

行政院及所屬機關出國報告

(出國類別：會議)

參加 2024 國際商品安全週(IPSW)暨國際消費者 商品健康安全組織(ICPHSO)國際研討會報告

服務機關：行政院消費者保護處、經濟部標準檢驗局

姓名職稱：李祐甄消保官、陳劭瑜科長、王惠玲科長

出國地點：比利時布魯塞爾

出國期間：中華民國 113 年 10 月 14 日至 17 日

報告日期：中華民國 114 年 01 月 14 日

摘要

隨著全球供應鏈與消費市場急遽數位化，消費品安全的挑戰儼然成為跨國問題，且各國間彼此存在相互關聯性。爰自 2008 年起歐盟執委員會司法和消費者總局(Directorate General for Justice and Consumers)每兩年都會召集來自世界各地的安全專家參加國際產品安全周(International Product Safety Week, IPSW)。本次 IPSW 於 2024 年 10 月 14 日至 17 日與國際消費者商品健康安全組織(International Consumer Product Health and Safety Organization, ICPHSO)之 2024 國際研討會(International Symposium)一同在比利時布魯塞爾查里曼大廈(Charlemagne Building)舉行。其中 2024 年 10 月 14 日至 16 日上午為歐盟執委會主辦之國際產品安全周，而自 10 月 16 日下午起至 17 日則由 ICPHSO 舉行國際研討會。

IPSW 本次會議主題著重於「全球產品安全的橋樑(Bridges for Global Product Safety)」，其包括一系列有關最熱門產品安全問題的互動與討論，為廣泛的利害關係人提供絕佳的討論機會，其中包括國家消費者產品安全相關當局、國際監管機構、消費者組織、產業、標準制定者、測試實驗室、研究人員、律師和其他產品安全專家等，充分促進產品安全領域的國際合作與交流。而 ICPHSO 2024 國際研討會則以「彌合差距：結合產品之召回政策及其行動(Bridging the Gap: Linking Policy to Action)」為 IPSW 進行閉幕式。此次研討會將匯集來自全球的專家、監管機構代表和行業領袖，討論消費品安全的最新趨勢、挑戰和落實方法。

目 錄

節次	頁次
壹、前言.....	1
一、ICPHSO 簡介.....	1
二、出國目的.....	2
貳、歐盟執委會國際產品安全週(IPSW)重要議題摘述.....	3
參、國際消費者商品健康安全組織(ICPHSO)國際研討會重要議題摘述	41
肆、心得及建議.....	67
伍、附件.....	75

壹、前言

一、2024 IPSW 暨 ICPHSO 國際研討會簡介

2024 年 10 月 14 日至 17 日歐盟執委會國際產品安全週(IPSW)與 ICPHSO 國際研討會同期舉行，此次活動涵蓋歐盟及美國等全球最大 2 個經濟體的消費者產品安全組織(監管單位)，匯聚世界各地利害關係人就近期產品安全領域相關議題進行討論，參與者包括政府機關(監管單位)、消費性產品製造商(進口商、零售商)、貿易協會、認證/檢驗實驗室、律師事務所、學術界、健康相關知識領域人士、標準訂定機構、媒體及消費者保護相關團體。

IPSW 本次會議主題著重於「全球產品安全的橋樑(Bridges for Global Product Safety)」，其包括一系列有關最熱門產品安全問題的互動與討論，以及與聯合國貿易與發展局(United Nations Trade and Development, UNCTAD)共同組織的研討會。而 ICPHSO 2024 國際研討會則以「彌合差距：結合產品之召回政策及其行動(Bridging the Gap: Linking Policy to Action)」為 IPSW 進行閉幕式。此次研討會將匯集來自全球的專家、監管機構代表和行業領袖，討論消費品安全的最新趨勢、挑戰和最佳實踐。且會議亦吸引多家知名機構(如：UL Solutions、TÜV Rheinland)的贊助與參展，其在會上展示最新的產品安全解決方案及其服務。本次活動包含(不限於)重點主題如下：

1. 全球產品安全法規的最新動向：研析國際間最新的產品安全法規變化及其對企業的影響，包括自 113 年 12 月 13 日起歐盟新的「通用產品安全規範(General Product Safety Regulation GPSR)」將取代原有的「通用產品安全指令(General Product Safety Directive, GPSD)」，以及歐盟制定的全球第一個「人工智慧法案(AI Act)」已在 113 年 8 月 1 日正式生效並逐步實施等事宜。
2. 新興技術對產品安全的影響：探討人工智慧、物聯網等新技術如何

影響產品安全，並分享最佳實踐方式。

- 3.化學品管理與監管：討論消費品中有害化學物質的監管趨勢和企業合規策略。
- 4.永續性與產品設計：研究如何在產品設計中同時融合永續性和安全性，滿足現代消費者的期望。
- 5.線上市場與產品安全之關係：分析電子商務平台在產品安全中的角色和責任，以及如何確保線上銷售產品的安全性。

二、出國目的

消費性產品安全相關領域一向為全球所關注之議題，而歐盟執委會司法和消費者總局與ICPHSO則為辦理此區塊相關研究及討論會議之專業組織。考量行政院消費者保護處與經濟部標準檢驗局分別職掌我國消費者保護與一般消費性產品安全暨制修訂國家標準等業務，實有派員出席本次研討會之必要性，藉此與國際間相關領域之專業人士進行交流，並汲取最新消費者產品安全相關訊息，以利未來辦理相關業務時，瞭解國際最新趨勢與國際同步接軌。

本次會議之重要內容包含國際新的消費性產品相關法規之訂定與執行、AI等新興技術在消費品之應用、以及線上市場及循環經濟與消費品安全間之關係等全球當前重要消費議題。鑑於民生消費性產品安全標準，及商品檢驗管理皆為消費性產品安全領域之重要環節，爰本次研討會經濟部標準檢驗局(下稱經濟部標準局)由國家標準及市場商品監管相關業務單位派員協同行政院消費者保護處(下稱行政院消保處)之代表出席，除追蹤國際上消費品安全相關標準之最新發展動態外，另可有效掌握目前國際間產品安全之重要議題，並增加與其他國家市場監督主管機關之互動合作機會。

貳、歐盟執委會國際產品安全週(IPSW)重要議題摘述

一、 Monday 14 October 13:30 ~ 15:00 開幕式

(一)主持人 *Filip* 首先表示本次活動將討論歐盟立法在消費者保護上之重要性，並將在國際產品週(IPSW)討論過去 1 年以來全球消費品安全的重要問題，以下成員參與本場討論會議，並分別由 *Didier Reynders* 及 *Anna Cavazzini* 發表主題演講。

1. *Didier Reynders*：歐盟執委會(EC)司法專員。

2. *Anna Cavazzini*：歐洲議會內部市場與消費者保護委員會主席。

3. *Will Creswell*：經濟合作暨發展組織(OECD)消費品安全工作小組主席。

4. *Christel Delberghe*：歐洲商務部總監。

5. *Kim Mason*：國際消費品健康與安全組織(ICPHSO)主席。

6. *Sarah Lacoche*：法國競爭、消費者事務及欺詐控制總局(DGCCRF)局長。

(二)*Anna Cavazzini* 專題演講，內容重點摘述如下：

1. 歐盟立法與消費者信任：

(1) 歐盟立法保護消費者，防止不安全產品進入市場，確保無論在哪個歐盟國家購物，商品都是安全的。

(2) 製造商需遵守相關規定，以確保商品安全，無需等待發生危害時才能證明商品之不安全性。

2. 新興挑戰與立法進展：

(1) 新的產品安全法規(如：GPSR、DSA)引入網路安全與性別相關安全元素。

(2) 電子商務的快速增長帶來更多挑戰，包括歐盟境外的低價產品湧入境內，對於是否具足夠執法資源處理激增的跨境商品數量表示憂心。

3. 電子商務平台的責任：

(1) 平台如發現非法商品，需迅速採取行動，並加強消費者保護相關機制。

(2) 必須讓平臺對供應鏈中無法識別的責任方負責。

4. 執法與合作建議：

(1) 建議設立專業團隊負責進行非法商品的風險分析，確保電子平台遵守規範。

(2) 提高市場監管資源，促進跨境合作，以因應跨境交易之調查需求。

(三) 主持人 *Filip* 請教 *Will Creswell* 有關歐盟商品安全政策的落實，所帶來之益處，以及是否曾在個人或職業生活中感受到該等優勢，及作為歐盟委員會消費者公共安全工作小組的主席，認為全球範圍內的商品安全政策對消費者的主要益處為何？*Will Creswell* 本次回復問題之重點如下：

1. OECD 所扮演之角色及其相關活動：

(1) 強調 OECD 的座右銘「更好的政策促進更好的生活」，並介紹 OECD 在產品安全政策上的領導作用。

(2) 提及巴黎舉行的首屆部長級會議中達成了「促進合作以提高消費者保護」之全球共識。

2. 全球產品安全政策的主要益處

(1) 提供更好的法規、標準和溝通平台，實現「保護消費者免受

傷害」這個主要目標。

- (2) 強調透過跨界合作和數據共享來解決新興挑戰，特別是與電子商務和供應鏈相關的問題。

3. 創新與風險管理

- (1) 推動新技術和工具以評估和管理風險，例如風險建模和損害評估。

- (2) 宣布推出鋰電池安全倡議，提升消費者對潛在風險的認識。

4. 個人經驗分享：提及個人使用自行車保護設備的經驗，展示產品安全進步對個人生活的影響。

(四) 主持人 *Filip* 請 *Kim Mason* 以 ICPHSO 執行長的身分及觀點說明有關該組織對於促進企業、監管機構、消費者組織以及其他產品安全相關利害關係人的合作所付出的努力，而在此背景下公共安全政策的好處有哪些？總結 *Kim Mason* 本次回復問題之重點如下：

1. 介紹 ICPHSO 成員涵蓋監管機構、製造商、進口商、零售商、學者、消費者組織等多個領域，為多方利害關係人組成之全球性組織，並舉例強調商品安全進步的重要性。
2. 有關 ICPHSO 因應未來幾年挑戰之走向趨勢，則包含下列事項：
 - (1) 持續與組織成員進行溝通對話，分享落實商品安全之最佳方法，並將這些經驗實際落實於產品。
 - (2) 持續擴展商品安全的社群範圍，組織並提供下列 2 種方式：
 - A. 設立獎學金計劃：提供資源欠缺群體獎學金(註冊費、住宿費及旅費)，確保相關組織的討論有更廣泛的參與。
 - B. 導師計劃(mentorship program)：可向對商品安全一無所

知的群體進行說明該領域之各個面向，並告知其如何能為此領域做出貢獻。

(3) 考量科技對產品安全的影響：強調隨著科技的發展，特別是 AI，對商品安全可能帶來無法預料的影響，需要適當利用科技來提升商品安全，而非誤用或濫用。

(五) 主持人 *Filip* 表示 *Christel Delberghe* 身為代表歐洲零售和批發行業最大組織總監，請其說明加強商品安全在哪些方面會帶來好處(如：建立消費者信任)。總結 *Christel Delberghe* 本次回復問題之重點如下：

1. 消費者信任：核心在於提供安全及符合規範的產品，此為歐洲零售與批發業之首要任務。
2. 執法不足：歐洲雖然有最高的消費者保護標準，惟執法不力將削弱規範效果，爰強調高效執法的重要性，並提及法規需要具有可執行性，不能僅僅是理論上的規則。
3. 提高法規質量：法規應該是基於數據、可執行的，確保消費者保護及公平競爭。
4. 線上交易挑戰：COVID-19 加速線上購物發展，大量第三國商品進入歐洲市場，惟許多未遵守歐洲標準，依檢測結果顯示 15 至 35% 的產品含有超標危險化學物質，其影響商品安全性、數據保護(漂綠)及可持續性規範，帶來消費者安全與公平競爭的問題。
5. 第三國影響：第三國的不公平競爭對歐洲消費者與企業造成傷害，並違背歐洲的法律和環保承諾。
6. 對話與合作：強調政策制定者必須與利害關係人進行對話與合作，並且應該共同應對市場趨勢和關鍵問題。

7. 行動建議：

(1) 加強歐洲執法強度及質量，確保公平競爭。

(2) 與國家和歐盟合作，整合資源和數據打擊違規行為，以確保歐洲消費者能安全購物並享受創新多元的零售環境。

(六) 主持人 *Filip* 向歐洲消費者組織總幹事 *Agustin Reyna* 提問表示身為代表 44 個國家消費者組織，是否同意 *Christel Delberghe* 的觀點？以及如何看待商品安全政策對歐洲消費者的益處？另表示 BEUC 的使命係確保在歐洲政策的制定中可將消費者聲音納入考量，爰再請其列出較緊迫需優先完成的事項。總結 *Agustin Reyna* 本次回復問題之重點如下：

1. 強調消費者安全與商品合規性驗證之重要性，並探討歐盟境外（如中國大陸）輸入商品之安全疑慮，其中包含電商平台之銷售。
2. 強調現有規則需要搭配更強而有力的執行，並呼籲提升協調及資訊共享的重要。
3. 建議應賦予歐盟執委會更多的權力，使其擁有更有效的工具進行有效率的行動，特別是對化學品之立法。
4. 歐盟地區在商品安全雖已擁有相對安全之機制，惟仍需持續努力，包括歐洲「消費者保護合作網絡」（Consumer Protection Cooperation Network, CPC）的審查把關、「通用產品安全規範」（GPSR）的實施、以及未來對 REACH（化學品管理法規）的持續改革。

(七) 主持人 *Filip* 請 *Anna Cavazzini* 表示在最近幾年中看到歐洲產品安全政策帶來最大益處為何？而在探討歐洲產品安全政策帶來的優勢後，請其表達其認為未來最大的挑戰是什麼？總結 *Anna*

Cavazzini 本次回復問題之重點如下：

1. 公平競爭與消費者信任：

- (1) 歐盟業者遵守規範，惟某些進口產品卻未遵守，導致不公平競爭。
- (2) 妥適調和各法規競合關係，本次會議重點即為商品安全之規定應與歐盟綠色新政(European Green Deal)更加協調，並強調消費者信任之重要性。

2. 立法與執法重點：

- (1) 列舉更新了多項消費者規則(如：GPSR)，例如產品安全及信用立法相關領域之法規。
- (2) 強調執法的重要性，認為應專注於如何有效執行和落實相關規則。

3. 「強迫勞動」立法的進展：

- (1) 提到正在通過反強迫勞動法案(law on forced labour)，目的是保障消費者能購買符合道德標準的商品。
- (2) 強調需要給予執行機構更多的預算和人力來確保規則落實。

(八) 主持人 *Filip* 請歐盟執委會司法專員 *Didier Reynders* 表示就在其擔任歐盟消費者事務專員期間取得的重要安全成就之部分，與大家分享這些成就如何真正轉化為對歐洲消費者的具體益處？另外，在任期即將結束前，回顧過去五年在其領導下所取得的成果，在未來的工作清單上會列出哪些優先事項？總結 *Didier Reynders* 本次回復問題之重點如下：

1. 產品安全與化學品風險：

- (1) 在玩具安全方面的問題，從物理安全轉向化學品安全。

(2)化學物質對健康的影響未必為立即性的，可能有中長期影響風險，需要加強檢測，並且資訊公開透明。

(3)不安全之產品資訊，將通過歐洲消費者保護合作網絡 (Consumer Protection Cooperation Network)在成員國之間進行資訊交換。

2. 跨境合作與執法挑戰：

(1)需要更好的跨國合作與資訊共享，以改善執法效率。

(2)目前線上平台的產品安全審核存在困難，認為應重新考慮委員會的集中執法能力。

3. 未來重點：

(1)跨境執法方面是首要任務，因現今約有 70% 的不安全產品來自海外，尤其是許多來自中國大陸的產品，因此與中國大陸建立合作至關重要。

(2)因應電子商務和數位世界的快速發展，要求對人工智慧 (AI) 的應用進行深入探討和未來規劃。

(九)主持人 *Filip* 請教法國競爭、消費者事務和反詐欺司司長 *Sarh Lacoche*，以法國的觀點回答，如何看待生產力提升對於風險降低所帶來的益處？並詢問身為法國國家市場監管機構的總監，在未來幾年的重點將為何？總結 *Sarh Lacoche* 本次回復問題之重點如下：

1. 新的「通用產品安全規範(GPSR)」中的「負責任者原則(Principle to goal of the responsible person)」是一項重要的概念，能有效提升歐洲及法國的產品安全。

2. 每件在歐盟銷售的產品都必須有一位位於歐盟境內的負責人，

這能幫助監管機構快速聯繫並解決危機。

3. 執行力的提升至關重要，需要歐盟內部與國際合作來解決。

4. 未來的三大優先事項

(1) 強化跨境電子商務的監管：特別關注不符合歐盟安全標準的產品。

(2) 環境與安全的平衡：探索綠色轉型和產品安全之間的聯繫，特別是家用產品。

(3) 應對新興風險：包括社交媒體等帶來的消費者行為改變，並適應人工智慧應用中的潛在風險。

5. 本次國際產品安全周（IPSW）的標語應為「安全不是選擇，而是責任(Safety is not an option but be responsibility.)」

二、 Monday 14 October 15:00-16:15 搭建橋樑：安全與循環經濟

引言：消費者的信任對於釋放循環經濟的潛力至關重要。在這方面，循環經濟中產品的安全扮演關鍵角色。本場次將討論產品安全與循環性間競合之相關案例。來自各方利害關係人將從不同但相輔相成的視角探討這此主題的各個面向。此外，亦將一窺歐盟委員會有關產品安全與循環性持續研究的初步結果。本場次由歐盟執委會產品安全與快速警報系統部門之法律與政策官員/標準化專員 *Marie Gerardy* 擔任協同主持人，參與之講者介紹如下：

- *Catherine Chevauché*：國際標準化組織 TC 323 循環經濟主席。
- *Paulo Coscarelli*：巴西國家計量、品質與技術研究所國際技術合作部門成員。
- *Amanda Dadd*：澳洲競爭與消費者委員會(ACCC)產業與消費者參與部主任。

▪ *Alejandro Cózar Cisneros*：迪卡儂(Decathlon)資深法律顧問。

(一) 本場次討論主題為「產品安全與循環經濟」，主持人 *Filip* 強調循環產品（例：二手商品、再製和翻新產品）安全性的重要且提及循環經濟有助於減少浪費並促進可持續性消費，本場次探討如何在促進循環經濟的同時，保持產品的安全性，並討論將涵蓋產品安全與循環經濟之間的平衡。

(二) 主持人 *Filip* 邀請現場與線上參會者通過 Slido 平台參與即時互動，總共有兩項調查，第一項詢問過去購買過哪些類型的二手產品。問題的選項包括：運動設備、兒童汽車座椅、電子產品、家電等，希望能瞭解觀眾在二手商品上的消費趨勢。初步調查結果顯示二手服飾與交通工具類商品較受歡迎。第二個問題是詢問觀眾購買二手產品的主要動機，選項包括：較低的價格、環保考量、社會倫理原因、或其他因素。調查結果顯示價格是主要動機，其次是環保和產品的可用性。這反映出大多數消費者選擇二手產品是出於經濟考量，但環保意識也在逐漸提升。

(三) *Marie Gerardy* 首先表示安全問題向來是消費者擔心的重要因素，消費者將會擔心哪些二手產品可能帶來安全風險，特別是玩具、兒童用品和個人防護設備(如 PPE)等類別。其進一步解釋歐盟通用產品安全規範(GPSR)適用於所有在歐盟市場銷售的消費品，無論是新品、二手貨品、經修理過，或是重新製造的，其內容涵蓋循環經濟中的產品安全，亦即 GPSR 的內容已對二手或翻修產品的進行風險分析，惟 GPSR 係將古董、藝術品及標註為需修理的產品排除項目列為排除項目。*Marie* 持續強調消費者有權利獲得安全的產品，企業需進行內部風險分析、減輕潛在危害，以及提供安全相關資訊。亦提及循環經濟中的安全問題，尤其在技術標準是否足夠涵蓋產品的整個生命週期，以及消費者對二手

產品安全的感知環節，將直接影響循環經濟模式的未來發展。*Marie* 表示消費者對安全的信任程度直接影響循環經濟的商業模式可行性，所以必須加強公眾對產品安全的信心。最後 *Marie* 彙整其所提建議政策方向如下：

1. 政策監管之部分：

(1) 「通用產品安全規範(GPSR)」已納入循環經濟產品安全性規範。

(2) 「消費者賦權綠色轉型指令」(Empowering Consumers for the Green Transition Directive)：歐盟議會 2023 通過 EU 2024/825 指令，明定 2026 年起禁企業隨意宣稱產品「環境友善」，即嚴禁「漂綠(greenwash)」，重點如下：

A. 在沒有公信力的環境數據證明下，不得使用模糊空泛的聲明，例：「環境友善」(environmentally friendly)、「天然」(natural)、「氣候中和」(climate-neutral)、「生物可分解」(biodegradable)、「生態友善」(eco-) 等

B. 不能利用碳抵換計畫獲得的減碳額度來宣稱其產品碳中和或低碳。

C. 須經批准的認證計劃或公共機構核定，產品才能使用永續標章。

D. 不能在零件還能使用的情況下促請更換零件。例：印表機墨水匣。

E. 禁止不實的可維修聲明。

(3) 「消費者修復權」(Right-to-Repair Directive)：歐盟於 2024 年 6 月正式公布 Directive (EU) 2024/1799，各成員國將有

兩年時間，至 2026 年 7 月 31 日須將該指令轉化為國家法律。該指令將賦予消費者在產品損壞或有缺陷時具有選擇維修或更換的權利，並透過一系列配套措施，使維修變得更容易、更快速、更透明和更有吸引力。

(4) 「企業永續發展報告指令」(CSRD)及「歐洲永續發展報告準則」(ESRS)：歐盟於 2022 年通過，並於 2023 年 1 月 5 日開始強制實施「企業永續發展報告指令」(Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD)，及其支援性資訊「歐洲永續發展報告準則」(European Sustainability Reporting Standards, ESRS)，以要求企業在永續發展方面進行更廣泛、詳細的報告，並對其價值鏈進行更全面的揭露和管理。

2. 相關指引或指南供依循：標準化對保障循環產品安全的重要性，包括水平性(跨領域)和垂直性(針對特定產品類別)的標準化方法。
3. 合作與資訊共享：強調資訊共享與國際合作的重要性，此概念已在巴黎的 OECD 會議上討論過。
4. 消費者與企業經營者之角色定位：企業在循環經濟中的努力應該得到承認，特別是那些優於法律規定的企業，歐盟會表彰這類企業，並應鼓勵更多企業承擔社會責任。

(四) *Catherine Chevauché* 分享了關於循環經濟標準化的工作進展。其指出循環經濟需要全球共同理解及執行，並介紹了 ISO 於 2023 年 5 月發布的三項關鍵標準，其涵蓋了循環經濟的定義、原則以及行動指南。*Catherine* 強調循環經濟的核心原則包括資源的多次利用、減少浪費、提高產品安全性等，該等標準強調企業應該

如何重新設計產品，使其更容易進行再利用、修復或回收，亦指出該等標準不僅僅針對產品的設計和回收，亦強調服務領域的循環經濟發展。ISO 的目標是促進國際間對循環經濟的共同認識，並為企業提供具體的指導。*Catherine* 強調該等標準的發布對全球的企業和國家來說具有重要意義，尤其是在實現資源高效利用、減少浪費和提高產品安全性方面。

(五) *Paulo Coscarelli* 表示儘管巴西缺乏統一的產品安全法規，但巴西消費者保護法規定所有市場上的產品必須對消費者安全，並且需要提供適當的產品信息。此外，在巴西的輪胎係唯一有明確規範其安全性的二手產品，巴西允許對汽車輪胎進行修補並再次販售，然該等產品亦需要符合與新輪胎相同的安全標準，其強調國際合作對於解決全球產品安全問題至關重要，而巴西面臨的挑戰之一即是缺乏可靠的數據庫，因而無法追蹤哪些產品與發生危害甚至致死有關，因此不易就二手產品的安全性進行有效的風險評估。*爰*認為只有通過國際間的技術合作，才能有效因應全球循環經濟中產品安全性的挑戰，並呼籲應建立一個國際性循環產品的相關數據庫。

(六) *Amanda Dadd* 表示 ACCC 係負責管理產品安全，包括在循環經濟政策過渡期間的產品安全監管，並強調環境聲明及永續性是 ACCC 在產品安全領域中的重點，而該重點除與產品安全相關外，亦持續以淨零排放及循環經濟為目標邁進。澳洲政府已經承諾在 2030 年前推動循環經濟，此意味著企業需要對消費者的環保需求作出反應。雖確保市場運作有效的永續性相當重要，惟不應妥協產品安全。若可有效解決產品安全問題，並增強消費者對產品的信心，將有助於實現循環經濟。意即澳洲在環境政策上有明確目標，並強調需要在不犧牲產品安全的情況下推動永續性產

品的使用。*Amanda* 指出 ACCC 的工作是確保市場能有效支持轉型，並減少產品安全問題帶來的風險。

(七) *Alejandro Cózar Cisneros* 首先介紹其公司(迪卡儂)在產品永續性方面的策略，作為一個擁有長久歷史的法國零售商，首要目標是確保產品對消費者的可用性，並強調產品的可用性是延長產品使用壽命的重要途徑。另外介紹迪卡儂在支持永續產品上的相關作為如下：

1. 不僅販售運動及戶外休閒用品，亦涉足了相關零配件販售市場，其提供的服務包括產品的快速維修和重製，幫助客戶延長產品使用年限。
2. 開始在商店內銷售二手商品，並提供買回服務，供消費者可以將家中的健身設備賣回來。此不僅是促進二手商品流通的措施，還能夠確保這些商品在市場上再次流通並保持安全性。
3. 在某些產品上提供租賃服務(如：健身設備、自行車、露營裝備等)，該等租賃服務旨在滿足消費者短期需求，並可支持循環經濟的發展。

三、 Monday 14 October 16:45-18:00 探索橋樑：新產品與新風險

引言：融合了人工智慧(AI)、物聯網(IoT)或虛擬實境(VR)等數位技術的新消費性產品提供新的技術解決方案，為消費者帶來多種好處，然亦可能帶來新的健康和 safety 風險(包括心理健康)或加劇現有風險。本場次將探討減輕這些風險的方法，如透過監管、行業自願措施、或是提高意識等。本場次由歐盟執委會產品安全與快速警報系統部門之新技術和線上產品安全團隊負責人 *András Zsigmond* 擔任協同主持人，參與之講者介紹如下：

- *Rafaela Nicolazzi*：OpenAI 歐洲全球事務團隊資料、隱私與消費者

保護主管。

- *Nicholas McSpedden Brown*：經濟合作暨發展組織(OECD)政策分析師。
- *Nathalie Smuha*：比利時魯汶大學(KU Leuven)助理教授。
- *Cláudio Teixeira*：歐洲消費者組織 (BEUC) 數位版權法律官員。

(一)*András Zsigmond* 在簡短的演說中介紹歐盟在新技術產品安全的演進，其中包括發生智能手錶的漏洞及其他新技術的潛在風險，此亦為促使歐盟在 2024 年 12 月 13 日開始實施新的「通用產品安全規範」(GPSR)的要素之一(因等規定將包括軟體等數位產品)。*András* 指出技術更新帶來的挑戰之一係如何確保產品在整個生命週期內保持安全，並強調需要提高消費者對物理風險(如：虛擬現實中可能引發的身體不適)的認識，且須讓消費者理解他們使用的產品可能帶來的風險，尤其是那些尚未被廣泛認識的新興技術。此外在面對新技術和生成式 AI 時，亦應一併考量其對心理健康所產生之風險的相關問題。最後，*András* 在表示因應新興技術伴隨而來的安全問題，重點事項包括下列：

1. 重視合作：「合作」是解決新技術風險的關鍵，其表示行業與監管機構間，或是國際間的合作非常重要，並指出消費者不應該單獨承擔風險的責任，行業和監管機構應該共同承擔這個責任。
2. 教育與風險認識：消費者應該被教育如何識別風險，惟企業和監管機構也應該在風險識別和管理中扮演關鍵角色。其認為在產品上市之前進行充分的合作與風險評估是非常必要的。
3. 信任與技術發展：信任在安全技術中的具有重要性，並指出安全與新技術的挑戰應為相輔相成的，而非對立。在產業、監管

機構和消費者共同合作下，才能確保市場上推出的產品是可信的，並且能夠保護公眾的利益，獲取消費者之信任，可直接影響企業經營者推出更安全之產品。

(二)主持人 *Filip* 指出隨著人工智慧(AI)、物聯網(IoT)、虛擬實境(VR)等技術的進步已深刻影響人們日常生活，且未來將在消費品中扮演更重要的角色。惟該等技術的快速發展也帶來了新風險，此類風險需要被識別並加以管理。*Filip* 亦強調除物理性安全風險外，亦需關注技術對心理健康和福祉的潛在影響。數位技術快速演變使得現有的監管體系難以跟上，形成了一種體制“追趕”技術創新的情況。其認為因應許多新技術的風險尚未得到充分預測，需要不斷調整監管框架來因應不斷變化之風險。以購買智能設備為例，該等產品可識別聲音、面容，並瞭解個人的偏好，惟其將對使用者的隱私帶來挑戰。雖然該等產品可帶來便利，然當智能設備掌握過多個人資料時，會讓使用者感到不安。

(三)*Nicholas McSpedden Brown* 指出隨著數位技術逐步被應用在消費性產品中，傳統消費者品安全框架可能無法因應新的挑戰。儘管 OECD 已有相關建議，惟監管機構並未收到足夠事故報告，此反映消費者難以識別數位技術產生之風險，或是說消費者就此部分之風險意識不足。考量囿於技術進步迅速及操作透明度低，且缺乏足夠的技術專家來評估風險，導致在數位技術產品在風險管理環節出現缺口，應靈活運用風險評估和管理框架來因應該等挑戰。*Nicholas* 並提及一份由歐盟共同資助 OECD 的研究計畫，該計畫旨在探討使用數位技術的產品的安全性，特別是針對人工智慧(AI)、物聯網(IoT)、虛擬實境(VR)，該研究專注於討論如何依據新的數位技術發展更新產品安全框架，並探討是否需要改進現有的規範及標準。初步統計結果顯示，共有 17 個 OECD 國家參

與調查，並發現有 3 個主要挑戰如下：

1. 監管碎片化：許多國家有多個機構負責不同領域的安全監管（如：網路安全、AI 安全），導致制定統一的安全政策變得困難。
2. 監管空白：部分監管機構表示以現有的產品安全框架恐無法有效涵蓋與軟體更新及第三方供應商相關的風險。
3. 專業知識的缺乏：由於數位技術迅速發展，許多監管機構缺乏必要的專業知識和方法來評估新興風險。

雖然數位技術與心理健康之間的關聯尚無明確共識，但已有越來越多證據顯示某些產品(如：AI 聊天機器人、虛擬現實)可能會加劇心理健康問題。某些虛擬技術能夠幫助解決心理健康問題，但亦有可能加重某些心理疾病，特別是對兒童而言，虛擬環境可能有引發或加劇情緒困擾之疑慮。某些國家（如：英國、美國）已經開始在其風險評估框架中納入心理健康的考量(如：英國的風險評估方法已經明確將心理傷害視為一種風險，這可能會改變對於物理傷害的風險評估過程)。此外，某些國家(如：義大利)已經開始針對數位產品的心理健康風險進行消費者保護措施(如：義大利就 TikTok 演算法可能產生的危害進行規範)，顯示出數位產品對消費者心理健康的影響開始引起監管機構的注意。最後 *Nicholas* 表示目前消費者意識有限，須依靠更新的法規及標準來管理風險，且需要進行跨國層級合作(包括歐盟及全球範圍)。另外亦需提升監管機構的能力，尤其是市場監控和執法，並補充應該有更多的風險證據來支撐這些決策。而 OECD 建議企業應對產品提供顯著的安全訊息，且該等訊息在產品生命週期中應持續更新。另外，除提升安全意識外，更應注重「設計安全文化」，並以「設計即安全」為企業發展的核心。

(四)*Rafaela Nicolazzi* 表示產業界在確保新技術安全性方面承擔重要責任。企業必須從開發到推出階段都應嚴格測試新技術，並與政府及專家合作，制定明確的安全措施。*Rafaela* 分享了 OpenAI 開發 AI 模型的經驗，其表示企業應該公開 AI 技術的能力與風險，並承擔起對消費者安全的責任，並強調在 AI 的發展過程中，安全性是建立信任的基礎，並舉了幾個使用 AI 的例子，包括利用 GPT-4 進行癌症篩檢與治療、AI 在農業領域的應用(例如在印度和中亞地區的農業擴展服務)，以及 OpenAI 與 Moderna 合作加速藥物開發。針對如何在不斷增強功能的 AI 模型中確保安全，*Rafaela* 提出了兩個關鍵做法如下：

1. 互動部署：預防風險非常重要，惟仍有局限性，需從現實世界的使用情況中學習，並進一步增強 AI 模型安全性。
2. 尋求廣泛與多元的反饋：例如 OpenAI 發布了「模型規範包」來解釋 AI 模型的行為，並開放了兩週的公眾反饋，以便收集意見並進行改進。

最後，*Rafaela* 強調創新不應與安全背道而馳，且隨著 AI 技術的進步，安全系統必須經過更嚴格的評估，並應由行業與監管機構共同發展規範以確保技術之安全性，且提出下列 2 項具體作法供各界參考：

1. 規範與跨領域合作：*Rafaela* 認為 AI 的問題涉及多個領域，從安全、數據保護到版權問題，因此應鼓勵監管機構進行跨領域合作。另為亦以英國數位監管合作平台作為例子，該平台將多個監管機構聚集在一起協作，以因應數位經濟中的風險。
2. 行業標準與合作：*Rafaela* 提到「前沿模型論壇」(Frontier Model Forum, FMF)，此為專門研究 AI 風險的行業非營利組織，並強

調標準化和行業合作對於風險控制的重要性。

(五)*Nathalie Smuha* 提及儘管 AI 系統的設計目的是提供便利，惟亦伴隨隱私、歧視等風險，可能會影響消費者安全及心理健康，並指出許多監管機構尚未能因應複雜的風險，需要更多專業知識來應對。同時簡述 AI 所帶來下列幾種風險情形：

1. 心理健康與技術風險：AI 和虛擬技術對特別容易對孤獨感較強的人、青少年或心理健康有問題的群體產生心理健康風險。某些聊天機器人可能被設計成讓用戶上癮，且在沒有適當保護的情況下對用戶的情感健康產生負面影響。例如：聊天機器人可能誘發心理依賴或導致極端案例(如自殺)。
2. 數位技術的法律與倫理問題：對 AI 技術的監管往往偏重於傳統的產品安全框架，而忽視在倫理、隱私和社會影響方面的潛在問題，並表示 AI 系統可能會因為訓練資料的不全面而導致偏見，這在醫療領域可能造成嚴重後果。例如：偏頗的醫療 AI 可能導致不公平診斷、推薦系統可能鼓勵有害內容，如厭食症宣傳。

Nathalie 本次談話之內容重點如下：

1. 風險評估與擴展：*Nathalie* 指出風險評估不應僅僅集中於傳統的物理風險，應該更廣泛地考慮心理健康等更複雜的問題。其強調企業應該與研究人員合作，通過提供產品和模型的使用供研究人員幫助檢查產品的穩定性。且風險評估應該不僅僅在產品設計階段進行，應該持續並定期公開，以便能夠收到來自更廣泛利害關係人的反饋。此外精神健康問題應納入風險評估中，並且在各種法律框架中應明確指出此為必須考慮的風險因素。
2. 監管機構的準備：目前許多國家的消費者保護機構尚未準備好

因應新興風險，並指出有時消費者投訴會在不同部門之間流轉，最終並未獲得有效解決，爰監管機構應該累積經驗，並清楚劃分責任，建立更清晰的監管框架，並強化監管機構的專業能力。

3. 心理健康與規範框架：心理健康應納入風險評估框架，並在相關的法律與指導文件中得到明確規定。如此可確保所有風險(包括物理性及心理層面)，皆能得到妥善管理。
4. 製造商的責任與規範：應加強對小型公司(相對於大型語言模型的公司)的風險評估，此類公司可能沒有足夠的資源來處理這些風險，因此需要有更清晰的指引來提供幫助。監管機構與企業必須合作共同制定適當的風險評估方法，以確保這些產品的心理健康風險得到充分考量。
5. 瞭解消費者角色定位：消費者應該有選擇產品的自由，惟亦應意識到其缺乏足夠的資訊來評估風險，爰不宜將風險的責任完全推給消費者承擔。

(六)*Cláudio Teixeira* 由消費者角度提出消費者理所應當的對於市場上銷售的產品皆有安全性期待，現實情況卻是許多數位產品(如連接設備)，存在嚴重的安全疑慮，這在購買時不易預見。過去十年進行的產品測試約有 2/3 的產品存在某種漏洞，反映出市場上對於數位技術產品的安全監管不足，許多產品未經充分測試便進入市場。隨著科技進步，許多產品變得更加顛覆認知且高效，也伴隨更高的風險。*Cláudio* 列舉下列新興科技帶來風險之例子：

1. 隨著數位設備進入日常生活，從最基本的物品如牙刷、梳子等日用品開始，所有事物都在數位化，可能使家庭生活的隱私受到威脅。

2. 互動娃娃(如：Kayla)具有藍牙連接功能，能與孩子進行互動，惟若被駭客攻擊，可能成為間諜設備，會對家庭隱私與安全構成重大威脅，或可能危害到兒童的身心健康。
3. 比利時曾有案例，聊天機器人誘使使用者自殺。該類情況顯示出生成式 AI 對於人類心理的深遠影響。

Cláudio 指出在尚未處理舊產品的安全問題前，新技術革命已再次挑戰監管機構的應對能力。該等新技術雖在應用層面上推動創新，惟在產品安全上，也使風險評估變得更加複雜。當前監管框架已難以跟上快速變化的技術，因此需要進行根本性的改變。傳統的監管方法可能無法有效因應新興產品的風險。此時應注重監管框架的靈活性及可適應性。創新是驅動市場的核心，然而如何平衡技術進步和消費者安全間的關係，成為了監管機構的一大挑戰。*Cláudio* 呼籲監管機構在面對每次新的技術革命時，應將消費者的安全放在首位，而製造商須對產品的風險負責，並從設計階段就確保產品具備安全性。

四、 Monday 14 October 18:30 歐盟執委會司法專員 *Didier Reynders* 為本日討論進行總結

Didier Reynders 表示歐洲產品安全週旨在保護消費者，此次主題係「為全球產品安全建立承諾」，並彙整本日討論之重點如下：

- (一) 全球產品安全與未來展望：介紹產品安全的重要性，並舉例說明如何確保當前與未來之間的安全橋樑，強調需要所有相關方的公同合作。
- (二) 歐盟強化消費者保護：歐盟近年來強化對不安全產品的監管，並制定新法規 GPSR，通過新規範確保線上與線下消費者的平等待遇，並介紹了包括網路市場監管在內的新措施。亦即此法規不僅

涵蓋所有產品的風險，還確保無論消費者是在線上還是實體店購物，都能獲得同樣的保障。

(三)加強線上市場規範與風險評估：強調線上市場對於產品安全的重要性及其相對應之責任，並指出 3/4 的危險產品來自於線上市場。新法規也涵蓋了對新型風險的關注，例如對消費者心理健康的影響，以及與網絡安全和連接性相關的風險。

(四)歐盟產品安全承諾：介紹歐盟推動的產品安全承諾計劃，並指出已有 11 個行業參與，該等承諾已啟發世界其他國家（例：韓國、澳洲、日本）響應，意即產品安全是全球共同的挑戰，需要全球合作來解決。

(五)國際合作與安全交流：提及歐盟在產品安全領域的全球合作，並介紹了與日本、韓國、澳大利亞和加拿大的合作案例，另談到歐盟與中國等國家建立的合作計劃，包括對網路上產品安全的行動計劃。

(六)全球產品安全框架：介紹在巴黎的首次部長級會議，強調全球產品安全政策框架的建立，並希望未來能夠加強對網路安全和產品監管的重視。

(七)產品安全與數位化的關聯：討論數位化對產品安全的影響，特別是在新的電子商務市場及小型企業等新興市場日益增長的情況下，其強調須藉由《通用產品安全規範規》和《數位服務法》的協同作用，因應新興的市場風險。

(八)二手產品的安全問題：提到歐盟對二手產品安全的重視，並介紹正在進行中的研究，期望能確保二手市場的產品仍符合安全標準。

最後 *Didier Reynders* 重申，期待透過全球合作和建立跨國橋樑以達到保護消費者安全的共同目標，亦期望本次會議能帶來更多的交流

和靈感，並感謝所有參與者。

五、 Tuesday 15 October 09:00-10:30 跨越橋樑：通訊安全之創新

引言：保護消費者免受危險產品的侵害需要所有利害關係人的有效溝通，包括監管機構、企業、民間社會、學術界等。該小組將展示來自世界各地的產品安全溝通和教育的創新範例，亦將透過集體討論以提升公眾對產品安全問題認識，並激發新思路。本場次由歐盟執委會消費者事務主任 *Isabelle Pérignon* 擔任主講，其他參與者介紹如下：

- *Carole Bachmann*：歐洲便攜式電池協會(EPBA)秘書長。
- *Minyoung Huh*：韓國消費者院傷害資訊部副主任。
- *Dalia Malinauskienė*：立陶宛國家消費者權益保護局國際及公共關係部主管。
- *Anja Merenkivi*：芬蘭安全與化學品管理局消費品高級官員。
- *Rafael Regla Aguirre*：墨西哥聯邦消費者檢察官辦公室(PROFECO)國際事務主管。

(一)主持人 *Filip* 強調本日討論將聚焦於創新與跨界合作，也介紹會場外的展覽，並鼓勵與會者參觀歐洲產品安全獎的展示攤位，以瞭解如安全鈕電池、機器人設計的創新研究等。

(二)*Isabelle Pérignon* 強調有效的產品安全溝通是保障消費者的關鍵，並指出本次討論將展示來自全球的創新實踐。其表示產品安全的溝通應該涵蓋各個利害關係人，並介紹了歐盟執委會的一些創新工作，例如啟動“消費者政策實驗室”來促進跨領域的合作。也分享歐盟在產品安全溝通中的創新策略，包括與《Vice》雜誌合作，通過故事與影片吸引年輕消費者的注意，將產品安全議題與日常生活緊密聯結。其介紹即將推出的互動遊戲，旨在以趣味

及互動的方式提高年輕人對產品安全的認識。*Isabelle* 強調國際產品安全週作為一個平台，目的係使全球各方分享知識，且尋求新的解決方案，也介紹了歐盟與其他國際機構的合作，並呼籲大家參與社交媒體運動，提高對產品安全的關注。最後 *Isabelle* 表示合作、創新及有效溝通係解決當前和未來產品安全挑戰的關鍵，並期待歐盟未來繼續與各界密切合作，推動創新與政策發展。

(三)*Carole Bachman* 透過視訊講述鈕扣電池的危險性，特別是對兒童的威脅。其強調該等小圓形電池因為形狀吸引兒童，並且容易被吞食，造成內部燒傷，嚴重時甚至致命。另指出歐洲可攜式電池協會(EPBA)與醫療機構合作，致力於提高鈕扣電池的安全性，包括改進包裝、加強警告標籤等。此外亦強調製造商、政府機構、醫生以及照顧者都應共同合作，提高對鈕扣電池誤食的警覺性並提供適當的處理建議。本場次 *Carole* 談話內容重點摘要如下：

1. 鈕扣電池的大小與風險：鈕扣電池通常直徑介於(5~25) mm，高度介於(1~6) mm 間。由小巧、光亮且形狀不定等特性，對兒童來說非常具有吸引力，易有被吞食之疑慮。吞入後電池可能卡住喉嚨，導致嚴重的內部燒傷甚至死亡。較大的電池，特別是(6~25) mm 的電池，更容易造成這類問題，尤其是 3 V 的電池。且小孩可能無法表達自己吞入電池，吞入鈕扣電池的症狀亦常會被誤認為流感等輕微症狀(如：咳嗽或吞嚥困難)。
2. 火腿測試示範：藉由一個示範來展示鈕扣電池之危險，其將電池放在一片火腿上，火腿中水分與電池發生化學反應，造成組織損傷，此類反應與孩子吞下電池後可能發生的情況類似。
3. 改善安全措施之後續作為：*Carole* 討論多項有關鈕扣電池的安全措施，包括兒童防護的電池隔間設計、安全包裝和標籤。而

各領域間的合作亦至關重要，包括製造商、監管單位、醫療專業人士和消費者保護組織等。

4. 歐洲鈕扣電池誤吞行動小組的成立：為提高對兒童鈕扣電池誤吞問題的認識和理解，催生歐洲鈕扣電池誤吞行動小組成立。該小組匯集了醫療專業人士、電池製造商、分銷商等重要利害關係人，並致力於改善安全標準、包裝和處理機制，並精進更完善的數據蒐集及推動更有效的安全創新做法。此小組每年6月舉辦鈕扣電池意識活動，通過回答有關電池安全的常見問題，教育公眾如何安全存放電池，以及誤吞電池後應該如何處理。亦發布一份行動綱領，呼籲改善安全規範、加強對風險的理解，並在歐洲及各國層面提高對風險的認識，同時改善電池處理機制，並鼓勵創新設計以減少誤吞風險。

(四)*Minyoung Huh* 是韓國消費者事務機構(KCA)的負責人，該機構協助執行消費者相關政策，包括交易安全、測試、教育等，KCA刻正推動消費者安全監控計畫(Customer Safety Monitor, CSM)，旨在鼓勵消費者參與產品安全的監控與推廣。消費者安全監控員的招募對象，係所有市民皆可參與，無論性別、年齡或職業，只要對產品安全領域具熱情即可。每年選擇2-3人組成的小隊，並為其提供培訓，助其識別及報告產品安全隱患。消費者安全監控員會參與市場上產品的安全檢查，進行社交媒體宣傳等活動，且該系統亦蒐集、分析來自全國各大醫院和消防站的傷害訊息，並透過消費者報告來提升產品安全。2024年之計畫為舉行鋰電池的安全宣傳活動。最後 *Minyoung Huh* 提到消費者安全監察員可在沒有其他外力干預的情況下，創作自己的消費者商品安全領域內容，並透過社交媒體平台(如：Instagram、YouTube)與消費者分享。

(五)*Dalia Malinauskienė* 介紹立陶宛如何通過與學校合作來教育兒童

關於產品安全，尤其是不安全玩具。立陶宛利用網頁及社交媒體向教師和家長傳遞產品安全訊息，並開始專注於教育兒童，特別是在學校及幼兒園中。當局發現將不安全玩具帶到課堂上進行展示，並與兒童進行互動，可以讓孩子們對安全問題產生更多興趣。*Dalia* 強調教育兒童時，小禮物及活動中的互動非常重要，此將有助於吸引孩子的注意力並促進學習。*Dalia* 另特別提及某些玩具雖然標示為適合 3 歲以上的孩子，但實際上仍存在安全隱患。例如容易脫落的小物件可能有被小孩吞食或造成其他危險之疑慮。此外，某些玩具含有有害化學物質(如：鄰苯二甲酸酯)超過允許的標準時，將對兒童產生危害。最後談到許多玩具的聲音可能過大，將對兒童的聽力造成影響，*Dalia* 表示立陶宛對於玩具要求非常嚴格，特別是就化學成分、音量以及物理性(小物件)的安全要求，並相當強調應以創新方式提升公眾對產品安全領域的認識，特別是針對兒童的教育宣導。

(六)*Anja Merenkivi* 介紹芬蘭的兒童產品安全教育計劃，並提及其所屬機構通過與利害關係人合作來提高消費者對產品安全的關注。*Anja* 特別介紹屬機構為兒童安全所設計之吉祥物「Tukes」，並分享其如何在學校和幼兒園等場所進行安全教育。*Anja* 提及 Tukes 曾參加過赫爾辛基兒童會議及芬蘭各地的活動，並在這些活動中設立資訊攤位，與各個家庭及兒童進行互動。今年 Tukes 參與 2,000 公里的巡演，並為兒童提供與安全有關之訊息及活動。未來該機構計劃為學校和幼兒園創建更多的教育材料，並提供小型氣道哽塞檢測工具(小物件測試圓筒)，以教導家庭及機構如何防止窒息。

(七)*Rafael Regla Aguirre* 討論墨西哥如何利用「影響者(Influencer)」來推廣產品安全的訊息。*Rafael* 表示影響者行銷可能有誤導性廣告問題，需要專門的法律框架來規範。*Rafael* 本次談話之重點如下：

- 1.關於「影響者」的定義：在墨西哥的法律框架中，尚未明確定義「影響者」及「影響者行銷(influencer marketing)」。*Rafael* 表示影響者係指在社交媒體平台(如：Twitter、Facebook、Instagram、TikTok 和 YouTube)上創作內容的人，通常專精於某一領域，因能影響其追隨者的看法、意見及決策，而被視為推廣產品及服務之媒介。
- 2.法律規範與消費者保護：雖然墨西哥並未有針對社交媒體或數位平台進行具體規定，惟訂有「一般消費者保護法」，禁止誤導性和不當的廣告，該法由 PROFECO 執行，並專注於保護消費者免受健康及安全危害。
- 3.PROFECO 的工具與執法：PROFECO 擁有多項工具，從預防到懲罰，包括罰款、補償和集體訴訟等。PROFECO 積極利用社交媒體平台，並發佈消費者指南，以協助業界符合規範，並保障消費者權益。
- 4.影響者廣告指南：PROFECO 推出針對影響者的廣告指南，該指南是諮詢過消費者顧問委員會並參考相關國際規範制定的，其強調內容必須透明、真實且可驗證，所推廣的產品必須符合所有相關法規，尤其是食品安全規定。
- 5.影響者行銷的挑戰與未來展望：影響者行銷是一個不斷發展的領域，涉及消費者保護與健康安全的雙重考量。PROFECO 將持續關注此領域，並強調跨部門合作和與執法部門的協調是成功推動指南的關鍵。

六、 Tuesday 15 October 11:00-12:30 拓展橋樑：產品安全的包容性

引言：市面上的消費產品是否對所有消費者都安全，無論其性別、年齡、種族、宗教、身體能力或社會經濟地位如何？監管機構、標準制

定者、消費者組織和經濟運營者如何考慮包容性問題？本次會議將識別挑戰及現實差距，突顯有前景的措施，並提出使產品安全更具包容性的方法。有關本場次之參與者簡介如下：

- *Geoff Barrett*：加拿大衛生部新興優先事項辦公室執行董事。
- *Frauke Hoss*：歐盟執委會機械和設備部政策官員。
- *Tania Vandenberghe*：歐洲消費者標準化之聲(ANEC)高級專案經理。
- *Beau Wangtrakuldee*：AmorSui 創辦人兼首席執行官。

(一)主持人 *Filip* 詢問與會者對市場上產品的安全性看法，依據大多數與會者的回答可知產品尚未完全安全，顯示在產品設計中有很多改進空間，且大多數認為個人防護裝備及汽車是係最易發生問題的領域。

(二)*Geoff Barrett* 提出在評估消費產品安全性時，過去所使用的皮膚色素測量標準過於狹隘，該結果無法代表所有不同膚色的人群，並強調應採用更具包容性的皮膚色調標準來進行風險評估，並表示無意識偏見對產品安全性會產生影響，其介紹加拿大健康管理局目前已有相關作為，期望可減少該等偏見，提高評估之公正性及準確性。其亦表示作為監管機構，必須依賴新的數據佐證來制定規範。然現有的數據已經過時，特別是在儀器數據方面。其認為需要確保更新的數據才能夠反映當前的風險情況，惟此需要額外資源來進行研究及數據更新。而除了定量數據外，尚需要更多質性分析來補充，協助監管機構制定更合適的規範，特別在加拿大等地，必須更加關注偏遠社區、原住民社區等易受影響群體的需求，並教育監管機構如何理解及幫助該等群體，所以必須與其他部門(如：自然健康產品部門、醫療設備部門等)進行合作，確保跨領域的學習及經驗分享，始能有效消除潛在的偏見。

(三)*Dr. Frauke Hoss* 表示在某次偶然的對話中聽到女性消費者對防護面罩不合適的抱怨，啟發了她思考產品設計中的性別差異，其發現許多產品之設計(如：防護眼鏡)係基於男性和年輕人數據，而忽視女性及其他不同群體的需求，這現象促使其推動標準的修訂，以確保產品對所有人都安全。*Dr. Frauke Hoss* 強調歐盟執委會、成員國之當局及標準化機構間之合作的重要性，且應確保在產品安全決策過程中，所有利害關係人都能發聲，特別是關注弱勢消費者的需求。另指出產品安全中的包容性不僅能惠及弱勢群體，對整體大眾也有益。例如針對身形較小或有殘疾的人的安全設計，也能對高個子的人或其他需求不同的群體帶來好處，這顯示出包容性設計的廣泛影響。

(四)*Tania Vandenberghe* 發現某些家用電器標準並未考量年長人、兒童或殘疾人士的安全，爰已有部分家用電器(如：洗衣機、微波爐、吐司機等)標準已進行修訂，以因應弱勢消費者需求。例如產品可能具有像是「蜂鳴聲」之功能，方便視障人士使用；聽障人士亦可通過燈光來判斷產品狀態；另引入「防指尖保護」等安全措施，防止兒童接觸到危險部件，並且降低家電表面溫度，確保產品在使用過程中不會過熱。*Tania* 表示 ANEC 目前刻正推動起草「排除條款」的運動，旨在改善該等產品的安全性。*Tania* 強調歐盟執委會、成員國當局及標準化機構間進行合作時，應確保在產品安全決策過程中，所有利害關係人都能發聲，特別是應關注弱勢消費者的需求，意即應就不同群體(如：年齡、流動性、心理狀況等)探討產品對其之危害性，並提倡使產品設計應考量多樣性需求，否則可能導致部分消費群體面臨安全風險，爰產品需要更為周延且公平之設計。*Tania* 以鈕扣電池為例，其提及家中常見的鈕扣電池對兒童具威脅性，若吞食則有致命之疑慮。*Tania* 表示需要更多

的數據支持及具包容性之標準化系統，使所有利害關係人都能參與其中，其一再強調標準化過程中最大的挑戰之一係缺乏數據，並表示歐盟就不同群體需求之認識仍然不足，特別是在多元文化背景下，爰如何為不同群體制定符合安全要求之標準將是一個巨大的挑戰。歐盟應建立事故及傷害數據庫，並提供更多資金，以確保標準具備更佳之包容性。

(五)*Dr. Beau Wangtrakuldee* 表示包容性設計不僅是挑戰，更是商機，儘管研發包容性產品需從頭開始，且耗費時間及資源，惟此亦為一個極具潛力的市場，特別係針對女性、少數族裔及其他未被充分服務之群體。企業應有責任開發該等產品，此不僅為道德責任，亦能為企業帶來商機，然現今市場產品仍多以男性需求為主，忽略了女性或不同文化背景的需求。*Dr. Beau* 提及其身為化學家，有在實驗室中經歷因產品不符合女性需求而產生安全問題之經驗，此促使她創立了 AmorSui 公司，專注於為女性及其他被忽視群體設計符合其需求的個人防護裝備。*Dr. Beau* 強調企業應聆聽消費者的聲音，並分享其公司如何通過設計針對女性和其他特定群體的產品之經驗。*Dr. Beau* 談到其公司開發專為穆斯林女性設計的防火服，使該產品成為市場上之唯一選擇，其公司仍不斷聽取其他群體之需求力求創新更多產品。*Dr. Beau* 也重申應持續教育消費者瞭解不適合其需求之產品，往往將伴隨較高安全風險。

七、 **Tuesday 15 October 14:00-15:30 發展橋樑：聯合國貿易暨發展會議 (貿發會議)關於一般產品安全原則建議的研討會(分組會議)**

引言：會議將專門介紹貿發會議關於一般產品安全原則的建議草案，該草案目前正在貿發會議消費品安全工作小組的框架內制定，該建議之目的係為各國建立或修訂其產品安全框架提供指南。有關本場次之重要參與者簡介如下：

- *Pinuccia Contino*：歐盟執委會消費者副主任兼產品安全與快速警報系統部門負責人。
- *Teresa Moreira*：聯合國貿易與發展會議(UNCTAD)競爭與消費者政策處處長。
- *Thezi Mabuzza*：南非國家消費者委員會代理專員。
- *Katia Peñaloza*：秘魯國家消費者管理局局長。

(一)*Dr. Fernando Blanco Muiño* 強調在全球化背景下，隨著經濟及市場的變動，對消費者保護規範的需求應該是靈活且持續更新的，其呼籲全球各國在面對新挑戰時，應積極合作並且尋求具彈性空間之解決方案。

(二)*Teresa Moreira* 強調消費者保護的全球性議題，並表示全球化和數位化對消費者保護的影響，並認為產品安全對所有消費者都至關重要，無論其身處何地。接著介紹「世界消費者保護地圖」，並指出目前只有 109 個成員國提供其消費者保護法規訊息，此現象說明全球消費者保護法規的普及程度仍然不足。*Teresa* 提及聯合國正在與全球各國討論開發針對消費者產品安全的方案，會議的目標包括制定一套具高度國際共識的消費者產品安全準則。聯合國亦計劃在 2024 年提交消費者保護的建議，最後表示聯合國將繼續強化對發展中國家的支持，確保不安全的產品不會被反傾銷至該等國家。

(三)*Thezi Mabuzza* 則強調多元化及包容性在制定消費者保護準則中的重要性，並指出來自不同發展階段的國家需要根據其實際情況來保護消費者，發展中國家在缺乏消費者保護法規的情況下將受到不安全產品的威脅，並強調該等原則對於這些國家之重要性。*Thezi* 表示這些原則將有助於發展中國家改善其消費者保護法

規，並指出來自聯合國的指導能夠促使各地區政治領導人更積極地推動這些法律的實施。

(四)*Pinuccia Contino* 首先強調每位消費者都應有使用安全產品的權利，且闡述目前市場上依然存在危險產品之事實，該等產品將會對人們造成身心損害，並帶來經濟損失。也需要全球合作來應對跨國產品安全問題，並引用歐盟經驗，指出建立產品安全框架及法律係至關重要的。此外談到通用產品安全原則之部分概念包括產品必須安全、且無一產品可以逃脫法律規範、以及當局需要有足夠的資源和權力來執行法律。最後強調該等原則在全球推廣的重要性，以及工作小組的草案建議旨在促進國際合作，以共同達成全球消費品安全之目標。

(五)*Katia Peñaloza* 指出聯合國消費者保護指導原則曾是劃時代的標誌，惟隨著市場動態發展及進步，現今需要更加廣泛的自願性標準來應對這些變化，這正是對聯合國消費者保護指導原則起草建議所倡導的內容。*Katia* 特別指出像秘魯已經承擔起改善消費者安全和健康保護機制的責任，表示秘魯的「國家消費者保護整合系統」將各方參與者(包括消費者、供應商、政府機構、社會、學術界、業界協會乃至媒體)納入合作，儘管本建議係採逐步實施之方式進行，短期內可能難以察覺明顯變化，惟建議之益處多元，其中包括強化消費者安全保護、提升國際與區域規範的連結性等。每當標準被提升，縱使屬自願性質，亦能進一步鞏固國際規範體系。*Katia* 表示在秘魯，消費者保護機構面對來自業界的挑戰時，當擁有國際標準作為背書時，將強化其執法能力，能更有力要求企業遵守相關規定。*Katia* 也指出企業與當局之間的合作至關重要，此類合作不僅能更快速地從市場上撤回危險產品，有助於解決消費者糾紛並促進問題的及時解決，為消費者安全保護奠定穩

固的基礎。

八、 Wednesday 16 October 09:00-10:30 鞏固橋樑：全球保護，讓安全成為現實(GPSR)

引言：企業、當局及消費者在新的歐盟通用產品安全規範規(GPSR)實施前做好準備。瞭解新規則以及其產生之影響，此取決於每個人在供應鏈中的角色。消費者應瞭解在產品安全方面的新權利。整個 GPSR 團隊(如下)，將引導與會者瞭解新規則並回覆問題。

- 歐盟執委會產品安全及快速警報系統部門 GPSR 團隊(GPSR team of Product Safety and Rapid Alert System Unit, European Commission)
 - ◆ *Christophe Roeland*：歐盟委員會市場監管部門政策官員，主責市場監管及歐盟產品之立法。
 - ◆ *Bernice Farrugia*：馬爾他競爭與消費者事務部市場監督總監，負責國家層級的市場監管。
 - ◆ *Kristýna Deiberová*：歐盟執委會產品安全部門負責人，負責推動及實施 GPSR。
 - ◆ *András Zsigmond*：歐盟執委會產品安全及快速警報系統部門新技術和線上產品安全團隊負責人。

(一)*Kristýna Deiberová* 提到 GPSR 將於 12 月 13 日生效，其指出近 20 年來歐盟市場上危險產品不斷增長，危險產品對消費者和社會的成本每年高達 110 億歐元，GPSR 可幫助減少這些危險產品的數量，預計每年可減少 10 億歐元的損失，並在未來 10 年內節省超過 50 億歐元。此外 *Kristýna* 表示對消費者而言確保安全是製造商在設計階段就應該考慮的事，只有當產品從設計階段就考慮到安全，才可免於在後期遇到問題，例如是否會使用到某些化學物質，而該等些物質是否符合相關規範。設計應考量的是使用過程中風

險分析，特別是哪些群體會使用該等產品，例如若是針對 3 歲以下兒童的產品，基於兒童有把東西放進嘴裡之疑慮，則產品必須符合針對小物件之要求；某些外觀吸引兒童的產品，如帶有可愛圖案的電池，必須考慮是否會誤導消費者(如：讓孩子誤認為玩具)；如設計一個看似食品的產品，則必須確保不會誤導消費者，特別是兒童，避免誤將其當作食物放入口中而引發窒息或其他化學危害等事故。*Kristýna* 亦提及產品標籤必須清楚標示所有安全資訊，並列舉幾個看似無害之產品(如：嬰兒襪子、手機殼及原子筆)作為例子，該等產品因為設計或材料問題，所以設計者應在設計階段進行詳細的風險分析，並確保產品使用安全。最後 *Kristýna* 提到無論對消費者、企業以及市場監管機構而言，皆相當重要的三件事項如下：

1. 報告安全問題的責任：製造商需要保有投訴登記紀錄，並立即處理任何安全問題。倘出現產品安全問題，經濟運營者(製造商、進口商或分銷商)皆須向當局報告。
2. 產品回收之挑戰與措施：回收產品的有效性需要提高，因為過去的回收率往往只有 10%到 20%。為提高回收率，GPSR 規定企業必須加強對消費者的通知，並使用消費者的個人資料來直接聯絡他們，提醒他們產品的安全風險，對於回收產品，企業必須提供至少兩種補償方式，如修理、退款或替換產品。
3. 展望未來：消費者、企業以及市場監管機構都需要共同努力以確保產品安全。對小型或微型企業而言，新的法規可能顯得複雜，因此需要簡化並提供指導。此外 GPSR 亦助於建立消費者對企業的信心，促進經濟成長。

(二)*Christophe Roeland* 補充了 GPSR 與歐盟其他法規間之關係，其指

出 GPSR 是補充性法規，目的是填補其他專法未能覆蓋之安全漏洞。例如清潔劑中的微生物為歐盟未曾預見的之險，而 GPSR 可填補此漏洞，而對於化學品相關法規(如：REACH)或網路安全等法規，GPSR 將處於輔助地位適用於尚未被這些法規涵蓋的風險。以嬰兒用品為例，該類產品通常會包含 REACH 法規中所規範之化學物質，然 GPSR 仍會全面適用於該等產品，因為在其他行業之專法上，該等產品並未受到規範。爰無論是 REACH 規定之化學物質，或 GPSR 之其他規範，皆會同時適用於這些產品。*Christophe* 接著解釋 GPSR 下之技術文件與歐盟其他法規下之技術文件間之區別，其表示雖然兩者的目標是相同的，皆係為證明產品符合安全要求，惟在範圍上仍有所不同。GPSR 主要關注產品的安全性，而其他法規則可能涉及環境、公共安全等其他領域。當產品在歐盟境外製造時，製造商依然需遵守歐盟的產品安全規範，隨著電子商務的發展，市場監管機構面臨的挑戰增加，因許多來自歐盟以外的產品缺乏歐盟當地的經濟營運者(Economic Operator)。此情況下市場監管機構會要求在歐盟境內指定一名負責的經濟營運者，身份可為進口商或授權代表，確保能及時有效的聯繫，並預期將在產品召回時扮演重要角色，為強化產品可追溯性也要求企業經營者必須保留供應商及產品供應對象資訊 6 年，而製造及進口商必須保存產品技術文件 10 年。最後，*Christophe* 表示 GPSR 作為歐盟市場上所有消費產品之“安全網”，其目的係為保障消費者免受相關法規未能充分涵蓋安全範圍之風險。

(三)*András Zsigmond* 表示由法律角度來看，「提供市場」係決定產品是否應受規範之關鍵，無論產品是付費亦或免費提供給消費者。若在促銷活動中提供產品給消費者，即使這些產品是免費的，也

不能免除後續若發現產品危險時所需的必要改正措施，GPSR 規確保無論是免費還是付費的產品，都要遵循一般安全框架。同時，關於二手產品也被完全包含在 GPSR 範圍內。尤其在「循環經濟」討論中強調安全與循環兩者應並行，GPSR 清楚表明，該等一般安全規範同樣適用於二手產品、翻新產品及維修產品。

(四)*Bernice Farrugia* 表示歐盟標準在證明產品符合規範方面是有幫助的，惟該等標準並非強制性，且需與產品的用途相符。例如某些標準只適用於戶外產品，若用於室內，則不應使用該等標準。市場監管機構會依產品之用途來判斷是否正確使用適用之標準，並要求製造商提供詳細的技術檔案以證明符合要求。此外亦解釋了線上市場供應者需要遵守之各項義務，包括設置一個單一聯絡窗口供市場監管機構使用。倘發現不安全產品，線上市場平台必須迅速配合將產品移除，而市場監管機構亦會使用科技爬網等工具來追蹤並移除不合規的產品。最後 *Bernice* 簡要說明如何通過安全商業門戶共享不合規的產品訊息，確保當某產品存在安全風險時，成員國能夠收到相關示警。

九、 Wednesday 16 October 11:00-12:30 安全橋樑：產品輸入歐盟、美國須知

引言：本場次講述如果要將產品進入歐盟或美國市場所需要知道之相關訊息，以確保產品符合兩個市場的安全要求，亦將解歐盟執委會 (EC)、美國消費品安全委員會 (CPSC) 和中國海關總署 (GACC) 為共同製定的政策措施和工具。本場次參與者如下：

- *Tilven M. Bernal*：美國消費品安全委員會(CPSC)國際事務辦公室成員。
- *Martijn Duinkerke*：荷蘭食品消費品安全局(NVWA)資深檢查員。

- *SHEN Yi*：中國大陸海關總署(GACC)商檢司檢驗一處副處長。
- *Eva Sinkovic*：歐盟執委會產品安全與快速警報系統部門副主管。

(一)*Eva Sinkovic* 強調所有進入歐盟市場的產品必須是安全且合規的，無論產品來自何方，亦無論是線上或實體銷售，都必須確保消費者享有同等的保護，隨著跨境電子商務的發展，有非常多的產品來自歐盟以外的國家，特別是來自中國大陸，需要藉由與各國權力機構合作，確保產品安全。歐盟危險產品多來自進口，為輔導其最大進口國-中國大陸，歐盟資助成立 SPEAC 項目，與中國大陸官方合作進行線上及實體培訓課程，希望提高中國大陸製造商及供應鏈中所有參與者對於歐盟非食品消費品安全法規和消費者保護規則的認知，以保護消費權益，該項目於 2019 年啟動，3 年一期，目前為第 2 期預計執行至 2025 年年底，歐盟並計畫持續與中國大陸合作，以確保進入歐盟市場的商品都能合乎當地法規要求。

(二)*SHEN Yi* 表示中國大陸海關總署商檢司的職責就是監督進口到中國及輸出海外消費產品的安全，歐美乃是中國消費品出口的最大市場，面對新的貿易模式和市場趨勢，跨境消費品監管需要兼顧安全與便利，過程中發現跨境電商消費品不合格率遠高於一般貿易，進而建立 49 個風險監測點及 6 個風險評估中心，以蒐集、分析消費品安全風險，並即時預警。近年亦推動智慧海關、開發應用風險管理通道系統，運用科技提高風險預警系統的成效，亦建立消費品法規、標準數據庫，研究國內外技術法規標準，輔導企業生產合格消費品。中美歐三方目標皆在確保三方市場的消費者獲得安全的產品，藉由 2008 年在布魯塞爾中美歐三方消費品安全部長級會議建立合作機制，今(2024)年 4 月在杭州舉辦的第八屆部長級會議亦達成 4 個共識：尋求共同標準、深化共同監管、聚

焦共同的保護以及守護共同的安全，並透過技術交流、標準共享及資訊互通等方式落實。而中歐間將持續深化合作，包括網路銷售非食品類消費品安全的行動計畫、建立中歐安全門系統合作機制及提升中歐消費品安全項目等，已獲成相當成效。SPEAC 項目通過各種培訓活動和工具，為利害關係人提供了重要資訊，幫助業者瞭解如何遵守歐洲產品安全的要求，也與中國海關聯合舉辦培訓，有利推動消費品安全的合作共識。

(三)*Tilven M. Bernal* 透過視訊表示美國消費品安全委員會(CPSC)在電子商務方面有以下的新政策：要求進口商在進口消費品時以電子方式向海關、邊境保護局和消費品的安全委員會提交相關證書，另對於 800 美元以下的進口商品進行規範，有助於防止利用小額交易豁免來規避檢測和認證要求。在過去 10 年以小額交易豁免為由進入美國市場的數量從每年 1.4 億件增加到每年 10 億件。今(2024)年 7 月 CPSC 認定亞馬遜是經銷商，在法律上有義務召回其平臺銷售的危險產品，由第三方使用亞馬遜銷售的 44 萬多種商品(如有問題的一氧化碳探測器、無觸電保護的吹風機及違反聯邦易燃性標準的睡衣)將受此命令之拘束。CPSC 為輔導各國企業經營者遵守法規，線上提供 REGULATORY ROBOT(法規機器人)服務，讓各國企業經營者可以線上填寫產品資訊後，生成該產品需要注意的聯邦產品安全規定指引，並提供中文、西班牙文、韓語、印尼語及越南語供使用。

(四)*Martijn Duinkerke* 表示荷蘭食品消費品安全局(NVWA)為讓經濟營運者可以理解 GPSR 的相關內容，用簡單的荷蘭語翻譯 GPSR 及建立產品安全清單供其瀏覽參考，並以醫療性瑜珈鞦韆為例，此類產品幫助兒童調解感官促進放鬆，但同時有使兒童窒息的風險，適用此類產品的法規或指令可能多達 75 種，或有同產品不同

名稱的可能，所以經濟營運者必須清楚商品定位(醫療性商品、玩具或一般商品)，瞭解合理使用或誤用時可能產生的風險，並應提供清楚的安裝、使用指示與警語，及建立申訴機制，亦有職責進行必要調查及召回等。*Martijn* 表示進口產品約有 75%不符合 GPSR 的規定，在歐盟內部不同產品類別中不合格的比率在 30%至 80%之間，而有 50%至 70%的經濟營運者是不清楚他們的法律義務的，相關單位要利用各種工具協助經濟營運者理解。

參、國際消費者商品健康安全組織(ICPHSO)國際研討會重要議題摘述

一、 Wednesday 16 October 15:35-15:55 Rapid 1：強制碳揭露時代的數位產品通行證和數據報告

引言：本場次討論之主題包括「數位產品護照(Digital Product Passport, DPP)將如何塑造強制揭露時代，它將如何說明制定共用產品資訊的新標準，以及不同行業的期望是什麼」、「品牌和零售商需要為 DPP 收集哪些主要數據，並滿足包括可重複使用性、可修復性及環境影響(包括碳和環境足跡)在內之重點」及「如何在數位產品護照(DPP)框架內使用生命周期評估(Life Cycle Assessment, LCA)和產品碳足跡(Product Carbon Footprint, PCF)的數據，並考慮該等結果如何影響產品之環境標準及資訊共享」。本場次參與者如下：

- *Luisa Balaban*：TUV Rheinland 永續發展業務經理。
- *Susan Harris*：英國拉夫堡大學(Loughborough University)永續發展顧問。

(一) *Luisa Balaban* 本次談話之重點內容如下：

1. 數位產品護照(Digital Product Passport, DPP)：

- (1) 涉及供應鏈完整數據收集，作為可信的資訊平台。
- (2) 涵蓋產品碳足跡、資源使用、耐用性及升級性。
- (3) 需要多方參與，包括製造商、零售商及數位技術支持。

2. 歐盟永續設計與法規：

- (1) 2024 年 7 月永續產品法規(Environmental Science and Pollution Research, ESPR)生效。
- (2) 逐步實施延伸要求，例如 2025 年持續推廣廢電池回收，至 2030 年可達到更高回收目標，將電池廢料收集目標提高至

73%，並對於碳足跡、回收含量進行標籤與閾值聲明。

(3) 強調「循環經濟」中的回收、再利用和設計可拆解性的重要性。特定產品將需具備數據報告能力，例如碳足跡、耐用性、資源使用等。

3. 相關挑戰：

(1) 資料收集難度高，特別是對供應鏈中小企業。

(2) 北美企業若進入歐洲市場，則亦須遵守強制揭露之框架。此部分執行將會有相當阻力。

4. 未來展望：

(1) 初步聚焦於紡織品及電子產品，進一步建立耐用性及可升級性等創新設計需求相關標準，特別是電池和其他消費品。

(2) 期待 2030 年後，數位護照將成為歐盟消費品的標準要求。

(3) 鼓勵企業提早準備，確保供應鏈的數據透明和數位化能力。

(二) *Susan Harris* 本次談話重點如下：

1. 數位產品護照係歐盟綠色新政的核心工具，將全面提升產品供應鏈透明度及永續性。

2. 企業需面對逐步增加之數據揭露要求，特別是在碳足跡、回收內容、耐用性設計等方面。

3. 北美企業若欲進入歐盟市場，需提前整合數據並符合歐盟要求。

4. 提早準備技術與供應鏈整合係因應未來監管之重要關鍵。

二、 **Wednesday 16 October 15:55-16:15 Rapid 2：產品安全與責任之間的差距正在縮小**

引言：本場次將討論「歐盟產品責任框架的迫在眉睫的變化如何導致

更高的責任風險，重點關注監管方面」、「如何利用違規行為作為產品缺陷的證據，甚至可能導致產品缺陷的推定」及「英國是否可以在產品責任立法改革方面效仿歐盟」。本場次由 Exponent 首席顧問 *Farah Ahmed* 主持，相關參與者如下：

- *Farah Ahmed*：ToScA International 的創始人兼總裁。
- *Samantha Silver*：Kennedys 產品安全和產品責任團隊的全球負責人。
- *Andrew Mullen*：Arcelik/Beko 公司永續發展與監管事務專家。

(一) *Andrew Mullen* 此次談話重點如下：

1. 風險管理面相：企業需減少產品責任風險，包括確保產品在市場上符合安全標準，並且在發現問題時及時進行產品召回。且應專注於產品安全性，同時避免因產品責任訴訟，以致於可能影響到業務運作。

2. 產品責任之變化：

(1) 新指令的主要變革之一係若存在產品違反相關安全法規，則被告(製造商)將被假定為對缺陷產品負有責任，如此消費者在提出索賠時更容易勝訴。

(2) 「文件保存」及「文件揭露」要求亦將變得更加重要，企業必須保存並適時提供相關文檔，以便在訴訟中使用。

(二) *Samantha Silver* 談到產品安全和產品責任間之的關聯，並指出即將實施的歐盟新產品責任指令(New Product Liability Directive, PLD)將對企業的法律責任產生重大影響，新指令將使產品的缺陷認定變得更加容易，企業將需要證明其產品無缺陷，此意味消費者將能夠更輕易地成功提出產品責任索賠，而企業必須證明其產品符合相關法規，並有完善的產品安全措施及技術文件。

Samantha 強調遵守產品安全和法規要求不僅是防止法律風險的關鍵，也是企業維護市場信任的基礎。

三、 Wednesday 16 October 16:15-16:55 全體會議 Plenary 2：在數位世界中教育消費者

引言：本場次提及 Sedgewick 最近的一項研究發現，有 38% 的消費者沒有全面查看安全警告，許多產品安全事故是由於誤用造成的。對消費者進行產品安全和正確使用方面的教育有助於消費者避免風險。本次小組成員將討論告知消費者如何預防事故、降低受傷風險並確保家庭更安全。討論主題將包括該行業可以做些什麼來更好地告知消費者安全的購物習慣與產品使用之風險。本場次由 Geraldine Cosh 顧問公司產品安全顧問 *Geraldine Cosh* 主持。其他參與者如下：

- *Nicole Smith*：亞馬遜(Amazon)公共關係經理。
- *Brett Horn*：ICPHSO 創辦人兼董事會成員，兼密蘇里州堪薩斯城 Charlie's House(501c-3)的創始人，還擔任 ASTM 消費品執行委員會消費者參與副主席、家長反對傾倒 (PAT) 主席。
- *Katrina Phillips*：兒童意外預防信託基金(Child Accident Prevention Trust)行政總裁。
- *Charlie Pugsley*：任職於倫敦消防隊。

(一) *Geraldine Cosh* 首先分享某些產品給家長帶來的錯誤安全感，並強調消費者教育的重要性。其表示在教育消費者方面，行業合作是關鍵，合作夥伴(如：亞馬遜)配合擴大資訊傳遞的範圍至關重要。*Geraldine* 強調風險管理的重要性，設計階段應該盡可能消除風險或取措施進行減少，並適當地提供警示信息，且產品標籤應以清晰和具體方式提供必要的安全警示。隨著數位化的進步，未來需要更多數位化標示來改善傳遞方式，以達到更好的效果。

(二) *Brett Horn* 以本身創辦的 *Charlie's House* 為例，談到其在孩子因家具翻倒意外死亡後，投身於兒童安全和倡導的經歷。強調儘管 62% 的消費者會讀安全警告，惟許多人往往忽視警告或認為不會發生在自己身上，其指出警告標示的效果取決於消費者是否採取行動，且產品的警告是否能清楚指出潛在的危險行為。接著介紹了與亞馬遜合作推出的 "*Charlie's House* 虛擬安全體驗"，家長或照護者可在平台上探索房間，瞭解家庭中的隱藏危險。這類數位平台能讓更廣泛的觀眾受益，尤其是通過亞馬遜的推動，能夠吸引更多人參與。最後 *Brett* 表示儘管許多消費者並不完全關注產品標示，其認為合作夥伴間應該加強對消費者的教育，並應研究如何提高標示的關注度，並表示數位化的標籤是未來的方向，可補充現有的標示系統並提高其效率。

(三) *Nicole Smith* 表示消費者往往錯誤地認為所有產品都經過嚴格的安全測試，尤其在購買兒童產品時，許多人誤以為這些產品是為了保障孩子的安全。由英國的數據顯示，許多嬰兒浴座被誤認為能保證安全的產品，實際上它們並不是設計來防止溺水的安全設備。*Nicole* 提到社交媒體是當前觸及父母的重要工具，並且分享了公司在 Facebook 上的產品安全推廣成效，該資訊的分享亦得到當地機構的支持，並促進家長間的討論與分享。*Nicole* 亦提及針對鈕扣電池的安全教育，已經推出了影音及"5 大安全提示"等內容，並利用亞馬遜的後續郵件推廣該資訊，使得更多消費者能夠接收到這些重要的安全教育訊息。此外 *Nicole* 也認為提供多語言翻譯資源係重要的，其能夠將正確訊息推廣至更多的消費者群體，特別是那些可能未能接觸到數位內容的脆弱消費者。最後 *Nicole* 提到亞馬遜特別針對兒童醫院的急診等候室設置的超大海報及影音進行相關宣導，在醫院等候室這種家長焦慮的場所，能

有效提供家長所需的健康和安​​全訊​​息，透​​過大型醫療機構的影響力該等訊​​息每年可接觸到大約 50,000 個家庭。

(四) *Katrina Phillips* 介紹亞馬遜利用技術提供針對性、安全且及時的資訊，並強調挑戰在於如何讓安全資訊不僅被看到，而且能夠激發消費者的行動。亦提及亞馬遜如何在購物頁面、嬰兒登記頁面和售後提醒等多個平台上提供安全資訊。目前亞馬遜已在美國、英國、日本、澳洲和加拿大啟動擴展全球性夥伴計畫，並正在與德國、西班牙和義大利的多個合作夥伴合作規劃在全球推廣該計畫。由父母群體的反饋得知，消費者希望收到客製化且及時的安全資訊，如和所購買產品相關聯的具體建議。亞馬遜正在依據點閱率來衡量安全資訊產生之效果，以確保該等內容能有效地被消費者接收。有關售後提醒與因應自然災害之部分，其分享了亞馬遜如何在售後發送定制的電子郵件，包含安全提示，並且針對特定地區(如：遭受自然災害區域)發送針對性訊息(如：何安全使用攜帶式發電機)。最後，*Katrina* 提及亞馬遜也在進行預測性消息之運用(如：定期提醒消費者更換電池或升級汽車座椅等)，此等作為皆係為使提供消費者之訊息更具客制化與及時性。

(五) *Charlie Pugsley* 提及倫敦火災部門的責任不僅是撲滅火災，另有提供安全資訊以防範火災。其表示因倫敦為一個多元文化城市，需與各方夥伴(如：亞馬遜)合作，利用該等平台傳遞資訊，方較能有效傳遞安全資訊，也表示應將安全訊息與產品之其他宣傳資訊區分開來，建議企業應智能方式標示產品訊息，並且除傳統標籤外，亦應探索以數位方式與消費者溝通。

四、 Wednesday 17 October 09:10-09:25 主題演講 2：聯合國貿易及發展部國際貿易與商品競爭及消費者政策處處長- *Teresa Moreira*

Teresa 在演講中解釋聯合國在消費者保護及公共安全領域之使命，特別是在發展中國家所扮演之角色。聯合國負責提供全球性之共識建構平台，亦包括消費者權益保護、競爭政策等範疇。聯合國的使命不僅涉及政策建設，也涵蓋與各國政府、地區組織的合作。而聯合國在消費者保護領域之主要工作有：通過每五年舉行之全球會議與專家會議，促進各國政府間之合作與交流；集合來自全球不同國家的消費者安全領袖之觀點，進行研究與分析；協助政府和地區組織加強消費者安全文化，並提供具體的操作建議。

Teresa 指出聯合國消費者保護指南，雖屬軟性工具，不強制各國執行，惟仍具全球影響力。該等指導原則提及應確保市場上流通的商品是安全的，若發現安全隱患，製造商和供應商應立即通知有關當局，指南中針對兒童和老年人等較弱勢群體亦有相關保護措施。

Teresa 表示隨全球貿易發展，各國在制定消費者安全政策時必須加強合作，特別是在產品召回等方面，跨境合作變得愈發重要。其強調呼籲企業應遵循資訊透明原則，提供準確的產品訊息，並保護消費者的個人數據，且避免欺詐行為，並為消費者提供有效的問題解決管道。最後，*Teresa* 呼籲各國政府、企業及相關團體攜手合作，提高消費者安全標準，並共同推動全球消費者保護議題。因只有通過負責任的合作與承諾，才能確保全球消費者的安全，並實現永續發展目標。

五、 Wednesday 17 October 09:25-10:10 主題演講 3：全球監管機構會議 (Global Regulator Session)

本場次由澳洲競爭與消費者委員會(ACCC)消費者產品安全部門風險評估和運營總經理 *Kim Mason* 主持。其他參與者介紹如下：

- *Natalie Attrill*：澳洲競爭與消費者委員會(ACCC)消費者產品安全部門風險評估和運營總經理。

- *Geoff Barrett*：加拿大衛生部風險管理局局長。
- *Eva Sinkovic*：歐盟執委會司法和消費者總局產品安全和快速警報系統處副處長。
- *Sarah Smith*：英國商業與貿易部產品安全與標準辦公室副首席執行官。

(一)首先 *Natalie* 提到 ACCC 目前重要的監管活動包括下列兩個項目：

1. 鋰電池安全報告及推動全球鋰電池安全認識：鑒於鋰電池事故通報頻傳，ACCC 發布鋰電池的安全報告，另提出統一電氣安全規範、消費者教育及改進事故數據收集等建議。此外，ACCC 亦支持全球鋰電池安全認識運動，進一步加強全球合作。
2. 兒童產品安全執法：ACCC 宣布 5% 的產品安全執法成果，對不符合規範的供應商處以 60 萬美元罰款，並要求其承諾改進，以保護兒童安全。

接著 *Natalie* 表示當前全球消費品市場面臨的挑戰主要集中在下列兩個方面：

1. 線上產品供應：在線上市場和小型企業所銷售的產品，存在安全問題，特別是該等商家缺乏對產品安全的重視。
2. 數據與情報：產品安全事故之數據至關重要，爰 ACCC 刻正加強事故報告系統，並鼓勵供應商報告未符合強制標準之事故。

最後 *Natalie* 表示標準制定流程應進行優化，使強制性標準制定過程變得更加高效，並能夠更容易調和國際標準。此外，亦應通過更新網站向全球消費者傳達產品相關訊息，並利用社群媒體、電子郵件、新聞稿等多種管道與消費者進行教育與宣導活動。另透過相關產品安全協商委員會，由產業、學術機構、醫療單位等不

同利害關係人獲取反饋及建議。

(二)首先 *Geoff Barrett* 介紹加拿大衛生部近期更新多項產品安全相關法規，列舉重要事項如下：

1. 化粧品法規更新：包括對香料過敏原的標示要求，並參照歐盟香料過敏原名單進行調整，確保與國際法規保持一致。
2. 兒童帳篷安全法規：更新 40 年未改動的兒童帳篷法規，著重於現代材料之使用及可燃性等問題。
3. 玩具法規更新：即將進行玩具法規更新，並廣徵各界意見。
4. 加拿大對小磁鐵、行動電源等小型產品亦規劃更新相關安全要求，並開始關注鋰電池之安全問題。

Geoff 接著提及加拿大在消費品安全領域目前面臨之挑戰如下：

1. 加拿大衛生部的一個主要挑戰即是面對第三方網路線上賣家數量增長快速，不易進行監控。
2. 政府與各界之溝通：政府之溝通與宣導往往不能引人入勝，*Geoff* 強調需要更有效方式與消費者進行互動，也應將專家意見有效引入相關政策。
3. 加拿大某些偏遠地區及原住民社區在產品召回方面存在困難，並需要更多適合該等群體之政策和溝通方式。

Geoff 表示加拿大財政部門指出自願性國際標準在政府監管中的重要性，並強調應有效使用該等標準來確保產品安全，無論其為正式標準亦或參考標準。目前在加拿大的消費者產品安全計劃中，係以採用自願性標準作為產品安全標準為主要原則。因在預算緊縮之情況下，選擇積極參與國際標準的制(修)定與討論將有助於提高標準的實用性，並有效優化消費市場。

此外，加拿大衛生部亦會定期參加由業界協會舉辦的研討會、年會等活動，並且積極與其他監管機構合作，且不定期開設的網路研討會，或發布產品安全問題指導手冊等資源，並強調產品安全檢查員在協助企業理解和遵守規範方面的重要性。

(三)*Eva Sinkovic* 指出歐盟面臨的主要困難是不同成員國間資源差異，亦提到新技術與心理健康對產品安全的影響，其表示開發工具來自動下載安全警報將有助於改善市場監管。接著 *Eva* 提及歐盟為確保消費市場安全之相關作為。重點內容如下：

1. 歐盟產品安全與標準間之關係：歐盟強調產品必須符合安全標準，並且為各成員國提供支持以確保執法。惟在法律要求下，若能證明產品安全，則不一定非得依據標準，但遵循標準是最有效且最經濟之方法。雖然歐盟的立法並不包含具體的安全標準，但可以根據需要參考國際標準來確保產品安全。強調在新產品開發時，開發標準的過程應該與標準的發展同步，且利害關係人應積極參與標準化委員會。
2. 兒童產品安全：歐盟持續致力於提高兒童產品的安全性，並積極更新有關規範以確保兒童安全。
3. 國際合作及消費者反饋：強調與各國監管機構的合作，將有助於推動全球產品安全規範的改進。而歐盟所設「Safety Gate」平台係消費者反饋重要管道，消費者可直接提交意見或投訴。歐盟亦與主要消費者組織密切合作，並在資源允許的情況下，直接訪問各成員國與當地的消費者進行面對面交流，期望透過與各成員國的消費者組織合作，進行消費者教育和討論。

(四)*Sarah Smith* 簡述近期英國涉及消費者安全之相關法規及管制作為重點如下：

1. 產品安全法規現代化：*Sarah* 介紹英國最近提出的產品安全與計量法案，這是自 1987 年以來的首次全面修訂，旨在應對現代風險並賦予政府更多的規範權限，尤其在供應鏈與線上市場方面。
2. 線上市場監管：強調對線上市場的監管，確保消費者在網路購物時的安全，並進行了大量的測試和執法行動。
3. 建築產品監管：*Sarah* 提到 2017 年英國倫敦格倫費爾塔火災事故後，當局對建築產品的監管進行強化，並對消費者安全提出新的要求，強化相關法規。

本場次 *Sarah* 亦提及英國的標準化模式，並解釋如何在特定立法中運用單一標準來確保產品安全。透過與英國標準機構的密切合作，確保消費者的聲音在標準制定中得到充分反映，並且強調包容性標準的發展，確保所有消費者群體的需求都被納入考量；英國也參與國際標準制定組織，並推出一系列專注於消費者易用性的標準，包括資料可及性與包容性設計，確保所有消費者都能夠安全使用產品另外與各個消費者保護組織及社區合作，來增強消費者對政府和標準的信任，並有效地向消費者傳遞資訊。

六、 Wednesday 17 October 10:10-10:30 Rapid 3：歐盟修復權指令(Right to Repair Directive)：永續性與安全間之微妙平衡

引言：根據歐盟「修復權指令」，本場次會議將探討認證二手零件所需遵守的嚴格標準及複雜測試流程，確保其符合嚴格的安全和性能標準。參與者將深入瞭解二手零件狀況的變異性及其對標準化的影響，並探索評估翻新零件以延長壽命及其可靠性的新方法，以及該等挑戰對監管機構和消費者訊息的影響。討論內容將強調準確評估所需的先進診斷工具和技術，並將強調製造商、維修服務供應商與測試機構間合作之重要性。本場次由 TIC Council 歐洲執行董事 *Martin Michélot*

主持，另一位參與者 *Guillaume Poullaouec* 為 UL Solutions 的歐洲、中東和非洲政府事務總監。

(一)*Martin Michelot* 首先介紹「修復權指令」，強調該指令賦予消費者在保修期內外都有修理的權利，並對企業經營者賦予新義務。現行指令範圍包括家電產品(如：洗衣機、冰箱、電視等)，並將推出新的工具及權利促使消費者選擇修理產品。修復權延長產品保固期至少 12 個月。消費者可以要求生產商提供能夠修理的產品清單，並設立在線平台幫助消費者與修理商聯繫。並計劃推出歐洲修理資訊表，促使消費者在修理時更瞭解相關事宜，並推動修理服務的品質標準。*Martin* 另提到關於「修復權」的一個調查指出許多消費者不願修理係基於成本過高或零件難以獲得，此反映了修復過程中的挑戰。最後就「修復權」之議題提出下列重點：

1. 標準和消費者保障：標準之目的係讓消費者對產品的使用壽命及安全性具信心，在沒有標準或方案的情況下，認證是不可能實現的。全球監管機構的討論結束後，進一步強調了加快創建標準的重要性，以便為製造商、消費者及檢驗機構提供明確的依據。
2. 修復權與消費者教育：對於消費者而言，知情權和教育至關重要，尤其是在面對複雜的修復決定時，應提供更多資訊和最佳行動來幫助做出選擇。對消費者的獎勵措施也是成功推動修復的關鍵，例如法國推動的自行車修復方案取得了良好效果。

最後，*Martin* 提到 UL Solutions 與電池相關問題，並詢問 *Guillaume* 有關電池在修復性中之角色，特別是在消費品的修復方面。並詢問電池如何影響修復性以及如何保證消費者在修理時的安全。

(二)*Guillaume* 指出消費者面臨之修理難題並非僅有價格，亦涉及產品

之安全性及合規性，而「修復權」指令的涵蓋範圍未來將藉由立法涵蓋更多產品。而有關消費者是否願意修復低價產品之部分，其指出產品的設計問題使得消費者更傾向於直接更換而非修理，消費者在選擇修理時會面臨的障礙，包括修理過程中的麻煩與時間成本。

Guillaume 接著回應 *Martin* 之提問，其解釋 UL Solutions 主要任務係依安全及性能標準評估產品，且特別強調電池之安全性。其指出對於可更換電池的設備，設計規範已經要求提供易於更換的電池，但市場上的替代品可能不符合安全標準。當設備使用未經批准的電池時，可能會導致性能問題。消費者應依賴經認證的獨立修理商來確保安全，並應能夠對修理過程及所用零件具足夠之信任。最後 *Guillaume* 總結本場次之談話重點如下：

1. 修復和安全性：消費性商品最重要的是確保其長期安全性與永續性，不應因為修復性標準的實施而妥協產品的安全性。產業界、消費者組織等可以參與標準的制定，並積極推動更加全面的安全性標準。
2. 設備使用行為：修復性與安全性並不僅僅取決於產品本身，使用者的行為亦屬關鍵。例如使用不正確的充電設備(如：不兼容的適配器)或在不在場之情況下充電，皆可能帶來安全疑慮。建議消費者應避免該等常見錯誤，以提高安全性。
3. 修復性之重要性：雖電池隨著時間與使用會損失性能，但修復性仍是必要的。最佳做法係選擇由製造商認證或符合法律安全標準的電池，以確保使用過程中的安全。
4. 訊息透明度與可靠修復：消費者需要有可靠的資訊來選擇正確的修復服務。建議應建立良好的修復標準，修復人員應經過

適當的培訓與認證，以確保修復的品質與安全性。

5. 未來建議：修復人員的訓練與認證係未來發展的關鍵，且應有更多的獨立修復平台供消費者選擇，如此則可確保修復過程的透明度和安全性，進一步提升消費者的信任。

七、 Wednesday 17 October 10:50-11:30 分組會議 A1：世界各地：有關嬰兒睡眠安全之不同觀點

引言：本次會議旨在探討世界各地關於嬰兒睡眠安全之不同文化習俗與指導。規劃討論各大洲共用之常見做法與指南，並探討彼此間存在差異的領域。該小組將討論影響製造商、監管機構對消費者的主要影響。本場次由美國材料和試驗協會(ASTM International)技術委員會運營部經理 *Molly Lynyak* 主持。其他參與者如下：

- *Natalie Attrill*：澳洲競爭與消費者委員會(ACCC)消費者產品安全部門風險評估和運營總經理。
- *Jennifer Doering*：威斯康辛大學密爾沃基分校(University of Wisconsin - Milwaukee)學術事務副院長兼護理學院教授。
- *Bill Baxter*：Baxter Regulatory Solutions LLC 的首席顧問與負責人。

(一)*Molly Lynyak* 說明各國在嬰兒睡眠的文化習慣上有所不同，有些地區嬰兒與家長同房睡覺被視為理所當然，而其他地方則認為嬰兒應該單獨睡在不同的房間。2022 年國際醫學期刊中的研究指出突發性嬰兒猝死症(SIDS)是全球嬰兒死亡的主要原因，尤其是在高收入國家。*Molly* 提到某些國家已經針對嬰兒睡眠產品制定強制性標準和法規，像是美國的「安全睡眠法案」與澳洲的「消費者產品安全標準」。*Molly* 強調產品安全的標準與規範需要基於實際使用情況，並瞭解環境因素如何影響產品設計與消費者教育。

(二)*Natalie Attrill* 分享澳洲對嬰幼兒產品的監管變化，強調近年來死亡事件引發當局對產品安全的重視。根據 2001 至 2021 年期間的數據，共有 151 名嬰兒在使用嬰兒產品時死亡，其中 24% 的死亡與搖籃、搖椅等產品有關。為因應該問題，澳洲於今年推出兩項新的強制性安全標準，包括產品設計與警告訊息要求。該等新標準包括對產品的傾斜角度、曲度、表面材質等的規定，並要求對有潛在風險的產品提供清楚之警告訊息。標準將在 2026 年 1 月正式生效，且對相關產品(如：搖籃和搖椅)規範具體的設計要求。

(三)*Jennifer Doering* 說明自己研究目標係促進弱勢婦女和嬰兒的健康公平。並介紹一項研究，該研究比較聯合國人類發展報告所定義的高度發展國家之嬰兒睡眠指南，發現各國在睡眠指導方針上的一致性有限，並且在如何處理嬰兒睡眠環境中的潛在風險因素上存在廣泛差異。

Jennifer 接著分享另一項研究，該研究分析全球父母如何布置嬰兒的睡眠環境，並指出安全和舒適是父母選擇嬰兒睡眠場所的主要考量。有 80% 的父母表示在使用獨立睡眠場所(如：嬰兒床或搖籃)時對嬰兒的睡眠安全沒有擔憂，惟亦指出寵物或兄弟姐妹可能會對嬰兒睡眠安全構成隱患。研究中討論與嬰兒睡眠相關的常見死亡原因(如：窒息、困住、疊壓和勒頸)，並提醒人們注意嬰兒可能會在不同的地方和時間睡覺，強調需要全面瞭解嬰兒的睡眠環境。有關共睡(即家長與嬰兒同床睡)之問題，其分享一項關於意外共睡的研究，指出當父母因為疲憊而在餵養嬰兒時睡著，可能會不小心與嬰兒同床睡，這種情況會增加嬰兒發生危險的風險。在美國和加拿大的研究中，發現空氣床墊對嬰兒極為危險，空氣床墊可能會在嬰兒的口鼻周圍形成密封，導致窒息，強調各

國在嬰兒睡眠產品的監管上應該更加注意，特別是在低收入家庭中，嬰兒使用的睡眠產品安全性可能未得到充分重視。

最後 *Jennifer* 提到為了預防 SIDS，需要與工程師及其他研究人員合作，利用現代技術來創建模擬環境，探索不同睡眠表面對嬰兒的影響。其強調無法進行大規模的隨機實驗來測試睡眠環境的安全性，因此創新設計是解決問題之關鍵。

(四)*Bill Baxter* 曾服務於多家中小型嬰幼兒產品公司，並指出這些公司的需求各異，各公司都希望能夠製造安全且能夠吸引消費者的產品，但往往缺乏必要的研究資源和工具。中型製造商面臨擴展市場的挑戰，並希望能推出適用於多個市場的單一產品；小型製造商則往往依賴創新想法，但對設計中的潛在風險認識不足。*Bill* 指出安全標準的重要性，惟標準並不保證消費者會按照正確方式使用產品，儘管全球範圍內有強制性標準，惟改變消費者行為的仍然是挑戰，且許多產品未必能被消費者按照設計意圖使用。*Bill* 表示全球範圍內產品警告和說明書存在不同文化差異，消費者對於警語的意識在各地亦不相同(如：過多的文字警告使消費者不閱讀，甚至導致某些產品的銷售限制)，該等事項皆直接影響消費品之安全性。最後 *Bill* 呼籲未來應該加強對警告標示效果的研究，並探討如何設計產品，以確保嬰兒的安全。

八、 Wednesday 17 October 11:35-12:15 全體會議 3：線上引導消費品安全

引言：線上市場改變消費者習慣與產品可及性。惟電子商務迅速崛起給消費者、企業和政府帶來嚴峻挑戰。多個國家/地區最新報告表明，不安全與不合規產品以驚人速度在線銷售。本場次將討論美國與歐盟消費者團體在前線看到了什麼？美國和歐盟正在開展哪些工作來保

護消費者免受線上銷售不安全產品之侵害？立法者與監管機構如何促進跨境消費品安全？本場次係由美國消費者聯合會(CFA)消費品安全總監 *Courtney Griffin* 主持。其他與會者介紹如下：

- *Sue Davies*：英國消費者權益和食品政策主管。
- *Stefanie Grunert*：任職於德國消費者聯合總會。
- *Lars Vogt*：歐洲玩具工業協會(TIE)的政策總監。

(一)*Courtney Griffin* 表示線上市場中消費者面臨著選擇及安全風險的挑戰並提到 2022 年美國網購市場規模達 1 兆美元，美國每年進口的包裹數量達到 10 億個，還指出儘管許多平台表現出合作意願，但對於確保產品安全方面仍面臨巨大挑戰。

(二)*Stefanie Grunert* 介紹所屬的德國消費者聯合總會，為一個涵蓋全德國 60 多個消費者組織的 umbrella 組織。雖他們自己不進行測試，但會對市場產品進行關注。近期一個調查顯示 90 %德國消費者期望線上市場銷售的產品符合安全標準，反映消費者不希望購買到不安全的產品，並且期待銷售平台能夠確保產品的安全與合法性。*Stefanie* 認為消費者不應該負責去辨識產品是否安全或來源，而應由平台負責。在線上市場消費者對產品安全的認識並不足夠，因為產品的來源不明，消費者難以分辨其安全性，且市場上許多產品其實來自中國等地，其品質不一定得到保證。目前仍有許多消費者並不清楚他們購買的產品是否符合安全標準。最後 *Stefanie* 提到目前監管線上市場的相關重點問題如下：

1. 「數位服務法」的不足：數位服務法並未完全解決產品安全問題，特別是在線上市場方面。儘管法案中有一些積極的內容，惟其指出未能對線上平台的義務做出強制要求，特別是在產品安全監控方面。

2. 授權代表的問題：儘管法律要求每個進口產品都應該有授權代表，惟實際上許多進口商並未遵守該規定，使市場出現許多無法追溯的產品。
3. 線上平台的責任與監管：線上平台在處理產品安全問題時往往缺乏實際責任，尤其是在跨境交易中，很多產品的銷售者並不提供有效聯繫方式或責任擔保，需要通過強制立法來解決。

(三)*Sue Davies* 說明由英國消費者協會進行的測試顯示，許多在網上市場銷售的產品存在安全問題，例如一氧化碳警報器、煙霧探測器和汽車座椅等重要產品。在考量生活成本下，消費者越來越傾向於在網上購物，藉以購入較低價的產品。然消費者並未意識到線上市場中可能缺乏與傳統商店相同的產品安全保障，甚至他們在亞馬遜、eBay、Etsy 和 TikTok 等平台上測試某些產品，發現該等平台的監管並不嚴格，且不法產品很容易重新上架，這突顯目前線上市場漏洞。*Sue* 表示現有法律制度無法適應目前消費模式的變化，尤其是在線上市場中，並無法律責任要求平台保證所銷售產品的安全。其認為雖線上市場平台有能力對產品進行監督，惟目前缺乏相應的強制執行力，仍需要更強的跨國合作和資訊共享，這也是經濟合作與發展組織(OECD)正在推動的政策。她強烈建議加強對平台的監管和執法。而隨著傳統零售商進入線上市場，消費者可能對這些產品來源和安全性產生誤解，其提醒消費者應小心那些看似有安全認證的產品可能並不真實。此外，她亦提醒消費者不要過度依賴五星好評，因為這些評論有可能是假的，且往往被商家操控。最後 *Sue* 對於線上消費與法規間之關係提出下列觀點：

1. 線上市場監管與產品安全：目前許多線上平台運作方式分散，有時可能是經銷商或進口商，此為需要監控的對象。其指出政

府刻正關注線上平台，並要求平台進行適當的盡職調查，確保產品在安全問題發生時能迅速下架，並對英國政府的「產品法規與計量法案」持積極態度，認為此法案將有助於規範線上市場，並引入對線上市場的監管。

2. 立法進程：「產品法規與計量法案」目前刻正英國上議院審議，之後將送交下議院，期能在法案中加入具體條文來解決線上市場之問題，避免長時間等待後續立法。
3. 歐盟法規：*Sue* 提到歐盟的法律發展，特別是有關產品責任的更新，並強調需要確保在未來的立法中解決這些問題。

(四)*Lars Vogt* 分享歐洲玩具工業協會(TIE)近期對網上銷售的 100 款玩具進行的測試結果，發現其中 80% 的產品未能符合安全標準，尤其是來自小型和非品牌的產品，市場安全風險大大增加。TIE 發現 80% 的非品牌產品在安全測試中未能通過，例如有些玩具中的小物件容易脫落，其存在導致窒息風險，還有一些玩具含有危險的磁鐵，此類產品可能對兒童造成嚴重傷害，該等現象除對消費者產生負面影響，亦對遵守規範的品牌企業造成不公平競爭。*Lars* 提出消費者應警惕那些看似過於吸引人的產品尤其是產品看起來過於便宜或好得令人難以置信時。最後對於線上消費與法規間之關係提出下列觀點：

1. 歐盟立法挑戰：過去幾年歐洲已通過了一些新的立法(如：數位服務法案)，該等法案規範線上銷售和產品安全。雖該等新法案有一些積極要求(如：要求線上市場驗證商家訊息並追蹤產品的可追溯性)，惟仍存在執行上的挑戰，尤其對於大型平台上監控產品安全的有效性方面。
2. 假冒產品與進口責任：對於來自歐盟境外地區的產品，尤其在

沒有負責人的情況下，歐盟需要加強對假冒商品和直郵進口的商品進行監管，而線上平台應對不符合安全標準的商品負責，始能有效保護消費者。

3. 海關和執法：必須改善海關和執法機構的資源，並且提供更多的培訓教育，以有效執行法律。

九、 Wednesday 17 October 13:45-14:25 分組會議 B1：人工智慧時代的產品安全

引言：「通用產品安全規範(GPSR)」將自 2024 年 12 月 13 日起，適用於在歐盟市場投放或銷售的商品。在歐盟人工智慧(AI)現在亦受到「人工智慧法案(AI Act)」的監管，該法案於 2024 年 8 月 1 日生效。同時 GPSR 還尋求通過對歐盟產品安全制度進行一系列以技術為重點的修訂，來解決人工智慧消費產品帶來的產品安全風險。爰 GPSR 與 AI Act 一起實施將對 AI 驅動的消費產品製造商產生重大影響。本次會議小組將討論 GPSR 下影響人工智慧消費產品使用的新要求。本次小組討論由 Mason Hayes & Currant 產品監管團隊的高級助理 *Aisling Morrough* 主持。本小組其他參與者介紹如下：

- *Antoine-Alexandre André*：歐盟執委會通信網路、內容和技術總局局長，也是歐盟執委會 AI Office 的法律與政策官員。
- *James Frake*：全球科學和工程諮詢公司(Exponent)的管理科學家。
- *Wei Wei*：Google 產品安全經理。

(一)*Aisling Morrough* 首先說明 AI 在不同領域中的應用，並強調在 AI 產品的開發過程中要有針對性的風險管理，特別是在 AI 產品的開發過程中。接著提及 AI 所需之具體風險規範，特別是在隱私保護與數據安全方面，並探討了如何將這些理論與實際案例結合，進行政策的精進。重點內容如下：

1. AI 產品的挑戰：當前製造商面臨的最大挑戰係如何在快速發展的 AI 技術中進行合規性管理。其強調了 AI 技術在全球不同市場中的不同要求和挑戰，尤其是歐盟與美國在 AI 監管方面的差異。
2. 產品安全與 AI 的關聯：如何評估 AI 產品是否符合安全標準，尤其是在涉及安全系統(如：玩具的碰撞檢測)時。其強調了 AI 系統與產品整合需要符合相關規定及要求。
3. 未來的挑戰與標準：隨著 AI 技術演進，製造商面臨標準化和合規性方面的挑戰，並提到希望建立一套能夠適應未來技術進步之規範。

(二)*Antoine-Alexandre André* 首先強調應以生命周期為基礎來監管 AI 系統之風險，且應搭配相關法規以完善各項措施。此外，AI Act 允許在監管機構的監督下進行實驗和測試，有助於開發者在現實條件下測試 AI 系統。AI Act 並非涵蓋所有 AI 系統，而是針對會對健康、安全及基本權利造成高風險的系統進行規範。而立法將會評估不同 AI 系統的影響，並指出新法案的實施將對約 5 % 的 AI 應用產生影響，該等應用涉及高風險的領域，並且需要符合更嚴格的透明度要求。本次立法將強調提高管理系統的品質，並要求 AI 系統提供者遵循透明度要求，從而確保 AI 系統符合歐盟內部規範。*Antoine* 最後總結本次談話之重點內容如下：

1. 規範與立法進展：歐洲有關 AI 的法律框架正逐步落實，並且正在對現有標準進行更新。歐盟執委會應更積極與其他機構合作，為 AI 產品制定具體標準。
2. 安全性與合規性：*Antoine* 提到針對不同領域(如：玩具、機械、醫療設備等)的 AI 系統，必須根據立法框架進行合規性檢查。

3. AI 系統的法律定義：*Antoine* 指出當 AI 系統涉及產品的核心安全功能，可能需要根據規範來考量是否屬於高風險 AI 系統。

(三)*James Frake* 說明 AI 技術應適用於各行各業，並表示不同領域之風險管理方法有所不同，像是醫療設備行業可能更習慣風險管理，其他行業則需要更多指引來理解具體操作。其解釋 AI Act 如何針對高風險 AI 系統進行管理，並討論如何處理那些可能未被認為是高風險的 AI 系統。*James* 強調對 AI 系統進行全面風險評估和確保合規性的重要性，特別是當 AI 功能涉及安全時(如：自動化的安全檢測系統)

(四)*Wei Wei* 提到 AI 技術對於當前的產品及顧客互動有潛在的深遠影響，AI 系統需要有適當的評估方法來確保安全。與傳統技術相比，AI 系統具有的高度複雜性和智能，AI 技術的應用帶來顯著的變革，需要新的風險評估方法來確保產品安全。最後 *Wei Wei* 提出未來 AI 技術應用所要重視挑戰及問題如下：

1. AI 技術發展與挑戰：AI 技術快速發展的挑戰，是如何在不同的法規環境下保持合規性。例如大型語言模型的挑戰，該模型需在全球範圍內的不同標準中進行調整。
2. 跨國合規性挑戰：不同地區對 AI 技術有不同的法規要求，這使得企業在不同市場中操作時需要應對多重挑戰，需要有一致的全球標準來協助企業確保產品安全。
3. 安全與隱私問題：AI 技術的發展需要確保隱私和安全問題得到妥善處理，並且所有的安全框架都應隨著技術進步不斷更新。

十、 Wednesday 17 October 14:30-15:10 全體會議 4：彌合差距：結合產品之召回政策及其行動

引言：本場次將討論消費品監管制度中產品召回之相關議題。討論內

容涵蓋供應鏈中的參與者應做些什麼來準備因應歐盟「通用產品安全規範規(GPSR)」出現的挑戰和新要求。本場次係由 Taylor Wessing 漢堡辦事處的合夥人 *Dr. Philipp Behrendt* 主持。其他與會者介紹如下：

- *Tom Bell*：亞馬遜 Trustworthy Shopping Experience 團隊的監管參與經理。
- *Chris Occleshaw*：Sedgwick 消費品召回顧問。
- *Hilde Boer-Wichers*：Bunge Loders Croklaan 歐洲、中東和非洲地區食品解決方案業務的法律主管。

(一)*Dr. Philipp Behrendt* 提到目前召回事件之數量上升，主要涉及塑膠產品、消費者商品以及兒童產品。而新規定要求更詳細的事故報告和安全要求，並對企業在透明度和資訊的公開方面提高要求。對於涉及消費者安全的召回事件，須避免遲延並保證快速有效。良好的召回管理可以改善品牌形象，另建議企業在產品召回時，如無法提供替代品，應提供現金退款作為補償，如此則能增加消費者的品牌忠誠度。

(二)*Tom Bell* 提到某些產品召回說明和溝通方式會影響消費者的行為和反應，其強調電子郵件和推播通知是一種有效的召回訊息傳遞方式，並指出召回訊息的清晰和易讀性對消費者行為有重大影響，必須重視召回過程中的透明度和資訊的準確性，並提到在消費者接收到通知後，應提供清晰的行動指南。最後 *Tom* 持續強調全球召回的重要，並應該有更清晰的溝通與協作來因應召回事件。

(三)*Chris Occleshaw* 表示對召回管理的挑戰係如何能夠迅速且有效地通知消費者，而在實體零售商店中，消費者往往在購物後就不再返回，因此在追蹤和通報方面遇到困難。此外，*Chris* 強調製造商和企業應通過註冊產品來提升召回效率。*Chris* 另提到在召回過程

中，存在著減少詐騙和識別受影響產品的需求，其指出有些人會嘗試利用召回時的退款機會進行詐騙。*Chris* 接著說明利用 GPS 追蹤和序列號系統可幫助精確地識別受影響的產品，以減少不必要的浪費和消費者困擾。而不同產品(如：巧克力和汽車)在召回上也具有差異，部分產品的召回過程亦充滿其他挑戰，例如鋰電池類的產品，在海運和空運過程中具有極高之風險。最後，*Chris* 提出與顧客保持溝通，可有效增強客戶對於品牌忠誠度。

(四)*Hilde DeBoer-Wichers* 強調在發現食品安全問題時，必須在四小時內報告問題，並提出了一些預防措施，如建立風險管理程序、進行風險評估和定期審核供應商，該等措施有助於防止問題發生並減少召回範圍。*Hilde* 強調在製造過程中的風險控制，包括對原料和最終產品的檢查，以及對供應商進行定期審核，這些步驟都是確保召回效能關鍵因素。建議進行模擬演練幫助企業準備並應對突發的回收事件，有助於提升效率並減少驚慌。最後 *Hilde* 強調產品是否需要撤回市場取決於產品的安全風險，而持續改進且更新方式係成功處理召回事件的關鍵。

十一、 Wednesday 17 October 15:30-16:10 分組會議 B3：標準像是牙刷

引言：自願性共識標準就像牙刷——每個人都認為自己很重要，每個人都想用自己的。大多數利益關係人聲稱，統一自願性標準對於跨司法管轄區的創新、經濟確定性和一致的安全性非常重要。為什麼沒有更協調的自願性標準呢？本小組將審查所有不同類型的雙邊、三邊和多邊標準制定活動，確定並解釋協調自願標準的障礙，提供克服這些障礙與協調自願性標準的政策方法及協作示例。本場次係由擔任 UL 標準與參與部門(UL Standards & Engagement, ULSE)臨時執行董事兼副總裁 *Dr. George Borlase* 主持。本場次另外兩位參與者介紹如下：

- *Len Morrissey*：ASTM International 的全球業務發展和戰略總監。
- *Yvonne Lievens*：Mattel 品質與合規總監。

(一)*Dr. George Borlase* 談到產品安全領域中的自願性共識標準的重要性，並指出這些標準需要進行調和，惟為何該等標準無法統一仍然是個問題。*George* 簡單闡述不同類型的標準，如全球標準、國際標準、國家標準及跨國標準等，其指出標準的多樣性和不同國家的標準發展方式造就標準化的複雜性。接著 *George* 提到合規性評估(Conformity Assessment)為測試的重要部分，且討論不同機構如何制定標準，而該等標準係隨時間不斷更新，並強調全球統一標準的挑戰。最後 *George* 表達對未來成功的期望，並提到過去幾十年來，全球統一標準方面取得的一些進展，並希望這些成功能夠成為未來的標杆。

(二)*Len Morrissey* 談到標準發展組織(SDOs)的複雜性，美國有超過 400 家公司參與標準開發。ASTM(American Society for Testing and Materials)標準之開發係遵循 WTO 原則，並且不同國家和區域的標準開發方式差異很大。*Len* 進一步說明標準開發過程對透明性和共識的要求，並討論了各國標準開發的不同模式，特別是在歐洲與其他國家之間的差異。*Len* 強調，即使是全球標準的定義，也因標準開發組織和需求不同而有所區別。*Len* 提及不同市場的情況對於標準調和的困難。以銷售產品的規模來區分，對於小型本地市場，標準化的問題不大，但涉及全球市場時，會增加測試成本，而包裝上多個警告標示亦會增加成本。標準統一化的挑戰之一是標準組織間之合作意願，此部分仍存在歧異，這使得統一標準變得困難。最後，*Len* 指出目前標準的協調性已經有所改善，雖然改變仍然需要時間，但總體趨勢是正向的。

(三)*Yvonne Lievens* 提到標準化對於全球企業之重要，例如身為全球玩具製造商，必須遵守各國不同的標準規範，才能在各國銷售。在理想情況下應該只有一個全球一的標準，但事實上會因全球市場需求不同、各國標準不同，而使標準化變得複雜。接著 *Yvonne* 討論機械物理標準對玩具的影響，其指出有三個標準需要測試，雖然 90% 的標準相同，但最後一點不同，需要額外測試以符合所有三個標準，這會增加成本並對永續性造成負擔，特別是在化學測試方面。*Yvonne* 提到大公司通常會選擇最嚴格的標準來設計產品規格，避免開發人員需要閱讀所有標準。*Yvonne* 舉例提到歐洲和中東地區對玩具電氣標準的差異，特別是亞洲仍然遵循 2005 年的舊標準，而歐洲則已經更新為 2020 年的版本，這導致測試重複，增加檢驗成本。最後，*Yvonne* 提到國家間互認協議仍為未來發展的重點。

肆、心得及建議

一、 AI 技術發展對消費品安全的影響：AI 技術的發展儼然已為全球性之趨勢，並廣泛應用在各式領域，其中亦涵蓋消費性商品安全之議題。本次會議提及 AI 技術快速發展將對產品安全造成挑戰，包括個人隱私、資訊安全、心理層面之影響以及智能醫療上的誤判等，AI 技術相關安全性風險的揭露與控管，未來將會是各國監管機構/單位的一大挑戰。

(一)國內外相關作為比較：

1. 歐盟：制定全球第一個「人工智慧法案(AI Act)」控管 AI 虛擬技術的風險，該法案已於 2024 年 8 月正式生效並逐步實施。其主要目的是確保 AI 技術的發展符合歐盟的基本價值觀(如人權、民主和法治)，並確保 AI 技術的透明度、公平性與可解釋性。該法案不僅係為限制有害技術，亦期待推動 AI 在不同領域(如醫療、交通、能源)之創新應用，從而為經濟增長和社會福祉帶來積極影響。

2. 我國相關作為：

(1) 國家科學及技術委員會於 2024 年 7 月預告「人工智慧基本法」(草案)。

(2) 行政院消保處為因應 AI 實務應用可能引發的消費者保護爭議，爰於 2024 年委託南臺科技大學進行強化 AI 商品或服務之消費者保護法制之研究，該研究梳理 AI 商品或服務於我國消費者保護法之適用議題並提出法規調適建議供參。

(二)建議事項：

(1) 除本次會議提及之歐盟 AI Act 外，美國國家標準與技術研究院(National Institute of Standards and Technology, NIST)亦著手與

相關機構研訂安全指南、標準及實施內容，並於 2024 年 2 月 28 日宣布成立 AI 安全研究所聯盟 (AI Safety Institute Consortium, AISIC)，就生成式 AI 風險管理、制定 AI 能力評估及審核標準指南、測試 AI 系統缺陷及執行修復作業，以及制定管理軍民雙用基礎模型安全指南等面向進行探討。依前開歐盟 AI Act 內容與執法方式，以及美國訂定中之 AI 安全指南之相關考量事項，均可作為我國重點觀察及學習之參考，包括國科會之「人工智慧基本法」(草案)或消費者保護及商品管理領域之相關法規政策在內，皆可依此為借鏡，據以滾動檢討我國在 AI 廣泛應用下之規範框架是否適當。

(2) 行政院消保處之委託研究或本次會議講者均有提及因現行 AI 尚處於發展階段，過於嚴苛之規定框架將阻礙產業提升與技術發展，且實務上亦有規範不易處，爰未來在如何控管 AI 所衍生之安全風險方面，仍需透過國際交流相互學習。經濟部標準檢驗局職司一般消費性商品管理，就 AI 技術導入商品風險之管理層面，亦應持續關注國際間就該領域提出之警告及相關之規定框架，據以適時滾動檢視及調整管理機制，以確保在降低 AI 技術伴隨之風險的同時，亦可有效保有該技術發展之彈性。

二、 **制定全球性統一標準的重要性與困難**：本次會議不斷重申標準化對於跨國企業的重要性，理想情況下應有國際一致之標準供各國依循，然事實上因全球市場的不同需求及各國標準的多樣性，使得統一標準變得更加複雜。另由於各國/地區標準之差異，其所衍生之冗餘測試項目以及不同警告標示均將會增加各企業經營者、監管單位及消費端之成本。

(一) 國內外相關現況比較：

1. 依 ASTM 觀點：ASTM 標準之開發係遵循 WTO 原則，惟其架構與內容與其他國家間仍存在差異。且各標準組織就所謂國際標準之定義亦尚未有定論，爰強化各標準組織間之合作更顯格外重要。
2. 我國現況：CNS 國家標準使用領域廣泛，其目的包括供廠商作為設計製造生產之參考；買賣雙方作為契約、交貨、驗收之準則；消費大眾作為選用產品之基準；權責機關作為執法之引用依據等，故各界就其立場對 CNS 國家標準之期待各有不同，進而造成國家標準有偏離調和國際標準原則之疑慮。

(二)建議事項：

1. 我國身為世界貿易組織(WTO)會員國之一，爰建議我國在制修訂 CNS 國家標準仍應秉持調和國際標準及相關法規為主要原則，使 CNS 國家標準在確保消費性商品安全及品質之同時，亦儘可能摒除各界因標準不一致所造成之重複測試。
2. 參酌 ASTM 之意見，積極尋求與全球各標準組織標準溝通合作之機會，除使 CNS 國家標準可符合當前國際趨勢外，亦有機會將國內產業現況反應至國際市場。

三、**影響者行銷對產品安全的挑戰**：本次會議提及如何利用影響者(如網紅、KOL 等)來宣導產品安全訊息，此為消費性商品安全領域的一個較新概念，可能需要專門的法律框架加以規範。因影響者可在社交媒體平台影響其追隨者的看法、意見及決策，進而影響消費行為，所以影響者行銷被視為推廣產品及服務之媒介，且其確實有影響消費市場安全之可能。

(一)國內外相關作為比較：

1. 以墨西哥為例：尚未就社交媒體或數位平台進行具體規定，惟

「一般消費者保護法」已禁止誤導性和不當的廣告，該法由墨西哥聯邦消費者檢察官辦公室(PROFECO)執行，並積極利用社交媒體平台，發布消費者指南，以協助業界符合規範，並保障消費者權益。

2. 我國相關作法：公平交易委員會已於 2023 年 2 月修正通過「公平交易委員會對於網路廣告案件之處理原則」，將網紅等社群網站用戶納入規範，如果涉有廣告不實，可裁處 5 萬元至 2,500 萬元罰鍰。

(二)建議事項：

1. 在事前有效評估「影響者」之行為表現、社會觀感、群眾魅力(聲量)、以及對機關聲譽潛在衝擊/助益之前提下，採取利用影響者流量之方式來宣導產品安全及消費者權益等訊息，以達到教育宣導的目的。
2. 考量「影響者」效應涉及各領域之產品，爰包括消費者保護、商品管理等各主管機關應強化跨部門合作，提高管理效果。

四、調和自願性標準與強制性法規的方法：本次會議提及舉凡在歐盟相關法規中對於產品安全如有規範，該要求即具強制性，然為協助業者確認產品是否符合法規要求，並促使符合要求之產品可在歐盟市場內自由流通，歐盟執委會就此授權歐洲標準委員會(CEN)制定歐盟標準，使產品標準一致化。惟歐盟標準僅為檢驗產品符合法規要求及確保單一市場流通性之工具，廠商可以自行決定是否採用歐盟標準。

(一)國內外相關作為比較：

1. 歐盟 GPSR：

- (1) 第 5 條規定企業經營者應僅在市場上投放安全產品；另第 7 條則規定符合「歐洲標準」或「成員國所規定健康安全相關

法律」者，則可將其視為符合第 5 條所規定之安全產品。惟若有其他證據表明符合前開規定之產品仍具危險疑慮，則監管機關應依 GPSR 採取適當措施。

(2) 第 8 條規定在評估產品是否安全時，得考慮「國際(歐洲)標準、國際協定、產品所屬成員國之國家標準、具公信力科研機構或專家意見、消費者對安全之合理期望」等事項。

(3) 綜上可知，在歐盟法規框架下，若能證明產品安全，則未必非得依循標準，然遵循標準是最有效且最經濟之方法，惟符合標準之產品，最終仍需由監管機關評定其是否安全無虞。

2. 我國相關作法：

(1) 消費者保護法第 7 條略以「企業經營者應確保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」。

(2) 商品檢驗法第 10 條略以「檢驗標準由標準檢驗局依國際公約所負義務，參酌國家標準、國際標準或其他技術法規規定之；無國家標準、國際標準或其他技術法規可供參酌者，由標準檢驗局定之」。

(3) 綜上可知，我國法規已存有與歐盟 GPSR 類似之概念，意即企業經營者應主動確保其商品或服務之安全及品質，而符合自願性標準僅為其確認合規性以及監管機關進行市場管理之選項之一。

(二) 建議事項：我國消費者保護及商品檢驗主管機關在執行商品管理時，目前幾乎仍以使用 CNS 國家標準視為唯一手段，惟 CNS 係自願性遵循，且其使用目的廣泛，非僅適用於商品管理，爰 CNS 在市場商品管理上應扮演輔助之角色。建議相關單位可採用歐盟執行 GPSR 之作法，除提高執法之彈性外，亦可避免發生國家標

準偏離調和國際標準原則之情形。

五、**玩具與嬰幼兒用品安全之重要性**：由本次會議內容以及講者舉例中可發現，玩具、兒童用品以及化學品安全領域仍為國際間所關注之重點。包括所談論到嬰兒猝死症(SIDS)、以及探討不同睡眠表面對嬰兒影響之相關問題，足見兒童安全問題仍為國際消費品安全領域之重點項目。

(一)我國現況：

1. 國家標準：截至 113 年底止，已參考 ISO、EN 及 ASTM 等國際標準、區域標準與先進國家標準，制(修)訂 51 種玩具及兒童照護用品相關 CNS 國家標準，而涉及本次討論中之嬰兒睡眠相關產品(如嬰兒床、搖床、床墊等)，皆已訂有相對應之 CNS 國家標準。另目前亦刻正參照歐盟玩具安全指令(2009/48 EC)及歐盟 REACH 法規辦理制定「消費品化性安全指引」標準，足見我國國家標準之政策方向與國際趨勢一致。

2. 商品管理：

(1)經濟部標準檢驗局近年已陸續將多種兒童用品列為強制應施檢驗項目。

(2)行政院消保處基於保護嬰幼兒安全之目的，在近年查核檢測案件中，特別針對市售液態兒童玩具、玩具筆、斜躺搖籃、釣竿風箏、兒童牙刷、兒童椅凳及筆擦等玩具或用品，與經濟部標準局專案合作進行品質檢測及標示查核，並將相關成果於行政院消費者保護會進行報告，及對外發布新聞稿供消費大眾參考。

(二)建議事項：

(1)未來國家標準將持續以配合國家政策、產業發展、社會關切議

題、商品管理需求之政策方向進行制(修)定，且考量我國為WTO之會員國，爰仍以調和國際標準為主要原則，使CNS國家標準保障兒童安全之同時，亦可與國際接軌。

(2)經濟部標準局也應持續與行政院消保處合作，針對玩具與嬰幼兒用品進行購樣檢測，確保產品安全，維護消費權益。

六、**跨境執法之困境與國際合作重要性**：因全球電子商務迅速發展，進而帶動跨境交易頻率激增，此新型態模式已成為現今國際消費主流趨勢，惟此現象將伴隨各國不易維護其消費市場之安全性。此議題在本次各場次會議中亦被重複強調。考量跨境交易涉及多國法規，因此跨國間的合作與資訊共享係屬至關重要。

(一)國內外相關作為比較：

1.以歐盟為例：歐盟執委會(EC)司法專員於會中表示歐盟約有70%不安全商品來自境外，其中又以中國大陸占比最高。而歐盟在此採取之作為係與中國大陸官方合作進行線上及實體培訓課程，藉此提高中國大陸製造商及供應鏈中所有參與者對於歐盟相關法規與消費者保護規則之認知。

2.我國相關作為：

(1)雖囿於我國不易複製歐盟與他國之之互動模式，然在商品安全部分，仍有相關積極作為。經濟部標準局與日本獨立行政法人製品評價技術基盤機構(NITE)簽訂「強化商品安全領域之交流與合作備忘錄(MOU)」，雙方每年輪流召開定期會議，針對雙方法規政策與技術議題進行交流討論，2024年由我國主辦實體研討會議，針對跨境網路消費商品安全管理進行意見交流；另將於2025年與美國消費品安全委員會(CPSC)以「eFiling and eCommerce」為主題召開線上研討

會議，交流相關領域之法規及資訊，共享消費品安全資訊。

(2)在消費者權益維護方面，消費者如遇跨境消費爭議，除可透過向國際組織「跨境消費爭議網」(eConsumer.gov)，進行申訴外，我國消費者保護團體亦積極與許多外國消保機構(或團體)簽訂跨境消費爭議備忘錄，熱心協助消費者處理跨境爭議；行政院消保處亦與韓國消費者院簽有消費者保護瞭解備忘錄(MOU)，民眾如遇有韓國跨境消費爭議，可由行政院消保處循雙邊聯繫管道，轉請韓國消費者院協助處理。

(二)建議事項：未來建議數位發展部就此領域規劃進行管理，目前行政院消保處與經濟部標準局將持續透過國際合作，確保跨境交易領域之產品安全，以保障消費權益。

七、藉由會議進行小樣本之數據蒐集：本次研討會主辦單位設有即時電腦票選系統(SLIDO)，讓與會者可藉由現場網路投票之方式，就相關議題表達個人意見，並與講說者進行互動。如此主辦方及與會者皆可於會中進行即時調查，蒐集各方之看法意見，並即時就結果進行初步評論。雖然囿於樣本空間不足等因素，其統計數據尚無法作為訂定相關規範之科學證據，惟鑑於出席者多為此領域之專業人士及利害關係人，爰該等數據仍應具相當之參考價值。

建議事項：我國各機關於日後辦理類似研討會時，亦可考量參酌此方式提升與參加人員進行互動之可行性，藉此瞭解各利害關係者之看法，並提高與會者之創新感與參與感。

伍、附件

一、 2024 國際商品安全週(IPSW)會議議程

二、 2024 國際消費者商品健康安全組織(ICPHSO)國際研討會會議議程