



# 中小企業消費者保護法規推廣與宣導

## 產業議題及示範案例研析

- 餐飲業
- 烘焙炊蒸食品製造業
- 電子購物及郵購業

指導單位：經濟部中小企業處

執行單位：社團法人中華民國全國中小企業總會

合作單位：社團法人中華民國管理科學學會





## 餐飲業-消費者保護法規議題

鄭文婷律師

### 壹、前言

食安問題近年來在國內引起相當大的風波，從早期的三聚氰胺(Melamine)毒奶粉、膨鬆劑、塑化劑、瘦肉精、毒澱粉，到去年發生的胖達人添加人工香精，乃至國內陸續爆發大統以低價棉籽油混充高級油、餿水油大量使用在各類產品，涉及的問題包括原料來源不明、標示不清、甚至不實等，在在引起消費者的恐慌，如何正視食安問題確是政府刻不容緩的責任。

立法院在經歷一連串的食安風暴後，亦趕緊修法企圖能對違法業者課以重罰，藉以打擊業者的僥倖心態，我國更因女性工作人口增加，雙薪家庭在社會上普遍常見，夫妻兩人要同時兼顧工作與家庭，誠屬不易，因此使得外食人口近年來急遽增加，但如果食品來源本身就隱藏有極大的問題，那麼國人的身心健康恐怕是最先遭到戕害的部分，此次研究的對象是以參訪艾蒔蔬素食餐館為中心，主要探討餐飲業從食材的提供，到製作成美味的餐點，消費者透過食用餐點的過程中可能碰到的消保議題，以及這一連串的過程中業者所應遵守的法規範，至於食品容器等管制部分則不在本文研究範圍。

艾蒔蔬素食餐館係由艾草之家總經理李振輝創立，並建立品牌「蒔蔬元素」，其經由艾草的種植，在兼顧環境保護及經濟發展的情況下，採用有機種植方式種植艾草，並進而研發艾草相關的日常用品，包括面皂、保濕乳液、面膜、艾草茶、足浴包等外用品，此外更將艾草融入食材，結合有機小農生產的發芽米、農蔬果等製作出一系列的養生套餐，其間可能涉及到有機種植的管制規範、食品製造過程中可能涉及的規範等，本文嘗試從有機種植與食品製造兩個層面探討相關之食品安全衛生管理規範，希望能夠讓造成大眾恐慌的食安問題，能夠有一個初淺的了解，同時也讓消費者可以在面對餐飲業的消費者保護課題時，可以了解自身有哪些權益可以主張。

### 貳、法規介紹

立法院於96年制定農產品生產及驗證管理法，共計6章28條，規範涵蓋的生



產類型包括優良農產品、有機農產品及農產加工品、以及農產品產銷履歷管理三種，其中有機農業專署的規定包括：第5條規定：「有機農產品及農產加工品皆須符合相關有機規範始得以有機名義販賣」、第6條進口有機產品規定、第13條有機農產品禁用物質規定；非有機農業專屬但適用有機農業的相關規定包括：第9條至第12條驗證及驗證機構認證規定、第14條至第19條查驗及取締規定、以及第20條至第25條的罰則。

另外，第7條及第8條為產銷履歷驗證規定，第7條授權主管機關可針對特定農產品項目實施自願性產銷履歷驗證制度，必要時可進一步對特定農產品類型實施「強制性產銷履歷驗證制度」。根據法規之授權，農委會實施有機產品的「強制性」產銷履歷驗證制度，並已公告有機米、蔬菜、茶葉、特用作物等多項作物的「有機農糧作物-台灣良好農業規範(Taiwan Good Agriculture Practice, 簡稱TGAP)」，有機農民必須依規定實行有機生產的產銷履歷制度。

依據農產品生產及驗證管理法規定，有機相關規範對於我國境內之國內外有機產品皆具有強制力，並定有相關罰則，相較於過去僅為自願性遵守的規範系統，更能確實且有效的管理國內有機產品。有機生產產銷履歷的實施，提供完整且詳細的生產作業流程與管理作業相關規定，並納入風險管理原則，使生產者及驗證人員雙方皆有具體的規範可依循。

此外行政院農委會更於101年6月7日根據農產品生產及驗證管理法第五條規定之授權訂定「有機農產品及有機農產加工品驗證管理辦法」，國產農產品、農產加工品如果要以有機名義在國內販賣，除了生產、加工、分裝及流通等各項過程，都必須符合農委會訂定的有機農產品及有機農產加工品驗證基準以外，還必須經過驗證程序。至於各類有機農產品、農產加工品辦理驗證的申請條件和程序、驗證基準、標示方式、有效期間及相關管理事項，在農委會訂定的「有機農產品及有機農產加工品驗證管理辦法」中，都有詳細的規定，提醒業者要注意。（請參考「農產品生產及驗證管理法」第5條第1、2項及「有機農產品及有機農產加工品驗證管理辦法」第5條至第9條及第15條）。



## 一、申請階段

### (一) 有機種植階段

農產品生產及驗證管理法第5條規定：「農產品、農產加工品在國內生產、加工、分裝及流通等過程，符合中央主管機關訂定之有機規範，並經驗證者，始得以有機名義販賣。前項各類有機農產品、農產加工品之申請條件與程序、驗證基準、標示方式、有效期間及相關管理之辦法，由中央主管機關定之。」；農委會於101年6月7日修正有機農產品及有機農產加工品驗證管理辦法(下稱管理辦法)，對人的資格設有限制規定，該管理辦法第5條規定：「申請有機農產品及有機農產加工品驗證之農產品經營業者，應具備下列各款資格之一：

1. 農民。
2. 依法設立或登記之農場、畜牧場、農民團體或農業產銷班。
3. 領有公司或商業登記證明文件者。」；

此外，管理辦法更對場所設有限制規定，該管理辦法第6條規定：「農產品經營業者申請有機農產品及有機農產加工品驗證，應填具申請書並檢附下列文件，向驗證機構申請驗證：

1. 符合前條資格之證明文件。
2. 生產廠(場)地理位置資料，包括土地坐落標示及足以辨識之鄰近地圖。
3. 依有機農產品及有機農產加工品驗證基準之生產或製程說明。
4. 維持有機運作系統相關之紀錄與文件，包括工作及品管紀錄、原料及資材庫存紀錄、產品產銷紀錄，及生產用地、設施及環境管理紀錄。
5. 其他經中央主管機關指定之文件。前項第三款所定有機農產品及有機農產加工品驗證基準，如附件一。」。

### (二) 食品製造階段

餐食製造業除須領有工廠登記證或營業項目為餐盒食品製造之營利事業登記外，依食品安全衛生管理法第7條第1項規定業者更應實施自主



管理，以確保食品衛生安全，並且食品安全衛生管理法第8條第1項更規定食品製造從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度，均應符合食品之良好衛生規範準則。

## 二、 產品研發階段

### (一) 有機種植階段

民國96年1月29日經立法院三讀通過，總統公布實施農產品生產及驗證管理法，行政院農委會隨即於96年6月23日以農企字0960010286號令依據農產品生產及驗證管理法第7條第2項之授權規定發布實施產銷履歷農產品驗證管理辦法，藉由「產銷履歷農產品驗證管理辦法」之正式公告實施，也宣示農產品產銷履歷制度正式啟動。農委會正積極推動農產品產銷履歷制度，透過資訊的公開及可追溯性，讓消費者了解農產品產銷過程的相關資訊，以保證消費者所購買的農產品是安全的、安心及可信賴的；同時可使台灣農業建立優質、安全、穩定之產銷供應鏈，可提昇我國農業全球競爭力，促進農業轉型升級，營造生產者與消費者雙贏的環境，奠定台灣農業永續發展的基礎。

該辦法全文計18條，其重點說明如下：

1. 明定有關台灣良好農業規範、批次、產銷履歷追溯碼、個別驗證、集團驗證、內部稽核及自我查核定義之相關用詞定義。(第2條)
2. 農產品品項眾多，依本辦法實施產銷履歷驗證之特定農產品，依規定應由中央主管機關公告並刊登政府公報。(第3條)
3. 規定各階段(生產、加工與分裝、流通及販售等階段)之農產品經營業者生產產銷履歷農產品需符合產銷作業基準，並明定臺灣良好農業規範之訂定項目必須包含生產流程圖、風險管理表、查核表等項目及其內容。(第4條及第5條)
4. 農產品經營業者提出驗證，得自由選擇採用個別驗證或集團驗證方式辦理，並規定申請驗證所需符合之條件及應檢附相關文件。(第6條至第8條)
5. 產銷履歷農產品驗證機構之驗證程序，包括先檢視申請書內容及所



附文件是否完備以決定是否受理該案，並於決定受理後，依組成稽核小組、文件稽核、稽核計畫擬訂、現場稽核、產品抽樣及送檢、稽核報告及提送、驗證決定等八大步驟來辦理驗證作業程序。(第9條)

6. 規範產銷履歷農產品驗證證書應記載項目，包括農產品經營業者之名稱、地址及成員名稱、產品品項、驗證基準之名稱、驗證有效期間、生產地點之地籍資料、認證機構與驗證機構之名稱，其格式由中央主管機關定之。(第10條)
7. 農產品經營業者生產產銷履歷農產品於生產及加工與流通階段應紀錄之項目包括填載各批次產品之風險管理表、查核表與其所附憑證及紀錄文件、基本資料及驗證作業相關書表及應填載之表件。(第11條及第12條)
8. 產銷履歷農產品之標示規定，應包括品名、追溯碼、資訊公開方式、其他法規所定標示事項，如經中央主管機關公告應標示事項及經驗證通過之產銷履歷農產品應使用驗證標章及載明驗證機構名稱。(第13條)
9. 產銷履歷驗證農產品及其資訊，必需使用中央主管機關核可之產銷履歷管理資訊系統公開，其公開生產資料之內容應包含產品名稱、農產品經營業者名稱、產地、追溯碼、主要作業項目、包裝日期、驗證機構名稱及驗證有效期間。(第14條)
10. 規範生產及流通產銷履歷農產品之批次編定原則及相關使用方式。(第15條至第16條)
11. 為確保產銷履歷農產品之追溯及追蹤功能，並釐清各農產品經營業者及驗證機構之責任義務，爰明定驗證機構及農產品經營業者之保存相關書表之合理期限，驗證機構依本辦法作成之紀錄及文件應保存3年。農產品經營業者生產產銷履歷農產品，驗證書表至少保存3年，產銷履歷紀錄書表應至少保存一年。但驗證產品標示有效日期者，應至少保存至有效日期屆滿後一年為止。(第17條)



由上可知，有機農蔬果在研發階段便需配合本辦法及有機農產品及有機農產加工品驗證管理辦法規定進行研發，違反本辦法者依據農產品生產及驗證管理法第47條規定處新臺幣三萬元以上三百萬元以下罰鍰；情節重大者，並得命其歇業、停業一定期間、廢止其公司、商業、工廠之全部或部分登記事項，或食品業者之登錄；經廢止登錄者，一年內不得再申請重新登錄。

## (二) 食品製造階段

依據食品安全衛生管理法第18條第1項規定：「食品添加物之品名、規格及其使用範圍、限量標準，由中央主管機關定之。」，衛生福利部據此制定「食品添加物使用範圍及限量暨規格標準」，並於該標準第2條明定：「各類食品添加物之品名、使用範圍及限量，應符合附表一之規定，非表列之食品品項，不得使用各該食品添加物」。而第3條食品添加物之規格亦一併規定之。對於內容物的添加有一定的規範，對於食品應符合衛生安全及品質之標準更是需要注意，衛生福利部依據食品安全衛生管理法第17條的規定，更制定「一般食品衛生標準」，因而食品除應具備美好風味及色澤外，按照一般食品衛生標準第3條規定更不得有腐敗、不良變色、異臭、異味、污染、發霉或含有異物、寄生蟲等，同時一般食品衛生標準第4條亦規定：「不可驗出大腸桿菌，每公克食品中大腸桿菌群(Coliform)最確數(MPN/g)也不得超出10<sup>3</sup>。」。

依據食品安全衛生管理法第48條規定，不符合食品安全衛生管理法第17條所定衛生安全及品質標準時，經命限期改正，屆期不改正者，處新臺幣三萬元以上三百萬元以下罰鍰；情節重大者，並得命其歇業、停業一定期間、廢止其公司、商業、工廠之全部或部分登記事項，或食品業者之登錄；經廢止登錄者，一年內不得再申請重新登錄。至未依食品添加物品名、規格及其使用範圍、限量標準之規定者，依照食品安全衛生管理法第52條規定，應先命製造、販賣或輸入者立即公告停止使用或食用，並予回收、銷毀。必要時，當地直轄市、縣(市)主管機關得代為回收、銷毀，並收取必要之費用，定有明文。



### 三、生產製造階段

#### (一) 有機種植階段

農產品生產及驗證管理法第11、12條分別規定：「有機農產品及有機農產加工品之生產、製程或維持有機運作之系統變更時，農產品經營業者應報請驗證機構審查。驗證機構就變更部分審查，認定足以影響原驗證結果者，驗證機構應就變更部分驗證之。」、「有下列情形之一者，應就增加驗證部分檢附相關資料申請增項評鑑：一、增加驗證場區。二、增加驗證產品品項。前項增項評鑑通過者，依原證有效期間換發證書。」，至於有機農產品驗證之水、土壤及產品之採樣頻度與採樣數，授權有機農產品驗證機構基於維持有機完整性之原則，參考「產銷履歷農糧產品驗證機構之水、土壤及產品抽樣檢驗基本規範」之規定辦理。

#### (二) 食品製造階段

有關有機農產加工品驗證之檢驗項目，由驗證機構參酌「有機農產品及有機農產加工品驗證基準/第三部分加工、分裝及流通」內容中對於禁用及限制使用物質的規定辦理，但基於維護有機完整性的原則，同時授權有機農產品驗證機構，於必要時得參考衛生主管機關公告的食品衛生管制項目（如防腐劑【己二烯酸、苯甲酸、去水醋酸等】、抗氧化劑、漂白劑【二氧化硫等】等禁用合成化學物質），增加檢驗項目。

食品安全衛生管理法第15條明文規定：「食品或食品添加物有下列情形之一者，不得製造、加工、調配、包裝、運送、貯存、販賣、輸入、輸出、作為贈品或公開陳列：

1. 變質或腐敗。
2. 未成熟而有害人體健康。
3. 有毒或含有人體健康之物質或異物。
4. 染有病原性生物，或經流行病學調查認定屬造成食品中毒之病  
因。
5. 殘留農藥或動物用藥含量超過安全容許量。
6. 受原子塵或放射能污染，其含量超過安全容許量。





7. 攙偽或假冒。
8. 逾有效日期。
9. 從未於國內供作飲食且未經證明為無害人體健康。
10. 添加未經中央主管機關許可之添加物。

前項第5款、第6款殘留農藥或動物用藥安全容許量及食品中原子塵或放射能污染安全容許量之標準，由中央主管機關會商相關機關定之。第1項第3款有害人體健康之物質，包括雖非疫區而近十年內有發生牛海綿狀腦病或新型庫賈氏症病例之國家或地區牛隻之頭骨、腦、眼睛、脊髓、絞肉、內臟及其他相關產製品。國內外之肉品及其他相關產製品，除依中央主管機關根據國人膳食習慣為風險評估所訂定安全容許標準者外，不得檢出乙型受體素。國內外如發生因食用安全容許殘留乙型受體素肉品導致中毒案例時，應立即停止含乙型受體素之肉品進口；國內經確認有因食用致中毒之個案，政府應負照護責任，並協助向廠商請求損害賠償。」；若違反時，按照食品安全衛生管理法第49條規定恐有刑事責任。

前行政院衛生署依食品安全衛生管理法第20條第1項授權於民國八十九年九月七日發布衛署食字第0八九00一四一六四號公告「食品良好衛生規範」明訂從業人員應符合下列規定：

- (1) 新進從業人員應先經衛生醫療機構檢查合格後，始得聘僱。僱用後每年應主動辦理健康檢查乙次。
- (2) 從業人員在A型肝炎、手部皮膚病、出疹、膿瘡、外傷、結核病或傷寒等疾病之傳染或帶菌期間，或有其他可能造成食品污染之疾病者，不得從事與食品接觸之工作。
- (3) 新進從業人員應接受適當之教育訓練，使其執行能力符合生產、衛生及品質管理之要求，在職從業人員應定期接受有關食品安全、衛生與品質管理之教育訓練，各項訓練應確實執行並作成紀錄。
- (4) 食品作業場所內之作業人員，工作時應穿戴整潔之工作衣帽



- (鞋)，以防頭髮、頭屑及夾雜物落入食品中，必要時應戴口罩。凡與食品直接接觸的從業人員不得蓄留指甲、塗抹指甲油及佩戴飾物等，並不得使塗抹於肌膚上之化粧品及藥品等污染食品或食品接觸面。
- (5) 從業人員手部應經常保持清潔，並應於進入食品作業場所前、如廁後或手部受污染時，依標示所示步驟正確洗手或（及）消毒。工作中吐痰、擤鼻涕或有其他可能污染手部之行為後，應立即洗淨後再工作。
- (6) 作業人員工作中不得有吸菸、嚼檳榔、嚼口香糖、飲食及其他可能污染食品之行為。
- (7) 作業人員若以雙手直接調理不經加熱即可食用之食品時，應穿戴消毒清潔之不透水手套，或將手部澈底洗淨及消毒。
- (8) 作業人員個人衣物應放置於更衣場所，不得帶入食品作業場所。
- (9) 非作業人員之出入應適當管理。若有進入食品作業場所之必要時，應符合前列各目有關人員之衛生要求。
- (10) 從業人員於從業期間應接受衛生主管機關或其認可之相關機構所辦之衛生講習或訓練。

#### 四、 販賣銷售階段

##### (一) 有機種植階段

有機農產品及有機農產加工品驗證管理辦法第23至25條規定：「有機農產品及有機農產加工品標示所用文字，以中文正體字為之，並得輔以外文及通用符號。但專供外銷者，不在此限。」、「有容器或包裝之有機農產品及有機農產加工品於販賣時，應標示下列事項：一、品名。二、原料名稱。三、農產品經營業者名稱、地址及電話號碼。四、原產地（國）。但已標示製造廠或驗證場所地址，且足以表徵原產地（國）者，不在此限。五、驗證機構名稱。六、有機農產品驗證證書字號。七、其他法規所定標示事項及經中央主管機關公告應標示事項。前項第1款品



名與第2款原料名稱完全相同者，得免標示原料名稱。第1項第1款之品名，應標示有機文字。有機轉型期農糧產品及其加工品準用前項規定，標示有機轉型期文字。第1項第3款之標示事項有變更者，應依第10條第1項第1款規定申請變更，並應於有機農產品驗證證書核准變更之日起三個月內更換原有標示。」及「前條第1項第2款所定原料名稱之標示，除水及食鹽外，得以有機、有機轉型期文字或其他符號修飾或註記有機、有機轉型期原料。」，同法第27條復規定除已使用驗證機構標章為標示者，得免標示驗證機構名稱外，應於包裝或容器明顯位置標示驗證機構名稱。是有關有機農產品及有機農產加工品在販售階段所應遵循之標示規定。

## (二) 食品製造階段

1. 標示部分：食品安全衛生管理法第22條於有容器或包裝之食品訂有規定，應以中文及通用符號顯著標示。食品標示的主要目的在說明食品的種類、製造訊息，如製造者、製造日期、保存期限、保存方法等。
2. 標示內容：食品標示應將內容物、食品添加物、日期、有容器或包裝之食品及食品添加物等部分均清楚標示。
3. 食品包裝：食品安全衛生管理法第26條規定經中央主管機關公告之食品器具、食品容器或包裝，應以中文及通用符號，明顯標示下列事項：
  - (1) 品名。
  - (2) 材質名稱及耐熱溫度；其為二種以上材質組成者，應分別標明
  - (3) 淨重、容量或數量。
  - (4) 國內負責廠商之名稱、電話號碼及地址。
  - (5) 原產地（國）。
  - (6) 製造日期；其有時效性者，並應加註有效日期或有效期間。
  - (7) 使用注意事項或微波等其他警語。
  - (8) 其他經中央主管機關公告之事項。
4. 廣告部分：消費者保護法施行細則第22條規定廣告係指利用電視、



廣播、影片、幻燈片、報紙、雜誌、傳單、海報、招牌、牌坊、電話傳真、電子視訊、電子語音、電腦或其他方法，可使不特定多數人知悉其宣傳內容之傳播。此外依食品安全衛生管理法第28條規定：「食品、食品添加物、食品用洗潔劑及經中央主管機關公告之食品器具、食品容器或包裝，其標示、宣傳或廣告，不得有不實、誇張或易生誤解之情形。食品不得為醫療效能之標示、宣傳或廣告。中央主管機關對於特殊營養食品、易導致慢性病或不適合兒童及特殊需求者長期食用之食品，得限制其促銷或廣告；其食品之項目、促銷或廣告之限制與停止刊播及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。」、公平交易法第21條第1項復規定：「事業不得在商品或其廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於商品之價格、數量、品質、內容、製造方法、製造日期、有效期限、使用方法、用途、原產地、製造者、製造地、加工者、加工地等，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。」。

## 五、 後續服務階段

依照食品安全衛生管理法第56條規定：「消費者雖非財產上之損害，亦得請求賠償相當之金額，並得準用消費者保護法第47條至第55條之規定提出消費訴訟。如消費者不易或不能證明其實際損害額時，得請求法院依侵害情節，以每人每一事件新臺幣五百元以上三萬元以下計算。直轄市、縣（市）政府受理同一原因事件，致二十人以上消費者受有損害之申訴時，應協助消費者依消費者保護法第50條之規定辦理。」，此外消費者保護法第7條規定：「從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者，於提供商品流通進入市場，或提供服務時，應確保該商品或服務，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性。商品或服務具有危害消費者生命、身體、健康、財產之可能者，應於明顯處為警告標示及緊急處理危險之方法。企業經營者違反前二項規定，致生損害於消費者或第三人時，應負連帶賠償責任。但企業經營者能證明其無過失者，法院得減輕其賠償責任。」，亦是提供產品之企業經營者對消費者所應負擔之產品責任，除此之外還有民法第191條之1等相關規定必須遵守。



## 參、示範案例實際執行情形之研析

本文進行的示範案例-艾蒔蔬素食餐館，以其自有之艾草之家生產之有機食材做為該餐館各項餐食之素材，在有機種植階段所應遵循如上所引之法規，依照筆者現場了解之情況大致上均有依照有機農產品及有機農產加工品驗證管理辦法規定進行栽種、生產及驗證，至於結合之有機小農生產之其他農蔬作物等亦在相關單位輔導下進行驗證，基於相關法規之規範漸趨完整，因此就有機種植階段艾蒔蔬素食餐館提供之食材係符合相關驗證規範。

至於利用有機食材進行生產製造成為各項美味餐食部分，礙於參訪當日並未對該餐館之廚房進行視察，因此尚無從得知該部分是否符合食品良好衛生規範就餐飲業從業人員所要求之相關訓練等，惟餐館現場提供之餐食部分仍可看出業者確實在營養、衛生等部分詳加留意，企圖讓消費者能夠透過餐食的飲用提供給消



費者健康美味之餐飲。

## 肆、未來餐飲業發展之建議

所謂病從口入，由此可見飲食對於健康的影響，餐飲業在第一線從事餐飲的製作及提供餐食給消費者，為消費者的健康帶來極大的影響，值此國人日漸對健康課題注重的今日，餐飲業在維護國人健康的議題上，確實占有舉足輕重的角色。



我國有機農業自從96年制定農產品生產及驗證管理法後，主管機關陸續就有機農蔬果的驗證發布行政命令，期望可以扮演好把關的角色，目前實務上運作的結果認為驗證制度雖已建立，但是並未能具體落實，同時驗證後如果消費者因為信賴驗證制度而購買到瑕疵的產品時，驗證機構究應如何負責？以及相關衍生的法律問題都有待解決。

此外基因改造食品在國際上亦是一個非常嚴肅的問題，已經證明許多基因改造食品的污染問題，包括中國在河川裡都發現基因改造食品造成的污染，可見基因改造食品造成環境污染的問題非常嚴重，但台灣現在還是規定含5%以上的基因改造食品才需要標示，而非比照歐盟規定的含0.9%的基因改造食品就要標示，此部分亦是有待加強改進的法制上的問題。

主管機關應強制要求，製造廠商或國內負責廠商為其製造、販賣、輸入或輸出食品，投保食品安全衛生安全及品質責任保險。

此外亦有學者及立委主張應成立基金會，負責查察黑心廠商，裁罰及不當利得都可以進入基金，基金來源就會源源不絕，還可以進行食品安全教育，包括檢舉人的獎金。同時，基金會還可做消費者訴訟的補助，甚至協助消費者提起消費者訴訟。

更有立委看到近年來的黑心食品肆虐，主張將食品安全衛生管理法的舉證責任反轉，在最近的幾個重大的食安事件，發現消費者東西都已經吃到肚子裡，發票也已經捐了，這種時候要怎麼要求消費者能夠證明有吃這些黑心食品？即使消費者能夠證明吃了東西，又怎麼能夠證明現在健康出現危害是因為吃了這些東西？舉證責任反轉的結果，就是廠商要證明消費者受到的危害和吃到這個違法食品不相關，如果無法證明的話，廠商就是有責任，也就是說，廠商要證明消費者現在健康上受到的危害和產品不相關才可以免責。食品從農場到餐桌有不同來源、不同階段、不同法規在管理，涉及很多部會主管機關，在沒有統籌單位和食品安全預防機制無法完備之前，應先以食品安全稽查取締聯合小組，由中央應該編列專款支應地方經費與人力。

## 伍、結語

有道是民以食為天，我國在經歷一連串的食安事件後，食品安全衛生管理法



也從100年起陸續修法，目的都是為了杜絕黑心食品，希望能夠為國人的健康好好把關，雖然法制面及時的修正，但仍無法徹底杜絕黑心食品流入市面，筆者只能期待政府相關機關能夠加強執行督導及取締工作，讓安全衛生的食品流入市面，為國人的健康好好把關。萬一不幸有漏網之魚時，也希望能夠讓完善的法制可以對不肖的商人嚴加懲處，確實保障消費者食的安全及合法的權益。



## 烘焙炊蒸食品製造業-消費者保護法規議題

楊延壽律師

### 壹、前言

近年來重大之消費議題，幾平均涉及食品安全及消費商品與服務之品質與安全衛生，尤其接連2011年5月塑化劑污染食品事件、2013年5月的順丁烯二酸酐化製澱粉事件、2014年10月的銅葉綠素混油事件（即大統劣質油）事件，到日前剛爆發的劣質豬油事件，加上夜市醬油不合格、米粉不含米、麵包號稱天然卻含人工香精等等事件，都讓消費者食不安心，外食族明顯減少，自然也嚴重衝擊到烘焙炊蒸製造業。

烘焙炊蒸食品製造業算是直接與消費者密切接觸的產業，但在整個食品製作過程中，卻已屬末端的加工業者，在原物料都依賴上游供應的情況下，供貨源頭一旦出現問題，自然直接影響到烘焙炊蒸製造業的營運與信譽，例如每到中秋佳節即要排隊購買的基隆、台北兩大糕餅業者，在這次劣質豬油的事件中，亦無法倖免，即便高規格展現誠信讓消費者退貨、賠償，但多年苦心建立的信譽，恐怕短時間亦難以回復。在這樣的時間點，適以烘焙炊蒸製造業為產業議題之對象，對相關業者而言應該更具意義，本文也期待能藉由從產品研發、生產製造、販賣銷售至後續服務中，所涉及對於消費者保護相關法規之規範，利用與業者實際的訪談及接觸，了解實務上運作之情形及法規在執行上有何問題等綜合整理，以業者了解，並協助產業之發展。

### 貳、法規介紹

#### 一、申請階段

- (一)烘焙炊蒸食品製造業依其規模除須領有工廠登記證或營業項目為餐盒食品製造之營利事業登記。
- (二)業者應實施自主管理，確保食品衛生安全(食品安全衛生管理法第7條第1項規定)，並且就從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度，均應符合食品之良好衛生規範準則(食品安全衛生管理法第8條第1項規定)。





## 二、 產品研發階段

- (一)首應注意的是基本場地及人員的部分，依食品安全衛生管理法第8條第1項規定「食品業者之從業人員、作業場所、設施衛生管理及品保制度，均應符合食品之良好衛生規範準則」。
- (二)研發上，除了要了解各種食品原料的特性、消費者的口味，更要注意中央主管機關所規定之食品添加物使用範圍及限量暨規格標準。依據食品安全衛生管理法第18條第1項規定：「食品添加物之品名、規格及其使用範圍、限量標準，由中央主管機關定之。」衛生福利部乃據以制定「食品添加物使用範圍及限量暨規格標準」，並於第2條規定：「各類食品添加物之品名、使用範圍及限量，應符合表附表一規定，非附表一之食品品項，不得使用各該食用添加物」。而第3條食品添加物之規格亦一併規定之。
- (三)對於內容物的添加有一定的規範，對於食品應符合衛生安全及品質之標準更是需要注意，衛生福利部依據食品安全衛生管理法第17條的規定，制出「一般食品衛生標準」，規定「食品之性狀應具原有之良好風味及色澤，不得有腐敗、不良變色、異臭、異味、污染、發霉或含有異物、寄生蟲。」同時微生物限量也必須注意之（參考一般食品安全衛生標準第3條，每公克中大腸桿菌最確數應為陰性，大腸桿菌群也不得超出10(3次方)以上）。
- (四)若不符合上開法令規定時，經命限期改正，屆期不改正者，除處以罰鍰；情節重大者，並得命其歇業、停業一定期間、廢止其公司、商業、工廠之全部或部分登記事項，或食品業者之登錄；經廢止登錄者，一年內不再申請重新登錄。

## 三、 生產製造階段

食品業者依法應實施自主管理，確保食品衛生安全(食品安全衛生管理法第7條第1項規定)，食品業者於發現產品有危害衛生安全之虞時，應即主動停止製造、加工、販賣及辦理回收，並通報直轄市、縣(市)主管機關。

### (一)食品安全危害控管部分：

生產製造食品的過程，關乎食品本身的衛生安全品質，所要注意的



環節更是不容疏忽，食品安全衛生管理法第15條就明文規定：「食品或食品添加物有下列情形之一者，不得得製造、加工、調配、包裝、運送、貯存、販賣、輸入、輸出、作為贈品或公開陳列：

1. 變質或腐敗。
2. 未成熟而有害人體健康。
3. 有毒或含有人體健康之物質或異物。
4. 染有病原性生物，或經流行病學調查認定屬造成食品中毒之病因。
5. 殘留農藥或動物用藥含量超過安全容許量。
6. 受原子塵或放射能污染，其含量超過安全容許量。
7. 攙偽或假冒。
8. 逾有效期日。
9. 從未於國內供作飲食且未經證明為無害人體健康。
10. 添加未經中央主管機關許可之添加物。」

若違反時，除行政裁罰外，「攙偽或假冒」、「添加未經中央主管機關許可之添加物。」之行為更將涉有刑事責任(參考食品安全衛生管理法第44條、第49條)。

推行HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point)：此一食物安全控管機制，是協助生產者藉由控制食品安全危害點，達到保障食品安全目的。另有ISO22000，是食品安全管理系統的國際化驗證標準，適用於整體食物鏈產製運銷過程，將可能性的危害降至最低，以確保食品之安全與衛生。為鑑別、評估及控制之系統，援引危害分析重要管制點原理，管理原料驗收，加工、製造及貯運等全程之食品安全危害，衛生署更發布「食品安全管制系統準則」要求食品業者（指中央主管機關依食品安全衛生管理法第8條第2項公告之食品業者）應設立食品安全管制系統工作小組，負責工作包括：鑑別、評估及管制食品安全危害，使用危害分析重要管制點原理，管理原料、材料之驗收、加工、製造、貯存及運送全程之系統。

## (二) 衛生管理部分：



1. 設備與器具之清洗衛生應符合下列規定：
  - (1) 食品接觸面應保持平滑、無凹陷或裂縫，並保持清潔。
  - (2) 用於製造、加工、調配、包裝等之設備與器具，使用前應確認其清潔，使用後應清洗乾淨；已清洗與消毒過之設備和器具，應避免再受污染。
  - (3) 設備與器具之清洗與消毒作業，應防止清潔劑或消毒劑污染食品、食品接觸面及包裝材料。
2. 從業人員應符合下列規定：
  - (1) 新進從業人員應先經衛生醫療機構檢查合格後，始得聘僱。僱用後每年應主動辦理健康檢查乙次。
  - (2) 從業人員在A型肝炎、手部皮膚病、出疹、膿瘡、外傷、結核病或傷寒等疾病之傳染或帶菌期間，或有其他可能造成食品污染之疾病者，不得從事與食品接觸之工作。
  - (3) 新進從業人員應接受適當之教育訓練，使其執行能力符合生產、衛生及品質管理之要求，在職從業人員應定期接受有關食品安全、衛生與品質管理之教育訓練，各項訓練應確實執行並作成紀錄。
  - (4) 食品作業場所內之作業人員，工作時應穿戴整潔之工作衣帽(鞋)，以防頭髮、頭屑及夾雜物落入食品中，必要時應戴口罩。凡與食品直接接觸的從業人員不得蓄留指甲、塗抹指甲油及佩戴飾物等，並不得使塗抹於肌膚上之化粧品及藥品等污染食品或食品接觸面。
  - (5) 從業人員手部應經常保持清潔，並應進入食品作業場所前、如廁所後或手部受污染時，依標示所示步驟正確洗手或(及)消毒。工作中吐痰、擤鼻涕或有其他可能污染手部之行為後，應立即洗淨後再工作。
  - (6) 作業人員工作中不得有吸菸、嚼檳榔、嚼口香糖、飲食及其他可能污染食品之行為。



- (7) 作業人員若以雙手直接調理不經加熱即可食用之食品時，應穿戴消毒清潔之不透水手套，或將手部澈底洗淨及消毒。
- (8) 作業人員個人衣物應放置於更衣場所，不得帶入食品作業場所。
- (9) 非作業人員之出入應適當管理。若有進入食品作業場所之必要時，應符合前列各目有關人員之衛生要求。
- (10) 從業人員於從業期間應接受衛生主管機關或其認可之相關機構所辦之衛生講習或訓練。

### 3. 清潔及消毒等化學物質及用具之管理：

- (1) 病媒防治使用之藥劑，應符合相關主管機關之規定方得使用，並應明確標示，存放於固定場所，不得污染食品或食品接觸面，且應指定專人負責保管。
- (2) 食品作業場所內，除維護衛生所必須使用之藥劑外，不得存放使用。
- (3) 清潔劑、消毒劑及有毒化學物質應符合相關主管機關之規定方得使用，並應予明確標示，存放於固定場所，且應指定專人負責保管。
- (4) 有毒化學物質應標明其毒性、使用方法及緊急處理辦法。
- (5) 清潔、清洗和消毒用機具應有專用場所妥善保管。

### 4. 廢棄物處理應符合下列規定：

- (1) 廢棄物不得堆放於食品作業場所內，場所四周不得任意堆置廢棄物及容器，以防積存異物孳生病媒。
- (2) 廢棄物之處理，應依其特性，以適當容器分類集存，並予清除。放置場所不得有不良氣味或有害(毒)氣體溢出，並防止病媒之孳生，及造成人體之危害。
- (3) 反覆使用的容器在丟棄廢棄物後，應立即清洗清潔。處理廢棄物之機器設備於停止運轉時應立即清洗，以防止病媒孳生。
- (4) 凡有直接危害人體及食品安全衛生之虞之化學藥品、放射性物



質、有害微生物、腐敗物等廢棄物，應設專用貯存設施。

5. 食品業者應指派衛生管理專責人員針對建築與設施及衛生管理之情形填報衛生管理紀錄，內容包括當日執行的前列各項工作之衛生狀況等。

(1) 食品作業場所之廠區環境應符合下列規定：

A、地面應隨時清掃，保持清潔，不得有塵土。

B、排水系統應經常清理，保持暢通，不得有異味。

C、禽畜、寵物等應予管制，並有適當的措施以避免污染食品。

(2) 食品作業場所建築與設備應符合下列規定：

A、牆壁、支柱與地面：應保持清潔，不得有納垢、侵蝕或積水等情形。

B、樓板或天花板：應保持清潔，不得有長黴、成片剝落、積塵、納垢等情形；食品暴露之正上方樓板或天花板不得有結露現象。

C、出入口、門窗、通風口及其他孔道：應保持清潔，並應設置防止病媒侵入設施。

D、排水系統：排水系統應完整暢通，不得有異味，排水溝應有攔截固體廢棄物之設施，並應設置防止病媒侵入之設施。

E、照明設施：光線應達到一百米燭光以上，工作台面或調理台面應保持二百米燭光以上；使用之光源應不致於改變食品之顏色；照明設備應保持清潔，以避免污染食品。

F、通風：應通風良好，無不良氣味，通風口應保持清潔。

G、配管：配管外表應保持清潔，並應定期清掃或清潔。

H、場所區隔：凡清潔度要求不同之場所，應加以有效區隔及管理。

I、病媒防治：不得發現有病媒或其出沒之痕跡，並應實施有效之病媒防治措施。



- J、蓄水池：蓄水池(塔、槽)應保持清潔，每年至少清理一次並做成紀錄。
- (3) 凡設有員工宿舍、餐廳、休息室及檢驗場所或研究室者，應符合下列規定：
- A、應與食品作業場所隔離，且應有良好之通風、採光及防止病媒侵入或有害微生物污染之設施。
- B、應有專人負責管理，並經常保持清潔。
- (4) 廁所應符合下列規定：
- A、廁所之設置地點應防止污染水源。
- B、廁所不得正面開向食品作業場所，但如有緩衝設施及有效控制空氣流向以防止污染者，不在此限。
- C、廁所應保持整潔，不得有不良氣味。
- D、應於明顯處標示『如廁後應洗手』之字樣。
- (5) 用水應符合下列規定：
- A、凡與食品直接接觸及清洗食品設備與用具之用水及冰塊應符合飲用水水質標準。
- B、應有足夠之水量及供水設施。
- C、使用地下水源者，其水源應與化糞池、廢棄物堆積場所等污染至少保持十五公尺之距離。
- D、蓄水池(塔、槽)應保持清潔，其設置地點應距污穢場所、化糞池等污染源三公尺以上。
- E、飲用水與非飲用水之管路系統應完全分離，出水口並應明顯區分。
- (6) 洗手設施應符合下列規定：
- A、洗手及乾手設備之設置地點應適當，數目足夠，且備有流動自來水、清潔劑、乾手器或擦手紙巾等設施。必要時，應設置適當的消毒設施。
- B、洗手消毒設施之設計，應能於使用時防止已清洗之手部再



度遭受污染，並於明顯之位置懸掛簡明易懂的洗手方法標示。

- (7) 凡設有更衣室者，應與食品作業場所隔離，工作人員並應有個人存放衣物之箱櫃。

#### 四、販售銷售之部分

- (一)食品之標示：食品的標示主要目的在說明食品品名、製造訊息，如製造者、製造日期、保存期限、保存方法等。依食品安全衛生管理法第22條「食品之容器或外包裝，應以中文及通用符號，明顯標示下列事項：一、品名。二、內容物名稱；其為二種以上混合物時，應依其含量多寡由高至低分別標示之。三、淨重、容量或數量。四、食品添加物名稱；混合二種以上食品添加物，以功能性命名者，應分別標明添加物名稱。五、製造廠商或國內負責廠商名稱、電話號碼及地址。六、原產地（國）。七、有效日期。八、營養標示。九、含基因改造食品原料。十、其他經中央主管機關公告之事項。」。
- (二)食品添加物之標示：依同法第24條則規定『食品添加物之容器或外包裝，應以中文及通用符號，明顯標示下列事項：一、品名及「食品添加物」字樣。二、食品添加物名稱；其為二種以上混合物時，應分別標明。三、淨重、容量或數量。四、製造廠商或國內負責廠商名稱、電話號碼及地址。五、有效日期。六、使用範圍、用量標準及使用限制。七、原產地（國）。八、含基因改造食品添加物之原料。九、其他經中央主管機關公告之事項。』。
- (三)廣告部分：消費者保護施行細則第23條規定「廣告係指利用電視、廣播、影片、幻燈片、報紙、雜誌、傳單、海報、招牌、牌坊、電話傳真、電子視訊、電子語音、電腦或其他方法，可使不特定多數人知悉其宣傳內容之傳播。」。依食品安全衛生管理法第28條之規定：「對於食品、食品添加物或食品用洗潔劑所為之標示、宣傳或廣告，不得有不實、誇張或易生誤解之情形。」。違反者，同法第45條定有罰則。
- (四)另公平交易法第21條第1項亦規定：「事業不得在商品或其廣告上，或以



其他使公眾得知之方法，對於商品之價格、數量、品質、內容、製造方法、製造日期、有限期限、使用方法、用途、原產地、製造者、製造地、加工者、加工地等，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。」亦係課以業者應忠實標示，不得為誇大不實標示或廣告之法定義務，違反者亦均有相對應之罰則。

## 五、後續服務階段

(一)產品瑕疵擔保責任：銷售出的產品，應負擔瑕疵擔保責任，對於產品必須有通常之效用及所約定之品質，依據民法第354條第1項規定：「物之出賣人對於買受人，應擔保其物依第373條之規定危險移轉於買受人時無滅失或減少其價值之瑕疵，亦無滅失或減少其通常效用或契約預定效用之瑕疵。但減少之程度，無關重要者，不得視為瑕疵。」銷售的產品，在交付給消費者時，產品必須有通常之效用及所約定之品質，若有減少之程度時，即為有瑕疵。消費者可以依據民法第359條之規定要求解除契約或請求減少價金。

(二)損害賠償責任：若因產品受有損害時，應負責任如下：

1. 商品製造人之責任：民法191之1條第1項之規定，「商品製造人因其商品之通常使用或消費所致他人之損害，負賠償責任。但其對於商品之生產、製造及加工、設計並無欠缺或其損害非因該項欠缺所致或於防止損害之發生，已盡相當之注意者，不在此限。」。此為民法上對於商品製造人之責任，若是產品對於所使用之人或消費者造成損害時，使用之人縱然非消費者仍可請求賠償。
2. 無過失損害賠償責任：消費者保護法第7條第1項規定，「從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者，於提供商品流通進入市場，或提供服務時，應確保該商品或服務，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性。」。因此，產品必須確保品質的安全性，第2項規定，「商品或服務具有危害消費者生命、身體、健康、財產之可能者，應於明顯處為警告標示及緊急處理危險之方法。」。若是產品有危害消費者之情形要有警告標示及緊急處理危險之方法，例如，糕





餅的內餡可能有不易咀嚼、吞食之成分，對於小孩或老人在吞嚥上，可能會有窒息的危險，即要就此表示注意事項，讓食用者特別注意，並且對於噎到時的緊急處理，亦應註明，以保障消費者及業者之權益。因為若是違反規定，致生損害於消費者或第三人時，應負賠償責任。縱令能證明業者無過失，僅是得減輕其賠償責任(參照消費者保護法第7條第3項)。

3. 因消費者保護法為民法的特別法，對於消費者的損害，消費者可以優先適用消費者保護法的規定請求，所以，對於產品的責任，製造商須負擔無過失的損害賠償責任。
4. 另食品安全衛生管理法第56條新增：「消費者雖非財產上之損害，亦得請求賠償相當之金額，並得準用消費者保護法第四十七條至第五十五條之規定提出消費訴訟。如消費者不易或不能證明其實際損害額時，得請求法院依侵害情節，以每人每一事件新臺幣五百元以上二萬元以下計算。」

## 參、示範案例實際執行情形之研析

### 一、 示範案例簡介：

- (一)創立於1925年(現場專訪時，據業者表示日前甫發現早在1905年第一代創始者即開始有製餅之事證，目前正申請認證中)，是一家歷史悠久的百年老店，目前除高雄市左營區營大路之創始店外，另於蓮潭路開設「棋餅文創館」，同時響應政府政策，設立庇護工廠，提供身心障礙者就業機會。
- (二)餅舖目前已由第四代接手負責，以傳統製餅工藝、結合文化創意，並兼具人文關懷，令人感受到其永續、深耕經營之企業理念。



## 二、 實際執行情形：

### (一) 申請階段：

本案之烘焙業者，算是高雄地區知名的老店，歷經三代傳承，相關營業登記均已申辦，於第四代接續經營後，更著重現代化、企業化之導向，且對政府各項輔導，配合度甚高，歷年來陸續取如下所示之多項認證。

2001年起迄今左營萬年季糕餅產業指定店

2006年迄今台灣OTOP地方特色產品餅鋪認證

2006年起榮獲旅行購物保障商店認證

2007年行政院英語服務標章四種星認證

2008年起高雄市衛生局衛生自主認證標章

2008年榮獲台灣製造品專區多項認證

2011年起迄今經濟部商業司GSP認證

2013年經濟部商業司優良百年老店認證

但因餅鋪位置及空間等問題，尚未能申請工廠登記，此係接下來努



力的目標。

## (二) 產品研發階段：

百年老店一方面保留了傳統的棋餅及各式糕餅的外觀形式，一方面在食材及內餡的挑選則與時俱進，配合現代人少糖、少鹽、少油的健康觀念，不斷調整製餅配方，例如降低綠豆餡的甜度、麵糰添加物之比例等等，同時經由行銷創意，以棋餅為發想，結合文化、遊戲，增添吃餅的樂趣與話題，讓消費者除了享受到美味的烘焙食品外，也兼具娛樂的效果。

## (三) 生產製造階段：

雖是百年老店，但在經營者的用心下，一切設備均以現代化規範處理，也通過各主管機關多項之認證，包括2008年起高雄市衛生局衛生自主認證標章、2013年通過ISO22000國際認證、HACCP國際認證，在生產製造流程上，已具備相當完足之標準作業流程規範，足以讓消費者放心、安心。

## (四) 販售銷售階段：

目前餅舖除採店舖直營銷售之方式外，亦與知名賣場合作設櫃銷售，同時亦開始以無實體店面方式，透過網路、電話訂購方式，提供宅配到家之服務，算是已提供消費者各種多元且全面之購買管道，如此一方面可增加銷售額，一方面亦讓消費者便利採購，達到雙贏的目的。

## 肆、未來烘焙炊蒸製造業發展之建議

一、經由與業者訪談實際溝通交流的過程，了解到烘焙炊蒸製造業者，目前最感無奈的是，上游原物料供應商動輒出現食安問題，即便是經過食品GMP認證、即便是國內知名大廠所供應，均難保不出問題，而烘焙業者相對於原物料供應商而言，也僅是類似消費者的角色，就很多原料並無判斷其品質優劣的專業能力，然而一出問題時，卻需面對終端消費者最嚴苛的指責，同時承擔退貨、換貨等經濟損失，至於非經濟的商譽損失更是無法估量，就此部分，食品安全衛生管理法甫於今年2月再度大幅修法，期待食品業者強制登錄、加



強稽核、提高罰則等等制度，能遏止不肖廠商，也讓合法、守法的廠商能藉由政府公權力的執行，逐步再建立消費者的信心。

二、其次，就消費者服務的部分，建議烘焙炊蒸製造業者應將之視為企業經營的必要成本，而不應以客訴是偶發，而以或然、不必然發生的態度面對，因為，若基本態度未調整，認為消費者的反映是極少數，均是特例個案，故不用太重視，則在面對消費者有客訴或任何反映時，恐怕均無法持平以對，主觀上認為遇到「奧客」，自然就難以平常心妥為處理，故建議業者應視其經營規模，以「專人、專責、專線」負責消費者各項訴求的處理；事實上，就消費者而言，若一眼看到業者在食品包裝上或相關廣告、文宣、網站上，均清楚標示「消費者服務專線」，則一開始即可感受到業者對消費者的尊重，立即增加對產品的好感與信賴，對企業形象一定大幅加分；至於訪談中，業者也提到確實也有碰到「奧客」之情形，甚至無端遭消費者謾罵、羞辱，或無理要求等等，不知如何自保，我們因此建議，消費者服務專線可全程錄音，但應在接通前即告知來電之消費者此一訊息，清楚讓消費者知悉接下來的對談均有錄音，如此暨保障消費者，亦可保障業者，透過理性溝通，將消費爭議以最快、最妥適的方法處理之。

三、而面對目前國內食安問題層出不窮，除了修法及公權力嚴格管制、稽核外，建議業者不論規模大小，就各項原物料，應自我建立完整、精確的「進、銷、存」紀錄，如此方能在不幸使用到不當的上游原物料時，能及時反映處理，清楚讓消費者知悉曾進貨多寡、流向何處，目前處理情形如何，自然可降低消費者的疑慮，而能在最短時間內贏回消費者對業者的信心。

## 伍、結語

近來連續爆發之重大食安事件，讓消費者對市面上各種食品的態度幾乎都成驚弓之鳥，烘焙炊蒸製造業因與一般消費者直接接觸的程度遠甚於食品原料之廠商，因此更遭受嚴峻的考驗；尤其經由媒體的報導，不僅國內市場受影響，國外市場亦受到波及，原本以「美食天堂」享譽國際的寶島，彷彿一下子墜入地獄，變成黑心食品的代名詞，而令人望之卻步；以本次示範案例的廠商為例，於日前出國參加美食展，其業績之慘淡乃近年來所僅見，讓業者不禁憂心忡忡，值此危



難時刻，只能呼籲所有食品相關產業，應有化危機為轉機的共識，有良知、守法治，從自身嚴格的自主管理做起，配合政府相關部門加強督導及取締不法，相信一定可以把消費者的信心再贏回來，重新擦亮美食寶島的招牌。



## 電子購物及郵購業-消費者保護法規議題

吳榮達律師

### 壹、前言

網路購物的銷售型態，已是時勢所趨，而且此種網路購物銷售型態的交易金額及交易數量，所佔市場總交易金額及交易數量比例，已逐年在飛速成長增加當中。由於網路購物的銷售型態，一般消費者，在取得買賣標的物前，並無法實際檢視商品，因此衍生諸多消費爭議，業者如何防杜避免；另網路交易過程，消費者每每須將個人資料提供給業者，而個人資料之被違法蒐集、處理、利用，亦時有所聞，業者應為如何維護防範，多數業者，似無相當警覺性，實令人擔心；再者，近來食安風暴頻傳，業者之產製、運銷，甚至包括廣告過程，有無符合法律規定，或如何符合法律規定，避免觸法，業者絕對無法輕忽。是本文將就筆者所實際探訪觀察之烘焙炊蒸食品製造業者之案例情形，所涉相關法律規定，詳細探討析述。

### 貳、法規介紹

#### 一、關於從事設計、生產、製造商品或提供服務的企業經營者，就其提供的商品或服務，所致消費者的損害，應對消費者負擔無過失賠償責任：

(一)消費者保護法第7條規定：「從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者，於提供商品流通進入市場，或提供服務時，應確保該商品或服務，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性。商品或服務具有危害消費者生命、身體、健康、財產之可能者，應於明顯處為警告標示及緊急處理危險之方法。企業經營者違反前二項規定，致生損害於消費者或第三人時，應負連帶賠償責任。但企業經營者能證明其無過失者，法院得減輕其賠償責任。」

(二)消費者保護法第7條之1規定：「企業經營者主張其商品於流通進入市場，或其服務於提供時，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性者，就其主張之事實負舉證責任。商品或服務不得僅因其後有較佳之商品或



- 服務，而被視為不符合前條第1項之安全性。」
- (三)民法第227條規定：「因可歸責於債務人之事由，致為不完全給付者，債權人得依關於給付遲延或給付不能之規定行使其權利。因不完全給付而生前項以外之損害者，債權人並得請求賠償。」
- (四)民法第354條規定：「物之出賣人對於買受人，應擔保其物依第373條之規定危險移轉於買受人時無滅失或減少其價值之瑕疵，亦無滅失或減少其通常效用或契約預定效用之瑕疵。但減少之程度，無關重要者，不得視為瑕疵。出賣人並應擔保其物於危險移轉時，具有其所保證之品質。」
- (五)民法第355條規定：「買受人於契約成立時，知其物有前條第1項所稱之瑕疵者，出賣人不負擔保之責。買受人因重大過失，而不知有前條第1項所稱之瑕疵者，出賣人如未保證其無瑕疵時，不負擔保之責。但故意不告知其瑕疵者，不在此限。」
- (六)民法第356條規定：「買受人應按物之性質，依通常程序從速檢查其所受領之物。如發見有應由出賣人負擔保責任之瑕疵時，應即通知出賣人。買受人怠於為前項之通知者，除依通常之檢查不能發見之瑕疵外，視為承認其所受領之物。不能即知之瑕疵，至日後發見者，應即通知出賣人，怠於為通知者，視為承認其所受領之物。」。
- (七)民法第357條規定：「前條規定，於出賣人故意不告知瑕疵於買受人者，不適用之。」
- (八)民法第358條規定：「買受人對於由他地送到之物，主張有瑕疵，不願受領者，如出賣人於受領地無代理人，買受人有暫為保管之責。前項情形，如買受人不即依相當方法證明其瑕疵之存在者，推定於受領時為無瑕疵。送到之物易於敗壞者，買受人經依相當方法之證明，得照市價變賣之。如為出賣人之利益，有必要時，並有變賣之義務。買受人依前項規定為變賣者，應即通知出賣人。如怠於通知，應負損害賠償之責。」
- (九)民法第359條規定：「買賣因物有瑕疵，而出賣人依前五條之規定，應負擔保之責者，買受人得解除其契約或請求減少其價金。但依情形，解除契約顯失公平者，買受人僅得請求減少價金。」。



- (十)民法第360條規定：「買賣之物，缺少出賣人所保證之品質者，買受人得不解除契約或請求減少價金，而請求不履行之損害賠償；出賣人故意不告知物之瑕疵者亦同。」
- (十一) 民法第363條規定：「為買賣標的之數物中，一物有瑕疵者，買受人僅得就有瑕疵之物為解除。其以總價金將數物同時賣出者，買受人並得請求減少與瑕疵物相當之價額。前項情形，當事人之任何一方，如因有瑕疵之物，與他物分離而顯受損害者，得解除全部契約。」
- (十二) 民法第364條規定：「買賣之物，僅指定種類者，如其物有瑕疵，買受人得不解除契約或請求減少價金，而即時請求另行交付無瑕疵之物。出賣人就前項另行交付之物，仍負擔保責任。」
- (十三) 民法第184條規定：「因故意或過失，不法侵害他人之權利者，負損害賠償責任。故意以背於善良風俗之方法，加損害於他人者亦同。違反保護他人之法律，致生損害於他人者，負賠償責任。但能證明其行為無過失者，不在此限。」

**小結：**由於本案探討的企業經營者，乃烘焙炊蒸的食品製造業者，故依上述法文規定，企業經營者，就其生產製作的食品，所致消費者的損害，除非能舉證證明，其於提供商品流通進入市場，或提供服務時，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性。否則，即使企業經營者能證明，其就消費者所受損害，並無過失存在，但企業經營者，仍須對消費者所受損害，負擔賠償責任。充其量，法院僅能就消費者所受損害，酌量減輕企業經營者的賠償責任而已。

## 二、與定型化契約相關的法律規定：

- (一)消費者保護法第11條規定：「企業經營者在定型化契約中所用之條款，應本平等互惠之原則。定型化契約條款如有疑義時，應為有利於消費者之解釋。」。
- (二)消費者保護法第12條規定：「企業經營者與消費者訂立定型化契約前，應有三十日以內之合理期間，供消費者審閱全部條款內容。違反前項規定者，其條款不構成契約之內容。但消費者得主張該條款仍構成契約之





- 內容。中央主管機關得選擇特定行業，參酌定型化契約條款之重要性、涉及事項之多寡及複雜程度等事項，公告定型化契約之審閱期間。」。
- (三)消費者保護法第13條規定：「定型化契約中之條款違反誠信原則，對消費者顯失公平者，無效。定型化契約中之條款有下列情形之一者，推定其顯失公平：一、違反平等互惠原則者。二、條款與其所排除不予適用之任意規定之立法意旨顯相矛盾者。三、契約之主要權利或義務，因受條款之限制，致契約之目的難以達成者。」。
- (四)消費者保護法第14條規定：「定型化契約條款未經記載於定型化契約中者，企業經營者應向消費者明示其內容；明示其內容顯有困難者，應以顯著之方式，公告其內容，並經消費者同意受其拘束者，該條款即為契約之內容。前項情形，企業經營者經消費者請求，應給與定型化契約條款之影本或將該影本附為該契約之附件。」。
- (五)消費者保護法第15條規定：「定型化契約條款未經記載於定型化契約中而依正常情形顯非消費者所得預見者，該條款不構成契約之內容。」、「定型化契約中之定型化契約條款抵觸個別磋商條款之約定者，其抵觸部分無效。」。
- (六)消費者保護法第16條規定：「定型化契約中之定型化契約條款，全部或一部無效或不構成契約內容之一部者，除去該部分，契約亦可成立者，該契約之其他部分，仍為有效。但對當事人之一方顯失公平者，該契約全部無效。」。
- (七)消費者保護法第17條規定：「中央主管機關得選擇特定行業，公告規定其定型化契約應記載或不得記載之事項。違反前項公告之定型化契約，其定型化契約條款無效。該定型化契約之效力，依前條規定定之。企業經營者使用定型化契約者，主管機關得隨時派員查核。」。
- (八)消費者保護法施行細則第12條規定：「定型化契約條款因字體、印刷或其他情事，致難以注意其存在或辨識者，該條款不構成契約之內容。但消費者得主張該條款仍構成契約之內容。」。同法第13條規定：「定型化契約條款是否違反誠信原則，對消費者顯失公平，應斟酌契約之性質、



締約目的、全部條款內容、交易習慣及其他情事判斷之。」。

- (九)消費者保護法施行細則第14條規定：「定型化契約條款，有下列情事之一者，為違反平等互惠原則：一、當事人間之給付與對待給付顯不相當者。二、消費者應負擔非其所能控制之危險者。三、消費者違約時，應負擔顯不相當之賠償責任者。四、其他顯有不利於消費者之情形者。」。
- (十)消費者保護法施行細則第15條規定：「定型化契約記載經中央主管機關公告應記載之事項者，仍有本法關於定型化契約規定之適用。中央主管機關公告應記載之事項，未經記載於定型化契約者，仍構成契約之內容。」。
- (十一) 經濟部於99年6月21日，公告了零售業等網路交易，定型化契約應記載事項及不得記載事項，其中應記載事項包括：「一、企業經營者資訊：企業經營者之名稱、負責人、電話、電子郵件信箱及營業所所在地地址。二、定型化契約解釋原則：本契約條款如有疑義時，應為有利於消費者之解釋。三、商品資訊：商品交易頁面呈現之商品名稱、價格、內容、規格、型號及其他相關資訊，為契約之一部分。四、以電子文件為表示方法：交易雙方同意以電子文件作為表示方法。五、確認機制：消費者依據企業經營者提供之確認商品數量及價格機制進行下單。企業經營者對下單內容，除於下單後二工作日內附正當理由為拒絕外，為接受下單。但消費者已付款者，視為契約成立。六、商品訂購數量上限：企業經營者於必要時，得就特定商品訂定個別消費者每次訂購之數量上限。消費者逾越企業經營者訂定之數量上限進行下單時，企業經營者僅依該數量上限出貨。七、商品交付地及交付方式：企業經營者應提供商品交付之地點及方式供消費者選擇，並依消費者之擇定交付。八、付款方式說明：企業經營者應提供付款方式之說明供消費者參閱。企業經營者提供之付款方式如有小額信用貸款或其他債權債務關係產生時，企業經營者須主動向消費者告知及說明如債權債務主體、利息計算方式、是否另有信用保險或保證人之設定或涉入等資訊。九、運費：企業經營者應記載寄送商品運費之計價及負擔方式；如未記載，視同運費由企業經



營者負擔。十、退貨及契約解除權：消費者得依消費者保護法第19條第1項行使相關權利。十一、個人資料保護：企業經營者應遵守個人資料保護相關法令規定。十二、帳號密碼被冒用之處理：企業經營者應於知悉消費者之帳號密碼被冒用時，立即暫停該帳號所生交易之處理及後續利用。十三、系統安全：企業經營者應確保其與消費者交易之電腦系統具有符合一般可合理期待之安全性。十四、消費爭議處理：企業經營者應就消費爭議說明採用之申訴及爭議處理機制、程序及相關聯絡資訊。」。

(十二) 另不得記載事項包括：「一、個人資料行使之權利：不得記載消費者預先拋棄或限制下列個人資料權利之行使：(一)查詢及請求閱覽。(二)請求製給複製本。(三)請求補充或更正。(四)請求停止蒐集、處理或利用。(五)請求刪除。二、目的外之個人資料利用不得記載消費者個人資料得為契約目的必要範圍外之利用。三、單方契約變更之禁止：不得記載企業經營者得片面變更商品之規格、原產地與配件，及消費者不得異議之條款。不得記載企業經營者得單方變更契約內容。四、終止契約及賠償責任免除：不得記載企業經營者得任意終止或解除契約。不得預先免除企業經營者終止或解除契約時所應負之賠償責任。五、消費者之契約解除或終止權：不得記載消費者放棄或限制依法享有之契約解除權或終止權。六、廣告：不得記載廣告僅供參考。七、證據排除：不得記載如有糾紛，限以企業經營者所保存之電子交易資料作為認定相關事實之依據。八、管轄法院：不得記載排除消費者保護法第47條或民事訴訟法第436條之9小額訴訟管轄法院之適用。」。

(十三) 衛生福利部於103年9月5日完成訂定並發布「食品或餐飲服務等郵購買賣定型化契約應記載及不得記載事項」，並自104年1月1日生效，其中應記載事項包括：

「一、企業經營者資訊

應載明企業經營者名稱(依消費者保護法規定包括設計、生產、製造、輸入、經銷商品或提供服務營業者)、負責人、電話、營業所在地、營業時間及與契約有關之洽商聯絡資訊和受理消費者申訴之方式。



## 二、定型化契約解釋原則

契約條款如有疑義時，應為有利於消費者之解釋。

## 三、商品資訊

(一)企業經營者應提供下列資訊，但法令對於商品或食品之標示另有規定者，從其規定：

1. 品名。

2. 內容物名稱及淨重、容量或數量；其為二種以上混合物時，應分別標明，必要時應記載食品之尺寸大小。前述內容物標示方式應依下列規定辦理：

(1)淨重、容量以公制單位或其通用符號標示之。

(2)內容物中液汁與固形物混合者，分別標明內容量及固形量。

但其為均勻混合且不易分離者，得僅標示內容物淨重。

3. 食品添加物名稱。

4. 製造廠商或國內負責廠商名稱、電話號碼及地址。

5. 原產地（國）。

6. 以消費者收受日起算，至少距有效日期前\_\_\_\_日以上或製造日期後\_\_\_\_日內。

7. 其他經中央主管機關公告特定產品指定之標示事項，亦應一併標示。

8. 交易總價款，並應載明商品單價、商品總價、折扣方式等資訊。

含運費

不含運費；運費計價\_\_\_\_\_。

(如有運費約定，其計價及負擔方式應於交易前詳細記載，如未記載，視同運費由企業經營者負擔。)

(二)企業經營者應提供其投保產品責任險證明文件影本或於契約上揭露相關資訊。

(三)企業經營者應主動揭露委託（任）廠商、監製廠商或薦證代言人等相關資訊，但主動揭露顯有困難者，應確實充分說明揭露委託



(任)、監製或薦證等之文字說明。

#### 四、付款方式說明

企業經營者應提供付款方式之說明供消費者參閱。企業經營者提供之付款方式如有小額信用貸款或其他債權債務關係產生時，企業經營者須主動向消費者告知及說明如債權債務主體、利息計算方式、是否另有信用保險或保證人之設定或涉入等資訊。

#### 五、確認機制

消費者依據企業經營者提供之確認商品數量及價格機制進行下單。企業經營者對下單內容，除於下單後二工作日內附正當理由為拒絕外，為接受下單。但消費者已付款者，視為契約成立。

企業經營者透過網路交易之電腦系統應有自動回復並請消費者再次確認裝置。

#### 六、商品交付地、日期及交付方式

(一)企業經營者應載明商品交付日期或期間，並提供交付地點供消費者選擇。企業經營者如採取收到貨款後再寄送商品者，應於收受貨款後三日內（雙方另有約定者不在此限）將商品寄出或交付予消費者。

(二)交付（運送）方式：\_\_\_\_\_（溫度：冷藏冷凍常溫\_\_\_\_\_）。

#### 七、郵購買賣消費者之解約權

(一)企業經營者於訂立本定型化契約時，應告知消費者以下事項：

1. 消費者對所收受之商品不願買受時，得於收受商品後七日內，退回商品或以書面通知企業經營者解除買賣契約，無須說明理由及負擔任何費用或價款。
2. 企業經營者名稱、負責人、電話、電子郵件信箱、營業所在地、營業時間及與契約有關之洽商人員聯絡資訊和受理消費者申訴之方式。

(二)除消費者與企業經營者另有特約外，企業經營者應於收到解約通



知後一個月內，至消費者之住、居所或約定處所取回商品；除因消費者之事由致無法取回者外，逾期消費者不負保管義務。

#### 八、金額返還規定

消費者依消保法第十九條規定行使解約權時，企業經營者應於收到解約通知後，現金交易者應於\_\_\_日（最多不得逾十四日）將價金返還予消費者；信用卡交易者，企業經營者應於收到消費者解約通知後\_\_\_日內（最多不得逾三個工作日）辦理信用卡交易取消手續。

#### 九、商品訂購數量上限

企業經營者於必要時，得揭露商品數量上限資訊，並得就特定商品訂定個別消費者每次訂購之數量上限。

消費者逾越企業經營者訂定之數量上限進行下單時，企業經營者僅依該數量上限出貨或提供服務。

#### 十、受領物之檢視義務

消費者於收受商品後，應按物之性質，依通常程序從速檢查其所受領之物，如發現有應由企業經營者負擔保責任之瑕疵時，應即通知企業經營者。

#### 十一、業者之保密義務

企業經營者對消費者個人資料之蒐集、處理及利用，應依個人資料保護法規定，並負有保密義務，非經消費者書面同意，企業經營者不得對外揭露或為契約目的範圍外之利用。契約關係消滅後，亦同。

#### 十二、消費爭議之處理

企業經營者應就消費爭議說明採用之申訴及爭議處理機制、程序及相關聯絡資訊。

#### 十三、訴訟管轄

因本契約發生訴訟時，雙方同意以○○地方法院為第一審管轄法院，但不得排除消費者保護法第四十七條及民事訴訟法第四百三十六條之九規定之小額訴訟管轄法院之適用。」；



另不得記載事項包括：

- 「一、不得約定拋棄契約審閱期間及審閱權。
- 二、除法律另有規定外，不得約定對消費者個人資料為契約目的必要範圍外之利用。
- 三、不得約定企業經營者得片面變更契約內容。
- 四、不得約定企業經營者得片面變更標之物之份量、數量、重量等商品資訊，消費者不得異議之條款。
- 五、企業經營者應確保廣告內容之真實，不得為不實、誇張、易生誤解或涉及醫療效能之食品標示、宣傳或廣告。
- 六、不得約定企業經營者得任意解除契約。
- 七、不得約定免除或減輕企業經營者依民法、消費者保護法及食品安全衛生管理法等法規應負之責任。
- 八、不得約定企業經營者得保管或收回消費者持有之契約。
- 九、不得約定剝奪或限制消費者依法享有之契約解除權。
- 十、不得約定如有糾紛，限以企業經營者所保存之交易資料為認定標準。
- 十一、不得約定企業經營者交付商品時得收回訂貨單。
- 十二、不得為其他違反法律強制、禁止規定或顯失公平之約定。」

**小結：**由於本案探討的企業經營者，乃係透過網路交易的烘焙炊蒸的食品製造業者，其與交易對象的消費者間，有關的書面契約，應屬定型化契約性質，自為上揭法文及經濟部、衛生福利部所公告「零售業等網路交易定型化契約應記載事項及不得記載事項」規範的拘束。

### 三、 與郵購買賣、訪問買賣相關的法律規定：

- (一)消費者保護法第18條規定：「企業經營者為郵購買賣或訪問買賣時，應將其買賣之條件、出賣人之姓名、名稱、負責人、事務所或住居所告知買受之消費者。」。
- (二)消費者保護法第19條規定：「郵購或訪問買賣之消費者，對所收受之商品不願買受時，得於收受商品後七日內，退回商品或以書面通知企業經營者解除買賣契約，無須說明理由及負擔任何費用或價款。郵購或訪問



買賣違反前項規定所為之約定無效。契約經解除者，企業經營者與消費者間關於回復原狀之約定，對於消費者較民法第259條之規定不利者，無效。」。

(三)消費者保護法施行細則第16條規定：「企業經營者應於訂立郵購或訪問買賣契約時，告知消費者本法第18條所定事項及第19條第1項之解除權，並取得消費者聲明已受告知之證明文件。」。

(四)消費者保護法施行細則第17條規定：「消費者因檢查之必要或因不可歸責於自己之事由，致其收受之商品有毀損、滅失或變更者，本法第19條第1項規定之解除權不消滅。」。

(五)消費者保護法施行細則第18條規定：「消費者於收受商品或接受服務前，亦得依本法第19條第一項規定，以書面通知企業經營者解除買賣契約。」。

(六)消費者保護法施行細則第19條規定：「消費者退回商品或以書面通知解除契約者，其商品之交運或書面通知之發出，應於本法第19條第1項所定之七日內為之。本法第19條之1規定之服務交易，準用前項之規定。」。

(七)消費者保護法施行細則第20條規定：「消費者依本法第19條第1項規定以書面通知解除契約者，除當事人另有特約外，企業經營者應於通知到達後一個月內，至消費者之住所或營業所取回商品。」。

**小結：由於本案探討的企業經營者，乃係透過網路交易的烘焙炊蒸的食品製造業者，其應屬郵購買賣性質範疇，自為上揭法文規範的拘束。**

#### **四、企業經營者就其所從事設計、生產、製造的商品或所提供的服務，於商品或服務上所為標示；或所刊登的廣告內容，所涉及的相關法律規定：**

(一)消費者保護法第22條規定：「企業經營者應確保廣告內容之真實，其對消費者所負之義務不得低於廣告之內容。」。同法第24條規定：「企業經營者應依商品標示法等法令為商品或服務之標示。輸入之商品或服務，應附中文標示及說明書，其內容不得較原產地之標示及說明書簡略。輸入之商品或服務在原產地附有警告標示者，準用前項之規定。」。同法





第25條規定：「企業經營者對消費者保證商品或服務之品質時，應主動出具書面保證書。前項保證書應載明下列事項：一、商品或服務之名稱、種類、數量，其有製造號碼或批號者，其製造號碼或批號。二、保證之內容。三、保證期間及其起算方法。四、製造商之名稱、地址。五、由經銷商售出者，經銷商之名稱、地址。六、交易日期。」

(二)商品標示法第6條規定：「商品標示，不得有下列情事：一、虛偽不實或引人錯誤。二、違反法律強制或禁止規定。三、有背公共秩序或善良風俗。」。

(三)商品標示法第9條規定：「商品於流通進入市場時，生產、製造或進口商應標示下列事項：一、商品名稱。二、生產、製造商名稱、電話、地址及商品原產地。屬進口商品者，並應標示進口商名稱、電話及地址。三、商品內容：(1)主要成分或材料。(2)淨重、容量、數量或度量等；其淨重、容量或度量應標示法定度量衡單位，必要時，得加註其他單位。四、國曆或西曆製造日期。但有時效性者，應加註有效日期或有效期間。五、其他依中央主管機關規定，應行標示之事項。商品經認定原產地為我國者，得標示台灣生產標章。前項原產地之認定、標章之圖樣、推廣、獎勵及管理辦法，由中央主管機關定之。」。

(四)商品標示法第10條規定：「商品有下列情形之一者，應標示其用途、使用與保存方法及其他應注意事項：一、有危險性。二、與衛生安全有關。三、具有特殊性質或需特別處理。」。

(五)公平交易法第21條規定：「事業不得在商品或其廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於商品之價格、數量、品質、內容、製造方法、製造日期、有效期限、使用方法、用途、原產地、製造者、製造地、加工者、加工地等，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。事業對於載有前項虛偽不實或引人錯誤表示之商品，不得販賣、運送、輸出或輸入。前二項規定於事業之服務準用之。廣告代理業在明知或可得而知情形下，仍製作或設計有引人錯誤之廣告，與廣告主負連帶損害賠償責任。廣告媒體業在明知或可得而知其所傳播或刊載之廣告有引人錯誤之虞，仍予傳播



或刊載，亦與廣告主負連帶損害賠償責任。廣告薦證者明知或可得而知其所從事之薦證有引人錯誤之虞，而仍為薦證者，與廣告主負連帶損害賠償責任。但廣告薦證者非屬知名公眾人物、專業人士或機構，僅於受廣告主報酬十倍之範圍內，與廣告主負連帶損害賠償責任。前項所稱廣告薦證者，指廣告主以外，於廣告中反映其對商品或服務之意見、信賴、發現或親身體驗結果之人或機構。」。

- (六)公平交易法第41條規定：「公平交易委員會對於違反本法規定之事業，得限期命其停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣五萬元以上二千五百萬元以下罰鍰；逾期仍不停止、改正其行為或未採取必要更正措施者，得繼續限期命其停止、改正其行為或採取必要更正措施，並按次連續處新臺幣十萬元以上五千萬元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措施為止。……。」。

**小結：**由於本案探討的企業經營者，乃係透過網路交易的烘焙炊蒸的食品製造業者，就其所設計、生產、製造的商品或所提供的服務，於商品或服務上所為標示；或所刊登的廣告內容，自為受到上揭法文規範的拘束。

## 五、 關於涉及食品安全衛生管理的相關規定：

- (一)食品安全衛生管理法第3條規定：「本法用詞，定義如下：一、食品：指供人飲食或咀嚼之產品及其原料。……三、食品添加物：指為食品著色、調味、防腐、漂白、乳化、增加香味、安定品質、促進發酵、增加稠度、強化營養、防止氧化或其他必要目的，加入、接觸於食品之單方或複方物質。複方食品添加物使用之添加物僅限由中央主管機關准用之食品添加物組成，前述准用之單方食品添加物皆應有中央主管機關之准用許可字號。……七、食品業者：指從事食品或食品添加物之製造、加工、調配、包裝、運送、貯存、販賣、輸入、輸出或從事食品器具、食品容器或包裝、食品用洗潔劑之製造、加工、輸入、輸出或販賣之業者。八、標示：指於食品、食品添加物、食品用洗潔劑、食品器具、食品容器或包裝上，記載品名或為說明之文字、圖畫、記號或附加之說明書。九、



營養標示：指於食品容器或包裝上，記載食品之營養成分、含量及營養宣稱。……十一、基因改造：指使用基因工程或分子生物技術，將遺傳物質轉移或轉殖入活細胞或生物體，產生基因重組現象，使表現具外源基因特性或使自身特定基因無法表現之相關技術。但不包括傳統育種、同科物種之細胞及原生質體融合、雜交、誘變、體外受精、體細胞變異及染色體倍增等技術。」。

- (二) 食品安全衛生管理法第7條規定：「食品業者應實施自主管理，確保食品衛生安全。食品業者於發現產品有危害衛生安全之虞時，應即主動停止製造、加工、販賣及辦理回收，並通報直轄市、縣(市)主管機關。食品業者應將其產品原材料、半成品或成品，自行或送交其他檢驗機關(構)法人或團體檢驗。前項應辦理檢驗之食品業者類別與規模、最低檢驗週期及其他相關事項，由中央主管機關公告。」。
- (三) 食品安全衛生管理法第8條規定：「食品業者之從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度，均應符合食品之良好衛生規範準則。經中央主管機關公告類別及規模之食品業，應符合食品安全管制系統準則之規定。經中央主管機關公告類別及規模之食品業者，應向中央或直轄市、縣(市)主管機關申請登錄，始得營業。第一項食品之良好衛生規範準則、第二項食品安全管制系統準則，及前項食品業者申請登錄之條件、程序、應登錄之事項與申請變更、登錄之廢止、撤銷及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。中央主管機關得就食品業者，辦理衛生安全管理之驗證；必要時得就該項業務委託相關驗證機構辦理。前項驗證之程序、驗證方式、委託驗證之受託者、委託程序及其他相關事項之管理辦法，由中央主管機關定之。」。
- (四) 食品安全衛生管理法第13條規定：「經中央主管機關公告類別及規模之食品業者，應投保產品責任保險。前項產品責任保險之保險金額及契約內容，由中央主管機關定之。」
- (五) 食品安全衛生管理法第15條規定：「食品或食品添加物有下列情形之一者，不得製造、加工、調配、包裝、運送、貯存、販賣、輸入、輸出、



作為贈品或公開陳列：一、變質或腐敗。二、未成熟而有害人體健康。三、有毒或含有害人體健康之物質或異物。四、染有病原性生物，或經流行病學調查認定屬造成食品中毒之病因。五、殘留農藥或動物用藥含量超過安全容許量。六、受原子塵或放射能污染，其含量超過安全容許量。七、攙偽或假冒。八、逾有效日期。九、從未於國內供作飲食且未經證明為無害人體健康。十、添加未經中央主管機關許可之添加物。前項第5款、第6款殘留農藥或動物用藥安全容許量及食品中原子塵或放射能污染安全容許量之標準，由中央主管機關會商相關機關定之。」。

(六) 食品安全衛生管理法第17條規定：「販賣之食品、食品用洗潔劑及其器具、容器或包裝，應符合衛生安全及品質之標準；其標準由中央主管機關定之。」。

(七) 食品安全衛生管理法第22條規定：「食品之容器或外包裝，應以中文及通用符號，明顯標示下列事項：一、品名。二、內容物名稱；其為二種以上混合物時，應依其含量多寡由高至低分別標示之。三、淨重、容量或數量。四、食品添加物名稱；混合二種以上食品添加物，以功能性命名者，應分別標明添加物名稱。五、製造廠商或國內負責廠商名稱、電話號碼及地址。六、原產地(國)。七、有效日期。八、營養標示。九、含基因改造食品原料。十、其他經中央主管機關公告之事項。前項第2款內容物之主成分應標明所佔百分比，其應標示之產品、主成分項目、標示內容、方式及各該產品實施日期，由中央主管機關另定之。第1項第8款及第9款標示之應遵行事項，由中央主管機關公告之。」。

(八) 食品安全衛生管理法第26條規定：「經中央主管機關公告之食品器具、食品容器或包裝，應以中文及通用符號，明顯標示下列事項：一、品名。二、材質名稱及耐熱溫度；其為二種以上材質組成者，應分別標明。三、淨重、容量或數量。四、國內負責廠商之名稱、電話號碼及地址。五、原產地(國)。六、製造日期；其有時效性者，並應加註有效日期或有效期間。七、使用注意事項或微波等其他警語。八、其他經中央主管機關公告之事項。」。同法第28條規定：「食品、食品添加物、食品用洗潔



劑及經中央主管機關公告之食品器具、食品容器或包裝，其標示、宣傳或廣告，不得有不實、誇張或易生誤解之情形。食品不得為醫療效能之標示、宣傳或廣告。中央主管機關對於特殊營養食品、易導致慢性病或不適合兒童及特殊需求者長期食用之食品，得限制其促銷或廣告；其食品之項目、促銷或廣告之限制與停止刊播及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。」。同法第30條規定：「輸入經中央主管機關公告之食品、基因改造食品原料、食品添加物、食品器具、食品容器或包裝及食品用洗潔劑時，應依海關專屬貨品分類號列，向中央主管機關申請查驗並申報其產品有關資訊。執行前項規定，查驗績效優良之業者，中央主管機關得採取優惠之措施。輸入第一項產品非供販賣，且其金額、數量符合中央主管機關公告或經中央主管機關專案核准者，得免申請查驗。」。

- (九)另依主管機關衛生福利部依前述規定，於102年11月25日公告有食品添加物使用範圍及限量暨規格標準，包括「附表一食品添加物使用範圍及限量第(一)類防腐劑.DOC」、「附表一食品添加物使用範圍及限量第(七)類品質改良用、釀造用及食品製造用劑.DOC」、「附表一食品添加物使用範圍及限量第(九)類著色劑.DOC」、「附表一食品添加物使用範圍及限量第(二)類殺菌劑.DOC」、「附表一食品添加物使用範圍及限量第(八)類營養添加劑.DOC」、「附表一食品添加物使用範圍及限量第(十)類香料.DOC」、「附表一食品添加物使用範圍及限量第(十一)之一類甜味劑.DOC」、「附表一食品添加物使用範圍及限量第(十一)類調味劑.DOC」、「附表一食品添加物使用範圍及限量第(十七)類其他.DOC」、「附表一食品添加物使用範圍及限量第(十二)類粘稠劑(糊料).DOC」、「附表一食品添加物使用範圍及限量第(十三)類結著劑.DOC」、「附表一食品添加物使用範圍及限量第(十五)類溶劑.DOC」、「附表一食品添加物使用範圍及限量第(十四)類食品工業用化學藥品.DOC」、「附表一食品添加物使用範圍及限量第(三)類抗氧化劑.DOC」、「附表一食品添加物使用範圍及限量第(五)類保色劑.DOC」、「附表一食品添加物使用範圍及限



量第(六)類膨脹劑.DOC」、「附表一食品添加物使用範圍及限量第(四)類漂白劑.DOC」、「附表一食品添加物使用範圍及限量+第(十六)類+乳化劑.DOC」、「附表二食品添加物規格第(一)類防腐劑.DOC」、「附表二食品添加物規格第(七)類品質改良用、釀造用及食品製造用劑.DOC」、「附表二食品添加物規格第(九)類著色劑.DOC」、「附表二食品添加物規格第(二)類殺菌劑.DOC」、「附表二食品添加物規格第(八)類營養添加劑.PDF」、「附表二食品添加物規格第(十)類香料.DOC」、「附表二食品添加物規格第(十一)之一類甜味劑.PDF」、「附表二食品添加物規格第(十一)類調味劑.DOC」、「附表二食品添加物規格第(十七)類其他.DOC」、「附表二食品添加物規格第(十二)類粘稠劑(糊料).DOC」、「附表二食品添加物規格第(十三)類結著劑.DOC」、「附表二食品添加物規格第(十五)類溶劑.DOC」、「附表二食品添加物規格第(十六)類乳化劑.DOC」、「附表二食品添加物規格第(十四)類食品工業用化學藥品.DOC」、「附表二食品添加物規格第(五)類保色劑.DOC」、「附表二食品添加物規格第(六)類膨脹劑.DOC」、「附表二食品添加物規格第(四)類漂白劑.DOC」、「附表二食品添加物規格+第(三)類+抗氧化劑.DOC」。

**小結：由於本案探討的企業經營者，乃係透過網路交易的烘焙炊蒸的食品製造業者，就其商品的設計、生產、製造、銷售過程，包括商品的容器、包裝，均應符合上揭法文的規範。**

## 六、關於個人資料保護相關規定：

- (一)個人資料保護法第2條規定：「本法用詞，定義如下：一、個人資料：指自然人之姓名、出生年月日、國民身分證統一編號、護照號碼、特徵、指紋、婚姻、家庭、教育、職業、病歷、醫療、基因、性生活、健康檢查、犯罪前科、聯絡方式、財務情況、社會活動及其他得以直接或間接方式識別該個人之資料。二、個人資料檔案：指依系統建立而得以自動化機器或其他非自動化方式檢索、整理之個人資料之集合。三、蒐集：指以任何方式取得個人資料。四、處理：指為建立或利用個人資料檔案所為資料之記錄、輸入、儲存、編輯、更正、複製、檢索、刪除、輸出、



連結或內部傳送。五、利用：指將蒐集之個人資料為處理以外之使用。六、國際傳輸：指將個人資料作跨國(境)之處理或利用。七、公務機關：指依法行使公權力之中央或地方機關或行政法人。八、非公務機關：指前款以外之自然人、法人或其他團體。九、當事人：指個人資料之本人。」。

- (二)個人資料保護法第3條規定：「當事人就其個人資料依本法規定行使之下列權利，不得預先拋棄或以特約限制之：一、查詢或請求閱覽。二、請求製給複製本。三、請求補充或更正。四、請求停止蒐集、處理或利用。五、請求刪除。」。
- (三)個人資料保護法第4條規定：「受公務機關或非公務機關委託蒐集、處理或利用個人資料者，於本法適用範圍內，視同委託機關。」。
- (四)個人資料保護法第5條規定：「個人資料之蒐集、處理或利用，應尊重當事人之權益，依誠實及信用方法為之，不得逾越特定目的之必要範圍，並應與蒐集之目的具有正當合理之關聯。」。
- (五)個人資料保護法第6條規定：「個人資料之蒐集或利用，應尊重當事人之權益，依誠實及信用方法為之，不得逾越特定目的之必要範圍。」。
- (六)個人資料保護法第7條規定：「第15條第2款及第19條第5款所稱書面同意，指當事人經蒐集者告知本法所定應告知事項後，所為允許之書面意思表示。第16條第7款、第20條第1項第6款所稱書面同意，指當事人經蒐集者明確告知特定目的外之其他利用目的、範圍及同意與否對其權益之影響後，單獨所為之書面意思表示。」。
- (七)個人資料保護法第8條規定：「公務機關或非公務機關依第15條或第19條規定向當事人蒐集個人資料時，應明確告知當事人下列事項：一、公務機關或非公務機關名稱。二、蒐集之目的。三、個人資料之類別。四、個人資料利用之期間、地區、對象及方式。五、當事人依第三條規定得行使之權利及方式。六、當事人得自由選擇提供個人資料時，不提供將對其權益之影響。有下列情形之一者，得免為前項之告知：一、依法律規定得免告知。二、個人資料之蒐集係公務機關執行法定職務或非公務機關履行法定義務所必要。三、告知將妨害公務機關執行法定職務。四、



告知將妨害第三人之重大利益。五、當事人明知應告知之內容。」。

- (八)個人資料保護法第9條規定：「公務機關或非公務機關依第15條或第19條規定蒐集非由當事人提供之個人資料，應於處理或利用前，向當事人告知個人資料來源及前條第1項第1款至第5款所列事項。有下列情形之一者，得免為前項之告知：一、有前條第二項所列各款情形之一。二、當事人自行公開或其他已合法公開之個人資料。三、不能向當事人或其法定代理人為告知。四、基於公共利益為統計或學術研究之目的而有必要，且該資料須經提供者處理後或蒐集者依其揭露方式，無從識別特定當事人者為限。五、大眾傳播業者基於新聞報導之公益目的而蒐集個人資料。第一項之告知，得於首次對當事人為利用時併同為之。」。
- (九)個人資料保護法第10條規定：「公務機關或非公務機關應依當事人之請求，就其蒐集之個人資料，答覆查詢、提供閱覽或製給複製本。但有下列情形之一者，不在此限：一、妨害國家安全、外交及軍事機密、整體經濟利益或其他國家重大利益。二、妨害公務機關執行法定職務。三、妨害該蒐集機關或第三人之重大利益。」。
- (十)個人資料保護法第11條規定：「公務機關或非公務機關應維護個人資料之正確，並應主動或依當事人之請求更正或補充之。個人資料正確性有爭議者，應主動或依當事人之請求停止處理或利用。但因執行職務或業務所必須並註明其爭議或經當事人書面同意者，不在此限。個人資料蒐集之特定目的消失或期限屆滿時，應主動或依當事人之請求，刪除、停止處理或利用該個人資料。但因執行職務或業務所必須或經當事人書面同意者，不在此限。違反本法規定蒐集、處理或利用個人資料者，應主動或依當事人之請求，刪除、停止蒐集、處理或利用該個人資料。因可歸責於公務機關或非公務機關之事由，未為更正或補充之個人資料，應於更正或補充後，通知曾提供利用之對象。」。
- (十一)個人資料保護法第12條規定：「公務機關或非公務機關違反本法規定，致個人資料被竊取、洩漏、竄改或其他侵害者，應查明後以適當方式通知當事人。」。





- (十二) 個人資料保護法第13條規定：「公務機關或非公務機關受理當事人依第10條規定之請求，應於十五日內，為准駁之決定；必要時，得予延長，延長之期間不得逾十五日，並應將其原因以書面通知請求人。公務機關或非公務機關受理當事人依第11條規定之請求，應於三十日內，為准駁之決定；必要時，得予延長，延長之期間不得逾三十日，並應將其原因以書面通知請求人。」。
- (十三) 個人資料保護法第19條規定：「非公務機關對個人資料之蒐集或處理，除第6條第1項所規定資料外，應有特定目的，並符合下列情形之一者：一、法律明文規定。二、與當事人有契約或類似契約之關係。三、當事人自行公開或其他已合法公開之個人資料。四、學術研究機構基於公共利益為統計或學術研究而有必要，且資料經過提供者處理後或蒐集者依其揭露方式無從識別特定之當事人。五、經當事人書面同意。六、與公共利益有關。七、個人資料取自於一般可得之來源。但當事人對該資料之禁止處理或利用，顯有更值得保護之重大利益者，不在此限。蒐集或處理者知悉或經當事人通知依前項第7款但書規定禁止對該資料之處理或利用時，應主動或依當事人之請求，刪除、停止處理或利用該個人資料。」。
- (十四) 個人資料保護法第20條規定：「非公務機關對個人資料之利用，除第6條第1項所規定資料外，應於蒐集之特定目的必要範圍內為之。但有下列情形之一者，得為特定目的外之利用：一、法律明文規定。二、為增進公共利益。三、為免除當事人之生命、身體、自由或財產上之危險。四、為防止他人權益之重大危害。五、公務機關或學術研究機構基於公共利益為統計或學術研究而有必要，且資料經過提供者處理後或蒐集者依其揭露方式無從識別特定之當事人。六、經當事人書面同意。非公務機關依前項規定利用個人資料行銷者，當事人表示拒絕接受行銷時，應即停止利用其個人資料行銷。公務機關於首次行銷時，應提供當事人表示拒絕接受行銷之方式，並支付所需費用。」。
- (十五) 個人資料保護法第21條規定：「非公務機關為國際傳輸個人資料，



而有下列情形之一者，中央目的事業主管機關得限制之：一、涉及國家重大利益。二、國際條約或協定有特別規定。三、接受國對於個人資料之保護未有完善之法規，致有損當事人權益之虞。四、以迂迴方法向第三國(地區)傳輸個人資料規避本法。」。

(十六) 個人資料保護法第25條規定：「非公務機關有違反本法規定之情事者，中央目的事業主管機關或直轄市、縣(市)政府除依本法規定裁處罰鍰外，並得為下列處分：一、禁止蒐集、處理或利用個人資料。二、命令刪除經處理之個人資料檔案。三、沒入或命銷燬違法蒐集之個人資料。四、公布非公務機關之違法情形，及其姓名或名稱與負責人。中央目的事業主管機關或直轄市、縣(市)政府為前項處分時，應於防制違反本法規定情事之必要範圍內，採取對該非公務機關權益損害最少之方法為之。」。

(十七) 個人資料保護法第27條規定：「非公務機關保有個人資料檔案者，應採行適當之安全措施，防止個人資料被竊取、竄改、毀損、滅失或洩漏。中央目的事業主管機關得指定非公務機關訂定個人資料檔案安全維護計畫或業務終止後個人資料處理方法。前項計畫及處理方法之標準等相關事項之辦法，由中央目的事業主管機關定之。」。

(十八) 個人資料保護法第28條規定：「公務機關違反本法規定，致個人資料遭不法蒐集、處理、利用或其他侵害當事人權利者，負損害賠償責任。但損害因天災、事變或其他不可抗力所致者，不在此限。被害人雖非財產上之損害，亦得請求賠償相當之金額；其名譽被侵害者，並得請求為回復名譽之適當處分。依前二項情形，如被害人不易或不能證明其實際損害額時，得請求法院依侵害情節，以每人每一事件新臺幣五百元以上二萬元以下計算。對於同一原因事實造成多數當事人權利受侵害之事件，經當事人請求損害賠償者，其合計最高總額以新臺幣二億元為限。但因該原因事實所涉利益超過新臺幣二億元者，以該所涉利益為限。同一原因事實造成之損害總額逾前項金額時，被害人所受賠償金額，不受第3項所定每人每一事件最低賠償金額新臺幣五百元之限制。第2項請求權，



不得讓與或繼承。但以金額賠償之請求權已依契約承諾或已起訴者，不在此限。」。

(十九) 個人資料保護法第29條規定：「非公務機關違反本法規定，致個人資料遭不法蒐集、處理、利用或其他侵害當事人權利者，負損害賠償責任。但能證明其無故意或過失者，不在此限。依前項規定請求賠償者，適用前條第2項至第6項規定。」。

(二十) 個人資料保護法第30條規定：「損害賠償請求權，自請求權人知有損害及賠償義務人時起，因二年間不行使而消滅；自損害發生時起，逾五年者，亦同。」。

(二十一) 個人資料保護法第31條規定：「損害賠償，除依本法規定外，公務機關適用國家賠償法之規定，非公務機關適用民法之規定。」。

(二十二) 個人資料保護法第41條規定：「違反第6條第1項、第15條、第16條、第19條、第20條第1項規定，或中央目的事業主管機關依第21條限制國際傳輸之命令或處分，足生損害於他人者，處二年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣二十萬元以下罰金。意圖營利犯前項之罪者，處五年以下有期徒刑，得併科新臺幣一百萬元以下罰金。」。

(二十三) 個人資料保護法第42條規定：「意圖為自己或第三人不法之利益或損害他人之利益，而對於個人資料檔案為非法變更、刪除或以其他非法方法，致妨害個人資料檔案之正確而足生損害於他人者，處五年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣一百萬元以下罰金。」。

(二十四) 個人資料保護法第43條規定：「中華民國人民在中華民國領域外對中華民國人民犯前二條之罪者，亦適用之。」。

(二十五) 個人資料保護法第45條規定：「本章之罪，須告訴乃論。但犯第41條第2項之罪者，或對公務機關犯第42條之罪者，不在此限。」。

(二十六) 個人資料保護法第46條規定：「犯本章之罪，其他法律有較重處罰規定者，從其規定。」。

(二十七) 個人資料保護法第47條規定：「非公務機關有下列情事之一者，由中央目的事業主管機關或直轄市、縣(市)政府處新臺幣五萬元以上五十



萬元以下罰鍰，並令限期改正，屆期未改正者，按次處罰之：一、違反第6條第1項規定。二、違反第19條規定。三、違反第20條第1項規定。四、違反中央目的事業主管機關依第21條規定限制國際傳輸之命令或處分。」。

(二十八) 個人資料保護法第48條規定：「非公務機關有下列情事之一者，由中央目的事業主管機關或直轄市、縣(市)政府限期改正，屆期未改正者，按次處新臺幣二萬元以上二十萬元以下罰鍰：一、違反第8條或第9條規定。二、違反第10條、第11條、第12條或第13條規定。三、違反第20條第2項或第3項規定。四、違反第27條第1項或未依第2項訂定個人資料檔案安全維護計畫或業務終止後個人資料處理方法。」。

(二十九) 個人資料保護法第49條規定：「非公務機關無正當理由違反第22條第4項規定者，由中央目的事業主管機關或直轄市、縣(市)政府處新臺幣二萬元以上二十萬元以下罰鍰。」。

(三十) 個人資料保護法第50條規定：「非公務機關之代表人、管理人或其他有代表權人，因該非公務機關依前三條規定受罰鍰處罰時，除能證明已盡防止義務者外，應並受同一額度罰鍰之處罰。」。

(三十一) 個人資料保護法第51條規定：「有下列情形之一者，不適用本法規定：一、自然人為單純個人或家庭活動之目的，而蒐集、處理或利用個人資料。二、於公開場所或公開活動中所蒐集、處理或利用之未與其他個人資料結合之影音資料。公務機關及非公務機關，在中華民國領域外對中華民國人民個人資料蒐集、處理或利用者，亦適用本法。」。

(三十二) 個人資料保護法第53條規定：「本法所定特定目的及個人資料類別，由法務部會同中央目的事業主管機關指定之。」。

(三十三) 個人資料保護法施行細則第12條規定：「本法第6條第1項第2款所稱適當安全維護措施、第18條所稱安全維護事項、第27條第1項所稱適當之安全措施，指公務機關或非公務機關為防止個人資料被竊取、竄改、毀損、滅失或洩漏，採取技術上及組織上之措施。前項措施，得包括下列事項，並以與所欲達成之個人資料保護目的間，具有適當比例為原則：



一、配置管理之人員及相當資源。二、界定個人資料之範圍。三、個人資料之風險評估及管理機制。四、事故之預防、通報及應變機制。五、個人資料蒐集、處理及利用之內部管理程序。六、資料安全管理及人員管理。七、認知宣導及教育訓練。八、設備安全管理。九、資料安全稽核機制。十、使用紀錄、軌跡資料及證據保存。十一、個人資料安全維護之整體持續改善。」。

(三十四) 個人資料保護法施行細則第14條規定：「本法第7條所定書面意思表示之方式，依電子簽章法之規定，得以電子文件為之。」。

(三十五) 個人資料保護法施行細則第15條規定：「本法第7條第2項所定單獨所為之書面意思表示，如係與其他意思表示於同一書面為之者，蒐集者應於適當位置使當事人得以知悉其內容並確認同意。」。

(三十六) 個人資料保護法施行細則第16條規定依本法第8條、第9條及第54條所定告知之方式，得以言詞、書面、電話、簡訊、電子郵件、傳真、電子文件或其他足以使當事人知悉或可得知悉之方式為之。」。

(三十七) 個人資料保護法施行細則第21條規定：「有下列各款情形之一者，屬於本法第11條第3項但書所定因執行職務或業務所必須：一、有法令規定或契約約定之保存期限。二、有理由足認刪除將侵害當事人值得保護之利益。三、其他不能刪除之正當事由。」。

(三十八) 個人資料保護法施行細則第22條規定：「本法第12條所稱適當方式通知，指即時以言詞、書面、電話、簡訊、電子郵件、傳真、電子文件或其他足以使當事人知悉或可得知悉之方式為之。但需費過鉅者，得斟酌技術之可行性及當事人隱私之保護，以網際網路、新聞媒體或其他適當公開方式為之。依本法第12條規定通知當事人，其內容應包括個人資料被侵害之事實及已採取之因應措施。」。

(三十九) 個人資料保護法施行細則第27條規定：「本法第19條第1項第2款所定契約關係，包括本約，及非公務機關與當事人間為履行該契約，所涉及必要第三人之接觸、磋商或聯繫行為及給付或向其為給付之行為。本法第19條第1項第2款所稱類似契約之關係，指下列情形之一者：一、非



公務機關與當事人間於契約成立前，為準備或商議訂立契約或為交易之目的，所進行之接觸或磋商行為。二、契約因無效、撤銷、解除、終止而消滅或履行完成時，非公務機關與當事人為行使權利、履行義務，或確保個人資料完整性之目的所為之連繫行為。」。

(四十) 個人資料保護法施行細則第28條規定：「本法第19條第1項第7款所稱一般可得之來源，指透過大眾傳播、網際網路、新聞、雜誌、政府公報及其他一般人可得知悉或接觸而取得個人資料之管道。」。

**小結：由於個人資料保護法已自民國101年10月1日開始施行，企業經營者，乃屬於個人資料保護法法文中所稱之非公務機關，故關於個人資料的蒐集、處理、利用，均應符合上揭個人資料保護法的規定。**

## 參、示範案例實際執行情形之研析

為瞭解企業經營者，就上揭法令規範內容的認知熟識程度，事實上有無依上揭法令規範內容而為遵行，及企業經營者於實際營運執行中，與上揭法令規範，有無扞格、難行的地方。特別前往示範案例公司辦公處所，與示範案例公司的實際決策執行人員，進行雙向座談，特就此雙向座談中，所瞭解的概況，研析敘述如下：

### 一、關於商品瑕疵的認定爭議，及消費者因商品瑕疵所受損害(包括商品瑕疵本身的損害，及消費者因商品瑕疵所致身體傷病的損害。)示範案例公司的處理因應：

(一) 示範案例公司關於商品的銷售，係以網路交易為主軸，兼及部分實體店面銷售。但由於示範案例公司所銷售的商品，乃屬爭鮮且有保存期限的商品，故不論是網路交易，或實體店面銷售，示範案例公司的商品，從生產、運送、臨櫃、保存、交付等過程中，如有受到污染，或因儲存溫度控制不當，而造成商品本身的瑕疵，甚或造成消費者身體的傷病時，依前述法文的規定，企業經營者本應負起無過失賠償的責任，企業經營者如有故意或重大過失情事，更應三倍或一倍的懲罰性賠償金。然爭議的重點在於，商品瑕疵的造成，究係肇因於生產過程、宅配運輸過程、



商品在實體店面未出售前的儲存過程，抑或商品在交付消費者後，因消費者的食用或保存不當所造成，每每在舉證責任上的拉扯，而衍生消費糾紛。就本文所探訪研析的示範案例公司，其企業組織所採取的因應處理方式，令人激賞。蓋示範案例公司在遇有消費者客服申訴，其所購買的商品有瑕疵的情事存在時，會立即接受消費者的退貨，或更換無瑕疵的商品，或退還消費者所給付的貨款；特別是在遇有消費者，因食用示範案例公司的商品，而造成身體傷病的結果時，示範案例公司於接獲消費者客服申訴或得知訊息後，會立即由一級主管出面處理，無條件道歉，並負擔所有醫療費用，甚至給付慰撫金。故據示範案例公司的執行長於接受訪談時言稱，迄今為止，並無因示範案例公司的商品，而衍生重大消費爭議，或消費訴訟的情形。

(二)如上所述，示範案例公司對於消費者所申訴商品瑕疵，或因商品瑕疵造成消費者身體傷病結果，採取從寬認定及立即處理的態度。故對於示範案例公司而言，顯冒有經營上需對消費者負擔損害賠償責任的風險存在。示範案例公司為了分擔此項風險，故對其商品，投保了高額的商業責任保險。此項作法，是值得網路交易業者，特別是烘焙炊蒸食品製造業者的學習做法。

(三)如上所述，由於示範案例公司所銷售的商品，乃屬爭鮮且有保存期限的商品，故不論是透過網路交易，或由實體店面直接銷售，示範案例公司的商品，如有瑕疵的情事存在，其究係於生產、運送、臨櫃、保存、交付等過程中的何一環節，發生可歸責的因素，每每難以釐清。故示範案例公司，對此等生產、運送、臨櫃、保存，甚至包括食材的取得等過程，實應留有書面或錄影存證的記錄，即現在政府機關及學者所急乎，建立生產銷售過程的履歷，以便勾稽責任的歸屬。

## 二、 示範案例公司就定型化契約的作為：

經濟部於民國99年6月21日，公告了零售業等網路交易定型化契約，公告了應記載事項及不得記載事項，另衛生福利部於103年9月5日完成訂定並發布「食品或餐飲服務等郵購買賣定型化契約應記載及不得記載



事項」，並自104年1月1日生效。示範案例公司係屬零售業等網路交易業者的性質，本應依經濟部所公告的應記載事項，納入於定型化契約當中，另就不得記載事項部分，則不得納入於定型化契約當中。惟觀諸於示範案例公司的網頁內容，並未見有任何定型化契約的揭示，另亦未見有任何書面的定型化契約，此應係示範案例公司所應努力補強者。

### 三、 示範案例公司因係郵購買賣業者性質，於面對消費者保護法第17條、第18條及消費者保護法施行細則第18條、第19條、第20條等法文規定，所面臨的問題及困境：

- (一)消費者保護法第19條規定：「郵購或訪問買賣之消費者，對所收受之商品不願買受時，得於收受商品後七日內，退回商品或以書面通知企業經營者解除買賣契約，無須說明理由及負擔任何費用或價款。郵購或訪問買賣違反前項規定所為之約定無效。契約經解除者，企業經營者與消費者間關於回復原狀之約定，對於消費者較民法第259條之規定不利者，無效。」；另消費者保護法施行細則第17、18條亦規定：「消費者因檢查之必要或因不可歸責於自己之事由，致其收受之商品有毀損、滅失或變更者，本法第19條第1項規定之解除權不消滅。」、「消費者於收受商品或接受服務前，亦得依本法第19條第1項規定，以書面通知企業經營者解除買賣契約。」。本件示範案例公司乃係透過網路交易銷售商品，明顯屬於郵購業者性質，故自然應受上述消費者保護法相關規定的拘束。換言之，消費者透過網路或電話方式，向示範案例公司訂購其所銷售的商品，消費者於收受商品前或於收受商品後七日內，得以退回商品或以書面通知企業經營者解除買賣契約，無須說明理由及負擔任何費用或價款。且消費者因檢查之必要或因不可歸責於自己的事由，致所收受的商品有毀損、滅失或變更的情形，仍可以依消費者保護法第19條第1項的規定，以退回商品或以書面通知企業經營者解除買賣契約，無須說明理由及負擔任何費用或價款。由於示範案例公司所銷售的商品，為烘焙炊蒸的食品，其必須低溫冷藏，且保存期限僅為五天。若依前述消保法相關條文的規定，消費者於收受商品後的第五天、第六天，甚至第七天，仍得以





退回商品或以書面通知企業經營者解除買賣契約，無須說明理由及負擔任何費用或價款。此時消費者所退回的商品，顯然保存期限已屆滿，或已逾保存期限，就企業經營者而言，仍需退回消費者所給付的價款，但收回了已無法再為銷售的商品。企業經營者所將受到的損害，及所面臨的困境，不言可諭。

- (二)消費者保護法第18條「企業經營者為郵購買賣或訪問買賣時，應將其買賣之條件、出賣人之姓名、名稱、負責人、事務所或住居所告知買受之消費者。」，另消費者保護法施行細則第16條亦規定：「企業經營者應於訂立郵購或訪問買賣契約時，告知消費者本法第18條所定事項及第19條第1項之解除權，並取得消費者聲明已受告知之證明文件。」，然觀諸示範案例公司的網站所揭示的資料，顯然與上揭消費者保護法第18條規定應揭示的內容，尚有不足，此應係示範案例公司所應努力補強者。

#### 四、 示範案例公司就其生產、製造的商品，於包裝上或廣告宣傳上，所為標示及所登刊的廣告內容的探討：

- (一)觀察示範案例公司商品外裝的標示，及網頁上對於商品介紹的揭示，原則上均有依商品標示法，及食品安全衛生管理法的規定標示或揭示商品的產地、成份、營養標示、商品規格、重量、保存期限、有效日期、送貨方式、產品保險等。但筆者認為，示範案例公司如能就下列事項，做進一步的標示或揭示，應可更消除消費者疑慮，並取得消費者更多的信任：
- (二)商品成份中，各成份所占比例；商品中是否有食品添加物？商品中摻有食品添加物，該食品添加物的內容及數量為何？商品的製造材料，是否均為非基因改造材質或原料？商品的製造材料中，如有使用部分基因改造食材，其內容及數量為何？
- (三)經觀察示範案例公司網頁上揭示的內容，有蠻大部分係屬已逾時效的內容，而未更新，如折扣優惠的廣告，如已未再銷售但仍在登刊的廣告。此等未符合實況的廣告內容，每每容易引起廠商與消費者間的爭議，示範案例公司應加速網頁或廣告內容的更新，避免有廣告不實或失真的疑



慮。

## 五、 示範案例公司就其商品生產、運送、臨櫃、保存、交付等過程中，安全衛生管理相關問題的探討：

在筆者與示範案例公司的執行長訪談過程中，示範案例公司的執行長特別強調，其生產製造的布丁，堅持只選用經過認證的新鮮雞蛋廠的雞蛋，與榮獲國際食品認證的乳品廠生產的乳品，並強調其食品工廠的製作過程，也通過ISO9001、2000 HACCP的國際認證。如示範案例公司所述均為真實，則表示示範案例公司，不論對於食材的選擇，生產、運送、保存、臨櫃、交付等過程，都能依食品安全衛生管理法及相關法律規定，重視食品安全的管理。

## 六、 示範案例公司就個人資料保護相關措施的探討：

由於個人資料保護法自民國101年10月1日開始施行，筆者特別於與示範案例公司雙向意見交流的過程中，探詢示範案例公司對於個人資料保護所採取的相關措施。據示範案例公司的執行長所述，該公司對於所有消費者的個人資料，包括姓名、住址、性別、電話等，均儲存於該公司電腦控制中心，而該電腦控制中心所儲存的個人資料，該公司僅由兩個人控管接觸，故對於個人資料儲存保護，應已屬於非常嚴格的措施。但筆者仍有提醒示範案例公司對於下列幾個環節，仍應研擬採取必要的防範措施：

- (一)由於示範案例公司在台灣地區目前以網路、傳真、電話訂購，而由宅配交付商品居多。示範案例公司目前是透過台灣地區最大的兩家宅配運送公司，將應交付的商品，宅配送達予消費者，在此過程中，示範案例公司不免須將消費者的個資，交付予宅配公司，個資是否會經由宅配公司的僱用人員洩露外流，係屬一大疑慮。
- (二)示範案例公司目前亦有透過其直接經營的店舖，或透過通路商銷售其生產的商品，故其直接經營的店舖的受僱人員或通路商，仍有接觸消費者個人資料的機會，其會不會造成消費者個人資料外洩的一個缺口，亦有



疑慮的地方。

(三)依據個人資料保護法第27條「非公務機關保有個人資料檔案者，應採行適當之安全措施，防止個人資料被竊取、竄改、毀損、滅失或洩漏。中央目的事業主管機關得指定非公務機關訂定個人資料檔案安全維護計畫或業務終止後個人資料處理方法。前項計畫及處理方法之標準等相關事項之辦法，由中央目的事業主管機關定之。」規定，示範案例公司既屬於該法所稱的非公務機關，本有遵循該法文的規定，採行適當之安全措施，防止個人資料被竊取、竄改、毀損、滅失或洩漏的責任。特別是應該依照該法施行細則第12條所規定：「一、配置管理之人員及相當資源。二、界定個人資料之範圍。三、個人資料之風險評估及管理機制。四、事故之預防、通報及應變機制。五、個人資料蒐集、處理及利用之內部管理程序。六、資料安全管理及人員管理。七、認知宣導及教育訓練。八、設備安全管理。九、資料安全稽核機制。十、使用紀錄、軌跡資料及證據保存。十一、個人資料安全維護之整體持續改善。」的各項細節，為完整的規劃及作為。但至少到目前為止，示範案例公司所採取的預防個人資料外洩的措施，與上開規定應有的作為，尚有差距，此有待示範案例公司的積極補強。





阿布丁丁-于仕舜總經理

#### 肆、未來電子購物及郵購業發展之建議

- 一、在食安屢受重創，民意高張沸騰下，法令規定的要求越趨嚴格，違規的處罰更屬重擊(包括商品下架、停工、停業、鉅額罰鍰)；另法院(法官或檢察官)對於重大違規的廠商，更往往施以收押或查封財產等強制處分方式，並於嗣後對於被告判以重刑；再者，企業經營者面對消費者大規模的退貨求償(包括消費者保護法第51條一倍或三倍懲罰性賠償)，恐將無法承受，一蹶不振，甚至瀕臨倒閉危機。故企業經營者，對於整個生產、製造、運銷甚至包括廣告宣傳過程，均應戰戰兢兢、戒懼戒慎，否則不小心誤踩或故踩地雷，勢將面臨嚴峻的後果。
- 二、網路購物的型態既是時勢所趨，但在網路的交易過程中，消費者在取得買賣標的物前，往往無法先實際檢視商品，因而衍生諸多商品瑕疵認定的爭議。另企業經營者銷售的商品，歷經食材取得、生產製造、物流運銷、保存儲藏、銷售交付等過程，事涉材料提供單位、生產單位、物流單位、銷售單位等各個環節。當商品出現瑕疵時，各環節中責任歸屬的判定，及與消費者間商品瑕疵責任的認定，係屬高度舉證難度的問題。故企業經營者，除應以投保商業責任保險方式，分擔風險外；另建立產銷履歷制度，或建立採樣檢測、錄影、照相存檔方式，查明瑕疵產生的



原因及釐清各環節中責任的歸屬，實屬當務之急。

三、透過網路購物交易的烘焙炊蒸業者，其所生產的商品，每每屬於爭鮮，且有保存期限的食品，面對消費者保護法第19條所規定，消費者得於收受商品後，七天猶豫期間內，不附理由、不負擔任何費用，解除買賣契約，確實已造成了企業經營者的重大困擾，此實有賴行政及立法機關儘速找到消費者與企業經營者，均可接受的平衡點，修法解決。

四、個人資料保護法自民國101年10月1日施行迄今，已逾兩年。但經觀察，多數企業經營者對於該法的內容，尚屬陌生，遑論依照個人資料保護法第27條及該法施行細則第12條規定，採行適當之安全措施，防止個人資料被竊取、竄改、毀損、滅失或洩漏，誠屬令人擔心。另主管機關，似乎亦未積極依照個人資料保護法第27條規定，宣導或輔導指定非公務機關(企業經營者)訂定個人資料檔案安全維護計畫或業務終止後個人資料處理方法，俾供企業經營者，就防範個人資料被竊取、竄改、毀損、滅失或洩露，所應採行措施的參考，在此呼籲主管機關，應有採取更積極廣泛的作為，教示並輔導業者，瞭解並重視個人資料保護法的規範內容；且督促業者訂定防範個人資料被竊取、竄改、毀損、滅失或洩露的適當安全措施，以充分保護消費者個人資料的相關權益。