



恭喜您進入 2023 年 ATCC X 林堉璘宏泰教育基金會【NPO 永續創新個案大賽】初賽階段，這份專題是基於財團法人中華民國消費者文教基金會（下稱消基會）在實際經營運作上所關心的議題作為題材撰寫而成。請您站在消基會的立場，分析未來的機會與各種可能，並從各利害關係人、社會大眾與消費者的角度，思考如何提出兼具創意與可執行性的企劃提案。

一、NPO 簡介—你必須了解的「消基會」

中華民國消費者文教基金會為倡議型 NPO 組織，更為非政治、非營利的民間組織，設立宗旨為推廣消費者教育、增進消費者地位和保障消費者權益。依循創會初衷，持續服務消費者，維護消費者權益，促進消保法制進步，增進產消和諧。

創會至今 42 年，堅持以商品及服務的檢測與調查方式，深入剖析消費市場的各類問題，以期達到消費風險的偵測與預警功能，並透過每一場調查記者會的對外發聲，以期發揮監督政府效能、協助業者發現並改善問題，營造國內更友善的消費環境為職志。

回溯至 1980 年(民國 69 年)夏天，當時民眾因食用在製程中不小心摻入多氯聯苯的「米糠油中毒事件」，受害者多達兩千人，且大多屬經濟上的弱者，然加害廠商，非但未予以賠償，反而以脫產方式逃避責任；同年底又發生「假酒事件」，有教授因飲用到假酒而導致失明。當時一群青商會友、學者專家及社會熱心人士，感於消費者的弱勢有加以保護的必要，借用當時李伸一律師的辦公室，以一人、一桌、一支電話，開始推展消費者保護工作；至今，消基會所提供的免費電話諮詢服務仍舊是堅持維護消保權益的志工大哥大姐們，以輪班方式接聽電話、提供消費者諮詢甚至協助預約會內義務律師作更專業的法律相關協助。

消基會背負著消費者的期許，創會以來，持續提供法律諮詢、受理消費者申訴案件，協助排解消費者與業者之間的紛爭，以弭爭議。為實踐對消費者權益保護的宗旨與承諾，消基會至今仍為亞歷山大團體訴訟案、胖達人團體訴訟案、黑心油團體訴訟一案、維冠大樓倒塌團體訴訟案、八仙塵爆團體訴訟兩案，持續為弱勢消費者奮鬥，讓受損的正義得以伸張，2020 年錢櫃火災團體訴訟、中醫診所中藥損害賠償事件團體訴訟，消基會亦不負託付，代受害的消費者爭取應有的法律權益。

為推廣消費教育，深化消費意識，1981年5月15日，本會所屬刊物《消費者報導》雜誌正式創刊，將近42年的發行期間，從未接受商業廣告，秉持公正、客觀原則，堅守專業、科學理念，忠實扮演消費教育宣導的公益傳播角色。雜誌內容中檢驗報告為每月主軸文章，以實驗室的科學數據，綜合專家分析與評論，提供消費者選購商品的指南，並就商品之品質，向業者提出改善建議，另以測試結果，對政府相關單位及國家標準提出修正意見，或要求政府正視不合理之政策與標準，以提升國內消費水準及商品品質。另，本刊也討論到各類消費問題，提出實際且中肯的意見，讓消費者在日常生活中的食、衣、住、行、育、樂、醫療、保險等各種消費行為均可有所參考及依循。

近幾年消基會積極以消費論壇形態，邀請政府、企業、產業界、學者專家和消費者，一同為消費議題集思廣益，針對廣大消費者所密切關注的消費面向，規劃舉辦了不動產高峰論壇活動、金融消費論壇活動，以及中醫藥保健論壇等多場活動，期能透過消費訊息的傳播，促成消費者、業者、政府單位三者間良性互動，力促台灣整體消費環境能更合理、更安全無虞。為因應科技傳播時代的來臨，消基會也努力在各大社群平台上傳遞消費新知，推出嶄新數位化服務，如 line 官方帳號、facebook 社群推播、youtube 線上影音諮詢、記者會同步直播、線上申訴服務等。透過這些管道，讓消費者不受環境限制及時接收到消基會所傳遞之消費資訊，甚至能關注自己有興趣的消費議題，時時刻刻為自己的消費權益把關。

二、議題背景－「消基會」目前面臨挑戰

因消基會創會年代較早，在政府單位尚未重視消保護題之前，消基會多運用記者會方式，利用媒體第三權來督促政府和業者改善問題、面對爭議。後消基會花費十數年努力推動並於民國83年促成「消費者保護法」立法通過，這是由民間成功推動立法成功的案例。然而，這部消保憲法歷經近30年的運作，加上商業發展遠超過法律的規範，時有法律不及商業發展，造成法律空窗狀態。

近幾年，在轉型上我們首先推動「論壇」形態，邀請政府、企業、產業界、學者專家和消費者，一同為消費議題集思廣益。但是在行銷宣傳活動上卻效果不盡理想，發現無法觸及到年輕族群，無法將這樣有意義的活動讓更多消費者知道。

在消費教育的挑戰上，我們會內擁有許多專家學者，每月會利用雜誌文章、YouTube 頻道線上影音諮詢來分享近期消費新知，但或許因技術上的困難，導致畫面不夠吸引人以及在雜誌發行方式還停留在傳統紙本階段，導致這些訊息無法有效到消費者手中，這是目前我們在消費教育上的困境。

最後是在品牌年輕化上的挑戰，目前所有的消費者們都享受著消保法所帶來的保障，但年輕一代的族群已逐漸遺忘消費者保護工作需要年輕的熱血，以致消基會的志工年齡層普遍落在 55-65 歲之間；在參與論壇的年紀也落在 40-60 歲之間，我們希望能提升年輕人對於消費者保護意識，甚至願意為消費環境保護上盡一份力。

三、題目

你就是數位時代的消保小尖兵！邀請全國青年學子透過數位工具行銷推廣「消基會」，藉以提升組織理念與資訊能見度並達致品牌年輕化！

以推廣消費者教育、增進消費者地位與保障消費者權益為宗旨所成立的消基會，邀請年輕世代共同透過數位行銷、新媒體、社群經營等新興廣宣方式，帶動 NPO 品牌行銷數位化與年輕化，並將組織所傳遞之消保資訊、消費教育內容轉化為更活潑有趣的呈現型式，藉以透過多元傳播媒介讓社會大眾和年輕消費者廣為看見。

題目說明

我們盼望在年輕學子的集思廣益下，能夠協力就消基會現有的消保知識庫(如：消基會線上影音諮詢 YT 頻道與消費者報導雜誌等)進行創新優化並以更多元的型式和管道傳達給更多消費者知道；此外，也運用數位行銷、新媒體、社群行銷等新興行銷廣宣方式讓消基會念茲在茲的消費者保護理念能夠「被看見」，同時帶動消基會品牌年輕化，並吸引更多年輕世代共襄盛舉。在議題發想上可分為三個主軸作推廣：

- (一) 校園志工招募與培訓
- (二) 會內活動舉辦與推廣
- (三) 消保知識庫創新優化與行銷傳播

同學可於上方建議中擇一作為議題的發想並深入規劃(亦可複選)，組織最終目標是希望能利用以上媒介喚醒年輕消費者自我消保意識，讓年輕人多參與消費者保護推廣運動，並讓本會所提供訊息能有效送到每位消費者手中，期藉以達致品牌年輕化與行銷傳播數位化。

四、提案需求說明與條件限制

初賽企劃書重點說明

- (一) 非僅論述現象，須觀察組織近幾年面臨的相關問題發展，延伸探討可能的解決方法，並注意消基會立場上的顧慮，需在政府與業者之間的距離達到中立平衡。
- (二) 書審資料包含：

- (1) 選擇議題動機
- (2) 議題背景說明
- (3) 實踐方法
- (4) 預期效益與社會影響力

初賽企劃書提案要求

依議題 workshop 時講師建議之解題方向，發展初賽企劃書，PDF 格式，**企劃書篇幅含封面、目錄、附件等全部以 10 頁 A4 為限**，內容須包含：

- (一) 選擇議題動機
- (二) 計畫背景與目的
- (三) 資料分析與問題點
- (四) 目標設定
- (五) 具永續性與可行性的解決方案與創新性
- (六) 企劃提案與執行時程
- (七) 整體預算規劃
- (八) 成本效益與影響力評估
- (九) 未來展望

條件限制

- (一) 消基會組織風格較偏傳統，重視組織形象，且「社會公信力」為組織最大價值
- (二) 提案請以如何能有效行銷推廣消基會與消保資訊，打造消費教育環境為目標，藉以吸引年輕世代共襄盛舉並提昇消保意識，最終達致品牌年輕化與數位化
- (三) 消基會須秉持消費環境中立為原則，應避免偏頗特定廠商業者，若提案需異業結合，務必與組織深度討論
- (四) 需是為本屆 ATCC 議題全新發想的提案，不接受已於他處發表過或正在進行輔導孵化的創意或成果作品，該創意或成果之延伸或改作亦同
- (五) 邏輯推演：每個做法或建議必須有數據，或是依據企劃書前端分析所得結論支持，務必求前後一致，避免沒有立論根據的說法或創意
- (六) 參考資料請註明資料來源或出處

- (七) 實作企劃和方式：需合法取得資料，方式和範圍不限
- (八) 整體預算規劃上限為**新台幣 200 萬元整**（含行銷廣宣預算）
- (九) 評審標準：以實作的可行性及未來的永續發展性最為重要，希望同學所提出方案在未來會內經營上能依同學所設計的模式永續使用

五、附加說明

- (一) 如需使用消基會品牌資訊，可向主辦單位提出，將視情況在相關約定條件下提供使用。所有消基會的資訊 (包含但不限於：文件、圖像、數據與技術資料)皆受法律保護，請勿未經授權而揭露使用或從事商業行為。
- (二) 提案作品須為團隊自行發想規劃，若有抄襲、仿冒等侵害他人智慧財產權之情事，將取消參賽資格。涉及著作權或其他糾紛，參賽者須自行擔負相關法律責任，與消基會無關。造成消基會損害者，應負相關賠償責任。
- (三) 歡迎參賽同學參與消基會 2023 年所舉辦之活動前期籌備工作或當日現場工作人員，以便了解組織風格與作業程序。

目前 2023 年組織規劃活動如下：

4 月 29 日-2023「悠揚和煦」年度公益音樂會 & 特級攝影展

5 月 29 日-金融消費論壇

6 月-房屋仲介論壇

8 月-不動產高峰論壇

9 月-西藥論壇

10 月-中醫藥保健論壇

- (四) 參考網站及粉絲專頁

- 消基會官網；消基會線上影音諮詢 YT 頻道：

<https://www.consumers.org.tw/home.html> <http://bit.ly/42AkO5K>

- 消基會 line 官方帳號 (消費權益通)；消費者報導雜誌：

<http://bit.ly/LINEAccountCFCT> <https://www.consumers.org.tw/magazine.html>

- 消基會臉書粉絲專頁：

<https://www.facebook.com/consumers.org>