

## 調 查 報 告

壹、案由：據報載，部分商品標示「秋節優良食品評鑑會金牌獎」，惟核發單位已於民國 80 年解散，且僅填寫網路所提供之報名表及捐款金額達指定數額即可獲獎。究實情如何？是否有業者購買獎項欺瞞消費者？其是否涉及廣告不實？評鑑單位有無覈實評鑑？主管機關是否善盡監管職責？均有深入瞭解之必要乙案。

貳、調查意見：

據報載，部分商品標示「秋節優良食品評鑑會金牌獎」，惟核發單位已於民國 80 年解散，且僅填寫網路所提供之報名表及捐款金額達指定數額即可獲獎。究實情如何？是否有業者購買獎項欺瞞消費者？其是否涉及廣告不實？評鑑單位有無覈實評鑑？主管機關是否善盡監管職責？均有深入瞭解之必要。案經向行政院消費者保護處（下稱消保處）、經濟部、內政部、行政院公平交易委員會及前行政院衛生署（下稱前衛生署）食品藥物管理局（下稱前食藥局）【現已改制為衛生福利部食品藥物管理署，下稱衛福部食藥署】調閱相關卷證資料，並約詢消保處、內政部、前食藥局相關主管人員，茲已釐清案情竣事，爰臚述調查意見如下：

一、行政院消保處就有關民間機構舉辦各項商業評鑑活動，獎項琳琅滿目，報名表甚至載明會務捐贈金額，得獎卻欠缺公信力之亂象，有誤導消費者之虞，允宜研議相關規制措施，以資規範並維護消費權益：

（一）查消保處函復本院指出：有關民間機構舉辦各項評鑑活動（包括食品、商品、餐廳、建築物等）屬商業行為，因此而衍生之消費爭議案件，依消費者保

護法第 6 條規定分由中央及地方各目的事業主管機關依相關規定卓處，先予敘明。

(二)惟查當前由民間機構舉辦各項評鑑活動，頒發之獎項琳瑯滿目，過度渲染之態樣亦五花八門，令人真假難辨，極易受其誤導；又據報載有廠商僅填寫網路所提供之報名表及捐款金額達指定數額（未經主辦單位覈實評鑑）即可獲獎，足見民間團體辦理類此事前未經報備之評鑑活動，切實容易產生弊端：

- 1、部分商品標示曾榮獲「秋節優良食品評鑑會金牌獎」，惟經查其原核發單位（大華晚報）已於民國（下同）78 年解散，如今該報社原登記地址業已易主。
- 2、中華民國消費者協會辦理之優良廠商「第一品牌獎」、國家優良產品「金牌獎」、消費者滿意「金品獎」等，不勝枚舉；其評鑑之產品類別橫跨多種產業，分為美食餐飲、環保綠能、醫療美容、生物科技、服務業、機械五金等。甚至在其報名表載明會務捐贈金額：第一品牌為 5 萬元、國家優良商品金牌獎為 4 萬元、消費者滿意金品獎為 4 萬元。
- 3、台灣新生報：先前已連續舉辦 24 屆優良食品評鑑會，如今評鑑類別項下之一般食品類，再細分為酒類、餐飲美食類、農產暨加工食品類、飲料類、調味暨油脂類等 10 項類別，其獎項種類又區分為金賞獎、最佳金品口味獎、最佳包裝設計獎等。
- 4、金牌獎、金球獎、金字招牌獎、米粉、豆干，通通標榜是食品界的第一名，連便當盒也有「第一品牌獎」，背面還特地印上「獎狀」，獎項琳瑯滿目，其公信力令人質疑。

(三)再者，消費者保護法第 5 條規定：「政府、企業經

營者及消費者均應致力充實消費資訊，提供消費者運用，俾能採取正確合理之消費行為，以維護其安全與權益。」是以有關商品評鑑獎項之公信力問題，非惟食品類之產品所獨見，自宜由消保處邀集相關機關，就政府機關及民間團體辦理評鑑活動之管理達成共識後，再由中央及地方政府機關輔導業者誠實標示，及向民眾宣達正確辨識產品認證標章及獎項之觀念，期能共同導正此種亂象，以保障消費者權益。

- (四) 綜上，基於民間機構舉辦類此評選、評鑑活動頻繁，評鑑標的物涵蓋各類型產品，且食品僅是其中一種商品類型，為免不肖業者利用不當手法危害消費者權益，行政院消保處就有關民間機構舉辦各項評鑑活動允宜研議相關規制措施，倘有涉及不實廣告部分，宜移請行政院公平交易委員會依法查處，以資規範並維護消費權益。

## 二、內政部應依法落實督導各人民團體所辦理之各項收費評鑑活動，並研議周延之管理查核機制，且強化政府部會間之橫向通報聯繫作為，俾有效提升評鑑之公信力與品質，避免欺瞞或損害消費者權益之情事：

- (一) 查網路上刊載經內政部許可立案之全國性社會團體所辦理評鑑活動之主辦單位及獎項名目如下：
- 1、中華民國消費者協會：已連續舉辦多年，頒發獎項名稱包含「第一品牌」、「國家優良商品金牌獎」及「消費者滿意金牌獎」等3種。其評鑑之產品類別橫跨多種產業，分為美食餐飲、環保綠能、醫療美容、生物科技、服務業、機械五金等。甚至在其報名表載明會務捐贈金額：第一品牌為5萬元、國家優良商品金牌獎為4萬元、消費者滿意金品獎為4萬元。

- 2、中華工商經貿科技發展協會：大中華特優商品金龍獎。【自 100 年起已停止舉辦相關頒獎活動】
- 3、中華民國 21 世紀經貿拓展協會：優良企業商品消費者金字招牌獎、優良企業商品、顧客滿意度金質獎、傑出企業風雲企業(年度風雲企業獎)。【自 98 年起已停止舉辦相關頒獎活動】
- 4、中華民國經貿企業文化協會：台灣金品獎。【自 95 年起已停止舉辦相關頒獎活動】
- 5、中華經貿研究發展協會：傑出中小企業家金典獎。【目前業已解散】

(二)依據內政部訂頒之督導各級人民團體實施辦法第 14 條規定：「人民團體辦理之業務或活動，涉有收費或公開招生、授課、售票、捐募、義賣或其他類似情形者，應依有關法令規定，報請各該目的事業主管機關立案或核准後辦理。其財務收支，事後並應公開徵信。」又據內政部查復本院指出：中華民國消費者協會未經該部或相關目的事業主管機關（經濟部）許可，即逕行持續辦理頒發認證獎座及獎狀活動 1 節，皆有相關事證附卷可稽，該會違反「人民團體法」第 3 條但書及「督導各級人民團體實施辦法」第 14 條之規定，洵堪認定。故內政部業依人民團體法第 58 條第 1 項規定，以 102 年 7 月 1 日台內社字第 1020248248 號函予以「警告處分」並限期該會於 1 個月內檢討改善在案。

(三)質言之，網路上刊載經內政部許可立案之全國性社會團體所辦理諸多評鑑活動，已如前述，是以該部允應依法落實督導各人民團體所辦理之各項收費評鑑活動，並研議周延之管理查核機制，且強化政府部會間之橫向通報聯繫作為，俾有效提升評鑑之公信力與品質，避免欺瞞或損害消費者權益之情事。

三、文化部就平面與電子媒體業者所辦理之各項商業性評鑑活動，允當本於權責釐訂行政監督及爭議處理之相關辦法，以資規範，並利遵行：

(一)按網路上刊載報業團體（平面媒體）曾經辦理評鑑活動之主辦單位及獎項名目：

- 1、大華晚報：秋節優良食品評鑑會金牌獎。【經查該報社已於78年解散，如今原登記地址業已易主】
- 2、台灣新生報：先前已連續舉辦24屆優良食品評鑑會，如今評鑑類別項下之一般食品類，再細分為酒類、餐飲美食類、農產暨加工食品類、飲料類、調味暨油脂類等10項類別，其獎項種類又區分為金賞獎、最佳金品口味獎、最佳包裝設計獎等。

(二)有關台灣新生報庚續舉辦之「2013年中華民國第二十五屆優良食品評鑑會」活動一節，經消保處查證結果，台灣新生報舉辦該項活動已有多年，且均邀請相關機關參與。至於本活動之權責主管機關為何，經消保處於102年6月10日召開之會議所獲得之共識，認宜視爭議之屬性予以判定，如爭議內容涉及活動之報名、流程及評鑑程序等事宜，應由主辦之台灣新生報之主管機關文化部負責；倘消費爭議涉及食品之品質、衛生等事項，則應由食品衛生主管機關行政院衛生署（現已改制為衛生福利部）權管。

(三)惟查文化部於102年6月28日函復消保處：出版法已於88年廢止，平面媒體已非屬特許行業，毋須事先經過該部審核或申請執照，故其對於平面媒體之經營管理、辦理相關活動之正當性、適法等，尚無相關法規可予規範，建議報業辦理類此評鑑活動如有消費爭議事件，其行政監督及爭議處理應回歸消費者保護法之規定云云。

(四)承上，消保處嗣於 102 年 7 月 3 日再函請文化部應依消費者保護法第 6 條之規定，本於中央目的事業主管機關權責，依同法第 38 條規定為必要之行政監督與調查。

(五)綜上，有鑑於舉辦商業性評鑑活動並非侷限於報業團體等平面媒體，廣播電台、電視公司等文化事業亦然；而文化部係主管全國文化業務，允當本於「中央目的事業主管機關」之權責，通盤就平面與電子媒體辦理各項商業性評鑑活動，釐訂周妥合宜之行政監督及爭議處理相關辦法，以資規範，並利相關業者遵行。

四、衛福部食藥署允應將各項商業性評鑑活動之食品認驗證機構、獲獎品項或效期等揭示方式，納入現行之強化食品標示稽查管理措施，以防範涉及誇張、易生誤解等違規廣告於未然：

(一)按前衛生署業已發布「食品標示宣傳或廣告詞句涉及誇張易生誤解或醫療效能之認定基準」，明定涉及誇張、易生誤解或醫療效能之認定基準，以及認定為未涉及誇張、易生誤解或醫療效能之基準（包含通常可使用之例句及一般營養素可敘述之生理功能例句），除供業者參考使用外，並作為衛生機關之裁量基準。

(二)惟查目前各項商業性評鑑活動之食品認驗證機構、獲獎品項或效期等揭示方式不一，而上開認定基準對此並未明確加以規範，以致無法稽查管理日趨複雜之違規態樣，諸如：

1、認驗證機構已不存在：大華晚報早年所頒發之「秋節優良食品評鑑會金牌獎」，迄今仍然繼續標示沿用。【經查該報社已於 78 年解散，如今原登記地址業已易主】

- 2、僅某單項食品得獎，卻將一系列食品都印上該獎章：例如參賽獲獎品項為「豬肉乾」，但在該公司之其他產品(肉塊、肉脯、肉鬆、甚至牛肉製品……等)也加註該獎項。
  - 3、超過其認證或獲獎之特定年份效期：有業者重提「當年勇」，直接在食品包裝上，標明係1988年獲得的金牌獎，但核算該獎項業已沿用了25年。
- (三)質言之，為健全食品標示之稽查管理措施，衛福部食藥署允應將當前各項商業性評鑑活動之食品認證或獲獎效期等揭示方式，明訂於「食品標示宣傳或廣告詞句涉及誇張易生誤解或醫療效能之認定基準」內，以引導業者瞭解如何正確標示資訊，進而達到自主管理的目標，並防範誇張、易生誤解等違規廣告於未然。

調查委員：程仁宏

楊美鈴