

境外電子商務平臺輸入商品 相關查驗機制案

調查委員：田秋堃、蔡崇義

案由

- 據悉，中國電商平臺Shein販售之服裝，前經德國專業刊物抽檢，發現三分之二未通過測試，部分並含有害物質；另市售兒童涼鞋疑含有毒物質，對兒童健康恐構成危害。究實情為何？主管機關對於境外電商輸入商品，相關查驗機制為何？對造成民眾健康潛在威脅之低價劣質商品，有否納入監管？教導民眾選購安全商品之教育宣導，執行情形為何？均有深入瞭解之必要案。

調查方法

■ 調卷：

行政院消費者保護處、數位發展部、衛生福利部及所屬食品藥物管理署、國民健康署、經濟部及所屬標準檢驗局、國際貿易署、財政部、大陸委員會、國家通訊傳播委員會、勞動部職業安全衛生署、金融監督管理委員會、財政部國庫署、文化部、內政部、內政部警政署、交通部公路局、外交部、環境部。

■ 諮詢。

■ 約詢：

數位發展部、經濟部、衛生福利部相關主管人員。

德國消費產品測試機構《Öko-Test》 對Shein電商平臺販售商品之檢驗結果

- 21件商品中，5件為女性服飾，男性、青少年及嬰兒服飾各有4件，再加上女鞋、男鞋、青少年鞋與嬰兒鞋各1雙。
- 三分之二商品未通過測試，最好的評等只有「尚可」，部分商品檢測出有毒化學物質，包括銻、二甲基甲醯胺、鉛、鎘、違禁鄰苯二甲酸鹽、萘及多環芳烴（PAH）。
- 8件檢驗出超標的有毒化學物質殘餘。
- 在嬰兒服裝中檢出可經皮膚或汗液吸收之銻。
- 2雙涼鞋中檢測到鉛與鎘，1雙鞋中甚至驗出超出歐盟化學品法「REACH」中規定的多項限值。
- 女款涼鞋中測出的違禁鄰苯二甲酸鹽，恐有損害生殖器官之疑慮。

Shein原為於中國南京創立之跨境電商企業

- 總部已設於新加坡，服飾商品供應鏈仍集中於中國供應商提供產品。
- 透過Tik Tok等社群媒體內容創作者購買並展示服飾商品，誘導對價格敏感之青少年及新生代消費者點擊平臺網站進行購買，並將購得商品分享於社群媒體，結合低價策略及社群擴散效應模式，藉此形成行銷效果。
- 大陸地區人民、法人、團體、其他機構或其於第三地區投資之公司，擬來臺設立公司從事電商平臺業務，應事先提出申請，登記經營項目須符合「大陸地區人民來臺投資業別項目」。電商平臺涉及一般廣告業別，尚非屬開放陸資投資之範疇，致中國電商尚難以來臺投資設立營業據點。
- 我國法令原則上不具域外適用效力，且欠缺相關法源依據，亦無法強制未在我國設立營業據點之境外電商平臺設置聯繫窗口。Shein屬中國跨境電商平臺，現行法制下尚無法來臺投資落地，亦未於我國設立聯繫窗口，相關主管機關自難依現行法規對其進行行政管理或裁處。

電商平臺之管理權責

- 「2025年全球電商產業趨勢報告」指出，約6成消費者曾透過網路向海外電商平臺購買商品，顯示跨境網購已成為普遍消費模式。購買商品以服飾（64%）、3C電子產品（58%）、鞋履（50%）等為最。
- 電子商務平臺之整體管理及跨境數位服務治理機制，由數發部負責，就其所主管之電子商務產業進行規劃、輔導及管理。
- 電商平臺所提供之商品，其安全檢驗及市場監管，則由各主管機關依相關法規分工辦理。例如，食藥署負責食品、藥品及醫療器材之管理，標準局則負責一般商品之檢驗與管理。
- 境外電商於我國設立公司，依法由經濟部投資審議司依權責召集相關機關共同審查，目前在臺落地設立營運主體經營電商平臺業務之業者包括：蝦皮、露天市集、雅虎、旋轉拍賣等4家國內大型C2C電商業者。

對於未落地電商平臺之管理機制

- 經濟部對已於我國落地營運並納入法規管轄之電商平臺所販售之應施檢驗商品，辦理邊境查核、市場檢查及購樣檢測等工作。然而：
 - 我國法令原則上不具域外適用效力，且欠缺相關法源依據，亦無法強制未在我國設立營業據點之境外電商平臺設置聯繫窗口。
 - 中國電商平臺未於我國設立營運主體，致消費者權益保障及售後救濟機制相對有限，已加強宣導，提醒消費者優先選購具商品檢驗標識之商品，並審慎評估跨境購物風險等語。
 - 部分境外電商平臺及社群平臺尚未於我國設立營運據點，受跨境管轄範圍及執法可及性等因素限制，相關管理仍具相當困難。

跨境電商販售之商品多採小額、小量直寄進口，得免經邊境查驗

- 數發部已邀集相關部會研商電商平臺商品管理清單，將商品區分為「禁止販售」、「未經許可不得販售」及「高風險商品」等3種類型。
- 案內所涉涼鞋及成人服裝，原則上不受相關邊境查驗規定之限制。至於嬰幼兒紡織品，雖同樣非屬禁止販售或高風險商品，惟供24個月以下、身高86公分以下或體重15公斤以下嬰幼兒穿著之服裝及其附屬品，已列屬應施檢驗品目，仍應依法完成檢驗程序後，始得輸入或於國內市場流通。
- 國人自跨境電商輸入應施檢驗商品於國內銷售，進口時應依法辦理檢驗；然一般民眾自國外攜回或以郵包寄送之小額、小量生活用品，為兼顧民生需求與行政效率，於符合一定少量自用條件下，得依規定准予免驗。
- 亞馬遜（美國電商）、淘寶（中國電商）等因屬境外設立之電商平臺，尚未納入我國法規管轄範圍，其相關市場購樣檢測結果，尚無法依《商品檢驗法》辦理後續處置，爰目前未針對該等平臺商品進行購樣檢測。
- 食藥署近年來未曾針對中國電商平臺所販售之食品、醫療器材及化粧品等辦理購樣檢測。

Shein販售之衣服及涼鞋，檢出超標化學物質殘留， 兒童如長期穿著，恐有影響健康之虞

諮詢專家學者意見

- 有些中國製造的兒童PVC拖鞋，其塑化劑含量超標；另有部分商品檢出不允許用於衣物的染料，如含偶氮染料（Azo Dyes），可能增加致癌風險，或存在甲醛殘留及重金屬超標等問題。
- 快時尚產品的健康風險主要來自長時間接觸，尤其在兒童使用情境下更需關注。常見的有害物質包括鄰苯二甲酸酯（塑化劑）、全氟及多氟烷基物質（PFAS）、偶氮染料及重金屬等。相較於成人，兒童正處於口欲期，常出現將物品放入口中的行為，雖然單次使用或穿著未必立即造成明顯危害，但對於發育中的兒童而言，長期低劑量的累積暴露，可能逐漸形成體內化學負荷，進而引發潛在的長期公共健康風險。

Shein販售之衣服及涼鞋，檢出超標化學物質殘留， 兒童如長期穿著，恐有影響健康之虞

諮詢專家學者意見

- 當小額包裹出現爆量情形時，難以精準篩選出含有塑化劑、重金屬或其他禁用成分的高風險商品。由於包裹數量呈幾何倍數成長（每日可能達數萬件），抽驗比例極低。
- 國內有許多新手媽媽，習慣於跨境電商平臺購買嬰幼兒衣物，卻忽略平臺供應商對製程之監管與測試不足，販售之商品存在安全風險，且向未落地之電商平臺購物之消費者權益保障及售後救濟機制相對有限。



調查 意見

一

- 中國跨境電商平臺Shein所販售之衣服及涼鞋，經德國獨立消費產品測試機構檢出含有超標之有毒化學物質殘留，顯示存在安全疑慮，兒童如長期穿戴，恐影響健康。
- 雖數發部、經濟部及衛福部等相關主管機關，對於跨境電商輸入商品，已透過邊境管制措施辦理查驗，惟跨境電商販售之該等商品多採小額、小量直寄方式進口，得免經邊境查驗程序，即進入國內許多家庭，恐帶來健康風險，至於貨品若流入國內市場販售，亦因未進行購樣檢測，致相關違規情形不易查獲；又受限於跨境管轄權不足及賣家身分難以查核等因素，致相關機關難以有效監管跨境電商直寄商品之安全與品質。
- 甚者，中國及多數跨境電商未於我國設立營業據點，依現行法制，我國法令原則上不具域外適用效力，且欠缺相關法源依據，難以要求其設立聯繫窗口，亦無從進行行政管理或裁處，致未落地電商平臺販售商品之安全、衛生，更難以獲得有效之把關，亟待行政院統籌整合相關部會，持續研議並針對跨境電商平臺建構更為周延之跨境治理機制。

相關機關對中國電商平臺購物之消費者權益保障之宣導

■標準局：

- 以發函或舉辦說明會等方式，請電商平臺轉知個人及小型企業會員，加強宣導商品檢驗規定與標準，並要求於進口前確認商品品質及符合檢驗要求。除於官方網站充分揭露相關資訊外，並透過臉書「小安心粉絲專頁」，以直播、懶人包及海報等多元形式，提醒消費者注意境外網站可能販售之不安全商品；另不定期發布新聞稿，建議民眾優先選購貼附商品檢驗標識且具完整中文標示之商品，並加強宣導選購與使用注意事項。

■行政院消保處

- 運用多元宣導方式，於特定節日、網站及影片中宣導跨境消費風險，以及相關爭議處理機制與申訴管道；並每年辦理消保Q&A有獎徵答活動，以淺顯易懂之問答形式，透過互動過程強化民眾對網購安全、個資保護及防詐等權益知能。

■陸委會

- 運用網站及社群媒體等資源，推行兩岸有關跨境電商平臺消費及消保議題之宣導，於113年度、114年度發布8則及11則相關宣導訊息。

消費者保護會網站「涉及跨境消費爭議之處理機制及管道」

-各國消費者保護法令不一，可能所費不貲且費時費力，當您考慮選擇何種適合管道救濟時，請先思考以下幾個問題：.....（2）是否充分與業者溝通？建議消費者先與企業經營者直接聯繫與溝通，讓業者有機會更正銷售過程的誤會或過失，若業者置之不理或溝通無效，再尋求第三方的協助。.....（3）若使用信用卡購物，可跟發卡機構聯繫，瞭解該消費糾紛可否透過發卡機構的糾紛處理機制爭取權益。
- 跨境消費爭議屬私法紛爭，多數國家之駐外使館為避免干涉駐在國司法權行使，不會「直接」或「間接」介入是類爭議。因此，建議消費者參酌以下管道尋求救濟：
 - 向國際組織「跨境消費爭議網（eConsumer.gov）」申訴。
 - 向企業經營者所在國家機關或單位尋求救濟。
 - 尋求國內消費者保護團體協助。

113年海基會協處兩岸消費糾紛案例統計

- 9件消費糾紛。
- 涉及電商平臺購物糾紛之案例：
 - 於淘寶網交易平臺購買燈具乙座，總計費用人民幣1,808元，因認所收受之商品顯具瑕疵，並業依客服所告寄回商品；詎料，嗣遭該平臺消極回應，迄今仍未收到任何退還款項。
 - 民眾在陸方電商平臺向賣家訂製高級工藝品，支付5萬人民幣貨款後旋遭賣家置若罔聞，經向該電商平臺反映，亦未獲妥適協處。
 - 民眾在中國網站訂購商品，並依商家指示支付價款人民幣5,800元。詎料，所收貨品未若之前歷次所保證之品質，經請求退款遭置若罔聞，嗣向網站舉報遭詐，亦未獲積極協處。
- 海基會函請海協會協處，但未獲陸方回復，考量當事人後續並未再次陳情，爰並未函催海協會處理。

114年海基會協處兩岸消費糾紛案例統計

- 16件消費糾紛。
- 涉及電商平臺購物糾紛之案例包括：
 - 在淘寶網支付人民幣4,500元購買暹羅貓，嗣因詢問申請檢疫問題遭置之不理，申請退款卻遭嘲諷。
 - 在淘寶網訂製商品，支付貨款逾新臺幣10餘萬元，賣家不僅交付錯誤商品，衍生諸多爭議，向平臺申訴亦未獲妥處。
 - 透過阿里巴巴電商平臺，向陸方廠商購買兩臺AI伺服器，並支付價金73,620美元。詎料交貨後，廠商始終未提供相關檢驗文件及電源安規認證，致該公司無法進行後續販售；數度向廠商協調退貨卻屢遭推諉，另向平臺申訴亦未獲妥處。
 - 民眾在蝦皮電商平臺向陸方人士購買70支手鐲，約新臺幣10萬元，詎料收受之商品疑為人造染色填充品，且賣方拒絕退款。
- 函請海協會協處，但迄未獲陸方回復。
- 從上可知，消費者於跨境電商平臺交易產生爭議，常易陷於救濟困難。

跨境爭議之救濟機制僅提供原則性建議，實務上求助困難

諮詢專家學者意見

- 目前救濟與申訴管道雖已建立，惟體系分散且可及性有限。可行途徑包括與業者或電商平臺協商，然於跨境交易中，常因賣家聯繫困難，且平臺多以僅具媒合性質為由切割責任；金融支付爭議方面，消費者得透過發卡銀行申請拒付（chargeback），惟受申請期限限制，且不適用所有付款方式；另可向國內消費者保護機關申訴或撥打詐騙專線（如165），然相關措施多屬協調性質，對境外業者亦欠缺強制力。
- 目前消費者保護教育多聚焦於預防階段（如避免交易），並強調境外平臺救濟困難，惟對已發生消費糾紛之後續處理指引不足；政府提供之跨境申訴資訊亦未臻具體，且缺乏與國際消保組織合作之實務教學，致使消費者於受害後，仍易陷於求助無門之情境。
- 2025-2026年間，歐盟制度最大的改變是將責任歸屬從「賣家」擴展到「平臺」，並建立線上爭議解決之ODR平臺，消費者可線上申訴、由第三方調解，將程序標準化及可跨國處理，因第三方調解係於線上辦理，處理速度快。



調查 意見 二

- 中國電商平臺未於我國設立營運主體，消費者權益保障及售後救濟機制相對有限，相關機關已對民眾持續加強宣導如何維護自身權益。然而，現行宣導多著重一般性風險提醒及法規說明，偏重事前預防，對於辨識違規商品、處理消費爭議及實際操作流程等情境之具體指引仍嫌不足，難以提升民眾實際應用能力
- 就跨境消費爭議之救濟機制而言，雖提供與業者聯繫，或向國外主管機關、國際平臺及民間團體求助等概括性建議，但相關管道及救濟方法仍需消費者自行判斷適用，消費者發生消費爭議卻常陷於救濟困難。
- 爰行政院允宜督促相關機關深化消費者教育內容，提醒跨境電商平臺消費之風險，並提供明確與可及之救濟管道及具體操作指引，以提升跨境消費之實質保障。

電商平臺提升交易透明度並保障消費者之知情權與選擇權

- 電商平臺提供充分、正確、清楚且易於理解之資訊，並以淺顯易懂之方式呈現，避免使用艱澀專業術語，更能確保消費者得以充分理解相關內容，提升交易透明度並保障消費者之知情權與選擇權。

- 《電子商務消費者保護綱領》「線上資訊揭露」項下列示之基本原則：

企業經營者應提供有利於消費者選擇及進行交易之充分資訊。（一）企業經營者應提供充分、正確、清楚且易於瞭解之資訊。企業經營者提供資訊時應遵守下列原則：1.使用淺顯易懂之文句，避免艱澀專業術語及法律用語。2.提供之資訊應能讓消費者保存及利用。3.提供消費者於進行交易時依法應告知之資訊。4.資訊之提供應明顯且易於取得。

部分跨境電商商品之風險控管前移至上架前審查

- 數發部除透過聯繫會議協助主管機關與業者建立即時溝通管道、向業者宣導相關法令，亦協助推動以下機制：
 - 業者強化上架審核機制及上架提醒：
 - 提供違法商品關鍵字予平臺業者，業者透過商品標籤、AI自動審核等系統審核及人工複審方式強化商品合規性，亦輔導電商平臺業者向賣家主動提示我國相關商品法規義務，從源頭降低違法風險。
 - 字號必填、字號API校驗系統等機制：
 - 針對應施檢驗商品，或需取得許可販售之商品，強制執行字號填寫與校驗，確保販售商品之合法性與合規性。
 - 違規賣家處罰、停權及教育訓練等機制：
 - 例如違規記點、重大或重複違規停權，並以教育訓練等方式，輔導賣家符合平臺法遵。
 - 運用AI工具監測「高風險違禁品」：
 - 依歷來詐騙案件建構風險分析模型，並運用AI分析重大案件之商品特性、交易模式與關鍵字，快速辨識可疑商品，彙整預警清單供平臺檢視或預防性下架。

業者強化上架把關，消費者購買時仍不易判斷商品是否合規

諮詢專家學者意見

- 儘管標準局已加強宣導，但對消費者而言，境外電商平臺上的商品資訊往往未標示我國商品檢驗標識，導致消費者在購買當下難以判斷商品是否符合我國《商品檢驗法》的規範，亦缺乏即時且友善的查詢介面，得以比對境外產品規格與本土標準之差異。
- 應建立一般消費者也能理解與辨識的風險分級標示機制，對於高風險商品（如含有害化學物質的玩具、未經認證的鋰電池設備、易爆壓力容器）與低風險商品，應提供更具層次與差異化的風險提示，以協助消費者在選購時做出明確判斷。
- 應建立風險分級機制，而非將所有商品納入同一標準管理。對於高風險商品，應提高查驗比例；低風險商品則維持快速通關，以兼顧效率與管理。



調查 意見 三

- 我國已將部分跨境電商商品之風險控管前移至上架前審查，然現行關鍵字過濾與AI審查雖具效率優勢，仍可能因變形用語或規避性描述而發生漏判，無法全面辨識隱性違規內容。另因平臺商品數量龐大且更新迅速，即使投入大量人力亦難即時全面巡查；加以部分商品描述具模糊性或專業門檻，業者亦不易準確判斷其合法性。
- 強制填報檢驗字號或許可證號之制度，仍可能出現冒用等問題，且難以實質驗證商品內容與品質之合規性。
- 又電子商務以線上展示，消費者無法實際接觸商品，亦缺乏即時且易於運用之查詢管道，致難判斷商品是否符合法規，縱經上架前審查，仍存潛在安全及衛生風險。
- 爰行政院允宜督促所屬，建構整合式風險資訊平臺，強化即時查詢功能，同時導入風險分級、平臺責任與資訊透明機制，並增進審查效率及業者法規認知，以提升平臺商品合規性並降低違規情形。

- 歐盟《一般產品安全法規》（ Regulation （ EU ） 2023/988 ； General Product Safety Regulation, GPSR ）對於跨境電商平臺設有「安全門（ Safety Gate ）」快速通報系統之規範，要求電商平臺對於接獲危險商品之消費者發出警示，以及歐盟執委會應建立「安全門快速通報系統」及「安全企業入口網」等通報機制，以利執委會與各會員國之間、各會員國彼此之間、政府與消費者之間、企業與政府主管機關之間即時通報危險商品資訊。

法國對於跨境電子商務平臺及其輸入商品之管理機制

■ 法國財經部於2025年4月29日提出電商平臺監管與安全行動計畫，重點如下：

- 產品安全與合規性：
 - 針對電商包裹進行抽驗增加3倍。
 - 擴大對電商平臺產品安全標準、標籤內容、環境要求及商業行為等檢驗。
 - 透過Rappel' Conso、社群媒體及法國競爭、消費與反詐欺總署網站等管道促進消費者對電商平臺產品相關檢驗結果之認識。
 - 針對電商平臺檢驗情形，促進歐盟成員國間資訊分享與流通，以利各國採取相應措施。
- 防範國外電商平臺扭曲市場競爭：
 - 強化對國外電商查驗：針對國外大型電商平臺進行嚴格查驗，以恢復市場秩序。
 - 防範增值稅詐欺：增強對高風險業者預防，並對違反規定之進口業者取消相關資格。
 - 促進歐盟取消小額包裹關稅豁免：法國在歐盟關稅改革架構下，推動取消電商平臺150歐元以下包裹關稅豁免。
 - 推動前期機制：在關稅改革實施前建立相關機制，如徵收包裹處理費 (frais de gestion) 等，並推動在歐盟層級實施以防範規避行為。

數發部召開網路違法商品下架處理聯防平臺聯繫會議

- 數發部為協助各相關作用法主管機關因應日新月異之網路販售違禁品案件，並促進與平臺業者之對接合作，交換意見，共同研商解決方案，自113年至115年間，召開7次網路違法商品下架處理聯防平臺聯繫會議，定期邀集各目的事業主管機關，並結合中華民國無店面零售商業同業公會、TiEA臺灣網路暨電子商務產業發展協會、TeSA臺灣電子商務暨創業聯誼協會等國內三大無店面公協會，蝦皮、露天市集、雅虎、旋轉拍賣等4家國內大型C2C電商業者，以及Google、Line、Meta、Tik Tok PTE. LTD等4家已納管之網路廣告平臺業者參與。
- 另對未在我國落地之境外跨境電商平臺（如淘寶、拼多多），亦透過產業公協會協助建立聯繫管道，就我國相關法規進行宣導，促進其配合我國法制規範。

違法商品下架處理聯防平臺建立之通報與處理流程管道

■ 定期召開聯防平臺聯繫會議：

- 數發部彙整各部會提供之違禁品清單，並透過每季召開聯防平臺聯繫會議，建立跨機關與平臺業者之聯繫管道，針對違法商品下架議題進行溝通，並交換相關情資及討論關鍵字設定，同時追蹤列管案件之處理進度，以提升整體協作效率與治理成效。

■ 提供相關關鍵字及加強宣導事項：

- 各部會不定期提供相關關鍵字或以函文加強宣導，數發部於收受各部會提供之相關資訊時，即提供電商平臺後下架。業者透過標籤設定、AI自動審查或字號必填機制，於賣家商品上架前進行防堵，並納入平臺日常巡查主動下架違規商品。

■ 建立通報管道即時通知業者：

- 各主管機關於發現網路平臺涉及違法販售商品情形時，得依聯防平臺所建立即時通報機制，逕行通知平臺業者採取移除或下架等處置措施。主管機關並應依其權管法規，提供明確之法源依據及相關下架關鍵字；平臺業者則配合進行自主巡查，或於接獲主管機關通報後，即時執行商品下架作業。

違法商品下架多係事後處理及仰賴業者自律

- 從相關主管機關歷次於網路違法商品下架處理聯防平臺之提案及衛福部之查復說明，跨境電商平臺多屬境外企業，各平臺對違規內容之認定標準、下架處理程序及作業時效未盡一致；部分案件並受限於平臺內部規範、社群政策或個人資料保護政策，未必得即時配合下架處置或提供相關資料，致影響行政機關之後續處理效率。
- 數發部已建立跨部會與平臺業者之即時溝通協調機制，強化違法商品之防堵及下架處理效能。惟該機制仍主要依賴平臺業者自律以維持運作，對業者之責任規範不足，亦未課予業者對消費者進行風險警示或主動通知之義務。

電商平臺應強化商品安全與責任管理機制

諮詢專家學者意見

- 各國已逐漸採取措施，要求平臺須驗證賣家身分、提供商品安全資訊，並建立快速下架機制，同時平臺不再以「中介者」身分完全免責；而這正是我國現行制度的缺口。
- 電商平臺應強化商品安全與責任管理機制，建立完整的商品可追溯性體系。目前歐盟已開始推動並具體實施相關制度，商品自工廠至電商平臺上架，平臺應提供商品安全承諾、數位化追蹤系統及單一聯繫窗口等保障。
- 歐盟之數位服務法（DSA），核心要求包括平臺應主動下架非法或危險商品，建立有效的申訴與通報機制，對於未遵守相關義務的網路平臺，特別是超大型平臺，設有嚴格的裁罰機制，最高可處以全球年營業額6%的罰鍰。
- 應強化平臺責任，要求跨境平臺在臺灣設置合規代理人，建立不合規商品下架義務。



調查 意見 四

- 歐盟《一般商品安全法規》建立「安全門」快速通報機制，要求平臺下架違規商品並對消費者直接發出警示；《歐盟海關法典》（UCC）擬引入「視同進口商」制度，將跨境電商平臺定位為進口商，並加強對不合格商品之監管與查驗；法國提出電商平臺監管與安全行動計畫，國際間已加強對跨境電商平臺不合格商品之監管與海關查驗，並使商品責任由賣方擴及平臺，平臺不再得完全免責。
- 我國雖透過「網路平臺刊登或販售違法商品下架處理聯防平臺」課予平臺概括義務，但多屬事後處理，且由主管機關通知平臺下架或改善，並仰賴業者自律，雖能處理個案，卻難以從源頭預防違規商品流通，對跨境電商之整體風險控管仍顯不足；且部分案件並受限於平臺內部規範、社群政策或個人資料保護政策，未必得即時配合下架處置，影響行政機關之後續處理效率。
- 爰行政院允宜督促所屬，強化平臺對不合格商品之監管責任，避免不合格商品於平臺流通，並使消費者即時獲知危險商品資訊，提升協作效率及治理成效。

處理辦法

- 一、調查意見，函請行政院督促所屬檢討改進見復。
- 二、調查意見，經委員會討論通過及個資處理後上網公布。
- 三、檢附派查函及相關附件，送請交通及採購、財政及經濟、社會福利及衛生環境委員會議處理。



監 察 院

THE CONTROL YUAN

REPUBLIC OF CHINA (TAIWAN)