



# 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

- 搬家運輸業
- 居家清潔業
- 食品製造業

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青年創業總會

合作單位：社團法人中華民國管理科學學會



## 【目 錄】

搬家運輸業-消費者保護法規議題 .....	3
壹、前言 .....	3
貳、法規介紹 .....	4
一、申請階段 .....	4
二、研發階段 .....	6
三、營運階段（即製造業之生產製造與銷售階段） .....	7
四、後續服務階段 .....	17
參、示範案例實際執行情形研析 .....	20
一、示範案例簡介 .....	20
二、實際執行情形 .....	21
肆、對於搬家運輸業者未來發展之建議 .....	25
伍、結語 .....	27
居家清潔業-消費者保護法規議題 .....	28
壹、前言 .....	28
貳、清潔服務業者可能面對的法律問題 .....	29
一、申請階段 .....	29
二、產品研發階段 .....	35
三、產品生產製造階段 .....	42
四、銷售階段（清潔勞務提供營運階段） .....	46
五、後續服務階段 .....	59
參、示範案例實際執行情形研析 .....	73
一、示範案例公司的介紹 .....	73
二、示範案例公司實際業務執行情形 .....	74
肆、清潔服務業者未來發展的建議 .....	80
伍、結語 .....	85



<b>食品製造業-消費者保護法規議題 .....</b>	<b>87</b>
<b>壹、前言 .....</b>	<b>87</b>
<b>貳、法規介紹 .....</b>	<b>88</b>
一、申請階段.....	88
二、產品研發階段.....	95
三、產品生產製造階段.....	97
四、產品銷售階段.....	104
五、後續服務階段.....	110
<b>參、示範案例實際執行情形之研析 .....</b>	<b>116</b>
<b>肆、未來食品製造業發展之建議.....</b>	<b>118</b>
<b>伍、結語 .....</b>	<b>119</b>



## ◆ 搬家運輸業-消費者保護法規議題

楊延壽律師

### 壹、前言

搬家，應該是每個人一生中或多或少都會面臨的事，有人是從小隨著長輩舉家遷徙，帶著自己心愛的收藏寶貝，小小年紀就有搬家經驗，有人則是求學階段住校或在外賃屋，通常在畢業前也會經歷好幾次的搬家經驗，而一般人在步入社會後，因為工作關係、結婚生子、購屋自立等等，搬家這等事更是無可避免；這麼多人有搬家的需求，搬家運輸業因此因應而生，也就理所當然。

然而，早期的搬家業者給人一般的印象就是單純出賣勞力搬運家俱，常看到只有標示著電話的小廣告貼紙，充斥在公寓的樓梯間、路邊電線桿上，消費者打電話聯繫後，一部貨車，三、兩個人來就上工了，既沒什麼專業設備、也沒什麼企業規模（因為根本不知公司在哪？或根本沒有公司、行號的設立），且從業人員無論老少，多數都是打赤膊、脖子上圈著毛巾，有些還露出各式駭人的紋身圖案，讓人不敢親近；因為多數是私人方式經營，規模甚小，故遇有糾紛時，也沒有什麼妥善的處理機制，故常聽到有人抱怨不良的搬家經驗，也投訴無門。

歷經數十年小規模搬家業者的戰國時代，因搬家運輸市場的需求有增無減，且搬家運輸的物品愈趨多元，消費意識抬頭，消費者需求亦有不同差異，政府相關部門亦甚為重視此類消費型態而制定相關規範，故搬家運輸業蓬勃發展之同時，亦開始朝向公司化、企業化經營，搬家運輸產業開始著重技術、設備、服務的提升，對消費者而言是



一大福音，對搬家運輸產業而言，亦是良性競爭的開始。

本文即是以搬家運輸業為產業議題之對象，期待能藉由從洽約估價、派車搬運至後續服務中，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，以利業者了解，並協助產業之發展。

## 貳、法規介紹

### 一、申請階段

(一) 搬家運輸業目前尚無特別之專法規範，在申請階段除依法設立公司行號，就其組織應分別適用公司法、商業登記法等法令外，因搬家運輸之標的乃為傢俱、衣物、書籍、用品等等，應仍屬廣義之貨物運輸業（參汽車運輸業管理規則第 2 條第 I 項「汽車運輸業依下列規定，分類營運：七、汽車貨運業：以載貨汽車運送貨物為營業者。」），而有汽車運輸業管理規則之適用。

(二) 汽車運輸業管理規則之相關規定如下

1. 第 3 條：經營汽車運輸業之資本額、營業車輛及站、場設備，應合於汽車運輸業審核細則及公路主管機關之規定。
2. 第 4 條：經營汽車運輸業，應備具籌備申請書（如附表一），依下列規定，申請核准籌備：一、經營公路汽車客運業、遊覽車客運業、小客車租賃業、小貨車租賃業、汽車貨運業、汽車路線貨運業、汽車貨櫃貨運業，向中央公路主管機關申請。



3. 第5條：經核准籌備之汽車運輸業，應自核准之日起六個月內籌備完竣，並於籌備期間依法辦理公司或商業登記，備具立案申請書，報請該管公路主管機關核准，發給汽車運輸業營業執照及公路汽車客運業、汽車路線貨運業之營運路線許可證後，方得開始營業或通車營運。
4. 故搬家公司業者除公司行號之設立外，應有主管機關核發之汽車運輸業營業執照始屬合法經營。

### (三) 汽車貨運商業同業公會之介紹

搬家運輸業尚無另設搬家業之同業公會，而均係加入各地之汽車貨運商業同業公會，目前台灣地區分別有下列同業公會：

1. 台灣省汽車貨運商業同業公會（下轄全省十九個縣市汽車貨運公會）包括：花蓮縣、宜蘭縣、基隆市、桃園縣、新竹縣、新竹市、苗栗縣、臺中縣、臺中市、南投縣、彰化縣、雲林縣、嘉義縣、嘉義市、臺南縣、臺南市、高雄縣、屏東縣、臺東縣等公會。
2. 臺北市汽車貨運商業同業公會。
3. 高雄市汽車貨運商業同業公會。
4. 新北市汽車貨運商業同業公會

以上四個公會並組成中華民國汽車貨運商業同業公會全國聯合會（<http://www.c-truck.com.tw/>）。



## 二、研發階段

(一) 搬家運輸業涉研發應在於搬家人員搬運技巧之提升及搬家設備、包裝設備之精進，目前國內尚無就搬運人員資格之認證機構，或相關之證照制度，此部份可結合業者，透過公會之力量與主管機關溝通推動。

(二) 至於搬運技術、設備或包裝材料等等，若有新穎性、進步性，則可依法向智慧財產局依其不同內容，申請發明、新型、設計等專利，以保障智慧結晶的成果。茲簡要將相關條文列載如下：

1. 專利法第1條：為鼓勵、保護、利用發明、新型及設計之創作，以促進產業發展，特制定本法。
2. 專利法第21條：發明，指利用自然法則之技術思想之創作（發明專利權期限，自申請日起算二十年屆滿。參同法第52條）
3. 第104條：新型，指利用自然法則之技術思想，對物品之形狀、構造或組合之創作。（新型專利權期限，自申請日起算十年屆滿。參同法第114條）
4. 專利法第121條：設計，指對物品之全部或部分之形狀、花紋、色彩或其結合，透過視覺訴求之創作。應用於物品之電腦圖像及圖形化使用者介面，亦得依本法申請設計專利。（設計專利權期限，自申請日起算十二年屆滿。參同法第135條）



### 三、營運階段（即製造業之生產製造與銷售階段）

（一）搬家運輸業本質上係運送傢俱等物品，核依民法第622條

：稱運送人者，謂以運送物品或旅客為營業而受運費之人。

故有關民法債篇運送乙節之規定，就搬家運輸業而言，除法律另有特別規定外（詳如後述），自亦有適用，茲將相關條文列載如下：

1.民法第 623 條：關於物品之運送，因喪失、毀損或遲到而生之賠償請求權，自運送終了，或應終了之時起，一年間不行使而消滅。

2.民法第 624 條：託運人因運送人之請求，應填給託運單。託運單應記載左列事項，並由託運人簽名：一、託運人之姓名及住址。二、運送物之種類、品質、數量及其包皮之種類、個數及記號。三、目的地。四、受貨人之名號及住址。五、託運單之填給地，及填給之年月日。

3.民法第 631 條：運送物依其性質，對於人或財產有致損害之虞者，託運人於訂立契約前，應將其性質告知運送人，怠於告知者，對於因此所致之損害，應負賠償之責。

4.民法第 634 條：運送人對於運送物之喪失、毀損或遲到，應負責任。但運送人能證明其喪失、毀損或遲到，係因不可抗力或因運送物之性質或因託運人或受貨人之過失而致者，不在此限。

5.民法第 635 條：運送物因包皮有易見之瑕疵而喪失或毀損時，運送人如於接收該物時，不為保留者，應負責任。





6. 民法第 638 條：運送物有喪失、毀損或遲到者，其損害賠償額應依其應交付時目的地之價值計算之。運費及其他費用，因運送物之喪失、毀損，無須支付者，應由前項賠償額中扣除之。運送物之喪失、毀損或遲到，係因運送人之故意或重大過失所致者，如有其他損害，託運人並得請求賠償。
7. 民法第 639 條：金錢、有價證券、珠寶或其他貴重物品，除託運人於託運時報明其性質及價值者外，運送人對於其喪失或毀損，不負責任。價值經報明者，運送人以所報價額為限，負其責任。
8. 民法第 640 條：因遲到之損害賠償額，不得超過因其運送物全部喪失可得請求之賠償額。」
9. 民法第 645 條：運送物於運送中，因不可抗力而喪失者，運送人不得請求運費，其因運送而已受領之數額，應返還之。
10. 民法第 647 條：運送人為保全其運費及其他費用得受清償之必要，按其比例，對於運送物，有留置權。運費及其他費用之數額有爭執時，受貨人得將有爭執之數額提存，請求運送物之交付。
11. 民法第 648 條：受貨人受領運送物並支付運費及其他費用不為保留者，運送人之責任消滅。運送物內部有喪失或毀損不易發見者，以受貨人於受領運送物後，十日內將其喪失或毀損通知於運送人為限，不適用前項之規定。運送物



之喪失或毀損，如運送人以詐術隱蔽，或因其故意或重大過失所致者，運送人不得主張前二項規定之利益。

12. 民法第 649 條：運送人交與託運人之提單或其他文件上，有免除或限制運送人責任之記載者，除能證明託運人對於其責任之免除或限制明示同意外，不生效力。

13. 民法第 650 條：受貨人所在不明或對運送物受領遲延或有其他交付上之障礙時，運送人應即通知託運人，並請求其指示。如託運人未即為指示，或其指示事實上不能實行，或運送人不能繼續保管運送物時，運送人得以託運人之費用，寄存運送物於倉庫。運送物如有不能寄存於倉庫之情形，或有易於腐壞之性質或顯見其價值不足抵償運費及其他費用時，運送人得拍賣之。運送人於可能之範圍內，應將寄存倉庫或拍賣之事情，通知託運人及受貨人。

(二) 汽車運輸業管理規則之相關規定如下：

1. 第 104 條第 1 項：貨運業應依規定之營業種類營運，不得攬載核定種類以外之貨物。

2. 第 104 條第 2 項：汽車貨運業專辦搬家業務者，公司行號名稱應標明「搬家」，業務範圍以從事搬家業務為限，不得攬載一般貨物，其車輛顏色及標識應依公路主管機關之規定。

3. 第 105 條：貨運業應在各營業所揭示左列事項：一、營業時間表。二、運費及雜費表。三、運送契約、託運單。其應註明貨物毀損、滅失之損害賠償，除貨物之性質、價值



於裝載前經託運人聲明，並註明於契約外，其賠償金額，以每件不超過新台幣三千元為限。四、其他託運人及受貨人注意事項。

4.第 111 之 1 條：汽車貨運業從事搬家業務，應與託運人就有關權利義務訂定公平合理書面契約，各執乙份，彼此遵循，並依約定價格收費，不得以其他理由任意加價。就此部分，交通部亦已於 93 年 4 月 5 日即公告搬家貨運定型化契約範本暨其應記載及不得記載事項，供業者及消費者有可資依循之標準，此部分亦為現今搬家業者與消費者間所簽訂合約之重要參考依據，爰特立專節詳述如後。

### (三) 搬家貨運定型化契約應記載及不得記載事項

#### 1. 應記載事項

立搬家貨運契約託運人\_\_\_\_\_ (以下簡稱甲方)，搬運人\_\_\_\_\_ (以下簡稱乙方)，茲經乙方事先出示汽車運輸業營業執照，並到場估價，填妥搬運作業估價單(如附件)，並同時出示空白定型化契約書，雙方同意根據估價單內容，使用合法營業貨車，訂立搬家貨運契約條款列明如下：

第一條 搬運時間:中華民國○年○月○日○時到達起運地點搬運，預定於中華民國○年○月○日○時完成搬運。

第二條 搬運地址:\_\_\_\_\_起運地址:\_\_\_\_\_  
迄運地址:\_\_\_\_\_

乙方須依甲方之指示將承運貨品搬運至迄運地址內之指定位置。



第三條 搬運費:

採包價方式收費，總金額新台幣○元。

採車次方式收費，每車次新台幣○元，預估車次○次，視實際運送車次數計算費用，但總金額不得超過新台幣○元。

採車次方式收費者，乙方應按車輛之容積，以符合法令規定之滿載方式為之。其超出預估車次五分之一(20%)以內，仍依預估單價收費，超出五分之一(20%)以上之車次，則一律不得加收費用。

第四條 乙方應依本契約所約定之計價方式收費，不得藉故加價或要求任何附加費用。

搬運期間，乙方人員餐飲差旅費、過橋費、通行費、油費等均由乙方負擔。

有電梯之房屋，如電梯非因乙方之過失無法正常使用時，應約定收費方式，未經約定者，不得另行收費。

第五條 應約定付款方式，未約定者，搬遷作業完成經甲方確認後支付搬運費，乙方應簽發收據給甲方。

第六條 使用車輛及電梯運送貨物，應符合相關法令，如有違規，由乙方負責。

電梯之正常使用應由甲方事先確認。

第七條 乙方對於因搬運過程所致甲方物品之毀損、滅失或致生其他損害者，應負賠償責任。但乙方能證明毀損係因不可抗力或因搬運物之性質，或因甲方或其受僱人之過失所造成者，不在此限。



前項情形，甲方應於搬運完成後三日內告知乙方；如搬運物品有毀損滅失不易發現者，應於搬運完成後十日內，將其情事告知乙方。

第八條 甲方提交乙方運送物品，若有現金、有價證券、珠寶、貴重金屬、美術品、古董或其他貴重物品時，除甲方於託運時報明其性質及價值者外，乙方對於其毀損或滅失，不負責任。但乙方有故意或過失者，不在此限。

甲方委託搬運之物品應無違禁品及危險物品。

第九條 甲方交付乙方搬運之物品，經甲方要求辦理保險時，其費用由甲方負擔之。

第十條 乙方應於約定時間內將甲方委託搬運之物品送至甲方迄運地址內之指定位置，乙方若未能於約定時間內開始搬運，甲方得請求減少價金或解除契約，並應賠償甲方所生之損害。

第十一條 搬運作業因乙方之事由未能於約定時間內完成者，甲方得解除契約要求乙方回復原狀，乙方並應賠償甲方；因甲方之事由致未能完成者，乙方得解除契約，按完成比例收取費用，並得請求不超過原估價總金額扣除按比例收取費用之餘額五分之一之賠償金。

乙方依前項規定解除契約者，甲方得請求乙方回復原狀，其所需費用新台幣○元由甲方負擔。但總金額不得超過原約定之搬運費。

第十二條 附件之搬運作業估價單為本契約之一部分。



第十三條 管轄法院:就本契約所生之爭執，雙方同意以○○地方法院為第一審管轄法院。惟不得排除消費者保護法及民事訴訟法有關法院管轄之規定。

第十四條 本契約併同搬運作業估價單一式兩份，甲乙雙方各執一份，乙方不得藉故收回。

第十五條 本契約未定事項依政府相關法令規章辦理。

## 2.不得記載事項

第一條 契約條款不得約定拋棄契約審閱期間。

第二條 契約條款不得違反法律強制、禁止規定或顯失公平。

第三條 不得約定乙方片面更改契約內容，而甲方不得異議。

3.依消費者保護法第 17 條第 1 項明文「中央主管機關為預防消費糾紛，保護消費者權益，促進定型化契約之公平化，得選擇特定行業，擬訂其定型化契約應記載 或不得記載事項，報請行政院核定後公告之。」同條第 4、5 項則明文「違反第一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。」、「中央主管機關公告應記載之事項，雖未記載於定型化契約，仍構成契約之內容。」換言之，上開已公告之應記載事項若搬家業者於與消費者 簽訂之定型化契約中未記載，依法仍視為已記載，而構成契約之內容，至於不得記載事項，





若搬家業者於與消費者簽訂之定型化契約中仍未記載，則該約定亦屬無效。

#### (四) 搬家貨運定型化契約範本

- 1.交通部於 93.4.5 公布之搬家貨運定型化契約範本全文共 18 條，其內容與上開公告之應記載事項大致相同，礙於篇幅，本文不逐一再予列載（可逕向行政院消保會等各相關單位索取，或逕上網連結行政院消保會網址 <http://www.cpc.ey.gov.tw/>，點選「政策與法令」，再點選「法規及定型化契約」，即可查詢）。
- 2.依消費者保護法第 17 條第 6 項「企業經營者使用定型化契約者，主管機關得隨時派員查核。」同法增訂之第 17 條之 1 並規定「企業經營者與消費者訂立定型化契約，主張符合本節規定之事實者，就其事實負舉證責任。」亦即就定型化契約課予企業經營者較高之注意義務，而有關搬家貨運業主管機關既已公告應記載不得記載事項及定型化契約範本，則業者自應遵行。
- 3.依消費者保護法第 56 條之 1 規定「企業經營者使用定型化契約，違反中央主管機關依第十七條第一項公告之應記載或不得記載事項者，除法律另有處罰規定外，經主管機關令其限期改正而屆期不改正者，處新臺幣三萬元以上三十萬元以下罰鍰；經再次令其限期改正而屆期不改正者，處新臺幣五萬元以上五十萬元以下罰鍰，並得按次處罰。」



(五) 消費者保護法之相關規定

搬家運輸業為一般消費者進行搬家服務，自然也屬消費行為而有消費者保護法的適用，茲將相關條文整理如下：

1. 第 4 條：企業經營者對於其提供之商品或服務，應重視消費者之健康與安全，並向消費者說明商品或服務之使用方法，維護交易之公平，提供消費者充分與正確之資訊，及實施其他必要之消費者保護措施。
2. 第 7 條：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。
3. 第 7 之 1 條：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一項之安全性。
4. 第 10 之 1 條：本節所定企業經營者對消費者或第三人之損害賠償責任，不得預先約定限制或免除。





5. 第 11 條：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。
6. 第 11 之 1 條：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。企業經營者以定型化契約條款使消費者拋棄前項權利者，無效。違反第一項規定者，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。
7. 第 12 條：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。
8. 第 13 條：企業經營者應向消費者明示定型化契約條款之內容；明示其內容顯有困難者，應以顯著之方式，公告其內容，並經消費者同意者，該條款即為契約之內容。企業經營者應給與消費者定型化契約書。但依其契約之性質致給與顯有困難者，不在此限。定型化契約書經消費者簽名或蓋章者，企業經營者應給與消費者該定型化契約書正本。



- 9.第 14 條：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。
- 10.第 15 條：定型化契約中之定型化契約條款牴觸個別磋商條款之約定者，其牴觸部分無效。
- 11.第 16 條：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。
- 12.第 22 條：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。企業經營者之商品或服務廣告內容，於契約成立後，應確實履行。

#### 四、 後續服務階段

實務上搬家貨運業較無類似其他產業有後續保固或服務之法令問題，本節所指之後續服務乃著重在搬家時間遲延、物品短少、損壞或搬家業者將物品運送到達目的地後卻苦等無人等情事，就此部分上開主管機關所公告搬家貨運定型化契約應記載事項亦有部分規範，茲再綜整相關法令如下：

- (一)搬家貨運定型化契約應記載事項第 7 條：乙方（指搬家業者）對於因搬運過程所致甲方（指消費者）物品之毀損、滅失或致生其他損害者，應負賠償責任。但乙方能證明毀損係因不可抗力或因搬運物之性質，或因甲方或其受僱人之過失所造成者，不在此限。前項情形，甲方應於搬運完成後三日內告



知乙方，如搬運物品有毀損滅失不易發現者，應於搬運完成後十日內，將其情事告知乙方。

- (二) 搬家貨運定型化契約應記載事項第 8 條：甲方提交乙方運送物品，若有現金、有價證券、珠寶、貴重金屬、美術品、古董或其他貴重物品時，除甲方於託運時報明其性質及價值者外，乙方對於其毀損或滅失，不負責任。但乙方有故意或過失者，不在此限。甲方委託搬運之物品應無違禁品及危險物品。
- (三) 搬家貨運定型化契約應記載事項第 10 條：乙方應於約定時間內將甲方委託搬運之物品送至甲方迄運地址內之指定位置，乙方若未能於約定時間內開始搬運，甲方得請求減少價金或解除契約，並應賠償甲方所生之損害。
- (四) 搬家貨運定型化契約應記載事項第 12 條：乙方應於約定時間內將甲方委託搬運之物品送至甲方迄運地址內之指定位置，乙方若未能於約定時間內開始搬運，甲方得請求減少價金或解除契約，並應賠償甲方所生之損害。
- (五) 搬家貨運定型化契約應記載事項第 13 條：搬運作業進行中，因刮風、下雨、路況等因素以致未能完成者，由甲乙雙方另定時間繼續完成。
- (六) 搬家貨運定型化契約應記載事項第 14 條：搬運作業因乙方之事由未能於約定時間內完成者，甲方得解除契約要求乙方回復原狀，乙方並應賠償甲方不超過原估價總金額五分之一之賠償金；因甲方之事由致未能完成者，乙方得解除契約，按



完成比例收取費用，並得請求不超過原估價總金額扣除按比例收取費用之餘額五分之一之賠償金。乙方依前項規定解除契約者，甲方得請求乙方回復原狀，其所需費用新台幣○元由甲方負擔。但總金額不得超過原約定之搬運費。

(七) 汽車運輸業管理規則第 124-1 條:汽車貨運業從事搬家業務，應依託運人之指示將物品搬至指定位置，不得中途藉故拒絕搬至定位。

(八) 汽車運輸業管理規則第 125 條:貨運業者對已承運之貨物如因路阻不能運送時，應即通知託運人。

託運人因前項情形取消託運者，貨物如已起運，貨運業者得照已為運送部分收取運雜費，如託運人需將貨物運回者，除已為託運部分照收運雜費外，運回運費免收。變更託運者，依實際情形計收運雜費。

(九) 汽車運輸業管理規則第 127 條:貨運業者因收取運送費有留置運送物之必要時，依民法第六百四十七條之規定」。

(十) 汽車運輸業管理規則第 106 條:各類貨運業承運貨物遇有喪失毀損或遲交之損害賠償，除公路法另有規定外，應依民法之規定；但左列請求權，因一年間不行使而消滅：

一、運送物喪失、毀損或遲交之損害賠償。

二、運費、雜費之補收及退還。

三、運送物之交付。

四、代收貨價之支付。

前項請求權之消滅時效，依左列日期起算：



- 一、運送物喪失、毀損或遲交之損害賠償，自應交付之日。
- 二、運費、雜費之補收及退還，自票據填發之日。
- 三、運送物之交付，自交付期間屆滿之日。
- 四、代收貨價之支付，自貨運業者發出已代收訖通知之日。

## 參、示範案例實際執行情形研析

### 一、示範案例簡介

#### (一) 將企業管理導入傳統搬家公司，開發“優質搬家技術”。

本件示範案例廠商「甲搬家公司」負責人於民國 83 年 6 月畢業於國立台灣大學商學研究所，畢業論文主題即為探討搬家服務業消費者行為研究，於暑期打工時即曾到搬家公司見習，看到許多搬家業者為招攬業務不擇手段、開始搬運後又就地喊價、不當加價等陋習，感觸甚深，在取得台大碩士學位後乃決定學以致用，自 83 年 11 月從一車一人開始創業，親自投入搬家服務，並於 86 年 7 月正式申請搬家公司之合法登記獲准，其經營理念乃係將企業管理導入傳統搬家公司，開發“優質搬家技術”，實施全面品質管理，期能確保消費者以合理價格享受高品質之搬家服務，提昇搬家業之社會形象。經營迄今已由一人一車逐步發展成在全省包括台北、桃園、基隆、宜蘭、新竹、台中、苗栗、高雄等地均有服務據點，服務範圍遍佈台灣各地之專業搬家公司。

#### (二) 服務品質屢獲各獎項肯定，更不忘公益服務，主動協助弱勢家庭搬家。



甲搬家有限公司曾於民國 87 榮獲經貿拓展協會所頒授之「1998 年度風雲企業獎」，歷年來亦獲頒服務品牌模範獎、消費金牌獎等多項獎項。特別是在公益服務部份，甲搬家有限公司落實回饋社會之理念，主動協助弱勢家庭搬家，因而連續三年獲台北市社會局頒獎表揚，此善行義舉亦令人欽佩。

### (三) 長期參與認證機制，確保品質，鞭策自我再提升。

甲搬家公司亦長期參與崔媽媽基金會優良搬家公司之認證，迄今已連續十二年獲得推薦，顯示其搬家服務的品質獲得消費者頗高之評價，本次乃以該公司作為示範案例，期能藉由對實際案例的參訪及討論，激盪出值得搬家貨運產業參考的經驗與心得。

## 二、實際執行情形

### (一) 申請階段

本案之搬家業者總公司設於台北市文山區，係以公司組織之型態經營，除合法申請設立公司外，並合法取得交通部核發之汽車運輸業營業執照；另就搬家車輛亦均依汽車運輸管理規則第 104 規定，於其所屬之 3.5 噸平斗車、6.5 噸箱型車、15 噸箱型車等車身上載明相關搬家公司字樣，經多年的深耕努力，已於全省北中南多地設有服務據點。

### (二) 研發階段

#### 1. 有關公司內部人員訓練





案例公司標榜乃專營搬家業務，非一般貨運兼營搬家，服務人員事先均經過測試、訓練，素質整齊，故能提供高效率之服務，其就搬家技術人員並有甲、乙、丙三級認證，最基礎之丙級須具備搬運三箱平衡、雙人床墊、中型冰箱、三人沙發、衣櫃、包裝之能力、進階之乙級則需具有搬運冰箱 100 公斤、疊車、台數估計之能力、而甲級之搬家技術士則係具備能搬運雙門對開冰箱 130 公斤、鋼琴 250 公斤等重物、特殊物品之能力。且公司提供制式服裝，所有出勤人員（包括負責人本身於上班時間亦係穿著公司制服）均需穿著制服且佩戴公司核發之識別証，讓消費者能安心、放心，並同時建立良好之企業形象。

## 2. 有關車輛之管理

如上所述，案例公司所屬之貨車均於車身外依法標示搬家公司字樣及免付費服務電話，並自行設計商標，與搬家服務人員所穿著之制服整體搭配，第一印象即予消費者有信賴之感覺，同時在出車執行搬家任務前，會將司機及搬運人員之行動電話主動告知消費者，使消費者得第一時間掌握搬家車輛之進度。

## 3. 有關搬運技術及工具設備之提升

案例公司為了提升搬家之技術、維護搬家物品於過程中之完好無瑕，特地遠赴日本取經，吸收經驗，並引進最先進之綁帶，既環保又省力、省時，並就自行改良研發之設備申請專利，以保障自身的研發成果。



### (三) 營運階段

#### 1. 有關搬家前洽約之過程

案例公司於接獲搬家需求後之相關服務流程為

- (1) 在搬家前到消費者指定處所估價，詳細說明所提供之服務及計費方式，同時亦提醒客戶搬家前之準備工作，如打包技巧、配合良辰吉時、預留停車位...等。
- (2) 簽訂搬家運送契約書，目前案例公司使用者乃係公益團體「崔媽媽中心」認可之制式搬遷契約書，上面載明物品明細、搬運樓層、搬運路線及搬運費用，並強調雙方議定費用後『絕不加價』。經檢視案例公司之搬運契約書，均遵守搬家貨運定型化契約應記載、不得記載事項，亦未違反搬家貨運定型化契約範本。
- (3) 提供運送紙箱、籃子、包裝紙等，以方便客戶打包（但紙箱及耗材費用另計）

#### 2. 開始搬運之過程

- (1) 案例公司強調細心負責，採「責任中心制」，估價專案經理親自率隊負責搬遷工作，不會產生實際服務人員不承認估價人員承諾之糾紛或實際服務人員認為估價太低而影響服務品質之現象
- (2) 服務人員經專業搬家訓練，了解各種傢俱、電器之適當搬運方式，使物品受損機率降至最低，強調安全、效率、環保，特別是以可重複使用之物流箱降低紙箱，膠帶...消耗，並以伸縮套、布套、毛毯、扣帶...等包





裝及防護器材亦減少瓦楞紙、氣泡墊、膠膜之消耗，案例公司還發展出便利的伸縮套並向智慧財產局申請專利獲准，上開作法既節省公司成本，亦獲得消費者之好評。

#### (四) 後續服務階段

1. 案例公司在搬家服務完成後，會由公司品保部門與客戶作電話訪問，了解物品是否有損壞、服務過程是否有瑕疵、對公司有何建議...等再次確認服務品質。另為確保服務品質，本案業者並提供消費者問卷調查表，以評估消費者對於該次服務之滿意度，且提供「填問卷、享折扣」之5%折扣優惠，以提高問卷之回收率與正確率。且推行指名服務制，鼓勵表現良好之員工，可因消費者之推薦並指名服務取得獎金，藉此良性循環提昇服務品質。
2. 有關理賠制度，案例公司分為
  - (1) 基本保險：指在未特別聲明下，搬運不當使物品損壞，一般物品以折舊後現值理賠，單件以一萬元為限，理賠總金額以總服務費之二倍為限。
  - (2) 特殊保險：若有特別貴重物品如古董字畫藝術品等其單件價額較高，超過一萬元者，建議客戶需事先自行投保。而實務運作上案例公司強調理賠迅速，且以有利於客戶之認定為理賠原則。
3. 案例公司並於其網頁上，載明其服務流程、計費原則、理賠制度、線上估價等相關資訊，此等資訊依消費者保護法



第二十二條之規定，即構成案例公司與消費者之契約內容，有利於消費者之保護。

#### 肆、對於搬家運輸業者未來發展之建議

- 一、本案之搬家運輸業者，於全省各地均有設立據點，並依法辦理相關營業登記以及汽車運輸業之許可，且為免除傳統上搬家業為人垢病之費用不明、流程不清等問題，於其網頁中詳載其服務流程、計費原則，甚至提供線上費用試算系統，讓消費者得以預先評估其費用，一改傳統上搬家費用不透明之弊病，大幅提升搬家運輸業者之形象。再者，本案業者於實際執行業務上，均會要求員工穿著制服、配戴識別證，甚者提供客戶客製化之服務，客戶得先行以電話告知客服人員其特殊需求，此均與傳統搬家業者不同，值得同業借鏡。
- 二、經與業者訪談，實際溝通交流的過程，了解到業者目前較感無奈與困擾的是，無照白牌貨車充斥，且低價攬客，造成市場價格混亂，消費者亦莫衷一是，且無照營業者因屬打帶跑性質，沒有長久經營之打算，自然不重視服務品質，而屢率造成消費糾紛，並影響一般社會大眾對搬家業者的印象，此部分有待政府相關部門再予強力宣導及取締，一方面讓消費者知悉應洽詢合法立案之搬家業者始有保障，一方面應對無照營業者嚴格取締，始能確保合法業者之權益。當然合法業者對抗無照白牌車之削價競爭，最重要的還是應致力提供高品質之服務，透過消費者口耳相傳、互為推薦，相信可作出口碑，也可建立市場區隔，進而爭取到客源。



三、另就消費糾紛的處理也是搬家業者較頭痛的問題，現今實務上因估價趨於透明、約定也較明確，在收費問題上產生爭議之狀況已大幅減少，反而比較常見的糾紛係搬運過程中物品減少及損傷之賠償問題，仍屢見不鮮，畢竟舉家搬遷時，除了大型家俱、電器外，用品雜物更是品項繁多，且並非均可以同一規格之方式裝箱打包，故偶有發生搬遷過程中消費者主張物品短少之情事，此部分建議業者可於搬遷前除了大型家具、電器之數量已載明於合約外，其他物品仍應儘量與消費者清點數量，並逐一標記號碼註記，無法標記者，可運用目前人人幾乎幾乎隨手攜帶有拍照、攝影功能之手機在搬遷前留存證據，以避免搬遷後之爭議。

四、在與案例業者訪談過程中，亦提到曾參訪國外有搬家公司的作法，在搬家定位後會提供一小段時間（約 30 分鐘左右）協助消費者進行家具、電器的簡易修繕及保養服務，此想法源於大部分搬運之家具、電器本非新品，而已使用多年，再經過搬動（有些甚至需拆卸、組裝）及路程顛頗，難免會有螺絲鬆脫、卡榫移位或自然磨損等，一般消費者或礙於工具不全、或就此根本一竅不通，若搬家業者能及時提供此協助服務，而非單純只是定點卸貨，相信對消費者而言係備感溫馨、受用的，當然家具、家電的修繕保養亦涉及到相當的專業，搬家人員是否具備此專業亦須考量，謹此提供參考。

## 伍、 結語

早期傳統搬家業者的服務品質給一般消費者的印象確實參差不齊，但自從主管機關公布搬家貨運定型化契約應記載事項、不得記載事項及契約書範本讓業者與消費者間有基本之原則可資遵循後，此類之消費糾紛已大幅減少，加上網路發達、資訊透明，搬家公司逐漸以公司化、企業化經營，晚近更有崔媽媽基金會持續以動態稽核方式推薦優良搬家業者之制度，讓消費者在選擇搬家業者時有相當之資訊可供參考，而搬家業者也因此更注重服務品質、更尊重消費權益，此一良性發展係各方所樂見，由此足見政府部門的政策指導，加上民間公益團體的監督，可促進業者的自律與良性競爭，對消費權益的保護亦可提昇，而達到真正的雙贏，讓產業在和諧的消費關係下不斷升級。



## ◆ 居家清潔業-消費者保護法規議題

吳榮達律師

### 壹、前言

現代人的生活，柴米油鹽醬醋茶，固屬不可缺少，但不論公司行號、公寓大廈，或一般家庭，清潔打掃、環境消毒，亦屬不可或缺的工作。就公司行號、公寓大廈而言，固然可以聘僱員工，負責清潔打掃、環境消毒的工作。但或基於專業分工的考量，或基於人事管理、成本費用的考量，所以有為數不少的公司行號、公寓大廈，將清潔打掃和環境消毒的工作，委託或外包給專業清潔公司負責處理。另就現在一般家庭而言，雙薪家庭已屬常態，加上激烈競爭的工商業社會型態，每每讓家庭成員於繁重忙碌的工作及生活後，身疲力倦，已無餘力他顧，因而家中清潔打掃，甚至除蟲消毒工作，只能委託或外包給專業清潔公司處理。特別是年節特殊日子的清潔灑掃，如年終大掃除、清明節的墓地整理等，為數不少的人，往往會委託專人幫忙處理。不管是公司行號、公寓大廈社區，或一般家庭，畢竟是屬於人們辦公、居住、使用或進出來往的地方，所以清潔公司或清潔人員，清潔灑掃或消毒除菌時所使用的清潔滌劑及消毒藥劑，是否符合法令？是否有害或影響人體健康？這絕對是值得大家重視的問題。另外，在市場上眾多的清潔公司或標榜為專業的人員中，如何建立信譽及口碑脫穎而出，以為消費者優先選擇，也是不管在企業經營者端，或消費者端要斟酌考量的。既然清潔公司或專業清潔人員，都屬於消費者保護法規定的企業經營者的範圍，則就業者與消費者間的權利義務關係，當然有消費者保護法的適用。特別是現代交易型態，多數已透過電話、



傳真、網際網路方式進行，而屬於通訊交易的性質，在解約及退款上消費者保護法更有其特別規定。業者在洽訂業務、執行服務內容、收取費用的過程中，難免會接觸到消費者的個人資料，那些個資是屬於個人資料保護法的範圍，如何蒐集、處理、利用，才不會違法。清潔服務業絕對是高度人力執行的行業，在目前勞工法規繁多及勞工意識抬頭下，企業經營者關於勞工法規的認知及依循，不但關乎勞資和諧，勞工權益保障，更涉乎企業經營者是否會遭受行政處罰或甚至應負補償賠償責任的問題。本文將就提供清潔服務的企業經營者，在上述問題上所可能面臨的法律問題，及就筆者所參訪的示範業者，實際經營的現況，及在法律適用上所面臨的問題及疑慮，提出觀察分析。

## 貳、清潔服務業者可能面對的法律問題

### 一、申請階段：

(一) 清潔服務業目前應屬何主管機關監督管理，可謂妾身未明，自然亦未立有專法，得讓清潔服務業者有所依循。故就申請階段而言，清潔服務業者，自應依公司法、商業登記法、加值型及非加值型營業稅法，及營業登記規則等相關規定，辦理設立登記及營業登記，始得開始營運，茲介紹相關法規規定如下：

#### 1. 公司法的相關規定：

##### (1) 公司法第 6 條

公司非在中央主管機關登記後，不得成立。

##### (2) 公司法第 7 條

公司申請設立登記之資本額，應經會計師查核簽證；公司應於申請設立登記時或設立登記後三十日內，檢送經會計師查核簽證之文件。

公司申請變更登記之資本額，應先經會計師查核簽證。





前二項查核簽證之辦法，由中央主管機關定之。

(3) 公司法第 9 條

公司應收之股款，股東並未實際繳納，而以申請文件表明收足，或股東雖已繳納而於登記後將股款發還股東，或任由股東收回者，公司負責人各處五年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣五十萬元以上二百五十萬元以下罰金。

有前項情事時，公司負責人應與各該股東連帶賠償公司或第三人因此所受之損害。

第一項裁判確定後，由檢察機關通知中央主管機關撤銷或廢止其登記。但裁判確定前，已為補正或經主管機關限期補正已補正者，不在此限。

公司之設立或其他登記事項有偽造、變造文書，經裁判確定後，由檢察機關通知中央主管機關撤銷或廢止其登記。

(4) 公司法第 12 條

公司設立登記後，有應登記之事項而不登記，或已登記之事項有變更而不為變更之登記者，不得以其事項對抗第三人。

(5) 公司法第 19 條

未經設立登記，不得以公司名義經營業務或為其他法律行為。

違反前項規定者，行為人處一年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣十五萬元以下罰金，並自負民事責任；行為人有二人以上者，連帶負民事責任，並由主管機關禁止其使用公司名稱。

2. 商業登記法的相關規定：

(1) 商業登記法第 4 條

商業除第五條規定外，非經商業所在地主管機關登記，不



得成立。

(2) 商業登記法第 5 條

下列各款小規模商業，得免依本法申請登記：

- 一、攤販。
- 二、家庭農、林、漁、牧業者。
- 三、家庭手工業者。
- 四、民宿經營者。
- 五、每月銷售額未達營業稅起徵點者。

前項第二款及第三款所定小規模商業，以自任操作或雖僱用員工而仍以自己操作為主者為限。

(3) 商業登記法第 9 條

商業開業前，應將下列各款申請登記：

- 一、名稱。
- 二、組織。
- 三、所營業務。
- 四、資本額。
- 五、所在地。
- 六、負責人之姓名、住、居所、身分證明文件字號及出資額。
- 七、合夥組織者，合夥人之姓名、住、居所、身分證明文件字號、出資額及合夥契約副本。
- 八、其他經中央主管機關規定之事項。

前項及其他依本法規定應登記事項，商業所在地主管機關得隨時派員抽查；商業負責人及其從業人員，不得規避、妨礙或拒絕。

(4) 商業登記法第 30 條

申請登記事項有虛偽情事者，其商業負責人處新臺幣六千





元以上三萬元以下罰鍰。

(5) 商業登記法第 31 條

申請登記事項有虛偽情事者，其商業負責人處新臺幣六千元以上三萬元以下罰鍰。

3. 加值型及非加值型營業稅法的相關規定：

(1) 加值型及非加值型營業稅法第 28 條

營業人之總機構及其他固定營業場所，應於開始營業前，分別向主管稽徵機關申請營業登記。

(2) 加值型及非加值型營業稅法第 45 條

營業人未依規定申請營業登記者，除通知限期補辦外，並得處新臺幣三千元以上三萬元以下罰鍰；屆期仍未補辦者，得按次處罰。

(3) 加值型及非加值型營業稅法第 51 條

納稅義務人，有下列情形之一者，除追繳稅款外，按所漏稅額處五倍以下罰鍰，並得停止其營業：

一、未依規定申請營業登記而營業者。

二、逾規定期限三十日未申報銷售額或統一發票明細表，亦未按應納稅額繳納營業稅者。

三、短報或漏報銷售額者。

四、申請註銷登記後，或經主管稽徵機關依本法規定停止其營業後，仍繼續營業者。

五、虛報進項稅額者。

六、逾規定期限三十日未依第三十六條第一項規定繳納營業稅者。

七、其他有漏稅事實者。

納稅義務人有前項第五款情形，如其取得非實際交易對象所開立之憑證，經查明確有進貨事實及該項憑證確由實際銷貨



之營利事業所交付，且實際銷貨之營利事業已依法補稅處罰者，免依前項規定處罰。

#### 4.營業登記規則的相關規定：

##### (1)營業登記規則 2 條

營業人有下列情形之一者，應於開始營業前，向主管稽徵機關申請營業登記：

- 一、新設立。
- 二、因合併而另設立。
- 三、因受讓而設立。
- 四、因變更組織而設立。
- 五、設立分支機構。

公司、獨資及合夥組織者之營業登記，由主管稽徵機關依據公司或商業登記主管機關提供登記基本資料辦理，並視為已依本法第二十八條規定申請辦理營業登記。

營業人之管理處、事務所、工廠、保養廠、工作場、機房、倉棧、礦場、建築工程場所、展售場所、連絡處、辦事處、服務站、營業所、分店、門市部、拍賣場及類似之其他固定營業場所如對外營業，應於開始營業前依本規則規定，分別向主管稽徵機關申請營業登記。

以自動販賣機銷售貨物或勞務之營業人，應向營業人所在地之稽徵機關申請營業登記，並申報販賣機機器編號及放置處所，免就販賣機放置處所逐一申請營業登記。但販賣機放置處所設有專責管理處所者，不在此限。

外國之事業、機關、團體、組織在中華民國境內之固定營業場所，應向所在地主管稽徵機關申請營業登記。

主管稽徵機關於辦理營業登記後，應以書面通知營業人。非依第二項規定辦理營業登記者，並應副知建築管理、消防、



衛生等相關單位。

## (2)營業登記規則 3 條

營業人申請營業登記，應登記事項如下：

- 一、營業人名稱及地址。
- 二、負責人姓名、出生年月日、身分證統一編號及戶籍所在地地址。
- 三、組織種類：獨資、合夥、公司或其他組織。
- 四、資本額。
- 五、營業種類。
- 六、合夥組織者，合夥人之姓名、出生年月日、身分證統一編號、出資種類、數額。
- 七、有總機構之固定營業場所，其總機構之名稱、地址及其營利事業統一編號。但總機構在中華民國境外者，免予載明營利事業統一編號。

非依前條第二項辦理營業登記之分支機構申請營業登記時，其依第一項第一款規定應登記之名稱，除應表明總機構名稱外，尚須附記其為分支機構之明確字樣。另外國公司之分支機構名稱應標明國籍，並置於地區名或特取名稱之前。

## (3)營業登記規則 10 條

營業人違反本規則規定者，除通知限期補辦外，並依本法規定處罰。

- (二) 由以上規範內容可知，清潔服務業者，不論是要以法人組織、合夥或獨資方式，從事清潔服務業的營運，於營業前必須依公司法、商業登記法、加值型及非加值型營業稅法，及營業登記規則等相關規定，辦理設立登記及營業登記，否則重則將面臨如公司法第 19 條第 1 項所規定，一年以下有期徒刑的刑罰，輕則也會



面臨行政機關新台幣伍萬元以下的裁罰，且可按次連續處罰。另外，以法人組織方式辦理公司登記者，更要注意公司法第9條的規定，否則更會面臨五年以下有期徒刑的刑罰。

## 二、產品研發階段：

(一) 清潔服務業者就其所提供的勞務，最最關注及在意者，不外為如何能提供給消費者最高的服務品質，以贏得消費者的肯定和信任，俾換來源源不絕的商機及業績。故關於清潔服務業者的研發問題，自然也側重在如何能提高勞務內容的品質問題。雖然主管機關並沒有訂立任何法令，強制規範清潔服務業者，應為如何的服務品質提昇及研發，但我行政院環保署為鼓勵清潔服務業者做好企業環境管理、採用綠色產品及盡量使用物質含量在管限制值以下的清潔用品，以提昇清潔服務業者的服務品質，特於102年5月20日頒布「清潔服務業環保標章」使用證書的申請取得標示規範，以提昇清潔服務業者的服務品質，茲擷取相關規定內容，列載如下：

### 1.適用範圍

本標準適用於從事建築物內清潔服務並經公司或商業登記具建築物清潔服務業營業項目之業者，且以臺灣地區為限。但不包括僅從事建築物高空清洗樓面作業、危害物清潔工作、醫療廢棄物清理、通風管道作業或病媒防治之業者。

### 2.用語及定義本標準用語定義如下：

- (1)清潔用品：包括清潔劑（多用途清潔劑、玻璃清潔劑、衛浴廚房清潔劑、洗碗精、去油污用清潔劑、地板清潔劑、地毯清潔劑）、衛生紙、面巾紙、紙毛巾等清潔服務過程中之消耗品。
- (2)綠色產品：指具有環保標章、第二類環境保護產品、節能標章、省水標章、綠建材標章或其他基於ISO 14024、ISO



14044 標準精神之國內外產品（如取得碳足跡標籤、能源之星、FSC/PEFC 森林驗證標章等致力環境友善之產品）。

(3)採購比率：以新購、增購或汰換等方式之採購金額計算。

### 3.種類

清潔服務業環保標章種類如下：

(1)金級環保清潔業：符合 4.1 必要符合項目及 4.2 選擇性符合項目之各項規範者，核發「金級環保清潔業」環保標章使用證書。

(2)銀級環保清潔業：符合 4.1 必要符合項目及 4.2 選擇性符合項目各類分項至少 1 項，且 4.2 選擇性符合項目符合數達總項目數 50% 以上者，核發「銀級環保清潔業」環保標章使用證書。

(3)銅級環保清潔業：符合 4.1 必要符合項目者，核發「銅級環保清潔業」環保標章使用證書。

表 1 清潔服務業環保標章種類及應符合之特性及要求

種類	應符合之特性及要求
金級環保清潔業	4.1 及 4.2 各項。
銀級環保清潔業	4.1 各項及 4.2.1 至 4.2.3 每一分項至少 1 項，且 4.2 之符合項目數 50% 以上。
銅級環保清潔業	4.1 各項

### 4. 特性及要求

本點相關事項應檢附證明資料。

#### 4.1 必要符合項目：

4.1.1 業者之企業環境管理及綠色採購，應符合下列各項規範：

(1) 申請日前 1 年內，不得有違反環保法規並遭環保主管機關處罰確定之紀錄。



- (2) 具有環境政策及環境管理方案或行動計畫。
- (3) 建立營業量（清潔面積）、能源使用、採購、廢棄物處理及清潔用品使用之年度基線資料。
- (4) 具有員工環境保護教育訓練計畫與紀錄，訓練內容包括設備操作、清潔劑使用、緊急應變、清潔程序及環保教育等。
- (5) 具有清潔服務標準作業程序，內容包括：自我檢核計畫（所使用之清潔用品、工具與設備）、清潔作業流程（含鑑別需消毒或清洗處）、人員管理機制、緊急應變機制、廢水及廢棄物處理方法、工作人員訓練要求、清潔劑使用計畫、資源回收規範及工作人員工作守則等。並提供給所有清潔人員及客戶了解。
- (6) 每年至少有 5 項綠色產品之個別採購比率達 20 % 以上。

#### 4.1.2 業者之清潔服務作業，應符合下列各項規範：

- (1) 將所使用之抹布、拖把等相關工具以明顯易辨方式予以分類使用於不同場所，避免產生交叉污染。尤其清洗衛浴間和廚房時之抹布及拖把應與其他清理場所之工具分開使用。
- (2) 具有自動稀釋控制設備，且現場清潔人員具有操作設備能力，以確保正確之稀釋量。
- (3) 主動提供清潔人員口罩、耳塞、護目鏡、工作手套、工作鞋等個人安全防護用具，以避免受到粉塵、噪音、清潔劑中化學成分、高溫、潮濕、感電等危害。
- (4) 貯放清潔用品場所，按照其分類妥善放置。





(5) 清潔用品中清潔劑貯放場所具有各成分之物質安全資料表。物質安全資料表應詳細說明其內含之化學成分、化學摘要註冊登錄號 (CAS NO.) 與依歐盟指令 67/548/EEC 判定之風險警語及安全警語代碼。

4.1.3 業者使用量最大之 2 項清潔劑，下列物質含量應在管限制值以下；如通過國內或國外環保標章驗證（包括「北歐天鵝標章」、「美國綠標章計畫」、「澳洲環境選擇計畫」、「加拿大 EcoLOGO」等），且該環保標章規範內容符合或低於管限制值之管制項目，得免予檢測佐證：

- (1) 乙氧烷基酚 (APEO)。
- (2) 總磷、三乙酸基氮 (Nitrilotriacetic acid, NTA)、過硼酸鹽 (Perborate)。
- (3) 乙二胺四乙酸 (Ethylenediaminetetraacetic acid, EDTA)。

4.1.4 業者之節能及省水措施，應符合下列各項規範：

- (1) 每年進行辦公區域空調及通風、排氣系統之保養與調整。
- (2) 具有確保公司無人使用區域之照明維持關閉控制之設施（備）或措施。
- (3) 每年進行清潔使用電器設備之保養。
- (4) 每半年進行清潔用水設備（含噴嘴、閥、管線等）之保養與調整。

4.1.5 業者之廢棄物管理，應符合下列各項規範：

- (1) 辦公區域之廢棄物實施垃圾分類及資源回收。
- (2) 於清潔服務作業過程產生之廢棄物實施垃圾分



類及資源回收。

(3) 將清潔服務作業過程產生之廢棄物委託合格清除處理機構清理。

(4) 購置非 PVC 材質之垃圾袋或塑膠袋。

#### 4.2 選擇性符合項目：

4.2.1 業者之企業環境管理及綠色採購，符合下列規範：

(1) 具有客戶意見蒐集與檢討改善機制。

(2) 清潔服務人員穿著明顯易辨之所屬公司行號識別衣著、識別證，識別證內容包括公司行號名稱、人員編號及顧客申訴電話。

(3) 取得與清潔服務相關之環境管理系統（ISO 14001）驗證證書或曾獲得中華民國企業環保獎、國家品質獎。

(4) 每年至少有 5 項綠色產品之個別採購比率達 50 % 以上。

4.2.2 業者使用量最大之 2 項清潔劑，下列物質含量在管限制值以下；如通過國內或國外環保標章驗證（包括「北歐天鵝標章」、「美國綠標章計畫」、「澳洲環境選擇計畫」、「加拿大 EcoLOGO」等），且該環保標章規範內容符合或低於管限制值之管制項目，得免予檢測佐證：

(1) 甲醛（Formaldehyde）、三氯沙（Triclosan）。

(2) 含氯漂白劑（Chlorine Bleach）。

4.2.3 業者之節能措施，符合下列規範：

(1) 辦公區域所使用之非中央空調系統之冷氣全數使用綠色產品。

(2) 辦公區域所使用之照明設施全數使用綠色產





品。

(3) 辦公區域所使用之出口標示燈及避難方向指示指全數使用綠色產品。

#### 5. 管制限值及檢測方法

本標準管制項目與管制限值如下表所示：

基質	管制項目	管制限值	參考檢驗方法
清潔劑內容物	含氯漂白劑 (Chlorine Bleach)	100ppm (0.01%) 註 1	CNS 4986
清潔劑內容物	甲醛 (Formaldehyde)	15ppm (0.0015%)	NIEA R502 / CNS 9538
清潔劑內容物	三氯沙 (Triclosan)	5ppm (0.0005%)	NIEA R814
清潔劑內容物	總磷	1,000ppm (0.1%)	CNS 4986
清潔劑內容物	三乙酸基氮 (Nitrilotriacetic acid, NTA)	1,000ppm (0.1%)	ASTM D4986
清潔劑內容物	過硼酸鹽 (Perborate)	1,000ppm (0.1%)	CNS 4986
清潔劑內容物	乙二胺四乙酸 (Ethylenediaminetetraacetic acid, EDTA)	100ppm (0.01%)	CNS 1706 / ASTM D3113



清潔劑內容物	乙氧烷基酚 (APEO)	500ppm (0.05%)	CNS 4986 / ASTM D2357
--------	--------------	-------------------	--------------------------

註 1：若使用於特定場所（醫院診所等具感染風險之處所）或特定時期（傳染病疫情擴散或爆發期間）時，需依照標準稀釋與操作方式用於清潔消毒，且漂白劑濃度不得超過 500 ppm (0.05%)。

## 6. 標示

- 6.1 本服務之場址與相關服務文件應依申請通過之等級，標示「金級環保清潔業」、「銀級環保清潔業」或「銅級環保清潔業」，並將證書置於櫃檯明顯處。
- 6.2 取得清潔服務業環保標章使用證書之業者，應將環保清潔服務業之重點要求於宣傳文件中告知客戶瞭解。

## 7. 其他事項

- 7.1 取得清潔服務業環保標章使用證書之業者對於各項環保措施應持續改善，並於每年 3 月底前提供 1 份年度基線資料比較表及規格標準符合項目差異分析。
- 7.2 若業者於第 1 次申請清潔服務業環保標章使用證書無法提出符合 4.1.1(6)之證明文件時，得於申請文件中說明達成之方式，並於取得標章證書次日起 1 年內提出實際執行成果供作確認，若無法達成時，本署得逕予註銷環保標章使用證書。

(二) 從以上規範內容，我們可以從兩個角度觀察，其一為政府主管機關希望藉由「清潔服務業環保標章」的核發，鼓勵清潔服務業者提升企業環境管理，盡量採購綠色產品及盡量避免使用物質含量超過管制限值的清潔用品，俾提高服務品質避免消費爭議，另一方面盡量避免職業災害及環境污染情事的發生，並希望在分級環



保標章的標示下，肯定優質的清潔服務業，且讓消費者能有足以辨識的適當選擇。其二為從消費者角度而言，消費者除可從清潔服務業者是否取得環保標章使用證書，及其取得的環保標章使用證書級別，清楚辨識清潔服務業者企業形象的良窳外，更可因選擇持有環保標章使用證書的清潔服務業者所提供的服務，獲得較好的服務品質，及較健康的清潔環境。

### 三、產品生產製造階段：

(一) 清潔服務業所提供給消費者的，乃是清潔勞務事項，此與一般實體商品需先經過生產製造過程，而於產品製作完成，才能提供予市場銷售者，並不相同。雖然大部分的清潔服務事項，在勞務提供前或勞務實施中，法規對於清潔服務業者的安全管理上，並沒有太多的要求，但對於特定情況，可能涉及實施者、消費者、或其他第三人身體、生命、財產的安全維護及保障，主管機關仍設有諸多法令、規章、辦法，作為對於清潔服務業者的監督管理要求。例如利用高空繩索作業方式而從事清潔服務工作，又如利用吊籠作業方式而從事清潔服務工作。此等利用繩索或吊籠的高空或懸空作業方式而實施清潔服務工作，不論對於實施者、消費者、或其他第三人的身體、生命、財產上，都充滿了相當高的危險性。故主管機關訂有下列監督管理法令及措施，以維護相關人員的安全，茲分列如下：

#### 1. 職業安全衛生的相關規定：

##### (1) 職業安全衛生法第 5 條

雇主對下列事項應有符合規定之必要安全衛生設備及措施：

一、防止機械、設備或器具等引起之危害。

五、防止有墜落、物體飛落或崩塌等之虞之作業場所引起之危害。



七、防止原料、材料、氣體、蒸氣、粉塵、溶劑、化學品、含毒性物質或缺氧空氣等引起之危害。

雇主對下列事項，應妥為規劃及採取必要之安全衛生措施：

二、輪班、夜間工作、長時間工作等異常工作負荷促發疾病之預防。

三、執行職務因他人行為遭受身體或精神不法侵害之預防。

四、避難、急救、休息或其他為保護勞工身心健康之事項。

前二項必要之安全衛生設備與措施之標準及規則，由中央主管機關定之。

### (2)職業安全衛生法第 16 條

雇主對於經中央主管機關指定具有危險性之機械或設備，非經勞動檢查機構或中央主管機關指定之代行檢查機構檢查合格，不得使用；其使用超過規定期間者，非經再檢查合格，不得繼續使用。

代行檢查機構應依本法及本法所發布之命令執行職務。

檢查費收費標準及代行檢查機構之資格條件與所負責任，由中央主管機關定之。

第一項所稱危險性機械或設備之種類、應具之容量與其製程、竣工、使用、變更或其他檢查之程序、項目、標準及檢查合格許可有效使用期限等事項之規則，由中央主管機關定之。

### (3)職業安全衛生法施行細則第 22 條

本法第十六條第一項所稱具有危險性之機械，指符合中央主管機關所定一定容量以上之下列機械：

一、固定式起重機。

二、移動式起重機。

三、人字臂起重桿。



- 四、營建用升降機。
- 五、營建用提升機。
- 六、吊籠。
- 七、其他經中央主管機關指定公告具有危險性之機械。

(4)職業安全衛生教育訓練規則第 12 條

雇主對擔任下列具有危險性之機械操作之勞工，應於事前使其接受具有危險性之機械操作人員之安全衛生教育訓練：

- 五、吊籠操作人員。

(5)職業安全衛生管理辦法第 20 條

雇主對移動式起重機，應每年就該機械之整體定期實施檢查一次。

雇主對前項移動式起重機，應每月依下列規定定期實施檢查一次：

- 一、過捲預防裝置、警報裝置、制動器、離合器及其他安全裝置有無異常。
- 二、鋼索及吊鏈有無損傷。
- 三、吊鉤、抓斗等吊具有無損傷。
- 四、配線、集電裝置、配電盤、開關及控制裝置有無異常。

(6)職業安全衛生管理辦法第 50-1 條

雇主對高空工作車，應於每日作業前就其制動裝置、操作裝置及作業裝置之性能實施檢點。

(7)職業安全衛生管理辦法第 56 條

雇主對吊籠，應於每日作業前依下列規定實施檢點，如遇強風、大雨、大雪等惡劣氣候後，應實施第三款至第五款之檢點：

- 一、鋼索及其緊結狀態有無異常。



- 二、扶手等有無脫離。
- 三、過捲預防裝置、制動器、控制裝置及其他安全裝置之機能有無異常。
- 四、升降裝置之擋齒機能。
- 五、鋼索通過部分狀況。

#### (8)起重升降機具安全規則第 2 條

本規則適用於下列起重升降機具：

- 四、升降機：指乘載人員及（或）貨物於搬器上，而該搬器順沿軌道鉛直升降，並以動力從事搬運之機械裝置。但營建用提升機、簡易提升機及吊籠，不包括之。
- 六、吊籠：指由懸吊式施工架、升降裝置、支撐裝置、工作台及其附屬裝置所構成，專供勞工升降施工之設備。

#### 2.起重升降機具安全規則的相關規定：

##### (1)起重升降機具安全規則第 97 條

雇主對於吊籠之使用，不得超過積載荷重。

##### (2)起重升降機具安全規則第 98 條

雇主對於吊籠之構造，應符合吊籠安全檢查構造標準。

##### (3)起重升降機具安全規則第 99 條

雇主對於可搬式吊籠懸吊於建築物或構造物等時，應考量吊籠自重、積載荷重及風力等受力情形，妥為固定於具有足夠支撐強度之處。

前項固定處之支撐強度，雇主應事前確認該建築物或構造物相關結構圖面資料。無圖面資料可查者，得以其他同等方式確認之。

##### (4)起重升降機具安全規則第 100 條

雇主於吊籠之工作台上，不得設置或放置腳墊、梯子等供勞工使用。





(5)起重升降機具安全規則第 101 條

雇主於吊籠運轉中，應禁止操作人員擅離操作位置。

(6)起重升降機具安全規則第 102 條

雇主對勞工於吊籠工作台上作業時，應使勞工佩戴安全帽及符合國家標準 CNS14253 規定之背負式安全帶。

(7)起重升降機具安全規則第 103 條

雇主於吊籠使用時，應禁止無關人員進入作業場所下方之危險區域，並設置警告標示。

(8)起重升降機具安全規則第 104 條

雇主對吊籠於強風、大雨、大雪等惡劣氣候，勞工作業有發生危險之虞時，應禁止工作。

(9)起重升降機具安全規則第 105 條

雇主使用吊籠作業時，於夜間或光線不良之場所，應提供安全作業所必要之照度。

- (二) 上述對於高度危險性的高空繩索或吊籠清潔服務作業的法令規範要求，既係為保障及維護清潔工作實施者、消費者、或其他第三人身體、生命、財產的安全而設，清潔服務業者自然應該謹慎遵行，避免意外事故的發生。

#### 四、銷售階段（清潔勞務提供營運階段）：

- (一) 由於清潔服務業者乃屬消費者保護法第 2 條第 2 款規定定義下的「企業經營者」，因此清潔服務業者與消費者間的權利義務關係，應該優先適用消費者保護法的相關規定，但除消費者保護法的相關規定外，清潔服務業者與消費者間原即應屬於民法上的承攬關係，故在消費者保護法所未規定的事項，仍應適用民法相關規定，茲就消費者保護法及民法的相關規定，分列如下：

1. 消費者保護法的相關規定：

(1) 消費者保護法第 7 條



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。

#### (2)消費者保護法第 7-1 條

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一項之安全性。

#### (3)消費者保護法第 8 條

從事經銷之企業經營者，就商品或服務所生之損害，與設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者連帶負賠償責任。但其對於損害之防免已盡相當之注意，或縱加以相當之注意而仍不免發生損害者，不在此限。

前項之企業經營者，改裝、分裝商品或變更服務內容者，視為第七條之企業經營者。

#### (4)消費者保護法第 10 條

企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品或停止其服務。但企業經營者所為必要之處理，足以除去其危害者，不在此限。

商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，



而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法者，準用前項規定。

(5)消費者保護法第 10-1 條

本節所定企業經營者對消費者或第三人之損害賠償責任，不得預先約定限制或免除。

(6)消費者保護法第 11 條

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。

(7)消費者保護法第 11-1 條

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。

企業經營者以定型化契約條款使消費者拋棄前項權利者，無效。

違反第一項規定者，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。

(8)消費者保護法第 12 條

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。

(9)消費者保護法第 13 條

企業經營者應向消費者明示定型化契約條款之內容；明示其內容顯有困難者，應以顯著之方式，公告其內容，並經消費者同意者，該條款即為契約之內容。

企業經營者應給與消費者定型化契約書。但依其契約之性質致給與顯有困難者，不在此限。

定型化契約書經消費者簽名或蓋章者，企業經營者應給與消費者該定型化契約書正本。

(10)消費者保護法第 14 條

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。

(11)消費者保護法第 16 條

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。

(12)消費者保護法第 17 條

中央主管機關為預防消費糾紛，保護消費者權益，促進定型化契約之公平化，得選擇特定行業，擬訂其定型化契約應記載或不得記載事項，報請行政院核定後公告之。

前項應記載事項，依契約之性質及目的，其內容得包括：

- 一、契約之重要權利義務事項。
- 二、違反契約之法律效果。
- 三、預付型交易之履約擔保。
- 四、契約之解除權、終止權及其法律效果。
- 五、其他與契約履行有關之事項。



第一項不得記載事項，依契約之性質及目的，其內容得包括：

- 一、企業經營者保留契約內容或期限之變更權或解釋權。
- 二、限制或免除企業經營者之義務或責任。
- 三、限制或剝奪消費者行使權利，加重消費者之義務或責任。
- 四、其他對消費者顯失公平事項。

違反第一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。

中央主管機關公告應記載之事項，雖未記載於定型化契約，仍構成契約之內容。

企業經營者使用定型化契約者，主管機關得隨時派員查核。

#### (13)消費者保護法第 18 條

企業經營者以通訊交易或訪問交易方式訂立契約時，應將下列資訊以清楚易懂之文句記載於書面，提供消費者：

- 一、企業經營者之名稱、代表人、事務所或營業所及電話或電子郵件等消費者得迅速有效聯絡之通訊資料。
- 二、商品或服務之內容、對價、付款期日及方式、交付期日及方式。
- 三、消費者依第十九條規定解除契約之行使期限及方式。
- 四、商品或服務依第十九條第二項規定排除第十九條第一項解除權之適用。
- 五、消費申訴之受理方式。
- 六、其他中央主管機關公告之事項。

經由網際網路所為之通訊交易，前項應提供之資訊應以供消費者完整查閱、儲存之電子方式為之。

#### (14)消費者保護法第 19 條



通訊交易或訪問交易之消費者，得於收受商品或接受服務後七日內，以退回商品或書面通知方式解除契約，無須說明理由及負擔任何費用或對價。

但通訊交易有合理例外情事者，不在此限。

前項但書合理例外情事，由行政院定之。

企業經營者於消費者收受商品或接受服務時，未依前條第一項第三款規定提供消費者解除契約相關資訊者，第一項七日期間自提供之次日起算。但自第一項七日期間起算，已逾四個月者，解除權消滅。

消費者於第一項及第三項所定期間內，已交運商品或發出書面者，契約視為解除。

通訊交易或訪問交易違反本條規定所為之約定，其約定無效。

#### (15)消費者保護法第 19-2 條

消費者依第十九條第一項或第三項規定，以書面通知解除契約者，除當事人另有個別磋商外，企業經營者應於收到通知之次日起十五日內，至原交付處所或約定處所取回商品。

企業經營者應於取回商品、收到消費者退回商品或解除服務契約通知之次日起十五日內，返還消費者已支付之對價。契約經解除後，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二百五十九條之規定不利者，無效。

#### (16)消費者保護法第 22 條

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。

企業經營者之商品或服務廣告內容，於契約成立後，應確





實履行。

(17)消費者保護法第 24 條

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。

(18)消費者保護法第 25 條

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。

(19)消費者保護法第 33 條

直轄市或縣(市)政府認為企業經營者提供之商品或服務有損害消費者生命、身體、健康或財產之虞者，應即進行調查。於調查完成後，得公開其經過及結果。

前項人員為調查時，應出示有關證件，其調查得依下列方式進行：

- 一、向企業經營者或關係人查詢。
- 二、通知企業經營者或關係人到場陳述意見。
- 三、通知企業經營者提出資料證明該商品或服務對於消費



者生命、身體、健康或財產無損害之虞。

四、派員前往企業經營者之事務所、營業所或其他有關場所進行調查。

五、必要時，得就地抽樣商品，加以檢驗。

(20)消費者保護法第 36 條

直轄市或縣(市)政府對於企業經營者提供之商品或服務，經第三十三條之調查，認為確有損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞者，應命其限期改善、回收或銷燬，必要時並得命企業經營者立即停止該商品之設計、生產、製造、加工、輸入、經銷或服務之提供，或採取其他必要措施。

(21)消費者保護法第 37 條

直轄市或縣(市)政府於企業經營者提供之商品或服務，對消費者已發生重大損害或有發生重大損害之虞，而情況危急時，除為前條之處置外，應即在大眾傳播媒體公告企業經營者之名稱、地址、商品、服務、或為其他必要之處置。

(22)消費者保護法第 38 條

中央主管機關認為必要時，亦得為前五條規定之措施。

(23)消費者保護法第 51 條

依本法所提之訴訟，因企業經營者之故意所致之損害，消費者得請求損害額五倍以下之懲罰性賠償金；但因重大過失所致之損害，得請求三倍以下之懲罰性賠償金，因過失所致之損害，得請求損害額一倍以下之懲罰性賠償金。

(24)消費者保護法第 56 條

違反第二十四條、第二十五條或第二十六條規定之一者，經主管機關通知改正而逾期不改正者，處新臺幣二萬元以上二十萬元以下罰鍰。



(25)消費者保護法第 56-1 條

企業經營者使用定型化契約，違反中央主管機關依第十七條第一項公告之應記載或不得記載事項者，除法律另有處罰規定外，經主管機關令其限期改正而屆期不改正者，處新臺幣三萬元以上三十萬元以下罰鍰；經再次令其限期改正而屆期不改正者，處新臺幣五萬元以上五十萬元以下罰鍰，並得按次處罰。

(26)消費者保護法第 57 條

企業經營者規避、妨礙或拒絕主管機關依第十七條第六項、第三十三條或第三十八條規定所為之調查者，處新臺幣三萬元以上三十萬元以下罰鍰，並得按次處罰。

(27)消費者保護法第 58 條

企業經營者違反主管機關依第三十六條或第三十八條規定所為之命令者，處新臺幣六萬元以上一百五十萬元以下罰鍰，並得按次處罰。

(28)消費者保護法第 59 條

企業經營者有第三十七條規定之情形者，主管機關除依該條及第三十六條之規定處置外，並得對其處新臺幣十五萬元以上一百五十萬元以下罰鍰。

(29)消費者保護法第 60 條

企業經營者違反本法規定，生產商品或提供服務具有危害消費者生命、身體、健康之虞者，影響社會大眾經中央主管機關認定為情節重大，中央主管機關或行政院得立即命令其停止營業，並儘速協請消費者保護團體以其名義，提起消費者損害賠償訴訟。

2.民法的相關規定：

(1)民法第 188 條



受僱人因執行職務，不法侵害他人之權利者，由僱用人與行為人連帶負損害賠償責任。但選任受僱人及監督其職務之執行，已盡相當之注意或縱加以相當之注意而仍不免發生損害者，僱用人不負賠償責任。

如被害人依前項但書之規定，不能受損害賠償時，法院因其聲請，得斟酌僱用人與被害人之經濟狀況，令僱用人為全部或一部之損害賠償。

僱用人賠償損害時，對於為侵權行為之受僱人，有求償權。

#### (2) 民法第 224 條

債務人之代理人或使用人，關於債之履行有故意或過失時，債務人應與自己之故意或過失負同一責任。但當事人另有訂定者，不在此限。

#### (3) 民法第 490 條

稱承攬者，謂當事人約定，一方為他方完成一定之工作，他方俟工作完成，給付報酬之契約。

約定由承攬人供給材料者，其材料之價額，推定為報酬之一部。

#### (4) 民法第 491 條

如依情形，非受報酬即不為完成其工作者，視為允與報酬。未定報酬額者，按照價目表所定給付之；無價目表者，按照習慣給付。

#### (5) 民法第 492 條

承攬人完成工作，應使其具備約定之品質及無減少或滅失價值或不適於通常或約定使用之瑕疵。

#### (6) 民法第 493 條

工作有瑕疵者，定作人得定相當期限，請求承攬人修補之。承攬人不於前項期限內修補者，定作人得自行修補，並得



向承攬人請求償還修補必要之費用。

如修補所需費用過鉅者，承攬人得拒絕修補，前項規定，不適用之。

(7)民法第 494 條

承攬人不於前條第一項所定期限內修補瑕疵，或依前條第三項之規定拒絕修補或其瑕疵不能修補者，定作人得解除契約或請求減少報酬。但瑕疵非重要，或所承攬之工作為建築物或其他土地上之工作物者，定作人不得解除契約。

(8)民法第 495 條

因可歸責於承攬人之事由，致工作發生瑕疵者，定作人除依前二條之規定，請求修補或解除契約，或請求減少報酬外，並得請求損害賠償。

前項情形，所承攬之工作為建築物或其他土地上之工作物，而其瑕疵重大致不能達使用之目的者，定作人得解除契約。

(9)民法第 496 條

工作之瑕疵，因定作人所供給材料之性質或依定作人之指示而生者，定作人無前三條所規定之權利。但承攬人明知其材料之性質或指示不適當，而不告知定作人者，不在此限。

(10)民法第 497 條

工作進行中，因承攬人之過失，顯可預見工作有瑕疵或有其他違反契約之情事者，定作人得定相當期限，請求承攬人改善其工作或依約履行。

承攬人不於前項期限內，依照改善或履行者，定作人得使第三人改善或繼續其工作，其危險及費用，均由承攬人負擔。



(11)民法第 502 條

因可歸責於承攬人之事由，致工作逾約定期限始完成，或未定期限而逾相當時期始完成者，定作人得請求減少報酬或請求賠償因遲延而生之損害。

前項情形，如以工作於特定期限完成或交付為契約之要素者，定作人得解除契約，並得請求賠償因不履行而生之損害。

(12)民法第 503 條

因可歸責於承攬人之事由，遲延工作，顯可預見其不能於限期內完成而其遲延可為工作完成後解除契約之原因者，定作人得依前條第二項之規定解除契約，並請求損害賠償。

(13)民法第 504 條

工作遲延後，定作人受領工作時不為保留者，承攬人對於遲延之結果，不負責任。

(14)民法第 505 條

報酬應於工作交付時給付之，無須交付者，應於工作完成時給付之。

工作係分部交付，而報酬係就各部分定之者，應於每部分交付時，給付該部分之報酬。

(15)民法第 506 條

訂立契約時，僅估計報酬之概數者，如其報酬，因非可歸責於定作人之事由，超過概數甚鉅者，定作人得於工作進行中或完成後，解除契約。

前項情形，工作如為建築物或其他土地上之工作物或為此等工作物之重大修繕者，定作人僅得請求相當減少報酬，如工作物尚未完成者，定作人得通知承攬人停止工作，並得解除契約。





定作人依前二項之規定解除契約時，對於承攬人，應賠償相當之損害。

(16)民法第 507 條

工作需定作人之行為始能完成者，而定作人不為其行為時，承攬人得定相當期限，催告定作人為之。

定作人不於前項期限內為其行為者，承攬人得解除契約，並得請求賠償因契約解除而生之損害。

(17)民法第 508 條

工作毀損、滅失之危險，於定作人受領前，由承攬人負擔，如定作人受領遲延者，其危險由定作人負擔。

定作人所供給之材料，因不可抗力而毀損、滅失者，承攬人不負其責。

(18)民法第 509 條

於定作人受領工作前，因其所供給材料之瑕疵或其指示不適當，致工作毀損、滅失或不能完成者，承攬人如及時將材料之瑕疵或指示不適當之情事通知定作人時，得請求其已服勞務之報酬及墊款之償還，定作人有過失者，並得請求損害賠償。

(19)民法第 511 條

工作未完成前，定作人得隨時終止契約。但應賠償承攬人因契約終止而生之損害。

(20)民法第 514 條

定作人之瑕疵修補請求權、修補費用償還請求權、減少報酬請求權、損害賠償請求權或契約解除權，均因瑕疵發見後一年間不行使而消滅。

承攬人之損害賠償請求權或契約解除權，因其原因發生後，一年間不行使而消滅。



(二) 雖然目前主管機關尚未就清潔服務業者公告應依循的定型化契約範本，及應記載及不得記載事項，但就政府機關保護消費者權益的行政作為趨勢而言，主管機關就清潔服務業者公告定型化契約範本，及應記載及不得記載事項，應是時間早晚的問題，清潔服務業者仍需對於消費者保護法中與定型化契約相關的規定，有所認知瞭解，以為嗣後的因應。另，雖然部分清潔服務業者，並非全以通訊交易的方式洽接業務，但以通訊交易方式接洽業務，乃是現代工商業社會無可迴避的交易方式，所以還是要提醒所有的清潔服務業者，對於消費者保護法中與通訊交易相關的規定，予以重視和遵行。

#### 五、後續服務階段：

(一) 清潔服務業者最殷殷期盼的，就其 6 斤提供的高品質服務，贏得消費者的肯定和信任，並換來源源不絕的業績和賺錢機會。而所謂高品質的內涵，當然包括售後服務及客訴處理。我消費者保護法中，對於消費者消費爭議申訴、調解的程序，定有明文，特予列載介紹。另清潔服務業者與多數企業經營者相同，在服務過程中或多或少會接觸到受雇者及消費者的個人資料，由於個人資料保護法，已在民國 101 年 10 月 1 日公布施行，並於 104 年 12 月 30 日修正，一清潔服務業者，既是個人資料保護法第 2 條第 8 款所稱的非公務機關，故關於個人資料的蒐集、處理、利用，均應符合個人資料保護法的規定，否則即會面臨民事損害賠償、行政罰鍰科處，甚至刑事的起訴判刑。因此，也在本文對個人資料保護法中重要的條文內容，列載如下：

1. 消費者保護法對於消費爭議申訴及調解程序的相關法律規定：

(1) 消費者保護法第 43 條

消費者與企業經營者因商品或服務發生消費爭議時，消費者得向企業經營者、消費者保護團體或消費者服務中心或



其分中心申訴。

企業經營者對於消費者之申訴，應於申訴之日起十五日內妥適處理之。

消費者依第一項申訴，未獲妥適處理時，得向直轄市、縣(市)政府消費者保護官申訴。

(2)消費者保護法第 44 條

消費者依前條申訴未能獲得妥適處理時，得向直轄市或縣(市)消費爭議調解委員會申請調解。

(3)消費者保護法第 45-2 條

關於消費爭議之調解，當事人不能合意但已甚接近者，調解委員得斟酌一切情形，求兩造利益之平衡，於不違反兩造當事人之主要意思範圍內，依職權提出解決事件之方案，並送達於當事人。

前項方案，應經參與調解委員過半數之同意，並記載第四十五條之三所定異議期間及未於法定期間提出異議之法律效果。

(4)消費者保護法第 45-3 條

當事人對於前條所定之方案，得於送達後十日之不變期間內，提出異議。

於前項期間內提出異議者，視為調解不成立；其未於前項期間內提出異議者，視為已依該方案成立調解。

第一項之異議，消費爭議調解委員會應通知他方當事人。

(5)消費者保護法第 45-4 條

關於小額消費爭議，當事人之一方無正當理由，不於調解期日到場者，調解委員得審酌情形，依到場當事人一造之請求或依職權提出解決方案，並送達於當事人。

前項之方案，應經全體調解委員過半數之同意，並記載第



四十五條之五所定異議期間及未於法定期間提出異議之法律效果。

第一項之送達，不適用公示送達之規定。

第一項小額消費爭議之額度，由行政院定之。

(6)消費者保護法第 45-5 條

當事人對前條之方案，得於送達後十日之不變期間內，提出異議；未於異議期間內提出異議者，視為已依該方案成立調解。

當事人於異議期間提出異議，經調解委員另定調解期日，無正當理由不到場者，視為依該方案成立調解。

(7)消費者保護法第 46 條

調解成立者應作成調解書。

前項調解書之作成及效力，準用鄉鎮市調解條例第二十五條至第二十九條之規定。

2.個人資料保護法的相關規定：

(1)個人資料保護法第 2 條

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。

#### (2)個人資料保護法第3條

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。

#### (3)個人資料保護法第5條

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。

#### (4)個人資料保護法第6條

有關病歷、醫療、基因、性生活、健康檢查及犯罪前科之個人資料，不得蒐集、處理或利用。但有下列情形之一者，不在此限：

一、法律明文規定。

二、公務機關執行法定職務或非公務機關履行法定義務必要範圍內，且事前或事後有適當安全維護措施。

三、當事人自行公開或其他已合法公開之個人資料。





- 四、公務機關或學術研究機構基於醫療、衛生或犯罪預防之目的，為統計或學術研究而有必要，且資料經過提供者處理後或經蒐集者依其揭露方式無從識別特定之當事人。
  - 五、為協助公務機關執行法定職務或非公務機關履行法定義務必要範圍內，且事前或事後有適當安全維護措施。
  - 六、經當事人書面同意。但逾越特定目的之必要範圍或其他法律另有限制不得僅依當事人書面同意蒐集、處理或利用，或其同意違反其意願者，不在此限。
- 依前項規定蒐集、處理或利用個人資料，準用第八條、第九條規定；其中前項第六款之書面同意，準用第七條第一項、第二項及第四項規定，並以書面為之。

#### (5) 個人資料保護法第 7 條

第十五條第二款及第十九條第一項第五款所稱同意，指當事人經蒐集者告知本法所定應告知事項後，所為允許之意思表示。

第十六條第七款、第二十條第一項第六款所稱同意，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，單獨所為之意思表示。

公務機關或非公務機關明確告知當事人第八條第一項各款應告知事項時，當事人如未表示拒絕，並已提供其個人資料者，推定當事人已依第十五條第二款、第十九條第一項第五款之規定表示同意。

蒐集者就本法所稱經當事人同意之事實，應負舉證責任。

#### (6) 個人資料保護法第 8 條

公務機關或非公務機關依第十五條或第十九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、告知將妨害公共利益。
- 五、當事人明知應告知之內容。
- 六、個人資料之蒐集非基於營利之目的，且對當事人顯無不利之影響。

#### (7)個人資料保護法第9條

公務機關或非公務機關依第十五條或第十九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一項第一款至第五款所列事項。

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。

(8)個人資料保護法第 10 條

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。

(9)個人資料保護法第 11 條

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，或經當事人書面同意，並經註明其爭議者，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。



(10)個人資料保護法第 12 條

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。

(11)個人資料保護法第 19 條

非公務機關對個人資料之蒐集或處理，除第六條第一項所規定資料外，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，且已採取適當之安全措施。
  - 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經蒐集者依其揭露方式無從識別特定之當事人。
  - 五、經當事人同意。
  - 六、為增進公共利益所必要。
  - 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。
  - 八、對當事人權益無侵害。
- 蒐集或處理者知悉或經當事人通知依前項第七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。

(12)個人資料保護法第 20 條

非公務機關對個人資料之利用，除第六條第一項所規定資料外，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、為增進公共利益所必要。
- 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經蒐集者依其揭露方式無從識別特定之當事人。
- 六、經當事人同意。
- 七、有利於當事人權益。

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。

非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。

#### (13)個人資料保護法第 25 條

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。

#### (14)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。

(15)個人資料保護法第 28 條

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，不受第三項所定每人每一事件最低賠償金  
額新臺幣五百元之限制。

第二項請求權，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。

(16)個人資料保護法第 29 條

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，適用前條第二項至第六項規定。

(17)個人資料保護法第 30 條

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。

(18)個人資料保護法第 31 條

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。

(19)個人資料保護法第 41 條

意圖為自己或第三人不法之利益或損害他人之利益，而違反第六條第一項、第十五條、第十六條、第十九條、第二十條第一項規定，或中央目的事業主管機關依第二十一條限制國際傳輸之命令或處分，足生損害於他人者，處五年以下有期徒刑，得併科新臺幣一百萬元以下罰金。

(20)個人資料保護法第 42 條

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。

(21)個人資料保護法第 43 條

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。

(22)個人資料保護法第 45 條

本章之罪，須告訴乃論。但犯第四十一條之罪者，或對公務機關犯第四十二條之罪者，不在此限。





(23)個人資料保護法第 46 條

犯本章之罪，其他法律有較重處罰規定者，從其規定。

(24)個人資料保護法第 47 條

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、違反第六條第一項規定。
- 二、違反第十九條規定。
- 三、違反第二十條第一項規定。
- 四、違反中央目的事業主管機關依第二十一條規定限制國際傳輸之命令或處分。

(25)個人資料保護法第 48 條

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、違反第八條或第九條規定。
- 二、違反第十條、第十一條、第十二條或第十三條規定。
- 三、違反第二十條第二項或第三項規定。
- 四、違反第二十七條第一項或未依第二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。

(26)個人資料保護法第 49 條

非公務機關無正當理由違反第二十二條第四項規定者，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。

(27)個人資料保護法第 50 條



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。

#### (28)個人資料保護法第 51 條

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。

### 3.關於個人資料保護法施行細則部分：

#### (1)個人資料保護法施行細則第 12 條

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。



(2)個人資料保護法施行細則第 21 條

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。

(3)個人資料保護法施行細則第 22 條

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。

(4)個人資料保護法施行細則第 27 條

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。

(5)個人資料保護法施行細則第 28 條

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。



(二) 清潔服務遇有消費爭議時，當然有各自處理的機制和辦法，但如與消費者間無法達成爭議的解決，透由消費者保護法規定的申訴與機制，在第三方的積極分析協調下，對於消費爭議的消弭，應有相當大的助益。另觀諸個人資料保護法第 2 條第 1 款的規定，可知道個人資料保護的客體範圍相當廣泛，包括「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」等，幾乎涵蓋所有自然人的有形無形資料，所以清潔服務者對於僱傭過程中、業務推展履約過程中所接觸的員工個資或消費者個資，在蒐集、處理、利用上，如未注意到上述個人資料保護法的規定要求，隨時都有違法疑慮，甚至面臨民、刑事法律責任，及行政處罰的嚴重後果，所以清潔服務業者，對個人資料保護法的相關規定，一定慎重認知依行。

## 參、示範案例公司的介紹及實際執行情形的研析

### 一、示範案例公司的介紹

本件示範案例公司成立已 21 年，公司資本額為 1,300 萬元，員工約 100 人，有定期性勞務契約員工及不定期性勞務契約兩類，主要消費者客源在中部地區、但也有少部分的遠區服務者。示範案例公司往年的年營業額約在 7,000 萬元左右，但今年在缺工的影響下，營業額預計將降至 4、5,000 萬元。示範案例公司的服務客源，大部分來自口碑相傳，並不太需要打廣告或網路宣傳，示範案例公司與消費者間的服務契約，大部分是以口頭或簽立施工計劃書的方式成立訂立，但遇到公務機關、學校或大型企業客戶的服務採購案，則會應客戶的要求，簽立正式繁複內容的書面契約。示範案例公司對於受雇員工都會做職前、及在職訓練；另



外，每三個月也會召開一次勞資會議，就業務拓展、工作安全，及勞工權益等相關問題，共同討論及交換意見；在遇有特殊場域的清潔服務業務時，更會對員工做特別的職前訓練及工作提醒要求。示範案例公司表示「安全」、「全責服務」，為公司的最大要求。示範案例公司的服務類型，在長期駐點服務部分，占業務量半數，另外半數業務，則為機動服務工程，及居家清潔服務。至於服務的項目內容，包括清潔、病媒防治、除蟲、園藝處理、水塔水池清洗等，一方面也兼賣清潔用品。示範案例公司強調，在從事服務的過程中所使用的物品，都是符合 MSDS（物資安全資料表）的標準，不具任何毒性，如除蟲使用的噴劑，成份為合成除蟲菊。示範案例公司在施工前後，都會提醒客戶應該注意的事項，且一般給付客戶施工計劃書作為提醒。示範案例公司在消費爭議的處理方式為：「要求員工先回報問題、要求問題解決、嗣後再協調處理。」，但自公司成立以來，甚少有客戶提出消費爭議申訴，至今只有一件糾紛（客戶申訴遺失物品），所以示範案例公司對於自家公司的服務品質，充滿無比信心。示範案例公司再度強調「服務、安全、品質、快樂、專業」、「做到客戶滿意為止」、「責任服務」，永遠是公司最高的要求。

## 二、示範案例公司實際業務執行情形，是否符合法律規範的研析

### （一）申請階段部分：

示範案例乙公司乃係依照公司法規定成立的法人組織，且經依法辦理營業登記，是一個正常合法營運的公司。由於清潔服務業並非為需經主管機關特許的行業，甚至清潔服務業的主管機關究屬何單位，至今妾身未明，故示範案例乙公司目前並無從進一步取得其他執業證照。

### （二）研發階段部分：

示範案例公司目前並沒有依照行政院環保署公佈的「清潔服





務環保標章」的核發標準，向行政院環保署申請取得金級、銀級、銅級各級的清潔服務環保標章。但從示範案例公司強調從事清潔服務時所使用的物品，都符合 MSDS（物資安全資料表）標準，不具任何毒性；且在施工前後，用心提醒客戶應該注意的事項；處理消費爭議時，力求「服務、安全、品質、快樂、專業」、「做到客戶滿意為止」、「責任服務」，和諧的滿足客戶需求；另一方面，對於受雇員工充分做到職前、在職訓練，定期召開勞資會議，遇有特殊場域的清潔服務業務時，更對員工做特別的職前訓練及工作提醒。在在均顯示示範案例公司事實上多數有採取朝向行政院環保署公布的「清潔服務環保標章」的核發標準的措施力行，此是值得鼓勵和肯定的。然而，取得政府機關核發的分級清潔服務環保標章，畢竟是一個優質清潔服務業的象徵標示，且可讓消費者能有足以辨識清潔服務業者品質良窳的選擇標準，所以在此，我們仍然要建議，如果不是需要耗費太多的費用下，實可考慮是否向行政院環保署提出清潔服務環保標章的申請，此應為利己利人的舉措。

### （三）生產階段部分：

1. 示範案例乙公司係提供清潔服務的勞務事項予消費者，此與一般實體商品先經過生產製造過程，而於產品製作完成，才能提供到市場銷售者，並不相同。雖然現有法規中，對於清潔服務業者在實施清潔服務工作前或工作中，在安全管理上，並沒有太多的要求。但示範案例乙公司卻基於「安全第一」、「全責服務」的要求，除長期性、經常性地對於受雇員工做職前及在職訓練外；另外，每三個月也會召開一次勞資會議，就業務拓展、工作安全，及勞工權益等相關問題，共同討論及交換意見；另遇有特殊場域的清潔服務業務時，更會對員





工做特別的職前訓練及工作提醒要求，這是在清潔服務業者中，顯屬難能可貴的企業經營者，實值讚賞。

- 2.誠如前述，主管機關對於利用高空繩索或吊籠懸空等高危險性的清潔服務工作方式，為維護及保障工作實施者、消費者、或其他第三人的身體、生命、財產的安全，特別訂定了相關的監督、管理的法令及措施。示範案例乙公司目前雖然沒有類似需利用高空繩索或吊籠懸空等高危險性方式，進行清潔服務工作的情形，但並不排除嗣後仍有該等方式實施清潔服務工作的可能性，屆時建議示範案例乙公司務必依行主管機關所訂定相關監督管理的法令及措施的規定。

#### (四) 銷售階段（清潔勞務提供營運階段）：

- 1.目前示範案例乙公司的服務客源，雖然大部分來自口碑相傳，並不太需要經由廣告宣傳或以網路行銷方式爭取業績，甚至連簽訂正式的書面契約都不需要。但示範案例乙公司於接洽業務時，仍不免會有出具書面的服務內容及價格介紹，或出具所謂的施工計劃書的情形，此依消費者保護法第 22 條「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。」的規定，均具有法律上的效力。事實上，示範案例乙公司就其對消費者所做的承諾，不論是口頭上的、書面上的（包服務內容介紹書、施工計劃書、報價單、估價單），於履行上完全不打折扣（全責服務），做到顧客百分之百滿意為止，實令人激賞。
- 2.雖然目前主管機關尚未就清潔服務業部分，公告定型化契約範本，及應記載及不得記載事項，但就政府機關保護消費者權益的行政作為趨勢來看，主管機關就清潔服務業公告定型化契約內容，及應記載及不得記載事項，應是時間早晚的問題，清潔服務業者包括示範案例乙公司，實仍需對於消費者保護



法中的定型化契約相關規定，有所認知及瞭解，以為嗣後的因應。

- 3.目前示範案例乙公司除與公務機關、學校或大型企業客戶的服務採購案，會應客戶的要求，簽立正式繁複內容的書面契約外，與其他消費者間的服務契約，大部分是以口頭或簽立施工計劃書的方式成立，由於口頭方式成立的契約，難以證明雙方合意的約定條件，易生消費爭議，另施工計劃書通常較為簡略，容易產生雙方認知上的差距，而衍生消費爭議。雖然目前示範案例公司本於做到客戶滿意為止的全責服務理念，故與消費者間產生消費爭議的事件微乎其微。但為避免無謂的爭議，及示範案例公司花於解決消費爭議，大量人力、物力成本的耗費，所以我們仍然要建議，示範案例乙公司是否對於每個服務契約，都能以訂立書面契約的方式，來約定雙方的權利義務關係內容，避免雙方因認知上的不同，而發生不愉快的服務爭議。
- 4.雖然目前示範案例乙公司的服務客源，大部分來自口碑相傳，並不需要以打廣告或網路宣傳方式爭取業務，也不需以通訊交易的方式洽接業務，但以通訊交易方式接洽業務，已是現代工商業社會無可迴避的趨勢，所以在此還是要提醒示範案例乙公司，對於消費者保護法中涉及通訊交易相關的規定，應為認知及重視，俾於嗣後採取通訊交易方式進行業務接洽時，得有所準備及因應。
- 5.依消費者保護法第 7 條的規定，企業經營者就其所提供之服務，致生損害予消費者或第三人時，原則上應負無過失的賠償責任，另依同法第 51 條的規定，因企業經營者的故意行為所致的損害，消費者得請求三倍以下的懲罰性賠償金，因企業經營者的重大過失行為所致的損害，消費者得請求兩倍以



下的懲罰性賠償金，因企業經營者的過失行為所致的損害，消費者得請求一倍以下的懲罰性賠償金，此是清潔服務業者，包括示範案例乙公司，一定要特別注意的。特別是依照民法第 188 條及第 224 條的規定，因清潔服務業者，包括示範案例乙公司的受僱人或代理人、使用人，在債之履行過程中，有故意或過失致相對人或他人受有損害者，清潔服務業者，包括示範案例乙公司須與該行為人負連帶賠償責任或同一之責任。此部分觀諸示範案例乙公司，再三對於公司員工勤作職前及在職訓練，並定期開會檢討公安，另要求公司員工安全第一為要，顯見對於消費者保護法、民法及其他勞工安全管理法規的重視，實值肯定。

## (二) 後續服務階段：

1. 示範案例乙公司在消費爭議的處理方式為：「要求員工先回報問題、要求問題解決、嗣後再協調處理。」，但自公司成立以來，甚少有客戶提出消費爭議申訴，至今只有一件糾紛（客戶申訴遺失物品），所以示範案例乙公司對於自家公司的服務品質，充滿無比信心。故知示範案例乙公司在解決消費爭議的後續服務部分，幾乎是以完全滿足客戶申訴要求為最高準則，所以 21 年來少有消費紛爭的情事發生。示範案例乙公司如此處理消費爭議的方式，不但可消弭示範案例乙公司與客戶間的各项爭議，並可賺得客戶對於示範案例乙公司的信任與讚譽，實可為清潔服務業者的楷模及學習對象。所以消費者保護法中有關申訴及調解程序的相關規定，對於示範案例乙公司來講，幾乎派不上用場。
2. 由於示範案例公司是屬於個人資料保護法第 2 條第 7 款非公務機關的定義範圍，且由個人資料保護法第 2 條第 1 款的規定的內容來看，個人資料保護法所保護的客體範圍相當廣泛，



包括「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」等，幾乎涵蓋所有自然人的有形無形資料。而示範案例公司於從事清潔服務業務，於聘僱員工過程及業務推展履約過程，難免會接觸到員工個資或消費者個資，所以示範案例公司就其所接觸到的員工個資及消費者個資，於蒐集、處理、利用時，一定要符合個人資料保護法的規定要求，否則隨時就會有違法的可能性，甚至面臨民、刑事法律責任，及行政處罰的嚴重後果。目前示範案例公司對於員工及客戶的個資，均控鎖於財務資管單位，可知示範案例公司也知道個資嚴格管理的重要性，此是可喜的現象，但所謂個資的蒐集、處理、利用，畢竟事涉多端，公司仍需對於所有可能接觸到員工或客戶個資的相關人員，多做與個資法相關的法治教育訓練，或訂定完備的管理規章，對於個資管理為嚴格的要求，避免違法情事的發生。

## 肆、清潔服務業者未來發展的建議

一、繁忙的工商業社會，清潔打掃及環境消毒工作，委託專業清潔服務業者打理，不論是基於專業分工的必要性，或基於人事管理、成本費用的考量，應該是屬於必然發展的趨勢。但不管是公司行號、公寓大廈社區，或一般家庭，需要清潔打掃或消毒的區域，畢竟是屬於人們辦公、居住、使用或進出來往的地方，所以清潔服務業者，於提供清潔灑掃或消毒除菌時所使用的清潔滌劑及消毒藥劑內涵的物質，是否在法令的管制限制數值之下，不但涉及服務品質的良窳問題，更與消費大眾身體健康、財產安全息息相關。雖然在激烈的市場競爭中，價格優勢確實是爭取業績的重要門檻，但隨著環保意識抬頭的社會氛圍，社會大眾對於消費物品（包括清潔消毒用品）是否會造成環境污染，甚至是否會危及人體健康安全，已是擇取企業經營者提供服務的極重要考量。換言之，價格因素已經不再是市場競爭的唯一考量。舉示範案例乙公司為例，該公司於執行清潔、消毒時所使用的清潔用品及消毒液劑，全然係採用無害於人體健康，及不對環境造成污染的材質，但示範案公司的業務，在口碑相傳，不需要做任何廣告宣傳下，仍供不應求，這是其他清潔服務業者，要審思考量，甚至學習的。另外，既然行政院環保署為提高清潔服務業者的服務品質，及讓消費大眾對於優質的清潔服務業者，得有憑為信賴選擇的參考，因而訂頒有「清潔服務環保標章」的核發標準，俾讓清潔服務業者，得就不同等級的要求條件，向行政院環保署申請取得金級、銀級、銅級的清潔服務環保標章。此「清潔服務環保標章」的核發標準，不但應該是清潔服務業者作為提高企業服務品質的追求目標，且此金級、銀級、銅級的清潔服務環保標章的申請取得，





更應該是清潔服務業者建立企業良好信譽口碑而得在眾多競爭者中，足以脫穎而出，成為消費大眾優先選擇的絕佳條件。

二、清潔服務業所提供者，乃是清潔服務的勞務事項，此與一般實體商品係先經過生產製造過程，在產品製作完成，始提供到市場銷售者，並不相同。雖然在現有法規中，對於實施清潔服務工作者，並沒有資格上或專業證照上的要求，且對於實施清潔服務工作前或實施過程中，安全維護管理上，也沒有太多的要求。但基於清潔服務工作實施過程中，對於工作實施者、消費者，甚或第三者的身體、生命、財產安全謹慎維護的考量，避免意外事故的發生，實應參照示範案例乙公司「安全第一」、「全責服務」的理念與做法，除長期性、經常性地對於受雇員工做職前及在職訓練外；另外，定期的召開勞資會議，就業務拓展、工作安全，及勞工權益等相關問題，共同檢討及交換意見，更有助於職場和工作中的安全，與高服務品質的達標。另外，遇有特殊場域的清潔服務業務時，更需對工作實施者，做特別的職前訓練及工作提醒叮嚀，以保萬無一失。誠如前述，利用高空繩索或吊籠懸空等高危險性的清潔服務工作方式，主管機關更為維護及保障工作實施者、消費者、或其他第三人的身體、生命、財產的安全，特別訂定了相關的監督、管理法令及措施。清潔服務業者，如有類似利用高空繩索或吊籠懸空等高危險性方式，進行清潔服務工作的情形，務必須依行主管機關所訂定相關監督管理的法令及措施的規定，以達零事故發生的目標，始為利人利己的舉措。

三、目前清潔服務業者，在爭取業績的方式上，態樣多元，或口碑相傳，或經由大力廣告的宣傳或經由網路的行銷，不一而足。另於業務的洽接時，也有以出具書面的服務內容及價格介紹，或以出具施工計劃書的方式為之，不論上列何者，均在消費者保護法第





22 條「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。」的規定內涵範圍，都具有實質上的法律效力，清潔服務業者均應依其承諾或所謂的廣告內容為履行，俾免消費爭議的發生。

- 四、目前清潔服務業者，除了部分與公務機關、學校或大型企業客戶間的服務採購案，會應著客戶的要求，簽立正式繁複內容的書面契約外，其他多數與消費者間成立的服務契約，或為口頭約定或即使有簽立書面文件，內容往不夠周詳完備，其中口頭方式成立的契約，難以證明雙方合意的約定條件，易生消費爭議，另簡略的書面文件契約，亦容易產生雙方認知上的差距，而衍生消費紛爭。所以業者與消費者間，能夠簽立明確權利義務關係內容的書面契約，才是避免不愉快的爭議衝突發生，最可靠的良帖。
- 五、清潔服務業當然屬於消費者保護法所規定定義的企業經營者範圍，則就清潔服務業者與消費者間的權利義務關係，當然應適用消費者保護法的相關規定。特別是現代交易型態，多數已透過電話、傳真、網際網路方式進行，而具備通訊交易的性質，而關於通訊交易的解約、退款方式及效力上，消費者保護法中既然有它的特別規定，企業經營者自然應該熟稔依循。否則不但易生消費爭議，更容易因法令的不知、誤認、錯行，造成自身經營上的損失。另外，目前主管機關所公告的各種定型化契約範本，及應記載、不得記載事項，雖尚未及於清潔服務業，但就政府機關保護消費者權益的行政作為趨勢來看，主管機關就清潔服務業公告定型化契約範本，及應記載及不得記載事項，應是時間早晚的問題，清潔服務業者實仍需對於消費者保護法與定型化契約相關規定，有所認知及瞭解，以為嗣後的因應。況依消費者保護法第 12 條第 1 項規定，如企業經營者（包括清潔服務業）如以定型化契



約方式與消費者簽立契約，仍不得有違反誠信原則，對消費者顯失公平的情形，否則該定型化契約條款的內容，依然會被認定為無效。

六、依消費者保護法第 7 條的規定，企業經營者就其所提供之服務，致生損害予消費者或第三人時，原則上應負無過失的賠償責任，另依同法第 51 條的規定，因企業經營者的故意行為所致的損害，消費者得請求三倍以下的懲罰性賠償金，因企業經營者的重大過失行為所致的損害，消費者得請求兩倍以下的懲罰性賠償金，因企業經營者的過失行為所致的損害，消費者得請求一倍以下的懲罰性賠償金，此是清潔服務業者，包括示範案例乙公司，一定要特別注意的。特別是依照民法第 188 條及第 224 條的規定，因清潔服務業者的受僱人或代理人、使用人，在債之履行過程中，有故意或過失致相對人或他人受有損害者，清潔服務業者，須與該行為人負連帶賠償責任或負同一之責任。此等規定對於清潔服務業者而言，誠可謂責任肩負重大，清潔服務業者，在履約的過程，不可不小心從事，或另應以投保責任保險方式分擔風險，以保萬全。

七、消費爭議的發生，乃屬不可避免的事情，重點在於當紛爭發生時，如何受理申訴，如何圓滿解決。本文前舉示範案例乙公司處理消費爭議的做法「要求員工先回報問題、要求問題解決、嗣後再協調處理。」，並秉「全責服務」、「顧客至上」的理念，做到客戶滿意為止，所以幾乎無所謂消費糾紛的發生或延續，但這是超高難度的作業模式，固然可作為其他清潔服務業者追求的目標。回歸法律面而言，消費者保護法中本即有相關消費爭議申訴及調解程序的規定，清潔服務業者實亦可透由此等調解程序，經由立場中立的第三人調和勸諭下，達成和解共識，消弭紛爭，創造雙贏，



俾免訴爭的冗累繁厭。

八、清潔服務業者當然是個人資料保護法第 2 條第 7 款規定定義下的非公務機關，且由個人資料保護法第 2 條第 1 款的規定的內容來看，個人資料保護法所保護的客體範圍相當廣泛，包括「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」等，幾乎涵蓋所有自然人的有形無形資料。多數清潔服務業者於從事業務經營，和履約過程中，不免會接觸到員工的個資或消費者的個資。雖然以示範案例公司為例，確實也知道個資的蒐集、處理、利用，需符合個人資料保護法的規定要求，所以示範案例公司對於該公司所接觸持有的員工個資及客戶個資，均控鎖於財務資管單位，嚴格控管，以防外洩。但關於個資的蒐集、處理、利用，畢竟事涉多端，特別是尚有為數不少的企業經營者（包括清潔服務業者），尚未能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，包括對於受雇員工進行個資法相關的法治教育訓練，或訂定完備的管理規章，對於個資管理為嚴格的要求，誠屬令人擔心。在此戒懼戒慎的提醒，企業經營者（包括清潔服務業者），千萬不可輕忽個人資料保護法的相關規定，否則不慎觸法，將會面對行政罰鍰裁處，民事損害賠償，甚至刑責的科罰，後果不可謂不重。

## 伍、結語

本文針對清潔服務業者於申請階段、研發階段、生產階段、銷售階段（勞務提供階段）、後續服務階段等，各個不同階段，可能涉及或將來可能會涉及的法規命令或法律問題，提供給清潔服務業者參考或提醒。也於文中特別介紹足為清潔服務業者典範的示範案例乙公司，成功的經營管理模式和理念，做為清潔服務業者的參考。但目前清潔服務業者，包括示範案例乙公司普遍面臨四大難題：其一，不知主管機關為何？此讓清潔服務業者碰到任何困境或問題時，欲尋求主管機關的協助，卻求助無門，誠令人難以置信。其二、未依法辦理設立登記、營業登記的違法違章業者充斥，並以低價格低品質的方式，強搶業務。且在其低成本、違法逃漏稅的營運模式下，已形成不公平競爭的環境，每每造成合法業者經營上的困擾與困難。且在沒有主管機關監督管理的情況下，違法違章業者，越發此起彼生，肆無忌憚，劣幣逐良幣的情狀，由是隱然逐漸形成，此不但讓合法經營業者，氣憤難平，另一方面，對於消費者權益的保護，也是嚴重考驗。三、清潔服務業者，是高度依賴人力的工作，在薪資無法大力提昇、高學歷不願屈就、員工流動率居高不下等因素下，清潔服務業的缺工現象，普遍存在，並已造成清潔服務業者經營上困難。如果一休一例的法律，再經過，此缺工的現象，將更加嚴重，政府實應考慮外勞引進，填補業者人力空缺的可能性。四、如前所言，清潔服務業者，是高度依賴人力的工作，而從事清潔服務工作的勞工，完全仰賴薪水過活，所以清潔服務業者，每月均需準備充足的資金，以應薪水的發放給付。但清潔服務業者，收自客戶的報酬，往往卻是數月後始能兌付的支票，或請款、付款有數月落差的給付方式，故資金的週轉，也是清潔服務業者，經營上極大的挑戰。清潔服務業既是現代工商業社會高度需求的行業，政府實在應該儘快確定主管機關何屬，才能由主管機關積極地訂



定各項適宜的管理法規，建立一個公平合理的競爭環境，並協助及輔導合法的經營業者，解決所面臨到的各項困境及難題，讓合法的經營業者，得在安全無慮，品質無疑的情況下，永續經營發展，此也是清潔服務業者與消費者兩端衷心共同期盼。





## ◆ 食品製造業-消費者保護法規議題

何一芃律師

### 壹、前言

近年來隨著食安問題的不斷發生，也喚醒了民眾對於食品安全的重視，在此趨勢下，也使得政府在 104 年陸續對於食品製造等相關法規做了些許的修改與訂立。

在此潮流下，身為提供消費者食品的食品製造業者，無可否認勢必將遭受一定的衝擊，並且亦須配合相關法規調整其於研發、生產、製造、銷售的過程，以避免因不符合法律規定而遭受主管機關裁罰之情形。

故本文即是以食品製造業為產業議題之對象，將現行法規分別依照申請、研發、生產、銷售、後續服務等五個階段加以統整分類，以期能使業者更為清晰了解於從事食品製造時，應注意那些法律規定，以避免因違反法律規定而遭受主管機關懲處之情形，而本文亦利用與模範廠商實際的訪談及接觸，了解該廠商於實務上運作及業務上執行之情形作整理及剖析，希望藉此使業者更了解實際從事食品製造業相關法規，以利協助該產業合規合法，並能在獲得消費者的信賴與政府的支持下，創造最佳的商機與更多元化的發展。



## 貳、法規介紹

### 一、申請階段

(一)食品製造業依其規模除須領有工廠登記證或營業項目應為食品製造之營利事業登記，應注意為公司法、商業登記法、工廠法等法令。

(二)關於食品製造業之相關法規，多規定於食品安全衛生管理法及依該法制定之相關法規，以下為食品安全衛生管理法中，於業者申請設立時，應注意之相關規定：

#### ※食品安全衛生管理法

##### 第 8 條

**第三項** 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。

##### ◆ 食品業者登錄辦法（節錄）

##### 第 1 條

本辦法依食品安全衛生管理法（以下簡稱本法）第八條第四項規定訂定之。

##### 第 2 條

本辦法之適用對象，為中央主管機關依本法第八條第三項公告類別及規模之食品業者。

##### 第 3 條

**第一項** 食品業者應依中央主管機關規定之格式及內容，以書面或使用電子憑證網路傳輸方式，向直轄市、縣（市）主管機關申請登錄、變更登錄、廢止登錄及確認登錄內容之定期申報。

**第二項** 食品業者應指定人員（以下簡稱填報人），負責前項之登錄及申報事項。



#### 第 4 條

**第一項** 各產業類別之食品業者應登錄之事項如下：

一、製造及加工業：

- (一) 填報人基本資料。
- (二) 公司或商業登記資料。
- (三) 工廠登記資料。
- (四) 工廠或製作場所基本資料。
- (五) 委託或受託代工情形。
- (六) 製造及加工之產品資訊。
- (七) 其他有關製造行為之說明。

二、餐飲業：

- (一) 填報人基本資料。
- (二) 食品業者基本資料。
- (三) 工廠或餐飲場所基本資料。
- (四) 連鎖店資料。
- (五) 其他有關餐飲行為之說明。

三、輸入業：

- (一) 填報人基本資料。
- (二) 公司或商業登記資料。
- (三) 輸入類別。
- (四) 輸入之產品資訊。
- (五) 分裝及其他有關輸入行為之說明。

四、販售業：

- (一) 填報人基本資料。
- (二) 食品業者基本資料。
- (三) 販售之產品資訊。
- (四) 其他有關販售行為之說明。

**第二項** 食品業者同時從事不同產業類別之營業行為者，應分別辦理登錄。



### 第 5 條

**第一項** 食品業者未依中央主管機關規定之格式或內容申請登錄者，直轄市、縣（市）主管機關應命其限期改正；屆期不改正者，駁回其申請。

**第二項** 直轄市、縣（市）主管機關對於完成登錄之食品業者，應給予登錄字號。

### 第 6 條

直轄市、縣（市）主管機關為確認登錄內容，依本法第四十一條規定，得進入食品業者作業場所查核及要求其提供相關證明文件，食品業者不得規避、妨礙或拒絕。

### 第 7 條

**第一項** 登錄內容如有變更，食品業者應自事實發生之日起三十日內，申請變更登錄。

**第二項** 食品業者完成登錄後，應於每年七月申報確認登錄內容。

### 第 10 條

**第一項** 食品業者之設廠登記，應由工業主管機關會同主管機關辦理。

**第二項** 食品工廠之建築及設備，應符合設廠標準；其標準，由中央主管機關會同中央工業主管機關定之。

**第三項** 食品或食品添加物之工廠應單獨設立，不得於同一廠址及廠房同時從事非食品之製造、加工及調配。但經中央主管機關查核符合藥物優良製造準則之藥品製造業兼製食品者，不在此限。

**第四項** 本法中華民國一百零三年十一月十八日修正條文施行前，前項之工廠未單獨設立者，由中央主管機關於修正條文施行後六個月內公告，並應於公告後一年內完成辦理。

(三)依照食品安全衛生管理法第 10 條第 2 項之規定，食品工廠之建築及設備，應符合食品工廠建築及設備設廠標準相關規定，關



於食品工廠之基本共同標準，分別規定於該標準第 5 條至第 8 條列敘如下：

### ※食品工廠建築及設備設廠標準

#### 第 5 條

食品工廠之廠區環境應符合下列規定：

- 一、廠區內應築有通暢之排水溝，空地應鋪設混凝土、柏油或予以綠化，不得有塵土飛揚，環境應隨時保持清潔，地面應隨時清掃、保持清潔。
- 二、排水系統應經常清理，保持暢通，不得有異味。
- 三、禽畜、寵物等應予管制，並有適當的措施以避免污染食品，員工宿舍應與作業場所完全隔離並分別設置出入口。
- 四、應實施有效之病媒防治措施

#### 第 6 條

**第一項** 食品工廠得包括辦公室、原料處理場、加工或調理場、檢驗或研究室、包裝室、倉庫、機電室、鍋爐室、修護室、更衣室、洗手消毒室、餐廳、員工休息室、員工宿舍及廁所等。

**第二項** 凡使用性質或清潔程度要求不同之場所，應個別設置或有效隔離及管理，其建築並應符合下列規定：

一、牆壁與支柱：

原料處理場、加工或調理場等建築物之牆壁與支柱面應為白色或淺色，離地面至少一公尺以內之部分應使用非吸收性、不透水、易清洗之材料鋪設，其表面應平滑無裂縫並經常保持清潔，不得有納垢侵蝕等情形。

二、地面：

原料處理場、加工或調理場、內包裝室建築物之地面，應採非吸收性、不透水且耐酸鹼、耐磨之材料鋪設。地面應有良好之排水斜度及排水系統，無積水之虞。



### 三、樓板或天花板：

應為白色或淺色、易清掃、可防止灰塵積儲之構築，且不得有長黴納垢或成片剝落等情形發生。食品暴露之正上方樓板或天花板不得有結露現象，並保持清潔、良好維修之狀態。

### 四、光線：

食品工廠之廠房除倉庫以外，其他各項建築物應有足夠的光線，工作台面或調理台面應保持二百米燭光以上，機器設備台面應保持一百米燭光以上，使用之光源應不致改變食品之顏色，照明設備應保持清潔以避免污染食品。

### 五、通風：

廠房建築物應通風良好，視需要裝設風扇、抽風機等有效換氣設備。且通風口應有防止病媒侵入之設施。如有密閉之加工室或包裝室，則應有空調設備。

### 六、出入口、門窗及其他孔道：

應以非吸收性、易清洗、不透水堅固材料製作，並應設置防止病媒侵入之設施。

### 七、排水系統：

應有完整暢通之排水系統，排水溝應有攔截固體廢棄物之設施，出口處並應有防止病媒侵入之設施。

### 八、倉庫：

原料倉庫及成品倉庫應分別設置或予獨立，庫內地面應較庫外為高，並採用不透水材料建築，庫內所設之棧板須足以配合存貨及生產作業之需要。

### 九、廁所：

(一) 廁所之設置地點應防止污染水源。

(二) 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。



(三) 應有良好之通風、採光、防蟲、防鼠等設施，並備有流動自來水、清潔劑、烘手器或擦手紙巾等之洗手、乾手設施及垃圾桶。

(四) 應有如廁後應洗手之標示。

十、更衣室：

食品工廠視其需要得設置更衣室，更衣室應設於加工調理場旁適當位置並與食品作業場所隔離，男女更衣室應分開，室內應備有更衣鏡、潔塵設備及數量足夠之個人用衣物櫃及鞋櫃等。

十一、洗手消毒室：

食品工廠視其需要得設置洗手消毒室，其應與加工調理場或內包裝室相鄰，並設置數量足夠之洗手及乾手設施。洗手設施應符合第七條第一項第八款之規定。

十二、病媒防治：

不得發現有病媒或其出沒之痕跡。

## **第 7 條**

食品工廠之設備、用具及用水、用冰應符合下列規定：

- 一、食品在製造過程中可能接觸食品之容器、器具及有關食品製造之設備不可使用鉛、銅及有毒化學材料之物品。
- 二、廠內各種食品製造之設備應有系統排列，保持適當距離和足夠操作之工作空間。容器、器械等用具，應有清潔衛生之存放場所。
- 三、食品工廠應具備足夠數量之工作服、工作帽或髮網、手套等供給製造人員穿戴。
- 四、原料處理場、加工或調理場、廁所、洗手消毒室、員工休息室及餐廳等進出口處或適當位置，應設有洗手台及足夠數量之水龍頭供員工洗手使用。其最低數不得少於該工作場所最高工作人員之十分之一。凡人數超過二百人時，其超過部分為二十分之一。洗手台內外應使用易清洗不透水材料構築。





- 五、食品工廠直接用於食品製造之用水、用冰之水質應符合飲用水標準，非使用自來水者，應設置淨水或消毒設施。食品工廠使用地下水源者，應與化糞池、廢棄物堆置場所等污染源保持至少十五公尺以上之距離。食品工廠之蓄（受）水池應為不透水構造物，其設置地點應距污穢場所、化糞池三公尺以上。
- 六、食品工廠不得使用多氯聯苯或含有多氯聯苯之化學物質及任何有毒之熱媒。
- 七、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。
- 八、洗手設施應符合下列規定：
  - (一)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。必要時，應設置適當的消毒設施。
  - (二)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。

## **第 8 條**

食品工廠應具備下列其他處理設施及設備：

- 一、洗手消毒室、原料處理場、加工或調理場、包裝室等場所內，應設置足夠數量之不透水垃圾桶。廠區內並應設置具有分類功能之固體廢棄物貯存設施。
- 二、凡有直接危害人體健康及食品安全衛生之化學藥品、放射性物質、有害微生物、腐敗物等，應設專用貯存設施。
- 三、凡因製造食品所產生之廢氣、異臭等不良氣味，應妥善處理排放。

其他如罐頭食品工廠、冷凍食品工廠、蜜餞醃漬工廠、飲料工廠、醬油工廠、乳品工廠、味精工廠、食用油脂工廠、脫水蔬果工廠、餐盒食品工廠、速食麵工廠、食品添加物工廠(味精工廠除外)等專業



食品工廠，則需進一步符合與該產品相關之建築及設備設廠標準之規範(可自行查閱「食品工廠建築及設備設廠標準」第三章之規定，本文在此不一一贅述)。另外需注意的是，如業者係經營食品工廠或食品添加物工廠，則兩者應單獨設立，不得於同一廠址及廠房同時從事非食品之製造、加工及調配。

## 二、 產品研發階段

由於現今市場上，各家廠商百家爭鳴，如何在市場中建立品牌知名度，以吸引更多消費者購買產品，對於業者來說，就所生產之產品的研發即成為業者於成立後首先應面對的問題。而於研發過程中，業者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的相關法律，本文即列出相關的法律規定如下，以供業者於進行研發時能有所參考。

### ※食品安全衛生管理法

#### 第 15-1 條

**第一項** 中央主管機關對於可供食品使用之原料，得限制其製造、加工、調配之方式或條件、食用部位、使用量、可製成之產品型態或其他事項。

**第二項** 前項應限制之原料品項及其限制事項，由中央主管機關公告之。

#### 第 17 條

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。

#### 第 18 條

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。

#### 第 21 條



- 第一項** 經中央主管機關公告之食品、食品添加物、食品器具、食品容器或包裝及食品用洗潔劑，其製造、加工、調配、改裝、輸入或輸出，非經中央主管機關查驗登記並發給許可文件，不得為之；其登記事項有變更者，應事先向中央主管機關申請審查核准。
- 第二項** 食品所含之基因改造食品原料非經中央主管機關健康風險評估審查，並查驗登記發給許可文件，不得供作食品原料。
- 第三項** 經中央主管機關查驗登記並發給許可文件之基因改造食品原料，其輸入業者應依第九條第二項所定辦法，建立基因改造食品原料供應來源及流向之追溯或追蹤系統。
- 第四項** 第一項及第二項許可文件，其有效期間為一年至五年，由中央主管機關核定之；期滿仍需繼續製造、加工、調配、改裝、輸入或輸出者，應於期滿前三個月內，申請中央主管機關核准展延。但每次展延，不得超過五年。
- 第五項** 第一項及第二項許可之廢止、許可文件之發給、換發、補發、展延、移轉、註銷及登記事項變更等管理事項之辦法，由中央主管機關定之。
- 第六項** 第一項及第二項之查驗登記，得委託其他機構辦理；其委託辦法，由中央主管機關定之。
- 第七項** 本法中華民國一百零三年一月二十八日修正前，第二項未辦理查驗登記之基因改造食品原料，應於公布後二年內完成辦理。

### **第 30 條**

- 第一項** 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。
- 第二項** 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。

**第三項** 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。

### **第 35 條**

**第四項** 食品業者輸入食品添加物，其屬複方者，應檢附原產國之製造廠商或負責廠商出具之產品成分報告及輸出國之官方衛生證明，供各級主管機關查核。但屬香料者，不在此限。

若不符合上開法令規定時，主管機關得處以新臺幣三萬元以上三百萬元以下罰鍰；或命業者限期改正，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(食品安全衛生管理法第47條、第48條規定)。

## **三、 產品生產製造階段**

對於食品製造業業者來說，於產品生產製造階段中，應注意的法律規定，除包含食品安全衛生管理法外，尚包含依照該法條第8條第1項、第2項及第4項規定由中央主管機關所公布之「食品良好衛生規範準則」、及「食品安全管制系統準則」等相關規定，本文於此將分別就相關法規予以歸納、統整後，列敘如下，以方便業者能更系統化的了解：

### **(一) 食品安全衛生管理法部分：**

#### **※ 食品安全衛生管理法**

### **第 7 條**

**第一項** 中央主管機關對於可供食品使用之原料，得限制其製造、加工、調配之方式或條件、食用部位、使用量、可製成之



產品型態或其他事項。

**第二項** 前項應限制之原料品項及其限制事項，由中央主管機關公告之。

### **第 8 條**

**第一項** 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。

**第二項** 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。

**第三項** 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。

**第四項** 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。

**第五項** 經中央主管機關公告類別及規模之食品業者，應取得衛生安全管理系統之驗證。

**第六項** 前項驗證，應由中央主管機關認證之驗證機構辦理；有關申請、撤銷與廢止認證之條件或事由，執行驗證之收費、程序、方式及其他相關事項之管理辦法，由中央主管機關定之。

### **第 9 條**

**第一項** 經中央主管機關公告類別與規模之食品業者，應依其產業模式，建立產品原材料、半成品與成品供應來源及流向之追溯或追蹤系統。

### **第 11 條**

**第一項** 經中央主管機關公告類別及規模之食品業者，應置衛生管理人員。

### **第 12 條**

**第一項** 經中央主管機關公告類別及規模之食品業者，應置一定比





率，並領有專門職業或技術證照之食品、營養、餐飲等專業人員，辦理食品衛生安全管理事項。

## **第 15 條**

**第一項** 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。

若業者有違反上開法令規定時，除將面臨主管機關處以新臺幣三萬元以上三百萬元以下罰鍰、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等行政裁罰外(食品安全衛生管理法第44條規定)。

更有甚者，若業者於生產製造過程中，使用有毒或含有人體健康之物質或異物、有攙偽或假冒或添加未經中央主管機關許可之添加物等情事時，視其情節輕重、有無危害人體健康或致人於死，不論為故意或過失，都將面臨無期徒刑、有期徒刑、併科罰金(得併科新臺幣





八千萬元以下罰金) 等刑法上之懲處。且如係法人之代表人、法人或自然人之代理人、受僱人或其他從業人員，因執行業務而有違法者，除處罰其行為人外，亦得對該法人或自然人科以該項十倍以下之罰金。  
。(刑法第191條、食品安全衛生管理法第49條規定)

(二) 中央主管機關、直轄市、縣(市)主管機關為確保食品、食品添加物、食品器具、食品容器或包裝及食品用洗潔劑符合本法規定，得隨時進行食品查核與管制，業者應配合，不得規避、妨礙或拒絕。

### ※食品安全衛生管理法

#### 第 41 條

- 第一項** 直轄市、縣(市)主管機關為確保食品、食品添加物、食品器具、食品容器或包裝及食品用洗潔劑符合本法規定，得執行下列措施，業者應配合，不得規避、妨礙或拒絕：
- 一、進入製造、加工、調配、包裝、運送、貯存、販賣場所執行現場查核及抽樣檢驗。
  - 二、為前款查核或抽樣檢驗時，得要求前款場所之食品業者提供原料或產品之來源及數量、作業、品保、販賣對象、金額、其他佐證資料、證明或紀錄，並得查閱、扣留或複製之。
  - 三、查核或檢驗結果證實為不符合本法規定之食品、食品添加物、食品器具、食品容器或包裝及食品用洗潔劑，應予封存。
  - 四、對於有違反第八條第一項、第十五條第一項、第四項、第十六條、中央主管機關依第十七條、第十八條或第十九條所定標準之虞者，得命食品業者暫停作業及停止販賣，並封存該產品。
  - 五、接獲通報疑似食品中毒案件時，對於各該食品業者，得命其限期改善或派送相關食品從業人員至各級主管機關認可之機關(構)，接受至少四小時之食品中



毒防治衛生講習；調查期間，並得命其暫停作業、停止販賣及進行消毒，並封存該產品。

**第二項** 中央主管機關於必要時，亦得為前項規定之措施。

若業者違反上開規定時，主管機關將依照業者違反款項之不同，做不同之處置，其處置方式包含：

1. 直接將不符合查核或檢驗之產品直接予以沒入銷毀。
2. 通知業者限期回收改正，改正前不得繼續販賣，屆期未遵行或違法法令規定者，得沒入銷毀。
3. 命業者暫停作業及停止販賣並封存產品。
4. 並公布業者商號、地址；負責人姓名、商品名稱及違法情節。

(食品安全衛生管理法第 52 條規定)

(三)食品良好衛生規範準則部分：

※食品良好衛生規範準則

#### 第 4 條

食品業者之場區及環境，應符合附表一場區及環境良好衛生管理基準之規定。

◆ 關於附表一詳細內容可參考食品良好衛生規範準則附表

#### 第 5 條

食品業者之食品從業人員、設備器具、清潔消毒、廢棄物處理、油炸用食用油及管理衛生人員，應符合附表二良好衛生管理基準之規定。

◆ 關於附表二詳細內容可參考食品良好衛生規範準則附表

#### 第 9 條

食品製造業製程管理及品質管制，應符合附表三製程管理及品質管制基準之規定。

◆ 關於附表三詳細內容可參考食品良好衛生規範準則附表

※業者並應依照前開之規定，訂定相關標準作業程序並保存相關處理紀錄。(食品良好衛生規範準則第 13 條規定)

## **第 14 條**

食品作業場所之配置及空間，應符合下列規定：

- 一、作業性質不同之場所，應個別設置或有效區隔，並保持整潔。
- 二、具有足夠空間，供作業設備與食品器具、容器、包裝之放置、衛生設施之設置及原材料之貯存。

## **第 15 條**

食品製程管理及品質管制，應符合下列規定：

- 一、製程之原材料、半成品及成品之檢驗狀況，應適當標示及處理。
- 二、成品有效日期之訂定，應有合理依據；必要時，應為保存性試驗。
- 三、成品應留樣保存至有效日期。
- 四、製程管理及品質管制，應作成紀錄。

若業者違反上開規定時，主管機關命得處新臺幣六萬元以上二億元以下罰鍰；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。(食品安全衛生管理法第44條規定)

(四) 食品業者應依法律規定，做好相關原材料、半成品及成品之倉儲管制。如有違反，主管機關得處新臺幣六萬元以上二億元以下罰鍰；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。(食品安全衛生管理法第 44 條規定)

**※食品良好衛生規範準則****第 6 條**

食品業者倉儲管制，應符合下列規定：

- 一、原材料、半成品及成品倉庫，應分別設置或予以適當區隔，並有足夠之空間，以供搬運。
- 二、倉庫內物品應分類貯放於棧板、貨架上或採取其他有效措施，不得直接放置地面，並保持整潔及良好通風。
- 三、倉儲作業應遵行先進先出之原則，並確實記錄。
- 四、倉儲過程中需管制溫度或濕度者，應建立管制方法及基準，並確實記錄。
- 五、倉儲過程中，應定期檢查，並確實記錄；有異狀時，應立即處理，確保原材料、半成品及成品之品質及衛生。

**※業者並應依照前開之規定，訂定相關標準作業程序並保存相關處理紀錄。(食品良好衛生規範準則第 13 條規定)**

**(五)關於使用食品添加物，應注意相關法律規定如下：**

**※食品良好衛生規範準則****第 29 條**

食品添加物之進貨及貯存管理，應符合下列規定：

- 一、建立食品添加物或原料進貨之驗收作業及追溯、追蹤制度，記錄進貨來源、內容物成分、數量等資料。
- 二、依原材料、半成品或成品，貯存於不同場所，必要時，貯存於冷凍（藏）庫，並與其他非供食品用途之原料或物品以有形方式予以隔離。
- 三、倉儲管理，應依先進先出原則。

**第 30 條**

食品添加物之作業場所，應符合下列規定：

- 一、生產食品添加物兼生產化工原料或化學品之製造區域或製程步驟，應予以區隔。
- 二、製程中使用溶劑、粉劑致有害物質外洩或產生塵爆等危害之



虞時，應設防止設施或設備。

### **第 31 條**

食品添加物製程之設備、器具、容器及包裝，應符合下列規定：

- 一、易於清洗、消毒及檢查。
- 二、符合食品器具容器包裝衛生標準之規定。
- 三、防止潤滑油、金屬碎屑、污水或其他可能造成污染之物質混入食品添加物。

### **第 32 條**

食品添加物之製程及品質管理，應符合下列規定：

- 一、建立製程及品質管制程序，並應完整記錄。
- 二、成品應符合食品添加物使用範圍及限量暨規格標準，並完整包裝及標示。每批成品之銷售流向，應予記錄。

如有違反，主管得處新臺幣六萬元以上二億元以下罰鍰；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。

**(食品安全衛生管理法第44條規定)**

#### **四、 產品銷售階段**

對於食品製造業業者來說，於產品銷售階段中，可能會涉及關於產品標示、產品運輸、產品販賣及產品廣告等部分，故本文為方便業者了解，即依照前述項目，將相關法規予以歸納、統整並列敘如下：

##### **(一)產品標示**

由食品安全衛生管理法觀之，該法規就產品標示之規定，依照「食品及食品原料之容器或外包裝」、「食品添加物及其原料之容器或外包裝」及「食品器具、食品容器或包裝」分別訂有不同之規



定，而本文為使業者更為清楚了解，依照法條規定整理表格如下：

類別	應標示事項
食品及食品原料之容器 或外包裝 (食品安全衛生管理法 第 22 條規定)	應以中文及通用符號，明顯標示下列事項： <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 品名。</li> <li>2. 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。</li> <li>3. 淨重、容量或數量。</li> <li>4. 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。</li> <li>5. 製造廠商或國內負責廠商名稱、電話號碼及地址。國內通過農產品生產驗證者，應標示可追溯之來源；有中央農業主管機關公告之生產系統者，應標示生產系統。</li> <li>6. 原產地（國）。</li> <li>7. 有效日期。</li> <li>8. 營養標示。</li> <li>9. 含基因改造食品原料。</li> <li>10. 其他經中央主管機關公告之事項。</li> </ol>
食品添加物及其原料之 容器或外包裝 (食品安全衛生管理法 第 24 條規定)	應以中文及通用符號，明顯標示下列事項： <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 品名。</li> <li>2. 「食品添加物」或「食品添加物原料」字樣。</li> <li>3. 食品添加物名稱；其為二種以上混合物時，應分別標明。其標示應以第十八條第一項所定之品名或依中央主管機關公告之通用名稱為之。</li> <li>4. 淨重、容量或數量。</li> <li>5. 製造廠商或國內負責廠商名稱、電話號碼及地址。</li> </ol>





	6. 有效日期。 7. 使用範圍、用量標準及使用限制。 8. 原產地（國）。 9. 含基因改造食品添加物之原料。 10. 其他經中央主管機關公告之事項。
食品器具、食品容器或包裝 (食品安全衛生管理法第 26 條規定)	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。

另外需注意的是，依照食品安全衛生管理法第28條規定，除食品不得為醫療效能之標示外；食品、食品添加物及經中央主管機關公告之食品器具、食品容器或包裝，其標示不得有不實、誇張或易生誤解之情形。

如有違反，主管機關得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。(食品安全衛生管理法第47條規定)

更有甚者，若業者於生產製造過程中，使用有毒或含有人體健康之物質或異物、有攙偽或假冒或添加未經中央主管機關許可之添加



物等情事時，視其情節輕重、有無危害人體健康或致人於死，不論為故意或過失，都將面臨無期徒刑、有期徒刑、併科罰金(得併科新臺幣八千萬元以下罰金)等刑法上之懲處。且如係法人之代表人、法人或自然人之代理人、受僱人或其他從業人員，因執行業務而有違法者，除處罰其行為人外，亦得對該法人或自然人科以該項十倍以下之罰金。**(刑法第215條、第255條、食品安全衛生管理法第49條規定)**

## (二)產品運輸

依照食品良好衛生規範準則第7條之規定，業者於運輸產品時，運輸車輛應於裝載食品前，檢查裝備，並保持清潔衛生；產品堆疊時，應保持穩固，並維持空氣流通；裝載低溫食品前，運輸車輛之廂體應確保食品維持有效保溫狀態；運輸過程中，食品應避免日光直射、雨淋、劇烈之溫度或濕度之變動、撞擊及車內積水等；有污染原料、半成品或成品之虞之物品或包裝材料，應有防止交叉污染之措施；其未能防止交叉污染者，不得與原材料、半成品或成品一起運輸。

如有違反，主管機關得處新臺幣六萬元以上二億元以下罰鍰；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。**(食品安全衛生管理法第44條規定)**

## (三)產品販賣

依照食品良好衛生規範準則第17條之規定，業者於販賣食品時，其販賣、貯存食品或食品添加物之設施及場所，應保持清潔，並設置有效防止病媒侵入之設施；食品或食品添加物應分別妥善保存、整齊堆放，避免污染及腐敗；倉庫內物品應分類貯放於棧板、貨架或採取其他有效措施，不得直接放置地面，並保持良好通風；應有管理衛生人員，於現場負責食品衛生管理工作；販賣貯存作業，應遵行先進先出之原則；販賣貯存作業需管制溫度、溼度者，應建立相關管制方法及基準，並據以執行；販賣貯存作業中應定期檢查產品之標示或貯存狀態，有異狀時，

應立即處理，確保食品或食品添加物之品質及衛生；有污染原材料、半成品或成品之虞之物品或包裝材料，應有防止交叉污染之措施；其未能防止交叉污染者，不得與原材料、半成品或成品一起貯存。

如有違反，主管機關得處新臺幣六萬元以上二億元以下罰鍰；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。(食品安全衛生管理法第 44 條規定)

#### (四)廣告部分

業者於刊登廣告時，除須依照食品安全衛生管理法之規定外，尚須注意消費者保護法及公平交易法的相關規定，為使業者便於查詢，本文就此部分之相關法條，整理如下：

##### 1. 食品安全衛生管理法之規定

依照食品安全衛生管理法第 28 條規定，食品、食品添加物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。如有違反，主管機關得處新臺幣四萬元以上四百萬元以下罰鍰。

食品不得為醫療效能之標示、宣傳或廣告。如有違反，主管機關得處新臺幣六十萬元以上五百萬元以下罰鍰。

如業者有再次違反者，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。

(食品安全衛生管理法第 45 條規定)

##### 2. 消費者保護法及公平交易法之規定

#### ※消費者保護法及施行細則

### 第 22 條

**第一項** 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。



## 第 24 條

**第一項** 企業經營者應依商品標示法等法令為商品或服務之標示。

## 第 56 條

違反第二十四條、第二十五條或第二十六條規定之一者，經主管機關通知改正而逾期不改正者，處新臺幣二萬元以上二十萬元以下罰鍰。

## 施行細則

## 第 23 條

本法第二十二條及第二十三條所稱廣告，指利用電視、廣播、影片、幻燈片、報紙、雜誌、傳單、海報、招牌、牌坊、電腦、電話傳真、電子視訊、電子語音或其他方法，可使不特定多數人知悉其宣傳內容之傳播。

## 第 24 條

主管機關認為企業經營者之廣告內容誇大不實，足以引人錯誤，有影響消費者權益之虞時，得通知企業經營者提出資料，證明該廣告之真實性。

## 第 25 條

本法第二十四條規定之標示，應標示於適當位置，使消費者在交易前及使用時均得閱讀標示之內容。

## ※公平交易法及施行細則

## 第 21 條

**第一項** 事業不得在商品或廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於與商品相關而足以影響交易決定之事項，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。

## 第 25 條

除本法另有規定者外，事業亦不得為其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為。

## 第 42 條

主管機關對於違反第二十一條、第二十三條至第二十五條規定之事業，得限期令停止、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；屆期仍不停止、改正其行為或未採取必要更正措施者，得繼續限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並按次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。

### 施行細則

## 第 29 條

事業有違反本法第二十一條第一項、第四項規定之行為，主管機關得依本法第四十二條規定，令其刊登更正廣告。

前項更正廣告方法、次數及期間，由主管機關審酌原廣告之影響程度定之。

3. 由上述條文可知，如業者有不實刊登廣告之行為時，主管機關除得要求業者限期改正外，亦可處以業者罰鍰，倘若因此造成消費者權益受有損害，業者亦須依法承擔相關責任，故業者於刊登廣告時，不論在店內、或使用網站平台、傳單或其他任何媒體形式，都應格外注意其刊登之內容，以避免遭主管機關處罰。

## 五、 後續服務階段

由於食品製造業所牽涉的法令眾多，業者在提供後續服務時，勢必對提供之服務依相應之規範作調整，故本文將該產業於後續服務階段可能涉及之法規，加以分類，以便業者能更為有系統的了解。

(一) 食品安全管理法及依該法制訂之相關法規(例如：食品良好衛生規範準則、食品及其相關產品回收銷毀處理辦法等)。

### 1. 食品安全衛生管理法

該法明文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。並應依中央主管機關之規定投保產品責任保險。

如業者違反前開規定時，主管機關得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。(食品安全衛生管理法第 47 條規定)

#### ※參考法條-食品安全衛生管理法

##### 第 7 條

**第五項** 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。

##### 第 13 條

**第一項** 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。

**第二項** 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。

#### 2. 食品良好衛生規範準則

於該準則中，明文規定食品業者除就處理產品申訴及成品回收管制時，應作成紀錄，尚須就成品回收及處理訂定計畫，並據以執行。如有違反，主管得處新臺幣六萬元以上二億元以下罰鍰；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。(食品安全衛生管理法第 44 條規定)

#### ※參考法條-食品良好衛生規範準則

##### 第 8 條

食品業者就產品申訴及成品回收管制，應符合下列規定：

- 一、產品申訴案件之處理，應作成紀錄。



二、成品回收及其處理，應作成紀錄。

### **第 11 條**

食品製造業應對成品回收之處理，訂定回收及處理計畫，並據以執行。

### **3. 食品及其相關產品回收銷毀處理辦法**

該辦法係依照食品安全衛生管理法第 52 條第 3 項由中央主管機關所制定，以下並節錄相關之規定，供業者作為參考：

### **※食品及其相關產品回收銷毀處理辦法（節錄）**

#### **第 2 條**

食品及其相關產品（以下簡稱物品）之回收銷毀作業，由各該物品之製造、加工、調配、販賣、運送、貯存、輸入、輸出食品業者（以下簡稱責任廠商）為之。

#### **第 3 條**

責任廠商執行物品之回收銷毀作業，應以書面或其他足以查證方式訂定物品回收銷毀程序之計畫書，其內容應包括下列資料：

- 一、回收物品之品名、包裝、型態或可供辨識之特徵或符號。
- 二、回收物品所標示之日期、批號或代號等識別資料與編號。
- 三、回收物品完整之產銷紀錄，其內容包括物品之名稱、重量或容量、批號、受貨者之名稱及地址、出貨日期及數量。
- 四、回收物品之負責廠商名稱、地址及電話。
- 五、回收之原因及其可能產生之危害。
- 六、回收物品之總量。
- 七、回收物品在銷售通路中之產品總量。
- 八、回收物品之配銷資料紀錄。
- 九、採行之回收措施，包括回收層面、停止銷售該物品之指示及其他應執行之行動、回收執行完成之期限等。
- 十、後續之消毒、改製或改正等安全措施。
- 十一、對消費者所需提出之警示及其內容。
- 十二、回收物品為應銷毀者，應於回收計畫中明訂銷毀程序；銷



毀程序有污染環境之虞，應依環保相關法規進行銷毀。

十三、其他經主管機關指定執行回收銷毀事項。

### **第 5 條**

物品因違反食品衛生或其他相關法令規定，責任廠商應自行實施物品回收，不為自行回收者，主管機關應限期命其回收。

### **第 7 條**

**第一項** 責任廠商應建立適當之編組，負責回收與銷毀時機評估、計畫研擬、執行監控及完成後彙總報告。

**第二項** 前項編組應置召集人一人，於物品回收原因發生時，召集相關部門為之。

### **第 8 條**

**第一項** 責任廠商應依回收物品對民眾健康可能造成之危害程度，依下列三個等級，自行訂定回收級別，辦理回收，但主管機關得變更級別：

- 一、第一級：指物品對民眾可能造成死亡或健康之重大危害，或主管機關命其應回收者。
- 二、第二級：指物品對民眾可能造成健康之危害者。
- 三、第三級：指物品對民眾雖然不致造成健康危害，但其品質不符合規定者。

**第二項** 責任廠商執行物品回收作業之前，應檢具其回收計畫向直轄市、縣（市）主管機關報備。

### **第 9 條**

物品回收深度分為三個層面：

- 一、消費者層面：回收深度達到個別消費者之層面。
- 二、零售商層面：回收深度達到販售場所之層面。
- 三、批發商層面：回收深度達到進口商、批發商等非直接售予消費者之層面。

### **第 10 條**

各級回收情形，如有下列情形之一者，應發布新聞稿公告周知：



- 一、遇第一級回收之情況。
- 二、遇第二級及第三級回收之情況，並經直轄市、縣（市）主管機關評估，該物品確有危害民眾健康之虞，且回收深度達消費者層面。

### **第 11 條**

責任廠商應於物品回收之過程中，定期向直轄市、縣（市）主管機關提出回收進度報告，其內容應包括下列資料：

- 一、通知下游廠商家數或人數、日期及方式。
- 二、回應廠商家數及其持有該物品之數量。
- 三、未回應廠商家數或人數。
- 四、已回收物品數量。
- 五、回收物品保管地點，及負責保管之人員。
- 六、查核次數及結果。
- 七、預計完成之期限。
- 八、其他經主管機關指定應報告事項。

### **第 12 條**

責任廠商於完成物品回收後，應將其處理過程及結果函報直轄市、縣（市）主管機關核備，必要時陳報中央主管機關。

### **第 13 條**

責任廠商之銷毀行動須經直轄市、縣（市）主管機關核可後，始得為之。

### **第 14 條**

責任廠商應詳載並保存有關物品回收與銷毀之完整書面資料，以供查核。

## **(二)民法**

1. 食品業者對於所銷售出的產品，負有民事上之瑕疵擔保責任，即業者銷售之產品，於交付給消費者時，產品需具有通常之效用並具有所約定之品質，若其程度上有減少時，即為有瑕疵。消費者可依據民法第 359 條要求業者解除契約或請求減少價金。



2. 依照民法第 191 條之 1:「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。」，該法條即是民法所規定商品製造人責任，依照該法條之規定，若產品對使用者或消費者造成損害，業者負有損害賠償責任。
3. 依照民法第 188 條第 1 項:「受僱人因執行職務，不法侵害他人之權利者，由僱用人與行為人連帶負損害賠償責任。」之規定可知，如受僱人於執行職務時有不法侵害消費者權益時，雇主應負擔連帶損害責任。

### (三)消費者保護法

1. 消費者保護法第 7 條明文規定:「第一項 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。第二項 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。第三項 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。」，食品製造業者於提供產品時，應確保產品品質合乎安全性，如有違反時，業者應負連帶賠償責任。
2. 該連帶賠償責任，因該法條第 3 項之規定，係屬無過失損害賠償責任，即縱使業者能證明自己並無過失，僅得減輕其應負擔之賠償責任，但仍負擔一定之損害賠償責任。
3. 由於消費者保護法為民法之特別法，應優先於民法適用，故對於產品之責任，食品製造業者負擔無過失損害賠償責任。

最後，須提醒的是，食品安全衛生管理法第九章係就食品業者違反法律規定時，應課予的罰則，建議業者可自行參閱，以免觸法。

## 參、 示範案例實際執行情形之研析

### 一、 申請階段-分流控管，降低生產風險

業者製造廠位於苗栗縣苗栗市，除依法申辦營業登記外，於工廠設置上亦依照產品生產製造過程的不同，分別設置烘焙廠及研磨、包裝廠共兩處廠房於不同地點，並辦妥工廠登記，該兩座工廠更在主管機關輔導協助之下通過 ISO22000、HACCP 之國際食品安全驗證；在國內，亦通過多家國內大型客戶的稽核，進而成為各大知名食品廠之供應商。

### 二、 研發階段-精益求精，以研發創造商機

業者自 1975 年成立至今，經營 40 餘年，曾經遭遇過被配合廠商(其訂單約占工廠八成，為當時業者主要之廠商)惡意抽單，因而致使工廠營運困難之情形。於當下，業者為度過危機，在員工自願降薪的支持下，全工廠上下一心從事產品開發工作，並設定「每周研發一新品」的目標，希望藉此吸引客戶下訂單。在該措施見效的情形下，業者方得以平安度過該次危機。

因此，業者始終秉持著「研發為企業重要資產，有研發，不論景氣如何，都會有再次創造事業高峰的機會」的信念，一直以來，於經營過程中均極為重視產品的研發。除持續開發自身產品外，亦不斷配合合作廠商進行客製化產品之研發，同時更結合在地農產與文化(如:客家擂茶)研發出具有在地特色之客製化產品。

### 三、 生產製造階段-自我把關，維護產品品質

由於業者為穀粉代工廠，故其生產製造流程，係先與糧商訂購製造穀粉或其他五穀雜糧產品所需之原料後，再依序進行低溫烘焙、配料、研磨及包裝。因此，業者為做好原料品質的把關，在向糧商訂貨時，均會要求廠商需先將原料送驗並提供相關檢驗報告。同時業者本身對於生產製造的產品，除於廠內設置有簡易檢驗機器(如微生物檢測分析、總生菌數檢驗等)進行檢





驗外，亦設有品管專職，於產品生產線上先就瑕疵品、失敗品進行淘汰，希望藉此做好自身監控外；此外，業者亦定期將各種成品(即經業者以多種穀粉配好之成品)自行送 SGS 進行檢驗，以雙重措施，保證產品食的安全。

同時，為確保原料之新鮮及衛生，業者在向糧商訂貨時，均係依照其下游廠商之訂單，於收到訂單後方照單進貨、製作、出貨，以確保進貨之原料能於一周內完成成品出貨，因此不會有事先製作、堆放或原料過剩導致不新鮮的情形。而於生產製造過程中，為了確保穀物原味封存及營養保留，業者採用低於 130 度的「低溫烘焙」，且不添加任何防腐劑、香料色素等人工化學添加物，以確保成品的天然。如前所述，由於業者通過 ISO22000、HACCP 國際食品安全驗證，因此從倉儲、篩選、烘焙、粉碎研磨、調製配方至每日消毒作業等生產製造流程上，已具有一定的標準，足以確保消費者食的安心。

#### 四、銷售階段-創造自有品牌，多元化經營

目前業者除持續為下游廠商提供客製化產品進行販售外，亦建立自創「吾穀茶糧」品牌，並於網路購物平台(台灣樂天市場購物網)及「誠品知味」專櫃、苗栗客家土樓園區進行販售，此外更陸續以結合餐飲服務的方式於九份老街、台北市松山文創園區設有食茶館，給予消費者直接體驗產品的機會。未來更希望能朝觀光工廠發展，以提供消費者更多元化的消費選擇，希望藉此打開自身品牌知名度，達到雙贏。

#### 五、後續服務階段-飲水思源，反饋在地鄉親

目前業者對於過期品、失敗品(即生產製造過程中產出的廢粉)設有回收機制。其處置方式係採回收施肥的方式，並定期回饋弱勢團體。希望藉此能善盡企業之社會責任。也由於業者於生產製造階段上嚴謹的態度，因此自成立以來，尚未見有任何客訴或消費爭議等情形，實令人佩服，並引以為榜樣。



#### 肆、未來食品製造業發展之建議

近年來，由於食品安全問題屢屢在台灣發生，在與業者訪談的過程中，業者亦提出去年同為苗栗廠商因受名飲料連鎖店「英國藍」玫瑰花瓣原料，被驗出包含有世紀之毒DDT等在內的11種農藥殘留之牽連而導致重大損失的例子，由此可見，近年來的食安問題確實對台灣的食品製造業產生極大的衝擊。

在此衝擊下，對於身為在台深耕超過數十年的本文示範案例業者而言，業者反而認為這樣的食安風暴或許是促進台灣食品製造業產業升級的契機，其主要的原因即是業者一直以來的堅持，除堅持在製造過程中須符合ISO22000、HACCP等國際食品安全驗證外，更堅持在進貨時，其原料供應商即須提供相關檢驗資料，而業者本身亦做好自身產品的品質把關。也因為業者始終秉持著「做食品不能黑心，否則是造孽」、「不要貪圖眼前近利，應重視企業精神的延續」等信念，一步一腳印細心把關自身製造的產品，才能在近年的食安風暴中屹立不搖。

然而，於訪談過程中，業者亦提到與食品標示相關的問題，由於依照食品安全衛生管理法第22條第1項規定食品內容物如為二種以上混合物時，應依含量多寡由高至低分別標示之。同條第2項更詳細規定「食品內容物之主成分應標明所佔百分比」，而相關應標示之產品、主成分項目、標示內容、方式及各該產品實施日期，另由中央主管機關規定之。但依照目前中央主管機關所公布的相關規定，依法應予以標示的項目很多，而相關食品包裝上亦有其版面的限制，再加上消費者於年齡層上的散佈十分廣泛，如字體過小，長者可能有無法看清楚



的情形，因此建議主管機關是否可以就此再加以詳細規劃，能否以更為簡潔的方式讓業者得以遵法標示。

此外，業者亦提到由於目前所發生的食安問題，很多均發生在原料供給的階段，因此如果主管機關能就關於食品原料源頭予以嚴格控管，並致力發展關於產品履歷的制度，相信，對於目前的食品製造業及消費者都將會更有保障。

## 伍、 結語

近年來，由於台灣食品安全一直不斷發生問題，讓一向譽為美食天堂的台灣，也蒙上陰影。不但影響台灣消費者的購買信心，同樣的也造成國外外銷市場因此不再信任台灣產品，而有加強進口時海關的檢驗或甚至禁止台灣產品進口等情形。

但是，不可否認的，在台灣，仍是有許多與本文示範案例業者一樣，一步一腳印努力做好自身產品品質把關，並致力於維護消費者「食的安全」的良心業者。而這樣的業者於市場上絕非少數存在，但如何讓這樣的業者能在台灣市場有生存的空間、如何使消費者就該業者有所得知並進而予以消費，的確是需要主管機關的努力，而建立完整的產品履歷制度，不啻為一個可行的方式。

曾如本文示範業者所說，食安風暴未必不是一個促進台灣食品製造業升級的契機，但這樣的契機，絕非一朝一夕即可達成，相對的，這是需要台灣整體產、官、學及所有民眾共同努力，而相信在大家的共同努力下，必能讓寶島美食再次贏得台灣消費者及世界各地消費者的信心。