



看《100個人令人頭疼的故事》

執業律師
李鳳



100個令人頭痛的故事
(上)(下)
歐陽莉總編輯
消基會 / 8710
ISBN 957973142X;9579737223
平裝

消費，看似容易，卻處處有玄機。這是一個講求包裝的世紀，新產品不但要包裝，舊產品的包裝也會翻新，消費者面對琳瑯滿目的商品與服務，單以自己的經驗要去應付千變萬化的銷售手法、商品及售後服務等，恐怕力有不及之處，所以藉助他人的經驗，轉化成自己的助力，是一條便捷的途徑，而消基會（「財團法人中華民國消費者文教基金會」簡稱）出版的《100個令人頭疼的故事》（上、下二集），則是提供消費者一條便捷的路。書中舉凡食、衣、住、行、旅遊、醫療、保險、公共安全等商品或服務的消費案例，都是消費者切身之痛的實際經驗，消基會在處理這些案例中，所發揮的效能及各項建議，本書都有詳細的記述。

本書的特色

一、消費者親身案例的呈現

消費者遭遇到的消費情形，在這本書中，均詳加記述，讓閱讀者能快速的體驗到案例中消費的狀況，容易迅速吸收，轉化為自己的「經驗」。例如有些業者會利用辦理免費量血壓的活動，看似義診，實際上是在銷售商

品（見上集第22頁「電磁波」的騙局），這種不當行銷實際手法的記述，讓閱讀者有身入其境的感受，進而達到趨吉避凶，以免損及自身權益的目的。又例如業者通知消費者說您中獎了，得到免費機票二張，但必須是夫妻二人持身份證親到到公司領取獎品，並參加該公司舉辦的旅遊說明會，結果所謂的中獎，最後竟是國際休閒渡假中心招攬會員的方式（見下集第31頁你中獎了！），也是與上述義診的情形相似，都是利用人性的弱點，先吸引再行銷售之實。其實，閱讀者如果加以延伸，便會發現到，除了利用義診、中獎的方式之外，有些假藉協助檢查、假藉政府政令、或依附在公益團體名義，事實上最後都是在「賣東西」（不論是商品或是服務），均屬同一類型的不當銷售手法。所以，當《100個令人頭疼的故事》，將消費者親身案例呈現，實有「前車之鑑」的功能。

二、消基會處理的情形

面對消費者各式各樣消費糾紛的申訴，消基會站在消保公益團體的立場，如何協助消費者，釐清事實真象，甚至召開座談會、或發佈消費警訊，避免更多的消費者受到傷害，在這本書上，也有詳加的說明。例如，小孩吃鐵罐裝的糖果，卻被罐口銳利處刮傷，消費者向消基會申訴，消基會的處理是集合食品委員、醫療委員及律師共同研討，確立消費者的權利，廠商則應限期回收、加註警語及設立消費者申訴專線，衛生主管機關應責成廠商回收危險商品、進行安全檢查等事項，同時召開記者會提出消費警訊（見上集第1頁糖糖罐頭藏把刀），消基會處理的



情形，顯然是集合了專家學者的意見，並具體指出消費者法律權利的依據、業者回收的法律義務在那裡、及主管機關的法律權力及義務所在。這種有憑有據的「具體主張」，不得不讓業者及政府機關重視及改善，同時發揮了預防的作用，可謂多贏的作法。當然，消基會處理的申訴案件中，不是件件都有好結果。有時遇到業者對自己派出來的公司代表所提的協調條件，事後來個不承認，這種反反覆覆的公司個性，令人徒呼負負（見上集第 143 頁檯面上和解，檯面下反悔？）透過不同業者的對申訴案件的反應與處理，其實消費者也可以瞭解到業者的「誠信」到底在那裡？

三、詳細的建議內容

本書的另外一項特色，是在於「消基會的建議」。例如在「向地下錢莊借錢，『卡』死！」案例中（見下集第 87 頁），雖然是消費者持信用卡向地下錢莊借錢的事件，消基會在處理本件個案，除向該消費者說明其權利義務外，也提供消費者信用卡正確使用的方法，以避免違反信用卡契約，甚至有被冒領冒用、盜刷、刷爆、負擔高循環利息等情形發生的可能。又例如「飲水官司」案例中（見下集第 107 頁），是消費者向廠商購買純水機飲用後，產生細菌感染的糾紛，本書也附加告知環保署出版的「安全用水手冊」，對於各種淨水設的材質、功能均有詳細介紹，以供閱讀者參考。

四、有用的消費叮嚀小語

每一件案例，本書都有消費叮嚀小語，目的在於提醒，例如前述「電磁波」的騙局，消基會則叮嚀「業者不應以不法行銷手法，賺取不當利益，以免觸法。」、「充實醫療的基本常識，並養成『有病找醫生』的習慣，

可減少因『無知』而受騙的機會。」；在「糖糖罐頭藏把刀」的案例中，則叮嚀「對健康與生活有危害的商品，您有權要求業者立即改善。」、「開封包裝商品，應小心不要被不良設計的商品割傷。」、「業者應於商品包裝上完整標示，並設立消費者服務專線，以樹立負責、尊重消費者權益的良好形象。」；在「汽車業務員偷了我的保費！」案例中（見上集第 133 頁），則是叮嚀「繳交汽車保費後，應索取收據、保險卡，並注意是否收到正式保險合約書。」、「核對要保書的內容是否正確，投保的項目與金額是否相符，不符合時要立即向保險公司反應。」；在「過期直銷品，壞我一張臉」的案例中（見下集第 91 頁），則是提醒「多層次傳銷業者對售出商品的保存期限予以控管與回收，以免損害消費者的權益又影響商譽。」、「護膚的自然法則是不熬夜、多運動、生活作息正常、心情保持愉快及多吃蔬菜水果。」，這些小語即使在閱讀者無暇詳看案例內容時，均具有「極短篇」的警示作用。

對本書的建議

從消費者的角度看，例如當想要找與房屋糾紛相關的申訴案例與處理情形時，本書缺乏這樣的功能。若想從案例標題的名稱加以辨別，事實上也有困難，所以想快速的查閱，並不容易。本書雖然不是工具書，但方便閱讀者翻閱，是體貼消費者的小小心意，也同時會提昇本書利用價值，達到消費教育的目的。因此，不論是從目錄的編排，或是在書後加上檢索的功能，本書的實用效能，應該可以增加。

《100 個令人頭疼的故事》是活生生的案例，雖然只有一百例，但值得閱讀與參考。