

行政院請經濟部強化商品後市場管理以維護消費者選購商品之權益

有鑑於歷次消保官查核商品標示及品質結果，不合格率偏高，行政院消費者保護處(下稱行政院消保處)於106年邀請學者專家及經濟部相關單位，召開3次會議研商如何強化商品之後市場管理，獲致共識如下：

一、落實商品標示執行：

由於歷次商品查核結果，標示不合格率偏高。為了落實商品正確標示及降低地方政府對商品標示執法標準寬鬆不一情形，行政院消保處建請經濟部應落實對地方政府執行商品標示的考核機制。經濟部日後將把「源頭輔導作為」列為考核的加分項目，以提高地方政府的重視程度。

二、檢討商品事故通報：

由於目前經濟部僅訂定「應施檢驗商品發生事故通報辦法」，強制課予業者在獲知事故起3日內，應向該局通報。但強制通報的商品危害態樣少、商品事故的風險評估與分級不足，而且屬非應施檢驗的一般性消費商品，也還沒有強制召回的機制。所以，經濟部應進行研究計畫，以利有效掌握不安全商品的訊息。

三、強化網路商品監測：

為解決網路商品不符合檢驗規定比率偏高、網路賣家不瞭解應施檢驗商品應符合檢驗規定，以及消費者無法於網路選購商品時辨識有無商品檢驗標識等問題，經濟部已依消費者保護法第 18 條第 1 項第 6 款規定，公告實施「以通訊交易或訪問交易方式訂立契約應提供消費者之資訊」規定。據此，業者透過網路訂立契約時，應揭示商品檢驗標識或提供完成檢驗程序的證明，且應以消費者可以完整查閱、儲存的電子方式提供相關資訊。未來於網路販售應施檢驗商品，經濟部應督促業者落實執行，如有經通知應揭示商品檢驗標識或證書號碼，仍未標示者，該部即可依據上述公告內容，要求平臺業者將該賣家商品下架，及時保障消費者的權益。

行政院消保處表示，除了上述經濟部短期內就可採取的強化措施外，在中長期部分，行政院消保處建議經濟部評估研訂商品安全法的可行性，並密切注意各國關於網路後市場管理機制的作法，以因應網路交易逐漸普及的消費趨勢。

（資料來源：消費者保護處）