

網路連線遊戲消費爭議申訴案件性別分析

新北市政府法制局

網路連線遊戲(即 111 年以前所稱之「線上遊戲」)，係指遊戲營運業者提供消費者透過電腦、智慧型裝置或其他電子化載具，連結網際網路至業者指定之伺服器所進行連線遊戲，但不包括電子遊戲場業管理條例所稱電子遊戲機、單純區域連線或其他無需透過網路連結遊戲伺服器之遊戲服務¹。根據行政院消費申訴及調解案件管理系統之統計，本府及全國自 109 年至 111 年受理之網路連線遊戲消費申訴案件數始終數一數二，而消保官於協商過程中發現申訴人逾 7 成均為男性消費者，其原因值得深入探討。

根據統計，109 年至 111 年全國受理網路連線遊戲消費爭議第 1 次申訴案件數分別為 3,136 件、4,617 件及 3,631 件，其中六都受理之案件總數皆占全國申訴案件的 8 成以上。經比較六都申訴案件量，發現 109 及 110 年本府受理案件數高居第一，臺北市政府位居第二，111 年則由臺北市政府居冠，本府位居第二。究其原因，新北市居住人口數一直以來為全國之冠，故申訴案件數可能受其影響而呈現正相關，而臺北市人口數雖然亞於臺中市及高雄市，但因經營網路連線遊戲業務之公司大多設立於臺北市，依消費爭議申訴案件處理要點第 3 點規定，消費者得向企業經營者所在地、消費關係發生地及申訴人住所地之地方政府提出申訴，故因遊戲公司據點多而有管轄權的臺北市政府亦受理相當多申訴案件。

表一 全國及六都近 3 年受理網路連線遊戲消費爭議第 1 次申訴案件數

		109 年	110 年	111 年
全國件數		3,136	4,617	3,631
六都	件數	2,647	3,817	3,001
	占比(%)	84.4	82.7	82.6
臺北市	件數	709	1,096	814
	占比(%)	22.6	23.7	22.4
新北市	件數	750	1,148	813
	占比(%)	23.9	24.9	22.4
桃園市	件數	311	524	394
	占比(%)	9.9	11.3	10.9
臺中市	件數	371	514	449
	占比(%)	11.8	11.1	12.4
臺南市	件數	146	55	76
	占比(%)	4.7	1.2	2.1
高雄市	件數	360	480	455
	占比(%)	11.5	10.4	12.5

資料來源：新北市政府法制局。

¹參照「網路連線遊戲服務定型化契約應記載及不得記載事項」前言揭禁之定義，111 年 8 月 27 日相關業務自經濟部移撥數位發展部。

表二 六都近 3 年戶籍人口數

	109 年	110 年	111 年
臺北市	2,602,418	2,524,393	2,480,681
新北市	4,030,954	4,008,113	3,995,551
桃園市	2,268,807	2,272,391	2,281,464
臺中市	2,820,787	2,813,490	2,814,459
臺南市	1,874,917	1,862,059	1,852,997
高雄市	2,765,932	2,744,691	2,728,137

資料來源：內政部戶政司。

單位：人

由於本府近 3 年受理的網路連線遊戲申訴案件數在六都中名列前茅，為保障消費者權益，本局應找出影響案件消長之因素後再設法改善，以達降低申訴案件數之目的，因此，本局將針對 109 年至 111 年本府受理網路連線遊戲消費爭議申訴案件進行分析，並研究各年齡層之男性、女性申訴人與申訴案件消長之關聯性，以作為未來消費爭議教育宣導之重要參考依據，俾利提高教育宣導效果，降低申訴案件數量。

一、性別統計分析

消費者保護法設計的消費爭議申訴處理流程將消費者的 1 件申訴案件分 3 階段處理：第 1 次申訴、第 2 次申訴及調解，而本文研究係聚焦於消費者提起網路連線遊戲消費爭議申訴案件之消長與分布情形，為避免重覆計算案件數，本文僅以本府受理網路連線遊戲消費爭議之「第 1 次申訴」案件數作為研究範圍。

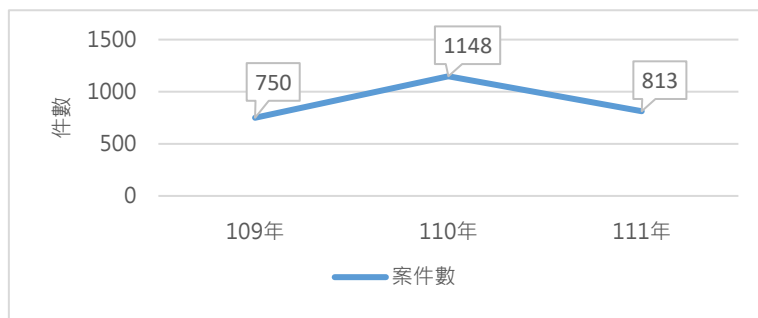
(一)網路連線遊戲消費爭議第 1 次申訴案件數 110 年居冠

根據統計，本府近 3 年受理網路連線遊戲消費爭議第 1 次申訴之案件數，109 年共計 750 件，110 年計 1,148 件，111 年計 813 件，110 年之申訴案件數較 109 年增加 53.1%，為近 3 年之冠，而 111 年則較 110 年減少了 29.2% 的案件量，回歸類似 109 年的案件成長趨勢。由於網路連線遊戲服務定型化契約應記載及不得記載事項近 3 年未曾修正，110 年申訴案件量激增應非係法規變更，而是因為 110 年正值新冠肺炎疫情爆發期，消費者的娛樂需求轉為以宅經濟為主的消費模式，而網路連線遊戲只需透過電腦或智慧型裝置即可在家進行，成為此一時期消費者的主要娛樂方式，也因此參與網路連線的消費者人數增加，消費爭議案件亦隨之增加。此外，韓國 NCSoft 公司於 110 年底無預警將 10 餘萬筆使用「工作室」或使用外掛程式的帳號封鎖，剛完成大量儲值即被封鎖的玩家不甘權益受損，串連成立自救會並指導權益受損之玩家大量申訴，故申訴案件數創下历史新高。

表三 新北市近3年受理網路連線遊戲消費爭議第1次申訴案件數

年度	案件數(件)	年度成長率(%)
109	750	-
110	1,148	53.1
111	813	-29.2

資料來源：新北市政府法制局。



圖一 新北市近3年受理網路連線遊戲消費爭議第1次申訴件數

資料來源：新北市政府法制局。

(二)各年度男性申訴人案件占比皆超過7成

若再將各年度總申訴案件數按申訴人性別細分，109年女性申訴人197人，男性申訴人553人，男性申訴人提起申訴案件量占全年度73.7%；110年女性申訴人187人，男性申訴人961人，男性申訴人提起申訴案件量占全年度83.7%；111年女性申訴人157人，男性申訴人656人，男性申訴人提起申訴案件量占全年度80.7%。

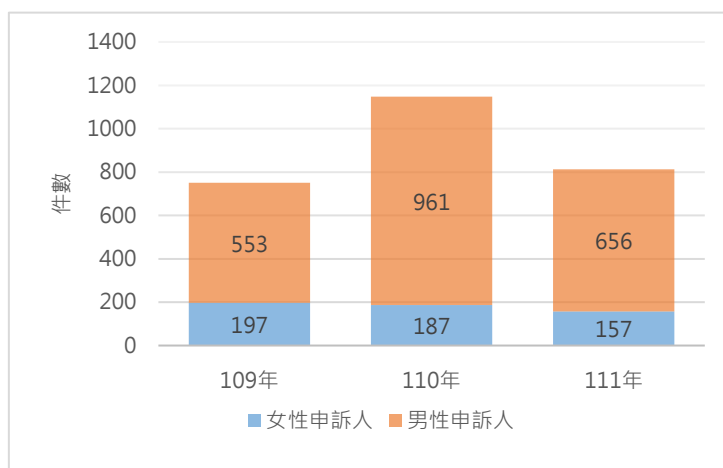
觀察各年度男性申訴人案件占全年度申訴案件之比例皆超過7成，究其原因，可能係在傳統性別刻板印象中，男性普遍被視為較女性擅長使用電腦與相關科技產品，進而促使完全依賴軟硬體才能進行消費的網路連線遊戲產業紛紛開發以男性為主要客群的遊戲產品，如射擊、對戰或設計身材姣好穿著暴露的女性角色...等等，此一行銷策略亦反過來促使更多男性消費者投入消費，使得網路連線遊戲產業客群迄今仍以男性為主，也因此提起消費爭議的申訴人亦以男性居多。

此外，在時間及預算相同的情形下，女性消費者會花更多比例之時間及預算在家務、育兒、美容、美妝、美髮、衣鞋飾品穿搭以及精品皮包上，而男性消費者投注於上述項目之比例較少，故有較多時間及金錢可投入於網路連線遊戲，並從遊戲中尋求成就感、認同感甚至知名度及財富。準此以言，倘網路連線遊戲發生不易登入、外掛程式過多影響公平性、抽獎機率遠低於公布數值、或是祭出永久停權處分時，已在網路連線遊戲投入大量時間及金錢的男性消費者(包括將網路連線遊戲視為生活重心的所謂「宅男」或以此維生的男性電競選手或工作室)，比起更重視家庭、人際互動及外貌維持的女性消費者，會更執著於向網路連線遊戲公司「討回公道」，甚至帶頭串連網路連線遊戲之玩家組成自救會，教導大家透過各種管道(包括消費申訴、寫總統/行政院長/市長信箱、訴諸媒體、民代開記者會)以爭取權益。

表四 新北市近3年受理網路連線遊戲消費爭議第1次申訴案件數-按申訴人性別分

年度	申訴案件				
	合計(件)	女性(人)	占比(%)	男性(人)	占比(%)
109	750	197	26.3	553	73.7
110	1,148	187	16.3	961	83.7
111	813	157	19.3	656	80.7

資料來源：新北市政府法制局。



圖二 新北市近3年受理網路連線遊戲消費爭議第1次申訴件數-按申訴人性別分

資料來源：新北市政府法制局。

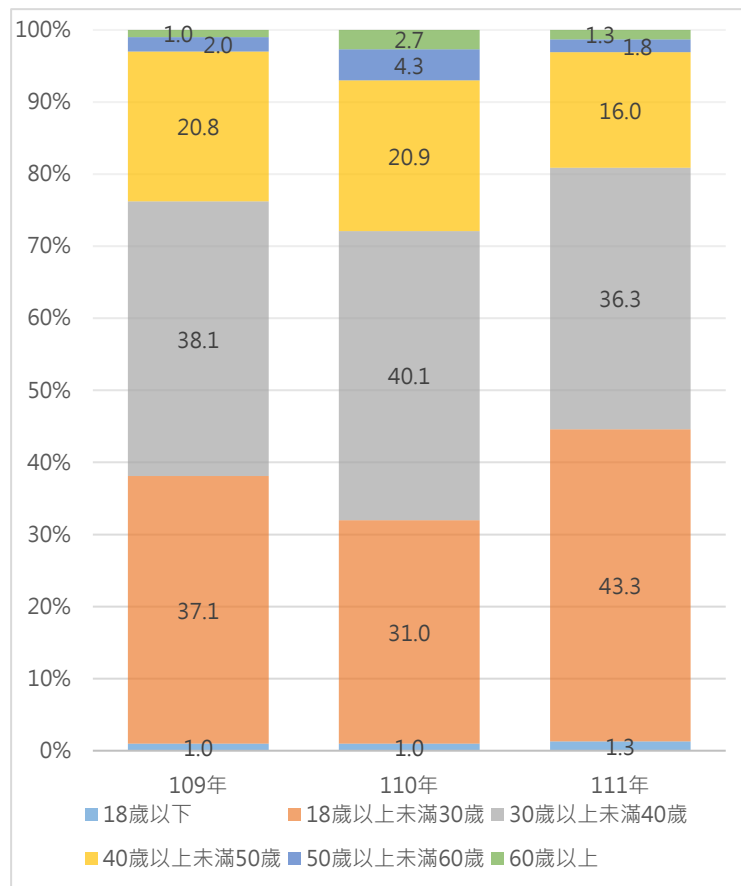
(三)7至8成的申訴人年齡區間為18歲以上未滿40歲

觀察近3年申訴人年齡分布之趨勢，109年女性申訴人案件數最多落於30歲以上未滿40歲區間，其次為18歲以上未滿30歲，而18歲以上未滿40歲之年齡區間合計案件占比為75.2%，係女性申訴人最主要提起申訴之年齡區間，110年與111年亦呈現類似分布情況，110年18歲以上未滿40歲申訴人合計案件占比係71.1%，111年相同年齡區間合計案件占比為79.6%。

表五 新北市近3年受理網路連線遊戲消費爭議第1次申訴案件數-按女性申訴人年齡分

女性申訴人年齡	109年		110年		111年	
	案件 (件)	占比 (%)	案件 (件)	占比 (%)	案件 (件)	占比 (%)
合計	197	100	187	100	157	100
18歲以下	2	1.0	2	1.0	2	1.3
18歲以上未滿30歲	73	37.1	58	31.0	68	43.3
30歲以上未滿40歲	75	38.1	75	40.1	57	36.3
40歲以上未滿50歲	41	20.8	39	20.9	25	16.0
50歲以上未滿60歲	4	2.0	8	4.3	3	1.8
60歲以上	2	1.0	5	2.7	2	1.3

資料來源：新北市政府法制局。



圖三 新北市近 3 年受理網路連線遊戲消費爭議第 1 次申訴數占比-按女性申訴人年齡分

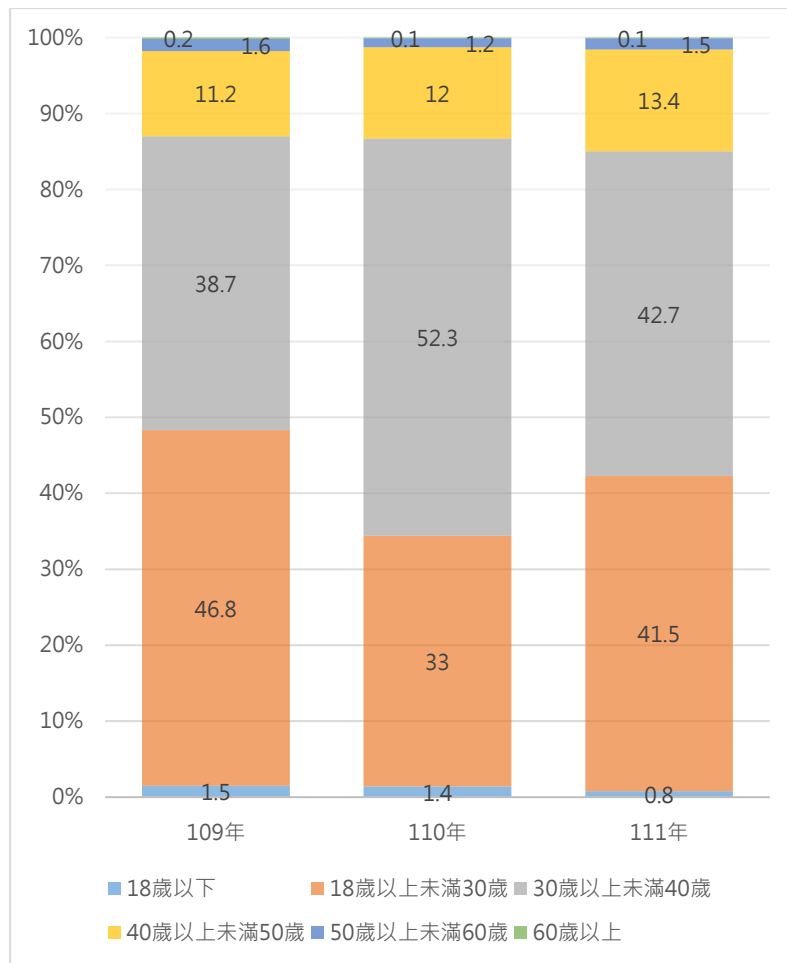
資料來源：新北市政府法制局。

至於男性申訴人，109 年申訴案件數最多落於 18 歲以上未滿 30 歲區間，其次為 30 歲以上未滿 40 歲，而 18 歲以上未滿 40 歲申訴人合計案件占比為 85.5%，係男性申訴人最主要提起申訴的年齡區間。110 年與 111 年的最多申訴案件數則係落於 30 歲以上未滿 40 歲，110 年 18 歲以上未滿 40 歲申訴人合計案件占比係 85.3%，111 年相同年齡區間合計案件占比為 84.2%。

表六 新北市近3年受理網路連線遊戲消費爭議第1次申訴案件數-按男性申訴人年齡分

男性申訴人年齡	109 年		110 年		111 年	
	案件 (件)	占比 (%)	案件 (件)	占比 (%)	案件 (件)	占比 (%)
合計	553	100	961	100	656	100
18歲以下	8	1.5	13	1.4	5	0.8
18歲以上未滿30歲	259	46.8	317	33.0	272	41.5
30歲以上未滿40歲	214	38.7	503	52.3	280	42.7
40歲以上未滿50歲	62	11.2	115	12.0	88	13.4
50歲以上未滿60歲	9	1.6	12	1.2	10	1.5
60歲以上	1	0.2	1	0.1	1	0.1

資料來源：新北市政府法制局。



圖四 新北市近3年受理網路連線遊戲消費爭議第1次申訴數占比-按男性申訴人年齡分

資料來源：新北市政府法制局。

綜觀上述情形，109年至111年各年7至8成的申訴案件皆係由「18歲以上未滿30歲」及「30歲以上未滿40歲」的申訴人提起，究其原因，18歲以上未滿30歲的消費者為學生及初入職場的社會新鮮人，此一群體對於同儕認同及社群經營之需求較大，而網路連線遊戲不僅提供遊戲娛樂功能，亦有聊天系統及組團打怪等制度來滿足社群互動的需求，此一現象在學生群體尤為明顯。因此，18歲以上未滿30歲的消費者為網路連線遊戲的主力消費族群，申訴案件亦佔多數。

再者，基於網路連線遊戲多以角色扮演類型為主，玩家為了專心經營角色及累積經驗值，往往需投入大量時間與金錢，故在轉換至新遊戲的成本相對較高的情況下，玩家對遊戲的忠誠度及黏附性相當高，遊戲年資往往是以年起跳，是以18歲以上未滿30歲的主力消費群一旦投入遊戲後，持續消費至40歲亦非意外之事。況且，30至40歲族群的消費能力也有顯著提升，遊戲年資長往往也表示已累積投入相當可觀的遊戲金額，故此若遭遇消費糾紛，將更容易促使消費者提起申訴、捍衛自己的權益，希望對得起已花費的時間及金錢。

最後，應注意的是，18歲以下的申訴人雖占比不多，但不代表此一族群沒有實際消費。消保官在處理申訴實務上常見未成年消費者未得家長同意即花大錢儲值與買點數，甚至使用家長的手機以小額付費功能消費，導致此一類型的消費爭議申訴多係以家長名

義提起，但實際玩家卻是其未成年子女。因此，本局若要鎖定網路連線遊戲消費教育宣導對象，未成年消費者亦應框入宣導範圍。

二、促進性別平等之規劃及目標

(一)確定預期成果

經統整分析，近 3 年網路連線遊戲消費爭議申訴人主要係 18 歲以上未滿 40 歲之族群，因此本局將以此族群作為主要教育宣導對象，介紹網路連線遊戲消費應注意陷阱及法規常識，而 18 歲以下族群雖未有顯著申訴案件量，但處理申訴實務上卻發現有不少未成年入為實際遊戲消費者，故亦將此族群納入宣導對象。至於設定宣導人次目標部分，本局將向撥打消費者服務專線 1950 及臨櫃諮詢的消費者介紹本局開設的臉書粉絲頁「新北法服真便利」，消費者追蹤粉絲頁後即成為本局潛在宣導對象，故以每月來電及臨櫃諮詢人次 450 人次為計算基準，設定 113 年總宣導人次目標為 5,400 人次。

(二)發展並選擇方案

為降低網路連線遊戲消費爭議申訴案件數，本局將辦理教育宣導，加強消費者有關網路連線遊戲相關的消費與法規知識，並發展 2 種宣導媒介不同的方案：方案 1 係辦理實體教育宣導講座，邀請相關領域專家現場講授網路連線遊戲消費應注意陷阱及法規常識；方案 2 則係以新媒體為主要宣導媒介，透過網路社群或粉絲頁發送電子宣導資訊，或是與關鍵意見領袖(KOL, Key Opinion Leader)合作，提供具互動性的消費知識。

(三)分析並提出意見

根據數位發展部每年公開的網路使用率數據資料顯示²，109 年及 111 年我國男性網路使用率分別為 88%及 89.5%，女性網路使用率分別為 85.3%及 85.5%，不論性別皆有 8 成以上的比率。若以年齡區分，109 年及 111 年除了 60 至 64 歲國民網路使用率分別為 77.6%及 83.5%、65 歲以上分別為 46.8%及 50.6%外，其餘國民網路使用率皆達 9 成以上，顯見網路已成為我國國民獲取資訊不可或缺的管道。

表七 我國國民網路使用率-按性別

年度 性別	111 年	109 年
總計	86.6	86.6
男性	89.5	88
女性	85.5	85.3

資料來源：數位發展部。

單位:%

² 110 年度數位發展部未調查。

表八 我國國民網路使用率-按年齡別

年度 年齡	111 年	109 年
總計	87.5	86.6
12-19 歲	98.9	98.9
20-29 歲	99.5	99.6
30-39 歲	99.1	99
40-49 歲	98.2	97.9
50-59 歲	93.6	91.5
60-64 歲	83.5	77.6
65 歲以上	50.6	46.8

資料來源：數位發展部。

單位:%

考量宣導對象係 18 歲以上未滿 40 歲的玩家，此族群皆使用電腦與相關科技產品以進行遊戲消費，對於網路社交管道亦十分熟稔，若是能透過網路社群或粉絲頁發送電子宣導資訊，或是與 KOL 合作，利用其高影響力在網路上帶起聲量，吸引網路用戶的注意力，將可達到事半功倍的宣導成效。本局以預算及宣導對象特性加以考量，最後選擇方案 2 為宣導計畫之執行手段，分析原因詳如下表。

表九 方案分析比較

	方案 1：辦理實體教育宣導講座	方案 2：採用新媒體作為宣導媒介
方案內容	邀請相關領域專家現場講授網路連線遊戲消費應注意陷阱及法規常識。	透過網路社群或粉絲頁發送電子宣導資訊，或是與 KOL 合作，提供具互動性的消費知識。
預算考量	需投入宣導素材、場地租借及講座鐘點費成本。	透過本府既有的社群帳號及粉絲頁發送宣導訊息，僅需投入製作宣導素材之成本。
宣導對象	實體宣導講座受到辦理模式的限制，較無法鎖定本計畫欲宣導的 18 歲以上未滿 40 歲族群，因該族群可能欠缺特地前來現場參與講座的誘因。	新媒體使用者之年齡分布較接近本計畫預計宣導的目標族群年齡。

資料來源：新北市政府法制局。

(四)執行決策之溝通

由於消費者保護教育宣導係各地方縣市政府消保官重點工作之一，本府消保官將透過本局決策系統，規劃適合新北市市民的教育宣導計畫。

(五)方案(計畫)類型與預決算數

本計畫預算屬於其他促進性別平等業務之性別預算類型，113 年預算編列 215,125 元，供本計畫之執行。

表十 計畫類型與預決算數

年度	110 年	111 年	112 年	113 年
預算數	215,125	215,125	150,125	215,125
決算數 (執行數)	215,125	215,125	執行中	-
類型	(5)其他促進性別平等業務	(5)其他促進性別平等業務	(5)其他促進性別平等業務	(5)其他促進性別平等業務

資料來源：新北市政府法制局。

(六)評估與監督

本計畫由新北市政府法制局消費者保護官室執行，並由新北市政府法制局性別平等專案小組評估與監督。