

生活下的沈思

回顧我國消費者問題發生的演進過程，大致可分成三個階段。一是六十二年以前，為「任其發展」時期。蓋此時消費者問題尚屬個別事件，並未形成普遍性的社會問題。而於五十九年我國第一個保護消費者團體——中華民國消費者協會正式成立，唯對消費者運動並無多大助益。

二是六十二年至六十八年之間，為「助其發生」時期。在此時期由於物價波動的影響，致使政府意識到消費者保護的重要，並於六十二年成立了台北市國民消費協會，唯仍未採取實際保護行動，消費協會十一年來也無多大作為。

三是六十八年之後，可謂是「使其發生」時期。由於六十八年以後消費者受害事件層出不窮，如多氯聯苯中毒、假酒事件、化粧品含汞……等事件接踵發生，促使社會各界對消費者問題由漠視而轉趨關心。行政首長、民意代表、專家學者、大眾傳播媒介，大體皆認為消費者權益逐漸受到傷害，政府於是開始展開各項有關保護消費者法案的擬定；社會上提倡消費者保護運動的人士，更於六十九年十一月一日正式成立「中華民國消費者文教基金會」，迄今已有四年多的時間，在推展我國消費者保護運動上不遺餘力，更獲得大眾輿論的讚揚與支持，也因此我國的消費者運動也漸漸的蔚為風尚。

尤其在最近幾個月，不時有不良商品的揭發，在民衆的心理造成了一股震撼，轉而對自身安全產生了重視，凡事總有正面和負面作用，在考慮其對社會的效果，尤應兼顧其深遠的影響，因此

，在一連串偽劣食品醫藥揭露的過程中，我們不難發現一些端倪，值得我們去探討反省。

不重視消費者權益

我國長久處於農業社會，物品的交易極少經過轉售，即使發現商品不滿意，亦採取抵制購買的消極態度，而以「貨比三家不吃虧」來達保護自己的目的，既使有時受到欺騙，也總以自認倒霉了事，而業者更是以「貨既出門，概不負責」為由，即使抗議，亦無法獲得滿意的賠償；再加上我國處於開發中國家之列，促進工業發展乃主要政策，因此，保護生產者要比保護消費者受到重視，難以避免的消費者乃扮演了受害的一方。

所幸此種不合理的現象，已有轉變的趨勢，是值得快樂的，我們期待著此種轉變能往更平衡合理的方向發展，讓消費者的權益能獲得應有的重視。

食品和藥品檢驗制度不盡完善

雖然行政院曾於七十年七月間通過「加強食品衛生管理方案」，規定縣市衛生局應該設置第七課——食品衛生課，來統籌食品衛生檢驗工作，然而絕大部份的縣市衛生局總把此工作歸屬第二



1. 藥局的玻璃上經常可看到浮誇不實的廣告，深深影響民衆的醫療觀念。



我們都是這樣
長大的？



或第三課，人數也僅有一、二人，面對龐大無頭緒的各種檢驗業務，根本無能為力。

再加上各種機關職權不明確，也使得非法食品容易在夾縫中生存，早已是不爭的事實，尤其在一月間所暴露出的特殊營養的食品管理，連衛生當局對於究竟是藥品或是食品亦無法明確劃分，使得不法廠商有機可乘，更是令人詬病。

就檢驗方面來說，從原料進口、加工到成品，表面上看來似乎有種種關卡來控制管理，但實際上，目前與食品檢驗有關的單位包括：行政院衛生署，經濟部的商驗局、農業局甚至國貿局都是各自為政，缺乏統一管理的機構，既無追蹤管理，也很少做到抽樣檢查，更遑論展開積極的取締工作，再則，由於人力編制有限，經費來源不足，能達到的檢驗效果更要大打折扣了。

醫藥不分業

從調查局破獲偽藥事件後，我們發覺藥局存在的問題已不容忽視。

當我們步入藥局之後不難看到除了成藥之外，也陳列有大量須經醫師指示才能使用的藥品和非藥物的特殊食品，由於一般消費者欠缺醫藥常識，而開業之藥師因無處方可調劑，有的從事密醫行為自行出售無醫師處方的藥品，對人體健康的危害自不在話下，更甚者，因為藥師大量從事非藥局的工作，市面上租照藥房林立，劣幣驅逐良幣的情況下，使得守規矩的藥局無法與鑽法令漏洞的藥局競爭，如此惡性循環的結果，真是令人不寒而慄。

為了避免租照藥房的日漸增多，讓藥師能專心於調劑職位上，一般認為斧底抽薪之計莫過於早日實施醫藥分業，以建立起完整的醫療服務網，提供民衆完善的醫療保障，如此一來劣質的營養食品與偽藥事件便可減至最低。

廣告的浮濫不當

最近的嬰兒奶粉事件和新羅維納斯可以說是拜廣告之賜而大行其道，然而一般規定所有藥物（包括嬰兒奶粉）及醫療行為均不得在供一般國民閱覽之雜誌、期刊、報紙或電視台和電台從事廣

告，但是放眼看台灣的廣告，却是屢見不鮮。

根據「行銷與推銷」雜誌的統計，去年當中，醫藥廣告總投資額超過十八億，是廣告費花得最多的一項，在一百家最大廣告排行名單中，醫藥類共佔了二十七家之多，可見我國醫藥廣告已到浮濫的地步。

據台大醫院神經科醫師陳榮基指出，一般消費者對藥物總存有「有病治病、無病補身」的錯誤觀念，却忽略了藥品的副作用，往往存著先吃再說的心理，而且習慣吃廣告藥的人往往是懶得找醫師看病的人，值得注意的是這些人並不在少數，也不乏高級知識份子在內。

另外，廣告藥對這些消費者具有吸引力的原因是，他們認為，假如不是好藥，怎麼會登廣告？似乎在電視、報章登廣告的藥品名氣較大，比較可靠。

陳榮基醫師並不同意這種說法。他說：台灣醫藥廣告的訴求以一般大眾為對象，實際上大眾並不具備足夠的醫藥

知識來判斷藥品的效用，以目前的藥物管理情形來看，很多藥物不須經醫師處方也可以輕易買到，因此消費者發生服藥不當而受害的機會很大。

為了消費者的權益，全體國民的健康，如何在廣告管理上理出一條確切可行的途徑已是刻不容緩的事實。

未來的展望

總觀我國的消費者保護運動，從六十八年以後，在政府、消費者保護團體和輿論的相互協調下已漸漸步上正軌。我國正處經濟和社會變遷的轉捩點，倘若對消費者保護運動沒有長遠、健全的規劃，對於建立和諧社會，促進經濟福祉都將形成重大阻礙，所謂「及今不圖，後將為患」，為了防微杜漸，避免養

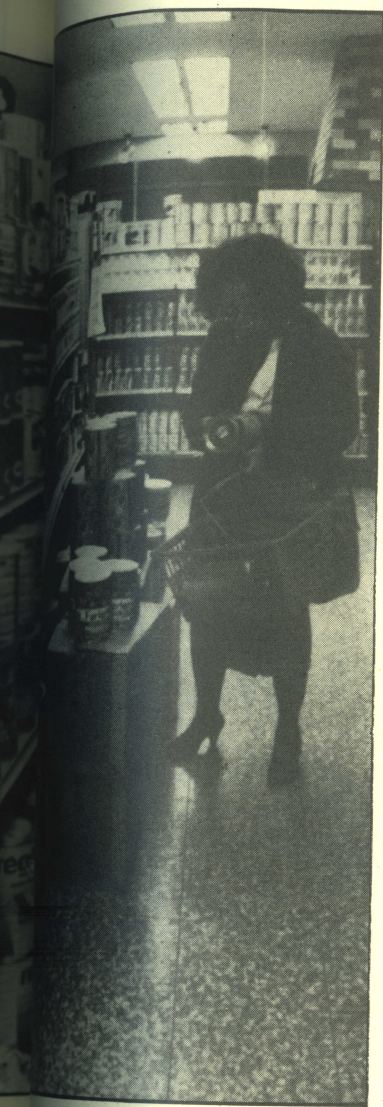
繼成患，更為了將來社會的繁榮進步，我們理當盡速建立周密的對策，無論主管單位、消費者或生產者都須培養正確的消費意識，體認保護消費者無異是提升商品品質保護合格廠商的利益，進而群策群力，發揮社會的道德勇氣，為國家社會的安定貢獻一分心力，使消費者保護運動不致散漫無律，而能有計劃、有規律、穩健紮實的朝著「可以更好」的理念前進。

因此，在此檢討過去，策勵未來之際，為了不讓此一理念只是空談，而能在最近的將來得以實現，我們籲請更多的大學生能踏出象牙塔，共同來關懷我們生活的社會，我們也願意提出三點看法，希望能藉此激起更多大學生提出他們的意見。

喚起消費者保護權益，推廣消費者教育

傳統的消費者觀念受到中國流傳的容忍美德的影響，一旦在消費方面受到損害，總是以「吃虧就是佔便宜」來息事寧人，國人在此消費爆炸的時代裡尚能保有此種「和為貴」的美德，是令人慶幸的，只可惜此種美德反而被一些不肖商人利用，促使一些劣質成品繼續存於市場侵蝕消費者的權益，甚至危害大眾健康。

我們建議國人在「和為貴」的美德下亦能培養注重自己權益、勇於舉發的

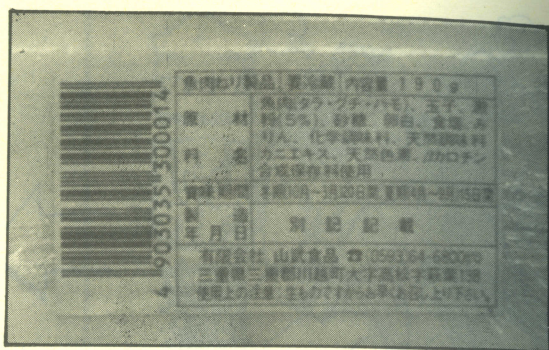


消費者談消費運動

涵養，因為凡是花錢買東西，這種買賣行為都已成立「買賣契約」，買的東西有瑕疵，消費者便有三種解決辦法的權利：一是解除契約，二是減少價格，三是另換。關於這三種權利完全由消費者意志決定，並有法律保障，因此，消費者無須存有逆來順受的心理，畢竟購物是要花相對代價的；而出售商品的人也應有「利潤建立在公平交易的基礎上」的觀念，豈能抹煞消費者的權益。

當然，我們尋求的是一個安和的社會，總不能行之過苛，凡事分辨出是非，反應之後應適可而止；易言之，國人應具有「定型化契約」的觀念，也能有備而不用之素養，亦即建立「明辨是非和為貴」的新觀點。

在另一方面，若干人基於一種炫耀的消費心理，盲目的認為凡為價格高的進口貨，而且廣告上宣傳得天花亂墜的東西就是好的東西，就是值得信賴的東西，但本身却又缺乏判斷分析的能力，從而而不肖商人把握這種心態，以廉價原料偽造產品，作浮誇不實的廣告，如果又因政府有關行政機關不察，消費者便



$$\begin{array}{r} 2 \\ 3 \end{array} \bigg| 1$$

2 國外進口的醫藥食品一般或缺中文標示或標示不全，有待商品標示法的明確規定。

3 商品標示法實施已快三年，但是在市面上仍經常可看到沒有標示的包裝食品

1. 消費者購物看標籤的習慣已漸漸在國內形成一股風氣。

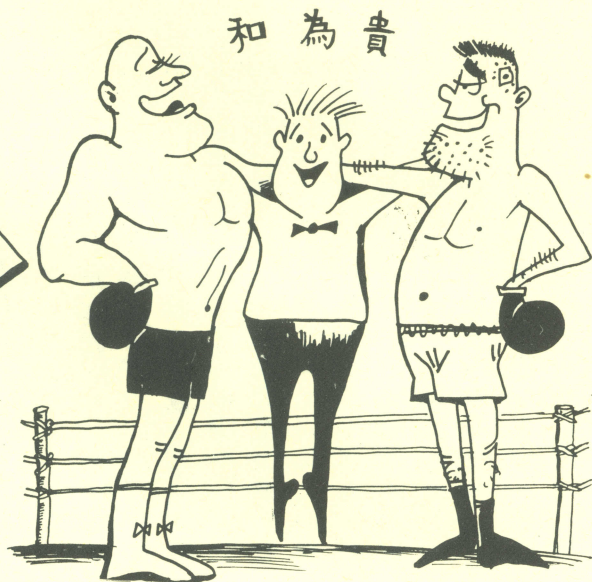
我國推行保護消費者運動較有成效的團體，首推「中華民國消費者文教基金會」，基金會從今年起已邁進第五個年頭，四年來雖獲得社會和輿論的支持與信任，有些事件曾引起廣泛的討論，也面臨不少來自平行或垂直的壓力和打擊，如過去的蝦米事件、爽身粉糾紛到近來的沙士黃樟素風波和芝麻油純度官司，都可窺見來自廠商、利益團體和政府機構或多或少的誤會和干擾。令人欣慰的，以一個財團法人的地位，在經歷許多波折後，仍能秉持堅定不撓的信念來服務消費者，維護消費者的權益。

我們不禁佩服社會上這些為公眾權益默默奉獻的人士，也支援他們所作的努力，然而，消費者保護工作並非幾個人即能完成，它需要政府、廠商、消費者、傳播媒體，專家學者共同的認同和

支援消費者保護團體， 舉發不良廠商

上當吃虧，例如：S-95, AP-300 一系列產品、新羅維納斯、羊乳片等豈不都是把握消費者這種炫耀、無知的心態。

「前事不忘，後事之師」，為了讓我國消費者運動更形穩固，最根本的辦法可謂是推廣消費者教育。在教育當局，專家學者集思廣議之下，規劃出適合國情與國人的消費者教育，培養消費者具備鑑別的知識與能力，進而樹立健全消費者的形象，促成國家的健康進步。



協助，我們期待著能有更多有心人士加入運動的行列，讓消費者保護運動在國內更加落實的發展。我們殷切盼望從珍珠粉事件後，一直到味全AGU奶粉事件，政府與基金會之間所採取的態度能形成一種模式，讓國人在消費品質上能獲得更完善的保障。

亟待政府單位百尺竿頭，更進一步

主管藥品、食品的衛生署在S-95揭發後成立「食品掃黑小組」，同時對於嬰兒食品的檢驗，廣告的審查也加強管理，此種作法在時間上雖晚一點，但是此決心也是令消費者歡迎的。我們盼望能有更多的政府機構，以此次偽藥事件為警惕，能具備患預防的遠見，除加強抽驗工作外；並加強宣導和有效的貫徹法規的執行，或召集業者定期舉行短期講習，使業者明瞭各項法規，避免輕蹈法網，進而確切了解利害得失；並早日完成「消費者保護法」、「公平交易法」的立法，研擬「廣告法規」，使廣告的管理步上正途。

此外，我們盼望政府官員能不為「壓力團體」或「利益團體」所約束；摒除公權力至上的信念，重視公信力的影響，多開溝通管道除去無謂的誤會，讓社會上消費者保護團體能產生輔助政府機構的功能，兩相配合，相得益彰，如此豈不是全體國民之幸。

至於，檢核單位，人少事繁，力不從心之憾，早已是不爭的事實，以衛生署食品科為例，連科長在內，全部人員只有四人，由四人掌理全國的食品衛生政策的擬定、管理、指導和監督，其難以得心應手面面俱到是可想而知的。有幸行政院於今年一月二十四日院會通過衛生署擬具的「加強食品衛生管理第二期方案」，將自七十四年度起分五個年度推動各項措施，為我國食品衛生管理奠定基礎。我們展望各級衛生機構能藉此增加必要的員額，延攬專業人才，以適應目前日益繁複的管理工作，而各個有關部門也能群起效之，讓保護消費者工作能百尺竿頭，更進一步。

綜合言之，我們展望在未來消費者運動的過程中，主管單位能擔起職責嚴加審核；消費者和保護團體也能適時反應不合理的消費現象；廠商與傳播媒體亦能確立社會責任心與道德感，共同把握公開的態度，建立公正的標準，秉持公平的目標，踏出紮實穩定的步伐，自目前的基礎向前推展消費者運動，以建立和諧安樂的社會。

參考書目

- 1 消費者保護之研究 周宇碩士論文
- 2 我國消費者保護政策之研究 杜聖觀碩士論文
- 3 消費者報導
- 4 時報雜誌