消費議題

首先在跨境消費的經驗上，共有 24.8%的受訪者表示有跨境消費的經驗（包括 20%親身出國消費、1.3%網路跨境及 3.5%兩者都有）。而在 617 位有跨境消費經驗的受訪者中，購買的商品上仍以食品為主，有 39.6%，其次分別為「服飾、皮件及鞋類」（34.9%）、藥品（34.3%）、健康食品（24.8%）、電器用品（21.7%）、家用用品（20.7%）；顯示，除了「藥品」外，高齡者跨境購買的主要商品，仍以日常生活所最需之生活用品為主。另調查顯示，受訪者隨著性別、年齡、教育程度的不同，而有不同的消費需求；除了個人出國時可以依需求多收集相關的消費資訊外，如果參加團體旅遊，則領隊可以依團員個別的

消費特性，提供不同的消費資訊。

另外，在 40 位有發生跨境消費的受訪者中，消費爭議的商品上也以食品為主，有 26.4%；其次分別為「服飾、皮件及鞋類」(20.5%)、通訊/3C 及周邊產品(14.5%)、電器用品(12.2%)、健康食品(9.3%)、家用用品（7.3%)，政府機關似可以多蒐集這些常見類型的跨境消費爭議案例供消費者參考外，如果團體旅遊，也可以請旅行社多提醒團員消費時可能遇到的問題並必要時協助處理爭議案件；當然，政府機關也應該請旅行社加強領隊、導遊人員的消費者教育。

三、 消費糾紛議題

在一般消費爭議上，受訪者中有 23.3%親身或聽到親友遇過的經驗，74.6%則表示沒有相關經驗。與 102 年調查結果比較，顯示 105 年高齡者遇到消費爭議的比例增加了。雖然兩個年度調查的問項(105 年調查包括親自遇到或聽到）及對象範圍不同，但仍值得注意，此一現象或與我國逐漸邁入高齡化社會、高齡人口增加、高齡者消費需求增加有關。

進一步詢問這 111 位有親身遇到消費爭議的受訪者，其所遇到的消費爭議類型，以品質或保固問題為主，有 40.9%，而其他依序為廣告或標示不實（26.6%、金馬澎區較高)、價格問題（17.7%、宜花東區較高)、退換貨問題（17.0%、桃竹苗區較高)、不當推銷（12.8%、宜花東區較高）問題，顯示受訪者隨著性別、居住地域的不同，遇到的商品或服務爭議類型也有所不同。此外，其中有 41.6%的受訪者在遇到消費爭議時，主要以尋求業者處理為主%，其次則為民間消保團體（14.6%)、政府機關（8.4%)，另有 35.3%沒有尋求管道處理。因此，面對高齡化社會的到來，持續加強高齡者消保教育，提升其消費意識、避免消費受害有其必要；另各地方政府亦宜依據各地高齡者較常發生的爭議類型，採取適當行政管理措施並提供高齡者更友善的消費救助服務及管道。

在消費被刁難的經驗上，有 3.5%的受訪者表示有遇過，被刁難的商品或服務以旅遊為主，有 21.2%，其次則為食品（18.0%)、租屋（12.8%)、搭車（9.7%)。另受訪者表示被刁難的原因則以強迫購買數量或金額為主，有 17.2%，其次則為消費能力不足（12.6%)、年齡太大（12.4%)、行動不便（10.8%）及健康因素（7.4%)。在座談會

中，中區的與會受訪者表示在購買 3C 產品、電器用品時曾有差別待遇的情形。整體而言，高齡者消費被刁難的情形似並不嚴重，然而鑒於有些高齡者在判斷力、行動及健康的弱勢，政府相關主管機關仍宜依據本次調查所發現高齡者被刁難的商品及服務類型及原因，督導企業經營者改善，必要時檢討修訂相關的定型化契約範本及應記載暨不得記載事項，以創造更友善高齡者的消費環境。

至於在消費詐騙上，有 8.1%的受訪者表示有遇過，所遇到的詐騙事件類型以銀行轉帳詐騙為主，有 35.5%；其次則為假藥（16.6%）、仿冒品（16.6%）、解除分期付款詐騙（10.8%）。而有遇到消費詐騙的受訪者其處理方式則以報警為主，有 9.4%，其次則為撥打 165 反詐騙專線洽詢（7.5%）、提出申訴（6.4%）等，另有 72.9%沒有處理。整體來說，受訪者表示在消費上沒有被詐騙經驗的比率較高，惟即使被詐騙了，亦多數沒有處理，政府主管機關宜針對高齡者較會遇到的詐騙類型，加強向高齡者宣導及提醒家人注意並查緝不法業者。

四、 參與業者推銷聚會議題

在參與業者推銷商品聚會之經驗上，有 16.0%的受訪者表示有參與過，其中有 24.1%的受訪者表示有買過，而其所花費的金額，有 53.3%的受訪者表示花費在三千五百元以下、29.7%在七千五百元以上；另外，詢問其對未使用之商品可退貨知曉度，結果發現有 66.9%的受訪者表示知道可退貨。雖然高齡者參與商品聚會之比率不高，惟有鑑於高齡者可能受到現場氣氛及服務人員或友人溫情推薦的影響而失去判斷力，導致購買高價的商品、浪費金錢，政府機關仍宜督導及查核此類業者做好資訊充分揭露、不宜過度抬高商品價格及強迫或引誘式推銷手法，並接受消費者合理的退貨要求。

五、 消費意識與保護議題

首先，在 1950 消費者保護專線知曉度上，有 52.7%的受訪者表示知道，但僅有 2.1%知道專線號碼是 1950；可能是大部分受訪者尚未有撥打專線之需求，雖因政府宣導等原因知道有此專線，但卻無法記得確切的號碼，故政府部門可多採重點式宣導並運用方便查詢此專線的管道如網路，以利需要者隨時查詢，並減少發散式的宣導。

而在辦理高齡者消費知識相關講座需求上，有 55.0%的受訪者表

示需要；所需的講座議題以食品安全性為主，有 24.8%，其次則為安養照護（17.4%）、用藥安全（14.3%）、消費詐騙（13.6%）等。至於在講座地點的選擇上，受訪者則表示以社區活動中心為主，有 56.1%，其次為里民中心（28%），均為高齡者平日於住家附近聚集之處。座談會中也有受訪者表示，應以宣導手冊或電視廣告進行宣導教育會比邀請長者到定點聽講來的更有效，也有與會者認為，可以透過電視、公車站牌及里民大會等管道來宣導，也可透過配合樂齡活動來做推廣。因此，除了針對社區高齡者消費知識需求，邀請長者到定點聽講外，各地方政府針對其他無法到定點聽講之高齡長輩，兼採宣導手冊、電視廣告、網路宣導短片、傳單等方式進行資訊的傳遞。

對於政府有提供定型化契約範本知曉度上，僅有 21.2%的受訪者表示知道，另在座談會中，有數位受訪者表示定型化契約有條文太多、字體太小、看不懂的狀況。鑒於大部分高齡者常購買的商品是不需要簽約的食品及家用品，使用到定型化契約的機會不多，因此，政府主管機關宜將與高齡者較有關的定型化契約範本或應記載及不得記載事項如安養照護定型化契約範本，製作成高齡者友善閱讀版本，僅簡要摘述重要規定並放大字體。供高齡者有需要時方便查詢參考。

至於在對政府於高齡者消費保護上之建議則以維持弱勢高齡者的基本經濟生活為主，有 31.8%，其次則為加強針對以高齡者為訴求之商品及服務的審查如醫療輔具商品（19.1%）、加強高齡者及其家屬的消保教育及宣導活動（15.8%）、高齡者友善商品或服務認證標章制度（7.5%）、加強查察詐騙案件與加重罰則（4.5%）等，這些都可以供政府相關主管機關針地域及消費特性，規劃及推動高齡者消費者保護業務的參考。

六、建議

(一)消費行為與需求議題

1.維持弱勢高齡者基本經濟生活

(1)穩定高齡者的經濟收入，使其有能力購買所需用品。

(2)促進高齡者身心健康並減少支出負擔。

(3)依據地方高齡者特性，研議提供假牙醫療服務或醫療輔具等的

相關行政援助。

(4)針對高齡者日常所需之食品及家用用品價格太高或收入不足問題，檢討研議解決對策。

2.充實高齡者消費資訊

(1)針對不同群體及運用不同的管道提供高齡者消費資訊。

(2)針對食品及飲料標示字體太小、顏色太相近及用字艱深等問題加強管理。

(3)針對高齡者最常消費的食品、家用用品等產品加強提供消費資訊，並在高齡者常聚集活動處所進行宣導。

3.對高齡者最經常需求及常親自購買的食品、家用用品及服飾等商品加強把關並研議推動高齡者友善認證標章制度。

(二)跨境消費議題

1.宣導高齡者出國消費時依購物需求多收集相關的消費資訊，並督導旅行社提供高齡者跨國消費常購買商品之消費資訊。

2.蒐集常見的跨境消費爭議案例供高齡者參考。

3.督導旅行社提醒參加國外旅遊之高齡者於消費時可能遇到的問題並協助處理爭議案件並加強領隊、導遊人員的消費者教育。

(三)消費糾紛議題

1.各地方政府應加強高齡者消費教育，並依據各地區高齡者較常發生爭議類型的商品及服務，採取適當行政管理措施並提供高齡者更友善的消費救助服務及管道。

2.督導企業經營者友善弱勢高齡者並檢討修訂相關的定型化契約範本及應記載暨不得記載事項，創造更友善高齡者的消費環境。

3.針對高齡者較會遇到的詐騙類型，加強向高齡者及其家人宣導並查緝不法業者。

4.未來研究中可增加探討高齡者遇到消費爭議或詐騙時不願意尋求政府單位協助的原因之議題。

(四)參與業者推銷聚會議題

1.加強對高齡者宣導於推銷商品聚會上購買而未使用之商品可退貨。

2.督導及查核舉辦推銷聚會業者做好資訊充分揭露、不抬高商品價格及不使用強迫或引誘式推銷手法、確保產品安全性，並接受消費者合理的退貨要求。

(五)消費者意識與保護議題

1.針對 1950 專線採重點式宣導並利需要者隨時查詢。

2.地方政府針對社區高齡者消費知識需求，除於社區活動中心等舉辦定點講座外，宜兼採宣導手冊、電視及網路宣導、傳單等方式進行資訊的傳遞。

3.將與高齡者較有關的定型化契約範本及應記載暨不得記載事項，製作成高齡者友善閱讀版本。

4.根據高齡受訪者建議與高齡者所在地域及消費特性，加強推動各項消費者保護行政機制。

5.持續針對高齡者進行專題式的消費意識調查。

目錄

摘要.....i
目錄.....I
圖錄.....IV
表錄.....VI
附表錄.....VII
第一章　緒論.....1
第一節　調查緣起與目的.....1
第二節　調查需求.....2
壹、調查對象及內容.....2
貳、抽樣及調查設計.....2
第二章　相關研究及文獻之探討.....4
第一節　高齡者的定義.....4
第二節　高齡者的消費特性.....4
壹、食品購買特性.....5
貳、服飾購買特性.....6
參、房屋購買特性.....9
肆、交通消費特性.....10
伍、休閒育樂消費特性.....12
第三節　高齡者常見的消費爭議.....13
第四節　各國高齡消費者相關政策之參考.....14
壹、臺灣.....14
貳、新加坡.....14
參、中國.....15
肆、日本.....16
第四節消費者保護政策及措施.....17
壹、消費者保護範疇.....17
貳、近年主管機關消費者保護之政策措施.....19
第五節調查研究重要議題.....23
壹、食品安全.....23

貳、跨境消費 24
參、公共安全 26
肆、電子產品說明或標示閱讀 27
伍、消費者教育 27
陸、促銷定價 28
柒、定型化契約範本 28
第六節小結 29
第三章　研究設計 32
第一節 研究內容 32
第二節 調查範圍 32
第三節 研究流程 32
第四節 電話訪問調查 34
壹、調查方法 34
貳、抽樣架構 34
參、調查對象 34
肆、調查日期與時間 34
伍、調查內容 34
陸、樣本代表性與資料加權 41
柒、資料處理方法 42
捌、統計分析方法 42
玖、抽樣誤差 43
拾、撥號結果 44
拾壹、樣本代表性分析 45
第五節 焦點團體訪談 47
壹、研究目的 47
貳、研究方法 47
參、訪談時間及對象 47
肆、訪談大綱 49
第六節 深度訪談 51
壹、訪談目的 51
貳、研究方法 51

參、訪談時間及對象 51
肆、訪談大綱 53
第四章　量化調查結果分析 54
第一節　樣本特徵分析 55
第二節　消費行為與需求議題 73
第三節　跨境消費議題 91
第四節　消費糾紛議題 101
第五節　業者推銷商品議題 121
第六節　消費意識與保護議題 129
第五章　質化訪談結果分析 145
第一節　焦點團體訪談分析 145
第二節　專家學者深度訪談分析 154
第六章　研究結論與建議 160
第一節 結論 160
第二節 建議 168
參考文獻 175
附錄一、 105 年高齡消費者意識調查問卷 182
附錄二、 105 年高齡消費者意識調查問卷百分比表 189
附錄三、 交叉分析表 209
附錄四、 會議記錄 309
附錄五、 逐字稿 322

圖錄

圖 1 研究流程.....33
圖 2 前測調查問卷架構.....35
圖 3 正式調查問卷架構.....36
圖 4 基本資料-性別.....57
圖 5 基本資料-年齡.....58
圖 6 基本資料-高齡階段.....58
圖 7 基本資料-教育程度.....61
圖 8 基本資料-目前工作狀態.....63
圖 9 基本資料-職業.....65
圖 10 基本資料-健康程度.....67
圖 11 基本資料-居住型態.....69
圖 12 基本資料-經濟來源.....71
圖 13 獲知購買商品訊息管道.....73
圖 14 注意商品標示之頻率.....76
圖 15 生活中最需要之商品或服務.....78
圖 16 最常親自購買之商品或服務.....85
圖 17 消費前最希望知道之資訊.....88
圖 18 跨境消費經驗.....91
圖 19 跨境消費購買之商品.....93
圖 20 跨境消費發生消費爭議經驗.....96
圖 21 跨境消費發生消費爭議之商品.....98
圖 22 消費爭議經驗.....101
圖 23 消費爭議類型.....103
圖 24 消費爭議時會尋求之管道.....106
圖 25 消費被刁難經驗.....108
圖 26 被刁難之商品或服務.....110
圖 27 消費被刁難之原因.....112
圖 28 消費詐騙經驗.....115
圖 29 消費詐騙事件.....117
圖 30 消費詐騙處理.....119

圖 31 參與業者推銷商品聚會之經驗.....121
圖 32 購買推銷場所推銷之商品經驗.....123
圖 33 購買推銷場所推銷商品之金額.....125
圖 34 未使用之商品可退貨知曉度.....127
圖 35 消費者保護專線知曉度.....129
圖 36 消費者保護專線號碼知曉度.....131
圖 37 辦理高齡者消費知識相關講座需求度.....133
圖 38 高齡者消費知識講座議題類型.....135
圖 39 消費知識教育講座地點.....138
圖 40 政府有提供定型化契約範本知曉度.....140
圖 41 對政府在高齡者消費保護上之建議.....142

表錄

表 1 正式電話訪問調查問卷及題項設計表.....36
表 2 接觸紀錄表.....44
表 3 樣本分配表：性別.....45
表 4 樣本分配表：年齡.....45
表 5 樣本分配表：縣市.....46
表 6 專家學者訪談名單與時間.....52
表 7 調查樣本整體輪廓.....56
表 8 購買商品時遇到之消費問題.....81
表 9 購買商品時遇到之消費問題.....81
表 10 購買商品時遇到之消費問題.....82

附表錄

附表 1 獲知商品資訊管道.....210
附表 1 獲知商品資訊管道(續 1).....211
附表 1 獲知商品資訊管道(續 2).....212
附表 1 獲知商品資訊管道(續完).....213
附表 2 選購包裝食品或飲料時會不會注意外包裝上面的標示.....214
附表 2 選購包裝食品或飲料時會不會注意外包裝上面的標示.....215
附表 3 生活上最需要或最欠缺的商品或服務.....216
附表 3 生活上最需要或最欠缺的商品或服務(續 1).....217
附表 3 生活上最需要或最欠缺的商品或服務(續 2).....218
附表 3 生活上最需要或最欠缺的商品或服務(續完).....219
附表 4 購買「食品」時遇到的消費問題.....220
附表 4 購買「食品」時遇到的消費問題(續).....221
附表 5 購買「藥品」時遇到的消費問題.....222
附表 5 購買「藥品」時遇到的消費問題(續).....223
附表 6 購買「假牙」時遇到的消費問題.....224
附表 6 購買「假牙」時遇到的消費問題(續).....225
附表 7 購買「安養照顧」時遇到的消費問題.....226
附表 7 購買「安養照顧」時遇到的消費問題(續).....227
附表 8 購買「輪椅」時遇到的消費問題.....228
附表 9 購買「電動代步車」時遇到的消費問題.....229
附表 9 購買「電動代步車」時遇到的消費問題(續).....230
附表 10 購買「服飾」時遇到的消費問題.....231
附表 10 購買「服飾」時遇到的消費問題(續).....232
附表 11 購買「家用用品」時遇到的消費問題.....233
附表 11 購買「家用用品」時遇到的消費問題(續).....234
附表 12 購買「電器用品」時遇到的消費問題.....235
附表 12 購買「電器用品」時遇到的消費問題(續).....236
附表 13 購買「化妝品」時遇到的消費問題.....237
附表 13 購買「化妝品」時遇到的消費問題(續).....238
附表 14 購買「車輛」時遇到的消費問題.....239
附表 15 購買「房屋」時遇到的消費問題.....240

附表 16 購買「健康食品」時遇到的消費問題.....241
附表 16 購買「健康食品」時遇到的消費問題(續).....242
附表 17 購買「通訊/3C 及周邊產品」時遇到的消費問題.....243
附表 18 購買「菸酒」時遇到的消費問題.....244
附表 19 購買「拐杖/助行器」時遇到的消費問題.....245
附表 20 購買「醫療」時遇到的消費問題.....246
附表 21 跨境消費的經驗.....247
附表 21 跨境消費的經驗(續).....248
附表 22 跨境消費購買的商品類型.....249
附表 22 跨境消費購買的商品類型(續 1).....250
附表 22 跨境消費購買的商品類型(續 2).....251
附表 22 跨境消費購買的商品類型(續完).....252
附表 23 跨境消費時發生消費爭議的經驗.....253
附表 23 跨境消費時發生消費爭議的經驗(續).....254
附表 24 發生跨境消費爭議的商品類型.....255
附表 24 發生跨境消費爭議的商品類型(續).....256
附表 25 最常親自購買的商品或服務.....257
附表 25 最常親自購買的商品或服務(續 1).....258
附表 25 最常親自購買的商品或服務(續 2).....259
附表 25 最常親自購買的商品或服務(續完).....260
附表 26 消費前最希望知道的消費資訊.....261
附表 26 消費前最希望知道的消費資訊(續).....262
附表 27 遇過或聽到過周遭親朋好友發生消費爭議的經驗.....263
附表 27 遇過或聽到過周遭親朋好友發生消費爭議的經驗(續).....264
附表 28 遇過哪方面的消費爭議.....265
附表 28 遇過哪方面的消費爭議(續).....266
附表 29 發生消費爭議時會尋求的申訴管道.....267
附表 29 發生消費爭議時會尋求的申訴管道(續).....268
附表 30 政府有提供「消費者保護專線」知曉度.....269
附表 30 政府有提供「消費者保護專線」知曉度(續).....270
附表 31 政府提供的全國消費者服務專線是多少.....271
附表 31 政府提供的全國消費者服務專線是多少(續).....272
附表 32 主管機關訂有「定型化契約範本」供消費者參考知曉度.....273
附表 32 主管機關訂有「定型化契約範本」供消費者參考知曉度(續).....274

附表 33 舉辦高齡者消費知識相關教育活動之需要程度.....275
附表 33 舉辦高齡者消費知識相關教育活動之需要程度(續).....276
附表 34 最需要加強的教育主題(議題).....277
附表 34 最需要加強的教育主題(議題)(續 1).....278
附表 34 最需要加強的教育主題(議題)(續 2).....279
附表 34 最需要加強的教育主題(議題) (續完).....280
附表 35 舉辦教育講座的地點.....281
附表 35 舉辦教育講座的地點(續).....282
附表 36 有沒有遇過在購買商品或是服務的時候，被店家(老闆)刁難或拒絕交易的情況.....283
附表 36 有沒有遇過在購買商品或是服務的時候，被店家(老闆)刁難或拒絕交易的情況(續).....284
附表 37 遇過被刁難或拒絕的經驗是購買哪方面的商品或服務.....285
附表 37 遇過被刁難或拒絕的經驗是購買哪方面的商品或服務(續 1).....286
附表 37 遇過被刁難或拒絕的經驗是購買哪方面的商品或服務(續 2).....287
附表 37 遇過被刁難或拒絕的經驗是購買哪方面的商品或服務(續完).....288
附表 38 遇過被刁難或拒絕的原因.....289
附表 38 遇過被刁難或拒絕的原因(續 1).....290
附表 38 遇過被刁難或拒絕的原因(續 2).....291
附表 38 遇過被刁難或拒絕的原因(續完).....292
附表 39 消費詐騙的經驗.....293
附表 39 消費詐騙的經驗(續).....294
附表 40 哪方面的消費詐騙事件.....295
附表 40 哪方面的消費詐騙事件(續).....296
附表 41 消費詐騙事件的處理方式.....297
附表 41 消費詐騙事件的處理方式(續).....298
附表 42 聚會場所被銷售人員推銷的經驗.....299
附表 42 聚會場所被銷售人員推銷的經驗(續).....300
附表 43 有沒有買過聚會場所裡面所推銷的商品.....301
附表 43 有沒有買過聚會場所裡面所推銷的商品(續).....302
附表 44 購買推銷商品的花費.....303
附表 44 購買推銷商品的花費(續).....304
附表 45 商品在沒有使用的情況下可以退貨之知曉度.....305
附表 45 商品在沒有使用的情況下可以退貨之知曉度(續).....306

附表 46 政府對高齡者消費保護與管理方面需加強的保障.....307
附表 46 政府對高齡者消費保護與管理方面需加強的保障(續).....308

第一章 緒論

第一節　調查緣起與目的

由於台灣已逐漸步入高齡化社會，前行政院消費者保護委員會（以下簡稱行政院消保會）曾於民國 87 年間訂定「推動高齡者消費生活保護計畫」，供各主管機關參考推動。由於社會環境發展的變化，前開計劃相關內容已有調查，自 103 年開始，行政院消保會參酌國內外發展趨勢及「聯合國老人綱領」、「美國老人法」、「日本消費者安心行動計畫」等相關文獻研訂之「高齡者消費生活保護政策綱領」今（105）年 2 月獲行政院消費者保護會第 44 次會議通過施行；其綱領主要設定四大政策目標及對應研提共計 13 項具體推動策略，分別如下：

1、滿足高齡者消費生活需求，促進其生活便利及尊嚴：包括「鼓勵企業經營者開發與提供適合高齡者之安全、便利、環保且價格合理的商品與服務」等 4 項策略。

2、避免高齡者消費受害，維護其消費權益及消費生活環境品質：包括「提升高齡者正確消費意識」、「防制消費詐欺及不法行為」等 3 項策略。

3、提供高齡者友善的消費諮詢及救濟服務，提升其運用意願：包括「強化主管機關及企業經營者對高齡者友善的消費諮詢及救濟服務」等 2 項策略。

4、強化高齡者消保行政效能，落實其消費權益之保護：包括「蒐集高齡者消費受害案例資訊，究明事件原因並研擬防處策略，避免類似事件之再度發生」等 4 項策略。

而消保處自民國 85 年起，即針對全體國民進行國民消費意識程度、消費行為暨消費問題調查研究，今（105）年為因應高齡化社會的來臨及前開政策綱領之推動，希冀瞭解高齡者之消費意識、行為及相關需求，避免因其身心機能衰退而成為不當行銷或消費詐騙之目標，乃辦理本研究調查，期能據以發掘高齡者的消費特性、問題及需求並研提相關建議，作為推動高齡者消費者保護業務之參考。

第二節　調查需求

依消保處今（105）年度調查建議書徵求文件，本案調查對象、內容及方法如下：

壹、 調查對象及內容

一、調查對象：臺灣地區（含金門縣及連江縣）55 歲以上受訪者。

二、調查內容：

(一)文獻分析探討高齡者的消費特性、常遭遇的消費問題、以往的調查結果、現有消費者保護政策及措施等，以提出本案需要調查研究的重要議題。

(二)進行研究設計及調查：研究方法應包括量化及質化方法；調查範圍包括受訪者之基本資料（含生活習慣、消費特性等）與消費意識、行為及需求等；調查內容則依前項文獻分析成果，納入重要的高齡者消費議題【如對消費權利與義務、定型化契約等消保法令及行政措施的認知；基本消費生活需求；主要購物行為或消費決策模式等（可參考「高齡者消費生活保護政策綱領」內容涉及的議題為設計發想)】。

(三)以往相關議題調查結果之比較分析。

(四)依據前開文獻分析、質化及量化調查結果等，研提結論及政策建議。

貳、 抽樣及調查設計

一、量化研究部分：

(一)應依一般抽樣調查設計進行，包括調查方式、抽樣方法、有效樣本數、問卷前測、信度及效度檢定、使用之資料分析方法、統計分析結果檢定……等；如使用電話抽樣，應包含市話及行動電話調查。

(二)有效樣本數應有 2,400 份，或至少 2088 份，但增加六都的有效樣本比例；並應說明母體清冊之建立與取得方式，

以及抽樣方法與樣本數之設定及分配依據，並檢附調查及抽樣過程之技術報告。

(三)除基本資料外，問卷題數以 15 至 20 題為原則，語言因素、不明白及拒答均應列為問題選項，以確實瞭解受訪者狀況。

(四)應依調查對象之人口特徵【如：性別、年齡層、職業（含退休前職業）、居住區域、收入狀況.....等】進行比較，並與各問項進行交叉分析（如有與 102 年度類同之問項，並應進行跨年度比較），依據調查分析及比較結果，提出研究發現。

二、質化研究部分：

(一)應舉辦高齡消費者代表分區（北、中、南、東）焦點座談會至少 4 場次。

(二)就前開量化研究及分區焦點座談會之綜合結果，辦理相關學者專家 5 至 8 人之深度訪談，就結果進行解讀及提供政策建議。

第二章 相關研究及文獻之探討

第一節 高齡者的定義

隨著醫療及社會的進步，我國早在民國 82 年就已正式邁入聯合國定義的高齡化社會，即國內 65 歲以上老年人口占總人口 7% ，民國 106 年，65 歲以上老年人口將達到 13.67% ，距離 14%的「高齡社會」[1]只有幾步之遙。對人類社會而言，老人人口的比率是衡量一個國家或社會發展的指標之一，人口結構的老化是社會發展成就，亦是另一種挑戰。國內人口結構已呈現高齡少子女化現象，無疑會帶給社會在經濟、醫療及家庭上極大的衝擊，如商業及消費行為的改變及家庭結構窄化等。

而隨著高齡化社會的來臨、老年人口快速的提升，對於「老年」一詞的定義，在世界各國的社會制度與國情皆有著不同，依照我國內政部的定義，民眾年滿 65 歲以上就稱為高齡者；而老人社會福利則將高齡者細分為三個階段，分別為 45-54 歲為高齡前期（中年）、55-64 歲為高齡初期（老年）、65-79 歲為高齡中期、以及 80 歲為高齡後期（江亮演，2009；余淑吟，2010）。

由於高齡者有其特殊的消費特性及需求，加上常因身心機能衰退而成為不當行銷或詐騙之目標，故須特別予以關注。因此，本次行政院消費者保護處進行的高齡者消費意識、行為及需求調查，將調查對象鎖定為年滿 55 歲以上之民眾，而後續針對高齡者之調查，為能更加詳細分析調查結果，也將採用我國在老人社會福利的分類方式，以高齡初期(老年)、高齡中期、以及高齡後期進行進一步解讀。

第二節 高齡者的消費特性

由於老年人口的增加，帶動行業的消長，以及社會消費行為的轉

[1]聯合國教科文組織（UNESCO）就曾以 65 歲以上老人人口所占的比率，作為衡量社會進步與否的標準。凡老人人口在 4%以下者，被歸為青年國，大多是較未開發國家屬之；老人人口在 4%至 7%之間者，被稱為中年國，大多是較開發中國家屬之；老人人口在 7%以上者，屬於老年國，已開發國家均屬之。老人人口在 7%以上者的社會，即邁入所謂「高齡化社會」，當老人人口達到 14%時，往往被稱為「高齡社會」。

型，有關老人的市場正在全球發展中。首先是有關健康照顧的行業，將是未來最興盛的產業，包括老人醫學服務、手術（如白內障）、藥劑、功能性醫藥，以及多項特殊製造業，例如修復業、視力、聽力輔助器、胰島素注射及人工關節等。其次為與老人相關的專業興起，包括家庭顧問、房地產顧問、老人相關立法及老人醫藥學。再次為有關回復青春的行業或產品，如化妝品、染髮劑、整型美容，以及特殊健康的訓練和設備都可能快速成長。

再者，家庭維修和個人服務也將快速成長。最後則為喪葬服務業，有關墓地、葬儀社以及葬禮的相關產品和服務，將更為擴張。過去市場專家口中的「黃金消費者」是年輕人，現已逐漸被「黃金老人」所取代，因為他們的財富和人數正一起成長中。高齡化社會，其消費者行為會逐漸從製造業的產品轉到對個人的服務上。

根據衛生福利部 102 年度老人狀況調查報告結果顯示，65 歲以上老人平均每月可使用的生活費用以「6,000 元~11,999 元」占 28.5%最多，其次為「5,999 元及以下」占 23.3%，平均每月可使用的生活費用為 12,875 元。就性別觀察，男性平均每月可使用的生活費用為 14,066 元，較女性 11,716 元為高。就主要經濟來源別觀察，以經濟來源為「自己的退休金、撫卹金或保險給付」者，平均每月可使用的生活費用 18,708 元最高，其次為「自己的儲蓄、利息或租金或投資所得」之 15,903 元。就經濟狀況觀察，「大致夠用」者之平均每月可使用生活費用為 12,447 元。

65 歲以上老人之經濟來源，以來自「子女或孫子女奉養」重要度 43.9%最高，其次為「政府救助或津貼」之 36.2%。65 歲以上老人需要提供子女或孫子女經濟支援者占 9.8%，有 8 成 6「不需支援」子女或孫子女經濟，另有 2.5%老人表示有「需要但沒能力」提供支援。與 98 年比較，「不需要」支援情形增加 2.3 個百分點。就性別觀察，兩性提供經濟支援給子女或孫子女各種情形差異不大。就教育程度別觀察，教育程度較高者，「需要支援」子女或孫子女之情形愈多，大學以上程度者達 17.7%。

壹、食品購買特性

依據行政院消費者保護處在 104 年度進行的國民消費意識及消費行為調查結果顯示，65 歲及以上的受訪者中，有 32.7%表示每次購

買食品時皆會注意營養或成分標示,較 13 歲以上整體受訪者的 28.9%高出 3.8 個百分點;但每次都不會注意營養或成分標示上,65 歲及以上受訪者每次都不會注意的 25.1%同樣較 13 歲以上整體受訪者的 17.1%高出 8.0 個百分點。因此,分析結果顯示高齡者在消費食品時,在注意食品的營養或成分標示部分又可分為兩個極端群,其一為每次都會注意營養或成分標示者,其注意程度甚較一般受訪者來得高;其二則為每次都不會注意營養或成分標示者,其不會注意的程度亦較一般受訪者高。

再者,在高齡消費者購買食品時是否會懷疑標示真實性部分,65 歲及以上的受訪者中,有 22.9%表示完全不會懷疑,較 13 歲以上整體受訪者的 16.8%高出 6.1 個百分點。

在消費時購買食品時需要注意的項目,有 55.4%的受訪者認會保存期限需要注意的比例最高,其次依序為營養成分、原料或添加物(41.2%)、產地(10.3%)、口碑良好的廠牌(10.0%)、曾發生食安問題的廠牌(9.5%)、認證標章(8.5%)、包裝完整性(5.0%)、保存方式(4.2%)、包裝材質(2.1%)、店家(銷售通路)的衛生(1.0%),並且有 11.3%的高齡者認為不用注意。

貳、服飾購買特性

Thomas and Peters(2009)的研究發現中高齡婦女非常在意流行事物,並將「跟隨流行」當做是展現年輕積極生活型態之表徵。Jackson and O'Neal(1994)的研究也指出中高齡婦女在服飾消費時常出現補償性行為,中高齡婦女會特別選購有美麗外觀的服飾以補償老化身體的窘迫,近年來的研究更指出,成功老化已是重要的趨勢。

簡言之,中高齡的服飾外觀管理不因為老化而停滯,中高齡者的服飾消費與其他年齡層消費者一樣具有多樣性,影響中高齡者服裝消費的重要因素有經濟能力、活動性、及社會參與性。機能性服裝商品在市場上的定位訴求多著重在運動休閒上,然而,機能服飾商品具有科技創新性,對老化之生理機能具有輔助性的功能(如保暖、涼爽性等),從銀髮族的需求開發設計機能性服裝商品將是重要趨勢。

楊翠竹、李孟鴻(2016)在中高齡者生活型態對機能性服飾消費行為研究指出,中高齡者購衣頻率以每季一買一次(24.0%)與不一

定（23.0%）所佔的百分比例最高，數年買一次（8.5%）的比例最低，研究中多數受試者一年至少購買一次以上的服飾品，而單次購買的平均金額以 1001-3000 元為最多（40.0%），其次是 3001-6000 元（27.0%）以及 1000 元以下（18.6%）；至於何時購買服飾品，有 62.4%受試者表示有需要的時候就會購買，43.5%則是看到喜歡就會買，另有 18.0%是在節慶時才會購買，也有 8.5%的受試者表示自己幾乎不買衣服。

男性中高齡者選購服飾時最優先考慮的因素是「布料的觸感」，其次依序為「服裝品質」與「顏色」。而「服飾的款式」與「布料的觸感」則是女性中高齡者優先考慮的兩個因素，「服裝品質」與「顏色」則排序在後。

中高齡者對內衣類、上班/社交服與運動休閒類服飾的機能性需求，吸濕排汗是最常被選購的機能，而排名前 4 項之機能「觸感佳」與「好穿脫」為服裝之一般性機能。超過半數的參與者認為內著類服飾應具備「吸濕排汗」、「好穿脫」以及「觸感佳」的特性，而運動休閒服則是要具備「吸濕排汗」與「好穿脫」，很明顯的中高齡者對內著與運動休閒服飾的機能性需求類似，但對內著類服飾的「觸感」、「保溫性」的需求明顯高於運動休閒服飾，而運動休閒服在「抗菌除臭」、「抗紫外線」與「防風透濕」的需求較高。上班社交服的需求則首重於「觸感佳」，其次是「防縐」，對其他織物機能之需求不高。

楊翠竹、李孟鴻(2016)亦根據中高齡者選購服飾特徵，將中高齡購買者依其特性將五群分別命名為「穩健樂活」、「勤勉自信」、「平穩安定」、「自在平衡」與「消極保守」。

一、穩健樂活集群

此集群之年齡大致分佈在 50-55,56-60 以及 61-65 三個範圍間，教育程度集中在高中職與大專學歷，此集群不願意冒險，對嘗試新鮮或新奇事物的意願很低，但很注意養生與健康的維持，有良好的生活作息與健康的飲食習慣，是五集群中在健康自我評估中最健康的一群（超過 6 成勾選健康硬朗），此集群喜愛登山健行等動態活動，也樂於貢獻社會，認同人生需要成長且不斷地學習，對時尚與理財的議題不感興趣。

二、勤勉自信集群

此集群之年齡分佈約有 6 成介於 50-55 歲之間，是五群中最年輕的一群，教育程度分佈約 5 成是大專與研究所，高中職則超過 3 成，是有看法的一群，此集群中超過 6 成仍在就業中，其家戶收入偏向充裕，是經濟狀況良好之一群。此集群有著清楚的生活目標、明顯的個人風格、很有看法，積極學習並樂於貢獻社會，但此集群在生活作息與健康飲食習慣上是五群中最差者，健康狀況不佳，超過 7 成有健康上的小毛病。此集群似乎致力於人生目標的追尋而忽略休閒活動與嗜好的培養。

三、平穩安定集群

此集群之年齡分佈中以 61-65 歲的比例最高，也是五群中退休人數比例最高的一群，教育程度主要是分佈在高中職與大專（約佔 75%），此集群雖然會投入運動與戶外活動，生活作息的規律性與飲食習慣大致良好，但有超過 5 成在健康上有些狀況，此群喜愛的活動是聚會或聚餐之靜態社交活動，不關心時尚議題，也不在乎生活品味與個人特色，對嘗試不同活動的興趣平平，對生活中各議題的關注程度不高。

四、自在平衡集群

此集群之中接近 65%為在職狀態，年齡分佈以 50-55 歲最多，其次為 61-65 歲，教育程度之分佈偏向大專以及大專以上，高中以下學歷之佔比是五群中最低的一群，家戶收入偏向充裕，與勤勉自信群類似是經濟狀況良好之一群。此集群積極參與各式社交及文藝活動、樂於學習新事物、也喜愛體驗新鮮或新奇事物，對投資理財感興趣也常關注時尚流行，此集群重視生活品味擁有明顯的個人風格，喜愛思考且對週遭事物也很有看法。此集群也非常關注健康與養生，不但有良好作息、注重健康飲食也有良好的運動習慣，整體而言，此集群兼顧生活上各種面向，不因努力工作而忽視健康的維持，也不因為專心工作忽略對各類活動的參與以及對新事物的探索，反映出理性與感性平衡兼具的生活型態。

五、消極保守集群

此集群年齡分佈主要在 60 歲以下之中高齡者，其中家庭主婦之

人數佔比是五群中最高者，也是五群中最保守最不愛參與活動、不愛學習、也不在乎自己是否有健康的飲食與生活作息。教育程度的分佈偏向高中學歷以下，且人數佔比是五群中最高的一群。在家戶收入上，接近 45%者每月需要精打細算或是非常不充裕，換言之此集群是五群中經濟狀況最差的一群。

參、房屋購買特性

根據衛生福利部 102 年度老人狀況調查報告結果顯示，在住宅類型方面，目前各住宅類型中，55~64 歲及 65 歲以上者均以住在「兩層樓以上家宅（含透天厝、別墅等）」最多，分別占 50.0%及 48.1%，除北部地區外，其他各地區皆在 6 成 5 以上；住在「公寓」者次之，分別占 25.1%及 21.9%，以北部地區為主；65 歲以上者尚有 15.1%居住於平房。就有無電梯設備觀察，55~64 歲者住所有電梯設備者占 17.1%略高於 65 歲以上者之 14.4%。

一、高齡者理想居住型態

65 歲以上老人理想居住方式，亦以「與子女同住」為最高，占 65.7%，其次為「僅與配偶同住」之 16.0%，其餘皆在一成以下。與 98 年比較，希望「與子女同住」者減少 2.8 個百分點，希望「獨居」者增加 2.3 個百分點。就性別觀察，女性希望「與子女同住」者占 68.5%高於男性之 62.6%；男性希望「僅與配偶同住」者占 21.9%則高於女性之 10.7%。就目前家庭組成觀察，理想的居住方式亦多數與目前家庭組成方式一致。

因此，在中高齡者對於未來住進機構意願與看法方面，55~64 歲者表示未來生活可自理時，「願意」住進老人安養機構、老人公寓、老人住宅或社區安養堂者占 27.2%。與 98 年比較，表示「願意」者減少 10.0 個百分點。就性別觀察，女性表示「願意」者占 31.1%高於男性之 23.1%。就教育程度別觀察，隨教育程度的提高，表示「願意」者之比率呈現增加趨勢，從不識字者之 15.4%，上升至大學以上之 40.4%。

未來生活可自理之 65 歲以上老人僅 1 成 4 表示「願意」住進老人安養機構、老人公寓、老人住宅或社區安養堂。與 98 年比較，表示「願意」者減少 3.6 個百分點。就教育程度別觀察，教育程度愈高

者，表示「願意」之比率相對較高。55~64 歲者及 65 歲以上老人不願意住進機構原因均以「無認識親友同住」為最高，分別占 22.8%及 28.9%。

55~64 歲者對於未來生活無法自理時，「願意」住進老人長期照顧機構或護理之家者占 72.2%，較 98 年增加 2.8 個百分點。其中女性「願意」者占 74.4%，高於男性之 69.9%。就教育程度別觀察，隨教育程度的提高，表示「願意」者之比率呈現增加趨勢，從不識字者之 42.1%升至大學以上者之 80.2%。

生活無法自理之 65 歲以上老人表示「願意」住進老人長期照顧機構或護理之家者占 43.1%，其不願意住進機構原因亦以「無認識親友同住」最高，占 31.8%。就教育程度別觀察，教育程度愈高者，表示「願意」之比率相對較高。

二、對於住進機構費用負擔與選擇機構之看法

55~64 歲者當生活可自理而住進機構時，每個月能負擔費用以 1 萬元以下者占 36.2%為最高，1 萬至 1 萬 5,000 元以下者占 15.2%次之，2 萬元以上者占 11.0%。與 98 年比較，能負擔 1 萬元以下之比率增加近 10 個百分點，2 萬元以上者亦增 5.1 個百分點。就性別觀察，女性認為能負擔費用在 1 萬元以下者占 41.1%高於男性之 31.1%。就教育程度別觀察，可負擔費用隨著教育程度增加而遞增，國中以下者不到 1 成能負擔 2 萬元以上，大學以上程度者增至 27.8%以上。

對於 55~64 歲生活無法自理而住進機構者，每個月能負擔費用以 1 萬元以下者占 32.4%為最高，其次為 1 萬至 1 萬 5,000 元以下，2 萬元以上者占 15.6%。與 98 年比較，1 萬元以下明顯增加 15.0 個百分點。就性別觀察，女性認為能負擔費用在 1 萬元以下為 37.0%，高於男性之 27.5%。就教育程度別觀察，可負擔費用隨著教育程度增加而遞增，國中以下者不到 1 成能負擔 2 萬元以上，大學以上程度者增至 37.7%以上。

肆、交通消費特性

依據陳菀蕙、張勝雄(2012)在高齡化社會之旅運特性與公共運輸資訊需求課題研究結果顯示，高齡者平日出門活動項目主要包括以下 15 項：運動（如：爬山、打球、散步）、跟鄰居聊天、購物或逛街、

下田工作、去醫院或診所、休閒（如：旅遊、進香、老人會、社團活動、卡拉 ok、看電影（戲）、聽音樂會、打麻將）、宗教（如：拜拜、上教堂）、去看親朋好友、外出聚餐、受雇工作、上課（如：長青學院）、做志工、接送小孩、去藥局（西藥）、去中藥房。高齡者前九項活動量依序為：運動、跟鄰居聊天、購物或逛街、下田工作、醫院或診所、休閒、宗教、去看親朋好友、外出聚餐，整體社會中每位高齡者平均每個月有 11.8 趟的運動旅次、3.4 趟購物或逛街旅次、1.3 趟醫院或診所旅次、1.1 趟休閒旅次、1.1 趟宗教旅次、1.0 趟去看親朋好友旅次、0.4 趟外出聚餐旅次。

高齡者最常走路出門活動，而機車和自行車則是高齡者非常重要的私人運輸工具，尤其是在大眾運輸工具不方便的地方。因此，高齡者運輸特性之運輸工具使用情況需考慮性別與城鄉差異（即大眾運輸服務品質）。男性高齡者使用運具大多以步行與機車為主，而大多數女性高齡者不會開/騎車，因此使用運具大多以步行與公車/客運車為主，而需使用機動車輛出門時，會選擇公車/客運車、汽車被載和機車被載。

陳菀蕙等（2009）研究指出城鄉之公車/客運車服務水準差異大，若高齡者居住地區有方便的公車/客運車服務，他們最常使用的運具是公車/客運車。此外，若居住地區有方便的大眾運輸服務，高齡者會有較多的購物或逛街、休閒、與外出聚餐旅次。換言之，提升公車服務水準可增加高齡者對於長距離活動的活動力。

此外，郭仲偉、湯美玲、呂婉甄(2010)亦針對台灣高鐵所提供給的服務設施，以高齡者的角度，進行其期望服務滿意研究與探討。搭乘高齡者大部分教育程度都在國小以下(32.3%)，普遍教育程度並不高。另外，健康狀況方面，身體健康無疾病占 37.8%，而有身體健康疾病者則以高血壓居多，佔 26.4%，其次依序是視覺問題 24.0%、聽覺問題 19.6%。由此可以顯示出搭乘高鐵的高齡者，大部分健康方面都有疾病，而以高血壓最多。此外，受訪之高齡者搭乘高鐵大部份都有同行者陪同，其中以 1～3 人(70.4%)最多。搭乘高齡者以居住在北部佔大多數(49.3%)，且大都已有搭乘經驗，主要目的以休閒旅遊為主。

至於高齡者也以捷運與親友協助方式抵達高鐵站占多數；離開高鐵站之交通工具則以親友協助與搭乘計程車較多；在購票上大多都直

接至櫃台購買；購買票種以優待票比例較高，至於搭乘時間則避開尖峰時間，以早上 9 點至下午 2 點最多。

伍、休閒育樂消費特性

基本上，參與休閒活動能為老年生活帶來許多的幫助，而不同學者皆採用不同角度來進一步說明休閒活動對老年人的功能。多數學者以老年人的角度出發，認為休閒活動可以產生生理、心理以及社會層面的幫助，如在生理層面上，Chang(2011)就曾提到，若想要有效的促進老年的身體健康，就應該讓老年人參與休閒活動。

一般老人休閒活動的場所室內有政府機構所設立的老人活動中心、區民活動中心、社教館、圖書館、社區大學、老人會等年長者均可隨時參與各項自己所喜好的休閒活動，以及影響老人參與休閒活動的因素（邱翔蘭，2003）由政府部門積極推動老人社會福利、增加休閒設備及社區環境的改善，促進老人身心健康，落實在地老化，以延緩長者老化速度，發揮自助互助照顧的功能。邱俊村（2000）指出老人偏好低體能、隨性、容易從事的休閒活動；喜好有人陪伴、人際交往的休閒活動；偏好健康保健、又不太累的休閒活動；偏好旅遊觀光的休閒活動，都是老人休閒活動類型的特徵。

蔡長清（2001）等三位學者採因素分析，將 39 項休閒活動歸納成少 14 數特定的休閒活動類型，共得 4 大類型：

一、社交類：聚餐、聚會、聊天、上教堂、參加社團、志工服務、和他人一起去看電影、拜訪親友、購物逛街等。
二、觀賞類：看電視、聽廣播、現場觀賞運動比賽、現場觀賞戲劇表演、看錄影帶等。
三、運動健身類：慢跑、登山健行、國術、韻律操、打球、游泳、散步等。
四、個人嗜好：蒐集物品（郵票、電話卡、錢幣等）、手工藝、書畫、園藝、旅行、進修學習、家庭修繕工作（如木工）、閱讀等。

衛生福利部(2014)老人狀況調查結果顯示，經常從事的休閒活動：男性以看電視、錄影帶、聽廣播、與朋友聚餐或聊天、聽音樂或CD、閱讀書報雜誌、種花養盆景。女性以看電視、錄影帶、聽廣播、

與朋友聚餐或聊天、聽音樂或 CD、種花養盆景、閱讀書報雜誌。這樣的結果與歷次的研究調查所得，大致都相當一致，選擇休閒活動，往往不是單一因素，可能是許多原因的交互影響作用。

第三節 高齡者常見的消費爭議

通訊科技的發展為人類生活帶來便利性，透過電話、網路的連結，使天涯若比鄰。然而，在享受便利的同時，詐騙手法也隨著社會脈動而不斷的翻新，亦即犯罪手法產生了革命性的改變。在面對面溝通的時期，俗稱金光黨的詐騙集團利用人性貪小便宜的弱點，以假鈔或假金飾的方法施行詐騙；隨著科技發展，詐騙手法演變到郵寄刮刮樂中獎通知、傳送手機中獎簡訊等方式，藉著通訊ｅ化網路便利性，由面對面的行騙方式變成無遠弗屆的通訊詐騙，隨時隨地穿越物理空間，直接與受訪者接觸，藉機詐財。詐騙集團更擅長於利用人性的弱點，以巧言令色的劇本，配合情境因素，遂行其詐騙目的。

刑事警察局 165 反詐欺諮詢專線詐欺統計至 2009 年 7 月之分類內容計有：假退費(稅)真詐財、假綁架(恐嚇)詐財、假借親友出事勒索(詐財)、假借銀行貸款詐財、假冒機構(公務員)詐財、假借信用卡遭盜刷詐財、假借個人資料外洩詐財、中獎通知、假借郵件招領、假借催討欠款、刮刮樂、互助會詐財、色情應召詐財、拍賣(購物)詐財、芭樂票騙貨、金光黨、假瓦斯安檢、假交友(徵婚)、假快遞、假投資、假求職、假車禍、假廣告、假推銷、假催收信用卡費、假慈善機關(急難求助)、假預付型消費詐財、假算命(看風水)、猜猜我是誰、騙取個人資料、擄車勒贖、觀光區旅遊鏢客詐財、六合彩、收購郵銀簿(電信門號)及其他共計 35 種。

內政部警政署(2009)詐騙犯罪被害人屬性之研究結果指出，60-69 歲受訪者在接話電話詐欺詐騙手法被害經驗的比例最高，占 82.8%，70 歲以上受訪者則是在與人接觸的詐欺詐騙手法被害經驗的接觸比例最高。

此外，行政院消費者保護處(2015)國民消費意識及消費行為調查結果發現，約 7.9%年齡在 65 歲及以上的高齡消費者，表示近五年內

曾遇過消費爭議。而遇到的消費爭議內容以食品項目的比例最高，占82.3%，其次依序為車輛(4.7%)、旅遊(4.7%)、健康食品(4.5%)、通訊及周邊產品(4.4%)、家電(4.2%)等。

第四節 各國高齡消費者相關政策之參考

壹、 臺灣

根據國民健康署於 2016 年 3 月底公佈之 104 年高齡有善城市調查結果指出，全臺預計將於 2025 年成為超高齡社會，屆時老年人口比率占全人口的 20%。而國民健康署為持續推動高齡友善城市，引進世界衛生組織(WHO)所發展的高齡友善城市模式，從八大面向打造跨代兼容無礙的環境，促進活躍老化，八大面向包括：安居(住宅)、連通(通訊與資訊)、暢行(交通運輸)、無礙(無障礙與安全的公共空間)、不老(工作與志願服務)、親老(社會參與)、康健(社區及健康服務)、敬老(敬老與社會融入)，以期提升全臺 22 縣市友善高齡城市的施政。

貳、 新加坡

新加坡老人稱為「樂齡人士」，可見其政府對高齡者之重視程度，和其他國家不一樣的是新加坡在老年人口政策上，不同於一般國家較注重於醫療及老人福利，反而較重視老年人的教育問題。新加坡政府考量現代醫療技術進步與養生知識普及，老年人已趨向愈來愈建康且長壽，因此採行的老人政策以由下而上資源整合的方式進行。

新加坡政府設有人口老化跨部門委員會，包括：經濟保障、就業協助、社會融入、健康照護、住宅、社會和諧六個小組，另也特別成立高層的諮詢委員會提供樂齡人士教育的諮詢，高齡住宅政策上也鼓勵老年人在家養老，而其配套措施則是由鄰近的社區提供相關服務。

新加坡政府也鼓勵並贊助國內為樂齡者服務的組織，補助其推動相關計畫或辦理課程費用，例如：新加坡樂齡活動聯會(SAGE)是為老年人謀福利的自願服務組織，至今已成立約 40 年，該組織除了為樂齡者募款、成立諮商中心提供樂齡者諮商服務、招募志工服務樂齡者，並計畫性的邀請組織會員參與規劃的課程及活動，另外也與社區建立互助體系，另成立「樂齡研究中心」，研究樂齡人士在食、衣、住、行、育、樂各方面的需求。

新加坡樂齡住宅是規劃既分又合的屋型為主，適合幾代同堂，由新加坡政府投資建造，再以低價出售給樂齡人士的福利房屋，除了設計是符合年長者與家人共同生活的戶型，在購房價格上也給予相當的優惠，若不與父母同住者則也有其他優惠購屋方案，鼓勵子女居住在附近，以便就近照顧長輩。社區內也提供經營日托托老所業者免繳公司稅，且其土地和建設成本的 50%由政府補貼。另若選擇獨居或只與老伴住在一起則可住進樂齡公寓，其基本設施齊全且費用低廉，樂齡人士可輕鬆入住。

參、 中國

目前中國人口老化趨勢加劇，1999 年已超過高齡化社會標準，2010 年第六次全國人口普查數據顯示，中國 65 歲及以上人口為 1.19 億人，占總人口的 8.9%，中國國務院及相關部門並相繼提出「中國老齡工作七年發展綱要」、「中國老齡事業發展『十五』計畫綱要」、「中國老齡事業發展『十一五』規劃」、「中國老齡事業發展『十二五』規劃」、「關於全面推進居家養老服務工作的意見」、「關於加快發展養老服務業的意見」等政策規劃。中國各地政府也相繼對於養老服務體系更加關注，例如：山東省濟寧市近年開始推動免費的低收入老人居家養老服務系統，遼寧省則實施「6211 工程」，即於市、縣（市、區）設立老人福利中心，並施行居家養老、銀髮族心理關懷等措施，中國政府的資金和政策，也將促使提供養老產業相關服務的中小企業迅速成長。

在外資及企業投入養老產業領域方面，2012 年初中國官方將醫療保健服務業由「禁止」海外投資類修改為「允許」類，這表示外資企業未來將可全資控股中國醫保企業。企業方面包括：瀋陽大洋集團 2012 年開設老年人健康管理中心；中國電信遼寧公司提供 24 小時電話醫生、緊急醫療救援、遠距急救指導等銀髮族醫療服務的「電信套餐組合」。地產經營者則規劃「養老地產」等一系列主題專案，在社區中提供醫療、養生、教育、娛樂、休閒等服務，包含中國最大的地產開發商萬科地產，在 2010 年底正式啟動活躍長者計畫，規劃 2.4 萬平方公尺的空間，進行北京及青島的養老地產建設；China Senior Care（寫意健康諮詢）則在杭州開發頂級養老院，投注 2,000 萬美元，主攻金字塔頂端客戶，在占地 0.65 公頃的基地上只規劃 64 個床位，預擬將以每月收費 40,000 元人民幣推出市場。保險公司方面也進行

大量投資，中國平安在浙江投資 170 億元人民幣建設退休社區，中國人壽、泰康人壽和太平人壽也分別在河北、北京和上海投資相關養老項目。中國經濟體制改革研究會於 2012 年 8 月在台灣舉辦論壇時，也提出台灣在服務業方面有先行發展的優勢，加上兩岸皆有人口老化問題，未來在養老產業的發展上有很大的合作空間。

肆、 日本

日本的高齡人口比例位列世界第一，而其國民的平均餘命亦為世界第一，與歐美工業化國家相比，日本由高齡化社會邁入高齡社會所經歷的年數較短，因此，日本社會承受人口結構變遷的壓力也較大。由於這些人口特徵變遷的事實，使得日本在面對龐大老年人口所衍生出來相關社會問題的處理經驗，往往成為世界各國參考並吸取教訓的典範。同時，由於文化及地理相近等因素，日本的相關經驗，也成為我國邁入高齡化社會後，學習並模仿的對象。無論是在政府的相關政策及制度建構上，抑或是民間老人照護機構的實作模式及設備採用上，皆時常引用日本的既有定制，或相關概念而加以應用。

以日本為例，就人生週期的生活水準而言，銀髮階段是人生週期中生活水準較高的時期，所謂生活水準較高不僅是指經濟收入或物質報酬的豐厚，更重要的是指生活水準的品味、期待隨著人生閱歷的增加而提高，觀念及思想層次的提升，使得日本銀髮族在消費的內容項目上有了不同的改變，如：隨著花費在子女教育相關費用的逐步降低，使其逐漸有餘裕花費在交際費、休閒娛樂費、旅遊費等...對於銀髮族自身的生活水準提高亦為不可或缺的要素(內匠，2012)。最後，相關資源的建置，如：福利制度、退休制度、老人關懷服務等...為著滿足銀髮族的養生保健需求的相關配套充足，也影響了銀髮族對於養生保健需求的增加。

一、日本銀髮族的消費行為模式

日本リサーチ綜合研究所(2011)的研究指出，雖然許多日本銀髮族擁有資產，生活富裕，但銀髮族消費力卻不一定與其經濟條件呈正相關。意即，銀髮族的經濟條件好，僅是銀髮族消費力的充要條件，卻非必要條件。影響銀髮族消費行為的重要因素，除了需要有一定的經濟條件外，更重要的乃是消費的意願。細究其原因，除了消費的行為，有可能使其所保有的資產價值縮水外，更重要的影響因素是銀髮

族對「坐吃山空」的恐懼感及想要「遺贈子孫」的傳承感。因此，為鼓勵日本銀髮族的消費行為，日本政府也積極推動日本高齡再就業的政策，期望藉由讓銀髮族保有持續的收入，降低其心理上的不安，進而願意增加消費(內閣府，2010)。

因此，日本的銀髮族除了經濟因素的考量外，分析其消費心理及特性，也有助於瞭解其消費行為。針對日本銀髮族在消費行為方面的特性及需求，日本リサーチ綜合研究所(2011)也指出，日本銀髮族的消費有五項主要的特性，包括：銀髮族能夠前往消費的路程距離短，但消費所需時間耗用長；重視在消費過程中的顧客溝通；強調商品及服務的品質和安全性；重視服務的消費勝於購買實物；期望在消費的過程中展現社會責任。分述如下：

日本銀髮族在消費行為方面的特性及需求，亦可由銀髮族的消費項目中窺見一斑。根據日本「全国消費実態調査」(総務省，2009)的結果可發現，日本 65 歲銀髮族在「園藝品及相關花費」、「交通通信費」、「高爾夫球類娛樂費」、「國內旅行費」等較全國平均消費高出 1.4 倍以上；而 70 歲以上的銀髮族，在「信仰祭祀費」、「計程車費」等…則更分別高於全國平均的 1.8 倍及 1.7 倍以上(経済産業省，2012)。進一步分析銀髮族上述的消費型態可知，銀髮族願意多花費於計程車費，以獲得交通的便利性；從事高爾夫球類運動，是耗時長，且在運動的過程中，有較多的相互溝通機會；國內旅行費較高，則說明銀髮族較願意花費於服務，更甚於消費實物；透過從事信仰祭祀活動，相關的花費高於整體平均，不但說明銀髮族較為重視心靈的需求，另一面也表現對人間社會的關懷，是重視社會責任的另一種展現。

第四節消費者保護政策及措施

壹、消費者保護範疇

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：

一、 維護商品或服務之品質與安全衛生。

二、 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。

三、 確保商品或服務之標示，符合法令規定。

四、 確保商品或服務之廣告，符合法令規定。

五、 確保商品或服務之度量衡，符合法令規定。

六、 促進商品或服務維持合理價格。

七、 促進商品之合理包裝。

八、 促進商品或服務之公平交易。

九、 扶植、獎助消費者保護團體。

十、 協調處理消費爭議。

十一、 推行消費者教育。

十二、 辦理消費者諮詢服務。

十三、 其他依消費生活之發展所必要之消費者保護措施。

另外，民國 103 年 7 月 9 日行政院消費者保護會第 27 次會議通過修正之「消費者保護基本政策」（行政院消費者保護會，2014）中，將消費者保護的內容概分為「保障消費安全及品質、落實消費者教育及尊重消費者意見、促進消費公平、完備消費損害救濟制度、建構跨境消費者保護機制、提升行政效能」等六大項，因此可將上述內容視為我國消費者保護的範疇。

此外，行政院「104-105 年度消費者保護計畫」（行政院，2014）亦以消保法第 3 條內容為主軸，擘劃該二年度預計推動的消費者保護實施要項與具體措施，繼由各中央主管機關及縣市政府就所管業務研提其 104-105 年度消費者保護方案之工作項目並據以推動執行。

消保法第 3 條、「消費者保護基本政策」、「104-105 年度消費者保護計畫」及各中央主管機關 104-105 年度消費者保護方案，可視為當前我國重要的消費者保護範疇，並作為本案調查議題設定之參考。

貳、近年主管機關消費者保護之政策措施

一、高齡者消費生活保護政策

主管機關於研訂年度消費者保護方案時，應參照本綱領目標及推動策略，依權責納入相關執行項目，各級主管機關並應據以落實推行，以維護高齡者的消費權益。主要推動策略如下：

(一)滿足高齡者消費生活需求

1.鼓勵企業經營者開發與提供適合高齡者之安全、便利、環保且價格合理的商品與服務。

2.促使企業經營者提供對高齡者友善的消費環境與行銷及售後服務（如制定高齡者親自消費時的服務規約）。

3.推動商品、服務或消費環境之高齡者友善認證標章制度。

4.維持弱勢高齡者的基本經濟生活，使其有能力購買或租借基本日常生活必需之商品及服務，並研議必要之措施。

(二)避免高齡者消費受害

1.提升高齡者正確消費意識：加強高齡者及其家屬的消保教育及宣導活動，並以獨居、教育程度較低或居住於偏鄉地區之高齡者為優先對象；運用多元管道(如結合老人或樂齡學習、鄰里活動等)，以及利用高齡者易接觸的媒介(如電視、宣傳單等)，提升教育及宣導的成效；依據高齡者的消費需求，設定對應之宣導主題(如日常消費議題、詐騙防制、以及藥品與健康食品等)；培訓高齡者消保教育、教案設計師資，並培育種子師資。

2.維護高齡者相關商品及服務的安全及公平：檢討改進高齡者相關商品及服務的安全及衛生標準或規範，並使其內容能符合高齡者的身心特性；加強針對以高齡者為訴求之商品及服務的審查(含標示、警語、廣告、資訊、清楚度及簡易度)、督導及查核；發佈高齡者相關商品及服務的相關資(警)訊。

3.防制消費詐欺及不法行為：加強對高齡者消費詐欺與不當行銷手法的防制及查緝；鼓勵高齡者主動蒐集及舉發消費相關的

疑似不法事證；推廣高齡者財產信託、監護及輔助制度，保護高齡者的財產免於因消費詐欺或締結不公平契約而遭受不當損失。

(三)增進高齡者運用消費諮詢及救濟服務

1.強化主管機關及企業經營者對高齡者友善的消費諮詢及救濟服務，提升其運用相關服務的意願。

2.結合長照服務機構、慈善團體、鄰里組織的關懷服務，主動瞭解高齡者遭遇的消費問題並協助其提出諮詢及救濟。

(四)強化高齡者消保行政效能

1.充實相關行政資源，並結合民間力量，有效推動高齡者消保工作。

2.辦理高齡者消費意識、行為及需求之調查研究，及統計分析高齡者消費爭議案件，作為施政的參考。

3.蒐集高齡者消費受害案例資訊，究明事件原因並研擬防處策略，避免類似事件之再度發生。

4.邀集產、官、學界及民間團體代表，溝通策進高齡者消保業務的推動情形。

二、食品安全

近年來食品安全事件頻傳，屢屢成為年度重要消費新聞，從102年的國民消費意識及消費行為調查，也發現消費者重視但不信任食品標示，然消費者在食品消費上權益受損往往不會反映在消費爭議申訴案件上，在在顯示主管機關需要進行政策改革，為消費者把關、維護權益。

此外，行政院也決定於食品藥品安全會報下設立負責跨部會協調的「食品安全推動工作小組」，並於103年9月1日開始運作。自黑心油品事件發生後，為協調中央及地方權責機關預防及處理重大食品安全事件，並推動食品雲之建置，以保障國民健康，行政院將原食品安全推動工作小組擴大為「行政院食品安全辦公室」，依據「行政院組織法」第14條規定設立為常設性任務編組，並於103年10月22

日正式成立。

食品安全辦公室是以協調督導衛福部、農委會、經濟部、環保署等各權責機關就涉食品安全管理為重點工作，包括強化源頭管理、推動分流管控、落實三級品管、督導業者自律、建立食品雲、辦理相關食品重要會議，期待經由協調督導各機關推動食品安全管理，達成強化食品安全治理體系，減少食安事件發生的目標。

當前食品安全辦公室的主要政策項目包括加重刑責罰金、提高檢舉獎金、中央檢舉專線、油品分流管制、廢油回收管理、落實三級品管、食品追溯追蹤、食品 GMP 改革等，其中加重刑責罰金、提高檢舉獎金、中央檢舉專線等項目主要在於打擊不肖食品業者，油品分流管制、廢油回收管理、落實三級品管、食品追溯追蹤等項目則是改善食品安全管理機制，從原料源頭至廢棄處理皆設置管理規範，食品 GMP 改革則是與消費者最直接相關的政策。

GMP 也就是「良好作業規範」或「優良製造標準」，是特別注重產品在製造過程中之品質及衛生安全的自主性管理制度，運用在食品製造管理上就是食品 GMP。在過去凡通過 GMP 認證的食品，便可在包裝上加入 GMP 標章，對消費者而言，是簡易可辨識的安全食品標誌，然經過近年來的食品安全事件發現，即便通過 GMP 認證也無法確保食品安全，顯示 GMP 認證方式與內容有其改革之必要。

因此，食品 GMP 改革成為重拾消費者對標章信心的重要食安政策，104 年 9 月 23 日經濟部正式廢止原「食品良好作業規範 GMP 推行方案」，改為 TQF 標章，並由民間組成的台灣優良食品發展協會(TQF)辦理，TQF 協會已納入消保團體、通路等團體代表，並強化第 3 方專業機構（如財團法人全國認證基金會，TAF）與消費者保護團體共同監督，認證重點強調全廠同類產品全數認證、落實源頭管理、追蹤管理強化與國際接軌。

由於食品安全各項改革政策措施於 103、104 年度逐步推動，本年度之國民消費意識及消費行為調查仍將重於消費者對食品標示的意識、行為與信心，並作為未來政策之參考。

三、跨境消費

近年來，跨境消費已不僅限於出國消費，透過網路、代購等方式，

亦能購買到其他國家或地區的商品，也因此跨境消費爭議的處理對消費者而言愈來愈重要。然而，跨境消費涉及不同國家的消費者保護政策、法規及非訟處理機制，對於消費者，甚至業者而言，都是較難以處理的狀況。

此外，目前行政院消費者保護會網站有建議「國人涉及跨境消費爭議之處理機制及管道」相關資訊，包括消費者自行向業者、網路購物平台業者、我國民間組織、國際組織或企業經營者所在之國家消保機關進行申訴等，然因為仍需由當地主管機關或消保組織來協助處理（廖世机，2015），並適用當地法律，所以現階段對消費者而言，保障仍相對於國內消費較為薄弱，有待主管機關未來政策上的加強。

四、公共安全

公共安全可概分為場所與活動，場所部分由於現行法規已有針對建築、消防等進行標準設定，且主管機關從使用執照到定期檢查都有一套標準流程與規範，對消費者而言，僅須注意場所的各項安全標示及檢查紀錄（標示）即可加強維護自身安全。

活動部分，由於場所與舉辦時間並不固定，活動性質、規模也不固定，在 104 年 8 月前，主管機關陸續訂有維護公共安全方案、公共安全管理白皮書、各項活動安全管理指導綱領等來規範活動安全，包括場地選定、器材使用、交通管控、人員動線及管控、安全防護、緊急救護措施及其他特殊考量等，由中央到地方的各級主管機關來執行，然適用範圍多為公部門（自行、委辦、合辦）舉辦的活動，對於民間辦理的活動，有觀光遊樂業管理規則、高空煙火施放、縣市政府訂定之特定場所容留人數管制自制條列等進行管理，但前述的整體性規範則由各縣市政府自行決定是否採用來規範民間辦理的活動，而結果僅有部分縣市政府有比照辦理，對於消費者而較難以注意相關風險之所在。

五、消費者教育

目前有設置網站宣導消費資訊（不論內容豐富度）的主管機關包括行政院消費者保護會、內政部、公平交易委員會、文化部、行政院農業委員會、行政院環境保護署、法務部、金融監督管理委員會、原住民族委員會、財政部、國軍退除役官兵輔導委員會、國家通訊傳播

委員會、衛生福利部、教育部、臺北市政府、桃園市政府、臺中市政府、臺南市政府、新北市政府、新竹市政府、南投縣政府、彰化縣政府、雲林縣政府、嘉義縣政府、屏東縣政府、苗栗縣政府、宜蘭縣政府、臺東縣政府、基隆市政府、嘉義市政府及連江縣政府等。

此外，從主管機關的網站內容可發現，部分機關有提供海報摺頁（行政院消費者保護會、衛生福利部、桃園市政府、臺中市政府、雲林縣政府），部分機關有提供宣導影片（行政院消費者保護會、行政院環境保護署、金融監督管理委員會、衛生福利部、臺中市政府），部分機關有舉辦展示活動（行政院消費者保護會、行政院環境保護署、衛生福利部），部分機關有提供 APP 供下載（行政院環境保護署、衛生福利部、臺中市政府）。

此外，行政院消費者保護會與衛生福利部有舉辦網路活動，行政院消費者保護會與金門縣政府有舉辦課程座談活動，行政院環境保護署與衛生福利部有舉辦動態活動，衛生福利部有提供電子報，臺中市政府有舉辦消保官現場宣導活動。

六、定型化契約

定型化契約範本是主管機關擬定來讓消費者消費時可以參考使用，而應記載、不得記載事項更有法律效用，可以維護消費者權益，因此除了持續增修、對消費者宣導外，部分中央主管機關在 104-105 年度消費者保護方案中也加強了對業者的督導與宣導，包括內政部、文化部、交通部、行政院農業委員會、行政院環保署、金融監督管理委員會、財政部、國家通訊傳播委員會、勞動部、經濟部、衛生福利部、教育部等機關擬督導地方政府或自行辦理查核所轄產業之定型化契約範本以及應記載、不得記載事項之使用情形，交通部、行政院環保署、衛生福利部、教育部擬對產業宣導定型化契約範本以及應記載、不得記載事項之使用等。

第五節調查研究重要議題

壹、食品安全

依據財團法人中華民國消費者文教基金會（簡稱消基會）近年公布的年度十大消費新聞，103 年度與食品安全有關者包括黑心油、假

天然麵包、垃圾食品廣告等 3 項（財團法人中華民國消費者文教基金會，2014），102 年有毒工業澱粉、棉籽油混充、天然麵包加香精及台灣米用越南米混充、塑化劑訴訟、玉米澱粉製米粉、工業廢水污染農作物、農產品農藥殘留嚴重等 7 項（財團法人中華民國消費者文教基金會，2013），101 年有美國牛肉、塑化劑等 2 項（財團法人中華民國消費者文教基金會，2012），100 年有塑化劑、日本輻射食品暫停輸入、營養午餐含禁藥、竄改過期食品標籤等 4 項（財團法人中華民國消費者文教基金會，2011）。顯示與民生最息息相關的食品，近年來的重大事件確實已影響消費者權益。

此外，「104 年度國民消費意識及消費行為調查」（以下簡稱 102 年度調查）結果顯示，有 57.4%的 65 歲及以上高齡者會懷疑食品或飲料的標示真實性。受訪者對於食品或飲料標示真實性的信任度有相當的程度取決於食品安全事件的發生，近年來食品安全事件不斷，從美國牛肉、塑化劑、毒澱粉，到油品事件，在在打擊業者的商譽，以及增加消費者的無奈與不信任。

然而依據消保處統計（行政院消費者保護處，2015c），103 年的消費申訴案件數中，食品案件的比例不到 5%，換言之，即便發生重大的食品安全事件，消費者會提出申訴的比例依然不高，可能因為食品消費的單價不高所致，但這樣隱形的消費爭議，每每出現在重大的新聞事件中，主管機關並不能忽視。

貳、跨境消費

跨境消費指的是透過網路或其他遠距方式向其他國家的業者購買產品或服務，或者是消費者親自至其他國家進行消費。在過去，跨境消費並不普遍，但隨著地球村時代來臨，消費者可以透過跨國差旅的方式進行消費，更可以透過網路等遠距方式向其他國家的業者購買產品或服務，然而各國有各國的消費者保護法規，在這樣的消費過程中，倘若發生消費爭議，除了必須克服距離問題外，還需克服各國法規的問題，因此，這種狀況也逐漸形成一種特殊的消費者保護議題。

出國消費或是在海外投資房地產（葉卉軒，2015），透過網購平台（如淘寶網等）、國際訂房網站（如 Agoda 等）（洪欣慈，2015；陳盈仁、黃荷婷，2015）等購買商品或服務，均屬跨境消費。金額小至一般的食品、紀念品，大至不動產，消費者若不熟悉該國的消費者保

護相關機制，當發生爭議時，權利便會受損。此一消費議題主要問題在於提供產品或服務的業者位在其他國家或地區，並非在我國的法律管轄範圍內，因此當消費者產生跨境消費爭議時，往往難以進行處理（孫崇軒，2014；莊舒仲，2015），更有甚者，部分網站完全以繁體中文，甚至臺灣的字樣提供產品或服務，但公司卻設在海外，造成消費者的錯誤認知，不知道自己進行的是跨境消費。

根據日本消費者廳的調查統計（日本消費者廳，2015），自 2014 年 4 月至 2015 年 1 月，共收到 3,538 件跨境消費者申訴案件，其中高達 99%為電子商務的爭議，顯示跨境消費的主要問題來自最便利的消費管道—網際網路。在各項爭議中，以詐騙的比例最高（39%），其次是解約（25%），再其次是收到仿冒品（15%）及未收到商品（7%），爭議的產品或服務以個人物品最多（28%），其次是服務（13%）、鞋類（12%）及嗜好物品（11%）；在我國 102 年度國民消費意識及行為調查中發現，在跨境消費爭議中，以收到不良品的比例較高，占 43.1%，其次是不當收費（33.8%）、收到仿冒品（10.3%）。

104 年度調查中，在跨境消費方面發現，約有 16.4%的 65 歲及以上高齡者曾經進行過跨境消費，跨境消費包括以網路、郵購等遠距方式，或是直接至國外差旅時進行消費，而消費的產品以服飾、一般食品、紀念品/收集品、美妝品、藥品、雜貨、保健食品、鞋類、家電、書籍雜誌較多，消費地以日本、美加、中國大陸、東南亞等較多。

有跨境消費經驗的高齡者中，並無人表示曾經遇過消費爭議，參考日本相關調查數據，有 11.1%曾遇過跨境消費爭議，我國比例較低。在整體受訪者跨境消費爭議中，以收到不良品的比例較高，其次是不當收費、收到仿冒品，而日本與歐盟之統計數據則與我國有所不同。關於遇到跨境消費爭議是否會申訴，有二成八每次都會申訴，低於國內消費的四成一，都沒有申訴者占六成，遠高於國內消費的三成三，換言之，受訪者面對跨境消費爭議時，更為消極，沒有申訴的原因以爭議的產品或服務金額不大的比例較高，其次是不知道如何申訴、申訴沒有效用、申訴程序太繁複。

因此，雖然跨境消費問題多，消費者權利難以保障，但卻也是無法阻止的趨勢，在歐洲有許多公司（約 20%）有透過網路進行銷售（BusinessNext 數位時代，2015），而網路銷售額度中有 10.3%的比率

是來自其他國家，然而進行跨境銷售的公司有 41%也表示解決消費者投訴與糾紛的跨國處理費用不容易降低，顯示跨境消費爭議的問題同時困擾業者與消費者，值得持續觀注。

參、公共安全

105 年 7 月 6 日於新店區的「樂活老人照顧中心」，疑因房間內堆積的護理用品接觸火源後，引發火災發生火警，而由於中心內以高齡與行動不便之長者為主，造成了 6 死 1 命危 16 重傷之慘重傷亡（自由時報，2016）。

105 年 7 月 19 日於國道 2 號桃園機場聯絡道西向 2.9K 處中午發生一起遊覽車自撞且全面起火燃燒事故，造成車上乘客連同司機共 26 人全數罹難（蘋果日報，2016）。而近年來最嚴重的一起火燒車事故則發生於 2012 年 5 月 7 日，雪山隧道因一輛廂型車爆胎，使葛瑪蘭客運巴士、一輛客貨兩用車及首都客運巴士互相追撞，造成 2 人被燒死、31 人遭嗆傷，隧道內數百人一度被困（自由時報，2016）。

104 年 6 月 27 日晚間新北市八仙水上樂園，疑因粉塵爆炸，造成大批遊客灼傷事件（衛生福利部，2015b），依據衛生福利部統計，截至 8 月 5 日 10 時止，有 286 人繼續留院治療，其中 136 人在加護病房，98 人病危，10 人死亡（衛生福利部，2015a）。

無論是定點之聚集場所、移動式的封閉空間以及各種休閒娛樂場所，或是短時間大量人潮聚集的消費活動，發生各式意外時有所聞，這樣的消費性的公共安全問題，對於消費者而言，已不是單純的消費爭議處置，而是存在可能危害人身安全的風險。

公共場所的安全首先要由業者來維護，內政部消防署訂有相關法規讓業者可以遵循，然而業者未必會確實遵守，如消保處在 104 年 6 月間針對建築安全、消防安全、圖書禮券等事項查核了 20 家連鎖書店，結果只有 6 家業者全部符合規定，其中 10 家不符合建築安全管理規定，5 家不符合消防安全管理規定，2 家的公共意外責任保險不符合規定（The News Lens 關鍵評論，2015）。

除場所安全外，消防署也訂有各項活動安全管理指導綱領（內政部消防署，2007），在規範內容中包括場地選定及器材使用、交通管控、人員動線及管控、安全防護及緊急救護措施、特殊考量等，都有

相關的規定與遵守要項，讓活動舉辦單位及消費者來共同維護與留意，然卻仍發生如八仙塵爆這樣的重大活動安全事件。

因此，除了政府可以強化安全管理（黃俊能，2015；黑中亮，2015）及推動保險（郭豐洲，2015）外，消費者對於自身參加活動或至公共場所時，其消費意識之提升也是主管機關需要關注的層面。

肆、電子產品說明或標示閱讀

104 年度消費者申訴調解案件（行政院消費者保護處，2015b）中，通訊及周邊產品的消費爭議案件數多（排名第 3 多），而主要問題在於手機所衍生之維修、功能、電池異常等，是否因為消費者對於說明、標示、保固等閱讀不足所致，值得本調查研究。

伍、消費者教育

1983 年國際消費者組織聯盟將消費者教育列為消費消費者的八大權利之一，而消費者教育的內涵從早期的家事管理轉移到學習如何運用消費者權利及如何避免成為詐騙、誤導及不公平商業行為的犧牲者，現在則包括對消費選擇所造成社會和環境影響的啟發，所以消費者教育可定義為：「個人在消費社會所需獲得技能、知識及理解的過程，以致他們可以充分利用存在於今日複雜市場中的消費機會，以保護自己的消費權益、改變自己的消費行為及態度，進而成為一個主動、為自己行為負責及社會公益的促進者」。

消費者教育該如何實施，從工具來看，包括出版品、網站、會議、課程、研討會、競賽、遊戲、節目、社團等（陳秋政、廖世机，2014）；從實施的單位來看，包括政府正式組織、非政府組織、政府特別工作小組、教育機構、研究機構、企業、媒體等。

為瞭解我國受訪者消費資訊管道運用情形，102 年度調查即參考歐盟以購買 3C 產品或家電產品為例，詢問受訪者透過哪些管道蒐集消費資訊，以進行消費決策，結果發現依序是網路、不同的實體店家、親朋好友、大眾媒體、專業的消費者刊物、從未比較過產品資訊。以資訊的專業、正確、多元性而言，應以專業的消費者刊物為最佳資訊來源，其次依序是網路、不同的實體店家、大眾媒體及親朋好友，與歐盟在 2010 進行的調查相較，調查結果顯示我國消費者較擅長使用專業、正確、多元的資訊來源。雖然我國專業的消費者刊物較少，相

對公正的評論與報導仍有改進空間，但是網路資訊應是能滿足多元的資訊需求，也是較佳的資訊來源。

各中央主管機關 104-105 年度消費者保護方案所提工作項目，即可發現消費者教育的管道日益多元，如所屬單位之網站（包括社群網站）、製作宣導短片、舉辦座談會/說明會/講座/課程、搭配其他主題活動、文宣品、新聞稿、電子報、郵寄文件、所屬的實體服務場所、大眾媒體、戶外廣告/看板、校園等。

因此，本年度持續就當前高齡消費者接收消費者資訊的管道進行訪問調查，以作為來未來加強高齡消費者教育之參考。

陸、促銷定價

Huck 和 Wallace「價格框架對消費者決策的影響」一文中，以實驗方式探討業者常見的促銷手法是否會影響消費者決策並因此損害消費者的權益，該研究定義了 6 種定價手法，分別是底線定價（直接呈現商品的單位價格）、滴灌訂價（消費者在消費過程中逐漸被索取更多費用）、參考定價（以過去的較高價格對比現價較低）、複合定價（因為多買有折扣致使商品的單位價格需要消費者自行計算）、誘餌定價（提供限量促銷價）、限時定價（在限定的期限內提供促銷價），分別進行實驗，結果發現在底線定價下，消費者權益獲得最大的保障，而其他 5 種定價皆會影響消費者的理性決策，進而損害消費者權益。

市面上常見的促銷手法—多買多優惠，就是複合定價的形式之一，如有「表示或表徵訂價長期與實際售價不符且差距過大者。」及「長期以特價或類似名義標示價格，而實為原價者。」的情形，以致影響消費者權益，就可能涉及違反「公平交易委員會對於公平交易法第二十一條案件之處理原則」中「表示或表徵有虛偽不實或引人錯誤之案件類型例示」第 10、11 項（公平交易委員會，2015）。

這是政府消費爭議申訴案件中較無法呈現，但可能已有許多潛在性的消費者權益受到損害，值得本調查探討。

柒、定型化契約範本

104 年度調查（行政院消費者保護處，2015）發現，受訪者對於

定型化契約範本的意識較低。結果發現超過八成的受訪者並不清楚定型化契約範本，透過交叉分析可發現中齡者、教育程度高者較清楚定型化契約範本，顯示定型化契約雖不限於書面契約，但對於一般受訪者而言，仍會與書面契約做連結，因此較清楚範本的受訪者多為可能有簽訂書面契約經驗的族群（如中齡者），或對於書面契約較具閱讀能力的族群（如高教育程度者）。而對定型化契約範本「有印象」及「還算清楚」者過去幾年有六成一沒有參考過，顯示受訪者即便知悉定型化契約範本，使用率並不高。

知悉定型化契約範本但卻沒有參考使用者，其原因以「很少簽訂消費相關的契約」的比例較高，其次才是不知道來源、沒時間、難以閱讀，顯示定型化契約對一般受訪者而言，還是會與書面契約做連結，因此使用率不高。調查發現有超過七成的受訪者不知道定型化契約不得記載事項，從交叉分析可以發現，教育程度和收入是主要影響因素，教育程度較高、收入較高者較清楚定型化契約不得記載事項，因此可能與消費經驗及法律素養有關。

而消保處統計之 103 年度消費者申訴調解案件（行政院消費者保護處，2015b）資料，也顯示電信服務、補習班及線上遊戲等消費爭議常肇因於業者宣稱免費試聽卻誘導受訪者先行簽約、未事先提供定型化契約供消費者閱覽，或是消費者無法理解契約條款等。

第六節小結

「高齡化社會」儼然已不再只是各國口頭上宣傳之口號，更非人口統計上單純之數據結果，而各國政府為因應其所帶來之後續效應，也紛紛擬定、執行相關政策作為。其中，又以日本政府與企業所做之因應較為全面，例如落實通用設計。

通用設計（universaldesign）一詞始於一九八七年，美國設計師 RonMace 發現「廣泛設計」一詞並無法完全表達出設計的理念跟精髓，於是開始使用「通用設計」一詞，並設法將它與「廣泛設計」的關係作定義(NCStateUniversity，1997)。RonMace 指出，「通用設計」是一種和針對特殊需求的設計無關的設計理念，其設計及生產的每件物品或環境都能在最大的程度上被每個人使用，其核心價值是「人本關懷」，人有性別、年齡、能力、身體特性等差異，進而形成各種不

同且多元的需求，為了對應這些需求，更需要以人為出發點的設計，以滿足人們在生理、心理及精神生活上的需求。（陳年等，2012）

而通用設計雖然是在美國被提出的概念，可是在日本卻因為高齡人口的快速成長而將之（廣泛設計）發揚光大，並且制定一套通用於高齡者及日本社會的標準及指導原則。

日本企業對於銀髮族群設計服務內容，能展現高度的洞察和服務的細節，以 AEON 百貨為例，其除了探究銀髮者自身和家族關係間的變化外，更針對長輩切分為 55 至 69 歲的 Active Senior 以及 70 歲以上的 Support Senior 二大族群，深入了解其生活特徵、消費支出、消費頻度、消費時段、行動範圍等。以精準的洞察數據規劃賣場樓層、動線、櫃位及面積等，如：硬體設施（字大、寬闊走道、輕量購物籃、低速手扶梯...）與軟體改善（設置介護相關訓練的工作人員、宅配服務）、商品品項挑選...等；再如其將金融服務、牙科、學習課程、旅行社區活動融入其賣場，處處可見其以顧客需求導向的規劃內容，成功改造既有店鋪成為銀髮購物者的模範購物中心。（邱婕欣，2015）

台灣的高齡人口成長僅次於日本為世界第二，通用設計的概念也在進十年才被引進，並在近幾年得以透過產、官、學的合作來推廣。產業界有名的通用設計引進案例為遠雄集團所引進、源自於日本松下工業集團設計所推出的遠雄二代宅（未來居），此住宅設計便是采用通用設計的概念，標榜是零至九十九歲的人都適合居住的建築，更符合人性關懷與家的感覺，在推出後也受到媒體及大眾熱烈的迴響。

國內學者曾思瑜教授（1996）對通用設計作以下的詮釋：「任何器具、建築、汽車、環境莫不重視使用行為上之合理性、方便性、易知性、操作寬容性以及美觀性。使用上能達到真正的通用設計才是人性化的設計。」除此，自由空間教育基金會（2008）也提出通用設計是「愛的設計」，也是「未來的設計」是本世紀生活的設計方針，亦是影響台灣未來發展的設計思潮。對產業界而言，導入通用設計不僅使產品更能對應使用者多元化需求，對產業形象也有正面的助益。對使用者而言，能享有不因年齡、性別、身體能力影響的生活用品與生活環境，更能提升生活品質。

對於高齡消費者之照顧，小至一個商品本身與硬體設備，如日本政府與企業於商品上標示字體的放大、商場的動線設計與低速手扶梯

的提供，大至安身住宅，如中國與新加坡設計銀髮族住宅區，鄰近生活圈內提供相關醫療、養生、運動等需求供給...等，而臺灣政府目前也正持續推行的長照政策與參照 WHO 所提供之高齡友善城市模式等，皆是各國政府對於目前高齡化社會所做的努力。

第三章 研究設計

第一節 研究內容

本研究計畫同時採用量化及質化研究方式調查 55 歲以上民眾平時的消費行為、需求與意識等，並從高齡者的角度探討其行為及思維，藉以提供主管機關推動政策時擬定參考。

第二節 調查範圍

研究範圍涵蓋全國 22 縣市。

第三節 研究流程

本研究計劃主要核心目標期望能了解 55 歲以上人口各項生活狀況以及消費議題的看法，將作為相關單位未來擬定消保政策及宣導策略之參考，詳細研究流程如下圖 1：

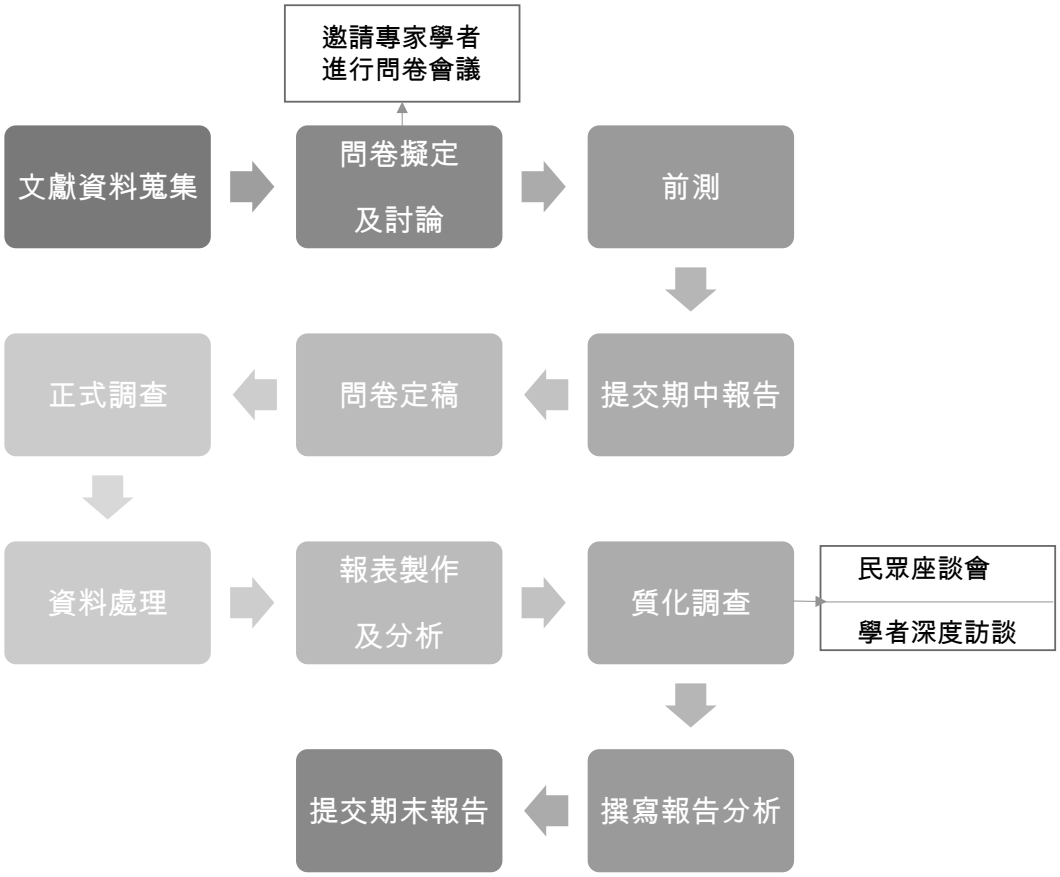

圖 1 研究流程

本研究流程分為以下三個階段：

第一階段進行「電話訪問調查」，針對全國 55 歲以上受訪者進行抽樣及訪問，從而了解全國各縣市 55 歲以上受訪者目前己身消費上的需求、意識與行為等。

第二階段利用焦點團體訪談瞭解目前 55 歲以上受訪者普遍的消費行為、需求與意識及對政府現階段針對高齡消費者保護政策的看法等。

第三階段利用深度訪談之方式，與專家學者針對量化與焦點團體訪談調查結果進行訪談，透過質化研究，取得不同面向資料來輔助量化、質化調查之結果。

第四節 電話訪問調查

壹、調查方法

以「電腦輔助電話訪問系統」(CATI)進行電話調查訪問。於正式調查前執行一次前測調查訪問，以了解受訪者回饋情形，並調整修正問卷以利後續正式調查執行。

貳、抽樣架構

本調查使用分層隨機抽樣，以全國住宅電話號碼簿為抽樣母體，全國 22 縣市為分層依據，各層內採比例配置樣本數，隨機抽取 55 歲以上合格之受訪者進行訪問。電話號碼抽取來源是以執行單位建立之住宅電話號碼簿作為母體抽樣清冊(電話資料於 2016 年 4 月更新)；對於隨機抽出的電話號碼，再以尾數兩位數隨機方式變更之，以涵蓋未登記的住宅電話。

參、調查對象

係以居住於調查區域範圍內之普通住戶年滿 55 歲以上之本國籍人口為調查對象。

肆、調查日期與時間

一、前測調查時間於 105 年 11 月 17 日下午 14:00-17:30 晚上 18:30-21:00 執行。

二、正式調查期間於 105 年 11 月 21 日至 11 月 28 日 18:30-22:00 執行調查。

伍、調查內容

一、前測問卷內容：本次電話調查之問卷設計除參閱行政院 102 年度國民消費意識及消費行為調查中，針對高齡者之問卷題項以便進行歷年比較基準外，也同步參考了高齡者消費生活保護政策綱領之四大目標進行初步之問卷設計，並於正式調查執行前召開問卷討論會，邀請相關領域專家學者，由計畫主持人主持，共同針對本次調查初步問卷進行討論及修正，以利問卷內容更加周延。

本次問卷會議於 105 年 10 月 11 日上午 10:00~12:00，邀請了專長於消費者保護、老人福利、社會工作研究法、社會統計等領域的專家學者，於會議上針對本次調查項目「消費意識及行為」、「高齡者消費生活需求之滿足」、「避免高齡者消費受害」、「提供高齡者友善的消費諮詢及救濟服務」、「強化高齡者消保行政效能」與「基本資料」進行討論、設計相關題目。而於本會議討論後之結論為，源於前述欲調查之項目太過廣泛，因此最後將問卷調查項目聚焦為四個方向，分別是「消費意識」、「消費行為與需求」、「高齡消費保護」及「基本資料」，設計出本次調查之初步問卷，相關問卷架構如下圖。

圖 2 前測調查問卷架構

前測調查採用電腦輔助電話訪問系統進行，依據調查區域內 22 個縣市分別至少完成 1 份有效樣本數，總計完成 30 份有效樣本數。

二、正式問卷內容：調查內容部分依調查前的問卷會議與期中會議及最後和行政院消保處內部進行之問卷討論會議後，決定將調查主題定為兩部分，分別是消費需求與行為及消費保護，針對全國年滿 55 歲以上的受訪者，詢問其平常之消費行為及需求，包含了獲取商品資訊的來源、生活中最需要之商品，與其需要之原因、跨境消費、消費爭議以及對於消費者保護專線知曉度、政府有提供定型化契約知曉度、教育講座需求度等等，以作為相關單位未來改進之參考。調查架構如圖 3：

圖 3 正式調查問卷架構

表 1 正式電話訪問調查問卷及題項設計表

議題	題目	選項
消費需求與	Q1.請問您平常大多從哪裡知道商品(買東西)的資訊較多？【複選，可提示】	(01)報紙(02)廣播電台(03)電視(04)網路(05)親友推薦(06)鄰居推薦(07)業者推薦(08)參加集會或活動(10)廣告DM/百貨公司(賣場)型錄(11)超商/超市/量販店(12)雜誌(13)手機簡訊/電話

行為		行銷(96)不知道/無意見(98)拒答
	Q2. 在選購包裝食品或飲料時，您會不會注意外包裝上面的有效期限、成份、產地等標示？	(01)每次都會注意(02)經常會注意 (03)偶爾會注意(04)都不會注意 (96)不知道/無意見
	Q3.請問對您來說，目前生活上最需要的商品或服務是甚麼？【複選，可提示】	(01)食品(02)藥品 03)假牙 04)安養照顧 05)輪椅(06)電動代步車(07)服飾 (08)家用用品(09)電器用品(10)化妝品 (11)車輛(12)房屋(13)健康食品(14)通訊/3C 及周邊產品(15)菸酒(16)拐杖/助行器(17)醫療(95)沒有最需要的商品或服務(96)不知道/無意見(98)拒答
	Q3-1. 對於[Q3 回答之答案]，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？【複選，可提示】	(01)價格太高(02)收入不足(03)行動不便(04)不會使用(05)缺乏購買管道(06)食安疑慮(07)偷斤減兩(08)成分/標示看不懂(09)標示不實(10)服務態度不佳(11)大陸製品氾濫(96)不知道/無意見(98)拒答
	Q4.請問您有沒有跨境消費的經驗？(就是利用出國或網路去買國外的商品)	(01)有，出國(02)有，網路(03)有，2種都有(04)沒有(96)不知道/無意見
	Q4-1.請問您購買過甚麼樣的商品類型？【複選，可提示】	(01)健康食品(02)食品(03)藥品(04)農產品(05)醫療器材(06)服飾、皮件及鞋類(07)通訊/3C 及周邊產品(08)車輛 (09)房屋(10)保險(11)旅遊(12)家用用品(13)電器用品(14)書籍(15)保養/化妝品(16)玩具(17)菸酒(18)裝飾藝術品 (96)不知道/無意見
	Q4-2.請問您有沒有在跨境消費時發生過消費爭議的經驗？	(01)有(02)沒有
	Q4-3.(有跨境消費爭議者)請問是哪些類型的商品發生消費爭議？ 【複選，可提示】	(01)健康食品(02)食品(03)藥品(04)農產品(05)服飾、皮件及鞋類(06)通訊/3C 及周邊產品(07)車輛(08)旅遊(09)家用用品(10)電器用品(11)保養/化妝品(12)裝飾藝術品
	Q5.請問您最常親自購買的商品或服務是甚麼？【複選，可提示】	(01)食品(02)藥品(03)假牙(04)輪椅 (05)電動代步車(06)服飾(07)家用用品 (08)電器用品(09)保養/化妝品(10)電

		動床(11)車輛(12)房屋(13)健康食品(14)通訊/3C 及周邊產品(15)菸酒(16)運動器材(17)登山杖(96)不知道/無意見(98)拒答
	Q5-1.請問您在消費前最希望知道甚麼樣的消費資訊？【複選，可提示】	(01)購買管道(02)商品成分(03)商品作用(04)商品價格(05)商品產地(06)製造商(07)商品安全性(08)有效日期(09)使用方法(10)品牌信譽(11)商品品質(96)不知道/無意見(98)拒答
	Q5-2. 請問您有沒有遇過或聽到過周遭親朋好友發生跟賣東西的人有爭議的事情(也就是消費爭議)？	(01)有，自己親身遇到(02)有，家人遇到(03)有聽過周遭親友遇到(04)都沒有(96)不知道/無意見
	Q5-3.請問您遇過哪方面的消費爭議？【複選，可提示】	(01)價格問題(02)品質或保固問題(03)廣告或標示不實(04)不當推銷(05)退換貨問題(06)交貨或服務時間問題(07)服務態度不佳(08)偷斤減兩(96)不知道/無意見
	Q5-4.請問您發生消費爭議時會尋求的申訴管道是？【複選，可提示】	(01)民間消保團體(02)政府機關(03)業者(04)沒有尋求管道處理(96)不知道/無意見
消費保護	Q6. 請問您知不知道政府有提供消費者保護專線，提供受訪者申訴或諮詢？	(01)知道(02)不知道(98)拒答
	Q6-1.請問您知道政府提供的全國消費者服務專線是多少嗎？	(01)專線是 1950(02)忘記專線(98)拒答
	Q7. 請問您知不知道主管機關訂有定型化契約範本供消費者簽訂契約時可以參考？	(01)知道(02)不知道(98)拒答
	Q8. 請問您認為需不需要舉辦關於高齡者消費知識的相關教育活動？	(01)非常需要(02)還算需要(03)不太需要(04)非常不需要(96)不知道/無意見(98)拒答
	Q8-1. 請問您認為最需要加強哪方面的教育主題(議題)？【可提示】	(01)消保基本觀念(02)定型化契約(03)消費爭議諮詢及申訴(04)食品安全(05)用藥安全(06)觀光旅遊(07)金融保險(08)運動健身(09)安養照護(10)購屋(11)購車(12)網路通訊(13)消費詐騙

		(96)不知道/無意見(98)拒答
	Q8-2. 請問如果要舉辦這類教育講座的話，您覺得地點要辦在哪裡？【可提示】	(01)社區活動中心(02)里民中心(03)關懷聚點(04)樂齡學習中心(05)鄉鎮區公所(06)賣場(07)學校(08)醫院(09)縣市政府(10)公園/廣場(96)不知道/無意見(98)拒答
	Q9. 請問您有沒有遇過在購買商品或是服務的時候，被店家(老闆)刁難或拒絕交易的情況，比如說租房子、搭車、出去旅遊？	(01)有(02)沒有(98)拒答
	Q9-1.請問您遇過被刁難或拒絕的經驗是購買哪方面的商品或服務？【複選，可提示】	(01)租屋(02)購屋(03)買車(04)租車(05)投保(06)旅遊(07)健身中心(08)食品(09)家用用品(10)搭車(11)服飾(12)3C 商品(96)不知道/無意見
	Q9-2.請問您遇過被刁難或拒絕的原因是什麼？【複選，可提示】	(01)年齡太大(02)行動不便(03)健康因素(04)鈔票太舊/破損(05)強迫購買數量或金額(06)計程車短程拒載(07)消費能力不足(08)有小孩，不願出租(09)省籍關係(10)店家拒開收據(11)沒耐心/態度差(12)拒絕退貨(96)不知道/無意見
	Q10. 請問您有沒有遇過消費詐騙，例如假藥、銀行轉帳、假冒公務人員要求匯款等？	(01)有(02)沒有(98)拒答
	Q10-1.請問是哪方面的消費詐騙事件？【複選，可提示】	(01)仿冒品(02)銀行轉帳詐騙(03)假酒(04)假藥(05)解除分期付款詐騙(06)廣告不實(07)付款後，未接獲商品或服務(08)信用卡被盜刷(09)假冒瓦斯安檢更換零件(10)被店家偷換成假鈔(96)不知道/無意見
	Q10-2.請問您是怎麼處理消費詐騙事件的？	(01)撥打 165 反詐騙專線洽詢 (02)報警(03)提出申訴 (04)退/換貨(05)沒有處理 (96)不知道/無意見
	Q11.請問您有沒有曾經因朋友相約或業者施以小惠的方式而去老人聚會場所被	(01)有(02)沒有(98)拒答

	銷售人員推銷(如健康食品)的經驗？	
	Q11-1.請問您有沒有買過聚會場所裡面所推銷的商品？	(01)有(02)沒有
	Q11-2.請問您花了多少錢在購買推銷的商品？	
	Q11-3.商品在沒有使用的情況下，請問您知不知道可以退貨？	(01)知道(02)不知道(98)拒答
	Q12. 請問您認為目前政府在對高齡者消費保護與管理方面還可以加強哪方面的保障？ 例如：高齡者友善認證標章制度、維持弱勢高齡者的基本經濟生活、加強高齡者及其家屬的消保教育及宣導活動、加強針對以高齡者為訴求之商品及服務的審查等等	(01)高齡者友善商品或服務認證標章制度(02)維持弱勢高齡者的基本經濟生活(03)加強高齡者及其家屬的消保教育及宣導活動(04)加強針對以高齡者為訴求之商品及服務的審查，如醫療輔具(商品)(05)加強查察詐騙案件與加重罰則(96)不知道/無意見(98)拒答
基本資料	S1. 由於電話是由電腦隨機抽出的，請問您居住在哪個縣市?	(01)新北市(02)臺北市(03)桃園市 (04)臺中市(05)臺南市(06)高雄市 (07)宜蘭縣(08)新竹縣(09)苗栗縣 (10)彰化縣(11)南投縣(12)雲林縣 (13)嘉義縣(14)屏東縣(15)臺東縣 (16)花蓮縣(17)澎湖縣(18)基隆市 (19)新竹市(20)嘉義市(21)金門縣 (22)連江縣
	S2. 請問您住在[S1 回答之縣市]的哪一個鄉鎮市區？【依照 S1 回答之縣市進行各鄉鎮市區詢問】	
	S3. 請問您今年幾歲?	(01)55-59 歲(02)60-64 歲(03)65-69 歲 (04)70-74 歲(05)75-79 歲(06)80-84 歲 (07)85-89 歲(08)90-94 歲
	S4. 請問您的教育程度？	(01)小學及以下(02)初中、國中(03)高中、高職(04)專科(05)大學(06)研究所及以上(98)拒答
	S5. 請問您目前有沒有在工作？	(01)有(02)沒有(98)拒答
	S6. 請問您的職業是？(退休前工作)	(01)軍警公教(02)自營商/企業主 (03)企業主管/專業人員(04)助理專業人員/技術人員(05)文書事務人員 (06)商業買賣/服務人員(07)技術工/機

		械設備操作或組裝/體力工(08)農林漁牧礦(09)家管(10)無業/待業(98)拒答
	S7. 請問您認為自己目前身體的健康狀況如何？	(01)非常健康(02)還算健康 (03)不太健康(04)非常不健康 (96)不知道(98)拒答
	S8. 請問您目前的居住型態是？	(01)與子女同住(包含子女配偶及孫子女)(02)獨居(1 人)(03)和配偶同住(04)與子女住在鄰近的地方(05)住在老人集合式住宅(安養機構、老人住宅)(06)和配偶與子女同住(07)父母(08)和父母、配偶與子女同住(09)和父母與配偶同住(10)和兄弟姊妹同住(11)與孫子女同住(12)與友人同住(13)和配偶與孫子女同住(14)與看護(外勞)同住(98)拒答
	S9. 請問您目前主要的金錢來源？	(01)國民年金(02)老人年金(03)子女奉養(04)兼職工作(05)正職工作 (06)銀行存款(07)投資獲利(08)退休金(09)配偶供給(10)社會福利補助或津貼(11)老農津貼(12)信徒供養金(13)兄弟姊妹供給(14)父母遺產(98)拒答
	S10. 受訪者性別：	(01)男性(02)女性

陸、樣本代表性與資料加權

一、樣本代表性

每一份問卷每一選項均需選答始計為一成功樣本。

二、資料加權推估方法

調查資料經整理、檢誤、複查等資料處理程序後，為使樣本結構完全符合全國各縣市的分布，再根據全國各縣市分布進行樣本結構的加權推估。

每一筆資料都乘以調整權數，$\frac{N_i}{N}/\frac{n_i}{n}$，$N_i$和$n_i$是第$i$縣市的母體戶

數和樣本戶數，而 N 和 n 是母體總戶數和樣本戶數，使樣本結構完全符合母體結構。

柒、資料處理方法

透過電腦輔助電話調查系統(CATI)進行訪問，資料在訪問結束的同時即存入主電腦，除了負責的研究人員可利用特殊界面審視、修正資料外，資料一經存入就不容許訪員或不相關的人員瀏覽或修改資料。

原始資料是以特殊的格式儲存，除了執行單位的瀏覽器外，一般的編輯器或瀏覽器無法解讀原始資料，充分達到資料保密的目的。負責的研究人員進行分析時，除了利用執行單位瀏覽器的單項次數分析、交叉分析等功能外，亦可透過瀏覽器將原始資料轉換為 SPSS 可讀取的純文字格式，並同步產生譯碼簿，以進行更深入的分析。

捌、統計分析方法

本調查主要採用下六統計分析方法，其意義及功能簡述如下：

一、次數分配（Frequencies）

所謂次數是指各答案選項的回答人數，表示各選項回答的分配情況即為次數分配；問卷調查中，次數分配表的構成包括次數及比例（%）兩種資料。次數分配表是最容易閱讀，也是最淺顯易懂的統計方法，廣泛應用在各種調查當中。

在本次調查中，問卷大部分的所有問項均可應用此分析方法。選項間的差異比較，採 Z 檢定，檢驗兩選項百分比的差異，檢定公式如下：

$$Z_a = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{\frac{1}{n}[p_1 + p_2 - (p_1 - p_2)^2]}}$$

當 $|Z_a| > 1.96$，則代表有顯著差異。

二、交叉分析

應「區隔」的觀念，選出與「各項議題」看法或評價之相關重要

區隔變數，對各項具有分析意義之變數進行交叉分析，以期了解不同背景的受訪者在相關問題方面是否具有差異性，因此將針對每議題與如性別、年齡、居住地區等基本變項進行交叉分析。交叉表第一步檢定採用卡方檢定，若交叉表的卡方顯著水準小於 5%，則認定兩變數間並非完全獨立。第二步則是在相關的交叉表內，以 Z 檢定的方式檢視兩個獨立次群體（subgroups）對同一問項意見的百分比差異，其檢定公式如下：

$$Z_b = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{\frac{p_1(1-p_1)}{n_1} + \frac{p_2(1-p_2)}{n_2}}}$$

當 $|Z_b| > 1.96$，則代表有顯著差異。

三、卡方檢定（Chi-Square Test）

進行「母體與樣本結構之適合度檢定」以及「變項間關聯性之檢定」是否達到統計上顯著的差異水準，據以判定變項間的關聯性。

1. 母體與樣本結構之適合度檢定

為求調查結果能如實反映母體實況（如：分佈區域、性別以及年齡別），若經卡方分析的適合度檢定，發現母體結構與樣本結構不符，即加權進行樣本結構之調整，使樣本結構能夠符合母體結構。

2. 變項間關聯性檢定

為瞭解不同重要變項與基本變項（如年齡、教育程度、性別）之間有無顯著的關聯性存在，亦採取卡方分析檢定，卡方值若是達到統計上顯著水準，則可判定兩變項之間有關聯存在。但卡方分析仍有其限制存在，交叉分析中，若有超過 25%的期望樣本數小於 5，則該卡方分析檢定應視為無效。

玖、抽樣誤差

本次電話訪問調查共計成功完成有效樣本為 2,489 份，在 95%的信心水準下，抽樣誤差在±2.0%之間。

拾、撥號結果

本次調查統計撥打 41,035 通電話，扣除無人接聽、電話占線、空號及傳真機等非人為因素與接電話者拒訪、其他中止情況外，實際完成的成功樣本為 2,489 人，如下表 2。

表 2 接觸紀錄表

項目	次數	有接通電話百分比	總撥出電話百分比
完成訪問	2,489	23.7%	6.1%
拒訪_太忙沒時間	1,644	15.7%	4.0%
拒訪_對這個主題沒興趣或不清楚	1,321	12.6%	3.2%
拒訪_覺得被侵犯個人隱私反對電話調查	159	1.5%	0.4%
拒訪_已經受過類似訪問	27	0.3%	0.1%
中止訪問_非住宅電話	769	7.3%	1.9%
中止訪問_無合格受訪者	1,522	14.5%	3.7%
中止訪問_年齡拒答	69	0.7%	0.2%
中止訪問_居住縣市/鄉鎮市區/村里拒答	54	0.5%	0.1%
中止訪問_核心題目超過一半以上為不知道或拒答者為無效樣本	5	0.0%	0.0%
中止訪問_約訪電話	1,059	10.1%	2.6%
中止訪問_因受訪者生理/心理因素無法進行訪問	248	2.4%	0.6%
中止訪問_語言不通(如原住民、外語等)無法進行訪問	57	0.5%	0.1%
中止訪問_受訪者不在家等・・無法進行訪問	27	0.3%	0.1%
中止訪問_原因不明，甚麼都沒說就掛電話	1,048	10.0%	2.6%
小計	**10,498**	**100.0%**	**25.6%**
項目	**次數**	**未接通電話百分比**	**總撥出電話百分比**
無人接聽	7,407	24.3%	18.1%
空號	20,568	67.4%	50.1%
忙線	721	2.4%	1.8%
傳真機	941	3.1%	2.3%
住宅答錄機	47	0.2%	0.1%
非住宅電話	781	2.6%	1.9%
電話故障	44	0.1%	0.1%
暫停使用	20	0.1%	0.0%
勿干擾	8	0.0%	0.0%
小計	**30,537**	**100.0%**	**74.4%**
合計	**41,035**	**100.0%**	**100.0%**

拾壹、樣本代表性分析

調查結束後，為能使量化調查之結果更符合母體結構，因此依據內政部戶政司105年10月底全國各縣市55歲以上現住人口數統計表為參考依據，對調查之樣本資料進行檢定發現與母體結構不一致，因此進行加權。加權後針對樣本縣市、性別及年齡進行樣本代表性檢定(即卡方檢定)，經檢定發現，樣本在性別、年齡、各縣市與母體之間沒有顯著差異，故調查樣本具有母體代表性，可進行後續各項推估及分析，如下表3至表5。

表 3 樣本分配表：性別

人口變項	母體		加權前樣本		加權後樣本		Chi-Square		
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	卡方檢定結果		
男	3,027,766	47.5%	1,104	44.4%	1,182	47.5%	DF	1	與母體結構一致
女	3,346,778	52.5%	1,385	55.6%	1,307	52.5%	x^2	0.0000	
合計	**6,374,544**	**100.0%**	**2,489**	**100.0%**	**2,489**	**100.0%**	P-value	1.0000	

表 4 樣本分配表：年齡

人口變項	母體		加權前樣本		加權後樣本		Chi-Square		
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	卡方檢定結果		
55-59歲	1,748,280	27.4%	548	22.0%	684	27.5%			
60-64歲	1,553,494	24.4%	675	27.1%	604	24.3%			
65-69歲	1,094,702	17.2%	517	20.8%	432	17.3%			
70-74歲	662,858	10.4%	322	12.9%	253	10.2%	DF	7	與母體結構一致
75-79歲	576,033	9.0%	223	9.0%	228	9.1%	x^2	0.4718	
80-84歲	386,973	6.1%	133	5.3%	149	6.0%	P-value	0.99954	
85-89歲	239,795	3.8%	55	2.2%	97	3.9%			
90歲以上	112,409	1.8%	16	0.6%	43	1.7%			
合計	**6,374,544**	**100.0%**	**2,489**	**100.0%**	**2,489**	**100.0%**			

表 5 樣本分配表：縣市

人口變項	母體		加權前樣本		加權後樣本		Chi-Square		
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	卡方檢定結果		
新北市	1,048,493	16.4%	394	15.8%	407	16.4%			
臺北市	812,227	12.7%	310	12.5%	314	12.6%			
桃園市	483,129	7.6%	180	7.2%	188	7.5%			
臺中市	656,146	10.3%	246	9.9%	256	10.3%			
臺南市	530,991	8.3%	199	8.0%	208	8.4%			
高雄市	775,772	12.2%	288	11.6%	303	12.2%			
宜蘭縣	131,636	2.1%	47	1.9%	52	2.1%			
新竹縣	125,911	2.0%	50	2.0%	50	2.0%			
苗栗縣	158,093	2.5%	57	2.3%	63	2.5%			
彰化縣	352,548	5.5%	131	5.3%	139	5.6%	DF	21	與母體結構一致
南投縣	154,538	2.4%	56	2.2%	60	2.4%	χ^2	0.1522	
雲林縣	212,962	3.3%	77	3.1%	85	3.4%	P-value	1.0000	
嘉義縣	168,052	2.6%	81	3.3%	66	2.7%			
屏東縣	250,768	3.9%	91	3.7%	99	4.0%			
臺東縣	64,720	1.0%	31	1.2%	25	1.0%			
花蓮縣	97,276	1.5%	34	1.4%	38	1.5%			
澎湖縣	29,347	0.5%	30	1.2%	12	0.5%			
基隆市	110,444	1.7%	39	1.6%	42	1.7%			
新竹市	98,832	1.6%	44	1.8%	38	1.5%			
嘉義市	71,870	1.1%	35	1.4%	28	1.1%			
金門縣	37,527	0.6%	38	1.5%	15	0.6%			
連江縣	3,262	0.1%	31	1.2%	1	0.1%			
合計	**6,374,544**	**100.0%**	**2,489**	**100.0%**	**2,489**	**100.0%**			

第五節 焦點團體訪談

壹、研究目的

針對全國 55 歲以上受訪者，舉辦「焦點團體訪談」，透過北、中、南、東四場焦點訪談，瞭解受訪者己身的消費行為、需求與意識及對於政府在保護高齡消費者政策上之看法與建議。

貳、研究方法

「焦點團體訪談」(Focus Group)，主要方式是邀請 6~10 位符合特定條件的成員所組成的團體，由一位主持人(moderator)引導來對某一個議題或觀念進行深入討論，而主要目的在於能探討較深入之議題，及了解更多心裡深層的原因；另外，還有一項優點在於，焦點團體訪談不單只是一對一的訪談，而是透過群體之動力，來引發出更深層之意見或看法。(周雅容，1997)

參、訪談時間及對象

本研究四場焦點團體訪談邀約對象設定為年齡滿 55 歲以上之全國各縣市受訪者，且接受過本次電話調查之成功的受訪者。

邀約結果如下：

一、北區高齡受訪者焦點團體訪談

時間：2016/12/01　14:00-16:00

座談會主持：趨勢民調股份有限公司 吳世昌 總經理(主持)

座談會參與名單：

編號	居住地區	性別	年齡
A1	台北市	男	76 歲
A2	桃園市	女	57 歲
A3	新北市	男	66 歲
A4	新北市	女	62 歲
A5	台北市	女	55 歲
A6	桃園市	女	59 歲
A7	基隆市	女	59 歲

A8	新北市	男	59 歲
A9	台北市	女	67 歲

二、中區高齡受訪者焦點團體訪談

時間：2016/12/02　15:00-17:10

座談會主持：趨勢民調股份有限公司 吳沂貞 研究經理(主持)

座談會參與名單：

編號	居住地區	性別	年齡
B1	台中市	女	70 歲
B2	雲林縣	女	57 歲
B3	彰化縣	女	59 歲
B4	南投縣	男	64 歲
B5	台中市	男	62 歲
B6	台中市	女	73 歲
B7	南投縣	女	75 歲
B8	台中市	女	64 歲

三、南區高齡受訪者焦點團體訪談

時間：2016/12/02　14:00-16:00

座談會主持：趨勢民調股份有限公司 高修恒 研究員(主持 1)
邱孟篁 研究員(主持 2)

座談會參與名單：

編號	居住地區	性別	年齡
C1	高雄市	男	58 歲
C2	屏東市	男	60 歲
C3	高雄市	女	68 歲
C4	高雄市	女	60 歲
C5	臺南市	女	56 歲
C6	臺南市	女	66 歲

C7	高雄市	女	60 歲
C8	屏東市	女	58 歲

四、東區高齡受訪者焦點團體訪談

時間：2016/12/02　14:00-16:00

座談會主持：趨勢民調股份有限公司 吳世昌 總經理(主持)

座談會參與名單：

編號	居住地區	性別	年齡
D1	花蓮縣	女	55 歲
D2	宜蘭縣	女	58 歲
D3	花蓮縣	男	79 歲
D4	花蓮縣	女	73 歲
D5	花蓮縣	女	72 歲
D6	花蓮縣	男	73 歲
D7	花蓮縣	男	65 歲
D8	花蓮縣	男	78 歲
D9	花蓮縣	女	72 歲
D10	花蓮縣	女	55 歲
D11	臺東縣	女	56 歲
D12	宜蘭縣	女	55 歲
D13	花蓮縣	女	62 歲
D14	花蓮縣	男	55 歲

肆、訪談大綱

訪談過程依照量化調查題組進行微調並進一步詢問詳細狀況，大綱設計如下：

一、初步瞭解受訪者平時消費的習性。

1.平常較常去哪裡消費，選擇的原因？

2.生活上有甚麼最需要的商品或服務嗎？

3.平常購物，會不會注意商品包裝或標示上的文字？

4.平時會不會因為有人推薦就去消費、購買商品或服務？

5.平常消費時，店家對待您和其他人有沒有差別待遇？

6.有沒有發生過消費後，發現實品跟想像中有落差的經驗？如何處理？

7.有沒有遇到過消費詐騙；有的話是如何處理；為何選擇該處理方式？

二、消費者自身消費保護。

1.在簽約時，會不會注意契約內容？原因？

2.知不知道政府在保護高齡消費者上做了哪些政策？

三、相關建議與回饋。

1. 消費相關的宣導政策應該再如何推廣增加知曉度？

2. 目前消費上有遇到甚麼樣的困難，希望如何改進？

第六節 深度訪談

壹、訪談目的

就量化及焦點團體的調查結果，透過與專家學者以其自身的專業經驗與觀察進行深度訪談，以做為最終研議政府未來高齡消費者保護政策及措施建議之參考。

貳、研究方法

「深度訪談」(In-Depth Interview)，主要是具有某種特定主題，藉由面對面(一對一)的言語訪談，使受訪者能夠自主提供一些資料或表達他對某項事物的意見或看法，以獲得其對於某種現象或研究議題/課題的主觀看法。所以，深度訪談是一種有目的的談話過程，可以讓研究者透過訪談得知受訪者對問題所提供的資料和看法。(Babbie，2004)而訪談的方式，社會科學研究習慣將其劃分為三種類型，分別為（潘淑滿，2003）：

（1）結構式訪談，又稱為正式訪談。

（2）無結構式訪談，又可稱為開方式訪談。

（3）半結構式訪談，又稱為引導式訪談。

本研究所採取的訪問為半結構式訪談，也就是以「訪談大綱」進行，對象以個人為主。半結構式的訪談內容，並不嚴格限定問題的形式或次序，會依照當時訪談的氣氛來做彈性調整訪問內容，且在時間的考量下，研究者會以預先準備的一份訪談大綱給予受訪者預作準備。(王建雄，2008)。

參、訪談時間及對象

本研究事前篩選與老人、高齡、長者照顧、消費者保護等領域有相關的專家學者、消保代表後，提供邀約名單供委託單位過目。而經委託單位確認邀約名單後，以電話、電子信件等方式聯繫邀約進行後續一對一的訪談。

本次成功訪談之八位專家學者名單與時間如下表 6：

表 6 專家學者訪談名單與時間

學者	專長	服務單位	訪問時間	訪問地點
學者 A	老人福利	國立臺灣大學	2016/12/05 11:00-12:00	國立臺灣大學
學者 B	老人社會工作、社會福利政策、年金制度、日本研究	長庚科技大學	2016/12/07 17:00-18:00	長庚科技大學
學者 C	高齡住居與環境規劃、高齡社會學、產業分析、都市及區域計劃、地政、不動產投資	國立空中大學	2016/12/08 16:00-17:00	國立空中大學
學者 D	老年社會學	國立聯合大學	2016/12/08 18:00-19:00	趨勢民調公司
學者 E	民法、消費者保護法、產品責任法、文教服務民事責任、歐盟法、環境私法	國立台北教育大學	2016/12/09 11:00-12:00	國立台北教育大學
學者 F	老人福利	輔仁大學	2016/12/09 11:00-12:00	趨勢民調公司
學者 G	高齡者休閒、失智症與休閒生命回顧療法、休閒治療	國立師範大學	2016/12/11 11:00-12:00	國立師範大學
學者 H	跨文化老年研究、長期照顧、性別與福利政策	台北大學	2016/12/02 11:00-12:00	趨勢民調公司

肆、訪談大綱

訪談過程依照受訪專家的專長進行微調，大綱設計如下：

一、針對本年度之調查結果(包含量化與質化調查完整提供學者參閱)進行討論，瞭解專家學者的看法。

1.對於受訪者最常需要之商品或服務與其獲得上之困難的看法？

2.對於受訪者注意商品標示頻率的看法？

3.對於舉辦消費相關教育講座的看法？

4.對於受訪者注意商品標示頻率的看法？

二、透過本年度的初步結果，對於 55 歲以上受訪者的消費意識教育該如何著手，讓消費者不僅有消費意識，還能落實於生活中。

1.對於受訪者獲取資訊來源的看法？

2.對於定型化契約之於受訪者作用看法？

三、針對本次的調查結果，就政府施政可加強或改進的政策方向及措施提供建議。

四、對於本調查案相關建議（如：未來年度的研究設計、或議題等等）。

第四章 量化調查結果分析

本章係就問卷調查結果進行統計分析。在分析過程中所涉及的事項，分述說明如下：

一、因歷年所辦理之國民消費意識及消費行為調查年齡層與本次調查特別針對年滿 55 歲以上之受訪者的樣本配置比率並不同，因此為了提供歷年調查結果，於本次調查結果進行撰述外，將歷年相同或類似之調查結果一併列出，而其值僅供參考。希以此次調查為基礎，建立 55 歲以上之調查結果數據以建立歷年比較之數據。

二、以下調查樣本在性別、年齡、各縣市經加權處理後與母體之間沒有顯著差異，故調查樣本具有母體代表性，可進行後續各項推估及分析。

三、以下調查結果(受訪人數及百分比)因四捨五入或複選題之故，各選項受訪人數合計可能不等於該問項總回答人數，百分比合計可能不等於 100.0%。

四、以下調查結果將每題與基本變項之交叉進行撰寫，未通過樣本差異性檢定之敘述僅供參考，另特別針對有通過樣本差異性檢定之變項統整於小結處進行撰寫。

第一節　樣本特徵分析

本節樣本特徵分析將分析樣本的性別、年齡、教育程度、縣市別、居住地區、高齡階段、職業、健康程度、居住型態等。

加權後樣本之特徵屬性統計如下表所示，其中性別、年齡及縣市、居住地區與實際人口比例相當，其他樣本輪廓則分析如下表 7：

(一)教育程度：以小學及以下的比率較高，占 29.2%，其次依序為高中職(28.6%)、初中、國中(16.3%)、大學(12.3%)、專科(10.3%)、研究所及以上(2.5%)。

(二)目前工作狀態：以沒有工作的比率較高，占 70.5%，有的占 29.3，另有 0.2%無明確意見。

(三)職業：以技術工/機械設備操作或組裝/體力工的比率較高，占 21.0%，其次依序為家管(16.6%)、商業買賣/服務人員(12.9%)等。

(四)健康程度：有 75.3%的受訪者表示健康(16.8%非常健康、58.5%還算健康)，18.5%不健康(15.5%不太健康、3.0%非常不健康)，另有 6.2%無明確意見。

(五)居住型態：以與子女同住(包含子女配偶及孫子女)的比率較高，占 31.6%，其次依序為和配偶與子女同住(30.2%)、和配偶同住(22.8%)等。

(六)經濟來源：以正職工作的比率較高，占 25.3%，其次依序為退休金(22.7%)、子女奉養(20.3%)等。

表 7 調查樣本整體輪廓

項目	類別	百分比	項目	類別	百分比
性別	男性	47.5%	年齡	55-59歲	27.5%
	女性	52.5%		60-64歲	24.3%
縣市別	新北市	16.4%		65-69歲	17.3%
	臺北市	12.6%		70-74歲	10.2%
	桃園市	7.5%		75-79歲	9.1%
	臺中市	10.3%		80-84歲	6.0%
	臺南市	8.4%		85歲以上	5.6%
	高雄市	12.2%	高齡階段	高齡初期(老年)	51.8%
	宜蘭縣	2.1%		高齡中期	36.6%
	新竹縣	2.0%		高齡後期	11.6%
	苗栗縣	2.5%	教育程度	小學及以下	29.2%
	彰化縣	5.6%		初中、國中	16.3%
	南投縣	2.4%		高中、高職	28.6%
	雲林縣	3.4%		專科	10.3%
	嘉義縣	2.6%		大學	12.3%
	屏東縣	4.0%		研究所及以上	2.5%
	臺東縣	1.0%		無明確意見	0.8%
	花蓮縣	1.5%	工作狀態	有	29.3%
	澎湖縣	0.5%		沒有	70.5%
	基隆市	1.7%		無明確意見	0.2%
	新竹市	1.5%	職業	技術工/機械設備操作或組裝/體力工	21.0%
	嘉義市	1.1%		家管	16.6%
	金門縣	0.6%		商業買賣/服務人員	12.9%
	連江縣	0.1%		軍警公教	9.4%
居住地區	北北基	30.7%		企業主管/專業人員	9.1%
	桃竹苗	13.6%		農林漁牧礦	8.9%
	中彰投	18.3%		自營商/企業主	7.3%
	雲嘉南	15.5%		文書事務人員	5.6%
	宜花東	4.6%		助理專業人員/技術人員	5.3%
	高屏	16.2%		無業/待業	2.1%
	金馬澎	1.1%		無明確意見	1.8%
居住型態	與子女同住(包含子女配偶及孫子女)	31.6%	收入來源	正職工作	25.3%
	和配偶與子女同住	30.2%		退休金	22.7%
	和配偶同住	22.8%		子女奉養	20.3%
	獨居(1人)	8.0%		銀行存款	9.0%
	父母	2.4%		配偶供給	7.5%
	和父母、配偶與子女同住	1.8%		老人年金	4.9%
	和父母與配偶同住	0.8%		兼職工作	2.5%
	與子女住在鄰近的地方	0.6%		投資獲利	2.1%
	和兄弟姊妹同住	0.5%		國民年金	1.4%
	和配偶與孫子女同住	0.3%		老農津貼	0.7%
	與看護(外勞)同住	0.1%		社會福利補助或津貼	0.4%
	與孫子女同住	0.1%		兄弟姊妹供給	0.1%
	住在老人集合式住宅	0.1%		父母遺產	0.1%
	與友人同住	0.1%		信徒供養金	0.1%
	無明確意見	0.6%		無明確意見	2.9%
健康程度	非常健康	16.8%			
	還算健康	58.5%			
	不太健康	15.5%			
	非常不健康	3.0%			
	無明確意見	6.2%			
有效樣本數：2489					

一、性別

(一)整體方面

本次受訪者男性占 47.5%，女性占 52.5%。

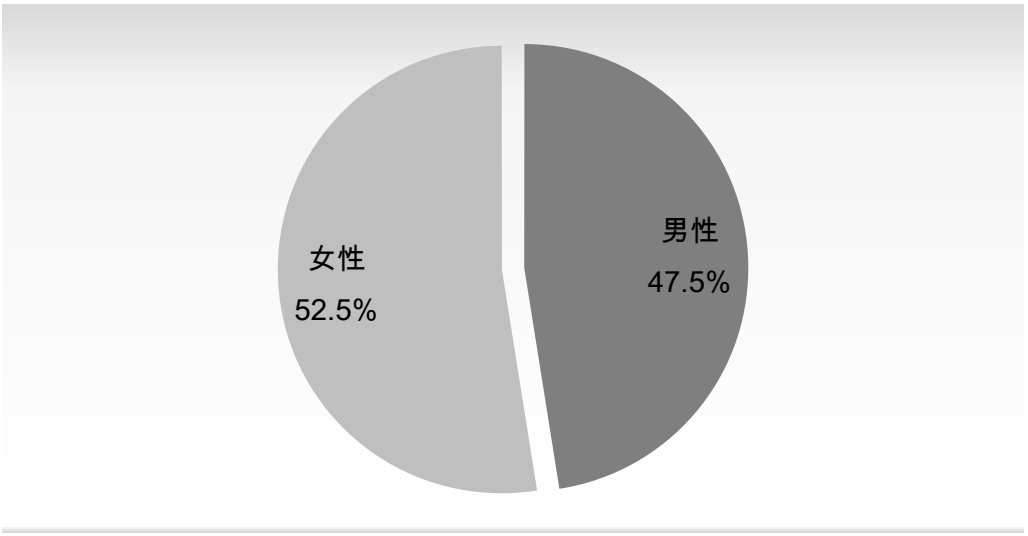

圖 4 基本資料-性別

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點)

(二)交叉分析

居住地區：雲嘉南的受訪者以男性(52.8%)的比率較其他高；北北基的受訪者以女性(58.7%)的比率較其他高。

年　　齡：85 歲以上的受訪者以男性(64.2%)的比率較其他年齡層高；55-59 歲的受訪者以女性(57.8%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：研究所及以上學歷的受訪者以男性(73.3%)的比率較其他教育程度高；小學及以下學歷的受訪者以女性(61.3%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：軍警公教的受訪者以男性(64.9%)的比率較其他職業者高；家管的受訪者以女性(99.8%)的比率較其他職業者高。

(三)小結

從性別來看，男性以雲嘉南、85 歲以上(高齡後期)、研究所及以上學歷、軍警公教的受訪者比率較高；女性以北北基、55-59 歲(高齡

初期)、家管的受訪者比率較高。

二、年齡

(一)整體方面

本次受訪者年齡以 55-59 歲比率較高，占 27.5%，其次依序為 60-64 歲(24.3%)、65-69 歲(17.3%)、70-74 歲(10.2%)、75-79 歲(9.1%)、80-84 歲(6.0%)及 85 歲以上(5.6%)。

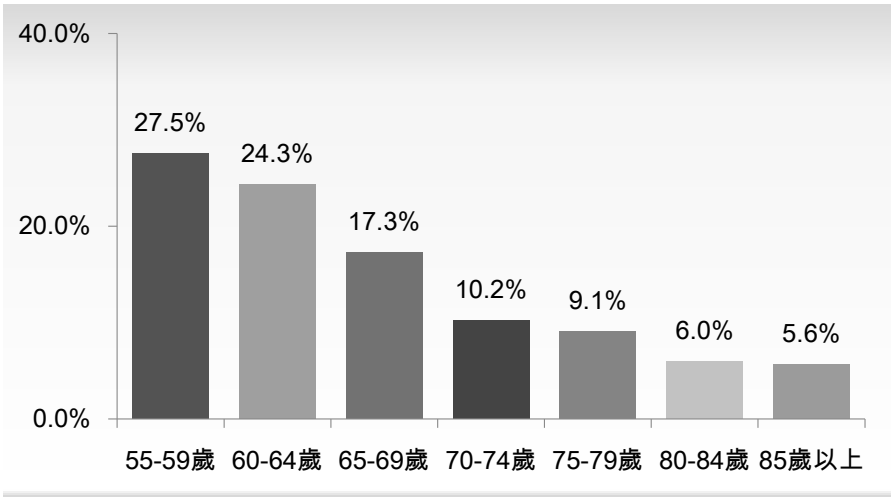

圖 5 基本資料-年齡

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點)

若依照高齡階段來進行劃分，則可發現以高齡初期(老年)的比率較高，占 51.8%，其次依序為高齡中期(36.6%)、高齡後期(11.6%)。

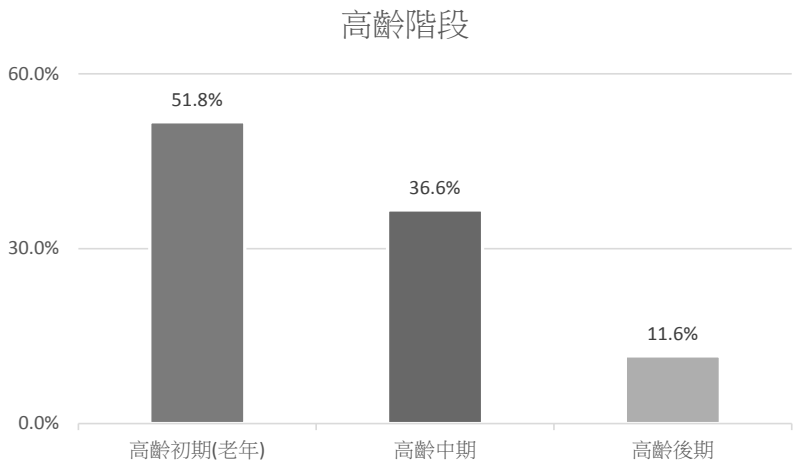

圖 6 基本資料-高齡階段

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點)

(二)交叉分析

性　　別：女性受訪者在 55-59 歲(30.3%)、60-64 歲(26.0%)的比率較男性受訪者高；男性受訪者在 65-69 歲(17.4%)、70-74 歲(11.1%)、75-79 歲(10.0%)、80-84 歲(7.1%)、85 歲以上(7.6%)的比率較高。

居住地區：中彰投的受訪者在 55-59 歲(30.6%)的比率較其他高；高屏的受訪者在 60-64 歲(26.6%)、85 歲以上(7.0%)的比率較其他高；桃竹苗的受訪者在 65-69 歲(21.3%)的比率較其他高；金馬澎的受訪者在 70-74 歲(14.0%)、80-84 歲(13.9%)的比率較其他高；宜花東的受訪者在 75-79 歲(13.4%)的比率較其他高。

教育程度：研究所及以上學歷的受訪者在 55-59 歲(47.3%)的比率較其他教育程度高；高中職學歷的受訪者在 60-64 歲(30.8%)的比率較其他教育程度高；小學及以下學歷的受訪者在 65-69 歲(22.1%)、70-74 歲(14.6%)、75-79 歲(16.1%)、80-84 歲(10.4%)、85 歲以上(10.4%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：文書事務員的受訪者在 55-59 歲(41.8%)的比率較其他職業者高；自營商/企業主的受訪者在 60-64 歲(30.3%)、85 歲以上(14.4%)的比率較其他職業者高；技術工/機械設備操作或組裝/體力工的受訪者在 65-69 歲(20.3%)的比率較其他職業者高；軍警公教的受訪者在 70-74 歲(13.0%)的比率較其他職業者高；無業/待業的受訪者在 75-79 歲(47.3%)的比率較其他職業者高；農林漁牧礦的受訪者在 80-84 歲(8.5%)的比率較其他職業者高。

(三)小結

從年齡來看，55-59 歲以女性、中彰投、研究所及以上學歷、文書事務員的受訪者比率較高；60-64 歲以女性、中彰投、研究所及以上學歷、自營商/企業主的受訪者比率較高；65-69 歲以男性、桃竹苗、小學及以下學歷、技術工/機械設備操作或組裝/體力工的受訪者比率較高； 70-74 歲以男性、金馬澎、小學及以下學歷、軍警公教的受訪者比率較高；75-79 歲以男性、宜花東、小學及以下學歷、無業/待業

的受訪者比率較高；75-79 歲以男性、宜花東、小學及以下學歷、無業/待業的受訪者比率較高；80-84 歲以男性、金馬澎、小學及以下學歷、農林漁牧礦的受訪者比率較高；85 歲以上以男性、高屏、小學及以下學歷、自營商/企業主的受訪者比率較高。

整體來看，高齡初期的受訪者以女性、雲嘉南、研究所及以上、文書事務人員的比率較高；高齡中、後期的受訪者則以男性、宜花東及金馬澎、小學及以下學歷、農林漁牧礦的比率較高。

三、教育程度

(一)整體方面

本次受訪者教育程度以小學及以下的比率較高，占 29.2%，其次依序為高中職(28.6%)、初中、國中(16.3%)、大學(12.3%)、專科(10.3%)、研究所及以上(2.5%)。

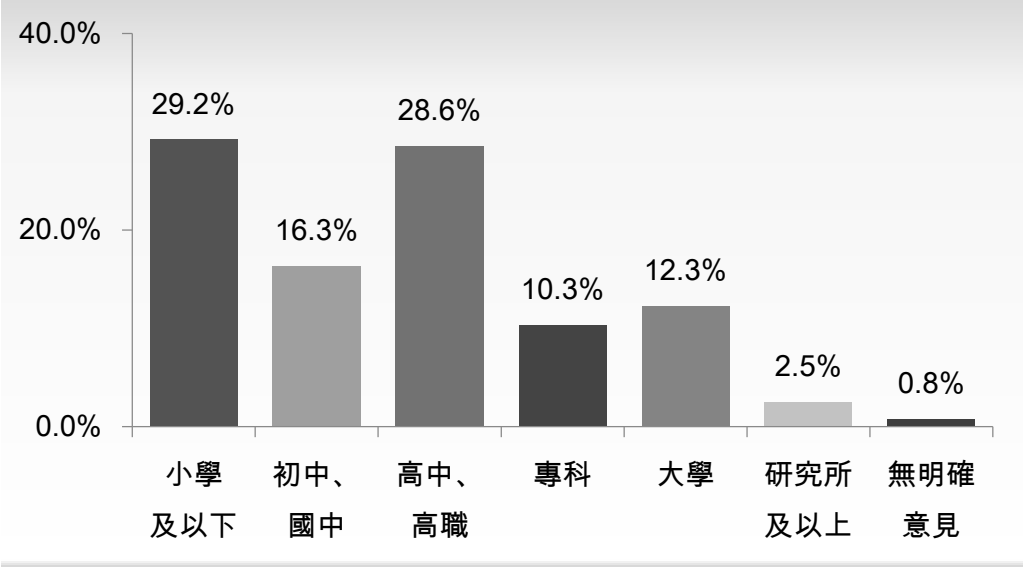

圖 7 基本資料-教育程度

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點)

(二)交叉分析

性　　別：女性受訪者在小學及以下(34.0%)、初中、國中(17.4%)、高中、高職(29.3%)的比率較男性受訪者高；男性受訪者在專科(12.8%)、大學(15.7%)、研究所及以上(3.9%)的比率較高。

居住地區：金馬澎的受訪者在小學及以下(52.6%)的比率較其他高；中彰投的受訪者在初中、國中(18.4%)、專科(12.7%)的比率較其他高；宜花東的受訪者在高中、高職(32.8%)的比率較其他高；北北基的受訪者在大學(18.4%)的比率較其他高；北北基、高屏的受訪者在研究所及以上(3.2%)的比率較其他高。

年　　齡：85 歲以上的受訪者在小學及以下(54.1%)的比率較其他年齡層高；55-59 歲的受訪者在初中、國中(22.7%)、專科

(13.9%)、研究所及以上(4.4%)的比率較其他年齡層高；60-64 歲的受訪者在高中、高職(36.3%)的比率較其他年齡層高；70-74 歲的受訪者在大學(14.6%)的比率較其他年齡層高。

職　　業：農林漁牧礦的受訪者在小學及以下(60.5%)的比率較其他職業者高；技術工/機械設備操作或組裝/體力工的受訪者在初中、國中(24.7%)的比率較其他職業者高；文書事務人員的受訪者在高中、高職(51.4%)、專科(25.1%)的比率較其他職業者高；企業主管/專業人員的受訪者在大學(39.9%)的比率較其他職業者高；軍警公教的受訪者在研究所及以上(12.6%)的比率較其他職業者高。

(三)小結

從教育程度來看，小學及以下以女性、雲嘉南、85 歲以上(高齡後期)、農林漁牧礦的受訪者比率較高；初中、國中以女性、中彰投、55-59 歲(高齡初期)、技術工/機械設備操作或組裝/體力工的受訪者比率較高；高中、高職以女性、宜花東、60-64 歲(高齡初期)、文書事務人員的受訪者比率較高；專科以男性、中彰投、55-59 歲(高齡初期)、文書事務人員的受訪者比率較高；大學以男性、北北基、70-74 歲(高齡中期)、企業主管/專業人員的受訪者比率較高；研究所及以上以男性、北北基、高屏、55-59 歲(高齡初期)、軍警公教的受訪者比率較高。

整體來看，教育程度較低者以女性、金馬澎、高齡後期、農林漁牧礦的比率較高；教育程度較高者以男性、北北基、高屏、高齡初期、軍警公教的比率較高。

四、目前工作狀態

(一)整體方面

本次受訪者目前工作狀態，表示沒有工作的比率較高，占70.5%，有的占29.3，另有0.2%無明確意見。

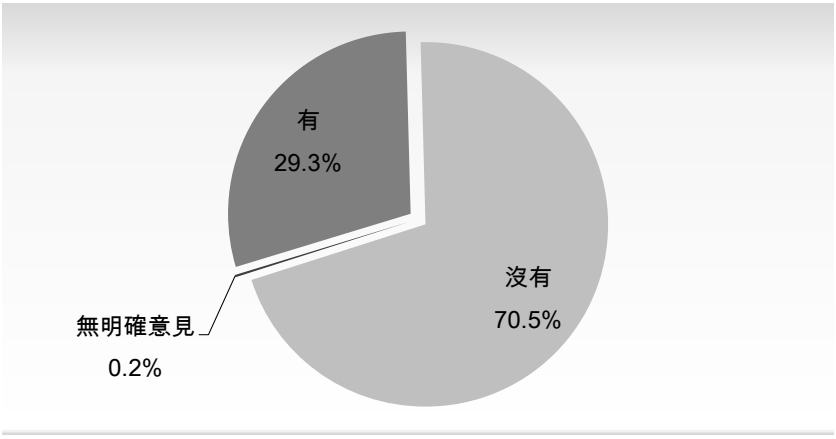

圖 8 基本資料-目前工作狀態

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點)

(二)交叉分析

性　　別：男性受訪者目前有工作(36.7%)的比率較女性高。

居住地區：雲嘉南的受訪者目前有工作(36.7%)的比率較其他高；宜花東的受訪者目前沒有工作(75.4%)的比率較其他高。

年　　齡：55-59 歲的受訪者目前有工作(51.7%)的比率較其他年齡層高；85 歲以上的受訪者目前沒有工作(97.7%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：研究所及以上學歷的受訪者目前有工作(49.3%)的比率較其他教育程度高；小學及以下學歷的受訪者目前沒有工作(80.4%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：商業買賣/服務人員的受訪者目前有工作(46.6%)的比率較其他職業者高；家管的受訪者目前沒有工作(98.5%)的比率較其他職業者高。

(三)小結

從目前工作狀態來看，有工作者以男性、雲嘉南、55-59 歲(高齡初期)、農林漁牧礦的受訪者比率較高；沒有工作者以女性、宜花東、85 歲以上(高齡後期)、小學及以下學歷、家管的受訪者比率較高。

五、職業

(一)整體方面

本次受訪者職業(包含退休前之工作)以技術工/機械設備操作或組裝/體力工的比率較高，占 21.0%，其次依序為家管(16.6%)、商業買賣/服務人員(12.9%)等。

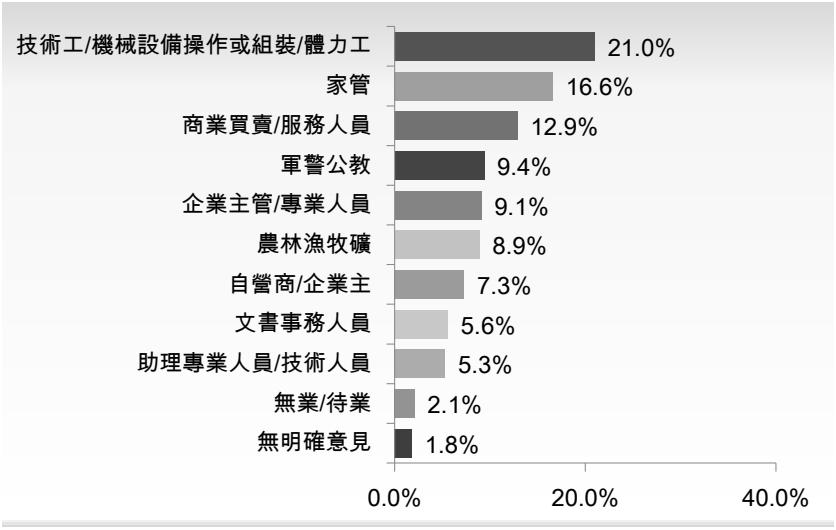

圖 9 基本資料-職業

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點)

(二)交叉分析

性　　別：女性受訪者在家管(31.6%)、文書事務人員(8.1%)的比率較男性受訪者高；男性受訪者在技術工/機械設備操作或組裝/體力工(26.1%)、軍警公教(12.9%)、企業主管/專業人員(12.3%)、農林漁牧礦(12.1%)、自營商/企業主(9.9%)、文書事務人員(6.1%)、助理專業人員/技術人員(2.3%)的比率較高。

居住地區：桃竹苗的受訪者在技術工/機械設備操作或組裝/體力工(24.7%)、商業買賣/服務人員(14.9%)、企業主管/專業人員(10.3%)的比率較其他高；金馬澎的受訪者在家管(27.0%)、軍警公教(19.8%)的比率較其他高；雲嘉南的受訪者在農林漁牧礦(15.3%)的比率較其他高；北北基的受訪者在文書事務人員(8.8%)、助理專業人員/技術人員(7.0%)的比率較其他高；；高屏的受訪者在自營商/企業主

(7.5%)的比率較其他高。

年　　齡：65-69 歲(24.5%)、75-79 歲(24.4%)的受訪者在技術工/機械設備操作或組裝/體力工的比率較其他年齡層高；75-79 歲的受訪者在家管(17.7%)的比率較其他年齡層高；55-59 歲的受訪者在商業買賣/服務人員(14.9%)、文書事務人員(8.5%)、助理專業人員/技術人員(7.4%)的比率較其他年齡層高；85 歲以上的受訪者在軍警公教(24.1%)、農林漁牧礦(21.8%)的比率較其他年齡層高；80-84 歲的受訪者在企業主管/專業人員(10.7%)的比率較其他年齡層高；60-64 歲的受訪者在自營商/企業主(9.1%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：小學及以下學歷的受訪者在技術工/機械設備操作或組裝/體力工(33.9%)、家管(23.5%)、農林漁牧礦(18.5%)的比率較其他教育程度高；高中、高職學歷的受訪者在商業買賣/服務人員(18.0%)的比率較其他教育程度高；研究所及以上學歷的受訪者軍警公教(46.9%)、企業主管/專業人員(32.5%)、自營商/企業主(10.4%)的比率較其他教育程度高；專科學歷的受訪者在文書事務人員(13.6%)、助理專業人員/技術人員(10.7%)的比率較其他教育程度高。

(三)小結

從職業來看，技術工/機械設備操作或組裝/體力工以男性、桃竹苗、65-69 歲(高齡中期)、75-79 歲、小學及以下的受訪者比率較高；家管以女性、金馬澎、75-79 歲(高齡中期)、小學及以下的受訪者比率較高；商業買賣/服務人員以桃竹苗、55-59 歲(高齡初期)、文書事務人員的受訪者比率較高；專科以男性、中彰投、55-59 歲(高齡初期)、高中、高職的受訪者比率較高；軍警公教以男性、金馬澎、85 歲以上(高齡後期)、研究所及以上的受訪者比率較高；企業主管/專業人員以男性、桃竹苗、80-84 歲(高齡中期)、研究所及以上的受訪者比率較高。

六、健康程度

(一)整體方面

在自身健康程度上，有 75.3%的受訪者表示健康(16.8%非常健康、58.5%還算健康)，18.5%不健康(15.5%不太健康、3.0%非常不健康)，另有 6.2%無明確意見。

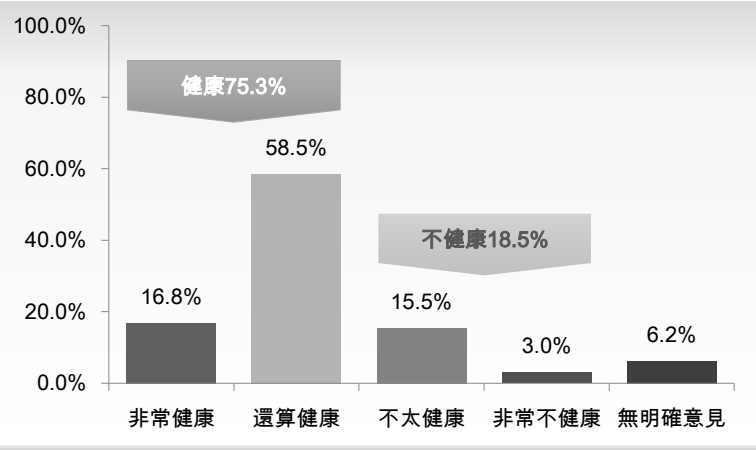

圖 10 基本資料-健康程度

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點)

(二)交叉分析

性　　別：男性受訪者表示「健康」(76.0%)的比率較女性受訪者(74.7%)高。

居住地區：桃竹苗的受訪者表示「健康」(79.3%)的比率較其他地區高；金馬澎的受訪者表示「不健康」(26.4%)的比率較其他地區高。

年　　齡：55-59 歲的受訪者表示「健康」(83.4%)的比率較其他年齡層高；85 歲以上的受訪者表示「不健康」(32.7%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：研究所及以上學歷的受訪者表示「健康」(96.6%)的比率較其他教育程度高；小學及以下學歷的受訪者表示「不健康」(28.2%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：助理專業人員/技術人員表示「健康」(83.9%)的比率較其他高；無業/待業者表示「不健康」(27.7%)的比率較其他

高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現，覺得自己身體健康的受訪者特性以55-59 歲(高齡初期)、研究所及以上學歷、專業人員/技術人員為主；覺得自己身體不健康的受訪者特性以 85 歲以上(高齡後期)、小學及以下學歷、無業/待業為主。

整體來說，由於健康狀況屬於受訪者自身主觀的感受，但也可以發現隨著年齡的增加，多數受訪者多表示自己身體並不是那麼的健康。

七、居住型態

(一)整體方面

本次受訪者目前的居住型態以與子女同住(包含子女配偶及孫子女)的比率較高，占 31.6%，其次依序為和配偶與子女同住(30.2%)、和配偶同住(22.8%)等。

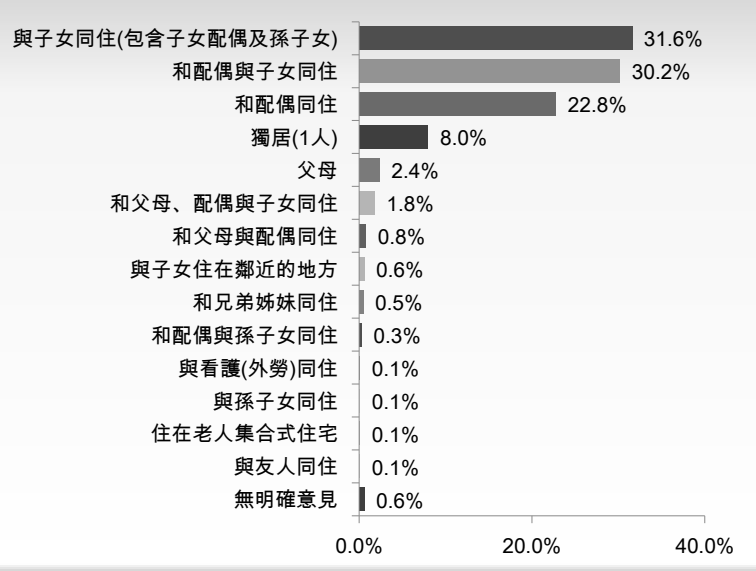

圖 11 基本資料-居住型態

(二)交叉分析

性　　別：女性受訪者表示「與子女同住」(34.9%)、「獨居」(8.7%)的比率較男性受訪者高；男性受訪者表示「和配偶同住」(26.0%)的比率較女性受訪者高。

居住地區：桃竹苗的受訪者表示「與子女同住」(40.8%)的比率較其他地區高；金馬澎的受訪者表示「和配偶同住」(31.9%)的比率較其他地區高；宜花東的受訪者表示「獨居」(13.5%)的比率較其他地區高。

年　　齡：85 歲以上的受訪者表示「與子女同住」(44.1%)、「和配偶同住」(30.5%)的比率較其他年齡層高；80-84 歲的受訪者表示「獨居」(16.8%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：小學及以下學歷的受訪者表示「與子女同住」(41.0%)、「獨居」(13.4%)的比率較其他教育程度高；大學學歷的受訪

者表示「和配偶同住」(31.7%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：家管表示「與子女同住」(37.5%)的比率較其他高；軍警公教表示「和配偶同住」(32.1%)的比率較其他高；技術工/機械設備操作或組裝/體力工表示「獨居」(11.4%)的比率較其他高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現

與子女同住的受訪者特性以女性、桃竹苗、85 歲以上(高齡後期)、小學及以下學歷、家管為主。

和配偶同住的受訪者特性以男性、金馬澎、80-84 歲(高齡後期)、大學學歷、軍警公教為主。

獨居的受訪者特性以女性、金馬澎、85 歲以上(高齡後期)、小學及以下學歷、技術工/機械設備操作或組裝/體力工為主。

八、經濟來源

(一)整體方面

本次受訪者經濟來源以正職工作的比率較高，占 25.3%，其次依序為退休金(22.7%)、子女奉養(20.3%)等。

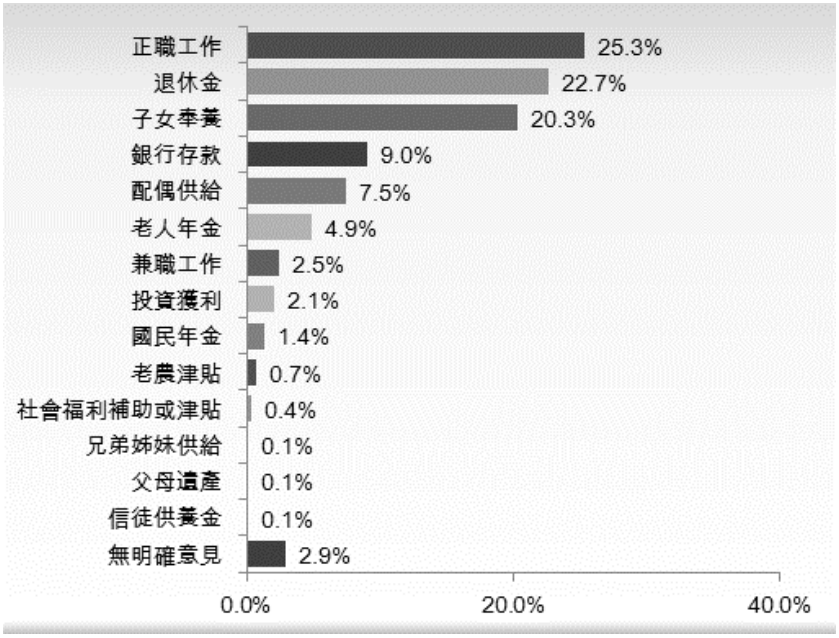

圖 12 基本資料-經濟來源

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點)

(二)交叉分析

性　　別：男性受訪者表示「個人收入存款」(73.4%)、「政府補助」(8.3%)的比率較男性受訪者高；女性受訪者表示「子女/親友供給」(39.2%)的比率較男性受訪者高。

居住地區：雲嘉南的受訪者表示「個人收入存款」(64.2%)的比率較其他地區高;宜花東的受訪者表示「子女親友供給」(32.7%)的比率較其他地區高；金馬澎的受訪者表示「政府補助」(17.8%)的比率較其他地區高。

年　　齡：55-59 歲的受訪者表示「個人收入存款」(72.4%)的比率較其他年齡層高；80-84 歲的受訪者表示「子女親友供給」(40.2%)的比率較其他年齡層高；85 歲以上的受訪者表示「政府補助」(20.8%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：研究所及以上學歷的受訪者表示「個人收入存款」(92.2%)的比率較其他教育程度高；小學及以下學歷的受訪者表示「政府補助」(17.7%)、「子女親友供給」(40.6%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：軍警公教表示「個人收入存款」(92.1%)的比率較其他高；家管表示「子女親友供給」(64.6%)的比率較其他高；農林漁牧礦表示「政府補助」(22.0%)的比率較其他高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現，靠個人收入存款的受訪者特性以男性、雲嘉南、55-59 歲(高齡初期)、研究所及以上學歷、軍警公教為主。

靠子女親友供給的受訪者特性以女性、宜花東、80-84 歲(高齡後期)、小學及以下學歷、家管為主。

靠政府補助的受訪者特性以男性、金馬澎、85 歲以上(高齡後期)、小學及以下學歷、農林漁牧礦為主。

第二節　消費行為與需求議題

一、獲知商品之訊息管道

(一)整體方面

受訪者獲知購買商品的訊息管道以菜市場(42.3%)為主，其次依序為廣告 DM/百貨公司(賣場)型錄(41.4%)、電視(25.4%)、親友推薦(18.5%)、網路(15.8%)及報紙(11.2%)等。

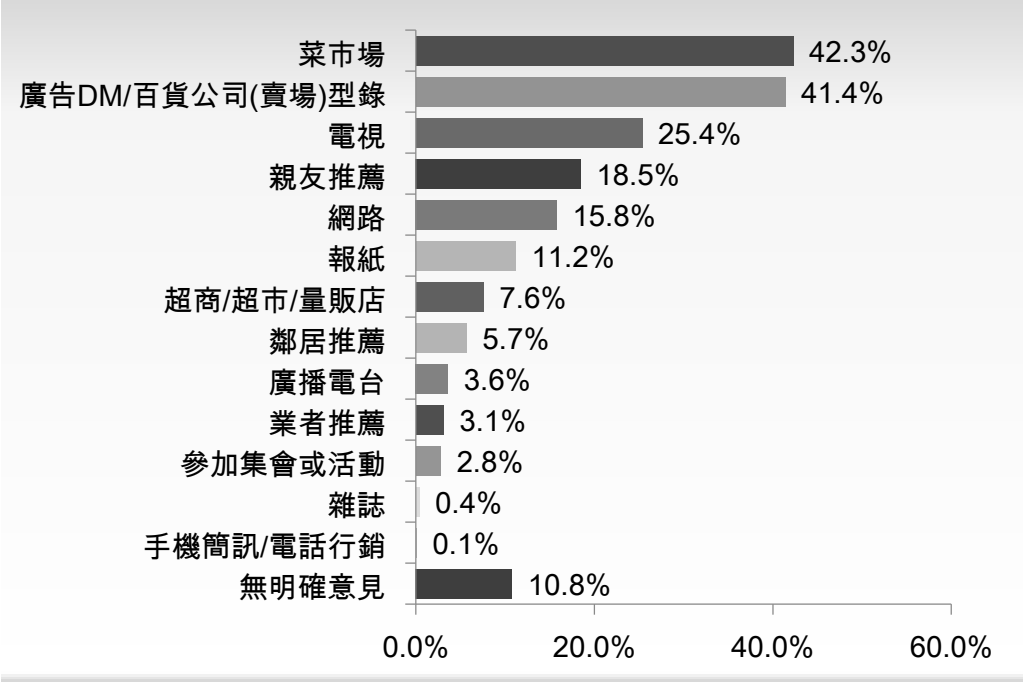

圖 13 獲知購買商品訊息管道

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點) 複選題百分比加總大於 100.0%
註：請問您平常大多從哪裡知道商品(買東西)的資訊較多？

(二)交叉分析

本題為複選題，故僅進行與基本特徵交叉分析，不進行卡方檢定。以下分析僅列入高於 10.0%之選項(見附表)

性　　別：女性受訪者獲得資訊從菜市場(49.3%)、電視(26.8%)、親友推薦(20.4%)、網路(17.1%)的比率較男性受訪者高；男性受訪者獲得資訊從報紙(11.6%)的比率較高。

居住地區：金馬澎的受訪者獲得資訊從菜市場(48.0%)的比率較其他高；桃竹苗的受訪者從廣告 DM/百貨公司(賣場)型錄

(46.6%)、親友推薦(22.7%)、報紙(13.8%)的比率較其他高；北北基的受訪者從電視(29.3%)、網路(20.2%)的比率較其他高。

年　　齡：70-79 歲的受訪者獲得資訊從菜市場(49.9%)的比率較其他年齡層高；55-59 歲的受訪者從廣告 DM/百貨公司(賣場)型錄(50.7%)、電視(31.2%)、親友推薦(23.7%)、網路(27.2%)的比率較其他年齡層高；60-64 歲的受訪者獲得資訊從報紙(13.2%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：小學及以下學歷的受訪者獲得資訊從菜市場(51.0%)的比率較其他教育程度高;大學學歷的受訪者從廣告 DM/百貨公司(賣場)型錄(61.0%)、電視(31.8%)、親友推薦(27.9%)的比率較其他教育程度高;研究所及以上學歷的受訪者從網路(50.9%)、報紙(23.7%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：家管的受訪者獲得資訊從菜市場(51.9%)的比率較其他職業者高；文書事務員的受訪者從廣告 DM/百貨公司(賣場)型錄(59.7%)的比率較其他職業者高；商業買賣/服務人員的受訪者從電視(31.8%)的比率較其他職業者高；軍警公教的受訪者從親友推薦(24.9%)的比率較其他職業者高；企業主管/專業人員的受訪者從網路(26.8%)、報紙(21.7%)的比率較其他職業者高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現，獲知購買商品的訊息管道以菜市場為主的受訪者特性以女性(49.3%)、宜蘭縣(56.4%)、金馬澎(48.0%)、70-79 歲(49.9%)、小學及以下學歷(51.0%)、家管(51.9%)為主。

廣告 DM/百貨公司(賣場)型錄為主的受訪者特性以新竹市(48.2%)、桃竹苗(46.6%)、55-59 歲(50.7%)、大學學歷(61.0%)、文書事務員(59.7%)為主。

電視為主的受訪者特性以女性(26.8%)、基隆市(41.0%)、北北基(29.3%)、55-59 歲(31.2%)、大學學歷(31.8%)、商業買賣/服務人員(31.8%)為主。

親友推薦為主的受訪者特性以女性(20.4%)、新竹市(27.5%)、桃竹苗(22.7%)、55-59 歲(23.7%)、大學學歷(27.9%)、軍警公教(24.9%)為主。

網路為主的受訪者特性以女性(17.1%)、新竹市(26.1%)、北北基(20.2%)、55-59 歲(27.2%)、研究所及以上學歷(50.9%)、企業主管/專業人員(26.8%)為主。

報紙為主的受訪者特性以男性(11.6%)、苗栗縣(21.6%)、桃竹苗(13.8%)、60-64 歲(13.2%)、研究所及以上學歷(23.7%)、企業主管/專業人員(21.7%)為主。

整體來說，受訪者獲得資訊的管道來源還是以實體地方如菜市場以及百貨公司(賣場)型錄/廣告 DM 為主，其中又以高齡中期的受訪者從菜市場獲得資訊的比率相較其他年齡階段的受訪者來的高；其餘資訊管道如百貨公司(賣場)型錄/廣告 DM、電視、親友推薦等則以高齡初期的受訪者為主，顯示受訪者對於獲取資訊的管道可能也與自身購買商品的方式有相關。

二、注意商品標示之頻率

(一)整體方面

調查結果顯示，在購買時注意商品標示上，有 55.0%的受訪者表示每次都會注意，經常會注意(19.7%)、偶爾會注意(11.2%)，都不會注意(9.4%)；另有 4.7%無明確意見。

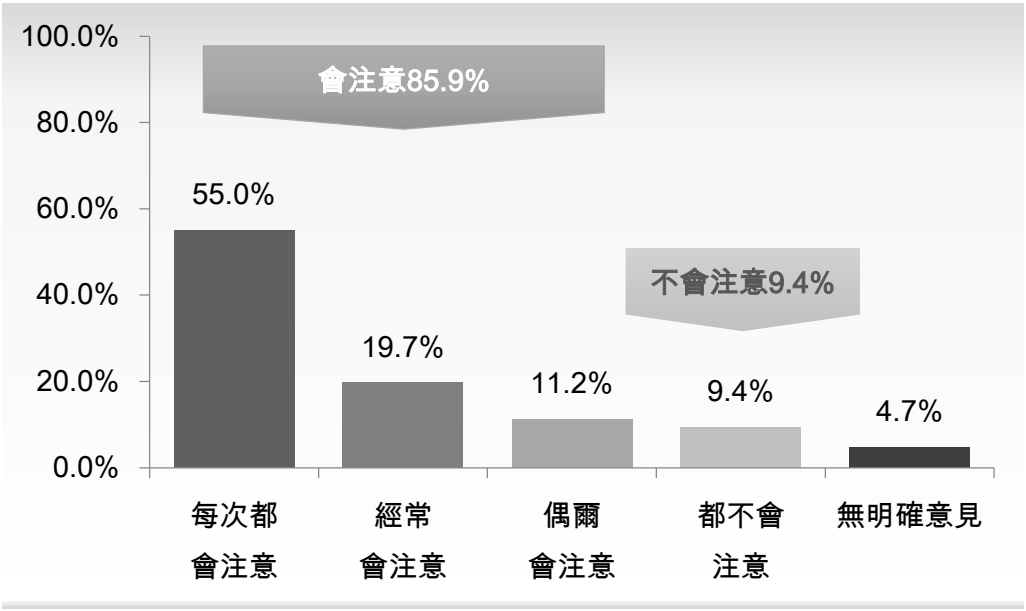

圖 14 注意商品標示之頻率

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點)
註：Q2.在選購包裝食品或飲料時，您會不會注意外包裝上面的有效期限、成份、產地等標示？

(二)交叉分析

經卡方檢定後發現，受訪者注意商品標示之頻率，會隨著其性別、縣市別、居住地區、年齡、教育程度、職業的不同，而有顯著差異，其中由於縣市別的組內期望值小於 5 之細格比率超過 25.0%，故無法進行卡方檢定。(見附表)

性　　別：女性受訪者表示「每次都會注意」(59.0%)的比率較男性受訪者(50.6%)高。

居住地區：北北基的受訪者表示「每次都會注意」(88.8%)的比率較其他地區高；金馬澎的受訪者表示「都不會注意」(13.9%)的比率較其他地區高。

年　　齡：60-64 歲的受訪者表示「每次都會注意」(60.1%)的比率較

其他年齡層高；80-84 歲的受訪者表示「都不會注意」(21.8%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：研究所及以上學歷的受訪者表示「每次都會注意」(74.7%)的比率較其他教育程度高；小學及以下學歷的受訪者表示「都不會注意」(18.0%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：助理專業人員/技術人員表示「每次都會注意」(69.4%)的比率較其他高；農林漁牧礦表示「都不會注意」(18.8%)的比率較其他高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現每次都會注意商品標示的受訪者特性以女性(59.0%)、北北基(88.8%)、60-64 歲(60.1%)、研究所及以上學歷(74.7%)、專業人員/技術人員(69.4%)為主。

都不會注意商品標示的受訪者特性以男性(11.4%)、金馬澎(13.9%)、80-84 歲(21.8%)、小學及以下學歷(18.0%)、農林漁牧礦(18.8%)為主。

整體來說，會注意商品標示的受訪者仍占多數，其中又以女性、北北基、高齡初期與教育程度較高者「每次都會注意」的比率高於其他。而，是否會注意商品標示也與消費者自身消費權益有關，顯示多數受訪仍重視自身消費的權益，會注意商品的標示。

三、生活中最需要之商品或服務

(一)整體方面

調查結果顯示，在生活中最需要之商品或服務上以食品為主，有39.6%，其次則為家用用品(24.1%)、電器用品(7.4%)等，另有 21.7%表示沒有最需要的商品或服務，4.7%無明確意見。

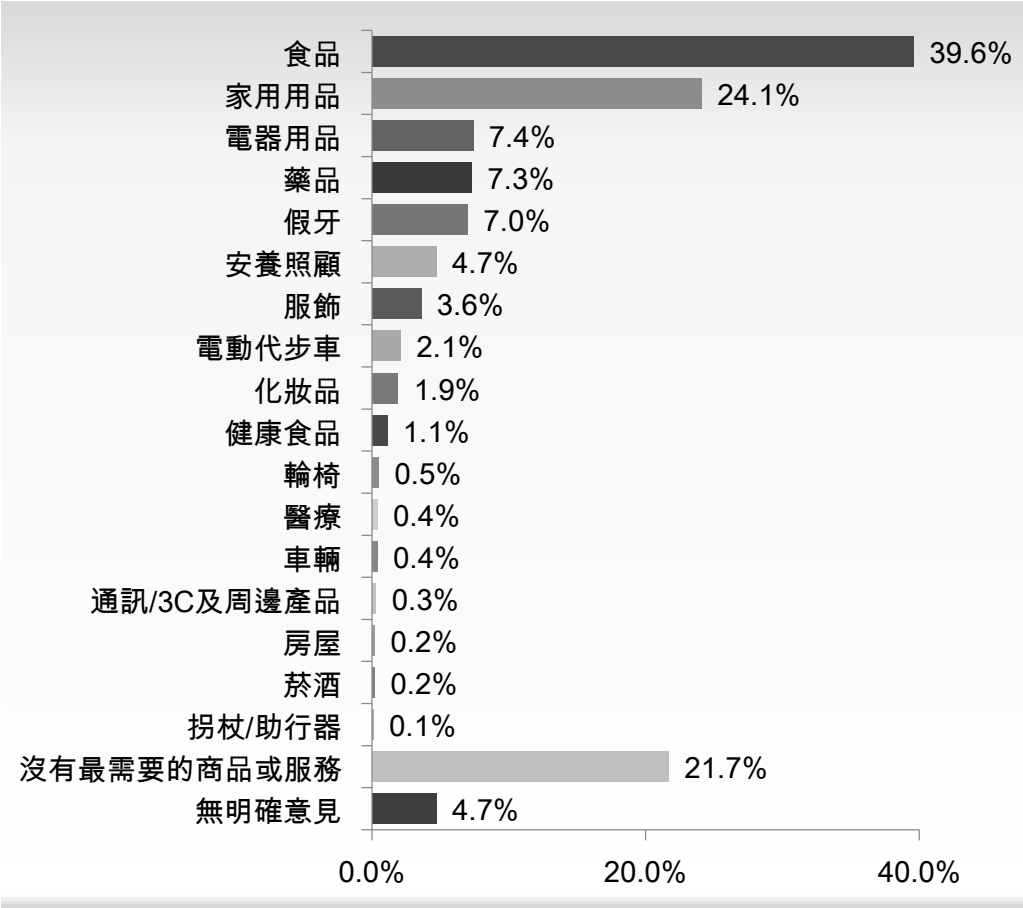

圖 15 生活中最需要之商品或服務

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點) 複選題百分比加總大於 100.0%
註：Q3.請問對您來說，目前生活上最需要的商品或服務是甚麼？

(二)交叉分析

本題為複選題，故僅進行與基本特徵交叉分析，不進行卡方檢定。以下分析僅列入高於 10.0%之選項(見附表)

性　　別：男性受訪者表示「食品」(40.1%)的比率較女性高；女性受訪者表示「家用用品」(25.0%)的比率較男性高。

縣 市 別：新竹縣的受訪者表示「食品」(47.2%)的比率較其他縣市

高；新竹市的受訪者表示「家用用品」(28.3%)的比率較其他縣市高。

居住地區：北北基的受訪者表示「食品」(47.2%)、「家用用品」(27.1%)的比率較其他縣市高。

年　　齡：55-59 歲的受訪者表示「食品」(44.8%)、「家用用品」(31.6%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：大學學歷的受訪者表示「食品」(55.9%)的比率較其他教育程度高；研究所及以上學歷的受訪者表示「家用用品」(33.9%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：軍警公教的受訪者表示「食品」(53.3%)的比率較其他職業者高；文書事務人員的受訪者表示「家用用品」(35.5%)的比率較其他職業者高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現受訪者生活中最需要的商品或服務以食品為主的受訪者特性以男性(40.1%)、北北基(47.2%)、55-59 歲(44.8%)、大學學歷(55.9%)、軍警公教(53.3%)為主。

家用用品為主的受訪者特性以女性(25.0%)、北北基(27.1%)、55-59 歲(31.6%)、研究所及以上學歷(33.9%)、文書事務人員(35.5%)為主。

整體來說，受訪者生活中最需要的商品或服務仍以食品為主，其中又以男性、北北基、高齡初期的受訪者表示需要的比率相較其他高；而其他比率較低的部分，像是藥品、假牙等，較具醫療性需求的商品或服務，則以東部地區、高齡中、後期的受訪者表示有需求的比率較高，顯示受訪者隨著地域的不同與年齡的增長，造成所需求的商品與服務之轉變。

四、購買商品時遇到之消費問題

(一)整體方面

本題再進一步詢問受訪者在目前生活上最需要的商品或服務上所遇到的消費問題，謹依各項商品服務進行問題整理後發現，受訪者普遍表示價格太高的比率較高，詳細請參閱表 6-8。

食品方面，受訪者表示遇到的問題以價格太高(37.6%)的比率較高，其次依序為食安疑慮(6.5%)、收入不足(6.1%)、缺乏購買管道(3.6%)、成分/標示看不懂(3.5%)等。

家用用品方面，受訪者表示遇到的問題以價格太高(25.3%)的比率較高，其次依序為收入不足(7.2%)、不會使用(6.9%)、缺乏購買管道(3.6%)等。

電器用品方面，受訪者表示遇到的問題以價格太高(25.9%)的比率較高，其次依序為不會使用(11.0%)、收入不足(6.9%)、缺乏購買管道(5.5%)等。

藥品方面，受訪者表示遇到的問題以價格太高(22.4%)的比率較高，其次依序為缺乏購買管道(10.2%)、收入不足(5.1%)、不會使用(4.7%)等。

假牙方面，受訪者表示遇到的問題以價格太高(53.0%)的比率較高，其次依序為收入不足(6.0%)、缺乏購買管道(3.2%)等。

安養照顧方面，受訪者表示遇到的問題以價格太高(31.5%)的比率較高，其次依序為收入不足(18.2%)、缺乏購買管道(17.5%)、不會使用(5.4%)等。

服飾方面，受訪者表示遇到的問題以價格太高(19.1%)的比率較高，其次依序為收入不足(5.6%)、標章不實(4.0%)等。

電動代步車方面，受訪者表示遇到的問題以價格太高(28.4%)的比率較高，其次依序為收入不足(15.4%)、缺乏購買管道(5.5%)、缺乏相關補助資訊(4.4%)等。

化妝品方面，受訪者表示遇到的問題以價格太高(36.3%)的比率較高，其次依序為缺乏購買管道(3.6%)等。

健康食品方面，受訪者表示遇到的問題以價格太高(24.5%)的比率較高，其次依序為標章不實(15.4%)、成分/標示看不懂(3.5%)等。

輪椅方面，受訪者表示遇到的問題以價格太高(17.6%)的比率較高，其次依序為收入不足(11.4%)、缺乏購買管道(6.8%)。

醫療方面，受訪者表示遇到的問題以價格太高(13.0%)的比率較高，其次為成分/標示看不懂(8.4%)。

車輛方面，受訪者表示遇到的問題以價格太高(24.8%)的比率較高。

通訊/3C 及周邊產品方面，受訪者表示遇到的問題以不會使用(16.6%)的比率較高，其次為服務態度不佳(13.3%)。

房屋方面，受訪者表示遇到的問題以價格太高(83.2%)的比率較高，其次為收入不足(16.8%)。

菸酒方面，受訪者表示遇到的問題以價格太高(25.1%)的比率較高。

拐杖/助行器方面，受訪者表示遇到的問題以效用不彰(26.5%)的比率較高。

表 8 購買商品時遇到之消費問題

項目	食品		家用用品		電器用品		藥品		假牙	
	樣本數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比
價格太高	371	37.6%	152	25.3%	47	25.9%	41	22.4%	93	53.0%
收入不足	60	6.1%	43	7.2%	13	6.9%	9	5.1%	10	6.0%
行動不便	2	0.2%	1	0.2%	-	-	-	-	-	-
不會使用	20	2.0%	42	6.9%	20	11.0%	8	4.7%	3	1.6%
缺乏購買管道	36	3.6%	22	3.6%	10	5.5%	18	10.2%	6	3.2%
食安疑慮	64	6.5%	-	-	-	-	1	0.2%	-	-
偷斤減兩	9	1.0%	-	-	-	-	-	-	-	-
成分/標示看不懂	34	3.5%	3	0.5%	-	-	6	3.1%	-	-
標示不實	22	2.3%	2	0.4%	1	0.6%	8	4.1%	-	-
服務態度不佳	5	0.5%	1	0.2%	1	0.7%	3	1.5%	-	-
效用不彰	-	-	3	0.5%	5	2.7%	4	1.9%	4	2.1%
缺乏相關補助資訊	-	-	2	0.3%	1	0.7%	-	-	1	0.5%
大陸製品氾濫	1	0.1%	-	-	2	1.0%	-	-	-	-
拒答	493	50.0%	384	64.1%	104	56.7%	103	57.0%	70	40.2%
合計	987	113.4%	600	109.2%	183	111.7%	181	110.2%	175	106.6%

註：Q3-1. 對於[Q3 回答之答案]，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？(可複選)

表 9 購買商品時遇到之消費問題

項目	安養照顧		服飾		電動代步車		化妝品		健康食品		輪椅	
	樣本數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比
價格太高	37	31.5%	17	19.1%	15	28.4%	17	36.3%	7	24.5%	2	17.6%
收入不足	21	18.2%	5	5.6%	8	15.4%	1	1.9%	-	-	1	11.4%
不會使用	6	5.4%	-	-	2	3.6%	-	-	-	-	-	-
缺乏購買管道	20	17.5%	2	2.6%	3	5.5%	2	3.6%	-	-	1	6.8%
食安疑慮	-	-	-	-	-	-	-	-	1	2.5%	-	-
成分/標示看不懂	-	-	-	-	-	-	1	1.9%	1	3.5%	-	-
標示不實	-	-	4	4.0%	-	-	-	-	4	15.4%	-	-
效用不彰	1	0.8%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
缺乏相關補助資訊	2	1.9%	-	-	2	4.4%	-	-	-	-	-	-
外勞品質不佳	1	0.8%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
拒答	42	36.0%	63	70.0%	27	51.1%	27	58.0%	15	54.1%	9	70.4%
合計	117	112.1%	90	101.3%	52	108.4%	47	101.7%	28	100.0%	13	106.2%

註：Q3-1. 對於[Q3 回答之答案]，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？(可複選)

表 10 購買商品時遇到之消費問題

項目	醫療		車輛		通訊/3C及周邊產品		房屋		菸酒		拐杖/助行器	
	樣本數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比	樣本數	百分比
價格太高	1	13.0%	2	24.8%	-	-	4	83.2%	1	25.1%	-	-
收入不足	-	-	-	-	-	-	1	16.8%	-	-	-	-
不會使用	-	-	-	-	1	16.6%	-	-	-	-	-	-
成分/標示看不懂	1	8.4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
服務態度不佳	-	-	-	-	1	13.3%	-	-	-	-	-	-
效用不彰	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	26.5%
拒答	8	78.6%	8	75.2%	5	70.1%	-	-	3	74.9%	2	73.5%
合計	10	100.0%	10	100.0%	7	100.0%	5	100.0%	4	100.0%	3	100.0%

註：Q3-1. 對於[Q3 回答之答案]，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？(可複選)

(二)交叉分析

本題為複選題，故僅進行與基本特徵交叉分析，不進行卡方檢定。以下分析僅列入高於 10.0%之選項且樣本數超過 30 方進行比較(見附表)

性　　別：食品方面，男性受訪者表示「價格太高」(38.2%)的比率較女性高；女性受訪者表示「食安疑慮」(7.7%)的比率較男性高。

藥品方面，男性受訪者表示「價格太高」(24.0%)、「缺乏

購買管道」(11.5%)的比率較女性高。

假牙方面，女性受訪者表示「價格太高」(53.2%)的比率較男性高；男性受訪者表示「收入不足」(6.2%)的比率較女性高。

安養照顧方面，男性受訪者表示「價格太高」(34.0%)、「收入不足」(18.8%)的比率較女性高。

家用用品方面，女性受訪者表示「價格太高」(27.0%)、「收入不足」(9.3%)的比率較男性高。

電器用品方面，女性受訪者表示「價格太高」(30.1%)、「不會使用」(12.4%)的比率較男性高。

居住地區：食品方面，桃竹苗的受訪者表示「價格太高」(43.2%)的比率較其他高；金馬澎的受訪者表示「食安疑慮」(12.7%)的比率較其他高。

藥品方面，高屏的受訪者表示「價格太高」(27.8%)的比率較其他高；中彰投的受訪者表示「缺乏購買管道」(15.8%)的比率較其他高。

假牙方面，北北基的受訪者表示「價格太高」(55.5%)、「收入不足」(10.8%)的比率較其他高。

家用用品方面，高屏的受訪者表示「價格太高」(27.6%)、「收入不足」(12.0%)的比率較其他高。

年　　齡：食品方面，55-59 歲的受訪者表示「價格太高」(45.0%)的比率較其他年齡層高；75-79 歲的受訪者表示「食安疑慮」(7.3%)的比率較其他年齡層高。

藥品方面，60-64 歲的受訪者表示「價格太高」(22.4%)的比率較其他年齡層高；65-69 歲的受訪者表示「缺乏購買管道」(12.9%)的比率較其他年齡層高。

假牙方面，55-59 歲的受訪者表示「價格太高」(74.8%)的比率較其他年齡層高；65-69 歲的受訪者表示「收入不足」(8.2%)的比率較其他年齡層高。

家用用品方面，75-79 歲的受訪者表示「價格太高」(30.3%)的比率較其他年齡層高；60-64 歲的受訪者表示「收入不足」(9.9%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：食品方面，專科學歷的受訪者表示「價格太高」(44.5%)

的比率較其他教育程度高;研究所及以上學歷的受訪者表示「食安疑慮」(15.6%)的比率較其他教育程度高。
藥品方面，高中、高職學歷的受訪者表示「價格太高」(25.1%)的比率較其他教育程度高；大學學歷的受訪者表示「缺乏購買管道」(14.4%)的比率較其他教育程度高。
假牙方面，高中、高職學歷的受訪者表示「價格太高」(66.3%)的比率較其他教育程度高；初中、國中學歷的受訪者表示「收入不足」(11.1%)的比率較其他教育程度高。
家用用品方面,專科學歷的受訪者表示「價格太高」(27.9%)的比率較其他教育程度高;初中、國中學歷的受訪者表示「收入不足」(11.0%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：食品方面，商業買賣/服務人員的受訪者表示「價格太高」(44.3%)的比率較其他職業者高；文書事務人員的受訪者表示「食安疑慮」(18.1%)的比率較其他職業者高。
藥品方面，商業買賣/服務人員的受訪者表示「價格太高」(44.3%)的比率較其他職業者高；文書事務人員的受訪者表示「缺乏購買管道」(18.1%)的比率較其他職業者高。
家用用品方面，商業買賣/服務人員的受訪者表示「價格太高」(31.4%)的比率較其他職業者高；技術工/機械設備操作或組裝/體力工的受訪者表示「收入不足」(11.7%)的比率較其他職業者高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現受訪者在購買商品時最常遇到的問題表示是價格太高的比率相對較高，然彙整各項商品遇到的購買問題時,在性別、居住地區上並未有非常集中特定的特性,唯在年齡部分,反應價格太高的則多以高齡中期以前的受訪者為主,而此現象也顯示出多數高齡初、中期之受訪者普遍對於商品的期望價格較低以及對於商品數量上的需求。

五、最常親自購買之商品或服務

(一)整體方面

調查結果顯示，在最常親自購買之商品或服務上以食品為主，有51.3%，其次則為家用用品(31.8%)、服飾(16.1%)、電器用品(11.4%)、藥品(10.3%)等，另有 12.7%無明確意見。

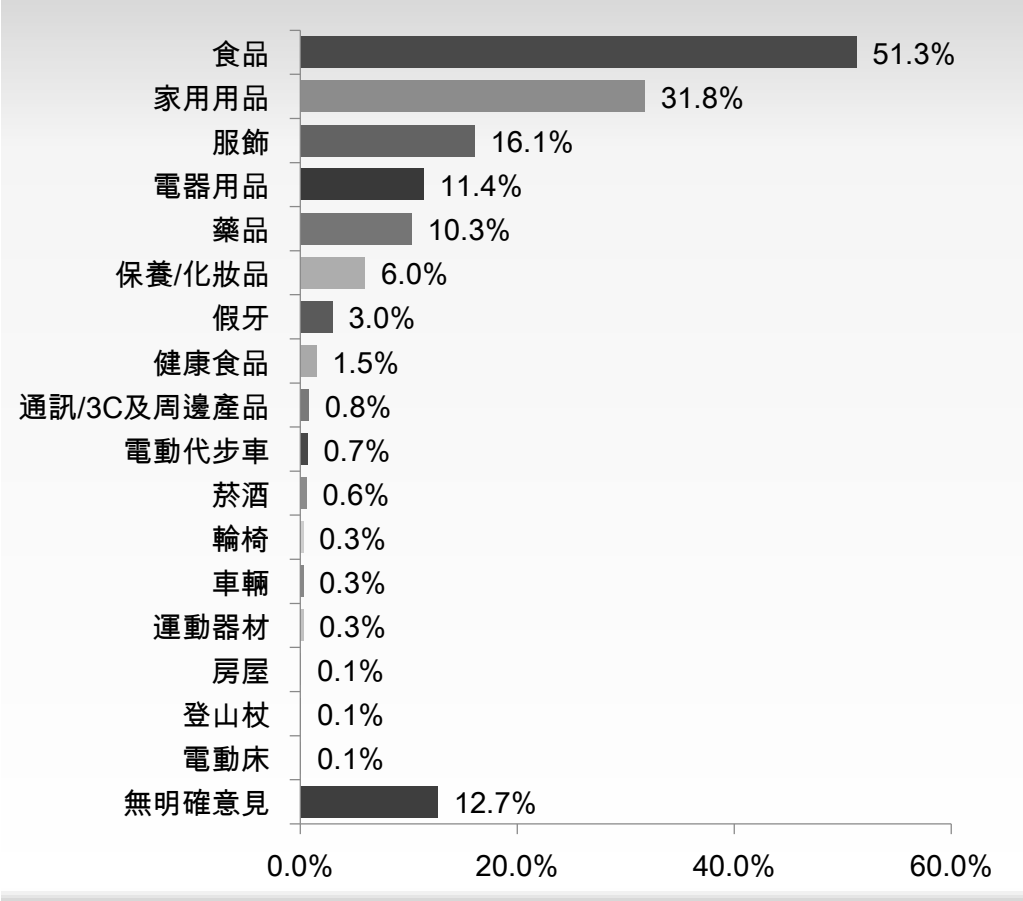

圖 16 最常親自購買之商品或服務

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點) 複選題百分比加總大於 100.0%
註：Q5.請問您最常親自購買的商品或服務是甚麼？

(二)交叉分析

本題為複選題，故僅進行與基本特徵交叉分析，不進行卡方檢定。以下分析僅列入高於 10.0%之選項(見附表)

性　　別：女性受訪者表示「食品」(54.0%)、「家用用品」(34.7%)、「服飾」(19.6%)的比率較高；男性受訪者表示「電器用品」(14.6%)、「藥品」(12.3%)的比率較高。

縣 市 別：新竹市的受訪者表示「食品」(63.7%)的比率較其他縣市高；連江縣的受訪者表示「家用用品」(46.1%)的比率較其他縣市高；嘉義市的受訪者表示「服飾」(22.9%)的比率較其他縣市高;澎湖縣的受訪者表示「電器用品」(22.8%)的比率較其他縣市高;宜蘭縣的受訪者表示「藥品」(17.9%)的比率較其他縣市高。

居住地區：北北基的受訪者表示「食品」(54.2%)的比率較其他高；高屏的受訪者表示「家用用品」(33.4%)的比率較其他高；雲嘉南的受訪者表示「服飾」(18.2%)的比率較其他高；宜花東的受訪者表示「電器用品」(15.7%)、「藥品」(13.3%)的比率較其他高。

年　　齡：55-59 歲的受訪者表示「食品」(56.9%)、「家用用品」(39.5%)、「服飾」(21.0%)、「電器用品」(13.4%)的比率較其他年齡層高；75-79 歲的受訪者表示「藥品」(13.5%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：研究所及以上學歷的受訪者表示「食品」(64.4%)、「服飾」(23.5%)、「藥品」(17.8%)的比率較其他教育程度高；大學學歷的受訪者表示「家用用品」(36.9%)的比率較其他教育程度高；專科學歷的受訪者表示「電器用品」(18.3%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：軍警公教的受訪者表示「食品」(58.8%)、「藥品」(12.5%)的比率較其他職業者高；文書事務人員的受訪者表示「家用用品」(42.7%)的比率較其他職業者高；企業主管/專業人員的受訪者表示「服飾」(21.0%)的比率較其他職業者高；助理專業人員/技術人員的受訪者表示「電器用品」(14.4%)的比率較其他職業者高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現，最常親自購買之商品或服務以食品為主的受訪者特性以女性(54.0%)、北北基(54.2%)、55-59 歲(56.9%)、研究所及以上學歷(64.4%)、軍警公教(58.8%)為主。

家用用品為主的受訪者特性以女性(34.7%)、高屏(33.4%)、55-59

歲(39.5%)、大學學歷(36.9%)、文書事務人員(42.7%)為主。

服飾為主的受訪者特性以女性(19.6%)、雲嘉南(18.2%)、55-59歲(21.0%)、研究所及以上學歷(23.5%)、企業主管/專業人員(21.0%)為主。

電器用品為主的受訪者特性以男性(14.6%)、宜花東(15.7%)、55-59 歲(13.4%)、專科學歷(18.3%)、助理專業人員/技術人員(14.4%)為主。

藥品為主的受訪者特性以男性(12.3%)、宜花東(13.3%)、75-79歲(13.5%)、研究所及以上學歷(17.8%)、軍警公教(12.5%)為主。

整體來說,受訪者最常親自購買的商品或服務如同最需要的商品或服務，仍以食品為主，其中又以女性、北北基、高齡初期、研究所及以上學歷、軍警公教的受訪者表示最常親自購買的比率相較其他高；而依序從家用用品到服飾，也以女性親自購買的比率較高，再者以高齡初期的受訪者也為主要消費者。至於藥品部分則以高齡中期的受訪者比率較高。

以上顯示受訪者隨著地域的不同與年齡的增長,造成所需求的商品與服務之轉變。另外，於 102 年時詢問親自消費的受訪者最常消費的產品或服務類型為何？調查結果顯示有 76.4%是食品，26.6%農產品，20.1%服飾、皮件及鞋類等，與本次調查結果相吻合，可看出受訪者在親自購買的行為上並無太大的改變。

六、消費前最希望知道之資訊

(一)整體方面

調查結果顯示，在消費前最希望知道之資訊以商品安全性為主，有 41.0%，其次則為商品產地(37.3%)、商品價格(37.0%)、商品成分(29.7%)、製造商(24.3%)、商品作用(22.3%)、購買管道(14.6%)等，另有 21.1%無明確意見。

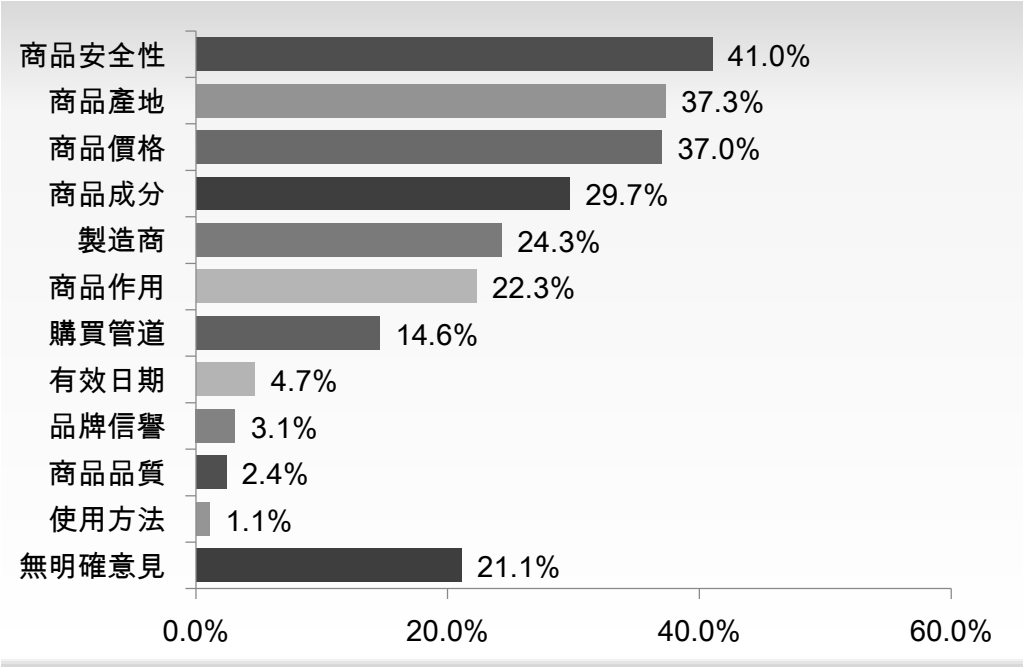

圖 17 消費前最希望知道之資訊

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點) 複選題百分比加總大於 100.0%
註：Q5-1.請問您在消費前最希望知道甚麼樣的消費資訊？

(二)交叉分析

本題為複選題，故僅進行與基本特徵交叉分析，不進行卡方檢定。以下分析僅列入高於 10.0%之選項(見附表)

性　　別：女性受訪者表示「商品安全性」(44.5%)、「商品產地」(40.1%)、「商品價格」(40.1%)、「商品成分」(34.0%)、「製造商」(26.1%)、「商品作用」(23.9%)、「購買管道」(16.5%)的比率較高。

縣 市 別：新竹市的受訪者表示「商品安全性」(57.1%)的比率較其他縣市高；宜蘭縣的受訪者表示「商品產地」(54.6%)的

比率較其他縣市高。

居住地區：北北基的受訪者表示「商品安全性」(44.2%)、「商品成分」(33.0%)、「製造商」(27.2%)、「商品作用」(24.8%)的比率較其他高；宜花東的受訪者表示「商品產地」(39.8%)的比率較其他高；高屏的受訪者表示「商品價格」(39.2%)、「購買管道」(16.5%)的比率較其他高。

年　　齡：55-59 歲的受訪者表示「商品安全性」(53.1%)、「商品產地」(46.0%)、「商品價格」(48.3%)、「商品成分」(39.1%)、「製造商」(30.0%)、「商品作用」(27.9%)、「購買管道」(17.7%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：專科學歷的受訪者表示「商品安全性」(56.2%)、「商品價格」(53.9%)的比率較其他教育程度高；研究所及以上學歷的受訪者表示「商品產地」(53.5%)、「商品成分」(56.1%)、「製造商」(41.4%)、「商品作用」(48.9%)、「購買管道」(23.9%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：企業主管/專業人員的受訪者表示「商品安全性」(52.4%)的比率較其他職業者高；文書事務人員的受訪者表示「商品產地」(45.4%)、「商品價格」(50.7%)、「商品成分」(52.7%)的比率較其他職業者高；助理專業人員/技術人員的受訪者表示「製造商」(35.8%)、「商品作用」(30.0%)的比率較其他職業者高；無業/待業的受訪者表示「購買管道」(21.2%)的比率較其他職業者高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現消費前最希望知道之資訊以商品安全性為主的受訪者特性以女性(44.5%)、北北基(44.2%)、55-59 歲(53.1%)、專科學歷(56.2%)、企業主管/專業人員(52.4%)為主。

商品產地為主的受訪者特性以女性(40.1%)、宜花東(39.8%)、55-59 歲(46.0%)、研究所及以上學歷(53.5%)、文書事務人員(45.4%)為主。

商品價格為主的受訪者特性以女性(40.1%)、高屏(39.2%)、55-59

歲(48.3%)、專科學歷(53.9%)、文書事務人員(50.7%)為主。

商品成分為主的受訪者特性以女性(34.0%)、北北基(33.0%)、55-59 歲(39.1%)、研究所及以上學歷(56.1%)、文書事務人員(52.7%)為主。

製造商為主的受訪者特性以女性(26.1%)、北北基(27.2%)、55-59歲(30.0%)、研究所及以上學歷(41.4%)、助理專業人員/技術人員(35.8%)為主。

商品作用為主的受訪者特性以女性(23.9%)、北北基(24.8%)、55-59 歲(27.9%)、研究所及以上學歷(48.9%)、助理專業人員/技術人員(30.0%)為主。

購買管道為主的受訪者特性以女性(16.5%)、高屏(16.5%)、55-59歲(17.7%)、研究所及以上學歷(23.9%)、無業/待業(21.2%)為主。

第三節　跨境消費議題

一、跨境消費經驗

(一)整體方面

調查結果顯示，在跨境消費上，有 20.0%的受訪者表示有出國消費的經驗，1.3%表示有網路消費的經驗、3.5%則為兩種方式皆有，另有 75.1%沒有，0.1%無明確意見。

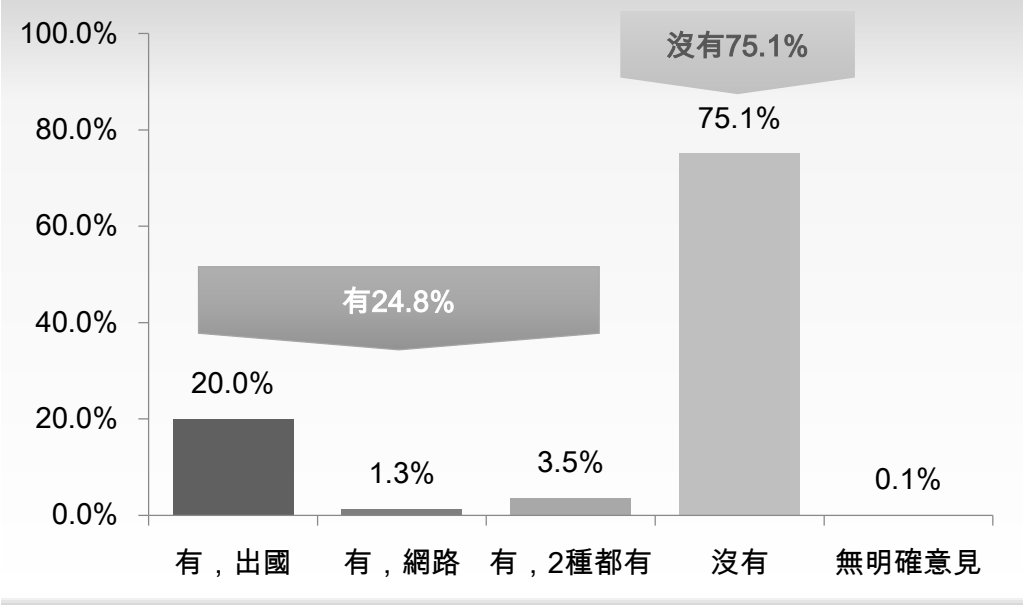

圖 18 跨境消費經驗

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點)
註：Q4.請問您有沒有跨境消費的經驗？

(二)交叉分析

經卡方檢定後發現，受訪者跨境消費經驗，會隨著其性別、縣市別、居住地區、年齡、教育程度、職業、健康程度的不同，而有顯著差異，其中由於縣市別、居住地區、年齡、教育程度、職業、健康程度的組內期望值小於 5 之細格比率超過 25.0%，故無法進行卡方檢定。(見附表)

性　　別：女性受訪者表示「有」(27.3%)的比率較男性受訪者(22.1%)高。

縣 市 別：新竹市的受訪者表示「有」(46.6%)的比率較其他縣市高；澎湖縣的受訪者表示「沒有」(93.2%)的比率較其他縣市

高。

居住地區：北北基的受訪者表示「有」(31.6%)的比率較其他地區高；金馬澎的受訪者表示「沒有」(86.9%)的比率較其他地區高。

年　　齡：55-59 歲的受訪者表示「有」(30.8%)的比率較其他年齡層高；85 歲以上的受訪者表示「沒有」(88.3%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：研究所及以上學歷的受訪者表示「有」(52.2%)的比率較其他教育程度高；小學及以下學歷的受訪者表示「沒有」(89.4%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：文書事務人員表示「有」(43.6%)的比率較其他高；無業/待業者表示「沒有」(91.8%)的比率較其他高。

健康程度：健康者表示「有」(27.2%)的比率較高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現有跨境消費經驗的受訪者特性以女性(27.3%)為主；沒有跨境消費經驗的受訪者特性以男性(77.9%)為主。

整體來說，沒有跨境消費經驗的受訪者仍占了多數，而有跨境消費的受訪者中則以女性比率較高，以上顯示受訪者普遍仍有著境內消費的習慣，而與 102 年境外消費之調查進行比較發現，102 年時詢問 65 歲以上受訪者有進行過跨國消費(指透過或其他遠距方式向國外業者購買商品，或是直接至國外購買產品)嗎？調查結果顯示 30.1%有相關經驗、69.9%沒有，和 105 年僅 24.8%表示有相關經驗相比，受訪者表示有境外消費的比率較 102 年下降了。

二、跨境消費購買之商品

(一)整體方面

調查結果顯示，在 617 位有跨境消費經驗的受訪者中，購買的商品上以食品為主，有 39.6%，其次則為服飾、皮件及鞋類(34.9%)、藥品(34.3%)、健康食品(24.8%)、電器用品(21.7%)、家用用品(20.7%)等，另有 2.7%無明確意見。

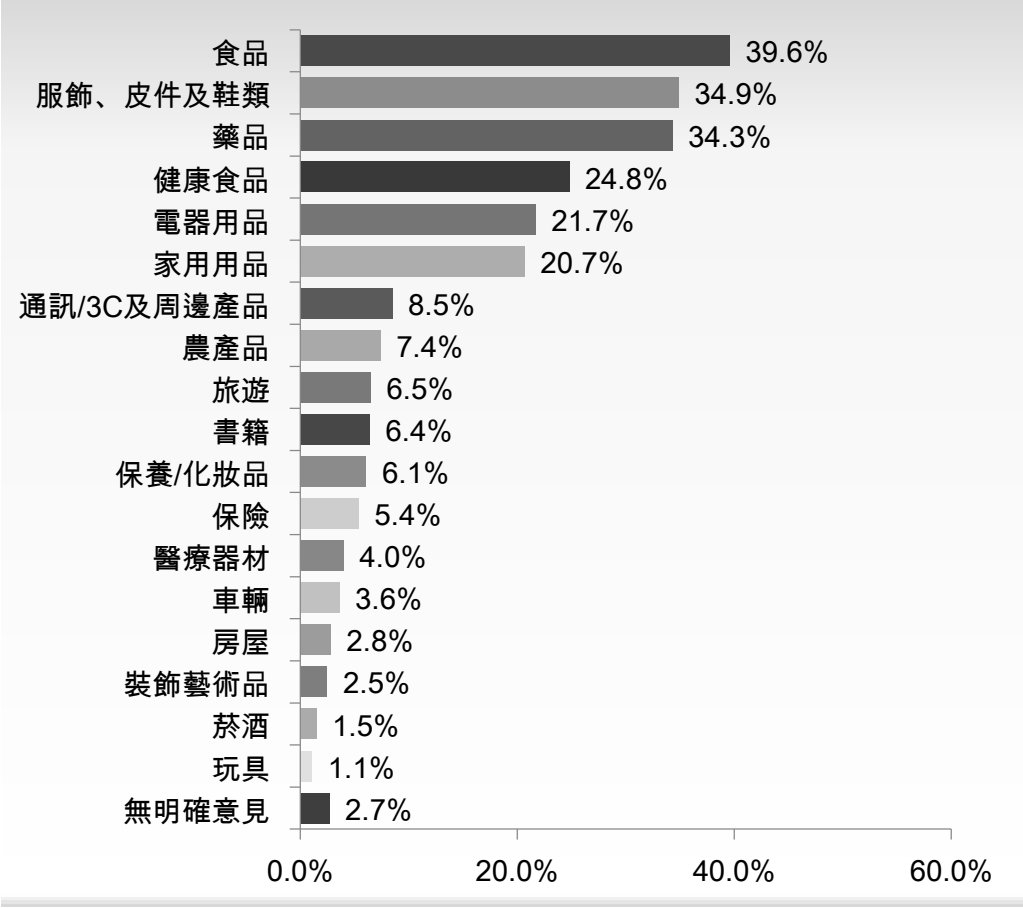

圖 19 跨境消費購買之商品

(n=617，抽樣誤差為±3.9 個百分點) 複選題百分比加總大於 100.0%
註：Q4-1.請問您購買過甚麼樣的商品類型？

(二)交叉分析

本題為複選題，故僅進行與基本特徵交叉分析，不進行卡方檢定。以下分析僅列入高於 10.0%之選項(見附表)

性　　別：女性受訪者表示「食品」(43.3%)、「藥品」(35.5%)、「健康食品」(26.6%)的比率較男性高；男性受訪者表示「服飾、皮件及鞋類」(36.4%)、「電器用品」(22.1%)的比率較

女性高。

居住地區：雲嘉南的受訪者表示「食品」(55.2%)的比率較其他高；金馬澎的受訪者表示「服飾、皮件及鞋類」(40.7%)的比率較其他高；高屏的受訪者表示「藥品」(45.4%)、「健康食品」(34.4%)的比率較其他高；北北基的受訪者表示「電器用品」(26.8%)的比率較其他高；宜花東的受訪者表示「家用用品」(27.8%)的比率較其他高。

年　　齡：55-59 歲的受訪者表示「食品」(49.4%)、「服飾、皮件及鞋類」(44.3%)、「藥品」(37.9%)的比率較其他年齡層高；65-69 歲的受訪者表示「健康食品」(32.6%)的比率較其他年齡層高；60-64 歲的受訪者表示「電器用品」(27.5%)、「家用用品」(24.4%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：大學學歷的受訪者表示「食品」(45.0%)的比率較其他教育程度高；研究所及以上學歷的受訪者表示「服飾、皮件及鞋類」(59.4%)、「電器用品」(27.0%)、「家用用品」(31.1%)的比率較其他教育程度高；初中、國中學歷的受訪者表示「藥品」(38.2%)、「健康食品」(31.0%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：無業/待業的受訪者表示「食品」(55.5%)、「健康食品」(40.7%)、「家用用品」(33.3%)的比率較其他職業者高；企業主管/專業人員的受訪者表示「服飾、皮件及鞋類」(40.0%)的比率較其他職業者高；文書事務人員的受訪者表示「藥品」(46.1%)的比率較其他職業者高；家管的受訪者表示「電器用品」(32.1%)的比率較其他職業者高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現跨境消費購買之商品以食品為主的受訪者特性以女性(43.3%)、雲嘉南(55.2%)、55-59 歲(49.4%)、大學學歷(45.0%)、無業/待業(55.5%)為主。

服飾、皮件及鞋類為主的受訪者特性以男性(36.4%)、金馬澎(40.7%)、55-59 歲(44.3%)、研究所及以上學歷(59.4%)、企業主管/專業人員(40.0%)為主。

藥品為主的受訪者特性以女性(35.5%)、高屏(45.4%)、55-59 歲(37.9%)、初中、國中學歷(38.2%)、文書事務人員(46.1%)為主。

健康食品為主的受訪者特性以女性(26.6%)、高屏(34.4%)、65-69歲(32.6%)、初中、國中學歷(31.0%)、無業/待業(40.7%)為主。

電器用品為主的受訪者特性以男性(22.1%)、北北基(26.8%)、60-64 歲(27.5%)、研究所及以上學歷(27.0%)、家管(32.1%)為主。

家用用品為主的受訪者特性以宜花東(27.8%)、60-64 歲(24.4%)、研究所及以上學歷(31.1%)、無業/待業(33.3%)為主。

整體來說，有跨境消費的受訪者中，最常購買的商品類型以食品為主，其中又以女性、高齡初期、大學學歷的受訪者表示有購買的比率相較其他高；次之以服飾、皮件及鞋類為主的受訪者特性則以男性高齡初期、研究所及以上學歷的比率較其他高。而其他購買比率較低的部分，像是醫療器材、菸酒、玩具等，則發現以高齡中、後期的受訪者表示有購買的比率較高，顯示受訪者隨著地域的不同與年齡的增長，造成所需求的商品與服務之轉變。而與 102 年境外消費之調查進行比較發現，102 年時詢問 65 歲以上受訪者透過跨國消費，買過哪些商品或服務呢？調查結果顯示以一般食品為主，有 59.1%，其次是服飾(42.9%)、藥品(30.1%)、紀念品/收集品(30.1%)等，和 105 年相比，受訪者表示跨境消費所購買的前三項商品項目維持不變，顯示受訪民眾近年來境外消費時的購物習慣沒有太大的變動。

三、跨境消費發生消費爭議經驗

(一)整體方面

調查結果顯示，在 617 位有跨境消費經驗的受訪者中，發生消費爭議經驗上，有 6.6%的受訪者表示有，93.4%表示沒有。

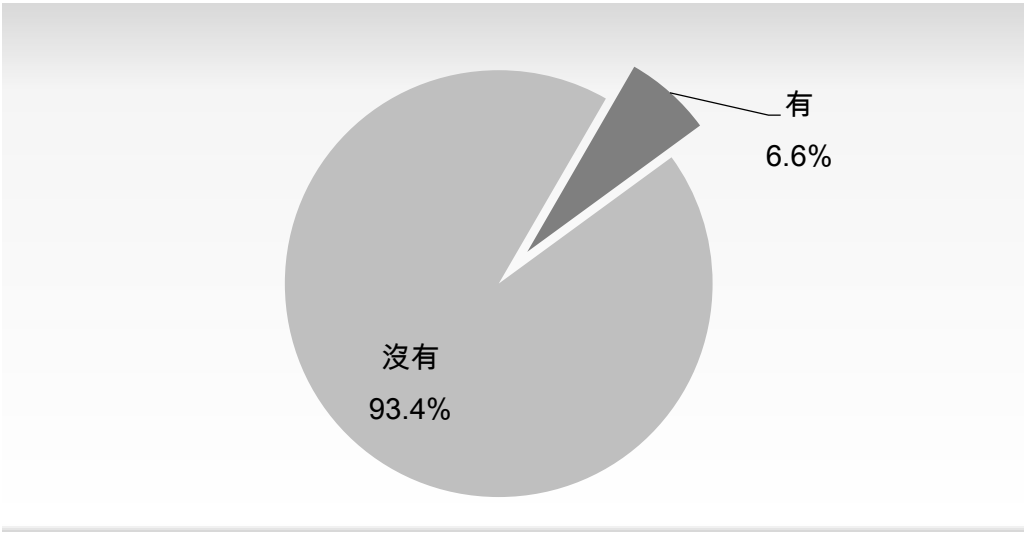

圖 20 跨境消費發生消費爭議經驗

(n=617，抽樣誤差為±3.9 個百分點)
註：Q4-2.請問您有沒有在跨境消費時發生過消費爭議的經驗？

(二)交叉分析

經卡方檢定後發現，受訪者跨境消費發生消費爭議經驗，不會隨著其性別、縣市別、居住地區、年齡、教育程度、職業的不同，而有顯著差異。(見附表)

性　　別：男性受訪者表示「有」(7.9%)的比率較女性受訪者(5.5%)高。

居住地區：金馬澎的受訪者表示「有」(10.1%)的比率較其他地區高；雲嘉南的受訪者表示「沒有」(97.1%)的比率較其他地區高。

年　　齡：70-74 歲的受訪者表示「有」(10.0%)的比率較其他年齡層高；85 歲以上的受訪者表示「沒有」(100.0%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：隨著教育程度的增加；受訪者表示「有」的比率也跟著提

高；從國中小的 4.4%增加至研究所及以上的 14.1%。

職　　業：軍警公教表示「有」(11.0%)的比率較其他高；家管表示「沒有」(97.6%)的比率較其他高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現，有跨境消費發生且有消費爭議經驗的比率較低，僅占了 6.6%，而與 102 年境外消費之調查進行比較發現，102 年時詢問 65 歲以上受訪者在跨國消費的過程經驗中，曾經遇過哪些消費爭議或問題？調查結果顯示沒有遇過消費爭議的比率占 83.7%，有遇過的則占 13.8%，和 105 年僅 6.6%表示有相關經驗相比，受訪者表示有遇過境外消費爭議的比率較 102 年下降了，然而此調查數據並不一定顯示受訪民眾近年來發生境外消費爭議的情況減少了，而有可能是因為受訪者自己本身並不認為其狀況是消費爭議，抑或是可能有發生過，但受訪者自身忘記了，因此造成此調查數據降低的可能原因之一。

四、跨境消費發生消費爭議之商品

(一)整體方面

調查結果顯示，在 40 位有跨境消費並且發生消費爭議的受訪者中，消費爭議的商品上以食品為主，有 26.4%，其次則為服飾、皮件及鞋類(20.5%)、通訊/3C 及周邊產品(14.5%)、電器用品(12.2%)、健康食品(9.3%)等。

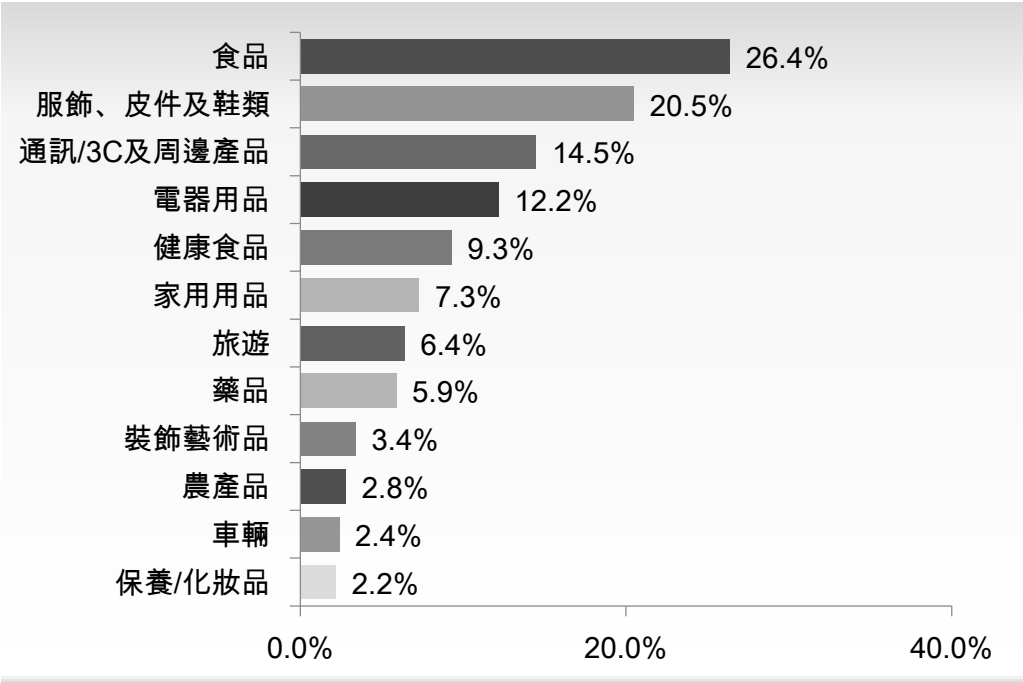

圖 21 跨境消費發生消費爭議之商品

(n=40，抽樣誤差為±15.5 個百分點) 複選題百分比加總大於 100.0%
註：Q4-3.(有跨境消費爭議者)請問是哪些類型的商品發生消費爭議？

(二)交叉分析

本題為複選題，故僅進行與基本特徵交叉分析，不進行卡方檢定。以下分析僅列入高於 10.0%之選項(見附表)

性　　別：女性受訪者表示「食品」(31.2%)、「服飾、皮件及鞋類」(23.2%)、「電器用品」(15.3%)的比率較男性高；男性受訪者表示「通訊/3C 及周邊產品」(22.5%)的比率較女性高。

居住地區：雲嘉南的受訪者表示「食品」(37.0%)、「通訊/3C 及周邊產品」(63.0%)的比率較其他高；桃竹苗的受訪者表示「服飾、皮件及鞋類」(100.0%)的比率較其他高；北北基的受

訪者表示「電器用品」(21.0%)的比率較其他高。

年　　齡：80-84 歲的受訪者表示「食品」(100.0%)的比率較其他年齡層高；65-69 歲的受訪者表示「服飾、皮件及鞋類」(63.5%)的比率較其他年齡層高；55-59 歲的受訪者表示「通訊/3C 及周邊產品」(27.9%)的比率較其他年齡層高；60-64 歲的受訪者表示「電器用品」(23.5%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：研究所及以上學歷的受訪者表示「食品」(59.4%)的比率較其他教育程度高；初中、國中學歷的受訪者表示「服飾、皮件及鞋類」(85.0%)的比率較其他教育程度高；大學學歷的受訪者表示「通訊/3C 及周邊產品」(34.4%)的比率較其他教育程度高；高中、高職學歷的受訪者表示電器用品」(42.7%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：軍警公教的受訪者表示「食品」(66.2%)的比率較其他職業者高；家管的受訪者表示「服飾、皮件及鞋類」(61.0%)的比率較其他職業者高；自營商/企業主的受訪者表示「通訊/3C 及周邊產品」(71.4%)的比率較其他職業者高；商業買賣/服務人員的受訪者表示「電器用品」(42.1%)的比率較其他職業者高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現跨境消費發生消費爭議之商品以食品為主的受訪者特性以女性(31.2%)、雲嘉南(37.0%)、80-84 歲(100.0%)、研究所及以上學歷(59.4%)、軍警公教(66.2%)為主。

服飾、皮件及鞋類為主的受訪者特性以女性(23.2%)、桃竹苗(100.0%)、65-69 歲(63.5%)、初中、國中學歷(85.0%)、家管(61.0%)為主。

通訊/3C 及周邊產品為主的受訪者特性以男性(22.5%)、雲嘉南(63.0%)、55-59 歲(27.9%)、大學學歷(34.4%)、自營商/企業主(71.4%)為主。

電器用品為主的受訪者特性以女性(15.3%)、北北基(21.0%)、60-64 歲(23.5%)、高中、高職學歷(42.7%)、商業買賣/服務人員(42.1%)

為主。

整體來說，受訪者跨境消費發生消費爭議之商品以食品為主，此結果與受訪者表示生活中最需要之商品、最常親自購買的商品一致，顯示受訪者主要消費與需求上仍以滿足自身對於食的需求，對於生理基本的需求被滿足後，才會尋求其他層面的滿足，也因為在食品項目上最常被消費、購買，因此也是境外消費中最常發生消費爭議的項目之一。

第四節　消費糾紛議題

一、消費爭議經驗

(一)整體方面

調查結果顯示，在消費爭議上，有 4.5%的受訪者表示有自己親身遇到的經驗，1.7%表示有家人遇到的經驗、17.1%有聽過周遭親友遇到，另有 74.6%表示沒有，2.1%無明確意見。

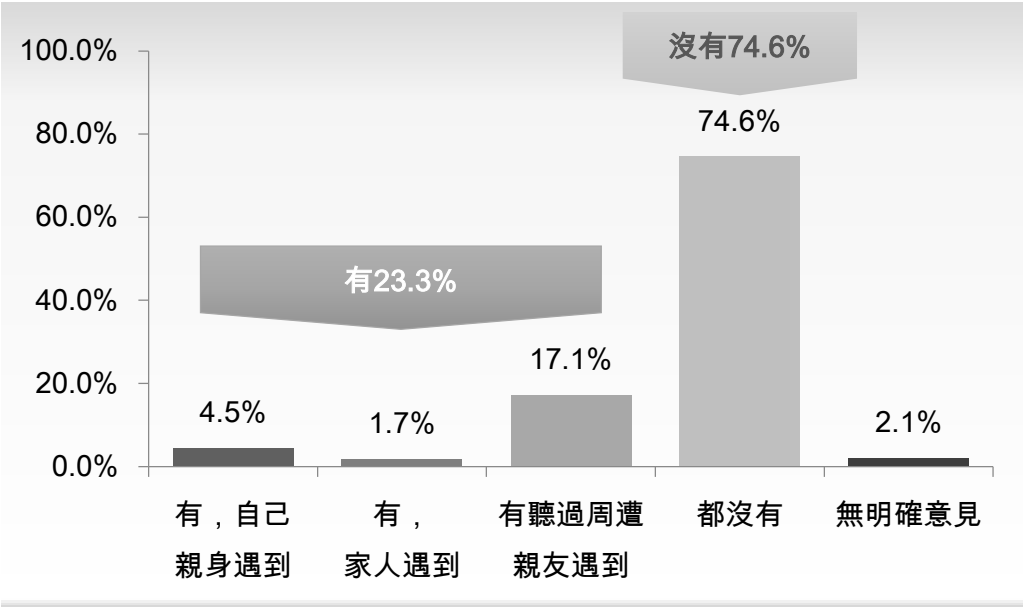

圖 22 消費爭議經驗

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點)
註：Q5-2.請問您有沒有遇過或聽到過周遭親朋好友發生跟賣東西的人有爭議的事情(也就是消費爭議)？

(二)交叉分析

經卡方檢定後發現，受訪者發生消費爭議經驗，會隨著其年齡、教育程度、職業、健康程度、居住型態的不同，而有顯著差異，其中由於職業、健康程度的組內期望值小於 5 之細格比率超過 25.0%，故無法進行卡方檢定。(見附表)

性　　別：男性受訪者表示「有；自己親身遇到」(5.3%)的比率較女性受訪者(3.7%)高。

居住地區：桃竹苗的受訪者表示「有；自己親身遇到」(5.3%)的比率較其他地區高；金馬澎的受訪者表示「沒有」(77.7%)的

比率較其他地區高。

年　　齡：隨著年齡的增加；表示「有；自己親身遇到」的比率逐漸減少；從 55-59 歲的 6.7%降至 85 歲以上的 0.0%。

教育程度：研究所及以上學歷的受訪者表示「有；自己親身遇到」(10.0%)的比率較其他教育程度高；小學及以下學歷的受訪者表示「沒有」(82.0%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：無業/待業者表示「有；自己親身遇到」(7.2%)的比率較其他高；家管表示「沒有」(80.3%)的比率較其他高。

健康程度：不健康者表示「有；自己親身遇到」(5.2%)的比率較高。

居住型態：其他同住型態者表示「有；自己親身遇到」(5.8%)的比率較其他高；獨居者表示「沒有」(78.3%)的比率較其他高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現有自己親身遇到經驗的受訪者特性以 55-59 歲(6.7%)、研究所及以上學歷(10.0%)為主。

沒有遇到經驗的受訪者特性以 85 歲以上(0.0%)、小學及以下學歷(82.0%)為主。

整體來說，表示沒有消費爭議經驗的受訪者占了多數，其中又以高齡初期、小學及以下學歷的比率較高；而與 102 年進行比較發現，102 年時詢問 65 歲以上受訪者過去五年是否曾經遇過消費爭議？調查結果顯示 91.9%沒有相關經驗，和 105 年 74.6%表示沒有相關經驗相比，受訪者表示沒有相關經驗的比率較 102 年下降了，然而此調查數據並不一定顯示受訪民眾近年來發生消費爭議的情況減少了，而有可能是因為受訪者自己本身並不認為其狀況是消費爭議，抑或是可能有發生過，但受訪者自身忘記了，因此造成此調查數據降低的可能原因之一。

二、消費爭議類型

(一)整體方面

調查結果顯示，在 111 位有親身遇到消費爭議的受訪者，爭議類型以品質或保固問題為主，有 40.9%，其次則為廣告或標示不實(26.6%)、價格問題(17.7%)、退換貨問題(17.0%)、不當推銷(12.8%)等，另有 3.9%無明確意見。

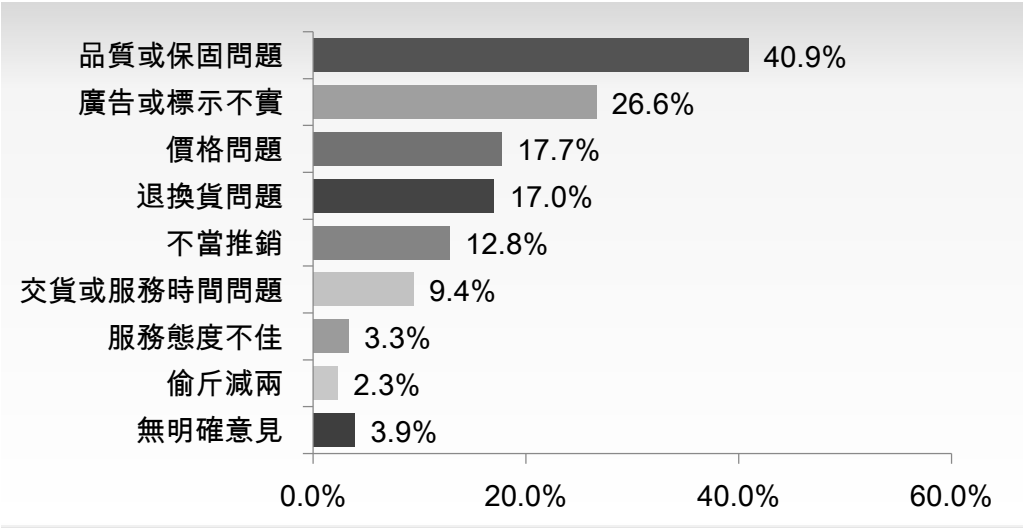

圖 23 消費爭議類型

(n=111，抽樣誤差為±9.3 個百分點) 複選題百分比加總大於 100.0%
註：Q5-3.請問您遇過哪方面的消費爭議？

(二)交叉分析

本題為複選題，故僅進行與基本特徵交叉分析，不進行卡方檢定。以下分析僅列入高於 10.0%之選項(見附表)

性　　別：女性受訪者表示「品質或保固問題」(44.5%)、「不當推銷」(15.2%)的比率較高；男性受訪者表示「廣告或標示不實」(30.5%)、「價格問題」(21.6%)、「退換貨問題」(18.4%)的比率較高。

居住地區：高屏的受訪者表示「品質或保固問題」(62.0%)的比率較其他高；金馬澎的受訪者表示「廣告或標示不實」(41.0%)的比率較其他高；宜花東的受訪者表示「價格問題」(18.2%)、「不當推銷」(30.1%)的比率較其他高；桃竹苗的受訪者表示「退換貨問題」(37.1%)的比率較其他高。

年　　齡：75-79 歲受訪者表示「品質或保固問題」(77.8%)、「不當推銷」(18.4%)的比率較高；60-69 歲受訪者表示「廣告或標示不實」(36.3%)的比率較高；80-84 歲受訪者表示「價格問題」(100.0%)的比率較高；65-69 歲受訪者表示「退換貨問題」(31.6%)的比率較高。

教育程度：專科學歷的受訪者表示「品質或保固問題」(69.4%)的比率較其他教育程度高；初中、國中學歷的受訪者表示「標示或廣告不實」(47.2%)的比率較其他教育程度高；小學及以下學歷的受訪者表示「價格問題」(27.7%)的比率較其他教育程度高；大學學歷的受訪者表示「退換貨問題」(24.7%)的比率較其他教育程度高；高中職學歷的受訪者表示「不當推銷」(19.1%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：無業/待業的受訪者表示「品質或保固問題」(67.2%)的比率較其他職業者高；技術工/機械設備操作或組裝/體力工的受訪者表示「廣告或標示不實」(46.9%)的比率較其他職業者高；農林漁牧礦的受訪者表示「價格問題」(44.4%)的比率較其他職業者高；企業主管/專業人員的受訪者表示「退換貨問題」(37.1%)的比率較其他職業者高；助理專業人員/技術人員的受訪者表示「不當推銷」(31.8%)的比率較其他職業者高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現消費爭議類型以品質或保固問題為主的受訪者特性以女性(44.5%)、高屏(62.0%)、75-79 歲(77.8%)、專科學歷(69.4%)、無業/待業(67.2%)為主。

廣告或標示不實為主的受訪者特性以男性(30.5%)、金馬澎(41.0%)、60-69 歲(36.3%)、初中、國中學歷(47.2%)、技術工/機械設備操作或組裝/體力工(46.9%)為主。

價格問題為主的受訪者特性以男性(21.6%)、宜花東(18.2%)、80-84 歲(100.0%)、小學及以下學歷(27.7%)、農林漁牧礦(44.4%)為主。

退換貨問題為主的受訪者特性以男性(18.4%)、桃竹苗(37.1%)、65-69 歲(31.6%)、大學學歷(24.7%)、企業主管/專業人員(37.1%)為主。

不當推銷為主的受訪者特性以女性(15.2%)、宜花東(30.1%)、75-79 歲(18.4%)、高中職學歷(19.1%)、助理專業人員/技術人員(31.8%)為主。

整體來說，受訪者有發生消費爭議的類型以品質獲保固問題為主，其中又以女性、高屏、高齡中期的受訪者表示此問題的比率相較其他高；而依序從廣告或標示不實到退換貨問題，則以男性表示有相關消費爭議的比率較高，以上顯示受訪者隨著性別的不同，對於商品或服務爭議反應的類型也有所不同。

三、消費爭議時會尋求之管道

(一)整體方面

調查結果顯示，在 111 位有親身遇到消費爭議的受訪者，消費爭議時會尋求之管道以找業者為主，有 41.6%，其次則為民間消保團體(14.6%)、政府機關(8.4%)，另有 35.3%沒有尋求管道處理，3.9%無明確意見。

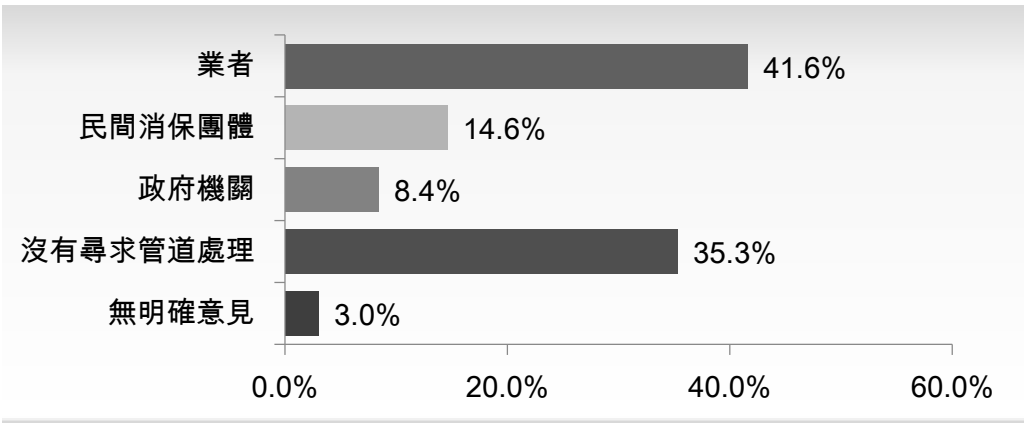

圖 24 消費爭議時會尋求之管道

(n=111，抽樣誤差為±9.3 個百分點) 複選題百分比加總大於 100.0%
註：Q5-4.請問您發生消費爭議時會尋求的申訴管道是？

(二)交叉分析

本題為複選題，故僅進行與基本特徵交叉分析，不進行卡方檢定。(見附表)

性　　別：女性受訪者表示會找「業者」(48.4%)、「民間消保團體」(15.1%)的比率較高；男性受訪者表示「政府機關」(8.8%)、「沒有尋求管道處理」(43.0%)的比率較高。

居住地區：桃竹苗的受訪者表示會找「業者」(54.5%)的比率較其他高；彰中投的受訪者表示「民間消保團體」(34.4%)的比率較其他高；宜花東的受訪者表示「政府機關」(60.2%)的比率較其他高；金馬澎的受訪者表示「沒有尋求管道處理」(100.0%)的比率較其他高。

年　　齡：75-79 歲受訪者表示會找「業者」(77.8%)的比率較高；70-74 歲受訪者表示「民間消保團體」(21.7%)的比率較高；55-59

歲受訪者表示「政府機關」(12.4%)的比率較高；80-84 歲受訪者表示「沒有尋求管道處理」(100.0%)的比率較高。

教育程度：專科學歷的受訪者表示會找「業者」(69.2%)的比率較其他教育程度高；研究所及以上學歷的受訪者表示「民間消保團體」(39.0%)的比率較其他教育程度高；初中、國中學歷的受訪者表示「政府機關」(28.3%)的比率較其他教育程度高；高中職學歷的受訪者表示「沒有尋求管道處理」(47.5%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：無業/待業的受訪者表示會找「業者」(67.2%)的比率較其他職業者高；自營商/企業主的受訪者表示「民間消保團體」(47.2%)的比率較其他職業者高；助理專業人員/技術人員的受訪者表示「政府機關」(33.2%)的比率較其他職業者高；技術工/機械設備操作或組裝/體力工的受訪者表示「沒有尋求管道處理」(56.9%)的比率較其他職業者高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現消費爭議時會尋求之管道以業者為主的受訪者特性以女性(48.4%)、桃竹苗(54.5%)、75-79 歲(77.8%)、專科學歷(69.2%)、無業/待業(67.2%)為主。

民間消保團體為主的受訪者特性以女性(15.1%)、彰中投(34.4%)、70-74 歲(21.7%)、研究所及以上(39.0%)、自營商/企業主(47.2%)為主。

政府機關為主的受訪者特性以男性(8.8%)、宜花東(60.2%)、55-59 歲(12.4%)、初中、國中學歷(28.3%)、助理專業人員/技術人員(33.2%)為主。

沒有尋求管道處理為主的受訪者特性以男性(43.0%)、金馬澎(100.0%)、80-84 歲(100.0%)、高中職學歷(47.5%)、技術工/機械設備操作或組裝/體力工(56.9%)為主。

四、消費被刁難經驗

(一)整體方面

調查結果顯示，在消費被刁難經驗上，有 3.5%的受訪者表示有遇過，96.2%沒有，另有 0.3%無明確意見。

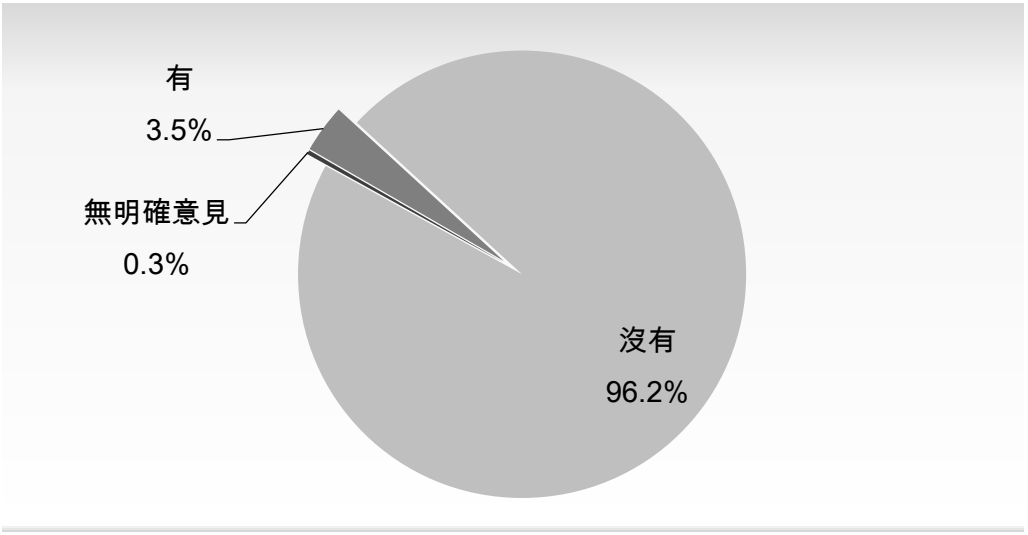

圖 25 消費被刁難經驗

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點)
註：Q9. 請問您有沒有遇過在購買商品或是服務的時候，被店家(老闆)刁難或拒絕交易的情況，比如說租房子、搭車、出去旅遊？

(二)交叉分析

經卡方檢定後發現，受訪者在消費被刁難經驗，不會隨著其性別、年齡、居住地區、教育程度、職業等的不同，而有顯著差異。(見附表)

性　　別：女性受訪者表示「有」(4.0%)的比率較男性受訪者(3.0%)高。

居住地區：宜花東的受訪者表示「有」(5.0%)的比率較其他地區高；金馬澎的受訪者表示「沒有」(100.0%)的比率較其他地區高。

年　　齡：75-79 歲的受訪者表示「有」(5.1%)的比率較其他年齡層高；80-84 歲的受訪者表示「沒有」(97.8%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：大學學歷的受訪者表示「有」(5.6%)的比率較其他教育程度高；研究所及以上學歷的受訪者表示「沒有」(98.4%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：軍警公教、助理專業人員/技術人員表示「有」(5.4%)的比率較其他高；文書事務人員表示「沒有」(98.2%)的比率較其他高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現，整體來說，受訪者表示在消費上沒有被刁難經驗的比率較高並且不會隨著受訪者特性的不同而有顯著的差異。

五、消費被刁難之商品或服務

(一)整體方面

調查結果顯示，在 87 位消費有被刁難的受訪者中，被刁難的商品或服務以旅遊為主，有 21.2%，其次則為食品(18.0%)、租屋(12.8%)等，另有 13.1%無明確意見。

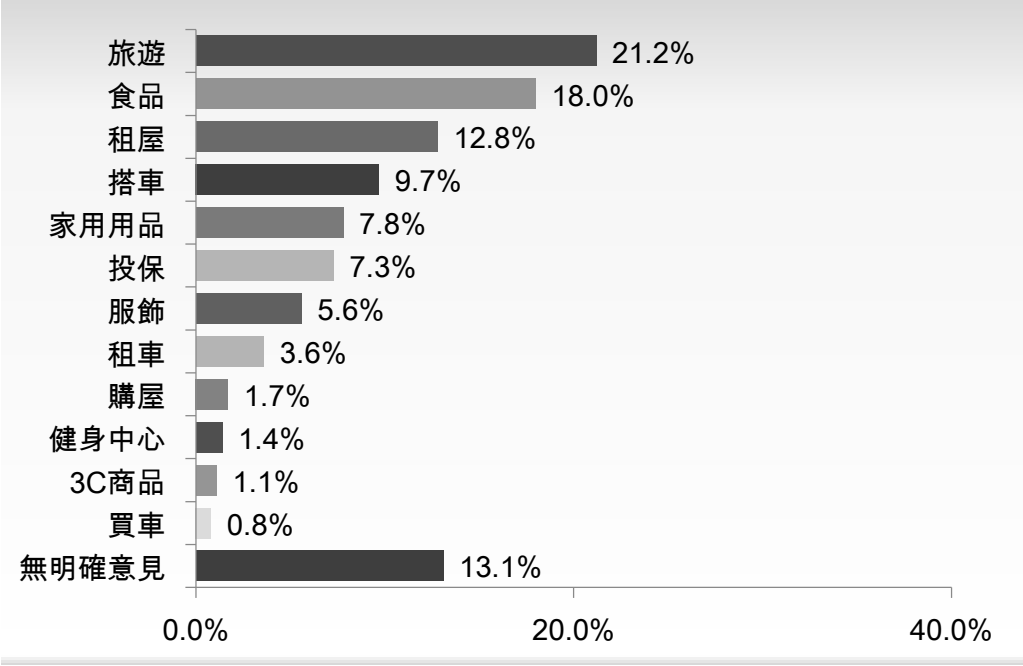

圖 26 被刁難之商品或服務

(n=87，抽樣誤差為±10.5 個百分點) 複選題百分比加總大於 100.0%
註：Q9-1.請問您遇過被刁難或拒絕的經驗是購買哪方面的商品或服務？

(二)交叉分析

本題為複選題，故僅進行與基本特徵交叉分析，不進行卡方檢定。以下分析僅列入高於 10.0%之選項(見附表)

性　　別：男性受訪者表示「旅遊」(27.7%)、「食品」(19.9%)的比率較高；女性受訪者表示「租屋」(14.0%)的比率較高。

居住地區：高屏的受訪者表示「旅遊」(23.9%)的比率較其他高；桃竹苗的受訪者表示「食品」(24.4%)的比率較其他高；北北基的受訪者表示「租屋」(20.1%)的比率較其他高。

年　　齡：60-64 歲受訪者表示「旅遊」(30.7%)的比率較高；85 歲以上受訪者表示「食品」(50.3%)的比率較高；80-84 歲受訪

者表示「租屋」(59.1%)的比率較高。

教育程度：研究所及以上學歷的受訪者表示「旅遊」(100.0%)的比率較其他教育程度高；大學學歷的受訪者表示「食品」(28.2%)的比率較其他教育程度高；小學及以下學歷的受訪者表示「租屋」(23.0%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：企業主管/專業人員的受訪者表示「旅遊」(47.3%)的比率較其他職業者高；無業/待業的受訪者表示「食品」(67.2%)、「租屋」(50.7%)的比率較其他職業者高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現被刁難之商品或服務以旅遊為主的受訪者特性以男性(27.7%)、高屏(23.9%)、60-64 歲(30.7%)、研究所及以上學歷(100.0%)、企業主管/專業人員(47.3%)為主。

食品為主的受訪者特性以男性(19.9%)、桃竹苗(24.4%)、85 歲以上(50.3%)、大學學歷(28.2%)、無業/待業(67.2%)為主。

租屋為主的受訪者特性以女性(14.0%)、北北基(20.1%)、80-84 歲(59.1%)、小學及以下學歷(23.0%)、無業/待業(50.7%)為主。

整體來說，受訪者被刁難之商品或服務以旅遊為主的比率較高，其中又以男性、高屏、高齡初期、研究所及以上學歷、企業主管/專業人員的受訪者表示被刁難的比率相較其他高。

另外，於 102 年時詢問親自消費的受訪者曾經在哪些類型遇過消費爭議？調查結果顯示僅 3.9%是食品，其次則是健康食品(0.8%)與嬰兒用品(0.8%)等，與本次調查結果相比，因為旅遊而發生消費爭議的情況較 102 年上升。

六、消費被刁難之原因

(一)整體方面

調查結果顯示，在 87 位消費有被刁難的受訪者中，消費被刁難之原因以強迫購買數量或金額為主，有 17.2%，其次則為消費能力不足(12.6%)、年齡太大(12.4%)、行動不便(10.8%)等，另有 32.2%無明確意見。

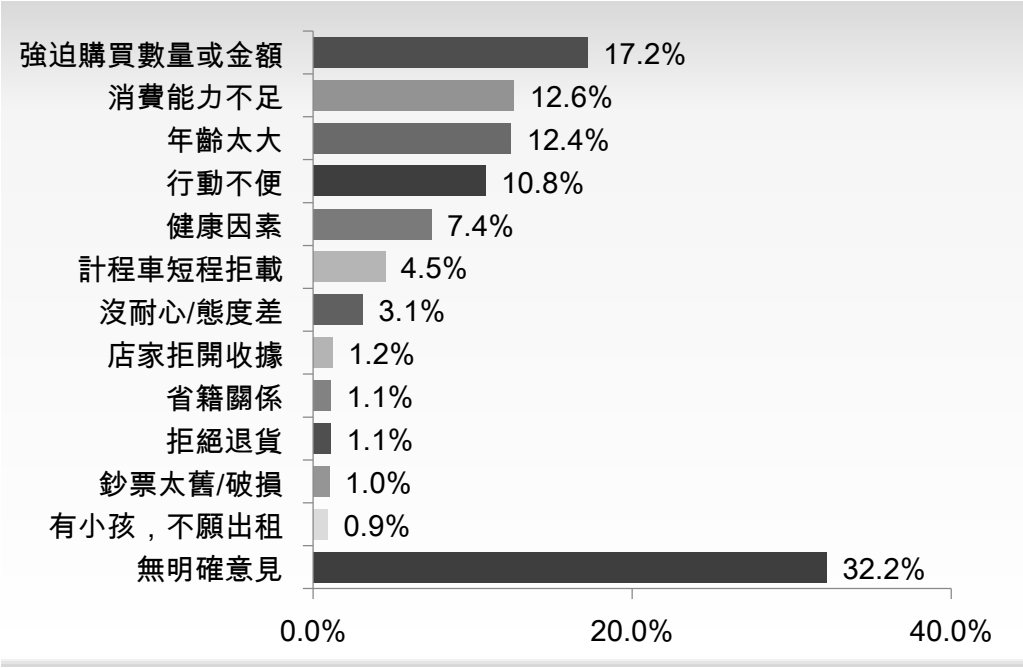

圖 27 消費被刁難之原因

(n=87，抽樣誤差為±10.5 個百分點) 複選題百分比加總大於 100.0%
註：Q9-2.請問您遇過被刁難或拒絕的原因是什麼？

(二)交叉分析

本題為複選題，故僅進行與基本特徵交叉分析，不進行卡方檢定。以下分析僅列入高於 10.0%之選項(見附表)

性　　別：男性受訪者表示「強迫購買數量或金額」(17.9%)、「消費能力不足」(12.7%)、「年齡太大」(26.3%)的比率較高；女性受訪者表示「行動不便」(11.%)的比率較高。

居住地區：宜花東的受訪者表示「強迫購買數量或金額」(38.0%)的比率較其他高；中彰投的受訪者表示「消費能力不足」(18.8%)的比率較其他高；北北基的受訪者表示「年齡太

大」(23.2%)的比率較其他高；雲嘉南的受訪者表示「行動不便」(24.9%)的比率較其他高。

年　　齡：80-84 歲受訪者表示「強迫購買數量或金額」(34.1%)的比率較高；75-79 歲受訪者表示「消費能力不足」(35.4%)的比率較高；85 歲以上受訪者表示「年齡太大」(49.7%)、「行動不便」(50.3%)的比率較高。

教育程度：高中職學歷的受訪者表示「強迫購買數量或金額」(28.8%)的比率較其他教育程度高；專科學歷的受訪者表示「消費能力不足」(25.1%)的比率較其他教育程度高；研究所及以上學歷的受訪者表示「年齡太大」(100.0%)的比率較其他教育程度高；初中、國中學歷的受訪者表示「行動不便」(25.4%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：無業/待業的受訪者表示「強迫購買數量或金額」(49.3%)的比率較其他職業者高；企業主管/專業人員的受訪者表示「消費能力不足」(46.3%)的比率較其他職業者高；軍警公教的受訪者表示「年齡太大」(38.0%)的比率較其他職業者高；家管的受訪者表示「行動不便」(22.7%)的比率較其他職業者高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現消費被刁難之原因以強迫購買數量或金額為主的受訪者特性以男性(17.9%)、宜花東(38.0%)、80-84 歲(34.1%)、高中職學歷(28.8%)、無業/待業(49.3%)為主。

消費能力不足為主的受訪者特性以男性(12.7%)、中彰投(18.8%)、75-79 歲(35.4%)、專科學歷(25.1%)、企業主管/專業人員(46.3%)為主。

年齡太大為主的受訪者特性以男性(26.3%)、北北基(23.2%)、85 歲以上(49.7%)、研究所及以上學歷(100.0%)、軍警公教(38.0%)為主。

行動不便為主的受訪者特性以女性(11.%)、雲嘉南(24.9%)、85 歲以上(50.3%)、初中、國中學歷(25.4%)、家管(22.7%)為主。

整體來說，受訪者被刁難之原因以強迫購買數量或金額為主的比

率較高，其中又以男性、宜花東、高齡中期、高中職學歷的受訪者表示此原因的比率相較其他高。

七、消費詐騙經驗

(一)整體方面

調查結果顯示，在消費詐騙上，有 8.1%的受訪者表示有遇過，91.7%沒有，另有 0.2%無明確意見。

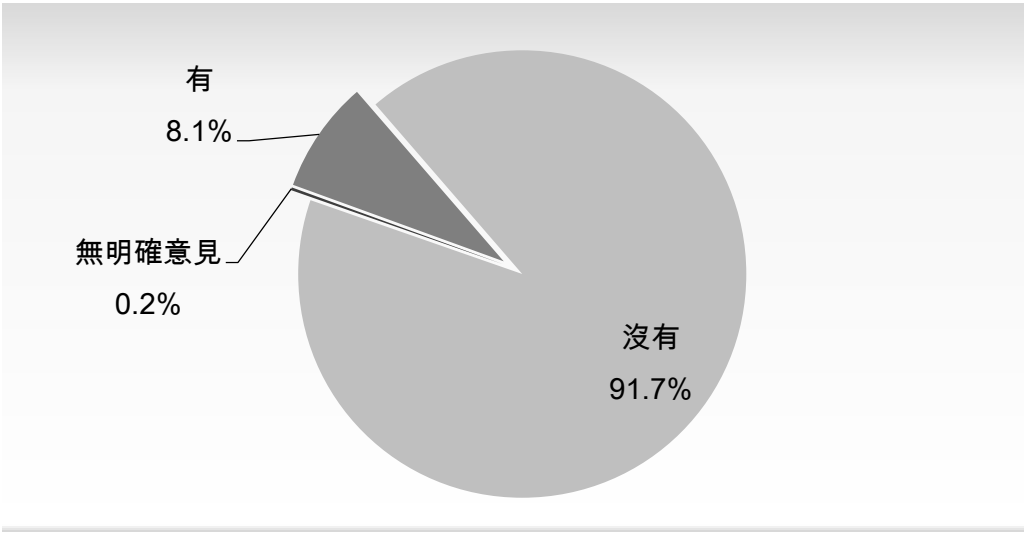

圖 28 消費詐騙經驗

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點)
註：Q10. 請問您有沒有遇過消費詐騙，例如假藥、銀行轉帳、假冒公務人員要求匯款等？

(二)交叉分析

經卡方檢定後發現，受訪者在消費詐騙經驗，會隨著其年齡、教育程度的不同，而有顯著差異，其中由於年齡、教育程度的組內期望值小於 5 之細格比率超過 25.0%，故無法進行卡方檢定。(見附表)

性　　別：女性受訪者表示「有」(8.3%)的比率較男性受訪者(7.8%)高。

居住地區：宜花東的受訪者表示「有」(14.5%)的比率較其他地區高；中彰投、金馬澎的受訪者表示「沒有」(94.7%)的比率較其他地區高。

年　　齡：75-79 歲的受訪者表示「有」(9.6%)的比率較其他年齡層高；85 歲以上的受訪者表示「沒有」(97.2%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：專科學歷的受訪者表示「有」(11.5%)的比率較其他教育程度高；小學及以下學歷的受訪者表示「沒有」(94.2%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：軍警公教表示「有」(11.7%)的比率較其他高；無業/待業者表示「沒有」(94.5%)的比率較其他高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現，整體來說，受訪者表示在消費上沒有被詐騙經驗的比率較高，而其受訪者特性差異部分，雖然會因為年齡、教育程度的不同而有顯著差異，但因為此兩項變數的組內期望值小於 5 之細格比例超過 25%，因此不適合進行卡方檢定，故交叉分析數據僅供參考。

八、消費詐騙事件

(一)整體方面

調查結果顯示，在 202 位有遇過消費詐騙的受訪者中，遇到的詐騙事件以銀行轉帳詐騙為主，有 35.5%，其次則為假藥(16.6%)、仿冒品(16.6%)、解除分期付款詐騙(10.8%)等，另有 12.1%無明確意見。

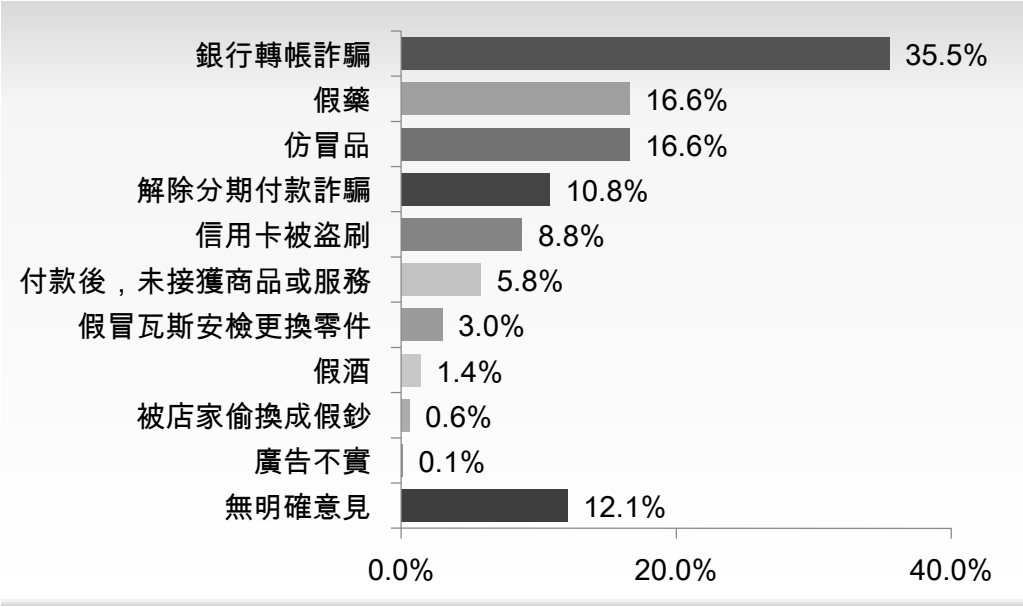

圖 29 消費詐騙事件

(n=202，抽樣誤差為±6.9 個百分點) 複選題百分比加總大於 100.0%
註：Q10-1.請問是哪方面的消費詐騙事件？

(二)交叉分析

本題為複選題，故僅進行與基本特徵交叉分析，不進行卡方檢定。以下分析僅列入高於 10.0%之選項(見附表)

性　　別：男性受訪者表示「仿冒品」(17.2%)的比率較高；女性受訪者表示「解除分期付款詐騙」(11.7%)的比率較高。

居住地區：金馬澎的受訪者表示「銀行轉帳詐騙」(67.1%)、「解除分期付款詐騙」(37.4%)的比率較其他高；桃竹苗的受訪者表示「假藥」(22.2%)的比率較其他高；高屏的受訪者表示「仿冒品」(34.7%)的比率較其他高。

年　　齡：85 歲以上的受訪者表示「銀行轉帳詐騙」(100.0%)的比率較其他年齡層高；80-84 歲的受訪者表示「假藥」(21.8%)、

「仿冒品」(21.8%)的比率較其他年齡層高；55-59 歲的受訪者表示「解除分期付款詐騙」(15.8%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：研究所及以上學歷的受訪者表示「銀行轉帳詐騙」(57.3%)、「解除分期付款詐騙」(23.9%)的比率較其他教育程度高；小學及以下學歷的受訪者表示「假藥」(26.1%)的比率較其他教育程度高；專科學歷的受訪者表示「仿冒品」(20.8%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：無業/待業的受訪者表示「銀行轉帳詐騙」(100.0%)、「解除分期付款詐騙」(30.6%)的比率較其他職業者高；企業主管/專業人員的受訪者表示「假藥」(29.8%)、「仿冒品」(26.6%)的比率較其他職業者高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現消費詐騙事件以銀行轉帳詐騙為主的受訪者特性以金馬澎(67.1%)、85 歲以上(100.0%)、研究所及以上學歷(57.3%)、無業/待業(100.0%)為主。

假藥為主的受訪者特性以桃竹苗(22.2%)、「假藥」80-84 歲(21.8%)、小學及以下學歷(26.1%)、企業主管/專業人員(29.8%)為主。

仿冒品為主的受訪者特性以男性(17.2%)、高屏(34.7%)、80-84 歲(21.8%)、專科學歷(20.8%)、企業主管/專業人員(26.6%)為主。

解除分期付款詐騙為主的受訪者特性以女性(11.7%)、金馬澎(37.4%)、55-59 歲(15.8%)、研究所及以上學歷(23.9%)、無業/待業(30.6%)為主。

整體來說，受訪者表示遇到的消費詐騙事件以銀行轉帳詐騙為主，其中又以金馬澎、高齡後期、研究所及以上學歷、無業/待業的受訪者表示較常遇到的比率相較其他高。

九、消費詐騙處理

(一)整體方面

調查結果顯示，在 202 位有遇過消費詐騙的受訪者中，處理的方式以報警為主，有 9.4%，其次則為撥打 165 反詐騙專線洽詢(7.5%)、提出申訴(6.4%)等，另有 72.9%沒有處理，2.4%無明確意見。

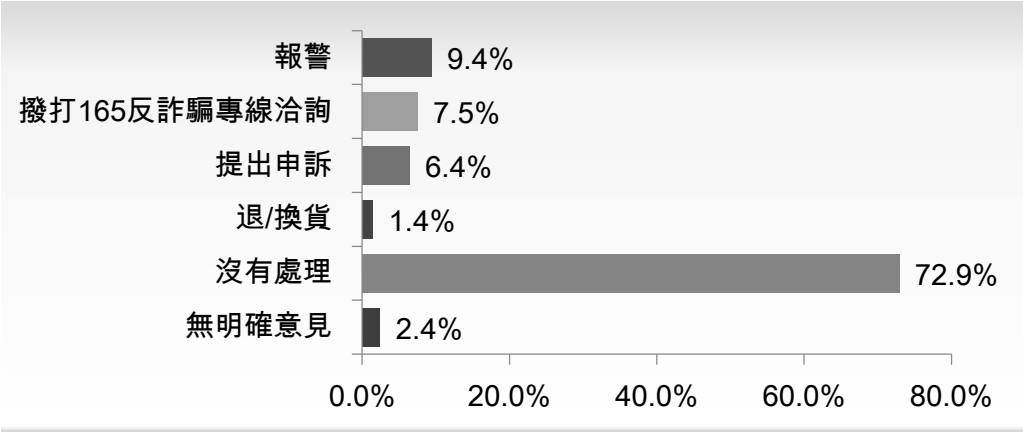

圖 30 消費詐騙處理

(n=202，抽樣誤差為±6.9 個百分點)
註：Q10-2.請問您是怎麼處理消費詐騙事件的？

(二)交叉分析

經卡方檢定後發現，受訪者在處理遇到的消費詐騙方式，會隨著其縣市別的不同，而有顯著差異，其中由於縣市別的組內期望值小於 5 之細格比率超過 25.0%，故無法進行卡方檢定。(見附表)

性　　別：男性受訪者表示「報警」(12.3%)、「撥打 165 反詐騙專線洽詢」(10.1%)、「提出申訴」(8.1%)、「退/換貨」(2.2%)的比率較女性受訪者高；女性受訪者表示「沒有處理」(78.7%)的比率較男性受訪者(66.1%)高。

縣 市 別：臺東縣的受訪者表示「報警」(38.5%)的比率較其他縣市高；南投縣的受訪者表示「撥打 165 反詐騙專線洽詢」(39.9%)的比率較其他縣市高；新竹縣、苗栗縣、嘉義市、金門縣的受訪者表示「沒有處理」(100.0%)的比率較其他縣市高。

居住地區：金馬澎的受訪者表示「報警」(23.7%)的比率較其他高；

北北基的受訪者表示「撥打 165 反詐騙專線洽詢」(11.2%)的比率較其他高;桃竹苗的受訪者表示「提出申訴」(18.9%)的比率較其他高；宜花東的受訪者表示「退換貨」(6.4%)的比率較其他高;雲嘉南的受訪者表示「沒有處理」(77.7%)的比率較其他高。

年　　齡：75-79 歲的受訪者表示「報警」(18.2%)的比率較其他年齡層高;70-74 歲的受訪者表示「撥打 165 反詐騙專線洽詢」(11.5%)的比率較其他年齡層高;55-59 歲的受訪者表示「提出申訴」(11.5%)的比率較其他年齡層高；65-69 歲的受訪者表示「退換貨」(4.6%)的比率較其他年齡層高；80 歲以上的受訪者表示「沒有處理」(100.0%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：研究所及以上學歷的受訪者表示「報警」(39.0%)、「撥打 165 反詐騙專線洽詢」(21.6%)的比率較其他教育程度高；大學學歷的受訪者表示「提出申訴」(11.4%)的比率較其他教育程度高；初中、國中學歷的受訪者表示「退換貨」(2.4%)的比率較其他教育程度高；小學及以下學歷的受訪者表示「沒有處理」(84.6%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：文書事務人員的受訪者表示「報警」(20.5%)的比率較其他職業者高；軍警公教的受訪者表示「撥打 165 反詐騙專線洽詢」(18.5%)的比率較其他職業者高；自營商/企業主的受訪者表示「提出申訴」(16.3%)的比率較其他職業者高；農林漁牧礦的受訪者表示「退換貨」(5.5%)的比率較其他職業者高；無業/待業的受訪者表示「沒有處理」(100.0%)的比率較其他職業者高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現，整體來說，受訪者表示遇到詐騙時，以沒有處理的比率較高，其次則是會報警處理，而其受訪者特性差異部分，雖然會因為縣市別的不同而有顯著差異，但因為此變數的組內期望值小於 5 之細格比例超過 25%，因此不適合進行卡方檢定，故交叉分析數據僅供參考。

第五節　業者推銷商品議題

一、參與業者推銷商品聚會之經驗

(一)整體方面

調查結果顯示，在參與業者推銷商品聚會之經驗上，有 16.0%的受訪者表示有參加過，83.9%沒有，另有 0.1%無明確意見。

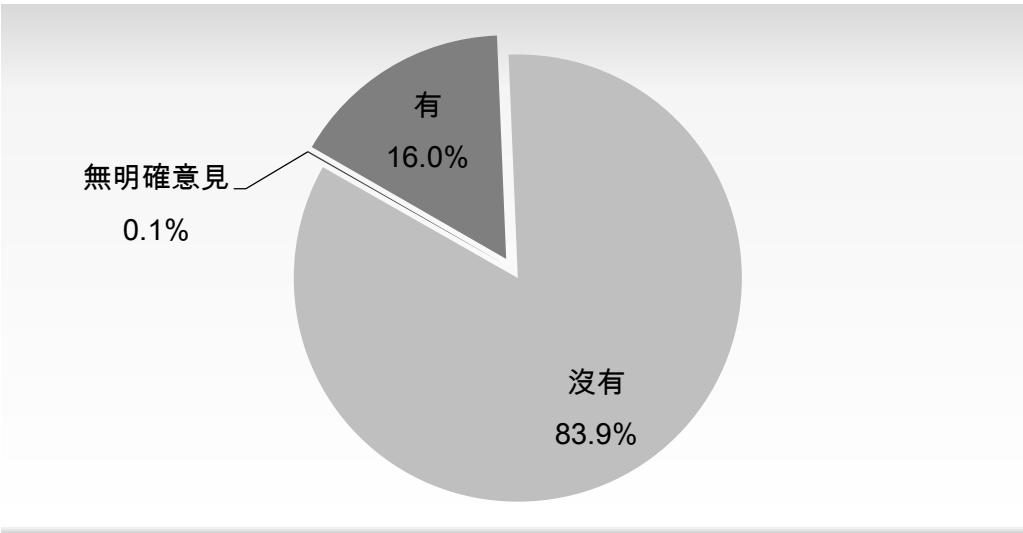

圖 31 參與業者推銷商品聚會之經驗

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點)
註：Q11.請問您有沒有曾經因朋友相約或業者施以小惠的方式而去老人聚會場所被銷售人員推銷(如健康食品)的經驗？

(二)交叉分析

經卡方檢定後發現，受訪者在參與業者推銷商品聚會之經驗，會隨著其縣市別、居住地區、年齡、職業的不同，而有顯著差異，其中由於縣市別、居住地區、年齡、職業的組內期望值小於 5 之細格比率超過 25.0%，故無法進行卡方檢定。(見附表)

性　　別：男性受訪者表示「有」(17.1%)的比率較女性受訪者(15.0%)高。

縣 市 別：金門縣的受訪者表示「有」(23.5%)的比率較其他縣市高；新竹縣的受訪者表示「沒有」(92.3%)的比率較其他縣市高。

居住地區：宜花東的受訪者表示「有」(18.5%)的比率較其他地區高；

雲嘉南的受訪者表示「沒有」(87.4%)的比率較其他地區高。

年　　齡：60-64 歲的受訪者表示「有」(18.4%)的比率較其他年齡層高；85 歲以上的受訪者表示「沒有」(93.1%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：研究所及以上學歷的受訪者表示「有」(20.8%)的比率較其他教育程度高；小學及以下學歷的受訪者表示「沒有」(87.5%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：企業主管/專業人員、助理專業人員/技術人員表示「有」(19.0%)的比率較其他高；無業/待業表示「沒有」(92.5%)的比率較其他高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現，整體來說，受訪者表示沒有參與業者推銷商品聚會經驗的比率較高，而其受訪者特性差異部分，雖然會因為縣市別、居住地區、年齡、職業的不同而有顯著差異，但因為此四項變數的組內期望值小於 5 之細格比例超過 25%，因此不適合進行卡方檢定，故交叉分析數據僅供參考。另外與 102 年調查結果進行比較發現，於 102 年時詢問 65 歲以上民眾有進行過跨國消費(指透過或其他遠距方式向國外業者購買商品，或是直接至國外購買產品)嗎？調查結果則顯示 30.1%有相關經驗、69.9%沒有，和 105 年表示沒有購買經驗(83.9%)的受訪者相比，沒有相關經驗的比率上升了。

二、購買推銷場所推銷之商品經驗

(一)整體方面

調查結果顯示，在 398 位有參加過業者推銷商品聚會的受訪者中，購買推銷場所推銷之商品經驗上，有 24.1%的受訪者表示有買過，75.9%沒有。

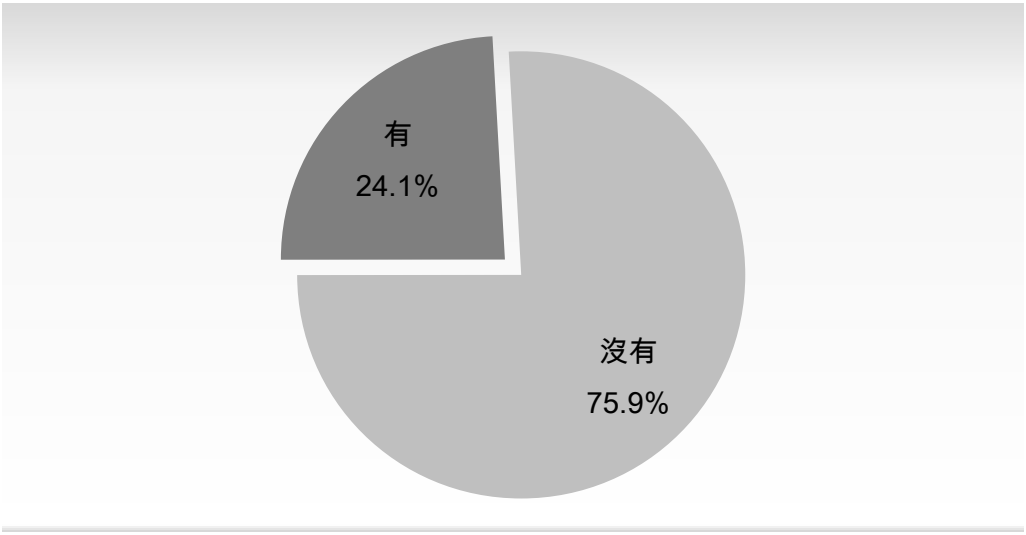

圖 32 購買推銷場所推銷之商品經驗

(n=398，抽樣誤差為±4.9 個百分點)
註：Q11-1.請問您有沒有買過聚會場所裡面所推銷的商品？

(二)交叉分析

經卡方檢定後發現，受訪者在購買推銷場所推銷之商品經驗，會隨著其教育程度的不同，而有顯著差異。(見附表)

性　　別：女性受訪者表示「有」(25.8%)的比率較男性受訪者(22.4%)高。

居住地區：北北基的受訪者表示「有」(29.0%)的比率較其他地區高；金馬澎的受訪者表示「沒有」(97.8%)的比率較其他地區高。

年　　齡：70-74 歲的受訪者表示「有」(27.1%)的比率較其他年齡層高；80-84 歲的受訪者表示「沒有」(80.9%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：研究所及以上學歷的受訪者表示「有」(53.3%)的比率較

其他教育程度高；小學及以下學歷的受訪者表示「沒有」(80.5%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：文書事務人員表示「有」(32.7%)的比率較其他高；無業/待業表示「沒有」(100.0%)的比率較其他高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現有購買推銷場所推銷之商品經驗的受訪者特性以研究所及以上學歷(53.3%)為主。

沒有購買推銷場所推銷之商品經驗的受訪者特性以小學及以下學歷(80.5%)為主。

整體來說，受訪者表示沒有購買推銷場所推銷之商品經驗的比率較高，而其受訪者特性差異部分，則以教育程度在小學及以下學歷的受訪者表示沒有購買的比率較高。

三、購買推銷場所推銷之商品金額

(一)整體方面

調查結果顯示，在 96 位有購買推銷場所推銷之商品的受訪者中，所花費的金額上，有 53.3%的受訪者表示花費在三千五百元以下，29.7%在七千五百元以上，7.8%在三千到七千元之間，另有 9.2%無明確意見。

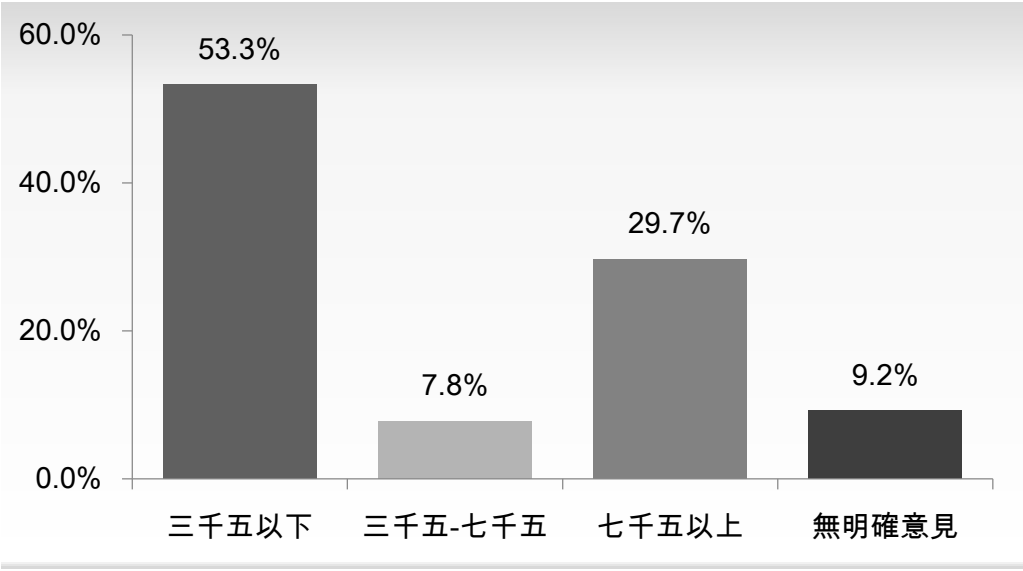

圖 33 購買推銷場所推銷商品之金額

(n=96，抽樣誤差為±10.0 個百分點)
註：Q11-2.請問您花了多少錢在購買推銷的商品？

(二)交叉分析

經卡方檢定後發現，受訪者在購買推銷場所推銷之商品金額，不會隨著其性別、居住地區、年齡、教育程度、職業等的不同，而有顯著差異。(見附表)

性　　別：男性受訪者表示「三千五以下」(58.2%)的比率較女性受訪者(49.0%)高；女性受訪者表示「三千五-七千五」(8.2%)、「七千五以上」(31.5%)的比率較男性受訪者高。

居住地區：桃竹苗的受訪者表示「三千五以下」(81.4%)的比率較其他高；高屏的受訪者表示「三千五-七千五」(20.5%)的比率較其他高；金馬澎的受訪者表示「七千五以上」(100.0%)的比率較其他高。

年　　齡：70-74 歲受訪者表示「三千五以下」(78.1%)的比率較高；60-64 歲受訪者表示「三千五-七千五」(14.6%)的比率較高；85 歲以上受訪者表示「七千五以上」(100.0%)的比率較高。

教育程度：大學學歷的受訪者表示「三千五以下」(73.9%)的比率較其他教育程度高；研究所及以上學歷的受訪者表示「三千五-七千五」(20.3%)的比率較其他教育程度高；國小及以下學歷的受訪者表示「七千五以上」(50.0%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：商業買賣/服務人員的受訪者表示「三千五以下」(92.7%)的比率較其他職業者高；自營商/企業主的受訪者表示「三千五-七千五」(45.4%)的比率較其他職業者高；助理專業人員/技術人員的受訪者表示「七千五以上」(61.5%)的比率較其他職業者高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現，整體來說，有購買推銷場所推銷之商品的受訪者中，花費的金額上以三千五百元以下的比率較高，占有53.3%，而其受訪者的差異特性並不會影響其購買所花費的金額。

四、未使用之商品可退貨知曉度

(一)整體方面

調查結果顯示，在在 398 位有參加過業者推銷商品聚會的受訪者中，對於未使用之商品可退貨知曉度上，有 66.9%的受訪者表示知道，32.3%不知道，另有 0.8%無明確意見。

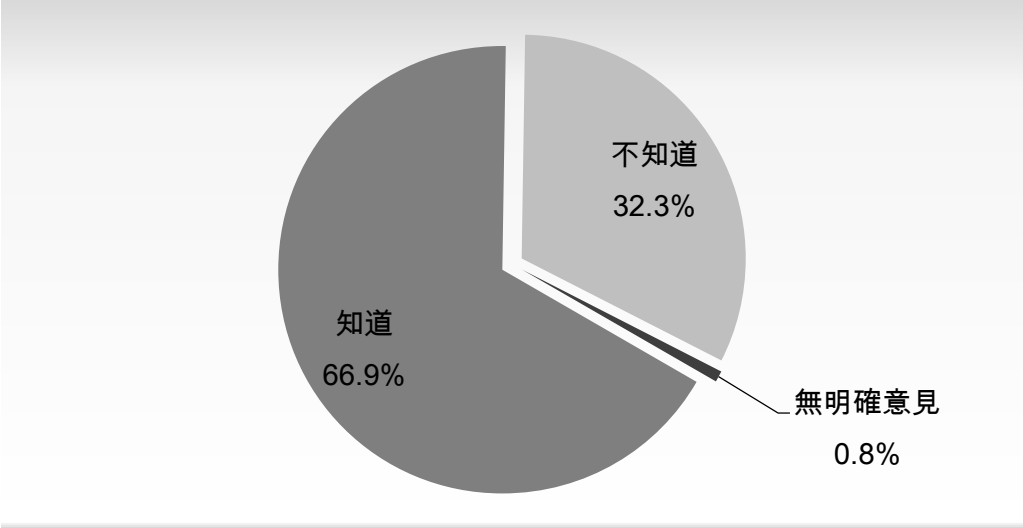

圖 34 未使用之商品可退貨知曉度

(n=398，抽樣誤差為±4.9 個百分點)
註：Q11-3.商品在沒有使用的情況下，請問您知不知道可以退貨？

(二)交叉分析

經卡方檢定後發現，受訪者在未使用之商品可退貨知曉度，會隨著其年齡的不同，而有顯著差異，其中由於年齡的組內期望值小於 5 之細格比率超過 25.0%，故無法進行卡方檢定。(見附表)

性　　別：女性受訪者表示「知道」(68.9%)的比率較男性受訪者(64.9%)高。

居住地區：宜花東的受訪者表示「知道」(76.2%)的比率較其他地區高；金馬澎的受訪者表示「不知道」(58.4%)的比率較其他地區高。

年　　齡：65-69 歲的受訪者表示「知道」(76.0%)的比率較其他年齡層高；70-74 歲的受訪者表示「不知道」(41.5%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：專科學歷的受訪者表示「知道」(78.4%)的比率較其他教育程度高;小學及以下學歷的受訪者表示「不知道」(45.3%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：商業買賣/服務人員表示「知道」(72.2%)的比率較其他高；技術工/機械設備操作或組裝/體力工表示「不知道」(39.7%)的比率較其他高。(樣本數小於 30 者不列入比較)

(三)小結

綜合上述分析結果可發現，整體來說，有參加過業者推銷商品聚會的受訪者中，知道對於未使用之商品可退貨(66.9%)的比率較高，而其受訪者特性差異部分，雖然會因為年齡的不同而有顯著差異，但因為此項變數的組內期望值小於 5 之細格比例超過 25%，因此不適合進行卡方檢定，故交叉分析數據僅供參考。

第六節　消費意識與保護議題

一、消費者保護專線知曉度

(一)整體方面

調查結果顯示，在消費者保護專線知曉度上，有 52.7%的受訪者表示知道，47.2%不知道，另有 0.1%無明確意見。

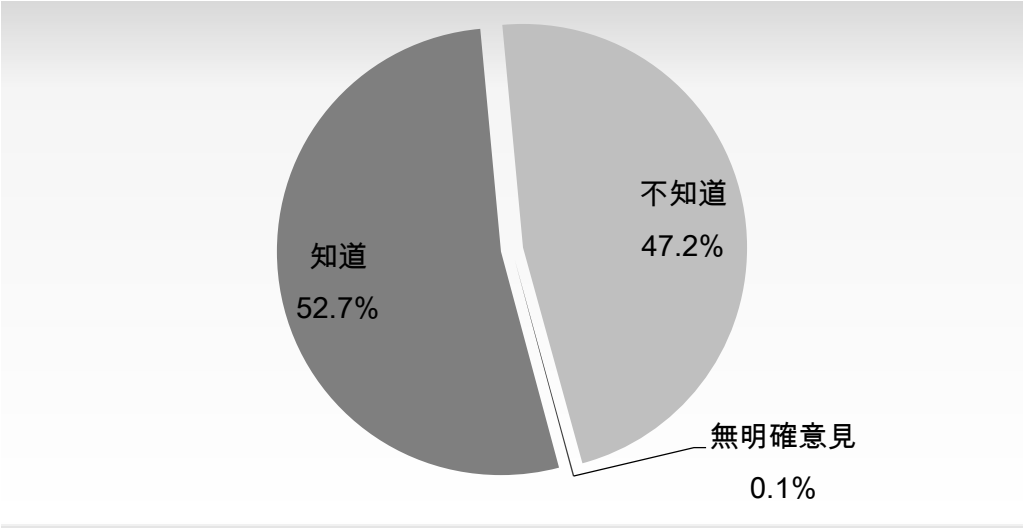

圖 35 消費者保護專線知曉度

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點)
註：Q6.請問您知不知道政府有提供消費者保護專線，提供受訪者申訴或諮詢？

(二)交叉分析

經卡方檢定後發現，受訪者在消費者保護專線知曉度，會隨著其年齡、教育程度、職業、健康程度、居住型態的不同，而有顯著差異，其中由於年齡、教育程度、職業、健康程度、居住型態的組內期望值小於 5 之細格比率超過 25.0%，故無法進行卡方檢定。(見附表)

性　　別：男性受訪者表示「知道」(54.4%)的比率較女性受訪者(51.2%)高。

居住地區：高屏的受訪者表示「知道」(55.2%)的比率較其他地區高；金馬澎的受訪者表示「不知道」(56.2%)的比率較其他地區高。

年　　齡：隨著年齡的增加；表示「知道」的比率逐漸減少；從 55-59 歲的 63.7%降至 85 歲以上的 23.9%。

教育程度：研究所及以上學歷的受訪者表示「知道」(76.7%)的比率較其他教育程度高；小學及以下學歷的受訪者表示「不知道」(70.1%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：文書事務人員表示「知道」(69.0%)的比率較其他高；農林漁牧礦表示「不知道」(67.5%)的比率較其他高。

健康程度：健康者表示「知道」(56.9%)的比率較其他高。

居住型態：其他同住型態者表示「知道」(58.8%)的比率較其他高；獨居者表示「不知道」(56.8%)的比率較其他高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現，整體來說，受訪者表示知道消費者保護專線的比率較高，而其受訪者特性差異部分，雖然會因為年齡、教育程度、職業、健康程度、居住型態的不同而有顯著差異，但因為此五項變數的組內期望值小於 5 之細格比例超過 25%，因此不適合進行卡方檢定，故交叉分析數據僅供參考。

二、消費者保護專線號碼知曉度

(一)整體方面

調查結果顯示，在消費者保護專線號碼知曉度上，有 91.4%的受訪者表示忘記專線號碼，2.1%知道專線號碼是 1950，另有 6.5%無明確意見。

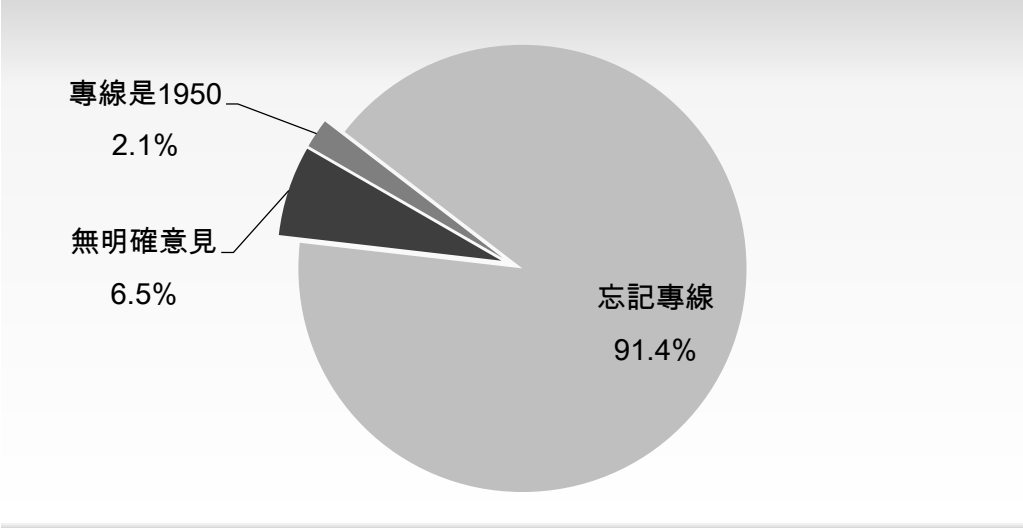

圖 36 消費者保護專線號碼知曉度

(n=1,312，抽樣誤差為±2.7 個百分點)
註：Q6-1.請問您知道政府提供的全國消費者服務專線是多少嗎？

(二)交叉分析

經卡方檢定後發現，受訪者在消費者保護專線號碼知曉度，會隨著其縣市別、居住地區的不同，而有顯著差異，其中由於縣市別、居住地區的組內期望值小於 5 之細格比率超過 25.0%，故無法進行卡方檢定。(見附表)

性　　別：男性受訪者表示「知道專線是 1950」(2.5%)的比率較女性受訪者(1.7%)高。

居住地區：宜花東的受訪者表示「知道專線是 1950」(6.4%)的比率較其他高；北北基的受訪者表示「忘記專線」(92.9%)的比率較其他高。

年　　齡：85 歲以上的受訪者表示「知道專線是 1950」(5.6%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：研究所及以上學歷的受訪者表示「知道專線是 1950」(5.8%)的比率較其他教育程度高；小學及以下學歷的受訪者表示「忘記專線」(93.8%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：軍警公教表示「知道專線是 1950」(4.4%)的比率較其他高；助理專業人員/技術人員表示「忘記專線」(96.3%)的比率較其他高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現，整體來說，受訪者表示忘記消費者保護專線是 1950 的比率較高，而其受訪者特性差異部分，雖然會因為縣市別、居住地區的不同而有顯著差異，但因為此兩項變數的組內期望值小於 5 之細格比例超過 25%，因此不適合進行卡方檢定，故交叉分析數據僅供參考。

三、辦理高齡者消費知識相關講座需求度

(一)整體方面

調查結果顯示，在辦理高齡者消費知識相關講座需求上，有55.0%的受訪者表示需要(21.9%非常需要、33.1%還算需要)，36.4%不需要(32.0%不太需要、4.4%非常不需要)，另有 8.6%無明確意見。

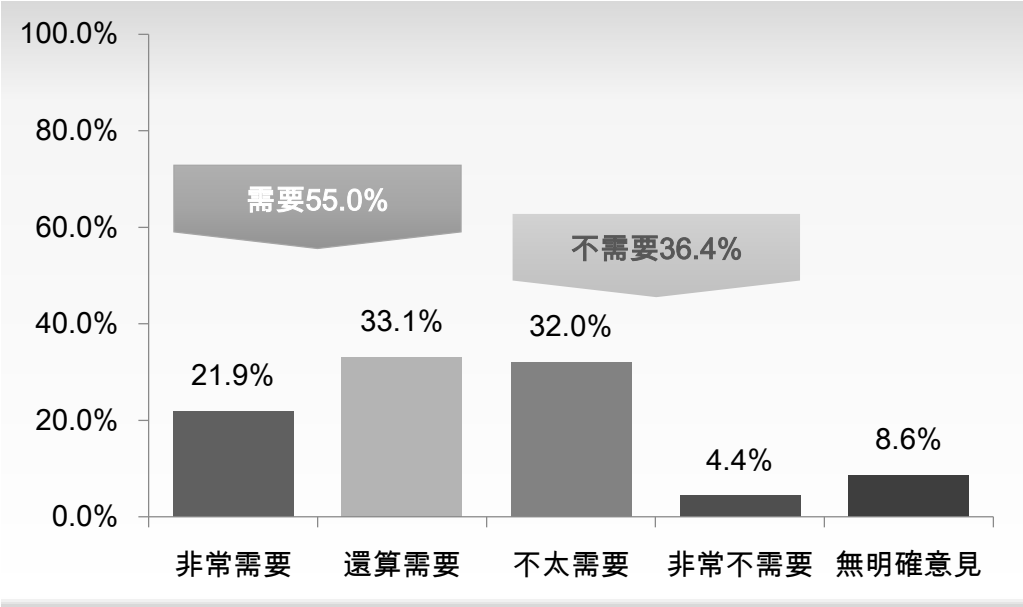

圖 37 辦理高齡者消費知識相關講座需求度

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點)
註：Q8. 請問您認為需不需要舉辦關於高齡者消費知識的相關教育活動？

(二)交叉分析

經卡方檢定後發現，受訪者在對辦理高齡者消費知識相關講座需求度，會隨著其年齡、教育程度、職業、健康程度、居住型態的不同，而有顯著差異。(見附表)

性　　別：男性受訪者表示「需要」(55.4%)的比率較女性受訪者(54.6%)高。

居住地區：宜花東的受訪者表示「需要」(60.7%)的比率較其他地區高；桃竹苗的受訪者表示「不需要」(40.1%)的比率較其他地區高。

年　　齡：隨著年齡的增加；表示「需要」的比率逐漸減少；從 55-59 歲的 60.7%降至 85 歲以上的 32.1%。

教育程度：高中、高職學歷的受訪者表示「需要」(63.5%)的比率較其他教育程度高；研究所及以上學歷的受訪者表示「不需要」(42.3%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：助理專業人員/技術人員表示「需要」(66.0%)的比率較其他高；農林漁牧礦表示「不需要」(40.9%)的比率較其他高。

健康程度：健康者表示「需要」(57.3%)的比率較其他高。

居住型態：其他同住型態者表示「需要」(58.0%)的比率較其他高；與子女同住者表示「不需要」(38.0%)的比率較其他高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現在辦理高齡者消費知識相關講座需求度上表示需要的受訪者特性以 55-59 歲(60.7%)、高中、高職學歷(63.5%)、助理專業人員/技術人員(66.0%)為主。

表示不需要的受訪者特性以 85 歲以上(46.8%)、研究所及以上學歷(42.3%)、農林漁牧礦(40.9%)為主。

整體來說，受訪者表示需要辦理高齡者消費知識相關講座的比率較高，其中又以高齡初期、高中職學歷、助理專業人員/技術人員的受訪者表示需要的比率較高；而高齡後期、研究所及以上學歷、農林漁牧礦的受訪者則表示不需要的比率較高。

四、高齡者消費知識講座議題類型

(一)整體方面

調查結果顯示，在 1,369 位表示有需要辦理高齡者消費知識教育講座的受訪者中，講座議題以食品安全性為主，有 24.8%，其次則為安養照護(17.4%)、用藥安全(14.3%)、消費詐騙(13.6%)等，另有 8.2%無明確意見。

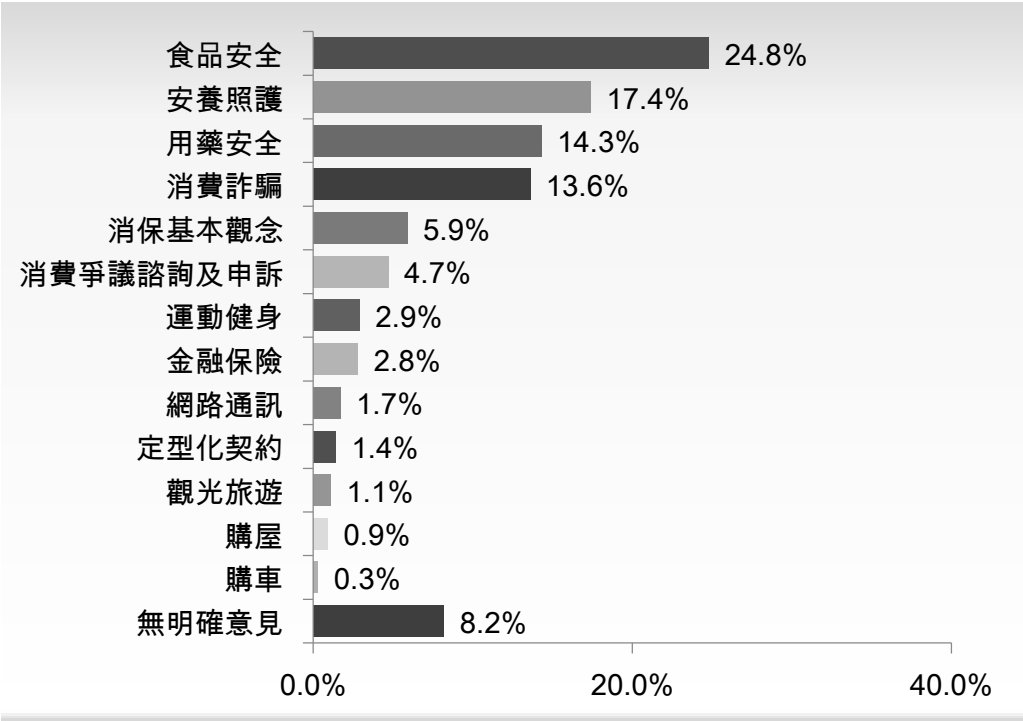

圖 38 高齡者消費知識講座議題類型

(n=1,369，抽樣誤差為±2.6 個百分點)
註：Q8-1. 請問您認為最需要加強哪方面的教育主題(議題)？

(二)交叉分析

經卡方檢定後發現，受訪者在對辦理高齡者消費知識相關講座議題類型，會隨著其性別、年齡、教育程度、健康程度的不同，而有顯著差異，其中由於年齡、教育程度、健康程度的組內期望值小於 5 之細格比率超過 25.0%，故無法進行卡方檢定。以下分析僅列入高於 10.0%之選項(見附表)

性　　別：女性受訪者表示「食品安全」(26.7%)、「安養照顧」(21.8%)、「消費詐騙」(14.2%)的比率較男性高；男性受訪者表示「用藥安全」(14.7%)的比率較女性高。

居住地區：金馬澎的受訪者表示「食品安全」(32.6%)的比率較其他高；北北基的受訪者表示「安養照顧」(21.6%)的比率較其他高；中彰投的受訪者表示「用藥安全」(17.7%)的比率較其他高；高屏的受訪者表示「消費詐騙」(16.6%)的比率較其他高。

年　　齡：85 歲以上的受訪者表示「食品安全」(30.0%)的比率較其他年齡層高；70-74 歲的受訪者表示「安養照顧」(22.8%)的比率較其他年齡層高；80-84 歲的受訪者表示「用藥安全」(23.9%)的比率較其他年齡層高；55-59 歲的受訪者表示「消費詐騙」(17.7%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：大學學歷的受訪者表示「食品安全」(28.0%)、「用藥安全」(16.3%)的比率較其他教育程度高；初中、國中學歷的受訪者表示「安養照顧」(22.0%)的比率較其他教育程度高；研究所及以上學歷的受訪者表示「消費詐騙」(20.3%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：無業/待業的受訪者表示「食品安全」(36.9%)的比率較其他職業者高；助理專業人員/技術人員的受訪者表示「安養照顧」(23.6%)、「用藥安全」(17.5%)的比率較其他職業者高；企業主管/專業人員的受訪者表示「消費詐騙」(16.7%)的比率較其他職業者高。

健康程度：健康者表示「食品安全」(26.3%)的比率較其他高；不健康者表示「安養照顧」(24.4%)的比率較其他高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現在對辦理高齡者消費知識相關講座議題類型上食品安全為主的受訪者特性以女性(26.7%)為主。

安養照顧為主的受訪者特性以女性(21.8%)為主。

用藥安全為主的受訪者特性以男性(14.7%)為主。

消費詐騙為主的受訪者特性以女性(14.2%)為主。

整體來說，受訪者表示需要辦理高齡者消費知識講座的議題以食

品安全性為主的比率較高，其中又以女性的受訪者表示需要此類型的比率較男性高；而選項比例較低的項目如消保基本觀念、消費爭議諮詢及申訴、金融保險等則以男性表示需要的比率較高。

五、消費知識教育講座地點

(一)整體方面

調查結果顯示，在 1,369 位表示有需要辦理高齡者消費知識教育講座的受訪者中，地點選擇上認為以社區活動中心為主，有 56.1%，其次則為里民中心(28.3%)、樂齡學習中心(3.6%)、關懷聚點(2.6%)等，另有 6.5%無明確意見。

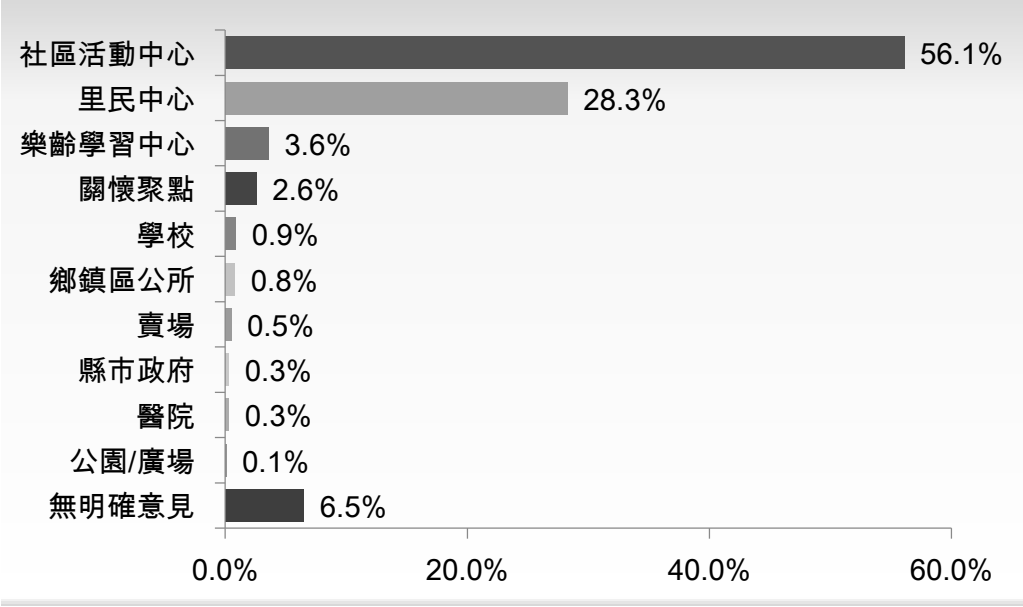

圖 39 消費知識教育講座地點

(n=1,369，抽樣誤差為±2.6 個百分點)
註：Q8-2. 請問如果要舉辦這類教育講座的話，您覺得地點要辦在哪裡？

(二)交叉分析

經卡方檢定後發現，受訪者在認為高齡者消費知識講座應舉辦之地點，會隨著其縣市別、居住地區、年齡、教育程度、職業的不同，而有顯著差異，其中由於縣市別、居住地區、年齡、教育程度、職業的組內期望值小於 5 之細格比率超過 25.0%，故無法進行卡方檢定。以下分析僅列入高於 10.0%之選項(見附表)

性　　別：女性受訪者表示「社區活動中心」(57.6%)、「里民中心」(28.7%)的比率較高。

居住地區：金馬澎的受訪者表示「社區活動中心」(76.8%)的比率較其他縣市高；北北基的受訪者表示「里民中心」(40.4%)的比率較其他高。

年　　齡：80-84 歲的受訪者表示「社區活動中心」(65.7%)的比率較其他高；60-64 歲的受訪者表示「里民中心」(35.9%)的比率較其他高。

教育程度：小學及以下學歷的受訪者表示「社區活動中心」(62.8%)的比率較其他教育程度高；初中、國中學歷的受訪者表示「里民中心」(34.7%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：農林漁牧礦表示「社區活動中心」(64.2%)的比率較其他高；自營商/企業主表示「里民中心」(35.2%)的比率較其他高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現，整體來說，受訪者表示高齡者消費知識講座應舉辦在社區活動中心的比率較高，而其受訪者特性差異部分，雖然會因為縣市別、居住地區、年齡、教育程度、職業的不同而有顯著差異，但因為此五項變數的組內期望值小於 5 之細格比例超過 25%，因此不適合進行卡方檢定，故交叉分析數據僅供參考。

六、政府有提供定型化契約範本知曉度

(一)整體方面

調查結果顯示，在政府有提供定型化契約範本知曉度上，僅有21.1%的受訪者表示知道，有 78.8%不知道，另有 0.1%無明確意見。

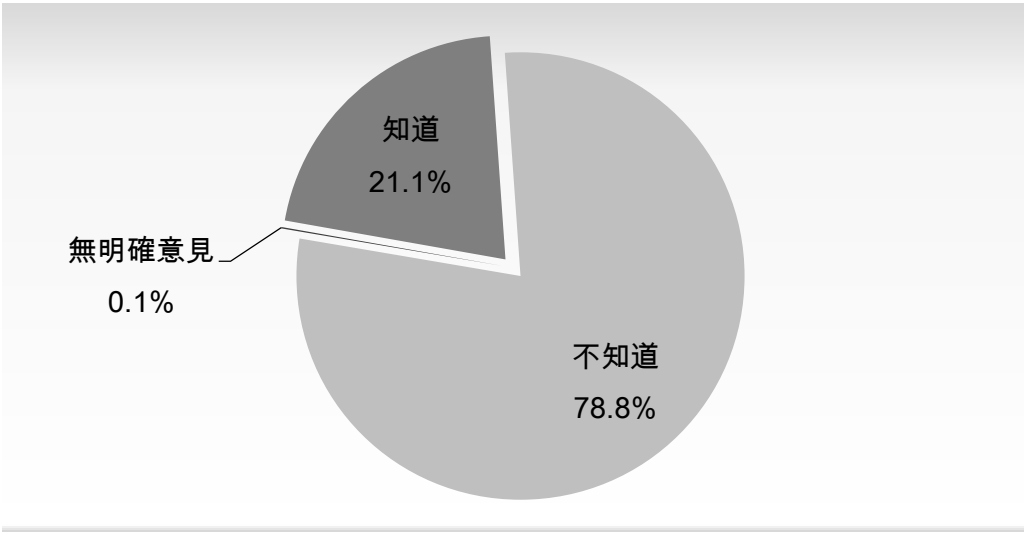

圖 40 政府有提供定型化契約範本知曉度

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點)
註：Q7.請問您知不知道主管機關訂有定型化契約範本供消費者簽訂契約時可以參考？

(二)交叉分析

經卡方檢定後發現，受訪者在政府有提供定型化契約範本知曉度，會隨著其性別、居住地區、年齡、教育程度、職業、健康程度、居住型態的不同，而有顯著差異，其中由於性別、居住地區、年齡、教育程度、職業、健康程度、居住型態的組內期望值小於 5 之細格比率超過 25.0%，故無法進行卡方檢定。(見附表)

性　　別：男性受訪者表示「知道」(25.2%)的比率較女性受訪者(17.5%)高。

居住地區：北北基的受訪者表示「知道」(26.7%)的比率較其他高；金馬澎的受訪者表示「不知道」(82.6%)的比率較其他高。

年　　齡：隨著年齡的增加；表示「知道」的比率逐漸減少；從 55-59 歲的 29.4%降至 85 歲以上的 7.8%。

教育程度：研究所及以上學歷的受訪者表示「知道」(53.4%)的比率

較其他教育程度高；小學及以下學歷的受訪者表示「不知道」(92.3%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：企業主管/專業人員表示「知道」(38.2%)的比率較其他高；無業/待業表示「不知道」(90.9%)的比率較其他高。

健康程度：健康者表示「知道」(23.8%)的比率較其他高。

居住型態：其他居住型態者表示「知道」(25.1%)的比率較其他高；獨居者表示「不知道」(82.4%)的比率較其他高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現，整體來說，受訪者表示不知道政府有提供定型化契約範本的比率較高，而其受訪者特性差異部分，雖然會因為性別、居住地區、年齡、教育程度、職業、健康程度、居住型態的不同而有顯著差異，但因為此七項變數的組內期望值小於 5 之細格比例超過 25%，因此不適合進行卡方檢定，故交叉分析數據僅供參考。

七、對政府在高齡者消費保護上之建議

(一)整體方面

調查結果顯示，在對政府在高齡者消費保護上之建議以維持弱勢高齡者的基本經濟生活為主，有 31.8%，其次則為加強針對以高齡者為訴求之商品及服務的審查，如醫療輔具商品(19.1%)，加強高齡者及其家屬的消保教育及宣導活動(15.8%)等，另有 21.5%無明確意見。

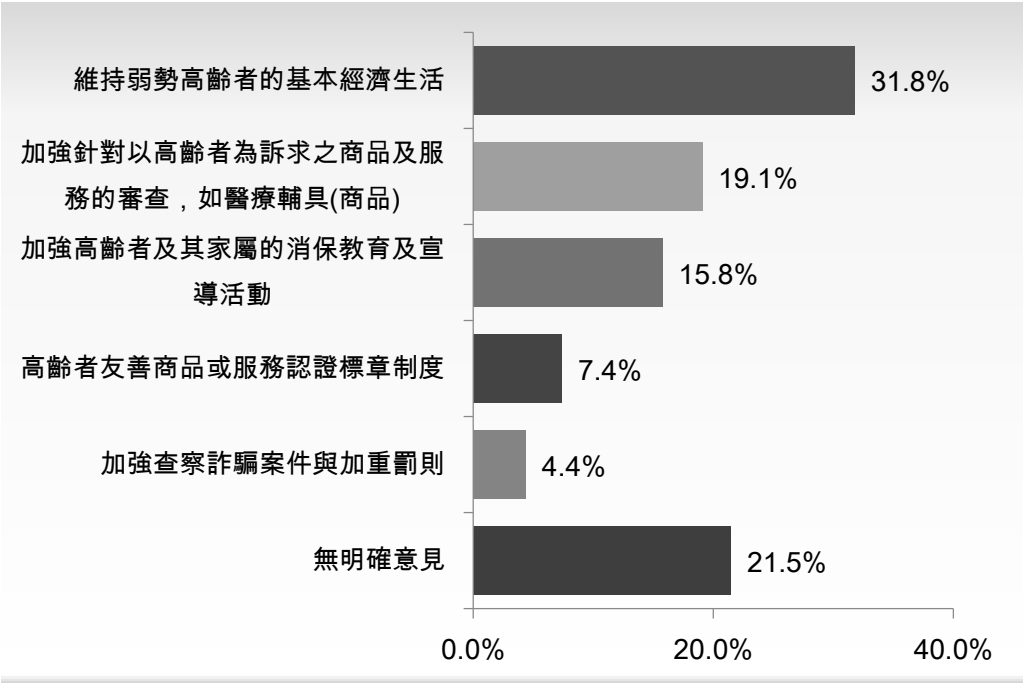

圖 41 對政府在高齡者消費保護上之建議

(n=2,489，抽樣誤差為±2.0 個百分點)

註：Q12. 請問您認為目前政府在對高齡者消費保護與管理方面還可以加強哪方面的保障？

(二)交叉分析

經卡方檢定後發現，受訪者在對政府在高齡者消費保護上之建議，會隨著其年齡、教育程度、職業的不同，而有顯著差異。(見附表)

性　　別：女性受訪者表示「維持弱勢高齡者的基本經濟生活」(33.9%)的比率較男性受訪者(29.5%)高；男性受訪者表示「加強針對以高齡者為訴求之商品及服務的審查」(19.6%)、「加強高齡者及其家屬的消保教育及宣導活動」(16.7%)、「高齡者友善商品或服務認證標章制度」(7.5%)、「加強查察

詐騙案件與加重罰則」(4.5%)的比率較女性受訪者高。

居住地區：中彰投的受訪者表示「維持弱勢高齡者的基本經濟生活」(35.1%)的比率較其他地區高；高屏的受訪者表示「加強針對以高齡者為訴求之商品及服務的審查」(21.3%)的比率較其他地區高；宜花東的受訪者表示「加強高齡者及其家屬的消保教育及宣導活動」(18.4%)的比率較其他地區高；雲嘉南的受訪者表示「高齡者友善商品或服務認證標章制度」(8.1%)的比率較其他地區高；北北基的受訪者表示「加強查察詐騙案件與加重罰則」(6.6%)的比率較其他地區高。

年　　齡：55-59 歲的受訪者表示「維持弱勢高齡者的基本經濟生活」(36.7%)、「加強高齡者及其家屬的消保教育及宣導活動」(20.1%)的比率較其他年齡層高；70-74 歲的受訪者表示「加強針對以高齡者為訴求之商品及服務的審查」(20.8%)的比率較其他年齡層高；80-84 歲的受訪者表示「高齡者友善商品或服務認證標章制度」(11.2%)的比率較其他年齡層高；65-69 歲的受訪者表示「加強查察詐騙案件與加重罰則」(5.9%)的比率較其他年齡層高。

教育程度：專科學歷的受訪者表示「維持弱勢高齡者的基本經濟生活」(39.0%)的比率較其他教育程度高；高中職學歷的受訪者表示「加強針對以高齡者為訴求之商品及服務的審查」(23.5%)的比率較其他教育程度高；研究所及以上學歷的受訪者表示「加強高齡者及其家屬的消保教育及宣導活動」(23.1%)、「高齡者友善商品或服務認證標章制度」(21.9%)的比率較其他教育程度高；大學學歷的受訪者表示「加強查察詐騙案件與加重罰則」(6.5%)的比率較其他教育程度高。

職　　業：商業買賣/服務人員表示「維持弱勢高齡者的基本經濟生活」(36.5%)的比率較其他高；助理專業人員/技術人員表示「加強針對以高齡者為訴求之商品及服務的審查」(23.5%)、「加強查察詐騙案件與加重罰則」(7.2%)的比率較其他高；自營商/企業主表示「加強高齡者及其家屬的

消保教育及宣導活動」(20.2%)的比率較其他高；軍警公教表示「高齡者友善商品或服務認證標章制度」(12.9%)的比率較其他高。

(三)小結

綜合上述分析結果可發現建議維持弱勢高齡者的基本經濟生活的受訪者特性以 55-59 歲(36.7%)、專科學歷(39.0%)、商業買賣/服務人員(36.5%)為主。

加強針對以高齡者為訴求之商品及服務的審查的受訪者特性以 70-74 歲(20.8%)、高中職學歷(23.5%)、助理專業人員/技術人員(23.5%)為主。

加強高齡者及其家屬的消保教育及宣導活動的受訪者特性以 55-59 歲(20.1%)、研究所及以上學歷(23.1%)、自營商/企業主(20.2%)為主。

高齡者友善商品或服務認證標章制度的受訪者特性以 80-84 歲(11.2%)、研究所及以上學歷(21.9%)、軍警公教(12.9%)為主。

加強查察詐騙案件與加重罰則的受訪者特性以 65-69 歲(5.9%)、大學學歷(6.5%)、助理專業人員/技術人員(7.2%)為主。

整體來說，受訪者對政府在高齡者消費保護上之建議以維持弱勢高齡者的基本經濟生活為主的比率較高，其中又以高齡初期、專科學歷、商業買賣/服務人員的受訪者建議的比率較其他高。

第五章 質化訪談結果分析

第一節　焦點團體訪談分析

民眾焦點團體訪談與會者基本資料與相關特性彙整如下：

編號	居住地區	性別	年齡	經常消費地點
A1	台北市	男	76 歲	3C 賣場
A2	桃園市	女	57 歲	超市
A3	新北市	男	66 歲	便利商店/大賣場
A4	新北市	女	62 歲	超市/菜市場
A5	台北市	女	55 歲	超市/大賣場
A6	桃園市	女	59 歲	實體店面/超市
A7	基隆市	女	59 歲	大賣場
A8	新北市	男	59 歲	大賣場/網路購物
A9	台北市	女	67 歲	電視購物/網路
B1	台中市	女	70 歲	超市/大買家
B2	雲林縣	女	57 歲	百貨公司/大賣場/超市
B3	彰化縣	女	59 歲	便利商店/百貨公司
B4	南投縣	男	64 歲	大賣場/網購
B5	台中市	男	62 歲	超市/便利商店
B6	台中市	女	73 歲	大賣場/黃昏市場
B7	南投縣	女	75 歲	菜市場
B8	台中市	女	64 歲	大賣場/超市/便利商店
C1	高雄市	男	58 歲	市場/超商/大賣場
C2	屏東市	男	60 歲	菜市場/大賣場
C3	高雄市	女	68 歲	百貨公司/超商/大賣場
C4	高雄市	女	60 歲	百貨公司/市場/大賣場
C5	臺南市	女	56 歲	傳統市場
C6	臺南市	女	66 歲	市場/大賣場
C7	高雄市	女	60 歲	傳統市場/百貨公司/大賣場
C8	屏東市	女	58 歲	實體商店
D1	花蓮縣	女	55 歲	超商/超市
D2	宜蘭縣	女	58 歲	超商/大賣場

D3	花蓮縣	男	79 歲	超商
D4	花蓮縣	女	73 歲	菜市場/超商
D5	花蓮縣	女	72 歲	超市
D6	花蓮縣	男	73 歲	超商
D7	花蓮縣	男	65 歲	大賣場
D8	花蓮縣	男	78 歲	超市/傳統市場
D9	花蓮縣	女	72 歲	傳統市場/大賣場
D10	花蓮縣	女	55 歲	傳統市場
D11	臺東縣	女	56 歲	傳統市場
D12	宜蘭縣	女	55 歲	傳統市場/大賣場
D13	花蓮縣	女	62 歲	傳統市場/超市
D14	花蓮縣	男	55 歲	實體商店

一、 消費行為

(一)生活上較常消費的地點

在北區座談會中，與會受訪者目前生活上較常消費的地點，考量生活便利性通常會到 7-11 等便利商店、全聯、家樂福等大型賣場以及傳統市場進行等地方消費。另外，有一位與會受訪者(A9)表示因為自己較不喜歡外出的原因所以傾向電視購物和網路購物。

在中區座談會中，與會受訪者目前生活上較常消費的地點，考量生活便利性通常會到 7-11 等便利商店、全聯等大型賣場、百貨公司以及傳統市場、黃昏市場等地方進行消費。另外，有一位與會受訪者(B4)提到如果是購買電器類等大型商品，會使用網路購物，其餘一般日常生活用品是在大賣場購買。

在南區座談會中，與會受訪者目前生活上較常消費的地點，考量生活便利性通常會到 7-11 等便利商店、全聯等大型賣場、百貨公司以及傳統市場進行等地方消費。另外，有一位與會受訪者(C1)表示自己不喜歡菜市場的環境，而傾向去超市購物。在南區的與會受訪者中沒有使用電視購物或網路購物的行為。

在東區座談會中，與會受訪者目前生活上較常消費的地點，考量生活便利性通常會到 7-11 等便利商店、當地超商如統冠、全聯等大型賣場以及傳統市場等地方進行消費。另外，有一位與會受訪者(D2)表示偶爾會透過使用電視購物。

整體而言，生活上較常消費的地點，在北區、中區、南區、東區等四個區域的與會受訪者，通常會因為生活便利性的因素，而至住家附近的便利商店、大型量販店、傳統市場、百貨公司等地方消費，然而特別的是在南區的與會者完全沒有電視購物以及網路購物的經驗。

(二)生活上最需要的商品或服務

在北區座談會中，與會受訪者提到目前生活上最需要的商品為日常生活用品、食品類、衣物類、電器用品、寢具等生活消費品。另外，有與會受訪者(A3)提到也會購買按摩椅、電器用品、書籍等商品以及假牙裝設等醫療服務。

在中區座談會中，與會受訪者提到目前生活上最需要的商品為日常生活用品、食品類、衣物類、電器用品等生活消費品。另外，有與會受訪者(B2)提到最希望有到府清潔服務，以減輕自己的打掃負擔以及假牙裝設等醫療服務。

在南區座談會中，與會受訪者提到目前生活上最需要的商品為日常生活用品、食品類、衣物類、電器用品等生活消費品。另外，有與會受訪者(C3)提到也會購買運動器材、按摩椅等商品。

在東區座談會中，與會受訪者提到目前生活上最需要的商品為日常生活用品、食品類、衣物類、電器用品等生活消費品。另外，有與會受訪者(D10)提到需要假牙裝設等醫療服務以及拐杖、血壓計等醫療輔具。

整體而言，生活上最需要的商品，在北區、中區、南區、東區等四個區域的與會受訪者，需要的商品類型大致相同，大部分為生活消費品。然而在北區、中區以及東區的與會受訪者提到目前最需要的是假牙裝設的醫療服務或醫療輔具，在南區則有與會受訪者提到需要運動器材、按摩椅等商品。

(三)消費時，是否會注意商品包裝或標示

在北區座談會中，與會受訪者表示在購買商品時會注意產品的品牌、製造日期、有效期限、產品成分、產品產地等。

在中區座談會中，與會受訪者表示在購買商品時會注意產品的品牌、有效期限、產品成分、產品產地等。另外，有與會受訪者(B6)表

示自己會注意商品標示，但是標示內容大多是化學名稱，一般受訪者無法清楚了解成分內容，應該用更白話的方式來註明成分。

在南區座談會中，與會受訪者表示在購買商品時會注意商品的品牌、有效期限、產品成分、產品產地等。另外，有與會受訪者(C3)表示自己會注意商品標示，但是標示字體太小、顏色太相近，造成年長者閱讀上的困難，此外也有日期標示位置不清楚的問題。

在東區座談會中，與會受訪者表示在購買商品時會注意商品的品牌、有效期限、產品成分、產品產地等。另外，有與會受訪者(D7)表示如果是購買電器用品的時候會注意看使用說明。

整體來說，在北區、中區、南區以及東區的與會者在消費時不管購買商品的類型都會注意商品的包裝或標示，注意的項目包含產品品牌、製造日期、有效期限、產品成分以及產品產地等。在中區以及南區的與會受訪者表示，目前的商品標示有字體太小、顏色太相近以及用字艱深等閱讀上的困難。

(四)消費時，是否會因為被推薦而消費

在北區座談會中，與會受訪者是否會因為被推薦而消費，根據與會受訪者本身的自主性強弱分成三個族群，第一個族群(A1.A6)擁有較高的自主性，不會隨便聽人家的意見去，是否購買商品的決定權完全不受其他人意見影響；第二個族群(A3.A4.A5.A7.A9)會參考親戚朋友的意見，之後看自己是否真的需要該商品，假如需要就會去購買，是否購買商品的由自己決定；第三個群組(A2.A8)自主性較低，當別人說什麼好，就會去買。

在中區座談會中，與會受訪者是否會因為被推薦而消費，根據推薦對象的不同，與會受訪者有不同的消費行為，部分與會受訪者(B6)提到若是親戚朋友推薦，因為一定是好用才會推薦給自己，所以就會去買；但是有部分與會受訪者(B2.B3)表示無法相信店員，只相信親友的推薦。此外，有一位與會受訪者(B1)表示因為都去固定的地方消費，店員也相當熟悉，所以只要店員推薦並且有優惠就會購買，平常自己也會收到電視廣告的吸引而購買相關商品。

在南區座談會中，與會受訪者是否會因為被推薦而消費，根據與會受訪者本身的自主性強弱分成兩個族群，第一個族群(C6.C2.C1.C3)

擁有較高的自主性，不接受別人的推薦，因為自己要買什麼東西有自己的想法，是否購買商品的決定權完全不受其他人意見影響；第二個族群(C5.C4)會參考朋友、同事的意見，了解他人使用心得之後，並實地了解商品之後再決定是否購買，是否購買商品的決定權最終掌握在自己手上。

在東區座談會中，與會受訪者大多會接受別人的推薦或在購買前會參考別人的意見，參考對象包含同事、朋友等，然而最終是否購買商品由自己決定。比較特別的是，有一位與會受訪者(D2)提到自己想要購買商品時會參考別人意見，但不會有人推薦就去買，但是如果是電視購物就會去購買，因為電視購物的行銷方式很吸引人，另外，有一位與會受訪者(D12)表示不會聽別人的意見，但會上網比較，蒐集資料之後再購買商品。

整體來說，消費時是否因為別人推薦而購買，與會受訪者分成完全不參考別人意見、會參考別人意見，最終決定權自己掌握以及完全參考別人意見等三種族群。在北區、中區、南區與東區的與會受訪者在消費前大多會參考別人的意見，而參考意見的對象包含同事、朋友以及家人，在參考之後會再了解商品特性，最後購買的決定權在自己。另外，在北區及東區的與會受訪者會完全接受別人的推薦，推薦對象是熟悉的店員或電視購物頻道，有一位東區與會者表示自己會上網蒐集資料後再決定是否購買。除此之外，在北區以及南區都有與會受訪者表示自己不會接受別人的推薦。

(五)消費時，是否曾受到店家差別待遇的經驗

在北區座談會中，與會受訪者並沒有遇到差別待遇的經驗，有與會受訪者提到以目前台灣的水平來說，進門的都是客人，不會發生差別待遇的情形，另外，也有一位與會受訪者(A1)表示因為自己都是去會員制的地方消費，所以沒有遇過差別待遇。

在中區座談會中，與會受訪者在購買 3C 或電器用品時曾有差別待遇的情形。有一位與會受訪者(B2)表示家中在安裝有線電視時，如果家中正好小孩在，服務人員會選擇和小孩解說商品，而把自己晾在一邊；另外有一位與會受訪者(B3)表示自己想要學習電腦，在購買前，店員表示有什麼問題都可以問，但是之後真的想要去問問題時，店員都正好在忙碌；而另一位與會受訪者(B4)表示在購買衣物、鞋子

等商品時，雖然提出問題時服務人員也會解答，但是如果現場剛好有較年輕的客人，服務人員會先接待較年輕的客人。

在南區座談會中，與會受訪者並沒有遇到差別待遇的經驗，有與會受訪者(C7)提到因為都去熟識的百貨公司專櫃購物，服務人員都很熟悉，不會有差別待遇的情形，也有與會受訪者(C3)提到現在購物已經不會在意服務人員的態度，如果服務人員態度客氣的話就會多聽一點介紹，如果不客氣，那就不會購買，另外也有與會受訪者(C5)提到和朋友討論的心得是目前會出來消費的老人都是有錢的，而服務人員都會觀察客人是否有消費能力，所以目前沒有遇到差別待遇的情形。

在東區座談會中，與會受訪者皆表示沒有受到差別待遇的狀況，有一位與會受訪者(D7)認為自己還沒有到可能會受到差別待遇的狀況，所以目前沒有相關經驗。

整體來說，在北區、南區以及東區的與會受訪者沒有受到差別待遇的狀況，然而在中區的與會受訪者表示在購買 3C 產品、電器用品時曾有差別待遇的情形。

(六)消費後，發生實品和想像有落差的經驗

在北區座談會中，與會受訪者表示曾有購買實品和想像落差的經驗，與會受訪者處理的方式有兩種，第一種是會向購買的店家反應與退貨，第二種則為自行處理。

相關經驗包含在電視購物後發現實品和預期有落差的狀況，與會受訪者(A2)表示會申請退貨，而且電視購物的退貨機制暢通、方便，然而也有與會受訪者提到在網路購物時也有實品和預期有落差的狀況，但是退貨機制不完整，目前還在處理中。

另外，也有與會受訪者(A7)提到曾到實體店面購買電腦，原本以為訂購的是 A 品牌，實際卻是 B 品牌，原來是因為商品上的品牌標示字體太小，所以看不清楚，與會受訪者希望退貨或者更換商品，但店家皆不願意，即使投訴的公民教育委員會最終結果仍為敗訴。

在中區座談會中，與會受訪者表示曾有購買實品和想像落差的經驗，與會受訪者處理的方式有兩種，第一種是會向購買的店家反應與退貨，第二種是自行處理。

相關經驗為在電視購物後發現實品和預期有落差，與會受訪者(B3)的處理方式是退貨，因為在廣告中主持人有說在多久以內覺得不好就可以換。但也因此不會再相信電視購物。

另一位與會受訪者(B2)曾有網購水果的經驗，原本要送禮，然而收到的實品比廣告中所標示的尺寸還要小，與會受訪者的處理方式是自行食用，因為退貨還要再寄回覺得麻煩，也未向賣家反應只是之後不會再向該賣家購買商品。此外，也有與會受訪者(B7)提到曾於傳統市場購買水果時，包裝很完整，但是回家發現內層水果都已經腐爛，處理方式是自行丟掉，並未向店家退換或尋求解釋。

在南區座談會中，與會受訪者表示曾有購買實品和想像落差的經驗，與會受訪者皆不會向賣家或廠商反應。

相關經驗包含在菜市場購買鍋子，外型覺得不錯，但(C6)回家實際使用後覺得並不適用，但不會向賣家反應，因為鍋子本來經常就在更換，不好用換掉就好。另有一位與會受訪者(C3)表示購買八寶粥時在商品外罐畫了很多料，但是實際商品數量卻沒有廣告那麼多，但認為這是因為機器製作，本來就有不均勻的狀況，所以未向廠商反應。另也有與會受訪者(C5)表示曾在賣場購買鞋子，但是在穿了一個禮拜之後，鞋底卻壞了，但因為認為已經過了保固期，所以並未向賣場反應。

在東區座談會中，與會受訪者表示曾有購買實品和想像落差的經驗，與會受訪者的處理方式有兩種，第一種是會向購買的店家反應與退貨，第二種是自行處理。

有一位與會受訪者表示曾在電視購物後發現實品和廣告有落差，與會受訪者(D2)表示會申請退貨，因為電視購物的退貨機制暢通、方便。另有一位與會受訪者(D10)表示曾看到餐廳廣告大閘蟹吃到飽，但是實際至餐廳用餐後發現該餐廳使用的食材並非大閘蟹，向餐廳反應之後，餐廳有解釋因為大閘蟹受完所以改用其他食材替代，與會受訪者表示餐廳並沒有後續處理，而自己會選擇不再去該餐廳用餐。

整體來說，在北區、中區、南區以及東區的與會受訪者皆有消費時實品和預期有落差的經驗。處理的方式分為兩種，第一種是會向店

家反應與退貨，第二種是自行處理。電視購物與網路購物的與會受訪者會採取向店家反應與退貨的處理方式，在北區、中區以及東區的與會受訪者都有相關的經驗，並表示會採用這種處理方式是因為電視購物、網路購物的退貨機制方便。而在傳統市場、賣場購買商品或餐廳用餐的與會受訪者表示不會向店家反應，採取自行處理或不再向該賣家、餐廳購物的方式，在北區、中區、南區以及東區的與會受訪者皆有相關經驗，而採取這種處理方式是因為覺得要寄回商品麻煩、或者認為已經雇了保固期，店家不會受理等原因。

(七)是否曾發生消費詐騙的經驗

在北區座談會中，與會受訪者(A9)表示家人曾有相關經驗，因為家人喜歡購買古董，但是最後發現所購買的都是贋品。

在中區座談會中，與會受訪者(B2)表示曾接過詐騙電話，像是告知中獎消息或刷卡後要核對資料等，但自己很清楚是詐騙電話，所以沒有加以理會。

在南區座談會中，與會受訪者(C4)表示家人曾有相關經驗，因為小孩曾在網路上購物，匯款之後並沒有收到商品，後來和其他受害者一同至法院提出告訴，也因為這個原因與會受訪者表示自己不喜歡網路購物。

在東區座談會中，與會受訪者(D10)表示曾接到詐騙電話，對方表示家中電話沒有繳並要詢問相關資訊，但與會受訪者有所警覺因此並未受騙。也曾在醫院受到詐騙，對方表示能夠提供更有效的藥，在互動後對方將藥品寄出，但與會受訪者後來發現自己受騙，並未領取藥品也未付款。

整體來說，在北區、中區、南區以及東區的與會受訪者皆有消費詐騙的經驗，包含電話詐騙、網路詐騙或推銷詐騙等，大部分的與會受訪者皆有所警覺因此並未受騙。

二、　消費者保護

(一)簽約時，是否會注意契約內容

在北區座談會中，與會受訪者是否會注意契約內容，和契約類型有關。有與會受訪者(A2)表示當租賃或買賣時會看契約，但是保險、

信用卡、銀行開戶、購買手機等就不會去看。其他大部分與會受訪者皆表示不會注意契約內容，原因包含條文太多、條文看不懂、字體太小、馬上要簽約沒有時間仔細看或者簽約購買的商品無關緊要，就隨便簽等。

在中區座談會中，與會受訪者表示只知道租賃和和解時會有定型化契約，但其他部分並不熟悉，也不太會注意契約內容。

在南區座談會中，大部分與會受訪者表示不會注意契約內容，原因包含條文太多、馬上就要簽約或者看不懂等。另有一位與會受訪者(C8)表示自己會把合約看的很仔細，因為自己本身從事房屋買賣，所以認為把契約看仔細很重要。

在東區座談會中，與會受訪者是否會注意契約內容，和契約類型有關。有與會受訪者(D2)表示當購買保險、買車等較大型的東西時會注意契約內容。然而大部分與會受訪者皆表示不會把契約內容看得很仔細，甚至完全不看，原因包含條文太多、字體太小等。

整體來說，在北區、南區以及東區的與會受訪者大多知道定型化契約，然而是否會注意契約內容則受到契約類型影響，租賃、買賣大型商品時較會注意內容，但是與會受訪者皆表示定型化契約有條文太多、條文字體太小、條文看不懂的狀況或者因為馬上要簽約，沒有時間細看等。相較於其他區域，中區的與會受訪者對於定型化契約較不清楚。

(二)受訪者對政府保護高齡消費者政策的知曉度

在北區、中區、南區以及東區座談會中，與會受訪者皆不清楚目前政府對於高齡消費者政策的內容。

(三)受訪者認為政府保護高齡消費者政策應加強的部分與方法

在北區座談會中，與會受訪者認為政府應透過里長或里民代大會來宣傳相關政策，也可以透過電視管道來宣導。

在中區座談會中，與會受訪者認為政府應針對廣告不實的部分積極派員查緝店家的服務內容，而在政策宣導的部分可以透過傳單、電視跑馬燈、公車站牌、公路上的大型招牌或談話性節目等方式宣傳。

在南區座談會中，與會受訪者認為可以設立專線，讓受訪者可以進行查詢或直接反應消費問題，另外關於商品標示的部分，也可將標示字體放大、顏色對比更明顯，而在宣傳管道的部分可以透過電視來做宣導，也可以配合樂齡活動時做宣傳。

在東區座談會中，與會受訪者認為可以訂立提款金額限制，或長輩要領取較大金額款項時需要家人陪同，以保護長輩受詐騙。另外也有與會者建議可以設計手冊，發送給長輩，手冊內容包含易受詐騙事項與防範方法，此外也可以在社區辦理小型聯誼或座談會，讓長輩彼此分享經驗也能獲得相關知識。

整體來說，在北區、中區、南區以及東區的與會受訪者皆不清楚目前政府的宣傳教育推廣，與會受訪者提出可以透過電視節目、電視跑馬燈、公車站牌、大型招牌等方式以及里長、里民大會等管道來宣導，另外也可以透過配合樂齡活動來做推廣。而在商品標示的部分，與會受訪者建議可以將標示字體放大、標示顏色對比更清晰等，讓年長者較易閱讀。

第二節　專家學者深度訪談分析

一、消費行為與需求議題

(一) 前言

本年度在高齡者消費行為及需求部分的量化調查，包括訪問受訪民眾平時獲知購買商品訊息的管道、注意商品標示的頻率、最需要的商品或服務以及購買時遇到的消費問題、最常親自購買之商品或服務、消費前最希望知道之資訊。從量化調查的結果來看，受訪專家分別提出一些解讀與看法。

(二) 調查結果解讀

獲知購買商品訊息的管道部分：

學者 G 提出目前長輩，尤以出生於伍零年代之前的族群其消費習性仍以實體店面，其中又以在菜市場為主，多因自身從以前到現在的消費習慣且因都有持續在往來、購買的店家老闆，甚至會覺得比起在超市、量販店等購買更有信心。

學者 H 則指出這群 55 歲以上（且半數是 65 歲以上）且男女各半的樣本中，最主要的購物場所是『菜市場』，可見菜市場在台灣還是最重要的購物地點。

學者 B 也提出依照調查結果很多長輩的消費資訊其實來自於菜市場，他們這種傳統的場域提供他們很多的這種資訊交換的機會。所以長輩的消費行為其實搭配的資訊交換的機會是很重要的一個特性。

注意商品標示的頻率部分：

學者 B 指出長輩其實在購買的時候是有意識性地去看這些商品的說明，但是多半都表達這些說明或者是契約，都是字很小且多，可能標示不是那麼地清楚，最後只能簡化成看一下有沒有過期而已，大概就是看幾個數字，至於這個產品的內容、成分等就沒有那個心思或時間或能力再去進一步地去獲取這些訊息。

學者 F 推測長輩會抱怨的部份如同焦點團體訪談中與會者有提到的，字太小，再者包括原料的標示多是專業術語專有名詞，而這部分不分年齡，一般受訪者於購買時也不見得能理解。

學者 C 也指出對於高齡者來說有一個消費障礙，即是其實即便跟他說這麼多他的認知還是非常的有限。就算長輩真的有去看這一些商品譬如說它的內容物、含量等等，但其實他們有一個很大的障礙是看了之後有看沒有懂。

最需要的商品或服務以及購買時遇到的消費問題部分：

學者 A 表示從量化結果來看假牙欠缺的比例算蠻高的，且詢問受訪者在購買假牙上遇到的問題多表示單價太高，此一結果顯示出受訪者對於此量的需求。

學者 C 則指出這群 55 歲以上的受訪者，其實到老年這個階段會比以往更注重身體健康、希望透過各種方式來增強體健，而最常就是透過購買食品的方式(且常常是以訛傳訛來購買商品)，期望能以食補來延遲老化、死亡等。

學者 B 指出受訪者多表示最常購買的商品為食品、家用品等，可推論其背後原因為題目設計是詢問親自購買之商品，多數長輩到了一定年紀其生活不足之用品通常由子女代為採購，因此在不得不親自購

買之商品上，多以必需品為主；另在其他用品的需求上，則可能透過他人代勞，其原因可能為他可能沒有充足的知識，或者沒有足夠的消費的管道，因此必須藉他人之力來取得。

(三) 政策建議

在政策建議方面，學者 C、學者 G 表示因為菜市場有著自然聚集多數長輩前往之特性、受訪者多藉由菜市場獲得相關保健的知識以及做為交換資訊的主要來源，未來政府若在規劃相關政令宣導活動時，可考慮將菜市場作為宣傳場域的選項之一，以利資訊之傳播。

二、消費糾紛議題

(一) 前言

本年度在高齡者消費糾紛議題部分的量化調查，包括訪問受訪民眾購物時受到刁難的經驗、遇到消費詐騙的經驗等。分別從量、質化調查的結果來看，受訪專家分別提出一些解讀與看法。

(二) 調查結果解讀

綜合本次量化與質化調查結果顯示，55 歲以上受訪者多表示自己在購物時未受到刁難(僅 3.5%表示有受過刁難)，而焦點座談會中受訪者也多認為自己未受到不平等之待遇；在消費爭議上也僅 4.5%表示有親身遇到的經驗；消費詐騙上表示有遇到的比率則為 9.5%。

學者 C 指出這群 55 歲以上的受訪者，其實到老年這個階段會比以往更注重身體健康、希望透過各種方式來增強體健，而最常就是透過購買食品的方式(且常常是以訛傳訛來購買商品)，期望能以食補來延遲老化、死亡等。

學者 B 表示由於在消費刁難議題本身就屬於較為主觀之評斷，而這樣的調查結果很可能和長者自身的認知較相關，因在消費的過程中，消費本身沒有什麼差別，但是在對應的過程，長輩還是可以主觀地感受到銷售人員可能就是不跟他解釋，或者去跟其它家人解釋的情況；而在爭議部分，長輩並不是不懂商品不好，而是他並不會採取激烈的反應，多是以冷處理方式來面對如商品品質不好、廣告不實等請況。

學者 A 表示對於消費詐騙之情況，有時候一些長輩因其親友圈隨著年齡的增長而逐漸縮小等情況，造成長輩即便可能受騙有了錢財的損失，但因詐騙者可能為他所認知的朋友圈，因此為了保有僅有的生活圈仍會與其往來。

(三)政策建議

在政策建議方面，學者 B 表示為了避免長輩在消費上遇到爭議，建議政府可以加強稽核資訊提供方在解說上的完整性與易讀性，並同時持續深入探究消費端的需求，即長輩他真正的核心需求到底為何，以利商品供給端可依不同族群進行商品之設計與提供，降低高齡消費者在遇到消費刁難上的比率；學者 A 則表示未來在進行消費詐騙的相關調查時，除可詢問是否有處理外，可進一步詢問有處理者的後續情況，是否有獲得完善的結果、遭騙的金額是否有追回、追回的比率又是如何，學者 F 也表示未來或可深入研究消費詐騙部分，區分為詐騙成功和詐騙失敗，或許會有其他發現，以供未來政府可有更詳盡的政策設定。

三、消費意識與保護議題

(一) 前言

綜合本次量化與質化調查結果顯示，雖有 52.7%表示知道有消費者保護專線的提供，但在這之中僅 2.1 受訪者記得專線號碼為 1950；另外有 55%受訪者表示有需要辦理相關教育講座的需求性，其中經交叉發現，依照年齡的降低認為需要辦理相關講座的需求度反而增加，顯示年齡較小的受訪者反而認為比較需要此方面的活動；至於在政府有提供相關定型化契約供受訪者簽約時之參考，也僅 21.2%受訪者表示知道；於座談會中，多半受訪者也表示契約內容繁複且閱讀不易等情形，以至於較未審慎檢視；辦理相關講座的需求度上，則有受訪者表示辦理講座的美意很好，不過也可透過其他宣傳方式讓受訪者知道相關的消費訊息。

(二) 調查結果解讀

學者 C 提出消費者保護法其實不是只有對高齡者有障礙，事實上是很多受訪者都不知道有這樣子的法令的規定。

學者 B 也提出此知曉比率較低的原因是即便將定型化契約放在長輩面前請他用，可能他都不太會用，或者他也不覺得需要，因為他用起來就很不便利。

(三) 政策建議

在政策建議方面，學者 G 表示為因應高齡化社會，可以試著將消費者保護專線增加一個高齡者的部分，專門針對例如失智、長照、醫療保險之類的主題，以方便受訪者進線諮詢。學者 C、學者 B 則有表示未來政府也可以考量做所謂的銀髮版或者是說精靈版，金髮銀領族，換言之要設計貼近長輩需要的一種格式，不管是字放大的消費定型化契約或以圖示方式讓高齡者能夠較輕易的理解內容；學者 F 表示對於消費教育的部分應該要思考教育傳播管道，例如可以安插在高齡者常收看收聽得廣播或電視節目之間，並用他們理解的語言和方式告訴他們消費得時候應該要注意哪些事情，且可培養當地人了解消費相關的知識與資訊後，到高齡者常聚集的場所或是常參加的團體進行座談會，因當地人與當地高齡者的連結較深，會比外派來得宣導者效果更好；學者 C 則指出可以辦一些所謂的村里性的演講活動或者是宣導短片於網路、電視上播放；可能會比在定點辦理教育講座觸及率來的更佳；學者 G 提出針對高齡者對於消費知識的宣傳管道可以分成兩個部分，一部份是針對資訊能力較好得長者，可以透過 Line 來作宣傳。而資訊能力較差的長者則可以到長者的生活圈直接宣傳，例如菜市場等等。

各專家學者對於目前高齡消費者的消費環境以及政府應可努力的方向也各提出一些觀點，例如請政府要求商家設計有善高齡者的消費環境，不論是從硬體，如地磚設計、廁所設計、商品設計，以及軟體實力的增加，如人員服務的說明解說、商品標示的可閱性等。甚至是說，政府可以擬定一個友善高齡商品或店家的認證，供符合資格的商家進行申請，對於高齡產品有所需求的受訪者可以透過此認證標章進而更快速的進行商品服務的選購，同時不失為促進銀髮消費的一種方法。

惟在消費者保護方面，應再強化並提升受訪者的消費知識，如定型化契約與相關消費教育知識的宣導上，可視地方民情與受訪者取得資訊來源之不同進行個別設計，如地處較偏鄉處在宣導的方式上可能

以日常長輩聚集處、里民大會或手冊文宣等方式進行宣傳，另值得注意的是菜市場也不失為其宣傳管道之一，目前多數長輩日常生活習慣與活動範圍，尤以消費場域仍以此處為主，因此未來政府若在規劃相關活動時，不妨考慮此處為選擇之一；反之，若擁有會使用網路功能的長輩，則可設計長青版之網路訊息，藉由各式的入口網站、通訊軟體等方式，使其能更廣泛的接觸到長輩族群，進而提升其的知識水平，避免遇到相關相費爭議或詐騙等情事。

第六章 研究結論與建議

第一節 結論

一、 消費行為與需求議題

目前 55 歲以上受訪者在獲知購買商品的訊息管道以菜市場(42.3%)為主，其中又以女性、高齡中期的受訪者從菜市場獲得資訊的比率相較其他年齡階段的受訪者來的高；其次資訊管道如百貨公司(賣場)型錄/廣告 DM（41.4%），則以男性、高齡初期的受訪者為主，其餘為電視(25.4%)、親友推薦(18.5%)等。此外，小學及以下學歷的受訪者獲得資訊從菜市場(51.0%)的比率較其他教育程度高；大學學歷的受訪者從廣告 DM/百貨公司(賣場)型錄(61.0%)、電視(31.8%)、親友推薦(27.9%)的比率較其他教育程度高；而研究所及以上學歷的受訪者則從網路(50.9%)、報紙(23.7%)的比率較其他教育程度高，顯示受訪者對於獲取資訊的管道與自身性別、教育程度有關，政府機關在提供高齡者消費資訊時應針對不同對象及運用不同的管道來規劃。

而在購買食品或包裝飲料時注意包裝標示上，有 55.0%的受訪者表示每次都會注意，其中又以女性、北北基、高齡初期與教育程度較高者「每次都會注意」的比率高於其他。若再加而上「偶而會注意」及「經常會注意」，則注意的比率達 86%，顯示多數受訪者會注意商品的標示。另在座談會中，有受訪者表示雖然會注意，但多是注意商品的製造、有效期限的標示，在中區以及南區則有受訪者表示目前的商品標示有字體太小、顏色太相近以及用字艱深等閱讀上的困難，這些可以作為政府機關未來針對高齡者在食品及飲料標示管理上可加強的重點。

至於高齡者在生活中最需要或最欠缺之商品或服務，最優先者為食品(占 39.6%)，其次為家用用品(24.1%)，顯示高齡者最需要的商品需求是以每日必備的生活消費品為主，政府應確保所有的高齡者，尤其是較貧窮者或獨居老人，都能獲得生活必需消費品的滿足；而其他比率較低的部分，像是藥品、假牙等較具醫療性需求的商品或服務，則以東部地區、高齡中、後期的受訪者表示有需求的比率較高。進一步詢問其在購買該商品時遇到的消費問題上，多數受訪者回答價格太

高的比率較高，此一結果於深度訪談中，有學者提出，從此處可看出受訪者對於該商品量的需求性；另外於座談會中受訪者需要的商品類型大致相同並符合電訪調查之結果，大部分為生活消費品。然而，在北區、中區以及東區的與會受訪者提到除了日常生活用品外，目前最需要的是假牙裝設的醫療服務或醫療輔具，在南區則有與會受訪者則提到需要運動器材、按摩椅等商品，故政府機關也應依據地方高齡者特性，針對需要幫助的高齡者如東部地區之高齡中後期者，研議提供假牙醫療服務或醫療輔具的行政援助。

受訪者在購買所需商品時最常遇到的問題，主要是價格太高(尤其是食品及家用品的需求上)，其次則因商品類別不同，而有收入不足(食品、家用品、假牙、安養照顧、服飾、房屋、電動代步車、輪椅)或缺乏購買管道(藥品、化妝品)或不會使用(家用用品、通訊/3C 產品)或標章不實(健康食品)等問題。因此，在較多受訪者反應日常所需之食品及家用用品價格太高或收入不足問題的地方政府，宜檢討研議解決對策。

受訪者最常親自購買的商品或服務如同最需要的商品或服務，前三名依序為食品(占 51.3%)、家用用品（31.8%）、服飾(16.1%)。其中，最常親自購買食品者，以女性、北北基、高齡初期、研究所及以上學歷、軍警公教的受訪者的比率相較其他高；而依序從家用用品到服飾，也以女性親自購買的比率較高，再者高齡初期的受訪者也為主要消費者。至於藥品部分則以高齡中期的受訪者比率較高。另與學者深度訪談時，有學者提到應可設計一高齡者友善商品、商家之認證標章，以利於未來消費者在購買商品或服務時，可以較容易取得相關所需資訊，不需再花費太大的心力去進行理解，進而順利購買、取得該商品或服務。因此，對於高齡者最經常性需求及常親自購買的食品、家用用品及服飾等商品，政府主管機關似應確實做好商品安全及標示的把關工作，並參照「高齡者消費生活保護政策綱領」規定，研議推動商品或服務之高齡者友善認證標章制度。

另外，於 102 年時詢問親自消費的受訪者最常消費的產品或服務類型為何？調查結果顯示有 76.4%是食品，26.6%農產品，20.1%服飾、皮件及鞋類等，與本次調查結果相吻合，可看出受訪者在親自購買的行為上並無太大的改變。有學者指出因高齡者不得不親自消費的必需品以食品比率最高，因此傳遞正確的產品資訊更顯重要，期政府

能因應此現象，未來在設計相關宣傳主題時能加強此方向為宣導重點，並在選擇宣導地點時，可以受訪者常聚集活動處所進行宣導。

二、 跨境消費議題

參照高齡者消費生活保護政策綱領第二條避免高齡者消費受害，維護其消費權益及消費生活環境品質之規定，調查受訪者跨境消費及其衍生之相關問題與消費爭議、刁難與詐騙等議題為主。

首先在跨境消費的經驗上，共有 24.8%的受訪者表示有跨境消費的經驗(包括 20%親身出國消費、1.3%網路跨境及 3.5%兩者都有)，其中又以女性、高齡初中期、大專以上學歷之受訪者表示有的比率較高，顯示，受訪者從事跨境消費主要仍以親身出國旅遊為主。而與 102 年境外消費之調查進行比較，102 年詢問 65 歲以上受訪者有進行過跨國消費(指透過或其他遠距方式向國外業者購買商品，或是直接至國外購買產品)嗎？調查結果顯示，30.1%(66 位)有相關經驗、69.9%沒有；和 105 年僅 24.8%(617 位)表示有相關經驗相比，較 102 年比率減少約 5%。然因兩年度調查對象的年齡範圍及樣本數不同，故不易進行原因推論。

而在 617 位有跨境消費經驗的受訪者中，購買的商品上仍以食品為主，有 39.6%，其中又以女性、高齡初期、大學學歷的受訪者表示有購買的比率相較其他為高；其次分別為「服飾、皮件及鞋類」（34.9%）、藥品(34.3%)、健康食品(24.8%)、電器用品(21.7)、家用用品(20.7)；顯示，除了「藥品」外，高齡者跨境購買的主要商品，仍以日常生活所最需之生活用品為主。而其他購買比率較低的部分，像是醫療器材、菸酒、玩具等，則發現以高齡中、後期的受訪者表示有購買的比率較高，顯示受訪者隨著性別、年齡、教育程度的不同，而有不同的消費需求；除了個人出國時可以依需求多收集相關的消費資訊外，如果參加團體旅遊，則領隊可以依團員個別的消費特性，提供不同的消費資訊。而與 102 年境外消費之調查進行比較發現，102 年時詢問 65 歲以上受訪者透過跨國消費，買過哪些商品或服務呢？調查結果顯示以一般食品為主，有 59.1%，其次是服飾(42.9%)、藥品(30.1%)、紀念品/收集品(30.1%)等，和 105 年相比，受訪者表示跨境消費所購買的前三項商品項目維持不變，顯示受訪者近年來境外消費時的購物習慣沒有太大的變動。

另外本次調查再進一步詢問有跨境消費經驗者是否有過消費爭議的經驗，結果發現有 6.6%的受訪者表示有發生過消費爭議，沒有遇過消費爭議的比率占 93.4%。而 102 年調查此一議題時，65 歲以上受訪者在跨國消費過程中，沒有遇過消費爭議的比率占 83.7%，有遇過的則占 13.8%。和本次調查相比，105 年受訪者表示有遇過境外消費爭議的比率(6.6%)較 102 年減少，然而此調查數據並不一定顯示受訪民眾近年來發生境外消費爭議的情況減少了，而有可能是因為受訪者自己本身並不認為其狀況是消費爭議，抑或是可能有發生過，但受訪者自身忘記了，因此造成此調查數據降低的可能原因之一。而在這 40 位有跨境消費並且發生消費爭議的受訪者中，消費爭議的商品上也以食品為主，有 26.4%；其次分別為「服飾、皮件及鞋類」(20.5%)、通訊/3C 及周邊產品(14.5%)、電器用品(12.2)、健康食品(9.3%)、家用用品(7.3%)，政府機關似可以多蒐集這些常見類型的跨境消費爭議案例供消費者參考外，如果團體旅遊，也可以請旅行社多提醒團員消費時可能遇到的問題並必要時協助處理爭議案件；當然，政府機關也應該請旅行社加強領隊、導遊人員的消費者教育。

三、 消費糾紛議題

而在一般消費爭議上，受訪者中有 23.3%親身或聽到親友遇過的經驗(其中有 4.5%的受訪者表示有自己親身遇到的經驗，以男性、55-59 歲、研究所及以上學歷的受訪者表示有親身遇到的比率較高)，74.6%則表示沒有相關經驗。102 年時詢問 65 歲以上受訪者過去五年是否曾經遇過消費爭議？調查結果顯示，7.4%有遇過、91.9%沒有相關經驗。與 102 年調查結果比較，顯示 105 年高齡者遇到消費爭議的比例增加了。雖然兩個年度調查的問項(105 年調查包括親自遇到或聽到)及對象範圍不同，但仍值得注意，此一現象或與我國逐漸邁入高齡化社會、高齡人口增加、高齡者消費需求增加有關。

進一步詢問這 111 位有自己親身遇到消費爭議的受訪者，其所遇到的消費爭議類型，發現以品質或保固問題為主，有 40.9%，其中又以女性、高屏、高齡中期的受訪者遇到此問題的比率相較其他為高；而其他依序為廣告或標示不實(26.6%、金馬澎區較高)、價格問題(17.7%、宜花東區較高)、退換貨問題(17.0%、桃竹苗區較高)、不當推銷(12.8%、宜花東區較高)問題，顯示受訪者隨著性別、居住地域的不同，遇到的商品或服務爭議類型也有所不同；此外，其中有 41.6%

的受訪者在遇到消費爭議時，主要以尋求業者處理為主%，其次則為民間消保團體(14.6%)、政府機關(8.4%)，另有 35.3%沒有尋求管道處理，3.9%無明確意見。因此，面對高齡化社會的到來，持續加強高齡者消保教育，提升其消費意識、避免消費受害有其必要；另各地方政府亦宜依據各地高齡者較常發生的爭議類型，採取適當行政管理措施並提供高齡者更友善的消費救助服務及管道。

在消費被刁難的經驗上，有 3.5%的受訪者表示有遇過，而在 87 位消費有被刁難經驗的受訪者中，被刁難的商品或服務以旅遊為主，有 21.2%，其中又以男性、高屏、高齡初期、研究所及以上學歷、企業主管/專業人員的受訪者表示被刁難的比率相較其他高；其次則為食品(18.0%)、租屋(12.8%)、搭車(9.7%)。另受訪者表示被刁難的原因則以強迫購買數量或金額為主，有 17.2%，其中又以男性、宜花東、高齡中期、高中職學歷的受訪者表示此原因的比率相較其他高；其次則為消費能力不足(12.6%)、年齡太大(12.4%)、行動不便(10.8%)及健康因素(7.4%)。在座談會中，在北區、南區以及東區的與會受訪者沒有受到差別待遇的狀況，然而在中區的與會受訪者表示在購買 3C 產品、電器用品時曾有差別待遇的情形。整體而言，高齡者消費被刁難的情形似並不嚴重，然而鑒於有些高齡者在判斷力、行動及健康的弱勢，政府相關主管機關仍宜依據本次調查所發現高齡者被刁難的商品及服務類型及原因，督導企業經營者改善，必要時檢討修訂相關的定型化契約範本及應記載暨不得記載事項，以創造更友善高齡者的消費環境。

至於在消費詐騙上，有 8.1%的受訪者表示有遇過，其中又以 75-79 歲(高齡中期後段)的受訪者表示有遇過的比率較高。而進一步詢問在這 202 位有遇過消費詐騙的受訪者其所遇到的詐騙事件類型，結果發現以銀行轉帳詐騙為主，有 35.5%；其次則為假藥(16.6%)、仿冒品(16.6%)、解除分期付款詐騙(10.8%)。而有遇到消費詐騙的受訪者其處理方式則以報警為主，有 9.4%，其中又以男性、60-64 歲、初中國中學歷的受訪者會採報警方式的比率較高；其次則為撥打 165 反詐騙專線洽詢(7.5%)、提出申訴(6.4%)等，另有 72.9%沒有處理。在座談會中，受訪者多表示有遇過消費詐騙的經驗，包含電話詐騙、網路詐騙或推銷詐騙等，大部分的與會受訪者皆有所警覺因此並未受騙，但有聽聞過附近鄰居遇到且被騙走畢生積蓄的情況，因此會更加警惕。

而於學者的深度訪談中，則有提到長輩因交友圈逐漸縮小，即便有被騙的情況，但可能只因為詐騙者屬於他認知內的朋友範圍，因此仍會繼續往來，只能由子女多加留意避免再次被騙的狀況發生。整體來說，受訪者表示在消費上沒有被詐騙經驗的比率較高，惟即使被詐騙了，亦多數沒有處理，政府主管機關宜針對高齡者較會遇到的詐騙類型，加強向高齡者宣導及提醒家人注意並查緝不法業者。

四、 參與業者推銷聚會議題

在參與業者推銷商品聚會之經驗上，有 16.0%的受訪者表示有參與過，其中又以男性表示有的比率較高；而在這 398 位有參加過業者推銷商品聚會的受訪者中，針對是否有購買過推銷場所推銷之商品經驗進行詢問，有 24.1%的受訪者表示有買過，其中研究所及以上學歷的受訪者表示有的比率較高。進一步詢問這 96 位有購買推銷場所推銷之商品的受訪者其所花費的金額上，有 53.3%的受訪者表示花費在三千五百元以下、29.7%在七千五百元以上。而在座談會中，針對消費時是否因為別人推薦而購買，與會受訪者分成完全不參考別人意見、會參考別人意見但最終決定權自己掌握及完全參考別人意見等三種族群。

另外，也詢問這 398 位有參加過業者推銷商品聚會的受訪者對於未使用之商品可退貨知曉度，結果發現有 66.9%的受訪者表示知道可退貨，而年齡 65-69 歲(高齡者初期)的受訪者表示「知道」(76.0%)的比率較其他年齡層高，故可以加強對高齡者中後期此議題的宣導。另雖然高齡者參與商品聚會之比率不高，惟有鑑於高齡者可能受到現場氣氛及服務人員或友人溫情推薦的影響而失去判斷力，導致購買高價的商品、浪費金錢，政府機關仍宜督導及查核此類業者做好資訊充分揭露、不宜過度抬高商品價格及強迫或引誘式推銷手法，並接受消費者合理的退貨要求。

五、 消費意識與保護議題

參照高齡者消費生活保護政策綱領第三條提供高齡者友善的消費諮詢及救濟服務，提升其運用意願之規定，調查受訪者對於消費者保護專線、消費相關知識講座需求度與定型化契約等議題；另依第四條強化高齡者消保行政效能，落實其消費權益之保護之規定，調查受訪者對於政府提供定型化契約範本知曉度及相關建議等議題。

首先，在消費者保護專線知曉度上，有 52.7%的受訪者表示知道，其中又以男性表示知道的比率較高。而進一步詢問 1,312 位知道有消費者保護專線的受訪者中，對於專線號碼的認知度，結果發現僅有 2.1%知道專線號碼是 1950，其中又以男性、研究所及以上學歷、軍警公教的受訪者表示知道的比率較高；可能是大部分受訪者尚未有撥打專線之需求，雖因政府宣導等原因知道有此專線，但卻無法記得確切的號碼，故政府部門可多採重點式宣導並運用方便查詢此專線的管道如網路，以利需要者隨時查詢，並減少發散式的宣導。

而在辦理高齡者消費知識相關講座需求上，有 55.0%的受訪者表示需要，其中又以高齡初期、高中職學歷、助理專業人員/技術人員的受訪者表示需要的比率較高。進一步詢問這 1,369 位表示有需要的受訪者對於講座議題的需求，結果發現以食品安全性為主，有 24.8%，其中又以女性的受訪者表示需要此類型的比率較男性高；其次則為安養照護(17.4%)、用藥安全(14.3%)、消費詐騙(13.6%)等；而選項比例較低的項目如消保基本觀念、消費爭議諮詢及申訴、金融保險等則以男性表示需要的比率較高。至於在講座地點的選擇上，受訪者則表示以社區活動中心為主，有 56.1%，其次為里民中心(28%)，均為高齡者平日於住家附近聚集之處。座談會中也有受訪者表示，應以宣導手冊或電視廣告進行宣導教育會比邀請長者到定點聽講來的更有效，也有與會者認為，可以透過電視、公車站牌及里民大會等管道來宣導，也可透過配合樂齡活動來做推廣。而與專家學者進行深度訪談時，有學者也提到，與其要求長輩到所指定的定點進行相關教育知識講座之傳遞，不如於規劃初期時，就以長輩平時活動之範圍內進行活動設計之效果或許會更顯著。因此，除了針對社區高齡者消費知識需求，邀請長者到定點聽講外，各地方政府針對其他無法到定點聽講之高齡長輩，兼採宣導手冊、電視廣告、網路宣導短片、傳單等方式進行資訊的傳遞。

對於政府有提供定型化契約範本知曉度上，僅有 21.2%的受訪者表示知道，有 78.8%不知道；基本上年齡愈輕、學歷越高，知曉比率愈高，這與高齡者消費經驗及接受消費資訊能力有關。座談會中的與會受訪者大多知道定型化契約，然而對於契約內容的注意度則會受到契約類型的影響，且多數受訪者皆表示定型化契約有條文太多、字體太小、看不懂的狀況。鑒於大部分高齡者常購買的商品是不需要簽約

的食品及家用品，使用到定型化契約的機會不多，因此，政府主管機關宜將與高齡者較有關的定型化契約範本或應記載及不得記載事項如安養照護定型化契約範本，製作成高齡者友善閱讀版本，僅簡要摘述重要規定並放大字體。供高齡者有需要時方便查詢參考。

至於在對政府於高齡者消費保護上之建議則以維持弱勢高齡者的基本經濟生活為主，有 31.8%，其中又以高齡初期、專科學歷、商業買賣/服務人員的受訪者建議的比率較其他高；其次則為加強針對以高齡者為訴求之商品及服務的審查如醫療輔具商品(19.1%)、加強高齡者及其家屬的消保教育及宣導活動(15.8%)、高齡者友善商品或服務認證標章制度(7.5%)、加強查察詐騙案件與加重罰則(4.5%)等，這些都可以供政府相關主管機關針地域及消費特性，規劃及推動高齡者消費者保護業務的參考。

第二節 建議

一、消費行為與需求議題

(一)維持弱勢高齡者基本經濟生活

1.**穩定高齡者的經濟收入，使其有能力購買所需用品**：隨著少子化的增加，未來的高齡族群是否有足夠的青壯人力可以負擔供養為一大問題，建議政府相關單位可以參考日本對高齡者照顧的做法，即早規劃如年金或保險救助、退休制度、老人關懷服務等相關配套措施，以及研議推動日本高齡再就業的政策，期望藉由讓高齡族群保有穩定的經濟收入，降低其心理上的不安，進而願意增加消費。

2.**促進高齡者身心健康並減少支出負擔**：政府相關主管機關可參考深度訪談學者所建議，開始推動全民的運動習慣與多樣化的嗜好，讓即將邁入高齡者有較健康的身體與愛好，如此可以減少健保慢性疾病的支出；另亦可思考用服務點數等方式取代救濟補貼的照顧方式，以減少救濟財政的支出。

3.**依據地方高齡者特性，研議提供假牙醫療服務或醫療輔具等的相關行政援助**：政府除了應確保所有的高齡者，尤其是較貧窮者或獨居老人，都能獲得生活必需消費品的滿足外，本次調查顯示，東部地區、高齡中後期的受訪者對藥品、假牙等較具醫療性的商品或服務需求較高；另座談會中北區、中區以及東區的與會受訪者提到除了日常生活用品外，目前最需要的是假牙裝設的醫療服務或醫療輔具，在南區則有與會受訪者則提到需要運動器材、按摩椅等商品，故政府機關也應依據地方高齡者特性，針對需要幫助的高齡者如研議提供假牙醫療服務或醫療輔具等的相關行政援助。

4.**針對高齡者日常所需之食品及家用用品價格太高或收入不足問題，檢討研議解決對策**：由於高齡受訪者反應在購買所需商品時最常遇到問題比率較高者，主要是價格太高(尤其是食品及家用品的需求上)，其次則因商品類別不同，而有收入不足(如假牙、安養照顧、房屋、電動代步車、輪椅等)問題；因此，建議有高齡受訪者反應日常所需之食品及家用用品價格太高或收入不足問題比率較高的地方政府，檢討研議解決對策，減輕高齡者的經濟負擔。

(二)充實高齡者消費資訊

1.**針對不同群體及運用不同的管道提供高齡者消費資訊**：依調查結果顯示，高齡受訪者獲取資訊的管道與自身性別、教育程度有關，因此建議政府機關在提供高齡者消費資訊時，應針對不同高齡者群體及運用不同的管道來規劃辦理。

2.**針對食品及飲料標示字體太小、顏色太相近及用字艱深等問題加強管理**：雖然多數高齡受訪者會注意商品標示，但有受訪者反應目前的商品標示有字體太小、顏色太相近以及用字艱深等閱讀上的問題，這些問題可以作為政府機關宜加強食品及飲料標示管理的重點，以利高齡者辨識。

3.**針對高齡者最常消費的食品、家用用品等產品加強提供消費資訊，並在高齡者常聚集活動處所進行宣導**：經比較 102 年及本次調查受訪者最常消費的商品及服務類型，結果顯示並無太大的改變，故建議政府相關主管機關，未來在設計相關宣傳主題時能以高齡者最常消費的食品、家用用品等為重點，並在選擇宣導地點時，以高齡者常聚集活動之處所進行宣導。

(三)**對高齡者最經常需求及常親自購買的食品、家用用品及服飾等商品加強把關並研議推動高齡者友善認證標章制度**：對於高齡者最經常性需求及常親自購買的食品、家用用品及服飾等商品，為了維護高齡者的消費安全，建議政府主管機關應確實做好商品安全及標示的把關工作，並參照「高齡者消費生活保護政策綱領」規定，研議推動商品或服務之高齡者友善認證標章制度。

二、跨境消費議題

(一)**宣導高齡者出國消費時依購物需求多收集相關的消費資訊，並督導旅行社提供高齡者跨國消費常購買商品之消費資訊**：依調查顯示，高齡者跨境購買的主要商品仍以日常生活所最需之食品、「服飾、皮件及鞋類」、藥品等生活用品為主，並隨著性別、年齡、教育程度的不同，而有不同的消費需求。故除了個人出國時可以依需求多收集相關的消費資訊外，如果參加旅行社團體旅遊，旅行社可提供高齡者跨國消費常購買商品之消費資訊，也可依團員個別的消費需求，提供不同

的消費資訊。

(二)**蒐集常見的跨境消費爭議案例供高齡者參考**：雖然發生跨境爭議的比率不高，但為維護每位高齡消費者的權益及預防類似案件之發生，有鑑於高齡者常遇到的跨境消費爭議類型以食品、「服飾、皮件及鞋類」、通訊/3C 及周邊產品、電器用品、健康食品等為主，政府機關可以多蒐集這些常見類型的跨境消費爭議案例供高齡者參考。

(三)**督導旅行社提醒參加國外旅遊之高齡者於消費時可能遇到的問題並協助處理爭議案件並加強領隊、導遊人員的消費者教育**：有些高齡者受到判斷力及資訊收集能力的限制，容易產生消費糾紛，為預先防範及立即協助處理，政府機關可督導旅行業者，於辦理團體出國旅遊時，多提醒高齡團員於消費時可能遇到的消費問題或陷阱及於必要時協助處理爭議案件，並加強領隊、導遊人員的消費者教育。

三、消費糾紛議題

(一)各地方政府應加強高齡者消費教育，並依據各地區高齡者較常發生爭議類型的商品及服務，採取適當行政管理措施並提供高齡者更友善的消費救助服務及管道：經將本次調查結果與 102 年調查結果比較，顯示 105 年高齡者遇到消費爭議的比例增加了，此一現象或與我國逐漸邁入高齡化社會、高齡人口增加、高齡者消費需求增加有關。另高齡者遇到消費爭議的類型會因性別、年齡層、地區而有別，因此，面對高齡化社會的到來，持續加強高齡者消保教育，提升其消費意識、避免消費受害有其必要，另各地方政府亦應依據各地區高齡者較常發生爭議類型的商品及服務，採取適當行政管理措施並提供高齡者更友善的消費救助服務及管道。

(二)**督導企業經營者友善弱勢高齡者並檢討修訂相關的定型化契約範本及應記載暨不得記載事項，創造更友善高齡者的消費環境**：在少數消費被刁難的高齡者經驗中，被刁難的商品或服務依次為旅遊、食品、租屋、搭車等，被刁難的原因為「強迫購買數量或金額」、消費能力不足、年齡太大、行動不便及健康因素等；另在座談會中，中區的與會受訪者表示

在購買 3C 產品、電器用品時曾有遭遇差別待遇的情形。鑒於有些高齡者有判斷力、行動及健康方面的弱勢，政府相關主管機關宜依據本次調查所發現高齡者被刁難的商品及服務類型及原因，督導企業經營者改善，並檢討修訂相關的定型化契約範本及應記載暨不得記載事項，以創造更友善高齡者的消費環境。

(三)**針對高齡者較會遇到的詐騙類型，加強向高齡者及其家人宣導並查緝不法業者**：整體來說，高齡受訪者在消費上沒有被詐騙經驗的比率較高，遇到消費詐騙的類型以銀行轉帳詐騙、假藥、仿冒品、解除分期付款詐騙等為主，政府相關主管機關宜針對高齡者較會遇到的詐騙類型，加強向高齡者宣導及提醒其家人注意並查緝不法業者。

(四)**未來研究中可增加探討高齡者遇到消費爭議或詐騙時不願意尋求政府單位協助的原因之議題**：在本次調查中可以發現，高齡者遇到消費爭議時，僅 8.4%會尋求政府機關處理。而在遇到消費詐騙的時候，有高達 7 成 2 沒有處理。建議在未來的研究中可以增加探究高齡者遇到消費爭議或詐騙時不願意尋求政府單位協助的原因為何之議題，以據以研提相關政策措施，增加高齡者提出消費受害申訴的意願。

四、參與業者推銷聚會議題

(一)**加強對高齡者宣導於推銷商品聚會上購買而未使用之商品可退貨**：高齡者參與業者推銷商品聚會之經驗上，本次調查發現有 16%的受訪者表示有參與過，而其中有 24.1%的受訪者有買過，花費的金額約五成在三千五百元以下、約三成在七千五百元以上。另外，有參加過業者推銷商品聚會的高齡受訪者約有三成左右不瞭解未使用之商品可退貨，且主要為高齡中後期的受訪者，故可加強對高齡中後期者宣導此一議題。

(二)**督導及查核舉辦推銷聚會業者做好資訊充分揭露、不抬高商品價格及不使用強迫或引誘式推銷手法、確保產品安全性，並接受消費者合理的退貨要求**：雖然高齡者參與商品聚會之比率不高，惟有鑑於高齡者可能受到現場氣氛及服務人員或

友人温情推薦的影響而失去判斷力，導致購買高價的商品、浪費金錢，政府相關主管機關宜督導及查核此類業者，做好資訊充分揭露、不宜過度抬高商品價格及使用強迫或引誘式推銷手法、確保產品安全性，並接受消費者合理的退貨要求。

五、消費者意識與保護議題

(一)針對 1950 專線採重點式宣導並利需要者隨時查詢：高齡者對 1950 消費者服務專線的知曉度，依本次調查結果，有五成以上的高齡受訪者表示知道，不過僅有 2.1%知道專線號碼，可能是大部分受訪者未有撥打專線之需求，雖因政府宣導等原因知道有此專線，但卻無法記得確切的號碼，故政府部門可多採重點式宣導並建置方便查詢此專線的管道如網路，以利需要者隨時查詢，並減少發散式的宣導。

(二)地方政府針對社區高齡者消費知識需求，除於社區活動中心等舉辦定點講座外，宜兼採宣導手冊、電視及網路宣導、傳單等方式進行資訊的傳遞：依據本次調查，有近 55%的高齡受訪者有消費知識相關講座之需求，而對講座議題之需求，依序為食品安全性、安養照護、用藥安全、消費詐騙等；至於舉辦講座的地點選擇上，則依序為社區活動中心、為里民中心等，均為高齡者平日於住家附近聚集之處。另在本研究座談會中，有受訪者建議透過宣導手冊、電視、公車站牌及配合樂齡活動來做推廣。因此，除了針對社區高齡者消費知識需求，邀請長者到平常聚集的地點聽講外，各地方政府可以結合社區，針對其他無法到定點聽講之高齡長輩，兼採宣導手冊、電視廣告、網路宣導短片、傳單等方式進行資訊的傳遞。

(三)將與高齡者較有關的定型化契約範本及應記載暨不得記載事項，製作成高齡者友善閱讀版本：由於僅有 21.2%的高齡受訪者表示知道有定型化契約範本及應記載暨不得記載事項，且座談會中的與會者皆表示定型化契約有條文太多、字體太小、看不懂的狀況，因此，建議政府相關主管機關宜將與高齡者較有關的定型化契約範本或應記載及不得記載事項如安養照護定型化契約範本，製作成高齡者容易閱讀的版

本，僅簡要摘述重要規定並放大字體，供高齡者有需要時方便查詢參考。

(四)根據高齡受訪者建議與高齡者所在地域及消費特性，加強推動各項消費者保護行政機制：在對政府於高齡者消費保護之建議，以維持弱勢高齡者的基本經濟生活為主，其次為加強針對以高齡者為訴求之商品及服務的審查如醫療輔具商品、加強高齡者及其家屬的消保教育及宣導活動、高齡者友善商品或服務認證標章制度、加強查察詐騙案件與加重罰則等，這些都可以供政府相關主管機關針高齡者所在地域及消費特性，規劃及推動高齡者消費者保護業務的參考。

(五)持續針對高齡者進行專題式的消費意識調查：根據行政院國發會指出，預估我國到 2018 年，將正式邁入國際慣稱的「高齡社會」，而到 2026 年則更將走入「超高齡社會」，為了即早因應，建議行政院及相關主管機關未來可以預先針對銀髮醫療照顧與安養、高齡者用品、健康養生等未來極具市場潛力的新興議題與產業進行調查，以了解受訪者在遇到此些新興需求時的消費行為、消費意識甚至可能的爭議問題，以求在政策規劃上能預先因應。

參考文獻

Business Next 數位時代，2015。歐洲公司的銷售額 1/4 來自於網路商務。http:// www.bnext.com.tw/article/view/id/36272。2015/5/15。

Babbie, E. (2004). The Practice of Social Research. Belmont, CA: Wadsworth Publishing Co.

Chang, L. C. ,2011. An Interaction Effect of Leisure Self- determination and Leisure Competence on Older Adults' Self-rated Health. Journal of Health Psychology. 17(3):324-332.

Department for Environment, Food and Rural Affairs (Defra)., 2014. Elliott Review into the integrity and assurance of food supply networks: final report—a national food crime prevention framework. Department for Environment, Food & Rural Affairs and Food Standards Agency, U.K.

Everstine, K., Spink, J. & Kennedy, S., 2013. Economically motivated adulteration (EMA) of food: common characteristics of EMA incidents, Journal of Food Protection,76(4),723-735.

Huck, S., & Wallace, B., 2010. The impact of price frames on consumer d ecision making. Office of Fair Trading, http://webarchive.nationalarchives.gov. uk/20140402142426/http://www.oft.gov.uk/shared_oft/economic_research/OFT122 6.pdf.

Jackson, H. O., O'Neal, G., 1994, Dress and appearance response to perceptions of aging.Clothing and Textiles Research Journal, Vol. 12, No.4, pp.8-15

The News Lens 關鍵評論，2015。台灣人真的重視公共安全嗎？消保處查核各大 書店，近半逃生有困難。http://www.thenewslens.com/post/191931/。2015/7/20。

Thomas, J.B., Peters, C.L. O., 2009, Silver seniors:Exploring the self-concept, lifestyles, and apparel consumption of women over a

ge 65, International Journal of Retail & Distribution manageme nt, Vol.37, No.12, pp.1018-1040.

NC State University(1997), The principles of Universal Design, NC State University.

內政部消防署，2007。各項活動安全管理指導綱領。http://law.ndppc.nat.gov.tw/ GNFA/Chi/FLAW/FLAWDAT0202.asp。2007/12/17。

公平交易委員會，2015。公平交易委員會對於公平交易法第二十一條案件之處理 原則。http://www.ftc.gov.tw/internet/main/doc/docDetail.aspx?uid=165&docid=13 937。2015/3/12。

内政部警政署刑事警察局，2009。詐騙犯罪被害人屬性之研究。https://www.npa.gov.tw/NPAGip/wSite/public/Data/f1271062415508.pdf

内閣府，2010。平成 22 年度年次経済財政報告ー需要の創造による成長力の強化。

日本リサーチ総合研究所調査研究部，2011。http://www.research-soken.or.jp/reports/economic/pdf/number32.pdf。

日本消費者廳，2015。平成 26 年度越境取引に関する消費者相談の国際連携の 在り方に関する実証調査報告書。http://www.cb-ccj.caa.go.jp/26fy_cc.pdf。

日本総務省統計局，2009。平成 21 年全国消費実態調查。引自 2014 年 11 月 5 日，http://www.stat.go.jp/data/zensho/2009/tanshin/pdf/gaiyo.pdf# search='%E6%B6%88%E8%B2%BB+%E7%94%B7%E6%80%A7+%E5 %A5%B3%E6%80%A7'。

王建雄，2008。新聞自律機制—台灣電視媒體建立公評人制度之可行性分析。http://nccur.lib.nccu.edu.tw/handle/140.119/49482。

江亮演，2009。老人社會福利，台北市：五南圖書出版公司。

行政院，2014。104-105 年度消費者保護計畫。http://www.cpc.ey.gov.tw/news.asp x?n=6F84A4B85ACCBA8E&sms=507E4787819DDCE6。2014/6/27。

行政院，2015。消費者保護法。http://www.ey.gov.tw/News_Content.aspx?n=6E8E DD252B843AF0&sms=E7E343F6009EC241&s=6EFECA8ED68852EA。2015/6/17。

行政院消費者保護處，2014。102 年度國民消費意識及消費行為調查報告。http://www.cpc.ey.gov.tw/Upload/RelFile/1718/711404/102%E5%B9%B4%E5%BA%A6%E5%9C%8B%E6%B0%91%E6%B6%88%E8%B2%BB%E6%84%8F%E8%AD%98%E5%8F%8A%E6%B6%88%E8%B2%BB%E8%A1%8C%E7%82%BA%E8%AA%BF%E6%9F%A5.pdf。

行政院消費者保護處，2015a。申訴案件-統計即時查詢。http://www.cpc.ey.gov.tw/InfoView2.aspx?n=B1B69C771CAAEFBE&s=ABBF62618F53F8DE。2015/8/7。

行政院消費者保護處，2015b。103 年度各直轄市、縣（市）政府受理消費者申 訴、調解案件統計報告。http://www.cpc.ey.gov.tw/News_Content.aspx?n=5EC6F 3B871C8C5AD&sms=1F92FE0C4CBB3D34&s=5486BD446487C93B。2015/7/9。

余淑吟，2010。高齡者認知需求與廣告信任度對於廣告效果之關係。商業設計學報，69-82。http://readopac3.ncl.edu.tw/nclserialFront/search/search_result.jsp?la=ch&relate=XXX&dtdId=000040&search_index=all&search_value=%E4%BD%99%E6%B7%91%E5%90%9F+Yu%2C+Shu-yin+%24&search_mode=#

周雅容，1997。焦點團體法在調查研究上的應用。調查研究，51-73。

曾思瑜教授，1996。國內外無障礙環境設計規範之比較研究。建築學報，18 期，1-16。

邱俊村，2000。退休社區之人休閒環境研究－「以潤福生活新象」為，未出版之朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班碩士論文。

邱翔蘭，2003。高雄市退休老人休閒活動參與與其幸福感之研究。大葉大學休閒事業管理學系。

邱婕欣，2015。顧客變銀髮，更關心才能更貼心。http://mymkc.com/article/content/22208。2015/9/10

洪欣慈，2015。訂了沒房住、房間爛...吃虧無處訴。中時電子報。http://www.ch inatimes.com/newspapers/20150511000307-260102。2015/5/11。

孫崇軒，2014。跨境網購糾紛《消保法》難管。蘋果日報。http://www.appledai ly.com.tw/appledaily/article/headline/20140203/35616951/。2014/2/3。

財團法人中華民國消費者文教基金會，2011。2011 年十大消費新聞－塑毒風暴掃全台、居住正義做半套！。http://www.consumers.org.tw/unit412.aspx?id=153 8。2011/12/23。

財團法人中華民國消費者文教基金會，2012。2012 年十大消費新聞 & 政府部門『凸槌』排行榜發布！。http://www.consumers.org.tw/unit412.aspx?id=1638。2 012/12/21。

財團法人中華民國消費者文教基金會，2013。2013 年十大消費新聞－業者「假」字當頭、政府「瞎」字結束！。http://www.consumers.org.tw/unit412.aspx?id=1 758。2013/12/25。

経済産業省，2012。高齢者世帯の消費について。引自 2015 年 3 月 30 日，http://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/bunseki/pdf/h24/h4a1206j2.pdf#search='%E9%AB%98%E9%BD%A2%E8%80%85+%E6%B6%8 8%E8%B2%BB%E7%89%B9%E5%BE%B4'。

莊舒仲，2015。跨境消費糾紛多 兩岸求解套。中時電子報。http://www.chinatim es.com/newspapers/20150604002027-260301。2015/6/4。

郭仲偉、湯美玲、呂婉甄，2010。不同高齡消費族群對高鐵運輸服務需求之研究。危機管理學刊，第七卷，第二期，95-108 頁。

郭豐洲，2015。大型活動安全問題的可能對策。自由時報。http://talk.ltn.com.tw/ article/breakingnews/1378281。2015/7/15。

陳盈仁、黃荷婷，2015。比價省錢！國際訂房網搶灘糾紛台法恐難管。TVBS。http://news.tvbs.com.tw/life/579535/。2015/5/11。

陳秋政、廖世机，2014。我國消費者教育推動策略之研究。消費者保護研究。http://www.cpc.ey.gov.tw/Upload/RelFile/1651/707423/0aea0634-6202-4d31-bfb6-8 1f8af9e787e.pdf。2014/1/23。

陳菀蕙、吳炳飛、羅孝賢，2009。高齡社會的來臨：為 2025 年的台灣社會規劃之整合研究-社區基礎行動研究以探討高齡社會運輸安全問題與公共運輸系統(1/3)。https://www.google.com.tw/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwim1IXY7OvQAhVLHZQKHQCdBVEQFggaMAA&url=http%3A%2F%2Fteacher.tku.edu.tw%2FPsnDtl.aspx%3Ftid%3D265927%26u%3Dt986786&usg=AFQjCNFTziY9U_qIyB4ZLIaAgT9r2ATL3g&sig2=d8PKkMvEneKEWOOcIEgvXQ

陳菀蕙、張勝雄，2012。探討高齡化社會之旅運特性與公共運輸資訊需求課題。https://www.google.com.tw/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwje1uii7OvQAhXDopQKHfNUD-MQFggaMAA&url=https%3A%2F%2Fwww.most.gov.tw%2Fmost%2Fattachments%2F367d6bf7-6290-408b-8b47-5caaaf9f0135&usg=AFQjCNHO7LSr4b-axrI_OOlnJa9Tta8ZCw&sig2=ugh7YWZmIPy3N-CWr6Ua-Q。

黃俊能，2015。建立大型活動「安全計畫」審查機制。蘋果日報。http://www.ap pledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20150711/645554/。2015/7/11。

潘淑滿，2003。《質性研究 理論與應用》。台北市：心理。

錢利忠，2016。新店老人安養院火災釀 6 死 檢警查有無人為疏失。自由時報。http://news.ltn.com.tw/news/society/breakingnews/1753642。2016/7/6。

綜合報導，2016。中客團遊覽車 26 人罹難 過去已多起火燒車造成嚴重傷亡。自由時報。http://news.ltn.com.tw/news/society/breakingnews/1767751。2016/7/19。

黑中亮，2015。北市觀傳局邀 14 業者 討論活動安全緊急救護準則。聯合晚報。http://udn.com/news/story/7266/1042900-%E5%8C%97%E5%B8%82%E8%A7%80%E5%82%B3%E5%B1%80%E9%82

%8014%E6%A5%AD%E8%80%85-%E8%A8%8E%E8%AB%96%E6%B4%BB%E5%8B%95%E5%AE%89%E5%85%A8%E7%B7%8A%E6%80%A5%E6%95%91%E8%AD%B7%E6%BA%96%E5%89%87。2015/7/8。

楊翠竹、李孟鴻，2016。中高齡者生活型態對機能性服飾消費行為與消費價值之關聯研究。http://www.tnet.org.tw/Article/Detail/18955?type=%E7%B4%A1%E7%B9%94%E5%88%8A%E7%89%A9_%E7%B4%A1%E7%B9%94%E6%9C%9F%E5%88%8A_%E7%AC%AC%E4%BA%8C%E5%8D%81%E5%85%AD%E5%8D%B7%E7%AC%AC%E4%B8%80%E6%9C%9F&species=JournalData&backPath=%2FArticle%2FMaster%2F4!%2FArticle%2FSlave%2F4%2F6!..%2F..%2FArticle%2FJournal%2F247

葉卉軒，2015。國人海外購屋糾紛多 消基會提五大陷阱。聯合影音。https://vid eo.udn.com/news/350348。2015/7/31。

劉家勇，2015，日本銀髮族養生保健產業發展：需求面觀點的分析。長庚人文社會學報，8:2，301-345。

蔡長清、劉修祥、黃淑貞，2001。退休老人休閒參與量及類型與生活滿意度之關係。高雄應用科技大學學報，31，182-220。

衛生福利部，2013。102 年老人狀況調查。https://www.google.com.tw/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwidzaLu7OvQAhXLGpQKHSK6CmIQFgggMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.mohw.gov.tw%2Fcht%2FDOS%2FDisplayStatisticFile.aspx%3Fd%3D47398%26s%3D1&usg=AFQjCNH88LwJOpj8EpMWF3PV1rXkAr4Odw&sig2=uNkOPXbz3W7iiS4A8avIwQ

衛生福利部，2015a。病人收治情形。http://www.mohw.gov.tw/CHT/BLAST/DM1_P.aspx?f_list_no=879&fod_list_no=0&doc_no=49959。2015/8/7。

衛生福利部，2015b。衛生福利部因應八仙樂園塵爆事件大事紀。http://www.mohw.gov.tw/CHT/BLAST/DM1_P.aspx?f_list_no=886&fod_list_no=0&doc_no=500 20。2015/8/4。

衛生福利部，2016。104 年高齡友善城市調查公布。http://www.mohw.gov.tw/news/571754236。2016/3/31。

附錄一、 105 年高齡消費者意識調查問卷

先生（小姐）您好，我們是接受行政院消費者保護處委託的趨勢民調中心，想了解目前民眾的消費意識、行為及需求，耽誤您幾分鐘的時間請教幾個簡單的問題，謝謝！

【過濾題】請問您是否年滿 55 歲?由於本次調查主要針對年滿 55 歲的民眾進行訪問，可以請您家中 55 歲以上的家人來接受訪問嗎?

您的答案僅做統計分析使用並不會涉及到您個人的隱私，請您放心!

如有問題可上行政院消保會官網查看本調查訊息或撥查證電話

查證電話--行政院消保處：02- 3356-8262

趨勢民調中心：02-2747-1331

S1. 由於電話是由電腦隨機抽出的，請問您居住在哪個縣市?

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

S2. 請問您住在[S1 回答之縣市]的哪一個鄉鎮市區？【依照 S1 回答之縣市進行各鄉鎮市區詢問】

(98)拒答

一、消費需求與行為

首先為了解您的消費需求與行為，請您從平常買東西的經驗中來回答就可以了。

Q1. 請問您平常大多從哪裡知道商品(買東西)的資訊較多？（複選，可提示）

(01)報紙 (02)廣播電台 (03)電視 (04)網路
(05)親友推薦 (06)鄰居推薦 (07)業者推薦
(08)參加集會或活動 （09）菜市場
(10)廣告 DM/百貨公司(賣場)型錄 (94)其他(訪員請記錄)
(96)不知道/無意見 (98)拒答

Q2. 在選購包裝食品或飲料時，您會不會注意外包裝上面的有效期限、成份、產地等標示？

(01)每次都會注意　(02)經常會注意
(03)偶爾會注意　(04)都不會注意
(96)不知道/無意見　(98)拒答

Q3. 請問對您來說，目前生活上最需要的商品或服務是甚麼？【複選，可提示】

(01)食品　(02)藥品　(03)假牙　(04)安養照顧 (05)輪椅
(06)電動代步車　→續問 Q3-1
(07)服飾　(08)家用用品 (09)電器用品 (10)化妝品　→續問 Q3-1
(94)其他(訪員請記錄)　→續問 Q3-1
(95)沒有最需要的商品或服務　(96)不知道/無意見　→跳問 Q4
(98)拒答　→跳問 Q4

Q3-1. 對於[Q3 回答之答案]，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？【複選，可提示】

(01)價格太高 (02)收入不足 (03)行動不便 (04)不會使用
(05)缺乏購買管道　(94)其他(訪員請記錄)
(96)不知道/無意見　(98)拒答

Q4.請問您有沒有跨境消費的經驗？(就是利用出國或網路去買國外的商品)

(01)有，出國 (02)有，網路 (03)有，2 種都有　→續問 Q4-1
(04)沒有(96)不知道/無意見(98)拒答　→跳問 Q5

【Q4 回答 (01)~(03)者 續問 Q4-1，其餘跳 Q5】

Q4-1.請問您購買過甚麼樣的商品類型？【複選，可提示】

(01)健康食品 (02)食品　(03)藥品　(04)農產品
(05)醫療器材 (06)服飾、皮件及鞋類　(07)通訊及周邊產品
(08)車輛　(09)房屋　(10)電信　(11)保險
(12)旅遊　(13)家用用品　(14)電器用品
(15)書籍　(94)其他(訪員請記錄)
(96)不知道/無意見　(98)拒答

Q4-2.請問您有沒有在跨境消費時發生過消費爭議的經驗？

(01)有 →續問 Q4-3
(02)沒有 (96)不知道/無意見(98)拒答 →跳問 Q5

【Q4-2 回答 (01)者 續問 Q4-3，其餘跳 Q5】

Q4-3.(有跨境消費爭議者)請問是哪些類型的商品發生消費爭議？【複選，可提示】

(01)健康食品 (02)食品 (03)藥品 (04)農產品
(05)醫療器材 (06)服飾、皮件及鞋類 (07)通訊及周邊產品
(08)車輛 (09)房屋 (10)電信 (11)保險 (12)旅遊
(94)其他(訪員請記錄) (96)不知道/無意見
(98)拒答

……

Q5.請問您最常親自購買的商品或服務是甚麼？【複選，可提示】

(01)食品 (02)藥品 (03)假牙 (04) 輪椅
(05) 電動代步車 (06)服飾 (07)家用用品
(08)電器用品 (09)化妝品 (94)其他(訪員請記錄)
(96)不知道/無意見 (98)拒答

Q5-1.請問您在消費前最希望知道甚麼樣的**消費資訊**？【複選，可提示】

(01)購買管道 (02)商品成分 (03)商品作用
(04)商品價格 (05)商品產地 (06)製造商
(07)商品安全性(94)其他(訪員請記錄)
(96)不知道/無意見 (98)拒答

Q5-2. 請問您有沒有遇過或聽到過周遭親朋好友發生跟賣東西的人有爭議的事情(也就是消費爭議)？

(01)有，自己親身遇到 →續問 Q5-1
(02)有，家人遇到(03)有聽過周遭親友遇到 →跳問 Q6
(04)都沒有 (96)不知道/無意見(98)拒答 →跳問 Q6

【Q5-2 回答(01)者續問 Q5-3，其餘跳 Q6】

Q5-3.請問您遇過哪方面的消費爭議？(複選，可提示)

(01)價格問題 (02) 品質或保固問題 (03) 廣告或標示不實
(04) 不當推銷(05)退換貨問題 (06)交貨或服務時間問題

(94)其他(訪員請記錄)　　(96)不知道/無意見
(98)拒答

Q5-4.請問您發生消費爭議時會尋求的申訴管道是？(複選，可提示)

(01)民間消保團體　　(02) 政府機關　　(03) 業者
(94)其他(訪員請記錄)　　(95)沒有尋求管道處理
(96)不知道/無意見　　(98)拒答

二、消費保護

接下來想了解您對於消費者保護管理的一些看法。

Q6. 請問您知不知道政府有提供消費者保護專線，提供民眾申訴或諮詢？

(01)知道　　→續問 Q6-1
(02)不知道　(98)拒答　　→跳問 Q7

【Q6 回答(01)者續問 Q6-1，其餘跳 Q7】

Q6-1.請問您知道政府提供的全國消費者服務專線是多少嗎？

(01)專線是 1950　　(02)忘記專線　(98)拒答

Q7. 請問您知不知道主管機關訂有定型化契約範本供消費者簽訂契約時可以參考？

(01)知道　　(02)不知道　(98)拒答

Q8. 請問您認為需不需要舉辦關於高齡者消費知識的相關教育活動？

(01)非常需要 (02)還算需要　→續問 Q8-1
(03)不太需要 (04)非常不需要→跳問 Q9
(96)不知道/無意見　　(98)拒答→跳問 Q9

Q8-1. 請問您認為最需要加強哪方面的教育主題(議題)？(可提示)

(01) 消保基本觀念　　(02) 定型化契約
(03) 消費爭議諮詢及申訴 (04) 食品安全
(05) 用藥安全　　(06) 觀光旅遊 (07) 金融保險
(08) 運動健身　　(09) 安養照護 (10)購屋 (11)購車
(12) 網路通訊　(13)消費詐騙　　(94)其他(訪員請記錄)
(96)不知道/無意見　　(98)拒答

Q8-2. 請問如果要舉辦這類教育講座的話，您覺得地點要辦在哪裡？(可提示)

(01)社區活動中心　　(02) 里民中心
(03)關懷聚點 (04)樂齡學習中心
(94)其他(訪員請記錄)
(96)不知道/無意見　　(98)拒答

Q9. 請問您有沒有遇過在購買商品或是服務的時候，被店家(老闆)刁難或拒絕交易的情況，比如說租房子、搭車、出去旅遊？

(01)有　　→續問 Q11-1
(02)沒有　　(98)拒答　　→跳問 Q12

【Q9 回答(01)者續問 Q9-1，其餘跳 Q10】

Q9-1.請問您遇過被刁難或拒絕的經驗是購買哪方面的商品或服務？(複選，可提示)

(01)租屋　　(02)購屋　　(03)買車　　(04)租車　　(05)投保
(06)旅遊　　(07)健身中心
(94)其他(訪員請記錄)　　(96)不知道/無意見
(98)拒答

Q9-2.請問您遇過被刁難或拒絕的原因是什麼？(複選，可提示)

(01)年齡太大 (02)行動不便 (03)健康因素
(94)其他(訪員請記錄)　　(96)不知道/無意見
(98)拒答

Q10. 請問您有沒有遇過消費詐騙，例如假藥、銀行轉帳、假冒公務人員要求匯款等？

(01)有　　→續問 Q12-1
(02)沒有　　(98)拒答　　→跳問 Q13

【Q10 答(01)者續問 Q10-1，其餘跳 Q11】

Q10-1.請問是哪方面的消費詐騙事件？(複選，可提示)

(01) 仿冒品 (02) 銀行轉帳詐騙　　(03) 假酒 (04)假藥
(05)解除分期付款詐騙
(06)偷斤減兩 (07) 廣告不實 (08) 付款後，未接獲商品或服務
(09)信用卡被盜刷
(94)其他(訪員請記錄)　　(96)不知道/無意見
(98)拒答

Q10-2.請問您是怎麼處理消費詐騙事件的？

(01)撥打 165 反詐騙專線洽詢　(02)報警　(03)提出申訴
(94)其他(訪員請記錄)　(95)沒有處理
(96)不知道/無意見　(98)拒答

Q11.請問您有沒有曾經因朋友相約或業者施以小惠的方式而去老人聚會場所被銷售人員推銷(如健康食品)的經驗？

(銷售人員以贈送生活用品等方式請您去參加聚會或以非常便宜的價格進行商品的販賣)

(01)有　→續問 Q13-1
(02)沒有　(98)拒答　→跳問 Q14

【Q11 答(01)者續問 Q11-1，其餘跳 Q12】

Q11-1.請問您有沒有買過聚會場所裡面所推銷的商品？

(01)有　→續問 Q13-2
(02)沒有　(98)拒答　→跳問 Q13-3

【Q13-1 答(01)者續問 Q13-2，其餘跳 Q13-3】

Q11-2.請問您花了多少錢在購買推銷的商品？

【開放題，訪員請記錄】

Q11-3.商品在沒有使用的情況下，請問您知不知道可以退貨？

(01)知道　(02)不知道　(98)拒答

Q12. 請問您認為目前政府在對高齡者消費保護與管理方面還可以加強哪方面的保障？ 例如：高齡者友善認證標章制度、維持弱勢高齡者的基本經濟生活、加強高齡者及其家屬的消保教育及宣導活動、加強針對以高齡者為訴求之商品及服務的審查等等

(01) 高齡者友善商品或服務認證標章制度 (02) 維持弱勢高齡者的基本經濟生活
(03) 加強高齡者及其家屬的消保教育及宣導活動
(04) 加強針對以高齡者為訴求之商品及服務的審查，如醫療輔具(商品)
(94)其他(訪員請記錄)　(96)不知道/無意見
(98)拒答

三、基本資料題組

S3. 請問您今年幾歲?

(01)55-59 歲 (02)60-64 歲 (03)65-69 歲 (04)70-74 歲
(05)75-79 歲 (06)80-84 歲 (07)85-89 歲 (08)90-94 歲
(09)95-99 歲 (10)100 歲以上(98)拒答 (中止訪問)

S4. 請問您的教育程度？

(01)小學及以下(02)初中、國中 (03)高中、高職
(04)專科 (05)大學 (06)研究所及以上 (98)拒答

S5. 請問您目前有沒有在工作？

(01)有 (02)沒有 (98)拒答

S6. 請問您的職業是？(退休前工作)

(01)軍警公教(02)自營商/企業主(03)企業主管/專業人員
(04)助理專業人員/技術人員(05)文書事務人員
(06)商業買賣/服務人員(07)技術工/機械設備操作或組裝/體力工
(08)農林漁牧礦 (09)學生 (10)家管 (11)無業/待業
(94)其他 (98)拒答

S7. 請問您認為自己目前身體的健康狀況如何？

(01)非常健康(02)還算健康(03)不太健康(04)非常不健康
(94)其他(訪員請記錄)(98)拒答

S8. 請問您目前的居住型態是？

(01)與子女同住(包含子女配偶及孫子女)
(02)獨居(1 人) (03)和配偶同住
(04)與子女住在鄰近的地方
(05)住在老人集合式住宅(安養機構、老人住宅)
(06)與配偶、子女同住 (94)其他(訪員請記錄) (98)拒答

S9. 請問您目前主要的金錢來源？

(01)國民年金(02)老人年金(03)子女奉養(04)兼職工作
(05)正職工作(06)銀行存款(07)投資獲利(08)退休金
(94)其他(訪員請記錄)(98)拒答

S10. 受訪者性別：

(01)男性 (02)女性

附錄二、 105 年高齡消費者意識調查問卷百分比表

本題回答人數 :2,489

S1. 由於電話是由電腦隨機抽出的，請問您居住在哪個縣市?

	回答人數	百分比
(01) 新北市	407	16.4%
(02) 臺北市	314	12.6%
(03) 桃園市	188	7.5%
(04) 臺中市	256	10.3%
(05) 臺南市	208	8.4%
(06) 高雄市	303	12.2%
(07) 宜蘭縣	52	2.1%
(08) 新竹縣	50	2.0%
(09) 苗栗縣	63	2.5%
(10) 彰化縣	139	5.6%
(11) 南投縣	60	2.4%
(12) 雲林縣	85	3.4%
(13) 嘉義縣	66	2.7%
(14) 屏東縣	99	4.0%
(15) 臺東縣	25	1.0%
(16) 花蓮縣	38	1.5%
(17) 澎湖縣	12	0.5%
(18) 基隆市	42	1.7%
(19) 新竹市	38	1.5%
(20) 嘉義市	28	1.1%
(21) 金門縣	15	0.6%
(22) 連江縣	1	0.1%

本題回答人數 :2,489

Q1. 請問您平常大多從哪裡知道商品(買東西)的資訊較多？

	回答人數	百分比
(01) 報紙	280	11.2%
(02) 廣播電台	89	3.6%
(03) 電視	633	25.4%
(04) 網路	393	15.8%
(05) 親友推薦	460	18.5%
(06) 鄰居推薦	143	5.7%
(07) 業者推薦	78	3.1%
(08) 參加集會或活動	71	2.8%
(09) 菜市場	1,052	42.3%
(10) 廣告 DM/百貨公司(賣場)型錄	1,031	41.4%
(11) 超商/超市/量販店	188	7.6%
(12) 雜誌	10	0.4%
(13) 手機簡訊/電話行銷	3	0.1%
(96) 不知道/無意見	269	10.8%
(98) 拒答	1	0.0%

本題回答人數 :2,489

Q2. 在選購包裝食品或飲料時，您會不會注意外包裝上面的有效期限、成份、產地等標示？

	回答人數	百分比
(01) 每次都會注意	1,369	55.0%
(02) 經常會注意	491	19.7%
(03) 偶爾會注意	278	11.2%
(04) 都不會注意	233	9.4%
(96) 不知道/無意見	118	4.7%

本題回答人數 :2,489

Q3. 請問對您來說，生活上最需要或最欠缺的商品或服務是甚麼？

	回答人數	百分比
(01) 食品	987	39.6%
(02) 藥品	181	7.3%
(03) 假牙	175	7.0%

(04)	安養照顧	117	4.7%
(05)	輪椅	13	0.5%
(06)	電動代步車	52	2.1%
(07)	服飾	90	3.6%
(08)	家用用品	600	24.1%
(09)	電器用品	183	7.4%
(10)	化妝品	47	1.9%
(11)	車輛	10	0.4%
(12)	房屋	5	0.2%
(13)	健康食品	28	1.1%
(14)	通訊/3C 及周邊產品	7	0.3%
(15)	菸酒	4	0.2%
(16)	拐杖/助行器	3	0.1%
(17)	醫療	11	0.4%
(95)	沒有最需要的商品或服務	539	21.7%
(96)	不知道/無意見	117	4.7%
(98)	拒答	1	0.0%

本題回答人數:987

Q3-1.對於食品，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？

		回答人數	百分比
(01)	價格太高	371	37.6%
(02)	收入不足	60	6.1%
(03)	行動不便	2	0.2%
(04)	不會使用	20	2.0%
(05)	缺乏購買管道	36	3.6%
(06)	食安疑慮	64	6.5%
(07)	偷斤減兩	9	1.0%
(08)	成分/標示看不懂	34	3.5%
(09)	標示不實	22	2.3%
(10)	服務態度不佳	5	0.5%
(11)	大陸製品氾濫	1	0.1%
(96)	不知道/無意見	487	49.4%
(98)	拒答	6	0.6%

本題回答人數:181

Q3-1.對於藥品，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？

	回答人數	百分比
(01) 價格太高	41	22.4%
(02) 收入不足	9	5.1%
(03) 不會使用	8	4.7%
(04) 缺乏購買管道	18	10.2%
(05) 食安疑慮	1	0.2%
(06) 成分/標示看不懂	6	3.1%
(07) 標示不實	8	4.1%
(08) 服務態度不佳	3	1.5%
(09) 效用不彰	4	1.9%
(96) 不知道/無意見	103	57.0%

本題回答人數:175

Q3-1.對於假牙，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？

	回答人數	百分比
(01) 價格太高	93	53.0%
(02) 收入不足	10	6.0%
(03) 不會使用	3	1.6%
(04) 缺乏購買管道	6	3.2%
(05) 效用不彰	4	2.1%
(06) 缺乏相關補助資訊	1	0.5%
(96) 不知道/無意見	69	39.6%
(98) 拒答	1	0.7%

本題回答人數:117

Q3-1.對於安養照顧，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？

	回答人數	百分比
(01) 價格太高	37	31.5%
(02) 收入不足	21	18.2%
(03) 不會使用	6	5.4%
(04) 缺乏購買管道	20	17.5%
(05) 效用不彰	1	0.8%
(06) 外勞品質不佳	1	0.8%

(07) 缺乏相關補助資訊	2	1.9%
(96) 不知道/無意見	42	36.0%

本題回答人數:13

Q3-1.對於輪椅，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？

	回答人數	百分比
(01) 價格太高	2	17.6%
(02) 收入不足	1	11.4%
(03) 缺乏購買管道	1	6.8%
(96) 不知道/無意見	9	70.4%

本題回答人數:52

Q3-1.對於電動代步車，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？

	回答人數	百分比
(01) 價格太高	15	28.4%
(02) 收入不足	8	15.4%
(03) 不會使用	2	3.6%
(04) 缺乏購買管道	3	5.5%
(05) 缺乏相關補助資訊	2	4.4%
(96) 不知道/無意見	27	51.1%

本題回答人數:90

Q3-1.對於服飾，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？

	回答人數	百分比
(01) 價格太高	17	19.1%
(02) 收入不足	5	5.6%
(03) 缺乏購買管道	2	2.6%
(04) 標示不實	4	4.0%
(96) 不知道/無意見	63	70.0%

本題回答人數:600

Q3-1.對於家用用品，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？

	回答人數	百分比
(01) 價格太高	152	25.3%
(02) 收入不足	43	7.2%

(03) 行動不便	1	0.2%
(04) 不會使用	42	6.9%
(05) 缺乏購買管道	22	3.6%
(06) 成分/標示看不懂	3	0.5%
(07) 標示不實	2	0.4%
(08) 服務態度不佳	1	0.2%
(09) 效用不彰	3	0.5%
(10) 缺乏相關補助資訊	2	0.3%
(96) 不知道/無意見	376	62.8%
(98) 拒答	8	1.3%

本題回答人數:183

Q3-1.對於電器用品，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？

	回答人數	百分比
(01) 價格太高	47	25.9%
(02) 收入不足	13	6.9%
(03) 不會使用	20	11.0%
(04) 缺乏購買管道	10	5.5%
(05) 標示不實	1	0.6%
(06) 服務態度不佳	1	0.7%
(07) 效用不彰	5	2.7%
(08) 缺乏相關補助資訊	1	0.7%
(09) 大陸製品氾濫	2	1.0%
(96) 不知道/無意見	104	56.7%

本題回答人數:47

Q3-1.對於化妝品，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？

	回答人數	百分比
(01) 價格太高	17	36.3%
(02) 收入不足	1	1.9%
(03) 不會使用	-	-
(04) 缺乏購買管道	2	3.6%
(05) 成分/標示看不懂	1	1.9%
(96) 不知道/無意見	27	58.0%

本題回答人數:10

Q3-11.對於車輛，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？

	回答人數	百分比
(01) 價格太高	2	24.8%
(96) 不知道/無意見	8	75.2%

本題回答人數:5

Q3-12.對於房屋，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？

	回答人數	百分比
(01) 價格太高	4	83.2%
(02) 收入不足	1	16.8%

本題回答人數:28

Q3-13.對於健康食品，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？

	回答人數	百分比
(01) 價格太高	7	24.5%
(02) 食安疑慮	1	2.5%
(03) 成分/標示看不懂	1	3.5%
(04) 標示不實	4	15.4%
(96) 不知道/無意見	15	54.1%

本題回答人數:7

Q3-14.對於通訊/3C 及周邊產品，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？

	回答人數	百分比
(01) 不會使用	1	16.6%
(02) 服務態度不佳	1	13.3%
(96) 不知道/無意見	5	70.1%

本題回答人數:4

Q3-15.對於菸酒，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？

	回答人數	百分比
(01) 價格太高	1	25.1%
(96) 不知道/無意見	3	74.9%

本題回答人數:3

Q3-16.對於拐杖/助行器，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？

	回答人數	百分比
(01) 效用不彰	1	26.5%
(96) 不知道/無意見	2	73.5%

本題回答人數:10

Q3-17.對於醫療，您在購買時有遇到甚麼樣的消費問題？

	回答人數	百分比
(01) 價格太高	1	13.0%
(02) 成分/標示看不懂	1	8.4%
(96) 不知道/無意見	8	78.6%

本題回答人數:2,489

Q4.請問您有沒有跨境消費的經驗？(就是利用出國或網路去買國外的商品)

	回答人數	百分比
(01) 有，出國	497	20.0%
(02) 有，網路	33	1.3%
(03) 有，2 種都有	87	3.5%
(04) 沒有	1,869	75.1%
(96) 不知道/無意見	2	0.1%

本題回答人數:617

Q4-1.請問您購買過甚麼樣的商品類型？

	回答人數	百分比
(01) 健康食品	153	24.8%
(02) 食品	245	39.6%
(03) 藥品	212	34.3%
(04) 農產品	46	7.4%
(05) 醫療器材	25	4.0%
(06) 服飾、皮件及鞋類	215	34.9%
(07) 通訊/3C 及周邊產品	53	8.5%
(08) 車輛	22	3.6%
(09) 房屋	17	2.8%

(10) 保險	34	5.4%
(11) 旅遊	40	6.5%
(12) 家用用品	128	20.7%
(13) 電器用品	134	21.7%
(14) 書籍	40	6.4%
(15) 保養/化妝品	38	6.1%
(16) 玩具	7	1.1%
(17) 菸酒	9	1.5%
(18) 裝飾藝術品	16	2.5%
(96) 不知道/無意見	16	2.7%

本題回答人數:617

Q4-2.請問您有沒有在跨境消費時發生過消費爭議的經驗？

	回答人數	百分比
(01) 有	40	6.6%
(02) 沒有	577	93.4%

本題回答人數:40

Q4-3.(有跨境消費爭議者)請問是哪些類型的商品發生消費爭議？

	回答人數	百分比
(01) 健康食品	4	9.3%
(02) 食品	11	26.4%
(03) 藥品	2	5.9%
(04) 農產品	1	2.8%
(05) 服飾、皮件及鞋類	8	20.5%
(06) 通訊/3C 及周邊產品	6	14.5%
(07) 車輛	1	2.4%
(08) 旅遊	3	6.4%
(09) 家用用品	3	7.3%
(10) 電器用品	5	12.2%
(11) 保養/化妝品	1	2.2%
(12) 裝飾藝術品	1	3.4%

本題回答人數:2,489

Q5.請問您最常親自購買的商品或服務是甚麼？

	回答人數	百分比
(01) 食品	1,276	51.3%
(02) 藥品	255	10.3%
(03) 假牙	76	3.0%
(04) 輪椅	8	0.3%
(05) 電動代步車	17	0.7%
(06) 服飾	401	16.1%
(07) 家用用品	791	31.8%
(08) 電器用品	283	11.4%
(09) 保養/化妝品	150	6.0%
(10) 電動床	1	0.1%
(11) 車輛	8	0.3%
(12) 房屋	2	0.1%
(13) 健康食品	38	1.5%
(14) 通訊/3C 及周邊產品	19	0.8%
(15) 菸酒	14	0.6%
(16) 運動器材	7	0.3%
(17) 登山杖	1	0.1%
(96) 不知道/無意見	315	12.6%
(98) 拒答	2	0.1%

本題回答人數:2,489

Q5-1.請問您在消費前最希望知道甚麼樣的消費資訊？

	回答人數	百分比
(01) 購買管道	363	14.6%
(02) 商品成分	740	29.7%
(03) 商品作用	554	22.3%
(04) 商品價格	920	37.0%
(05) 商品產地	929	37.3%
(06) 製造商	605	24.3%
(07) 商品安全性	1,021	41.0%
(08) 有效日期	118	4.7%
(09) 使用方法	28	1.1%

(10) 品牌信譽	77	3.1%
(11) 商品品質	60	2.4%
(96) 不知道/無意見	520	20.9%
(98) 拒答	4	0.2%

本題回答人數:2,489

Q5-2.請問您有沒有遇過或聽到過周遭親朋好友發生跟賣東西的人有爭議的事情(也就是消費爭議)？

	回答人數	百分比
(01) 有，自己親身遇到	111	4.5%
(02) 有，家人遇到	43	1.7%
(03) 有聽過周遭親友遇到	426	17.1%
(04) 都沒有	1,858	74.6%
(96) 不知道/無意見	52	2.1%

本題回答人數:111

Q5-3.請問您遇過哪方面的消費爭議？

	回答人數	百分比
(01) 價格問題	20	17.7%
(02) 品質或保固問題	45	40.9%
(03) 廣告或標示不實	30	26.6%
(04) 不當推銷	14	12.8%
(05) 退換貨問題	19	17.0%
(06) 交貨或服務時間問題	10	9.4%
(07) 服務態度不佳	4	3.3%
(08) 偷斤減兩	3	2.3%
(96) 不知道/無意見	4	3.9%

本題回答人數:111

Q5-4.請問您發生消費爭議時會尋求的申訴管道是？

	回答人數	百分比
(01) 民間消保團體	16	14.6%
(02) 政府機關	9	8.4%
(03) 業者	46	41.6%
(04) 沒有尋求管道處理	39	35.3%

(96) 不知道/無意見	3	3.0%

本題回答人數:2,489

Q6.請問您知不知道政府有提供消費者保護專線，提供受訪者申訴或諮詢？

	回答人數	百分比
(01) 知道	1,312	52.7%
(02) 不知道	1,175	47.2%
(98) 拒答	1	0.1%

本題回答人數:1,312

Q6-1.請問您知道政府提供的全國消費者服務專線是多少嗎？

	回答人數	百分比
(01) 專線是 1950	27	2.1%
(02) 忘記專線	1,199	91.4%
(98) 拒答	86	6.5%

本題回答人數:2,489

Q7.請問您知不知道主管機關訂有定型化契約範本供消費者簽訂契約時可以參考？

	回答人數	百分比
(01) 知道	527	21.2%
(02) 不知道	1,961	78.8%
(98) 拒答	1	0.1%

本題回答人數:2,489

Q8.請問您認為需不需要舉辦關於高齡者消費知識的相關教育活動？

	回答人數	百分比
(01) 非常需要	544	21.8%
(02) 還算需要	825	33.1%
(03) 不太需要	796	32.0%
(04) 非常不需要	110	4.4%
(96) 不知道/無意見	212	8.5%
(98) 拒答	2	0.1%

本題回答人數:1,369

Q8-1.請問您認為最需要加強哪方面的教育主題(議題)？

	回答人數	百分比
(01) 消保基本觀念	80	5.9%
(02) 定型化契約	19	1.4%
(03) 消費爭議諮詢及申訴	64	4.7%
(04) 食品安全	339	24.8%
(05) 用藥安全	196	14.3%
(06) 觀光旅遊	15	1.1%
(07) 金融保險	39	2.8%
(08) 運動健身	40	2.9%
(09) 安養照護	238	17.4%
(10) 購屋	13	0.9%
(11) 購車	4	0.3%
(12) 網路通訊	23	1.7%
(13) 消費詐騙	187	13.6%
(96) 不知道/無意見	110	8.0%
(98) 拒答	2	0.2%

本題回答人數:1,369

Q8-2.請問如果要舉辦這類教育講座的話，您覺得地點要辦在哪裡？

	回答人數	百分比
(01) 社區活動中心	767	56.1%
(02) 里民中心	388	28.3%
(03) 關懷聚點	36	2.6%
(04) 樂齡學習中心	49	3.6%
(05) 鄉鎮區公所	12	0.9%
(06) 賣場	6	0.5%
(07) 學校	12	0.9%
(08) 醫院	4	0.3%
(09) 縣市政府	5	0.3%
(10) 公園/廣場	1	0.1%
(96) 不知道/無意見	89	6.5%
(98) 拒答	1	0.1%

本題回答人數:2,489

Q9.請問您有沒有遇過在購買商品或是服務的時候,被店家(老闆)刁難或拒絕交易的情況，比如說租房子、搭車、出去旅遊？

	回答人數	百分比
(01) 有	87	3.5%
(02) 沒有	2,395	96.2%
(98) 拒答	7	0.3%

本題回答人數:87

Q9-1.請問您遇過被刁難或拒絕的經驗是購買哪方面的商品或服務？

	回答人數	百分比
(01) 租屋	11	12.8%
(02) 購屋	2	1.7%
(03) 買車	1	0.8%
(04) 租車	3	3.6%
(05) 投保	6	7.3%
(06) 旅遊	18	21.2%
(07) 健身中心	1	1.4%
(08) 食品	16	18.0%
(09) 家用用品	7	7.8%
(10) 搭車	8	9.7%
(11) 服飾	5	5.6%
(12) 3C 商品	1	1.1%
(96) 不知道/無意見	11	13.1%

本題回答人數:87

Q9-2.請問您遇過被刁難或拒絕的原因是什麼？

	回答人數	百分比
(01) 年齡太大	11	12.4%
(02) 行動不便	9	10.8%
(03) 健康因素	6	7.4%
(04) 鈔票太舊/破損	1	1.0%
(05) 強迫購買數量或金額	15	17.2%
(06) 計程車短程拒載	4	4.5%
(07) 消費能力不足	11	12.6%

(08) 有小孩，不願出租	1	0.9%
(09) 省籍關係	1	1.1%
(10) 店家拒開收據	1	1.2%
(11) 沒耐心/態度差	3	3.1%
(12) 拒絕退貨	1	1.1%
(96) 不知道/無意見	28	32.2%

本題回答人數:2,489

Q10.請問您有沒有遇過消費詐騙？例如：買到假藥、仿冒品、電話中對方要求銀行轉帳、解除分期付款等

	回答人數	百分比
(01) 有	202	8.1%
(02) 沒有	2,283	91.7%
(98) 拒答	5	0.2%

本題回答人數:202

Q10-1.請問是哪方面的消費詐騙事件？

	回答人數	百分比
(01) 仿冒品	33	16.6%
(02) 銀行轉帳詐騙	71	35.5%
(03) 假酒	3	1.4%
(04) 假藥	33	16.6%
(05) 解除分期付款詐騙	22	10.8%
(06) 廣告不實		0.0%
(07) 付款後，未接獲商品或服務	12	5.8%
(08) 信用卡被盜刷	18	8.8%
(09) 假冒瓦斯安檢更換零件	6	3.0%
(10) 被店家偷換成假鈔	1	0.6%
(96) 不知道/無意見	24	12.1%

本題回答人數:202

Q10-2.請問您是怎麼處理消費詐騙事件的？

	回答人數	百分比
(01) 撥打 165 反詐騙專線洽詢	15	7.5%
(02) 報警	19	9.4%
(03) 提出申訴	13	6.4%
(04) 退/換貨	3	1.4%
(05) 沒有處理	147	72.9%
(96) 不知道/無意見	5	2.4%

本題回答人數:2,489

Q11.請問您有沒有曾經因為朋友相約，或業者施以小惠的方式而去老人聚會場所，被銷售人員推銷(如健康食品)的經驗？

	回答人數	百分比
(01) 有	398	16.0%
(02) 沒有	2,088	83.9%
(98) 拒答	3	0.1%

本題回答人數:398

Q11-1.請問您有沒有買過聚會場所裡面所推銷的商品？

	回答人數	百分比
(01) 有	96	24.1%
(02) 沒有	302	75.9%

本題回答人數:96

Q11-2.請問您花了多少錢在購買推銷的商品？

	回答人數	百分比
(01) 三千五以下	51	53.3%
(02) 三千五-七千五	8	7.8%
(03) 七千五以上	28	29.7%
(96) 無明確意見	9	9.2%

本題回答人數:398

Q11-3.商品在沒有使用的情況下，請問您知不知道可以退貨？

	回答人數	百分比
(01) 知道	266	66.9%
(02) 不知道	129	32.3%
(98) 拒答	3	0.8%

本題回答人數:2,489

Q12.請問您認為目前政府在對高齡者消費保護與管理方面，還可以加強哪些保障？

	回答人數	百分比
(01) 高齡者友善商品或服務認證標章制度	184	7.4%
(02) 維持弱勢高齡者的基本經濟生活	793	31.8%
(03) 加強高齡者及其家屬的消保教育及宣導活動	392	15.8%
(04) 加強針對以高齡者為訴求之商品及服務的審查，如醫療輔具(商品)	476	19.1%
(05) 加強查察詐騙案件與加重罰則	110	4.4%
(96) 不知道/無意見	525	21.1%
(98) 拒答	9	0.3%

本題回答人數:2,489

S3. 請問您今年幾歲?

	回答人數	百分比
(01) 55-59 歲	684	27.5%
(02) 60-64 歲	604	24.3%
(03) 65-69 歲	432	17.3%
(04) 70-74 歲	253	10.2%
(05) 75-79 歲	228	9.1%
(06) 80-84 歲	149	6.0%
(07) 85-89 歲	97	3.9%
(08) 90-94 歲	43	1.7%

本題回答人數:2,489

S4. 請問您的教育程度？

	回答人數	百分比
(01) 小學及以下	725	29.1%
(02) 初中、國中	405	16.3%
(03) 高中、高職	712	28.6%
(04) 專科	257	10.3%
(05) 大學	306	12.3%
(06) 研究所及以上	63	2.5%
(98) 拒答	19	0.8%

本題回答人數:2,489

S5. 請問您目前有沒有在工作？

	回答人數	百分比
(01) 有	729	29.3%
(02) 沒有	1,756	70.6%
(98) 拒答	4	0.2%

本題回答人數:2,489

S6. 請問您的職業是？(退休前工作)

	回答人數	百分比
(01) 軍警公教	234	9.4%
(02) 自營商/企業主	182	7.3%
(03) 企業主管/專業人員	227	9.1%
(04) 助理專業人員/技術人員	132	5.3%
(05) 文書事務人員	139	5.6%
(06) 商業買賣/服務人員	320	12.9%
(07) 技術工/機械設備操作或組裝/體力工	522	21.0%
(08) 農林漁牧礦	222	8.9%
(09) 家管	414	16.6%
(10) 無業/待業	52	2.1%
(98) 拒答	45	1.8%

本題回答人數:2,489

S7. 請問您認為自己目前的身體狀況健不健康？

	回答人數	百分比
(01) 非常健康	419	16.8%
(02) 還算健康	1,455	58.5%
(03) 不太健康	387	15.5%
(04) 非常不健康	73	3.0%
(96) 不知道	135	5.4%
(98) 拒答	20	0.8%

本題回答人數:2,489

S8. 請問您目前是跟誰一起住？

	回答人數	百分比
(01) 與子女同住(包含子女配偶及孫子女)	787	31.6%
(02) 獨居(1 人)	200	8.0%
(03) 和配偶同住	568	22.8%
(04) 與子女住在鄰近的地方	16	0.6%
(05) 住在老人集合式住宅(安養機構、老人住宅)	2	0.1%
(06) 和配偶與子女同住	751	30.2%
(07) 父母	59	2.4%
(08) 和父母、配偶與子女同住	44	1.8%
(09) 和父母與配偶同住	19	0.8%
(10) 和兄弟姊妹同住	13	0.5%
(11) 與孫子女同住	2	0.1%
(12) 與友人同住	2	0.1%
(13) 和配偶與孫子女同住	7	0.3%
(14) 與看護(外勞)同住	3	0.1%
(98) 拒答	15	0.6%

本題回答人數:2,489

S9. 請問您目前主要的經濟來源？

	回答人數	百分比
(01) 國民年金	35	1.4%
(02) 老人年金	123	4.9%
(03) 子女奉養	506	20.3%
(04) 兼職工作	62	2.5%
(05) 正職工作	629	25.3%
(06) 銀行存款	225	9.0%
(07) 投資獲利	52	2.1%
(08) 退休金	566	22.7%
(09) 配偶供給	186	7.5%
(10) 社會福利補助或津貼	11	0.4%
(11) 老農津貼	17	0.7%
(12) 信徒供養金	1	0.0%
(13) 兄弟姊妹供給	4	0.1%
(14) 父母遺產	1	0.0%
(98) 拒答	72	2.9%

本題回答人數:2,489

S10.性別

	回答人數	百分比
(01) 男性	1,182	47.5%
(02) 女性	1,307	52.5%

附錄三、 交叉分析表

1.統計表中關聯性分析採「卡方檢定」(Pearson 的 Chi-square Test)。

*表示 P＜0.05，即在 95%的信心水準下，基本問題與題目問項為顯著差異。

**表示 P＜0.01，即在 99%的信心水準下，基本問題與題目問項為顯著差異。

***表示 P＜0.001，即在 99.9%的信心水準下，基本問題與題目問項為顯著差異。

2.統計表中所列之樣本數與百分比為加權推估後之數據。

3.因四捨五入關係，百分比加總可能不等於 100.0%。

4.複選題百分比加總大於 100.0%。

附表 1 獲知商品資訊管道

單位：人；%

	樣本數	菜市場	廣告DM/百貨公司(賣場)型錄	電視	親友推薦	網路	報紙	超商/超市/量販店
總計	**2489**	**42.3**	**41.4**	**25.4**	**18.5**	**15.8**	**11.2**	**7.6**
性別								
男性	1182	34.4	41.2	23.9	16.4	14.4	11.6	7.2
女性	1307	49.3	41.7	26.8	20.4	17.1	10.9	7.9
縣市別								
新北市	407	45.0	44.3	28.4	17.1	17.9	11.1	11.6
臺北市	314	35.8	44.5	28.9	20.6	23.2	15.3	8.8
桃園市	188	40.4	47.3	24.0	22.8	15.8	12.5	8.3
臺中市	256	43.3	42.3	25.7	22.1	13.6	11.8	5.9
臺南市	208	47.6	39.3	24.1	17.3	13.3	7.0	8.6
高雄市	303	42.0	46.7	22.1	14.4	14.8	11.7	8.7
宜蘭縣	52	56.4	35.8	18.7	16.5	14.9	13.4	7.9
新竹縣	50	50.8	46.2	28.6	22.9	12.3	11.3	3.5
苗栗縣	63	46.6	44.0	31.6	19.6	14.7	21.6	3.4
彰化縣	139	40.4	33.4	21.7	21.2	16.1	10.9	5.7
南投縣	60	43.1	23.1	24.3	14.9	11.8	5.9	12.7
雲林縣	85	35.1	32.4	28.2	19.0	5.6	8.6	3.3
嘉義縣	66	44.1	39.4	21.5	14.5	13.6	13.1	3.3
屏東縣	99	34.1	30.3	17.3	11.9	7.0	5.2	5.3
臺東縣	25	52.8	32.6	13.6	15.5	23.5	9.0	2.4
花蓮縣	38	28.4	38.3	28.1	19.4	4.6	6.4	-
澎湖縣	12	46.5	22.7	20.8	11.9	18.7	5.1	10.8
基隆市	42	42.0	52.3	41.0	21.5	19.9	5.3	2.2
新竹市	38	40.7	48.2	27.8	27.5	26.1	11.1	2.0
嘉義市	28	48.8	29.2	21.1	16.7	20.5	8.7	-
金門縣	15	51.2	23.6	28.6	10.3	19.5	15.2	2.2
連江縣	1	25.0	15.2	28.2	17.5	24.5	6.3	24.2
居住地區								
北北基	764	41.1	44.8	29.3	18.8	20.2	12.5	9.9
桃竹苗	339	43.1	46.6	26.5	22.7	16.2	13.8	6.0
中彰投	455	42.4	37.1	24.3	20.9	14.1	10.8	6.7
雲嘉南	387	44.3	37.1	24.3	17.1	12.2	8.5	5.9
宜花東	115	46.3	35.9	20.7	17.3	13.3	10.1	4.1
高屏	402	40.0	42.6	20.9	13.8	12.9	10.1	7.9
金馬澎	28	48.0	22.8	25.3	11.3	19.4	10.5	6.9
年齡								
55-59歲	684	35.6	50.7	31.2	23.7	27.2	12.0	6.5
60-64歲	604	42.0	49.1	26.1	19.9	18.3	13.2	8.8
65-69歲	432	47.2	40.9	25.6	17.5	13.7	10.0	8.9
70-74歲	253	51.9	35.0	21.5	13.4	5.9	10.4	7.8
75-79歲	228	47.6	31.6	20.3	15.0	5.4	8.7	7.5
80-84歲	149	43.7	23.3	20.0	14.0	5.4	10.4	4.9
85歲以上	140	33.3	11.7	14.9	9.5	1.2	9.2	5.3

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 1 獲知商品資訊管道(續 1)

單位：人；%

	樣本數	菜市場	廣告DM/百貨公司(賣場)型錄	電視	親友推薦	網路	報紙	超商/超市/量販店
總計	**2489**	**42.3**	**41.4**	**25.4**	**18.5**	**15.8**	**11.2**	**7.6**
高齡階段								
高齡初期(老年)	1288	38.6	50.0	28.8	21.9	23.0	12.6	7.6
高齡中期	912	48.6	36.9	23.2	15.7	9.5	9.8	8.2
高齡後期	289	38.6	17.7	17.5	11.8	3.4	9.8	5.1
教育程度								
小學及以下	725	51.0	22.0	15.6	9.6	3.3	3.9	7.5
初中、國中	405	44.1	39.0	24.7	16.4	10.0	7.5	7.9
高中、高職	712	39.6	48.0	31.3	22.7	19.4	13.9	8.4
專科	257	42.2	59.2	29.8	22.2	26.9	17.5	5.5
大學	306	29.2	61.0	31.8	27.9	28.2	19.9	7.7
研究所及以上	63	19.9	46.7	30.2	27.6	50.9	23.7	6.5
拒答	19	52.6	17.6	19.1	11.9	15.0	6.4	-
職業								
軍警公教	234	33.7	46.2	29.8	24.9	22.8	18.4	7.3
自營商/企業主	182	40.5	47.4	23.5	21.5	20.0	14.0	5.2
企業主管/專業人員	227	36.1	54.3	32.7	20.8	26.8	21.7	7.4
助理專業人員/技術人員	132	34.1	51.2	27.1	16.7	23.1	12.1	8.3
文書事務人員	139	28.1	59.7	29.5	21.3	23.7	14.0	13.8
商業買賣/服務人員	320	41.6	48.3	33.8	20.0	14.7	10.3	6.1
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	522	48.9	35.4	20.9	14.7	9.1	5.4	7.7
農林漁牧礦	222	41.5	16.8	15.6	13.9	7.4	4.6	6.8
家管	414	51.9	37.4	24.0	18.8	13.1	10.4	7.5
無業/待業	52	41.5	30.3	18.9	10.2	11.1	11.1	10.8
拒答	45	37.1	35.1	18.5	19.1	18.4	14.0	6.6
健康程度								
健康	1874	40.4	45.4	26.5	20.2	18.2	12.3	6.8
不健康	460	49.6	29.5	24.1	13.9	8.8	8.6	9.4
不知道	135	43.8	29.5	16.7	11.6	6.2	5.1	12.6
拒答	20	40.6	30.1	18.1	14.3	15.2	9.3	5.0
居住型態								
與子女同住	787	43.8	36.0	25.8	17.4	14.2	10.4	7.0
獨居(1人)	200	45.3	31.4	21.0	14.8	7.4	6.7	9.7
和配偶同住	568	44.1	44.8	24.0	15.7	13.0	10.2	6.4
其他同住型態	919	39.1	46.7	27.0	22.0	20.6	13.6	8.2
拒答	15	45.8	13.4	23.2	20.6	22.0	6.7	8.3

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 1 獲知商品資訊管道(續 2)

單位：人；%

	樣本數	鄰居推薦	廣播電台	業者推薦	參加集會或活動	雜誌	手機簡訊/電話行銷	無明確意見
總計	**2489**	**5.7**	**3.6**	**3.1**	**2.8**	**0.4**	**0.1**	**10.8**
性別								
男性	1182	5.4	3.4	2.2	2.1	-	0.1	12.4
女性	1307	6.0	3.7	4.0	3.5	0.8	0.1	9.5
縣市別								
新北市	407	5.4	2.3	2.1	2.8	0.4	0.2	8.3
臺北市	314	5.1	2.2	3.9	1.4	1.3	-	7.4
桃園市	188	8.3	5.6	5.6	4.5	-	-	12.8
臺中市	256	6.7	5.6	4.2	3.3	0.5	-	10.5
臺南市	208	5.5	4.7	4.1	3.0	-	-	14.4
高雄市	303	4.7	3.0	2.1	2.7	0.4	-	8.5
宜蘭縣	52	5.7	1.9	1.9	1.9	-	-	10.0
新竹縣	50	3.6	6.3	1.8	1.8	3.4	-	5.8
苗栗縣	63	5.5	5.6	5.5	4.0	-	-	10.2
彰化縣	139	6.4	3.5	4.6	3.9	-	-	14.5
南投縣	60	1.6	1.4	-	-	-	-	14.4
雲林縣	85	10.3	3.6	2.0	1.0	-	-	14.7
嘉義縣	66	6.5	3.6	3.9	2.5	-	-	16.8
屏東縣	99	2.4	3.1	0.9	4.0	-	-	17.8
臺東縣	25	10.4	5.6	5.9	12.8	-	-	15.2
花蓮縣	38	3.2	3.6	-	-	-	-	16.5
澎湖縣	12	5.1	2.4	2.4	6.2	-	-	18.9
基隆市	42	7.4	3.1	-	-	-	-	4.5
新竹市	38	6.5	-	-	-	-	-	6.7
嘉義市	28	5.0	8.0	5.0	10.1	-	7.0	5.4
金門縣	15	11.8	2.4	5.4	-	-	-	21.1
連江縣	1	8.9	3.0	8.3	3.0	-	-	26.2
居住地區								
北北基	764	5.4	2.3	2.7	2.1	0.8	0.1	7.7
桃竹苗	339	6.9	5.0	4.4	3.5	0.5	-	10.6
中彰投	455	5.9	4.4	3.8	3.1	0.3	-	12.2
雲嘉南	387	6.7	4.5	3.7	3.0	-	0.5	14.3
宜花東	115	5.9	3.3	2.1	3.7	-	-	13.3
高屏	402	4.1	3.0	1.8	3.0	0.3	-	10.8
金馬澎	28	8.9	2.5	4.3	2.8	-	-	20.4
年齡								
55-59歲	684	6.6	2.7	3.8	2.8	0.5	-	4.6
60-64歲	604	6.1	3.6	3.7	3.5	0.3	0.2	8.4
65-69歲	432	5.7	4.4	4.3	3.1	0.4	-	8.8
70-74歲	253	4.5	3.7	1.7	1.4	0.3	-	14.5
75-79歲	228	6.0	3.9	2.2	2.1	0.4	-	16.0
80-84歲	149	2.9	4.0	-	3.3	0.7	-	19.4
85歲以上	140	5.2	4.0	1.2	2.6	-	1.4	33.9

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 1 獲知商品資訊管道(續完)

單位：人；%

	樣本數	鄰居推薦	廣播電台	業者推薦	參加集會或活動	雜誌	手機簡訊/電話行銷	無明確意見
總計	**2489**	**5.7**	**3.6**	**3.1**	**2.8**	**0.4**	**0.1**	**10.8**
高齡階段								
高齡初期(老年)	1288	6.3	3.1	3.7	3.1	0.4	0.1	6.4
高齡中期	912	5.4	4.1	3.1	2.4	0.4	-	12.2
高齡後期	289	4.0	4.0	0.6	3.0	0.4	0.7	26.4
教育程度								
小學及以下	725	3.8	3.8	1.3	2.1	0.4	-	21.7
初中、國中	405	6.2	2.3	2.1	2.1	0.3	-	11.6
高中、高職	712	6.5	3.8	3.2	2.5	0.3	0.3	4.8
專科	257	7.9	3.6	6.6	6.0	-	-	5.9
大學	306	5.8	4.4	5.1	2.9	1.2	0.3	3.7
研究所及以上	63	5.4	1.6	3.8	3.8	-	-	-
拒答	19	10.8	6.4	12.7	9.5	-	-	22.5
職業								
軍警公教	234	6.3	3.4	2.5	1.9	0.4	-	5.8
自營商/企業主	182	9.2	4.4	5.1	3.0	-	-	10.4
企業主管/專業人員	227	5.0	3.7	4.8	3.5	0.4	-	2.3
助理專業人員/技術人員	132	3.2	3.6	1.9	2.0	2.4	1.5	7.1
文書事務人員	139	5.3	3.2	3.2	3.2	0.9	-	2.8
商業買賣/服務人員	320	6.5	3.5	4.1	3.4	0.3	-	6.1
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	522	5.6	2.6	1.4	1.7	0.2	-	13.5
農林漁牧礦	222	4.3	4.3	1.2	2.9	-	-	23.6
家管	414	5.3	4.0	4.0	3.9	0.5	-	13.1
無業/待業	52	4.3	1.9	3.2	1.9	-	1.9	21.8
拒答	45	10.0	6.6	8.0	4.9	-	-	22.8
健康程度								
健康	1874	5.8	3.6	3.6	3.1	0.4	0.2	9.4
不健康	460	6.0	3.6	1.7	2.5	0.2	-	13.6
不知道	135	5.6	2.9	1.2	1.2	-	-	19.8
拒答	20	-	-	7.6	-	6.1	-	22.1
居住型態								
與子女同住	787	5.5	3.7	3.4	2.8	-	-	13.4
獨居(1人)	200	4.3	3.5	1.5	3.0	0.5	-	15.9
和配偶同住	568	5.0	3.6	2.7	2.4	0.7	0.3	10.2
其他同住型態	919	6.7	3.4	3.4	3.0	0.6	0.1	7.8
拒答	15	12.3	6.7	6.7	6.7	-	-	18.7

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 2 選購包裝食品或飲料時會不會注意外包裝上面的標示

單位：人；%

		樣本數	合計	會注意	每次都會注意	經常會注意	偶爾會注意	都不會注意	拒答
總計		**2489**	**100.0**	**85.9**	**55.0**	**19.7**	**11.2**	**9.4**	**4.7**
性別	***								
男性		1182	100.0	84.3	50.6	21.2	12.5	11.4	4.3
女性		1307	100.0	87.4	59.0	18.4	10.0	7.5	5.1
縣市別	a								
新北市		407	100.0	86.3	56.0	18.1	12.2	8.9	4.8
臺北市		314	100.0	93.1	58.6	24.3	10.2	5.2	1.7
桃園市		188	100.0	87.9	55.3	22.0	10.6	8.7	3.4
臺中市		256	100.0	83.9	51.2	22.7	10.0	9.6	6.5
臺南市		208	100.0	87.5	56.8	19.7	11.0	6.6	5.9
高雄市		303	100.0	88.8	62.7	17.0	9.1	7.4	3.8
宜蘭縣		52	100.0	88.2	61.4	7.6	19.2	8.8	3.0
新竹縣		50	100.0	87.0	53.2	24.7	9.1	11.2	1.8
苗栗縣		63	100.0	87.3	62.5	18.6	6.2	8.9	3.8
彰化縣		139	100.0	81.8	48.9	19.6	13.3	12.7	5.5
南投縣		60	100.0	62.2	33.1	12.5	16.6	19.3	18.5
雲林縣		85	100.0	73.5	44.0	17.8	11.7	22.3	4.2
嘉義縣		66	100.0	85.1	54.4	13.4	17.3	9.0	5.9
屏東縣		99	100.0	85.3	56.4	21.1	7.8	11.4	3.3
臺東縣		25	100.0	78.7	41.7	17.8	19.2	9.0	12.3
花蓮縣		38	100.0	86.3	53.6	16.3	16.4	6.3	7.4
澎湖縣		12	100.0	66.3	30.1	28.1	8.1	20.1	13.6
基隆市		42	100.0	81.0	56.7	14.9	9.4	14.0	5.0
新竹市		38	100.0	81.7	49.9	26.0	5.8	15.9	2.4
嘉義市		28	100.0	91.6	53.0	24.0	14.6	6.2	2.2
金門縣		15	100.0	85.5	40.8	30.2	14.5	9.1	5.4
連江縣		1	100.0	81.7	50.8	9.4	21.5	11.7	6.6
居住地區	**								
北北基		764	100.0	88.8	57.1	20.5	11.2	7.7	3.5
桃竹苗		339	100.0	86.9	55.7	22.2	9.0	9.9	3.2
中彰投		455	100.0	80.4	48.1	20.4	11.9	11.9	7.7
雲嘉南		387	100.0	84.3	53.3	18.5	12.5	10.4	5.3
宜花東		115	100.0	85.5	54.5	12.7	18.3	8.0	6.5
高屏		402	100.0	87.9	61.2	18.0	8.7	8.4	3.7
金馬澎		28	100.0	77.1	36.7	28.3	12.1	13.9	9.0
年齡	***								
55-59歲		684	100.0	93.2	58.5	21.9	12.8	5.4	1.4
60-64歲		604	100.0	90.1	60.1	19.0	11.0	7.1	2.8
65-69歲		432	100.0	89.4	58.7	19.7	11.0	7.8	2.8
70-74歲		253	100.0	85.9	56.2	17.0	12.7	9.6	4.5
75-79歲		228	100.0	74.6	45.1	19.9	9.6	16.6	8.8
80-84歲		149	100.0	65.8	37.4	17.8	10.6	21.8	12.4
85歲以上		140	100.0	61.1	37.4	18.8	4.9	18.0	20.9
高齡階段	***								
高齡初期(老年)		1288	100.0	91.8	59.2	20.6	12.0	6.2	2.0
高齡中期		912	100.0	84.7	54.6	19.0	11.1	10.5	4.8
高齡後期		289	100.0	63.5	37.4	18.3	7.8	20.0	16.5

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

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

附表 2 選購包裝食品或飲料時會不會注意外包裝上面的標示

單位：人；%

		樣本數	合計	會注意	每次都會注意	經常會注意	偶爾會注意	都不會注意	拒答
總計		**2489**	**100.0**	**85.9**	**55.0**	**19.7**	**11.2**	**9.4**	**4.7**
教育程度	***								
小學及以下		725	100.0	70.0	44.1	12.3	13.6	18.0	12.0
初中、國中		405	100.0	87.6	53.4	20.3	13.9	9.5	2.9
高中、高職		712	100.0	92.5	61.2	20.6	10.7	5.0	2.5
專科		257	100.0	96.0	60.1	25.6	10.3	4.0	-
大學		306	100.0	96.1	60.4	30.1	5.6	3.5	0.4
研究所及以上		63	100.0	97.0	74.7	20.1	2.2	1.4	1.6
拒答		19	100.0	62.1	50.3	6.6	5.2	32.0	5.9
職業	***								
軍警公教		234	100.0	90.2	52.9	30.7	6.6	7.3	2.5
自營商/企業主		182	100.0	87.6	56.8	18.1	12.7	10.7	1.7
企業主管/專業人員		227	100.0	95.5	63.9	24.6	7.0	2.6	1.9
助理專業人員/技術人員		132	100.0	90.9	69.4	14.0	7.5	6.2	2.9
文書事務人員		139	100.0	95.6	64.0	23.2	8.4	3.8	0.6
商業買賣/服務人員		320	100.0	87.9	55.4	21.6	10.9	8.7	3.4
技術工/機械設備操作或組裝/體力工		522	100.0	80.5	48.5	17.1	14.9	12.6	6.9
農林漁牧礦		222	100.0	72.6	40.8	16.9	14.9	18.8	8.6
家管		414	100.0	86.5	59.2	16.6	10.7	7.3	6.2
無業/待業		52	100.0	77.1	44.5	18.2	14.4	10.9	12.0
拒答		45	100.0	82.4	59.8	12.2	10.4	12.9	4.7
健康程度	***								
健康		1874	100.0	89.2	59.0	20.2	10.0	7.2	3.6
不健康		460	100.0	76.3	43.1	20.3	12.9	15.7	8.0
不知道		135	100.0	73.5	39.0	12.2	22.3	16.1	10.4
拒答		20	100.0	73.1	60.2	9.0	3.9	18.9	8.0
居住型態	***								
與子女同住		787	100.0	83.1	53.2	18.6	11.3	10.4	6.5
獨居(1人)		200	100.0	74.8	50.1	12.2	12.5	16.8	8.4
和配偶同住		568	100.0	85.2	54.9	21.1	9.2	10.5	4.3
其他同住型態		919	100.0	91.4	57.8	21.5	12.1	5.9	2.7
拒答		15	100.0	73.6	48.5	20.8	4.3	26.4	-
獲知商品資訊的管道									
報紙		280	100.0	95.4	61.9	24.8	8.7	4.3	0.3
廣播電台		89	100.0	93.7	54.1	25.0	14.6	6.3	-
電視		633	100.0	93.4	58.1	22.9	12.4	5.2	1.4
網路		393	100.0	98.1	67.0	21.0	10.1	1.3	0.6
親友推薦		460	100.0	93.4	61.6	23.3	8.5	4.1	2.5
鄰居推薦		143	100.0	96.2	58.3	22.6	15.3	3.8	-
業者推薦		78	100.0	97.7	61.9	22.5	13.3	1.3	1.0
參加集會或活動		71	100.0	93.5	61.3	21.0	11.2	6.5	-
菜市場		1052	100.0	84.6	52.7	19.8	12.1	10.9	4.5
廣告DM/百貨公司(賣場)型錄		1031	100.0	94.9	66.1	19.7	9.1	4.1	1.0
超商/超市/量販店		188	100.0	89.2	53.2	20.9	15.1	10.0	0.8
雜誌		10	100.0	89.9	73.1	16.8	-	10.1	-
手機簡訊/電話行銷		3	100.0	100.0	34.0	66.0	-	-	-
無明確意見		270	100.0	60.8	38.5	13.9	8.4	21.2	18.0

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

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

附表 3 生活上最需要或最欠缺的商品或服務

單位：人；%

	樣本數	食品	家用用品	電器用品	藥品	假牙	安養照顧	服飾	電動代步車	化妝品
總計	**2489**	**39.6**	**24.1**	**7.4**	**7.3**	**7.0**	**4.7**	**3.6**	**2.1**	**1.9**
性別										
男性	1182	40.1	23.1	8.1	7.6	7.2	3.8	3.1	2.4	0.1
女性	1307	39.2	25.0	6.7	7.0	6.9	5.5	4.1	1.8	3.5
縣市別										
新北市	407	40.0	27.0	4.4	6.7	7.6	2.5	3.6	0.8	2.8
臺北市	314	45.7	27.1	8.8	7.6	7.2	6.1	4.5	0.7	2.0
桃園市	188	43.5	20.1	9.3	4.5	4.0	7.0	4.6	1.0	3.3
臺中市	256	38.3	21.3	8.3	6.7	6.7	4.5	3.4	3.1	0.7
臺南市	208	44.3	26.7	5.4	6.7	6.0	4.9	5.0	0.8	2.3
高雄市	303	41.3	24.1	7.9	7.4	8.1	4.2	2.1	2.2	1.3
宜蘭縣	52	29.4	13.3	8.8	12.6	13.9	13.3	1.9	9.7	-
新竹縣	50	47.2	23.1	9.2	8.9	6.6	1.6	5.4	2.2	-
苗栗縣	63	25.6	24.7	8.5	9.6	17.8	2.9	5.0	3.1	-
彰化縣	139	35.9	25.0	6.3	5.9	5.6	4.1	5.8	0.6	-
南投縣	60	32.7	15.8	7.0	7.4	7.3	6.4	4.8	7.6	-
雲林縣	85	35.5	31.5	13.7	5.9	4.6	4.8	4.0	2.2	1.1
嘉義縣	66	31.7	19.7	7.8	10.7	6.1	5.1	1.4	3.7	1.4
屏東縣	99	31.0	21.7	5.7	10.6	6.3	3.9	1.1	0.9	4.0
臺東縣	25	35.9	17.2	2.7	14.2	6.8	3.8	-	8.7	9.0
花蓮縣	38	45.2	18.2	2.3	8.3	7.7	2.3	6.3	12.0	-
澎湖縣	12	35.2	24.7	8.4	21.9	17.4	2.4	4.2	12.5	-
基隆市	42	38.2	26.9	8.1	7.4	-	7.9	2.3	-	-
新竹市	38	33.7	28.3	10.1	3.6	6.4	5.5	-	4.4	2.0
嘉義市	28	42.4	18.1	9.7	2.9	7.1	5.7	-	-	10.5
金門縣	15	36.1	14.5	10.1	5.7	2.4	4.6	-	-	5.7
連江縣	1	37.1	23.8	3.3	6.0	9.6	6.0	3.3	-	5.3
居住地區										
北北基	764	42.3	27.1	6.4	7.1	7.0	4.2	3.9	0.7	2.3
桃竹苗	339	39.6	22.3	9.2	6.0	7.2	5.3	4.3	2.0	2.0
中彰投	455	36.8	21.7	7.5	6.6	6.4	4.6	4.3	3.0	0.4
雲嘉南	387	40.1	26.0	7.9	7.0	5.8	5.0	3.8	1.5	2.5
宜花東	115	36.1	15.8	5.3	11.5	10.3	7.6	2.9	10.3	2.0
高屏	402	38.7	23.5	7.4	8.2	7.7	4.1	1.8	1.9	1.9
金馬澎	28	35.8	19.2	9.0	12.6	9.1	3.8	1.9	5.3	3.3
年齡										
55-59歲	684	44.8	31.6	11.5	4.2	5.1	3.6	6.0	1.2	2.3
60-64歲	604	39.7	26.4	8.0	7.4	6.1	6.0	3.4	2.0	2.3
65-69歲	432	40.8	24.3	5.1	7.3	7.5	5.0	3.4	1.5	1.8
70-74歲	253	39.0	18.3	6.0	10.6	9.9	6.1	2.3	2.6	2.2
75-79歲	228	31.7	16.0	4.7	10.0	8.3	4.6	2.3	3.7	0.9
80-84歲	149	32.2	18.2	2.5	11.7	10.0	2.2	1.5	0.9	1.3
85歲以上	140	32.5	6.5	3.1	6.8	8.2	3.6	-	6.6	-
高齡階段										
高齡初期(老年)	1288	42.4	29.2	9.9	5.7	5.6	4.7	4.8	1.6	2.3
高齡中期	912	38.0	20.5	5.3	8.9	8.4	5.2	2.8	2.4	1.7
高齡後期	289	32.3	12.5	2.8	9.3	9.1	2.9	0.8	3.7	0.7

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 3 生活上最需要或最欠缺的商品或服務(續 1)

單位：人；%

	樣本數	食品	家用用品	電器用品	藥品	假牙	安養照顧	服飾	電動代步車	化妝品
總計	**2489**	**39.6**	**24.1**	**7.4**	**7.3**	**7.0**	**4.7**	**3.6**	**2.1**	**1.9**
教育程度										
小學及以下	725	26.5	16.5	3.6	6.6	8.8	3.3	2.3	2.6	1.6
初中、國中	405	34.8	25.6	7.0	6.3	9.5	4.5	1.6	2.1	2.0
高中、高職	712	42.9	26.8	10.0	8.3	5.4	6.7	5.5	2.5	2.4
專科	257	53.9	31.8	7.9	4.6	5.0	5.2	2.8	1.0	1.8
大學	306	55.9	26.6	9.2	10.2	5.4	4.2	6.0	1.3	1.4
研究所及以上	63	50.3	33.9	13.1	10.2	4.4	1.5	2.9	-	1.3
拒答	19	30.8	4.4	3.1	-	13.1	-	-	5.2	3.1
職業										
軍警公教	234	53.3	25.8	9.4	11.3	5.8	4.0	6.2	5.2	1.6
自營商/企業主	182	43.3	21.8	3.7	7.4	5.6	5.3	3.1	2.6	0.4
企業主管/專業人員	227	53.1	25.9	10.9	6.8	3.5	4.8	5.5	0.9	2.3
助理專業人員/技術人員	132	39.3	27.9	8.5	3.9	5.6	3.7	4.2	2.6	1.6
文書事務人員	139	51.4	35.5	7.1	6.3	0.8	6.1	6.1	0.6	3.1
商業買賣/服務人員	320	35.7	27.2	7.4	8.6	5.8	4.2	4.4	0.6	1.6
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	522	33.0	18.1	6.3	7.9	10.1	4.5	2.5	1.6	1.2
農林漁牧礦	222	30.9	21.1	6.5	4.9	10.0	5.4	2.2	3.0	0.6
家管	414	36.4	26.1	7.3	5.7	8.1	5.1	2.5	2.1	4.2
無業/待業	52	38.2	22.1	5.6	12.5	10.0	3.2	-	3.2	1.5
拒答	45	30.0	14.4	9.7	4.6	5.0	4.4	2.1	4.1	-
健康程度										
健康	1874	41.9	26.3	8.0	6.5	6.2	4.4	4.1	1.5	2.2
不健康	460	35.3	18.2	5.6	11.7	10.3	6.3	2.2	4.4	0.6
不知道	135	25.6	16.1	5.5	3.9	7.9	2.6	1.6	1.8	1.9
拒答	20	18.5	3.7	-	5.0	4.5	5.9	-	4.8	-
居住型態										
與子女同住	787	38.5	21.3	5.7	6.3	8.2	4.4	3.6	2.7	1.2
獨居(1人)	200	31.4	13.8	5.2	6.2	7.9	5.0	2.8	1.9	4.4
和配偶同住	568	41.2	23.4	7.0	10.4	6.2	4.7	3.5	1.7	2.2
其他同住型態	919	41.4	29.2	9.5	6.5	6.5	4.9	3.8	1.9	1.7
拒答	15	41.1	20.6	4.3	6.2	-	-	6.9	6.6	4.3
獲知商品資訊的管道										
報紙	280	44.8	27.9	11.0	12.4	6.8	8.0	6.6	0.8	0.5
廣播電台	89	49.2	21.0	8.6	10.0	2.7	6.2	3.3	-	0.9
電視	633	45.0	28.4	9.8	11.4	7.4	5.4	5.1	0.9	2.0
網路	393	48.6	35.0	11.4	9.4	5.2	4.1	5.5	1.4	2.7
親友推薦	460	43.6	30.2	9.9	7.7	5.7	6.1	5.8	1.6	2.7
鄰居推薦	143	39.2	35.5	11.0	9.2	9.5	6.5	5.4	1.2	1.2
業者推薦	78	45.8	30.6	15.3	7.2	2.2	6.4	3.7	-	1.0
參加集會或活動	71	38.9	31.4	11.7	8.4	7.3	5.7	4.7	2.1	2.0
菜市場	1052	41.2	23.9	6.6	7.8	7.7	4.3	3.2	2.6	2.3
廣告DM/百貨公司(賣場)型錄	1031	48.2	30.3	9.5	7.5	5.5	6.1	4.8	1.4	2.8
超商/超市/量販店	188	43.3	29.2	4.3	5.3	7.0	3.6	3.9	1.3	2.5
雜誌	10	41.7	48.2	24.5	-	-	-	-	-	-
手機簡訊/電話行銷	3	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
無明確意見	270	19.1	8.4	4.1	5.4	9.7	2.9	0.8	3.9	0.3

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 3 生活上最需要或最欠缺的商品或服務(續 2)

單位：人；%

	樣本數	健康食品	輪椅	醫療	車輛	通訊/3C及周邊產品	房屋	菸酒	拐杖/助行器	沒有最需要的商品或服務	拒答
總計	**2489**	**1.1**	**0.5**	**0.4**	**0.4**	**0.3**	**0.2**	**0.2**	**0.1**	**21.7**	**4.7**
性別											
男性	1182	0.9	0.5	0.5	0.6	0.4	0.2	0.3	-	21.4	4.9
女性	1307	1.3	0.6	0.3	0.2	0.2	0.3	-	0.3	21.9	4.6
縣市別											
新北市	407	2.3	0.9	1.1	1.1	0.9	0.2	0.5	0.2	21.3	3.5
臺北市	314	1.3	-	-	-	-	0.5	-	-	18.1	4.3
桃園市	188	0.4	0.5	-	-	0.5	0.5	1.0	-	18.7	7.6
臺中市	256	1.2	-	0.9	0.7	-	-	-	0.3	26.7	3.6
臺南市	208	0.9	0.5	0.5	0.5	1.0	-	-	-	18.2	4.8
高雄市	303	1.0	-	0.7	-	0.3	0.3	-	-	20.7	3.6
宜蘭縣	52	1.9	5.0	-	2.0	-	1.9	-	-	14.2	8.4
新竹縣	50	-	-	-	-	-	-	-	-	17.1	3.6
苗栗縣	63	-	-	-	-	-	-	-	-	20.1	6.1
彰化縣	139	0.7	-	-	-	-	-	-	1.2	25.4	6.8
南投縣	60	3.1	-	1.5	2.2	-	-	-	-	22.1	8.6
雲林縣	85	-	-	-	-	-	-	-	-	25.4	2.8
嘉義縣	66	1.0	1.0	-	-	-	-	-	-	30.5	2.6
屏東縣	99	-	-	-	-	-	-	-	-	30.1	4.9
臺東縣	25	-	2.5	-	-	-	-	-	-	23.2	7.6
花蓮縣	38	-	-	-	-	-	-	-	-	18.3	8.4
澎湖縣	12	-	-	-	-	-	-	-	-	10.4	2.7
基隆市	42	2.3	-	-	-	-	-	-	-	26.1	7.5
新竹市	38	-	5.3	-	-	-	-	-	-	17.7	4.7
嘉義市	28	-	5.0	-	-	-	-	-	-	24.2	3.3
金門縣	15	-	-	-	3.3	-	-	-	-	28.3	4.8
連江縣	1	-	-	-	-	-	-	3.0	-	23.7	-
居住地區											
北北基	764	1.9	0.5	0.6	0.6	0.5	0.3	0.3	0.1	20.2	4.1
桃竹苗	339	0.2	0.9	-	-	0.3	0.3	0.5	-	18.6	6.4
中彰投	455	1.3	-	0.7	0.7	-	-	-	0.6	25.7	5.2
雲嘉南	387	0.6	0.8	0.3	0.3	0.5	-	-	-	22.3	3.9
宜花東	115	0.9	2.8	-	0.9	-	0.8	-	-	17.5	8.2
高屏	402	0.7	-	0.5	-	0.3	0.2	-	-	23.0	3.9
金馬澎	28	-	-	-	1.8	-	-	0.1	-	20.6	3.7
年齡											
55-59歲	684	0.5	0.4	0.2	0.6	0.4	-	-	-	15.2	3.2
60-64歲	604	0.8	0.5	0.8	0.3	0.6	0.5	0.2	0.1	21.0	4.0
65-69歲	432	1.8	0.5	0.8	0.4	0.2	0.6	0.6	-	20.3	4.7
70-74歲	253	1.9	0.3	-	0.7	-	-	0.0	0.3	21.5	6.6
75-79歲	228	1.3	1.4	0.5	-	-	-	-	-	29.9	8.2
80-84歲	149	2.4	0.5	-	-	-	-	-	-	30.7	5.9
85歲以上	140	-	-	-	-	-	-	-	1.2	37.3	5.1
高齡階段											
高齡初期(老年)	1288	0.6	0.5	0.5	0.5	0.5	0.2	0.1	0.1	17.9	3.6
高齡中期	912	1.7	0.7	0.5	0.4	0.1	0.3	0.3	0.1	23.0	6.1
高齡後期	289	1.3	0.3	-	-	-	-	-	0.6	33.9	5.5

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 3 生活上最需要或最欠缺的商品或服務(續完)

單位：人；%

	樣本數	健康食品	輪椅	醫療	車輛	通訊/3C及周邊產品	房屋	菸酒	拐杖/助行器	沒有最需要的商品或服務	拒答
總計	**2489**	**1.1**	**0.5**	**0.4**	**0.4**	**0.3**	**0.2**	**0.2**	**0.1**	**21.7**	**4.7**
教育程度											
小學及以下	725	0.9	0.8	0.4	0.4	0.2	0.2	0.3	0.5	32.3	8.1
初中、國中	405	0.9	0.4	0.2	0.2	-	0.4	-	-	24.2	5.4
高中、高職	712	0.8	0.6	0.5	0.6	0.4	-	0.1	-	17.2	2.8
專科	257	1.8	0.3	-	-	0.8	0.3	-	-	12.0	2.4
大學	306	2.5	-	0.7	0.5	0.5	0.3	0.3	-	13.0	2.0
研究所及以上	63	-	-	1.4	-	-	-	-	-	13.2	2.4
拒答	19	-	-	-	-	-	-	-	-	28.2	18.3
職業											
軍警公教	234	1.8	-	0.7	-	-	-	0.4	-	12.5	1.7
自營商/企業主	182	1.4	0.5	-	0.5	-	-	0.0	-	21.1	3.0
企業主管/專業人員	227	1.9	-	-	-	-	-	0.4	-	16.1	3.8
助理專業人員/技術人員	132	0.8	2.0	1.1	1.1	1.8	0.6	-	-	17.8	4.5
文書事務人員	139	-	1.3	0.8	0.9	-	-	-	-	14.3	2.8
商業買賣/服務人員	320	1.8	-	-	0.3	0.9	-	-	0.2	24.2	3.5
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	522	0.9	0.6	0.9	0.8	0.2	0.5	0.4	0.2	25.4	5.8
農林漁牧礦	222	0.8	0.4	0.4	-	-	-	-	0.7	24.8	7.1
家管	414	0.8	0.3	0.2	0.3	-	0.4	-	-	25.3	5.2
無業/待業	52	-	1.5	-	-	2.4	-	-	-	15.3	11.4
拒答	45	-	2.4	-	-	-	-	-	-	31.7	10.8
健康程度											
健康	1874	0.9	0.3	0.3	0.4	0.3	0.1	0.1	-	21.2	3.9
不健康	460	2.2	1.6	0.8	0.4	-	0.6	0.2	0.7	18.3	6.7
不知道	135	0.8	-	-	-	0.7	0.7	-	-	38.0	6.7
拒答	20	-	-	4.5	-	-	-	-	-	37.2	24.0
居住型態											
與子女同住	787	0.6	0.3	0.4	0.4	0.2	-	0.0	0.2	24.6	4.9
獨居(1人)	200	1.8	0.8	-	-	-	0.5	-	0.8	30.7	7.2
和配偶同住	568	1.0	0.3	0.7	0.4	0.6	0.2	0.3	-	20.3	4.1
其他同住型態	919	1.5	0.8	0.4	0.5	0.3	0.4	0.2	-	18.1	4.3
拒答	15	-	-	-	-	-	-	-	-	19.6	14.2
獲知商品資訊的管道											
報紙	280	1.7	-	0.3	0.4	0.4	-	-	-	15.6	4.0
廣播電台	89	-	0.9	-	0.9	-	-	-	-	20.6	6.3
電視	633	1.9	0.6	0.6	0.9	0.2	0.3	0.2	-	15.7	3.7
網路	393	1.1	0.9	0.7	0.6	0.9	0.2	-	-	14.4	1.8
親友推薦	460	0.8	0.4	0.2	-	0.2	-	0.2	0.4	18.2	3.8
鄰居推薦	143	-	-	-	-	0.9	-	-	-	17.8	4.2
業者推薦	78	1.3	-	-	-	-	-	-	-	22.4	5.0
參加集會或活動	71	-	2.0	-	-	-	-	-	-	22.5	5.1
菜市場	1052	1.3	0.6	0.4	0.3	0.1	0.3	0.1	0.2	19.6	4.2
廣告DM/百貨公司(賣場)型錄	1031	1.1	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	-	-	15.0	1.9
超商/超市/量販店	188	4.1	-	3.9	0.5	1.7	1.0	2.0	0.4	19.8	3.2
雜誌	10	8.0	-	-	-	-	-	-	-	10.1	8.8
手機簡訊/電話行銷	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
無明確意見	270	-	0.7	-	-	-	-	-	-	40.9	13.9

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 4 購買「食品」時遇到的消費問題

單位：人；%

	樣本數	價格太高	食安疑慮	收入不足	缺乏購買管道	成分/標示看不懂	標示不實	不會使用	偷斤減兩	服務態度不佳	行動不便	大陸製品氾濫	拒答
總計	**987**	**37.6**	**6.5**	**6.1**	**3.6**	**3.5**	**2.3**	**2.0**	**1.0**	**0.5**	**0.2**	**0.1**	**50.0**
性別													
男性	474	38.2	5.2	5.6	2.9	2.3	2.2	1.5	1.1	0.1	-	0.2	53.3
女性	513	37.1	7.7	6.6	4.3	4.6	2.3	2.5	0.8	0.7	0.4	-	46.9
縣市別													
新北市	163	33.1	8.4	3.7	3.8	6.4	4.6	1.9	1.2	-	-	0.6	48.4
臺北市	144	39.1	8.3	6.1	2.1	6.5	1.8	0.6	1.5	0.8	0.6	-	47.6
桃園市	82	47.1	9.2	3.0	4.6	3.6	-	2.6	1.1	-	-	-	43.0
臺中市	98	35.2	8.3	8.1	8.7	4.8	2.7	4.6	1.4	-	-	-	48.5
臺南市	92	41.4	4.0	9.1	1.3	2.8	3.1	-	1.1	0.9	-	-	49.8
高雄市	125	38.5	3.2	8.0	1.0	0.7	1.5	1.8	1.0	1.4	1.0	-	51.2
宜蘭縣	15	45.4	7.2	6.5	6.6	-	-	-	-	-	-	-	48.0
新竹縣	24	37.9	-	3.9	7.9	-	4.7	-	-	-	-	-	45.6
苗栗縣	16	40.8	14.2	5.3	-	-	-	-	-	-	-	-	54.0
彰化縣	50	38.0	4.4	5.6	1.8	4.4	2.4	1.8	1.6	-	-	-	53.6
南投縣	20	40.4	6.0	-	6.0	-	6.7	-	-	-	-	-	53.6
雲林縣	30	33.6	2.8	13.8	7.0	3.4	-	11.1	-	-	-	-	53.0
嘉義縣	21	45.5	3.3	10.9	4.5	-	-	-	-	3.3	-	-	43.5
屏東縣	31	25.2	13.6	4.2	-	-	-	3.0	-	-	-	-	61.2
臺東縣	9	17.2	7.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	82.8
花蓮縣	17	21.6	-	7.6	-	-	-	4.9	-	-	-	-	73.4
澎湖縣	4	37.8	18.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	54.7
基隆市	16	61.3	-	8.0	-	-	-	-	-	-	-	-	38.7
新竹市	13	31.4	8.0	5.8	11.1	-	8.0	5.8	-	-	-	-	55.3
嘉義市	12	31.0	-	-	22.0	-	-	-	-	-	-	-	47.0
金門縣	5	14.5	9.5	-	-	-	-	6.6	-	-	-	-	69.4
連江縣		39.9	-	8.0	-	-	-	-	-	-	-	-	60.1
居住地區													
北北基	323	37.2	8.0	5.0	2.9	6.2	3.1	1.2	1.3	0.4	0.2	0.3	47.6
桃竹苗	134	43.2	8.1	3.7	5.3	2.2	1.6	2.2	0.7	-	-	-	45.9
中彰投	168	36.6	6.9	6.4	6.3	4.1	3.1	3.3	1.3	-	-	-	50.6
雲嘉南	155	39.7	3.3	9.6	4.4	2.3	1.9	2.1	0.6	1.0	-	-	49.4
宜花東	41	29.4	4.3	5.5	2.4	-	-	2.1	-	-	-	-	66.1
高屏	156	35.9	5.2	7.3	0.8	0.6	1.2	2.0	0.8	1.2	0.8	-	53.2
金馬澎	10	25.4	12.7	0.4	-	-	-	3.6	-	-	-	-	62.8
年齡													
55-59歲	307	45.0	7.3	6.5	5.5	3.7	2.8	2.5	1.3	0.4	0.4	-	41.9
60-64歲	240	35.7	7.1	6.8	3.4	3.8	2.3	1.6	0.8	0.8	-	-	51.5
65-69歲	176	34.7	7.3	5.4	3.4	3.3	2.4	1.5	1.0	0.5	0.5	-	51.8
70-74歲	99	32.8	4.1	5.3	2.7	1.7	2.7	3.5	0.9	0.7	-	0.9	56.2
75-79歲	72	33.6	7.3	4.4	1.1	8.6	1.5	1.6	1.6	-	-	-	49.4
80-84歲	48	24.1	2.0	2.4	-	-	-	2.4	-	-	-	-	74.8
85歲以上	46	41.1	4.4	10.8	3.7	-	-	-	-	-	-	-	50.9

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 4 購買「食品」時遇到的消費問題(續)

單位：人；%

	樣本數	價格太高	食安疑慮	收入不足	缺乏購買管道	成分/標示看不懂	標示不實	不會使用	偷斤減兩	服務態度不佳	行動不便	大陸製品氾濫	拒答
總計	**987**	**37.6**	**6.5**	**6.1**	**3.6**	**3.5**	**2.3**	**2.0**	**1.0**	**0.5**	**0.2**	**0.1**	**50.0**
高齡階段													
高齡初期(老年)	546	40.9	7.2	6.7	4.5	3.8	2.6	2.1	1.0	0.6	0.2	-	46.1
高齡中期	347	33.9	6.4	5.2	2.7	4.0	2.3	2.1	1.1	0.4	0.2	0.3	52.5
高齡後期	93	32.4	3.1	6.5	1.8	-	-	1.2	-	-	-	-	63.1
教育程度													
小學及以下	192	34.6	3.7	12.8	3.5	1.6	-	2.7	0.5	0.5	-	-	56.0
初中、國中	141	42.1	2.2	7.6	1.6	3.5	1.3	2.1	1.4	-	-	-	51.0
高中、高職	306	36.9	9.1	4.4	4.0	3.6	1.2	1.1	1.4	0.6	0.4	0.3	49.8
專科	139	44.5	4.8	3.2	4.5	0.7	6.0	3.3	-	1.2	-	-	42.0
大學	171	36.1	8.7	3.6	4.4	7.7	3.7	2.2	1.3	-	0.5	-	47.3
研究所及以上	32	21.5	15.6	3.1	2.8	3.8	6.4	-	-	-	-	-	57.0
拒答	6	36.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	63.2
職業													
軍警公教	125	32.1	8.1	3.1	2.8	4.1	2.2	0.9	-	1.4	-	-	52.3
自營商/企業主	79	26.4	7.5	4.0	6.8	1.1	5.2	4.5	3.8	-	-	-	56.7
企業主管/專業人員	120	38.3	7.9	5.5	2.4	4.5	6.1	3.3	-	-	0.7	0.7	46.8
助理專業人員/技術人員	52	33.3	4.6	8.4	5.0	7.0	2.7	-	2.7	-	-	-	52.4
文書事務人員	72	40.9	18.1	1.4	1.9	7.5	-	-	1.7	2.6	-	-	43.9
商業買賣/服務人員	114	44.3	5.2	6.5	3.5	2.5	0.8	-	1.1	-	-	-	46.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	172	36.6	2.2	6.6	2.5	1.8	1.9	3.0	0.5	0.5	0.7	-	54.9
農林漁牧礦	69	36.5	7.8	12.6	4.4	2.9	-	4.4	-	-	-	-	58.3
家管	151	40.8	5.6	6.8	5.9	3.9	1.7	1.9	1.1	-	-	-	43.9
無業/待業	20	50.6	-	18.8	-	-	-	-	-	-	-	-	45.2
拒答	14	56.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	43.1
健康程度													
健康	786	35.6	7.2	4.6	3.5	3.6	1.9	1.9	0.9	0.5	0.3	0.1	52.1
不健康	162	43.8	5.0	11.7	5.3	3.9	3.8	3.0	1.7	0.6	-	-	41.8
不知道	35	59.4	-	15.8	-	-	3.6	-	-	-	-	-	33.4
拒答	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
居住型態													
與子女同住	303	39.8	6.6	8.2	2.9	3.5	1.4	2.1	1.1	0.5	-	-	48.9
獨居(1人)	63	41.1	2.7	4.5	2.6	4.9	1.4	5.9	1.4	-	-	1.4	51.7
和配偶同住	234	35.0	6.0	8.2	5.8	2.3	4.2	2.1	0.6	-	-	-	49.8
其他同住型態	381	37.1	7.5	3.5	3.1	4.0	1.9	1.3	1.0	0.8	0.5	-	50.4
拒答	6	36.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	63.7

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 5 購買「藥品」時遇到的消費問題

單位：人；%

	樣本數	價格太高	缺乏購買管道	收入不足	不會使用	標示不實	成分/標示看不懂	效用不彰	服務態度不佳	食安疑慮	拒答
總計	**181**	**22.4**	**10.2**	**5.1**	**4.7**	**4.1**	**3.1**	**1.9**	**1.5**	**0.2**	**57.0**
性別											
男性	89	24.0	11.5	3.4	5.6	3.6	-	2.1	1.0	0.5	58.4
女性	92	20.9	8.9	6.7	3.7	4.7	6.1	1.8	2.0	-	55.6
縣市別											
新北市	27	16.4	3.7	3.6	3.2	16.0	3.2	3.3	3.2	-	57.4
臺北市	24	23.5	9.7	3.3	-	5.1	3.4	3.4	-	-	59.7
桃園市	8	14.4	-	11.7	-	-	-	9.6	-	-	64.3
臺中市	17	18.8	15.5	-	7.3	-	-	-	-	-	58.5
臺南市	14	34.0	9.8	13.7	-	7.1	-	7.1	-	-	51.0
高雄市	22	29.0	-	-	4.6	4.1	8.1	-	8.1	-	62.9
宜蘭縣	7	-	15.0	-	15.5	-	-	-	-	-	69.5
新竹縣	4	19.7	-	-	-	-	19.7	-	-	-	60.5
苗栗縣	6	-	15.3	-	-	-	-	-	-	-	84.7
彰化縣	8	12.0	11.0	-	-	-	14.7	-	-	-	62.4
南投縣	4	56.1	26.4	-	-	-	-	-	-	-	17.5
雲林縣	5	60.9	18.3	41.2	51.2	-	-	-	-	-	-
嘉義縣	7	55.4	13.3	22.8	-	-	-	-	-	-	31.4
屏東縣	11	25.0	9.1	7.8	-	-	-	-	-	-	58.0
臺東縣	4	24.3	17.7	-	-	-	-	-	-	-	58.0
花蓮縣	3	-	27.7	-	27.7	-	-	-	-	-	72.3
澎湖縣	3	-	-	-	-	-	-	-	-	17.3	82.7
基隆市	3	-	38.2	-	-	-	-	-	-	-	61.8
新竹市	1	-	50.0	-	-	-	-	-	-	-	50.0
嘉義市	1	-	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-	-
金門縣	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
連江縣		-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
居住地區											
北北基	54	18.6	8.3	3.3	1.6	10.3	3.1	3.1	1.6	-	58.6
桃竹苗	20	10.3	7.9	4.9	-	-	4.3	4.0	-	-	68.6
中彰投	30	22.4	15.8	-	4.2	-	4.0	-	-	-	53.5
雲嘉南	27	43.6	15.0	20.8	12.6	3.7	-	3.7	-	-	34.8
宜花東	13	6.6	18.8	-	14.2	-	-	-	-	-	67.1
高屏	33	27.8	2.9	2.5	3.1	2.8	5.5	-	5.5	-	61.3
金馬澎	3	-	2.2	-	-	-	-	-	-	12.8	85.0
年齡											
55-59歲	29	33.6	16.4	3.3	-	8.5	4.2	-	-	-	42.1
60-64歲	45	22.4	4.2	3.7	4.3	4.2	8.0	2.2	4.0	-	61.0
65-69歲	32	19.4	12.9	2.6	8.6	-	2.5	5.1	-	-	56.9
70-74歲	27	20.8	13.8	9.4	6.5	3.4	-	3.4	3.4	-	55.9
75-79歲	23	27.3	18.1	9.3	3.6	4.4	-	-	-	-	50.2
80-84歲	17	7.5	-	6.6	7.3	7.3	-	-	-	2.5	68.8
85歲以上	10	19.6	-	-	-	-	-	-	-	-	80.4

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 5 購買「藥品」時遇到的消費問題(續)

單位：人；%

	樣本數	價格太高	缺乏購買管道	收入不足	不會使用	標示不實	成分/標示看不懂	效用不彰	服務態度不佳	食安疑慮	拒答
總計	**181**	**22.4**	**10.2**	**5.1**	**4.7**	**4.1**	**3.1**	**1.9**	**1.5**	**0.2**	**57.0**
高齡階段											
高齡初期(老年)	73	26.7	9.0	3.5	2.6	5.9	6.5	1.4	2.4	-	53.6
高齡中期	81	22.1	14.6	6.7	6.5	2.4	1.0	3.1	1.1	-	54.7
高齡後期	27	11.8	-	4.3	4.7	4.7	-	-	-	1.6	72.9
教育程度											
小學及以下	48	24.2	6.3	4.8	4.8	2.1	1.9	-	3.8	0.9	59.3
初中、國中	25	21.6	9.4	6.3	6.8	3.9	6.9	7.4	-	-	54.5
高中、高職	59	25.1	13.1	2.7	3.2	1.5	-	1.4	-	-	61.2
專科	12	23.3	6.9	-	13.8	10.8	10.3	-	-	-	41.9
大學	31	15.1	14.4	12.0	2.9	10.8	5.5	2.6	2.9	-	48.7
研究所及以上	6	21.8	-	-	-	-	-	-	-	-	78.2
職業											
軍警公教	27	20.2	17.4	6.6	6.5	8.2	4.6	3.1	3.4	-	46.9
自營商/企業主	14	20.8	5.8	-	-	-	-	-	-	-	73.4
企業主管/專業人員	15	27.4	4.4	6.4	-	-	11.0	-	-	-	57.2
助理專業人員/技術人員	5	26.7	45.9	-	-	17.3	-	-	-	-	36.9
文書事務人員	9	-	-	-	-	27.9	-	-	-	-	72.1
商業買賣/服務人員	27	15.0	10.4	-	7.8	-	-	-	-	-	70.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	41	23.7	10.7	7.0	4.9	4.8	4.3	4.6	4.3	-	51.7
農林漁牧礦	11	34.9	10.7	16.6	-	-	-	-	-	4.0	40.0
家管	24	29.9	2.7	7.4	10.8	-	3.8	3.4	-	-	56.8
無業/待業	7	32.4	14.2	-	-	-	-	-	-	-	53.4
拒答	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
健康程度											
健康	121	19.6	12.6	4.5	4.8	3.6	3.9	2.9	0.7	0.4	56.4
不健康	54	31.4	5.9	6.9	3.4	5.9	1.7	-	3.4	-	54.8
不知道	5	-	-	-	15.6	-	-	-	-	-	84.4
拒答	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
居住型態											
與子女同住	49	23.4	7.3	10.1	1.9	-	2.5	3.4	-	0.9	62.7
獨居(1人)	12	20.6	0.6	9.3	-	8.1	-	-	-	-	61.4
和配偶同住	59	21.7	15.1	1.9	8.0	3.6	1.5	-	1.5	-	52.8
其他同住型態	59	23.1	8.2	3.2	4.7	7.3	5.8	3.0	3.0	-	56.3
拒答	1	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 6 購買「假牙」時遇到的消費問題

單位：人；%

	樣本數	價格太高	收入不足	缺乏購買管道	效用不彰	不會使用	缺乏相關補助資訊	拒答
總計	**175**	**53.0**	**6.0**	**3.2**	**2.1**	**1.6**	**0.5**	**40.3**
性別								
男性	85	52.7	6.2	5.6	1.6	1.1	-	42.2
女性	90	53.2	5.8	1.0	2.5	2.0	0.9	38.4
縣市別								
新北市	31	56.5	12.9	-	-	-	-	40.9
臺北市	23	54.1	7.9	3.8	-	-	-	37.7
桃園市	8	60.2	-	-	13.1	-	-	26.7
臺中市	17	60.9	-	-	8.1	4.6	4.6	26.5
臺南市	12	75.5	7.3	-	-	-	-	24.5
高雄市	25	52.7	11.7	-	-	-	-	43.6
宜蘭縣	7	56.7	-	14.1	-	-	-	43.3
新竹縣	3	75.6	-	-	-	-	-	24.4
苗栗縣	11	45.9	-	-	-	-	-	54.1
彰化縣	8	22.0	-	12.7	-	-	-	65.4
南投縣	4	80.7	-	41.3	-	-	-	19.3
雲林縣	4	21.5	-	-	-	-	-	78.5
嘉義縣	4	42.8	23.1	-	-	-	-	34.1
屏東縣	6	30.7	-	14.9	-	31.9	-	37.8
臺東縣	2	100.0	-	-	-	-	-	-
花蓮縣	3	-	-	-	-	-	-	100.0
澎湖縣	2	24.0	-	-	60.8	-	-	15.3
新竹市	2	30.9	-	-	-	-	-	69.1
嘉義市	2	58.9	-	-	-	-	-	41.1
金門縣		-	-	-	-	-	-	100.0
連江縣		-	-	-	-	-	-	100.0
居住地區								
北北基	54	55.5	10.8	1.6	-	-	-	39.5
桃竹苗	24	52.8	-	-	4.1	-	-	43.2
中彰投	29	53.5	-	9.5	4.7	2.7	2.7	35.7
雲嘉南	22	58.7	8.3	-	-	-	-	37.1
宜花東	12	48.9	-	8.5	-	-	-	51.1
高屏	31	48.3	9.3	3.0	-	6.5	-	42.4
金馬澎	2	19.4	-	-	49.3	-	-	31.3
年齡								
55-59歲	35	74.8	6.7	-	4.0	-	-	18.6
60-64歲	37	60.6	7.9	5.0	-	-	-	29.3
65-69歲	32	54.4	8.2	3.1	0.9	3.0	-	44.7
70-74歲	25	41.9	6.3	3.7	-	3.1	3.1	48.1
75-79歲	19	33.5	5.3	-	5.2	5.5	-	55.8
80-84歲	15	38.5	-	-	-	-	-	61.5
85歲以上	11	32.7	-	15.8	8.3	-	-	59.0

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 6 購買「假牙」時遇到的消費問題(續)

單位：人；%

	樣本數	價格太高	收入不足	缺乏購買管道	效用不彰	不會使用	缺乏相關補助資訊	拒答
總計	**175**	**53.0**	**6.0**	**3.2**	**2.1**	**1.6**	**0.5**	**40.3**
高齡階段								
高齡初期(老年)	72	67.5	7.3	2.6	1.9	-	-	24.1
高齡中期	77	45.1	6.9	2.5	1.7	3.6	1.0	48.5
高齡後期	26	36.0	-	6.9	3.6	-	-	60.4
教育程度								
小學及以下	64	40.5	4.3	1.5	3.0	1.6	1.2	50.7
初中、國中	38	57.7	11.1	2.6	4.4	2.5	-	35.5
高中、高職	38	66.3	7.1	9.5	-	2.1	-	24.3
專科	13	53.2	-	-	-	-	-	46.8
大學	16	61.2	4.9	-	-	-	-	38.8
研究所及以上	3	67.6	-	-	-	-	-	32.4
拒答	3	23.5	-	-	-	-	-	76.5
職業								
軍警公教	14	69.3	-	20.1	-	-	-	23.8
自營商/企業主	10	63.2	-	-	-	-	-	36.8
企業主管/專業人員	8	65.4	-	-	-	10.0	-	34.6
助理專業人員/技術人員	7	53.7	13.3	-	-	-	-	33.0
文書事務人員	1	74.7	-	-	25.3	-	-	-
商業買賣/服務人員	19	38.7	4.3	-	-	-	-	61.3
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	53	48.3	11.0	3.8	2.6	-	1.5	42.4
農林漁牧礦	22	50.0	-	-	4.5	9.0	-	40.9
家管	34	53.8	5.7	2.6	2.8	-	-	38.1
無業/待業	5	51.0	19.7	-	-	-	-	49.0
拒答	2	100.0	-	-	-	-	-	-
健康程度								
健康	116	55.2	5.8	2.5	1.2	1.6	0.7	38.1
不健康	47	51.3	7.9	5.8	4.7	2.0	-	40.1
不知道	11	41.1	-	-	-	-	-	58.9
拒答	1	-	-	-	-	-	-	100.0
居住型態								
與子女同住	64	48.4	4.2	4.3	1.5	2.7	1.2	44.7
獨居(1人)	16	20.8	6.3	-	-	-	-	72.9
和配偶同住	35	43.2	-	5.3	2.7	3.0	-	48.7
其他同住型態	60	72.1	11.5	1.7	2.8	-	-	21.9

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 7 購買「安養照顧」時遇到的消費問題

單位：人；%

	樣本數	價格太高	收入不足	缺乏購買管道	不會使用	缺乏相關補助資訊	外勞品質不佳	效用不彰	拒答
總計	**117**	**31.5**	**18.2**	**17.5**	**5.4**	**1.9**	**0.8**	**0.8**	**36.0**
性別									
男性	45	34.0	18.8	18.1	-	3.4	2.0	-	28.6
女性	72	30.0	17.8	17.1	8.7	1.0	-	1.2	40.6
縣市別									
新北市	10	8.9	35.1	26.2	8.9	-	-	-	55.7
臺北市	19	15.1	4.1	29.0	-	-	-	-	51.8
桃園市	13	28.1	6.7	44.2	6.7	-	-	-	14.3
臺中市	12	41.3	14.4	18.5	7.6	-	-	7.6	25.0
臺南市	10	75.6	11.9	-	20.4	-	8.7	-	15.8
高雄市	13	20.9	32.0	-	6.6	-	-	-	40.5
宜蘭縣	7	12.7	27.0	-	-	22.2	-	-	50.8
新竹縣	1	-	-	-	-	-	-	-	100.0
苗栗縣	2	100.0	-	50.0	-	-	-	-	-
彰化縣	6	-	17.5	22.1	-	-	-	-	60.4
南投縣	4	44.5	30.7	-	-	-	-	-	24.8
雲林縣	4	57.9	34.8	-	-	-	-	-	42.1
嘉義縣	3	28.6	51.4	-	20.0	-	-	-	20.0
屏東縣	4	75.8	-	-	-	-	-	-	24.2
臺東縣	1	-	-	-	-	-	-	-	100.0
花蓮縣	1	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-
澎湖縣		-	-	-	-	-	-	-	100.0
基隆市	3	-	35.5	38.8	-	-	-	-	25.7
新竹市	2	35.8	35.8	-	-	32.6	-	-	31.7
嘉義市	2	100.0	-	-	-	-	-	-	-
金門縣	1	53.7	-	-	-	-	-	-	46.3
連江縣		-	50.0	-	-	-	-	-	50.0
居住地區									
北北基	32	11.6	16.9	29.2	2.7	-	-	-	50.3
桃竹苗	18	35.1	9.2	37.6	4.9	3.8	-	-	18.8
中彰投	21	30.8	18.2	16.1	4.2	-	-	4.2	34.4
雲嘉南	19	65.6	22.7	-	14.4	-	4.6	-	20.8
宜花東	9	20.1	21.3	10.1	-	17.5	-	-	51.1
高屏	16	33.6	24.6	-	5.1	-	-	-	36.7
金馬澎	1	35.0	3.7	-	-	-	-	-	61.3
年齡									
55-59歲	25	24.5	24.7	15.1	4.9	6.1	-	-	40.2
60-64歲	36	45.2	14.7	14.6	11.6	-	-	2.4	28.0
65-69歲	22	28.3	15.7	20.1	3.8	3.2	-	-	36.7
70-74歲	15	27.0	27.3	10.8	-	-	5.8	-	44.8
75-79歲	10	10.6	21.1	10.8	-	-	-	-	57.5
80-84歲	3	29.1	-	37.6	-	-	-	-	33.2
85歲以上	5	39.7	-	60.3	-	-	-	-	-

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 7 購買「安養照顧」時遇到的消費問題(續)

單位：人；%

	樣本數	價格太高	收入不足	缺乏購買管道	不會使用	缺乏相關補助資訊	外勞品質不佳	效用不彰	拒答
總計	**117**	**31.5**	**18.2**	**17.5**	**5.4**	**1.9**	**0.8**	**0.8**	**36.0**
高齡階段									
高齡初期(老年)	61	36.8	18.7	14.8	8.9	2.5	-	1.4	33.0
高齡中期	47	24.0	20.7	15.0	1.8	1.4	1.9	-	43.9
高齡後期	8	35.5	-	51.2	-	-	-	-	13.3
教育程度									
小學及以下	24	27.5	22.8	10.9	-	-	-	-	49.3
初中、國中	18	33.9	22.4	-	3.7	3.7	-	-	47.6
高中、高職	48	28.6	17.7	30.2	5.4	3.2	-	1.9	20.1
專科	13	42.6	15.7	12.6	22.5	-	-	-	42.5
大學	13	36.9	9.4	14.0	-	-	6.8	-	42.3
研究所及以上	1	-	-	-	-	-	-	-	100.0
職業									
軍警公教	9	33.4	8.1	-	-	-	-	-	66.6
自營商/企業主	10	28.2	12.6	9.6	18.4	-	-	9.2	31.3
企業主管/專業人員	11	27.0	7.5	36.1	-	-	8.2	-	21.2
助理專業人員/技術人員	5	17.9	17.0	-	17.9	31.0	-	-	34.0
文書事務人員	9	30.9	24.3	32.9	10.4	-	-	-	32.6
商業買賣/服務人員	14	37.3	-	44.9	-	-	-	-	24.3
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	23	39.9	28.1	9.0	2.9	-	-	-	30.1
農林漁牧礦	12	43.2	37.2	-	-	-	-	-	31.4
家管	21	14.2	12.0	14.2	9.7	3.2	-	-	56.7
無業/待業	2	50.4	49.6	49.6	-	-	-	-	-
拒答	2	61.0	61.0	39.0	-	-	-	-	-
健康程度									
健康	83	35.4	18.0	18.8	5.5	2.7	-	-	34.0
不健康	29	21.5	17.7	16.6	3.0	-	-	3.0	41.2
不知道	4	-	-	-	23.6	-	25.1	-	51.3
拒答	1	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-
居住型態									
與子女同住	35	29.7	14.7	22.8	7.6	2.0	-	2.5	35.4
獨居(1人)	10	36.7	28.3	9.0	-	-	-	-	26.1
和配偶同住	27	28.1	27.3	12.6	5.6	-	-	-	36.6
其他同住型態	45	33.8	13.3	18.2	4.6	3.4	2.0	-	38.2

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 8 購買「輪椅」時遇到的消費問題

單位：人；%

	樣本數	價格太高	收入不足	缺乏購買管道	拒答
總計	**13**	**17.6**	**11.4**	**6.8**	**70.4**
性別					
男性	6	15.1	-	-	84.9
女性	7	19.4	20.0	12.0	59.4
縣市別					
新北市	4	21.3	21.3	-	78.7
桃園市	1	-	-	100.0	-
臺南市	1	-	-	-	100.0
宜蘭縣	3	-	-	-	100.0
嘉義縣	1	-	100.0	-	-
臺東縣	1	100.0	-	-	-
新竹市	2	41.9	-	-	58.1
嘉義市	1	-	-	-	100.0
居住地區					
北北基	4	21.3	21.3	-	78.7
桃竹苗	3	29.1	-	30.5	40.4
雲嘉南	3	-	22.1	-	77.9
宜花東	3	19.5	-	-	80.5
年齡					
55-59歲	3	-	-	-	100.0
60-64歲	3	25.6	20.5	26.8	27.0
65-69歲	2	29.4	-	-	70.6
70-74歲	1	100.0	100.0	-	-
75-79歲	3	-	-	-	100.0
80-84歲	1	-	-	-	100.0
高齡階段					
高齡初期(老年)	6	14.1	11.3	14.7	59.9
高齡中期	6	23.2	13.0	-	76.8
高齡後期	1	-	-	-	100.0
教育程度					
小學及以下	6	13.1	24.2	-	75.8
初中、國中	2	-	-	-	100.0
高中、高職	4	33.1	-	19.8	47.1
專科	1	-	-	-	100.0
職業					
自營商/企業主	1	100.0	-	-	-
助理專業人員/技術人員	3	-	-	-	100.0
文書事務人員	2	-	-	49.8	50.2
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	3	-	20.1	-	79.9
農林漁牧礦	1	-	-	-	100.0
家管	1	43.8	-	-	56.2
無業/待業	1	100.0	100.0	-	-
拒答	1	-	-	-	100.0
健康程度					
健康	6	11.0	11.8	-	77.2
不健康	7	22.8	11.0	12.2	65.0
居住型態					
與子女同住	3	60.1	29.2	-	39.9
獨居(1人)	2	-	-	-	100.0
和配偶同住	1	43.8	-	-	56.2
其他同住型態	7	-	9.4	12.3	78.4

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 9 購買「電動代步車」時遇到的消費問題

單位：人；%

	樣本數	價格太高	收入不足	缺乏購買管道	缺乏相關補助資訊	不會使用	拒答
總計	**52**	**28.4**	**15.4**	**5.5**	**4.4**	**3.6**	**51.1**
性別							
男性	29	36.2	12.6	4.8	6.8	-	47.6
女性	24	18.9	18.8	6.3	1.5	7.9	55.3
縣市別							
新北市	3	56.7	43.3	-	-	-	-
臺北市	2	100.0	-	100.0	-	-	-
桃園市	2	48.1	48.1	-	-	51.9	-
臺中市	8	32.3	25.2	-	-	-	57.6
臺南市	2	47.2	-	-	-	-	52.8
高雄市	7	17.4	27.4	-	29.3	-	25.9
宜蘭縣	5	52.0	-	-	-	-	48.0
新竹縣	1	-	-	-	-	-	100.0
苗栗縣	2	-	-	-	-	-	100.0
彰化縣	1	-	-	-	-	100.0	-
南投縣	5	-	-	-	-	-	100.0
雲林縣	2	51.0	-	-	-	-	49.0
嘉義縣	2	39.8	24.9	-	-	-	35.3
屏東縣	1	-	-	-	-	-	100.0
臺東縣	2	-	-	31.4	-	-	68.6
花蓮縣	5	18.5	-	-	-	-	81.5
澎湖縣	1	-	30.4	-	23.9	-	45.6
新竹市	2	-	50.0	-	-	-	50.0
居住地區							
北北基	5	74.1	25.9	40.2	-	-	-
桃竹苗	7	13.8	26.5	-	-	14.9	58.7
中彰投	13	19.3	15.1	-	-	6.5	68.1
雲嘉南	6	45.3	10.2	-	-	-	44.5
宜花東	12	29.4	-	5.8	-	-	64.8
高屏	8	15.2	24.0	-	25.7	-	35.0
金馬澎	1	-	30.4	-	23.9	-	45.6
年齡							
55-59歲	8	65.3	31.1	16.2	-	-	18.1
60-64歲	12	17.9	22.5	5.8	-	7.4	46.4
65-69歲	7	52.8	26.2	12.2	-	-	34.9
70-74歲	7	25.1	9.3	-	-	-	65.7
75-79歲	8	13.8	-	-	4.2	11.9	70.2
80-84歲	1	68.5	31.5	-	-	-	-
85歲以上	9	-	-	-	21.0	-	79.0

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 9 購買「電動代步車」時遇到的消費問題(續)

單位：人；%

	樣本數	價格太高	收入不足	缺乏購買管道	缺乏相關補助資訊	不會使用	拒答
總計	**52**	**28.4**	**15.4**	**5.5**	**4.4**	**3.6**	**51.1**
高齡階段							
高齡初期(老年)	20	37.6	26.1	10.2	-	4.3	34.6
高齡中期	21	29.2	10.9	3.7	1.6	4.6	57.9
高齡後期	11	9.1	4.2	-	18.3	-	68.5
教育程度							
小學及以下	19	9.6	16.4	-	12.3	-	61.7
初中、國中	8	37.2	10.9	-	-	-	62.8
高中、高職	18	28.7	16.1	8.4	-	10.5	40.8
專科	2	100.0	-	55.4	-	-	-
大學	4	58.3	30.1	-	-	-	41.7
拒答	1	-	-	-	-	-	100.0
職業							
軍警公教	12	36.3	11.4	-	15.9	-	36.4
自營商/企業主	5	38.0	18.2	-	-	-	43.8
企業主管/專業人員	2	63.8	-	63.8	-	-	36.2
助理專業人員/技術人員	3	-	-	-	-	28.8	71.2
文書事務人員	1	100.0	-	100.0	-	-	-
商業買賣/服務人員	2	-	-	-	-	-	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	8	50.0	32.3	-	-	-	42.9
農林漁牧礦	7	21.1	6.8	-	-	-	72.1
家管	9	9.8	30.2	7.9	4.0	10.0	38.1
無業/待業	2	-	-	-	-	-	100.0
拒答	2	-	-	-	-	-	100.0
健康程度							
健康	29	32.1	7.0	7.2	6.8	6.5	45.2
不健康	20	24.0	29.9	-	1.7	-	54.9
不知道	2	32.6	-	32.6	-	-	67.4
拒答	1	-	-	-	-	-	100.0
居住型態							
與子女同住	21	19.8	4.0	-	-	8.9	67.3
獨居(1人)	4	25.9	28.1	-	-	-	45.9
和配偶同住	10	24.2	-	-	24.0	-	51.8
其他同住型態	17	43.5	36.2	16.8	-	-	28.8
拒答	1	-	-	-	-	-	100.0

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 10 購買「服飾」時遇到的消費問題

單位：人；%

	樣本數	價格太高	收入不足	標示不實	缺乏購買管道	拒答
總計	**90**	**19.1**	**5.6**	**4.0**	**2.6**	**70.0**
性別						
男性	36	11.6	10.6	7.7	6.5	63.6
女性	53	24.1	2.3	1.5	-	74.4
縣市別						
新北市	15	11.8	9.4	-	-	78.7
臺北市	14	29.5	-	5.7	9.7	55.2
桃園市	9	10.2	-	-	-	89.8
臺中市	9	14.2	-	-	-	85.8
臺南市	10	8.5	-	13.3	-	78.2
高雄市	6	20.1	-	22.7	-	57.3
宜蘭縣	1	-	-	-	-	100.0
新竹縣	3	-	-	-	36.6	63.4
苗栗縣	3	40.5	-	-	-	59.5
彰化縣	8	47.0	15.0	-	-	53.0
南投縣	3	-	-	-	-	100.0
雲林縣	3	27.8	72.2	-	-	-
嘉義縣	1	-	-	-	-	100.0
屏東縣	1	-	-	-	-	100.0
花蓮縣	2	-	-	-	-	100.0
澎湖縣		-	-	-	-	100.0
基隆市	1	100.0	-	-	-	-
連江縣		-	-	-	-	100.0
居住地區						
北北基	30	23.1	4.7	2.7	4.6	65.0
桃竹苗	14	14.8	-	-	6.8	78.4
中彰投	20	25.6	6.2	-	-	74.4
雲嘉南	15	12.4	16.7	9.4	-	61.6
宜花東	3	-	-	-	-	100.0
高屏	7	17.2	-	19.4	-	63.4
金馬澎	1	-	-	-	-	100.0
年齡						
55-59歲	41	24.2	9.8	6.8	3.3	58.9
60-64歲	21	16.9	5.0	-	4.8	73.3
65-69歲	15	24.9	-	5.4	-	69.6
70-74歲	6	-	-	-	-	100.0
75-79歲	5	-	-	-	-	100.0
80-84歲	2	-	-	-	-	100.0

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 10 購買「服飾」時遇到的消費問題(續)

單位：人；%

	樣本數	價格太高	收入不足	標示不實	缺乏購買管道	拒答
總計	**90**	**19.1**	**5.6**	**4.0**	**2.6**	**70.0**
高齡階段						
高齡初期(老年)	62	21.7	8.2	4.5	3.8	63.7
高齡中期	26	14.3	-	3.1	-	82.6
高齡後期	2	-	-	-	-	100.0
教育程度						
小學及以下	17	5.3	6.2	-	-	88.5
初中、國中	7	47.3	-	-	-	52.7
高中、高職	39	11.1	7.2	7.1	-	74.6
專科	7	76.6	16.8	-	-	23.4
大學	19	17.7	-	4.3	12.7	65.2
研究所及以上	2	-	-	-	-	100.0
職業						
軍警公教	14	11.7	9.7	5.6	9.5	63.6
自營商/企業主	6	-	-	-	-	100.0
企業主管/專業人員	12	16.8	-	11.1	8.0	64.0
助理專業人員/技術人員	5	34.8	-	25.9	-	39.3
文書事務人員	8	30.5	14.3	-	-	69.5
商業買賣/服務人員	14	30.0	-	-	-	70.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	13	9.8	8.0	-	-	82.2
農林漁牧礦	5	-	28.7	-	-	71.3
家管	10	32.3	-	-	-	67.7
拒答	1	-	-	-	-	100.0
健康程度						
健康	77	21.0	6.5	4.6	3.0	66.4
不健康	10	8.5	-	-	-	91.5
不知道	2	-	-	-	-	100.0
居住型態						
與子女同住	29	31.1	4.2	2.8	-	66.1
獨居(1人)	6	-	-	24.7	-	75.3
和配偶同住	20	6.3	-	-	5.0	88.8
其他同住型態	35	20.2	11.1	4.1	3.9	60.7
拒答	1	-	-	-	-	100.0

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 11 購買「家用用品」時遇到的消費問題

單位：人；%

	樣本數	價格太高	收入不足	不會使用	缺乏購買管道	效用不彰	成分/標示看不懂	標示不實	缺乏相關補助資訊	行動不便	服務態度不佳	拒答
總計	**600**	**25.3**	**7.2**	**6.9**	**3.6**	**0.5**	**0.5**	**0.4**	**0.3**	**0.2**	**0.2**	**64.1**
性別												
男性	273	23.3	4.6	4.2	3.8	0.3	-	0.9	0.1	-	-	68.6
女性	326	27.0	9.3	9.2	3.5	0.6	0.8	-	0.4	0.4	0.3	60.3
縣市別												
新北市	110	16.2	-	5.2	1.3	1.1	1.7	0.9	-	-	-	76.3
臺北市	85	29.9	4.0	6.1	5.4	-	-	-	-	-	-	67.1
桃園市	38	19.1	8.5	7.1	4.8	-	-	-	-	-	-	63.1
臺中市	55	25.1	8.8	9.0	3.7	1.6	1.6	2.5	-	-	-	55.0
臺南市	56	36.8	6.8	11.7	5.3	-	-	-	-	-	-	56.4
高雄市	73	31.8	13.0	7.7	1.1	-	-	-	-	1.7	-	60.2
宜蘭縣	7	57.5	14.2	14.1	-	-	-	-	-	-	-	14.2
新竹縣	12	23.1	-	7.9	8.5	-	-	-	-	-	-	60.6
苗栗縣	15	33.4	8.2	-	-	-	-	-	-	-	-	58.4
彰化縣	35	23.8	8.6	6.5	6.2	-	-	-	3.5	-	-	65.2
南投縣	9	17.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	82.9
雲林縣	27	19.6	11.2	18.1	3.4	3.5	-	-	-	-	3.4	66.2
嘉義縣	13	34.6	20.7	5.2	7.2	-	-	-	-	-	-	42.7
屏東縣	21	13.4	8.3	-	4.3	-	-	-	-	-	-	73.9
臺東縣	4	16.0	-	-	16.0	-	-	-	-	-	-	84.0
花蓮縣	7	42.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	57.3
澎湖縣	3	10.8	10.9	10.8	16.9	-	-	-	-	-	-	50.7
基隆市	11	10.4	15.2	-	-	-	-	-	-	-	-	74.4
新竹市	11	24.0	27.3	-	-	-	-	-	-	-	-	59.5
嘉義市	5	13.3	-	17.7	20.0	-	-	-	-	-	-	49.0
金門縣	2	48.9	17.2	-	-	-	-	-	17.2	-	-	33.9
連江縣		34.7	17.7	-	-	-	-	-	-	-	-	47.5
居住地區												
北北基	207	21.5	2.5	5.3	2.9	0.6	0.9	0.5	-	-	-	72.4
桃竹苗	76	23.4	9.8	4.7	3.7	-	-	-	-	-	-	61.2
中彰投	99	23.9	7.9	7.3	4.2	0.9	0.9	1.4	1.2	-	-	61.2
雲嘉南	100	30.8	9.4	12.9	5.8	0.9	-	-	-	-	0.9	56.8
宜花東	18	41.9	5.4	5.3	3.8	-	-	-	-	-	-	47.3
高屏	95	27.6	12.0	5.9	1.9	-	-	-	-	1.3	-	63.3
金馬澎	5	27.4	13.8	5.8	9.2	-	-	-	6.9	-	-	43.8
年齡												
55-59歲	216	23.4	6.2	7.4	3.5	0.6	-	0.6	0.6	0.6	-	65.2
60-64歲	160	28.7	9.9	4.7	1.2	0.6	0.6	0.6	-	-	0.6	61.9
65-69歲	105	27.9	6.1	9.9	6.5	0.9	0.8	-	0.3	-	-	61.1
70-74歲	46	19.7	8.3	3.7	7.1	-	-	-	-	-	-	73.8
75-79歲	36	30.3	-	5.4	2.7	-	2.7	-	-	-	-	61.5
80-84歲	27	22.3	12.3	8.4	4.6	-	-	-	-	-	-	60.9
85歲以上	9	-	-	18.3	-	-	-	-	-	-	-	81.7

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 11 購買「家用用品」時遇到的消費問題(續)

單位：人；%

	樣本數	價格太高	收入不足	不會使用	缺乏購買管道	效用不彰	成分/標示看不懂	標示不實	缺乏相關補助資訊	行動不便	服務態度不佳	拒答
總計	**600**	**25.3**	**7.2**	**6.9**	**3.6**	**0.5**	**0.5**	**0.4**	**0.3**	**0.2**	**0.2**	**64.1**
高齡階段												
高齡初期(老年)	376	25.7	7.8	6.3	2.5	0.6	0.2	0.6	0.3	0.3	0.2	63.8
高齡中期	187	26.3	5.5	7.5	5.9	0.5	1.0	-	0.2	-	-	64.3
高齡後期	36	16.7	9.2	10.9	3.5	-	-	-	-	-	-	66.2
教育程度												
小學及以下	120	26.0	10.8	7.6	1.3	-	0.8	-	-	-	0.8	62.7
初中、國中	104	27.7	11.0	7.7	2.8	-	-	-	0.4	-	-	61.7
高中、高職	191	23.3	7.2	7.2	4.6	-	0.5	0.7	-	-	-	65.8
專科	82	27.9	2.1	5.8	3.5	-	1.0	-	1.5	-	-	63.7
大學	81	24.8	3.9	6.4	5.9	3.8	-	-	-	1.5	-	64.6
研究所及以上	21	21.0	-	4.2	-	-	-	4.7	-	-	-	70.1
拒答	1	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-
職業												
軍警公教	60	22.5	1.5	9.6	7.9	-	-	-	-	-	-	68.0
自營商/企業主	40	23.6	4.5	4.7	2.3	-	-	-	3.1	-	-	73.3
企業主管/專業人員	59	19.7	5.8	11.6	6.7	1.5	-	1.7	-	2.1	-	61.3
助理專業人員/技術人員	37	15.8	1.8	4.4	-	-	-	-	-	-	-	84.2
文書事務人員	49	26.4	1.8	2.5	9.0	2.5	3.4	-	-	-	-	62.8
商業買賣/服務人員	87	31.4	6.5	7.5	2.2	-	-	-	0.4	-	-	60.4
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	95	19.0	11.7	6.4	2.3	-	-	-	-	-	-	69.1
農林漁牧礦	47	24.2	8.5	13.4	1.9	-	-	-	-	-	-	64.4
家管	108	30.5	11.5	5.0	0.7	-	0.9	-	-	-	0.8	58.2
無業/待業	12	57.1	18.0	-	-	8.2	-	-	-	-	-	34.7
拒答	7	33.2	-	-	27.1	-	-	21.2	-	-	-	18.5
健康程度												
健康	494	25.3	6.2	5.7	3.1	0.4	0.4	0.5	0.3	0.3	0.2	65.6
不健康	83	27.1	13.3	13.0	6.6	-	1.1	-	-	-	-	55.8
不知道	22	19.8	5.6	11.9	3.8	4.3	-	-	-	-	-	60.1
拒答	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
居住型態												
與子女同住	168	26.1	8.6	6.7	3.5	0.6	-	-	-	-	-	64.5
獨居(1人)	28	23.9	7.5	21.4	8.9	-	3.6	5.0	-	-	-	48.8
和配偶同住	133	22.9	4.8	4.0	2.7	1.6	1.3	0.8	0.9	-	-	65.9
其他同住型態	268	26.5	7.5	7.1	2.9	-	-	-	0.1	0.5	0.3	64.8
拒答	3	-	-	-	59.8	-	-	-	-	-	-	40.2

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 12 購買「電器用品」時遇到的消費問題

單位：人；%

	樣本數	價格太高	不會使用	收入不足	缺乏購買管道	效用不彰	大陸製品氾濫	服務態度不佳	缺乏相關補助資訊	標示不實	拒答
總計	**183**	**25.9**	**11.0**	**6.9**	**5.5**	**2.7**	**1.0**	**0.7**	**0.7**	**0.6**	**56.7**
性別											
男性	95	21.9	9.7	4.3	5.4	4.0	0.9	1.4	-	1.1	58.8
女性	88	30.1	12.4	9.7	5.7	1.4	1.0	-	1.4	-	54.4
縣市別											
新北市	18	19.7	10.8	-	10.6	-	5.0	-	-	-	59.5
臺北市	28	46.8	15.5	4.4	10.8	-	-	-	-	-	50.0
桃園市	17	34.1	10.7	-	5.2	-	5.0	-	-	-	55.6
臺中市	21	21.7	10.4	20.0	5.7	-	-	-	5.7	-	53.7
臺南市	11	16.7	10.9	8.9	-	12.3	-	-	-	-	60.1
高雄市	24	20.6	11.1	3.8	-	4.3	-	-	-	-	64.0
宜蘭縣	5	-	33.4	23.9	-	-	-	-	-	-	42.7
新竹縣	5	-	-	19.8	-	-	-	-	-	-	80.2
苗栗縣	5	-	-	-	17.9	-	-	-	-	-	82.1
彰化縣	9	29.6	-	-	11.3	29.6	-	15.7	-	-	29.6
南投縣	4	27.8	27.8	20.8	-	-	-	-	-	-	51.4
雲林縣	12	28.4	8.9	-	7.2	-	-	-	-	8.9	55.5
嘉義縣	5	38.7	36.3	-	-	-	-	-	-	-	43.1
屏東縣	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
臺東縣	1	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-
花蓮縣	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
澎湖縣	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
基隆市	3	-	-	37.9	-	-	-	-	-	-	62.1
新竹市	4	53.6	-	-	-	-	-	-	-	-	46.4
嘉義市	3	78.2	-	-	-	-	-	-	-	-	21.8
金門縣	1	24.6	24.6	24.6	26.8	-	-	-	-	-	48.6
連江縣		-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
居住地區											
北北基	49	33.6	12.7	5.1	9.9	-	1.8	-	-	-	54.3
桃竹苗	31	25.7	6.0	2.9	6.0	-	2.8	-	-	-	62.6
中彰投	34	24.4	9.9	15.0	6.5	7.5	-	4.0	3.6	-	47.3
雲嘉南	31	30.3	13.5	3.2	2.7	4.5	-	-	-	3.4	52.1
宜花東	6	-	24.9	29.1	-	-	-	-	-	-	46.1
高屏	30	16.7	9.0	3.1	-	3.4	-	-	-	-	70.9
金馬澎	2	14.6	14.6	14.6	15.9	-	-	-	-	-	69.5
年齡											
55-59歲	79	29.3	15.4	6.3	3.1	5.0	-	1.7	1.6	-	52.8
60-64歲	48	29.9	14.0	7.2	8.6	2.1	1.8	-	-	2.1	52.0
65-69歲	22	31.6	5.8	13.9	12.2	-	-	-	-	-	39.8
70-74歲	15	11.3	-	-	5.8	-	5.9	-	-	-	77.0
75-79歲	11	10.4	-	10.1	-	-	-	-	-	-	79.5
80-84歲	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
85歲以上	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 12 購買「電器用品」時遇到的消費問題(續)

單位：人；%

	樣本數	價格太高	不會使用	收入不足	缺乏購買管道	效用不彰	大陸製品氾濫	服務態度不佳	缺乏相關補助資訊	標示不實	拒答
總計	**183**	**25.9**	**11.0**	**6.9**	**5.5**	**2.7**	**1.0**	**0.7**	**0.7**	**0.6**	**56.7**
高齡階段											
高齡初期(老年)	127	29.6	14.8	6.6	5.2	3.9	0.7	1.1	1.0	0.8	52.5
高齡中期	48	20.4	2.7	8.6	7.4	-	1.9	-	-	-	60.5
高齡後期	8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
教育程度											
小學及以下	26	13.1	5.2	8.8	3.2	-	-	-	-	-	72.5
初中、國中	28	25.6	8.0	11.9	4.3	4.8	-	4.8	-	3.6	58.4
高中、高職	71	29.8	14.8	6.9	7.0	3.4	2.5	-	-	-	49.3
專科	20	26.2	9.2	9.8	-	5.9	-	-	6.0	-	52.1
大學	28	22.9	14.6	-	8.1	-	-	-	-	-	64.6
研究所及以上	8	44.3	-	-	10.6	-	-	-	-	-	45.1
拒答	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
職業											
軍警公教	22	28.6	12.8	-	9.8	5.5	-	-	-	-	55.8
自營商/企業主	7	20.6	-	-	-	-	-	-	-	-	79.4
企業主管/專業人員	25	17.8	12.6	8.0	4.1	5.6	3.6	-	4.9	-	51.4
助理專業人員/技術人員	11	8.8	13.6	-	-	-	-	-	-	-	77.5
文書事務人員	10	44.1	36.8	-	-	-	-	-	-	-	31.3
商業買賣/服務人員	24	24.7	9.3	12.7	20.8	-	3.7	-	-	-	47.8
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	33	25.8	7.6	14.1	3.7	4.1	-	4.1	-	-	63.8
農林漁牧礦	14	18.1	15.3	6.4	5.8	7.1	-	-	-	7.2	55.4
家管	30	33.2	7.0	6.5	-	-	-	-	-	-	56.1
無業/待業	3	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
拒答	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
健康程度											
健康	150	25.7	11.3	4.8	5.4	3.3	1.2	0.9	0.8	0.7	57.0
不健康	26	25.6	12.3	20.8	4.8	-	-	-	-	-	50.9
不知道	7	30.1	-	-	11.7	-	-	-	-	-	69.9
居住型態											
與子女同住	45	23.2	16.1	12.7	8.4	2.7	2.0	-	-	-	59.6
獨居(1人)	10	9.4	-	-	-	-	8.6	-	-	-	82.0
和配偶同住	40	24.4	12.1	7.0	6.8	-	-	-	-	-	52.6
其他同住型態	87	29.3	9.3	4.7	4.2	4.3	-	1.6	1.4	1.2	54.4
拒答	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 13 購買「化妝品」時遇到的消費問題

單位：人；%

	樣本數	價格太高	缺乏購買管道	收入不足	成分/標示看不懂	不會使用	拒答
總計	**47**	**36.3**	**3.6**	**1.9**	**1.9**	**0.1**	**58.0**
性別							
男性	1	-	-	-	-	-	100.0
女性	46	37.2	3.7	2.0	1.9	0.1	57.0
縣市別							
新北市	12	52.3	-	-	-	-	47.7
臺北市	6	26.1	-	-	-	-	73.9
桃園市	6	39.8	-	-	14.3	-	45.9
臺中市	2	-	-	-	-	-	100.0
臺南市	5	-	-	-	-	-	100.0
高雄市	4	23.8	21.3	-	-	-	54.9
雲林縣	1	-	-	100.0	-	-	-
嘉義縣	1	100.0	-	-	-	-	-
屏東縣	4	44.6	-	-	-	-	55.4
臺東縣	2	30.5	-	-	-	-	69.5
新竹市	1	-	-	-	-	-	100.0
嘉義市	3	79.9	30.3	-	-	-	20.1
金門縣	1	41.9	-	-	-	-	58.1
連江縣		-	-	-	-	100.0	-
居住地區							
北北基	18	43.2	-	-	-	-	56.8
桃竹苗	7	35.5	-	-	12.8	-	51.8
中彰投	2	-	-	-	-	-	100.0
雲嘉南	10	34.1	9.3	9.5	-	-	56.4
宜花東	2	30.5	-	-	-	-	69.5
高屏	8	34.4	10.4	-	-	-	55.2
金馬澎	1	38.8	-	-	-	7.5	53.7
年齡							
55-59歲	16	43.2	5.7	-	-	-	56.8
60-64歲	14	37.7	-	6.5	6.3	-	49.6
65-69歲	8	31.0	-	-	-	-	69.0
70-74歲	5	14.6	14.9	-	-	1.2	69.2
75-79歲	2	47.2	-	-	-	-	52.8
80-84歲	2	42.2	-	-	-	-	57.8

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 13 購買「化妝品」時遇到的消費問題(續)

單位：人；%

	樣本數	價格太高	缺乏購買管道	收入不足	成分/標示看不懂	不會使用	拒答
總計	**47**	**36.3**	**3.6**	**1.9**	**1.9**	**0.1**	**58.0**
高齡階段							
高齡初期(老年)	30	40.6	3.0	3.1	3.0	-	53.4
高齡中期	15	27.4	5.2	-	-	0.4	66.9
高齡後期	2	42.2	-	-	-	-	57.8
教育程度							
小學及以下	11	36.3	7.2	8.0	-	0.6	47.9
初中、國中	8	32.7	10.8	-	-	-	67.3
高中、高職	17	37.2	-	-	5.1	-	57.6
專科	5	17.1	-	-	-	-	82.9
大學	4	73.4	-	-	-	-	26.6
研究所及以上	1	-	-	-	-	-	100.0
拒答	1	-	-	-	-	-	100.0
職業							
軍警公教	4	47.4	-	-	-	-	52.6
自營商/企業主	1	-	100.0	-	-	-	-
企業主管/專業人員	5	66.3	-	-	-	-	33.7
助理專業人員/技術人員	2	58.2	-	-	-	-	41.8
文書事務人員	4	36.2	-	-	-	-	63.8
商業買賣/服務人員	5	40.1	-	-	-	-	59.9
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	6	-	-	14.3	-	-	85.7
農林漁牧礦	1	-	-	-	-	-	100.0
家管	17	40.7	5.1	-	5.0	0.4	53.9
無業/待業	1	-	-	-	-	-	100.0
健康程度							
健康	42	33.1	4.1	2.2	2.1	-	60.6
不健康	3	83.4	-	-	-	-	16.6
不知道	3	34.9	-	-	-	2.6	62.5
居住型態							
與子女同住	10	25.4	8.4	-	-	0.7	65.6
獨居(1人)	9	34.7	-	-	-	-	65.3
和配偶同住	13	35.5	6.9	7.1	6.9	-	50.5
其他同住型態	15	42.2	-	-	-	-	57.8
拒答	1	100.0	-	-	-	-	-

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 14 購買「車輛」時遇到的消費問題

單位：人；%

	樣本數	價格太高	拒答
總計	**10**	**24.8**	**75.2**
性別			
男性	8	26.7	73.3
女性	3	19.3	80.7
縣市別			
新北市	4	-	100.0
臺中市	2	52.8	47.2
臺南市	1	-	100.0
宜蘭縣	1	100.0	-
南投縣	1	-	100.0
金門縣		100.0	-
居住地區			
北北基	4	-	100.0
中彰投	3	31.1	68.9
雲嘉南	1	-	100.0
宜花東	1	100.0	-
金馬澎		100.0	-
年齡			
55-59歲	4	10.9	89.1
60-64歲	2	50.1	49.9
65-69歲	2	52.2	47.8
70-74歲	2	-	100.0
高齡階段			
高齡初期(老年)	6	23.1	76.9
高齡中期	4	27.9	72.1
教育程度			
小學及以下	3	46.3	53.7
初中、國中	1	-	100.0
高中、高職	4	22.7	77.3
大學	1	-	100.0
職業			
自營商/企業主	1	-	100.0
助理專業人員/技術人員	1	-	100.0
文書事務人員	1	-	100.0
商業買賣/服務人員	1	100.0	-
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	4	24.3	75.7
家管	1	37.9	62.1
健康程度			
健康	8	18.1	81.9
不健康	2	55.6	44.4
居住型態			
與子女同住	3	32.2	67.8
和配偶同住	2	41.7	58.3
其他同住型態	5	10.7	89.3

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 15 購買「房屋」時遇到的消費問題

單位：人；%

	樣本數	價格太高	收入不足
總計	**5**	**83.2**	**16.8**
性別			
男性	2	100.0	-
女性	4	74.6	25.4
縣市別			
新北市	1	100.0	-
臺北市	2	100.0	-
桃園市	1	100.0	-
高雄市	1	-	100.0
宜蘭縣	1	100.0	-
居住地區			
北北基	3	100.0	-
桃竹苗	1	100.0	-
宜花東	1	100.0	-
高屏	1	-	100.0
年齡			
60-64歲	3	67.3	32.7
65-69歲	3	100.0	-
高齡階段			
高齡初期(老年)	3	67.3	32.7
高齡中期	3	100.0	-
教育程度			
小學及以下	2	50.0	50.0
初中、國中	2	100.0	-
專科	1	100.0	-
大學	1	100.0	-
職業			
助理專業人員/技術人員	1	100.0	-
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	3	66.8	33.2
家管	2	100.0	-
健康程度			
健康	2	100.0	-
不健康	3	67.6	32.4
不知道	1	100.0	-
居住型態			
獨居(1人)	1	100.0	-
和配偶同住	1	100.0	-
其他同住型態	4	74.2	25.8

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 16 購買「健康食品」時遇到的消費問題

單位：人；%

	樣本數	價格太高	標示不實	成分/標示看不懂	食安疑慮	拒答
總計	**28**	**24.5**	**15.4**	**3.5**	**2.5**	**54.1**
性別						
男性	11	-	20.6	9.0	6.3	64.1
女性	17	40.4	12.0	-	-	47.6
縣市別						
新北市	9	31.1	13.4	-	-	55.5
臺北市	4	-	19.0	-	-	81.0
桃園市	1	-	-	-	-	100.0
臺中市	3	29.2	40.5	-	-	30.3
臺南市	2	-	-	-	-	100.0
高雄市	3	72.7	-	-	-	27.3
宜蘭縣	1	-	100.0	-	-	-
彰化縣	1	-	-	-	-	100.0
南投縣	2	42.0	-	-	-	58.0
嘉義縣	1	-	-	-	100.0	-
基隆市	1	-	-	100.0	-	-
居住地區						
北北基	15	20.2	14.1	6.7	-	59.0
桃竹苗	1	-	-	-	-	100.0
中彰投	6	28.3	20.9	-	-	50.7
雲嘉南	2	-	-	-	27.5	72.5
宜花東	1	-	100.0	-	-	-
高屏	3	72.7	-	-	-	27.3
年齡						
55-59歲	4	67.0	33.0	-	-	-
60-64歲	5	58.7	-	-	-	41.3
65-69歲	8	20.2	-	12.4	-	67.4
70-74歲	5	-	36.3	-	14.1	49.6
75-79歲	3	-	-	-	-	100.0
80-84歲	4	-	35.1	-	-	64.9

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 16 購買「健康食品」時遇到的消費問題(續)

單位：人；%

	樣本數	價格太高	標示不實	成分/標示看不懂	食安疑慮	拒答
總計	**28**	**24.5**	**15.4**	**3.5**	**2.5**	**54.1**
高齡階段						
高齡初期(老年)	8	62.5	14.8	-	-	22.8
高齡中期	16	10.1	11.2	6.2	4.3	68.2
高齡後期	4	-	35.1	-	-	64.9
教育程度						
小學及以下	6	59.0	-	-	-	41.0
初中、國中	4	25.2	-	-	-	74.8
高中、高職	6	-	-	17.4	-	82.6
專科	5	-	54.9	-	-	45.1
大學	8	27.5	23.4	-	9.1	40.1
職業						
軍警公教	4	-	29.6	-	-	70.4
自營商/企業主	3	-	68.9	-	-	31.1
企業主管/專業人員	4	28.5	27.8	-	15.5	28.2
助理專業人員/技術人員	1	-	-	-	-	100.0
商業買賣/服務人員	6	37.4	-	-	-	62.6
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	5	19.7	-	21.7	-	58.6
農林漁牧礦	2	45.8	-	-	-	54.2
家管	3	50.3	-	-	-	49.7
健康程度						
健康	17	23.0	18.1	5.9	4.1	48.8
不健康	10	29.5	12.7	-	-	57.9
不知道	1	-	-	-	-	100.0
居住型態						
與子女同住	5	-	16.5	-	-	83.5
獨居(1人)	4	-	-	27.4	19.1	53.5
和配偶同住	5	29.3	-	-	-	70.7
其他同住型態	14	37.2	25.0	-	-	37.8

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 17 購買「通訊/3C 及周邊產品」時遇到的消費問題

單位：人；%

	樣本數	不會使用	服務態度不佳	拒答
總計	**7**	**16.6**	**13.3**	**70.1**
性別				
男性	5	-	18.7	81.3
女性	2	58.1	-	41.9
縣市別				
新北市	4	35.1	-	64.9
桃園市	1	-	-	100.0
臺南市	2	-	50.0	50.0
高雄市	1	-	-	100.0
居住地區				
北北基	4	35.1	-	64.9
桃竹苗	1	-	-	100.0
雲嘉南	2	-	50.0	50.0
高屏	1	-	-	100.0
年齡				
55-59歲	3	47.0	-	53.0
60-64歲	4	-	25.5	74.5
65-69歲	1	-	-	100.0
高齡階段				
高齡初期(老年)	7	18.9	15.2	65.9
高齡中期	1	-	-	100.0
教育程度				
小學及以下	1	100.0	-	-
高中、高職	3	-	35.5	64.5
專科	2	-	-	100.0
大學	1	-	-	100.0
職業				
助理專業人員/技術人員	2	-	-	100.0
商業買賣/服務人員	3	-	34.5	65.5
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	1	-	-	100.0
無業/待業	1	100.0	-	-
健康程度				
健康	7	18.8	15.1	66.0
不知道	1	-	-	100.0
居住型態				
與子女同住	1	100.0	-	-
和配偶同住	3	-	30.3	69.7
其他同住型態	3	-	-	100.0

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 18 購買「菸酒」時遇到的消費問題

單位：人；%

	樣本數	價格太高	拒答
總計	**4**	**25.1**	**74.9**
性別			
男性	4	25.1	74.9
縣市別			
新北市	2	-	100.0
桃園市	2	50.0	50.0
連江縣		100.0	-
居住地區			
北北基	2	-	100.0
桃竹苗	2	50.0	50.0
金馬澎		100.0	-
年齡			
60-64歲	1	-	100.0
65-69歲	3	33.2	66.8
70-74歲		100.0	-
高齡階段			
高齡初期(老年)	1	-	100.0
高齡中期	3	34.1	65.9
教育程度			
小學及以下	2	1.9	98.1
高中、高職	1	-	100.0
大學	1	100.0	-
職業			
軍警公教	1	100.0	-
自營商/企業主		100.0	-
企業主管/專業人員	1	-	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	2	-	100.0
健康程度			
健康	3	34.1	65.9
不健康	1	-	100.0
居住型態			
與子女同住		100.0	-
和配偶同住	2	47.7	52.3
其他同住型態	2	-	100.0

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 19 購買「拐杖/助行器」時遇到的消費問題

單位：人；%

	樣本數	效用不彰	拒答
總計	**3**	**26.5**	**73.5**
性別			
女性	3	26.5	73.5
縣市別			
新北市	1	-	100.0
臺中市	1	100.0	-
彰化縣	2	-	100.0
居住地區			
北北基	1	-	100.0
中彰投	3	34.8	65.2
年齡			
60-64歲	1	100.0	-
70-74歲	1	-	100.0
85歲以上	2	-	100.0
高齡階段			
高齡初期(老年)	1	100.0	-
高齡中期	1	-	100.0
高齡後期	2	-	100.0
教育程度			
小學及以下	3	26.5	73.5
職業			
商業買賣/服務人員	1	-	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	1	100.0	-
農林漁牧礦	2	-	100.0
健康程度			
不健康	3	26.5	73.5
居住型態			
與子女同住	2	-	100.0
獨居(1人)	2	52.6	47.4

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 20 購買「醫療」時遇到的消費問題

單位：人；%

	樣本數	價格太高	成分/標示看不懂	拒答
總計	**11**	**13.0**	**8.4**	**78.6**
性別				
男性	6	22.2	-	77.8
女性	4	-	20.3	79.7
縣市別				
新北市	4	-	20.2	79.8
臺中市	2	60.1	-	39.9
臺南市	1	-	-	100.0
高雄市	2	-	-	100.0
南投縣	1	-	-	100.0
居住地區				
北北基	4	-	20.2	79.8
中彰投	3	43.5	-	56.5
雲嘉南	1	-	-	100.0
高屏	2	-	-	100.0
年齡				
55-59歲	1	100.0	-	-
60-64歲	5	-	19.5	80.5
65-69歲	4	-	-	100.0
75-79歲	1	-	-	100.0
高齡階段				
高齡初期(老年)	6	23.2	15.0	61.8
高齡中期	5	-	-	100.0
教育程度				
小學及以下	3	-	-	100.0
初中、國中	1	-	-	100.0
高中、高職	4	-	-	100.0
大學	2	62.8	-	37.2
研究所及以上	1	-	100.0	-
職業				
軍警公教	2	-	52.1	47.9
助理專業人員/技術人員	1	100.0	-	-
文書事務人員	1	-	-	100.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	5	-	-	100.0
農林漁牧礦	1	-	-	100.0
家管	1	-	-	100.0
健康程度				
健康	6	23.6	15.2	61.2
不健康	4	-	-	100.0
拒答	1	-	-	100.0
居住型態				
與子女同住	3	-	-	100.0
和配偶同住	4	33.1	21.3	45.7
其他同住型態	4	-	-	100.0

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 21 跨境消費的經驗

單位：人；%

	樣本數	合計	有	有，出國	有，網路	有，2種都有	沒有	拒答
總計	**2489**	**100.0**	**24.8**	**20.0**	**1.3**	**3.5**	**75.1**	**0.1**
性別 **								
男性	1182	100.0	22.1	17.5	1.6	3.0	77.9	-
女性	1307	100.0	27.3	22.3	1.0	4.0	72.5	0.2
縣市別 a								
新北市	407	100.0	24.8	18.0	0.8	6.0	75.0	0.2
臺北市	314	100.0	41.1	33.6	0.9	6.6	58.9	-
桃園市	188	100.0	23.4	19.3	0.7	3.4	76.2	0.4
臺中市	256	100.0	24.6	19.3	1.6	3.7	75.4	-
臺南市	208	100.0	20.1	18.4	-	1.7	79.9	-
高雄市	303	100.0	23.1	20.2	0.8	2.1	76.6	0.3
宜蘭縣	52	100.0	16.7	12.9	1.9	1.9	83.3	-
新竹縣	50	100.0	29.6	22.4	7.2	-	70.4	-
苗栗縣	63	100.0	20.7	20.7	-	-	79.3	-
彰化縣	139	100.0	15.6	12.4	3.2	-	84.4	-
南投縣	60	100.0	12.2	10.0	-	2.2	87.8	-
雲林縣	85	100.0	21.7	20.0	1.7	-	78.3	-
嘉義縣	66	100.0	15.2	13.8	1.4	-	84.8	-
屏東縣	99	100.0	17.5	12.0	4.6	0.9	82.5	-
臺東縣	25	100.0	24.3	20.5	-	3.8	75.7	-
花蓮縣	38	100.0	32.2	23.1	2.8	6.3	67.8	-
澎湖縣	12	100.0	6.8	-	4.2	2.6	93.2	-
基隆市	42	100.0	27.4	20.4	-	7.0	72.6	-
新竹市	38	100.0	46.6	32.7	-	13.9	53.4	-
嘉義市	28	100.0	22.0	14.4	4.7	2.9	78.0	-
金門縣	15	100.0	17.7	15.3	-	2.4	82.3	-
連江縣	1	100.0	16.8	13.5	-	3.3	83.2	-
居住地區 a								
北北基	764	100.0	31.6	24.5	0.8	6.3	68.3	0.1
桃竹苗	339	100.0	26.4	21.5	1.4	3.5	73.4	0.2
中彰投	455	100.0	20.2	16.0	1.9	2.3	79.8	-
雲嘉南	387	100.0	19.8	17.7	1.0	1.1	80.2	-
宜花東	115	100.0	23.5	18.0	1.8	3.7	76.5	-
高屏	402	100.0	21.7	18.2	1.7	1.8	78.1	0.2
金馬澎	28	100.0	13.1	8.8	1.8	2.5	86.9	-
年齡 a								
55-59歲	684	100.0	30.8	22.9	2.0	5.9	69.2	-
60-64歲	604	100.0	27.3	20.7	1.9	4.7	72.5	0.2
65-69歲	432	100.0	27.1	23.1	1.1	2.9	72.9	-
70-74歲	253	100.0	20.8	19.4	0.7	0.7	78.7	0.5
75-79歲	228	100.0	12.7	11.8	0.4	0.5	87.3	-
80-84歲	149	100.0	18.1	16.0	-	2.1	81.9	-
85歲以上	140	100.0	11.7	11.7	-	-	88.3	-

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

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

附表 21 跨境消費的經驗(續)

單位：人；%

	樣本數	合計	有	有，出國	有，網路	有，2種都有	沒有	拒答
總計	**2489**	**100.0**	**24.8**	**20.0**	**1.3**	**3.5**	**75.1**	**0.1**
高齡階段 a								
高齡初期(老年)	1288	100.0	29.2	21.9	1.9	5.4	70.7	0.1
高齡中期	912	100.0	21.7	19.2	0.8	1.7	78.1	0.2
高齡後期	289	100.0	15.0	13.9	-	1.1	85.0	-
教育程度 a								
小學及以下	725	100.0	10.5	10.0	-	0.5	89.4	0.1
初中、國中	405	100.0	13.7	11.9	0.4	1.4	86.1	0.2
高中、高職	712	100.0	31.1	27.2	0.8	3.1	68.8	0.1
專科	257	100.0	34.5	24.5	3.9	6.1	65.5	-
大學	306	100.0	46.0	32.5	3.6	9.9	54.0	-
研究所及以上	63	100.0	52.2	30.9	5.2	16.1	47.8	-
拒答	19	100.0	7.5	4.4	3.1	-	92.5	-
職業 a								
軍警公教	234	100.0	33.3	23.1	3.1	7.1	66.7	-
自營商/企業主	182	100.0	29.0	24.6	0.8	3.6	71.0	-
企業主管/專業人員	227	100.0	42.6	31.1	1.9	9.6	57.4	-
助理專業人員/技術人員	132	100.0	31.4	22.6	-	8.8	68.6	-
文書事務人員	139	100.0	43.6	35.4	3.9	4.3	56.4	-
商業買賣/服務人員	320	100.0	29.5	25.7	1.6	2.2	70.5	-
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	522	100.0	13.8	12.0	0.4	1.4	86.0	0.2
農林漁牧礦	222	100.0	11.3	9.4	1.1	0.8	88.7	-
家管	414	100.0	20.7	18.3	0.6	1.8	78.9	0.4
無業/待業	52	100.0	8.2	5.5	-	2.7	91.8	-
拒答	45	100.0	15.5	11.4	4.1	-	84.5	-
健康程度 a								
健康	1874	100.0	27.2	21.4	1.6	4.2	72.7	0.1
不健康	460	100.0	19.5	17.1	0.6	1.8	80.5	-
不知道	135	100.0	13.5	12.6	-	0.9	86.5	-
拒答	20	100.0	6.1	6.1	-	-	93.9	-
居住型態								
與子女同住	787	100.0	22.0	18.1	1.3	2.6	77.9	0.1
獨居(1人)	200	100.0	22.2	18.1	1.4	2.7	77.8	-
和配偶同住	568	100.0	25.2	20.8	1.5	2.9	74.5	0.3
其他同住型態	919	100.0	27.7	21.7	1.1	4.9	72.3	-
拒答	15	100.0	19.0	12.3	6.7	-	81.0	-

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

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

附表 22 跨境消費購買的商品類型

單位：人；%

	樣本數	食品	服飾、皮件及鞋類	藥品	健康食品	電器用品	家用用品	通訊/3C及周邊產品	農產品	旅遊
總計	**617**	**39.6**	**34.9**	**34.3**	**24.8**	**21.7**	**20.7**	**8.5**	**7.4**	**6.5**
性別										
男性	261	34.7	36.4	32.7	22.3	22.1	20.7	10.6	10.1	8.4
女性	356	43.3	33.8	35.5	26.6	21.3	20.7	7.0	5.4	5.1
縣市別										
新北市	101	39.9	32.8	33.3	23.5	25.5	22.4	10.0	8.3	6.4
臺北市	129	42.7	40.0	32.1	23.4	30.2	24.0	8.0	6.8	6.6
桃園市	44	41.5	39.1	24.3	15.5	22.1	16.8	6.1	10.5	2.1
臺中市	63	30.3	39.8	31.1	29.2	25.2	21.0	12.1	8.1	16.2
臺南市	42	54.2	38.5	36.0	22.5	10.4	16.9	14.0	10.7	5.1
高雄市	70	47.3	31.8	40.6	34.6	29.6	19.6	13.2	12.7	9.0
宜蘭縣	9	28.9	22.5	21.8	48.6	26.9	11.3	-	-	-
新竹縣	15	36.7	32.1	31.0	5.9	21.0	5.4	14.7	12.9	5.4
苗栗縣	13	14.1	39.3	68.7	7.3	-	36.9	-	-	-
彰化縣	22	23.0	27.2	40.4	25.9	19.7	15.3	7.9	-	-
南投縣	7	21.9	24.7	35.0	40.3	31.2	-	-	-	-
雲林縣	18	67.3	37.8	16.8	10.3	-	34.2	-	-	4.4
嘉義縣	10	50.2	16.1	45.6	16.1	7.6	13.5	9.3	-	-
屏東縣	17	27.8	24.5	65.1	33.7	4.8	11.4	6.0	-	11.1
臺東縣	6	31.6	10.3	39.7	-	-	54.2	-	11.7	12.7
花蓮縣	12	19.5	39.0	34.3	23.6	10.7	26.3	-	-	-
澎湖縣	1	-	100.0	-	-	100.0	-	-	-	-
基隆市	12	29.1	36.1	18.6	36.5	-	16.5	-	8.4	-
新竹市	18	35.5	31.3	37.1	25.1	14.4	23.5	5.8	5.8	6.6
嘉義市	6	33.3	20.1	26.5	61.7	-	-	-	13.3	-
金門縣	3	52.9	25.9	14.0	40.0	-	25.9	-	-	-
連江縣		37.6	-	-	-	19.9	82.2	-	37.6	17.8
居住地區										
北北基	242	40.9	36.8	32.0	24.1	26.8	23.0	8.4	7.5	6.2
桃竹苗	89	35.6	36.4	34.4	14.6	17.2	19.2	6.6	8.4	3.2
中彰投	92	27.9	35.6	33.6	29.3	24.4	18.0	10.1	5.6	11.1
雲嘉南	76	55.2	33.9	31.9	21.8	6.7	19.2	8.9	6.9	3.9
宜花東	27	25.2	27.2	31.5	26.2	13.4	27.8	-	2.6	2.9
高屏	87	43.5	30.3	45.4	34.4	24.7	18.0	11.8	10.2	9.4
金馬澎	4	40.3	40.7	10.1	28.8	23.3	23.6	-	2.2	1.1
年齡										
55-59歲	211	49.4	44.3	37.9	23.8	26.4	20.2	14.4	9.1	9.1
60-64歲	165	33.7	33.8	35.8	20.0	27.5	24.4	5.7	5.7	4.4
65-69歲	117	36.3	33.1	26.2	32.6	14.6	21.2	6.1	7.4	7.6
70-74歲	52	35.1	20.7	31.6	30.1	17.9	20.5	6.7	6.6	3.3
75-79歲	29	25.4	25.5	36.7	22.3	10.7	22.1	7.8	10.5	3.9
80-84歲	27	36.6	21.5	34.7	13.5	4.6	4.7	-	-	-
85歲以上	16	42.1	21.3	34.3	35.9	11.9	11.9	-	11.9	11.9

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 22 跨境消費購買的商品類型(續 1)

單位：人；%

	樣本數	食品	服飾、皮件及鞋類	藥品	健康食品	電器用品	家用用品	通訊/3C及周邊產品	農產品	旅遊
總計	**617**	**39.6**	**34.9**	**34.3**	**24.8**	**21.7**	**20.7**	**8.5**	**7.4**	**6.5**
高齡階段										
高齡初期(老年)	376	42.5	39.7	37.0	22.1	26.9	22.0	10.6	7.6	7.0
高齡中期	198	34.4	28.7	29.2	30.4	14.9	21.2	6.5	7.6	5.9
高齡後期	43	38.7	21.5	34.6	22.0	7.3	7.4	-	4.5	4.5
教育程度										
小學及以下	76	29.1	25.3	31.2	23.3	13.4	19.5	-	4.9	3.8
初中、國中	56	31.7	25.3	38.2	31.0	11.6	17.6	1.6	4.6	1.5
高中、高職	221	41.1	32.4	36.8	20.8	22.8	17.8	6.4	6.1	4.9
專科	89	41.6	46.9	37.9	27.6	22.9	20.2	9.8	5.8	5.0
大學	141	45.0	34.4	29.8	25.9	26.4	25.3	16.8	11.7	11.5
研究所及以上	33	39.1	59.4	29.2	28.8	27.0	31.1	16.0	12.7	15.1
拒答	1	41.4	41.4	-	100.0	-	-	-	-	-
職業										
軍警公教	78	45.0	39.5	37.6	22.1	20.4	25.6	15.2	10.8	10.0
自營商/企業主	53	41.3	38.0	38.2	25.2	28.6	13.0	11.7	6.6	1.9
企業主管/專業人員	97	38.0	40.0	26.5	28.4	21.1	16.6	9.8	6.1	11.2
助理專業人員/技術人員	41	38.8	32.8	22.7	32.8	26.1	27.4	13.9	7.9	8.8
文書事務人員	61	50.0	36.1	46.1	25.5	26.8	17.0	7.8	6.1	4.0
商業買賣/服務人員	94	40.0	36.1	33.7	21.9	18.5	21.9	3.4	8.4	3.9
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	72	26.8	30.8	35.2	23.3	12.3	25.0	3.9	7.7	6.7
農林漁牧礦	25	21.3	9.1	36.1	27.1	6.3	16.9	-	-	7.7
家管	86	44.1	35.2	34.7	19.8	32.1	22.4	7.8	8.8	3.8
無業/待業	4	55.5	18.5	33.3	40.7	-	33.3	-	-	-
拒答	7	33.4	14.4	32.2	45.3	-	-	28.7	-	11.6
健康程度										
健康	508	38.9	37.2	34.0	25.7	23.5	20.7	9.4	7.7	7.1
不健康	90	42.8	26.6	37.2	18.9	12.6	20.4	4.1	5.7	4.3
不知道	18	39.4	13.7	25.4	31.1	17.0	25.2	6.8	9.4	-
拒答	1	92.3	-	92.3	-	-	7.7	-	-	-
居住型態										
與子女同住	173	34.8	29.8	33.4	26.4	20.0	19.9	5.2	3.7	4.8
獨居(1人)	44	41.6	37.2	24.4	22.9	15.3	23.9	8.7	10.2	6.3
和配偶同住	143	40.8	30.4	38.6	27.6	18.4	17.7	7.7	10.8	6.7
其他同住型態	255	42.3	40.5	34.6	22.4	25.5	22.3	11.3	7.6	7.6
拒答	3	-	35.5	-	29.4	35.2	35.2	-	-	-

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 22 跨境消費購買的商品類型(續 2)

單位：人；%

	樣本數	書籍	保養/化妝品	保險	醫療器材	車輛	房屋	裝飾藝術品	菸酒	玩具	拒答
總計	**617**	**6.4**	**6.1**	**5.4**	**4.0**	**3.6**	**2.8**	**2.5**	**1.5**	**1.1**	**2.7**
性別											
男性	261	6.7	1.4	6.7	4.5	5.2	2.7	2.9	2.9	1.8	3.9
女性	356	6.2	9.6	4.5	3.6	2.4	2.9	2.3	0.5	0.6	1.8
縣市別											
新北市	101	8.4	9.9	5.5	3.0	2.1	2.4	4.2	2.8	1.0	2.3
臺北市	129	7.0	6.6	2.1	3.3	0.8	1.7	1.8	2.3	0.9	3.6
桃園市	44	4.1	10.8	6.4	2.0	6.0	2.0	2.1	-	-	-
臺中市	63	12.7	7.2	8.1	12.0	4.1	5.4	3.6	2.2	1.9	2.7
臺南市	42	6.6	5.0	13.2	2.2	7.8	2.1	5.3	2.1	-	2.1
高雄市	70	3.6	2.6	9.4	5.6	9.8	8.4	1.3	-	-	1.3
宜蘭縣	9	11.3	-	-	-	-	-	17.6	-	-	-
新竹縣	15	5.4	-	5.4	-	-	-	-	-	-	6.0
苗栗縣	13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
彰化縣	22	-	-	-	12.1	-	-	-	6.3	5.1	-
南投縣	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
雲林縣	18	-	4.5	12.9	-	-	-	4.9	-	-	5.1
嘉義縣	10	-	9.6	6.7	-	6.7	6.7	-	-	-	6.8
屏東縣	17	6.0	7.4	6.0	-	6.0	-	-	-	-	5.6
臺東縣	6	10.3	11.2	-	-	-	-	-	-	-	-
花蓮縣	12	-	-	-	10.7	-	-	-	-	11.1	16.6
澎湖縣	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
基隆市	12	-	8.1	-	-	-	-	-	-	8.1	-
新竹市	18	20.2	4.2	-	-	5.8	5.8	-	-	-	-
嘉義市	6	-	9.6	-	-	11.8	-	-	-	-	-
金門縣	3	-	-	13.5	-	-	-	14.0	-	-	21.1
連江縣		17.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-
居住地區											
北北基	242	7.2	8.1	3.4	3.0	1.3	1.9	2.7	2.4	1.3	2.9
桃竹苗	89	6.9	6.1	4.0	1.0	4.1	2.1	1.0	-	-	1.0
中彰投	92	8.7	5.0	5.6	11.1	2.8	3.7	2.5	3.0	2.5	1.9
雲嘉南	76	3.6	5.9	11.2	1.2	6.1	2.0	4.1	1.2	-	3.3
宜花東	27	5.9	2.5	-	4.9	-	-	5.6	-	5.0	7.5
高屏	87	4.1	3.5	8.8	4.5	9.1	6.7	1.0	-	-	2.1
金馬澎	4	1.1	-	9.7	-	-	-	10.1	-	-	15.2
年齡											
55-59歲	211	10.2	6.4	6.2	6.2	4.8	5.4	3.8	2.6	0.6	0.8
60-64歲	165	4.0	7.9	5.2	2.1	3.8	1.5	1.7	1.1	1.2	1.7
65-69歲	117	8.4	5.6	5.2	2.2	3.0	-	2.5	-	-	3.8
70-74歲	52	3.5	3.2	3.2	3.4	-	3.2	1.7	1.7	-	6.2
75-79歲	29	-	3.5	7.3	3.9	-	-	-	-	7.7	3.4
80-84歲	27	-	7.7	-	9.3	-	-	4.1	4.6	5.0	4.7
85歲以上	16	-	-	11.9	-	11.9	11.9	-	-	-	12.5

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 22 跨境消費購買的商品類型(續完)

單位：人；%

	樣本數	書籍	保養/化妝品	保險	醫療器材	車輛	房屋	裝飾藝術品	菸酒	玩具	拒答
總計	**617**	**6.4**	**6.1**	**5.4**	**4.0**	**3.6**	**2.8**	**2.5**	**1.5**	**1.1**	**2.7**
高齡階段											
高齡初期(老年)	376	7.5	7.1	5.8	4.4	4.4	3.7	2.9	1.9	0.8	1.2
高齡中期	198	5.9	4.6	5.0	2.7	1.8	0.8	1.9	0.4	1.1	4.4
高齡後期	43	-	4.8	4.5	5.8	4.5	4.5	2.5	2.9	3.1	7.6
教育程度											
小學及以下	76	-	8.7	5.2	-	2.5	4.7	1.2	1.6	1.5	9.4
初中、國中	56	1.6	10.5	3.1	3.1	-	-	6.0	-	2.4	-
高中、高職	221	4.4	5.0	6.7	5.1	5.5	3.2	2.4	0.8	1.4	1.9
專科	89	6.6	7.5	1.0	-	-	1.4	2.7	3.1	-	-
大學	141	11.0	4.1	7.2	7.5	2.9	3.0	2.7	2.6	0.8	2.7
研究所及以上	33	23.2	5.1	5.9	2.8	12.0	4.1	-	-	-	3.7
拒答	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
職業											
軍警公教	78	11.7	3.4	7.3	9.3	6.9	1.8	-	-	-	2.6
自營商/企業主	53	6.6	-	7.9	5.9	-	1.7	-	2.4	-	1.7
企業主管/專業人員	97	10.1	7.0	0.7	2.2	0.7	0.7	2.2	0.9	1.1	3.2
助理專業人員/技術人員	41	3.4	6.9	3.3	-	-	-	11.6	12.2	2.4	-
文書事務人員	61	5.4	8.7	4.9	2.0	5.1	3.7	-	1.4	-	-
商業買賣/服務人員	94	6.0	3.2	6.7	3.4	3.2	2.4	2.3	1.4	2.3	1.6
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	72	-	10.2	7.2	2.4	7.3	4.7	4.6	-	-	4.9
農林漁牧礦	25	-	-	-	5.0	-	-	-	-	5.4	14.7
家管	86	8.2	11.5	8.3	5.3	5.4	7.8	3.8	-	-	2.1
無業/待業	4	-	-	-	-	-	-	-	-	26.0	-
拒答	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
健康程度											
健康	508	7.0	6.4	5.9	3.8	4.2	3.4	2.7	1.4	0.8	2.4
不健康	90	3.0	3.7	3.7	5.8	1.0	-	2.4	-	1.5	4.0
不知道	18	6.8	11.6	-	-	-	-	-	12.3	6.7	4.4
拒答	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
居住型態											
與子女同住	173	3.1	3.9	3.3	3.5	2.1	1.5	0.5	0.7	2.7	3.6
獨居(1人)	44	6.1	11.2	10.2	-	6.5	6.4	3.1	5.1	2.3	2.1
和配偶同住	143	6.3	6.0	5.6	5.2	3.9	2.1	5.0	2.6	0.8	2.5
其他同住型態	255	8.9	6.8	6.0	4.3	3.9	3.5	2.5	0.9	-	2.3
拒答	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 23 跨境消費時發生消費爭議的經驗

單位：人；%

	樣本數	合計	有	沒有
總計	**617**	**100.0**	**6.6**	**93.4**
性別				
男性	261	100.0	7.9	92.1
女性	356	100.0	5.5	94.5
縣市別				
新北市	101	100.0	9.9	90.1
臺北市	129	100.0	6.4	93.6
桃園市	44	100.0	4.2	95.8
臺中市	63	100.0	8.6	91.4
臺南市	42	100.0	5.2	94.8
高雄市	70	100.0	10.2	89.8
宜蘭縣	9	100.0	-	100.0
新竹縣	15	100.0	-	100.0
苗栗縣	13	100.0	9.8	90.2
彰化縣	22	100.0	5.6	94.4
南投縣	7	100.0	-	100.0
雲林縣	18	100.0	-	100.0
嘉義縣	10	100.0	-	100.0
屏東縣	17	100.0	-	100.0
臺東縣	6	100.0	11.2	88.8
花蓮縣	12	100.0	9.8	90.2
澎湖縣	1	100.0	-	100.0
基隆市	12	100.0	7.4	92.6
新竹市	18	100.0	-	100.0
嘉義市	6	100.0	-	100.0
金門縣	3	100.0	14.0	86.0
連江縣		100.0	-	100.0
居住地區				
北北基	242	100.0	7.9	92.1
桃竹苗	89	100.0	3.5	96.5
中彰投	92	100.0	7.2	92.8
雲嘉南	76	100.0	2.9	97.1
宜花東	27	100.0	7.0	93.0
高屏	87	100.0	8.2	91.8
金馬澎	4	100.0	10.1	89.9
年齡				
55-59歲	211	100.0	6.7	93.3
60-64歲	165	100.0	7.2	92.8
65-69歲	117	100.0	4.8	95.2
70-74歲	52	100.0	10.0	90.0
75-79歲	29	100.0	8.1	91.9
80-84歲	27	100.0	4.7	95.3
85歲以上	16	100.0	-	100.0

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

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

附表 23 跨境消費時發生消費爭議的經驗(續)

單位：人；%

	樣本數	合計	有	沒有
總計	**617**	**100.0**	**6.6**	**93.4**
高齡階段				
高齡初期(老年)	376	100.0	6.9	93.1
高齡中期	198	100.0	6.6	93.4
高齡後期	43	100.0	2.9	97.1
教育程度				
小學及以下	76	100.0	4.4	95.6
初中、國中	56	100.0	4.4	95.6
高中、高職	221	100.0	5.2	94.8
專科	89	100.0	6.1	93.9
大學	141	100.0	9.3	90.7
研究所及以上	33	100.0	14.1	85.9
拒答	1	100.0	-	100.0
職業				
軍警公教	78	100.0	11.0	89.0
自營商/企業主	53	100.0	6.0	94.0
企業主管/專業人員	97	100.0	9.5	90.5
助理專業人員/技術人員	41	100.0	6.3	93.7
文書事務人員	61	100.0	7.9	92.1
商業買賣/服務人員	94	100.0	5.3	94.7
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	72	100.0	5.4	94.6
農林漁牧礦	25	100.0	4.8	95.2
家管	86	100.0	2.4	97.6
無業/待業	4	100.0	-	100.0
拒答	7	100.0	-	100.0
健康程度				
健康	508	100.0	6.2	93.8
不健康	90	100.0	9.8	90.2
不知道	18	100.0	-	100.0
拒答	1	100.0	-	100.0
居住型態				
與子女同住	173	100.0	7.8	92.2
獨居(1人)	44	100.0	9.2	90.8
和配偶同住	143	100.0	5.6	94.4
其他同住型態	255	100.0	5.9	94.1
拒答	3	100.0	-	100.0

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

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

附表 24 發生跨境消費爭議的商品類型

單位：人；%

	樣本數	食品	服飾、皮件及鞋類	通訊/3C及周邊產品	電器用品	健康食品	家用用品	旅遊	藥品	裝飾藝術品	農產品	車輛	保養/化妝品
總計	**40**	**26.4**	**20.5**	**14.5**	**12.2**	**9.3**	**7.3**	**6.4**	**5.9**	**3.4**	**2.8**	**2.4**	**2.2**
性別													
男性	21	21.9	18.1	22.5	9.2	6.2	5.8	4.2	5.4	6.7	5.4	4.8	-
女性	20	31.2	23.2	6.1	15.3	12.6	8.9	8.6	6.4	-	-	-	4.5
縣市別													
新北市	10	26.7	22.4	-	31.4	-	8.9	-	-	14.0	-	-	8.9
臺北市	8	32.0	11.0	25.3	10.5	-	10.5	10.7	-	-	-	11.9	-
桃園市	2	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
臺中市	5	-	15.0	25.5	-	22.6	-	31.3	20.7	-	20.7	-	-
臺南市	2	37.0	-	63.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
高雄市	7	25.3	17.5	14.3	12.6	30.3	-	-	17.5	-	-	-	-
苗栗縣	1	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
彰化縣	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
臺東縣	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
花蓮縣	1	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-
基隆市	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
金門縣		-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-
居住地區													
北北基	19	32.3	16.5	10.9	21.0	-	9.2	4.6	-	7.3	-	5.2	4.7
桃竹苗	3	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
中彰投	7	18.3	12.2	20.9	-	18.5	-	25.6	16.9	-	16.9	-	-
雲嘉南	2	37.0	-	63.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
宜花東	2	36.3	-	-	-	-	63.7	-	-	-	-	-	-
高屏	7	25.3	17.5	14.3	12.6	30.3	-	-	17.5	-	-	-	-
金馬澎		-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-
年齡													
55-59歲	14	18.3	26.4	27.9	8.7	17.5	-	-	8.8	9.8	-	-	-
60-64歲	12	29.4	8.5	8.7	23.5	-	14.9	7.5	-	-	-	8.3	7.5
65-69歲	6	30.0	63.5	-	-	6.5	-	14.5	-	-	-	-	-
70-74歲	5	31.7	-	16.8	17.2	17.5	-	16.8	-	-	-	-	-
75-79歲	2	-	-	-	-	-	51.9	-	48.1	-	48.1	-	-
80-84歲	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 24 發生跨境消費爭議的商品類型(續)

單位：人；%

	樣本數	食品	服飾、皮件及鞋類	通訊/3C及周邊產品	電器用品	健康食品	家用用品	旅遊	藥品	裝飾藝術品	農產品	車輛	保養/化妝品
總計	**40**	**26.4**	**20.5**	**14.5**	**12.2**	**9.3**	**7.3**	**6.4**	**5.9**	**3.4**	**2.8**	**2.4**	**2.2**
高齡階段													
高齡初期(老年)	26	23.4	18.3	19.2	15.4	9.5	6.8	3.4	4.8	5.4	-	3.8	3.4
高齡中期	13	25.4	27.0	6.7	6.8	9.7	9.2	12.9	8.5	-	8.5	-	-
高齡後期	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
教育程度													
小學及以下	3	37.8	-	-	-	-	62.2	-	-	-	-	-	-
初中、國中	2	-	85.0	-	-	15.0	-	33.4	51.6	-	-	-	-
高中、高職	12	19.8	29.7	-	42.7	10.9	-	7.7	-	-	-	-	-
專科	5	32.7	-	25.5	-	-	16.1	-	-	25.7	-	-	-
大學	13	20.0	14.0	34.4	-	16.4	-	6.7	8.6	-	8.6	-	-
研究所及以上	5	59.4	21.6	-	-	-	-	-	-	-	-	21.1	19.1
職業													
軍警公教	9	66.2	-	-	-	-	-	10.3	13.1	-	13.1	11.5	10.4
自營商/企業主	3	-	28.6	71.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
企業主管/專業人員	9	15.2	30.9	15.1	9.8	10.0	9.5	9.6	-	-	-	-	-
助理專業人員/技術人員	3	-	-	46.4	-	-	-	-	-	53.6	-	-	-
文書事務人員	5	32.3	-	21.3	20.9	25.5	-	-	-	-	-	-	-
商業買賣/服務人員	5	25.4	24.7	-	42.1	32.4	-	-	-	-	-	-	-
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	4	-	53.5	-	23.4	-	23.0	21.0	32.5	-	-	-	-
農林漁牧礦	1	-	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-
家管	2	39.0	61.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
健康程度													
健康	32	20.3	17.9	15.3	15.5	11.9	6.6	5.6	7.5	4.4	3.5	3.1	2.8
不健康	9	48.4	30.0	11.7	-	-	9.9	9.2	-	-	-	-	-
居住型態													
與子女同住	13	31.2	12.9	7.6	14.2	18.5	9.0	12.6	-	-	-	-	-
獨居(1人)	4	-	22.4	21.5	22.0	-	-	-	-	34.1	-	-	-
和配偶同住	8	42.1	24.1	-	-	11.5	-	11.1	-	-	-	-	11.2
其他同住型態	15	21.1	25.0	26.4	14.0	2.4	11.7	-	15.8	-	7.5	6.6	-

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 25 最常親自購買的商品或服務

單位：人；%

	樣本數	食品	家用用品	服飾	電器用品	藥品	保養/化妝品	假牙	健康食品	通訊/3C及周邊產品
總計	**2489**	**51.3**	**31.8**	**16.1**	**11.4**	**10.3**	**6.0**	**3.0**	**1.5**	**0.8**
性別										
男性	1182	48.3	28.5	12.2	14.6	12.3	0.8	3.1	1.3	1.3
女性	1307	54.0	34.7	19.6	8.4	8.5	10.8	3.0	1.7	0.3
縣市別										
新北市	407	51.5	29.5	17.0	12.7	11.4	7.2	2.5	2.8	1.4
臺北市	314	56.8	37.2	17.8	12.8	11.3	11.3	2.5	2.9	0.5
桃園市	188	52.4	32.8	17.1	11.1	4.1	4.4	1.9	2.0	2.0
臺中市	256	49.5	26.8	17.3	12.6	12.5	6.5	3.2	1.3	1.1
臺南市	208	54.5	32.0	18.7	5.4	8.9	4.8	3.0	1.3	1.1
高雄市	303	52.5	32.6	13.5	11.1	8.6	5.3	3.4	1.2	0.7
宜蘭縣	52	44.8	33.0	14.1	18.9	17.9	4.8	8.7	1.9	-
新竹縣	50	34.2	30.4	18.9	19.0	12.2	10.0	3.8	-	-
苗栗縣	63	53.2	30.7	12.0	5.1	11.8	4.3	3.1	-	-
彰化縣	139	44.8	30.5	13.9	8.9	10.5	1.9	2.9	0.7	-
南投縣	60	47.7	29.7	15.4	11.5	7.9	-	6.2	1.3	-
雲林縣	85	53.7	32.9	17.8	12.0	8.9	3.8	3.9	-	-
嘉義縣	66	54.1	32.8	15.2	8.5	15.4	3.9	5.3	-	-
屏東縣	99	36.0	35.7	15.2	14.3	13.7	3.1	3.9	-	-
臺東縣	25	58.5	36.7	8.5	7.7	17.2	11.8	2.5	-	-
花蓮縣	38	43.1	27.2	18.2	16.5	4.5	3.5	2.2	-	-
澎湖縣	12	54.1	32.2	17.2	22.8	3.8	2.7	4.9	2.7	-
基隆市	42	60.0	27.9	9.5	7.3	10.4	5.3	-	2.3	2.3
新竹市	38	63.7	30.2	10.3	6.0	6.5	6.5	1.8	-	-
嘉義市	28	49.8	37.6	22.9	13.6	4.6	9.3	-	-	-
金門縣	15	49.1	26.0	4.8	7.3	6.0	2.4	-	2.5	-
連江縣	1	30.5	46.1	12.2	15.5	9.2	-	-	-	-
居住地區										
北北基	764	54.2	32.6	16.9	12.5	11.3	8.8	2.3	2.8	1.1
桃竹苗	339	51.1	31.8	15.7	10.6	7.0	5.4	2.4	1.1	1.1
中彰投	455	47.8	28.3	16.0	11.3	11.3	4.3	3.5	1.1	0.6
雲嘉南	387	53.9	32.8	18.2	8.0	9.7	4.7	3.4	0.7	0.6
宜花東	115	47.2	31.9	14.2	15.7	13.3	5.9	5.2	0.8	-
高屏	402	48.4	33.4	13.9	11.9	9.8	4.8	3.5	0.9	0.5
金馬澎	28	50.4	29.5	10.4	14.2	5.2	2.4	2.1	2.4	-
年齡										
55-59歲	684	56.9	39.5	21.0	13.4	8.7	8.1	1.8	0.5	1.6
60-64歲	604	53.3	36.3	17.2	11.2	11.1	8.3	1.5	1.9	0.8
65-69歲	432	53.0	30.0	16.5	13.1	9.4	5.6	4.0	2.7	0.8
70-74歲	253	51.8	29.8	12.5	9.6	9.9	3.7	3.1	1.9	-
75-79歲	228	40.4	23.2	10.0	8.7	13.5	2.6	7.3	0.4	-
80-84歲	149	40.9	14.9	10.9	12.9	12.6	2.0	4.8	2.5	-
85歲以上	140	37.0	15.2	8.4	2.6	10.1	1.4	3.9	1.4	-
高齡階段										
高齡初期(老年)	1288	55.2	38.0	19.2	12.4	9.8	8.2	1.7	1.2	1.2
高齡中期	912	49.5	28.2	13.8	11.0	10.5	4.3	4.6	1.9	0.4
高齡後期	289	39.0	15.0	9.7	7.9	11.4	1.7	4.4	2.0	-

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 25 最常親自購買的商品或服務(續 1)

單位：人；%

	樣本數	食品	家用用品	服飾	電器用品	藥品	保養/化妝品	假牙	健康食品	通訊/3C及周邊產品
總計	**2489**	**51.3**	**31.8**	**16.1**	**11.4**	**10.3**	**6.0**	**3.0**	**1.5**	**0.8**
教育程度										
小學及以下	725	42.6	24.0	12.5	6.3	6.4	3.2	4.1	1.2	-
初中、國中	405	51.1	30.5	15.0	12.5	11.6	5.5	5.5	1.4	0.2
高中、高職	712	50.7	36.8	19.4	12.2	10.5	7.3	1.2	1.5	0.8
專科	257	59.0	36.7	16.2	18.3	13.1	10.1	2.9	2.0	0.4
大學	306	63.2	36.9	17.7	13.4	13.8	7.6	2.2	2.5	2.4
研究所及以上	63	64.4	31.6	23.5	14.8	17.8	4.5	1.4	-	4.9
拒答	19	62.8	19.4	-	11.1	-	-	-	-	7.2
職業										
軍警公教	234	58.8	34.4	16.4	10.1	12.5	6.3	4.3	3.0	1.6
自營商/企業主	182	51.8	31.0	16.5	12.0	10.1	5.7	2.1	2.3	-
企業主管/專業人員	227	58.2	29.3	21.0	14.2	11.7	7.0	1.9	1.4	2.0
助理專業人員/技術人員	132	49.9	41.4	17.3	14.4	10.0	11.2	4.1	-	3.7
文書事務人員	139	60.2	42.7	19.9	10.3	13.5	8.3	0.2	3.3	0.7
商業買賣/服務人員	320	49.0	28.7	18.2	12.9	12.3	7.5	1.0	1.2	0.3
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	522	50.3	26.5	13.7	11.2	10.6	3.4	4.9	1.6	0.4
農林漁牧礦	222	37.2	31.9	8.8	11.8	7.7	0.5	2.6	0.3	-
家管	414	51.9	34.6	18.5	8.4	6.3	9.1	3.8	1.3	0.2
無業/待業	52	56.7	34.6	9.5	9.1	9.7	-	-	-	-
拒答	45	36.0	23.4	8.2	15.1	14.4	4.8	2.4	2.2	3.1
健康程度										
健康	1874	51.6	34.1	16.9	12.0	9.6	6.8	2.6	1.5	0.9
不健康	460	50.7	24.4	13.2	10.8	14.1	3.6	5.0	2.0	0.2
不知道	135	50.6	25.6	17.4	5.7	7.3	4.4	3.2	0.9	-
拒答	20	38.2	24.6	-	6.1	9.3	-	-	-	5.0
居住型態										
與子女同住	787	47.2	26.6	15.9	9.6	9.4	4.9	3.4	0.9	0.6
獨居(1人)	200	45.7	23.2	11.8	9.5	6.9	4.0	4.5	2.7	1.6
和配偶同住	568	53.7	31.8	13.4	11.9	13.1	6.8	2.6	1.4	0.8
其他同住型態	919	54.5	38.1	19.0	13.2	10.0	7.0	2.7	1.9	0.8
拒答	15	48.7	29.9	11.0	-	6.2	-	-	-	-
獲知商品資訊的管道										
報紙	280	57.2	36.8	24.4	15.6	13.9	6.3	2.1	1.7	1.0
廣播電台	89	61.4	31.8	23.3	17.5	17.1	12.0	4.2	0.9	-
電視	633	57.4	37.6	18.7	15.4	15.1	7.9	3.2	2.1	1.1
網路	393	59.7	40.7	21.0	18.6	12.6	11.6	1.4	1.3	2.8
親友推薦	460	56.1	35.6	22.1	18.1	12.8	10.2	1.9	1.3	0.5
鄰居推薦	143	60.0	45.2	16.8	13.5	15.3	8.4	2.9	1.2	-
業者推薦	78	59.5	39.0	26.5	23.7	12.8	14.6	1.8	2.4	-
參加集會或活動	71	58.5	39.1	25.1	25.0	15.8	17.1	1.9	-	-
菜市場	1052	54.8	31.9	16.5	10.9	8.8	7.0	3.6	1.5	0.1
廣告DM/百貨公司(賣場)型錄	1031	56.7	38.0	20.7	15.6	13.4	8.0	1.7	1.7	1.1
超商/超市/量販店	188	58.5	36.4	18.1	6.1	3.9	7.8	3.9	7.8	2.1
雜誌	10	46.0	39.4	8.8	12.6	-	8.8	-	-	-
手機簡訊/電話行銷	3	34.0	66.0	66.0	-	-	-	-	-	-
無明確意見	270	29.3	13.9	8.1	3.5	5.1	2.3	4.1	-	0.5

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 25 最常親自購買的商品或服務(續 2)

單位：人；%

	樣本數	電動代步車	菸酒	輪椅	車輛	運動器材	房屋	登山杖	電動床	拒答
總計	**2489**	**0.7**	**0.6**	**0.3**	**0.3**	**0.3**	**0.1**	**0.1**	**0.0**	**12.7**
性別										
男性	1182	1.1	1.1	0.4	0.4	0.3	-	0.1	0.1	13.5
女性	1307	0.4	0.1	0.3	0.2	0.3	0.1	-	-	12.0
縣市別										
新北市	407	0.5	1.3	-	0.7	0.6	0.4	-	-	10.0
臺北市	314	-	0.3	-	0.3	0.3	-	-	-	7.6
桃園市	188	-	0.5	-	-	0.5	-	-	-	11.5
臺中市	256	0.7	0.9	-	-	-	-	-	-	16.8
臺南市	208	0.9	1.1	1.2	0.4	0.4	-	-	0.4	16.2
高雄市	303	-	0.8	0.3	0.8	-	-	-	-	12.7
宜蘭縣	52	-	-	-	-	-	-	-	-	4.1
新竹縣	50	-	-	-	-	-	-	-	-	6.0
苗栗縣	63	-	-	-	-	-	-	-	-	19.6
彰化縣	139	1.3	-	-	-	-	-	1.0	-	21.2
南投縣	60	4.8	-	-	-	-	-	-	-	18.6
雲林縣	85	1.4	-	3.5	-	1.7	-	-	-	6.1
嘉義縣	66	2.8	-	-	1.0	-	-	-	-	12.4
屏東縣	99	2.0	-	1.0	-	-	-	-	-	13.3
臺東縣	25	-	-	-	-	-	-	-	-	14.6
花蓮縣	38	-	-	-	-	-	-	-	-	22.9
澎湖縣	12	-	-	-	-	-	-	-	-	11.1
基隆市	42	-	-	-	-	-	-	-	-	10.2
新竹市	38	2.2	-	2.2	-	-	-	-	-	13.2
嘉義市	28	2.4	-	-	-	-	-	-	-	14.0
金門縣	15	2.7	-	-	-	-	-	-	-	25.9
連江縣	1	-	3.0	-	-	-	-	-	-	26.2
居住地區										
北北基	764	0.3	0.8	-	0.5	0.4	0.2	-	-	9.0
桃竹苗	339	0.2	0.3	0.2	-	0.3	-	-	-	12.3
中彰投	455	1.4	0.5	-	-	-	-	0.3	-	18.4
雲嘉南	387	1.4	0.6	1.4	0.4	0.6	-	-	0.2	13.2
宜花東	115	-	-	-	-	-	-	-	-	12.6
高屏	402	0.5	0.6	0.5	0.6	-	-	-	-	12.8
金馬澎	28	1.4	0.1	-	-	-	-	-	-	19.7
年齡										
55-59歲	684	-	0.8	-	0.2	0.2	-	0.2	-	4.7
60-64歲	604	0.7	0.5	0.4	0.6	0.3	0.1	-	-	8.5
65-69歲	432	0.3	0.6	0.4	0.6	0.6	-	-	-	11.5
70-74歲	253	0.7	1.1	0.4	-	0.3	0.3	-	0.4	14.3
75-79歲	228	0.8	-	0.4	-	-	-	-	-	25.5
80-84歲	149	2.3	-	-	-	-	-	-	-	26.4
85歲以上	140	3.5	-	1.4	-	-	-	-	-	36.0
高齡階段										
高齡初期(老年)	1288	0.3	0.7	0.2	0.4	0.2	0.1	0.1	-	6.5
高齡中期	912	0.6	0.6	0.4	0.3	0.4	0.1	-	0.1	15.8
高齡後期	289	2.9	-	0.7	-	-	-	-	-	31.1

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 25 最常親自購買的商品或服務(續完)

單位：人；%

	樣本數	電動代步車	菸酒	輪椅	車輛	運動器材	房屋	登山杖	電動床	拒答
總計	**2489**	**0.7**	**0.6**	**0.3**	**0.3**	**0.3**	**0.1**	**0.1**	**0.0**	**12.7**
教育程度										
小學及以下	725	1.1	0.5	0.3	0.2	0.4	0.2	-	-	27.0
初中、國中	405	0.2	-	-	0.5	0.6	-	-	-	10.4
高中、高職	712	1.1	0.6	0.5	0.2	-	-	0.2	-	6.1
專科	257	-	0.3	0.8	0.4	0.3	-	-	-	4.4
大學	306	0.3	1.7	0.3	0.3	0.3	-	-	0.3	5.3
研究所及以上	63	-	-	-	1.3	-	-	-	-	3.8
拒答	19	-	-	-	-	-	-	-	-	26.0
職業										
軍警公教	234	2.0	0.4	-	-	-	-	-	-	4.6
自營商/企業主	182	0.5	0.0	0.5	-	0.4	-	-	-	9.6
企業主管/專業人員	227	0.4	1.3	1.2	0.4	0.4	-	-	0.4	8.2
助理專業人員/技術人員	132	-	4.9	-	1.9	-	-	-	-	8.8
文書事務人員	139	-	-	-	-	-	-	-	-	2.2
商業買賣/服務人員	320	-	0.3	-	0.3	0.2	-	-	-	15.9
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	522	1.0	0.5	0.2	0.2	0.6	0.2	0.3	-	13.8
農林漁牧礦	222	2.2	-	0.9	0.4	-	-	-	-	20.8
家管	414	0.2	-	0.4	0.2	0.2	0.2	-	-	16.0
無業/待業	52	-	-	-	1.3	-	-	-	-	16.4
拒答	45	-	-	-	-	-	-	-	-	25.7
健康程度										
健康	1874	0.3	0.6	0.2	0.4	0.1	0.0	0.1	-	11.3
不健康	460	2.1	0.4	0.4	-	0.8	0.2	-	-	16.9
不知道	135	1.3	0.7	1.4	-	-	-	-	0.7	16.3
拒答	20	-	-	-	-	-	-	-	-	27.4
居住型態										
與子女同住	787	0.6	0.4	0.6	0.1	-	-	-	-	17.1
獨居(1人)	200	2.1	-	-	0.4	0.8	0.4	-	-	20.2
和配偶同住	568	1.0	1.4	0.3	0.2	0.3	-	-	-	11.1
其他同住型態	919	0.3	0.3	0.2	0.6	0.3	0.1	0.1	0.1	8.1
拒答	15	-	-	-	-	-	-	-	-	25.4
獲知商品資訊的管道										
報紙	280	-	0.3	-	0.4	0.3	-	-	-	6.8
廣播電台	89	-	-	-	-	-	0.9	-	-	4.5
電視	633	0.1	1.0	0.4	0.5	0.4	0.1	-	-	6.2
網路	393	0.5	0.9	0.2	0.5	0.5	-	0.3	-	3.5
親友推薦	460	-	0.2	0.2	0.2	0.7	0.2	0.3	-	8.8
鄰居推薦	143	-	-	2.0	-	-	-	-	-	5.8
業者推薦	78	-	-	-	0.9	-	-	-	-	5.1
參加集會或活動	71	-	-	-	-	-	-	-	-	11.1
菜市場	1052	1.0	0.2	0.2	0.3	0.2	0.1	-	0.1	10.9
廣告DM/百貨公司(賣場)型錄	1031	0.4	0.6	0.2	0.1	-	-	-	-	5.6
超商/超市/量販店	188	0.5	2.0	0.5	0.9	0.9	-	-	0.5	7.2
雜誌	10	-	-	-	-	-	-	-	-	10.1
手機簡訊/電話行銷	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
無明確意見	270	0.8	0.4	1.0	-	0.3	-	-	-	42.8

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 26 消費前最希望知道的消費資訊

單位：人；%

	樣本數	商品安全性	商品產地	商品價格	商品成分	製造商	商品作用	購買管道	有效日期	品牌信譽	商品品質	使用方法	拒答
總計	**2489**	**41.0**	**37.3**	**37.0**	**29.7**	**24.3**	**22.3**	**14.6**	**4.7**	**3.1**	**2.4**	**1.1**	**21.1**
性別													
男性	1182	37.1	34.3	33.5	25.0	22.4	20.5	12.5	4.4	3.0	2.7	0.8	22.2
女性	1307	44.5	40.1	40.1	34.0	26.1	23.9	16.5	5.0	3.2	2.2	1.5	20.0
縣市別													
新北市	407	41.6	33.5	35.0	29.2	26.4	24.5	13.1	8.6	7.8	6.1	2.0	18.4
臺北市	314	48.1	42.7	42.8	39.2	29.5	25.8	17.4	6.5	4.1	2.0	1.9	13.8
桃園市	188	36.3	36.9	36.1	30.5	19.8	22.0	15.3	7.0	4.5	2.0	2.5	20.9
臺中市	256	41.2	35.9	36.4	30.4	27.7	21.7	17.6	4.5	0.4	2.3	1.4	22.6
臺南市	208	42.0	38.1	39.6	30.6	25.2	22.2	13.2	4.0	3.4	3.5	-	20.3
高雄市	303	44.5	40.3	40.6	31.3	23.5	20.0	15.8	3.9	3.2	2.6	1.4	20.5
宜蘭縣	52	38.5	54.6	34.3	34.4	34.5	21.9	13.4	3.8	-	1.9	-	11.4
新竹縣	50	34.0	33.1	29.1	20.3	17.1	20.1	8.4	-	-	-	-	22.8
苗栗縣	63	49.9	35.9	38.7	35.7	24.9	16.7	18.4	2.0	1.5	-	-	22.5
彰化縣	139	33.9	33.5	29.5	24.6	19.3	20.5	10.7	2.3	0.7	-	-	29.2
南投縣	60	37.0	39.6	32.9	22.1	15.1	10.9	16.1	3.6	1.5	-	-	30.4
雲林縣	85	24.8	39.8	32.4	20.4	19.0	19.2	7.7	3.9	1.0	1.0	2.1	28.2
嘉義縣	66	33.0	35.2	31.9	23.8	19.8	19.0	9.7	1.0	1.0	-	-	28.9
屏東縣	99	39.4	34.9	34.8	21.5	25.7	26.8	18.7	1.9	1.9	0.9	-	29.1
臺東縣	25	49.3	39.0	46.9	34.4	26.7	27.1	21.2	-	-	-	-	20.9
花蓮縣	38	23.3	20.3	23.5	8.2	15.6	17.2	5.5	7.0	-	-	-	31.6
澎湖縣	12	36.8	25.7	39.0	16.4	19.1	14.5	8.1	2.4	2.7	2.7	-	29.6
基隆市	42	40.1	36.0	40.0	22.9	17.9	20.5	6.9	-	-	-	-	10.1
新竹市	38	57.1	35.0	42.8	40.2	30.5	29.8	21.8	-	-	3.1	-	17.5
嘉義市	28	54.3	46.2	52.0	40.2	19.2	36.8	22.2	-	-	-	-	22.1
金門縣	15	33.8	30.5	17.4	13.9	8.5	13.6	9.3	-	-	-	-	26.3
連江縣	1	44.6	17.2	34.8	9.3	11.6	11.2	14.1	2.6	11.9	-	-	36.5
居住地區													
北北基	764	44.2	37.4	38.5	33.0	27.2	24.8	14.5	7.3	5.8	4.1	1.8	16.1
桃竹苗	339	40.8	35.9	36.3	31.0	21.5	21.6	15.6	4.2	2.8	1.4	1.4	21.1
中彰投	455	38.4	35.7	33.8	27.5	23.5	19.9	15.3	3.7	0.6	1.3	0.8	25.6
雲嘉南	387	37.6	38.6	37.6	27.9	22.5	22.1	12.1	3.2	2.2	2.1	0.5	23.7
宜花東	115	35.8	39.8	33.5	25.7	26.5	21.5	12.5	4.1	-	0.8	-	20.2
高屏	402	43.2	39.0	39.2	28.9	24.0	21.7	16.5	3.4	2.9	2.2	1.1	22.6
金馬澎	28	35.6	27.9	27.3	14.8	13.1	13.9	9.0	1.2	1.7	1.1	-	28.2
年齡													
55-59歲	684	53.1	46.0	48.3	39.1	30.0	27.9	17.7	5.8	2.9	2.5	1.9	7.5
60-64歲	604	45.5	43.7	39.1	35.6	27.6	27.1	17.2	5.0	4.1	3.7	1.2	14.0
65-69歲	432	36.9	35.3	35.4	27.7	24.4	22.5	13.8	4.6	3.7	1.8	0.2	18.6
70-74歲	253	33.8	33.7	31.1	21.6	20.9	19.0	12.8	5.3	2.6	2.3	1.3	27.8
75-79歲	228	27.6	25.7	27.7	18.9	19.3	14.5	10.3	3.7	2.8	2.3	1.8	40.7
80-84歲	149	31.9	21.0	22.1	12.3	16.3	8.6	6.9	4.1	2.6	1.7	-	43.2
85歲以上	140	19.8	16.2	18.8	15.1	4.9	6.3	8.8	-	-	-	-	57.7
高齡階段													
高齡初期(老年)	1288	49.5	44.9	44.0	37.5	28.9	27.5	17.5	5.4	3.5	3.0	1.6	10.5
高齡中期	912	33.7	32.5	32.2	23.8	22.2	19.5	12.6	4.6	3.2	2.1	0.9	26.7
高齡後期	289	26.0	18.7	20.5	13.6	10.8	7.5	7.8	2.1	1.3	0.9	-	50.2
教育程度													
小學及以下	725	24.2	21.5	23.7	14.8	12.2	11.8	7.9	3.2	2.6	1.9	0.9	45.7
初中、國中	405	44.3	42.3	37.4	27.1	29.3	24.0	15.9	4.0	3.7	2.0	0.2	17.4
高中、高職	712	46.5	44.7	39.9	36.3	29.0	24.4	17.4	5.7	3.2	1.7	1.3	10.4
專科	257	56.2	45.3	53.9	42.2	31.0	30.6	19.4	4.7	3.0	3.3	1.3	4.3
大學	306	50.7	42.0	45.6	38.4	26.9	28.3	16.8	7.2	2.8	5.3	2.4	7.5
研究所及以上	63	46.6	53.5	47.5	56.1	41.4	48.9	23.9	5.1	7.9	2.9	2.2	6.4
拒答	19	25.7	19.7	19.2	9.4	15.8	8.6	7.9	-	-	-	-	51.8

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 26 消費前最希望知道的消費資訊(續)

單位：人；%

	樣本數	商品安全性	商品產地	商品價格	商品成分	製造商	商品作用	購買管道	有效日期	品牌信譽	商品品質	使用方法	拒答
總計	**2489**	**41.0**	**37.3**	**37.0**	**29.7**	**24.3**	**22.3**	**14.6**	**4.7**	**3.1**	**2.4**	**1.1**	**21.1**
職業													
軍警公教	234	48.4	40.6	45.9	34.1	27.1	26.7	17.8	5.1	3.2	3.5	1.4	10.1
自營商/企業主	182	43.7	40.5	33.6	31.8	34.4	22.2	16.3	4.8	2.0	1.2	0.5	18.3
企業主管/專業人員	227	52.4	39.2	44.2	34.7	23.9	27.3	13.2	6.3	5.0	3.6	2.0	9.5
助理專業人員/技術人員	132	48.6	40.6	39.7	39.2	35.8	30.0	18.7	9.3	3.4	6.0	2.5	12.8
文書事務人員	139	47.7	45.4	50.7	52.7	31.9	28.2	21.0	11.1	5.1	2.0	3.3	3.1
商業買賣/服務人員	320	42.5	45.1	39.7	30.6	27.3	20.4	14.9	3.5	3.5	2.0	0.3	15.9
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	522	33.4	31.1	31.2	22.4	17.6	18.8	11.1	3.6	3.0	2.5	0.7	29.6
農林漁牧礦	222	25.5	23.9	19.3	13.7	11.5	14.1	6.7	3.2	1.2	1.6	0.4	39.9
家管	414	42.8	39.0	39.8	30.6	26.2	22.3	16.5	4.4	3.4	1.7	1.6	22.4
無業/待業	52	32.7	27.2	35.0	24.9	16.9	21.0	21.2	-	-	2.4	-	43.3
拒答	45	38.5	43.3	27.1	29.0	25.6	28.0	17.8	-	-	-	-	33.5
健康程度													
健康	1874	43.2	41.5	38.5	31.7	27.0	23.7	15.6	4.6	3.2	2.3	1.2	16.5
不健康	460	37.3	26.7	34.6	24.6	16.2	19.1	13.0	5.0	2.7	3.0	1.1	32.6
不知道	135	25.8	17.3	25.9	21.1	16.0	13.7	6.3	5.9	3.9	3.1	0.7	41.3
拒答	20	24.7	27.8	25.7	18.4	19.9	23.9	13.8	-	-	-	5.0	45.3
居住型態													
與子女同住	787	38.0	34.0	33.2	27.3	22.0	18.0	12.7	5.0	3.3	2.3	1.0	25.5
獨居(1人)	200	28.5	23.0	27.4	18.3	15.7	14.8	9.6	3.7	2.8	2.3	0.9	38.8
和配偶同住	568	40.7	38.2	37.6	28.6	24.2	23.0	15.6	4.0	1.8	2.2	1.0	20.1
其他同住型態	919	46.5	42.8	41.7	35.0	28.4	27.1	16.6	5.3	3.9	2.6	1.4	13.9
拒答	15	40.2	33.0	44.1	27.8	14.9	22.0	14.9	-	-	8.3	-	26.4
最常親自購買的商品或服務													
食品	1276	47.7	42.1	43.6	36.4	26.7	25.0	17.2	5.9	3.6	3.0	1.0	14.1
藥品	255	54.7	50.9	46.8	41.7	32.2	34.5	20.3	3.0	4.3	1.7	0.6	11.1
假牙	76	44.6	37.5	38.8	27.5	27.8	17.5	21.6	2.7	4.4	3.2	-	26.0
輪椅	8	22.6	33.4	56.0	22.6	53.4	22.6	22.6	-	-	-	-	23.0
電動代步車	17	10.3	10.2	10.7	10.7	26.5	5.1	16.5	-	-	-	-	51.4
服飾	401	46.9	50.3	47.4	38.0	33.9	31.4	21.0	6.3	4.2	3.4	2.5	10.7
家用用品	791	50.8	44.4	47.0	38.3	32.0	30.9	19.7	4.8	3.9	3.1	1.2	11.6
電器用品	283	56.2	53.1	46.1	37.1	40.1	34.5	23.0	4.3	2.2	1.7	0.7	5.5
保養/化妝品	150	58.5	49.3	47.5	44.5	34.6	30.5	19.5	10.1	6.7	3.7	2.7	8.1
電動床	1	-	100.0	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-
車輛	8	31.9	43.5	31.9	-	11.6	42.2	-	43.8	25.5	42.4	31.9	8.8
房屋	2	100.0	-	-	-	47.2	47.2	-	47.2	47.2	47.2	47.2	-
健康食品	38	34.4	27.9	35.8	33.2	23.4	28.3	13.5	21.3	28.6	16.4	12.8	8.3
通訊/3C及周邊產品	19	26.5	36.0	37.8	23.9	16.3	33.8	5.3	32.6	11.0	11.3	19.6	7.1
菸酒	14	26.5	25.9	39.7	35.9	19.8	30.0	-	53.5	13.7	36.5	16.7	7.5
運動器材	7	25.5	47.3	25.9	25.4	39.2	25.9	25.9	35.2	27.7	-	-	12.0
登山杖	1	-	-	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
拒答	317	20.7	15.1	14.4	9.7	8.1	10.4	5.0	2.3	0.6	1.9	0.7	62.6

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 27 遇過或聽到過周遭親朋好友發生消費爭議的經驗

單位：人；%

	樣本數	合計	有	有，自己親身遇到	有，家人遇到	有聽過周遭親友遇到	都沒有	拒答
總計	**2489**	**100.0**	**23.3**	**4.5**	**1.7**	**17.1**	**74.6**	**2.1**
性別								
男性	1182	100.0	24.6	5.3	1.9	17.4	73.6	1.8
女性	1307	100.0	22.2	3.7	1.6	16.9	75.5	2.3
縣市別								
新北市	407	100.0	24.4	6.8	0.7	16.9	74.1	1.5
臺北市	314	100.0	18.9	2.5	3.2	13.2	78.5	2.6
桃園市	188	100.0	27.0	5.6	0.5	20.9	70.5	2.5
臺中市	256	100.0	28.6	5.5	3.2	19.9	68.0	3.4
臺南市	208	100.0	25.8	5.8	0.9	19.1	73.2	1.0
高雄市	303	100.0	21.8	4.5	0.6	16.7	75.8	2.4
宜蘭縣	52	100.0	34.1	5.9	-	28.2	65.9	-
新竹縣	50	100.0	29.7	4.6	6.8	18.3	68.5	1.8
苗栗縣	63	100.0	27.9	3.9	1.5	22.5	72.1	-
彰化縣	139	100.0	18.9	2.7	1.6	14.6	78.2	2.9
南投縣	60	100.0	21.7	-	1.9	19.8	76.3	2.0
雲林縣	85	100.0	10.3	-	3.3	7.0	87.7	2.0
嘉義縣	66	100.0	15.0	2.7	1.6	10.7	81.4	3.6
屏東縣	99	100.0	20.4	5.1	-	15.3	79.6	-
臺東縣	25	100.0	18.3	2.7	-	15.6	81.7	-
花蓮縣	38	100.0	16.7	3.4	3.2	10.1	80.8	2.5
澎湖縣	12	100.0	26.8	2.7	-	24.1	70.5	2.7
基隆市	42	100.0	29.3	2.5	3.1	23.7	67.9	2.8
新竹市	38	100.0	32.8	7.2	3.1	22.5	65.2	2.0
嘉義市	28	100.0	26.8	-	7.6	19.2	69.9	3.3
金門縣	15	100.0	13.3	2.4	-	10.9	84.6	2.1
連江縣	1	100.0	34.8	7.5	-	27.3	65.2	-
居住地區								
北北基	764	100.0	22.4	4.8	1.9	15.7	75.6	2.0
桃竹苗	339	100.0	28.2	5.3	1.9	21.0	69.9	1.9
中彰投	455	100.0	24.7	3.9	2.5	18.3	72.2	3.1
雲嘉南	387	100.0	20.6	3.6	2.0	15.0	77.5	1.9
宜花東	115	100.0	24.9	4.4	1.0	19.5	74.3	0.8
高屏	402	100.0	21.5	4.7	0.4	16.4	76.7	1.8
金馬澎	28	100.0	20.0	2.7	-	17.3	77.7	2.3
年齡 ***								
55-59歲	684	100.0	30.1	6.7	2.1	21.3	68.0	1.9
60-64歲	604	100.0	28.6	5.5	2.0	21.1	70.6	0.8
65-69歲	432	100.0	19.6	3.8	1.6	14.2	79.5	0.9
70-74歲	253	100.0	18.4	3.1	1.8	13.5	79.2	2.4
75-79歲	228	100.0	16.6	2.4	1.9	12.3	79.3	4.1
80-84歲	149	100.0	14.8	1.7	0.8	12.3	83.0	2.2
85歲以上	140	100.0	7.3	-	-	7.3	84.5	8.2

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

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

附表 27 遇過或聽到過周遭親朋好友發生消費爭議的經驗(續)

單位：人；%

		樣本數	合計	有	有，自己親身遇到	有，家人遇到	有聽過周遭親友遇到	都沒有	拒答
總計		**2489**	**100.0**	**23.3**	**4.5**	**1.7**	**17.1**	**74.6**	**2.1**
高齡階段	***								
高齡初期(老年)		1288	100.0	29.3	6.1	2.0	21.2	69.3	1.4
高齡中期		912	100.0	18.6	3.3	1.7	13.6	79.3	2.1
高齡後期		289	100.0	11.2	0.9	0.4	9.9	83.7	5.1
教育程度	***								
小學及以下		725	100.0	14.7	3.1	0.8	10.8	82.0	3.3
初中、國中		405	100.0	21.7	3.1	1.8	16.8	76.5	1.8
高中、高職		712	100.0	24.3	4.8	1.2	18.3	74.1	1.6
專科		257	100.0	32.8	5.0	2.5	25.3	66.1	1.1
大學		306	100.0	32.7	7.3	3.9	21.5	67.0	0.3
研究所及以上		63	100.0	41.5	10.0	2.8	28.7	55.8	2.7
拒答		19	100.0	5.5	-	5.5	-	76.7	17.8
職業	a								
軍警公教		234	100.0	25.8	5.4	2.7	17.7	72.0	2.2
自營商/企業主		182	100.0	29.6	4.4	1.0	24.2	67.7	2.7
企業主管/專業人員		227	100.0	30.9	5.2	3.1	22.6	69.0	0.1
助理專業人員/技術人員		132	100.0	30.4	7.0	0.7	22.7	68.0	1.6
文書事務人員		139	100.0	29.5	5.3	4.0	20.2	68.7	1.8
商業買賣/服務人員		320	100.0	27.3	5.4	1.0	20.9	71.4	1.3
技術工/機械設備操作或組裝/體力工		522	100.0	19.0	4.1	1.0	13.9	78.3	2.7
農林漁牧礦		222	100.0	18.1	2.5	2.8	12.8	79.6	2.3
家管		414	100.0	17.7	3.1	1.5	13.1	80.3	2.0
無業/待業		52	100.0	19.8	7.2	-	12.6	78.0	2.2
拒答		45	100.0	10.0	3.1	2.3	4.6	81.0	9.0
健康程度	a								
健康		1874	100.0	24.1	4.5	1.8	17.8	74.6	1.3
不健康		460	100.0	22.2	5.2	1.4	15.6	74.2	3.6
不知道		135	100.0	15.8	1.9	1.4	12.5	77.9	6.3
拒答		20	100.0	21.0	0.5	5.2	15.3	64.7	14.3
居住型態	**								
與子女同住		787	100.0	21.0	3.1	1.4	16.5	77.2	1.8
獨居(1人)		200	100.0	18.7	4.1	1.1	13.5	78.3	3.0
和配偶同住		568	100.0	22.8	4.3	2.4	16.1	75.7	1.5
其他同住型態		919	100.0	26.6	5.8	1.6	19.2	71.1	2.3
拒答		15	100.0	25.0	6.7	11.4	6.9	60.4	14.6

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

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

附表 28 遇過哪方面的消費爭議

單位：人；%

	樣本數	品質或保固問題	廣告或標示不實	價格問題	退換貨問題	不當推銷	交貨或服務時間問題	服務態度不佳	偷斤減兩	拒答
總計	**111**	**40.9**	**26.6**	**17.7**	**17.0**	**12.8**	**9.4**	**3.3**	**2.3**	**3.9**
性別										
男性	62	38.1	30.5	21.6	18.4	10.8	8.8	3.1	-	1.6
女性	49	44.5	21.6	12.7	15.2	15.2	10.1	3.7	5.2	6.9
縣市別										
新北市	28	27.8	26.1	17.4	17.7	16.4	13.9	-	9.1	7.4
臺北市	8	73.4	-	24.0	12.5	-	-	-	-	-
桃園市	11	36.6	27.7	31.3	31.3	9.5	-	8.7	-	-
臺中市	14	36.8	37.3	6.2	24.7	12.7	8.6	6.2	-	6.5
臺南市	12	49.3	25.4	7.2	10.0	10.0	16.4	8.2	-	-
高雄市	14	70.6	21.0	6.6	6.6	23.3	6.7	6.6	-	-
宜蘭縣	3	-	50.0	50.0	-	50.0	-	-	-	-
新竹縣	2	-	60.1	-	39.9	-	-	-	-	-
苗栗縣	2	58.1	-	-	58.1	-	41.9	-	-	-
彰化縣	4	47.6	52.4	52.4	-	-	-	-	-	-
嘉義縣	2	-	60.8	-	39.2	-	60.8	-	-	-
屏東縣	5	39.0	16.8	42.8	-	18.2	-	-	-	-
臺東縣	1	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-	-
花蓮縣	1	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
澎湖縣		100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-
基隆市	1	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-
新竹市	3	37.8	-	24.4	37.8	-	-	-	-	-
金門縣		-	-	-	-	-	100.0	-	-	-
連江縣		-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
居住地區										
北北基	37	36.8	22.6	18.3	16.1	12.4	10.5	-	6.9	5.6
桃竹苗	18	35.1	23.8	22.0	37.1	5.5	5.7	5.1	-	-
中彰投	18	39.0	40.5	15.9	19.5	10.0	6.8	4.9	-	5.1
雲嘉南	14	43.1	29.8	6.3	13.7	8.8	21.9	7.1	-	-
宜花東	5	13.7	30.1	43.8	-	30.1	-	-	-	26.1
高屏	19	62.0	19.9	16.4	4.8	21.9	4.9	4.8	-	-
金馬澎	1	41.0	41.0	-	-	-	46.3	-	-	12.7
年齡										
55-59歲	46	36.8	23.2	12.1	14.2	14.5	13.5	-	-	5.6
60-64歲	33	35.5	36.3	17.0	17.1	14.3	6.8	8.4	2.7	-
65-69歲	16	42.6	36.3	16.4	31.6	11.2	-	5.6	10.0	10.6
70-74歲	8	71.5	-	26.9	19.9	-	11.5	-	-	-
75-79歲	5	77.8	18.4	20.4	-	18.4	20.6	-	-	1.8
80-84歲	3	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-
高齡階段										
高齡初期(老年)	79	36.3	28.7	14.2	15.4	14.4	10.7	3.5	1.1	3.2
高齡中期	30	56.7	23.4	19.9	22.7	9.5	6.8	3.1	5.5	6.1
高齡後期	3	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 28 遇過哪方面的消費爭議(續)

單位：人；%

	樣本數	品質或保固問題	廣告或標示不實	價格問題	退換貨問題	不當推銷	交貨或服務時間問題	服務態度不佳	偷斤減兩	拒答
總計	**111**	**40.9**	**26.6**	**17.7**	**17.0**	**12.8**	**9.4**	**3.3**	**2.3**	**3.9**
教育程度										
小學及以下	23	28.9	25.1	27.7	24.5	17.9	1.5	7.9	-	7.7
初中、國中	13	22.6	47.2	8.8	6.4	17.3	9.8	-	-	10.5
高中、高職	34	36.8	31.6	12.5	10.7	19.1	13.2	2.9	5.0	-
專科	13	69.4	37.7	26.1	18.0	-	8.2	-	-	-
大學	22	47.5	9.8	14.7	24.7	6.2	14.5	4.1	3.7	5.9
研究所及以上	6	61.6	-	22.0	16.5	-	-	-	-	-
職業										
軍警公教	13	45.7	7.9	30.6	11.1	-	11.1	-	6.5	17.8
自營商/企業主	8	46.3	12.8	-	-	27.1	12.9	12.4	-	-
企業主管/專業人員	12	53.1	17.6	16.2	37.1	-	17.3	7.8	-	-
助理專業人員/技術人員	9	18.3	34.7	41.5	9.6	31.8	-	-	-	-
文書事務人員	7	43.1	12.0	25.1	19.3	16.6	16.5	-	-	-
商業買賣/服務人員	17	49.7	27.5	12.6	10.8	11.1	-	-	5.1	-
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	22	33.8	46.9	8.2	27.4	23.5	10.6	-	-	3.8
農林漁牧礦	5	35.7	18.2	44.4	18.2	-	-	16.6	-	1.8
家管	13	35.6	32.6	15.0	16.1	7.0	9.7	7.0	6.5	9.7
無業/待業	4	67.2	-	-	-	-	32.8	-	-	-
拒答	1	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-
健康程度										
健康	85	39.1	26.2	19.1	17.1	11.1	10.9	2.1	1.9	2.6
不健康	24	52.0	30.9	14.9	14.9	20.0	5.2	8.0	-	5.2
不知道	3	-	-	-	32.2	-	-	-	35.3	32.5
拒答		-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
居住型態										
與子女同住	25	34.1	27.0	16.0	8.9	18.4	15.5	-	3.3	8.7
獨居(1人)	8	30.9	49.5	-	19.6	-	10.8	11.2	-	11.3
和配偶同住	24	49.5	22.7	22.9	29.0	13.1	3.8	-	3.7	5.4
其他同住型態	53	42.4	25.2	19.2	13.3	12.2	9.1	5.2	1.5	-
拒答	1	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-
獲知商品資訊的管道										
報紙	11	45.0	48.9	34.3	6.0	-	-	-	-	-
廣播電台	4	24.9	49.1	21.3	24.2	54.4	-	-	-	-
電視	25	43.7	32.2	24.5	10.0	17.5	4.9	-	-	0.4
網路	24	57.1	31.7	19.1	19.7	4.2	5.7	-	3.3	-
親友推薦	34	50.4	29.8	19.6	15.0	13.1	10.5	5.7	2.4	3.9
鄰居推薦	11	51.6	47.0	10.0	-	9.2	-	8.9	14.8	-
業者推薦	5	62.7	42.6	19.3	-	22.5	-	-	18.0	-
參加集會或活動	2	100.0	100.0	-	-	52.7	-	-	-	-
菜市場	40	48.8	30.9	13.7	26.5	10.1	8.9	9.2	4.1	5.1
廣告DM/百貨公司(賣場)型錄	55	40.2	27.2	16.6	23.0	12.6	10.6	1.6	3.1	5.5
超商/超市/量販店	8	44.3	45.0	23.6	29.8	22.6	-	12.2	-	-
無明確意見	7	26.5	40.8	12.7	13.6	48.9	-	-	-	-

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 29 發生消費爭議時會尋求的申訴管道

單位：人；%

	樣本數	業者	民間消保團體	政府機關	沒有尋求管道處理	無明確意見
總計	**111**	**41.6**	**14.6**	**8.4**	**35.3**	**3.0**
性別						
男性	62	36.3	14.3	8.8	43.0	1.5
女性	49	48.4	15.1	7.8	25.5	5.0
縣市別						
新北市	28	33.4	-	7.6	56.0	2.9
臺北市	8	36.5	11.5	-	51.9	-
桃園市	11	69.9	7.5	13.1	9.5	-
臺中市	14	37.3	36.5	6.2	35.9	-
臺南市	12	43.6	27.0	-	29.5	-
高雄市	14	49.5	23.1	5.9	21.6	-
宜蘭縣	3	-	-	100.0	-	-
新竹縣	2	-	-	-	60.1	39.9
苗栗縣	2	58.1	-	-	41.9	-
彰化縣	4	73.8	26.2	-	26.2	-
嘉義縣	2	60.8	-	-	39.2	-
屏東縣	5	20.6	18.4	-	42.8	18.2
臺東縣	1	100.0	-	-	-	-
花蓮縣	1	100.0	-	-	-	-
澎湖縣		-	-	-	100.0	-
基隆市	1	-	-	100.0	-	-
新竹市	3	37.8	37.8	-	-	24.4
金門縣		-	-	-	100.0	-
連江縣		-	-	-	100.0	-
居住地區						
北北基	37	33.1	2.5	8.7	53.5	2.2
桃竹苗	18	54.5	10.1	7.7	18.9	8.8
中彰投	18	45.0	34.4	4.9	33.9	-
雲嘉南	14	45.7	23.6	-	30.7	-
宜花東	5	39.8	-	60.2	-	-
高屏	19	41.7	21.8	4.3	27.3	4.9
金馬澎	1	-	-	-	100.0	-
年齡						
55-59歲	46	44.5	14.1	12.4	32.0	-
60-64歲	33	40.2	14.0	8.6	40.0	2.8
65-69歲	16	36.5	21.1	-	31.9	10.5
70-74歲	8	30.0	21.7	10.2	29.7	8.4
75-79歲	5	77.8	-	-	22.2	-
80-84歲	3	-	-	-	100.0	-
高齡階段						
高齡初期(老年)	79	42.7	14.1	10.8	35.4	1.2
高齡中期	30	42.3	17.4	2.7	29.6	8.0
高齡後期	3	-	-	-	100.0	-

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 29 發生消費爭議時會尋求的申訴管道(續)

單位：人；%

	樣本數	業者	民間消保團體	政府機關	沒有尋求管道處理	無明確意見
總計	**111**	**41.6**	**14.6**	**8.4**	**35.3**	**3.0**
教育程度						
小學及以下	23	32.1	15.3	3.9	41.9	10.6
初中、國中	13	10.0	13.0	28.3	41.4	7.3
高中、高職	34	42.6	6.9	7.0	47.5	-
專科	13	69.2	7.1	8.3	15.4	-
大學	22	52.2	24.2	-	28.0	-
研究所及以上	6	39.0	39.0	22.0	-	-
職業						
軍警公教	13	32.1	22.5	11.0	42.2	-
自營商/企業主	8	28.4	47.2	-	24.3	-
企業主管/專業人員	12	56.8	16.6	9.1	17.5	-
助理專業人員/技術人員	9	33.8	17.7	33.2	15.2	-
文書事務人員	7	58.2	16.5	12.0	13.3	-
商業買賣/服務人員	17	37.4	5.1	9.7	47.5	5.3
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	22	25.6	3.8	5.7	56.9	8.0
農林漁牧礦	5	37.3	16.6	-	46.1	-
家管	13	61.9	7.0	-	25.9	5.3
無業/待業	4	67.2	-	-	32.8	-
拒答	1	100.0	100.0	-	-	-
健康程度						
健康	85	45.7	14.9	9.0	34.2	-
不健康	24	28.0	15.3	7.1	39.1	10.5
不知道	3	32.2	-	-	35.3	32.5
拒答		-	-	-	100.0	-
居住型態						
與子女同住	25	28.7	15.3	-	48.9	7.1
獨居(1人)	8	39.0	37.5	31.7	19.6	-
和配偶同住	24	59.3	11.7	-	33.1	-
其他同住型態	53	40.7	12.5	12.7	31.2	3.0
拒答	1	-	-	-	100.0	-
消費爭議情形						
價格問題	20	45.1	5.0	14.7	36.8	3.4
品質或保固問題	45	49.6	17.7	4.5	28.2	-
廣告或標示不實	30	51.7	16.6	14.7	27.9	-
不當推銷	14	24.6	-	10.7	58.2	6.5
退換貨問題	19	50.4	9.8	-	35.0	4.8
交貨或服務時間問題	10	38.0	11.7	11.8	38.4	-
服務態度不佳	4	24.8	75.2	-	-	-
偷斤減兩	3	32.4	-	-	67.6	-
拒答	4	30.1	-	-	51.3	18.7

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 30 政府有提供「消費者保護專線」知曉度

單位：人；%

	樣本數	合計	知道	不知道	無明確意見
總計	**2489**	**100.0**	**52.7**	**47.2**	**0.1**
性別					
男性	1182	100.0	54.4	45.5	0.1
女性	1307	100.0	51.2	48.8	-
縣市別					
新北市	407	100.0	52.0	48.0	-
臺北市	314	100.0	54.9	45.1	-
桃園市	188	100.0	52.9	47.1	-
臺中市	256	100.0	54.9	45.1	-
臺南市	208	100.0	51.0	49.0	-
高雄市	303	100.0	55.9	43.7	0.4
宜蘭縣	52	100.0	56.9	43.1	-
新竹縣	50	100.0	52.4	47.6	-
苗栗縣	63	100.0	48.2	51.8	-
彰化縣	139	100.0	53.8	46.2	-
南投縣	60	100.0	40.3	59.7	-
雲林縣	85	100.0	53.2	46.8	-
嘉義縣	66	100.0	47.1	52.9	-
屏東縣	99	100.0	53.0	47.0	-
臺東縣	25	100.0	45.9	54.1	-
花蓮縣	38	100.0	56.3	43.7	-
澎湖縣	12	100.0	36.8	63.2	-
基隆市	42	100.0	52.7	47.3	-
新竹市	38	100.0	46.4	53.6	-
嘉義市	28	100.0	49.3	50.7	-
金門縣	15	100.0	48.9	51.1	-
連江縣	1	100.0	49.1	50.9	-
居住地區					
北北基	764	100.0	53.3	46.7	-
桃竹苗	339	100.0	51.2	48.8	-
中彰投	455	100.0	52.6	47.4	-
雲嘉南	387	100.0	50.7	49.3	-
宜花東	115	100.0	54.3	45.7	-
高屏	402	100.0	55.2	44.5	0.3
金馬澎	28	100.0	43.8	56.2	-
年齡 **a**					
55-59歲	684	100.0	63.7	36.3	-
60-64歲	604	100.0	60.2	39.8	-
65-69歲	432	100.0	54.4	45.6	-
70-74歲	253	100.0	48.1	51.9	-
75-79歲	228	100.0	35.0	65.0	-
80-84歲	149	100.0	29.0	70.1	0.9
85歲以上	140	100.0	23.9	76.1	-

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

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

附表 30 政府有提供「消費者保護專線」知曉度(續)

單位：人；%

	樣本數	合計	知道	不知道	無明確意見
總計	**2489**	**100.0**	**52.7**	**47.2**	**0.1**
高齡階段 a					
高齡初期(老年)	1288	100.0	62.1	37.9	-
高齡中期	912	100.0	47.8	52.2	-
高齡後期	289	100.0	26.5	73.0	0.5
教育程度 a					
小學及以下	725	100.0	29.9	70.1	-
初中、國中	405	100.0	51.5	48.2	0.3
高中、高職	712	100.0	63.1	36.9	-
專科	257	100.0	72.3	27.7	-
大學	306	100.0	64.0	36.0	-
研究所及以上	63	100.0	76.7	23.3	-
拒答	19	100.0	34.4	65.6	-
職業 a					
軍警公教	234	100.0	64.7	35.3	-
自營商/企業主	182	100.0	60.7	39.3	-
企業主管/專業人員	227	100.0	66.9	33.1	-
助理專業人員/技術人員	132	100.0	56.6	43.4	-
文書事務人員	139	100.0	69.0	31.0	-
商業買賣/服務人員	320	100.0	59.1	40.9	-
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	522	100.0	44.5	55.5	-
農林漁牧礦	222	100.0	32.5	67.5	-
家管	414	100.0	47.2	52.8	-
無業/待業	52	100.0	39.8	60.2	-
拒答	45	100.0	40.8	56.3	2.9
健康程度 a					
健康	1874	100.0	56.9	43.0	0.1
不健康	460	100.0	42.5	57.5	-
不知道	135	100.0	33.5	66.5	-
拒答	20	100.0	25.8	74.2	-
居住型態 a					
與子女同住	787	100.0	49.5	50.5	-
獨居(1人)	200	100.0	43.2	56.8	-
和配偶同住	568	100.0	51.4	48.6	-
其他同住型態	919	100.0	58.8	41.1	0.1
拒答	15	100.0	31.2	68.8	-

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

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

附表 31 政府提供的全國消費者服務專線是多少

單位：人；%

	樣本數	合計	專線是1950	忘記專線	無明確意見
總計	**1312**	**100.0**	**2.1**	**91.4**	**6.5**
性別					
男性	643	100.0	2.5	89.6	7.9
女性	670	100.0	1.7	93.1	5.2
縣市別 a					
新北市	212	100.0	0.4	96.0	3.6
臺北市	173	100.0	2.5	88.9	8.6
桃園市	99	100.0	1.9	91.4	6.7
臺中市	141	100.0	3.6	92.2	4.2
臺南市	106	100.0	0.8	84.1	15.1
高雄市	169	100.0	1.0	89.9	9.1
宜蘭縣	29	100.0	13.5	86.5	-
新竹縣	26	100.0	-	86.5	13.5
苗栗縣	30	100.0	3.4	87.5	9.1
彰化縣	75	100.0	4.1	91.2	4.7
南投縣	24	100.0	6.8	88.4	4.8
雲林縣	45	100.0	-	100.0	-
嘉義縣	31	100.0	-	95.6	4.4
屏東縣	52	100.0	-	98.4	1.6
臺東縣	12	100.0	-	85.7	14.3
花蓮縣	21	100.0	-	100.0	-
澎湖縣	4	100.0	11.3	88.7	-
基隆市	22	100.0	5.8	94.2	-
新竹市	18	100.0	5.9	77.7	16.4
嘉義市	14	100.0	-	92.7	7.3
金門縣	7	100.0	-	91.0	9.0
連江縣	1	100.0	-	100.0	-
居住地區 a					
北北基	407	100.0	1.6	92.9	5.5
桃竹苗	173	100.0	2.3	88.6	9.1
中彰投	240	100.0	4.1	91.5	4.4
雲嘉南	196	100.0	0.4	90.2	9.4
宜花東	62	100.0	6.4	91.0	2.6
高屏	222	100.0	0.8	91.9	7.3
金馬澎	12	100.0	4.0	90.7	5.3
年齡					
55-59歲	436	100.0	1.9	90.0	8.1
60-64歲	363	100.0	1.9	93.3	4.8
65-69歲	235	100.0	1.5	93.3	5.2
70-74歲	121	100.0	4.8	87.7	7.5
75-79歲	80	100.0	1.2	91.0	7.8
80-84歲	43	100.0	-	88.3	11.7
85歲以上	33	100.0	5.6	94.4	-

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

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

附表 31 政府提供的全國消費者服務專線是多少(續)

單位：人；%

	樣本數	合計	專線是1950	忘記專線	無明確意見
總計	**1312**	**100.0**	**2.1**	**91.4**	**6.5**
高齡階段					
高齡初期(老年)	800	100.0	1.9	91.5	6.6
高齡中期	436	100.0	2.4	91.3	6.3
高齡後期	77	100.0	2.5	90.9	6.6
教育程度					
小學及以下	217	100.0	1.1	93.8	5.1
初中、國中	209	100.0	1.8	92.1	6.1
高中、高職	449	100.0	1.4	92.8	5.8
專科	186	100.0	3.9	88.4	7.7
大學	196	100.0	2.4	88.7	8.9
研究所及以上	48	100.0	5.8	88.3	5.9
拒答	7	100.0	-	80.9	19.1
職業					
軍警公教	151	100.0	4.4	92.5	3.1
自營商/企業主	110	100.0	-	94.6	5.4
企業主管/專業人員	151	100.0	3.6	90.8	5.6
助理專業人員/技術人員	75	100.0	-	96.3	3.7
文書事務人員	96	100.0	2.3	85.4	12.3
商業買賣/服務人員	189	100.0	2.9	86.6	10.5
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	232	100.0	2.1	93.0	4.9
農林漁牧礦	72	100.0	2.3	93.8	3.9
家管	196	100.0	0.6	92.4	7.0
無業/待業	21	100.0	-	89.2	10.8
拒答	18	100.0	-	88.9	11.1
健康程度					
健康	1067	100.0	2.3	90.5	7.2
不健康	195	100.0	1.5	93.8	4.7
不知道	45	100.0	-	100.0	-
拒答	5	100.0	-	100.0	-
居住型態					
與子女同住	389	100.0	2.0	90.0	8.0
獨居(1人)	86	100.0	4.5	90.2	5.3
和配偶同住	292	100.0	2.1	92.9	5.0
其他同住型態	540	100.0	1.8	91.7	6.5
拒答	5	100.0	-	100.0	-

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

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

附表 32 主管機關訂有「定型化契約範本」供消費者參考知曉度

單位：人；%

	樣本數	合計	知道	不知道	無明確意見
總計	**2489**	**100.0**	**21.1**	**78.8**	**0.1**
性別 a					
男性	1182	100.0	25.2	74.7	0.1
女性	1307	100.0	17.5	82.5	-
縣市別					
新北市	407	100.0	23.5	76.5	-
臺北市	314	100.0	31.6	68.4	-
桃園市	188	100.0	19.6	80.4	-
臺中市	256	100.0	18.9	81.1	-
臺南市	208	100.0	17.8	82.2	-
高雄市	303	100.0	19.0	80.6	0.4
宜蘭縣	52	100.0	29.8	70.2	-
新竹縣	50	100.0	24.3	75.7	-
苗栗縣	63	100.0	14.1	85.9	-
彰化縣	139	100.0	20.7	79.3	-
南投縣	60	100.0	9.8	90.2	-
雲林縣	85	100.0	17.0	83.0	-
嘉義縣	66	100.0	23.6	76.4	-
屏東縣	99	100.0	13.2	86.8	-
臺東縣	25	100.0	20.7	79.3	-
花蓮縣	38	100.0	11.7	88.3	-
澎湖縣	12	100.0	22.8	77.2	-
基隆市	42	100.0	20.8	79.2	-
新竹市	38	100.0	18.3	81.7	-
嘉義市	28	100.0	28.2	71.8	-
金門縣	15	100.0	13.1	86.9	-
連江縣	1	100.0	18.5	81.5	-
居住地區 a					
北北基	764	100.0	26.7	73.3	-
桃竹苗	339	100.0	19.1	80.9	-
中彰投	455	100.0	18.2	81.8	-
雲嘉南	387	100.0	19.3	80.7	-
宜花東	115	100.0	21.8	78.2	-
高屏	402	100.0	17.6	82.1	0.3
金馬澎	28	100.0	17.4	82.6	-
年齡 a					
55-59歲	684	100.0	29.4	70.6	-
60-64歲	604	100.0	25.2	74.8	-
65-69歲	432	100.0	18.3	81.7	-
70-74歲	253	100.0	15.9	84.1	-
75-79歲	228	100.0	12.2	87.8	-
80-84歲	149	100.0	10.5	88.6	0.9
85歲以上	140	100.0	7.8	92.2	-

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

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

附表 32 主管機關訂有「定型化契約範本」供消費者參考知曉度(續)

單位：人；%

	樣本數	合計	知道	不知道	無明確意見
總計	**2489**	**100.0**	**21.1**	**78.8**	**0.1**
高齡階段 a					
高齡初期(老年)	1288	100.0	27.4	72.6	-
高齡中期	912	100.0	16.1	83.9	-
高齡後期	289	100.0	9.2	90.3	0.5
教育程度 a					
小學及以下	725	100.0	7.7	92.3	-
初中、國中	405	100.0	12.8	86.9	0.3
高中、高職	712	100.0	22.9	77.1	-
專科	257	100.0	37.3	62.7	-
大學	306	100.0	40.5	59.5	-
研究所及以上	63	100.0	53.4	46.6	-
拒答	19	100.0	11.1	88.9	-
職業 a					
軍警公教	234	100.0	31.5	68.5	-
自營商/企業主	182	100.0	27.8	72.2	-
企業主管/專業人員	227	100.0	38.2	61.8	-
助理專業人員/技術人員	132	100.0	32.4	67.6	-
文書事務人員	139	100.0	35.2	64.8	-
商業買賣/服務人員	320	100.0	20.9	79.1	-
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	522	100.0	12.9	87.1	-
農林漁牧礦	222	100.0	11.5	88.5	-
家管	414	100.0	12.4	87.6	-
無業/待業	52	100.0	9.1	90.9	-
拒答	45	100.0	19.2	77.9	2.9
健康程度 a					
健康	1874	100.0	23.8	76.1	0.1
不健康	460	100.0	13.3	86.7	-
不知道	135	100.0	13.5	86.5	-
拒答	20	100.0	5.0	95.0	-
居住型態 a					
與子女同住	787	100.0	18.0	82.0	-
獨居(1人)	200	100.0	17.6	82.4	-
和配偶同住	568	100.0	20.7	79.3	-
其他同住型態	919	100.0	25.1	74.8	0.1
拒答	15	100.0	11.0	89.0	-

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

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

附表 33 舉辦高齡者消費知識相關教育活動之需要程度

單位：人；%

	樣本數	合計	需要	非常需要	還算需要	不需要	不太需要	非常不需要	無明確意見
總計	**2489**	**100.0**	**55.0**	**21.9**	**33.1**	**36.4**	**32.0**	**4.4**	**8.6**
性別									
男性	1182	100.0	55.4	22.5	32.9	36.9	32.2	4.7	7.7
女性	1307	100.0	54.6	21.2	33.4	36.0	31.8	4.2	9.4
縣市別									
新北市	407	100.0	52.8	19.7	33.1	37.5	33.2	4.3	9.7
臺北市	314	100.0	56.4	16.3	40.1	39.2	33.6	5.6	4.4
桃園市	188	100.0	50.6	21.2	29.4	39.5	35.3	4.2	9.9
臺中市	256	100.0	57.5	28.2	29.3	33.7	30.0	3.7	8.8
臺南市	208	100.0	52.2	21.4	30.8	35.9	30.3	5.6	11.9
高雄市	303	100.0	59.3	26.1	33.2	32.5	29.3	3.2	8.2
宜蘭縣	52	100.0	76.3	25.8	50.5	19.2	19.2	-	4.5
新竹縣	50	100.0	44.2	11.4	32.8	52.4	46.5	5.9	3.4
苗栗縣	63	100.0	55.8	20.6	35.2	34.7	31.0	3.7	9.5
彰化縣	139	100.0	50.2	19.7	30.5	40.3	34.5	5.8	9.5
南投縣	60	100.0	48.0	16.9	31.1	43.4	42.1	1.3	8.6
雲林縣	85	100.0	61.3	28.0	33.3	30.7	24.8	5.9	8.0
嘉義縣	66	100.0	56.7	24.9	31.8	34.3	28.3	6.0	9.0
屏東縣	99	100.0	60.5	22.3	38.2	30.0	25.0	5.0	9.5
臺東縣	25	100.0	51.3	33.2	18.1	32.8	32.8	-	15.9
花蓮縣	38	100.0	45.7	15.6	30.1	43.0	37.5	5.5	11.3
澎湖縣	12	100.0	43.3	5.1	38.2	47.6	40.8	6.8	9.1
基隆市	42	100.0	44.9	22.7	22.2	45.6	42.8	2.8	9.5
新竹市	38	100.0	59.6	27.9	31.7	35.9	25.9	10.0	4.5
嘉義市	28	100.0	58.4	28.6	29.8	33.3	33.3	-	8.3
金門縣	15	100.0	52.2	11.0	41.2	35.5	35.5	-	12.3
連江縣	1	100.0	71.5	46.8	24.7	23.1	23.1	-	5.4
居住地區									
北北基	764	100.0	53.8	18.4	35.4	38.7	33.9	4.8	7.5
桃竹苗	339	100.0	51.6	20.4	31.2	40.1	35.1	5.0	8.3
中彰投	455	100.0	54.0	24.1	29.9	37.0	33.0	4.0	9.0
雲嘉南	387	100.0	55.4	23.9	31.5	34.4	29.0	5.4	10.2
宜花東	115	100.0	60.7	24.0	36.7	30.1	28.3	1.8	9.2
高屏	402	100.0	59.5	25.1	34.4	32.0	28.3	3.7	8.5
金馬澎	28	100.0	49.4	10.2	39.2	40.0	37.1	2.9	10.6
年齡 ***									
55-59歲	684	100.0	60.7	25.0	35.7	34.9	30.3	4.6	4.4
60-64歲	604	100.0	60.5	24.5	36.0	32.7	28.0	4.7	6.8
65-69歲	432	100.0	55.2	21.5	33.7	36.1	32.5	3.6	8.7
70-74歲	253	100.0	51.8	19.7	32.1	40.0	36.7	3.3	8.2
75-79歲	228	100.0	51.0	18.6	32.4	37.1	33.4	3.7	11.9
80-84歲	149	100.0	38.9	15.8	23.1	42.8	36.0	6.8	18.3
85歲以上	140	100.0	32.1	11.8	20.3	46.8	41.1	5.7	21.1

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

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

附表 33 舉辦高齡者消費知識相關教育活動之需要程度(續)

單位：人；%

	樣本數	合計	需要	非常需要	還算需要	不需要	不太需要	非常不需要	無明確意見
總計	**2489**	**100.0**	**55.0**	**21.9**	**33.1**	**36.4**	**32.0**	**4.4**	**8.6**
高齡階段 ***									
高齡初期(老年)	1288	100.0	60.6	24.8	35.8	33.8	29.2	4.6	5.6
高齡中期	912	100.0	53.1	20.2	32.9	37.4	33.9	3.5	9.5
高齡後期	289	100.0	35.5	13.8	21.7	44.8	38.5	6.3	19.7
教育程度 ***									
小學及以下	725	100.0	40.9	15.8	25.1	41.6	36.8	4.8	17.5
初中、國中	405	100.0	56.3	19.6	36.7	35.2	30.2	5.0	8.5
高中、高職	712	100.0	63.5	26.4	37.1	32.7	29.4	3.3	3.8
專科	257	100.0	62.2	28.6	33.6	34.2	32.2	2.0	3.6
大學	306	100.0	62.0	23.1	38.9	34.8	28.4	6.4	3.2
研究所及以上	63	100.0	57.7	26.1	31.6	42.3	37.8	4.5	-
拒答	19	100.0	29.7	5.5	24.2	37.8	18.5	19.3	32.5
職業 ***									
軍警公教	234	100.0	63.1	28.6	34.5	32.6	29.5	3.1	4.3
自營商/企業主	182	100.0	56.7	31.8	24.9	37.7	36.7	1.0	5.6
企業主管/專業人員	227	100.0	59.6	22.6	37.0	35.4	28.4	7.0	5.0
助理專業人員/技術人員	132	100.0	66.0	21.9	44.1	31.0	27.9	3.1	3.0
文書事務人員	139	100.0	60.3	24.4	35.9	37.2	34.1	3.1	2.5
商業買賣/服務人員	320	100.0	59.0	24.3	34.7	36.1	31.8	4.3	4.9
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	522	100.0	52.8	20.5	32.3	35.8	30.4	5.4	11.4
農林漁牧礦	222	100.0	44.9	13.9	31.0	40.9	37.7	3.2	14.2
家管	414	100.0	50.7	19.0	31.7	38.4	33.2	5.2	10.9
無業/待業	52	100.0	45.3	12.3	33.0	34.7	31.1	3.6	20.0
拒答	45	100.0	31.9	10.0	21.9	40.2	31.1	9.1	27.9
健康程度 ***									
健康	1874	100.0	57.3	23.0	34.3	36.4	31.9	4.5	6.3
不健康	460	100.0	50.4	19.7	30.7	36.9	32.4	4.5	12.7
不知道	135	100.0	41.0	11.3	29.7	36.2	33.9	2.3	22.8
拒答	20	100.0	38.0	29.0	9.0	25.1	19.3	5.8	36.9
居住型態 ***									
與子女同住	787	100.0	52.2	20.4	31.8	38.0	33.1	4.9	9.8
獨居(1人)	200	100.0	47.9	17.6	30.3	37.2	30.1	7.1	14.9
和配偶同住	568	100.0	57.0	22.2	34.8	35.3	31.7	3.6	7.7
其他同住型態	919	100.0	58.0	23.9	34.1	35.7	31.9	3.8	6.3
拒答	15	100.0	31.5	13.3	18.2	28.3	13.6	14.7	40.2

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

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

附表 34 最需要加強的教育主題(議題)

單位：人；%

	樣本數	合計	食品安全	安養照護	用藥安全	消費詐騙	消保基本觀念	消費爭議諮詢及申訴	運動健身
總計	**1369**	**100.0**	**24.8**	**17.4**	**14.3**	**13.6**	**5.9**	**4.7**	**2.9**
性別 ***									
男性	655	100.0	22.7	12.6	14.7	13.0	7.4	5.0	3.5
女性	713	100.0	26.7	21.8	14.0	14.2	4.4	4.5	2.4
縣市別									
新北市	215	100.0	25.1	18.3	13.3	12.9	7.1	3.6	2.7
臺北市	177	100.0	25.0	25.5	11.5	13.9	6.5	2.4	2.0
桃園市	95	100.0	23.1	12.9	13.7	10.7	9.8	5.5	5.1
臺中市	147	100.0	27.1	15.5	18.5	9.2	4.8	7.5	4.5
臺南市	109	100.0	27.9	19.3	13.8	12.6	2.9	4.4	3.0
高雄市	179	100.0	25.6	15.5	19.2	14.6	4.0	4.5	3.4
宜蘭縣	39	100.0	27.2	27.0	10.6	12.7	7.7	8.8	-
新竹縣	22	100.0	24.6	7.6	-	34.8	14.3	-	-
苗栗縣	35	100.0	14.2	16.9	11.4	15.6	6.2	2.6	5.9
彰化縣	70	100.0	23.7	12.0	17.3	14.0	2.9	5.7	-
南投縣	29	100.0	20.6	4.6	14.9	8.7	15.5	13.6	2.9
雲林縣	52	100.0	15.6	23.5	14.4	12.5	3.7	4.5	5.5
嘉義縣	38	100.0	23.5	21.6	12.4	12.6	4.2	2.6	1.8
屏東縣	60	100.0	30.5	8.2	9.2	22.5	3.2	1.4	4.9
臺東縣	13	100.0	43.9	26.0	12.7	-	5.3	6.8	-
花蓮縣	17	100.0	19.5	5.0	12.3	22.8	-	-	-
澎湖縣	5	100.0	35.5	18.4	24.2	-	-	6.2	-
基隆市	19	100.0	24.9	22.7	5.1	23.7	11.8	6.9	-
新竹市	23	100.0	16.9	15.3	20.2	11.8	10.3	7.0	-
嘉義市	16	100.0	12.7	15.7	25.1	21.1	5.5	11.5	-
金門縣	8	100.0	32.1	13.6	4.8	15.3	-	9.9	-
連江縣	1	100.0	22.0	12.4	15.7	-	21.3	4.7	-
居住地區									
北北基	411	100.0	25.1	21.6	12.2	13.8	7.0	3.2	2.3
桃竹苗	175	100.0	20.7	13.3	12.3	14.9	9.7	4.4	4.0
中彰投	246	100.0	25.4	13.2	17.7	10.5	5.5	7.7	3.0
雲嘉南	214	100.0	23.0	20.5	14.6	13.2	3.5	4.7	3.2
宜花東	70	100.0	28.4	21.3	11.4	12.9	5.3	6.3	-
高屏	239	100.0	26.8	13.7	16.7	16.6	3.8	3.7	3.8
金馬澎	14	100.0	32.6	15.3	12.7	8.6	1.4	8.2	-
年齡 a									
55-59歲	416	100.0	25.3	16.7	13.0	17.7	7.4	4.7	1.3
60-64歲	365	100.0	25.0	19.5	11.5	11.0	7.1	5.9	3.3
65-69歲	238	100.0	26.4	13.4	15.0	14.8	3.7	6.2	3.6
70-74歲	131	100.0	26.0	22.8	16.8	12.3	3.9	3.3	1.8
75-79歲	116	100.0	18.2	20.5	15.4	10.3	6.6	1.7	4.9
80-84歲	58	100.0	19.7	12.7	23.9	9.8	3.6	3.6	6.6
85歲以上	45	100.0	30.0	11.1	22.8	8.8	-	-	4.4
高齡階段 a									
高齡初期(老年)	781	100.0	25.1	18.0	12.3	14.5	7.2	5.3	2.2
高齡中期	485	100.0	24.3	17.6	15.6	13.1	4.4	4.3	3.4
高齡後期	103	100.0	24.2	12.0	23.4	9.4	2.0	2.0	5.6

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

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

附表 34 最需要加強的教育主題(議題)(續 1)

單位：人；%

	樣本數	合計	食品安全	安養照護	用藥安全	消費詐騙	消保基本觀念	消費爭議諮詢及申訴	運動健身
總計	**1369**	**100.0**	**24.8**	**17.4**	**14.3**	**13.6**	**5.9**	**4.7**	**2.9**
教育程度 a									
小學及以下	296	100.0	21.9	16.6	15.7	14.7	2.7	3.3	4.2
初中、國中	228	100.0	21.6	22.0	14.4	13.6	6.1	4.3	2.4
高中、高職	452	100.0	26.9	18.5	13.2	14.6	6.6	4.0	2.5
專科	160	100.0	26.0	14.6	11.9	10.4	8.0	9.8	2.8
大學	190	100.0	28.0	15.4	16.3	11.5	6.2	5.5	3.1
研究所及以上	36	100.0	22.1	7.7	13.9	20.3	10.1	1.8	-
拒答	6	100.0	10.4	-	34.8	-	-	-	-
職業									
軍警公教	148	100.0	28.5	11.8	17.1	13.0	4.7	5.8	3.6
自營商/企業主	103	100.0	25.0	22.7	17.2	5.5	6.0	9.4	1.8
企業主管/專業人員	135	100.0	24.7	16.8	10.9	16.7	6.8	4.6	3.3
助理專業人員/技術人員	87	100.0	17.1	23.6	17.5	14.0	5.2	8.1	2.6
文書事務人員	84	100.0	25.9	21.2	2.6	13.7	11.6	4.4	1.3
商業買賣/服務人員	189	100.0	27.7	17.0	17.4	13.2	4.2	3.8	2.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	275	100.0	23.0	15.6	12.6	13.8	6.7	4.1	3.4
農林漁牧礦	100	100.0	16.3	16.2	16.3	13.5	6.0	3.2	3.9
家管	210	100.0	26.5	19.7	15.8	16.3	4.3	2.8	3.2
無業/待業	24	100.0	36.9	12.5	11.1	8.0	8.0	4.4	3.5
拒答	14	100.0	35.9	5.4	6.9	20.1	-	5.6	-
健康程度 a									
健康	1074	100.0	26.3	16.2	14.1	13.8	6.6	5.2	2.8
不健康	232	100.0	19.6	24.4	17.0	12.0	3.0	3.0	3.6
不知道	55	100.0	19.7	12.2	9.2	15.5	4.7	2.2	-
拒答	8	100.0	11.8	12.8	-	23.0	-	-	13.2
居住型態									
與子女同住	411	100.0	28.4	15.5	14.1	15.3	4.2	3.9	2.3
獨居(1人)	96	100.0	20.2	20.9	17.6	13.8	1.2	1.5	6.3
和配偶同住	324	100.0	21.7	22.3	12.9	11.6	7.8	4.9	3.6
其他同住型態	533	100.0	24.9	15.4	14.6	13.6	6.9	5.8	2.4
拒答	5	100.0	-	-	26.3	13.7	-	-	-
消費詐騙事件									
仿冒品	24	100.0	16.8	5.2	16.4	13.7	8.4	14.5	3.3
銀行轉帳詐騙	44	100.0	18.8	23.2	18.9	18.3	4.4	4.6	2.4
假酒	2	100.0	-	-	-	43.7	-	56.3	-
假藥	25	100.0	16.8	14.8	17.0	7.4	14.6	11.9	4.4
解除分期付款詐騙	15	100.0	19.5	29.2	-	9.3	8.2	27.7	-
廣告不實		100.0	100.0	-	-	-	-	-	-
付款後，未接獲商品或服務	8	100.0	11.2	29.5	12.1	11.1	14.6	9.5	-
信用卡被盜刷	12	100.0	37.2	14.8	17.8	6.1	7.3	6.6	-
假冒瓦斯安檢更換零件	4	100.0	-	23.8	26.2	-	-	-	-
被店家偷換成假鈔	1	100.0	-	-	-	100.0	-	-	-
無明確意見	13	100.0	26.4	7.8	6.2	18.8	-	-	-

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

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

附表 34 最需要加強的教育主題(議題)(續 2)

單位：人；%

	樣本數	合計	金融保險	網路通訊	定型化契約	觀光旅遊	購屋	購車	無明確意見
總計	**1369**	**100.0**	**2.8**	**1.7**	**1.4**	**1.1**	**0.9**	**0.3**	**8.2**
性別 ***									
男性	655	100.0	3.3	1.9	2.1	1.9	1.2	0.5	10.2
女性	713	100.0	2.5	1.4	0.7	0.4	0.7	0.1	6.2
縣市別									
新北市	215	100.0	2.0	0.9	1.3	2.0	2.0	-	8.8
臺北市	177	100.0	1.6	1.5	2.1	1.2	0.4	-	6.4
桃園市	95	100.0	3.2	4.6	4.0	1.0	-	-	6.4
臺中市	147	100.0	2.8	0.6	1.3	-	0.5	-	7.7
臺南市	109	100.0	5.1	2.2	-	-	1.7	-	7.1
高雄市	179	100.0	3.6	0.7	0.8	0.5	0.5	0.5	6.6
宜蘭縣	39	100.0	3.4	-	-	-	-	-	2.6
新竹縣	22	100.0	-	-	-	4.1	-	-	14.6
苗栗縣	35	100.0	2.7	-	-	-	2.7	-	21.8
彰化縣	70	100.0	2.7	4.5	3.8	1.6	1.7	2.0	8.1
南投縣	29	100.0	7.5	-	-	2.7	-	6.3	2.7
雲林縣	52	100.0	1.8	1.8	-	4.0	1.8	-	10.9
嘉義縣	38	100.0	3.9	-	4.6	-	-	-	12.8
屏東縣	60	100.0	3.3	5.2	-	-	1.7	-	9.9
臺東縣	13	100.0	5.3	-	-	-	-	-	-
花蓮縣	17	100.0	7.6	-	-	6.9	-	-	25.9
澎湖縣	5	100.0	-	-	9.6	-	-	-	6.1
基隆市	19	100.0	-	4.9	-	-	-	-	-
新竹市	23	100.0	-	4.5	-	3.7	-	-	10.3
嘉義市	16	100.0	-	-	-	-	-	-	8.4
金門縣	8	100.0	-	-	5.2	4.2	-	-	14.9
連江縣	1	100.0	9.3	-	-	4.2	-	-	10.4
居住地區									
北北基	411	100.0	1.7	1.4	1.6	1.5	1.2	-	7.4
桃竹苗	175	100.0	2.3	3.1	2.2	1.5	0.5	-	11.1
中彰投	246	100.0	3.3	1.7	1.8	0.8	0.8	1.3	7.3
雲嘉南	214	100.0	3.7	1.5	0.8	1.0	1.3	-	9.0
宜花東	70	100.0	4.8	-	-	1.7	-	-	7.9
高屏	239	100.0	3.5	1.8	0.6	0.4	0.8	0.4	7.4
金馬澎	14	100.0	0.6	-	6.5	2.6	-	-	11.5
年齡 a									
55-59歲	416	100.0	2.5	1.9	2.0	0.6	0.6	0.3	6.0
60-64歲	365	100.0	4.5	1.3	1.4	0.2	0.5	0.3	8.5
65-69歲	238	100.0	1.9	3.1	1.5	2.3	2.3	-	5.8
70-74歲	131	100.0	2.5	-	0.7	1.4	1.3	-	7.2
75-79歲	116	100.0	0.9	2.7	-	4.0	0.9	-	13.9
80-84歲	58	100.0	2.2	-	2.2	-	-	-	15.7
85歲以上	45	100.0	4.2	-	-	-	-	4.0	14.7
高齡階段									
高齡初期(老年)	781	100.0	3.5	1.6	1.7	0.4	0.6	0.3	7.3
高齡中期	485	100.0	1.8	2.2	0.9	2.5	1.7	-	8.2
高齡後期	103	100.0	3.1	-	1.2	-	-	1.8	15.3

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

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

附表 34 最需要加強的教育主題(議題) (續完)

單位：人；%

	樣本數	合計	金融保險	網路通訊	定型化契約	觀光旅遊	購屋	購車	無明確意見
總計	**1369**	**100.0**	**2.8**	**1.7**	**1.4**	**1.1**	**0.9**	**0.3**	**8.2**
教育程度 a									
小學及以下	296	100.0	3.0	1.1	0.6	0.8	1.2	0.3	13.9
初中、國中	228	100.0	3.9	0.4	0.6	0.8	1.0	-	8.9
高中、高職	452	100.0	2.4	2.4	1.1	1.5	0.6	0.4	5.3
專科	160	100.0	2.0	0.9	2.7	1.3	0.5	0.9	8.2
大學	190	100.0	2.1	2.7	2.9	0.6	1.6	-	4.1
研究所及以上	36	100.0	4.9	3.8	2.3	3.8	-	-	9.3
拒答	6	100.0	21.5	-	-	-	-	-	33.3
職業									
軍警公教	148	100.0	2.2	3.1	2.4	0.8	1.4	1.2	4.4
自營商/企業主	103	100.0	-	1.8	1.7	1.2	-	-	7.7
企業主管/專業人員	135	100.0	2.1	2.0	3.0	1.0	0.7	-	7.4
助理專業人員/技術人員	87	100.0	4.2	1.1	1.6	1.1	1.1	-	2.8
文書事務人員	84	100.0	3.0	5.4	1.3	2.5	-	-	7.1
商業買賣/服務人員	189	100.0	2.6	0.9	2.4	1.6	1.0	0.7	5.5
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	275	100.0	2.5	0.7	0.8	1.2	1.5	0.3	13.8
農林漁牧礦	100	100.0	4.1	3.5	-	2.3	2.0	-	12.7
家管	210	100.0	4.4	0.4	-	-	-	-	6.6
無業/待業	24	100.0	2.9	-	-	-	4.0	-	8.7
拒答	14	100.0	6.3	-	-	-	-	-	19.8
健康程度 a									
健康	1074	100.0	3.0	1.6	1.2	1.1	1.0	-	7.1
不健康	232	100.0	2.6	1.6	1.9	1.3	0.4	1.2	8.4
不知道	55	100.0	1.7	3.4	1.8	2.0	1.7	2.5	23.4
拒答	8	100.0	-	-	-	-	-	-	39.2
居住型態									
與子女同住	411	100.0	3.8	2.0	0.6	0.9	1.4	0.7	6.9
獨居(1人)	96	100.0	1.8	2.8	2.5	1.2	0.8	-	9.4
和配偶同住	324	100.0	2.1	1.0	1.6	1.0	0.9	-	8.6
其他同住型態	533	100.0	2.8	1.6	1.6	1.4	0.6	0.3	8.1
拒答	5	100.0	-	-	-	-	-	-	60.0
消費詐騙事件									
仿冒品	24	100.0	7.2	-	5.8	-	-	-	8.7
銀行轉帳詐騙	44	100.0	7.3	-	-	-	-	-	2.1
假酒	2	100.0	-	-	-	-	-	-	-
假藥	25	100.0	-	-	3.7	-	-	-	9.4
解除分期付款詐騙	15	100.0	-	-	-	-	-	-	6.1
廣告不實		100.0	-	-	-	-	-	-	-
付款後，未接獲商品或服務	8	100.0	-	-	-	-	-	-	12.0
信用卡被盜刷	12	100.0	-	-	-	-	-	-	10.2
假冒瓦斯安檢更換零件	4	100.0	-	25.7	24.3	-	-	-	-
被店家偷換成假鈔	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-
無明確意見	13	100.0	-	-	9.4	9.3	-	-	22.1

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

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

附表 35 舉辦教育講座的地點

單位：人；%

	樣本數	合計	社區活動中心	里民中心	樂齡學習中心	關懷聚點	學校	鄉鎮區公所	賣場	縣市政府	醫院	公園/廣場	無明確意見
總計	**1369**	**100.0**	**56.1**	**28.3**	**3.6**	**2.6**	**0.9**	**0.8**	**0.5**	**0.3**	**0.3**	**0.1**	**6.5**
性別													
男性	655	100.0	54.4	28.0	3.3	2.5	0.8	0.7	0.6	0.4	0.1	0.1	9.1
女性	713	100.0	57.6	28.7	3.9	2.7	0.9	1.0	0.3	0.2	0.4	-	4.3
縣市別 a													
新北市	215	100.0	49.1	37.5	3.0	-	2.1	2.1	0.6	-	0.9	-	4.7
臺北市	177	100.0	39.7	42.0	3.1	1.5	1.9	0.9	0.5	0.9	-	-	9.5
桃園市	95	100.0	53.4	36.2	-	-	-	1.0	2.0	1.0	-	-	6.4
臺中市	147	100.0	58.9	23.5	2.2	4.4	-	0.5	0.9	-	-	-	9.6
臺南市	109	100.0	65.3	22.1	3.5	5.2	-	0.8	-	-	-	-	3.1
高雄市	179	100.0	59.3	28.3	4.4	2.4	1.5	1.0	0.5	0.6	0.5	-	1.5
宜蘭縣	39	100.0	74.6	10.5	4.9	-	-	-	-	-	-	-	10.0
新竹縣	22	100.0	60.7	22.2	9.5	7.6	-	-	-	-	-	-	-
苗栗縣	35	100.0	60.2	30.5	-	6.6	-	-	-	-	-	-	2.7
彰化縣	70	100.0	61.8	16.2	6.7	2.0	-	-	-	-	-	-	13.3
南投縣	29	100.0	69.1	14.4	5.3	7.5	-	3.7	-	-	-	-	-
雲林縣	52	100.0	55.9	26.5	3.5	-	-	-	-	-	1.6	-	12.5
嘉義縣	38	100.0	69.7	19.0	5.2	2.0	-	-	-	-	-	-	4.1
屏東縣	60	100.0	61.3	16.2	3.2	8.1	1.5	-	-	-	-	-	9.7
臺東縣	13	100.0	48.1	26.4	7.4	5.4	5.3	-	-	-	-	-	7.4
花蓮縣	17	100.0	67.4	11.2	6.9	7.6	-	-	-	-	-	-	6.9
澎湖縣	5	100.0	71.9	15.8	6.2	6.1	-	-	-	-	-	-	-
基隆市	19	100.0	29.5	59.1	4.5	-	-	-	-	-	-	-	6.9
新竹市	23	100.0	58.0	13.6	10.3	3.0	-	-	-	3.7	-	-	11.4
嘉義市	16	100.0	67.1	15.8	3.6	-	-	-	-	-	-	5.0	8.5
金門縣	8	100.0	80.9	6.5	4.1	4.2	-	-	-	-	-	-	4.3
連江縣	1	100.0	68.8	-	8.3	8.3	-	4.2	-	-	-	-	10.4
居住地區 a													
北北基	411	100.0	44.1	40.4	3.1	0.6	1.9	1.5	0.5	0.4	0.5	-	7.0
桃竹苗	175	100.0	56.3	30.3	2.5	2.7	-	0.5	1.1	1.0	-	-	5.6
中彰投	246	100.0	60.9	20.3	3.8	4.1	-	0.8	0.6	-	-	-	9.5
雲嘉南	214	100.0	63.9	22.2	3.8	3.0	-	0.4	-	-	0.4	0.4	5.9
宜花東	70	100.0	67.9	13.6	5.9	2.9	1.0	-	-	-	-	-	8.7
高屏	239	100.0	59.8	25.3	4.1	3.8	1.5	0.8	0.3	0.5	0.4	-	3.5
金馬澎	14	100.0	76.8	9.5	5.1	5.2	-	0.3	-	-	-	-	3.1
年齡 a													
55-59歲	416	100.0	59.4	29.9	3.0	2.8	0.3	-	0.6	-	-	-	4.0
60-64歲	365	100.0	52.5	35.9	3.0	2.3	1.0	0.7	-	0.2	0.2	-	4.2
65-69歲	238	100.0	57.5	24.3	4.2	2.6	0.7	1.8	0.3	1.1	0.4	-	7.1
70-74歲	131	100.0	54.6	20.9	6.9	3.3	2.5	1.9	0.7	-	0.7	-	8.5
75-79歲	116	100.0	49.0	24.2	3.9	1.8	0.9	1.8	-	1.0	0.9	0.7	15.8
80-84歲	58	100.0	65.7	21.5	2.2	-	2.2	-	-	-	-	-	8.4
85歲以上	45	100.0	56.8	15.2	2.9	6.8	-	-	4.2	-	-	-	14.1

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

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

附表 35 舉辦教育講座的地點(續)

單位：人；%

	樣本數	合計	社區活動中心	里民中心	樂齡學習中心	關懷聚點	學校	鄉鎮區公所	賣場	縣市政府	醫院	公園/廣場	無明確意見
總計	**1369**	**100.0**	**56.1**	**28.3**	**3.6**	**2.6**	**0.9**	**0.8**	**0.5**	**0.3**	**0.3**	**0.1**	**6.5**
高齡階段 a													
高齡初期(老年)	781	100.0	56.2	32.7	3.0	2.6	0.6	0.3	0.3	0.1	0.1	-	4.1
高齡中期	485	100.0	54.7	23.3	4.8	2.6	1.2	1.8	0.4	0.8	0.6	0.2	9.6
高齡後期	103	100.0	61.8	18.8	2.5	2.9	1.2	-	1.8	-	-	-	11.0
教育程度 a													
小學及以下	296	100.0	62.8	20.4	2.4	3.7	0.6	1.5	-	-	0.3	-	8.3
初中、國中	228	100.0	53.7	34.7	2.2	1.4	0.9	-	0.4	-	0.8	0.4	5.5
高中、高職	452	100.0	57.1	28.4	3.3	3.9	1.0	0.6	0.7	0.4	-	-	4.6
專科	160	100.0	54.3	32.2	7.2	1.7	1.2	1.2	-	0.5	-	-	1.7
大學	190	100.0	48.5	31.7	4.0	0.5	0.9	1.3	1.2	0.9	-	-	11.0
研究所及以上	36	100.0	53.0	22.7	8.0	-	-	-	-	-	2.5	-	13.8
拒答	6	100.0	40.1	-	10.4	-	-	-	-	-	-	-	49.5
職業 a													
軍警公教	148	100.0	55.9	23.2	5.0	4.3	0.6	2.4	-	-	0.6	-	8.0
自營商/企業主	103	100.0	49.4	35.2	4.0	0.9	0.8	0.9	0.9	-	-	0.8	7.1
企業主管/專業人員	135	100.0	54.5	30.3	4.3	2.2	0.6	0.6	-	1.3	-	-	6.2
助理專業人員/技術人員	87	100.0	50.7	29.2	2.9	2.2	1.2	-	6.1	-	-	-	7.7
文書事務人員	84	100.0	56.3	30.9	5.0	2.5	1.7	2.2	-	1.4	-	-	-
商業買賣/服務人員	189	100.0	52.1	30.8	4.8	3.5	0.5	1.0	-	0.4	-	-	6.9
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	275	100.0	57.1	29.9	2.7	0.8	1.6	0.9	-	-	-	-	7.0
農林漁牧礦	100	100.0	64.2	18.3	0.8	4.6	-	-	-	-	0.8	-	11.3
家管	210	100.0	61.9	27.2	3.3	3.1	0.5	-	-	0.4	0.9	-	2.7
無業/待業	24	100.0	58.6	31.0	-	7.0	3.4	-	-	-	-	-	-
拒答	14	100.0	38.1	13.9	8.0	-	-	-	-	-	-	-	40.0
健康程度													
健康	1074	100.0	56.2	28.4	4.1	2.4	0.7	0.9	0.6	0.2	0.2	-	6.3
不健康	232	100.0	58.0	26.4	2.1	3.3	2.1	0.8	-	0.9	0.4	0.4	5.6
不知道	55	100.0	46.2	38.5	-	1.7	-	-	-	-	-	-	13.6
拒答	8	100.0	48.9	11.8	-	13.2	-	-	-	-	-	-	26.1
居住型態													
與子女同住	411	100.0	54.9	27.3	3.2	3.7	1.2	1.5	0.5	0.5	0.2	-	7.0
獨居(1人)	96	100.0	54.0	19.6	5.5	5.0	1.9	2.0	0.9	1.0	-	-	10.1
和配偶同住	324	100.0	60.8	24.9	4.2	1.9	0.9	0.3	0.4	-	0.3	-	6.3
其他同住型態	533	100.0	54.4	32.9	3.2	1.8	0.5	0.5	0.3	0.3	0.3	0.2	5.6
拒答	5	100.0	62.5	19.7	-	-	-	-	-	-	-	-	17.8

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

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

附表 36 有沒有遇過在購買商品或是服務的時候，被店家(老闆)刁難或拒絕交易的情況

單位：人；%

	樣本數	合計	有	沒有	無明確意見
總計	**2489**	**100.0**	**3.5**	**96.2**	**0.3**
性別					
男性	1182	100.0	3.0	96.6	0.4
女性	1307	100.0	4.0	95.9	0.1
縣市別					
新北市	407	100.0	4.9	94.5	0.6
臺北市	314	100.0	2.3	97.7	-
桃園市	188	100.0	5.2	94.8	-
臺中市	256	100.0	2.5	96.6	0.9
臺南市	208	100.0	2.7	97.3	-
高雄市	303	100.0	4.2	95.5	0.3
宜蘭縣	52	100.0	6.1	93.9	-
新竹縣	50	100.0	3.6	96.4	-
苗栗縣	63	100.0	-	100.0	-
彰化縣	139	100.0	2.6	97.4	-
南投縣	60	100.0	3.8	96.2	-
雲林縣	85	100.0	5.4	94.6	-
嘉義縣	66	100.0	2.2	97.8	-
屏東縣	99	100.0	3.2	96.8	-
臺東縣	25	100.0	6.5	93.5	-
花蓮縣	38	100.0	2.5	97.5	-
澎湖縣	12	100.0	-	100.0	-
基隆市	42	100.0	2.5	95.5	2.0
新竹市	38	100.0	-	98.0	2.0
嘉義市	28	100.0	5.2	94.8	-
金門縣	15	100.0	-	100.0	-
連江縣	1	100.0	-	100.0	-
居住地區					
北北基	764	100.0	3.7	95.9	0.4
桃竹苗	339	100.0	3.4	96.4	0.2
中彰投	455	100.0	2.7	96.8	0.5
雲嘉南	387	100.0	3.4	96.6	-
宜花東	115	100.0	5.0	95.0	-
高屏	402	100.0	4.0	95.8	0.2
金馬澎	28	100.0	-	100.0	-
年齡					
55-59歲	684	100.0	2.7	96.9	0.4
60-64歲	604	100.0	4.9	94.9	0.2
65-69歲	432	100.0	3.2	96.2	0.6
70-74歲	253	100.0	2.6	97.1	0.3
75-79歲	228	100.0	5.1	94.9	-
80-84歲	149	100.0	2.2	97.8	-
85歲以上	140	100.0	2.7	97.3	-

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

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

附表 36 有沒有遇過在購買商品或是服務的時候，被店家(老闆)刁難或拒絕交易的情況(續)

單位：人；%

	樣本數	合計	有	沒有	無明確意見
總計	**2489**	**100.0**	**3.5**	**96.2**	**0.3**
高齡階段					
高齡初期(老年)	1288	100.0	3.7	96.0	0.3
高齡中期	912	100.0	3.5	96.1	0.4
高齡後期	289	100.0	2.4	97.6	-
教育程度					
小學及以下	725	100.0	3.7	96.2	0.1
初中、國中	405	100.0	3.4	96.6	-
高中、高職	712	100.0	2.6	97.3	0.1
專科	257	100.0	3.7	95.7	0.6
大學	306	100.0	5.6	93.2	1.2
研究所及以上	63	100.0	1.6	98.4	-
拒答	19	100.0	-	100.0	-
職業					
軍警公教	234	100.0	5.4	93.7	0.9
自營商/企業主	182	100.0	4.7	95.3	-
企業主管/專業人員	227	100.0	3.2	96.2	0.6
助理專業人員/技術人員	132	100.0	5.4	94.0	0.6
文書事務人員	139	100.0	1.2	98.2	0.6
商業買賣/服務人員	320	100.0	2.1	97.9	-
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	522	100.0	3.0	96.6	0.4
農林漁牧礦	222	100.0	2.8	97.2	-
家管	414	100.0	4.4	95.6	-
無業/待業	52	100.0	3.1	96.9	-
拒答	45	100.0	2.7	97.3	-
健康程度 a					
健康	1874	100.0	3.1	96.7	0.2
不健康	460	100.0	5.6	94.4	-
不知道	135	100.0	2.4	97.6	-
拒答	20	100.0	5.9	80.9	13.2
居住型態					
與子女同住	787	100.0	4.3	95.7	-
獨居(1人)	200	100.0	3.3	96.7	-
和配偶同住	568	100.0	2.3	97.1	0.6
其他同住型態	919	100.0	3.4	96.2	0.4
拒答	15	100.0	11.0	89.0	-

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

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

附表 37 遇過被刁難或拒絕的經驗是購買哪方面的商品或服務

單位：人；%

	樣本數	旅遊	食品	租屋	搭車	家用用品	投保
總計	**87**	**21.2**	**18.0**	**12.8**	**9.7**	**7.8**	**7.3**
性別							
男性	35	27.7	19.9	10.9	6.6	2.8	10.6
女性	52	16.9	16.7	14.0	11.8	11.1	5.1
縣市別							
新北市	20	25.9	23.0	13.5	21.7	-	4.0
臺北市	7	-	11.1	41.2	34.0	24.8	-
桃園市	10	20.7	28.9	-	8.1	10.2	9.4
臺中市	6	21.5	-	12.6	-	-	17.4
臺南市	6	39.2	39.2	-	-	21.6	21.6
高雄市	13	22.6	7.1	15.4	-	7.1	7.2
宜蘭縣	3	34.6	34.4	-	-	-	-
新竹縣	2	-	-	-	-	-	-
彰化縣	4	21.9	-	23.8	-	-	-
南投縣	2	-	100.0	-	-	-	-
雲林縣	5	19.8	-	-	18.2	19.8	-
嘉義縣	1	-	-	-	-	-	53.0
屏東縣	3	28.8	30.0	-	-	-	-
臺東縣	2	-	-	58.1	-	-	-
花蓮縣	1	-	-	-	-	100.0	-
基隆市	1	100.0	-	-	-	-	-
嘉義市	1	-	-	55.8	-	-	44.2
居住地區							
北北基	28	22.1	19.1	20.1	24.0	6.3	2.8
桃竹苗	12	17.5	24.4	-	6.9	8.6	8.0
中彰投	12	17.7	18.3	13.6	-	-	9.1
雲嘉南	13	23.8	16.9	6.2	6.4	16.2	20.0
宜花東	6	19.1	18.9	16.5	-	16.5	-
高屏	16	23.9	11.7	12.3	-	5.7	5.7
年齡							
55-59歲	19	27.2	13.7	5.1	14.2	6.6	6.6
60-64歲	30	30.7	9.5	9.4	3.0	12.7	4.8
65-69歲	14	17.9	26.2	18.7	18.6	5.8	6.7
70-74歲	7	11.9	12.0	-	35.6	-	25.8
75-79歲	12	9.8	35.0	8.7	-	8.6	9.7
80-84歲	3	-	-	59.1	-	-	-
85歲以上	4	-	50.3	49.7	-	-	-
高齡階段							
高齡初期(老年)	48	29.3	11.1	7.8	7.3	10.3	5.5
高齡中期	32	13.7	26.4	11.2	15.4	5.6	11.7
高齡後期	7	-	27.0	54.1	-	-	-

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 37 遇過被刁難或拒絕的經驗是購買哪方面的商品或服務(續 1)

單位：人；%

	樣本數	旅遊	食品	租屋	搭車	家用用品	投保
總計	**87**	**21.2**	**18.0**	**12.8**	**9.7**	**7.8**	**7.3**
教育程度							
小學及以下	27	10.0	21.2	23.0	3.4	3.5	9.4
初中、國中	14	21.0	6.8	-	31.2	-	5.6
高中、高職	19	26.8	17.7	16.0	13.2	5.3	-
專科	10	60.3	9.3	-	8.4	9.4	-
大學	17	6.6	28.2	11.0	-	22.9	17.8
研究所及以上	1	100.0	-	-	-	-	-
職業							
軍警公教	13	17.1	28.6	14.8	6.2	13.5	-
自營商/企業主	9	9.2	11.6	22.3	18.5	10.6	-
企業主管/專業人員	7	47.3	13.0	14.0	-	-	25.7
助理專業人員/技術人員	7	25.8	29.3	15.3	-	30.7	-
文書事務人員	2	-	-	-	-	58.9	-
商業買賣/服務人員	7	41.8	-	-	-	-	11.9
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	16	21.0	12.2	-	19.6	-	11.8
農林漁牧礦	6	-	36.3	15.0	-	15.2	-
家管	18	23.1	16.6	19.1	16.3	-	3.5
無業/待業	2	-	49.3	50.7	-	-	-
拒答	1	-	-	-	-	-	100.0
健康程度							
健康	57	31.0	16.9	4.4	9.3	11.9	2.9
不健康	26	3.1	23.5	29.2	12.2	-	13.6
不知道	3	-	-	34.5	-	-	-
拒答	1	-	-	-	-	-	100.0
居住型態							
與子女同住	34	20.8	28.0	7.9	8.3	8.0	3.3
獨居(1人)	7	-	30.5	31.4	11.9	-	26.2
和配偶同住	13	7.6	14.3	20.4	13.0	-	16.2
其他同住型態	31	33.0	7.0	11.7	9.9	12.8	2.4
拒答	2	-	-	-	-	-	39.1
被刁難或拒絕的原因							
年齡太大	11	29.7	9.2	17.2	23.2	-	8.5
行動不便	9	21.7	33.0	-	45.3	12.9	-
健康因素	6	-	15.5	14.7	-	-	50.8
鈔票太舊/破損	1	-	-	-	-	100.0	-
強迫購買數量或金額	15	40.1	32.9	14.2	6.2	12.0	-
計程車短程拒載	4	-	23.5	-	53.5	-	-
消費能力不足	11	22.0	26.0	25.2	-	-	8.4
有小孩，不願出租	1	-	-	100.0	-	-	-
省籍關係	1	-	-	-	-	-	-
店家拒開收據	1	-	-	-	-	-	-
沒耐心/態度差	3	29.7	36.2	-	29.7	34.1	-
拒絕退貨	1	-	-	-	-	-	-
無明確意見	28	14.4	6.8	9.2	2.8	6.9	7.9

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 37 遇過被刁難或拒絕的經驗是購買哪方面的商品或服務(續 2)

單位：人；%

	樣本數	服飾	租車	購屋	健身中心	3C商品	買車	無明確意見
總計	**87**	**5.6**	**3.6**	**1.7**	**1.4**	**1.1**	**0.8**	**13.1**
性別								
男性	35	6.6	3.2	-	-	2.8	-	8.9
女性	52	5.0	3.9	2.9	2.3	-	1.3	15.8
縣市別								
新北市	20	-	5.6	-	-	-	-	6.2
臺北市	7	-	-	-	-	-	-	-
桃園市	10	9.1	12.6	-	-	-	-	9.1
臺中市	6	15.5	-	-	-	-	-	32.9
臺南市	6	-	-	-	-	-	-	-
高雄市	13	7.1	-	6.5	-	-	-	26.8
宜蘭縣	3	-	-	-	-	31.0	-	-
新竹縣	2	44.9	-	-	-	-	-	55.1
彰化縣	4	-	21.9	-	33.0	-	-	21.3
南投縣	2	-	-	-	-	-	-	-
雲林縣	5	-	-	-	-	-	-	42.2
嘉義縣	1	-	-	-	-	-	47.0	-
屏東縣	3	41.2	-	-	-	-	-	-
臺東縣	2	-	-	41.9	-	-	-	-
花蓮縣	1	-	-	-	-	-	-	-
基隆市	1	-	-	-	-	-	-	-
嘉義市	1	-	-	-	-	-	-	-
居住地區								
北北基	28	-	4.0	-	-	-	-	4.4
桃竹苗	12	14.7	10.6	-	-	-	-	16.3
中彰投	12	8.1	6.5	-	9.8	-	-	23.4
雲嘉南	13	-	-	-	-	-	5.1	14.8
宜花東	6	-	-	11.9	-	17.0	-	-
高屏	16	14.0	-	5.2	-	-	-	21.4
年齡								
55-59歲	19	-	6.6	-	6.5	-	-	20.2
60-64歲	30	9.4	-	2.3	-	-	2.3	16.0
65-69歲	14	5.9	5.8	6.1	-	-	-	-
70-74歲	7	-	-	-	-	14.8	-	11.8
75-79歲	12	-	9.8	-	-	-	-	18.3
80-84歲	3	40.9	-	-	-	-	-	-
85歲以上	4	-	-	-	-	-	-	-
高齡階段								
高齡初期(老年)	48	5.8	2.5	1.4	2.5	-	1.4	17.6
高齡中期	32	2.5	6.1	2.6	-	3.1	-	9.1
高齡後期	7	18.9	-	-	-	-	-	-

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 37 遇過被刁難或拒絕的經驗是購買哪方面的商品或服務(續完)

單位：人；%

	樣本數	服飾	租車	購屋	健身中心	3C商品	買車	無明確意見
總計	**87**	**5.6**	**3.6**	**1.7**	**1.4**	**1.1**	**0.8**	**13.1**
教育程度								
小學及以下	27	8.2	7.1	-	-	-	-	17.0
初中、國中	14	-	-	-	-	-	-	41.2
高中、高職	19	9.1	-	8.2	-	-	3.6	-
專科	10	-	-	-	12.6	-	-	-
大學	17	5.8	7.1	-	-	5.7	-	6.5
研究所及以上	1	-	-	-	-	-	-	-
職業								
軍警公教	13	-	-	-	9.6	7.8	-	8.9
自營商/企業主	9	-	-	-	-	-	7.9	29.2
企業主管/專業人員	7	-	-	-	-	-	-	-
助理專業人員/技術人員	7	-	15.7	-	-	-	-	-
文書事務人員	2	-	-	41.1	-	-	-	-
商業買賣/服務人員	7	28.1	30.2	-	-	-	-	-
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	16	5.7	-	-	-	-	-	29.6
農林漁牧礦	6	21.1	-	-	-	-	-	12.4
家管	18	4.5	-	4.6	-	-	-	12.3
無業/待業	2	-	-	-	-	-	-	-
拒答	1	-	-	-	-	-	-	-
健康程度								
健康	57	8.6	2.1	1.2	2.1	1.7	-	12.6
不健康	26	-	7.5	-	-	-	2.6	11.4
不知道	3	-	-	26.1	-	-	-	39.4
拒答	1	-	-	-	-	-	-	-
居住型態								
與子女同住	34	11.5	2.4	-	3.5	-	2.0	11.5
獨居(1人)	7	-	-	-	-	-	-	-
和配偶同住	13	-	-	11.6	-	7.5	-	9.6
其他同住型態	31	-	7.5	-	-	-	-	19.6
拒答	2	60.9	-	-	-	-	-	-
被刁難或拒絕的原因								
年齡太大	11	12.2	-	-	-	-	-	-
行動不便	9	-	-	-	-	-	-	-
健康因素	6	-	-	-	18.9	-	-	-
鈔票太舊/破損	1	-	-	-	-	-	-	-
強迫購買數量或金額	15	-	-	-	-	-	-	-
計程車短程拒載	4	-	-	-	-	-	-	23.0
消費能力不足	11	8.1	10.3	-	-	-	-	-
有小孩，不願出租	1	-	-	-	-	-	-	-
省籍關係	1	100.0	-	-	-	-	-	-
店家拒開收據	1	-	-	-	-	-	-	100.0
沒耐心/態度差	3	-	-	-	-	-	-	-
拒絕退貨	1	-	-	-	-	100.0	-	-
無明確意見	28	6.1	7.2	5.4	-	-	2.4	33.7

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 38 遇過被刁難或拒絕的原因

單位：人；%

	樣本數	強迫購買數量或金額	消費能力不足	年齡太大	行動不便	健康因素	計程車短程拒載
總計	**87**	**17.2**	**12.6**	**12.4**	**10.8**	**7.4**	**4.5**
性別							
男性	35	17.9	12.7	26.3	9.3	11.3	2.6
女性	52	16.8	12.5	3.1	11.8	4.7	5.8
縣市別							
新北市	20	19.8	15.6	10.3	17.2	-	10.8
臺北市	7	26.4	-	47.8	11.1	-	12.1
桃園市	10	19.6	18.5	-	19.4	-	-
臺中市	6	-	21.5	-	-	17.4	-
臺南市	6	-	-	17.6	43.2	39.2	-
高雄市	13	14.6	15.2	15.2	-	14.6	7.1
宜蘭縣	3	69.0	-	-	-	-	-
新竹縣	2	-	-	-	-	-	-
彰化縣	4	-	-	-	-	33.0	-
南投縣	2	58.3	41.7	-	-	-	-
雲林縣	5	19.8	-	-	18.2	-	-
嘉義縣	1	-	-	-	-	-	-
屏東縣	3	28.8	-	41.2	-	-	-
臺東縣	2	-	58.1	-	-	-	-
花蓮縣	1	-	-	-	-	-	-
基隆市	1	-	-	100.0	-	-	-
嘉義市	1	-	55.8	-	-	-	-
居住地區							
北北基	28	20.7	11.1	23.2	15.0	-	10.7
桃竹苗	12	16.6	15.6	-	16.4	-	-
中彰投	12	10.7	18.8	-	-	18.9	-
雲嘉南	13	6.9	6.2	7.6	24.9	16.9	-
宜花東	6	38.0	16.5	-	-	-	-
高屏	16	17.5	12.1	20.5	-	11.7	5.7
年齡							
55-59歲	19	13.7	12.6	-	27.3	13.1	6.6
60-64歲	30	16.8	9.5	10.4	-	3.4	6.0
65-69歲	14	25.3	6.7	12.6	17.9	6.8	6.7
70-74歲	7	12.0	-	25.5	-	13.8	-
75-79歲	12	18.1	35.4	9.8	-	9.7	-
80-84歲	3	34.1	25.0	40.9	-	-	-
85歲以上	4	-	-	49.7	50.3	-	-

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 38 遇過被刁難或拒絕的原因(續 1)

單位：人；%

	樣本數	強迫購買數量或金額	消費能力不足	年齡太大	行動不便	健康因素	計程車短程拒載
總計	**87**	**17.2**	**12.6**	**12.4**	**10.8**	**7.4**	**4.5**
高齡階段							
高齡初期(老年)	48	15.6	10.7	6.4	10.5	7.1	6.3
高齡中期	32	19.9	15.6	14.3	7.7	9.3	2.9
高齡後期	7	15.8	11.6	45.6	27.0	-	-
教育程度							
小學及以下	27	17.5	21.2	8.3	-	7.6	3.3
初中、國中	14	15.2	-	-	25.4	-	15.8
高中、高職	19	28.8	4.8	19.6	4.4	5.4	4.7
專科	10	11.4	25.1	19.4	21.1	12.6	-
大學	17	10.0	11.2	12.0	18.2	12.5	-
研究所及以上	1	-	-	100.0	-	-	-
職業							
軍警公教	13	13.6	-	38.0	15.0	9.6	-
自營商/企業主	9	11.9	-	20.9	9.3	11.6	-
企業主管/專業人員	7	13.0	46.3	27.8	-	12.8	13.0
助理專業人員/技術人員	7	40.7	30.0	-	16.9	-	-
文書事務人員	2	-	-	-	-	-	-
商業買賣/服務人員	7	-	13.2	-	-	-	-
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	16	26.8	12.2	5.8	8.8	7.0	5.7
農林漁牧礦	6	21.0	-	21.1	-	15.0	-
家管	18	11.1	14.8	-	22.7	-	11.7
無業/待業	2	49.3	-	-	-	-	-
拒答	1	-	-	-	-	100.0	-
健康程度							
健康	57	15.3	12.2	10.9	12.7	3.7	3.7
不健康	26	20.1	15.6	17.9	8.6	11.9	7.2
不知道	3	34.5	-	-	-	-	-
拒答	1	-	-	-	-	100.0	-
居住型態							
與子女同住	34	23.9	10.9	7.2	9.1	6.8	6.3
獨居(1人)	7	16.8	43.8	11.9	-	-	-
和配偶同住	13	7.0	6.2	21.2	6.4	16.2	6.6
其他同住型態	31	15.2	11.2	15.3	17.3	6.1	2.9
拒答	2	-	-	-	-	-	-

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 38 遇過被刁難或拒絕的原因(續 2)

單位：人；%

	樣本數	沒耐心/態度差	店家拒開收據	省籍關係	拒絕退貨	鈔票太舊/破損	有小孩，不願出租	無明確意見
總計	**87**	**3.1**	**1.2**	**1.1**	**1.1**	**1.0**	**0.9**	**32.2**
性別								
男性	35	2.7	2.9	2.8	2.8	-	-	16.7
女性	52	3.3	-	-	-	1.8	1.6	42.7
縣市別								
新北市	20	-	-	-	-	-	4.1	33.0
臺北市	7	-	-	-	-	-	-	13.7
桃園市	10	8.1	-	-	-	-	-	34.3
臺中市	6	-	-	15.5	-	-	-	45.5
臺南市	6	-	-	-	-	-	-	17.6
高雄市	13	7.1	-	-	-	-	-	33.4
宜蘭縣	3	-	-	-	31.0	-	-	-
新竹縣	2	-	-	-	-	-	-	100.0
彰化縣	4	-	-	-	-	-	-	67.0
南投縣	2	-	-	-	-	-	-	-
雲林縣	5	-	22.4	-	-	19.8	-	19.8
嘉義縣	1	-	-	-	-	-	-	100.0
屏東縣	3	30.0	-	-	-	-	-	-
臺東縣	2	-	-	-	-	-	-	41.9
花蓮縣	1	-	-	-	-	-	-	100.0
基隆市	1	-	-	-	-	-	-	-
嘉義市	1	-	-	-	-	-	-	44.2
居住地區								
北北基	28	-	-	-	-	-	2.9	26.9
桃竹苗	12	6.9	-	-	-	-	-	44.5
中彰投	12	-	-	8.1	-	-	-	43.6
雲嘉南	13	-	7.8	-	-	6.9	-	30.3
宜花東	6	-	-	-	17.0	-	-	28.4
高屏	16	11.7	-	-	-	-	-	26.7
年齡								
55-59歲	19	-	-	-	-	-	-	33.3
60-64歲	30	3.1	3.5	3.4	-	3.1	-	44.2
65-69歲	14	7.0	-	-	-	-	6.0	23.7
70-74歲	7	11.9	-	-	14.8	-	-	35.8
75-79歲	12	-	-	-	-	-	-	27.0
80-84歲	3	-	-	-	-	-	-	-
85歲以上	4	-	-	-	-	-	-	-

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 38 遇過被刁難或拒絕的原因(續完)

單位：人；%

	樣本數	沒耐心/態度差	店家拒開收據	省籍關係	拒絕退貨	鈔票太舊/破損	有小孩，不願出租	無明確意見
總計	**87**	**3.1**	**1.2**	**1.1**	**1.1**	**1.0**	**0.9**	**32.2**
高齡階段								
高齡初期(老年)	48	1.9	2.1	2.1	-	1.9	-	40.0
高齡中期	32	5.5	-	-	3.1	-	2.6	27.4
高齡後期	7	-	-	-	-	-	-	-
教育程度								
小學及以下	27	-	3.8	-	-	-	3.0	38.6
初中、國中	14	5.8	-	-	-	-	-	46.8
高中、高職	19	5.2	-	-	-	-	-	32.5
專科	10	9.4	-	-	-	-	-	9.3
大學	17	-	-	5.8	5.7	5.3	-	24.7
研究所及以上	1	-	-	-	-	-	-	-
職業								
軍警公教	13	7.2	-	-	7.8	-	-	8.9
自營商/企業主	9	9.2	-	-	-	10.6	-	47.4
企業主管/專業人員	7	-	-	-	-	-	-	-
助理專業人員/技術人員	7	-	-	-	-	-	-	12.4
文書事務人員	2	-	-	-	-	-	-	100.0
商業買賣/服務人員	7	-	-	14.9	-	-	-	71.9
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	16	-	6.5	-	-	-	-	33.0
農林漁牧礦	6	15.3	-	-	-	-	-	27.6
家管	18	-	-	-	-	-	-	46.6
無業/待業	2	-	-	-	-	-	50.7	-
拒答	1	-	-	-	-	-	-	-
健康程度								
健康	57	4.7	1.8	1.8	1.7	1.6	1.4	32.3
不健康	26	-	-	-	-	-	-	29.3
不知道	3	-	-	-	-	-	-	65.5
拒答	1	-	-	-	-	-	-	-
居住型態								
與子女同住	34	2.3	-	-	-	-	2.4	34.6
獨居(1人)	7	-	-	-	-	-	-	27.4
和配偶同住	13	7.3	-	-	7.5	-	-	28.7
其他同住型態	31	2.9	3.3	-	-	2.9	-	31.5
拒答	2	-	-	60.9	-	-	-	39.1

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 39 消費詐騙的經驗

單位：人；%

	樣本數	合計	有	沒有	無明確意見
總計	**2489**	**100.0**	**8.1**	**91.7**	**0.2**
性別					
男性	1182	100.0	7.8	91.8	0.4
女性	1307	100.0	8.3	91.7	-
縣市別					
新北市	407	100.0	8.5	91.0	0.5
臺北市	314	100.0	9.7	90.0	0.3
桃園市	188	100.0	8.0	92.0	-
臺中市	256	100.0	6.0	93.6	0.4
臺南市	208	100.0	5.2	94.8	-
高雄市	303	100.0	9.5	90.2	0.3
宜蘭縣	52	100.0	7.9	92.1	-
新竹縣	50	100.0	1.7	98.3	-
苗栗縣	63	100.0	9.1	90.9	-
彰化縣	139	100.0	4.1	95.9	-
南投縣	60	100.0	3.2	96.8	-
雲林縣	85	100.0	12.2	87.8	-
嘉義縣	66	100.0	2.4	97.6	-
屏東縣	99	100.0	6.8	93.2	-
臺東縣	25	100.0	15.5	84.5	-
花蓮縣	38	100.0	22.9	77.1	-
澎湖縣	12	100.0	2.7	97.3	-
基隆市	42	100.0	15.1	84.9	-
新竹市	38	100.0	14.3	85.7	-
嘉義市	28	100.0	11.6	88.4	-
金門縣	15	100.0	5.9	94.1	-
連江縣	1	100.0	22.3	77.7	-
居住地區					
北北基	764	100.0	9.4	90.2	0.4
桃竹苗	339	100.0	8.0	92.0	-
中彰投	455	100.0	5.1	94.7	0.2
雲嘉南	387	100.0	6.7	93.3	-
宜花東	115	100.0	14.5	85.5	-
高屏	402	100.0	8.8	91.0	0.2
金馬澎	28	100.0	5.3	94.7	-
年齡 a					
55-59歲	684	100.0	9.5	90.5	-
60-64歲	604	100.0	8.1	91.9	-
65-69歲	432	100.0	9.0	90.8	0.2
70-74歲	253	100.0	5.7	93.6	0.7
75-79歲	228	100.0	9.6	90.4	-
80-84歲	149	100.0	7.5	92.5	-
85歲以上	140	100.0	1.4	97.2	1.4
高齡階段 a					
高齡初期(老年)	1288	100.0	8.8	91.2	-
高齡中期	912	100.0	8.2	91.5	0.3
高齡後期	289	100.0	4.5	94.8	0.7

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

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

附表 39 消費詐騙的經驗(續)

單位：人；%

	樣本數	合計	有	沒有	無明確意見
總計	**2489**	**100.0**	**8.1**	**91.7**	**0.2**
教育程度 a					
小學及以下	725	100.0	5.7	94.2	0.1
初中、國中	405	100.0	8.7	91.3	-
高中、高職	712	100.0	7.2	92.8	-
專科	257	100.0	11.5	88.5	-
大學	306	100.0	11.1	88.0	0.9
研究所及以上	63	100.0	9.0	89.5	1.5
拒答	19	100.0	22.9	77.1	-
職業					
軍警公教	234	100.0	11.7	87.9	0.4
自營商/企業主	182	100.0	8.3	91.7	-
企業主管/專業人員	227	100.0	9.9	89.3	0.8
助理專業人員/技術人員	132	100.0	10.7	89.3	-
文書事務人員	139	100.0	8.5	90.9	0.6
商業買賣/服務人員	320	100.0	7.7	92.3	-
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	522	100.0	6.8	93.0	0.2
農林漁牧礦	222	100.0	7.9	92.1	-
家管	414	100.0	6.0	94.0	-
無業/待業	52	100.0	5.5	94.5	-
拒答	45	100.0	11.8	88.2	-
健康程度 a					
健康	1874	100.0	8.3	91.6	0.1
不健康	460	100.0	8.2	91.4	0.4
不知道	135	100.0	3.0	97.0	-
拒答	20	100.0	19.8	75.7	4.5
居住型態					
與子女同住	787	100.0	7.5	92.4	0.1
獨居(1人)	200	100.0	7.5	92.5	-
和配偶同住	568	100.0	7.6	91.9	0.5
其他同住型態	919	100.0	8.9	91.0	0.1
拒答	15	100.0	21.3	78.7	-
獲知商品資訊的管道					
報紙	280	100.0	7.8	92.2	-
廣播電台	89	100.0	10.7	89.3	-
電視	633	100.0	9.6	90.4	-
網路	393	100.0	9.9	90.1	-
親友推薦	460	100.0	10.3	89.5	0.2
鄰居推薦	143	100.0	11.0	88.4	0.6
業者推薦	78	100.0	11.1	88.9	-
參加集會或活動	71	100.0	7.7	92.3	-
菜市場	1052	100.0	8.1	91.5	0.4
廣告DM/百貨公司(賣場)型錄	1031	100.0	9.1	90.7	0.2
超商/超市/量販店	188	100.0	9.5	90.5	-
雜誌	10	100.0	10.1	89.9	-
手機簡訊/電話行銷	3	100.0	-	100.0	-
無明確意見	270	100.0	4.5	95.5	-

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

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

附表 40 哪方面的消費詐騙事件

單位：人；%

	樣本數	銀行轉帳詐騙	假藥	仿冒品	解除分期付款詐騙	信用卡被盜刷	付款後，未接獲商品或服務	假冒瓦斯安檢更換零件	假酒	被店家偷換成假鈔	廣告不實	無明確意見
總計	**202**	**35.5**	**16.6**	**16.6**	**10.8**	**8.8**	**5.8**	**3.0**	**1.4**	**0.6**	**0.0**	**12.1**
性別												
男性	93	35.5	16.6	17.2	9.8	4.8	8.4	3.4	2.2	1.4	-	11.5
女性	109	35.4	16.6	16.0	11.7	12.3	3.7	2.6	0.8	-	0.0	12.5
縣市別												
新北市	35	31.8	30.5	2.4	12.5	5.9	5.5	5.6	-	3.7	-	9.9
臺北市	31	39.6	13.9	9.4	19.9	5.4	7.5	3.2	-	-	-	11.2
桃園市	15	32.7	26.6	11.9	14.2	11.5	9.2	-	-	-	-	8.1
臺中市	15	43.9	13.0	13.2	11.4	11.7	14.5	-	-	-	-	5.3
臺南市	11	46.8	18.6	18.2	8.1	-	-	8.4	-	-	-	-
高雄市	29	40.4	8.7	34.8	4.9	7.5	3.3	3.1	-	-	-	6.0
宜蘭縣	4	-	51.5	26.8	-	-	24.7	-	26.8	-	-	48.5
新竹縣	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
苗栗縣	6	50.6	14.8	16.7	-	-	-	-	-	-	-	18.0
彰化縣	6	51.5	-	-	29.2	50.3	14.0	-	-	-	-	19.3
南投縣	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0
雲林縣	10	18.8	28.6	13.8	10.0	18.8	10.0	-	-	-	-	-
嘉義縣	2	-	-	-	58.1	58.1	-	-	-	-	-	41.9
屏東縣	7	25.0	15.6	34.0	-	-	-	-	12.7	-	-	12.7
臺東縣	4	59.9	-	22.3	27.5	17.8	-	-	-	-	-	-
花蓮縣	9	39.8	-	15.1	-	-	-	15.6	-	-	-	29.4
澎湖縣		-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-
基隆市	6	29.6	-	36.9	-	-	-	-	14.8	-	-	18.6
新竹市	5	-	21.4	36.9	-	13.7	-	-	-	-	-	27.9
嘉義市	3	27.5	-	47.3	-	27.5	-	-	-	-	-	25.2
金門縣	1	100.0	-	-	63.0	-	-	-	-	-	-	-
連江縣		39.8	-	-	-	-	60.2	-	-	-	13.2	-
居住地區												
北北基	72	34.9	20.7	8.5	14.5	5.2	5.9	4.0	1.3	1.8	-	11.3
桃竹苗	27	32.1	22.2	17.6	7.9	9.1	5.1	-	-	-	-	13.9
中彰投	23	42.1	8.7	8.8	14.9	20.3	13.2	-	-	-	-	16.7
雲嘉南	26	30.4	19.1	19.0	10.9	14.4	3.9	3.5	-	-	-	5.7
宜花東	17	34.8	12.6	19.7	6.4	4.2	6.0	8.1	6.6	-	-	27.2
高屏	36	37.5	10.0	34.7	4.0	6.1	2.7	2.5	2.4	-	-	7.3
金馬澎	1	67.1	-	-	37.4	21.1	11.7	-	-	-	2.6	-
年齡												
55-59歲	65	38.1	19.4	21.3	15.8	8.5	4.2	-	-	-	-	7.7
60-64歲	49	33.5	14.2	19.1	14.7	11.6	6.0	1.9	2.3	-	0.1	8.5
65-69歲	39	28.7	17.8	18.0	11.5	10.9	7.1	4.7	2.2	-	-	15.0
70-74歲	14	42.0	16.7	-	-	16.5	-	-	6.6	-	-	18.2
75-79歲	22	46.9	10.3	4.0	-	-	10.3	9.1	-	-	-	24.6
80-84歲	11	9.9	21.8	21.8	-	-	10.4	12.2	-	11.5	-	12.2
85歲以上	2	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 40 哪方面的消費詐騙事件(續)

單位：人；%

	樣本數	銀行轉帳詐騙	假藥	仿冒品	解除分期付款詐騙	信用卡被盜刷	付款後，未接獲商品或服務	假冒瓦斯安檢更換零件	假酒	被店家偷換成假鈔	廣告不實	無明確意見
總計	**202**	**35.5**	**16.6**	**16.6**	**10.8**	**8.8**	**5.8**	**3.0**	**1.4**	**0.6**	**0.0**	**12.1**
高齡階段												
高齡初期(老年)	113	36.2	17.2	20.3	15.3	9.8	5.0	0.8	1.0	-	0.0	8.1
高齡中期	75	36.5	15.4	10.5	6.0	8.8	6.6	5.1	2.4	-	-	18.4
高齡後期	13	23.3	18.6	18.6	-	-	8.9	10.4	-	9.8	-	10.4
教育程度												
小學及以下	41	30.0	26.1	11.1	-	2.1	0.1	9.1	2.1	3.1	-	18.5
初中、國中	35	36.0	16.2	17.9	-	8.1	9.7	3.8	-	-	-	11.2
高中、高職	51	39.6	5.9	17.1	20.2	7.6	7.9	-	-	-	0.1	13.4
專科	30	35.7	20.8	20.8	10.4	20.8	6.5	-	6.9	-	-	3.9
大學	34	33.1	22.9	19.2	20.7	8.3	3.3	2.9	-	-	-	6.7
研究所及以上	6	57.3	-	-	23.9	21.1	-	-	-	-	-	21.6
拒答	4	22.6	-	22.6	-	-	27.5	-	-	-	-	27.2
職業												
軍警公教	27	40.0	10.8	15.6	10.2	21.3	12.2	3.6	-	-	-	4.5
自營商/企業主	15	21.2	13.6	21.6	9.4	8.2	6.8	-	-	-	-	19.2
企業主管/專業人員	22	20.1	29.8	26.6	15.6	12.7	-	-	4.3	-	-	6.2
助理專業人員/技術人員	14	64.2	-	13.8	14.9	-	0.8	-	-	-	-	6.2
文書事務人員	12	30.3	10.2	-	28.5	6.6	18.7	-	-	-	-	13.5
商業買賣/服務人員	25	40.9	26.2	12.6	6.0	3.7	3.6	-	-	5.2	-	7.7
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	36	26.4	26.2	15.6	8.2	10.5	9.5	5.1	3.1	-	-	12.6
農林漁牧礦	18	32.2	10.4	19.1	-	5.2	-	12.9	-	-	-	20.2
家管	25	45.3	11.9	24.0	10.6	3.0	-	4.0	3.4	-	0.2	11.5
無業/待業	3	100.0	-	-	30.6	-	-	-	-	-	-	-
拒答	5	18.6	-	-	15.1	15.1	15.1	-	-	-	-	66.3
健康程度												
健康	156	37.1	14.4	19.7	14.0	10.8	6.9	1.2	1.9	-	0.0	7.9
不健康	38	31.0	21.5	4.4	-	2.4	2.5	11.1	-	3.4	-	26.2
不知道	4	-	72.4	27.6	-	-	-	-	-	-	-	-
拒答	4	49.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50.3
居住型態												
與子女同住	59	35.1	11.1	20.4	13.3	8.7	5.3	5.5	3.3	-	0.1	11.3
獨居(1人)	15	54.0	17.1	11.6	-	5.2	0.4	6.7	-	-	-	5.0
和配偶同住	43	26.6	20.9	20.2	7.4	7.5	7.2	-	-	-	-	14.6
其他同住型態	82	37.1	18.9	12.3	13.3	10.6	6.8	2.2	1.2	1.6	-	11.6
拒答	3	31.2	-	31.2	-	-	-	-	-	-	-	37.6

註：本題為複選題，故無法進行卡方檢定。

附表 41 消費詐騙事件的處理方式

單位：人；%

	樣本數	合計	報警	撥打165反詐騙專線洽詢	提出申訴	退/換貨	沒有處理	無明確意見
總計	**202**	**100.0**	**9.4**	**7.5**	**6.4**	**1.4**	**72.9**	**2.4**
性別								
男性	93	100.0	12.3	10.1	8.1	2.2	66.1	1.2
女性	109	100.0	7.0	5.2	4.9	0.8	78.7	3.4
縣市別 a								
新北市	35	100.0	11.1	16.9	7.1	-	64.9	-
臺北市	31	100.0	9.4	-	3.2	-	87.4	-
桃園市	15	100.0	-	8.1	23.4	-	68.5	-
臺中市	15	100.0	11.7	7.2	-	-	75.8	5.3
臺南市	11	100.0	-	9.1	8.4	-	82.5	-
高雄市	29	100.0	16.1	4.4	4.9	2.9	65.8	5.9
宜蘭縣	4	100.0	-	-	-	-	73.2	26.8
新竹縣	1	100.0	-	-	-	-	100.0	-
苗栗縣	6	100.0	-	-	-	-	100.0	-
彰化縣	6	100.0	15.2	-	-	-	84.8	-
南投縣	2	100.0	-	39.9	-	-	-	60.1
雲林縣	10	100.0	18.8	10.0	-	-	71.2	-
嘉義縣	2	100.0	-	-	58.1	-	41.9	-
屏東縣	7	100.0	-	-	-	14.3	85.7	-
臺東縣	4	100.0	38.5	17.8	-	27.5	16.2	-
花蓮縣	9	100.0	-	-	12.3	-	87.7	-
澎湖縣		100.0	100.0	-	-	-	-	-
基隆市	6	100.0	-	33.5	-	-	66.5	-
新竹市	5	100.0	21.4	-	29.2	-	49.4	-
嘉義市	3	100.0	-	-	-	-	100.0	-
金門縣	1	100.0	-	-	-	-	100.0	-
連江縣		100.0	13.3	-	-	-	86.7	-
居住地區								
北北基	72	100.0	9.4	11.2	4.8	-	74.6	-
桃竹苗	27	100.0	4.3	4.5	18.9	-	72.3	-
中彰投	23	100.0	11.6	8.2	-	-	71.6	8.6
雲嘉南	26	100.0	7.4	7.8	7.1	-	77.7	-
宜花東	17	100.0	9.0	4.2	6.4	6.4	67.4	6.6
高屏	36	100.0	13.1	3.5	4.0	5.1	69.5	4.8
金馬澎	1	100.0	23.7	-	-	-	76.3	-
年齡								
55-59歲	65	100.0	5.9	9.8	11.5	1.7	69.3	1.8
60-64歲	49	100.0	12.6	8.3	7.5	-	67.5	4.1
65-69歲	39	100.0	10.5	2.0	4.7	4.6	76.1	2.1
70-74歲	14	100.0	6.5	11.5	-	-	76.4	5.6
75-79歲	22	100.0	18.2	10.6	-	-	71.2	-
80-84歲	11	100.0	-	-	-	-	100.0	-
85歲以上	2	100.0	-	-	-	-	100.0	-
高齡階段								
高齡初期(老年)	113	100.0	8.8	9.1	9.8	0.9	68.5	2.9
高齡中期	75	100.0	12.0	6.3	2.4	2.4	74.7	2.2
高齡後期	13	100.0	-	-	-	-	100.0	-

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

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

附表 41 消費詐騙事件的處理方式(續)

單位：人；%

	樣本數	合計	報警	撥打165反詐騙專線洽詢	提出申訴	退/換貨	沒有處理	無明確意見
總計	**202**	**100.0**	**9.4**	**7.5**	**6.4**	**1.4**	**72.9**	**2.4**
教育程度								
小學及以下	41	100.0	8.8	4.3	-	2.3	84.6	-
初中、國中	35	100.0	10.1	6.4	7.9	2.4	70.9	2.3
高中、高職	51	100.0	9.2	2.4	6.3	2.1	78.4	1.6
專科	30	100.0	5.7	12.3	10.1	-	64.3	7.6
大學	34	100.0	9.3	11.1	11.4	-	65.5	2.7
研究所及以上	6	100.0	39.0	21.6	-	-	39.4	-
拒答	4	100.0	-	27.2	-	-	72.8	-
職業								
軍警公教	27	100.0	15.3	18.5	7.3	-	58.9	-
自營商/企業主	15	100.0	11.0	-	16.3	-	67.3	5.4
企業主管/專業人員	22	100.0	9.6	4.3	5.5	-	76.7	3.9
助理專業人員/技術人員	14	100.0	12.3	9.9	6.0	-	71.8	-
文書事務人員	12	100.0	20.5	10.4	-	-	62.1	7.0
商業買賣/服務人員	25	100.0	8.6	5.0	3.7	-	82.7	-
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	36	100.0	6.1	2.8	6.5	3.0	78.6	3.0
農林漁牧礦	18	100.0	-	10.2	13.6	5.5	70.7	-
家管	25	100.0	10.4	5.1	3.0	3.4	73.4	4.7
無業/待業	3	100.0	-	-	-	-	100.0	-
拒答	5	100.0	-	22.5	-	-	77.5	-
健康程度								
健康	156	100.0	11.0	8.1	6.9	1.3	69.6	3.1
不健康	38	100.0	5.0	3.3	2.4	2.2	87.1	-
不知道	4	100.0	-	-	30.9	-	69.1	-
拒答	4	100.0	-	29.4	-	-	70.6	-
居住型態								
與子女同住	59	100.0	8.6	3.8	1.6	4.9	79.3	1.8
獨居(1人)	15	100.0	14.1	-	-	-	80.5	5.4
和配偶同住	43	100.0	11.0	5.7	4.0	-	77.4	1.9
其他同住型態	82	100.0	8.7	11.3	12.5	-	65.0	2.5
拒答	3	100.0	-	37.6	-	-	62.4	-
消費詐騙事件								
仿冒品	33	100.0	5.4	3.7	5.5	5.4	74.0	6.0
銀行轉帳詐騙	71	100.0	14.7	11.4	6.0	1.5	65.2	1.2
假酒	3	100.0	-	32.8	-	-	29.4	37.8
假藥	33	100.0	3.5	10.1	7.3	-	75.8	3.3
解除分期付款詐騙	22	100.0	-	-	9.9	4.9	85.2	-
廣告不實		100.0	-	-	-	-	100.0	-
付款後，未接獲商品或服務	12	100.0	17.3	9.5	11.7	-	61.5	-
信用卡被盜刷	18	100.0	13.8	3.9	21.5	-	60.8	-
假冒瓦斯安檢更換零件	6	100.0	16.1	-	-	-	83.9	-
被店家偷換成假鈔	1	100.0	-	-	-	-	100.0	-
無明確意見	24	100.0	-	13.2	-	-	78.7	8.1

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

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

附表 42 聚會場所被銷售人員推銷的經驗

單位：人；%

	樣本數	合計	有	沒有	無明確意見
總計	**2489**	**100.0**	**16.0**	**83.9**	**0.1**
性別					
男性	1182	100.0	17.1	82.7	0.2
女性	1307	100.0	15.0	85.0	-
縣市別 a					
新北市	407	100.0	18.7	81.3	-
臺北市	314	100.0	16.8	83.2	-
桃園市	188	100.0	17.7	82.3	-
臺中市	256	100.0	17.5	82.5	-
臺南市	208	100.0	8.5	91.5	-
高雄市	303	100.0	17.2	82.4	0.4
宜蘭縣	52	100.0	20.8	79.2	-
新竹縣	50	100.0	7.7	92.3	-
苗栗縣	63	100.0	15.3	84.7	-
彰化縣	139	100.0	9.3	90.7	-
南投縣	60	100.0	21.5	78.5	-
雲林縣	85	100.0	21.4	78.6	-
嘉義縣	66	100.0	16.0	84.0	-
屏東縣	99	100.0	15.0	85.0	-
臺東縣	25	100.0	20.5	79.5	-
花蓮縣	38	100.0	14.1	82.3	3.6
澎湖縣	12	100.0	8.1	91.9	-
基隆市	42	100.0	8.8	91.2	-
新竹市	38	100.0	17.8	82.2	-
嘉義市	28	100.0	8.2	91.8	-
金門縣	15	100.0	23.5	76.5	-
連江縣	1	100.0	22.7	77.3	-
居住地區 a					
北北基	764	100.0	17.4	82.6	-
桃竹苗	339	100.0	15.8	84.2	-
中彰投	455	100.0	15.5	84.5	-
雲嘉南	387	100.0	12.6	87.4	-
宜花東	115	100.0	18.5	80.3	1.2
高屏	402	100.0	16.6	83.1	0.3
金馬澎	28	100.0	17.0	83.0	-
年齡 a					
55-59歲	684	100.0	17.6	82.4	-
60-64歲	604	100.0	18.4	81.6	-
65-69歲	432	100.0	16.3	83.7	-
70-74歲	253	100.0	15.8	84.2	-
75-79歲	228	100.0	11.9	88.1	-
80-84歲	149	100.0	12.9	85.3	1.8
85歲以上	140	100.0	6.9	93.1	-

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

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

附表 42 聚會場所被銷售人員推銷的經驗(續)

單位：人；%

	樣本數	合計	有	沒有	無明確意見
總計	**2489**	**100.0**	**16.0**	**83.9**	**0.1**
高齡階段 a					
高齡初期(老年)	1288	100.0	18.0	82.0	-
高齡中期	912	100.0	15.1	84.9	-
高齡後期	289	100.0	10.0	89.1	0.9
教育程度					
小學及以下	725	100.0	12.3	87.5	0.2
初中、國中	405	100.0	18.2	81.5	0.3
高中、高職	712	100.0	17.1	82.9	-
專科	257	100.0	18.6	81.4	-
大學	306	100.0	16.7	83.3	-
研究所及以上	63	100.0	20.8	79.2	-
拒答	19	100.0	5.2	94.8	-
職業 a					
軍警公教	234	100.0	17.6	82.4	-
自營商/企業主	182	100.0	12.1	87.9	-
企業主管/專業人員	227	100.0	19.0	81.0	-
助理專業人員/技術人員	132	100.0	19.0	81.0	-
文書事務人員	139	100.0	14.8	85.2	-
商業買賣/服務人員	320	100.0	17.4	82.6	-
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	522	100.0	18.4	81.6	-
農林漁牧礦	222	100.0	13.2	86.8	-
家管	414	100.0	14.1	85.9	-
無業/待業	52	100.0	7.5	92.5	-
拒答	45	100.0	6.2	87.9	5.9
健康程度					
健康	1874	100.0	15.5	84.4	0.1
不健康	460	100.0	19.1	80.9	-
不知道	135	100.0	13.1	86.9	-
拒答	20	100.0	9.4	90.6	-
居住型態					
與子女同住	787	100.0	13.7	86.1	0.2
獨居(1人)	200	100.0	16.5	83.5	-
和配偶同住	568	100.0	17.7	82.3	-
其他同住型態	919	100.0	17.0	82.8	0.2
拒答	15	100.0	-	100.0	-

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

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

附表 43 有沒有買過聚會場所裡面所推銷的商品

單位：人；%

	樣本數	合計	有	沒有
總計	**398**	**100.0**	**24.1**	**75.9**
性別				
男性	202	100.0	22.4	77.6
女性	196	100.0	25.8	74.2
縣市別				
新北市	76	100.0	32.8	67.2
臺北市	53	100.0	25.5	74.5
桃園市	33	100.0	22.3	77.7
臺中市	45	100.0	27.4	72.6
臺南市	18	100.0	14.7	85.3
高雄市	52	100.0	29.7	70.3
宜蘭縣	11	100.0	28.4	71.6
新竹縣	4	100.0	-	100.0
苗栗縣	10	100.0	13.2	86.8
彰化縣	13	100.0	14.7	85.3
南投縣	13	100.0	19.3	80.7
雲林縣	18	100.0	22.6	77.4
嘉義縣	11	100.0	22.2	77.8
屏東縣	15	100.0	-	100.0
臺東縣	5	100.0	31.7	68.3
花蓮縣	5	100.0	19.9	80.1
澎湖縣	1	100.0	-	100.0
基隆市	4	100.0	-	100.0
新竹市	7	100.0	17.2	82.8
嘉義市	2	100.0	25.8	74.2
金門縣	3	100.0	-	100.0
連江縣		100.0	36.0	64.0
居住地區				
北北基	133	100.0	29.0	71.0
桃竹苗	53	100.0	18.4	81.6
中彰投	71	100.0	23.6	76.4
雲嘉南	49	100.0	19.8	80.2
宜花東	21	100.0	27.1	72.9
高屏	67	100.0	23.1	76.9
金馬澎	5	100.0	2.2	97.8
年齡				
55-59歲	121	100.0	24.1	75.9
60-64歲	111	100.0	26.8	73.2
65-69歲	70	100.0	20.4	79.6
70-74歲	40	100.0	27.1	72.9
75-79歲	27	100.0	22.8	77.2
80-84歲	19	100.0	19.1	80.9
85歲以上	10	100.0	19.4	80.6

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

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

附表 43 有沒有買過聚會場所裡面所推銷的商品(續)

單位：人；%

	樣本數	合計	有	沒有
總計	**398**	**100.0**	**24.1**	**75.9**
高齡階段				
高齡初期(老年)	232	100.0	25.4	74.6
高齡中期	137	100.0	22.8	77.2
高齡後期	29	100.0	19.2	80.8
教育程度 *				
小學及以下	89	100.0	19.5	80.5
初中、國中	74	100.0	29.3	70.7
高中、高職	122	100.0	18.8	81.2
專科	48	100.0	29.4	70.6
大學	51	100.0	23.3	76.7
研究所及以上	13	100.0	53.3	46.7
拒答	1	100.0	100.0	-
職業				
軍警公教	41	100.0	31.2	68.8
自營商/企業主	22	100.0	14.2	85.8
企業主管/專業人員	43	100.0	28.6	71.4
助理專業人員/技術人員	25	100.0	9.1	90.9
文書事務人員	21	100.0	32.7	67.3
商業買賣/服務人員	56	100.0	16.6	83.4
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	96	100.0	28.1	71.9
農林漁牧礦	29	100.0	22.1	77.9
家管	58	100.0	24.1	75.9
無業/待業	4	100.0	-	100.0
拒答	3	100.0	64.7	35.3
健康程度				
健康	291	100.0	26.3	73.7
不健康	88	100.0	17.2	82.8
不知道	18	100.0	18.7	81.3
拒答	2	100.0	52.1	47.9
居住型態				
與子女同住	108	100.0	22.8	77.2
獨居(1人)	33	100.0	33.3	66.7
和配偶同住	101	100.0	22.7	77.3
其他同住型態	157	100.0	23.9	76.1

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

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

附表 44 購買推銷商品的花費

單位：人；%

	樣本數	合計	三千五以下	三千五-七千五	七千五以上	無明確意見
總計	**96**	**100.0**	**53.3**	**7.8**	**29.7**	**9.2**
性別						
男性	45	100.0	58.2	7.4	27.6	6.8
女性	51	100.0	49.0	8.2	31.5	11.3
縣市別						
新北市	25	100.0	48.0	7.3	41.1	3.6
臺北市	13	100.0	49.0	-	42.0	9.0
桃園市	7	100.0	75.2	-	12.4	12.4
臺中市	12	100.0	42.9	15.3	26.1	15.7
臺南市	3	100.0	38.4	-	61.6	-
高雄市	15	100.0	48.2	20.5	14.0	17.3
宜蘭縣	3	100.0	100.0	-	-	-
苗栗縣	1	100.0	100.0	-	-	-
彰化縣	2	100.0	100.0	-	-	-
南投縣	2	100.0	53.0	-	-	47.0
雲林縣	4	100.0	79.6	-	20.4	-
嘉義縣	2	100.0	25.8	28.9	45.3	-
臺東縣	2	100.0	41.9	-	58.1	-
花蓮縣	1	100.0	-	-	100.0	-
新竹市	1	100.0	100.0	-	-	-
嘉義市	1	100.0	-	-	100.0	-
連江縣		100.0	-	-	100.0	-
居住地區						
北北基	38	100.0	48.4	4.7	41.4	5.5
桃竹苗	10	100.0	81.4	-	9.3	9.3
中彰投	17	100.0	50.8	11.3	19.3	18.6
雲嘉南	10	100.0	50.6	7.0	42.4	-
宜花東	6	100.0	64.8	-	35.2	-
高屏	15	100.0	48.2	20.5	14.0	17.3
金馬澎		100.0	-	-	100.0	-
年齡						
55-59歲	29	100.0	52.6	4.9	34.4	8.1
60-64歲	30	100.0	63.1	14.6	15.9	6.4
65-69歲	14	100.0	36.7	12.2	33.2	17.9
70-74歲	11	100.0	78.1	-	14.4	7.5
75-79歲	6	100.0	31.7	-	50.2	18.1
80-84歲	4	100.0	35.3	-	64.7	-
85歲以上	2	100.0	-	-	100.0	-

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

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

附表 44 購買推銷商品的花費(續)

單位：人；%

	樣本數	合計	三千五以下	三千五-七千五	七千五以上	無明確意見
總計	**96**	**100.0**	**53.3**	**7.8**	**29.7**	**9.2**
高齡階段						
高齡初期(老年)	59	100.0	57.9	9.8	25.0	7.3
高齡中期	31	100.0	50.0	5.6	30.1	14.3
高齡後期	6	100.0	23.4	-	76.6	-
教育程度						
小學及以下	17	100.0	23.6	10.6	50.0	15.8
初中、國中	22	100.0	57.9	11.6	22.5	8.0
高中、高職	23	100.0	60.2	7.7	27.0	5.1
專科	14	100.0	61.1	-	25.1	13.8
大學	12	100.0	73.9	-	16.0	10.1
研究所及以上	7	100.0	47.0	20.3	32.7	-
拒答	1	100.0	-	-	100.0	-
職業						
軍警公教	13	100.0	77.6	-	22.4	-
自營商/企業主	3	100.0	28.6	45.4	-	26.0
企業主管/專業人員	12	100.0	58.8	-	25.4	15.8
助理專業人員/技術人員	2	100.0	38.5	-	61.5	-
文書事務人員	7	100.0	68.9	13.2	-	17.9
商業買賣/服務人員	9	100.0	92.7	7.3	-	-
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	27	100.0	41.0	9.9	38.7	10.4
農林漁牧礦	6	100.0	36.8	15.3	29.9	18.0
家管	14	100.0	33.5	6.3	54.3	5.9
拒答	2	100.0	44.9	-	55.1	-
健康程度						
健康	77	100.0	59.3	7.4	26.5	6.8
不健康	15	100.0	30.2	12.2	39.2	18.4
不知道	3	100.0	37.0	-	38.4	24.6
拒答	1	100.0	-	-	100.0	-
居住型態						
與子女同住	25	100.0	51.6	3.6	33.2	11.6
獨居(1人)	11	100.0	29.1	-	62.8	8.1
和配偶同住	23	100.0	51.6	7.3	31.5	9.6
其他同住型態	37	100.0	62.6	13.3	16.5	7.6

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

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

附表 45 商品在沒有使用的情況下可以退貨之知曉度

單位：人；%

	樣本數	合計	知道	不知道	無明確意見
總計	**398**	**100.0**	**66.9**	**32.3**	**0.8**
性別					
男性	202	100.0	64.9	34.6	0.5
女性	196	100.0	68.9	29.9	1.2
縣市別					
新北市	76	100.0	60.4	39.6	-
臺北市	53	100.0	72.9	25.0	2.1
桃園市	33	100.0	69.3	30.7	-
臺中市	45	100.0	70.3	27.7	2.0
臺南市	18	100.0	73.7	26.3	-
高雄市	52	100.0	65.0	35.0	-
宜蘭縣	11	100.0	67.6	32.4	-
新竹縣	4	100.0	76.3	23.7	-
苗栗縣	10	100.0	55.4	31.4	13.2
彰化縣	13	100.0	56.6	43.4	-
南投縣	13	100.0	66.2	33.8	-
雲林縣	18	100.0	52.1	47.9	-
嘉義縣	11	100.0	69.9	30.1	-
屏東縣	15	100.0	81.0	19.0	-
臺東縣	5	100.0	69.3	30.7	-
花蓮縣	5	100.0	100.0	-	-
澎湖縣	1	100.0	66.0	34.0	-
基隆市	4	100.0	100.0	-	-
新竹市	7	100.0	61.8	38.2	-
嘉義市	2	100.0	61.2	38.8	-
金門縣	3	100.0	34.9	65.1	-
連江縣		100.0	40.7	59.3	-
居住地區					
北北基	133	100.0	66.5	32.7	0.8
桃竹苗	53	100.0	66.4	31.2	2.4
中彰投	71	100.0	67.0	31.7	1.3
雲嘉南	49	100.0	64.2	35.8	-
宜花東	21	100.0	76.2	23.8	-
高屏	67	100.0	68.5	31.5	-
金馬澎	5	100.0	41.6	58.4	-
年齡 **a**					
55-59歲	121	100.0	64.9	34.1	1.0
60-64歲	111	100.0	69.4	30.6	-
65-69歲	70	100.0	76.0	22.7	1.3
70-74歲	40	100.0	58.5	41.5	-
75-79歲	27	100.0	66.6	33.4	-
80-84歲	19	100.0	72.5	21.7	5.8
85歲以上	10	100.0	19.6	80.4	-
高齡階段					
高齡初期(老年)	232	100.0	67.1	32.4	0.5
高齡中期	137	100.0	69.0	30.3	0.7
高齡後期	29	100.0	54.9	41.3	3.8

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

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

附表 45 商品在沒有使用的情況下可以退貨之知曉度(續)

單位：人；%

	樣本數	合計	知道	不知道	無明確意見
總計	**398**	**100.0**	**66.9**	**32.3**	**0.8**
教育程度					
小學及以下	89	100.0	53.7	45.3	1.0
初中、國中	74	100.0	64.5	33.8	1.7
高中、高職	122	100.0	70.0	29.1	0.9
專科	48	100.0	78.4	21.6	-
大學	51	100.0	72.3	27.7	-
研究所及以上	13	100.0	82.5	17.5	-
拒答	1	100.0	-	100.0	-
職業					
軍警公教	41	100.0	71.3	28.7	-
自營商/企業主	22	100.0	82.3	17.7	-
企業主管/專業人員	43	100.0	71.7	28.3	-
助理專業人員/技術人員	25	100.0	72.3	23.3	4.4
文書事務人員	21	100.0	54.2	45.8	-
商業買賣/服務人員	56	100.0	72.2	27.8	-
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	96	100.0	58.0	39.7	2.3
農林漁牧礦	29	100.0	66.2	33.8	-
家管	58	100.0	69.0	31.0	-
無業/待業	4	100.0	76.9	23.1	-
拒答	3	100.0	-	100.0	-
健康程度 a					
健康	291	100.0	69.4	30.6	-
不健康	88	100.0	56.5	41.0	2.5
不知道	18	100.0	73.0	20.8	6.2
拒答	2	100.0	100.0	-	-
居住型態					
與子女同住	108	100.0	73.7	26.3	-
獨居(1人)	33	100.0	66.6	30.1	3.3
和配偶同住	101	100.0	65.8	33.3	0.9
其他同住型態	157	100.0	62.9	36.3	0.8
獲知商品資訊的管道					
報紙	59	100.0	70.6	29.4	-
廣播電台	13	100.0	64.9	35.1	-
電視	121	100.0	66.9	32.0	1.1
網路	80	100.0	71.5	28.5	-
親友推薦	80	100.0	67.2	32.8	-
鄰居推薦	30	100.0	64.9	35.1	-
業者推薦	11	100.0	61.4	38.6	-
參加集會或活動	15	100.0	51.3	48.7	-
菜市場	177	100.0	69.9	29.6	0.5
廣告DM/百貨公司(賣場)型錄	202	100.0	70.2	29.8	-
超商/超市/量販店	28	100.0	73.8	17.7	8.5
雜誌	1	100.0	-	100.0	-
無明確意見	18	100.0	40.9	59.1	-

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

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

附表 46 政府對高齡者消費保護與管理方面需加強的保障

單位：人；%

	樣本數	合計	維持弱勢高齡者的基本經濟生活	加強針對以高齡者為訴求之商品及服務的審查	加強高齡者及其家屬的消保教育及宣導活動	高齡者友善商品或服務認證標章制度	加強查察詐騙案件與加重罰則	無明確意見
總計	**2489**	**100.0**	**31.8**	**19.1**	**15.8**	**7.4**	**4.4**	**21.5**
性別								
男性	1182	100.0	29.5	19.6	16.7	7.5	4.5	22.2
女性	1307	100.0	33.9	18.8	14.9	7.3	4.3	20.8
縣市別								
新北市	407	100.0	30.2	20.1	18.2	5.8	8.3	17.4
臺北市	314	100.0	28.6	18.3	17.1	10.2	5.4	20.4
桃園市	188	100.0	29.9	14.7	15.5	6.0	7.0	26.9
臺中市	256	100.0	35.1	14.9	17.0	7.9	3.7	21.4
臺南市	208	100.0	32.1	20.8	14.4	6.5	4.7	21.5
高雄市	303	100.0	30.9	20.1	15.0	7.0	5.3	21.7
宜蘭縣	52	100.0	34.8	25.4	22.2	4.1	4.1	9.4
新竹縣	50	100.0	26.7	36.8	16.1	9.1	-	11.3
苗栗縣	63	100.0	31.1	19.2	14.3	11.4	-	24.0
彰化縣	139	100.0	35.5	17.7	13.5	8.5	1.2	23.6
南投縣	60	100.0	34.1	13.3	13.1	5.4	2.7	31.4
雲林縣	85	100.0	32.6	19.0	11.0	14.9	3.0	19.5
嘉義縣	66	100.0	28.0	23.3	16.8	4.4	1.0	26.5
屏東縣	99	100.0	26.7	24.9	15.5	3.7	1.9	27.3
臺東縣	25	100.0	45.2	24.6	5.5	3.8	-	20.9
花蓮縣	38	100.0	24.5	12.7	21.8	11.8	-	29.2
澎湖縣	12	100.0	32.0	21.8	13.8	-	-	32.4
基隆市	42	100.0	50.8	14.3	12.4	4.5	-	18.0
新竹市	38	100.0	46.3	21.3	7.7	9.4	-	15.3
嘉義市	28	100.0	43.2	16.5	11.4	7.9	-	21.0
金門縣	15	100.0	25.3	16.8	17.1	5.5	-	35.3
連江縣	1	100.0	41.9	3.0	23.4	6.0	5.6	20.1
居住地區								
北北基	764	100.0	30.7	19.0	17.4	7.5	6.6	18.8
桃竹苗	339	100.0	31.5	19.5	14.5	7.8	3.9	22.8
中彰投	455	100.0	35.1	15.5	15.4	7.7	2.8	23.5
雲嘉南	387	100.0	32.3	20.5	13.8	8.1	3.4	21.9
宜花東	115	100.0	33.7	21.0	18.4	6.6	1.8	18.5
高屏	402	100.0	29.8	21.3	15.1	6.2	4.5	23.1
金馬澎	28	100.0	28.9	18.2	16.0	3.2	0.3	33.4
年齡 ***								
55-59歲	684	100.0	36.7	20.0	20.1	8.5	4.6	10.1
60-64歲	604	100.0	34.0	20.4	18.4	8.6	4.5	14.1
65-69歲	432	100.0	32.1	20.5	15.4	6.1	5.9	20.0
70-74歲	253	100.0	30.6	20.8	12.2	5.5	5.2	25.7
75-79歲	228	100.0	24.4	16.4	12.7	4.7	3.3	38.5
80-84歲	149	100.0	22.7	11.7	10.7	11.2	2.5	41.2
85歲以上	140	100.0	22.1	14.4	1.4	3.9	1.2	57.0
高齡階段 ***								
高齡初期(老年)	1288	100.0	35.4	20.2	19.3	8.6	4.5	12.0
高齡中期	912	100.0	29.8	19.6	13.8	5.6	5.0	26.2
高齡後期	289	100.0	22.4	13.0	6.2	7.7	1.8	48.9

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

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

附表 46 政府對高齡者消費保護與管理方面需加強的保障(續)

單位：人；%

	樣本數	合計	維持弱勢高齡者的基本經濟生活	加強針對以高齡者為訴求之商品及服務的審查	加強高齡者及其家屬的消保教育及宣導活動	高齡者友善商品或服務認證標章制度	加強查察詐騙案件與加重罰則	無明確意見
總計	**2489**	**100.0**	**31.8**	**19.1**	**15.8**	**7.4**	**4.4**	**21.5**
教育程度 ***								
小學及以下	725	100.0	26.9	15.5	9.3	3.4	4.1	40.8
初中、國中	405	100.0	35.7	20.5	16.6	6.5	4.1	16.6
高中、高職	712	100.0	34.3	23.5	16.7	8.2	3.9	13.4
專科	257	100.0	39.0	18.2	20.6	7.3	5.2	9.7
大學	306	100.0	28.2	18.8	23.0	13.6	6.5	9.9
研究所及以上	63	100.0	30.1	11.4	23.1	21.9	4.1	9.4
拒答	19	100.0	13.6	14.3	-	-	-	72.1
職業 ***								
軍警公教	234	100.0	30.5	22.3	18.8	12.9	3.7	11.8
自營商/企業主	182	100.0	31.0	16.8	20.2	8.7	4.1	19.2
企業主管/專業人員	227	100.0	35.4	15.8	19.7	10.7	5.8	12.6
助理專業人員/技術人員	132	100.0	32.6	24.1	18.1	4.8	7.2	13.2
文書事務人員	139	100.0	36.4	20.2	18.9	7.3	6.7	10.5
商業買賣/服務人員	320	100.0	36.5	21.7	16.2	9.7	1.9	14.0
技術工/機械設備操作或組裝/體力工	522	100.0	32.5	17.9	13.7	4.3	4.9	26.7
農林漁牧礦	222	100.0	27.0	16.7	10.5	4.3	4.7	36.8
家管	414	100.0	28.1	20.9	15.2	6.9	4.5	24.4
無業/待業	52	100.0	30.4	10.7	8.2	8.0	1.7	41.0
拒答	45	100.0	26.4	13.6	5.6	2.0	-	52.4
健康程度 ***								
健康	1874	100.0	33.3	19.4	17.0	8.0	4.6	17.7
不健康	460	100.0	29.5	18.0	11.6	6.2	4.4	30.3
不知道	135	100.0	22.3	20.6	12.6	4.2	2.1	38.2
拒答	20	100.0	14.2	8.4	11.1	-	3.9	62.4
居住型態 ***								
與子女同住	787	100.0	29.0	20.3	13.6	6.1	3.6	27.4
獨居(1人)	200	100.0	32.8	14.5	12.5	5.7	2.7	31.8
和配偶同住	568	100.0	35.5	18.8	14.0	8.1	4.5	19.1
其他同住型態	919	100.0	32.1	19.5	19.4	8.5	5.5	15.0
拒答	15	100.0	19.4	12.9	16.5	-	-	51.2
獲知商品資訊的管道								
報紙	280	100.0	30.9	23.3	17.4	11.9	4.2	12.3
廣播電台	89	100.0	20.4	25.7	18.3	12.8	0.9	21.9
電視	633	100.0	33.9	23.5	19.2	8.8	5.4	9.2
網路	393	100.0	31.4	23.8	19.8	10.3	5.6	9.1
親友推薦	460	100.0	33.7	21.4	19.9	11.7	2.6	10.7
鄰居推薦	143	100.0	28.7	25.0	17.5	14.1	0.9	13.8
業者推薦	78	100.0	24.8	28.4	19.6	12.2	-	15.0
參加集會或活動	71	100.0	30.3	23.4	11.7	16.0	-	18.6
菜市場	1052	100.0	33.7	19.5	14.4	7.1	3.7	21.6
廣告DM/百貨公司(賣場)型錄	1031	100.0	33.1	21.1	20.6	9.2	4.1	11.9
超商/超市/量販店	188	100.0	27.2	14.7	12.4	7.1	26.6	12.0
雜誌	10	100.0	20.9	11.1	20.4	8.8	16.1	22.7
手機簡訊/電話行銷	3	100.0	100.0	-	-	-	-	-
無明確意見	270	100.0	20.0	11.0	7.9	3.8	1.0	56.3

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

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

附錄四、 會議記錄

行政院「高齡者消費意識、行為及需求調查」研究計畫
期中審查會議紀錄

開會時間：105 年 11 月 2 日（星期三）下午 2 時 30 分

開會地點：行政院第八會議室

主　　席：劉處長清芳　　記錄：郭怡宏

出列席人員：（詳如簽到單）

壹、廠商簡報及詢答：（略）

貳、與會人員發言摘要：

一、許副教授玉雪：

（一）期中報告僅以問卷形式呈現，略嫌草率。

（二）期中報告宜包含迄目前之研究成果（如會場簡報之部分執行內容），不宜單以問卷形式呈現，應提供一份完整書面報告進行以利審查。

（三）問卷內容應更有組織，目前規劃設計略嫌凌亂，如基本資料題組分散在問卷前後；問題若有續問跳題選項，安排應更有邏輯。

二、唐社長雲明：

（一）報告似應提供更清楚之研究架構，以讓評審了解變項及推估結果。

（二）問卷基本資料 I10 詢問受訪者每月可支配金額為何，應說明詢問此題的原因為何及後續預期成果。

三、林教授振春：

（一）問卷基本資料 I9 目前主要收入來源宜提供更周全選

（二）問卷 Q2 題目「清不清楚」宜改成「知不知道」。

（三）問卷 Q3 題目「注意」宜改成「懷疑」。

（四）問卷 Q4 選項 5「幾乎都不會」宜改成「都不會」。

（五）問卷 Q6 及 Q7 題目僅留下「遇過」，刪除「聽過」。

（六）問卷 Q15 是否知道消費者保護專線，宜加入消費者保護專線號碼，以確認受訪者確實知道專線。

（七）問卷 Q20 宜直接詢問受訪者知不知道禮券不得記載使用期限、不得約定廣告僅供參考、不得約定拋棄審閱期間。

（八）宜提供問卷統計分析架構。

參、評審結論：

請委辦廠商依照評審委員意見，將提報資料修改為更完整的書面期中報告後，送本處擇日召開第二次會議審查。

散會：下午 3 時 30 分。

行政院「高齡者消費意識、行為及需求調查」研究計畫案期中審查
第二次會議紀錄

會時間：105 年 11 月 10 日（星期四）下午 2 時 30 分

會地點：行政院第五會議室

席：廖參議世机(代)　　記錄：郭怡宏

列席人員：(詳如簽到單)

、廠商簡報及詢答：(略)

、與會人員發言摘要：

一、林教授振春：

（一）建議修改訪談大綱第二題組的第 4 題「請問您覺得政府在保護消費者上的政策足不足夠」為「請問您覺得政府在保護高齡消費者上的政策足不足夠」，以聚焦高齡消費者保護主題。

（二）盼能提供更清楚的分析架構，如統計方法哪幾題用 ANOVA 變異數分析，哪幾題用 CHAID 分析等。另與歷次相同主題問題之比較分析將使用何種統計軟體，盼能在期末報告中呈現。

二、唐社長雲明：

請說明問卷依照委員意見修改之部分，及本案報告是否回應行政院的需求。

三、許副教授玉雪：

（一）盼能在期中報告中加入問卷會議結論，如根據該次會議得到何種結果等。

（二）與會人員資歷應放在報告後。

（三） 請說明問卷中哪些題目將做歷年比較分析。

（四） 焦點座談會應慎選與會對象及其特徵，以期達到研究目標。

（五） 問卷修改後較有組織，值得肯定，惟部分題目提問的用語可再調整修正。

四、 廖參議世杭：

（一）依契約規定，質化研究部分，除了四場焦點座談會外，應再辦理 5-8 位學者專家之深度訪談，請儘速規劃辦理。

（二）期末報告及後續相關事宜，應符合招標需求書的規範。

參、評審結果：

一、廠商所提修正後之期中報告原則通過，請廠商參考評審委員建議意見，再修正期中報告及登錄研究計畫基本資料於政府研究資訊系統(GRB，https://www.grb.gov.tw/)後，依契約規定送本處辦理驗收、第一期款核銷及後續相關事宜。

二、有關調查問卷後續修正內容，授權幕僚單位做最後確認。

散會：下午 3 時 40 分。

行政院消費者保護處委託研究案期中報告修訂對照表

委託研究名稱	高齡者消費意識、行為及需求調查		
意見內容	報告修正後內容	頁次	備註
1. 建議修改訪談大綱第二題組的第 4 題請問您覺得政府在保護消費者上的政策足不足夠為請問您覺得政府在保護高齡消費者上的政策足不足夠，以聚焦高齡消費者保護主題	謹依委員意見修正	22	期中修正報告內
2. 盼能提供更清楚的分析架構，如統計方法哪幾題用 ANOVA 變異數分析，哪幾題用 CHAID 分析等。另與歷次相同主題問題之比較分析將使用何種統計軟體，盼能在期末報告中呈現。	謹依委員意見修正	13-15	期中修正報告內
3. 請說明問卷依照委員意見修改之部分，及本案報告是否回應行政院的需求。	本次問卷修改處為將詢問地區之題目順序改為第一題，並將是否會注意單價之題目、購買金額多少會找人商量、對商品有疑慮時會找的人等等題目，改為消費前最希望知道的商品資訊為何？另將請問您知不知道政府有提供消費者保護專線，提供受訪者申訴或諮詢？改為請問您知道政府提供的消費者保護專線是多少嗎做詢問外，也將定型化契約拆成三組題目進行詢問，分別為規避廣告不實、拋棄審閱期限、禮券不得記載使用期限		
4. 與會人員資例應放在報告後。	謹依委員意見修正	33-34	期中修正報告內
5. 焦點座談會應慎選與會對項及其特徵，以期達到研究目標。	謹依委員意見注意		
6. 問卷修改後較有組織，值得肯定，惟部分題目提問的用語可再調整修正。	謹依委員意見修正		
7. 依契約規定，質化研究部分，除了四場焦點座談會外，應再辦理 5-8 位學者專家之深度訪談，請盡速規劃辦理。	謹依委員意見進行		

行政院「高齡者消費意識、行為及需求調查」研究計畫案期末報告審查會議紀錄

開會時間：105 年 12 月 12 日（星期一）上午 9 時 30 分

開會地點：行政院第五會議室

主　　席：劉處長清芳　　記錄：郭怡宏

出列席人員：(詳如簽到單)

壹、廠商簡報及詢答：(略)

貳、與會人員發言摘要：

林委員振春：

（一）建議報告第三章「研究設計」之第 4 節「電話訪問調查」能提供變項架構，與期中報告之呈現方式一致。

（二）建議報告第三章「研究設計」之第 5 節「焦點座談會研究」能說明焦點座談會時間及地點，並將 p. 81 出席名單移至此節。

（三）建議報告第三章「研究設計」之第 6 節「深度訪談調查」能說明深度訪談進行時間及地點，並將 p.91 深度訪談名單移至此節。

（四）報告第五章「研究結論與建議」之質化資料可接受，但建議將標題改成結論，建議部份則往後移。

唐委員雲明：

（五）建議廠商提供期中及期末報告修改處對照表，以利審查委員檢視報告是否確實依照審查意見修改。

（六）建議在第二章「調查研究重要議題」之第 5 節「公共安全」項目加入遊覽車安全等與高齡者較相關之議題。

（七）與 102 年度調查相關之議題，請進行調查結果之比較分析。

（八）結論或建議宜補充未來研究之延續性。

許委員玉雪：

（九）第二章「文獻探討」建議比較國內及國外之研究結果，以探討國內外高齡者消費議題之差異及對政策之影響，提供整合性分

析，提升此報告之參考價值。

（十）第三章「研究設計」建議加入參考國外作法之處。

（十一）量化研究之調查結果分析中，受訪者回答選項比例加總有未達100%情形，是否未將拒答者或未有明確答案者列入，應有更清楚合理的敘述，請再仔細檢查所提供之資訊。

（十二）第 36 頁樣本代表性分析之相關說明應避免模稜兩可之敘述，統計符號應調整一致，並請確認檢定數值的正確性。另如 47 頁提及「縣市別的組內期望值小於 5 之細格比率超過 25%，故無法進行卡方檢定」，宜全面檢視並再進一步分析，以探求受訪者地域、年齡層等的差異性。

（十三）各議題及章節應有小節文字之總結說明，較容易看出整體分析結果，而非僅如以受訪者年齡、性別、教育程度、職業等細項分開說明。

（十四）深度訪談部份似過於精簡，宜再補充學者具體意見，以提供政策建議。

（十五）結論與建議中，未見可提供政策參考之具體建議，請確實依據調查研究及專家意見重新撰擬。

參、會議結論：

一、請委辦廠商於 12 月 15 日前依照審查委員意見修正期末報告並送本處。

二、本處於收到前開修正之期末報告後，將儘速擇日召開第二次審查會議。

散會：上午 11 時。

行政院消費者保護處委託研究案期末報告修訂對照表

委託研究名稱		高齡者消費意識、行為及需求調查		
意見內容	頁次	報告修正後內容	頁次	備註
1. 建議報告第三章「研究設計」之第 4 節「電話訪問調查」能提供變項架構，與期中報告之呈現方式一致。		已重新檢視並修正	35-41	
2. 建議報告第三章「研究設計」之第 5 節「焦點座談會研究」能說明焦點座談會時間及地點，並將 p. 81 出席名單移至此節。		謹依委員意見修正	46-48	
3. 建議報告第三章「研究設計」之第 6 節「深度訪談調查」能說明深度訪談進行時間及地點，並將 p.91 深度訪談名單移至此節。		謹依委員意見修正	50-51	
4. 報告第五章「研究結論與建議」之質化資料可接受，但建議將標題改成結論，建議部份則往後移。		謹依委員意見修正	110-115	
5. 建議廠商提供期中及期末報告修改處對照表，以利審查委員檢視報告是否確實依照審查意見修改。		謹依委員意見修正	240-246	
6. 建議在第二章「調查研究重要議題」之第 5 節「公共安全」項目加入遊覽車安全等與高齡者較相關之議題。		謹依委員意見修正	24-25	
7. 與 102 年度調查相關之議題，請進行調查結果之比較分析。		因歷年所辦理之國民消費意識及消費行為調查年齡層與本次調查特別針對年滿 55 歲以上之受訪者的樣本配置比率並不同，且往年調查數據並未加以再細分如 60 歲-64 歲、65 歲-69 歲或以上族群之調查結果比率，因此為了提供歷年調查結果，於本次調查結果進行撰述外，將歷年相同或類似之調查結果一併列出，而其值僅供參考。建以此次調查為基礎，建立 55 歲以上之調查結果數據以建立歷年比較之數據。	92-95	

委託研究名稱	高齡者消費意識、行為及需求調查			
意見內容	頁次	報告修正後內容	頁次	備註
8. 結論或建議宜補充未來研究之延續性。		謹依委員意見修正	110-115	
9. 文獻回顧之架構應於期中報告時納入審查		待下次研究調查案開始時，力行此要求		
10. 第二章「文獻探討」建議比較國內及國外之研究結果，以探討國內外高齡者消費議題之差異及對政策之影響，提供整合性分析，提升此報告之參考價值。		謹依委員意見修正	16-21.32-33	
11. 第三章「研究設計」建議加入參考國外作法之處。		研究設計係參酌國外文獻與過去調查架構以求調查延續性		
12. 量化研究之調查結果分析中，受訪者回答選項比例加總有未達100%情形，是否未將拒答者或未有明確答案者列入，應有更清楚合理的敘述，請再仔細檢查所提供之資訊。		加總未達100.0%之情況僅於摘要及結論處未列入無明確意見者之比例，其於調查結果(受訪人數及百分比)因四捨五入或複選題之故，各選項受訪人數合計可能不等於該問項總回答人數，百分比合計可能不等於100.0%。		
13. 第36頁樣本代表性分析之相關說明應避免模稜兩可之敘述，統計符號應調整一致，並請確認檢定數值的正確性。另如47頁提及「縣市別的組內期望值小於5之細格比率超過25%，故無法進行卡方檢定」，宜全面檢視並再進一步分析，以探求受訪者地域、年齡層等的差異性。		已重新檢視並修正		
14. 各議題及章節應有小節文字之總結說明，較容易看出整體分析結果，而非僅如以受訪者年齡、性別、教育程度、職業等細項分開說明。		謹依委員意見修正	70.78.92-95	
15. 深度訪談部份似過於精簡，宜再補充學者具體意見，以提供政策建議。		謹依委員意見修正	103-107	
16. 論與建議中，未見可提供政策參考之具體建議，請確實依據調查研究及專家意見重新撰擬。		謹依委員意見修正	113-115	

行政院「高齡者消費意識、行為及需求調查」研究計畫
期末報告第二次審查會議紀錄

開會時間：105 年 12 月 26 日（星期一）上午 9 時 30 分

開會地點：行政院第五會議室

主　　席：劉處長清芳　　記錄：郭怡宏

出列席人員：(詳如簽到單)

壹、廠商簡報及詢答：(略)

貳、與會人員發言摘要：

一、許委員玉雪：

（一）委辦廠商已依照審查委員意見大幅修正改善報告內容，能看出廠商之努力。

（二）建議將文獻回顧中有關日本政府改善銀髮族經濟及消費狀況之政策納入報告建議部分，如日本政府積極推動高齡者就業政策，以減低高齡者心理壓力等，能讓報告建議更為具體。

（三）建議報告 p. 61 表 6「購買商品時遇到之消費問題」似過長，宜獨立呈現，改成表 6、表 7、表 8。

（四）建議附錄宜加上完整問卷設計，並將複選題標出，以利審查委員了解問卷全貌。

（五）P. 92 盼能將今年調查結果及 102 年調查結果做基礎相同之比較，如針對 65 歲以上受訪者就類似題目之調查結果加以比較，以觀察今年與過去之高齡者消費行為是否隨政策宣導而有好的變化，能讓此小節更有意義。

（六）建議廠商未來若再辦理深度訪談，應請學者提供更具體的意見。

二、唐委員雲明：

（一）目錄字體大小不一，請調整。

（二）緒論似過短，建議加入如相關政策綱領、研究需求等資料。

（三）建議調整附錄中之審查會議紀錄及期中、期末報告修正對照表順序，如將期中報告修正對照表附在期中報告審查會議紀錄後，

並將逐字稿依焦點座談舉辦地區分類標示。

三、林委員振春：

（一）建議附錄宜加上完整問卷，以讓審查委員了解問卷全貌，並調整附錄資料順序。

（二）專家學者提供之建議，力道似有不足，建議委辦廠商未來若進行類此調查，宜訪談擅長樂齡學習領域之學者專家。

（三）廠商能即時配合審查委員意見加以修改報告，值得肯定。

四、廖委員世机：

結論與建議部分，建議針對每個訪問議題和其量化及質化研究所得成果，逐項研提具體結論、政策建議及對應的主管機關，以利後續分工及追蹤。

參、結論：

廠商所提修正後之期末報告原則通過，請廠商依照審查委員建議意見，再修正期末報告及登錄研究計畫報告於政府研究資訊系統(GRB，https://www.grb.gov.tw/)後，於 12 月 29 日前送本處辦理驗收、第 2 期款核銷撥付及後續相關事宜。

散會：上午 10 時 40 分。

行政院消費者保護處委託研究案期末修正報告修訂對照表

委託研究名稱	高齡者消費意識、行為及需求調查			
意見內容	頁次	報告修正後內容	頁次	備註
1. 建議將文獻回顧中有關日本政府改善銀髮族經濟及消費狀況之政策納入報告建議部分，如日本政府積極推動高齡者就業政策，以減低高齡者心理壓力等，能讓報告建議更為具體。		謹依委員意見修正		
2. 建議報告 p. 61 表 6「購買商品時遇到之消費問題」似過長，宜獨立呈現，改成表 6、表 7、表 8。		謹依委員意見修正	62-63	
3. 建議附錄宜加上完整問卷設計，並將複選題標出，以利審查委員了解問卷全貌。		謹依委員意見修正	128	
4. P. 92 盼能將今年調查結果及 102 年調查結果做基礎相同之比較，如針對 65 歲以上受訪者就類似題目之調查結果加以比較，以觀察今年與過去之高齡者消費行為是否隨政策宣導而有好的變化，能讓此小節更有意義。		謹依委員意見修正	67.73.83.98-99	
5. 建議廠商未來若再辦理深度訪談，應請學者提供更具體的意見。		未來辦理謹依委員意見注意		
6. 目錄字體大小不一，請調整。		謹依委員意見修正		
7. 緒論似過短，建議加入如相關政策綱領、研究需求等資料。		謹依委員意見修正		
8. 建議調整附錄中之審查會議紀錄及期中、期末報告修正對照表順序，如將期中報告修正對照表附在期中報告審查會議紀錄後，並將逐字稿依焦點座談舉辦地區分類標示。		謹依委員意見修正		
9. 建議附錄宜加上完整問卷，以讓審查委員了解問卷全貌，並調整附錄資料順序。		謹依委員意見修正		
10. 專家學者提供之建議，力道似有不足，建議委辦廠商未來若進行類此調查，宜訪談擅長樂齡學習領域之學者專家。		未來辦理謹依委員意見注意		
11. 結論與建議部分，建議針對每個訪問議題和其量化及質化研究所得成果，逐項研提具體結論、政策建議及對應的主管機關，以利後續分工及追蹤。		謹依委員意見修正		

附錄五、 逐字稿

一、北區高齡受訪者焦點團體訪談

時間：2016/12/01　14:00-16:00

座談會主持：趨勢民調股份有限公司 吳世昌 總經理(主持)

座談會參與名單：

編號	居住地區	性別	年齡	經常消費地點
A1	台北市	男	76 歲	3C 賣場
A2	桃園市	女	57 歲	超市
A3	新北市	男	66 歲	便利商店/大賣場
A4	新北市	女	62 歲	超市/菜市場
A5	台北市	女	55 歲	超市/大賣場
A6	桃園市	女	59 歲	實體店面/超市
A7	基隆市	女	59 歲	大賣場
A8	新北市	男	59 歲	大賣場/網路購物
A9	台北市	女	67 歲	電視購物/網路

(座談會開始)

主：行政院辦的一個研究案，調查主要目的是了解大家對於這個年齡層在消費行為的一些看法。那我們的進行的方式有幾主題，大概分為消費行消費保護這兩塊，有一些議題我們就逐個探討。大家在這個討論的過程中，原則上我們可以輪著順序，每個人都發表一下意見，隨時有意見也可以提出來。我先說明一下我們這一次調查的背景跟目的，讓大家了解一下。我們這一次受行政院消保處的委託，要針對就是受訪者進行行為的調查。整個座談會待會會稍微介紹一下，再正式進入到我們的討論，中間如果大家覺得累的話，可以稍做休息再繼續下一個討論，預計四點之前我們會結束這一個座談會。整個調查背景部份，其實行政院這一次整個全名是 105 年高齡者消費意識行為及需求調查，主要目的為了解高齡者的消費意識的相關需求，避免因為就年齡人的身心的衰退，成為消費詐騙的目標，所以辦理這個調查研究，然後提供相關建議，保障高齡者消費者的相關未來政策的參考。簡化言之，就是想要了解你們大家平時一些消費需求、習慣跟行為，以及對於政府目前所設計的一些保護措施與看法，請大家來分享交流一下。那剛剛也提到我們主要會分為消費行為跟消費者保護部份，消費

行為部份可能會帶到的題目有，大家比較常去的消費地點、生活上最需要的商品或服務，以及會不會注意商品上的標示文字等等，這邊是一個範例，就是文字的部份，先快速帶過，這邊不是重點。再過來，會不會因為有人推薦就去購買商品的部份，然後是平時消費的時候有沒有受到差別待遇、有沒有遇到廣告不實的情況，而遇到廣告不實的情況的時候，有沒有跟賣家進行反應，或者有沒有消費被拒絕的經驗，然後是遇到消費被詐騙的經驗。最後保護的部份，因為有時候會需要簽約的部份，會有契約內容，那你們在簽約的時候，會不會注意他們相關的詳細內容，知不知道政府在保護高齡消費者上面做了哪些的政策，那以上是今天預計會討論的幾個題目。我跟大家強調，雖然說是年齡，可是定義是 55 歲以上的受訪者就算，不是說因為現在其實大家都還很年輕，並不是說真的就是高齡。那我們先請大家先自我介紹一下，每個人花個大概一分鐘的時間，介紹一下自己，讓大家也都可以互相認識一下，我們就是從 A1 這裡開始，介紹一下自己，現在大概做什麼。

A1：我以前是擔任台南紡織公司的經營改善委員會的委員。我在出來做創業的時候，我再去淡江大學夜間部。我對我們今天要談論的事題就是說，我們這個保護消費者協會，都是治標沒有治本。那我現在的意思是說，能夠把保護消費者協會這一個機構來做一個實際在操作的一個模範，我今天的重點要提倡這一個。

主：好，那 A1 這個消費者保護部份我們等等會輪到這樣子。我們先自我介紹一下。來 A2？

A2：各位好，目前已經就是公職退休，我現在目前在那個中國人壽服務，做這個行銷壽險的部份，謝謝。

主：A3？

A3：你好，我住在板橋，板橋縣民大道。今天有機會來參加這個很高興，我今年 66 歲，謝謝。

主：A3 也退休了嗎？

A3：半退，因為有工作就隨便做一下。

主：A4？

A4：我是住在三重，我以前是做保姆的工作，我現在退休，退休五六年，現在讀夜校，高中，三重高中，夜校，明年就畢業。

主：在讀書這樣子

A4：晚上在讀那個進修班。

主：好的。

A5：我之前的工作大概 28 年退休，那我現在在一家工廠當會計。

主：你今年幾歲？

A5：55。

主：55。來。這個 A6。

A6：我沒有上班，我是家管。
主：也退休了這樣子，謝謝。A7?
A7：我現在賦閒在家，沒有做事。
主：也是退休的這樣？
A7：說好聽一點叫做退休，其實是找不到工作。
主：OK，A8。
A8：各位好，我跟那個 A3 一樣，也是半退中，現在是就有，人家有什麼工作我會過去幫忙，就做一些雜工方面的事情。
A9：大家好，今年 67 歲，在中國人壽服務 30 年，今年被屆齡退休，不要我們了，說我們年紀大了。但是這一位就是公職退休，我把他引進替代我的工作，那我目前在發展一個網路營銷日用品的公司，不是上班，反正也是在做。
主：自己當老板。
A9：對，這樣發展組織行銷。不要說老了就沒有工作，腦部會退化嘛，那現在在家裡，有時候晚上帶孫子這樣，所以還是很忙，今天也是撥空來。
A1：有一個舞台就不錯了。
主：對呀。因為我們主要討論的就是大家對於消費的一些看法啦。我們先從這三個主題開始討論好了，比如說大家現在買東西常去哪裡買啊？傳統市場、超市、百貨，或者是說現在型態已經轉變了，現在很多人都在網路上買東西對不對？了解一下大家的狀況，到底現在是實體的買的多？還是虛擬的商店買的多？然後大概平常會，每周大概花多少錢在消費上面，然後大概有多少預算可以消費。再來就是說，了解一下大家對於生活上最需要的商品或服務是什麼，那大概商品跟服務可能分兩類，一個是家用的，家中需要的，衣食住行育樂需要的，另外一個可能就是其它相關的，比如說是一些生活上需要的，比如說我們到我們這個年紀可能會有一些醫療的需求，像是輔具、假牙之類的這些東西，或者藥品等等的，看看大家最需要的比較是什麼東西，第三個是，會不會注意商品上的標示文字。其實我們有一個案例，現在商標都都要標示得很清楚，法令上規定很清楚。另外商品比如說它的材質是什麼，然後哪一家做的，都要標示這個產品品名資訊、產地、材料、數量、製造日期等等，像電器類的話，也有規範電壓，它的規格是什麼樣子。電器類的產品，它其實上面都會有標示。那衣服的話，也會有一些吊牌，比如成分是什麼，產地在哪裡，製造商是哪裡。所以看看大家說，平常買東西的時候會不會仔細看一下這些商品的標示，來作為他的一個判斷的一個依據。我先從這三個
主題開始，那大家就先針對這三個主題，稍微簡單的陳述一下意見。那我們還是從 A1 這裡開始好了。
A1：真的講起來，我是飯來入口，我都不去買東西的人，都家裡的人去弄。

主：自己是已經完全不消費。
A1：所以說對這個消費，我是沒有概念。
主：所以說平常你自己如果有什麼需要，沒有辦法交給家人去處理的話。
A1：都是高科技的東西。
主：都是靠過去的，就沒有再買新的東西？
A1：不是，高科技的東西。
主：高科技的東西？所以你會自己去買？
A1：對。
主：高科技的產品大概屬於哪一類？
A1：有電腦，還有網路那一些。就是喜歡玩那些東西。
主：所以 A1 比較喜歡買這些東西？
A1：嗯。
主：是自己買還是家人去買？
A1：自己去買。
主：自己去買，那你是怎麼去選定它？怎麼選擇？
A1：第一點我都會找那個好的品牌。
主：然後現在都去哪裡買？賣場還是網路上？
A1：不是，我都直接到店裡面。
主：直接到店裡面，實體店面，大賣場還是專業的？
A1：專業的。
主：OK，所以那你這樣子的話，平均預算可以買多少？
A1：我這個預算無限。
主：無限制。
A1：需要我們就買嘛，而且那個電子商品淘汰率很大。
A2：有新的出來就買。
主：新的出來就買，A1 你是對這個都有興趣，一直在這個時代之中。
A1：對。
主：那你平常買東西會注意一下這個商品標示嗎？
A1：有有有。
主：會看得很仔細嗎？
A1：這個很重要。
主：很重要。
A1：嗯。
主：所以說現在還是會，會很認真的看？
A1：有。
主：研究之後，覺得說是可信賴的？
A1：對。我都是買品牌好的。
主：品牌好的。OK。

A1：像蘋果那一些。
主：來，那個 A2？
A2：這樣，我比較常去的是超市買日用品，因為我們家庭主婦嘛，就是常用日用品、一些食物，或者衣服比較少，大部份都是去超市購買日用品比較多。
主：去超市這樣子。
A2：對。
主：主要的消費行為還是在實體店面？
A2：對，就是超市。
主:那除了日用品以外還會有什麼其它的需求嗎？其它的這個消費上的需求？
A2：家庭上的柴米油鹽都是這樣。
主：所以還沒有需要到其它的一些，比如說這個需要什麼商品或服務提供。醫療或者其它的，家裡都沒這方面需要？
A2：醫療？生活上，最需要的商品？
主：嗯。
A2：那我目前，工作上，生活上，我就覺得就離不開手機，電腦，然後需要什麼樣的服務就是如果在工作中,有一些問題就是在上班的時候可以解決。那其實現在我看家人裡面離不開的都是手機，最重要是手機。
主：OK，那你平常買東西會去仔細看一下標籤嗎？
A2：標籤我不太去看，主要看日期，頂多就是看日期有沒有過期。
主：所以只看日期，不會去看它的產品成分或者有沒有什麼藥物？
A2：很少，幾乎不看。
主：不多這樣子，OK。A3？
A3：我會去看，我會看它的日期，製造日期，有效日期，這我一定會看。然後我去自助餐吃東西，我都會看它的衛生。那個老板老板娘，他手上掛那個手套,你看起來好像很衛生對不對？其實很髒。那個手套,抹布也抓，瓢子也抓，碗筷也抓，然後過一下子抓食物給你吃，所以我是認為說，手套其實根本不衛生。應該要用那個湯匙，公筷母匙，來舀東西，比那個衛生套，手套更衛生。
主：那平常除了這個吃的東西以外，還主要消費？
A3：還有那個我買過那個冷氣機，家裡就不能用了，後來是因為它那個電腦板壞掉，我是跟家樂福買的。
A8：什麼牌？
A3：家樂福買的，健康牌，健康的，三陽還是什麼牌，家樂福，後來我有打電話去服務站，他換了一個新的那個電腦板來，還收了一千五百塊的工本費，工本費照收，你沒辦法，因為那個很兇啊。
A4：問題是你那個東西是不是在保固期間內。

A3：不是那個買來，家樂福買來，裝好以後剛開幾天就壞掉了，你打電話去服務站，服務站說。不到一個月然後拿一個新的那個 IC 板來，然後告訴你說，這個 IC 板可能有問題，換新的 IC 板，那工本費來跟你收了一千五塊。那個是主要那個師傅。你沒辦法。那還有一個比較嚴重的就是你剛才提到的假牙，像我們這種年紀的人，有時候牙齒都有問題。你本來只是壞一顆，他給你講說，這要怎麼做，你壞一顆，他也把你旁邊兩顆裝假牙。本來只是壞一顆，最後變成壞三顆。他價錢沒有標準。你要什麼樣，有的一顆兩萬，有的一顆五千，

有的一顆一萬五。

主：那你平常除了這些以外，你平常買東西都在實體店面多還是虛擬店面多？

A3：我都在那個 24 小時，7-11，全聯、家樂福、大賣場這樣子，都是這樣子。我們不會為了買一個東西去電腦逛，直接跑去買就好了。

主：OK，A4？

A4：我的部份有的時候去超市，有時候去菜市場。

主：主要的消費還是？

A4：主要消費傳統市場，我們都早上六、七點就去了，早點去買的東西比較新鮮。

主：主要的生活消費需求還是日常生活用品？

A4：恩，偶爾出國這樣，幾年出國，幾年出國，女兒帶我出國。

主：那買東西會注意商品上的標示嗎？

A4：會。

主：會看得很清楚？

A4：像那個東森他在賣那個衣服，講得多好，送來不是那麼一回事。

主：電視購物，會這個樣子嗎？

A2：品質比較差。

A4：他會來收沒錯，他講得很讚，結果送來不一樣，不一樣我就退貨。

A5：電視購物嘛。

A4：他講的超讚啊，我說不好意思，尼龍的我穿不慣。

主：會退，退回去。

A4：我現在不敢再看了，怕不小心又買了。

A1：現在我們的政府太軟弱了，應該要學那個新加坡，對就對，不對就不對，這樣的話大家才有嚇阻作用。我們日據時代的日本人在統治，只有一個答案，是就是，不是就不是，沒有說安全也可以是也可以不是

主：好，A5？

A5：我大部份也是超市跟大賣場，買生活日用品跟買菜。

主：所以你平常不上網買東西？

A5：比較少。

主：比較少。
A5：買一點書，買一點寢具這一些的。
主：所以還是大賣場？
A5：對。
主：主要購買的東西還是生活消費品，不會有什麼其它的？
A5：就電器也是，像我最近在大賣場買的電器，冷氣，室內機一裝就是壞掉的，到現在都還沒來換。
A4：人家都說賣場的電器不要買。
A5：我是很不喜歡啦，可是我先生很喜歡去大賣場買。就是室內機壞了，還沒來換。
主：哪一家？
A5：大潤發，聲寶。
主：沒有去投訴這樣子？
A5：聲寶不好。標示我是會看，我看場地然後成分日期。
主：會看，作為買東西的判斷依據。A6？
A6：我大部份都到實體店，買一些日常用品啊。
主：所以主要還是實體店？
A6：對。偶爾會逛逛超市啦。
主：那除了日常用品以外，有其它的消費需求嗎？
A6：比如說？
主：就是剛剛有講比如說有電器。
A6：電器產品就是到專賣店。
主：那會看這個注意商品上的標示嗎？
A6：當然會了。
主：也是會看得很仔細？
A6：成分，那個日期，都會，還有產地。
A1：現在我們的教育水準提高了，這個都會看。
主：不一定啦，說不定有些人沒那麼認真。
A1：是有可能啦，比較粗線條的，東西拿了就走，不會看。
主：A7？
A7：我也是跟大家一樣，就是絕大部份都是去大賣場，去買一些那個就是，我最主要的買那個食品。
主：對。
A7：日用品倒是比較少，因為我家裡有很多現成的，所以那個就跟少。說商品包裝上面。
主：標示。
A7：會去注意那個就是期限，日期那個比較會注意，那至於說你說食品什麼成分，其實說不好聽一點，除了是生鮮的以外，什麼雞鴨魚肉那些，

不然的話，尤其是製程品，很多那個東西都看不懂，我覺得應該屬於那種防腐劑那種形式，那些東西你看了，那就是反正就看一看。
主：所以是會看可是不見得看得懂。
A6：而且字很要。
A4：我舉個例子說，譬如說像那個嫩豆腐對不對？很多牌子啊，可是那個嫩豆腐，我的印象裡面，我曾經買過那個普通一般的豆腐，夏天放在冰箱裡面，隔一天其實，在冰箱裡面隔天也壞掉了，夏天的時候。那個嫩豆腐可以放一個月，我心裡在想說為什麼它可以放一個月，那裡面一定有問題，但沒有辦法，不然你要吃什麼？就是這個樣子。去傳統市場買豆腐，當天熱熱載來的，那種就沒問題。像我媽媽她就喜歡吃嫩豆腐，有一次我買豆腐給她吃，她說這個豆腐好硬，我不知道怎麼辦。我說那個嫩豆腐其實更危險，因為它為什麼可以放一個多月。
A6：因為它有封起來。
主：真空包裝。
A6：對啦，可能跟那個有關係。
主：A8。
A8：也是一樣，一般在消費的話，日用品消費大部份會到量販店去買，因為量販店第一它東西比較多，順便可以看一看。那一般的話也會到傳統市場去，食品會去那邊買，因為青菜會比較新鮮一點，然後網路購物也有，網路購物就跟他們講的，常常就是照相照很好看，買會差很多。照相因為在現場照起來都很漂亮，介紹都比較好，所以我也曾經兩三次退貨，鑑賞期不都七天嘛，就跟我想要的差距太多，我就把它退回去。
主：哪些東西會考慮上網買？
A8：什麼按摩椅。
主：按摩椅還有上網買？
A8：還有運動用品，我常常運動，就一些什麼護膝什麼之類的，還有那個什麼，這方面。那還有一些，還有一些消費行為，就是我有幾個朋友，我們常常會唱歌，所以我一兩個禮拜會去卡拉 OK 去消費，然後朋友也愛吃飯，就兩三個禮拜會聚餐，就到餐廳消費，這個方面也消費比較多。卡拉 OK 一個月會兩三次。
主：OK。好。等一下，那商品的標籤會？
A8：商品上的標籤一般來講我買東西都會看牌子，譬如說買醬油買什麼，比較有牌子，我直接就拿比較有牌子的。
主：有牌子就不會仔細看？
A8：對，會直接拿有品牌的東西，除非會看細的，除非買藥品，藥品就會仔細看，比如說買維骨力買什麼，藥品買葉黃素，我就稍微看一下，其它我就不會注意。
主：比較不會注意這樣子。吃東西，那買食品那些就不會特別？

A8：食品就是跟大家一般一樣，看一下日期，有沒有過期這樣子。
主：OK。A9？
A9：去哪裡消費，消費不就是大賣場，一般超商、市場、實體店鋪、電視購物、網路。
主：都有這樣子。
A9：不是都有，是說這幾個點我最不喜歡去菜市場。
主：最不喜歡去菜市場？
A9：因為去菜市場我就不知道要買什麼，我不太喜歡逛購物。因為你進入一個賣場，那麼多東西，不曉得買什麼，你要買一個東西不知道放哪裡。所以等於現在說，我需要什麼服務，我如果缺什麼，那一點上去，有人送，送到家裡來，這是我最喜歡的。
主：那個網路最適合。
A9：對。我覺得。
主：那您現在有網路？
A9：有。
主：開始買東西了嗎？
A9：我上個禮拜才從網路買三隻四物雞，不是網路，是電視購物的，990元，昨天才送來，還沒有試吃，不知道，它有試吃包，我還沒吃。我會上購物台，購物台你看到你就會忍不住買。
A1：但是那個沒有保障。
A9：沒有保障沒關係，不喜歡就退貨，他也給你試吃試用，那個是可以退。
主：購物台是買什麼？
A9：未來的趨勢。也沒有很多，就是有時候不小心看到就會去那裡。然後一般大賣場的話，我如果沒有缺東西我不會去逛，浪費時間，逛下來很久，你要的東西沒有幾樣，。所以基本上未來我的消費的模式我會比較喜歡傾向電視購物、網路買，我現在都比較喜歡，因為我們也要學會上網買東西。需要什麼服務，我要的東西人家就給我送到家裡來，我最喜歡了，出門很討厭。然後會注意標示，吃的一定要注意它的日期有沒有過期啦，其它的成分，我們也是看不懂那個成分是什麼，那一些看了不知道，大概就是這樣。
主：好，那我們進到下面的主題，大家桌上的餐點都可以直接拿來吃，一邊吃一邊聊這樣子，不用不好意思。我們接下來了解一下大家買東西的一個消費行為，就是說會不會這個因為人家推銷、推薦就去購買產品，比如說剛剛這個 A9 他們看到電視購物會有這個購買的衝動，然後如果其它的有人介紹，或者是說，有些人其實聽廣播，廣播很多在賣東西的，賣藥，賣什麼的，電視購物或者什麼其它的方式，那消費上面有沒有這個受到一些差別待遇，因為大家絕大多數還是去賣場買，當然有一些大賣場或者什

麼可能還好，平常買東西的時候，比如說這個 A1 去買這個 3C 電子產品你去專業的店的時候，會不會因為這個年齡或者什麼的，得到一些差別待遇？

A1：不會。

主：我們討論一下。

A1：這個不會，最主要就是說，我們應該要立法把這一個不受規矩的廠商要重罰，這樣的話就不要有這種保護消費者協會的這一個麻煩。所以我今天所講的就是說，我們要治本不要治標。那我們現在所做的行為都是治標，達不到效果。所以我今天所提議的就是說要治本，讓你們有權力，有控制力，有執行力，能夠威脅到他們的生存。

主：除了這個之外，大家有沒有再遇到廣告不實的狀況，剛剛有幾位都有提到說，收到的東西跟商品有很大的差異，遇到這個狀況的時候，要怎麼辦？

A1：大陸比較嚴重，台灣很好。大陸那一些，那一些團購的，那個都假的啦，假貨一大堆。

主：對，然後最後有沒有遇到消費詐騙的經驗？買東西有沒有被騙過或者是什麼，我們是針對這四個主題，大家一次討論一下？來，還是從 A1 這裡先開始。

A1：這一個第一個，不會，我不會隨便聽人家的意見去做事，我不會。

主：現在買高科技產品，你都完全自己研究這樣？

A1：對，自己看目錄。

主：看目錄嘛。

A1：對。

主：目錄是哪裡來的？

A1：因為我們固定的，我當他們的會員，都有固定的寄一些新的資料過來。

主：賣場的會員這樣？

A1：對對對，就是那個品牌的會員。像高級俱樂部的會員一樣，所以我們就是

說，國內的國外的我們都能夠吸收來做比較，不是鬆動一下子就去買。

主：所以你會完全研究的很清楚，還是照你自己的研究的結果下去買東西？

A1：對。我首先比較貴的，我會先試看看。遇到廣告不實的情況，有沒有跟買家反應。

主：消費的差別待遇，A1 都沒遇到過？

A1：不會，不會，因為我那個高級消費，比較不會有這個麻煩。

主：A1，你平常有遇過被消費詐騙的經驗嗎？

A1：有啊，很多啊。那個多得很。

A9：你都沒有消費，怎麼會被詐騙？
A1：不是，我們去遊覽的時候，所以我到外面去都不買東西。好像到大陸去，他說這是金子，結果是鍍的啦，導遊叫我們買呢。導遊也是，也是說，以後到外面去都不敢買東西。
主：在台灣呢？在台灣有沒有被詐騙的經驗？
A1：台灣的詐騙是比較少。比較少。現在就是說，台灣的詐騙是比較少。因為什麼，因為我們沒有什麼錢，可以讓他詐騙的。
A9：不要貪就不會被騙。
A1：因為我們信一貫道的，接觸的人都比較單純。
A2：像我通常，有人推薦我會嘗試看看，因為好東西，好朋友分享嘛，那好東西不去試試看嘛，所以我會接受人家的推薦。那消費有沒有差別待遇，比如說我常常在網路上，像 GOMAJI 那種團購網去買東西，但是我買的那個券，我要去定今天要去費要按摩、做臉、要幹嘛，結果他都說客滿，雖然是買到一個便宜券，但是很難訂，他沒有給你他的期限。比如說我們在旅遊展買一些餐券，我們都會注意它那個消費期只有半年。那我常常就是買一堆，然後就是過期了。那過期的之後，注意到它消費要七百塊，而我買到五百塊。
主：現在不是都好像是說沒有期限的？
A2：沒有，沒有，還是有，上面還是有期限。
主：特價的還是有期限。
A2：對，就是那個旅遊展常常在賣這些，然後比如說我應該七百，我買到五百，我會很開心，但是很快的，大概三五個月就過期了，那我不知道，變成說我要再去消費的話，我得補那個差額，我不是買一張，那我買那麼多張，每次去我都要補差價，有時候它特價，就沒有辦法享受到他的特價，反而是買到貴的，所以這個也是很麻煩。那遇到不實廣告其實是蠻多的，尤其是那個電視廣告，比如說我買那個什麼鞋子，什麼保護腳的踩下去什麼會治療，根本就騙人，根本就一個塑膠片，不要十塊錢，那個踩下去就扁下去，那個等於是一個塑膠墊。品質很差，我相信大部份都是中國那邊製造的，電視購物也幾乎都是中國製造。
主：那如果不實的廣告你買了怎麼辦？
A2：那個電視台的話，還好辦，因為只要電視廣告你退貨他一定會來收的。那我最近呢，我才在網路，就是上禮拜的事情，網路上買那個皮包，它仿名牌的，仿名牌我覺得很漂亮，結果買來我一看那個品質，我馬上退回去，我就說我要退貨，結果到現在沒有跟我取貨，已經十天，沒有取貨，我就很生氣啊。而且這個廣告不斷地在這個網路上在銷售，而且他還秀出來，每一秒都有人在訂，非常暢銷的東西，現在每一天都在，每一分鐘都有人在訂。我相信如果是真貨的話，可能至少五千塊以上一個包，但是我買才一千五百塊，我買到便宜我很開心，但是我一看那個東西根本就是菜

市場三百五的，不會到一千多。那也是我們自己貪小便宜啦，但是我是覺得說，我退貨是我的權利，但是他不來接受的話，而且那個宅急便，最近上禮拜的新聞才報出來，不斷有人去打電話說退貨，但是他那個電話根本是沒有回應的。就是你打去沒有人接，要不然就是整天都是這樣子，而且這個很嚴重

A1：這是欺詐的行為呢，這是刑事案件。

A2：他這個已經電視都報出來，而且他每天還在繼續，。

主：哪一個網站？

A2：這個 FB 上，現在很多，現在 FB 上做一個廣告，比如說我在看朋友在 Line，它突然就跳出來一個廣告。

主：看起來還不錯的東西。

A2：看起來還不錯的東西，我就可以找出來，一直不斷的，每一分鐘都有人在訂這個貨，電視也報了，還是繼續。

A1：針對這個問題你應該立法，你應該廣告要經過你們的批准，有經過你們的批准的話，才能夠推上廣告，不能讓他們太自由，這等於是助紂為虐。

A2：消費詐騙那太多了。

主：那台灣也是很多？

A2：消費詐騙，嗯，就是我剛剛這個就是一個例子。對呀，而且就是現在還在，我等一找出來，說不定大家可以看到，每一分鐘都有人在訂貨，因為太便宜了嘛。對那個東西包包大概應該是五千一萬的東西，但是一千多其實就有問題的。

A2：常常就是看到那個味全的牛奶叫林鳳營，那個牛奶問題好像到現在，網路上還是在說那個林鳳營牛奶是有問題的，像我女兒就是一定只要喝林鳳營牛奶，但是網路上不斷地在說，那個牛奶是什麼假鮮奶啊。那我不知道那個到底真的還是假的。

A1：假鮮奶，對，因為我讀獸醫的，我知道。

A2：那假鮮奶為什麼一直還在賣？這個我就不了解。

主：我們這個等我們到消費保護那個主題我們再繼續講，因為先讓其它參與者都有機會發表意見。A3？

A3：會不會因為有人推薦去買東西，因為這個也是有可能，因為你也是看他那個東西我們是否要買，然後有效就會去買，譬如說像蠻牛、養肝丸這一類的，我們就會想要去買。但是至於這種消費詐騙，我跟主持人報告，這個在醫院更嚴重，我父親瘦弱、無力，然後我姐姐就帶去醫院，醫院的醫師就說:歐吉，桑你來我這裡打營養針打幾天就好了，結果糟糕，進去以後就住院，一住就半個月，住了一個月花了好幾十萬。

A1：那個有沒有醫生執照？

A9：診所才會這樣子吧。

A3：大醫院，就是大醫院。
A3：後來我就跟他報告，我說主任，心臟科醫師嘛，我說主任你不是說我爸爸打個針就好了嗎？怎麼現在變成這樣子？他說我也不知道為什麼變這樣。但是我跟你講，我說明明就是肌肉，沒什麼病，你也說打營養針打幾天就好了。為什麼一住下去以後就躺在床上，就爬不起來。
A1：這個我們有一個消費習慣。
A3：當然我講這個話，我是給大家聽，不是說針對那個醫師
A1：對啦，我們這個消費習慣，大家要提高警覺。比方說我有一個病要去看醫生，我都比較三家，最後再決定，不是說只有一家去看就決定了。
A3：不是，他有時候很好，也是好意，他說沒什麼病，針打兩、三天就好了。怎麼躺下去又忽然間爬不起來，你就問他說為什麼會這樣？他會跟你回答說，他會跟你講說，我也不曉得為什麼。
主：A3，沒關係我們現在回到主題好了，那個有其它個案我們會後再討論，那你有沒有在消費的時候，有沒有遇到差待遇？或者覺得說，比如說這個店員對年長的人比較不友善這樣子？
A3：也沒有啦。
主：也不會。那有沒有遇到消費詐騙的經驗？
A3：消費詐騙沒有了，我剛才在講就是說，有時候那個感冒去診所，你拿健保卡去看，然後看那個藥，吃了沒有效。後來還要另外再花錢去那個西藥房找那個藥師說，拜託幫我們配一個比較好的藥。
A9：不用，我們住三重，我耳鼻喉科看兩個禮拜沒用，後來我問朋友感冒去哪裡，說他去找院長打針就好了。
A3：這個比較常有發生。
主：A4。
A4：嗯。
主：我們這幾個主題，發表一下您的意見。
A4：我現在廣告比較不敢看，像東森講的都不實，我就不敢買了。
主：那其它的推銷的呢？
A4：其它的推銷，我看看有沒有需要。
主：看有沒有需要，所以如果有推銷的不錯，還是會考慮這樣子。
A4：嗯。
主：OK。那消費上有沒有受到差別待遇？
A4：沒有。
主：去買東西，不會。遇到廣告不實的狀況呢？也是有？
A4：有。
主：像東森電視購物這樣。
A4：他可以來收退貨，我說你說是雪紡紗，結果是尼龍，我不要，他再來收回，但也麻煩。盡量廣告那個不要看，比較不會心動，你剛剛說的腳

底，那我也有點心動，本來要買，後來想說會不會騙人，還是不要，他講得很好，穿下去兩桶水也提的動。
A1：總經理啊，現在談到這邊我再想到一個問題，我到日本去，他們的 7-11 的店員要經過訓練有執照才能夠當店員呢，結果我們台灣都沒有，阿貓阿狗都能夠站在前面，這個是不對的，這是我們保護消費者協會要加強的這個地方，這個就是我們的消費死角。你懂我的意思嗎？
主：對。
A1：所以我們保護消費者協會要做的事情很多。
主：對。
主：所以 A4 有沒有遇到消費詐騙的經驗？
A1：南部比較多，我們北部比較少。
A4：也是有，你去菜市場看，我們對面的婆婆就買了一個弄蒜頭壞了，去找找好幾個月才來，還說下禮拜什麼時候會來，我說菜刀拍一拍就好了。
主：那不叫詐騙，那叫品質不好。
A1：大陸，一個月前，那個電視廣告有說，他們從大陸買的鱸鰻，結果鱸鰻是用塑膠做的，摔牆都不會壞，我們還不曉得那尾鱸鰻是塑膠的。
主：去玩買回來的。
A9：鱸鰻是魚嗎？那怎麼可以進來？
主：他們在大陸。那個在大陸。A5。
A5：會推薦，我比較會買食品，吃的東西，那其它都不會。
主：自己的意見很重要。
A5：廣告不實，我比較少會去看廣告買東西，都是自己想要的東西再去買。
主：消費詐騙不多。好。來。那個 A6？
A6：不會因為有人推薦就去買。
主：對。
A6：消費。
主：像買東西也沒有遇到過差別待遇？
A6：不會。廣告不實。
主：有沒有遇到廣告不是的行為這樣子？
A6：廣告不實，你還沒有去買的時候，你就先判斷了嘛，當你去判斷力不夠去買的時候，碰到廣告不實又能怎樣。
主：所以遇到的話就當做被騙這樣子。
A6：對，就是啊，就是很無奈就是這樣子。
主：那有沒有遇到消費詐騙的經驗？
A6：不會。
主：不會，沒有遇到過。
A6：嗯。

A9：OK，A7。
A7：人家推薦的話，我會看情形，如果那個東西是我有興趣的東西的話，我會嘗試去了解。如果說那個東西是我需要的話，我可能會買。
主：買東西有沒有遇到差別待遇？
A7：你說差別待遇，我想一般如果你是要購買，購買是我們要掏腰包要拿錢，他有錢可以賺，我想大概這種差別待遇的情形應該會比較少。
主：沒有嘛。
A7：對，對他有錢可以賺，他當然不會，除非說就是，那至於說你說態度的話，像有一次，我記得去一家好像是賣床，就是被子那些，剛好那個時候在夜市逛，我想說就是進去看一看嘛，看完了之後，因為我是跟我先生一起去的，那我先生他說他想要上廁所，我們家住在那邊夜市附近，但是因為要走回去，因為還有一些其它事情要辦，我想說要回去很麻煩，也就很客氣的問那個老板，那個介紹是個女的，那個老板娘，就問她說，不好意思，對不起，不曉得方不方便給你借一下廁所？態度很差呢，我只是覺得真的是不太會做生意。
她居然跟我講說，哎呀，你要借廁所就借廁所嘛，何必要假裝要來買東西的樣子。我一聽我臉都綠掉。
A4：沒關係，現在 7-11 有了。
A7：對呀，我就。
A4：現在 7-11 有廁所，就跟他買個東西再進去。
A7：對呀，我是覺得就是說，其實我是覺得你可以說，不好意思，對不起，我們這邊不太方便，這樣子也沒有什麼。被說成說，她說你要借廁所就借廁所，何必假裝什麼。對呀。
A5：後來就沒借你嗎？
A7：我連看都不看了，我就趕快走了。
主：那有遇過被詐騙的經驗嗎？
A7：那倒沒有。
主：不多。
A7：對。對了，說到那個，不過我好像之前不知道是誰打電話給我，我有跟他講，不知道是不是。我之前買那個 Acer 筆記型電腦，我碰到一個狀況就是， 就是我是到燦坤，那個時候我自己本身已經有一台 Acer 的那個筆記型電腦， 那已經兩年大概是。然後，我先生的意思是說，可以再去買一台新的。因為我們有兩個人，我們可以分開用。那我們去到那個燦坤的時候，因為那個商品剛好沒有貨，但是我是看報紙上面的廣告，他是照片照了一個筆記型電腦 的圖片，而且那個筆記型電腦是掀開來的，那掀開來那個上面它就打 Acer 的 mark，那我在想說，我看很便宜，好像是 13900，還是多少，我想說很便宜嘛，我就跟他講說好，我要這一台。那因為沒有貨，也沒有辦法看到現品，就說好，訂了之後呢，當天晚上就到

了，那時候已經九點半了，打電話給我們然後說，東西已經到了，我先生他又很急，想說好，趕快過去拿。先生他眼睛也不太好，也不可能在那邊看啊，就整台抱回來。那個盒子，筆記型電腦盒子一打開來，我一看臉都綠掉的，奇怪怎麼不是 Acer？上面寫的亞馬遜，我說這是什麼東西啊？我就奇怪，mark 上面打的是 Acer 怎麼不是 Acer，後來我 就想糟糕怎麼辦，那個時候，那個燦坤已經關門了，因為是晚上九點半去抱 回來的。打開來一看，我想說人家已經關門了，也只好明天再處理嘛。後來我想說，再看看有沒有其它的問題。就把那個，那個筆記型電腦上面不是有一個 DVD，可以放 DVD 片子的，那個卡夾就是一按下去，都跑不出來我說奇怪怎麼回事？一直按，按半天，一直不出來，扣半天，終於出來，氣得半死，本來看到不是 Acer 的牌子，就火冒三丈，然後那個又故障，我想這個一定要拿去退掉。結果就隔天，他好像也不是那麼早開門，好像 11 點還是快要中午才開門，結果我好像下午一兩點吧，一點多鐘，我才把那個整台筆記型電腦連盒子全部通通抱過去，我就跟他講就是說，這個怎麼不是 Acer？他說這個本來就不是 Acer？我說你這個 mark 不是打 Acer？沒有啊，筆記型上面是打 Acer，但是呢旁邊有一大堆那個小字，那個小字像貓屎一樣，很小，小的，你可能要用放大鏡才能看得見，一大堆，他說這個就是亞馬遜啊。我就氣到不行，我說對不起，我是因為我家裡有一台 Acer，我們用了覺得還不錯，我要的就是 Acer。

主：它這個其實就叫廣告不實。他用大大的字。

A7：他說我沒有廣告不實我就是，我上面有寫亞馬遜。

主：那後來這個有退掉嗎？

A7：我就拿給他，我就跟他講說這個我不要，我要 Acer，我要換 Acer

A5：應該可以退。

主：，不行。然後我就跟他講說，而且我說，而且你這個 DVD，弄半天弄不開來，他就當場在那邊弄，他自己還搞半天搞不開來，就一直用，我看他用指甲扣半天最後扣出來，我說你扣了半天才扣出來，他說我這個東西沒有壞啊，打死不給你換，我跟他講，我說不然你給我換另外一台新可不可以？不行。他說這台是好的，沒問題。

A5：消基會

主：。我真的很憤怒，我就跟他講說，對不起，那這樣我不能接受，我說我寧可再貼錢我要換別種牌子的，我不要買這個的。他就不理你，他就是不行，全部都不行，換也不行，然後貼錢也不行。

A1：對，是在士林還是哪裡？

A7：永和，永和。

主：後來就是沒有讓你換？

A7：我很生氣，我就跟他講，這台我也不要啊，我很生氣，我說這台我不要，我就把它丟在那邊，然後他就用那個封條把它封起來，他也不理我

呢，我怎麼辦呢？我只好去公民教育委員會告他嘛。公民教育委員呢，讓我覺得很窩囊，很無能那種感覺。他們就是一副好像我也沒辦法，你自找的啊。我就沒有辦法，搞到，好像是打電話去燦坤就派他的那個律師，法律顧問那種的，找人來跟你約時間面談，然後你把你的東西跟他講，不理你，他說我這個東西是好的，然後談了，我也沒辦法，我只好打電話去騷擾他，一直跟他講他就大概談了幾次，這件事情搞了三個月，最後是，當然是我敗訴啊，因為他就是不理你啊。我的東西沒有壞啊，我真的是救助無門，那時候氣得真的，這是很生氣。

主：最後還是沒有處理好。

A7：沒有處理啊，就三個月之後，他就不理我，我沒有辦法，我電腦一直放在那邊，難道等我放三年啊。我三個月之後，我只好鼻子摸著去趕快把它拿回來，我再不用的話，過期的話，我不是更慘。

A4：這個算詐騙嗎？還是？

主：這個，很難判斷，主要是廣告那裡到底有沒有寫清楚，這個算消費糾紛。

A4：在美國這個都可以換。

主：理論上他應該可以讓你退貨或者補差價換新的。

A7：我沒有，我一直跟他講說，沒有用，發現有問題，如果今天我已經把資料輸進去了，我已經開始用了，那你說對不起，不能。我什麼東西都沒有用，為什麼不能換？我說不然的話。

A5：你不是前一天才買的嘛，隔一天就去換嘛。

A7：對，隔一天。

A5：你可以你把你的收據什麼的，或者是發票之類。

A7：通通拿去了。

A5：不要給他，你要留在身上啊，保護自己啊。

A7：沒有，我就給他看。

A5：你給他看，他拿回去了。

A7：沒有，我當場拿給他，第一個是店面的，等於說店員他拒絕，他拒絕。我沒有辦法，我就說你打電話問你們公司，生產的公司。那他們店員當然是跟他們講說，我的東西是好的，沒有壞啊，所以他們就。

A5：叫店長，叫他們經理出來，上頭的人下來啊。

主：那個，沒關係我們這個如果會後的時間我們再討論一下，我們先讓 A8 發表一下意見，好吧。

A8：會一般，比如說我要用的東西，剛好人家推薦，譬如說像什麼，我常運動，維力骨或者什麼 B 群也是在吃的，對什麼，我就去買，剛好我也需要，一推薦，我一定是人云亦云，就會去買。

主：就會去買。

A8：就會去買。

主：有沒有差別待遇？
A8：在台灣這個水平應該該，這方面大都還 OK。因為對消費者，進來都是客人，歡迎光臨，都很好，所以一般比較不會。
主：不至於這樣。那廣告不實的狀況？
A8：廣告不實比較少，就是消費，加什麼可以加多少錢，再送你什麼，上面都有文章，有些變成，你還要再怎麼樣，再怎麼樣，並不是這麼好的，送你東西。
主：有沒有買東西的時候被拒絕的經驗？
A8：買東西被拒絕，這個比較不會。
主：那詐騙，消費詐騙的經驗呢？
A8：詐騙，就是傳統市場，一點點，就是他包好的菜一大堆，一斤 20 塊賣，結果回來一看一大開都爛掉，盒子裝的，透明有沒有，什麼柿子有沒有，什麼三十五十賣一賣，回來後面都壞掉，就是比較小一點。
主：那遇到這種狀況怎麼處理？就算了？
A8：因為他都封好的嘛，便宜賣給你，也不可能打開來看啊。
A7：事後拿去還給他不行？
A8：不會，我沒有。
A9：他是賣你便宜就是。
A1：便宜沒好貨。
A8：便宜沒好貨，回家看菜後面都壞掉，就剛好就丟掉。
主：A9。
A9：要講哪一個？
主：第一個開始，有沒有推薦。
A9：推薦會啊，但是吃的，我不會。就是藥品，我不吃藥的，保健食品不吃，但是你說牙刷牙膏這種推薦，有新產品，用用看。
主：一般日用品會。
A9：對。然後有沒有差別待遇，不會啦，除非說你穿著拖鞋去買賓士車。這個就會有這種差別待遇，我們是不會啦。廣告不實，、被消費被拒絕是沒有啦。但是消費詐騙這個發生在我先生身上比較多，因為他很喜歡買東西，買回來都是假貨，藝品，都是假貨。
主：工藝品，都是古董。
A9：對，都是古董，家裡太多了，都可以開店了，你知道嗎？家裡看到一個，以為是真的，看到那麼多，肯定都是假的。因為真的的話沒有那麼便宜，都是假的，灌漿的，他不會分辨，只要有東西來，打電話來，他就去消費，真的我先生比較會，我是不會，因為這種消費，被詐騙都是一個貪嘛，你知道嘛，不是貪就是笨嘛，就是這兩樣啊。
A4：又貪又笨那怎麼辦？
A9：所以不貪就好了，不會被詐騙。

主：OK。好。所以大家有沒有其它人有過被消費被拒的經驗？買東西，比如說在什麼樣的狀況之下，被拒絕這樣子？那我們休息個三分鐘好不好？順便上個洗手間，那洗手間在電梯旁邊的這個右手邊，回來的話，我們進入到最後一個主題就是消費者保護這個主題，。大家都回來，那我們就先開始，因為我們最後一個主題就是討論消費者保護，剛剛 A1 給了我們很多，很好的建議，那我想我們也多聽一下大家的意見，那我們希望時間可以順利在四點的時候，我們就是結束掉這樣子。那在消費者保護大概有幾個點，第一個就是說目前其實政府定訂了很多定型化契約，比如說租車，租房子，所有的東西，都有一個規範。這個定型化契，不能在這個規範之外弄一些不合理的條件，那大家知不知道這個東西，如果不知道的話，你都參考什麼比較多這樣子。那第二個就是說，大家知不知道說，政府在消費者保護高齡消費者上，做了哪些的一個政策啦。因為其實對於消費者保護很多，可是政府是希望說，對比較年紀大一點的，因為他怕說在消費上受到一些比較不平等的待遇，所以說他有提出一些更新的一個政策，我們現在看看說。

A9：他那個定義是幾歲呢？

主：55 歲以上。

A9：都叫高齡。

主：對，應該說政府會覺得說 55 歲以上，就要更加注意了。那所以說大家在簽約的時候，會不會注意簽約契約內容，比如說買東西，假設說要有一個年約或者是什麼的時候，會不會特別再注意契約的一個內容這樣子，然後知不知道政府在保護高齡消費者上，做了哪些政策，我們從 A9 開始好了。

A9：我是不知道政府有哪些政策啦，所以我也不知道如果我們今天果買了東西要怎麼被保護，不知道這些部份，我們沒有先保嘛，也不知道從哪裡去知道這個消息，你今天在講，我才知道說，政府有意願做這個事情。那我在簽約的時候，會不會看契約內容，因為我是蠻懶惰的，我懶得看。像這種買房子，就給你簽了，裡面有什麼。

主：房子交給你就好。

A9：我都不看的，再大件的我都不看。

主：所以不會特別看。

A9：消費者做哪些政策，我們的政府做哪些政策，我真的不知道，一點都不知道。

主：這個後面我來跟大家說明一下，那這個 A8？

A8：幾十年前就是包括買保險，還有出國的合約，還有信用卡的合約上面點點滴滴，幾乎都不會去看，因為太多的，主要講一兩個，你給我講重點，其它裡面不可能去看，太多了。然後那個，今天才知道政府有做這一類的，不知道，今天才知道。

A7：我也是跟他們一樣。
主：就是合約是不會看的？
A7：沒有，合約要，要看哪一種合約。就是說像比如說他剛才說的那個保險的那個，你買保險，拜託，我前幾天我還跟一個人講，我說你不可能說，像信用卡那個，你怎麼可能他寄東西過來，然後你從，我說絕對不可能，從第一個字看到最後一個字，那我都累死了。
A1：關鍵有時候我們也看不懂，他的條文有時候我們也看不懂，沒有專業的人也看不懂那個保險的合約。
主：其實政府都針對比如說房租租賃定型化契約，比如說租車、租船各式各樣觀光旅遊其實都有定型化契約。
A7：只能夠說針對譬如說，像今天上午就有一個人，他要來跟我拉保險，就是說我只會關心就是說，你跟我講我買這個保險，我的保障是什麼東西，然後有時候公告一大堆，我記不了那麼多，我說你可不可以列一張明細，就是全部通通在哪裡，因為這樣子把重點寫出來，那至於你說真正的把那個保險合約寄來，說老實話我想。
A1：你那個重點寫，要他公司蓋章，不然的話，等於廢紙。我以前做事業的時候，一年要繳幾千萬意外險，後來都沒了。
A7：通常我叫他是叫那個跟我很多。
A1：你寫的內容要讓他們公司蓋章才有效，不然都沒有依據。
A6：你說他寫的內容公司蓋章，公司沒有這個章可以給你蓋啊。
主：所以說都不會認真看。
A7：不會。就是說至少你不會從頭到尾一字不漏這樣看。
主：OK，A6。會不會注意簽約的時候契約內容。
A6：看簽什麼約啦，像保險那個條文那麼多，也不會細看，但是就是會透過業務員他會跟你講重點。
主：哪一些會比較細看？
A4：嗯。
A8：賣身契。開玩笑，不好意思。開玩笑，對不起。
A4：我講到哪裡去了。
A9：旅遊啦，旅行社最多。
A7：旅遊要簽約嗎？
A1：有有有。
主：報團參加旅行都要簽約。
A1：旅遊有那個意外險。
主：或者是參加課程補習或者是什麼。
A3：比如說早去早回，還是早去晚回都要看內容，時間有提早後延後。
主：OK。A5？
A5：我大概會看就是租賃跟買賣，保險信用還有銀行開戶那一些條款，

根本就來不及看就簽了。
主：都簽了。
A3：對，因為他沒有時間讓你慢慢看。因為條款太多了。其實像保險的話，當下你看得懂，你真的都沒有用到的時候，你根本就不曉得你有什麼理賠，他當下跟你講說你有什麼理賠，過了十年二十年要去理賠的時候，你就忘記了，所以我覺得可能沒什麼用。那個什麼政策，我也不曉得。
主：都不曉得嘛。OK，A4？
A4：我現在那個什麼比較內容比較複雜，我會拿給兒子女兒看，不會直接簽，因為老花眼，看到好都晚了。
A1：也看不懂，不是專業看不懂，那麼長的文，看了也不懂意思，聽不懂他說什麼。
A4：銀行領錢也都叫年輕人去。
主：那你知不知道政府有一些保護高齡的政策？
A4：不知道。
主：也不知道。
A1：大家都不知道，大家都不知道。
主：好，A3。
A3：我也是不知道政府有保護高齡的政策，我今天跟大家一樣，今天才知道。我有一個看法就是說，希望政府多宣講孝道，孝順，讓你的兒女更接近你，更親近你，是最快速的。因為現在小孩子都不管父母。
A3：我可不可以提供一句口號。就是說告訴年輕人說，不要讓你的父母孤單的在被受騙，因為你都是你的權益。你的父母被騙等於是你被騙了。
主：那您會平常會簽約的時候會仔細看契約的內容嗎？
A3：會。
主：會，大大小小都會看？
A3：對。
A1：不簡單，給你按個讚。
主：來，A2。
A2：當然是會看啦，但是沒有看得很仔細，因為時間上都，都想說，比如說，他大公司應該不會騙你，通常都會。
A1：大公司才會騙，小公司他沒有那個技巧，對不對？
A2：都想說這個大公司應該很多人都注意過了，應該不會騙，所以我們簽約的話，比如說，買手機什麼，訂約，通通要簽約啊，那那個字都很小，很小，那個都看不見啊，那個字很小，我們就簽約，反正這個也賣不了身，就是隨便簽嘛。
主：對於政府這個都不知道了？
A2：對呀，那就是哪個單位要負責呢？
主：政府行政院，這個消保會。

A2：沒聽過。
主：A1。
A1：政府的政策我們完全不知道，今天才知道，第二條剛剛這先生講的推廣孝道，最簡單有效的方法，就是政府鼓勵三代同堂的房子給他地價稅、房屋稅，還有銀行貸款的利息，降下來，這樣的話他們建設公司就會去蓋，無形中我們這個孝道的問題就會傳下去。
主：我跟大家稍微說明一下，就政府大概有提供了一些高齡的這個消費政策比如說鼓勵企業經營者開發與提供適合高齡者安全便利環保且價格合理的商品與服務，就是說他鼓勵一些企業開始這個針對高齡人的需求來開發新的產品。
A4：怎麼鼓勵？
A1：這個是治標不治本。
主：對，沒關係，我先講完。然後加強對高齡者消費詐欺與不當行銷手法的法治和查緝。就是說因為這個政府會覺得說，年紀比較大一點點的人，可能比較容易被詐騙這樣子，所以他有加強這個查緝這些的做法。那大家覺得這樣的保護夠不夠，應該再增加哪些內容？
A1：不夠。
主：對，不夠，我們開放大家回答，A1，先講。
A1：依我的經驗，我們是鄉下吃蕃薯籤長大的，我們 3500 元不要發，我住台南仁德，我們社區設了一個養老人，醫生護士都在那裡，大家都在那邊吃人民公社的大鍋飯對不對？大家在那邊打球、下棋、拉二胡，可以養羊、養雞最好，這樣就不會被詐騙了，大家都在裡面，不可能讓人進去，所以我們討論事情要從根本去解決，不是治標，現在政府講的這些都是治標。
主：那除了剛剛講的，大家還有沒有覺得說覺得需要增加哪些高齡消費者的保護做法？因為像剛剛這個 A3 有提到說，希望推廣孝道嘛，那大家還有沒有什麼其它的想法？
A4：還有一些高齡的老人家，子女都不給錢，只好拿房子借錢生活。
主：補助一些高齡的費用。
A4：我對面的婆婆就這樣，80 歲了，以前的儲蓄一直花費，久了也沒了，。
A1：我講個很現實的故事，同一個醫院裡面有兩個人年紀差不多，我是把財產。都分給孩子了，結果都沒人要來，沒有分的那個，孫子來的很勤，到底哪個對，哪個錯？
A4：晚分的人才對。
A1：所以當父母有時候不自私不行，這是事實，我去醫院割了一顆腎臟，我住院 20 天，我親眼看的，沒有分財產的，子孫每次來他都 5 千塊給你，子孫很開心，他也開心，還抱抱親親，已經分財產的，沒人要來。
A4：我們政府要舉辦青年聯誼，現在不嫁不娶的一堆。

主：那如果是在消費者的保護上面，大家在消費的行為啊，買東西上面，大家覺得說政府能給。
主：OK，那我再請教大家一下，知不知道政府有在推廣針對高齡者的教育宣導？
A1：沒有，沒有。
主：都不知道，所有人都不知道這樣子。
A1：沒有，只有聽到樓梯，沒有看到人下來。
主：那大家，我們最後一個問題，如果政府要推廣的話，大家會覺得在什麼樣的管道比較容易接受相關訊息？
A7：申訴專線，譬如說，像我，我如果說，我是希望就是說最好是能夠有一個就是有一個電話，然後就是說，如果當我們碰到有什麼問題的時候，我們可不可以就是說有一個申訴的，打電話過去。
主：現在如果在台北市，打 1999 應該都可以這樣子。
A7：就可以去問說，現在我碰到什麼樣子的難題，而我碰到這樣子的難題，我應該去。
主：找誰來幫忙。
A7：對，要去找哪個。
主：這個目前各縣市政府好像都有 1999，他給你一些建議這樣子。那大家還有覺得說哪些管道比較容易接收得到政府推廣訊息這樣子？
A2：應該是透過里長，然後每一個里的里長要做這個工作、里幹事啊，利用里民大會的時候多宣導。
主：對，里民大會，里民中心。
A2：對，當然電視是一定的。
主：主要還都還是在看電視。
A8：網路，電視網路，還有電腦。
A1：最好是 DVD，一片的成本只有 5 塊錢。
A4：沒有人要看啊。拿回家。
A1：但是，依我的習慣，我是用 DVD 來吸收知識比較快，因為我們沒有時間去配合他們的宣傳，對不對？
A4：發 DVD，由里長發 DVD。由里長來每一戶發 DVD。
A7：不可能。那個經費。
A1：所以用 DVD，每一個家庭都能夠隨時看，而且怎麼樣，費用又少，效果又大。
A2：對呀，里長發通知就好了。
主：報紙，電視。
A1：報紙，沒有用。報紙沒幾個人在看，。
A3：電視偶爾插撥一下。
主：OK，OK。

A1：綜合今天所講的，有發表個人的想法，第一條這位先生說要實施孝道，要請政府做這三代同堂的住宅，給他優惠，地價稅、房屋稅還有這個利息。
A4：三代同堂住宅的人，優惠這些稅。
A8：還有銀行貸款。
A4：那建商他就會蓋這種。
A1：對呀，將來無形中會解決社會上很多不良的習慣。對不對？
A4：就沒有獨居老人了，大家住在一起。
A1：阿公跟你住在一起，跟孩子都住在一起。
主：房子可能要很大。
A1：重賞之下必有勇夫，政府的這個政策不對。你這個導引不對，現在我都是這樣，我的小孩子都住在我的附近。對不對？來我就抱抱親親，住很遠，一個月來一次就很不簡單了，大家很忙，所以三代同堂的國民住宅，私人做的東西，對台灣社會是最大的功勞。
主：除了這個還有什麼要補充的 A1？
A1：第二點老人的安養不能靠，因為蔡英文不是生意人，他沒有那個理財的觀念，我是生意人出身的，要養護這些老人，要一個很潔淨的，很有空間的一個老人安養院、公家的，然後裡面有醫生，有這個護士，隨時都可以照顧。然後有旁邊的義工去幫忙他煮飯，幫忙他按摩，幫忙他洗澡。
主：現在政府在推長照 2.0 就是類似這樣子。
A1：這樣的話，那些老人才有一個目標，接受的人，我們一貫道在礁溪蓋了一個中式會館，都是我們那些成員，年紀大的去住，我提供兩個意見，第一靠山吃山，靠海吃海，我們在礁溪那裡沒有溫泉讓老人家泡，這樣就錯了，我每天都在陽明山泡兩次，早上四點多，晚上再去，泡一泡晚上很好睡，上天給我們的資源，第二老人家不是只給他吃，讓他運動而已，這樣不對，要有新型的租賃，所以旁邊再設個孤兒院服務他們，有人叫阿公、阿嬤，聽了心情很好，再來他們把人生經驗教給這些孤兒，。相輔相成啊。所以我們的政府應該要有一個大的社區，做一個老人的安養院的話，解決很多的問題啦。
A2：我有一個意見，就應該要加強重罰那個詐騙那個行為。還有那個不實的那種宣傳。
A7：像那個頂新那個被判沒罪。
A2：那個要嚴懲重罰，才不敢嘛，要不然怎麼一直再犯嘛。
A1：頂新已經五次了，不是一次。
A4：他們自己家裡吃橄欖油，黑心油給別人吃。
主：頂新魏應充一審無罪，還在繼續訴訟中。大家對於消費者保護這個方面還有沒有什麼想要再提供建議的？
A1：我希望你們直接做個示範給人家看，內政部的生活安全部，在地化

的這個合作社，就沒有消費者的那一些麻煩的事情了，全省每個地區都有地區性的合作社的話，那這樣的話，沒有什麼糾紛了，因為每一個產品，這讓你們帶回去看的，大輪流看，這樣就不用保護消費者協會，因為他本身有拿 5%的基金，我們再立法，第一次錯了罰你，第二次重罰十倍，第三次就是停止吊銷營業執照跟生活工廠，哪個會不乖乖遵守，所以我們要用嚴懲重罰，好的表揚。

A5：讓他關閉，關門大吉。

A1：中華民族的人不這樣管理不來，你們說的都是蛛絲末節，我抓重點，升起來有生活安全部，內政部下來就是第二部，第二部生活安全部，來，這是我 70 幾年的經驗，都濃縮在這裡，我寫了兩晚，第六頁的第三行，國民生活安全部，是要隸屬行政院底下，還是隸屬總統府裡的國民生活保障總會，跟台灣文化總會平行，總統才能掌握整個行政院辦理什麼事，民權後面還有個土地糾紛很大，

A9：房子也蓋的很誇張，很貴。

主：大家如果對於那個這個議題沒有其它意見的話，就不耽誤大家時間，我們座談會先到這裡結束。

(座談會結束)

二、中區高齡受訪者焦點團體訪談

時間：2016/12/02　15:00-17:10

座談會主持：趨勢民調股份有限公司 吳沂貞 研究經理(主持)

座談會參與名單：

編號	居住地區	性別	年齡	經常消費地點
B1	台中市	女	70 歲	超市/大買家
B2	雲林縣	女	57 歲	百貨公司/大賣場/超市
B3	彰化縣	女	59 歲	便利商店/百貨公司
B4	南投縣	男	64 歲	大賣場/網購
B5	台中市	男	62 歲	超市/便利商店
B6	台中市	女	73 歲	大賣場/黃昏市場
B7	南投縣	女	75 歲	菜市場
B8	台中市	女	64 歲	大賣場/超市/便利商店

(座談會開始)

主：跟各位介紹一下，我是趨勢民調公司的研究經理，我姓吳。那我們等一下的話，會大概從幾個簡單的部份來跟大家做一點說明。基本上因為我們今天辦這個會議的活動，主要因為說，大家可能知道像是消費者保護，行政院的消費者保護處他們有針對一般消費大眾做一個消費者保護條例。今年開始他們想要特別針對一些高齡者，就是所謂的 55 歲以上的中高齡者，他們有沒有在消費上面遇到比較多的障礙與需要協助的地方。這是我們今天跟大家辦這個座談會的用意。然後，那我們這邊的話，因為剛剛桌上有先放一些訪談大綱，是我們等一下要討論的一些主題。我這邊先簡單先跟大家做個瞭解好了，先請大家做一個簡單的自我介紹，可能就是說住在哪裡啊、那今年大約幾歲、平常有沒有比較特別喜歡去哪裡消費，比較常去的消費地點，可能都是在住家附近，或者可能有子女會帶你們去哪兒，什麼樣的地方，有沒有特殊偏好的，像是我都喜歡去大賣場，或者我只喜歡去我們附近的全聯，類似這個樣子，就幫我們簡單介紹一下。那我們先從 B1 這邊，對。您就幫我們簡單介紹一下。

B1：我不懂要怎麼說。

主：沒關係，可能說您今年大約幾歲啊。

B1：我 70 歲了。

主：70 歲了，瞭解，那就是您是住在哪一區的呢？

B1：我住在台中市。

主：那您平常有比較喜歡去特定或者是去哪裡消費嗎？

B1：都是大買家或著是去在我們家附近的全聯。
主：所以都是在附近的地區嘛，大買家跟全聯都是比較中大型的那種量販店的部份。
B1：大買家比較遠，那全聯是比較近，所以比較常去。
主：所以比較常去這邊這樣子。OK，那您有在國內，或者是您有出國消費過嗎？
B1：沒有沒有。
主：沒有，沒關係。簡單先瞭解一下，那我們接下來請 B2 這邊。
B2：您好，我是從雲林斗六來的，平常的消費的話，就是百貨公司或者大賣場、超市這樣子。
主：所以也會去百貨那邊買一些生活用品這樣子，OK。那我們請 B3 這邊。
B3：您好，我是來自彰化市，因為我單身，所以我平常的消費就是在 7-11，那如果要買東西就去百貨公司，就只有這樣子，我沒有在什麼賣場，因為我個人不需要。
主：就是比較少量，不需要到量販這樣子。
B3：對對。
主：OK，那接下來我們請 B4。
B4：我是南投市人，一般日常用品大部份都是大賣場買的，那如果像電器類，大型的東西用網路購。
主：用網路訂購的，瞭解。
B4：因為它才有分期付款啊。
主：好，OK。那我們接下來請 B5。
B5：大家好，我是台中市北區，那大部份都住家附近全聯、7-11 那裡。
主：全聯或者是便利商店 7-11 這樣子。OK，那接下來就是 B6 這邊。
B6：我大部份都是每天都要去菜市場買菜。
主：所以您是自己走去菜市場這樣子。
B6：走去，對。
主：每天運動也不錯。
B6：我是在南投市，我有時候到十街那個黃昏市場，有時候到四街的黃昏市場，不一定啊。
主：OK，也是去市場現場買這樣子。
B6：對對，就是現場買。
主：所以沒有再去可能便利商店或者是量販店這種？
B6：這種比較少啦，比較遠，距離的關係。
主：OK，那 B8 這邊的話。
B7：我是一般的家庭主婦，日常的話大概就是跑跑傳統市場，那有買比較大量，或者說孩子休假，我們就會去逛逛賣場。有時候上網去購買一些東西。

主：所以您也會去上網去購物這樣子。
B7：對對。
主：OK，好，其實我們剛剛這樣一輪下來，主要是讓大家先習慣一下，因為我們等一下訪談的形式的話，可能就是用這樣子輪流的方式，讓大家分別分享一些說你們個人的一些消費經驗，真的不用太緊張就是講一些平常生活的生活上面有遇到什麼樣的狀況就好。那接下來的話，我們可能第一個要討論的主題是，像我們剛剛講到的在國內或者是國外有沒有消費的經驗，那可能像剛剛 B1 這邊說，可能她只有在國內消費的經驗的話，我們就大概分享一下，平常我們通常在購物的時候，一週大約大家會花費的預算大概是多少錢，就是你個人可以支配去買的，可能我一週要買的，可能有家裡的一些日常生活用品、食品，或者是一些消耗的，可能說我需要打掃用具，像這些大概在消費上面的話，每一週會支出的費用大概會多少，這個不用到很細算，大家粗略講一個大概，大約的數字就可以了。那像 B1 這邊的話，就是目前是只有在國內消費，就是沒有去國外，那國內的話，您就是實體都是以實體店面嘛，會去網路購物嗎？
B1：沒有。
主：沒有網路購物的部份嘛，對不對？那就是說虛擬的部份有沒有透過就是可能像是網路購物、電話購物或者是電視購物，或者是廣播這類的？那它只要沒有實體店面的，我們就是把它界定為是虛擬的，有沒有透過這些其它方式呢？
B1：電視，看電視是有啦。
主：電視購物。
B1：有時候什麼洗衣粉啊，有買過這樣子。
主：所以就是只有電視消費的部份。那就是您平常一週的話，大約花費的預算基本上是多少？
B1：我家裡只有我一個人，我沒有在算呢，如果很多人就要算啦，我一個人啊，反正家裡要用的話，才會買啊。
主：所以你一週的話，花費會超過一千元以上嗎？就一個禮拜這樣子。
B1：應該有啦，也是有，有時候不一定啦。
主：OK，好，沒關係，大約一週。那接下來我們請那個 B2 這邊。
B2：我一週的話大概七千塊。
主：有在就是在國外消費的經驗嗎？
B2：從以前到現在的話，有。
主：那就是說如果以國內來說的話，就是實體的跟虛擬的。
B2：比較喜歡實體的，看得到東西。
主：所以有虛擬的有買過嗎？
B2：買過，但是很少。
主：沒關係。

B2：網路而已。
主：網路有嘛，那其它電視、廣播或者是電話購物這些有嗎？
B2：我們都到實體店面，譬如說那個全國啊那些，就是比較商品。
主：還是看到實體的這樣子。
B2：對，燦坤那樣。
主：好，那接下來 B3 這邊的話。
B3：你說那個一個禮拜消費是吃的嗎？吃飯大概三四千，我不是很確定。
主：OK。
B3：就含吃飯，因為也有外食比較多。
主：那您本身有國外消費過嗎？
B3：那個是年輕的時候，50 歲以前才有。
主：OK，好。所以現在已經沒有了是不是？
B3：現在沒有了。
主：OK，好，那有透過虛擬的店面可能像剛剛講的？
B3：有，曾經一次在那個電視那個 MOMO 台。
主：電視購物。
B3：看到那個就是快爐，然後還贈送很多，很吸引就買了，結果後來它是大陸產的，結果裡面有一層那個怎麼洗都洗不掉的一層油，我就覺得不舒服，還沒用就打電話說要退，就也很乾脆讓我退，而且錢很快退回來了。後來我也就不敢再去電視購物，我怕買回來會有同樣的情形。
主：瞭解，所以就只有這一次這樣子。
B3：對對對。
主：那接下來 B4 這邊的話。
B4：家庭，就七八千的樣子。
主：好，OK，那有在國外消費過嗎？
B4：有啊。
主：有啊，那平常的話，您會比較喜歡就是實體還是虛擬，有沒有在虛擬買過？
B4：如果在國外大部份都是實體啦，我看得到的東西。當然國內這邊有的時候吃的，買電器用品就是網路，還有就剛才那個你像東森、MOMO 那方面的都用啊。
主：OK，就是書或者是電器用品那些的。
B4：對對對。
主：所以電視的部份也有過。
B4：對，電視冷氣大部份都有。
主：瞭解。那 B5 這邊。
B5：差不多三四千。
主：那有在國外購物過嗎？

B5：沒有。
主：那國內的話，您有用過網路、電話或者是電視購物嗎？
B5：沒有。
主：都沒有用過，還是要實體的這樣子，瞭解。那個不好意思，因為我們剛剛有第七位 B6，新進來的，那我們先請您自我介紹一下可以嗎？
主：是。
B6：不好意思。
主：沒關係。
B6：車班有的說不是拖班，就是不準時就對了啦。
主：瞭解。可以請問一下您今年大約幾歲嗎？
B6：我是 33 年次，應該是 73 歲。
主：73 歲，好的。那您是住在哪裡的呢？
B6：台中市北區。
主：北區的是不是？我這邊先補問一下，剛剛有跟大家問過一些狀況，可能說您平常的話比較常是去哪裡購物的呢？
B6：有時候是碰到的，那個機遇碰到的。譬如說要看什麼樣的產品，否則的話有時候大賣場，有時候是黃昏市場。
主：所以會去賣場也會去市場這樣子。
B6：對對。大部份每天需要消費的就是這些東西。
主：所以您都是以那種比較大量的，有在就是零售可能便利商店啊或者是雜貨店這些有嗎？
B6：嗯。
主：也有，不好意思，我再跟您請教一下，您有在國外購物過嗎？
B6：有。
主：那就是說在國內的部份的話，您有沒有在虛擬的店面就是像剛剛講到的？
B6：有。
主：是在哪一個部份呢？是可能說網路電視廣播還是？
B6：都有。
主：都有。
B6：我們那個有電視的有，但是那個機會比較不多啦。
主：電視的。
B6：我們是看到有需要的，別的地方買不到的。正好看到那個廣告。
主：OK，那有廣播的那些或者是電話購物的嗎？
B6：比較少。
主：比較少，所以有買過這類的東西嗎？
B6：沒有。
主：沒有，好，那我們接下來要請 B7 這邊，就是您的家庭的消費的話，

大概是？
B7：我是一個米飯，只有星期一煮到星期五啊，星期六、星期日我都沒有煮，我兒子叫我不要煮啊。
主：那這樣子一週的話，就是如果就是像您剛剛講的就是五天的話，那您的家庭的花費大概是，金額大概是多少？
B7：大概三四千塊啦。
主：三四千左右。
B7：我們人不多嘛，那電視購物啊，大部份都是我兒子、我女兒在買啦，不是我自己買。
主：所以您本身沒有買過電視購物的產品。
B7：對，他們都是有其它的東西，都是他們在買的。他們的認為我年紀大了啊。
主：所以就是像廣播啊，或者電話訂購這些會嗎？
B7：沒有，我沒有，我本身沒有，我兒子大概有吧。
主：好，瞭解。
B7：好像我女兒最近也是東森購物的樣子，我說那包什麼，一看東森購物，她說她是化妝品。
主：那您有在國外購物過嗎？
B7：年輕的時候有啦。
主：現在都沒有了這樣子。
B7：現在沒有呢，最近因為年紀大了。
主：比較少出去。
B7：少出去。
主：那我們請 B8 這邊，就是您的話，家庭的話就是每一週的消費大概是多少？
B8：大概就是四到五千塊左右。
主：四到五千嘛。那就是說您有在國外消費過嗎？
B8：有。
主：也有，有透過虛擬的部份嗎？就是像剛剛講的網路、電視。
B8：你是說網購之類的。
主：對，網路電視啊，或者是廣播、電視訂購之類的。
B8：網路有。
主：網路的有。
B8：對對，網路有時候買的東西還不錯的。
主：那您有沒有用過其它像是廣播或者是電視購物之類的嗎？
B8：這個都比較不會，不用過。
主：這一類比較沒有用過嘛。那我們這邊的話，先跟大家問一下平常會不，會去消費的東西，那再就是這邊的最後一項，會簡單跟大家問一下，大家

覺得目前生活上您最需要購買的商品或者是服務，想想看有沒有生活上你們覺得最需要的，就是目前生活上你們最需要的是什麼樣的商品或者是服務？B1 這邊有嗎？

B1：其實我只有一個兒子嘛，我一個人住嘛，我兒子給我錢，有限一個月給我錢有限，我不可以亂花，可是我們家裡用的剛才像你說的，每天要用的東西都需要的話，牙刷、牙膏啦，像洗澡的沐浴乳什麼，每天都要用的衛生紙什麼都是需要才買。

主：所以不會去買一些其它的？

B1：不亂花。

主：所以是子女會去選購嗎？

B1：我兒子都沒有，都是我只要家裡要用的都是我買的，就是這樣。

主：瞭解，好。那就是 B2 這邊的話。

B2：我比較希望的是清潔的服務。

主：你說到府清潔的這種嗎？

B2：是，希望。

主：OK。

B2：因為老媽子已經做二十幾年了，現在有沒有這種政府可以這種服務，就是一個星期啊，看看星期多少天來家裡面打掃一下玻璃、門窗還是什麼的，洗碗、擦擦地，不要叫我們再跪在那邊擦。

主：好，瞭解。那 B3 這邊的話呢？

B3：我很最需要的是那種電器用品，就是因為現在一個人都是外食，那現在電視上有廣告很多電器用品，像是微波爐是不是，東西放進去，什麼蒸煮一次就 OK 的。然後最近有廣告那個燜燒的。

主：燜燒鍋。

B3：對，它也是放進去一次就 OK 了。或者現在很流行的膠囊咖啡機，那個我很喜歡，問題都是太貴了。那個對單身人就是很需要的，因為我平常是外食嘛，那自己煮的話就是輕便為主嘛。

主：瞭解。

B3：那個就可以帶來很多的方便。

主：很方便的一個電器商品這樣。

B3：對，就是需要用這個。

主：OK，好。B4 這邊的話呢？您覺得比較需要的是什麼？

B4：資訊服務啦。

主：嗯？

B4：像軟體啊，有在玩股票，要使用一些軟體的東西啊。

主：提供一些軟體的那些更新的資訊這樣子，是。瞭解。覺得說目前在這一塊的部份。

B4：對，以我來講。

主：就是比較不夠是不是？
B4：對啦。
主：OK，那黃先生這邊的話。
B5：我上面附近的停車位也看看，停車位要多一點比較方便，環境衛生。
主：所以就是現在。
B5：像現在登革熱要勤一點消毒。
主：OK，所以其它就是個人，就是家庭這邊在購買的其它的。
B5：沒有什麼要求。
主：所以是針對環境比較注重這個部份啦。
B5：對，我自己的意願降低了，賺不了錢。
主：好，那 B6 這邊。
B6：我也是有需要那個家庭服務的，家庭清掃的。
主：清潔的那種，OK，那其它還有嗎？
B6：沒有哎。
主：大部份就這種。
B6：嗯。
主：好，那 B7 這邊。
B7：我兒子、我女兒也會做啦，他們會幫我做啊，有事情的話，如果我叫他們做，他們都會做啊。
主：所以其實有沒有什麼您覺得目前您最需要的什麼樣的商品或者是？
B7：商品，什麼商品都有的啊，微波爐什麼、燜燒鍋什麼，我兒子都有買啊。那有的是人家送的啊。
主：瞭解，所以其實孩子都買好了這樣子。
B7：對啊，都他們在買啊，我其實只有買菜而已啊，其它的我都不買的。
主：OK，瞭解。那那個 B8 這邊。
B8：可能是平時自己就這樣很平凡地這樣過著，好像沒有很刻意啦，但是如果說身體不舒服或什麼的話，就覺得好像有那麼一點不方便。
主：身體不方便是指說去？
B8：譬如說我去用牙齒，不知道是我自己的觀念錯誤還是怎麼樣，就是說每一次去用牙齒，他只給你用一顆這樣。我就不清楚了，然後就叫你下個，禮拜來，但是這個中間就覺得很不舒服，到底要去呢，還是到換一家去就搞不清楚，有點混淆了啦。
主：所以像是醫療部份，你去牙齒就診的部份，所以只有去看牙醫的時候有遇到這個狀況，還是有其它的？
B8：看牙醫我比較困擾一點。
主：瞭解。那這邊的話，因為剛剛其實講到的部份，大家其實都會去買一些生活上面的，食品這一定大家都有經驗的，或者是說家庭用品，那我這邊跟大家請問一下，大家會不會去注意一下上面的一些標識？標識成分？

都會去注意嗎？
B1：像買醬油就是喜歡買哪一種品牌。
主：所以會看它的牌子。
B1：對對。
主：好，那還有沒有大家會看其它的一些什麼樣的資訊？
B2：有效期限。
B4：有效期還有就是那個產地啊。
主：那還有人會去看其它資訊嗎？
B7：看有沒有過期啊，我兒子都說你買東西要看有沒有過期啊。
B5：或者是過期再買。
B1：過期就不一樣了。
主：其實基本上，剛才還有說會看到成分是不是？你會去看。
B3：對，因為現在已經有年齡了，如果電視上常常說鈉如果太高，就不要買。所以是飲料上我會注意說它那個鈉的成分會不會太高啊。
主：瞭解。
B3：或者是什麼成分會不會太高啊，如果想喝飲料的時候，會稍微注意這些。然後那個日期是如果靠近兩三天，我就不買。那個日期越長，我才會去買。
主：瞭解。
B3：我會給它挑一個就是最靠近。
B5：新鮮。
B3：對，最新鮮的這樣子。
主：那還有沒有其它會關注的地方嗎？
B6：大部份還是會看成分啦，現在很多食安的問題啦，可是它上面的標識很多都是化學名稱，或者是根本字典查都查不到的那個名稱，你沒有辦法去認定這個東西到底是好的還是不好的，所以假如能夠的話，以後比較用白話一點的標識這些成分，讓大眾消費者都懂得這個到底是什麼。
主：瞭解，就是 B6 這邊的建議，這個我們會再幫她記錄一下。謝謝，好，我這邊問一下，像 B7 的話，您比較常去菜市場，那菜市場您在買的時候，有辦法去辨識它的一些，可能說像剛剛講的，有效期限啊，或者是它的成分之類的，這部份 OK 嗎？會去注意嗎？
B7：大部份都是買青菜啊，買肉啊，買魚啊，買青菜為主啊，其它的都不買的。
主：OK，所以這部份就看它的新鮮度這樣子。
B7：對。
主：瞭解。
B7：所以說是新鮮散裝的。
主：好，有就是視覺辨別這樣子而已啦。

主：那接下來的話呢，再跟大家請問一下，就是說會不會說有其它的人跟你做推薦，不管是你的家人或者是你的親友他們使用之後，來跟你做分享的？或者有些是可能店員、推銷員，他們也會到家中或者他們在店內的時候，有跟你做推廣的，類似這個樣子的時候，會不會你覺得自己是不是一個很好被說服的人？就是會有人跟你推銷的時候，那你心動的時候，你是直接會先去瞭解這個商品，還是你就覺得我對他的說辭我覺得還蠻信任的，所以我就會去直接購買，所以就自己的狀況，看大家覺得會不會有這樣的情況？

B1：我沒有遇到這種情形哎。

主：不會有親友跟你推銷產品這些。

B1：沒有啦，我有去大買家買東西，有啦，遇到說什麼這個好啦，這個什麼。

主：店員推銷的嗎？

B1：應該是吧，在裡面他們的東西那就是說這個好啦，這個怎麼樣好，有時候有啦，買過一次。他講的話好像是很親切啊，其實看他那麼親切，跟他買一次吧這樣子。

主：瞭解，好。那 B2 這邊有嗎？

B2：我有過，我會就是覺得說他平常有在使用，然後他跟我講真的很好用，我就會去買。譬如說。

主：所以是親友推薦還是說是店員推薦的這種？

B2：親友推薦的比較多，店員推薦的話，我會看東西，他真的需要的話，他說真的很好用的話，我會相信他。那最近是推薦那個掃地機器人，我就買了。

主：瞭解。那有就是看過其它可能像是電視新聞報導這種，把它納入我們剛剛講的那個推銷員也好了，因為有時候大家可能是聽到廣播電台主持人或者電視新聞有報導說，最近有什麼機械新出來很好用，有些人也會因為這樣子所以多去瞭解這個產品，那我們再把它這個納進來，我們剛剛討論的就是除了家人、親友，還有其它電視新聞推薦啊，或者是廣播推薦的這一類，會不會影響？

B1：有，吃的。

主：吃的會嗎？

B1：比如說有個龍蝦大餐還是什麼，電視上面吃的會去試試看，試吃看看。

主：瞭解。好，那我們接下來請那個 B3 這邊，有人推薦的話？

B3：如果好朋友推薦的話，我會去看，還有就是像我們有在固定像康視美買東西，那已經固定，那個店員都很熟了嘛，那如果有一些產品他說有在優惠的啊，這個產品優惠，就是他推薦，我就會買，因為也信任了。那電視那個，一定會想的，因為現在電器用品實在太吸引人了，所以如果電

視有在廣告的話，我一定到百貨公司看一看，什麼膠囊咖啡機，都會吸引我。
主：瞭解，那 B4 這邊的話？
B4：基本推薦大部份都會買下啦，大部份都會買啦，那有的時候去遊覽啊，有時候那個進去那個店裡啊關起來，他們在推銷東西，有時候也會買一下。
主：所以你有遇過這種狀況是不是？
B4：對對對。
主：旅行團的。
B1：我們常常。
主：好，那還有其它的就是像我們剛剛講的可能電視或者是廣播推銷這一塊會增加您的意願嗎？
B4：如果是像網路、電視購物啊，它的畫質很吸引人，大部份都會買。
主：瞭解。
B4：需要的就會買了。
主：不好意思，B4 我請問一下，因為你剛剛說有在網路上面購買一些電器的部份，那在網路上面你有沒有會因為他有些什麼樣的廣告，或者是宣傳的部份，有可能類似那種？
B4：沒有，當時大部份都是有需要的時候。
主：才會去看這樣子。
B4：有需要才會去看，然後去比較，網路因為可以連很多家嘛，它的價位就可以比較啊，我就知道哪一家價最低。
主：好，所以是有需要的商品才會去看這樣子。
B4：對。
主：OK。那 B5 這邊的話。
B5：都沒有。
主：都不會被推薦看這樣子。
B5：我也不敢看。
主：瞭解。
B5：都沒有買過。
主：好，那 B6 的話呢？就是有沒有推薦的部份？
B6：就是那個電視購物買來了，結果不像他所說的廣告那麼好，所以就退貨。對，譬如說最近有買過吸塵器，小型的吸塵器，結果不適用，不像廣告的那麼好。
主：所以您有退回去嗎？
B6：對，他有講多久以內，你覺得不好或者是怎麼樣，你可以換嘛，可以退啊，那所以說廣告的東西我們都很思考它這個廣告是不是有確實的，或者是它在推銷當然什麼都是好的，不好的東西他不會推銷嘛。那所以之

前也有過這樣的經歷，好像東西並不是那麼好，以後對那個廣告的都不太相信。

主：所以電視購物可能那一次，可能吸塵器購買之後，後面就會開始質疑這樣。

B6：之前也有，幾年前也有。後來就比較不喜歡看那個電視購物。

B4：不要看。

B6：對，都是講得很吸引人，但是並不是真的那麼好。最近很閒，我女兒就說來看看電視購物，看有些什麼新產品，就好像很有興趣去聽聽，結果我買了東西，有些是還不錯，但是大部份都是感覺不是那麼好。

主：瞭解，所以大部份是電視購物的部份，會有因為可能親友，或者是店員推銷這一塊。

B6：店員的我們無法相信，對，親友的話他用過了，一定好，他才會推薦你，就比較相信啦。

主：好，那 B1 這邊的話，不好意思，B7。

B7：因為我都是我孩子的，我子女去買的，還有我的孫女會買，孫女她一次都買一大箱啊，她都整箱的，他說送來我們家，我說這是誰訂的，他說我孫女訂的啊。她都是買一箱的，她不讓我去那個什麼大賣場買啊，她都是買那個舒潔一箱，一大箱。

主：所以都是可能孫女在那邊訂貨，送到家裡這樣子。

B7：都是子女在買，對。

主：所以您本人沒有出去外面這樣子。

B7：我只有買菜而已啊，其它我都不買。

主：所以你買菜的時候，如果有其它店員跟你推銷的話，您會想說跟他消費嗎？

B7：不會。

主：也不會。

B7：不會。

主：非常意志堅定。

B7：我都跟他講，我這個事情我沒有在做，都是我兒子啊，要去問我兒子，要不然我兒子會說，你隨便亂買啊，這個不好，那個不好。

主：瞭解，那 B8 這邊的話呢？會不會有人推銷這樣子？

B8：親朋好友介紹的話，多多少少都會，就是吃好逗相報，都是這種心態。那網路的話，是偶爾看看，覺得有需求，我們就會去買。

主：網路的話，那你是也是像剛剛 B4 這樣子，就是選定目標之後，再去找嗎？還是說？

B8：有時候像我們的那個電視它會跳出來，有點吸引人。

主：廣告的。

B8：感覺也有那麼需求，我們就去看一下，然後看一看不是我們要的東

西，我們就不會去購買，有需要的話，我們會看一下，然後有時候我會請孩子幫我看一下。

主：所以是電視廣告嗎？

B8：電視廣告我都不會。

主：所以是網路上面它會跳出來一些廣告頁面的那種。

B8：嗯。

主：OK，瞭解。那我們這邊的話，再跟大家問一下，會不會有人因為說可能現在大家年紀比較大了，會不會因為這樣子，所以你們在購買東西上面會有遇到一些比較特別的情況？我們所謂特別的情況就是指說高齡者消費差異。

B1：我沒有遇到這種情形，我要買東西，我要看清楚，看清楚要買就買了，那不買就不買。

主：所以就是您是直接自己去挑嘛。

B1：對。

主：好，OK，那您剛剛說的那種是每一項商品都是這樣子嗎？就是您在。

B1：我買東西都是這樣。

主：很乾脆。

B1：看什麼品質，需要的我就買。

主：那有沒有遇過就是說，你在現場可能被某些的他的標籤或者是包裝上面有問題的，有沒有去跟店員做過詢問的？

B1：沒有遇到。

主：都沒有。

B1：沒有。

主：OK，好，B2 這邊？

B2：我們是覺得 3C 產品是你說的最明顯的地方，年輕人很會問問題，然後這個小姐很會回答，那我們的話，聽鴨子聽打雷，聽得不是很懂。所以這個小姐非常地熱心，我幫你全部弄好，她全部幫我弄，所以我現在也不會用。

主：就是店員幫你設定完這樣子。

B2：對，因為他覺得我們的年紀可能要講很久，所以他就會說阿姨，我幫你弄。那我回家只要碰到問題，就是兒子來吧，都會找小孩子，所以說真正手機上面很多功能的，我們是不會用。因為當時買的時候，小姐是幫我們全部都幫我們設定好，所以不要我們煩惱，他就是一個好心，可是這樣子我們就變成 3C 白癡了。

主：所以他設定好的時候，他有跟你說他做了一些什麼樣的操作嗎？

B2：有，他有跟我說。

B4：講得很清楚了。

B2：對，什麼 line 什麼幫你全部都下載，然後音樂什麼什麼，他都幫我

下載，他有告訴我們。可是問題是，那一個動作他的手都非常地熟練，我們連看都來不及看，想學都來不及，他已經做完了。

主：瞭解。

B2：對，就是 3C 產品這一方面是最大的那個感覺，是說哇！我真的老了。

主：那還有其它類的產品，在消費的時候有遇過這樣的狀況嗎？

B2：其它的話。

主：嗯。

B2：可能在買東西的時候，他如果要解釋的話，譬如說那個有線電視好了啦，他現在機上盒來了，他只要說你家有小孩子的話，他馬上拿著機上盒就跟小孩子說。

主：他會跳過這樣。

B2：他不會覺得要跟老的講，因為老的在看電視，可是他跟你講了半天，還不如跟小孩子講一句話，小孩子就會了。然後就是會覺得說，他們會挑比較容易溝通的去講，那就把我們晾在一邊。這也不能怪他，因為他工作很多，那也要跟我講，我可能問題問了半天，不是重點的問題。所以這就感覺心裡面感覺是有一點差別待遇的感覺。

主：好，那個 B3 這邊的話呢？

B3：我也是 3C 產品。

主：也是 3C，像手機還是？

B3：像之前有一個也是針對高齡者的筆記型電腦優惠，就是每個月才繳多少，然後期限三年，我對電腦因為太久沒有使用了，就是比較不會。那我就有點想利用買這個電腦來學，可是我跟店員講說，我不會操作，他說沒有關係，那個時候一直在推銷嘛，你有問題你就來找我，我可以幫你，這個我都幫你設定好了，結果找過一次，就開始有點跟他講得不一樣，那後來每次去都裝裝很忙，就上當一次，那後來手機，現在就是那種智慧型手機嘛，也是剛開始的時候，要去辦那個，就是約到了嘛，然後他會跟你推銷比較好的手機，然後我不太會使用，他說沒關係，有問題來找我。那我也是相信了，結果以後有問題去找他，也是裝忙，這種事情已經三次了。就是剛開始都很熱心地跟您推銷，保證會幫你，可是去的時候裝忙。他一裝忙我們也不好意思啊，不好意思說你當初你說要教我的啊，我們也會不好意思去打擾人家，所以我是覺得這個是普遍，那個現在 3C 店員都是這樣子，他們年輕人是欺騙我們這些高齡者，我感覺是這樣子。

主：所以除了手機，或者是筆電之外，還有其它的產品有遇到嗎？

B3：其它都不會了。

主：其它都不會。

B3：就是 3C，這個因為我們比較困擾。

B2：可是中華電信就很好，中華電信你碰到故障的時候，你打去它的那個服務電話，他會說你有沒有在電腦旁邊，然後一步一步地教我們，教我

們操作，把這個問題解決掉，中華電信這方面就比較沒有讓我們感受到中高齡的那種差別待遇。

主：瞭解，那 B4 這邊的話呢？

B4：如果去購物，店家都很聰明啦，那看到裡面比較上年紀的，當然他會年輕的先來。

主：所以有，本身有遇過這樣的情形？

B4：是，也有啦，但是比較少啦。

主：是什麼類型的產品啊？也是像剛剛這樣子嗎？

B4：你像各種方面都有啊，你像買衣服、買鞋子，你要買喜歡的，喜歡的有時候要看尺寸、看顏色，你要多問他一下，那他也會回答，但是他遇到旁邊有年輕的，他就先跟他介紹了。

主：所以衣服、鞋子這些也會。

B1：各方面都有啦，多多少少。

主：瞭解，好。那 B5 這邊的話呢？

B5：手機也有代溝啊，我都帶女兒去買。

主：所以中間有一個。

B5：我女兒幫我買，教我女兒，才有辦法。

B1：他們會覺得說年紀大，那個學習力、記憶力、領悟力都比較差。

B5：不然我也很不好意思吵人家太久。

主：瞭解，那除了手機之外，還有其它的？

B5：很少。

主：其它很少。OK，好，那 B6 這邊的話。

B6：我沒有這些困擾，因為我兒子這方面是比較行家，所以他會買回來給我用，他會教我。

B4：我兒子也是一樣啊。

主：所以除了剛剛講的 3C 產品之外，那還有沒有其它的產品？

B6：家庭的電器用品，比較也沒有這樣啦，反正你去店面去選擇，你需要的你會比較，譬如說不一樣的廠商或者是不一樣的功能，你自己做當下做決定去選購，都還好。

主：瞭解，所以其實在問的，有疑問的時候去跟店員資訊的時候，這個部份都？

B6：都還好。

主：狀況都 OK。那 B7 這邊。

B7：都是他們在買，我的手機也是他們買給我的，人家都我說你有手機，我說有，可是你們不要打，我是出去的時候方便打回去，或者是說人家打給我，我接，我兒子打給我，我才會街，其它的我都不會接的。

主：所以你的手機當初在購買的時候，是他們帶你去店面嗎？還是他們回來之後直接交給你？

B7：他們買回來給我的。
主：瞭解。
B7：是我小兒子買回來給我的。
主：所以他們就買回來教你怎麼使用這樣。
B7：我就說我可以打出去，也可以收，這樣就好。其它的都不要，人家都問我有手機，有，可是我沒有開，不要打給我。我只有打出去啊，很少接啊。
主：瞭解。好，那 B8 這邊的話呢？
B8：基本上好像沒有碰到這些這個。
主：沒有遇到過，好。
B8：還挺好的。
主：好，那我們這邊的話，就是剛剛問到這個消費，他有一些差別待遇的部份，我們最後再跟大家請教一個問題，就是說有沒有遇到過產品它的標識可能跟他的廣告，就是它的內容跟廣告是不太一樣的，跟你原先預期的那個期望，會有一些落差的，那有沒有這樣子的狀況，那可不可以跟我們分享一下是什麼樣的情形？那 B1 這邊有遇到過這樣子的情況嗎？
B1：其實沒有遇到這種事情啦。
主：都沒有遇到過。
B1：沒有，買東西有時候如果一點點的沒有計較。不計較說差一點點什麼，沒有關係啦，不要計較那麼多，這樣就比較沒有什麼事。
主：所以都沒有想過要去跟店家反應這樣子？
B1：不是啦，那個是也沒有什麼，如果是說東西一點點，沒有關係啦。
主：那你有遇過是什麼樣的東西它的產品跟內容是不太一樣的？
B1：沒有遇到。
主：OK。
B1：如果不一樣的話，完全真的跟那個它的標籤不一樣的話，真的我會拿去跟他這樣說，這個怎麼你外面跟裡面都不一樣，那怎麼行呢？
主：所以其實現在還沒有遇到這樣的狀況。
B1：對。
主：那 B2 這邊的話。
B2：就網購了十箱的水蜜桃，然後每一顆都很大，當時來推銷的時候，都是說每一顆都是這麼大的水蜜桃，然後又試吃，很好吃。可是真正寄到家的時候，很小，然後也沒那麼好吃，只好自己吃，不送禮。十箱，就上當了，所以就對網路沒信心。
主：所以他是有先到實體跟你推銷。
B2：有跟我說，我們到時候會寄這樣子的品質的水蜜桃，然後大概大小也差不多是這個樣子，然後吃的時候很好吃，可是真正收到十箱貨的時候，就傻眼。

主：所以有去跟那個賣家反應嗎？
B2：跟他講說，以後不會再跟他買了。
主：你是直接跟他說以後就不買了這樣。
B2：因為太離譜了，我們是跟你說我們要送人了，可是這樣子的情形只能自己吃了，哪有辦法送人家，因為那個跟菜市場剩下來賣的那種感覺是一樣的，就是也小，然後也不甜。
主：所以沒有跟他說要退貨嗎？或者是退款？
B2：就想說自己吃就好了，就沒有再去，因為你還要再去寄，就覺得麻煩。因為十箱蠻多的，說實話。
主：所以可能是要再寄送貨這一塊比較麻煩。
B2：不是自己本來的地方，是外縣市。
主：如果業者他們有來，就是跟大家收的話，會不會比較想說，那他這樣來收，我就退還給他這樣子。
B2：他來啊。
主：對。
B2：我覺得他是存心就是欺騙，應該不會來，所以就想說上一次當，以後就比較想要到實體店面去買，就不太會相信網路了。
主：瞭解，好，那還有其它產品嗎？有這樣的狀況的。
B2：其它的買過一次運氣很好的。跟他網站上面訂床墊，然後跟他講的是多少的大小，一次跟他訂三個，送過來的比原來的還要大，賺到。
主：所以是更棒了。
B2：還要跟他道謝謝。
主：瞭解，所以他寄過來那個更大的，還是？
B2：比較貴的這種，比較貴的。
主：好，那 B3 這邊。
B3：我如果說是去買東西，如果說推銷或實體店面的店員很親切、很熱忱地推銷，我看東西不錯，我真的會被推銷成功。網路因為我沒有看到實體的東西，我不敢買，只有那一次買那個快煮爐，就是買來跟你想想的完全不一樣的，那次以後我就覺得還是以眼睛看到的為主要這樣子，因為那個實體店面他推銷的東西，確實都還不錯。他們既然敢在那個大賣場，或者是在百貨公司推銷的東西，我想一定都不錯啦，買回來也都沒有後悔過。
主：好，瞭解，所以就是剛剛前面講說可能鍋內有那個油。
B3：就是一層那個油，怎麼洗都洗不掉，而且買回來才知道是大陸的，它是明明就是台灣的廠牌哦，可是製造處是大陸的，那個怎麼洗，我用那個你要介紹怎麼洗，我都洗，都洗不掉。
主：所以他那個大陸製，是他一開始就沒有跟您說明還是？
B3：對，因為在那個電視上，，它就是台灣品牌的嘛，好像是鍋寶還是什麼的。然後快爐，我那個時候就覺得，每次都用電池，我就買一個快煮

來用看看，也很需要。而且它那個就是很粗糙，它旁邊那個是鐵，雖然是不銹鋼，可是它那個洗的時候，手去刮，會刮傷，是真的是被刮傷。我退貨不想那麼多啦，我覺得我不實用，他很乾脆就退給我了。而且後來還寄了很多的那個型錄給我參考。

主：好，瞭解，那 B4 這邊的話呢？

B4：3C 產品是沒有碰到啦，那其它日常用品就有一次去買油。

主：油哦，食用油。

B4：買油，買食用油啊，那買回來那一天，隔五六天嘛，剛好碰到鼎新，那怎麼成分不一樣，所以我那個牌子剛好就是買到他的啊。

主：瞭解，所以就後來有再退嗎？

B4：很難有啊，有時候它是進好的啊，然後成分多少的時候，然後我們也相信政府啊，他也有檢驗嘛，他也有那個中央標準級什麼的。

主：認證標章。

B4：那買了之後回來，跟他做的，因為他的橄欖只有 10%，那其它混合油 90%，那我們買的是它是橄欖油 100%，那買來了，想說要退，只有一瓶了，算了。那個隔了一兩個，一個多月沒有退，就放著了。

主：瞭解。沒有去退的話，是覺得還要跑過去店家退嗎？

B4：對啊，當時的發票也找不到啊。

主：所以是發票不見了是不是？

B4：沒有啦，還是相信政府啦，政府應該檢驗要非常嚴格啦。

主：瞭解，就之前食安食用油的部份。那還有除了油的話，還有其它的產品有遇過這種？

B4：這個沒有了。

主：那其它產品有嗎？就是您個人有在可能說網路買一些電器啊，或者是書這些。

B4：沒有，電器沒有。

主：電器也沒有。

B4：書也沒有。

主：好，那 B5 這邊呢？有遇過這樣子可能包裝跟他的產品是不一樣的。

B5：叫我女兒幫我買 LED 燈，寄來都不能用，打電話再寄回去。

主：就是再補一個這樣子，換貨。OK，好，那 B6 這邊的話呢？

B6：譬如說去實體店面買的東西，那當然有時候要怪自己沒有看清楚啦，可能買到的東西回去再發現有很多瑕疵品，或者是說像那個餐廳有廣告多好多好，但是你去吃就沒那麼好，又很貴，像這個你就感覺有點上當。那你就是以後不會再去了，就類似的這樣子。

主：餐廳這樣子的。

B6：或者是買東西，用其它的產品我發現它瑕疵品可能也在賣，你買回去自己就用了，自己不小心沒有當場看清楚，我就想說再回去退，那以後

不會再去這家了。
主：所以它那個商品就這樣留在家裡這樣子。
B6：嗯。
主：好，那 B7 這邊呢？有沒有買可能說？
B7：買菜，我買水果有的買回來，切開裡面都是黑的，壞掉了，那有的朋友就叫我，鄰居就叫我你拿去跟他講嘛，你這個買回來怎麼壞了，外面是很漂亮啊，可是一切它裡面是黑的，我說不要了，那個老闆娘她忙忙乎乎啊，她說三塊五塊九塊有時候也沒有拿，我說算了啦，不要去換了，他說你怎麼這麼好講話。說算了嘛，他有時候都不拿啊，三塊五塊她都不拿的。
主：就是會折價這樣子。
B7：對對，折價，所以我就說不要換了啊，沒有跟他講。
主：這種情況會遇到很多次嗎？還是？
B7：不會，不會很多次，只有一兩次而已。
主：一兩次 OK，那其它的還會有這樣的狀況嗎？
B7：其它的啊，大部份都是水果比較會啦，外面看起來很漂亮啊，切開裡面是壞的，是黑色的。
主：所以它那個是水果的部份嘛，有沒有遇到說是那種稱的時候，它的可能斤兩稱不足的，重量不夠的這種？
B7：有啊，豬肉，豬肉就是一斤幾塊，他說一斤兩百塊，我那麼我買三百多塊啊，我去稱了，他說他這個不夠啊，我就問他你跟我說一斤是兩百塊呢！這個一斤過幾兩，你怎麼三百多塊呢。他就說我算錯了，我這個稱子啊，先拿過來還沒用好啊，怎麼他的理由很多，算錯了又還給我就好了，就他再還給我八十塊啊，這樣就好了。那個賣魚的就跟我說，你買肉的時候，不要跟那個買啦，他常常跟人家這樣子講來講去的啊，罵來罵去的，不要跟他買好了。他就跟我講。
主：瞭解，所以之後應該沒再去了吧。
B7：沒有。
主：那 B8 這邊的話呢？有沒有遇到就是包裝跟內容不符的狀況？
B8：基本上好像還好啦，如果感覺跟我們實際的想像中的不一樣的話，拿去退他都可以讓我換。
主：都可以退還這樣子。
B8：對，還好。
主：那大家先休息，等下再繼續。
(中場休息)
主：好，那各位都進來了，下半場的話，我們一樣，就先從剛剛有講到的那個消費被拒絕，或者消費詐騙的經驗，有沒有遇到過？
B1：都沒有遇到這種情形。

主：所以你本身。
B1：如果有買到什麼東西不對跟那個不一樣的話，我會拿去跟他換。
主：那你有接到過現在比較多的所謂消費詐騙，有蠻多是透過用電話啊，或者是用住家推銷的這種方式。
B1：如果有遇到這種情形，我都不會去，我自己要買什麼東西，我會去看清楚。
主：所以你有接到過這種電話嗎？就跟你說，可能說要你匯款啊，你的帳號有匯錯誤啦之類的。
B1：對對對，沒必要聽啦，這個都是沒必要聽，不要理他。
主：很聰明，所以你是會直接掛斷他嗎還是？
B1：對，這個不要理他。
主：就直接是掛斷。
B1：你在哪裡有買東西，我都根本沒有去過，買什麼東西。不要跟他講。
主：所以有接到這種電話的。
B1：有啦，有這種事情。
主：好，那 B2 這邊的話呢？
B2：我覺得第一個是我的爸爸受傷，就車禍受傷，然後我推輪椅去叫計程車，可是計程車看到有輪椅的他不想帶，因為他放在他的車後面，他覺得是個麻煩。所以被拒絕，然後要碰到比較好的計程車司機，他才會真正地說沒問題，沒問題，這個沒有關係。可是前面的幾台，都是說我要下班了，就是不願意、拒載，然後這種情形是有。
主：所以拒絕的話，只有遇到過這一次？
B2：計程車司機最嚴重，他看到有輪椅的那種長輩，他是覺得麻煩，一樣的錢，就拒載就這樣。
主：所以其它的還有遇過被拒絕的經驗嗎？
B2：這個印象比較深啦，我就覺得受傷了已經夠可憐了，還拒載。
主：那像剛剛講的那個消費詐騙啊，你本身有接過像那種詐騙的那種電話嗎？
B2：有啊，像譬如說中獎消息啦，或者你去哪邊刷卡，然後現在要跟你核對什麼的，然後還有說什麼中獎，我們就說那不然的話要扣稅金啦，你要匯到哪個帳戶啦，我們會說那不然稅金的部份你把我中獎的扣掉稅金以後，你再匯給我就好了，跟他開玩笑，因為我們覺得這是詐騙，所以就沒有理他。
主：所以也是沒有理會過這樣子。
B2：沒有得逞啦。
主：好，那 B3 這邊的話。
B3：我真的沒有接過，我都好想接看看。我聽很多，可是我真的都沒有接過啦，只有推銷啦，就是說像推銷手機啦，那個都不算詐騙啦，或者說

什麼車子貸款那個而已啦。
主：所以只有推銷電話沒有遇過詐騙的。
B3：對，很想聽聽看他怎麼騙我。
主：那消費拒絕的呢？消費被拒絕的有遇到過這種狀況嗎？
B3：這個不講真正的拒絕，但是去百貨公司那個美食廣場吃飯，然後他們是一家一家店面嘛，那天可能是假日啊，那我要進去吃，然後他們說幾位，我說一位，他說沒位子。可是那邊有位子啊，因為他是四個人的位子，然後那個小姐就轉頭不理我，因為他那個是要留給人比較多的，我說小姐那裡不是有位子嗎？他就不理我，我就很生氣，我說這個真的是歧視單身嘛，就去找樓管人員，我說那個小姐剛才就是這樣子不理我，她就出來跟我道歉這樣子而已。因為明明有位置，他就是不讓我坐啊，可是我就很想吃那家的啊。那那個真的是有點故意拒絕，因為我一個人會佔到四個人的位置，那邊假日生意很好。
主：所以除了這一個就是在消費美食街的部份。
B3：因為我不會拒絕說，如果說我一個人，你如果說有兩個人要跟我並桌，那 OK 啊，對不對？可是他不能跟我講沒位置，因為我明明就是看到了位子啊，就是只有這樣子而已。
主：好，OK。那 B4 這邊的話呢？
B4：詐騙啊，他剛剛說我的經歷一樣的，我是提一個實例，被騙過，就那個未上市股票，那理專，那台北就打電話來了，說哪一個產品剛好那時候是 LB5B4，剛好在起步，然後就說多好多好，然後叫我買，現在賠本賣給你啊，有未上市的股票，那你現在買了之後，你會賺多少。然後他就電話在聊嘛，我本來是不理他啦，我說我都買上市的股票啦，不買未上市的，但是應該他的話術非常好啦，聽了之後好像買會賺了幾百萬，那時候就聽，一次又一次啦，電話一直在講嘛，然後就好啊，你不然你那個寄過來看看，就這樣寄過來，馬上他人就來了，因為他知道你的住址，那有來了。那就說這個好啊，那本來不買，他說我就馬上過戶給你怎樣怎樣，那就不好意思，就買一張。那個時候被騙了。
主：瞭解，那就是除了這一個之外就是股票的這個部份，還有其它的嗎？
B4：還有其它的是沒有啦，還有一個就是像你到大賣場的時候，那外面都站了好幾位漂亮的妹妹啊，一直在推銷國外的那個旅遊住宿券，兼投資啦，一直在推銷嘛，那多好多好，她也會一直在鼓勵你啊，叫你那沒有關係啦，您就留個資料啦，那你資料一留下去，疲勞轟炸。一直在約你去聽他們的。
主：說明會那種。
B4：講說明會，然後就一個人一間，你要走也不是，不走也不是，除非你臉繃下來，那沒話講啊。他就是要你簽啊，本來叫你買，比如說買一坪、一個單位，你來講還不然你二分之一啦，那你不買，不然四分之一啦，他

一直在推銷啊，一直在騙嘛。那但是我們說，那時候我就鐵了心，因為我不可能到那個地方去旅遊嘛，去住宿嘛，那時候就辭掉，就把它不要了。
主：拒絕掉。
B4：但是我朋友他有碰到，他就被騙了。
主：他買下去了?
B4：他買下去了，然後買下去，他是買下去然後就寄說，你們有去嘛，他還有管理費啊，每次都叫他繳管理費，是這樣啊，然後後來又不了了之，他說後來也沒有了。
主：就是一直付管理費，然後後來也沒有實際用到。
B4：好像那時候一坪二十幾萬呢。
主：好，瞭解。
主：那有沒有就是消費被拒絕的經驗？
B4：消費被拒絕。
主：對。
B4：沒有，那個沒有聽到。
主：這個沒有遇到過，OK，那 B5 這邊呢？
B5：我有一次買那個度假券，循隆、天花阿，那很值得，日本旅遊的卷，那個都可以增值，一張會員卡十五萬這樣子，一年會發 12 張住宿卷那些，然後全台灣都有他們的據點，連澎湖也有，但幾年過去就倒了。他那個住宿卷一年都會寄 15 張過來，我們也是覺得不錯，以後老了可以來去住，結果老了卻倒閉了。
主：瞭解。
B5：好幾千個就被騙了，如果還在還可以去度假。
主：那還有其它的就是除了你剛剛說的那個會員卡。
B5：沒。
主：好，有消費被拒絕的經驗嗎？
B5：沒有，哪有那麼老。
主：好，那 B6 這邊有嗎？
B6：我是沒有碰到啦。只是三四年前，有那個電話來詐騙的，他就偽裝是我兒子啦，那種有啊，三四年前常常接到就是那個飯店或者是一大早，他說媽，我被人家綁架了還是什麼的，就是要叫我趕快匯錢還是什麼的，然後我後來想說，你打錯了，你趕快去找你媽媽，因為我想說，我兒子在家，所以我說你打錯了，你趕快去找媽媽，我一時也覺得很心軟，但是我想說你就是打錯了，我不是你媽媽，因為我兒子在家裡。那這一兩年就沒有再接到這種電話，三四年前常常接到。
B1：現在還有。
B6：現在我就沒有接到過。
B4：還有，我常常有，我常接。可能資料被外洩。

主：有其它的遇過消費詐騙的嗎?
B6：沒有。
主:都沒有遇到過,OK,那 B7 這邊呢？有沒有說消費被拒絕的這種經驗？
B7：好像沒有，我聽我弟弟說，他說他有人打電話給他，說他兒子在他那邊啊，叫他說爸爸，你趕快來救我啊，他說讓他死好了，因為他沒有兒子，他只有兩個女兒，他沒有兒子。
主：所以也是接到這種就是綁票詐騙的。
B7：對，綁票，他說你不來，你不交錢，我就要讓他死，就好，你給他死好了，他這樣講給我聽啊。
主：那有接到過其它的，像他們剛剛講那種可能推銷或者是讓你轉帳的那種？
B7：沒有，我就是有接到，早上很早就接到，你的電話費還沒交，我就問我女兒，什麼電話費還沒交，說你是被騙了啊，那是詐騙集團啊。怎麼有電話費還沒交呢。
主：他是假裝是可能中華電信這樣子。
B7：對對對，假裝的。
主：對，瞭解。好，那 B8 這邊呢？
B8：應該說還蠻幸運的，沒碰上這個，只是說電話中有。就像剛剛這位媽媽講的，電話費沒繳，其實我是扣款的，都知道。
主：那其它消費拒絕的這個有遇到嗎？
B8：倒是沒有。
主：OK，好，那我們這邊的話，就是剛剛主要是要跟大家講說，在消費行為上面有沒有遇到一些什麼樣的經驗，那我們現在的話，要最後一點時間，我們跟大家切到我們的最重要的主題，就是說目前消費，消保處這邊有針對就是消費者有提供一些相關的定型化契約,不知道大家知不知道有這件事情？
B4：有啦，好像租賃的有。
主：租賃的知道。
B1：和解的契約也有。
主：那這邊基本上。
B4：大部份都沒有。
主：可能大家都沒聽過嘛，那沒關係，那我們這邊的話，另外一個就是說大家知不知道目前政府這邊針對高齡者的消費者保護上面,有沒有做一些什麼樣的相關的措施，或者是什麼樣的推廣，可能在購物的時候，會不會有人跟你宣導這些相關的資訊？有嗎？也是都沒有接受過？
B1：好像沒接受。
主：沒關係。那再來的話，就是大家覺得目前政府可以針對高齡者這邊再增加的保護內容，大概是什麼樣子的內容？就你會覺得需要，我可能會誤

入陷阱的地方，可能會被消費詐騙或者是會有一些消費爭議，像剛剛講到的差別待遇，廣告不實或者就真的就是被騙了，這些都算，那大家覺得希望現在政府有比較針對高齡者這一塊，有什麼樣比較明顯的一個保護的方法？這邊我們採用開放式回答啦，因為這個題目真的會比較難一點。

B4：應該是稽查，政府應該多派人稽查。

主：你說稽查那些店家的服務內容這樣子。

B4：對啊，因為他賣出來的東西啊，要抽樣啊。

B1：而且還應該要宣導。

B4：對啊，可能政府的那個能力都不夠，要增加人員啊。

主：人力的部份嘛，宣導人員的部份。

B4：不是，不是宣導。

主：查稽人員。

B4：查稽的。

主：對，瞭解。

B1：像現在都有那個區公所，說政府的一些政策怎麼了，但是在那個保護高齡消費者，像譬如說我們現在台中市知道的是有那種，就是假牙的 65 歲以上的補助啊，這些政策，但是實際上聽牙醫在說，跟實際上聽到的訊息是不一樣的，牙醫告訴我們，跟聽到我們聽到保護消費者上面的政策兩個是有差距的。就是並不是聽到的跟牙醫是告訴我們是一樣的。

B2：他是全口假牙才有補助啦。

主：所以牙醫是，全口假牙補助那也是牙醫師說的嗎還是？

B2：那個我有聽到一些高齡者說，政府他說補助高齡者這個做假牙，他說那個要全口假牙才有補助，那個根本就是針對人嘛，就是哪有人全口是假牙這樣子啊，是有聽到高齡者這樣在反應說政府它這個政策只是。

主：所以其實這個訊息不知道是說是醫生給的，還是政府這邊確認的。

B2：是確實是要全口假牙才能補助。

B1：政府告訴我們是 65 歲就有啊。

B6：醫生有去申請啊，65 歲申請，有申請才有。

B4：那是有固定經費啦，他每年有撥固定經費啦，然後好像是全口假牙才有啦。

B1：對啊，就是不是說這個是在...。

B4：那個你說今年的經費你申請完了，就在那裡等明年的。

B1：可是問題是醫生有意願申請才有。

B2：所以就是宣導的不很扎實，才會讓受訪者會誤會，然後去跟牙醫溝通的時候又不是那麼回事。

B4：醫院會幫你申請，也會幫你。

B6：沒有，他說他有申請，他才有幫你做假牙。他沒有申請，他就沒有跟政府拿這筆錢，他就沒有跟你做假牙。

B1：好像聽到了輪椅方面的補助。
B4：那個他也要那個病歷的經歷啊。
B2：也是要醫生開什麼樣的證明。
主：開證明，對。
B2：也不是說你真正能夠就可以去申請的，也沒有。
主：那大家有沒有覺得說目前有沒有知道政府有在各個地區做一些教育訓練的推廣活動？大家知道嗎？消費者保護的一個教育宣導，可能說會到一些社區啊，或者說會有一些民間的消費者保護團體，可能像是大家比較常聽到的，像是崔媽媽基金會，或者是台中有個消費者權益促進協會類似這些地方的一個民間團體，都沒有聽過？
B1：網路上有看過而已，但是實際上沒有感受到那個面對面的宣導，沒有。
主：所以沒有看過這類的課程嗎？在就是住家或者是社區附近都沒有遇到過？
B1：像我們也有社區協會啊，我們沒有接到過這樣子的訊息。
主：OK，那有沒有看過就是消保處這邊提供一些相關的宣傳的海報啊，就是你們在消費的時候，可能旁邊有張貼的，會有注意到這一塊嗎？
B1：沒有。
主：也都沒有注意到過。OK，好，那這邊的話呢，大家有沒有就是在電視廣告或者是廣播，或者是傳單，有沒有哪一種類型是你們比較會去注意的？那就是覺得說未來消費者保護協會、保護處這邊如果在這些管道上面有一些相關的一個大家權益相關的一些訊息，如果用像是電視廣告、廣播，或者利用一些傳單，或像我們剛剛講的一個海報、社區宣導，利用這些的方式來跟大家做推廣的話，你覺得什麼樣的管道對你來說你最會知道這些訊息？
B1：電視的跑馬燈最快。
主：黃小姐這些呢？有沒有覺得什麼樣的？
B2：沒有哎。
主：平常會看什麼東西比較多嗎？
B2：看什麼東西。
主：對，你就傳單會不會看，就是一些相關的 B4 主那種？
B2：我們住大樓嘛，那有時候那個有那個海報，看一看如果有需要買的，像全聯有時候也會寄來啊。
主：全聯的那種廣告 B4 主。
B2：對，也會寄來啊。那有路過，你有那個卡，那就比較便宜，就去買。
主：所以其實大家還有透過，可能像是電視或者是廣播，或者是其它走在路上的時候，你會不會去看一些可能像是宣傳車這種也有可能？
B2：不會。

主：都不會，好，OK。所以主要的話就是社區大樓，如果有張貼海報這種的。

B2：要看需要，要看看啦，自己看清楚如果有需要的話，就會買，不需要就不要買。

主：好，那可能像 B2 這邊的話呢？就什麼樣的管道？

B3：我是覺得在那個電視新聞的時候，上面或下面的跑馬燈，因為我們現在看的話，比較主要看新聞，然後就是上面跟下面的跑馬燈，還有那個網路的首頁，首頁的話，我們一點進去，然後政府的如果可以推廣的那些宣導政策，是在它首頁某一個角落，正好是我們需要的，我們就會點進去看。我是覺得這兩個我們吸收得是最快，最直接。

主：瞭解。好，那還有其它的嗎？你們個人平常會收到訊息的話，就是以網路或者是平時新聞的跑馬燈這樣子。

B3：對。

主：那 B3 這邊的話呢？

B6：其實我從來不看跑馬燈這類，可是我就是電視上的話，廣告的話，因為它這個秒數太少了，也許就不是很清楚，因為我本身很喜歡看談話性節目，譬如說什麼新聞挖挖哇或者什麼健康節目，其實他們可以請一些專家，來告訴我們說現在針對高齡者怎麼去保護，可以經過一些談話節目。譬如說現在很多電視節目是做健康的、做飲食的，那個也可以就是像很多醫師也都會在談話節目聊這些嘛。那相關的保護法也是可以，就是從透過談話性節目來讓我們瞭解，因為現在就年齡高的人，他會很注意這個談話性節目。還有因為我是公車族，所以有時候我在等公車的時候，因為我們現在公車站都做得蠻大蠻漂亮的，我都會注意那個，他弄得很漂亮，我都會注意那上面寫什麼。真的有效呢，如果說一些就是政府的那個宣導，經過那個公車站那個，我都會注意一下，即便我沒有用到，他現在有什麼植栽啦什麼什麼，我都會注意，我覺得這個很好。

主：你說公車站牌的那邊，還是說是公車上的那種？

B6：不是公車上。

主：公車亭。

B6：等候的，它那個現在等候不是都做得很漂亮，很大嗎？那都有一面廣告的，那以前都是只有藥品廣告，現在做得很不錯，它會宣導一些政令啦，像我都有看到很多啦，所以雖然是跟我沒有關係，可是我覺得這樣很好啦。

主：就是比較接受得到訊息這樣子。

B6：對，因為等車的，而且是像高齡者，或者是說比較有需要的人，他看到，而且如果說你有什麼諮詢電話什麼在上面的話，我是覺得這個公車站牌那個，我覺得會有人去注意，而且他如果弄得很漂亮的話，很吸引人的話。

主：好，那 B4 這邊的話呢？
B4：應該在村裡辦公室或者是活動中心啦，那像有的單位都提供樂活，那給高齡的人去參與。然後提供那個誘因啊，像有獎品啊，那因為老人也沒事啊，就會去那邊坐去那邊聽啊。那消費者保護協會好像都沒有，沒有這個政策。那人家別的都有啊。
主：瞭解。
B4：然後聽個課，然後提供一個，一下午就提供一個便當，大家都很喜歡去啊。
主：就地方活動這種。
B4：就像今天。
主：瞭解。那還有沒有覺得就是其它的宣導方式的，也會比較注意的？
B4：其它的宣導，就應該還是電視啦，大家看電視嘛，這個但是就是那個比較重點時間啊，一般可能花費比較高啦，所以一般的老年人很早就睡了，你也看不到，你太晚播也沒有用。
主：你說的是電視廣告還是新聞那種？
B4：對啊，有時候打那個公益廣告出來啊。
主：OK，瞭解。好，那還有覺得其它的部份嗎？
B4：其它的沒有了。
主：好，那那個。
B4：因為是針對高齡啦，你高齡的你在網路上不會去看。
主：對。
B4：很少去看啦。
主：好，那 B5 這邊呢？有沒有覺得什麼樣的方式你會比較知道這些相關的保護資訊的？
B5：開車就在公路上都有大的電視牆，可以放廣告。
主：路上的那種電視牆對不對？
B5：因為那樣等紅綠燈，就比較快。對啊，那比較看得到。
主：那還有其它的方式嗎？
B5：沒有，沒想到。
主：好，OK，沒關係。那那個 B6 這邊的話呢？
B6：我覺得像電視有時候做這些公益的廣告，或者是說對大眾老百姓有益的那些廣告，那個秒數都是很短，很少，好像有點怕太多人知道對政府有點損失，所以那種福利好像感覺做得不是很好。很多都是在廣告什麼，你一直要再等或者是什麼時段再等，都等不到了。那所以很多這種福利，往往會偶爾會聽到別人在講說，有啊，電視有廣告啊，有看到啊，但是真正看到的人實在不多，就是類似這種。
主：秒數太短的。
B6：對。

主：那還有其它的方式您比較會去注意到的嗎？
B6：像剛才說的那個提到做的那些廣告那些，路邊人家都路過可以看得見的。
主：路邊的會去看這樣子。
B6：對。
主：OK，好，那就是 B7 這邊呢？會去注意什麼樣的？
B7：我們都是看電視。
主：電視廣告會去注意到。
B7：對。
主：OK，電視廣告。還有其它的嗎？就是。
B7：其它的就是那個廟旁邊有那個貼士。
B1：公告欄。
主：公佈欄那種的。
B7：對對對。
主：OK，所以也會聽那種廣播宣傳的這種嗎？
B7：廣播宣傳好像很少。
主：比較少。
B7：對。
主：OK，好，那那個我們最後請那個 B8 這邊的話。
B8：就是加強這個社區宣導。
主：社區的部份。
B8：對對。
主：其實社區的話有時候。
B8：其實紙本也是可以啦，有時候像我們那個鄰長每個月還是多久他會給我一張那個，如果說有一些政令或者什麼的話，可以再加上去。
主：就是鄰長很用心，每一戶都有做這樣子。
B8：對對，一家一戶一張，然後我們那邊也有公告欄，他會貼上去。
主：就是相關的政令宣導，鄰里的部份嘛。那還有其它的比較您會注意的資訊嗎？
B8：跑馬燈我也會注意。
主：是電視跑馬燈還是路邊的？
B8：電視的。然後外面的，我們都會去注意啦，只要經過閒著也沒事嘛，眼睛就到處瞟。
主：瞭解。好，那我這邊最後跟大家問一下，就是如果說今天在購買商品的時候啊，看到商品有一個可能是友善高齡的一個認證，會不會提高大家的去購買的意願？
B4：這個應該會有。
B1：因為它畢竟是一個 LOGO，它是認證過的。

主：對，就是現在就是希望說如果有政府出面來，就是做一些這樣子的認證標章，那可能高齡者因為在消費的時候，真的是有一些老人家他們真的比較沒有辦法辨識哪一些商品其實適合高齡者來使用的，那他們就會做一個這樣的方式。那有沒有其它人覺得說，其實現在這幾種方式其實不太夠，需要一些新的方式進來的，有嗎？

B4：應該剛才講要實施，那你實施後，以後經過 N 年後，大家才會發現說還有什麼漏洞不足啊，補啊，那現在還沒實施誰知道。

B1：現在只能期盼是能夠落實，真正地能夠。

B4：對啊，有落實。

主：所以其實大家是覺得這樣其實對大家來說是覺得是有幫助的。

B4：對，應該有幫助的。

B1：那是一定的。

主：沒關係，那我們這邊的話，最後大家還有沒有什麼建議要給消保處這邊，可能說要再注意什麼樣的商品多一點，有嗎？最後最後了。

B4：消費者應該是多稽核啦。

主：多多稽核，稽查的部份。

B1：應該是把關最重要。

B4：對啊。

B1：政府的把關，因為大家都相信政府嘛，那政府的把關現在頻頻出狀況的時候，就會對沒信心。不管是食安或者是任何的東西，今天如果政府在失去信心，連那個 LOGO 出來了也沒用。

主：OK，那我們現在的話，時間也差不多了，不好意思，我們時間有延遲十分鐘了，那跟大家先抱歉一下。那我們今天的話，就是我們討論會大概是到這邊結束，那非常謝謝大家參與。

(座談會結束)

三、南區高齡受訪者焦點團體訪談

時間：2016/12/02　14:00-16:00

座談會主持：趨勢民調股份有限公司 高修恒 研究員(主持 1)
邱孟篁 研究員(主持 2)

座談會參與名單：

編號	居住地區	性別	年齡	經常消費地點
C1	高雄市	男	58 歲	市場/超商/大賣場
C2	屏東市	男	60 歲	菜市場/大賣場
C3	高雄市	女	68 歲	百貨公司/超商/大賣場
C4	高雄市	女	60 歲	百貨公司/市場/大賣場
C5	臺南市	女	56 歲	傳統市場
C6	臺南市	女	66 歲	市場/大賣場
C7	高雄市	女	60 歲	傳統市場/百貨公司/大賣場
C8	屏東市	女	58 歲	實體商店

(座談會開始)

主 1：想要跟大家討論說，那大家平常的一些消費行為啦。那我們先請大家先自我介紹好了，我們從這邊開始，可以先簡單介紹一下。

C1：我是從左營來的。我是退休的人員，目前就是居家，年齡 58。

主 1：簡單的就可以了。

主 2：就是大概講一下自己的比如說住在什麼地方，然後之前在做什麼樣子的工作，這樣子就可以，只是大家先暖身一下。

主 1：好，那我們這邊先簡單的自我介紹一下。

C2：我從事汽車行業，以前是技業師，現在從事汽車行業，現在退休了，沒有做。好，謝謝。

主 1：好，謝謝。

C3：謝謝。大家午安！我現在是家管，沒有在上班。

主 2：好，謝謝。

C3：嗯，就這樣。好，謝謝。

C4：大家好！午安！我目前就是家管，超過 60 了。對呀，沒有什麼工作，在家裡面管理家族。

主 2：好，那我們等一下可以分享一下就是逛街消費的經驗這樣子。

C3：我們常去逛 SOGO 啦，大遠百啊。

C4：像周年慶我們就有去消費啊。

主 2：我們等一下可以交流這個部份。這樣子。謝謝。

C4：然後有抽獎，我抽到了第二獎。摩托車一台。

C3：我們三個人去，只有她抽到了。
C4：好，謝謝。
C5：自我介紹好。
主 2：貴姓？
C5：我姓 C。
主 1：目前是退休了嗎？
C5：對。可以了，謝謝大家，很高興認識你們。
C6：大家午安！我也是退休，我以前是在那個銀行裡面當廚師。61 歲的時候退休，現在是 66 歲，可我現在到處在參加銀髮族，我剛剛是去樂活的有機蔬菜的種植，我去參加那個班，今天剛好是上個禮拜是整地，這個禮拜是種菜，我剛剛是從那裡過來。是由市政府辦的。
C3：真的，好棒。
C7：大家午安！我退休三年了，目前是 60 歲，謝謝。
主 1：謝謝。好，我們接下來那大家，先跟大家聊一些平常的消費行為，那大家最常去哪裡買東西呢？你可能平常買菜啊，或者買衣服、買其它東西，那各位最常去哪裡買東西呢？
C3：那邊有三家，MOMO 比較少。
主 2：我們等一下就是討論說，我們比如說去哪裡買，然後通常買哪一類型的東西，我們就輪流，然後大概花了多少錢，那可能一個禮拜有什麼樣的花費預算。那我們就是輪流，讓每個人都可以講到話，先從那個 C1 這邊開始。
C1：主要需求的東西，消費地點就是在家附近。就近的，比如說市場、超商然後賣場，五公里有一個家樂福，也會去那邊。全聯，超商一些都會去。那個 7-11 就比較少，7-11 就是方便，繳費都會去 7-11。那生活中最需要的商品呢，也是吃的東西、用的，然後就是吃的穿的，有關清潔用品這些用的東西這樣，主要的就這些。那商品上標示，買的話，當然一定會去注意，比如說它的保存期限，還有它的製造日期這些，那什麼地點這個，最近才開始比較會注意，以前不會注意。對。
主 2：為什麼現在會開始注意？
C1：會啦，比如說台灣製造，中國製造，大概是這種。
主 2：為什麼現在會開始注意到說地點？
C1：因為現在新聞上面都會有，有輻射食品這些，還有假油，還有一些用這個有毒的，比如說他用這個硫化物來清洗過的什麼的這些，新不新鮮，你光從表面也看不出來這個，，我都會稍微去看一下，這個洗得太漂亮了，洗得太清潔，我們也會注意到。所以可能也是有在媒體新聞電視這一些，也是有被影響到。
主 2：謝謝。那？
C3：因為我們現在是以前的話，還會常跑菜市場，因為我們菜市場大家

都騎機車進去，外國朋友來說台灣很特別的現象，外國人都用走路，我們都是很多都是騎在摩托車，他還在怠速，就是一直放煙，走路的人就在吸那些東西，廢氣，空氣更不好。所以我們退休以後就反而很少去菜市場，除非是經過剛好順路，否則我們現在都去超商，像全聯弄得乾乾淨淨的。偶爾去家樂福，那個購物空間就覺得比較舒服。你看到本來是要買一樣，後來去了就買了好多，拉拉雜雜的買回來，去超市就是我要什麼，我今天要煮什麼，就很快，我們有時候進去 10 分鐘、15 分鐘我們就搞定，要什麼東西就寫好，寫一張單子就很方便。那再來是生活上，像我們退休，你們這個是針對 55 歲以上嘛，所以我們現在生活上，其實真的就每天就吃，以前年輕可能還會買衣服，一些日用品，現在小孩都大了，也不需要我們買。所以其它商品好像變得比較少，除了清潔用品以外，個人清潔用品，像洗髮精、香皂、洗碗精、衛生紙什麼這一些，那其它好像就比較少。

主 2：那我們除了那種家用品之外，最需要什麼東西？

C3：家用品，那就家電。

主 2：家電？

C3：對。比如像冬天到了，電火鍋或者是烤盤什麼，就是比較生活上的用品，偏重嘛。

主 2：那有沒有其它類別，比如說可能，目前可能還不需要，比如說醫療類啊，假牙。

C3：你說健康用品？

主 2：對，類似。

C3：對，注意，但是好像還目前還沒有很迫切需要。那個運動器材我們也會買，像跑步機，按摩的，放在椅子上按摩的那個電動，那個我們會考慮。

主 1：大概每一周大概預算大概會花多少錢在買東西這樣子？

C3：好像不會有預算。就是看到你覺得有需要就會買它，好像不會特別說，就是比較品質而已。

C4：很難拿捏，有時候這個月花費比較大，下個月買得比較少。

C3：好像不會固定說，我這個月一定要買什麼，比較常走路，可能運動鞋啊，鞋子方面，那其它的都還好，你問比較好，標示文字的話會看，可是因為我們現在比較老花，有些字真的很小，就大概看一下，就是他講的哪裡製造的，大概知道一下。

主 2：那是什麼樣類的產品，就是你會注意到上面的標示？

C3：點心。譬如說餅乾，包裝好的點心。還有什麼衣服，買衛生衣。也會。

主 2：就是穿的也會？

C3：也會。那再來還有電器用品也會看。

主 2：那比如說那像食品會注意嘛，就是您剛剛說食品會注意，穿的也會

注意，兩個注意的地方有不同嗎？會不同嗎？

C3：像目前現在是吃的就是因為食安問題嘛，就會特別比較注意。像現在講到日本的東西，要賣到我們這邊來。今天有人提出來我覺得很好，就在那一塊，就請他們賣福島的產品，就全部擺在那邊，要買的就去買，不要混在一起。一般人有時候你就覺得好吃，小孩子根本拿了就，他不會去看那個東西。好謝謝。

主 2：那我們請那個 C7。

C4：我常去消費的地點，因為現在退休了，所以家裡一般用的就是，現在的需求就是兩天三天會上一次市場，因為我大兒子跟我住在一起，所以兒子跟媳婦，我要用吃的給他們，所以我最常去的地方就是市場。所以剛剛小姐說，他都去全聯，如果是我跟我先生兩個人，可能吃的不會很多嘛，因為我們家大概不到一百公尺就是全聯的，超市也有，所以很方便，所以我們就去那邊，因為有媳婦兒子，晚餐一定要做給他們吃，所以去市場買多樣化的東西。那生活上最需要的商品跟，我感覺好像從我上班到退休到現在，我需要的商品好像也沒什麼。因為家裡我會覺得東西要去消化掉，要用的也要去消化掉。尤其退休以後，我把儲藏室的家裡查出來，怎麼還有好事多買的，之前的已經過期，好幾籠，我是丟掉。所以我現在就把倉庫的東西，這兩年多，三年的時間，清出來用了。所以我會覺得說，反而退休會覺得說，讓自己好像沒有增加收入，但是固定那個收入，也沒有增加很大支出。自己這樣子，其實退休金也不會很多，就是省吃儉用。會不會注意商品，我會注意商品，因為我有孫子，我會去全聯或家樂福我會去看那個果醬，因為果醬裡面，它要做一個醬，因為它的東西含有很多，像草莓一定有什麼碳酸鈣什麼很多，所以我就會想說要去注意，剛剛姐姐說，她有去參加田園那個，我也是在種東西的，我會想說其實蔬菜很漂亮，但是一定會有農藥，所以我都固定有一位道親 TIPRA，他都自己種的，只有很少量。我每次去市場只有兩三攤，一個買魚固定的，現在聽到福島的魚，我就不敢吃海魚，我都吃台灣飼養的魚，他早上三點就去漁港抓回來的，。所以就固定三攤，青菜也是一樣，所以標示問題就是買果醬，買吃的東西，餅乾那些一定會注意它是台灣產的，還是哪邊製造的，製造在哪裡，有效期時間。那比較會消費的就是球鞋，因為我們現在每天都在走路，我覺得這三年來買了兩雙球鞋，好像電器用品都還沒有換，還蠻耐用的，就沒有去。謝謝。

主 2：那球鞋的話，會不會也是注意它上面的標示，會嗎？

C4：我會去 la new 買，我會固定，因為我覺得，之前是做服務業，所以常常走動，我覺得鞋子穿在腳上是要買好的，第一不會產生臭味，又很舒服，所以一次就買兩三千塊的鞋子，可以穿很久。

主 2：謝謝。

C4：謝謝。

主 2：來。
C5：我平常常去的消費的地點應該是傳統市場，因為我以前當廚師的時候，也是會跑傳統市場習慣了。可是現在我是獨居嘛，小孩子都在外面，老公走了，就我跟一只小狗，所以我幾乎是一個人，大概半個月還是一個禮拜，也沒有常去。吃的也不是很多。在生活上的商品啊，我是比較注重那個食物的標示成分，還有它的製作過程、日期過不過期。還有像我們現在買的油，像橄欖油，雖然是說每個都是說初榨，其實你還要再仔細的看，不然真的就是上當。
主 2：大概看什麼地方？
C5：對。而且油很多。
C1：他沒有寫清楚。對呀，他沒有寫清楚是不是初榨。
C5：應該沒有，像他的那個調理油，那個調理油跟那個什麼健康油，那個都是好像是什麼葵花油會混在一起。有那種初榨以後，又再拿去回榨回來的。而且我有一次，因為其實我不知道，我就是有一次到那個西班牙去，我們就去西班牙買那個西班牙橄欖油，我們就去問，結果才知道，原來台灣賣的都是次級的。
C3：都是假的。
C5：真的是次級的，像我有時候我也跑好事多，可是我到美國去的好事多，跟台灣的好事多，東西完全不一樣，名字一樣，名字一樣，東西完全不一樣，所以其實去好事多，你是要注意它的東西，我是比較會討厭買中國大陸，現在我是討厭買韓國的。所以我是比較，大概是因為我以前當廚師，因為廚師你要注意，掌控吃飯的人的健康問題，所以我就對於食的這一方面，我會非常注意。
主 2：謝謝。
C6：消費就是就近我們那邊全聯，我們家就在市場旁邊，我們兩個都在市場旁邊，每天逛市場。
C2：黃昏市場。
C6：對呀，市場達人。
主 1：那平常會可能看電視購物或者上網買東西嗎？
C6：我不會電視購物，因為我沒有看到東西，我不要買。我也不喜歡說，我叫人家寄來，然後我又給人家退回去，我也不喜歡這麼做，所以我一定要看到東西，我喜歡了，我才要買。所以我大部份有時候就是到百貨公司看一看，我喜歡的東西我就當場買，這樣子，電視是加減看，看知識性的啦。
C4：看現在流行的東西。
C6：小孩子就比較喜歡上網去買東西，我不喜歡。我都會念小孩子。
主 2：那生活上比較需要什麼樣子的商品種類？
C6：需要什麼？

主 2：嗯。
C6：我需要買的東西就是譬如，因為我們家剩我們兩個老的在吃飯，孩子就在外面，在台北，有的自己住啦。所以我們兩個，我老公比較喜歡吃魚，新鮮的魚。然後那個罐頭類，我不喜歡買，罐頭類我不吃。
主 2：是因為？
C6：罐頭都有那個防腐劑，不然它怎麼保鮮，對不對？那如果說生活用品的話，家電我就會先去百貨公司看看，最近有什麼新商品，去看看，然後再去那個什麼，那個家電行比較大型的家電行，去看看，比較價位啦，或者是新舊品的差別什麼的。衣服的話，跟好朋友，都會常逛百貨公司，遠百、SOGO 啦，新光三越，我們就這樣子。
主 2：在買東西的時候，會不會注意上面的，就是比如說像標示的文字？
C6：會啊。
主 2：會大概看什麼部份？
C6：就是這個是哪裡的啊，然後，有沒有過期啊，什麼內容物是什麼，看一看。
C7：我要講的東西講光了呢。
主 2：沒關係。
C7：大家講光了。這麼多人都已經講完了。消費就是我們也是住在市場，就是很方便，菜啦，那個魚啊肉啊，就在傳統市場買。那個剛才她說的，就是要買衣服啊，市場也有啦，有時候也是跟百貨公司的東西有一點差別。我們去百貨公司就是 SOGO 或者是遠百，去那邊看，看有時候合意的啊，價錢剛好的，我們的消費得起的，那我們就在那邊買，然後所謂的那個用品，有時候我會去全聯，那好事多也有去。我去買的時候，我都會看那個標籤是有沒有過期，然後這個是什麼東西，像衣服也是一樣，看質量是它含什麼的，假設羽絨，是不是真的羽絨，還是有多少的羽絨，有多少的什麼什麼，都會注意這些。
C6：她都買 Gotex 的。
C7：不要亂講話，好，就是這樣子。然後呢，標籤也是，也都會看啦，嗯，就是三點都講完了嘛，大部份都他們講完了。因為我們住在市場比較方便，所以偶爾也是會去啦，那個就是好事多也會去，全聯也會去，因為全聯它的東西很多，可是我一去全聯就很久，因為我就一直看，看這個標籤裡面它是什麼，有沒有過期，它的日期啦，還有它的含量什麼什麼，我都會看，這些我一定會看的。
主 2：那除了那個，就是你剛剛提到說會買食品跟衣服，那還有沒有什麼其它的類別是會買的？
C7：那個剩下的就是電器嘛，電器我們電器，電器就是很久才買一次，一台冷氣也用很久，冰箱也用很久。
C6：不過我覺得電器，我們都捨不得，用很久了，還可以用，其實越老

用電量越兇。
C1：日本五年就要換一次，馬達都要換掉。
C6：真的，要淘汰，要淘汰。
C1：日本都有規定的。
C7：像冰箱啊，有時候，你不要超過十年，也是要換掉。因為會耗電，現在越出越新了嘛，什麼省電，什麼功能，都有了。那個電視也一樣啊，現在越出越新越省電，這個都是啦，像洗衣機也一樣啊，越來越好。所以幾年就要淘汰，看差不多五年，還是五六年就要把洗衣機就換一次就好，還是冰箱，冰箱差不多十年，最慢十年也差不多了，也差不多換一台。
C6：這樣社會經濟才會。
C4：也是要促進消費。
C7：就這樣，謝謝。
主 1：謝謝。
C2：我長期那個的消費地點，我菜市場、全聯，我吃的東西的話就是全聯、菜市場都有，因為都很近嘛。我們家旁邊現在又開一家，旁邊又開一家很大型的全聯。
C4：最近一年全聯真的很多。
C2：開一家很大的全聯，又開一間很大的全聯。我家在旁邊而已。還有像買個營養食品，橄欖油我都用安麗的希臘橄欖油。安麗鍋子我都超過用了二十幾年了。
C4：要換一下。
C2：不要換，那個都可以用一輩子。還有那個標示，像買衣服的話，台灣有生產的價位可以的話，我一定買台灣的。因為你台灣，像韓國人日本人為什麼會這樣，他就是不買別家的，別國的產品。我到日本，我三十年前我就到日本出差學習空氣污染，那日本呢，就是有一個觀念，他們有的東西絕對不會用別國的，韓國人也是一樣。所以說我們自己為什麼不愛國，要用愛國貨。像我買東西，買衣服，像這件衣服，我也是要看台灣製造的，買什麼，台灣有的話，我一定要買台灣製造的。
主 1：你覺得台灣品牌很不錯？
C2：不是，台灣品牌不錯，不是，你不支持國貨的話，你小孩子以後就要當外勞了。這一個觀念，假設你自己不支持自己的產品的話，你就是以後你的小孩子要當外勞，你的孫子要當外勞。日本人，韓國人，就是有這個觀念。日本人，韓國人，你去韓國看看，有沒有別的國家的車子，你到日本看看有沒有別的國家的車子，台灣就是什麼車都有，什麼產品都有，日本、韓國都沒有，所以我認為說，那個會注意什麼，還有它的材質那些什麼，我買的衣服我都會注意什麼，那個還有製造日期那些的，我都會去注意。我以前是做機械設計的，我認為說你自己不認同你自己的品牌，國家的話，你的產品的話，台灣以後會變成你要輸出外勞。一個觀念而已，

你不要說認為，因為它可以傾銷，我美國我也去，我二十幾年前我美國也去，我那時候差不多，我坐飛機差不多超過 100 趟了，我都自己跑。公司出差，我一個人不會講日文，在日本出差，因為我用圖片可以跟他們講話。

C5：寫字可以，寫字可以。

C2：用圖片講，機械設計圖。

C5：寫字他們看得懂，他們看得懂。

C2：用圖就是一個語言啊，機械圖，就是一個語言。所以說我不會講日本話，我在那邊待了兩個月，可是要生活很辛苦，就是不會講日本話，和他們對話不能講。所以說後來日本人，那個日執行單位要辦工作證給我辦好了，叫我過去，我不要去，太辛苦了。那邊生活上很辛苦。

C5：語言不通。

C2：語言不通，所以說我認為說，我們假設你要不要給你下一代當外勞的話，你要支持，用自己的國貨，我們產品你要看那個 Youtube，Youtube 裡面，台灣的產品世界都有名，可是我們都不自己用自己的產品呢，都去買日本的貨，自己的貨都很好啦。所以講到這邊。

主 1：好，謝謝。

C5：很好，很好。

主 1：那剛剛就是跟大家聊一下平常買東西的習慣，那接下來想問大家說，平常會不會因為大家的朋友的親朋好友推薦，就會跟你推薦一些比較好的商品，你會因為他的推薦就去買這個商品？或者是說會不會你在買東西的時候，會因為你的年齡比較大，你會因為受到店員他對你的差別待遇，或者是說你有沒有遇到廣告跟平常實際看到的產品比較不符合的情況，那你有沒有跟這個賣家做反應，我們接下來想討論這個主題。從這邊開始。

C7：像你說那個買東西的部分，年齡應該在百貨公司它是不會的啦。有時候就是平常去的百貨公司的小姐，她們和我們都已經很熟了，有時候她也會哦，還是說剛才那位太太有說嘛，看到有人。

主 2：要不要先喝一點熱水？還好嗎？

C7：先讓你講。

C6：你說會不會有人推薦就去購買商品？推薦的我是不接受啦。因為我們自己的都有一個想法，要吃什麼，用什麼，我們自己了解。而且我是護理人員，跟我推薦東西都比較沒有效。那有沒有年齡受到差別待遇，應該沒有吧。

主 2：可能比如說我們去一個地方，可能剛好當時就是我們在裡面買東西，然後旁邊可能看到有年輕人，那有沒有說就是可能店家的人，就可能對年輕人比較客氣，或者是對他比較熱絡，對我們可能就是不太理我們，不太想來找我們，有沒有這樣子的情形，或者聽說過，或者自己有過這樣子？

C6：應該沒有啦，這個情形。還有遇到廣告不實的情況，有沒有跟賣家反應。

主 2：對，就是比如說我們去買了東西啊可能是譬如說，可能他在賣的時候，都講說很好，很好，或者是我們預期會怎麼樣，結果我們真的買了之後發現跟我的預期不太一樣，有沒有過這樣的情形？

C6：譬如說，市場都有賣那個鍋子嘛、炒菜鍋。有時候我們就覺得，外型看了還不錯，買回家用用看，結果不怎麼好。我們就準備又換鍋子，鍋子是經常在換。

主 2：會不會跟賣給你的那個人反應說，你這個不好用啊？

C6：沒有呢，我們就覺得不好用就算了，就換掉就好了。

主 2：真的啊，為什麼不會想說去跟他反應？

C6：因為我們心想說那個又不是很多錢的東西啦。

C7：兩三千，很多。

C6：像現在我們因為年齡大了，以前會比較省啊，孩子小的時候，經濟比較不那麼好，我們會省省的用，現在年紀大了。家庭的經濟比較穩一點，我們越來的層次的會越來越高，就這樣子。

主 2：謝謝。

C5：有時候買東西，我會接受人家推薦，或者是說我剛好要買這種東西，因為我早上在運動，我有一個組群，我們就有時候會講，現在什麼東西，譬如說我要買一個，就她講的鍋子，我現在用的是什麼鍋，我想再買，現在比較好用的鍋子，那大家就會推薦，當然我們就推薦以後，我們就到現場去看東西的時候，他會有的賣鍋子的，他會試給你看，那當然我們就會看說這個東西，因為我們人多人少，或者是大小，還有它的材質，像以前人家鐵氟龍，到最後鐵氟龍大家有吃到肚子裡面去。所以，當然就會問問看大家用了以後，再用我們的方法斟酌，這是我買東西的一個觀點。那消費有沒有什麼年齡差別待遇，應該現在是比較沒有。我記得以我讀高中的時候，我是中部人嘛。那時候因為我們去買東西太年輕了，你高中，人家想我沒有什麼錢，所以小姐不會理你，我們就會一大伙人去，如果那個小姐不理我們，我們就跟她吵，現在好像沒有這種情形。

主 2：所以比較年長的時候沒有遇到對不對？

C5：對，他們眼光也很厲害，就是知道你這個有能力跟沒能力消費，現在有能

力跟沒能力看不出來啦。

主 2：所以她反而不理年輕的這樣子。

C5：對，現在是比較看不出來。

C6：現在年輕人的購買還比較強呢。

C5：今天我朋友才講，他說現在的老人會走出來的都是有錢的啦，沒有錢的他不敢走出來。所以敢走出來的，都是有錢的。

C4：第一點我會接受人家推薦，因為我覺得他覺得好用，我就會接受，還有我會去團購，因為有小孫女嘛，兩個孫子想吃什麼，團購覺得很好吃，剛開始說訂一盒，結果後來又訂三盒，送給我哥哥他們，就會接受人家推薦的商品。

主 2：大部份是誰推薦？

C4：嗯，都是我過去的同事。對，或者是我兒子他們同事，因為他們是公務人員，所以公務人員裡面有很多人進去賣東西，吃到這個好，就回來說媽媽這不錯，我就叫他買了，所以我覺得其實我們這一輩不接受網路購物啦，或者是團購那一種，但是因為年輕人，或者是我們之前的現在的同事都有可能會影響到我們的消費的模式。第二個就是平時消費有沒有因為年齡而受到差別待遇，我覺得沒有。不會有什麼待遇，我覺得都一樣。可能之前上班很忙，消費的習慣都是就近，也沒有，現在有時間去消費，但是因為消費的東西有限，就剛剛講的，居家用的，平常每日要用的，就吃的而已，所以沒有什麼差別待遇。

主 2：這個差別待遇可能就是包含說，會不會他們在解釋的時候，可能覺得比較沒有耐心。

C4：不會呢。

主 2：不會。

C4：嗯，之前你去購物的時候，也是笑笑的跟你講，現在退休了，反而跟同事，跟退休的朋友去，兩個他更喜歡跟你聊。剛剛姐姐講的說，可能會買，你的經濟可以，這個雖然五千，你也可以買得起，她們更高興跟我們談。反正她閒著也是閒著，坐在那裡，不如跟你聊半個鐘頭，我們有時候還覺得煩，講那麼久。那遇到廣告不實的情況也沒有，因為我之前沒有那種習慣，所以去買廣告的東西，那現在因為推薦覺得好，所以也沒有什麼不時的狀況產生。

主 2：這個廣告不實不只是我們看到電視上的那種廣告，我們在任何地方買的東西，然後我們原本預先預期得到的結果可能不一樣，可能因為他包起來嘛，我們帶回家打開之後覺得怎麼跟我想像的不同，有沒有過這樣子的情形，都算在這一個部份？

C4：我幾乎沒有。因為之前的習慣就沒有這樣子的，機率不多，不多買，所以幾乎沒有這種經歷，以上，謝謝。

主 2：謝謝。

C3：我也是會接受人家推薦的，可是不會說馬上去買，我會去買，我會去問，你你吃了如何？像我姐妹啊，我們就會問。如果有人覺得不錯，你可能就會勾起購買欲。平時消費有沒有因為年齡，這個我覺得還好，因為我們現在就是，有時間，那也消費得起，所以好像比較不在乎。就是說你對我客氣，我就多聽一點，如果你不客氣，我也可以跟別人買，所以就比較好像不會在意人家的態度，因為那個態度是因為他個人的問題，倒不影

響到我們買不買的行為。第三個，遇到不實，這個可能就那個什麼八寶粥，八寶粥我有印象，因為那八寶粥那個瓶子外面畫了好多料，這兩年不是那個桂圓嘛，龍眼乾都沒有，我女兒倒碗裡，連一顆桂圓都沒看到，我就會特別注意，就連買了幾次，真的有啦，也是有的會，不平均，可能那個機器裝，它那種固定的嘛，有時候我們也會看到，有啦，一罐特別多，有一罐真的一個也沒有，就遇到的可能不實廣告。

主 2：是一罐一罐的那種？

C3：對，八寶粥，因為那個我們會買放著，因為年輕人有時候他臨時想吃一個甜的，吃完飯他想吃一個甜的，那個有時候夏天放在冰箱，就很方便，我們有時候也會。

主 2：對不起，就是如果說這樣很少，那會不會就是跟他們的廠商反應？

C3：我們現在好像不會反應，因為那個就是一般的東西，就是吃多一點吃少一點，不會影響。再來一個就是說，如果價錢比較高的，就比較有感覺。就像一看他寫特價，1699，我就想說可以啊，那個當做平常走路穿我老公去年他去好事多，因為他剛好擺了一批鞋子，那種氣墊休閒的鞋，我，結果他一穿上說很好，彈力很好，他就買一雙，剛好找到他的 size，他就買。結果我一個朋友更好笑，她退休，她就看他穿，她說我也來穿穿看，我說這是男生的，因為她人女生，個子高，她一穿，她就說真的很舒服，然後買一雙，我說這是男生的，她說沒關係，反正我平常穿的樣子，就是退休以後也不打扮的，她就覺得穿得舒服就好，結果她也買，結果她買回家放著，我老公先穿。結果我們就有一次是去爬山，結果才發現那雙鞋有問題，穿沒幾次，結果氣墊對不對？她講的很舒服很舒服，真的很舒服，我看我老公穿得很開心。結果就是踢到石頭還是什麼，旁邊就出現一個縫，他沒注意，結果有一天，就是隔了不曉得大概一個禮拜吧，我們又出去，他說這個底怎麼？整個塌下去了，它裡面是那種很空的泡棉，而且連那個。

C5：是不是環保鞋？

C3：不是環保鞋，環保鞋就要買 NIKE 的，那個環保鞋的話，你放著不穿它就會壞掉，因為它要分解，年限到了，他有強調。他們不是，我們才買多久，我們好穿就多穿，因為以前上班，你買貴的鞋，還會想說什麼場合再穿，上班還捨不得穿好鞋，現在不一樣的，現在退休了，你也沒什麼大場合穿，就是平常就要穿，我那一雙，雖然 1699，你覺得還 OK 的價錢，可是我們覺得有一點被欺騙的感覺，很明顯。後來他一看，太離譜了吧，那個連海棉都不如，他外面就用一層那個，鋪得很好，很漂亮，我今天沒有照相，我如果照相給你們看，你也會覺得那雙鞋很好，看起來很舒服，一雙休閒鞋，就是最近感覺有受欺騙，就是這一件覺得比較明顯。那雙不要再放了，趕緊穿，結果一樣，真的穿兩次。

主 2：有沒有去跟好事多？

C3：沒有。
主 2：有跟他們反應嗎？
C3：沒有，反應了沒用，因為他不可能退我啊，因為那個已經過了。
C2：因為他也是特價品，零碼的嘛。
C3：對。
C4：皮鞋好像沒有保固期。
C3：那個東西就是我們剛好那天去逛好事多，是要去買水果走過去看到，不錯，很多人在挑。你看它那個底壞了對不對？可是它上面真的，你都還覺得它可以，其實還很好。所以我們現在是發現一件事說，像大同電鍋，剛才大哥講到那個國產的對不對？我們以前，你看我們到現在很多人還是在大同電鍋對不對？
C2：我也是大同電鍋。
C3：我姐姐他們去日本都帶那個印象，像印的那個電子鍋。我們怎麼用都覺得電鍋最好，可是最近那個電鍋，大同電鍋也好多人反應，你買來沒多久就壞了，為什麼？它現在好像都中國製造。
C4：大陸做的。
C3：然後我老公有一次，退休有空，他就把後面拆開，後來我們發現研究的東西糟糕了，因為我想說，因為大哥剛剛提到這個問題國產，我們真的是要支持國產，可是連大同電鍋都這樣的話，那我們台灣的企業真的是要小心，為什麼？他打開鍋底，兩台一比，因為那天我們樓下的一個歐巴桑太太，她的電鍋壞了，她問我，我就說我老公會看，要不要讓他看一下，結果他一打開，跟我們家一比，我們家那一台已經大概二十年了，一打開鍋底，我們的可以修，她的不能修。三條線，一條封在裡面，你根本它燒在裡面，你根本看不到，我們家的他拆開就把它再焊接起來嘛。結果，現在新的都那樣，而且現在大同電鍋現在漲很多啊，可是他真的是，我還問我媽媽用多久？大同電鍋我印象我媽媽，三十年，四十年，都還不會壞。就是這一點。不好意思，占用大家時間。
主 2：不會。
C5：我補充一個，她剛才講一個那個就是鞋子的問題，我也有在那個（一亨）運動器材買它 NIKE 的那個襪子，那時候剛好也是降價，可是降價一雙白襪子，160 塊，洗了兩遍水，全部都鬆。所以有時候感覺，想要去跟他講，因為我買的時候，沒有馬上穿，我是說剛好我襪子已經都破了，就是要換新的，那我買回來，我會事先去買回來，結果買回來放，等到我要穿的時候，拿來穿，洗了兩遍水，就鬆了。
主 2：那有沒有跟他們反應？
C5：我就想說，買那麼久，我怎麼去跟他講，那店員一定這是 NIKE 呢。
C2：像剛剛小姐說有沒有反應這一個，像我那個鞋子我就是，因為它是，就等於算是零碼的，但是是還不錯的，除了它後面那一段氣墊那個，就壞

在那裡而已，但是我想也穿了，穿沒有幾次，但是因為我不是每天出去，那就是出去那時候一個禮拜才出去幾次而已，我看也大概兩個月而已，因為你已經穿的幾個月了，但是沒有穿了幾次，還很新，整個它的上半身跟前面都還很新，就是後面那一段壞掉了，也不能穿了，也不能修了，那就覺得很受騙，怎麼好事多，這個又是算是進口的鞋子，怎麼會，那也就是覺得受騙了，就是那種感覺，你說去跟他反應，我們又不是說才穿一個禮拜，雖然不是每天穿，但是時間有一段時間了，就是這種情況，這種時候就比較不好，沒有，個禮拜就壞了，因為它後面的氣墊是用那種透明那種，那個皮都是騙人的，用的那個橡皮那個包起來，那個只要一裂痕，甚至走到，遇到小石頭什麼的，一刮到就完了，裡面那個泡棉全部都漏光了，都流光了，後面就變成薄薄的一層表皮而已，裡面的都沒變，就是說這種，有時候覺得是，們也很厲害，就是騙人很厲害，氣墊很高級，聽了就很高級。後來我看真的我被嚇到，我從此不敢再穿氣墊鞋，我一想到那個我就害怕，又賣的不便宜。有人推薦的話，我是會去思考，但是不見得全接受。

主 2：大概是推薦哪一類的商品？

C2：比如說你是電器用品，或者是健康器材這些，我們都會去參考，我們還是會比較，不會說照那個人推薦的那樣就去照單全收。那年齡的差別待遇，好像還沒有，因為我們還都是我們用的吃穿用的，好像都是我們這個年齡層的，還不會去太跟自己年齡差距太大的，還沒有這個問題。

C1：假設有人推薦的話，我是比較少有人推薦給我產品，因為我自主性很強。我要買東西的話，我本身要用什麼東西，像要買什麼東西，我都自主性，我去看了以後，價格可以的話，我就買。身上沒有錢的話，用刷卡可以。還有那個平時有沒有年齡，因為我買東西很乾脆，我到菜市場的話，我都想好東西了，要買什麼，到什麼地方要買什麼東西，我繞一圈就回來。我到菜市場到什麼地方，到全聯我也是，進去裡面不過十分鐘我就出來了，我這個人就是說，有計畫性在買東西。

主 1：有想好要買什麼。

C1：沒有，我要用到的我才會買。那個遇到不實的情況，廣告的話，我不會相信廣告。我只有相信一次廣告的話，那個麥當勞對不對？麥當勞是不是有一次，什麼 49 塊的。我女兒坐月子，在那個明誠路和那個博愛路，那個中間是不是有一個麥當勞？他畫的那麼大，我以為那麼大，我以前沒有去吃麥當勞過，我就是看到那麼大，應當可以叫一個我就可以吃得飽的，一拿出來，我也沒有反應，因為這種是他做生意嘛，這個他們也是畫得那麼大。真的畫得很大，我以為一個就可以吃飽了。所以說，這個是，我認為說年齡的方面，我買東西很乾脆，就是要買我就買，不買我就也不會多說，我就繞一圈我就走了。那好事多、全聯什麼我都是一樣，謝謝。

主 2：謝謝，我們剛剛那個，先請教一下您貴姓。

C8：大家好。

C6：好，歡迎您來。
C8：謝謝，我是那個永慶不動產，我在賣房子的。剛好有電話。
主 2：沒關係，沒關係。那 C3 剛剛幫我們補充一下。剛剛沒有講完，幫我
們補充一下。
C3：好，那我講，這個推薦買東西，因為，我們在市場就很方便，也沒什麼，人家推薦我什麼，我都要看到東西，如果說多好多好，我好像也不會去買那個推薦的東西啦，因為我一定要看到東西，我合意我才會去買。而且那個說年齡，年齡待遇差別，這個也沒有什麼，因為我們去買東西的話，假設你們去百貨公司啊，那邊小姐都會很熟了，好像也沒有什麼差別啊。那還有這個，說廣告不實哦，廣告不實，也沒有遇到什麼不實的呢。
主 2：就是跟你自己預期的不太一樣，就是回家後發現怎麼不太一樣的那種？
C3：沒有什麼遇到什麼不實的那個廣告什麼的，因為我們買東西都一定有一定的地方去買啦，那個地方都是有實證的一個地方，不是隨便說，人家亂買，又介紹我就去，所以沒有什麼。
主 2：好，我們看一下。好。沒關係，那個請問一下就是幫我們簡單的自我介紹一下，貴姓這樣。
C8：我姓 K，因為我是有一點匆忙，要回答這些問題是嗎？因為我們是在賣房子的，這個真的是很重要，因為我們永慶，商品和那個房子大概是差不了多少。
主 2：我們在問的意思是說，自己的消費經驗。
C8：消費品嗎？
主 2：自己的消費經驗說，會不會說有人推薦。
C8：買東西消費品，那消費品的話，我是覺得說，因為是屬於消費品嘛。
主 2：就是應該說，我們平常在買生活上面的東西，吃的啊，用的啊，電器之類，會不會有人說推薦你這個，然後你就去買？或者是說你在消費的時候，有沒有遇到別人或店家覺得年紀比較大，不太想理會，比較想理年輕人這樣子？
C8：不會，因為這個沒有年齡的問題啦。
主 2：沒有遇過？
C8：沒有遇過。
主 2：那那個廣告不實的，意思就是說，就是我可能去買東西，然後在現場看可能很好，然後所以我們就買了，那結果帶回家之後發現，怎麼跟自己預期的不太一樣，有沒有遇過這樣的狀況？
C8：因為我是比較喜歡說，在實地的地方買，不想網購，因為這個我要看實在的商品，我才購買，有這種購買慾，不想說有廣告就去訂購這樣子，所以比較沒有這種，不實在的問題。好，謝謝。

主 2：好，那下一個部份就是，那我們就是先講完就是說，我們先想問一下大家說，有沒有遇過想要消費可是被拒絕的經驗或者是遇到你有曾經在消費上被詐騙的經驗，那我們就請就是有遇過的人分享，然後分享完這個部份，我們就先短暫休息一下，然後再進行下面的討論。那想要問一下說，大家有沒有遇過可能你去到某個地方消費，可是你被拒絕，不管是自己或者是家人朋友，有過這樣子的經驗的，然後還有消費詐騙的經驗，有沒有過這樣子的？

C4：有啦，我孩子，有一次他不曉得網購什麼，結果，就是被詐騙了。他匯了五千多塊吧，東西就沒有收到。後來，因為網購要找很多人去那個法院去告他。

主 1：就是他訂的東西沒有收到？

C4：對。

主 1：錢付了？

C4：錢付了，結果我孩子有找了幾個一起買的人，去法院告他，結果還是不了了之。有啦，有到法院去，後來，那個人好像有出面，後來不曉得怎麼解決了，就不詳細了，所以我都不喜歡網購。

C5：我也不喜歡。

C4：很恐怖。

主 2：那有沒有過就是說買到可能仿冒品或假藥假酒之類的就是詐騙這種的，有沒有其它人有過就是，或者是說想要買這個東西，可是這個人態度很不好，他不想賣給你，有沒有過這樣子的經驗？家人朋友都可以這樣。

C4：就是孩子經過這一次以後，我都跟他們講說，不要網購啦，要的話你就去店面看啊，要買什麼你就去什麼店看啊，就這樣。

主 2：那會不會就是比如說可能我們去，比如說可能比較年輕的人，可能會發生這種狀況，他可能去那種珠寶櫃？然後那個銷售人員可能就覺得，你太年輕了，然後可能覺得你只是看看啊，不想要賣給你，就是態度很冷淡，或者是拒絕，有一點拒絕說，你可能還用不到，不想要賣給你，有沒有過這樣子的，類似的，不一定是買珠寶啦，我的意思就是說，有沒有這樣的？

C4：比較高單位的。

主 2：對對對。這樣子。

C2：我是遇到過，不過那個也十幾年了，十幾年前的事情了，那個是要講，不過那個是擺攤的，是賣那些比較貴重的那種，濾水器、那種管路什麼的，就是軟管、還有濾水器，它那個看起來就覺得很像白鐵的那種，可是我是因為覺得，因為我們有在家裡也會修一些水電，看看那些可不可以用到，我覺得至少如果我們來動或者怎麼樣，你應該是，你有什得你不那個業者，那種老板我就覺得他那個樣子，那種態度我就不太喜歡，就是覺要給我亂、不要動。就那樣講，我心裡就覺得不舒服。我覺得你這種，麼

問題嗎？有什麼需要我幫忙的，要有一點介紹、解說，至少是要那樣子，結果不是，你不要給我亂動，這奇怪，我們就心裡就很不高興，就沒有理他，也繼續逛別的攤那樣子，類似就遇到過一次。那個看起來那個水準還不錯，在那邊擺攤的那種，應該照理講應該是也有相當程度的那種人，但是就是...。

C5：就是市場。

C2：所以，我以後去那種，我就不太喜歡去碰。

C5：夜市啊，還有那個市場那個嗎？

C2：對，市場的那種。夜市啊，這種，他們擺攤的那種人。一般的如果是超商或者是賣場好像比較不會。

C5：比較不會。

C2：對，比較不會。

C6：會啦，百貨公司也是會啊，有的人，他們的那個衣服都折好嘛，百貨公司他們不是有那個櫃子都放衣服，一疊一疊，如果我們想給它看一下，會拿起來看嘛，有的服務員他就會不高興，好像你給它動了，他還要折一次。如果是這樣的話，我們就不要去看。有的人很親切的人，反而我會去跟他消費。像我這一次去 SOGO，就跟那一家，那個小姐服務很好，我就跟她買了很多，買了快上萬。結果周年慶嘛，我也抽獎啊，參加抽獎，我抽到摩托車二獎。

C8：哎吆，好厲害。

主 2：好那先謝謝大家，那我們大家先短暫。不好意思。

C7：講一下，因為我也是周年慶到那個 SOGO 去買一個吸塵器，我買不到一年結果就斷線。

主 2：斷線？

C7：在吸的時候突然就沒電，沒電的話你是不是又把它按下去，然後又吸吸，然後又斷電了。好像我那個吸塵器是去年的那個 10 月，11 月買的。那斷斷續續，差不多它在今年的那個 5、6 月，5 月的時候發生這種事情，我每次抽，奇怪，我想說是不是電線的問題，就撥了再插，還是一樣，那最後到 7 月到 8 月份的時候，9 月份的時候就會斷很久，你再按下去，它不會馬上就再連續抽，會斷很久。那後來我小孩就跟我講，媽你這個吸塵器要送修，沒有吸塵器買不到一年就這樣的。那剛好我那時候要出國，我出國又要出國一個多月，我要到 10 月份才回來，結果我 10 月份回來的時候，糟了，我找不到保證書，他保證書就放在它那個箱子的這個邊邊做一個塑膠袋，我找來找去就沒找到，奇怪我就沒有丟，為什麼保單就不見了？結果有一天我就很，很納悶，就把整個箱子吸塵器都拖出來，然後我就趕快送去，我送去的時候是 10 月，已經是 10 月 20 幾號了，服務員就跟我講，你這個快到期了，我說對呀，可是壞的時候早就壞了，是因為我沒有空沒辦法。結果他說，我馬上給你送，結果送去修，打了三個禮拜的電話，

才說是軟管問題。軟管，那個軟管是吸嘛，怎麼會是軟管，它會斷線哦，怎麼是軟管，可是我跟那個小姐說，她說公司這樣跟我講說，是軟管問題啊。我說如果我現在讓你修，修完就是等於超過我的保固期了，如果再這樣用一用沒多久，又斷線又怎麼辦？她說，你到時候你來，我再跟你保證，我說你能保證嗎？她給我，不知道。那我也只好把東西拿回來用。

C6：你一定要跟她講說，我保固期間送來的，你拖延了。

C7：不是啊，她也知道啊，因為那個保證書裡面，他修也有一個，她有登記修理的。

C2：他電腦裡面有資料。

C6：很傲慢，真的很傲慢，像這個情形。

C7：因為我那個吸塵器是用點數買的，所以不是我支付現金買的，我是想說大概是這個。

C5：這個沒關係。

C4：這個應該是沒有關係，這個吧。

C5：還是他把瑕疵品當正品。

C4：因為我覺得，電器用品還是我們在我們的店啊，假設說，國際的就在國際店，專賣店這樣比較好，不要在百貨公司，那個電器用品我絕不在百貨公司買。

C5：電器品直接去全國服務比較好。

C4：真的，很多說那個很費氣。隨時都可以，也能保障，也有保障一年，是多久。

C2：像機車也是一樣，百貨公司你買的話。

C4：百貨公司，衣服可以買，衣服啦。

C2：衣服可以啦，衣服沒有保固。

C4：衣服。

C7：我試一試我就不太想買了，我就不敢再買了。

C2：我還有大哥大，我為什麼現在開始到現在我都用 sony 的，因為 sony 的它雖然是中國制的，sony 的我就是一次發生事情以後，他也是保固期嘛，也是到了，我直接拿來，拿來這邊他很快就幫你弄好了，直接在那邊等。所以說有的時候東西，尤其電器用品，保固用品，你最好在那個原廠或者什麼那個店裡面買，不要去透過什麼什麼買，很麻煩。所以說我最好是附近買。你服務，像我做汽車的，你不要說有朋友在哪邊。

C7：不是啦，我是那個是因為，我有 SOGO 的點券。

主 2：沒關係，我們休息五分鐘。我們大家可以繼續討論，就是大家聊天，然後起來走動一下，我們先休息五分鐘。

C5：我們現在有年紀的，消費習慣都是一樣。全國跟燦坤買，有問題的話服務不錯，百貨公司還要經過很多關卡，很麻煩。

C6：我最不愛百貨公司，麻煩，電器用品我絕對在我們的那個專賣店，

什麼廠商就在那個店買，它的保固會更好。
C2：服務也比較好。
C6：燦坤也是可以。它的服務也不錯，燦坤服務也算不錯。
C7：我們想說買它比較貴，結果我們的反而，我婆婆買奇美的，比我們半價還便宜，結果人家它沒修，我們還修過。
C5：現在電視真的是只有三年，電視就要換。
C7：對。
C5：我買那個液晶電視，準三年，三年就一定要換。
主 1：那你三年內有沒有修過？
C5：準三年，一定要換，可是你修一次三千塊，修第二次你不會想修。
C7：第一次不要，第一次如果在一年內不要，如果超過一年就三千，我們修過我知道。
C5：所以你看現在電視那麼便宜，就是這樣，所以就是要換。
C2：沒有啦，它現在測裡面的晶片的啦，電腦方面的。
C5：我今年，我是說我今年我的手氣不好，我的電風扇都吹壞了，連吹壞三支，颱風之後，連壞三支電風扇。
主 2：就是說接下來想要問大家就是關於說在簽約的時候，比如說可能保險、買房子啊，在任何有簽約的這個動作的時候，你會不會去看那個契約的內容，會不會注意，因為契約很多嘛？
C4：字很小。
主 2：對，字很小，那大家會不會去看，然後是說，知不知道就是有一些定型化契約內容可以去參考？或者是說，知不知道說目前政府在保護高齡者消費上面有沒有什麼樣的政策保護年紀比較大的人，他在消費的時候，有一些保護的政策，那另外就是說，如果覺得目前這些保護的政策夠不夠，要不要再增加什麼樣子的內容，好，那我們先請 C7。好。那我們這邊，就提供一個這個定型化契約的範例，就是說各類定型化契約，可能就是很多這種，就是說補習班的契約的範本，或者是小客車租，就是它都很長的那一種嘛，對不對？就是比如說所謂的定型化契約就是類似建築物或者是金融機構，我們去開戶的時候，也要簽那種同意書，那還有什麼呢，貸款貸款也會有，買房子當然會有，或者是汽車，做汽車運送的那種定型化契約這些這樣，好，那我們就請繼續，我們請 C8 幫我們分享一下
C8：大家好，我是賣房子，大家知道嘛，那我們就是會有很多 委託我們永慶就是買賣房子啊，或者是租我們都必須要有簽約，簽約這個是非常重要的就是第一個形式啦，那簽約的話，大家都要有把那個契約要讀得很詳細，這樣子比較保障雙方面，我是賣房子，根據我賣房子的經驗，因為我常常會有簽契約的這個儀式嘛，最好是要把細節都全部都讀好，然後要簽得很清楚這樣子，這樣子的話，會對我們自身會有保障。那例如說我們的問題就是說，漏水的方面，或者是說有是非自然身故這兩種是最重要的，

所以說前面如果買房子的話，就是一定要看得很清楚，因為漏水的方面，我也走過兩次的法院，因為這個法院我有這種經驗，就是像說平常就看沒有漏水嘛，然後這兩次颱風來，就有漏水的現象，大家就有爭議，因為這個報紙我們時常可以看得到，這種事是平常我們沒有看得到，經過那個大颱風大雨，這種現象就會告到法院去，因為我曾經跑了兩次法院。所以要買的話，就是要註明得很清楚啦。

主 2：那所以說，就是因為，就是您本身就是從事那個賣房子的這個工作，所以你就會注意契約，那你自己本身買東西的時候，會不會也因為這樣就讓你注意說，你簽了什麼樣的契約？

C8：對，我通常有，有合約我會看得很詳細，如果不看詳細的話，吃虧的真的是蠻大的。

主 2：那知不知道說政府有哪些保護高齡消費的政策？

C8：高齡消費的話，因為，還沒有。對呀。只是說我們要注意內容，那年齡的話，大概都沒有限制。

主 2：不是，意思是說你知不知道說，政府有一些保護高齡消費的政策？

C8：這個政策我是還沒有聽過。

C2：還沒有聽過。

C8：是。

C2：這個要宣導。

主 2：就是會不會注意簽約的內容，注意什麼部份這樣子？

C3：因為你買東西的話，有時候就是會有簽約嘛，那個簽約就是密密麻麻很小，那你就不會去看得很詳細，就是馬上就把它簽了。因為看看什麼情形啦，如果是要看的也是要看啊。那個說高齡，這個沒聽過呢，沒有聽過有什麼保護高齡的，到現在還沒有聽過。還有呢，政府保護。

C2：目前保護是否足夠。沒聽過。

C3：沒有聽過，就不知道啦。那個簽約，假設。

主 2：就是會注意什麼？

C3：像我們買保險的話，是不是要看一些條款啊，就是我們的保障的條款，然後我假設要去國外旅行啊，也不是有一個旅遊的一個簽約。

C2：旅遊平安險。

C3：沒有簽約，就是跟旅行社的簽約，那簽約，有時候。

C4：你也是照他的講。

C3：要遵照他的那個，假如你沒有遵照他那個，他也會沒收你的那個什麼訂金，多少比例的訂金，是不是這樣子？或者是報名也要有一個那個。如果我們沒有簽的話，他這樣可以把我們的訂金可以消掉嗎？

主 2：你問我？你要問旅行社的人。

C3：這樣子哦。

主 2：會不會注意啦，我們是問說會不會注意。

C3：旅行社當然按照他們的條款。
C2：你要看啊。
C3：就是我們要看，我們就沒看。
C2：你要看啊。
C3：可是說沒看，這樣就好了啦，因為這樣。對對對。
主 2：簽約的時候你會不會注意，你知不知道政府提供那種定型化契約，你簽約的時候會不會注意簽約的內容是什麼？
C3：不是很嚴重的都不會去看。
C4：簽約是比較大型的，譬如說買房子，買保險啊，還有什麼，旅遊啦。
C3：保險也沒有在看，密密麻麻一大堆。
C4：其實說簽約，有時候裡面的內容，我們根本都看不懂。
C3：對呀。
C4：法律是有漏洞的。
C2：我跟你講，中國字裡面就是能夠找出漏洞，一個字差一個字而已，因為我自己，我以前都有簽。
C4：簽約的內容，裡面有時候真的看不懂。
C3：看不懂，真的看不懂。
C2：沒有，差一個字而已，你就解釋就不了。他們搞法律的人，就是會搞那個法律漏洞。為什麼人家要請法律顧問。
主 2：那賴小姐有沒有就是簽約的時候會不會注意？知不知道有定型化契約？
C6：因為我們都是樂齡，樂齡，置產應該是比較沒有的啦，所以這個簽約，買房子什麼這個應該。
主 2：或者是開戶啊，戶頭，開戶的時候也會有一個簽名。
C2：開戶裡面也有那個內容。
C6：因為我沒有買運動器材，所以我也沒有簽過約，以目前以我來講，我是沒有買過那種大型的那種簽約的啦，所以我是比較不知道這個要怎麼建議。
主 2：好，沒關係。
C6：重點要怎麼做，實在是沒辦法。因為生意人的頭腦真的是很好，我們想得到的，他早就想好了，所以我們也沒辦法，現在就是等著說，我們活多久，我們享受多久，這樣就很滿足。如果說，萬一你不幸，碰到這種事情的話，那是自己認倒霉。這是我個人啊。因為我購買慾望很低啊，除非說我真的我有需要什麼東西，我會去買。那說，就像人家趕著什麼周年慶什麼來買，我應該我很理性。
C2：我也不會去買。
C5：會不會注意簽約的時候契約內容，我會注意，但是一般啦，一般如果像銀行開戶，我會覺得密密麻麻也不想去看，因為我們要去開戶，銀行

也在篩選我們，他也不準我們隨便開一個戶頭，如果你在司法銀行或者台灣銀行，你有兩個戶頭，會問你什麼還要開戶，開第三個戶頭，所以他也在保護他們銀行的，所以我覺得密密麻麻的內容，我可能不會去看。那如果保險契約的話，一般我之前是做保險，我三十年退休了，所以我會覺得我 27 歲進入這個保險公司，做到三十年，所以我會覺得，一般客戶會跟你簽保險，他也不會把條款看得很清楚，他因為信任你，因為你們交情夠，所以他才會跟你買，不管是大的保單或者小的保單，他覺得這個保單，他要知道的都很簡單，錢要繳多少、繳多少給公司、繳多久、幾歲可以領。他會注意到的契約內容最怕的是醫療險，醫療他最怕，是不是什麼賠，意外賠，疾病賠，癌症賠，什麼該不該賠？醫療就是一般就要賠，一般的醫療，所謂醫療就是意外疾病、癌症什麼都賠，只要有醫療的行為就要賠。

C2：罕見疾病有沒有賠？

C5：罕見疾病有賠。你買壽險你就會有。

C4：罕見疾病沒有死啊，沒有死就沒賠啊。

C2：對，他就是沒有說罕見，他就是說裡面沒有寫罕見疾病。

C5：類風濕性關節炎都有賠，什麼都有賠。

C4：那你不要保哪一家，我知道國泰有賠。

C6：應該是有啦。

C2：沒有，他就是沒有，一個朋友就是罕見疾病。

C5：你看你買的保單，你如果是儲蓄險他就不賠。

C4：對呀。儲蓄就沒。

C2：沒有，不是儲蓄，他是買壽險。

C6：他們好幾家都沒有。

C5：不要在這裡談保險問題，談到晚上六點都談不完。還有一點就是買房子，我們買房子的，買房子的時候，你要看他的條款，當然我會覺得，他如果跟你簽，就在斡旋嘛，應該說簽約，這個房子三個月，兩個月，他那時候，好像對方有買主要來跟你斡旋的，他要拿五萬、訂金兩萬塊，你接受斡旋，斡旋多久，我是這樣子，因為我孩子在買房子，我就幫他處理，所以我會知道，跟仲介有一些簽約的形式，那個我會看。其實他說漏水不漏水，我會覺得，主要就是你在買房子的時候，你進去看房子的感覺，雖然很舊，但是他如果，如果用的很新，你完全看不出過去有漏水的狀況，這時候，可能仲介公司，仲介人員就要告知我，我也會問這房子 30 多年了都不會漏水？他們如果說不漏水，結果我買了半年漏水，就是他們的問題了，所以我會錄音，我會錄音，我在跟他談這個問題我會錄音，這是我自己保護自己的，所以我們在講保險，我會覺得說，該講的也要講，不該講，保單哪裡不好也要講，所以我會覺得是這樣。這間房子 32 年了都沒漏水？業務說沒漏沒漏，我只說一句，這房子買了漏水我就找你。這個會比較保證消費者的一個權益啦，是這點，所以買房子的時候條款比較少，

保險的條款比較多，一般客戶我全部都不會看保險條款，但是買房子一生可能，我這一生可能買一間或者兩間，我就會注意看，大概就是這樣，以上，謝謝。

C4：那她講到那個契約內容，像買房子的話，我們都是尊重那個代書的專業，就由他去，我覺得那樣比較安心。因為就像我們一般人，你不是學法律的時候，其實條文寫在那裡，他認識你，你也不見得完全認識他，代書就交給他去，他賺一點，我覺得是合理的。因為他們比較專業。政府有沒有在保護高齡消費者，這個我們好像目前沒有聽到政策，因為像我們這個同年齡嘛，有的話都會互相告知。我覺得高齡需要保護，我是覺得高齡需要保護啦，因為高齡就像你講的，我們簽什麼保險契約，其實我們也是相信那個業務，我們到目前我們也是都買，老實說他就是跟你講這不錯，你聽了不錯，一年繳多少，幾年到期，你聽了覺得可以，我就會考慮，我就會說，那你先打一份那個資料給我看，用誰的名字，打一份給我看，可以我就投保，像這種的話，我是覺得，需要政府的保護啦，因為一般有年紀的，只要可以我就，至於有沒有被騙或者什麼，你講實在話，那些都大企業，富邦國泰，他們寫他們看得懂的，我們根本看不到，對不對？只要能保護我們，我覺得這一點真的很需要。那至於保護是否足夠，如果說我們連聽都沒聽過，要保護我們，怎麼可能足夠？一定不夠，我是這樣的感覺啦。

主 2：跟大家就是稍微講一下說有什麼類似的政策。

C4：對對對，好，謝謝。

C3：叫我們說有什麼地方要保護的，還是你們。

主 2：就是覺得說，有沒有聽過這些政策，然後等一下跟大家說明說，大概是他在做什麼事情這樣子。

C3：目前都不知道。

C4：那樣子的話，如果說他需要，就是說政府如果需要說，就是說我們提供給他什麼內容對不對？那他是不是應該設一個專線？就是說讓我們隨時，我們可以直接上，就是像哪個市政府專線，1999。

C2：不然網路上也可以。

C3：官網可以進去看。

主 2：針對那種高齡遇到消費問題反應的專線。

C4：對，一個專線，就像保護反詐騙 165？我是覺得有一個專線的話，起碼有人可以問，就能處理。然後可以累積一些問題，就知道從哪裡做保護，對不對？因為不可能少數人，保護少數人嘛，一定是大家都會普遍遇到的問題，我是覺得是這樣比較好。

主 2：應該說目前政府，就是我們所收到的資訊裡面，就是說政府還有鼓勵企業，就是他提供就是適合，鼓勵企業去開發說針對高齡者適合用的產品，然後針對可能高齡者譬如說便利環保的那些服務這樣子，政府有在鼓

819 勵企業要往這一方面去做開發，然後另外一個部份就是說，他會加強就是
820 對於高齡消費的詐騙，他可能會特別針對這一塊去做查緝，或者防治，這
821 一個部份，政府他目前其實他是有在針對是在推廣教育宣導，跟你說什麼
822 樣子的東西，你可能不要買，他們會在里民中心，宣導什麼東西你不要買，
823 或是說什麼樣的情形可能是詐騙的行為，目前政府有在做這些，那不知道
824 說大家知不知道，政府其實他有在做這樣子的推廣？大家知道嗎？不知
825 道？都沒有？
826 C3：社區可能有，里長那邊有沒有，社區我以前我記得有聽過。
827 C2：社區是我們的那個，因為我們是焚化爐那邊嘛，他是不是有回饋的
828 時候，是不是我們有回饋的時候，要分單子給我們的時候，是有下面有宣
829 導說要怎麼反詐騙反什麼反什麼，那個是有啦。可是我是有看啦，我們平
830 常有的人是說，他分來的傳單都不要，直接垃圾筒。這樣而已啦。我是有
831 去看，有這個，那個反詐騙反什麼的，他們有宣導，可是會看的人是沒有
832 幾個啦。
833 C3：是有啦。
834 C4：我現在是覺得說，我們既然你說要保護高齡，那是不是要從社會做
835 起，我們的詐騙集團騙到國外，警察抓得很累，他又出來一個詐騙，那是
836 不是我們社會是一個循環？老的最好騙啊，騙不到就用搶的，所以是不是
837 要提高，就是說加重這些的刑責，我是覺得加重法律，這反而什麼什麼同
838 性婚，我覺得根本不要搞成這樣。那對台灣都沒幫助，還不如讓我們的社
839 會安定？你沒有詐騙，根本不需要保護。過得很好，沒人騙你，隨時都會
840 有人要騙你。我們就有聽到那個新聞不是講嘛，那個老師都坐在門口啊，
841 假裝跟他要錢要不到，搶他的戒指，你一個人在的時候要不要給他？你不
842 給他，老命都沒了。
843 C5：對呀，命都沒了。
844 C4：對，所以我是覺得說，這個可能根本的問題可能要社會治安好，我
845 覺得很重要。
846 主 2：有沒有就是大家覺得說，針對我們比較高齡者在消費上，覺得政府
847 應該要保護你什麼？比如說針對我們一般購物或者我們在購買商品又或
848 是服務的時候，覺得政府應該對高齡者有什麼樣子的保護的措施？
849 C2：比如說他裡面的，不管是製造日期，還是出自哪裡，還是它裡面的
850 產品的成分那些，不要弄得那麼小的字，那個顏色對比不明顯，那這些老
851 人家，小一點就不會去看了，他要有一些防腐的那種，對不對？還是那種
852 防腐劑的那些產品，他明明就有，但是他給你寫了很小，結果年輕人都知
853 道，都不買，老人家一看，沒看到，都買了，買回去都吃完了，都受害了。
854 C4：食品裡面都有什麼成分，那個成分都好小字好小字，我們拿那個老
855 花眼都甚至看不到，還看不到。我都還要拿那個什麼，拿手電筒照。
856 C7：現在都採取去買的時候，都看大標題而已，就是日期，有效日期。

C3：看得到的有效日期。
C7：就是這樣而已啦，不然的話你要看什麼，那個很小，你要特地要戴，如果沒有就要在那邊一直瞧。
C2：他有還給你打在那個顏色跟字，就顏色一樣。
C7：有時候翻了一輪還看不到日期，還要找，我還叫小姐說你們的日期在哪邊？她也要翻好久，在這裡，就是這樣子啊，你要怎麼。
C1：他都寫在封口這邊，像我是還沒有老花眼，我現在這樣看，這個字我都還可以看得到。我現在這樣，我六十幾了，我還可以看得到這樣。
C7：你眼睛很好喔，0.2。
主 2：好，問大家一下，就是剛剛大家都不知道其實政府都有在做這些鼓勵的政策，然後甚至是說其實他有在教育宣導，大家都不知道，那大家有沒有覺得說，那政府他要怎麼宣導，才會讓大家比較清楚？就是在什麼樣子的管道，比如說電視嗎？還是說？
C2：電視也要有啦。
主 2：還是說，要怎麼樣宣導大家比較知道？
C3：收音機廣播。
C1：廣播，電視廣播，報紙應當是。
C4：還有像樂齡的活動，國小都有辦樂齡的活動。國小有辦樂齡的活動。還有那個，專科學校，像那個高應大啦、正修，他們也有辦樂齡的活動，所以從那個地方，高齡的活動。
主 2：在那個活動中宣導嗎？
C4：對。
C5：社區大學啊。
C4：做宣導啊，不然高齡的就不可能跟年輕人，年輕的一定不會參加這種活動，所以他最起碼限制 55 歲以上。
C6：社區，社區都有。都有辦樂齡。
C5：社區，屬於社區大學。
C6：社區，那個像空大也有，他們也是年紀都很大，也是在辦，也是在讀，讀那個大學。
C7：要普遍的要讓全部 55 歲的人知道那個訊息。
主 2：剛剛大家都有講說比如電視廣告啊。
C7：電視廣告應該是最快的。
C4：對呀，因為吃飯一邊看。
C7：尤其七點鐘。
主 2：在那種里民那種呢？
C2：里民中心，年紀要這麼大的，去的話，可能會沒有幾個人去，里民中心，開里民大會我都不知道去
C4：很少啦。里民大會沒什麼用，，電視最快，電視最快的是電視。

C2：像我們那個裡就一萬三千多個人，我們將近一萬四。
主 2：發傳單大家會不會看？
C4：剛剛他說的，會丟在垃圾筒。
C2：傳單沒有。
C4：好像不太管用。
C2：除非有需要的，像我們有看到東西，我會看，習慣性啦，我看到什麼東西，我會看，看的時候，能夠用的，不能用的，就丟啦。回收。
C4：就回收啦。
C2：能夠有一點知識的，我就把它用起來，記起來。
主 2：那針對今天我們討論的部份，大家還有沒有什麼想要補充的？差不多嗎？
C2：因為他們也差不多。
C5：要補充的？
主 2：有沒有要補充的。
主 1：政府可能要再多做什麼。
C3：政府？政府？
C2：先導。
主 2：針對就是高齡者的生活，消費行為。
C3：因為我覺得高齡者也有一個好處，比較雞婆他知道他就告訴他的朋友，所以我們現在 Line 也很方便，就有一個什麼，他就會傳，吃什麼好。
C2：吃飽太閒。
C3：先傳再說，所以我覺得這個也很重要啦，但是到了一個，再搞一個年齡，又不一樣了，可能在家裡等人來講，。所以我在想說，可能要從，就像你講的 55 歲開始就要教育了。50 歲的幫助 60 的，60 幫助 70 的，你懂我的意思嗎？就是說一個年齡層，一個年齡層，就互相告知，但是政府的話，我覺得他做的就是，我覺得是社會治安最重要，因為像我們很多老人在運動，他都怕被搶，項鏈什麼都沒人敢戴，。因為我們運動場，以前有老人在運動，一個男生騎摩托車過來他問路，他還好心，你就知道我們這年紀很雞婆，他一轉頭而已，就被搶了。所以他現在怕人家問路，所以變這樣子啊，社會就會變成一個，越老越怕壞人。
C2：惡性循環。
C3：所以我覺得是一個惡性循環。所以說你要保護高齡者就是要社會治安好。
C2：這個最主要是，你像這食安問題，司法的問題，現在檢察官在抓食安，他說魏應充判無罪，他說沒有證據，檢察官抓了那麼多證據，他說六個人判無罪，法官判無罪，你看？還有那個高雄市政府查那個強冠的對不對？罰他五千萬，法官說沒有事啊。你看這個是不是？司法是不是有問題？

C7：我會覺得我可以建議一下就是說，像現在政府為什麼用這個活動，像今天這個活動，我覺得政府正視我們 50 歲以上的，他根本問題要做到什麼，。第一點就是說，他已經看到我們台灣十年後，像我現在 60 歲了，60 歲就是，以後就 70 歲了。所以政府已經知道說，我們再十年後，台灣 100 個人，我們十年後，100 個人有 23 人都是 65 歲。

C2：高齡化。

C7：那大概只有 75 個人都是 65 歲以下，但是小孩子的占率很少，年輕人又一部份，中年人又一部份，就是他們想退休的人。因為我兩個小孩子都是公務人員，他跟我講說，媽媽，你知道嗎？我現在三十幾歲，我公務人員做了八年，我以後退休，可能就有三萬多塊。可能會九五制，所以他們為什麼會有危機感，他們會覺得說，政府他已經知道十年後台灣老年的年齡已經占了 25%，他會嚇壞這個，所以我會覺得根本的做法其實，其實我們上次有講過健保賠錢，勞保會倒，其實這個根本的方式就是蔡英文總統要做到什麼呢？食安啊，他現在說，譬如說要宣導這個剛剛那個我們消費，消費被詐騙怎麼樣的，這是一個支出，但是他如果做根本的，就是從食安問題，食安是從出生，出生就開始，有生命開始就吃東西呢，如果我們沒有，我們國家如果沒有把食安做好，不要說我們老年人生病了，今天我會生病，可能我十年前就吃到不好的油，或者吃到什麼的東西，包括我吃我的小孩子也吃，我的孫子也吃，什麼都吃，健保一點的，我上次去美國我發燒，你知道嗎？我去看感冒哦，不是去醫院，去拿藥而已，台幣三千多塊，導遊還載我很久，不是像台灣隨處有診所。那我今年 7 月去中國大陸去雲南，你知道他們醫生是這樣，他們醫生，坐在這邊，不像我們長庚這樣，你怎麼樣？他們醫生是這樣？C7 你怎麼樣，我說奇怪我怎麼來這邊一直想吐，你有高山症哦，因為我們雲南這邊很高，我說可是我這兩天都還好，我今天第三天怎麼突然這樣？醫生是跟你平坐，而且這樣子問你。然後我說，因為我說我之前有胃潰瘍，有出血過，那你是不是說，看我檢查，我會想吐，而且胃很不舒服胃？他說我跟你抽血，很快，檢查出來說，沒有。就是他們都跟你平坐著，所以我們都會覺得中國大陸怎樣，不會，很好，而且他們水準也很高，你會嚇一跳就是說，他們全部從昆明到大理到麗江，全部的摩托車都是什麼？電動車。對。他說他們從四年前都全部數位化電視，一個月兩百塊。那台灣是嗎？台灣是愛面子，用台哥大。所以我會覺得，中國大陸怎麼樣，中國大陸是共產黨，但是他們真的是很真的啊，所以其實我去了中國，去北京去上海去雲南，我去三次我覺得，真的十幾年前去，跟現在差好多。他們很專制，但是做得很好，他們會從排油煙的，不好意思我佔很久的時間。你看就是你看那個車子只有汽車是汽油，其它摩托車全部都是電動的，他們就是從身體開始。然後食安問題要殺頭的，死刑。我們罰個五千萬就沒事了，我告訴你，有錢人你要罰一億也沒關係，死的人都是我們吃的。說真的，我覺得我蠻提倡這一點。

C1：那個酒駕的也是一樣，日本也是很嚴重，你酒駕你敢酒駕嗎？

C7：台灣就是頭痛醫頭，腳痛醫腳。

主 2：那我們今天的討論差不多就到這樣子。謝謝大家來參加。

(座談會結束)

四、東區高齡受訪者焦點團體訪談

時間：2016/12/02　14:00-16:00

座談會主持：趨勢民調股份有限公司 吳世昌 總經理(主持)

座談會參與名單：

編號	居住地區	性別	年齡	經常消費地點
D1	花蓮縣	女	55 歲	超商/超市
D2	宜蘭縣	女	58 歲	超商/大賣場
D3	花蓮縣	男	79 歲	超商
D4	花蓮縣	女	73 歲	菜市場/超商
D5	花蓮縣	女	72 歲	超市
D6	花蓮縣	男	73 歲	超商
D7	花蓮縣	男	65 歲	大賣場
D8	花蓮縣	男	78 歲	超市/傳統市場
D9	花蓮縣	女	72 歲	傳統市場/大賣場
D10	花蓮縣	女	55 歲	傳統市場
D11	臺東縣	女	56 歲	傳統市場
D12	宜蘭縣	女	55 歲	傳統市場/大賣場
D13	花蓮縣	女	62 歲	傳統市場/超市
D14	花蓮縣	男	55 歲	實體商店

(座談會開始)

主：大概我們會分為幾個部份，第一個大概會先了解一下大家的消費行為，大家手上都會有我們的提綱，我們會針對幾個部份，就是常去的消費地點，生活上最需要的商品或服務，會不會注意商品上的標示文字。第二個我們會針對大家的消費行為做一個了解，了解大家會不會因為有人推薦去購買商品。那大家在買東西的時候有沒有年齡而受到一些差別待遇。有沒有遇到廣告不實的一些情形。在消費行為上面有沒有消費被拒絕的經驗，比如說去買東西的時候有沒有被拒絕過，要去購買什麼東西？然後就是我們遇到消費詐騙的一個經驗。再來就是有關消費者保護的部份，這個大概比如說大家在簽合約的時候，你出國玩旅遊都會要簽一些消費合約，在簽約的時候會不會注意簽約的契約內容。再來對於政府在高齡的消費者保護上面做了哪些政策。大概分為這幾個部份。那我們先從第一個主題開始討論，不過在討論之前，我想大家先自我介紹一下，很快地自我介紹一下，然後大家講一下大概幾歲，大概是做什麼的。那我們從左手邊 D1 開

始。
D1：大家好，我今年 55 歲，然後我是做業務性質的工作。
主：來，D2。
D2：大家好，我是公務人員退休我今年 58 歲。
主：58 歲，已經休了。來，D3。現在幾歲了？
D2：您幾歲？
D3：79 歲。
主：大概是做什麼的？退休了是吧？
D3：石礦公司工廠退休的。
主：來，D4 是不是？
D4：73 歲。也是石礦公司退休的。
主：工廠退休了。D5 是不是？
D5：72。
主：72，也退休了。
D5：家裡煮飯。
主：家管。來，D6。
D6：我是司機退休，我 73。
主：也 73 了。
D7：大家午安！
主：D7。
D7：我 65 歲，已經退休了。
主：原本是什麼工作？
D7：縣政府。
主：公務員，縣政府。D8。
D8：我國營事業退休，今年 78 歲。
主：78 歲。D9。
D9：我是 D9，我現在 72 歲，以前是零工，現在是家管。
主：家管這樣，OK。D10。
D10：我是服務業，今年 55 歲
主：55 歲，現在還在服務業還在工作。來，D11。
D11：大家好，我是家管，今年 56 歲。
D12：大家好！我 55 歲。
主：D12，您是做什麼的？
D12：家管。
主：也是家管。
D13：大家好，我是 62 歲。
主：62 歲。
D13：家管。

主：也是家管。
D14：大家好，我今年 55 歲，我在當導遊。
主：當什麼？
D14：導遊。
主：導遊，OK。我們先討論這三個，大家常常去的消費地點是什麼？因為現在有些人常去的比如說 7-11、賣場或者是很多人現在在網路上購物，我們了解一下大家比較常去的地方，然後最常購買的消費產品是什麼東西，大概買什麼東西呢？一個禮拜大概要花多少錢。然後第二個就是說你生活上最需要的產品跟服務大概是哪些？這個可能分為兩個部份，不好意思，因為今天外面很吵，大家聽得到我講話嗎？可以。這個第一個部份大家可能食衣住行育樂，我買東西可能最主要就是食衣住行的部份，第二個部份會不會有一些因為年齡上產生的一些消費需求，比如說藥品、假牙或者其他需求。第三個就是說你在購買東西的時候會不會注意商品上的標示文字，像是現在食品都有規定說上面成分要寫得很清楚，買衣服都要有標籤，大家看一些商品標籤，在買東西的時候會不會注意到商品標籤的這些東西，我們大概就是這三個主題，大家思考一下一次性地回答，我們還是從 D1 這裡回答。
D1：照上面嗎？
主：對。
D1：常去哪裡消費，食衣住行 7-11 還有我們地方上的統冠。
主：超市？
D1：對。
主：那你現在會去一些比如說上網買東西？或者是電視購物這些嗎？有沒有？都不會，完全不會，所以主要還是在傳統的超商跟賣場買東西。
D1：嗯。
主：那生活上最需要的商品大概有哪些？
D1：商品？
主：最常買的是什麼？
D1：吃的。
主：吃的。
D1：吃的用的。
主：有沒有什麼其它的一些需求？比如說電器或者是其它的東西。
D1：手機的話壞掉才買。
主：手機壞掉才買。
D1：那電器用品是壞了才買，所以那個比較不常。
主：OK。那買東西的時候會不會注意商品上面的一些標示文字？
D1：會。
主：會看得很仔細嗎？

D1：基本上還是要看有效期限。
主：吃東西的話就是有效期限。衣服的話你剛剛說？
D1：就會看它的成分，要水洗還是乾洗。
主：OK，就會很仔細看，然後來決定要不要去買它這樣子。來，D2。
D2：我常去消費的地點大概就是全聯、7-11、全家超商。
主：主要還是傳統賣場。
D2：對，偶爾會在電視購物。
主：電視購物也會買一些東西。那平常大概都消費哪些產品？
D2：食品、服飾或者是家用，比如說清潔用品那一類的。
主：主要都還是這些東西，食衣住行的東西。
D2：對。
主：那買東西會注意商品上的標示文字嗎？
D2：會。
主：會看得很仔細嗎？
D2：像食品會注意它的有效期限，像衣服的話或者是洗髮精那一類，會注意它製造的國家。
主：製造國家，為什麼會是以國家來定？
D2：台灣的比較有信用。
主：比較安全這樣。
D2：比較安全。
主：所以比較不會買大陸的？
D2：比較不喜歡，可是現在幾乎都是大陸貨。
主：對，看到大陸的會跳掉還是？
D2：現在幾乎都是大陸製。
主：所以還是會買到。
D2：沒辦法，被迫消費。
主：被迫消費。D3？
D3：不知道。
主：不知道？來，D4。
D4：都是去菜市場或者是超商買，大部份都是吃的。
主：嗯。那 D5 呢？
D5：我只有買衛生紙。
主：衛生紙，為什麼只買衛生紙？
D5：都我媳婦買的。
主：喔，家人其他人去買。所以大概都是去傳統賣場嗎？
D5：農會。
主：超市。那除了衛生紙還有什麼需要的東西嗎？
D5：很少。

主：都完全沒有什麼其他的需要。那買的時候會注意到商品上的標示嗎？
D5：不知道。
主：不知道。來，D6。
D6：我很少買東西，買東西就是注意日期，很多國外的英文字都看不懂。
主：商標很多字。
D6：對啊，我們都看不懂。韓國貨、大陸貨，大陸貨有時候它寫簡體字也看不懂，我買東西很少，基本上都是家裡人替我們買。
主：家裡人會買好，自己沒什麼消費的需求。
D6：自己很少。
主：很少，不會有特別想要買東西。
D6：沒有。
主：好，D7。
D7：我平常每兩個禮拜會到大潤發或者家樂福看一下，如果說真的家裡有需要的東西就會買，平常的話每天煮飯這些東西就是到附近傳統的市場去買。如果是 3C 的話還是電器的話可能就去全國或是燦坤去看，都是到賣場去看的。
主：OK，所以您會比如說網購或者是電視購物嗎？
D7：網購有買過，可是比較少，我們大概年紀比較大，還是希望能夠看到實體的。
主：看到實體這樣子。
D7：網購買的東西，像我買過充電器還有旅行皮箱這些東西，應該實體跟它介紹的差距太大我們就不會買。商品上的標示食品的話一定會注意有效的日期還有產地在哪裡，那 3C 的話家電的話就是看它的使用方式。
主：OK，那 D14。
D14：比較常去的地點其實要看想買什麼東西，就像剛剛那個先生說的你要買電器的話，基本上會去 3C 的用品店，那網路消費不太會操作。
主：不太會操作。
D14：那一樣會注意商品上面的標示，一樣大陸基本上都不大會買，除非是很消耗的東西，比如說刷子一下子就壞掉那無所謂，吃的東西絕對不買大陸跟日本的。
主：日本的也完全不買？
D14：日本的不會碰，除非是電器，吃到肚子裡面的不會買日本的，電器的話就沒關係。那商品上的標示日期一定要看的，再來是產地一定要看，大概是這樣子。
主：OK，所以你平常最需要的比如說是會買的主要是什麼東西？
D14：因為大部份是老婆會在處理，基本上不用特別需要買的，日常都是老婆在處理。
主：OK，好。D13。

D13：我也是走市場。
主：傳統市場。
D13：傳統市場，還有全聯社。
主：傳統市場跟超市。那主要是買什麼？吃的？
D13：吃的用的小東西。
主：那平常會有什麼其他的一些需要的服務嗎？
D13：也少吧，都是吃的穿的這樣。
主：都是吃的穿的，買的時候會注意商品上的標示文字嗎？
D13：會看。
主：會看得很仔細？
D13：會看日期還有是哪裡製造的。
主：OK。那 D12 呢？
D12：大部份吃的還是都跑傳統市場。日用品就是全聯，那網購有買過，但是有時候真的是來的商品跟我們想像的會有落差。那電器用品就到大賣場。主要吃的東西都是看日期。
主：比如說其它的產品會去看它的標示嗎？
D12：偶爾會去注意一下。
主：嗯。
D12：主要是會注意品牌。
主：會以品牌為主這樣子。
D12：對。
主：所以成分什麼不是很主要，產地。
D12：成分偶爾有時候會注意一些。
主：對，也會考慮到。
D12：也會，多少。
主：OK。來，D11。
D11：我一般都是去傳統市場買比較多。那個標示上也會看一下。
主：主要還是買食物。
D11：對。
主：那傳統市場的食物應該都沒標籤吧？
D11：現場就是當天新鮮的。
主：新鮮的，分辨得出來這樣？
D11：應該大部份都是，反正一般傳統市場就是這樣子，就是當天早上去買。
主：嗯。
D11：買新鮮的。
主：謝謝。所以說主要需要的商品還是食物。
D11：對，因為一般家庭主婦都是這上面。

主：對啊。OK，D10。
D10：食衣住行的話其實是傳統市場，跟居住的環境有關係。如果居住的環境周圍沒有超市或者是大賣場的話，通常食的部份都是會去傳統市場，如果出去或者有超商的話，都會選擇在超商買一些，如果我買的話都是比較屬於乾料，像餅乾。那現在日本的核災食品是拒絕買，然後生活上最需要的商品，如果政府有經費，比如說對年長的長輩配送拐杖，我覺得拐杖每一個老人家腳力都不太好，這是一般普遍長輩的生活需要。
主：所以你覺得需求就是拐杖。
D10：對，長輩能夠送他們比如說重陽節的時候或者說滿幾歲以上，可以去領一次拐杖，那個拐杖如果好好用的話可以用很久。
主：對。
D10：然後另外就是對我們這些偏遠的縣市，像花蓮應該屬於偏遠吧。
主：相對台北來講。
D10：對，像公務人員來到花蓮的話應該都有偏遠加級吧。
主：這個要問剛剛是公務員的。
D9：幾百塊而已。
主：幾百塊。
D10：就是像我們花蓮，我覺得長輩生活上需要政府來服務的就是裝置假牙，因為一般假牙裝置非常的昂貴，可是一般老百姓就是說比較中下階層的，他們會捨不得裝那個假牙，那聽說台北市有在補助這個大都會，因為他們稅收多，如果說對於我們這個偏遠的地帶的話，這個老人裝假牙能夠補助的話，也是政府對人民的一個生活上的服務需要。
主：OK。D9。
D9：我消費大部份都是在傳統市場還有全聯，電器方面就是全國、國際、大同這樣。
主：OK。
D9：平常很少買零嘴，就是平常三餐吃的。
主：都是三餐吃的。
D9：也有比較細看日期，看哪裡生產的，就是盡量買比較好的。
主：嗯。
D9：如果是代步的話，我現在有中風，行動比較不方便，有人送我一台電動車很舊走很慢，但是代步有需要，假牙也需要。
主：假牙也需要。
D9：對，謝謝！
主：OK。來，D8。
D8：我大部份有需要的時候偶爾會到超市或者是傳統市場吃的東西，其它部份基本都是太太在處理，家裡吃的什麼的都是太太處理，電器方面我兒子在處理，我都不參與。

主：所以主要所需求還是食衣住行的。
D8：對。
主：那會不會注意標籤上面的？
D8：當然會注意。
主：會很仔細看。
D8：對
主：剛剛大家講的就是說，因為剛剛 D10 跟 D9 有提到說他們有需要這個輪椅、拐杖、假牙這些的，那請問一下還有沒有其他的來賓、與會者對這方面是有需求的，就是說一些年紀比較大的人，除了食衣住行以外還是需要其他的一些需求。比如說剛剛有提到假牙、拐杖、電動車、輪椅，那或者是助聽器或者是藥品之類的，大家有沒有這樣的需求？
眾人：有。
D1：還有血壓計，就是量血糖的三高的。
主：對，那個平常會自己去買嗎？
D1：會。
主：都會去買這些機器。
D1：因為之前衛生局他們好像那時候前政府他們有補助，補助血糖機，可是因為數量管控，然後並沒有普遍照顧到全面的老人。
主：對。
D1：這個方面可以加強。
主：如果自己買的話，你會怎麼選擇？
D1：自己買當然就是到藥局或者是賣場。
主：你去詢問這樣？
D1：會啊。
主：那 D13 呢？
D13：我也是，想說血壓計也是方便用到。
主：所以你有需要血壓機。
D13：買的時候都會看有沒有優惠。
主：以優惠為主。那這邊有沒有對於這個醫療的一些產品有一些需求，有沒有？沒有。
D6：醫療照顧可以講嗎？
主：可以啊，當然可以。
D6：最近好像報紙說什麼大醫院我們以後就不能夠去，一定要到小醫院去，大醫院去說要加多少錢。我想我們現在講不好聽，什麼病都有，所有病類，什麼糖尿病、高血壓、心臟病什麼，像我都做過心導管手術了，那我們原來在大醫院做，它以後說這個以後大醫院要去就要加多少錢。你應該政府想照顧老人，你應該對老人有一個義務在，你不要都限制，你要限制年輕人說他們可以賺錢，像我們退休最缺的就是錢，都沒有什麼錢，退

休沒有事了，就看醫生吃藥、散步這是我們的工作。
主：對。
D6：你限制東限制西，你政府的目的是要照顧老人，你如果認為老人不好趕快死死算了，省得麻煩，那就是限制東限制西，這是非常惡劣的行為，我覺得非常的惡劣。
主：好，那這個主題大家還有沒有什麼要表達的意見？沒有的話，那我們進到下一個。我們這個主題我們大概分為三塊，我們主要了解說第一大家買東西的時候是怎麼去做決定的，會不會是因為大家推銷推薦去購買商品，還是說你自己有足夠判斷的能力，這個會自己去研究分析一下說哪些產品好哪些不好，那你購買商品的時候主要受到誰的影響，比如說家人、朋友、業務員、廣告或者是新聞之類的。那第二個因為大家都有點年紀了，去外面買東西的時候，會不會覺得好像有一點年紀就被店員有一些差別待遇，比如說去買一些比較 3C 產品高科技的，店員會不會覺得說解釋解說上耐心不足，然後或者說看到年紀大的他比較不願意搭理的這種情況，大家有沒有遇到過這種狀況。第三個在廣告不實的一個狀況，我剛剛提到說買這個網路購物跟實物有一點差異，大家在買東西的時候有沒有遇到過這種情形，就是說商品廣告跟實際上拿到的東西其實差異很大，然後這個原來講好的服務內容跟說好的不一樣，那有這樣的一個經驗的話，那你是怎麼處理的，就是說摸摸鼻子算了？還是說你有跟賣家反應？我們現在討論這三個主題，這樣大家了解嗎？了解的話，那我們還是從 D1 開始。
D1：如果有人推薦，然後我自己也覺得有需要的話，我會有意願買。
主：就是說有需要有人推薦的話你會去買。
D1：不是，如果這個東西我有需要的話，然後有人推薦給我，我覺得這個商品我有需求的話，我會買，我也會受影響。
主：你會受影響。
D1：嗯。
主：那買東西的話平常比較受到什麼樣的管道影響你的多，比如說電視廣告或者是什麼？
D1：團購。
主：團購是從哪裡有團購？就是同事朋友之間的大家互相發起。
D1：對。
主：大家一起鼓吹一下，所以就想去買。
D1：沒有因為年齡，目前還沒有。
主：還沒有這種感覺。
D1：對，廣告不實的話我目前也沒有碰到，因為我很少在網路上。
主：那比如說你去團購的時候，是不是也有發現說這個商品跟當初講的有一點落差。
D1：我團購的經驗是他們已經有買了，我有看到實品，我才會去加入。

主：所以並沒有什麼廣告不實的一個狀況。
D1：沒有。
主：D2。
D2：我通常是我想要買什麼東西，我會去問人家說你有沒有買過這個東西，哪一種品牌的，通常比較不會說是有人推薦然後就去買，除非是電視購物。
主：所以你自主性很高。
D2：電視購物就不一定，就可能受影響了。
主：電視購物它宣傳的效果那麼好？
D2：對，效果應該算是蠻好的，購買力蠻高的。
主：可是電視購物通常會買些什麼東西？
D2：什麼都買，真的，因為電視購物他們行銷的那個真的很吸引人。
主：很吸引人。
D2：大概都會買。
D1：他們有一個好處，像我朋友……
D2：不滿意可以退。
D1：我有朋友他幾乎就是網路消費，就可以直接送到家，不用專程跑到花蓮來消費。
D2：現在很多人這樣，都是在網路買東西，連衛生紙都是用網路上消費的。
主：對。所以說這個電視購物是買了很多，主要就是受到電視購物的影響。
D2：對，那個很會受影響，平常大概不會有人主動跟你講說你要不要買，除非是直銷。
主：對啊，保險直銷。
D2：都是我們如果需要什麼東西，我們可能會去詢問朋友或者是家人說這個東西你買的經驗是哪個品牌比較好。
主：OK。
D2：因為年齡可能暫時還沒有被歧視。然後廣告不實的我是覺得電視購物常常感覺就是沒有它行銷得那麼好。
主：那為什麼你還會持續買下去？
D2：因為你覺得不滿意就可以退，很方便。
主：就直接叫他收走就可以了。
D2：對。
主：所以主要還是電視購物的落差比較大。
D2：應該未來這種購買方式。
主：所以電視購物你覺得不滿意就可以辦退貨。
D2：對，打電話他就來收了。
主：OK。那 D3，沒關係，那我們 D4 好了。

D4：家裡的都是小孩子買的。
主：所以自己很少買東西。D5。
D5：我幾乎都不會自己買。
主：幾乎都不會自己買，偶爾出去買都不會。
D5：只有衛生紙。
主：OK。D6。
D6：我很少買東西。
主：嗯。
D6：家庭都是太太、小孩打理，每個人需要的各自買，我沒需要什麼，衣物都我太太買的。
主：所以自己很少買東西了。
D6：很少。
主：OK，所以大概沒有遇到過沒有被差別對待的這種狀況，或者廣告不實的狀況。
D6：應該是沒有，如果碰到這樣子的情形，想說給他騙一次不會有第二次了，下一次就不會再買了。
主：就不會再找他了，OK。來，D7。
D7：我大概不會人家推薦我就買，我大概自己有這個需要的話才會買。
主：自主性很高這樣。
D7：對，有時候需要自己去比較，上網比較或者是怎麼樣。
主：嗯。
D7：那買東西到目前為止還沒有說因為年齡受到差別待遇。
主：沒有這種感受。
D7：沒有碰過。遇到廣告不實的話，我很少在看廣告購物的。
主：所以不太常遇到產品的廣告有落差的。
D7：有碰到的話，不知道這個算不算，比如說愛買或者是家樂福它 DM 促銷什麼東西，我們去的時候他就說賣完了。
主：嗯。
D7：那我說早上九點半才來你就說賣完了，是不是廣告不實或者是怎麼樣，有時候他大概就會留下資料，說東西再補的時候會打電話來。
主：OK。那 D14。
D14：買東西應該也是一樣，差不多如果有需要的話會去問別人用過相同的東西或者是差不多的東西，如果覺得好的話才會去買。
主：才會去買。
D14：對，差別待遇目前是沒有。那廣告不實應該都是去實體商店，所以當場有不實的話，現場就會反應，很少在網路上購物，所以平常比較少。
主：比較少遇到這樣子的差別。
D14：對。

主：所以在實體商店就不太會有這種情形發生。
D14：就算有，也會當場就會解決。
主：OK。D13。
D13：你說推薦東西，看自己有沒有用到，有用到才會去考慮。
主：嗯。
D13：因為年齡差別待遇，這個沒有遇過。
主：嗯，沒遇過。
D13：對，廣告不實也沒有遇過，我也是很少買電視廣告的東西，都是現場看到東西才會考慮購買，那就比較沒有遇到這個。
D12：我買東西不會人家推薦，我主要是有需要，然後還是會去比較，然後會詢問朋友有沒有用過這個商品，然後年齡是沒有受到差別待遇。然後廣告不實的話有買過電視購物，但是如果真的不喜歡就退回去，網路上也是，買了不喜歡還是退回去。
主：就退回去。
D12：對。
主：所以還是有遇到過，只是說直接辦退貨這樣。
D12：有，還是會退。
主：來，D11。
D11：推薦也是看個人需求才會去買，如果真的要買的話，也是會聽一些親戚朋友的意見，看他們買什麼品牌，那個年齡沒過。廣告不實是如果要買那個電器方面的話，我會去認識的廠商，跟認識的廠商賣家買，
網購我們不買的。
主：網購不買，所以不會遇到這樣的狀況。
D11：不會，都是跟一些認識的廠商買，看要買什麼東西。
主：OK，D10。
D10：推薦一定是有的啦，朋友有時候一起會講，但是我會先去了解看看它的使用性，看是不是自己有這個需要。那消費的年齡這個部份差別待遇倒是沒有遇到過。遇到廣告不實的這個部份我有遇到過，就在今年某家飯店它推出了一個說大閘蟹吃到飽。
主：是花蓮的嗎？
D10：對。然後它在報紙都有刊登，結果我老公就發揮愛心，請我們全家人去吃，結果我都沒有看到大閘蟹。
主：一隻都沒有？
D10：一隻都沒有，然後它就是什麼三點蟹，用其他的蟹類，我們看到它的廣告，我老公知道我喜歡吃大閘蟹，所以他看到廣告就帶我們去吃，結果沒想到去了感覺有受騙。
主：那後來有跟餐廳反應嗎？
D10：有，然後他們就說沒有大閘蟹了，所以用別的蟹。然後那個蟹我們

也等很久很久才來，也吃不到一隻這樣。
主：嗯。
D10：對啊，有時候會碰到這個。
主：那餐廳沒有後續的處理？
D10：沒有，跟他們反應好像就無動於衷。
主：無效這樣子。
D10：對。然後去傳統市場也曾經買過他說是鮑魚，現在知道，因為受騙上當都一次，結果他們那個根本就不是鮑魚，好像是用麵筋去做的。
主：是啊？在台灣也會這樣？
D10：其實還蠻多的，尤其是過年快到的時候，那個鮑魚不可能這樣一包一顆一百塊錢，我就不曉得它這是什麼鮑魚。應該是用麵筋去做的。
主：可是買了才發現不是真的鮑魚。
D10：對。
主：後來有後續處理嗎？
D10：沒有，自認倒霉。
主：吃掉就算了。
D10：對。以後不要買就好了，如果有碰到像這種的像那家飯店我就不會再去他們那邊吃飯了，就拒絕往來。
主：嗯，OK。D9。
D9：商品的推薦會考慮，那知道這個商品我了解，又是我需求的就會買。年齡沒有差別沒有區別對待。廣告我不曾看廣告去買東西。
主：完全不會考慮。
D9：對，我都是到我認識的地方去買。
主：所以你剛剛講健康食品你自己會選擇去買。
D9：像我的膝蓋不好哪裡痛，那些安麗食品我吃了幾十年了，我了解是怎樣，我都自己選擇。
主：都自己選擇，不是業務員推銷的。
D9：對，需要的藥品我就看一看我需要這個這樣。
主：OK。D8。
D8：關於那些東西，我現在可以說都是憑以前的經驗，需要保健食品自己曉得，以前都從小就曉得，所以哪裡東西吃得不錯，像我們小的時候社會時代出生就有聽過那些東西。你問那些，我可以說都沒有，像我都不買東西，都是太太跟小孩子去處理。
主：嗯。所以說沒有遇到過廣告不實的狀況。
D8：我跟你講廣告大部份都不實，都是騙人。
主：嗯。不會依據廣告去買東西，都自己會判斷。
D8：會參考，看看而已參考，不會受它的影響。
主：OK，那也不會有什麼年齡上被受到差別的待遇。

D8：應該不會，像我們去醫院像 70 歲都會有優待，比如說 150 塊看病收 100 塊，像我看那個國聯收 50 塊而已。

主：反而其實有優惠這樣，不會有到差別待遇歧視待遇。

D8：不會。

主：好，那我們休息幾分鐘？大家上個洗手間。好，大家都回來了。那我們就繼續開始。我們接下來討論的兩個主題是消費行為的部份，就是大家去買東西有沒有因為年紀的關係而被拒絕的經驗。比如說租房子的時候不讓你租，買房子的時候不讓你買，或者是出國要去買一些旅遊的行程的時候被拒絕等等，或者是說有沒有消費詐騙的經驗，比如說銷售人員來推銷東西，讓你買到仿冒品假藥假酒之類的，或者是付了錢沒得到店家給你應有的服務等等的。那不管在國內外或者是在虛擬的這個消費上面，我們都能夠談一下？我們從 D8 這裡開始好了。

D8：像我都沒有碰過這些。

主：完全都沒有碰過，消費被拒的情況也沒有。

D8：嗯。

主：有沒有遇過被騙的經驗？

D8：也沒有。

主：來，D9。

D9：我曾經有一次，那時候差不多三十歲左右吧，去高雄市，結果被人家帶我去地下街，去買一個電鍋，從高雄到花蓮好累。

主：買了一個電鍋？

D9：嗯，大概也不是被騙，就是想說不曾買電器買一個回家，從高雄提到花蓮。大賣場都很多人買，是不是有他們自己的人就搶著大家在喊搶。搶著這樣就比較高價的去買，覺得好傻，就是這個。

主：這個不算被騙。

D9：嗯，買東西現在都是從自己認識的去買。

主：D10。

D10：消費被拒的經驗是沒有，遇到消費詐騙的經驗倒是有。那是我兒子，因為他玩那個遊戲，然後不曉得因為他當時偷偷地跟我拿我的身份證號碼去，結果後來電話帳單來的時候很奇怪，怎麼多了一筆一千塊錢，然後我就到電信局去查，他說這是買點數的，我說我沒有買點數，他說或者是你的兒子你的家人，我回來以後我就問我兒子，他才告訴我說有。可是他說他也沒有拿到點數，然後結果那個電話就是中華電信那邊就要我繳這一千塊，然後我就拒繳，我說即使我兒子有買，可是問題是我們也沒有拿到點數，如果我有拿到點數那我們買沒關係付這個錢，結果後來因為我那個電話是沒有直接從帳戶來繳，可是多了這一千塊錢。

主：所以最後還是付掉了？

D10：沒有付，我拒付。

主：後來他有催繳嗎？
D10：拒付啊，我就跟他講我們沒有買這個點數，我說我們沒有買，我說你可以去查他是不是有給我遊戲的點數，那個應該查得到，我們也沒有去拿。我不曉得我兒子是怎麼弄的，後來我有到派出所去報警，今天就這麼巧也有一個詐騙電話，這個是吸收法在座的長輩要注意聽。它是前面來電它是 02 開頭的，然後他就說它前面是語音就是中華電信的，然後就說您的電話費沒繳，音樂都跟中華電信的一模一樣，然後我就按了 9，就是請專人接，我就知道說這個一定是詐騙的，因為我們家都是轉帳的，家用電話都是轉帳的，不可能沒有繳的狀況的情形發生。結果後來就有專人來接了，然後我就告訴他我們的電話費都繳了，怎麼你們還會打電話過來，他說那你告訴我你的電話號碼，我就有一個疑問了，你打電話到我家來你一定知道我家的電話號碼我就
反問他，我說那你不是打電話到我家了嗎？那我家的電話號碼幾號，我就有一點口氣不太好這樣就反問他，結果他被我問到他最後掛電話了
主：自己掛電話。
D10：對，他自己掛電話，那表示他們是詐騙。所以這是新的手法，那個他的前面的音樂那些都是中華電信的音樂，他如果說你們家的電話費如果繳了或者是沒繳，電信局是不可能來催繳的。比如說我們的手機它有時候會傳簡訊什麼的，但是你們一定要注意，你一定要反問他說你現在打的電話是我的電話，請問你打幾號，你要反問他我是哪一支電話號碼沒繳費請你告訴我，你不要傻傻的把你家電話跟他講，他就會順勢問下去，他就連續地下去了，最後你就會上當，這一點一定要注意，我今天才接到的，今天中午。
主：這個真的是要反應很快，頭腦很清楚。
D10：不是，因為現在詐騙真的是太多了，他們都是想盡辦法要來詐騙，他反問我說他剛開始問我說你家的電話費沒繳，我就問他我是哪一支電話費沒繳？我就反問他，他講不出來。可能他們都是用有設定的吧，所以他也不知道說他這一支電話打到哪裡去了，詐騙的電話，因為他們那個都有設定的，他們是隨機的，然後他也不知道說這支電話打去哪，所以他們現在詐騙的手法真的太多了。
D11：很多，這個很多，我說我聽不懂，我都跟他說我聽不懂。
D1：對，像 D10 講的這個，只要不認識的一定掛掉不聽，對啊。
主：如果接到民調電話還是要回答一下。
D1：對啊，我像手機都設定一些拒絕電話就不接。
主：嗯。
D10：他是打到家用。
主：D11 你有這些經驗嗎？
D11：沒有，我就不接了。

主：來，D12。
D12：我是沒有消費被拒絕的經驗，然後詐騙也沒有。
主：都沒有。那 D13。
D13：我也是沒有被拒絕的經驗。被詐騙是沒有遇過，電話詐騙有。
主：那個不算。D14。
D14：一樣，目前是還沒有遇過。
主：都沒有。
D14：對，目前沒有。
主：D7 有沒有碰過？
D7：沒有。
主：D6。
D6：以前在差不多十年前有，那時候是我買那個台灣大哥大電話，但是我那個大哥大已經遺失了，平常在繳的時候是差不多三五百塊，每個月上下基本費而已，有一次忽然我已經報遺失已經報差不多一個禮拜了，那個台灣大哥大電信局有一張單子五千九那個有寄給我叫我付催繳，我說我的電話早就已經切斷了，結果電話費是什麼月跟什麼月的，他說什麼月跟什麼月沒有繳，我說你去查我的帳號看看，看我的那個過去的累積那個電話有那麼多嗎？如果說是我的錯，然後我再來繳，結果後來就沒有那個。
主：沒有來找過這樣。
D6：嗯。
主：那沒有繳到這一筆錢？
D6：沒有，我也沒有繳。後來他不敢再通知了，上法院我可以反告他，因為我每個月都基本費，因為我只有接跟聽，我其它也沒有什麼撥長途，我也拒絕說打國外打比較長途的那個我都拒絕，打長途我會到電信還是到什麼地方去指定一下再打，我不會這樣子，所以我的費用很少是這樣的，謝謝！
主：那 D4 也沒有意見，那 D2。
D2：消費是沒有被拒絕的經驗，可是我消費詐騙經驗好幾次。
主：好幾次，那趕快分享一下。
D2：有幾次是在國外出國旅遊的時候，千萬不要買那個珠寶還是什麼那些。
主：這是在哪一個國家？
D2：大陸跟越南、緬甸都有，就是珠寶都是品質很差的，都騙的。
主：是旅行團帶去的？
D2：對。然後台灣也有，在菜市場也會買到。菜市場其實也會有很多騙人的東西，而且我常常看到，我是沒有買，可是我知道那個一定是在騙的，就是在賣那個草藥的，好幾個人就圍在那裡，其實那就是他們自己人。
主：自己人在旁邊。

D2：對，自己人在那邊，我是沒有買，可是我知道那個就是騙人的，大概是這樣。
主：OK。D1。
D1：我還沒有被拒絕過，然後詐騙的經驗也沒有。
主：也沒有。
D14：不好意思，我補充一下，我有一次我到那個墾丁去玩的時候，我開車去那邊，結果有一個人他是在那邊，他自己停在那邊，他假裝他也是要遊玩，他說你這邊墾丁哪裡有一個賣藥的，你身體不舒服的話可以去看一看，那一次就差點被騙。有一次真的被騙的是在太魯閣。
主：太魯閣被騙。
D14：對，太魯閣被騙。就是他說鹿茸，他一開始不是說鹿茸，他說有一個樹瘤，他說如果去摸的話會給你帶來好運，反正我沒事去看看那個樹瘤，結果它裡面在賣鹿茸，就是現切的那個鹿茸，然後他就會先讓你先試喝那個鹿茸酒，你喝了之後覺得氣血有被打通的感覺，所以那時候覺得好像還蠻不錯的，就在那邊買了鹿茸酒，結果發現很多人被騙了。
主：買回來是發現鹿茸是假的？
D14：不知道是假的還是真的，反正就是。
D10 ：應該蠻貴的
D14：很貴。
D10：你去那個地方消費。
主：D14 您自己不是導遊嗎？
D14：那時候還不是，人家說這個叫掮客還是什麼客，反自己到了遊樂區去玩，如果人家跟你說去哪邊看什麼，單獨來找你的千萬不要相信。
主：OK。
D10：我還有一個真的要跟大家分享，因為大部份中高齡的人都比較需要醫療或者是說那個保健的藥品或者是生病的一些藥品。我曾經遇到一個我去看醫生的時候，其實因為他是同事，結果他竟然也做這種，後來覺得他就是詐騙的一分子，就是你在門診等的時候，他就問你說你是怎樣來看醫生，我就說怎樣怎樣。他就說我認識一個人他的藥很有效，然後他就說用打電話的，他人沒有在花蓮，打電話他就會隔空看診的意思就對了，然後他那個藥，我們就會很急著想說要找到很有效的藥，結果他那個藥很貴，然後他就寄來了，因為我有打電話去，然後他就寄來了，可是我後來就發現說好像上當了，我就沒有領。然後就退到郵局，因為他有一個等待期我們可以去領，結果就有他們的人一直來催我說去領那個藥，因為好像貨到付款，我就覺得說可能就是我的經驗。
主：後來有去領嗎？
D10：就沒有去領。
主：就不要領這樣。

D10：因為我後來發現說我上當了，雖然是認識的人，他跟你講我要拿什麼藥，認識的人也要注意，有的人會騙我們，因為中高齡很多都是保健的藥品或是比較容易上當。

主：OK。

D6：我以前是開車我是司機，現在講的是我們大家都要注意，你們回去可以再講一次，開罰單要拿出來看一下，結果警察局最會搞，罰你一次兩次三次同樣的照片都寄到你家裡，但是那個日期他會改，其他的都沒有改，相片全部都是一樣，都沒有改都不會那個，這搞烏龍很多部份，郵局也有，警察比較頻繁，因為要繳的單常常寄，拿了好幾張給他看，他就靜靜的，最後就化銷了，不再收費，都會搞烏龍，謝謝！

主：好。

D9：我曾經很多年前有人打電話說我兒子在哪裡車子超速被照相要繳錢，我說我曾經有說過我兒子他超速有寄相片回來，他相片看得很清楚，我說你現在這樣就說用電話說超速你怎麼證明？

主：是，超速也可以用詐騙的。

D9：還有健保，他說你是不是什麼人，我說對，他說你的健保在這裡，你不是要來看病嗎？我說沒有，很少看病。有啊，在台北什麼醫院他就講，不然怎麼會冒充你的名字，我說不可能，就不管它這樣子。

主：OK，好。這個主題大家還有沒有要補充的？還有沒有什麼經驗要跟大家分享的？沒有的話我們再往下看。這個大家現在買東西還有簽合約的經驗嗎？比如說辦手機不是都要簽電信合約，去出國旅遊要簽旅遊合約，有這些簽約的時候，大家會不會去注意簽約的內容？那另外就是說知不知道說政府有沒有做哪些保護高齡消費者差不多做哪些政策，就是說對於年紀比較大的人在消費上面政府有做了一些保護措施，大家知不知道這些措施有哪些，我們這兩個題目我們討論一下。從 D1 開始好了。

D1：簽約的契約內容。

主：對，比如說保險、電信、辦手機、旅遊、買房子、租房子或者是其他一些租車這些都是要簽合約的。

D1：會啊。

主：會仔細地看契約的內容，一條一條地看。

D1：之前那個車禍要去做筆錄我也會很仔細地看，後來警察說我很機車。

主：看太仔細。

D1：會，會注意看。就我知道的是不只那個高齡的對象，好像在媒體都會有做這樣類似這樣公益廣告。

主：所以你大概知道哪些？

D1：大概知道哪些，沒有，不知道。我女兒上上個月就是網路買那個電腦，那後來就是不實用要退回去的時候，對方不答應。後來就是自己上網去找那個消基會的類似條款可不可以退貨的條款，確實有找到，然後也就

跟對方講，就跟店家講說那個你們是有符合哪個條款，然後我是有權益可以退的，對方後來才答應的。如果我們沒有跟他講，一開始他是堅持不退的。

主：OK。那 D2。

D2：會，大概會注意簽約的契約內容，可是不會很詳細，因為像買保險、買車那一類比較大型的東西，通常它的內容很多，我們大概都不會看得很仔細。可是我是覺得說好像政府有特別對高齡消費者做什麼保護政策嗎？好像不知道。

主：您是公務員呢，應該比其他人更清楚啊。

D2：對啊，所以不知道，針對高齡，因為一般的我是知道定型化契約好像就是保護我們大眾，就是有一些這些定型化契約政府針對一些租賃或者是什麼的，可是對於高齡的消費者好像沒有印象說有特別做什麼的政策。

主：OK。那 D3。

D6：大部份會接觸到很詳細的會看得很詳細，但是我從來都沒有什麼。

主：會非常詳細地去看。

D6：對。

主：那對於政府在保護高齡消費者做了哪些知不知道這些事情？

D6：應該照理講現在我們東部人很多老人家孩子上北部，在家帶孫子，都是經濟很少，需要的時候老人需要政府幫忙，就是說像我們今天大家在聚會互相探討，互相來了解那個過去的損失，現在怎麼來彌補，不是說東西遺失了再來找不是這樣。是我們過去錯誤的地方我們來改進，現在有好的東西我們來分享，我的希望是這樣，謝謝！

主：OK，好，D7。

D7：這個簽約的契約內容其實像主持人講的像你去辦信用卡，也是有很多條約，我也是會很細地去看，出國的話會重點看一下，簽約像手機電信的還是信用卡這些。

主：定型化的就不看了。

D7：政府對高齡消費者有什麼保護，我沒什麼很明顯的印象。勉強有一個就是有一段時間在電視上勞保有一些年齡上還是有些人勞保給付啊。

主：有在宣導這樣子。

D7：感覺這樣不多。

主：OK。D14。

D14：我覺得男生好像不太會去太細看這個簽約的內容，但是我遇過一個狀況跟大家說一下，就是當初我在賣房子的時候我吃了一個大虧。因為那時候沒有去看那個簽約的契約的內容，因為那時候想說，因為賣房子它會有兩。種條約，一種是專任全部 委託給這個賣這個房子的公司賣，那另外一個合約是他可以賣我自己也可以賣，會有兩種合約。可是我是第二種他可以賣我也可以賣，結果跟我買房子的那個人，他也透過買房子的這

個，比如說東森房屋，他先找了東森房屋先看過我的房子之後再來看我的房子，之後我沒有去察覺到契約的內容是不允許這個樣子的，因為他之前再看過了再來看我的，結果我就吃了很大的一個虧，我要給房仲業者一樣的錢，比如說是 4%，原本是 2%，結果反而是要給 4%不是 2%，所以我吃了很大的虧，這個要跟大家分享一下，這是我遇到的狀況，這個很嚴重。那另外保護措施我不是很清楚。

主：D13。

D13：我簽約一般是手機而已，也是隨便看一下。

主：不會仔細看。

D13：沒有看得很清楚，我有戴眼鏡。保護高齡的消費我也不大清楚。

主：OK。D12。

D12：我會注意簽約的契約內容，然後也是不太清楚政府保護高齡消費者的一些政策。

主：OK，那你會看得很仔細嗎？

D12：嗯。要簽名還是會看得很仔細。

主：都會看得很仔細，OK，D11。

D11：簽約我不大會去看。

主：不大會去看，你就是這樣簽下去了？

D11：就是認識的朋友，也很少，簽約的也是很少，主要就是認識朋友叫我們做，我不大會去看，保護高齡那個我不曉得我不知道。

主：D10。

D10：簽約通常就是保險，保險的內容還有申請信用卡的內容，還有信用卡每次寄來的雜七雜八的那個，我通常不太會去看它。因為它字太小了，字太小了看不清楚。然後通常如果要簽約什麼的，就是熟人告知以後內容。然後保護高齡的消費上面這個政策在電視上偶爾有看到他們在做宣導，比如說詐騙這些，應該大家都有看過。然後覺得目前政府保護的是不是足夠，我覺得還是不足，要不然做足的話就不會有這麼多的長輩或者是我們台灣人民被騙，電視上也常常說哪裡哪裡的新聞，然後發生詐騙的行為，所以這個還是需要加強，那可以再加強的，我覺得就是可以在長輩在有巨額大款的時候，我覺得應該要限定譬如說長輩他要領多少，比如說 10 萬塊以上或者是多少錢以上會限制，除非就是他們家的家人陪同來，我覺得這樣子才能夠保障長輩的受詐騙，那這個我覺得因為政府這樣做其實都是為了長輩設想，都是美意。雖然說會有一些不方便，可是總比他受騙的好。我們鄰居就有一個阿嬤她被詐騙的金額是大家難以想像的，她這一生的積蓄五百萬全部都被詐騙集團給騙了，而且她還交待那個派出所的警員說你不要把這件事講出來，也不要上報紙，，因為她覺得被騙很丟臉。但是警察他們也有責任要防治這些詐騙集團，她被騙了五百萬，真的我都替她心疼。所以我覺得在這個保護措施上真的要加強，而且一定要限制他

們去提款的時候要限制他們領的金額，譬如說以生活費的話醫療費用什麼的，那一定要家屬陪同我覺得是最安全的，才能夠確定說他領了一筆巨額是要做什麼用的，我覺得這樣子是比較安全，而且一定要出示身份證，他也許會假借比如說詐騙集團說阿嬤阿公，我是他的某某人，但是一定要出示身份證，才能夠證明說他是家屬阿公阿嬤的家屬，謝謝！

主：D9。

D9：像契約我曾經有一次就是像那個保險，有小字，大字就有看，小字就沒辦法仔細看，大字其實有一次我車禍住醫院，去住院之後他就跟我說阿姨你要參加保險，還要什麼險，那時候我想自己的親戚應該不會騙，結果我繳了我曾經保過保險，我說到期了可以領，我想 20 年我就老了可以做老人基金我這樣想，想到期了我要領，結果就這兩三年而已，他就說你沒有可以領，我說為什麼？我繳了 20 年了，我說兩個繳幾十萬呢，他說你們只是意外，我就這樣被騙了幾十萬。

主：為什麼不給你領？

D9：是我自己不懂，是我沒有看好。

主：所以那你現在再看這些會看得很仔細嗎？

D9：會。

主：會很仔細了。

D9：所以這個真的很危險，真的很危險。謝謝！

主：D8。

D8：最大問題就是像我們很多定型化契約，像買那個什麼手機啊什麼很多，反正對於廠商有利的它就寫得很小很小，你根本就看不清楚，比螞蟻還小，哪有辦法看？像老人我只是說沒有保護老人，等於是修理老人家，你知道嗎？定型契約裡面最糟糕，應該規定你的字一定要多大，絕對不能比那個螞蟻還小的字，這個就是在欺負老人家，你說政府保護，政府根本很多都是幫助詐騙集團，為什麼台灣詐騙那麼多？就是政府養成的，什麼殺人不用死罪殺人無罪，搞得你看台灣現在一個是詐騙集團台灣出名，一個吸毒，現在你看小孩子都很危險，小孩子小學就開始吸毒了，很容易就被勾引了。所以你這些像吸毒這些像大陸一樣該判死刑就要判死刑，該槍斃就要槍斃，你這樣下來沒有人怕，後果會很嚴重，所以保護老人也根本沒有，保護小孩也根本沒有，所以這個要下定決心要改的話，你一定要把毒賣毒的一定要槍斃，不然的話判無期不能假釋。那你現在你看我們這裡賣毒沒有事，到大陸去賣毒馬上槍斃，你看，你說老共不好，人家老共很多都比你好，很多事不能一概而論，一定要就事論事，這樣對於事情才有幫助。你現在小英政府，我們看越來越像馬英九 2.0 越來越不行了，像這樣你要改革緝毒一定要戒，還有那個詐騙集團一定要抓到一定要判重刑，不然台灣以後沒有用，連大陸人都看不起我們，你懂不懂？

主：OK。我跟大家說明一下，政府目前在保護高齡消費者的作為上面它

有幾個，比如說鼓勵企業經營者開發與提供適合高齡者之安全便利環保且價格合理的商品與服務，還有一些產品鼓勵企業是針對高齡者來特別開發的。然後加強高齡者消費詐欺與不當行銷手法的防治和查緝。比如說剛剛前面講的比如說一些詐騙行為，大家覺得年紀大的人比較沒有判斷能力，就用一些廣告行銷的方式來騙人，那政府會加強詐騙的一個能力。大家對於政府目前的保護覺得足不足夠，可以再增加什麼內容，我們開放大家有意見的來回答一下？就是我剛剛講的這幾點政府有做的東西，大家覺得這樣的保護夠不夠？不夠，D8 覺得不夠這樣。

D8：不夠。

主：那你覺得還有什麼要改進的？

D9：像殘障有補貼和保護。

主：殘障補貼跟消費者保護其實不太一樣。

D9：像去醫院它都有。

主：嗯。那是社會福利的部份。

D9：像老人基金的部份呢？

主：老人基金也算社會福利。D10。

D10：我覺得針對長者應該要設計一個保護卡，讓長輩就是能夠隨時記到說防詐騙的一些事情什麼的，利用那個卡片發送給長者做宣導這樣，我覺得會比較有效果，因為一般我們宣導有的它電視沒有看到或者是怎樣，錯過那個時機的話，他就看不到有宣導的作用。那你說靠村裡或者是報紙什麼的，那個宣傳我覺得老人家也不看報紙，很少有看報紙。如果說能夠設計一個保護卡，然後給 65 歲以上的長者或者是 70 歲以上的長者放在家裡面，時時提醒他們，我覺得可以試試看。

主：設計一個保護卡，把一些要注意的事情提醒清楚。

D10：對，像不懂保護些什麼那個不懂，所以也希望政府能夠提醒。

主：對於消費者保護的部份多解釋一下。

D9：對，是不是能夠像她講的寄一些給老人家知道，老人家需要保護些什麼讓你知道。

D10：或者是手冊之類的。

主：編印一些手冊。

D10：對，算是政令宣導。

主：政令宣導，對。那這樣大家還有沒有什麼不同的意見要補充的？有沒有人覺得說……

D7：剛才主持人講的，我是沒有印象，你說政府做了哪一些，你剛剛有提出例子嘛，說國內廠商……

主：開發一些高齡產品。

D7：有哪些東西你可以告訴我們嗎？就是大家都不知道，表示沒有做。

主：對。D1。

D1：我記得大郵局就是在那個中山路中正交叉口那裡，花蓮人知道。那個大郵局之前有警察在那邊，如果就是說大哥大姐想要領的金額多一點的話，他會上前去跟他詢問一下。曾經有過這樣的情形，好像後來就沒有了，我在想那一段時間也是政府在做一個所謂保護高齡消費者的一些政策，曾經有過，可是現在好像沒看到。那至於說可以增加什麼內容，其實是不是說可以透過那個村里長辦一個小型的社區的聯誼，就是讓長者可以去談談說家裡就是說像我們今天這樣的座談內容可以分享跟甚至可以做到預防。

主：OK。所以說剛剛大家有提到一些，我們最後討論應該還有 10 分鐘左右，5 分鐘。我們最後如果再開放大家對於宣導面大家再給一些意見，大家知不知道政府有在推廣高齡教育宣導，高齡消費的教育宣導，政府應該如何推廣讓大家知道相關策略。因為剛剛 D10 有提到說要做手冊啊做一些提示卡，D1 提到一些方式等等，那開放給大家一下，大家知不知道政府有在推廣消費者的教育宣導？

D1：不懂。

主：都沒有人接受過相關訊息，對不對？我們現場這麼多個都沒有接受過。那除了剛剛講的這些還有沒有誰要補充說覺得在哪些方式可以增加宣導，比如說電視、廣告、里長、村里長之類的，大家還有沒有其他的一些看法？

D9：我感覺那個手冊比較好，因為有的要去有的不認識字也看不懂。

主：對，所以還是編個手冊這樣子。

D9：對，家裡也可以幫忙看啊。

主：對，那還有其他的意見嗎？好。那對於我們今天整個討論的內容，大家還有沒有什麼想要補充的，想要再反應的。

D9：像一些老人家現在一些補給品這個也可以加在裡面去。

主：你說政府補助一些補給品這樣子。

D9：對，像行動方便的人啊這些。

主：這些營養品之類的。

D9：對，還有假牙什麼的。

主：假牙什麼的，對，OK。就是說有一些醫療品，有些縣市政府其實都有在補助假牙，像台北、新北、台中都有。花蓮我記得好像有吧，對不對？花蓮沒有，花蓮沒有在補助假牙。

D9：不清楚。

主：OK。

D9：所以有手冊就會比較清楚。

主：就是說有哪一些可以的。

D9：對。因為村里長開會老人家很容易忘掉。

主：對。OK，那還有要補充的嗎？好，如果沒有要補充的話，那謝謝大家，大家意見很寶貴這樣子，給政府做一個參考。那大家都有拿到出席費

了。

眾人：有。

主：有拿到出席費了，那回去路上小心一點，謝謝大家，謝謝！

眾人：謝謝！

(座談會結束)

五、學者深度訪談

時間：2016/12/05　11:00-12:00

學者 A：專長為老人福利；服務單位：國立臺灣大學

訪 2：量化的部份，我看一下。我們這次調查結果比較有意思的地方可能是，大部份消費，55 歲的受訪者他們獲得資訊管道其實還是以菜市場為主。那我們有在詢問說他們目前最需要的商品或服務，其實蠻意外的是，算意外還不算意外，他們都回答說食品的部份，因為我們問他們說，針對他們在這項商品的上面，就比如說食品上，他們在選購有沒有什麼困難，那可能有一些回答說價格太高的問題這樣，這部份還會再詢問一下老師的看法。那再過來是教育，就是因為現在消保處想要針對高齡者，加強他們的消費知識，然後要舉辦一些教育主題講座。有先詢問一下受訪者的看法，其實大部份還是希望能夠加強就是食安方面的一些議題。其次有安養照顧跟用藥安全部份，這邊的話可能也跟他們未來自身比較有一些相關，所以他們可能也希望知道的訊息。那消費被拒的經驗的話，其實就是旅遊部份還是最常見的，再過來是租屋。那有一些回答到食品類的部份也是一些，消費被拒絕。

A：就是 9-1 嗎？

訪 2：對，也有一些是回答到食品的部份。

A：好。

訪 2：好，那我們就是有再問一下可能有一些老人家拒絕的地方，會有一些商人，然後會邀請他們說，那我們就提供你免費的贈品，或者是很便宜的一些商品，邀請你來增加聚會，進行推銷這部份，那比例的部份是占了 16%這樣子。那進一步詢問說，他們在那個會場會消費的金額的部份，我們統計了一下大概是七成以上會就是花超過兩千塊。那大部份集中在三千五以下左右的金額。量化的部份大概是這樣子，其它如果老師有看到一些有趣的部份，也可以我們待會可以一起討論。在焦點座談會的部份的話，我們也是從一些基本題目開始詢問，像是比較常去哪裡消費，一樣問說，生活上有什麼最需要的商品或服務等等，其實跟量化的部份一樣，再換一個角度去詢問他們。那我們這次辦下來的話，其實受訪者普遍消費的地方，還是以實體商店，比如說超市、菜市場為主。那也有部份也有就是電視購物的行為。

A：電視購物也是我們一個選項嗎？

訪 1：對，選項上面有，有從電視的，他沒有電視購物的，他就是說從電視上。

訪 2：對。

訪 1：電視上他相信這個電視購物，購物台是一個部份，然後另外還有一些就是在電視上面，比如說那個後面的台數它有一些去賣一些。

A：藥。

訪 1：對，它可能是一個節目，節目裡面有去推一些購物的這種內容這樣子。

A：都算電視。

訪 2：對。那再過來，座談會的部份，其實大部份的人都會說他們除非是自己有需要，那剛好有人推薦，他們才會去，可能去考慮選購這樣的商品，不然其它人推薦的話，多數都不太會聽，那這是座談會的受訪者表示。那再過來是，有沒有差別待遇的部份，就是可能所謂的高齡歧視這一塊，那我們座談會的受訪者大多數都表示說沒有遇到這樣的情況，就是他們不覺得自己有被跟年輕人有差別待遇的情況這樣子。那再過來說，消費食品跟想像中有落差的話，座談會的受訪者都會覺得說當自己吃一次虧，多數不會有後續的作為。那有一些可能會當下，比如說，他說在餐廳吃，吃到飽，他是主推那種大閘蟹吃到飽，但是實際入座使用之後發現根本沒有什麼大閘蟹。有跟餐廳反應，但是餐廳的回應就是說，因為現在就是數量不夠，怎麼樣怎麼樣的，他們就下一次不會再去消費，這樣子去做回應處理。那或者是說他剛剛有提到電視購物的部份，那如果發現商品跟自己想像中有落差，他們就進行退貨。那消費被拒絕，其實也跟那個高齡其實是差不多的，他們都是說不太有遇到這樣的情況。消費詐騙的部份，他們多數都是說有，接到很多電話詐騙，但是他們就是認為我們就不會被騙，直接掛電話等等的。那在簽約契約內容的部份，因為很多定型化契約其實字很小，那條文款項很多，他們就會說，我們就不太會注意，反正就是簽了就是這樣，座談會受訪者這樣表示，那針對高齡者消費者保護上面，其實多數受訪者都表示他們不知道目前有什麼樣的作為，政府在對消費者保護這一塊上面有什麼樣的作為。那至於問說，那希望再增加哪些保護內容的話，有一些人提到說針對高齡者的一些補助方面，但是跟消費可能不太有關，可能比如說假牙或者是輔具、拐杖這些補助方面，他們是有在會議中提到，可能長照這一塊的一些補助。至於教育宣導部份，有人覺得說在這種社區裡鄰辦，相關的座談會是不錯的，那也有些人認為，這些就是有參加的人才會知道。那不如設計一些宣傳文宣、廣告文宣，手冊之類的。那可以發給大家看，那內容的部份就比如說他們想要針對高齡者教育的部份進行推廣，那設計在手冊裡面，文宣裡面，讓大家可以發下去，然後一起看這樣子。他們有一些人會覺得這樣比較有效，對，這是座談會的部份一些結果。那他們大致上是這樣。

A：簡單來說就是這個座談會的結果和我們量化的結果，聽起來大致上是

差不多的。就是蠻一致的。

訪 1：對。

A：因為我看了這個量化的這個部份嘛。

A：我先按這個頁數就是這個順序。那當然有一些會跟這邊的提綱會對應到。

A 那首先就是在比如說 Q1 的地方的話，因為你這是一個複選題嘛。所以它加起來的那個比例，應該不是百分之百。

訪 1：OK。

A：好。所以變成就是說我們可能要做一個選擇，一般複選題的呈現，比如說，回答人數是一欄嘛，對不對？那在百分比的部份通常我們會放兩欄，一個欄就是用那個，就是那個。

訪 1：次數百分比，一個是這個人數百分比。

A：所以有一個會是百分之百，有一個會超過百分之百。當然就是說，因為如果我們要呈現出比如說要把他們通通併在一起，各題都併在一起，那用百分之百來看會好像大家都是百分之百，會好一點。不然的話，有的複選的話就變成多一欄，會跟單選不一樣，所以這邊你們考慮一下，決定要怎麼呈現會比較好。像剛剛這個，像 Q3 來講，我也是有注意到，假牙這個部份，它在目前生活上所需要或者是欠缺的比例，它是算蠻高的。那因為現在越來越高齡化嘛，所以就是說，像一般這個，我知道這個假牙的補助只有少許縣市好像是有，比如說高雄、桃園還是什麼的。那不是所有的縣市，那另外還有，比如說像我父親，他 80 幾歲，他現在要植牙，那植牙就更貴了，這些好像健保都沒有，都不是給付的範圍。那隨著高齡人口越來越多，那這個部份的，他們的假牙他們又一定要裝，不然他們沒牙了，可能我們在政策的建議上，我也覺得，政府在這個部份可能比如說酌予補助，或者是有一些對應之道。好那關於這幾個項目，就是食品、藥品這些項目，是逐項在問購買時候遇到的消費問題，那大部份的項目這個消費問題大概都是價格太高，這個比例是差不多是最高的。那其中呢，又以這個藥品它的價格太高，這邊占比 39.4%。因為我不知道你後來改的數據跟我這一不一樣。我這邊看到是 39.4%，它是比其它的項目都高。那我覺得就是它反應了對這個東西的那個量。

訪 1：需求度。

A：對，因為它不同的東西，它的那個單價會不一樣。比方說什麼安養照顧、輪椅之類的，或者像是食品一般單價應該不會太高，但是他這邊還是回答價格太高，比例也高達 36%，也算是很高的。所以我覺得價格太高的這一項，他的這個百分比就是有點反應了他的需求量。比方說食品的單價，明明沒有很高嘛，但是他還覺得價格太高，因為他要買一大堆食品，他就覺得他買不起，所以在藥品上面，我估計可能也

是類似這樣的狀況，他要買很多藥，所以在這個價格太高這一項，我覺得他反應了一個他在這個項目的量上面的需求會比較大。另外還有一個選項叫做缺乏購買管道，在這一個選項上面，占比最高的是安養照顧，它是占 14.3%。那我的解讀是說，現在有很多的老人或者是他的家人，對於這個老人的照顧方面，可能也在考慮，比如說安養機構等等，但是對這方面的資訊，他有缺乏，他反應的比例還不低。可是政府在這個宣導上面，這部份做一些加強。

訪 1：我現在覺得，老師有一個問題，像他們有回答收入不足，老師覺得收入不足這個項目在老師看來跟價格太高，是我們要分開處理呢？還是說要把它就是合在一起去處理這樣子？因為你收入不足的時候，你就覺得價格太高嘛，可是收入不足的話，需不需要把它併在一起價格太高裡面，來去做處理，還是說直接維持收入不足這樣子的這個選項？

A：因為我覺得就是以答案來看，就是他好像有一點反應兩個不同的角度在評估這個回答。在價格太高這一項，我覺得他夾雜了很高的對量的需求在裡面。

訪 1：OK。

A：但是在收入不足這一項，我覺得它會跟單價比較有關，比方說食品，他覺得價格太高，36.1%，這個比例很高嘛。可是他收入，他覺得收入不足的只有 5.9%。

訪 1：對，比較少。

A：那藥也是一樣，藥他覺得價格太高的 39.4%，可是他覺得收入不足的只有 6.4%，所以這個不太，不太對稱。對不對？就像您剛剛講的，理論上他應該覺得價格高，跟他的收入不足應該是成正相關，可是他回答上面看起來，顯然不對稱。你說下一個安養照顧，他覺得價格太高的比例還降了一點，32.8%。

訪 1：對。

A：可是他覺得收入不足的卻高達 19.3%，所以在收入不足的這一項，我覺得他的回答，有一點考慮到這個單價的部份比較多。

訪 1：OK，了解。

A：所以，所以如果說以答案來看的話，他在回答這個問題的思考的角度有一點不同的話，我們就不能。

訪 1：就不要把它併在一起。

A：對。

訪 1：謝謝老師。

A：那另外的話就是說，比方說 Q9-1，遇過被刁難或拒絕的經驗，還有 9-2，這個刁難或拒絕的原因，我是會有一點好奇，這兩題有沒有可能回去跑一個交叉分析。因為比方說他租屋的地方，Q9-1，被刁難或

拒絕租屋的地方有 12 個人回答。

訪 1：了解。

A：9-2 呢，年齡太大，這邊有 10 個人回答，就是兩個的人數是接近的。那我們知道說，在台灣有一個現象就是說，大家比較不喜歡租房子給老年人，所以說我就想說，這兩題如果把它交叉一下看看，是不是這兩個選項有高度的重疊，那就有反應這個現象嘛。

訪 1：了解。

A：嗯，那我們可能，可以提一些政策的建議，比方說小英說幾年之內好像要蓋多少什麼社會住宅。

訪 1：社會住宅，對。

A：對，就是說。

訪 1：20 萬，昨天好像又拿來說，可能四年 20 萬戶。對。

A：確實是有這樣的需求的。

訪 1：對。

A：那另外在這個 Q10-1 這邊，就是有碰過詐騙的人當中，什麼詐騙的事件比較多，這個銀行轉帳詐騙這個比例最高。我覺得因為後面好像有一個地方還是前面有一個地方是問 Q8-1 有問到需要哪一些的這個教育主題，我覺得說這個它可以跟 Q10-1 這邊有一些對應，詐騙的比例比較高的一些的類型，就是我們教育宣導的重點。另外還有 10-2，請問您是怎麼處理消費詐騙事件，沒有處理的比例高達 71%，所以這個部份，就是反應了老人在面對這個被騙的這個狀況之下，其實是很弱勢的，就是他不知道怎麼辦，所以他什麼事也沒做。那這個部份的話，可能是說，一方面就是，一些宣導等等。那另外可能我們也有一些機制可以協助他們去處理這些相關的問題。那 Q12，第二個選項，我這邊就是不太了解他的意思，就是維持弱勢高齡，可能沒有印完，我不太了解這個選項的意思，因為它的占比是最高的。

訪 1：所以全文是什麼？

訪 2：稍等我一下哦，查一下。

A：那 S3 就是問這個年齡，就是回答的人當中啊，85 歲以上的，還有差不多 70 位，甚至有到 90 多歲的。我是稍微有一點好奇我們這個電訪是都是本人回答嗎？有沒有代答的？

訪 1：應該是沒有代答，沒有允許代答。他可能 90 歲，他可能還是講的比較清楚或者幹嘛這樣。現在 80 多歲可能要看一下原始的，其實原始好像差不多。其實我們在原始資料裡面，90 歲以上只訪問到 16 個。那是因為加權樣本，加權它變成 43 個，加權後的結果 43 個。老師覺得像這個第 10-2 題，比如說，這個我們問他怎麼說處理消費詐騙這個問題，那大多數都是說沒有處理，這個部份的話，老師覺得要怎麼樣，政府可以做一些什麼事情去處理，因為沒有處理大概有幾種情

況，一個金額太小，不需要處理，這是第一種；第二種是，他可能就直接覺得，因為我們其中還有幾次，他會向什麼地方去做申訴，然後就是會向業者去做申訴，大概是這樣。那像這樣的話， Q5-4，發生消費爭議的時候，尋求管道，就是三成，這個最大多數是業者，再來就是這個沒有尋求管道，，所以這兩題如果我們合在一起看的話，老師覺得消保處這邊可以做一些什麼事情，去讓受訪者他是要增加他的這個尋求的管道的協助，還是說強化教育，讓他們可以願意去做這樣的事情，因為有的時候你這個雖然都是小額，但我們後面看到那些買藥品的，他可能都是集小眾，那這種集小眾的事情，政府要去做一些什麼事情去防範未然，或者是說放手不用管它，讓市場自己去決定，老師的看法？因為它太少了，那可能或者金額也不大，所以政府就放手讓你被這麼少的騙了，你就被騙吧，或者像剛剛講的，去餐廳裡面吃飯，他覺得這個廣告跟他的期待有落差，那也是跟業者講一講他也不會去跟消保官去處理。那有一種方法就是市場機制可以決定，因為我已經被騙了一次，我下次我就不來了。那另外一種是，可能站在政府的角度他就覺得，這種多一事不如少一事，你最少不要來找我，那老師覺得這方面的話，需要去做什麼？

A：像 Q5-4 的話，他講的是消費爭議，那 Q10-2 它講的是消費詐騙，這兩個東西在我認為是有一點不太一樣的。

訪 1：了解。

A：比方說我們去餐廳吃一個飯，然後覺得說你這個東西好像有一點廣告不實，你的廣告是這個餐是怎麼樣，你拿出來怎麼這麼陽春還給我賣那麼貴，那這種可能我們會定義為消費爭議，我們不會認為它是詐騙。所以通常詐騙的話，可能金額會稍微高一點。

訪 1：了解。

A：尤其我們剛剛看那個詐騙的一些選項裡面，最高的是銀行轉帳詐騙。

訪 1：對。

A：這個少說也至少以萬元為單元以上，但是，因為有些老年人，因為他已經沒工作了，萬一他又沒退休金，那他的手上的錢可能已經很少了，那再弄個幾萬塊，或者幾十萬的話，對他的那個經濟的影響會蠻大的。但是他卻沒有處理。那我覺得有幾個可能性，一個就是，他不知道要找誰，所以這個部份可能一種算是宣傳管道，要讓他知道說可以去找誰。那另外一個方面，可能就在協助的過程當中，可以簡化一些協助的過程，或者是在一些協助的過程當中，可以比較有耐性或這個服務態度等等，因為對一些老年人來講，他可能不是很懂，那他現在找了人了，他會認為你來幫我，應該很快就可以幫我解決掉，但是因為手續化好複雜，那算了，不要了。當然還有一方面是，他會不會有一種害怕之類的心理，我今天去處理了這個事情，萬一這些人是屬

於一些黑道型的，等一下來找我麻煩。

訪 1：惹麻煩。

A：對，我乾脆算了啦，幾萬塊或者是多少，所以我覺得有這幾個可能性。比如說我剛剛講的，一個就是說我們讓這個老年人知道我們有一些協助的管道，可能是我們現在那個什麼社區照顧關懷據點什麼之類的，就是還蠻普遍的或者是鄰里長之類，可以把這些資訊讓他們知道。有的時候辦一些講座，請他們來參加。那如果碰到這種事情的話，我們在協助的過程當中，盡量簡化這個手續、行政程序，然後服務態度這些。因為老年人有的時候，他可能也不是那麼能控制好他自己的情緒，可能他就罵人或者什麼，那有些人被罵他就不高興。

訪 1：回應很差這樣子。

A：對，那老人家就閃人、馬上就走了。所以這一點可能也是對服務人員這邊一些提醒之類的。

訪 1：其實這個部份應該可能在台灣，我覺得這個是蠻有趣的，因為我是自己想到，比如說在中國大陸，聽說中國大陸被人家倒兩萬塊人民幣之類的，都不會去要，因為太遠了。比如說你要要個錢，還從廣東飛到雲南，因為他們幅員比較大嘛，所以這中間的這些成本，尤其花那些成本去追這個錢，不如就是算了。那你像中國，雖然他們經濟在起飛，可是兩萬塊對一般人來講，其實還是有的人也是要賺四、五個月才賺得到兩萬塊人民幣的這個價錢，在台灣這邊我們就沒有去調查到這個部份。應該說是下一次以後如果有機會再調查類似的，可以再去進一步去問說，這個沒有處理的原因是什麼，遇到詐騙不去處理，是因為太低了，大家被騙小錢，然後就算了，還是怎麼樣。

訪 2：然後我補充一下剛剛第 12 項的那個選項，第一個是高齡者友善商品或服務認證表彰制度，然後第二個是維持弱勢高齡者的基本經濟生活，就是維持他們基本的經濟生活，然後第三個是加強高齡者及其家屬的消保教育及宣導活動，然後第四個加強針對以高齡者為訴求的商品及服務的審查，像是什麼醫療輔具或者什麼的商品或服務的審查這樣子。

訪 1：其實中間有一些份際其實蠻難拿捏的，像這個，比如說第 12 題他說要維持弱勢高齡者的照顧，這可能跟消費者保護，就不是屬於消費者保護的這個業務，他可能屬於消費，就是普遍的現在可能低薪化的環境，然後讓這些台灣受訪者到了高齡的時候，工作又沒有了，這樣低薪化的情況又更嚴重。那這樣子屬於消費者保護的一環嗎？

A：您剛剛說哪一題？

訪 1：就是 12-2，12 題，譬如說 12 題。它的那個，目前政府在對高齡者消費保護跟管理方面，還可以加強哪些保障。那我們剛才這個就是老師說看不清楚的那個字的內容，就是維持弱勢高齡者的這個基本經濟

生活，那這個東西算是消費者保護。
A：對。這個好像是我們在做的老人福利的時候。
訪 1：比較像年金啊，類似像年金，國民年金這方面的。
A：對。所以好像不是。
訪 1：好像不屬消保的業務範圍這樣子。
A：不是那麼適合。
訪 1：所以顯然是當初他們給的。
訪 2：對，他們給的。
訪 1：所以這也是他們可能的。大家還是覺得沒有錢，所以前面那些很多我們問他說買什麼商品，他覺得問題是什麼，有一部份是說收入不足。
A：經濟的考量還是一個重點。
訪 1：嗯。
A：其實我是有好奇的一個東西。
訪 1：是。
A：比方說 Q1，Q1 問說，你平常獲得這些購物的資訊，多半是從哪裡，這個網路 15%不是那麼多，可是電視 25%，兩個加起來也有 40%。在我認為這兩個東西好像蠻接近的。他都不是你到實體店面去買嘛，電視好像也是打電話進去。
訪 1：對。
A：那網路的話可能就是上網，我去填一些東西，然後他就寄給我，電視購物他也是寄給我，對不對？所以我都不是到實體店面去，所以這兩種在我認為它是類似的，它兩個如果加起來的話，比例也不低了。那如果像 Q1 這些選項跟那個比如說 Q5-3，問說你遇過哪方面的消費爭議。
訪 1：是。
A：還有一些比如說品質保護管理啦，什麼廣告不實啦，或者什麼之類的，我覺得把他交叉一下，可能也可以得到一些有趣的訊息。
訪 1：OK。
A：因為像我個人買東西的習慣就是，我沒看到東西，我通常不會去買，所以我。
訪 1：所以在網路購物老師是比較不習慣使用？
A：對，我比較不常，我最多是買書，比方說這本書作者是誰，書名是什麼，你這個東西再給我出什麼狀況，我就覺得太扯了。
訪 1：那如果 3C 呢？老師會？
A：3C 像手機嗎？
訪 1：比如說像我昨天晚上才買了一個汽車導航，像類似像這樣子。
A：像這個我就不會，我就會到實體店面去，讓你當場秀給我看，比如說現在我要買這一台，你秀給我看怎麼操作，因為搞不好它這一台功能

不是那麼好。

訪 1：了解。

A：這台好像不太好，那換一台，一樣的。再來試，我要他給我操作一遍看，這樣子。所以我是不知道說，但是每個人購物習慣不同啦，在這個部份會不會有一些就是透過這種不是實體店面的，也會有一些比較多的問題，如果不會，那也很好啦。

訪 1：了解。這邊還有什麼問題要問老師？你之前不是準備幾個問題嗎？

訪 2：那老師就是針對剛剛提到消保處那邊的政策作為，就是除了增加可能消費詐騙的時候的處理管道的宣導之外，還有沒有什麼其它建議可以就是給消保處那邊的？

A：嗯，像辦這種什麼講座啦之類的，這是消保會的業務？

訪 1：對，他們現在有定期在辦，他們有像宣講團這樣的東西。

A：OK。

訪 1：其實現在看起來是，大家覺得還是蠻需要類似像這樣的。

A：對對對。

訪 1：因為我們剛剛開會的時候，其實他提出來的時候，我覺得有一點訝異。因為我覺得現在資訊這麼發達的情況下，其實去辦類似的可能效果不大。但是沒想到 55 歲以上的人大概有近一半的人都還覺得這種是有需要的。

A：現在就是說，可能分兩種情形，一種就是說，有辦，但是一些資訊可能可以更宣傳讓受訪者知道，比如說這個禮拜六的下午兩點，我們在哪裡辦了一場這個，不然的話，可能有受訪者他不知道這個諮詢，雖然辦了，沒去聽。那另外一種可能性是，有沒有可能把他錄影起來，放到網路上，因為既然現在這老年人他可能自己本身不見得網路那麼擅長，可是他的家人這方面一定會。所以，一些相關的這些資訊或者是講座，我們就是讓他上網，在我們宣導的時候，可以跟他講說，萬一你沒有時間去聽講座，或者是怎麼，你可以進到什麼地方可以看到。其實我有一點好奇，像這種詐騙什麼之類的，比方說今天還是會有一些人會去跟消保處講，對不對？申訴啊，或者是什麼的。最後，追回來的，或者怎麼樣，比例到底有多少？

訪 2：因為想要提一個，其實我那時候有打電話去消保處那邊服務中心，然後想問他說關於消費詐騙的部份，接電話的人跟我說，詐騙的問題全部都要打電話到就是 165 那種。

A：啊？

訪 2：就是他說詐騙。

訪 1：他有一個 165 反詐騙專線，就是他在受理的時候。

訪 2：他們只處理爭議的部份。

訪 1：他只要聽到詐騙他就把你轉到司法機關或者調查機關。

A：就認為不是他的業務了？

訪 1：對。

訪 2：對，因為其實那時候在調查詐騙的時候，很多受訪者會說，有啊，我有接到很多電話詐騙，但是可能就是擄人綁票、勒索這一類，但是不算在消費類的詐騙裡面。

A：所以他就是處理消費爭議？

訪 2：我打電話去消保客服中心，然後他說他們這邊只受理爭議部份，而且你打電話進去還不算完成，他說你還要上網去填申訴爭議的那一塊，他才算是可能整個跑完這樣子，他才會後續的處理過程這樣。

訪 1：他總共那個，我們在題目上面，總共一概有一成的受訪者，他是有遇過消費詐騙的，比如說買到假藥，仿冒品，對方要求這個銀行轉帳這些東西。那這裡面，這 10%裡面大概有 30%是銀行轉帳詐騙，對他可能借一個消費為名，然後就是消費某種東西，然後要求你去轉帳，後來衍生出來詐騙這樣子。所以這可能在業務的歸類上，到底是要歸類在這個，因為它可能只要產生詐騙，他就是要去那個。

A：就是屬於 165 的範圍，那算是法務部嗎？

訪 1：應該是法務部。其實我覺得這邊也是蠻有趣的，就是我剛才回到那邊，到底這七成沒有處理是為什麼？我們的社會，我們的政府，是不是要去縱容這一種小額詐騙，因為可能你轉個一千塊 losing 掉或者什麼，我也懶得去追。這一群人到底是不想處理，還是認為不需要處理，還是認為沒有管道處理？當然這也不多，因為總共才大概等於 10%的人，里面有七成的人遇到詐騙的時候，是不會去處理的。就是有 70%年紀大的人，遇到詐騙的時候，是不會去處理的，在全國的這個年齡者，55 歲的人裡面。

A：因為比方說像我爸最近就被騙了，被騙了還不少錢，大概有個幾十萬，他就沒處理。所以我為了這個，我還不高興。然後騙他的是，還算是他的有一點。

訪 2：熟人。

A：熟人，你知道嗎？這是很難接受的。然後我就直接跟我爸說，我覺得直接那個傳個 Line 或者打個電話給他，跟他講說，不可以再動這個帳戶，再動就立刻告他，後來我回來再想，為什麼連我爸都不處理呢？因為就像我講的就是說，這邊有七成的人沒有處理，那就是說可能還有差不多三成的人他有處理。

訪 1：對。

A：那這個處理的最後結果到底怎麼樣？最後結果是沒有一件有把錢追回來的，或者是怎麼樣，我假設，那人家不去處理當然很合理啊，因為反正你。

訪 1：處理了只是多一道手續而已，最結果沒有改變。

A：對，花我的時間，花我的力氣，甚至還花我的錢去搞這些東西，最後結果是什麼也追不回來對不對？

訪 1：對。

A：所以我覺得問題的重點可能是在這裡，所以我才對於說到底能夠就是追回來多少，這一個數字或者比例我是有興趣。那如果假設這個比例真的是極低，或者真的是什麼也抓不到。那我覺得就變成預防這邊變得很重要，變成說你鼓勵老人去處理這件事變得沒有意義了，因為他處理了半天，結果也是一樣啊。他可能還會罵你，我老早就你講不要處理，你現在處理，處理半天什麼也沒有。對不對？

訪 1：了解，就是麻煩，麻煩之外，另外一個就是無效益這樣。

A：對對對。

訪 1：還有問題嗎？

訪 2：大概就差不多了。

訪 1：好，那我們這邊大概就是這樣。

A：嗯。

訪 1：好。

訪 2：想問一下教授，那你後來跟爸爸那邊有說叫他不要跟熟人就是太輕易相信熟人嗎？

A：但是很奇怪，就是他們好像之前還是有一些合作之類的。

訪 2：有往來過的經驗就對了。

A：對，有一些往來，所以變成，我已經有提醒他了，那也是建議他說你必須要跟對方講，你再動我的帳戶的話，你就要告他，怎麼樣。但是他似乎還是沒有完全不理這個。

訪 2：礙於情面嗎？

A：我有時候是在想，會不會有一種可能性是說，年紀大的人，他的朋友已經變得非常的熟，所以即便這個人是屬於一種詐騙的，可是至少還是他生活周邊的人，所以就提醒一下，小心不要再被騙了，但是不會說完全不理這個人。因為可能，完全不理他的話，身邊。

訪 1：又少一個朋友。

A：又少一個朋友，沒剩幾個人了。

訪 1：OK，所以因素太多了。

A：嗯。

訪 2：那就是我們座談會的時候有人就是提到契約內容部份，像他就是自己本身之前有在賣賣房子，然後好像因為就是跟仲介那邊，就是賣房子有兩種，一種就是全權 委託，然後一種是兩個人都可以去賣，仲介也可以去賣，然後他自己也可以去賣這樣子，然後因為就是反正不知道他簽了好像後者，就是兩個都可以去賣。所以就是有賣家同時來跟他還有另外一個詢價，結果就是後來他跟仲介，因為如果是仲介賣

出，他還要給他傭金，就是報酬金之類的。然後變成賣家，仲介那邊賣得更便宜，然後他又再付了，等於他付了兩倍的仲介費給房仲業者這樣，他就覺得說他在契約這一塊上面，有一點吃了虧，在契約上面這一塊的話，你覺得就是政府方面有辦法定更清楚簡白的契約內容嗎？還是說因為法條就是這麼多，所以沒有辦法就只能列這麼多內容，然後要受訪者自己去一條一條讀這樣子，就是契約內容部份。

A：就這個可能也是列為一個是在那種宣導教育裡面的一個議題，因為買房賣房對於很多人來講是一個很常會發生的事情，那像你剛剛講的，一種是完全委託仲介，一種就是仲介也可以賣我也可以賣，那這種狀況是很普遍的，在社會當中，那就看你契約是怎麼簽的。變成是說，可能有些人他簽了一個是我們兩方都可以賣，可是他以為他簽的是。

訪 1：只有單方。

A：對，只有單方可以賣或者怎麼樣的，那這個東西就變成有一點專業，在那個教育講座什麼之類，可能要請比較專業的人在這邊做一些提醒，大概也只能這樣，因為現在契約內容，其實都蠻複雜的，而且條文都很多。

訪 1：而且規範的不限定於是在高齡者，因為它是一個基本上的商業行為。

A：對對對。

訪 1：然後我們也沒辦法針對高齡者特別去做什麼事情，只能說預想到高齡者可能有什麼需求，所以我們針對這一部份的定型化契約去做說明，然後讓他減少發生這種消費問題的這個情況。

A：因為高齡者在這件事情上，比一般人更弱勢一點的就是說，通常年紀大的人眼睛都不好，那契約通常那些字都蠻小的。

訪 1：很小。

A：有的時候我們還會想說，稍微用力一點看個幾條重要的。那對年紀大的人來講，他可能連這個都蠻困難的，所以他很有可能簽下去他以為的一個狀況，但實際上不是這個狀況。

六、學者深度訪談

時間：2016/12/07　17:00-18:00

學者 B：專長為老人社會工作、社會福利政策、年金制度、日本研究；服務單位：長庚科技大學

(訪談開始)

訪：可能說針對這一次的那個調查的一個結果的話，那它可能有幾個地方比較有特點的地方啦，可能像是我們這一次調查還蠻有趣，可能就是受訪者他們主要高齡者購買還是以食品跟家庭用品是占最大量的。

B：對。

訪：那我們在調查的時候有發現，其實受訪者他們最需要資訊，無外乎就是安全性、產地跟價格這些項目，對，然後所以就是以這樣子的方式來看的話，其實我們在發現就是高齡者他們對於商品的安全性啊，其實比較多應該是相對食品的問題。

B：對。

訪：對，因為那這個可能就跟他們後面的有遇過消費爭議，然後所謂的廣告不實這一個部份，或者是標誌不清楚這個部份，其實我們有做調查分析，發現它其實有相當，雖然說兩成可能在我們的調查中不是那麼多的，但是老人家願意表態的一個情況之下有點高。

B：沒錯，沒錯。首先我先對這個研究還有研究團隊的努力，我非常肯定啦。原因是這個研究非常地不容易，而且是台灣首次，我認為這個對消費者的調查。那其實最主要，為什麼不容易呢，原因是長輩不太願意表態，尤其我們抽樣的對象如果是著重在長輩的話，那這個部份長輩為什麼不表態的原因是因為，他對於他的消費行為，他可能自己是沒有太多的覺察，那所以我們透過這樣的一個調查，其實是在幫助長輩去釐清他平常自己是怎麼樣在做消費這個動作。所以我覺得這個是第一個新的很好的突破。第二個點就是在於說，剛剛你也發現從初步交叉分析的一個結果發現幾個比較有趣的現象，包括像長輩常常消費的項目是在食品跟家庭用品的部份，家用用品的部份，但是這個部份因為我也參酌一下我們訪問的題幹，我發現我們問的問題是說，最常親自購買，親自購買這個部份。那所以其實對台灣的長輩來說，你是自己購買還是家人代買，這個其實也是一個很有趣的分析面向。或許在我們整個原始資料，我看資料是非常豐富。如果可能的話，未來是不是也有進一步地深入地比較，可以把這個地方，這個面向再拿出來看一下。原因是長輩，台灣的長輩你在購買這個行為的事情上，其實相對是審慎保守的，就是長輩很謹慎，也比較所謂的比較不敢花錢吧，或者說比較保守，他不願意花太多的錢在很多的事情上面。甚至在自己的享受或者娛樂上面，所以你這一個問他說，你親自購買，常常等於是

在問他說，你不得不自己買的東西是什麼，所以也難怪結果調查出來是在食品上，因為這是他必須生活吃的東西，那另外就是生活用品，他必須用的東西，所以這個是可以想像的，就是說這樣的結果，就因為他自己購買的，就是他最切身需要的部份是這個。那反過來說呢，除了吃跟用以外，他其它也有很多的需求，比如說衣著的需求，化妝品、保養品、藥品這些需求，可是他怎麼去做這些項目的消費呢？

訪：好。

B：那至於在其它方面的需要呢，那長輩怎麼做消費的行為，其實很多時候他不一定是親自消費，他不是自己去消費，他會透過家人，或他熟識的朋友，甚至他的照顧者，可能外勞啊、菲傭會去幫他做這些消費的項目。那這就反應出一個情況就是說，為什麼長輩自己不去買，要靠別人代勞或者代為消費，原因是他可能沒有充足的知識，或者他沒有足夠的消費的管道，現在很多網路的消費啊，越來越興起，店頭的消費反而越來越少，可是長輩沒有一個適當的一個機會去學習，或者是操作這些網路的一些介面，然後以至於他要消費其它項目的這個機會，相對來說就是比食品跟家用用品來得少得多。所以大概我可以從這個數字調查的一個結果，初步地先看出一些這樣的一個趨勢。

這樣子的一個結果，也對照至少在日本的一些希望經驗來看，也非常地吻合。因為在日本的長輩，他在消費行為模式上，他大概就有幾個特性，就是他需要這個比較長時間的思考，他需要花費比較長時間來做消費的決定，所以除非是他切身需要的物品，比如說這邊講的食品，或者是一般家用用品之外，或比較小額的，比較瑣碎的，他可以比較容易做決定。其它不管是他的消費或者他的娛樂，或者是他在化妝品、在穿著打扮，甚至他要做一些教育的一些投資點點點，這些項目上呢，他都會需要比較長時間的思考，他的消費行為是這樣子一個狀況。那除了需要比較長時間來做消費的決策之外，他也需要比較多的協助，所謂的協助就是需要比較多的解釋跟說明，就是長輩比較習慣於的消費模式是有人跟他解釋，有人跟他說明，這樣子的一個消費的產品或服務對他的好處啊，或者他的使用啊，或者是他這樣的消費以後，對他產生什麼樣的影響啊，他需要有人能夠幫他解釋跟說明，那這樣子的一種消費型態，相對也是比較傳統。所以我可以看到我們的調查結果也發現，很多長輩的消費資訊其實來自於菜市場，他們這種傳統的場域提供他們很多的這種資訊交換的機會。所以長輩的消費行為其實搭配的資訊交換的機會是很重要的一個特性。所以現代的這種消費行為，也就是我剛剛舉的例子，像網購這種東西，他可能網購就是現實拍賣，或者就是用這個 internet 互聯你可能在這邊就可以買到中國大陸的東西，這個很遠距離。但是你要搶時間，你要限時間，或者說你沒有太多資訊交換的機會，你就只是單向地看到網路上 po 出來的相片，或者是有人推薦他什麼什麼好處，但是這些東西都是非常地單向性的，或者是說，

對年輕人來說，這個資訊吸收的模式是 OK 的，但是對大部份的長輩，銀髮族來說這樣子的一個資訊的解釋跟說明是不夠的。所以他們也相對比較不會採用這樣的方式來進行消費。所以這也是我們可以從這一次的調查裡面，看到的一個現象。確實也反應出長輩的消費行為跟需求，他不只是為消費而消費，他在消費的同時，他是需要有資訊的交換，而且有更多的解釋跟說明。長輩是這樣做的。

訪：了解。那這個主要的話，可能是在他的資訊來源的部份啦，因為其實像老師剛剛講到這一塊，我們在座談會的時候有發現一些狀況，就是除了量化之後，因為我們後來還針對北中南東就是四區，然後我們分別各辦一場座談會這樣子，那其實我們在座談會的時候，會有發現有一些些就少部份的受訪者，那他們就有表示說，他們所謂像剛剛老師講的資訊的那個影響了他們在購買的時候，那他們就會有一種差別感受，那他們就是，我們有詢問下大概是什麼樣的商品，那他們會遇到這樣的情形。當然最多就是我們剛剛就是有講到老師舉的例子，一個 3C 的產品這樣子的，那還有一些可能就是家電，甚至有一些是說他們感受到的差別待遇可能是有線電視現在的數位機上盒，那他們裝機人員可能到家裡的時候，發現坐的是老人家，他就直接轉頭，然後反而是跟家裡人做解釋。對。就是類似這個樣子，其實他們在消費上面，還是會有一些所謂的在解釋的時候啦，可能有一些店員他們會選擇性地來做那個說明這樣子。

B：好，剛剛那個提問也講到說就是關於消費的時候，是不是有一些差別待遇的感受，這個其實是比較主觀，多數的表達是是沒有什麼太多差別，但是你說沒有差別，其實應該是說在消費，消費本身沒有什麼差別，但是在對應的過程當中，長輩他還是可以主觀地感受到，人家可能就是不跟他解釋，或者去跟其它家人解釋，所以反過來講就是說，我們了解了長輩的消費行為跟樣態以後，我們需要做什麼。就是我們的消費的平台也好，我們消費的管道也好，或者甚至整個消費的機制，這個社會消費的機制，我們都要去思考，在高齡化社會之下，我們還可以多為銀髮族都做些什麼事情，讓他那個不要有感覺到消費上的一個差別待遇。

那這可能跟銷售走的一個訓練也有關係，像在我剛剛舉的例子，因為日本他們也做了類似的調查跟研究，那他們知道長輩的消費習性，他是需要花費長的時間，而且做決策，而且也需要多的這個消費的溝通跟說明跟解釋，所以他們就特別刻意地訓練他們的銷售員，或者是訓練他們的這個店員，必須要懂得怎麼樣去幫助人家解釋跟說明。最簡單的例子，人家常說服務業，這就是服務業的加值的效果，你看王品牛排，他要上一道菜，他就服務員可能就會有桌邊解釋，告訴你說這個菜是怎麼做的，產地是哪裡來的，這邊是怎麼弄的，他其實這個理念，就是著重在高齡社會之下，長輩的一個需要。就是說你要賣一個牛排給人家，或者賣一個餐食，哪怕只是一個簡單的食衣住行生活必需的東西，你都必須要能夠讓你的 sBles 或

者是你的銷售員，能夠有跟長輩解釋說明的一個能力。那這個本身其實就是一種促進所謂的高齡友善消費的一個環境，友善消費，或者是友善這個幫助長輩，高齡友善的一個機制。好，那像這樣子的一個情況，它其實也是在消除我們消費的一個差別待遇的一個問題。那另外一個點就是在於說，為什麼差別待遇呢？就是剛剛也提到說，在某一些跟商品或服務的特性本身可能也有關係，就是我們調查的結果就是在食品、家用用品，因為現在是最主要的項目大概是這些，而長輩他親自可以去做決定跟購買，因為他很熟悉這些東西，所以他可能沒有感覺到太多消費的差別。他感覺到消費差別的項目，可能反而是比較像在電器用品，或者是在其它的項目上，他才會有這種感受，所以或許我們在做進一步分析的時候，我們也可以依據消費的商品或服務的性質，再加以做更細緻的一個分析。看他是在哪些項目上覺得比較有被差別的待遇，哪些項目上可能多數是沒有，如果只是食品跟家用，可能不太會有，但是在某些項目上，可能就會有。

訪：了解，那這個是在他們所謂就是我們這一次在調查中的一個認知落差的一個部份啦，那其它的話，可能就是在他們的消費的爭議跟他們所謂的被刁難或購物被拒絕的這些經驗的話，那我們在這個當中的話，大概也是發現象剛剛一開始有先提到一個，就可能跟他們購買的最需要的資訊，所以影響到他們後面，可能說有遇過爭議的，現在目前的話，看起來應該是兩成三的高齡者他們包含自己，或者是他的家人，或者是他曾經聽過他的親友有遭遇過這樣的經驗的。那除了就是說爭議的經驗之外，那大部份在刁難的或被拒絕的這個經驗，可能就是集中在旅遊跟食品比較多。像是剛剛講到旅遊的，基本上他們都是有出國消費過，那他們集中的選項大概也都是說，他們是被強迫購買，可能就是有旅行的時候，有發生過強迫購買的這些相關的經驗。那其它的話，可能就是說因為他們消費能力的部份，或者是說他們年齡太大，然後在對他們在購買，可能旅遊或者是食品的時候，有一些被拒絕，或者是被冷處理的一些相關的一些方式啦，那但是在這個地方的話，就是變成是說高齡者，我們比較沒有辦法說針對他們被剛剛講到，被有消費爭議或者是被刁難的地方，比較少去這個地方真的蠻好玩，就是基本上有七成的人，七成的高齡者，他們都是採用冷處理，就是都不處理的方式，對，他們就默默的接受。對，所以像這個地方的話，可能就是我們未來可能要怎麼樣去提升讓受訪者他們有這樣的一個意識，說我針對這個部份，我可以保有我自己怎麼樣的一個權益這樣。

B：是，好，謝謝。我覺得這幾個問題也特別好。因為我們這個問卷問得範圍真的很廣，而且訊息非常豐富，每一個題目或者每一個點如果把它做更細緻的分析，我認為都有非常豐富的訊息可以再去挖掘，那我先就我這邊看到的資料，以及整理給我的資料，我盡量再做一些反饋。就是剛剛你有提到說，在消費爭議的部份，那其實我發現長輩對於消費爭議的部份比例最高的其實發生過這種經驗的，其實在食品類還是多的，那這個可能跟

我們因為長輩最主要的消費行為都是集中在食品類有關啦，所以這個可能就是總數大，所以發生爭議的層數比例也是相對比較高，大概我們可以從這樣子的一個結果可以稍做一點點的假設。那但是比較有趣的一些點就是說，除了食品類型發生過爭議以外，跨境消費的爭議的這個類型在哪些呢，它主要就是在剛剛您提到的旅遊這個項目，因為跨境大概就想到的旅遊是最常見的，那除了旅遊以外，第二個就是藥品。那這個消費爭議的點在於說，長輩他其實旅遊的跨境的消費爭議，也不僅是會發生在長輩身上而已，那更重要的是說，這件事情發生在長輩身上以後，他的意義到底是什麼？或者說我們要怎麼樣去處理，甚至未來的預防，我們怎麼樣做，讓長輩減少這方面的消費的爭議。

那其實呢，在長輩的消費行為裡面來說，他會產生爭議的原因，那剛剛你也提到是說，他可能會用冷處理，或者而且是他只是默默地受傷在裡面，那下次不要再去消費了，就是這樣。他比較不會去做更激烈的或者是說更爭取自己權益的一些行動。這可能跟世代之間的那個文化的這個觀念，或者是他自己受的教育，成長的背景，讓長輩覺得比如說退一步海闊天空啊，忍一時風平浪靜，這跟這個可能文化時代背景都有一些關係，那但是更重要的是，它確實是存在的。那這個資訊，從我們這個調查裡面，甚至還有可能是被低估的。我必須這樣子說，這個比例上甚至還有可能是被低估，因為長輩可能他不一定真的那麼的 sensitive，他不一定真的那麼敏感。曾經他吃的虧他也忘了，或者他也不覺得有多大的一個影響，好，在消費的爭議這一個點上，所以我們可以回過來看他對於消費的爭議的內涵，是在哪一些項目上，比如說品質保固的問題，這個比例是最高的，大概占到四成，大概占到四成。再來才是廣告標識不實，就是將近兩成六，那這樣子的一個爭議，我覺得是比較有解釋的意義的。也就是說什麼呢，就是說長輩啊，你不要以為他只是買個東西，或者是用個東西，買魚蝦也好，就是我們常常把長輩的消費行為，就想得太簡單了，其實長輩是有品位的，其實長輩是有選擇的，是會懂得選擇的，他懂你在騙他，他也懂你的品質不好，他也懂你是濫竽充數的，用次等品來騙他。只是他不會用很激烈，或者是很直接的手段讓你去反應這樣子的一個成果，這樣的一個情形。那從這樣的一個調查結果我們可以看到，其實大部份的長輩對於品質跟保護是在乎的，所以我們不要以為說，拿次等的東西或者是他老了，他就是隨隨便便就可以應付他，打發他，隨便用一點東西就可以讓他得到滿足，其實不是這個樣子的。我們對於長輩的消費，他的需求我們還是需要重視他的品質，而且對於品質跟保固這個點，這個其實對於我們的產業界或者是做所謂的銀髮經濟，現在是講高齡社會，現在我們的銀髮經濟，所有的廠商，生產商、製造商都會需要去深思這個問題，針對長輩他們需要的任何的東西，我們怎麼樣去追求好的品質，提升我們的品質，讓長輩願意買單。那所以反過來講這件事情，可以從另一個角度來加以分析。很多

人認為說，哎呀，高齡社會經濟都一蹶不振，為什麼？因為銀髮族都很吝嗇，大家都不消費，拼命地存錢，所以長輩都不願意把錢掏出來消費，所以我們這個社會的經濟就一潭死水。其實，我們應該換一個角度來想，不是長輩不願意消費，而是因為你提供的服務或產品有沒有那個價值讓他掏錢出來消費，你如果都不追求好的品質，你看我們所有的廣告，舉一個例子，我們很容易看到這個賣兒童，就是給嬰幼兒的尿布，而且嬰幼兒的尿布，常常就會有非常推陳出新的一些商品。可是你看成人的紙尿褲，這種商品，可能就是數十年如一日，他也沒有特別著重在他的這個行銷廣告，甚至他品質的提升，我們比較少看到這一方面。那這就很明顯的就是重少輕老，重幼輕老的一個這個現象。所以大家對長輩的用品，確實在乎產品沒有那麼高。所以這也就是為什麼大家覺得說，這個長輩他覺得既然是這樣，他也沒有那個需要多花更多的錢，他就這樣過也就是這樣子。所以，我倒覺得這個觀念應該反過來看，不是說長輩不願意花錢，或者是他們都是守財奴，其實反過來應該是說，他們需要的東西，可能比我們想像的品質要得更高，他們更在乎的是這個所謂的品質的這個議題，如果我們能夠提供他那個好的品質，這個品質是全面的，不一定是實用上的經驗而已，可能是他心情上用了以後，他會很快地，他是很開心地，他是能夠回憶起他很年輕的時候，很多的一些事務。這個東西對他有意義，能夠創造新的這個生活價值。這個叫做有品質的消費，如果能夠帶給他這種不只是物質的東西，可能是他有心理層面的服務，或者是這一方面的活動，那這個東西他願意掏錢出來，這個東西對於他的消費，是有刺激的效果。這個才是所謂的銀髮經濟希望追求的目標。

訪：是，那可能說在他們所謂的爭議跟他們刁難經驗的部份的話，因為其實我們在座談會的時候，還有發現一個狀況，就是像我們剛剛提到，有蠻多高齡者他們其實還是從菜市場，透過他們的就是獲得他們的資訊來源，而且他們也是大多數可能在市場的這種，就是比較傳統的或者是量販店這種地方來購買的食品啊或者是家用品的比例是比較高的，那我們也發現說，可能說在菜市場這個部份，座談會中啦，就是比較有這樣子購物行為的受訪者，他們會有說，在菜市場也有碰過，可能說商品是偷斤減量的啊，或者是他的那個品質不佳的，類似這樣的情況，但是呢，其實因為市場它並沒有一個控管的機制在，所以變成是說可能高齡者他們有一個既定的印象，好像在菜市場消費的時候，被騙就只能自認倒霉，是不能申訴的，就反而是他們會有這樣子的一個觀念在，對，所以變成是說這一塊的高齡者，我們好像就是座談會的時候就有遇到，其實像是中部跟東部地區的受訪者，有特別有這樣子的現象。對。

B：非常好，這個議題其實剛剛扣到我們剛剛前面談到的，就是消費的場域的問題，我們剛剛前面說長輩需要消費的場域，是需要資訊能夠更多的解釋跟說明的地方，但是資訊的說明跟解釋，跟所謂的消費爭議，不一定

是負相關，也可能正相關，也就是說當你的解釋說明越多，搞不好爭議也會越多。因為你的解釋跟說明如果是沒有讓他更清楚，甚至是解釋說明錯了，反而可能會造成更多的後續的消費糾紛。所以這是兩個不同的層次的問題，首先我們需要提供長輩更多的資訊解釋跟說明，但是提供了這些以後，怎麼去解決他後面的消費爭議的一個問題，這是另外一個層次。所以可能就像剛剛講到，就是他們在市場這位傳統的地方，他們獲得資訊最多，但是他們可能獲得到的解釋。

B：是，所以剛剛講的是兩個層次的問題，就是訊息多沒有錯，但是他可能不一定保證他後面就不會有爭議，所以剛剛前面第一個講訊息多是必要的，但是你怎麼樣去減少後段的那個爭議的問題，那需要有別的機制進入。比如說你的訊息提供得要多以外，要正確，那你可以有不同的管道來確保這個資訊的正確性，那你也可以給予長輩更便利，更方便的方式來驗證這些資訊的正確性，這也是一種管道。好，那這些努力呢，種種努力都是在幫助減少後端消費爭議的發生，比如說在我們調查裡面，我們有發現長輩其實在購買的時候，他是有意識性地去看這些商品的說明，但是他們都表達這些說明也好，或者是契約也罷，都是字很小，然後字很多，然後可能標識得不是那麼地清楚，最後最後只能簡易地化約成看一下有沒有過期而已，大概就是看幾個這個數字，至於這個產品的內容啊、成分啊什麼東西，他就沒有那個心思或這個時間或能力再去進一步地去獲取這些訊息。

所以你會發現，我們現在很多的商品，或者消費行為產品服務的一些包裝跟說明解釋，不是沒有做，他做了，可是能不能確保消費爭議不發生呢？沒有辦法，所以這是兩件事情，就是我剛剛前面講就是說，要盡量地提供解釋跟說明。好，某一些商品或服務確實做到了，可是這個對長輩有沒有意義呢？不太有意義，所以消費爭議會不會發生？還是會發生。所以我們要解決後端消費爭議的問題，我們需要有別的管道，比如說我剛剛解釋的，你的這些消費說明，可能是你的這些消費的說明跟解釋需要有更多的驗證的機制，所以現在也有一些廠商，他不但消費說明寫在上面，他甚至就簡單地用一個 QRCODE，然後你只要一掃，你就可以知道他這個產地的驗證啊，或者是相關的一些說明，甚至用動畫、影片都會出來。類似像這種，他就有不同的管道可以驗證他這麼寫他這些訊息，這是其中一個例子。那對長輩來說，就更需要如此，因為長輩隨著年齡的增加，然後他對於很多訊息的接收，跟訊息的篩選的能力會自然衰退的一個過程，他沒有辦法像年輕人一樣，適應得這麼快。所以你要怎麼樣讓我們的商品跟服務在用很精簡單但是又很到位的一個說明的方式，讓長輩能夠輕易地獲取他需要的訊息，或者說獲取他覺得重要的訊息，對他來說有意義的訊息，這件事情如果能做到的話，就可以減少後端消費爭議的發生。所以為什麼剛剛講說，像在旅遊業這種，應該是常遇到消費爭議的原因就是它的解釋說

明可能不夠多，那就算有了，可能又不夠清楚，就算他覺得清楚了，對長輩來說還是沒有接收到，這個才是最大的一個落差。所以這些消費爭議其實是層層次次，一些前面的問題累積沒有解決而造成的結果。那剛剛也提到，像在菜市場這些訊息，雖然很多，但是他可能又不夠信息不夠準確，或者他缺乏驗證的一些機制，所以他也一樣是無法避免後端消費爭議的一些問題的發生。那這個剛剛除了講消費的爭議以外，也有提到剛剛刁難跟拒絕的經驗對不對？刁難跟拒絕的部份，這個就是從另外一個角度來看，剛剛講的消費爭議。消費爭議呢，是資訊提供方的責任，我們沒有給足夠的訊息，或者沒有足夠的解釋說明或驗證的機制，以至於長輩覺得有落差的期待，所以才產生消費爭議，那消費的被刁難或拒絕呢，是另外一個角度來看同樣的事情。誰的角度？是從長輩的角度來看，長輩覺得他要去購買，或者他要去消費這件事情的時候，他被刁難了，他被歧視了。這個是另外一個層面的問題，就是從另外一個角度來看同樣的事情，對我來說。所以長輩來看，為什麼他會覺得被刁難，為什麼他會覺得被拒絕？他會被刁難，會被拒絕的原因就是，他也沒有辦法很清楚地說明，在這個消費行為當中，他的真正的需求到底是什麼？或者說他到底期望廠商提供的服務，或者是活動到底是什麼？那他只是一廂情願地照著他的想法，然後要去獲得他想要的東西。可是他要的這個東西，並不是這個廠商或這個商品或者這個服務能夠提供給他的時候，他就有被刁難，或者甚至有被拒絕的感受。舉一個例子來說，常常旅遊裡面就是常常有這種訊息發生，食品類也是次高的，就是類似像這種例子，他為什麼會覺得他被刁難或被拒絕呢？在旅遊的例子裡面，有一些長輩他去就是搭飛機好了，他去搭飛機，然後他要去海外，或者他要去從事一些比較應該是說怎麼樣，就是對我們來看覺得好像對長輩不一定很適合的旅遊的活動，可能旅行社會因為風險的考量的關係，他也不敢擔責任，他可能就會拒絕他，或者他是用一些技術性的方法來拒絕，他對長輩來說，就是被刁難。那為什麼會發生這種事情呢？原因是因為我們可能在現在的消費模式當中，我們也缺少了一些方法，讓長輩能夠表達他爭議的需求，比如說他為什麼要去參加這個旅遊，他去參加這個旅遊可能只是他希望增廣見聞，或者他需要，他希望陪伴家人多留下一些家庭的回憶。所以他去參加這個旅遊，可是這個旅遊團的設計本身，可能並不一定是那麼地適合長輩。所以旅遊社因為風險控管的關係，他就可能就會不希望他來參加，或者是用其它的一些方法，他就覺得被刁難了。那實際上如果消費，就是供給端，消費的供給者就是這個旅行社，他設計這個產品的時候，他能夠了解消費者這個長輩，他真正的需要是什麼。他可能長輩並不一定真正的是希望去爬玉山啦，我不知道用什麼例子比較好，或者是長輩可能在意的不是真正是去到危險的地方，或者是去從事這個活動而已，他要的可能是另外的，可能是跟家人共同的回憶，或者是跟家人共同出遊的一個經驗，他需要的可能，更需要的可能是這個

東西。那我們怎麼樣去設計一個這樣的一個方案，可以滿足到他的需要，然後也可以那個兼顧這個行程設計的可行性，那這件事情如果能夠做到的話，就可以降低啦，長輩他覺得被刁難或者是被拒絕的經驗啦，或者是負面的經驗啦。那這個食品類，我相信也是有很多這種例子，在座談會裡面，他有沒有舉出一些他們覺得在哪些方面被刁難？

訪：你說食品的部份嗎？可能說像是剛剛除了就是講到一些，可能家電 3C 這種，可能是爭議上面，或者是差別待遇的，那被拒絕的話，他們所謂的旅遊是說，可能像剛剛老師講的，有一些他的行程當中可能有要登山，那要登古道的這種，那他的時間安排時間過長，那可能因為這個老人家他本身有一些身體狀況，他會讓他做評估嘛，那只要說那個評估狀況當中，他可能有部份條件不是那麼地好，他就會拒絕。對，就我們有受訪者就是表示說，因為他可能本身是有高血壓的，那就被拒絕說。那也是他覺得那個行程他是可以參加，然後因為這樣子，他不能跟他家人一起出遊，有這樣的經驗。那在食品的話，他們舉的例子可能像是農產品，他們購買的那種禮盒，水果禮盒的時候，那他們會覺得是說，前面在試吃什麼的時候，都 OK，但是為什麼說他們要購買的時候，反而就是說好像感覺說高齡，因為他們年紀比較大，然後可能一次購買的數量不會這麼多的時候，那反而就會被刁難說，那你沒有辦法買那麼多的話，我們都是成批在賣的這樣子的。那所以我們遇到現場的狀況比較少啦，大概是這個樣子。

B：好，那個被刁難跟拒絕的原因，我們看一看那個分析 Q9-1 的話，其實我們發現年齡是一個最主要的變數，年齡太大，反而是最主要的因素，年齡太大，而在食品的部份，是行動不便是最主要的因素，搭車也是行動不便。那我發現一個比較有趣的現象就是說，隨著年齡的增加，食品類的被刁難或拒絕也會增加，租屋也是如此。但是旅遊反而是下降，所以可能我們也要看依據不同的類型，在年齡這個變數，有初老、中老、老老的概念，可能對不同的階段的老人，他被拒絕或刁難的項目可能又是不太一樣的。這個部份我們可以進一步再做探討。租屋來說的話，確實可以理解，因為大家都怕死在裡面，所以這個長輩年紀越大，在住屋市場也是越不利，就越有可能被刁難或被拒絕，確實是有這樣的一個現象。那所以我們可能就是要反過來看這件事，為什麼長輩需要租屋？這個回到我剛剛前面講的，我們要從老人這一端的需求面來出發，來探討這個問題，長輩為什麼需要租屋？長輩租屋的點到底是什麼？那他到底到了這個年齡，他租屋的這個根本的因素到底在哪裡？是因為沒有錢，所以去租屋嗎？還是他以防養老了，所以他的錢都拿去養老了，所以他就沒自己的住宅了，所以他要去租屋呢？還是他的房產都分光了，給孩子了，所以他自己沒有房子了，所以他只好去租屋，或者孩子也沒有要收留他輪著住的感覺，還是自己要在外面租屋？所以租屋的因素，我們要先去探究清楚，然後我們才能了解說，在對不同年齡階段的長輩，他租屋真正的需求是什麼，然後你加

以去滿足，才不會讓他覺得他是被刁難，或者是被拒絕。
其實現在我們因為缺乏這一方面比較深入的一個探究，我們其實沒有人在關心，到底長輩為什麼要租屋，我們只看到一個現象，就是長輩租屋很容易被拒絕，而且很多房東他是不願意把屋子租給老人的，不願意租給長輩的，那這個都是很表像的一個現象而已，並沒有去解釋說明，甚至去解決到這個消費的問題。所以要回到我剛剛前面講的，你要先去探究消費端，就是長輩他真正的核心需求到底是什麼，他的需求可能就是他覺得他需要有一個這個，這個叫什麼？他需要把他的房子讓出來，給他的孩子嗎？還是要分出來，然後他自己需要有一個安身立命的地方，或者是只要有一個能夠遮風避雨的地方，有一個租的之處，有一個棲身之所就好了。這個是他租屋的需求的話，如果只是這麼簡單的話，那我們在未來的消費商品上也好，或者是我們的政策制定上也罷，對於長輩的租屋的需求，我們就可以有進一步的考量，怎麼樣協助他滿足這個需求，那就可以降低他被刁難或被拒絕的經驗的可能性，大概是這樣的意思。
訪：了解，那除了就是我們剛剛，其實就是剛剛老師這邊，就是詢問的一些相關的問題的話，那其實他最後面，我們還是會回到就是說，消費者他們在所謂的消費意識上面的一個認知啊，那其實透過我們調查的話，大概目前知道有消費的保護專線這一個，就是消費者保護的一個資訊的話，大概只有五成的人啦。對，然後大概就是五成的 47%，所以將近也是一半的人，他們是不知道有這個專線，那其中其實可能說像是 1950 他這個消費者保護專線，可能因為都長輩也沒有用過，所以基本上我們所有調查兩千多份受訪者，其實只有 27 個，就非常極少數的人可以說得出來，對，他甚至是說他可能在宣導上面，是需要做加強的，但是也變成是說，可能受訪者他們對於消費意識這一塊，不是那麼注重，所以他們在可能說消費的一些保護的資訊上面，不是那麼地關注它。那可是我在消費契約，定型契約這一塊，他知道的人，比例的話呢，又比消保專線更少，可能只有兩成的人，是知道有這個東西。但是其實他們知道會不會去使用這個又是另外一個部份啦，那其實我們在這樣調查的時候，就是陸陸續續發現，其實知道消費者保護專線的人，他們覺得需要教育訓練課程的比例是高的。
B：高的。
訪：反而是說在另外五成不知道的人，大部份都是落在沒有意見跟不需要的上面這樣，對，但是像是在契約的部份，其實表示不知道有定型化契約的人，大部份是覺得需要教育訓練課程，這是一個很好玩的地方。就是他們可能就是在說未來可能要在推動，像現在消保處他們這邊初步的規劃的話，可能是說未來就是有高齡的友善購買的認證，然後跟他們現在有一個種子教師的培訓，可能到地方像是樂齡的這種方式，然後去地方這邊來做一個活動教學，這樣子教育訓練的課程，但是其實就是變成是說，我們調查當中的話，跟只有三成的人表態說，他們覺得是需要這樣子的方式的，

那可能是在我們消保處這邊，未來在推廣的時候，可能感覺上面在推動的時候，還是有些困難。那我們要怎麼樣去加強受訪者的這種需要教育，或者是他們需要這些資訊的一個意識。

B：很好的問題，消費者的保護確定在長輩這一端，非常地不足。不管是宣導、教育或者是相關的這種電視，我們都有很多努力的空間。那這個也是從兩方面來看，第一個就是關於消費者保護，尤其是長輩的消費的保護這件事情其實那個不只是政府，不只是老人的責任啦，就是政府這個機制這個環境的責任，其實是很大的。就是說長輩其實在很多消費的行為上面，他是相對弱勢。因為剛剛我們前面談，他要決策的時間也比較長，他不容易很快地就做下一個決定，因為他需要很多方面的資訊來做比較。這是他的一個消費特性。那所以你要保護他的消費行為的時候，這個其實有很多層次，不只是品質的問題，安全的問題，甚至你有沒有願意給他更多的時間或機會去做一些選擇。這也是保護的，對高齡者消費保護的一個項目之一，所以這邊談到契約也好，或者是說相關的一些宣導跟推廣，這些都是很需要做的。甚至我們的，我們針對長輩的一些定型化區，為什麼他們知道的比例這麼低，或者是根本都不太關心。原因是今天就算你把定型化契約放在他面前，請他用，可能他都不太會用，或者他也不覺得需要。因為他用起來就很不便利，這不是 friendly 的一個東西。這不是對長輩很友善的一個東西，所以我們甚至我們在做這個定型化契約，我們是不是未來也可以考量，做所謂的銀髮版或者是說精靈版，金髮銀領族，我們要設計貼近長輩需要的一種格式，不管是字放大的消費定型化契約，或者是甚至誰說消費定型化契約不能用圖式，可以啊，你可以畫一筆漫畫，或者是用圖式的方式來告訴他這個消費應該行為應該要怎麼樣做，這也是一種可能的解決策略。就是你要讓長輩更輕鬆便利的去了解到底有什麼的機制可以保證他。那他今天之所以不關心也好，或者是他不了解這個訊息，確實就是我們這方面的機制做得太少，然後對他來說，沒有什麼太大的實際的效用。甚至很多受訪者也不知道消費的保護專線，因為他根本就不會去打。他不會去打這個專線，因為打了這個專線對他實質的效用到底是什麼，可能他自己搬石頭砸自己的腳，他自己更累，因為他還要自己去舉證，他到底哪裡被騙，或者他覺得哪裡不好。他要花很多的力氣跟時間的成本，然後來去針對他所陳述的這個消費的一個狀況，然後再去做很多的補充證明，他自己要去做很多這樣的證明，那你覺得這是對他的保護嗎？還是對他的懲罰？對一般人來說，你可能你有年輕人，年輕力壯，血氣方剛，你也有這個精神、時間跟精力，甚至體力跟知識跟管道，去做這些 fighting 的動作，但是對長輩來說，這些動作對他來說，他已經在有限的生命當中，你還要再浪費他的生命嗎？所以相對來說，這些保護的工作，我認為我們跟尤其在銀髮族的消費的保護上面，不應該把這個責任歸咎在銀髮族身上，而是我們的這個整個政策還有整個環境，消費的環境都需要更高齡友

善，更做到保障長輩消費的一個權益的一個部份。
所以目前的保護確實夠不夠呢？確實是不夠的，應該再加上哪些項目，受訪者提出像假牙補助啊，提供量血壓及拐杖購買的補助啊，其實這樣的回答，也不夠精準。他不只是補助的問題，他是說那個保障夠不夠，所以你買了這些東西的品質有沒有保障，或者是說你消費這個食物的安全有沒有保障，這件事情其實才是長輩更關心的一個點，還不只是補助你錢讓你去買這個東西，補助你再多的錢，你買的東西是不安全的，是不 quBlity。那長輩也是不會開心啊，一樣的問題。所以我們現在要談的是怎麼樣把這個消費的安全機制給做好，讓他知道說他付出了這個錢，可以買得到他想要的品質的東西，這個東西就是一個消費安全的確保。
那再來就是後續的這個保障的部份，你到底做了這樣的保障技術，對他實質的效益何在，尤其在長輩的消費當中，你不要讓他為了去保護他自己的消費權益，然後把他自己搞得更累或者更忙碌，而是應該我們有一些機制的設計，剛剛前面講除了契約的格式的改變以外，剛剛你也有提到說，像有設立一些什麼高齡友善商店，或者是商標啊，或者是一些認證啊，我覺得這就是一個很好的一個想法跟做法。讓長輩很安心地知道說，我在這邊消費就是 OK 的，或者就是可以得到很合理基本的一個保障的。甚至發生了一些消費的爭議，或者是糾紛的時候，我也可以得到友善合理的對待的，有這樣子一個機制，或者是認證也好，或者是標章的系統的建立，這個對我們的銀髮族的消費，我認為是保護嘛，消費的保護認為是很有幫助的。
訪：那大概的話，就是下面是針對我們這一次調查跟我們座談會當中發現一些狀況啦，那我可能最後跟這邊跟老師問一下，因為其實像是消保處他們其實在推動這個所謂的高齡者的消保政策的，其實還蠻久了，從 80 幾年的時候就開始推出到現在，那只是說呢，他的整個的綱領的草案呢，到今年的二月才剛通過而已，對，那其實在這個上面的話，它的推動的政策的速度是比較可能說不是那麼地，就是他們是消保處這邊他們有說啦，他們在這個政策推動上面遇到了蠻多的困難，主要就是說因為高齡者的消保的條款跟目前的一般消費者的，他們差異點，就是不夠明確。
B：這就是問題所在，因為大家對長輩或者是高齡者根本就不了解，或者根本就不在乎，因為大家就把他當作一般人，可是你看看今天我舉一個很鮮明的例子，你今天把一個六歲以下的兒童，你都知道不可以把他單獨放在家裡面，因為我們有兒童保護法，你要把六歲兒童單獨留在家裡面，就是犯法的行為，大家已經變成 co 訪訪 on sense 了，因為兒童福利法推了二十幾年，我們現在就很了解，可是從來就不會有人去思考說，把一個 96 歲的老人放在家裡面，可能也是一個犯罪的行為。難道 96 歲的長輩一個人單獨留在家裡面，不危險嗎？他會遇到的危險，可能跟一個 6 歲的兒童單獨留在家裡面，是差不多的。他也可能會留在家裡面，他會跌倒，他

可能跌倒就骨折，他可能會開火就忘記關瓦斯，他會遇到很多的風險。只因為他高齡，他老年，大家就忽視他，或者是不覺得這是一個問題，認為他是，你已經是成年了，他就應該為他的行為負責。實際上六歲的兒童之所以要被重視，我認為到了一個年齡的以上的長輩，其實也應該要受到相同的重視跟待遇，可是我們確實到目前為止，整個社會的氛圍或政治的走向還沒有走到這個地步，但是未來我們在考量，不管是消費行為上，我們現在對一般消費者跟長輩，高齡的消費者我認為是絕對有所差異的，而且也應該要把這個差異給細緻化地區分出來，那怎麼做這些事情，就是我們這個調查做的一個很好的一個基礎工作。

訪：沒錯。

B：我非常贊同。

訪：對，所以其實就是我們也是希望說，我們這個調查做完了，因為他們其實前幾年在做的都是國人消費，都沒有做過針對高齡者的，那我們當然也是希望說他們這個調查其實應該要延續性，因為其實做一年的時候，你沒有辦法發現太深入的問題。

B：沒錯，沒錯。

訪：對對對。

B：沒錯，而且我們現在的問題非常地好，都非常到位，而且也很廣泛，包括從消費的決策，包括消費的行為到消費的糾紛，然後你們有從消費提供端，也有從消費者端，就是被拒絕的這些經驗，我覺得這個消費調查的問題非常全面，我也非常希望消保會，消保主管機關能夠持續延續這樣的一個調查，要系統性地把它整理出來。

訪：對，因為他們現在的所謂的消保計畫還在，也就是說他們的區分重疊的部份啦，這一塊可能對他們來說是比較吃力的狀況，因為可能就是像剛剛綜合上去的。

B：是，我建議這個部份除了我們有統計調查的分析，而且我們也重視到高齡者越來越多，消費糾紛或消費的需要也越來越大的時候，我們不只是把它看作一個消費行為，我們要有不同這個年齡的觀點，就是要找一些老人相關的學者專家也進來這個消保相關的這個會議，或者是共同來思考怎麼樣建構所謂有區隔性的，或者是有針對性的，針對老人和高齡消費的這個議題，能夠把相關的法規或者是相關的可能的政策，把它再勾勒出來。這樣對我們，未來在做高齡者消費的保障這一塊才會更具體更明確。

訪：了解。好，就大概的話，我們可能，因為主要是針對我們調查的結果啦，那剛剛就是也謝謝老師幫我們補充一些相關的那個資訊這樣子。

B：謝謝。

訪：對，那可能說如果後續的話，我們有一些相關要補充的話，可能還要再麻煩老師這樣子。

B：沒有問題，非常歡迎。

訪：要再請教您一些問題。
B：好，沒有問題。你們辛苦了。
訪：不會不會，其實這樣調查起來，還蠻有趣的，因為也是我們第一次接到高齡的一個研究案，對。其實他們這一次做的算是從 55 歲以上，就他們有所謂的從初老的階段可能就納到我們這一次的調查，對，所以其實如果說切分出來 65 歲以上的可能會更加不同，我們有想過。
B：其實也未必，我覺得你們能從 55 歲就開始拉，也很好。第一個是樣本數才夠嘛，因為畢竟是要做問卷。
訪：對。
B：那第二個就是其實你們是提早十年就要做預備啦，不要小看十年，十年很快的，他現在其實 55 歲，而且以原住民來看，他其實就進入老年階段，你這在為初老做準備，然後你可以提早地搜集到他們的一些訊息，而且 bBby boo 訪 er 這一代，可能邁入 65 歲的年齡，你等於是把這一代的人口一起抓進來，這個這一代的消費的行為跟樣態，跟更老一代的這個消費行為的樣態又很不一樣，所以我覺得這樣的調查是很有前瞻性的，而且是很值得繼續下去的。
訪：了解，非常謝謝老師給我們的肯定啊。對，那可能說我們後續的話，我們會再回去把就是今天訪談的結果跟我們的一個分析的結果再做一個記錄匯整啦。
B：好，謝謝。
訪：然後我們會盡快處理完，然後再給老師這邊過目一下，看說我們今天的會議的內容的話，有沒有符合老師剛剛講的一些狀況這樣子。
B：沒有問題，謝謝。
訪：再請您幫我們確認一下這樣。
B：謝謝。
訪：對，不好意思，耽誤您蠻久的時間。
B：沒有問題。

526
527
528
529

(結束)

七、學者深度訪談

時間：2016/12/07　17:00-18:00

學者 C：專長為高齡住居與環境規劃、高齡社會學、產業分析、都市及區域計劃、地政、不動產投資；服務單位：國立空中大學

(訪談開始)

訪：就是調查一些高齡者他們在獨立生活面或者是什麼健康跟他們生活型態的一些調查研究，老師對於這方面有沒有什麼樣的看法或者是建議。

C：我發現消費者保護法，不是只有對高齡者有障礙，事實上是很多受訪者都不知道有這樣子的法令的規定，所以其實像您剛剛那個量化研究方法裡面也有談到所謂的定型化契約，然後針對特定行業裡面的定型化契約的範本又是長怎樣。事實上我覺得一般受訪者都不太曉得，就更不要去說高齡者。然後消費糾紛的事件處理的部份，我覺得對高齡者來說那更是一個麻煩，因為基本上連我們這種一般受訪者要申訴它都要叫你先上網填寫，然後先去跟商家先申訴之後，商家沒有做成回應，才要再去縣市政府裡面的申訴委員會去申訴。可是其實如果商家在拒不處理的時候，他這時候就是要去找消保官然後再來打申訴。

訪：耗時。

C：對，就是對我們一般人來說，我覺得都是一個很大的障礙，所以我覺得這個高齡者來說那個情況會更糟，事實上像我自己現在有在帶所謂的樂齡大學，我就發現來上課的平均學歷其大概只有國中而已。所以其實學歷上已經限制了他很多知識的了解，所以再去講消保法，對他們來講是一個很大的困難。所以樂齡大學在這個部份是有規範的，教育部它其實有強調說我們要上幾個小時之外，也有它指定要宣導的課程，它指定宣導課程裡面就包括消保法的規範。

訪：哦。

C：但是我只能說宣傳的效果是非常的慢跟微弱，我們一年這樣才招收 30 個。那以新北市地區來說好了，雖然有 20、30 間學校在招生，可是問題是這樣其實才兩三百個人。接著下來我們雖然有定型化契約的規範，可是很多的麻煩還是來自於政府並沒有真正地去檢查，而且也沒有辦法真正去檢查，就是這一些商家是不是有照樣用定型化契約範本，因為事實上我們一直在說消費者保護法裡面它只是說範本是叫範本，你只要不違反它規定的時候，還是可以用自行的版本，那在投機取巧的情況之下，其實他們還是會很常在範本裡面去做不實的廣告。譬如以房仲業契約範本來說，我們有強制規範消費者有契約鑑賞期或

者是包括廣告物就是廣告的內容等等的都算是合約的條文之一。後來其實很多的業者會發明說叫消費者自己在旁邊簽名，本人自願放棄審閱等等之類的。可是我們沒有辦法在三個小時的課程裡面讓所有人知道原來合約有這麼多的陷阱。所以我還是要再多去推廣啦。然後其實我們跟他說這麼多他的認知還是非常的有限。就算這些人他們真的有去看這一些商品，譬如說它的內容物啊含量等等之類，但其實他們有一個很大的障礙是看了之後有看沒有懂。所以雖然我覺得說大家都已經知道消費者有一些權利，可是到底真正的權利是什麼？好像也沒有真的那麼的了解，所以我覺得這個是現在對很多高齡者來說的一個很大的門檻跟障礙。第一個就是說對於知識他其實不是很充分，那第二個再來就是說因為我們消保法雖然在宣傳，可是因為宣傳的時效很短，這其實也常常會導致一些本末倒置的現象出現。所謂的本末倒置的現象譬如說我們現在都一直講說商品都有所謂的鑑賞期，在消保法的規定所有的商品都有鑑賞期。

訪：好像有的實體店家會說你在實體消費就沒有這樣的權力。

C：所謂的鑑賞期是說我沒看到東西長怎樣，所以寄來的時候我看一看鑑賞一下好不好行不行，好我就買，不好就還你這樣。可是實體店家基本上如果它不是瑕疵品的話，它不提供所謂的猶豫期、鑑賞期，可以供這個消費者去退還，其實他是有理的。可是如果在宣導上面沒有非常的精準的時候，就會有很多的人會誤會說所有的東西買回來都有鑑賞期的時候，也就衍生出很多的新聞事件啊。所以我其實我覺得消費意識在台灣是抬頭了，但是彼此的權利義務到什麼樣的地步，這個會是一個麻煩。

訪：嗯。所以說其實我們現在政府有規定，就是限定說非實體店家的購物性質才有辦法有所謂的鑑賞期存在這樣子。

C：對。

訪：嗯。好，然後契約的部份可能就是這樣子這一塊。再過來在我們現在就是 55 歲以上的受訪者現在訪問結果出來，大部份的受訪者還是表示說最需要的商品或者是最欠缺的還是以食品、家用品這些為主。那在這些購買上的話可能就是會有遇到問題，比如說他們可能覺得價格太高，老師對於這一塊有沒有什麼樣的看法呢？

C：可是我覺得價格太高這個東西很抽象。

訪：比較主觀意識一點。

C：其實對很多高齡者是這樣啦，大家也知道人走到那個階段之後就是怕老跟怕死，那他就會聽到很多人講說吃什麼可以防老，吃什麼可以比較不用那麼早走等等之類。其實這很多東西當然本身它可能就是屬於昂貴性的商品，有些時候這些昂貴性的商品純粹就是一個商人的手法。台灣的很多高齡者其實那個知識性並沒有我們想像中那麼高，還

是訛以傳訛得非常嚴重，所以我覺得那個關鍵是在於說怎麼樣讓我們的高齡者對於他消費的商品具有一定的知識這個很重要。

訪：所以老師覺得應該如何政府那邊應該如何提高教育就是名額呢還是說……

C：對，譬如說它可以辦一些所謂的鄉里性的演講活動，或者是說一些所謂的宣導短片。回過頭來像我剛剛講就說因為現在我們人口整個高齡化之後，其實政府對於高齡這一塊是非常的燙手，我們也都知道說其實照顧高齡最好的一個方式不是把他們關在家裡面，是最好叫他們統統都出來，在我們過去的很多研究裡面也發現說，其實讓高齡者有比較多的知識，然後教育程度比較高，也是降低憂鬱症或者是說醫療消費的一個很大塊的保健。然後他有這些社會網路的支持，就會有一些正確的消費觀念或者是用意概念等等之類。我覺得既然政府都願意花這麼多錢在辦理樂齡大學這一塊，那表示說有一些經費去協助譬如說各村裡去辦理這種有意義的演講，像那個 45 分鐘的村里性的補助演講等等機會的這種宣導或者是說電視短片的宣導，其實我覺得這是比較重要的事情。

C：其實事實上現在有很多人會希望，就是說針對高齡化的那個消費的商品部份，最好是可以做一些區隔的標識，譬如說紙尿布有成人紙尿布也有嬰兒紙尿，譬如說我做成人的，我可能是一個固定的 mCrk 或者是顏色，那也便利高齡者去買的時候，只要看到這邊粉紅色有愛心的，就一定是老人的成人紙尿布，所以這針對高齡者去做特殊設計，我覺得這個部份對於商家來說也是一種市場商機的開發，畢竟人口老化之後，高齡者的這個消費力事實上是不會差過於其它族群的。

訪：我們在訪問中的時候有問到受訪者在消費的時候有沒有感受到店家對他跟年輕人的差別待遇的時候，像是在講解的時候可能因為你是老人家，就會覺得說你都不懂，就會快速帶過。那這個情況的話，就是讓他們增加對銷售人員的教導嗎？

C：其實基本上這個就是所謂的消費歧視的部份。那這個部份其實只能夠針對一些商家提醒他們對於員工的訓練，當然我覺得政府也可以做友善商家的認證。當然這個友善商家不一定只有對高齡者，它同時也是對幼兒友善，跟譬如說我們有身體障礙的人也是一種友善。所以我覺得可以嘗試釐清一下對老人來說，他現在最常被歧視的項目是哪些，針對比較重要的項目先去做一些認證制度的建立之類的。

訪：就是優先從他們最常會接觸到的商品。

C：對，或者是最常出現糾紛的品項，最常出現糾紛的品項我舉個例子好了，像那個銀髮旅遊，因為銀髮市場的旅遊我們雖然都有一些定型化的契約，但是那個定型化契約這麼多條，什麼時候可以臨時不要參加或者是到底發生什麼事我到底可以退多少錢，就是經常會出現糾紛的

一個定型化契約行業，因為它相對來說真的是法條也很多，很難辨識的一個消費型態。

訪：嗯，在契約方面老師就是一直在強調就是應該加強他們知識或者取得，就是提升他們的知識的能力嘛。

C：對，然後該怎麼樣去跟人家簽訂那個定型化契約的過程。譬如說消保法裡面也講啊，所謂的什麼定型化契約條款跟特別磋商條款。

訪：特別磋商條款？

C：對，你看有幾個知道這個東西？所謂的特別磋商條款我最常舉的例子譬如說，可能有一些消費者出國很想帶一個什麼什麼商品回來，旅遊業者說好了好了現在不景氣這個額外送你，所以將來回來之後會給你一個你想要的當地東西這樣子，譬如說伴手禮等等之類的，這個全部都包含在我們的團費裡面，可是原來都沒有寫在定型化契約裡面，這個就是所謂個別磋商條款，消費者有特別的要求。就是我們兩個協商之後同意了，我說我附帶送給你這個，你當然很欣然接受。可是問題是糾紛就發生在後來啊。

訪：糾紛？沒有實現？

C：對，沒有送。可是因為沒有落於白紙黑字，因為很多商家他會說定型化是政府規定的不能改，其實所有的範本都可以改，消費者保護法的一個最根本的原則它就是說所有的條款都要做有利於消費者的解釋，如果條款的記載有顯失公平的話，視該條款為無效，所以沒有不能改的法條，所有法條都可以改，那可是問題是常常消費者不知道可以改，或者是自己寫下來也算，所以會沒寫，以後就會有糾紛。。

訪：嗯。

C：所以打贏的人他未必真的有道理，但是因為他的證據很多，所以我們只好相信。可是我因為拿不出證據來，你說我白紙黑字在哪裡不知道啊，所以就沒得好講了。

訪：好，老師講得好精采，很多法條類的老師都很了解。老師剛剛也講到高齡者他們在理解上面會花更久的時間，所以教育這一塊應該從現在開始 50 歲開始做起，應該比較.....

C：我只能說我剛剛講現在樂齡大學有做，因為它是政府指定課程，就是教育部指定課程。對。好像大致上我昨天稍微看了一下那個你的提綱，大概我覺得想要知道的是這些東西，我不知道其它的還有哪一些是你們需要的。

訪：比如說老師對於高齡者這一塊，你會覺得他們可能來上課的這一群人，他們平時生活中有比較欠缺的東西嗎？

C：我會明顯地發現鄉下地方最大的問題就是欠缺正確資訊。

訪：所以可能就是之後的資訊類別可以從這一塊下手。

C：對啊，因為我覺得這是台灣人的消費慣性啦。他們的消費資訊上面的

以訛傳訛是一個很大的麻煩就是這樣。

訪：所以老師一直不斷地在我們的談話中就是要加強他們的知識，那能來學校參加多半都是身體還可以的人。

C：對。

訪：那針對那些可能行動力已經不便利，可能很多事情都要代勞的部份，那他們在消費行為認知上面，也是透過電視畫面廣告宣傳的方式去讓他們了解嗎？

C：當然其實我剛剛講那些媒體讓高齡者了解這些資訊，是因為媒體它傳播的速度跟廣泛是比較廣比較快的。如果是要針對你剛剛講的那種已經沒有辦法出門，然後需要別人代勞的那一些，這個時候我會覺得像剛剛講的那個商品的包裝分類區隔化，協助這些已經有一點失智或者是殘弱老人。

C：好，謝謝。

(訪談結束)

八、學者深度訪談

時間：2016/12/09　11:00-12:00

學者 E：專長為民法、消費者保護法、產品責任法、文教服務民事責任、歐盟法、環境私法；服務單位：國立台北教育大學

(座談會開始)

訪：這次調查可能從整個調查過程或者是問卷上面或者是結果的部份有沒有什麼看法或者是想法，可以跟我們分享一下。

E：就是說如果你們要寫量化就是把它做出來嘛，然後再質化的部份就是因為最後你們是要做建議，那建議的話我建議你可以搭配消保處的現在的政策，它在網頁上你們上次有提到高齡者消費者生活保護的政策綱領，這個綱領裡面所它要做的一些政策目標，就是說我們定了這個政策目標，逐年要去推動的策略的部份搭配這個可能出來的結果做一個比對。

訪：嗯。

E：其實它是有放在網頁上。然後比如說像我們這一次，就是說問卷出來，因為它每年做一個問卷就是要想今年我們的政策目標做一個檢驗，就是說我們到底達成多少，什麼地方還可以再去改進，我們再從中間把它找出具體可做的事情。從你們的問卷跟我們的政策目標其實都可以結合起來，就是我們可以把它歸類成幾點這樣。好像第一個說因為這個政策目標在網頁上說如果你在寫最後結論的時候，因為你們是消保處 委託的計畫，那你一定要回應它，這樣他們對你們的結論就是一個正式的 委託，這樣才有成果啊。所以你看政策目標這邊有四點，其實跟你剛剛我們訪問的那個這個第一個就是他的生活需求，促進他的便利還有尊嚴的問題。那我們可以從這裡面歸納出來就是說高齡者其實他主要的消費的需求、便利、尊嚴是在他的生活必須上，因為高齡到 55 歲以後，大概是進入安養的階段了，那所有的生活就是自己生活周遭的健康然後照顧，基本需求這一塊，所以像便利還有他的尊嚴，尊嚴就是他在做消費的時候，像你說人家要尊重他，要有耐心特別地跟你解釋，不會因為你是比較年長者就是覺得會不耐煩或者是什麼，或者甚至會欺騙你。我們等一下還有一些這個重點，所以你在最後寫稿的時候，你如果把這個計畫你送出去的結果要結合，因為它這個綱領，第二個你看避免高齡者受害，維護他的權益跟生活環境品質，那這個講的這些都是有關的。像比如說你可以歸納說他們對於食品、藥品、電器，然後價格太高，因為價格太高這邊我後面還有一點，有寫到價格的問題，你先看這三點。

訪：嗯。

E：第三個就是提供高齡者友善的諮詢，友善的消費諮詢跟救濟，救濟就是說在你最後有提到，就是說他們都希望在這個比如說辦宣導是在鄰里，宣導手冊的印制、發放，那我們等一下可以建議說這個地點可以因應他們的出入比較多的地方，比如說他們可能會，因為你的問卷是說在菜市場，那我們有可能就是說各縣市或者是政策上各縣市要推動消保，有很多的消保志工，那他們可以到那個老人活動中心還有市場弄一個攤位什麼的，然後你在菜市場一個早上發的，可能會比你去鄰里活動中心，而且有些人行動不便。像我們一個裡或者是這個區裡面老人最常去的地方聚集，有時候就是公園，那你去公園發放，他們自己就可以去公園，你不用去急他們過來，我們去找他們，而不是他們來找我們。因為老人有些他會看你是北、中、南的老人活動的地區，有些是南部，老人就固定在那裡，我們可以志工或者是工作人員就去找他們，因為他後面還有一些針對獨居、教學程度低、偏鄉，這種就是我們要去的，所以可以就是說你可以從你現在看到的數據然後你在寫報告的時候，就針對這些。

訪：嗯。

E：因為這個是消保處既定的一個 guideline，它要照這個逐年去做。那它要做的事情一定要把它呈現出來。

訪：回應在報告裡面。

E：對，然後再做進一步的建議，就是說我們的政策有在推，因為我們說在準備嘛，就是慢慢往前，因為我們慢慢就進入高齡。有可能 55 歲其實現在 55 歲的人如果他健康不差的話，他不會覺得他特別需要照顧。

訪：對。

E：但是有可能其實 55 歲現在還算很年輕啊，但是我們就是先準備啊，所以你問他更需要的大概就是 60 以後，還有跟他的健康狀況有差或者是教育程度，因為他的生活的便利性。所以我們最後在寫報告的時候，就把你這些質化的部份跟他結合，那這樣你去做 PPT 這個可能你要這樣，可能他們消保處的政策都是在這個架構下，我們就分成這幾個跟他講，像強化高齡者的行政效能，落實權益保護，這是我們剛剛說的這些，行政上有哪些措施去推動。再來就是策略，因為這個是目標嘛，目標策略推動的方式。像你看這一點就是說可以回應它，我們要你看鼓勵企業經營者開發跟提供適合高齡者的安全。因為你在問卷裡面也提到特別是除了說食安或者相關的，像商品安全有一個問卷嘛，就是男性會重品質，女性也是會重安全、產地、價格。那這一點剛好也是非常符合，就是說我們定了這個策略是很重要要去落實。好像安全的部份便利還有價格合理，因為我們目前看起來就是價格的問題比較高。就是說看怎麼樣可以把這個需求跟它的價格還有品質，當然說有些品質很高價格就很高，但是有一些就是有一個讓這個高齡者有選擇可能性的，因為不是每個人都可以選到品質那麼高價格那麼高的。那這個跟後面的長照就是說政府說長照是有關係，所以你如果基本上

剛剛得到這些就可以再把它落實進去，像第二個促進消費者，提供對於高齡者友善的，這種像友善就是很重要，友善的行銷跟售後服務。你剛剛問到的都是行銷，其實還有售後服務的問題。

訪：嗯。

E：服務的一些規約，這是政府要去定訂的，其實現在還沒有，這個就很重要。我們以前都是比較重小孩子，就是未成年人的一些保護。現在我們的法律也都修改了，就是對於成年監護那一塊，就是因為現在老齡真的超過我們原來想像的高很多，因為你在 65 歲可能到 70、80、90 這個階段，後面還很長，所以有時候可能會有失智啊或者是你真的已經自己沒辦法處理事情，但是你又也沒有，因為我們國人不太習慣會去幫你辦監護宣告，除非他已經變成很嚴重植物人那種才會，因為他什麼事情都要人幫他。所以那一塊就是只有出現我們的一個重點。因為我們就是老人越來越多，可能年輕人越來越少。所以就是說這個看起來不是口號，真的要去做，那你就把它寫進去你的結論報告，這樣子應該是比較好的。

訪：其實它好像 105 年，今年年初。

E：對，它本來是一個指導原則，但是就是變成政策綱領就很重要。像我們電子商務也是先有政策綱領 guideline 先出來了，因為要通過一個法案沒有那麼快，法案是一個 pEckEge 很大，所以你在因為你也是行政院消保處 委託的案子，那你當然就在它的主軸下，然後給它一些回應，就是說我現在要推的這些政策就可以去看，然後你上網可以去看。然後那個好像這種標章我們現在還沒有做，像比如說老人的駕駛那些，我們現在已經開始在做了。就是它會聯動，其實日本比我們早很久，所以我們後來說參考國外的經驗裡面，像日本老人法，美國啊，那日本跟我們的國情比較接近，所以友善設施還有很多，比如說環境的友善，行動還有安全，就是他的各種對老人比較會影響他的，就是讓他行動各方面還有很多空間吧，比如說像大賣場，其實我們台灣是還蠻危險的，對小孩對老人行動不變還沒有很友善。就是你在撰稿的時候就盡量把你現在的這些量化質化結合進去，因為這邊要寫一個建議，然後再做一個其它的，就是說你可能還有更好的，其它就是說要推動。然後這個我覺得當時因為我們在消保處定了很多東西都是看很多數字，你就照著它寫沒有問題。然後你其它的意見就是寫在後面，那你只要觀察到它的現況是這樣，然後有做哪些，哪些可以再繼續還能進一步，像老人友善的認證標章環境應該也是重要，然後再來就是弱勢高齡者這一塊，基本生活要有能力購買的這些問題。像日本他們已經討論到就是不能買太多，就是過多的，就是我們鼓吹他買很多。所以他們日本有定了很多法，有一次日本教授來給我們台大這邊來交流我們一起去交流，像你後面有提到消費者教育那一塊，除了一般的消費者以外，是老年人的消費者教育他們做了很多。

訪：日本。

E：日本他從小到老，因為有些老人他會買太多，就像訪談有提到說他可能有一次被人家鼓勵鼓舞了去買，來不及去退貨或者是懶得去退貨，我以後再也不要做這件事情，那他就會怕說我一次被騙就害怕，然後他再來就不敢去消費。有些是他一直鼓勵他買太多的，就是因為其實老人到了一定程度，他的消費力應該是下降的，就是說基本不用那麼大量地去買，看他生活的型態啦，所以這些就是我們對於老人的消費者保護，就是這些層面要去顧及到。所以像這邊你就照著它寫，第一個滿足他的需求這幾點，然後再來就是避免他受害，這個正確的資訊，資訊這邊就是說那你可以注意說我們是除了對高齡者還有他的家屬也是可以的，所以我們教育的對象有時候是他的家屬或者是陪伴者，因為我們很多都是外傭啊或者是什麼，這個也是我們可以建議他的，可能他照顧的人啊都可以一起來，那可能他就是外籍啊，可能就有更多的要學，語文各方面就比較難一點。就是其實陪他的照顧者還是蠻重要的。然後再來就是獨居跟教育程度比較低的，或者是偏鄉的。那你可以看一下你這一次問卷，因為我們有屏東那些，甚至有一些是原住民部落又比較特別，就是用這個來撰寫。再來就是剛剛說的多元管道的部份，老人或者是樂齡學習的，就是說他們有一些老人的一些活動，就是上課的地方啊還是他出入的地方活動的地方，甚至賣場啊各方面都可以去。像你剛剛說傳單嘛電視傳單，提升那個教育宣導。在寫的時候就是可以以這個為一個架構，然後把它搭配上來，就像防詐騙這個也是。

訪：嗯。

E：然後像你問到食品、藥品、健康食品、保健食品，所以應該是我們這個都有考慮到。再來就是說我們政府也是有在做這個高齡的消保教育，然後它有專案種子師資有在做培養，怎麼樣你可以讓種子師資應該到哪裡去，種子師資的來源。我們也可以找一些年長者自己說去告訴他同樣年齡的朋友，這樣也是一種更好的方法。然後再來就是維護他的安全跟公平，就是服務標章的這些設計，這個就像你剛剛說的標識這些，然後商品表識，因為他們也都是注意這個，我們一般老人這邊他們也是很重標識啊，所以商品標識要特別重視，有時候就是說有沒有可能說標識特別注意到高齡者，就是我們現在的相比標識是比較注意未成年人，你可以發現很多地方。但是對於高齡者有沒有什麼特別標識上面要注意的？還是說可以一起把它放入注意的內容。像我們說藥啊或者是什麼，就是說它那個商品比較容易是高齡者接觸的用的，我們就要特別針對它去警語跟標識。像國外就是這樣，像有危險性的，可能是老人或者是小孩就是要注意的。那我們可能會針對小孩。

訪：譬如說 3 歲以下禁止食用或者是那種標識嗎？

E：譬如說你去哪一個場所就怕他跌倒，我們可能也是會寫說行動不便者怎麼樣，可能說高齡者要特別注意，就是說很多地方就是標識上有沒有什麼可以去提升的，這都是可以去做規劃。如果我們有特別注意到這個族群

的問題的話。那基本上我是覺得我們這個寫得還蠻多的，而且有很多還沒有做到的。像這個後面這種就是因為我們目前的訪談沒有做到這麼深啦，像比如說收集那個不法市政的這些問題啊，我們的高齡者好像還沒有這麼積極，然後提高高齡者的財產信托、監護跟輔助的制度，就是剛剛講的推廣，因為我們國情就是說這一塊是比較多一點，慢慢就是說可能年紀長了之後，心智真的達到法律規定的要可以受監護權的年齡，這也是保護他的或者是他的財產可以信托。因為有些他可能是獨居嘛，剩一個人，可能要特別去注意他的這樣。再來就是最後第三嘛就是來到剛剛講的救濟的管道，救濟的關懷啊，像結合常照、慈善、鄰里，那你問到的好像就是我們現在都比較尊重鄰里的組織啊。就是可能有一些公益的慈善啊，如果我們現在長照如果推得好的話，是可以把它結合起來來保護他們。然後再來就是因為剛剛講的這四個目標，然後下面是說我們的一些做法，收集受害案例的資訊，那你像我們這個計畫就是在收集，因為剛剛有看到他們電話詐騙的，雖然可能不多，但是有可能它是一個黑數，因為你沒有問到他們的，剛好問到就有多少，電話詐騙應該是亞洲非常多的。最後就是其它的做法，所以你在寫的時候也是會針對我們現在四個我們這個基於我們國家政策的這個高齡者消費者保護綱領的四大政策，最後就是其它，你有觀察到其它你就給它列在後面，這樣子好像你看我們要定型化契約的事項，那你可以建議它針對老人的部份，因為他們有時候知識水準或者是專業教育沒有那麼好的話，用一些比較簡單的文宣來宣導那個定型化契約的意義啊法律規定，讓他們比較容易了解。其實是有，然後這個你看主管機關在定相關政策的時候，盡可能請他們來參加，或者是種子師資培育也是由高興者來參與。這樣子他們更有同理心同一個講給自己聽的話，那他們就更會接受。那再來就是相關法規啊。然後後面有一個你可以再寫一下，你可以去看一下他們有辦了很多，103 年開始，所以他們也是做了很多的活動啊。他們各縣市也都會辦，然後我們有高齡者，就是宣導的資源部份已經有高齡者手冊，然後我們有短片，只是說它這個短片是在網頁上，就是說我們這樣的宣導這麼好的短片怎麼樣讓更多的年長者可以看到，是不是我們可以主動把這個手冊放在什麼地點給他們可以取閱或者是我們去找一個時間去發，或者是鄰里可以播放還是哪裡場所樂齡教育的課程可以提供他們免費的可以給他們去，就是我們到這個樂齡學習的場域去跟他們溝通，就是讓這個資訊文宣可以宣傳，因為不是那麼多的高齡者都會自己去上官網去查，然後它是透過一些慈善團體把這個訊息這樣廣播推廣出去，那特別是非都市的地區，鄉下啊偏遠的可能更不懂了。都會區應該還好，就是老人還好一些。所以他就會比較便利也會比較知道，偏鄉的話就會比較特別。

訪：因為其實在交叉的時候有看到一些譬如說職業是農林漁牧者，其實他對於這一塊並不是那麼的在意，他會覺得……

E：對啊，因為他們的生活比較……

訪：單純，是嗎？是叫單純嗎？
E：就是他會買的東西也是比較固定的，可能也是藥品，在他農林漁牧之外，而且需求也沒有很大的量。現在我們還有一塊就是說安養，然後像你剛剛有問到說他去老年者去做交易的時候被拒絕的感覺，可能就是說像老年者租屋他如果要去承租房子的時候，他可能也沒有這個經驗，就應該是普遍上好像有一些部份，所以才需要長照或者是國家這些提供老人的住宅安養，或者是你如果有疾病者患病的，就需要一些公共的照護。
訪：所以其實消保這一塊跟長照這一塊兩者其實是相關聯。
E：可以結合。
訪：可以結合一起執行這樣子。
E：對，因為長照可能就是說你看長照涵蓋的內涵是多少，長期照護，可能它主要是他的安養、健康、照護各方面，我們還要給老人更多資源，這雖然是一個我們說支持的一個系統，我們在家安養或者是去哪裡，他還是需要生活上生活需求和滿足，就是食衣住行育樂，那因為我們這一次問好像沒有說特別問很廣，他最常生活必須的就是食衣住行育樂交通啊，像我們說的旅遊各種這種就是說休閒啊，我們比較不會去問很多工作上的一些問題，那是在中壯，現在我們會考慮到高齡者的一些繼續教育的一些問題，讓他在這個後半段的生活上品質可以提高。因為我們要隨著時代，因為這個就是說到 55 歲之前之後的哪種時代變遷非常的快速，我們要讓我們高齡者自己也可以隨時地與時俱進啊，因為如果你不與時俱進去學習的話，你去消費勢必碰到很多困難啊。譬如說新的產品出來什麼 ER、EPP 你可能都要去學，那你學了才能夠做正確的消費。所以我是覺得透過那個樂齡學習教育，就是讓我們的老年也是很有知識，然後正確消費。因為我們的消保法應該是從世界各國的風潮，就是說你要有正確的告知正確的資訊讓他能夠正確去選擇，而不是橫衝嘛。因為我們以前台灣或者是亞洲就叫你趕快，下一個決定買來再說，但是這個其實不太好，應該說理性的消費，我決定要做這件事情。
訪：要充分地思考後。
E：但是我們亞洲人做生意不是這樣子，先拿來用，不行了再退，但是不行要退的時候就有一大堆的糾紛，因為他前面跟你說好沒問題可以退，但是口說無憑嘛，說完他又不認帳，你如果在說的時候就跟他講說你要給我寫下來，就弄得很僵這樣子，因為我們都是比較講說我相信你啊，你不要為難我之類的，特別是老人家講很多情面啊。所以這個就是說你們要慢慢調整。這樣可以嗎？這個我覺得對你來講，就直接在這個架構之下，因為我們的消保處它就是一個固定的發展方向，不會有很大的變動，只需要這樣子穩扎穩打，因為一年一年的推動，然後再看現在的常照結合起來這樣，因為國家的錢是可以用，然後最主要就是要讓那個老人家感受到政府在推。

訪：對，事實上我們座談會在訪問最後有一題問到說，目前政府有在推這個保護高齡者，那你們知不知道啊？大部份都不知道，你說那它具體到底做了些什麼？

E：對啊，所以要去菜市場。

訪：就是說我們發放那些宣傳的地方。

E：因為他們會出沒的地方就是那種傳統的市場。

訪：對，就是菜市場、實體店面這樣子。

E：對啊，因為有時候我們擺攤，如果那個不好，你說要請他們來，那個年長者他們生活的行經要配合他們，這樣可能比較好。這樣可以嗎？

訪：可以啊，謝謝老師很寶貴的建議。

E：對。因為我們不是有一個重要的問題是問他有沒有用網際網路消費習慣嗎？

訪：後來沒有，後來拿掉了。

E：真的啊？

訪：嗯。

E：拿掉了？

訪：嗯。

E：但是你又得不到它到底有沒有網際網路。

訪：哦，出國你說境外消費這一塊嗎還是使用網路這一塊？

E：因為我們用網路嘛。

訪：我們問他有沒有境外消費，那境外消費就包含有的話是出國還是透過網路這樣子，所以有一個這個比例在，但是沒有一題單獨問他說你有沒有使用網際網路的習慣這樣子。

E：嗯。因為我們得到是說他們都在菜市場。

訪：對。

E：所以網路的話就是說高齡者的網路消費多不多應該也是蠻關鍵的。不然就是訪問交易啊，我們消保法有一個很重要就是有人跟他攀談做生意就是叫他買東西的那種狀況也是有。

訪：透過網路的大概 1.3%，那兩者都有就是出國或者網路的話大概占 3.5%。

E：對，可是就是多想一想，你先最主要以這個，因為高齡者他有一個消費綱領，所有其它的消費就是依消保法，消保法是蠻廣的，就是說它的層面啊打擊面各方面，高齡者我們有這個，如果可以 focus 在這些點上。

訪：我的建議部份就是著重，結論跟建議都著重在這個點上。

E：還有你這一次出來的那個結果的對應。

訪：嗯。

E：對應的項目。

訪：把它納進去這樣子。

E：然後看你有沒有哪一些是特別沒有提到的，但是我看我們現在問卷感覺就都含在裡面。

訪：嗯。

E：就是跨境那一塊，跨境消費，像我們這裡面還沒有特別提到說他在網際網路消費的這一點，你看絡際網路消費就是對象他不會管你是誰啊，對不對？你只要點上去，他也不會問你那些。

訪：消費能力就可以。

E：對，就是點下去為什麼這樣買，其實他不能自己買的，就是網路的一些特色，它不是只有跨境而已，其實在自己的國境內，應該對於高齡者怎麼保護也比較困難。然後安養機構的部份價額太高，可能就是要透過那個長照的一些機制可以對他的安養有關的這些機構的提供足夠的話，他價格就還好。

訪：供需面的平衡。

E：比較弱勢的就是需要政府照顧，如果他不是弱勢的話，他有能力當然他可以得到，高齡者可以買到比較好的品質，這個都是各個層面。

訪：好，謝謝老師。

(結束)

九、學者深度訪談

時間：2016/12/09　11:00-12:00

學者 F：專長為老人福利；服務單位：輔仁大學

(開始)

訪：我們這一次的調查的話它大概有幾個部份，分別是我們針對全台的受訪者 55 歲以上的受訪者做一個量化的調查。那另外有針對北、中、南、東四個地區的受訪者，有辦一場焦點座談會。然後我們有邀請他們有一些消費爭議的部份在進一步訪談的部份。那我們想要知道說各位專家學者對我們的調查結果有什麼看法，希望可以提供消保處未來要推動高齡消費者的生活保護的一個政策的建議。

F：沒問題。

訪：高齡者他們主要購買食品跟家庭用品居多。第三高的話可能就是藥品。想要問問老師這對於高齡者他們這樣子的一個消費的內容，跟我們現在在推動怎麼樣去保護他們的一個措施上面，應該要怎麼樣來進行，因為他們主要就是食品跟家用品或者是相關藥品的話，裡面這個部份好像還是很廣泛。

F：這個不會太意外啦，就是說老人家還是相對於節省，雖然現在很多銀髮商機很多，但是真正成功的案例其實並不多。那你剛剛提到保護的部份是指說要針對高齡者的保護嗎？

訪：高齡者，對，我們主要是針對高齡者他們消費上面的保護。

F：所謂的保護是指？

訪：因為其實像我們後續的話還會再提到，其實他們最希望覺得說最常購買食品類的，商品標示跟品質內容是他們最擔心的一個部份。

F：對。

訪：所以就是說未來我們在推動這一塊的話，不知道說老師這邊有沒有一些相關建議，品質跟標示的部份。

F：我猜他們會抱怨的部份大概其實裡面有提到可能字太小，然後再來就是說現一些包括原料的那些標示是專業術語專有名詞，不要說長輩啦，我們一般人也不見得看得懂。

訪：化學名稱這樣。

F：對。現在標示是一定要有的話，應該這是強制規定，所以可能針對讓標示放大一點，比較方便閱讀，第二個就是說在標示的呈現上，它的措詞或者是用字上是不是可以有一些就是針對長者的這個比較白話的版本，或

者是說如果要這樣改標籤可能工程太浩大成本太高，但是至少我覺得它可以在網路上，譬如說 QRCODE 之類的我可以掃一下，可以在網路上提供我比較白話的版本。

訪：標示的部份就是名稱有一個翻譯的一個過程這樣。

F：對，就是把它更白話一點的版本呈現。

訪：那這個可能如果這一塊真的能夠促進的話，那相信對於高齡者他們的購物上面有一些幫助。

F：不過有另外一個問題就是說，雖然說現在手機很普及，但是我猜大概會對現在 3C 科技熟悉的大概也是 60 或者是 65 歲以下的，65 歲以上的話剛剛那個方法不見得對他們有幫助。

訪：可能要找他們比較適合的方式。

F：對，現在可能在構想各方面的政策要考慮到還是要有分齡的差異，就是我剛剛的建議可能比較適合 65 歲以下，他們可能對於現在這個網路科技還算有些熟悉它還可以這樣操作。那 65 歲以上的話，可能還要再去思考一下其它的管道。

訪：了解。

F：那其實我剛剛看到我之前也看到有一個很有趣的就是說，他對商品的一些資訊主要來源是菜市場。

訪：對。

F：我剛剛看到就是在菜市場那個部份，我也很好奇，如果你去看年齡跟管道交叉表的時候。其實你會發現那個菜市場比較多其實是 70 歲以上。那 60 歲以下的可能還是廣告 D 訪為主，就是 55 到 59，60 到 69 那個廣告 D 訪會多一點，70 以上的時候才會菜市場比較多。所以我的意思說像這樣的交叉表格就很有幫助，就是說我還是需要知道說譬如說在不同的年齡分層，不同的教育分層的時候他們可能熟悉的或者慣用的管道是什麼，那針對他們不同的分齡的，不同的教育程度的這個特性，可能再做一些比較多樣化。因為你如果是太單一的話，你可能只能照顧到某些人，那另外一些人可能就會被忽略掉。

F：我覺得像菜市場這個管道，基本上我覺得其實就是以訛傳訛啦，所謂的菜市場的就是以訛傳訛，大家講你會接收到一些資訊。所以我的意思說菜市場這個管道是可以去思考怎麼去運用這個管道，因為我一直在想一件事情，就是說我有時候回家看我媽媽她就是電視開著，她開的頻道都是後面一百多那種頻道，後面幾個頻道就是它的模式是一男一女兩個主持人，然後他們會唱歌，你可以打電話去跟他們聊天然後點歌然後他們唱，然後他們節目的模式就是這樣，然後中間空檔就是賣東西。所以我一直覺得那個管道其實反而我覺得現在比較高齡的，他可能還是會傾向那樣的管道，甚至中南部還是用廣播電台、菜市場，我覺得這樣的節目它會存在是它有它的市場，我還看到他們還辦那個旅遊呢。

訪：那個旅遊團。
F：對，就是它不但賣東西，它還可以找老人家組團出去，所以他們有他們的市場。所以我會覺得說譬如說像現在這種，它可能是適合比較高齡的消費族群。那如果說要針對食安議題的推廣，我覺得那個或許是可以植入的時段，你在那邊植入，至少針對這些人的效果會很好，你如果編成手冊他們可以翻閱，可是我覺得不會有人看啦。不如按照不同年齡不同教育程度的特性，他們最熟悉的管道，你把錢砸在那邊才有效，所以我的意思說針對 70 歲以上高齡的，我反而會建議就是說地下電台是不合法的，但是我不知道有線電視後面那一百多頻道那個模式是不是合法的。
訪：那個是地方電視台那應該是 OK 應該是合法的。
F：對，所以我覺得如果是真的要做推廣要做宣導的話，你應該植入在那個節目。我的意思說就是利用他們主持人的親和性，你把你要傳達的訊息跟他們溝通，讓他們用他們的方式去跟長輩溝通。所以我覺得這個東西對他們來說他們也是多一個收入，對我們或者政府的角度來說，我覺得會是更有效的一個管道。
訪：是。
訪：了解。除了資訊的部份，其實我們最主要的重點就在於說如何提升受訪者對於消保意識的這個部份。
F：嗯。
訪:那我們還是會就是先想看一下老師對於目前高齡者他們在購物的時候會有一些差別的待遇或者是說他們有遭到一些消費詐騙這個部份的話,老師您這邊有沒有什麼樣的看法可以跟我們分享？
F：我之前也有稍微研究一下年齡歧視的部份，這個在外國好像還蠻明顯的,不過至少我從這一份調查看出來反應說有差別待遇跟年齡歧視的比例非常低，我會覺得比較大的危機反而是在詐騙，可能它不至於到詐騙，可是他會利用那種年長者可能因為年紀大了比較孤獨這樣的心態，然後去……我的意思說它可能不到構成違法,可是他會不斷地慫恿你去買一些沒有必要的東西，像這種東西你也不能說他是詐騙，他就是跟這個長輩推銷。我覺得現在的這一套特別對於年長者可能要特別去注意提防。而且我看起來就是說台灣的年長者，他們最擔心經濟安全，就是錢不夠這件事情。我看到所有擔心的第一個跳出來的一定是錢不夠經濟安全的部份，反而其它的消費爭議詐騙還放在比較後面。可是我覺得得他們會漏掉一個重點，其實你不能忽略掉詐騙這件事情，因為你的經濟會不安全很可能是因為詐騙產生的，你如果沒有遭受到詐騙，我覺得他們擔心歸擔心，其實還 OK，反而都是因為在受到重大詐騙之後他們的經濟才會陷入危機。所以我的意思就是說這可能要跟他們宣導說，當然你會擔心錢不夠這是很合理，可是其實要提醒他們消費譬如說像食安問題或者是詐騙問題，你如果沒吃或者是吃到不好的東西，你你看病要花更多的錢，或者是被詐騙了一

次騙了幾十萬幾百萬，那個一下衝擊更大。所以可能這個部份會想說怎麼樣讓他們去體會到說經濟安全這個部份不是只有保本而已，你要讓他去注意到說在消費上你要注意這些事情，因為你沒有注意到那個後果可能會很嚴重。

訪：對，其實老師說的這個我們在座談會就發現，因為有些老人家他們真的沒有意識到他現在的購買狀況已經落在我們所謂的消費詐騙裡面了。

F：對。

訪：他就是家裡可能囤了一大堆的藥品或者是健康食品這樣子。

F：對，所以我們怎麼去讓他們知道說就是包括在消費上你要去注意避免自己被詐騙，那個才反而是保障你經濟安全可能是相對重要的一個面向。

訪：對。那可能說就是因為我們其實在實際在問的時候，除了剛剛講到的消費差異跟爭議還有詐騙的部份，其實在爭議的部份大多數人都不覺得那個算是爭議。

F：對，他也不覺得。所以問他們可能也不太準，甚至他們沒有意識到。

訪：對，我們發現這樣的調查是有普遍低估的現象啦。

F：對，會。

訪：其實在差別待遇這一塊的話，有些老人家他們就覺得說有線電視現在全部數位化，有業者到家裡來裝機，但是他們不會跟老人家解釋怎麼使用，像是這樣的狀況，其實他們自己心裡會覺得好像有落差，但是他們覺得這個好像就可以接受說是因為自己年長所以被這樣對待。

F：這個非常好的觀察，我剛剛說我感覺上好像沒有歧視，可能我之前是把歧視定義在非常明顯的冒犯或者是差別待遇。那像這種比較隱式的這種歧視其實是存在的，但是他們會解讀，他們不見得會把它解讀成歧視啦。

訪：對。

F：所以這個東西，那這個東西可能就我覺得還是要注意，可能針對歧視這個部份，包括比較顯性的跟比較隱性的這個部份可以把它分開來做討論。可能顯性的不會太多，應該不至於。但是像你剛剛提到的那些例子，比較隱性的還是蠻普遍的。

訪：了解。因為像我們這一次調查出來的時候，除了我們剛剛講的那些爭議的部份，其實最主要我們會發現在對於消保的這一塊，比如說有消費者保護專線或者是有定型化契約這些，像是消費專線的話可能有超過五成的受訪者是不知道的。

F：對。

訪：然後甚至說在定型化契約只有兩成的受訪者。

F：其實我是說這個其實都不意外。第一個他們要接觸到的機會不太多，接觸到這些東西的機會不太多。再來你說定型化契約這種東西，一般人也不見得看得懂，。所以說針對這個部份，國外其實有一些研究，他們會建議說針對不管是消費爭議或者是詐騙或者是其它的，其實是提供用實例的

方式呈現給他們看，他們反而比較記得住。所以我剛剛說假設政府願意花錢去植入電視台，然後就用他們的模式去演個短劇，演出一個實例就說我遇到這樣的一個消費狀況，原來我吃虧了，但是我可以怎麼去保護自己。譬如說那個情節就可以設計出來我被騙了跟里長聊起來，就講說怎麼被騙了，你應該要怎麼做怎麼做，我陪你去。就是把那個實例用生活化的方式演出來，用他們熟悉的語言講出來，對他們來說可能在吸收理解上會比較有幫助。其實不見得要在剛剛那個什麼地方電視台，譬如說像很多老人家也看很多的本土劇鄉土劇，那個其實也是可以植入的。所以對他們比較熟悉的一些溝通管道的掌握其實很重要。在宣導上得那個分眾很重要，你不可能期望說你用一種方式要讓所有的人都可以理解，還是要針對年齡層不同教育程度的人你要去設計不同的管道去做宣導。

訪：對，其實因為像我們這一次也有加一個主題進去，因為消保說他們現在要在推一個所謂的種子教師，就是說到地方就是可能透過像是樂齡的這種活動推廣，就是實際到各個社區裡面去做一個教育訓練的部份。

F：對。

訪：其實我們這樣子調查下來的話，大概只有三成的受訪者表示說他們需要這樣的教育訓練課程的。其實有大部份的受訪者他們基本上三成是未表態，那大概四成的人他們說是沒有意見這樣子，其實他們是被動接受式的。其實是我們會發現說受訪者對於這個課程的地方，好像接受度不是那麼的高。然後就是說可能像是雖然說它是種子教師推廣只是一個部份，那他們大概就是說預計會推出的大概就是學習一些高齡友善消費環境的這種認證標章，可能藉由這樣的方式來推廣。那可能說就是盡量提供高齡者他們有一個比較明確的一個標示啦。可能說這個地方是可以讓他們安心消費的或者是這些商品是他們檢驗過的這種方式這樣。那可能說我們這一次在做的調查的話，就是說除了這樣子的方式之外，我們在試想說是不是有什麼其它的管道可以讓消費者更快知道。因為其實講座的部份的話，大家可能會覺得要上課，然後老實說他們的接受度還蠻低的。

F：沒錯，你不能去期望說我下去辦個座談你們就來聽，他們基本上就不會來。所以你應該是要去利用現有的譬如說各地方現在有所謂的比如說樂齡大學或者是一些老人志工組織，因為我們家是客人家，我老家在花蓮，花蓮有一個客家事務處，那些就是很多的退休的客家人都會在那邊聚會啊然後有一些交流，所以你應該要去找他們平常會去哪裡。

訪：聚集的地點這樣子。

F：對，那邊去培訓老師，而不是說.....

訪：而不是說我們這邊的老師分發下去的感覺。

F：不是分發下去，空降下去的老師，畢竟不是在地人，我會建議你去培訓當地人。就是當地人那些長輩們一定會去的地方，當然你不可能每一個場所都去培訓啦，但是你可能要找相對效益比較高的，你去培訓當地的

人，他本來就有參加活動的習慣，那他要辦一個座談會，我覺得去的人也會更多，因為給他一個面子嘛，

訪：對，除了教育的部份，現在他們也在推廣個友善消費環境的這個部份，因為它牽涉範圍比較廣泛一點，它不只是要照顧高齡者這邊的要求，它也要廠商願意提供這樣的一個場域教育訓練或者是他們種種的機制來做配合。中間當然還要有政府的一個把關。所以其實說在未來推動這個所謂的友善的高齡者消費環境，這對我們這邊未來在給消保處他們相關建議的時候，想說老師對於如何加速推廣這一個部份有什麼樣的一個看法？

F：好。所以這個主要是針對服務或者產品提供者來說的，就不是消費端了而是提供者。那針對提供者這個部份，我覺得就是可能針對提供者的部份你可能看去設計什麼樣的誘因，讓他們願意做這樣的調整或者配合。或者是你可以用一些強制的手段，譬如說未來可以立法，譬如說我們現在先規劃一個培訓課程，就是說針對你在提供服務或者產品的時候，你這個提供者譬如說要特別有耐心，可能在心態上要做什麼樣的調整，在用詞上你可能要怎麼樣表達，讓這些老人家比較能夠理解。反正假課程培訓出來之後，有這個認證機制，以後我們可能就再立法要求，譬如說你這個店家可能百分之幾的員工當中必須要有這樣的資格，如果你沒有，你就是違法或者是怎麼樣。

訪：嗯，了解。那其實老師這個地方給我們一個還蠻大的啟示，因為我們之前對於這一塊的話，可能像是高齡者他們，我們就算透過訪談的方式，其實他們可以表達的他們的需求也是相對比較模糊一點。

F：是。

訪：對。那就謝謝老師這邊給我們很多的意見。老師這邊對我們的調查的話，還有沒有什麼要跟我們補充的一些相關的建議呢？

F：大致上我覺得就是在那個詐騙的部份的時候，有沒有詐騙的經驗。

訪：目前的話應該是.....我看一下消費詐騙的。

F：我比較好奇的是當初的問法是怎麼問的？

訪：我們當初是說他在購買的時候有沒有遇到過消費詐騙，我們會舉幾個例子，可能說在買賣的時候它的產品跟實體包裝不符的那種，或者是說它有要求你再匯款轉帳的這種，我們幫他舉幾個例子這樣子。

F：所以我當初在看的時候，我會有一點好奇是說，那這個詐騙是已經完成了還是沒有完成。譬如說我接到那個自稱檢察官的電話，他叫我去寄錢，那我知道他詐騙，所以我沒有去，那這樣算不算是經驗？

訪：基本上我們這個是算，他只要有接過這樣子的我們都會算他是有詐騙。只是像說可能說有部份的人其實受訪者比較多，我們這一次提到說有小孩子被綁架了這種要匯款的，那這種後面我們會把它去除掉，因為它其實已經不是在消費詐騙這一塊，它已經算是有一點警務方面的部份了。

F：嗯。那針對消費者，我的意思說可能未來在問這件事情的時候可以幫

我們區分一下，那個詐騙是完成跟沒完成。
訪：OK。
F：我覺得可能還是要區分開，他到底有沒有被騙成，所以那個比例可能把它區分開看一看，有遇到但是沒騙成跟有遇到有騙成可以把它區隔開來。
訪：OK。
F：那再來就是最後一點就是說我了解你們這部份主要是針對消費安全、消費詐騙為主，一般那種刑法上的詐騙可能就不是你們的重點。
訪：對。
F：可是我覺得那個機制其實還蠻類似的，就是說會被騙的那個模式其實是蠻類似的。他會利用老人家的那些心態，老人家的特性其實還蠻有相通之處。我之前有看到警政署他們有一個好像不知道哪一年有做了一個詐騙案的整理報告，他們也有量化統計也有做質性的分析，那我覺得當然它不是跟你們消費詐騙直接相關，可是我覺得還是會建議你們可以去參考一下那一份報告。因為它是針對所有的詐騙案件，所以可能也會有消費詐騙在裡面。但是更重要的是說，它裡面有針對那個消費案就是詐騙案例的形式或者是那個過程，他們有做一些質性的分析。那個或許可以給你們做一些參考，就是說它到底是利用了哪些老人家的一些弱點或者是老人家什麼樣特殊的狀況，去讓他完成這樣的詐騙。我覺得那個本質可能會是同一個，所以那個報告我建議可以去參考一下。
訪：了解，好像有一個叫什麼犯罪調查的。
F：你如果有興趣的話可以記一下。它這是 98 年 2009 年的。所以它是針對所有詐騙案例，應該也包括消費詐騙在裡面，所以這一份報告或許可以讀讀看，看能不能對你有什麼幫助。
訪：是。
F：突然想到。
訪：警政署刑事局的，OK。謝謝老師。老師，謝謝！

(結束)

十、學者深度訪談

時間：2016/12/011　11:00-12:00

學者 G：專長為高齡者休閒、失智症與休閒生命回顧療法、休閒治療；服務單位：國立師範大學

(開始)

G：那其實我會覺得老人家他們需要的資訊已經跟以前過往那個十幾二十年前的老人家不太一樣，因為目前要邁入這種高齡的這一個族群我覺得有一個特性就是，他們不再像以往，就是可能沒有受過教育，然後對於知識非常薄弱，需要靠像是口耳相傳這樣子的方式。所以我覺得有一件事情就是不要小看這些長輩他們使用科技的能力，那當然還是有一部份弱勢的族群，他們是科技的弱勢，可是我覺得應該是要分兩個族群去談。因為一般大部份只要有受過教育，然後可能學歷高中以上，我發現他們其實對於這種科技產品使用，然後資訊他們很多都是可以直接從網路上，或者是 Line、FB 去獲得。當然另外一些比較弱勢的，那免不了還是用比較傳統的方式，可能就是鄰里長還有我們這些活動，那我也看到你們的一個問卷調查裡面，我有看到就是有些人覺得其實開這種講座已經漸漸的不太。

訪：式微。

G：對，我覺得在這種談資訊的一個管道的時候不能夠只偏重一種，可能還是要兩種方法。因為我的學生就做了一個菜市場對這些高齡者的意義，他的研究建議就提到你們問的，就是其實很多的阿公阿嬤會在菜市場裡面去取得保健的知識。因為他們最關心的議題，真的不外乎就是健康啦，然後怎樣是可以過得比較好這樣子。那他就發現菜市場裡面的很多人都會去跟他們，都會跟這些長輩聊這些東西。所以我他就建議說，是不是以後政府要一些宣傳的政策，除了鄰里長，其實菜市場也是一個地方，還蠻有趣的。

訪：那像我們剛剛講的，前面談到的這些，我們，比如說我們，今天要針對我們的消費者就是我們要教育的這一群人，或者說我們要傳達的人，去想他們的行為的常模，然後用不同的方式去接觸，比如說我們前面談到的菜市場，或者是不同的傳遞的方式。比如說科技 Line 啊，然後這些長輩圖，長輩圖的這些使用，對。然後政府就可以思考說，怎麼樣把這些消費的這些資訊做成長輩圖，然後去傳播。

訪：其實我覺得，其實我們這次調查裡面有另外揭露，像就是我們比如說問消費意識，其實我這一次調查出來的結果，我會覺得蠻訝異，就是有一

塊讓我覺得，原來是大家還是覺得那是有需要的，就是有一塊是講到說，你覺得需不需要去辦這些消費意識的這些教育？其實你看 55 歲以上的這個階段，照理說他們是台灣過去這個經濟發展的很主力的中堅，然後慢慢要步上退休。對，其實我自己本來的認知是其實他們在這個消費的意識上，或者是有行為上，應該都很充足具備了。對，現在才發現，原來大家覺得這還是有需要去被教導的這樣子，被傳達的這樣子。

G：而且我會覺得其實，可以不用很制式的就是我辦什麼宣傳講座或者什麼。像，好，舉例，像我們在跟社區做這些活動的時候，我們會覺得或多或少，我們都在傳遞一些這種資訊，因為他們就會，他們覺得你是老師，所以你懂得一定比較多，所以他們都很想要問你一些事情。所以當我們在上這一些運動課程的時候，很自然的，我們也變成他們一個資訊來源之一，他會信任我們去講。所以這也造成，像有時候我們也不太敢亂說，因為我們自己也不是這方面的專業，可是他們就會覺得，你只要是老師，你應該什麼都懂。我覺得那天最有趣，因為我有在做失智症家庭的介入，然後之前做了一堆家庭，然後那個照顧者，她就看到她的先生這樣子，然後她就覺得，我需要自己買保險。她就打電話問我，她說老師你懂比較多啦，她來幫我分析看看，保險怎麼買。我就想說天哪，這輩子我從來不買保險的。對，他們就會有這樣的習慣，然後會對我們這一些跟他們最接近，而且我們可能是以一個，就是某方面資訊傳遞的人，他就會覺得你是全部資訊的傳遞人。

訪：是。

G：對，那我覺得這也是蠻有趣。

訪：就取得信任啦，他信任你，然後他就會覺得都會想要資訊這樣子。

G：對，那其實剛好說到這個案子，我也可以分享一下，因為她就是想要買那個現在的長照險，你也知道保險的，保險的那個規定是很多的，然後什麼都有。然後她其實是一個非常有能力的人，所以她也自己，除了保險業務員跟她講，她也很認真的那一些契約，其實我老實說，我當初幫我先生買保險，我也都沒有在認真看契約，因為契約實在是太冗長了。可是她很認真的研究完，那她研究完她還是不知道。她會不知道這些意思背後的意義在哪裡，我講的，就是後來我們聊，她就先很仔細的跟我解釋兩份不同保險的內容是怎樣。然後其中有一份呢就是，她給的保險的給付標準是用勞保的傷殘的那個給付，所以就是分等級嘛，你幾級傷殘，就是給付多少。然後另外一個就是所謂的，就是你如果有什麼樣子的生活自理能力受損，所以他是以生活能力受損去做評估的。他就給你多少的一個給付標準。然後我一聽我就說，其實那這樣子的話，這一份比較是長照的險，因為它是以服務為，而且是以生活能力為定。那另外這一份以勞保的，我會覺得有一個問題，就是他其實是以工傷意外，所以他定的都是殘障的一個類別。那今天你如果是因為老化，你沒有任何的一個殘疾，你只是因為老

化，然後或者你失智好了，其實在這個等級分類是看不到的。
可是像，可能我們會有這樣的知識，他們就不會。然後保險業務員也不會跟他們講，因為當然。
訪：他的目的，每個人的這個利益目的取向不一樣。
G：對，所以我覺得像這種的一個部份啊，是不是可以有一些什麼電話專線，或者是一些可以有人諮詢的，我覺得被動式的資訊，比如說要自己，應該，叫怎麼講，就是你要自己去上網查詢這些東西啊，還是抵不過有人直接跟你對話，這是我後來跟她聊完這個最大的感覺。那當然我也跟她講說，我不確定她那個勞保給付是不是真的只有傷殘，就是斷一隻腿什麼什麼，缺一個器官才有，你可能要去問清楚。那如果失智跟那個老化而產生的行為能力弱化的話，要怎麼去被分在這個級別裡。對。那我覺得像這一些，你看他們就，而且她其實還沒 65，要趁她 65 前趕快保，不然不能保。所以像她其實算是很有教育水準，知識也都很好，也很有自己的那個積極進取要去搜尋，都會有障礙。
訪：都有障礙，更何況一般人這樣子。
G：對，這是我就是剛好上個禮拜發生的事情，對，就讓我想到那種消費者的一個問題。
訪：對，其實我們慢慢進入高齡社會，因為已經變多數了，變人口組成的，比較大的，占的多數這樣。所以其實說不定他們這個，比如消費者保護專線，也可以試圖想是不是增加一個高齡者的部份，然後專門針對比如說失智啊、長照啊，這樣的主題。
G：對，針對他們所需要的。因為我也看到你們這邊有一個，那個，大家對安養的。
訪：對，其實因為這個整體性的，其實我對於測出來的結果，會覺得有一點，因為你可能一時之間這樣問他，他長期想，沒有那麼快即時想到安養。因為我們是題目比較廣泛，我們是問消費，那消費層面就比較廣。那如果我們今天鎖定在長照、安養，甚至比如說生前契約，這種比較高齡後端的時候，他可以問的比較深入了。
G：對。
訪：那因為這一次出來的這個態樣其實大概幾種，還是比較日常消費這個上面這樣子。
G：對，然後我也真的覺得長照這一塊未來是一個很大的消費者爭議的地方。因我們長照法剛通過嘛長照 2.0 到底要做什麼，老實說我自己本身。
訪：還是比較空泛。
G：對，我也算是一分子，但是我真的看半天，看不懂。我會覺得，如果未來真的要去推這一塊，應該這些配套措施要做到。因為我的朋友都知道我在做這一塊呢，他們都覺得我應該比較熟，所以只要有任何的朋友的家長怎麼住院啦，然後有失智的什麼什麼，他們就會問我，所以我就經常成

為大家的一個諮詢對象。然後我就會覺得其實有很多的那個福利措施，對於長者的一些補助等等，其實各縣市都不同，中央跟地方也不同調，網頁還要自己慢慢找。那一般長者怎麼可能，因為連我們子女輩的我們都很難查得到了。所以這個是我在消費者端看到的一些問題，我覺得這個是可能要在做多一點的更簡易方便的查詢或諮詢的一個服務。

訪：對，如果從那個，就是所謂的這個什麼，這個 65 歲這個高齡者消費生活照顧綱領，其實它有一條是說，滿足消費者生活消費需求，促進其生活便利及尊嚴。

G：對。然後，因為我會覺得像大家很，最簡單的一個例子嘛，你知道安養跟長照一樣嗎？

訪：我不清楚。

G：對，你看大家都不太知道。其實長照體系是一個最大的帽子。可是我們之前在講長照機構，它跟安養是不一樣的。因為安養基本上是收的是，生活獨立自主

他是不需要別人協助的，他就很像是那個老人公寓這樣。

訪：剛才老師這樣問，我還以為安養是需要被照顧的。因為直接聯想到那種社區裡面那種老人安養，那個費用還蠻高的。

G：錯，安養是不需要照顧的。他們通常不敢叫安養中心，他們會叫養護機構。

訪：對。

G：其實安養、養護，大家誰知道差別在哪裡？其實差別就在這裡。

訪：OK。

G：所以大家都會覺得說，所以如果老了住機構，就只能住去養護，因為養護真的比較多，安養已經快倒光了。然後養護大部份就是插兩管以上，不然就是他沒有辦法生活自理的，這才是養護。那我們叫 longter 訪 cGre 叫 LTC，它基本上它就是涵蓋了養護、護理之家，然後有些現在也叫長照機構，長照中心，這幾個都是同一個類別。那他們大致上就是生活無法自理的人才能進去。像這些知識，我本來以為大家都會知道。沒有，因為我每次上課講完，學生就會說，原來。所以其實這個是非常不透明的資訊，或者是他們覺得他們很清楚，可是安養、養護大家其實是會混淆啊。不過反正現在也不用混淆，因為安養機構已經沒了。

安養機構，為什麼會這麼多家關，也是因為不符成本。

訪：就很難去那個。

G：對，我之前合作一家三年的，我都是在那邊當志工，帶活動。他們最後就是因為卡著評鑑實在太刁難，他們就決定關起來了，他們不願意再賠錢。

訪：了解。

G：對。可是我覺得，你如果要鼓勵這個產業發展。

訪：那個產業發展就是一定要可以生存，他才能發展。
G：對呀，所以他們其實多多少少就會只好，可是我覺得這是合理的。但是就是就怕，如果有真的不肖的業者，那你要怎麼辦？所以我會覺得。
訪：做好管理工作。
G：對。
訪：然後讓他們去運行是更重要。
訪：那其實我們這個調查裡面還有一個重點，其實我們有找一些社服社工跟消保的老師幫我們組一個委員會來建議一些研究的方向。裡面我們有做了一個高齡者，他們在接受一些服務的時候，有沒有被拒絕的情況這樣子。但是出來的這個比例不高，原因可能是沒有那麼多的去使用這樣子。比如說租屋啊，或者旅遊啊，這樣子的這個行為這樣子。那其實我們在旅遊裡面看到的是，在旅遊方面很多的高齡者就會被拒絕。
G：對。因為航空公司就會直接拒絕，幾歲以上的，而且還要你要出示什麼證明你才可以搭機。
訪：嗯。
G：對，光交通就已經很大的一個阻礙了。
訪：了解。
訪：我們這個調查裡面啊，最後他有問到說，就是普遍問這些 55 歲的人啊，他覺得這個消保的工作，未來的這個重點，那其實有一塊的受訪者的回答，也讓我蠻，覺得蠻有趣的，就是出來，維持弱勢高齡的基本經濟生活，其實是占最大多數的這樣。對。但是其實我在覺得啦，受訪者他在聽的時候，他不見得會去聽到說是弱勢高齡者的經濟生活，對。
G：他應該覺得，沒有，還有就是他可能覺得自己也是弱勢。
訪：對呀，這是另外一個那個可能性這樣子。
G：對。每個，不管他多麼有不有錢，大家都覺得我是老人，對，我就是要被照顧。我老實說因為我家的老人家都是不是弱勢的老人家，因為我們家算是還小康。
訪：了解。
G：然後我的一些舅舅阿姨們，其實都是自己本身都是有一個專業的，然後就是退休是不予匱乏經濟的，然後吃飯都吃很高檔的，我都永遠比不上那一種，對。但是他們還是覺得，國民年金對他很重要啦。我說你都那麼有錢了，你缺這幾千塊。
訪：要一起的感覺。
G：對對對，他們就覺得，我是，這時候就是我跟大家都一樣，不可以剝奪我的這些權利，我發現有這樣子的一個問題。
訪：。那老師覺得政府在這一塊的話，尤其針對高齡的這個經濟生活這一塊，有什麼樣的這個建議或者是有什麼措施可以去引導這些高齡者的這一個部份。

G：其實說實在的，我會覺得針對目前七八十歲的老人家，你就不用想了。他就是要這些權利，你不可能剝奪他。

訪：所以就只能用，就是比如說救助的方式，輔助的方式，來去滿足他這樣。

G：對，可是我覺得我們要著眼是未來，包括我這個世代。我自己都有心理準備，搞不好我退休金全沒了，雖然我現在在國立大學。

訪：好，謝謝。

(結束)