

●消費資訊

德國消費者保護

最新發展

近來由於消費者意識之提高，及消費者權益逐漸受到保障，而製造或服務業者基於來自消費大眾之壓力，近年來更加提供了良好的服務以滿足消費者。根據市場經濟學的理論，商品或服務之供需應有相同之立足點。但事實上，製造（服務）業者在其服務領域通常具有較佳之財源及專業知識，甚至消費導向。當面對市場上大批新產品，在促銷人員竭力銷售下，許多消費者都很難去判斷如何購買合適的產品，使購買者沒有足夠的時間真正了解這項商品的用法、結構，甚至是否可能造成健康之危害，致使一般民眾之消費行為多居於劣勢。在德國，消費大眾的權益大多受到各邦政府所補助或由私人興資之消費者保護團體之維護，聯邦政府亦制訂有完整的政策，使消費者免於傷害。

四大措施

法律 金融 健康 環境 資訊

消費者保護措施之目的，主要係針對消費者之消費行為

及需求給予適當之保障，聯邦政府在15年前開始，迄今仍將此觀念列為消費者政策之首要目標。

在德國，消費者保護措施大致可分為四類：

1. 法律及金融之保護。
2. 資訊之保護。
3. 健康之保護。
4. 環境之保護。

茲就衛生及環保方面詳述如下：

健康保護 從食品與藥物

管理著手

多年以來，德國政府一直以食品管理法及藥物管理法作為維護消費者健康之執行依據，而食品及藥品市場之迅速成長，更加促使消費者對於其自身權益之重視。

(1) 食品管理法：本法之立法宗旨以保護消費者健康為目的，並防止食品誇大宣稱其質量。德國食品管理法係依據1975年發布之“食品及生活必需品管理法”所訂定。本法為保障消費者權益，訂有一系列之管理通則。例如，禁止製

造或販賣有害人體健康之食品、禁止使用未經准用之食品添加物、禁止販售某些化學物質或農藥等不符規定限量之食品。其他與食品管理法相關之法規，則包括肉品衛生管理法及酒類管理法等。

食品受環境污染之容許量，則訂有專門法規以為管理依據。例如魚類及水產品之含汞容許量，飲用水之環境化學污染物容許量等，聯邦政府健康評議委員會並對某些食物，如香菇等，訂定建議攝取量。除此之外，近年來該委員會發表許多物質之安全容許量以提供政府食品衛生稽查員參考。

德國政府對於食品安全之保障，有賴於各地衛生機構之配合與執行，此類機構僱用有受過專業訓練（如食品科技、獸醫、醫師等）之管理人員，對工廠及業者等進行稽查，必要時並採樣檢驗。抽驗之重點目前偏重於食品中食品添加物、農藥、環境污染物等之殘留量，例如乳品中之鉛含量，肉品中之藥物殘留量，及環境污染物對於田間作物之殘留量等。

除了針對市售食品進行抽驗外，衛生主管單位並就部分食品訂有優良食品登記制度，負責登記業務之工作小組成員

包括食品科技專家、相關政府官員、消費者協會代表及食品工業界代表。登記之作業包括訂定製造準則、產品成分、及其它影响食品品質之因素以供審查依據，這些準則亦合乎國際間之標準及要求。此類登記制度雖然並無法律上強制執行的效力，但實際上申請登記的業者很多，這種制度對食品業者及消費者提供了選購的指引。

(2)藥物管理法：消費者之健康同時也受德國藥物管理法

之保障。藥物管理法頒佈於1978年，用以規範藥物之製造及產品品質。該法規定藥品在未經政府查驗通過其品質及效用安全之前不得販賣，而經過查驗登記合格之藥品上市後仍受政府衛生機關之監督，以確保消費者之服用安全。德國藥管法對於藥品之製造、配藥限制（指是否需經醫師處方可服用），及對於新藥試用者之保護等均有詳細規定，而最重要的是對於新配方藥品上市

前安全性之測試，製造者應領有政府核發之許可証，而此類許可証之核發，只發給擁有良好之藥廠及合格人員之製造業者。如有藥物可能造成人體健康損害之情形，該法亦規定應標示警語。藥物管理法於1987年完成修正，對於德國消費者之健康保護，提供了更有效的保障。例如在新修正之法案中，規定有必須標示藥品之保存期限。

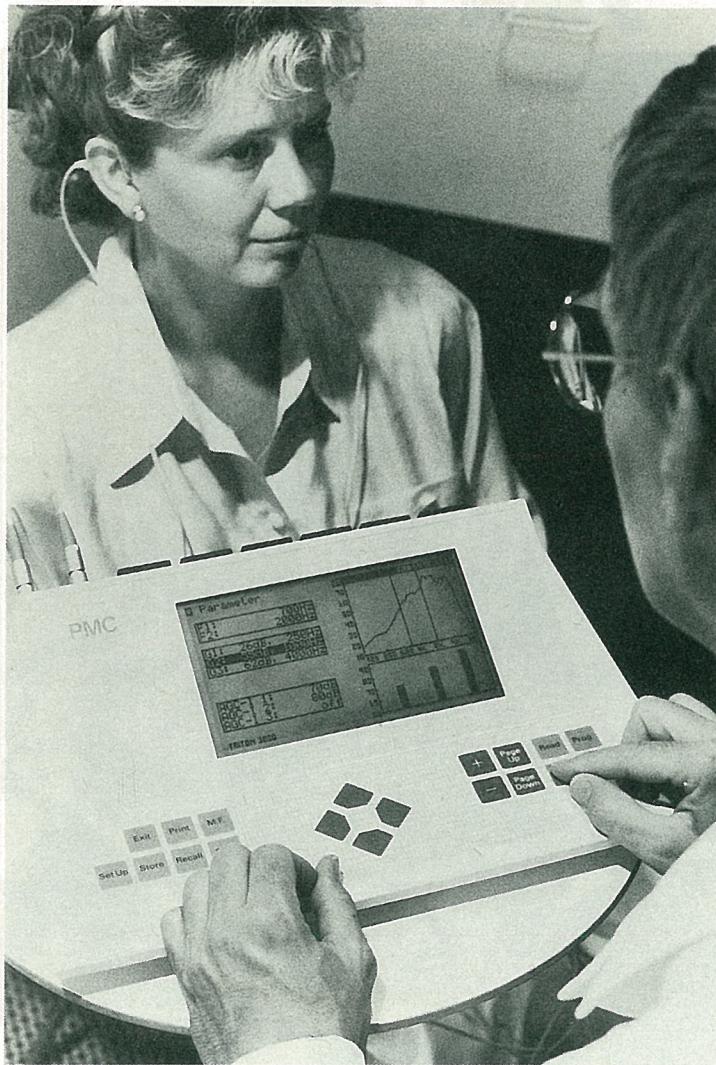
新藥之查驗登記及上市後 ►

數據式助聽器

從歐美各地來的助聽器製造者，代表將近全世界的一半市場佔有率，都將採用“數據式助聽器”的標準程式系統。這種在慕尼黑的西門子公司主導下聯合完成的系統稱為PMC“程式化多頻道Programmable Multi Channel”，被形容為“為聽障者服務的一大步改進”。

助聽器愈能配合每個人的要求，語音傳達就愈清晰，聽覺亦就恢復得更多。至今，一般的助聽器調整都靠人力，因而很難隨時調整得恰好。至於尚屬新科技的數據式程式化助聽器就不一樣，例如根據殘存聽力多少而各別調節聲音大小及和諧音。西門子公司推出的新式助聽器Tritoon 3000是一種新的3頻道助聽器，傳播音域分為低、中、高三種頻率，這三種頻率可以獨立調整以適應佩用者。這種新式的助聽器已在德、奧、瑞士及美國普遍試用中。

黃嘉／Inter Nationes Bonn



數據式程式化助聽器改善收聽品質。由醫生依佩用者需要而調整控制數值，經程式單位儲存在助聽器中。

►其安全性之評核，均有賴於位於柏林之聯邦政府健康評議委員會（Federal Board of Health）及位於法蘭克福之一研究所（Paul Ehrlich Institute）進行實際之測試工作，此二機構之經費則受各邦衛生機關之補助。

環境保護 首重廢水處理

與噪音管制

消費者在環境方面之保障受到由政府環境及生態保護單位所定法律之規範，近年來訂定之相關法令包括1987年訂定之廢棄物及清潔劑清理法，1983年修正公布之廢水處理法，以管制廢水中之有害物質，及屬於環保法令重心之環境保護法。另外於1982年公布之化學物質管理法規定所有新發展出之化學物質應先行檢查其特性是否對人體或環境有害

並作成報告，對於有害性強的化學物質，有關當局可依法禁止或限制其使用；除此之外，噪音管理法亦已通過，以管制飛機、交通及其他可能造成噪音污染之來源。

位於柏林之聯邦環境保護機構則從事政府單位相關之科學研究工作，其執掌範圍包括廢棄物處理與水質處理，並擬定相關法則及執行其他相關任務。環保署並將相關資訊輸入電腦，供大眾查詢使用。

黃嘉／Inter Nationes Bonn

少年騎士戴頭盔



有效又美觀：少年騎士戴的頭盔，即將在德國推出。

德國總理柯爾的夫人Hannelore Kohl 擔任科倫市的“中樞神經受傷者監護人協會”主席，她認為在街道上騎腳踏車的兒童很容易受傷，戴了頭盔可以防止頭部的致命或永久性傷害。瑞典就規定兒童騎腳踏車一定要戴安全帽。

一個宣導兒童騎單車戴頭盔的影片『不要忘了你的頭盔』中，一個學童在騎車時被汽車撞上擋風玻璃再摔下來摔破頭死了，如果戴了頭盔就能挽回生命。這部有一群學童跟隨着一個他們同學的白色棺材的影片在德國、奧國及盧森堡的2萬5千個學校中放映。

西德政府統計，去年在馬路上發生車禍中有808位腳踏車騎士死亡，其中有兒童99人。（譯者註：西德人口約為台灣的3倍），因頭部受傷導致死者佔85%。至今德國尚無腳踏車騎士戴安全帽的規定，有關業者已在籌畫中。專家強調彩色頭盔最具保護功效。■

民間團體 角色舉足輕重

(1) 消費者組織聯盟：該團體係一經註冊登記之非營利團體，目前會員包括33個相關組織，如社會福利團體、租屋團體、主婦團體、天主教主婦團體等。其中並有2個學術團體—社會研究學院及消費者研究學院，總計可代表全國各地區800萬名消費者。

其中加入最久的是自1915年加入該聯盟的德國主婦團體，其以網狀結構結合全國主婦，致力於主婦家庭管理技能之促進，並提供正確之消費行為及健康訊息。

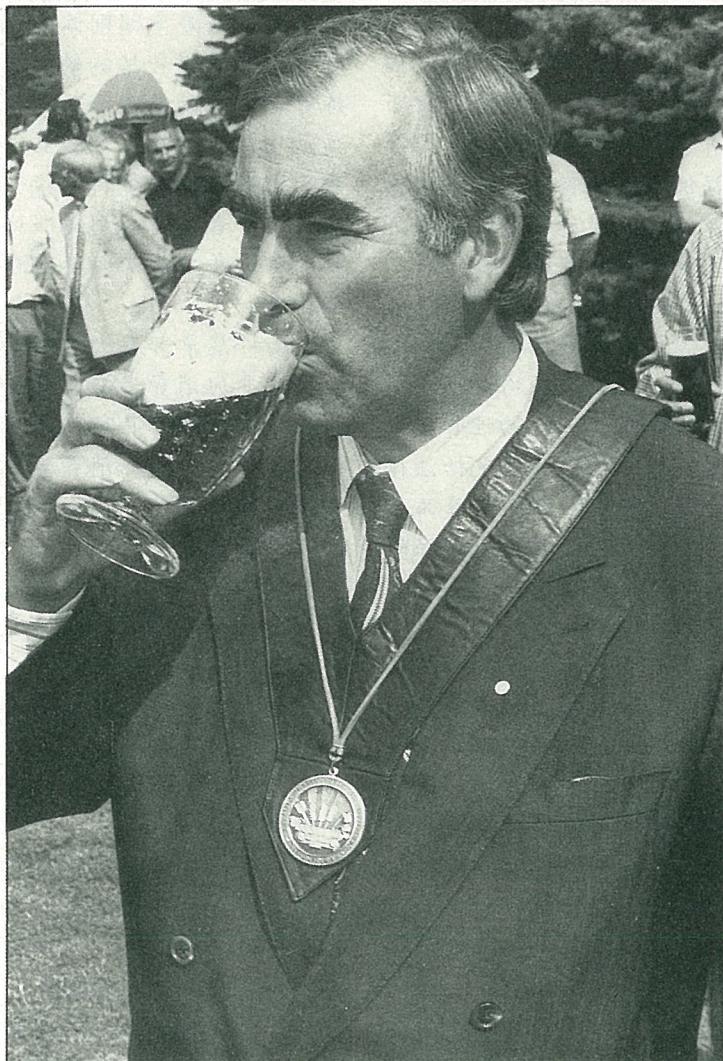
消費者組織聯盟主要之執行任務如下：

- ① 保護消費者利益，並將消費者之需求反映給政府相關部門。
- ② 提供消費者適當之諮詢服務，以協助消費者建立正確

觀念及常識。

基於政府應與民間團體合作以維護大眾權益之概念及體制下，消費者組織聯盟在民間向政府單位爭取消費者權益保障上扮演著重要的角色。例如該聯盟已成為政府食品、農業及森林部中消費者委員會的委員之一，以提供政府部門相關之建議，同時協助政府宣導政令與正確觀念。政府機關內之消費者委員會，還包括有貿易協會發言人，各政黨代表，及▶

黃嘉／Inter Nationes Bonn



德國每年釀造啤酒920萬公秉。

德國啤酒 品質第一

由德國農業中央運銷協會進行的啤酒品嚐調查，再次證實“遵照純淨法則釀造的德國啤酒配得最高的讚賞”。在接受調查的500位男士，只有1%表示不滿意，換言之，可說是全體認同德國啤酒的品質及風味。就是政客們亦喜好與這大眾喜愛的“大麥之汁”一同露臉，還不僅是在盛產啤酒的巴伐利亞邦而已。去年，德國釀造了920萬公秉(92million公石)啤酒，今年由於兩德統一而還要增加。

另外一項統計顯示受訪者有97%擁護德國啤酒，只有3%者回答其他啤酒或不知道。按照“純淨法則”釀造的德國啤酒有下列優點：好口味，不加化學添加物，純淨，自然以及充分的享受。■

了解消費者問題之專家等。

除此之外，消費者組織聯盟尚參予其他委員會以提出相關建言。例如兒童、家庭婦女及衍生環境保護、生態保育、原子爐安全管理、勞工、社會、郵政、交通等聯邦政府主管機關之委員會。

另外還執行下列消費者權益之維護：

(1) 政府部門對於保險公司之管理。

(2) 優良食品標識之查驗登記。

(3) 技術訓練中心。

(4) 接受委託之學術機構之品質。

(5) 貿易行為。

(6) 農業市場交易。

(2) 提供消費者適當之資訊：要想有效執行消費者保護之措施，必須能提供消費者充足正確的資訊，因此消費者組織聯盟每週固定出版刊物，分發給各地消費者團體、政黨、貿易組織、及諮詢中心等，使民眾均能得到此類資訊，同時消費者聯盟組織亦針對不同之階層出版各種消費者手冊及科學性專文，其他如德國營養學會、食品、農業及森林資料服務中心、健康教育中心、及衍生協會等亦定期出版有關刊物以提供適當之資訊。

(3) 產品品質分等制度：

1964 年德國聯邦政府開始實行“產品品質分等制度”，對市場上之產品進行比較試驗及服務。其執行委員會成員包括消費者團體代表及商業團體代表。此一非營利性質之基金會提供了各商品及服務業之品質比較等資訊，使消費者能針對自己的經濟能力及需要而有所選擇。該基金會通常每年可完成100 餘類產品（或服務業）共

計 1700 餘種產品之比較研究。近年來其工作之重點偏重於投資、融資、保險、衍生、觀光事業及運輸業等市場。被比較之產品均就其功能、安全性及技術性測試進行評估，並檢視其操作（或使用方法）之特性及是否對環境造成污染。其結果以一種容易閱讀及作比較之方式，每月出版於“Test”刊物上（該刊物每期約出版 80 萬份），並附註其應符合之標準及檢驗方法。產品評估結果屬優良者，並可於其宣傳廣告或標示上予以說明。

(4) 各地消費者諮詢中心：

為了要各地區的消費者都能直接受到保護，各邦政府均在邦政府內成立消費者諮詢中心，目前在德國已有 11 個地區性消費者諮詢中心，在其之下又有 170 個小型諮詢站，除了可提供約談服務外，並接受電話諮詢，及對於團體之指導服務（如學生、學校班級）。

各地消費者諮詢中心提供的服務範圍很廣，而每個中心經費及人力的來源均有不同，故其列為重點工作的性質亦有不同。總括來說，可包括法律、營養、膳食、租賃、產品品質、能源、金融、貸款、保險、家庭財務及環境保護等之諮詢服務。

在膳食營養方面，多將重點放在飲食與健康之問題上，經由約談、上課、展覽、出版宣導手冊及單張等方法，使消費者了解如何選擇有益健康、營養而又經濟的飲食，並了解如何選購安全的食物。

在環保方面，由於近年來大眾日益重視此問題，一般消費者都希望知道在日常生活中如何做一些改善的工作，特別是在選購物品時應如何考慮環

保的因素及如何做好垃圾分類，消費者服務中心則就此提供資料，而部份中心現在正規劃準備提出一些新的訊息，例如有關家用化學藥品及清潔劑可能對生態造成之負面影響等。

政府任務 立法／宣導 消費者服務

各邦政府更以經費補助，或透過其本身宣導工作之方式，在經濟、法務、食品、農業、森林等範圍灌輸民眾正確的觀念。而 1989 年聯邦政府有關食品之宣導經費約達 800 萬元馬克。而農業部則為各地消費者中有關餵食諮詢的主要支持者，其補助經費約達 3.3 百萬元馬克。另外，“食品、農業、森林分析及資料服務”則提供消費者完整的諮詢服務，其 1989 年之經費約為 400 萬元馬克。

由於農業部龐大經費的運用，許多與消費者有關的食品法規多於 1989 年完成修正，以提高標準，確保消費者之飲食安全及防止食品虛偽不實的宣傳及廣告等。

這些法規包括

— 1989 年 6 月通過之食品中溶劑限量標準

— 1989 年 5 月 5 日通過食品工廠用藥劑限量標準

— 1989 年 6 月 19 日通過有關加碘鹽規定

— 1989 年 3 月 28 日完成優良食品查驗登記準則之修定，其食品項目包括：茶及相關產品／菇類／肉及肉製品。

這些改變使得此類產品之管制有法令規範，進而能促進消費者之飲食安全。