

調 查 報 告

壹、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。

貳、調查意見：

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。為深入瞭解實情，釐清主管機關對於境外電商輸入商品之相關查驗機制、對造成民眾健康潛在威脅之低價劣質商品納入監管及教導民眾選購安全商品之教育宣導執行情形等，經向行政院消費者保護處（下稱行政院消保處）、數位發展部（下稱數發部）、衛生福利部（下稱衛福部）、經濟部、財政部、大陸委員會（下稱陸委會）、國家通訊傳播委員會（下稱通傳會）、勞動部職業安全衛生署、經濟部國際貿易署、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、環境部調取卷證資料，並於民國（下同）115年5月8日諮詢國立清華大學化學系凌榮譽教授永健、長庚醫療財團法人林口長庚紀念醫院（下稱林口長庚醫院）毒物管理中心顏主任宗海、譚護理師敦慈、放射醫學研究院林副研究員中英，復就本案爭點，於5月25日詢問行政院消保處、數發部、衛福部及所屬食品藥物管理署（下稱食藥署）、經濟部及所屬標準檢驗局（下稱標準局）

相關主管人員，業調查竣事，茲綜整調卷¹、諮詢及詢問所得，提出調查意見如後：

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。

(一)德國獨立消費產品測試機構《Öko-Test》於西元2023年7月25日公布針對中國電商平臺Shein販售的21件商品

¹數發部 115 年（本註以下均為 115 年復函）3 月 6 日數授產經字第 1150001627 號函及 6 月 11 日數授產經字第 1150005776 號函、經濟部 3 月 10 日經標字第 11553500060 號函及 6 月 12 日經授標字第 11500633780 號函、財政部 3 月 12 日台財關字第 1151004500 號函及 6 月 12 日台財關字第 1151012751 號函、行政院 3 月 16 日院臺消保字第 1155005359 號函及 5 月 25 日院臺消保字第 1150617033 號函、食藥署 4 月 10 日 FDA 企字第 1159011124 號函、大陸委員會 5 月 22 日陸法字第 1159904862 號函、通傳會 6 月 5 日通傳北決字第 11500182530 號函、勞動部職業安全衛生署 6 月 8 日勞職安 4 字第 1150114648 號函、經濟部國際貿易署 6 月 9 日貿管理字第 1157017713 號函、金融監督管理委員會 6 月 9 日金管銀票字第 1150140081 號函、財政部國庫署 6 月 9 日台庫酒字第 11503678330 號函、衛福部 6 月 17 日衛授食字第 1159040390 號函、文化部 6 月 15 日文綜字第 1153015946 號函、內政部 6 月 16 日內受警字第 1150878470 號函、內政部警政署 6 月 16 日警署刑科字第 1150007950 號函、交通部公路局 6 月 18 日路監車字第 1150029154 號函、外交部 6 月 22 日外歐盟字第 1151902492 號函、環境部 6 月 22 日環部化字第 1158004644 號函、衛福部國民健康署 6 月 23 日國健教字第 1150105054 號函、農業部 6 月 23 日農際字第 1150223775 號函。

之檢驗結果²，顯示其中約三分之二之商品未通過測試，並有8項產品檢出超標之有毒化學物質殘留，包括銻（Sb）、二甲基甲醯胺（N,N-Dimethyl formamide）、鉛（Pb）、鎘（Cd）、違禁之鄰苯二甲酸酯（Phthalates）、萘（Naphthalene）及多環芳香烴（PAH）等。其中，在嬰兒服裝中檢出可經皮膚或汗液吸收之銻；另於2雙涼鞋中檢出鉛與鎘，且其中1雙鞋更檢出多項超出歐盟化學品法規「Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals，即REACH」所定限值之物質。另據綠色和平組織（Green peace）於2025年及2026年公布之檢測結果，其自Shein平臺購買之服飾及鞋類產品，仍持續檢出有毒化學物質殘留，顯示相關產品安全疑慮迄未改善³。

（二）近年全球電子商務發展趨於成熟，依據DHL發布之「2025年全球電商產業趨勢報告」（2025 E-Commerce Trends Report）指出，約6成消費者曾透過網路向海外電商平臺購買商品⁴，顯示跨境網購已成為普遍消費模式，其主要動機以商品價格較為低廉為主。在購買品類方面，以服飾、3C電子產品及鞋履等為大宗，另以美國之Amazon、eBay及中國之Temu、Shein、AliExpress等，為全球消費者主要使用之跨境購物平臺。案內Shein原為於中國南京創立之跨境電商企業，按本案諮詢專家提供之資料，其總部已設於新加坡，惟其服飾商品供應鏈仍集中於中國供應商提供產品，及透過部分社

²21 件商品中，女性服飾有 5 件，男性、青少年和嬰兒服飾各有 4 件，另有女鞋、男鞋、青少年鞋與嬰兒鞋各 1 雙。

³Green peace 於 2025 年公布針對 8 國於 Shein 購買的 56 件服飾與鞋類進行實驗室分析，其中 32%（18 件）產品超過歐盟 REACH 安全標準，包含 3 件兒童服不合格，部分外套的 PFAS（全氟化學物）超標最高達約 3,000 倍以上，檢出的有害物質包括：全氟及多氟烷基物質（PFAS）、鄰苯二甲酸酯（塑化劑）、甲醛、重金屬（鉛、鎘）及烷基酚聚氧乙烯醚（APEOs）等。2026 年再後續測試 31 件商品，約 80%（25/31）超標，有些產品與之前問題款「幾乎相同仍持續販售」。

⁴購買商品以服飾（64%）、3C 電子產品（58%）、鞋履（50%）等為最。

群媒體內容創作者（如Tik Tok使用者）購買並展示相關服飾商品，誘導對價格敏感之年輕族群（尤以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，此形成行銷效果。

- (三)我國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。另依通傳會發布之《網際網路內容管理基本規範及分工原則》網際網路所提供之商品、服務、內容或相關行為，凡於實體社會具有對應者，為統一事權，其管理及衍生爭議之處理，原則由實體社會各該目的事業主管機關（下統稱主管機關）依權責辦理。是以，電子商務平臺之主管機關為數發部；至於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。另數發部為協助各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合作，自113年11月至115年3月間，共召開7次「網路平臺刊登或販售違法商品下架處理聯防平臺（下稱網路違法商品下架處理聯防平臺）」聯繫會議，以利即時就近期熱門議題或個案處理情形交換意見。

- (四)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：新加坡商蝦皮娛樂電商有限公司臺灣分公司（下稱蝦皮）、露天市集國際資訊股份有限公司（下稱露天市集）、香港商雅虎資訊股份有限公司臺灣分公司（下稱雅虎）、旋轉拍賣有限公司（下稱旋轉拍賣）等4家國內大型C2C電商業者。惟依《臺灣地區與大陸地區人民關係條例》第73條第1

項及《大陸地區人民來臺從事投資許可辦法》規定，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，擬來臺投資並設立公司從事電商平臺相關業務，應事先提出申請，且其登記經營之項目，須符合經濟部公告之「大陸地區人民來臺投資業別項目」。鑑於多數電商平臺之營運模式通常涉及一般廣告業等相關業務⁵，該等業別目前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。復因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。是以，本案所涉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。

(五)各類商品是否得於電商平臺販售，依其性質適用不同專業法律，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：

- 1、禁止販售之商品：指依相關法令規定不得製造、輸入或販售之商品，如菸品(含電子煙)、特定寵物(犬或貓)，訊號屏蔽/干擾器、毒品、槍砲、子彈、刀械等。
- 2、未經許可不得販售之商品：指商品須經主管機關核准始得販售之商品，如應施檢驗商品、電信管制射頻器材、醫療器材、肥料等。
- 3、法規未有禁止，但屬高風險之商品：指未有主管機關明文禁止，但網路販售有一定風險之商品，如信

⁵經濟部查復，此考量為一般廣告業可能涉及資訊傳播及國家安全風險，尚須整體評估資訊安全與產業政策影響

號彈、權利車等，電商業者基於風險控管考量，通常配合採取商品屏蔽⁶或下架等相關措施。

(六)依據《商品檢驗法》第6條規定，經公告為應施檢驗之商品，無論透過一般貿易或跨境電商方式輸入我國，凡屬供銷售或商業用途者，均應依法完成檢驗程序，貼附商品檢驗標識後，始得輸入；未符合規定者不得輸入或於國內市場流通。標準局目前公告應施檢驗商品逾1,300項，並訂有相應之國家標準或檢驗規範，另針對已落地營運並納入我國法規管轄之電商平臺所販售之應施檢驗商品，亦辦理邊境查核、市場檢查及購樣檢測等工作，以確保商品符合國內安全、衛生及環境保護標準。惟查：

- 1、跨境電商小額包裹輸入我國，目前主要採取邊境管制方式進行管理，財政部關務署(下稱海關)於貨物進口時查核其貨名、數量、價格等申報內容是否與實際來貨相符，相關目的事業主管機關則依權管法規進行查驗、檢疫。
- 2、案內所涉涼鞋及成人服裝，非屬納入電商平臺商品管理清單之禁止販售、未經許可不得販售或高風險商品，爰其輸入我國，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。
- 3、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

⁶要屏蔽網站要有明確的法律依據，要屏蔽網站的話，可參考《兒童及少年性剝削防制條例》、《性侵害犯罪防治法》、《詐欺犯罪危害防制條例》，有法律授權都可以配合處理。參見第1次聯繫會議討論提案五數位發展部資源管理司說明內容。

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⁷自用條件下，得依規定准予免驗。

- 4、標準局辦理應施檢驗商品之市場購樣檢測時，得視實際需要，將網路銷售商品納入檢測範圍。惟亞馬遜（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。
- 5、食藥署針對境外電商平臺販售涉及之食品、藥品及醫療器材等商品，已依相關法規建構包含輸入管理、主動監測、後市場監管、平臺協力及風險資訊揭露等整體監管機制。惟111年至114年間，尚未針對中國電商平臺所販售前開商品辦理購樣檢測。至於本案所涉成衣、鞋類及嬰幼兒與兒童用品係屬標準局權管之商品；縱該等商品可能有影響人體健康之虞，仍非屬食藥署之主管範疇。

(七)對於未落地電商平臺之管理機制，據數發部查復稱：未於我國設立營運據點之境外電商平臺，現行主要係透過邊境管制措施辦理相關管理等語。經濟部則查復稱：標準局目前就已於我國落地營運並納入法規管轄之電商平臺，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；另表示，中國電商平臺因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，爰已加強宣導，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。復據衛福部查復表示：部分境外電商平臺及社群

⁷例如：1,000 美元以下且不超過 5 件。

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。為強化風險控管，食品藥物管理署已與國內外平臺業者建立多項協力機制，包括違規通報、商品下架、搜尋結果屏蔽、限制接取，以及運用「網域名稱系統回應政策區域」⁸之停止解析措施，以降低違規商品流通風險；並持續蒐集國際產品安全警訊與風險資訊，透過網站揭露、新聞發布及社群媒體宣導等方式，提醒民眾注意跨境網購風險，提升消費者風險辨識能力等語。

(八)Shein電商平臺販售之衣服及涼鞋，經檢出含有超標之有毒化學物質殘留，兒童如長期穿著，恐有影響健康之虞。此類商品在低成本、高產量之製造模式下，倘供應鏈品質管理未臻完備，易產生化學物質殘留之風險。惟該等商品因具價格低廉之市場吸引力，且多透過跨境電商以小額直寄方式輸入，未經一般貿易模式之邊境查驗程序，致現行管理機制難以於邊境有效防杜相關風險商品流入國內市場。經諮詢專家意見，亦印證前述管理上之限制與風險存在。茲摘錄以：

- 1、電商平臺在網路上販售低價商品，但目前相關法律規範尚未完善，許多商品未經檢驗即輸入國內。例如，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。最主要的原因在於，這些商品未經正常管道進行邊境查驗，現行管理機制未能有效防止低價劣質商品進口。
- 2、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

⁸即 Domain Name System Response Policy Zone, DNS RPZ。

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，但因監管與測試仍不足，市場上仍存在未被檢出的風險產品。

- 3、以Shein為代表的快時尚供應鏈，其上游多來自中國的小型工廠。此類產業強調快速與低價，其生產的商品最終成為日常用品，以「個人自用」形式直接由境外配送至消費者手中，現行邊境查驗機制難以有效介入。
- 4、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。

（九）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，然而，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，爰依據《聯合國兒童權利公約》（CRC）之「兒童最佳利益」原則，所有影響兒童的決策皆應以兒童的最大利益為首要考量，相關機關允宜研議在「孕媽咪健康手冊」強化對跨境電商平臺消費注意事項之宣討或加註警語，擴大消費者之知情權。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，縱數發部已7次召集相關部會及C2C業者召開網路違法商品下架處理聯防平臺會議，但亦無法針對未落地電商平臺販售之違規商品進行處理，致未落地電商平臺販售商品之安全、衛生，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。

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。另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。

(一)按《消費者保護法》第41條第1項規定：「行政院為推動消費者保護事務，辦理下列事項：……二、消費者保護計畫之研擬、修訂及執行成果檢討。三、消費者保護方案之審議及其執行之推動、連繫與考核。……五、消費者保護之教育宣導、消費資訊之蒐集及提供。」爰行政院透過消費者保護計畫之研訂，審議相關主管機關所提消費者保護方案並予以考核俾督導落實執行，亦藉由各類宣導措施，確保消費者權益。查前揭113-114年度消費者保護計畫與方案涉及境外電商之措施包括：「對非實體店面之食品、商品與服務，加強落實管理及查核」、「強化數位市場監理與執法技術」，以及「輔導、管理網路平臺，強化資訊揭露及爭議協處」等，亦向民眾傳達境外網購之風險與爭議處理機制。

(二)鑑於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，相關機關已持續加強宣導，維護自身權益，包括：

1、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。

2、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。

- 3、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。

(三)行政院消保處為協助消費者解決跨境消費爭議，於消費者保護會網站公布「涉及跨境消費爭議之處理機制及管道」，提供相關處理原則及申訴途徑說明，供消費者參考運用，內容略以：

- 1、……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。
- 2、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：
 - (1) 向國際組織「跨境消費爭議網」eConsumer.gov⁹。
 - (2) 向企業經營者所在國家機關或單位尋求救濟。
 - (3) 尋求國內消費者保護團體協助。

(四)依據行政院消保處查復說明，各地方政府受理有關電商平臺衍生之消費爭議，以國內電商平臺（如蝦皮、MOMO、PChome等）為大宗，跨境電商平臺消費爭議相對較少。該處彙整111-114年美日電商平臺及中國電商平臺之消費爭議申訴案件如下表，因部分民眾於申訴案中有提供在臺業者（如貨運商或物流商）聯繫方

⁹網址:<https://www.econsumer.gov/>

式，地方政府得依《消費者保護法》第43條規定，函請業者於15日內處理，依該規定處理美日電商與中國電商申訴之比率分別約44%及34%；進行第二次申訴協商或調解者（含自行和解），美日電商與中國電商分別約4%及6%；餘為當事人撤案與不予受理（境外案件）等。

電商平臺/年度	111年	112年	113年	114年
美日電商平臺(Amazon、eBay、Mercari、Buyee、Bibian)	12	31	48	42
中國電商平臺(淘寶、拼多多、SHEIN、京東、阿里巴巴)	8	15	37	67
合計	20	46	85	109

資料來源：行政院115年3月16日院臺消保字第1155005359號函

(五)再據行政院消保處稱：消費者於中國電商平臺購買商品衍生消費爭議時，倘我國境內並無該等業者設置之客服窗口，可透過財團法人海峽交流基金會（下稱海基會）協處。另據陸委會查復資料，113、114年間請該會轉請海基會協處有關中國大陸電商平臺消費爭議計1件，係民眾向消保處申訴其於FB向中國大陸電商購買衣物，因尺寸不合、郵件往返多次，均無法退貨之消費糾紛案，希管理或懲罰類案陸方不肖業者缺乏合理性請求等情。案經陸委會轉請海基會協處，雖海基會致電說明兩岸既有聯繫機制及後續協處建議，然民眾婉謝海基會協處。

(六)再按陸委會提供之「113年海基會協處兩岸消費糾紛案例統計表」有9件消費糾紛，涉及電商平臺購物糾紛之案例包括「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」，前述案件亦經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。嗣114年海基會協處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」，前述案件雖函請海協會協處，但迄未獲陸方回復。從上可知，消費者於跨境電平臺交易產生爭議，常易陷於救濟困難。

(七)從前可知，跨境爭議之救濟機制僅提供原則性建議，將管道選擇責任留予個人，實務上易造成求助困難，此可由本案諮詢專家提供之意見可證。茲摘錄以：

- 1、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。

- 2、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境。
- 3、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¹⁰，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。

（八）綜上，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。另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。

¹⁰Online Dispute Resolution，用網路系統來處理消費糾紛的機制，讓消費者與商家不用進法院就能解決問題

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。

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，仍難因應變形用語描述而漏判，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。另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。

(一)《電子商務消費者保護綱領》列示之基本原則「線上資訊揭露」項下，規範：「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。」可知，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。

(二)數發部為輔導電商平臺符合相關主管機關作用法規，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：

1、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於個人賣家商品上架前，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。

2、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與合規性。

3、違規賣家處罰、停權及教育訓練等機制：

輔導業者建立違反平臺規則或主管機關相關作用法之個人賣家相關管理機制，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。

4、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，持續納入新型態詐騙資料，提升預警準確度。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。113至114年間，以AI掃描高風險商品及違禁品，累計逾280萬筆商品與帳號，偵測出約4.3萬筆高風險案件。

(三)標準局已推動源頭管理措施，包括建立應施檢驗商品查詢連結、建置賣家上架提醒機制，以及要求平臺於商品網頁揭示商品檢驗標識號碼並與標準局系統API介

接比對等；另加強重點商品之網路查核，並運用數位科技建立風險預警及追蹤監視機制，主動搜尋疑涉未經檢驗商品。114年之辦理成效包括：

- 1、推動約20種高風險商品，要求賣家於刊登商品時，須填報商品檢驗標識號碼；並持續透過平臺通知賣家補正或下架未揭示商品檢驗標識之商品頁面，以利消費者辨識並選購已完成檢驗之商品。
- 2、要求國內電商平臺強化應施檢驗商品之源頭管理，包括建立應施檢驗商品查詢連結、導入賣家上架提醒機制；另對多次違規或情節重大之網路賣家予以記點、調降商品排序或停權等管理措施。
- 3、與多家國內電商平臺業者合作，每季提供重點查核商品及相關關鍵字，請平臺業者加強商品上架把關與自主巡查。
- 4、運用網站解析技術擷取賣家及商品資訊，比對商品檢驗標識號碼正確性，累計移除未主動揭示商品檢驗標識網頁逾1萬6,000件。

(四)惟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可知，電商平臺對商品上架與否，受其內部政策影響，尚待落實把關。相關提案內容略以：

- 1、通傳會於113年11月29日第1次聯繫會議中提案，內容說明略以：本會受理網路平臺販賣電信管制射頻器材陳情案件，部分案件網頁內容雖標示本會審驗合格標籤資訊，但發現該標籤資訊虛偽不實（自己捏造不實標籤或使用其他產品之標籤）……平臺把關商品上架之責任，確認商品標示資訊正確後，始同意該商品上架販售。¹¹

¹¹露天市集：針對NCC的部分，我們API串接都已經做了，但因為射頻管制器材定義太廣泛了，賣家會鑽漏洞。雖然經資料庫比對證號結果相符，但最後還是要靠人力一件件排查。而且事前審查也看不出來它是否為違法商品。我們雖然有拿到賣家身分證影本，但我們沒有辦法面對面驗證他的身分。

2、標準局於114年9月10日第5次聯繫會議提案：請網路電商平臺業者落實上架審查機制及上架後之抽查作業。

3、數發部數位產業署於114年12月18日第6次聯繫會議提案：電商平臺賣家以他人施檢驗合格證照，平臺因系統僅透過程式串接，無法有效審核。建議要求平臺建立自動審核機制，並配合人工複審，另上傳正式文件供主管機關查驗。

(五)按本案諮詢專家之意見，相關機關已推動業者強化上架之把關措施，但對消費者而言，在購買當下判斷商品是否合規，因缺乏即時、友善之查詢介面，實屬不易，仍需結合風險分級、強化平臺責任等機制，始能兼顧效率與管理。茲摘錄以：

1、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。此外，目前亦缺乏即時且友善的查詢介面，讓消費者得以比對境外產品規格與本土標準之差異，進一步影響其消費決策。

2、應建立一般消費者也能理解與辨識的風險分級標示機制。目前並非所有境外電商商品皆具有相同風險，但既有宣導內容有時過於籠統，難以提供具體判斷依據。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，應提供更具有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。

3、應建立風險分級機制，而非將所有商品納入同一標

我們的困難被政府忽視很久，我們常收到機關函文，但機關卻未明確說出違法條文。政府說我們跟賣家是委任關係，但我們和賣家的關係與 B2C 平臺與廠商的關係是不一樣的，無法去控制賣家的貨源等，對於賣家的管制力沒有那麼高。

準管理。依風險高低區分商品類型，例如食品風險高於化妝品，化妝品又高於一般商品。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。

(六)綜上，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，仍難因應變形用語描述而漏判，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。另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。

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；法國已提出電商平臺監管與安全行動計畫，顯見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。惟我國雖透過「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。

- (一)電子商務提供消費者便利之購物環境，但產生交易安全、隱私權保護、網路詐欺及跨國界等消費者保護問題，爰行政院訂定《電子商務消費者保護綱領》，據以作為網路交易中消費者的權益保障與企業責任規範之政策準則，在基本原則「透明及有效之保護」項下，規範「在電子商務中消費者所受之保護，不應低於其他交易型態中所受之保護」，以及政府、企業經營者、相關團體及消費者應共同合作，透過法令管制、業者自律、教育宣導、技術應用及國際合作等各項措施，保障消費權益；亦在基本原則「公平之商業、廣告及行銷活動」項下，規範當商品或服務確認有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞時，應與主管機關合作處理後續事宜。
- (二)歐盟、法國對於跨境電子商務平臺及其輸入商品之管理機制：

1、歐盟：

歐盟「一般產品安全規章」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。

2、法國：

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：

(1) 產品安全與合規性：

- 〈1〉針對電商包裹進行抽驗增加3倍。
- 〈2〉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。
- 〈3〉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。
- 〈4〉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。

(2) 防範國外電商平臺扭曲市場競爭：

- 〈1〉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。
- 〈2〉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。
- 〈3〉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。
- 〈4〉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。

(三)我國對於已落地之跨境電商平臺販售之商品，主要透過輸入管理、主動監測、後市場監管、平臺協力及風險資訊揭露進行監管。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，並促進主管機關與平臺業者之對接合作，以利即時就近期熱門

議題或個案處理情形交換意見，並就執行過程中所面臨之困境共同研商解決方案，自113年11月至115年3月間，共召開7次網路違法商品下架處理聯防平臺聯繫會議。前揭聯防平臺係定期邀集各目的事業主管機關¹²，並結合國內主要電商公協會，包括、中華民國無店面售商業同業公會、TiEA台灣網路暨電子商務產業發展協會、TeSA台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，以及美商科高國際有限公司（Google）¹³、臺灣連線股份有限公司（Line）¹⁴、臺灣臉書有限公司（Meta）¹⁵、TikTok PTE. LTD等4家已納管之網路廣告平臺業者參與¹⁶。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。

（四）數發部透過網路違法商品下架處理聯防平臺，已建立之通報與處理流程管道，包括：

1、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。

¹²113年11月29日起召開第1次聯繫會議，至115年3月，共計召開7次聯繫會議，邀集環境部、文化部、交通部、內政部、內政部警政署、財政部國庫署、金融監督管理委員會、衛福部、衛福部國民健康署、衛福部食藥署、農業部動植物防疫檢疫署、標準局、經濟部國際貿易署、交通部公路局、勞動部職業安全衛生署及通傳會等機關參與

¹³美商科高國際有限公司係Google在臺灣的正式法律實體（分公司）名稱。

¹⁴臺灣連線股份有限公司係LINE在臺灣的正式公司名稱。

¹⁵臺灣臉書有限公司係Meta（Facebook 母公司）在臺灣的正式公司之一。

¹⁶截至目前，相關主管機關與業者合作之案件，包括：協助農業部動植物防疫檢疫署與Meta及蝦皮購物建立即時通報管道，下架如依托咪酯（法務部）、穿雲箭（內政部）、偽冒車牌（交通部）、電子菸（衛福部）等違禁品。

2、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，即提供電商平臺進行人工審查後下架¹⁷。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。

3、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。

(五)惟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。相關提案內容略以：

1、食藥署於113年11月29日第1次聯繫會議中提案「Mxxx/Gxxxxxx違規藥品頁面未即時下架」，114年1月20日第2次聯繫會議中再提案：「本署多次透過Mxxx公司提供之『消費者政策管道』或函文等方式請該等業者（指Mxxx/Gxxxxxx）下架違規頁面，惟該等業者均未配合下架或提供刊登者資訊」。

¹⁷台灣連線股份有限公司：如果是LINE禮物或LINE購物，在上架前就一定有檢查，但如屬用戶自己的行為，在民主國家不可能會在每個用戶po文前預做檢查，所以只能用檢舉方式。如果是在公開平臺，本公司會主動去掃瞄移除下架，這部份很依賴關鍵字和檢舉，因為每天平臺上產出的內容太多，無法無止盡地去查看。另外一個困擾是關鍵字太通用了，例如奶茶、糖果等，如果擴大掃描根本無法負荷審查，反而失去效果。

- 2、食藥署於114年1月20日第2次聯繫會議中提案，內容二說明：「境外網站『坐骨神經膏』冒用本署名義，本案前函請數發部酌處，惟數發部表示須處分機關依法處分，始得啟動停止解析或限制接取之處置」。
- 3、食藥署於114年1月20日第2次聯繫會議中提案，前函請美商A公司臺灣分公司及B公司協助辦理網路非法販售使蒂諾斯（Stilnox）等違禁品（管制藥品/毒品）之搜尋結果屏蔽事宜；……。惟經檢視，目前透過Google及Bing搜尋引擎，以「Stilnox購買」、「Stilnox哪買」等關鍵字搜尋，仍可查得非法販售相關產品之網頁，其中部分網址已曾提出移除申請，顯示相關處理成效有限。另，國民健康署於同次會議提案表示，前透過「政府機關提出的內容移除要求」表單，並函請美商A公司協助下架Google搜尋結果中涉及違法商品之網頁，惟迄今尚未見明顯改善。……爰建請相關平臺業者儘速強化違法內容之搜尋結果遮蔽與移除機制，以維護國人健康並防杜違法商品之流通。

（六）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。本案經諮詢專家意見，亦足資佐證前揭制度面之不足。茲摘錄以：

- 1、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。
- 2、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。當消費者提出檢舉或反映

問題時，應能追溯商品來源，讓主管機關得以查核與介入調查。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。

3、歐盟之數位服務法（DSA）¹⁸，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；目前相關監理與調查機制亦已在實務中啟動並持續執行。

4、應強化平臺責任，要求跨境平臺在台灣設置合規代理人，建立不合規商品下架義務。

（七）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；法國已提出電商平臺監管與安全行動計畫，顯見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。惟我國雖透過網路違法商品下架聯防機制課予平臺概括義務，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

¹⁸Digital Services Act，係歐盟為強化平臺責任與建構安全數位環境所制定的重要規範。

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。

參、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聯席會議處理。

調查委員：田秋堃

蔡崇義