

新北市政府消費爭議第 1 次申訴案件群組分析

一、前言

本府消費者保護官室每年受理之第 1 次申訴、第 2 次申訴及調解案件總數共約 8 千件，提供消費諮詢服務 1 萬餘件，不難發現某些類型之消費爭議常發生於特定性別或特定年齡層之消費者身上，如能將大量申訴資料之消費者依性別、年齡層建立群組，再與消費爭議類型進行交叉分析，得知特定年齡與性別之消費群組最常發生哪些類型之消費爭議，其結論將深具參考價值。有鑑於此，本報告引用行政院消費申訴及調解案件管理系統之統計數據，針對本府 102 年至 104 年間受理之第 1 次消費申訴案件進行分析，比較各年齡層之男性消費者與女性消費者申訴之消費爭議類型有何異同，並嘗試分析其背景與原因，日後如針對特定年齡層及性別之消費者進行教育宣導，可就該群組最常發生之消費爭議加強說明，相信必能提高消費宣導之效果，建立各群組消費者正確之消費者保護觀念，俾有效預防大量之消費爭議。

二、102 年至 104 年新北市每年受理消費爭議第 1 次申訴案

觀察新北市消費爭議第 1 次申訴之受理案件數從 102 年度之 4,860 件、103 年度之 5,196 件至 104 年之 5,815 件，呈現逐年上升之趨勢，究其原因，除因消費者逐年更加瞭解透過消費申訴程序主張消費者權益外，更因網路購物、電信增值服務及手機產品更加普及，導致相關消費爭議逐年遞增，以及若干重大消費爭議(如浮洲合宜宅、食安問題)引起大量消費者申訴，故消費爭議申訴案件數有逐年遞增之勢(圖 1-1)。

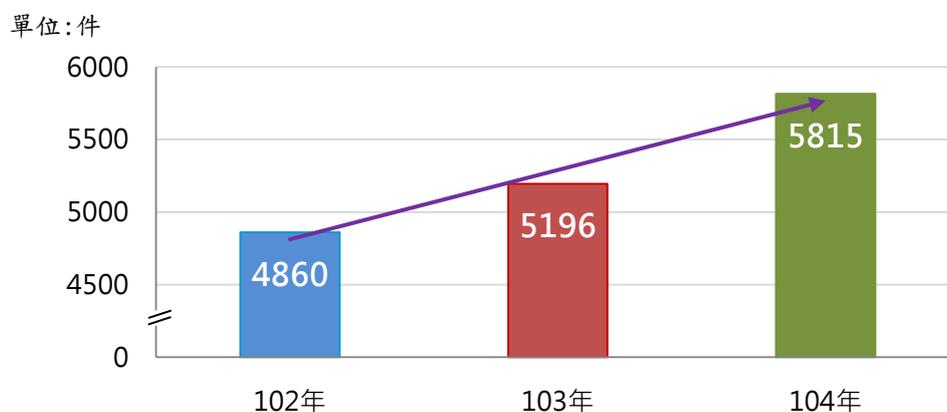


圖1-1 102年至104年新北市消費爭議第1次申訴受理案件數

資料來源：新北市消費者服務中心

三、新北市 102 年-104 年消費爭議申訴案年齡層分析

(一)未滿 20 歲及 20 歲以上未滿 45 歲年齡層消費群組之申訴案件數，呈現每年上升之趨勢。

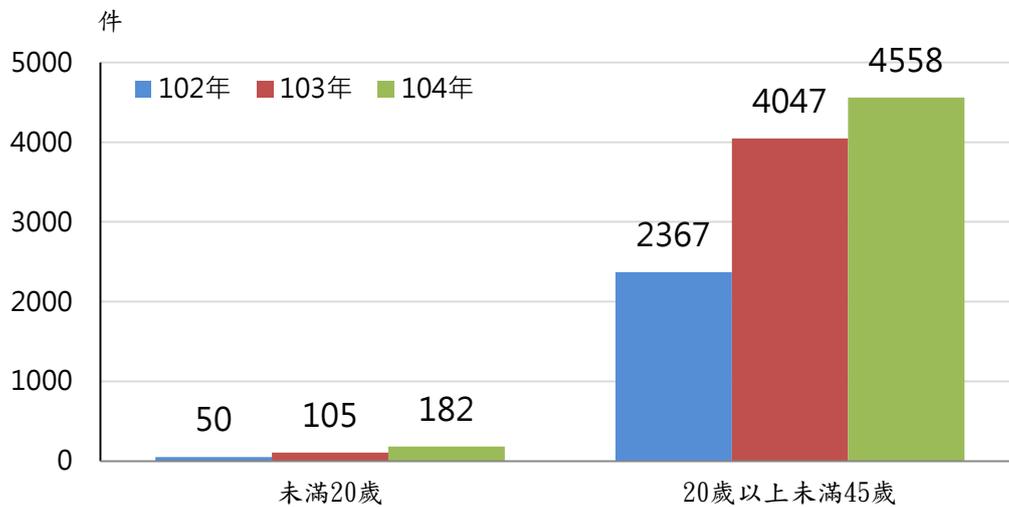


圖1-2 新北市消費爭議申訴各年齡層受理案件數統計(1)

資料來源:新北市消費者服務中心

未滿 20 歲之消費者為民法上之無行為能力人或限制行為人，業者多不願與其為無效或效力未定之契約行為，且因其經濟能力有限，所能從事之消費行為標的較低，所以雖然受理件數呈現逐年增加趨勢但消費爭議案件所佔比例甚少。

20 歲以上未滿 45 歲之消費者於本市消費爭議申訴案受理件數所佔比例最高且呈現逐年增加。分析其因，一是本群組為網路購物、線上遊戲、電信服務、補習班及健身中心之主要客戶，而上述業別極易發生消費爭議，故此群組之申訴案件數始終居高不下。其二為此群組最樂於購買不斷推陳出新之手機、數位相關及電腦相關產品，對服務亦有較高之要求，如產品故障或品質、功能或服務不符合期待，會勇於提出申訴以維護權利。

另 104 年之房屋類消費爭議案件數量在 20 歲以上之年齡層爆增，應於浮洲合宜宅、嘉泉名璽等特定案件之申訴人甚多有關。105 年初有學承電腦、威爾斯美語及微爾科技之倒閉案，以及邱素貞瑜伽天地永和店及樹林店停業案，受害民眾甚多，預期 105 年之申訴案件數亦將再創新高。

(二) 45 歲以上未滿 65 歲及 65 歲以上之消費申訴案件數呈現銳減之趨勢。

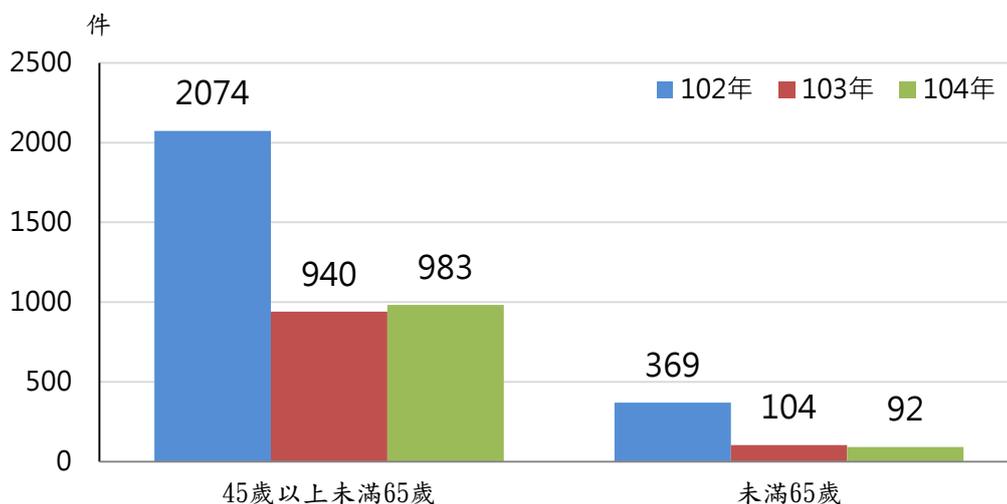


圖1-2 新北市消費爭議申訴各年齡層受理案件數統計(2)

資料來源:新北市消費者服務中心

45歲以上未滿65歲及65歲以上之消費申訴案件數呈現逐年銳減，可能係因社會經驗豐富而較少吃虧、不知如何提出消費申訴、忙於事業而不願申訴、經濟能力較佳而不計較、或是面臨之房屋買賣或保險等消費糾紛因標的較高，雙方堅持己見難有協商空間，故循訴訟、金融消費評議中心或民代協調等其他管道爭取權益。

四、新北市 102 年-104 年消費爭議受理案件案件類型分析

(一) 男性消費者各年齡層前 5 大消費爭議申訴案件類型分析

表 1-1 102 年-103 年新北市消費爭議申訴男性各年齡層之案件類型統計

年齡層	102 年	103 年	104 年
未滿 20 歲	1. 線上遊戲 2. 通訊及周邊產品 3. 房屋 4. 服飾、皮件及鞋類 5. 電器及周邊產品	1. 線上遊戲 2. 不動產經紀 3. 殯葬服務及生前契約 4. 通訊及周邊產品 5. 電器及周邊產品	1. 線上遊戲 2. 通訊及周邊產品 3. 服飾、皮件及鞋類 4. 補習 5. 出版品
20 歲以上 未滿 45 歲	1. 線上遊戲 2. 通訊及周邊產品 3. 車輛 4. 補習 5. 電信	1. 線上遊戲 2. 電信 3. 通訊及周邊產品 4. 車輛 5. 補習	1. 線上遊戲 2. 通訊及周邊產品 3. 房屋 4. 電信 5. 健身
45 歲以上 未滿 65 歲	1. 通訊及周邊產品 2. 不動產經紀 3. 車輛 4. 電信	1. 電信 2. 通訊及周邊產品 3. 車輛 4. 房屋	1. 房屋 2. 電信 3. 車輛 4. 通訊及周邊產品

	5. 線上遊戲	5. 食品	5. 食品
未滿 65 歲	1. 房屋 2. 不動產經紀 3. 車輛 4. 食品 5. 通訊及周邊產品 5. 電器及周邊產品	1. 食品 2. 電器及周邊產品 3. 健身 4. 醫療器材 5. 不動產經紀	1. 房屋 2. 電器及周邊產品 3. 電信 4. 不動產經紀 5. 食品

資料來源: 新北市消費者服務中心統計

未滿 20 歲男性之消費申訴案件數上相對較少，而在申訴類型上偏重於線上遊戲及通訊及周邊產品所生之消費爭議。

20 歲以上未滿 45 歲之男性消費者之消費申訴案件數比例最因此齡層橫跨學生、上班族等族群，故消費爭議類型包括了線上遊戲、通訊及周邊產品、電信及房屋等消費類型。尤其電信科技之進步，人手一機為時代趨勢，帶動相關服務之成長，故相關產業之消費爭議案件〈如電信、線上遊戲及通訊及周邊產品〉漸趨提升亦在可預測範圍。另外，由於該年齡男性為社會中堅分子已具有足夠之經濟基礎，對於購屋亦有相對之需求，因此，對房屋所生之消費爭議亦相對成長。

45 歲以上未滿 65 歲之男性消費者之消費申訴案件類型中，則以房屋、通訊及周邊產品、通信為大宗，分析其因為日常生活所接觸之消費行為，故因此而生之消費爭議，亦在預測範圍內。

65 歲以上之男性消費者之消費申訴案件類型中，偏重於通訊及周邊產品及通信、房屋所產生之消費爭議。根據統計此年齡層男性之消費申訴案件數量大幅減少，分析其因，該族群多屬退休族群，衝動購物情形及購物之需求已大幅減少，如遇消費爭議亦不見得願提出申訴所致。

(二) 女性消費者各年齡層前 5 大消費爭議申訴案件類型分析

表 1-2 102 年-103 年新北市消費爭議申訴女性各年齡層之案件類型統計

年齡層	102 年	103 年	104 年
未滿 20 歲	1. 服飾、皮件及鞋類 2. 通訊及周邊產品 3. 房屋 4. 電器及周邊產品 5. 出版品	1. 通訊及周邊產品 2. 殯葬服務及生前契約 3. 服飾、皮件及鞋類 4. 補習 5. 醫療器材	1. 服飾、皮件及鞋類 2. 線上遊戲 3. 通訊及周邊產品 4. 出版品 5. 電信
20 歲以上	1. 服飾、皮件及鞋類	1. 電信	1. 服飾、皮件及鞋類

未滿 45 歲	2. 通訊及周邊產品 3. 房屋 4. 電器及周邊產品 5. 出版品 5. 服飾、皮件及鞋類	2. 補習 3. 服飾、皮件及鞋類 4. 通訊及周邊產品 5. 健身	2. 房屋 3. 補習 4. 電信 5. 通訊及周邊產品
45 歲以上 未滿 65 歲	1. 食品 2. 不動產經紀 3. 通訊及周邊產品 4. 電信 5. 房屋	1. 房屋 2. 食品 3. 電信 4. 不動產經紀 5. 瘦身美容	1. 房屋 2. 電器及周邊產品 3. 通訊及周邊產品 4. 不動產經紀 5. 服飾、皮件及鞋類
未滿 65 歲	1. 不動產經紀 2. 房屋 3. 電器及周邊產品 4. 食品 5. 殯葬服務及生前契約 5. 旅遊	1. 不動產經紀 2. 健身 3. 健康食品 4. 電信 5. 車輛 5. 食品	1. 房屋 2. 食品 3. 殯葬服務及生前契約 4. 電信 5. 室內設計及裝修

資料來源: 新北市消費者服務中心統計

未滿 20 歲之女性之消費申訴案件類型中，偏重於服飾、皮及鞋類、通訊及周邊產品及通信所產生之消費爭議。

20 歲以上未滿 45 歲之女性消費者之消費申訴案件類型中，偏重於通訊及周邊產品、通信、服飾、皮件及鞋類及補習所產生之消費爭議。

45 歲以上未滿 65 歲之女性消費者之消費申訴案件類型中，偏重於食品、不動產經紀、通信及服飾、皮件及鞋類所產生之消費爭議。

65 歲以上之女性消費者之消費申訴案件類型中，偏重於房屋、通訊及周邊產品、通信及食品所產生之消費爭議。

細究上開消費爭議發生之原因，多因日常生活所從事之活動或所需之物品，而在不同年齡層所產生之消費爭議，也反映了不同年齡層所從事消費行為之差異，惟細繹上開數據，亦可發現女性消費者每年所發生前 5 大消費爭議類型，均有明顯之變動，如未滿 45 歲較重視外觀與進修，故服飾、皮件及鞋類與補習之糾紛較多，45 歲以上經濟能力較佳，故房屋類消費爭議居高不下。然整體而言，通訊及通信所產生之消費爭議仍在前五大消費爭議之列，此部分爭議仍須持續關注。

(三) 同年齡層消費者性別之比較

表 1-3 102 年-103 年新北市消費爭議申訴同年齡層不同性別之案件類型統計

年齡層	性別	102 年	103 年	104 年
未滿 20 歲	男	1. 線上遊戲 2. 通訊及周邊產品 3. 房屋 4. 服飾、皮件及鞋類 5. 電器及周邊產品	1. 線上遊戲 2. 不動產經紀 3. 殯葬服務及生前契約 4. 通訊及周邊產品 5. 電器及周邊產品	1. 線上遊戲 2. 通訊及周邊產品 3. 服飾、皮件及鞋類 4. 補習 5. 出版品
	女	1. 服飾、皮件及鞋類 2. 通訊及周邊產品 3. 房屋 4. 電器及周邊產品 5. 出版品	1. 通訊及周邊產品 2. 殯葬服務及生前契約 3. 服飾、皮件及鞋類 4. 補習 5. 醫療器材	1. 服飾、皮件及鞋類 2. 線上遊戲 3. 通訊及周邊產品 4. 出版品 5. 電信
20 歲以上 未滿 45 歲	男	1. 線上遊戲 2. 通訊及周邊產品 3. 車輛 4. 補習 5. 電信	1. 線上遊戲 2. 電信 3. 通訊及周邊產品 4. 車輛 5. 補習	1. 線上遊戲 2. 通訊及周邊產品 3. 房屋 4. 電信 5. 健身
	女	1. 服飾、皮件及鞋類 2. 通訊及周邊產品 3. 房屋 4. 電器及周邊產品 5. 出版品 5. 服飾、皮件及鞋類	1. 電信 2. 補習 3. 服飾、皮件及鞋類 4. 通訊及周邊產品 5. 健身	1. 服飾、皮件及鞋類 2. 房屋 3. 補習 4. 電信 5. 通訊及周邊產品
45 歲以上 未滿 65 歲	男	1. 通訊及周邊產品 2. 不動產經紀 3. 車輛 4. 電信 5. 線上遊戲	1. 電信 2. 通訊及周邊產品 3. 車輛 4. 房屋 5. 食品	1. 房屋 2. 電信 3. 車輛 4. 通訊及周邊產品 5. 食品
	女	1. 食品 2. 不動產經紀 3. 通訊及周邊產品 4. 電信 5. 房屋	1. 房屋 2. 食品 3. 電信 4. 不動產經紀 5. 瘦身美容	1. 房屋 2. 電器及周邊產品 3. 通訊及周邊產品 4. 不動產經紀 5. 服飾、皮件及鞋類
未滿 65 歲	男	1. 房屋 2. 不動產經紀 3. 車輛 4. 食品 5. 通訊及周邊產品 5. 電器及周邊產品	1. 食品 2. 電器及周邊產品 3. 健身 4. 醫療器材 5. 不動產經紀	1. 房屋 2. 電器及周邊產品 3. 電信 4. 不動產經紀 5. 食品
	女	1. 不動產經紀 2. 房屋 3. 電器及周邊產品 4. 食品 5. 殯葬服務及生前契約 5. 旅遊	1. 不動產經紀 2. 健身 3. 健康食品 4. 電信 5. 車輛 5. 食品	1. 房屋 2. 食品 3. 殯葬服務及生前契約 4. 電信 5. 室內設計及裝修

資料來源：新北市消費者服務中心統計

從上開統計資料可知，在前 5 大消費爭議類型中，同年齡層之性與女性消費者所面對之消費爭議，除男性消費者在線上遊戲之消費申訴案件與女性消費者在服飾、皮件及鞋類之消費申訴案件之差異較為明顯，在其他消費申訴案件類型並無明顯不同。然其中有關通訊及周邊產品、通信之消費爭議，不論在男性消費者或女性消費每年之消費爭議申訴案件中，均位於前 5 大消費爭議類型，由此可知，在現代社會中，通訊及周邊產品、通信產品對於現代消費者之重要性，以及其高單價、易故障之特色，容易成為申訴的標的。

另應注意的是各年齡層男性消費者所提之消費申訴案件均較同年齡層之女性消費者高，其原因可能係男性購物決定較為自主，衝動型購物比例較高，發現吃虧上當則勇於捍衛自己權利所致。

五、結論

經由上述之消費者群組及消費爭議類型交叉分析，釐清特定年齡與性別之消費群組最常發生之消費爭議類型，並進一步分析其背景與原因，將作為本局進行教育宣導時之重要參考，針對民眾屬性、消費行為特色及常見之消費爭議而調整內容，如對未滿 45 歲之消費者應強調網路購物、線上遊戲、補習、健身中心、電信及通訊商品之消費爭議，對 45 歲以上之消費者可偏重房屋買賣、不動產經紀、車輛等消費爭議之說明，相信更能吸引該群組消費者之注意，滿足其需求，達到事半功倍之宣導效果，有效預防消費爭議之發生。