



No. 173
JUL. 2021

政風電子報

■ 封面故事

「一頁式廣告」之潛藏風險

■ 公務機密

毒品危害防制條例與個資法之Q&A

■ 廉政案例

違反差勤規定，虛報加班費

■ 消費宣導

疫情期間網路購買食品要注意

■ 抗疫防詐

防制假消息，你我一起看

■ 人權宣導

圖蒂不可以吃豬肉

■ 廉政宣導

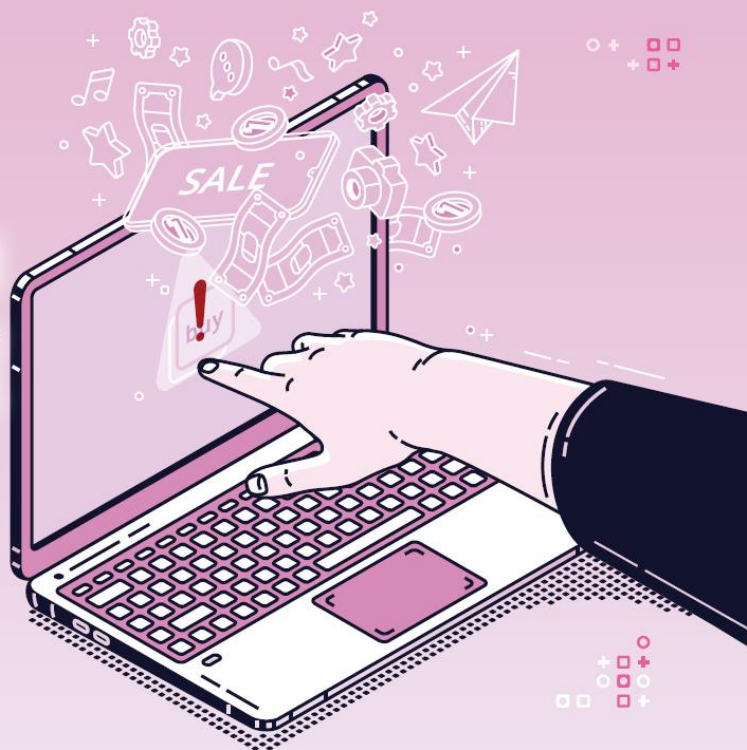
企業誠信實踐分享-台灣DHL國際快遞篇

■ 廉政線上看

「三隻小豬與QQ狼」廉潔繪本有聲書



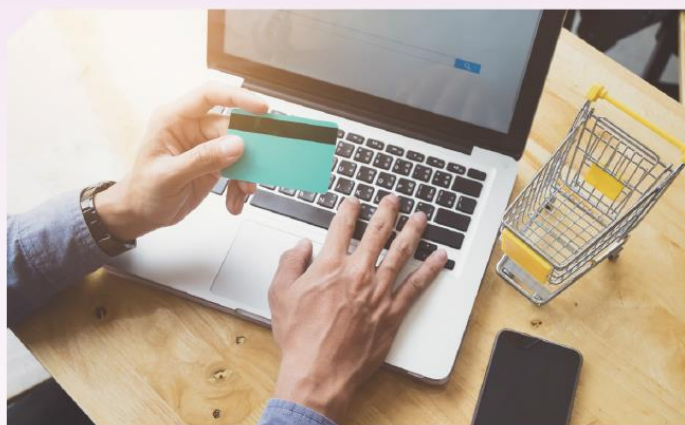
「一頁式廣告」 之潛藏風險



◆ 吳旻純

網路行銷商機無限，迎合人手一機的社會型態，成本導向的「一頁式廣告」應運而生。當沉浸在網路多元視界時，應隨時保持資安警戒意識，謹慎使用個人資料，避免落入詐騙陷阱，維護網路安全。

隨著資訊科技的日新月異，最常見的轉變是購物行為改變，在跨國境行銷之商業模式急速成長下，實體交易型態漸轉為無國界網路線上購物，不須出門即可購足所有想要的物品，加上近期震盪全球的新冠肺炎疫情，民眾因應防疫減少外出，更帶動電子商務倍速成長。電商運用各種行銷策略衝高營收，其中經濟效益高的一頁式廣告遂成為許多業者採用之行銷手法。



隨著資訊科技的日新月異與疫情的影響，民眾的消費模式已大幅轉向線上購物。

(接續次頁)



金鋼防水按鍵 液晶黑字 室內 室外通用

- ✓ 90天超長待機
- ✓ 不鏽鋼耐蝕平盤
- ✓ 抗摔抗壓經久耐用

【5折下殺】旺盛捷手提電子秤，第2台僅需690！

NT\$ 1990 2998人評價

商品參數

PRODUCT INFORMATION

商品名稱：手提電子秤

稱量範圍：30g—30kg

秤量單位：1g 2g 5g 10g

商品尺寸：24X12X4CM

秤盤尺寸：16.5X16.5CM

主要功能：液晶顯示、自動關機、單位轉換、儲存、背光顯示

產品優點：防水防塵、堅固耐用、攜帶方便、測量精準、快速稱重

【旺盛捷手提電子秤】

幫您解決以上所有問題

我們的產品是通過經濟部檢測合格的，其他品牌有的功能我們都有，別人沒有的功能我們也有！

單位可調節，公斤/市斤/台斤/台兩/磅任意轉換，方便您計價。

還有您感興趣的都在說明書裡面哦。

簡約設計 操作簡便

便攜手提計價秤

【雙重顯示】 【20天長待機】 【高精準度】

假島內僅限量500套

只買1套= NT\$ 1498

超值第2套= NT\$ 400

史上最低價 僅此一檔 售完不補！！

一頁式廣告內容集中聚焦、操作介面簡單友善，更重要的是透過飢餓式行銷來誘導消費者選購。
(圖片來源：內政部警政署 165 全民防騙網, <https://165.npa.gov.tw/#/article/news/75>)

何謂「一頁式廣告」？

一頁式廣告 (Single-Page Website) 或稱為單頁式廣告，係指將所有商品資訊都呈現在一個頁面，圖片檔有時會內嵌動態或連結，提供買家進一步體驗及瞭解。一頁式廣告具簡單明瞭、使用者介面友善、特定主題及成本導向等特性。電銷商能吸引顧客迅速聚焦，使其在激烈競爭環境下，以最低成本獲得最大效益。

「一頁式廣告」特徵

一、簡單且內容聚焦

一頁式廣告因為版面限制，通常頁面

內容都相當簡單，商品內涵藉文字或影像意象化，以吸引買家瀏覽、點閱。

二、使用者介面友善

一頁式廣告網頁設計主要是讓使用者容易使用與集中體驗，以避免用戶於使用過程中被其他因素吸引或干擾，而中斷使用歷程，因此介面設計通常以容易使用為主。

三、飢餓式行銷

「飢餓式行銷」通指賣家營造商品「供不應求」氛圍，以此刺激消費者的購買欲，即運用人性愈得不到、愈想要的心理。例如，一頁式廣告使用的「期間限定」、「快閃」或「限時限量」等類型。







一頁式購物廣告特徵



獨立遊展系統

【超強合金越野】超大號體感遙控四驅車 超強遙控越野充電戶外學者

NT\$1599 NT\$2499

已搶購5836件 僅剩61件

距離結束 07時28分11秒

免運費 貨到付款 7天鑑賞期

圖文詳情 訂單查詢

NT\$1599 立即購買

特微1：網頁上沒有公司地址、客服電話（或沒人接聽）、只留電子信箱。

特微2：售價明顯低於市場行情。

特微3：常以限時或倒數方式吸引民眾。

特微4：免運費、號稱有7天鑑賞期及可拆箱驗貨。

特微5：只能使用貨到付款或信用卡付款（使用信用卡將有被盜刷的風險）。

特微6：網頁大多會有夾雜簡體字或使用大陸用語（直郵、郵費、支持換貨）。

支付方式

貨到付款 信用卡

VISA

【超值2折活動】Alpha1 Pro 遙控智能可程式化編程機器人

【超值2折活動】Alpha1 Pro 遙控智能可程式化編程機器人，12折優惠期間（即日起至11月15日），Alpha1 Pro 智慧機器人！原價NT\$2099！

遠端展示：2折特選贈品，僅限NT\$2099，名額有限，送完即止，請速來選購！

促銷：【正品保證，支持專車驗貨，附贈證書】

【優質保證，2年保固，附保單】

【1年內質量問題，免費維修 郵費全免】

【貨到付款，15天驗貨期，無條件退換貨】

數量：1

NT\$2099 已交款 立即購買 繼續瀏覽

常見的一頁式詐騙廣告特徵。
（圖片來源：內政部警政署165全民防騙網，<https://165.npa.gov.tw/#/article/news/85>）

「一頁式廣告」常見詐騙特徵

一、廠商聯絡資訊不明

詐騙網頁通常不會載明詳細賣方資訊，只留有通訊軟體帳號或電子信箱，有些甚至設有線上客服以取得信賴，其實是將用戶轉入另一個不明的網頁，藉機竊取個人資訊。

二、售價明顯低於市場行情

網頁通常會以超優惠價格吸引使用者，常見如「限時特價搶購」、「倒數」等用語。還有利用民眾同情心的悲情行銷手法，多出現於農產品等加工食品，誣稱因事故致農民陷入困境需要協助，實為假借援助之名，行詐騙之實。

三、網頁內容充斥簡體字或非臺灣用語

網頁文字使用簡體字或非常見語彙，如「包郵」、「直郵」、「支持換貨」及「信息」等，與臺灣「免運」及「留言」語意之用詞不同，使用者於瀏覽網頁時需特別注意。

四、網址網域不常見

網址冷僻或與知名網站網址雷同，藉以混淆使用者辨識。另外，知名入口網站如 Yahoo、Google 會使用 SSL 加密憑證，讓用戶得以傳送較私人資訊（如身分證字號、線上刷卡），即在網站和訪客共享的資訊之間增加特定編碼，網站會從 http 變成 https，以保障客戶的資料安全。因此，若一頁式廣告非使用 SSL 憑證，則該網頁之詐騙風險機率高。

五、主打免運費及便利運送付款

業者常用低價、免運及便利付款等口號吸引買家點閱，並以「貨到付款」即一手交錢、一手交貨的方式取信消費者，並看準信用卡付款易誘導消費者衝動購物心理，促使用戶因一時不查而被詐騙。

惡意「一頁式廣告」之資安危機

一天開始就與手機密不可分，打開 Yahoo 及 Google 等網站搜尋資訊、登入 FB、IG 或 YouTube 等社群媒體確認親友動態時，仔細觀察，就會發現一頁式廣告處處可見，不經意瀏覽點選，恐生資安疑慮。

一、惡意網站轉址盜取個資

詐騙的一頁式廣告資訊呈現通常不完整，藉以誘導使用者點取轉至外掛網址，而該網址實則為釣魚網頁（Phishing），當使用者鍵入個人資料後，就可能被不肖人士盜取利用，造成後續財物上損失，如常見盜刷信用卡、電話詐騙或被當人頭帳戶等情形。

二、植入勒索病毒綁架主機

一頁式廣告頁可能本身或轉址網頁都設有惡意程式，剛好用戶主機系統又有漏洞，用戶點選時，駭客藉機潛入並植入勒索病毒，綁架使用者系統，將所有檔案加密，要求支付贖金才能將檔案回復。

三、入侵通訊社群帳號，再詐騙他人

當惡意一頁式廣告竊取個資後，不肖人士可能會入侵使用者通訊及社群帳號竄改帳號密碼，假借其名義再詐騙他人。許多名人或網紅的粉專遭駭，就是被駭客看中其追蹤者多及高點閱率，此詐騙方式極易成功且有利可圖，但被駭者卻是欲哭無淚。

面對「一頁式廣告」之防護意識——資安 3P

一、個人資料重要性認知（Privacy）

當在通訊軟體或社群網頁上發現有興趣的廣告時，建議不要馬上點開，應先確



詐騙的一頁式廣告資訊呈現通常不完整，藉以誘導使用者點取轉至外掛網址，該網址實為釣魚網頁。

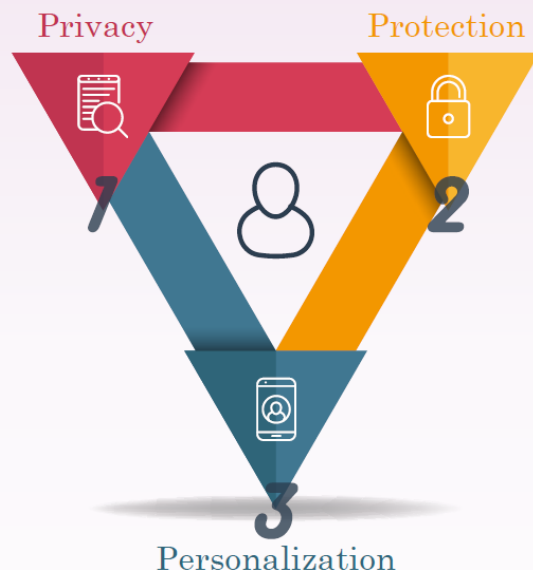


圖1 「一頁式廣告」之防護意識—資安 3P

認顯示資訊足堪辨識安全後再點取，並審慎填寫個人資訊，以貨到付款取代線上刷卡，以降低風險。

二、定期電腦系統維護（Protection）

電腦使用者要定期更新系統軟體，確認系統環境安全，並安裝正版軟體，避免駭客入侵竊取個資或植入勒索病毒等。

三、通訊社群帳號隱私設定（Personalization）

在許多網頁或 APP 系統會要求使用者鍵入基本資料或者建議由社群通訊帳號直接連結，因此可以自動存取用戶其他如臉書動態、好友等情報。例如常用的 LINE 通訊軟體，如果用戶開放允許加好友，只要對方輸入手機就會自動變成好友。

使用者設定自動連動的情形下，就有可能會落入詐騙的陷阱，比如傳送詐騙購物連結或釣魚網站，如果不注意而點取，就有被盜取個資或造成財物損失之風險。因此使用者在登入、下載安裝外部、不知名的 APP 時，盡量不要自動連結社群帳號，並將通訊軟體隱私設定為不開放，以減少資安風險。

身處網路科技瞬變世代，人人均需不斷地自我調整修正，方能適應持續資訊社會化的過程。一頁式廣告呈現方式剛好符合智慧型手機頁面，正面效益是能帶動商機、活絡經濟；而負面影響則是有心人會利用一頁式廣告詐騙，造成使用者之財物損失跟資安危害。因此，人人均應切記「資安 3P」，以保障網路及個資安全。

違反差勤規定，虛報加（值）班費

案情摘要

某機關科員甲負責器材採購及訓練場所管理等業務，於104年間上下班違反機關差勤規定，委由他人代為刷卡，未到班及不假外出；另明知依據「各機關加班費支給要點」等相關規定應覈實請領加班費、值班費，竟基於詐欺取財之犯意，向機關申請核發加（值）班費，因而詐得加（值）班費新臺幣3萬1,388元。

案例分析

（一）法紀觀念淡薄，輕忽相關規定

依「公務員服務法」第5條規定，公務員應誠實清廉，謹慎勤勉，不得有驕奢貪惰之行為，另依機關「差勤管理措施」之規定，公務員上下班應親自簽到退；不得替代他人刷卡或委託他人代為刷卡，違者應分別記過以上之處分。倘無加(值)班之事實，亦不得報領加班費及值日費。甲因輕忽差勤管理、加班申請及費用核銷等作業規定，致有虛報加班費或值日費等情事。

（二）申請加班未在勤及浮報加班時數

案發單位之差勤管理係以刷卡簽到、退之方式辦理，員工申請加班則於人事差勤管理系統進行線上申請作業，並以差勤刷卡機刷卡簽到退，實際刷卡之人員是否為本人則無法有效辨別，涉案科員於線上申請加班後，未實際在辦公處所加班，並委由同仁代為刷到、退卡，利用差勤管理漏洞浮報加班時數。

（三）查(審)核作業未臻嚴謹

依機關「差勤管理措施」之規定，為強化勤惰管理與加班費控管，單位主管應對屬員加班案件及事由進行審核。經查甲於當日或次日申請加班，加班時段未確實在勤；奉派輪值時擅離職守及未到辦公室值勤等情狀，單位主管未針對屬員實際工作情形進行查核，事先未發現異常狀況，以致發生虛報加班費及值班費之情事。

防治措施

(一) 建立指紋及臉孔辨識系統

為加強該單位職員差勤管理，採購指紋及臉孔辨識系統，替換原差勤刷卡機，以科技化管理，防止人員代刷卡情事再度發生。

(二) 業務主管應確實負起督導責任

單位主管對於屬員申請加班，應評估其每日工作量及實質內容加以審核；對於申請加班之同仁，應不定時至辦公場所督導業務，了解同仁執行業務是否順利，使加班制度更能達到應有之效益。

(三) 人事及督察單位加強辦理差勤抽查作業

加班亦為正式差勤之一部分，機關員工申請加班作業，除單位主管應確實審核加班事由外，人事單位應會同督察室等單位不定期抽查申請人員加班狀況，督促同仁均能覈實加班。

(四) 加強廉政法治教育宣導

利用各種公開集會場合，向機關同仁加強宣導相關加班費請領之相關規定，並配合案例強化宣導功效，使同仁瞭解詐取加班費所應負之法律責任，避免因一時不察或心存僥倖而觸犯法令。

(五) 法院判決確定予以免職

某甲於104年間遭查獲後即核予一大過之處分，嗣經法院確定判決認甲犯「貪污治罪條例」第5條第2款之利用職務上之機會詐取財物罪應執行有期徒刑貳年，緩刑伍年，應執行褫奪公權壹年，該機關據此予以免職之處分。



毒品危害防制條例與個資法之Q&A



依毒品危害防制條例具體授權所訂定「特定人員尿液採驗辦法」規定，通知受驗人依規定時間前往檢驗地點報到，是否屬個資法第8條第2項第2款所定「公務機關履行法定職務」或「非公務機關履行法定義務」之免告知情況？



查毒品危害防制條例第33條規定：「為防制毒品氾濫，主管機關對於所屬或監督之特定人員於必要時，得要求其接受採驗尿液，受要求之人不得拒絕；拒絕接受採驗者，並得拘束其身體行之（第1項）。前項特定人員之範圍及採驗尿液實施辦法，由行政院定之（第2項）。」係屬個資法第8條第2項第2款規定之情況，故公務機關及非公務機關向特定人員蒐集尿液採驗之個人資料時，係分別符合「公務機關執行法定職務」及「非公務機關履行法定義務」所必要，而得免為告知個資法第8條第1項規定之內容。至於依據該條例具體授權所訂定「特定人員尿液採驗辦法」第6條第1項規定：「不定期檢驗之實施，應於4小時前通知受檢人，受檢人應依規定之時間、地點報到，接受採驗尿液。」似僅指通知受檢人應依規定之時間、地點報到接受採驗尿液等內容，與個資法第8條所稱告知義務，係不同規範事項，尚不得僅依上開辦法規定逕為排除個資法第8條之適用（摘自「法務部105年12月20日法律字第10503516850號函」-本函全文可於法務部全球資訊網點選「法務部主管法規查詢系統」查詢）。

防制假消息，你我一起看

107年保防宣導短片

假消息！ 三四五



 法務部調查局 (MJIB)

107年宣導短片

淚推

內容農場！ 三四五

抄文



簽動
標題

企業誠信實踐分享-台灣DHL國際快遞篇

DHL 國際快遞 (DHL Express) 為全球物流領導品牌，旗下各事業部門提供各項無與倫比的物流服務，從國內至國際包裹運送、電子商務運送及實現解決方案、國際快遞、公路/航空/海運到產業供應鏈管理。DHL 隸屬德國郵政 DPDHL 集團，旗下 40 萬名員工遍布在全球超過 220 個國家與地區，安

全可靠地連結人類與商業活動，帶動全球貿易流通。DHL 也為成長中的市場與產業提供專屬解決方案，包括科技、生物科技與醫療、工程、製造與能源、汽車以及零售等產業。DHL 被公認為「The logistics company for the world (服務全世界的物流公司)」。



全球最佳職場認證

DHL 國際快遞在卓越職場研究所 (Great Place to Work®) 公布的 2020 年全球最佳職場排名中名列第二，在台灣的團隊也連續第三年被認證為最佳職場之一。DHL 國際快遞台灣總經理黃湧君先生表示：「成為員工心目中的雇主首選 (Employer of Choice) 及培養積極進取的人才一直是我們企業的重要目標之一；這意味著我們要為每位員工創造健康安全的職場，同時提供公平、尊重、信任的環境，這樣我們的員工才能充滿向心力、擁有專業能力並受到鼓舞，在每天的工作中都交出最好的表現。在 DHL，成為每個人心目中的最佳職場不僅是一個口號，而是我們每天都在做的事，這也是讓 DHL 與眾不同的魅力所在」。而這也反應在貨件安全上，快樂的員工是願意好好地保護貨件安全，為客戶提供高品質服務。



重視法規遵循，形塑優良企業文化

德國郵政 DPDHL 集團一直以來極其注重法規遵循 (Compliance)，明確地向員工指出法規遵循的重要性，確保法規遵循融入企業文化及每一天的工作中。

設立多重宣傳管道，落實員工教育訓練

DHL 認為，每一位員工確實明瞭並且合乎法規遵循乃基本要件，因而多次並定期透過多重管道來宣傳法規遵循的重要性，例如，公司內部網站、海報、公布欄、手冊、電子郵件及提供線上或實體的培訓課程，使同仁們能清楚明瞭相關規範並進而在工作實踐法規遵循。



定期舉辦法遵週，建立集團反貪風氣

為更進一步加深同仁們對法規遵循的瞭解及認知，DHL 每年都舉辦法規遵循 (Compliance Week)，期間每天進行多項的相關活動，提供每位同仁法規遵循十大精簡摘要，誠摯希望同仁能藉由多處可得法規遵循資訊，清楚明瞭相關規範並且確實遵從，以保護公司、團隊及個人。

此外，DHL 十分認真看待貪腐的議題，認為對抗企業貪腐是每日的任務，打擊貪腐是每個人的責任。2020 年集團反貪腐標語為「See it, Say it, Stop it! (看到它！舉報它！阻止它！)」，是由所有員工參加競賽而選出，標語涵蓋了員工在職場上預防和打擊貪腐時可以採取的三個行動，鼓勵員工為反貪腐盡一份心力，時時留意周遭所發生的事，並在必要時回報情況。

即時掌握規範動態，營造良好商業環境

作為世界上最國際化的公司之一，DHL 面對的法規日新月異且越來越多，DHL 遵循集團及台灣政府、各主管機關的規範運作，除與台灣海關單位保持密切聯繫，

以利在第一時間了解最新的進出口海關規範，並將該規範主動提供給台灣客戶，以專業、誠信且貼心的服務，成為客戶心目中的供應商首選 (Provider of Choice)。

實踐企業社會責任，持續推動永續發展

德國郵政 DPDHL 集團為永續經營及其對社會、環境的承諾做出正面貢獻，並設下在 2050 年實現零碳排放物流的目標。每年集團在全球各地均有不同的企業社會責任活動，由員工運用假日時間親自投入志工活動，實踐「連結人群、改善生活(Connecting People, Improving lives)」的企業使命。儘管 2020 年全球受到新冠肺炎(Covid-19)疫情影響，DHL 員工們依然努力在辛勤工作之餘，貢獻力量回饋社會；DHL 相信，每個人的力量雖小，只要能集合起來且持續的貢獻，一定能為未來帶來改變。

- 2020 年年度共舉辦 6 場志工活動，包括 GoGreen 環保及 GoHelp 弱勢救助等主題。
- 共募集超過 430 位志工參加，貢獻超過 2,400 個小時。
- 於台中大里、高雄大坪頂種植近 1,000 棵樹苗。
- 於新北市石門撿拾近 100 公斤的海洋垃圾。



請瀏覽台灣 DHL 國際快遞官方網站了解更多訊息

<https://www.dhltaiwanconnects.com/>

<https://www.dhl.com/tw-zh/home.html>

圖蒂不可以吃豬肉

案例故事

23歲的圖蒂是印尼籍監護工，跨海受僱來臺照護85歲失智症患者，以賺錢貼補家用及供年幼弟妹就學。熟料，因該患者有被害妄想症，要求圖蒂必須跟他一起食用相同食物，以防遭毒害。圖蒂在患者嚴格逼迫之下，精神崩潰，每天只能以淚洗面，向阿拉懺悔自己違反戒律，並趁機逃離雇主。為了怕被遣返回國，成為失聯移工，失聯期間四處躲藏，又要打工賺錢非常辛苦，後來被移民署人員查獲。圖蒂相當擔心自己被收容後，在收容所是否又會被要求配合團體飲食而食用豬肉？

爭點

收容所屬於團體生活的環境，能否能針對信仰回教的受收容人給予其符合渠等教條的生活照料？

人權指標

- 一、《公民與政治權利國際公約》第2條規定：本公約締約國承允尊重並確保所有境內受其管轄之人，無分種類、膚色、性別、語言、宗教、政見或其他主張民族本源或社會階級、財產、出生或其他主張民族本源或社會階級、財產、出生或其他身分等等，一律享受本公約所確認之權利。
- 二、《公民與政治權利國際公約》第18條規定：(一)人人有思想、信念及宗教之自由。此種權利包括保有或自擇之宗教或信仰之自由，及單獨或集體、公開或秘密以禮拜、戒律、躬行及講授表示其宗教或信仰之自由。(二)任何人所享保有或採奉自擇之宗教或信仰之自由，不得以脅迫侵害之。(三)人人表示其宗教或信仰之自由，非依法律，不受限制，此項限制以保障公共安全、秩序、衛生或風化或他人之基本權利自由所必要者為限。(四)本公約締約國承允尊重父母或法定監護人確保子女接受符合其本人信仰之宗教及道德教育之自由。所揭示之「宗教或信仰自由」，除締約國公民外，締約國應本於上揭之精神保護受管轄之人享有宗教或信仰之自由。

三、人權事務委員會第 15 號一般性意見第7段：外國人有權享有思想自由、信念自由和宗教自由，並且有權保有意見和表達其意見。外國人有權進行和平集會和結社。.....如果外國人屬於第27條所規定之少數團體者，他們應有權與其集團中的其他成員共同享有他們自己的文化、信奉和實行自己的宗教及使用自己的語文。外國人有權享有平等的法律保障。在實行這些權利方面，不應該區分外國人和公民。

四、人權事務委員會第22號一般性意見第4段：表明宗教或信仰的自由，其行使方式可以是：「單獨或集體、公開或秘密」。以禮拜、戒律、實踐和教義，來表明宗教或信仰的自由包含著許許多多的行為。禮拜的概念擴及於直接表明信仰的儀式和典禮，以及作為這些行為的一個整體部分的若干實踐，包括建築禮拜場所、儀禮和器物的使用、陳列象徵物和過節假日和休息日。對宗教或信仰的信守和崇奉可能不僅包括典禮，也包括遵守飲食規定等習慣，穿戴不同的服飾或頭巾，參加與若干生活狀況有關的儀式，以及使用某種為某一團體所慣用的語言。

國家義務

一、《公民與政治權利國際公約》第18條「宗教或信仰自由」之內，締約國應對於受管轄人有特殊的宗教需求，不論身分為何，皆應予保障。

二、我國憲法第13條規定：「人民有信仰宗教之自由」。依照司法院大法官會議第490號解釋文：「所謂宗教自由，係指人民有信仰或不信仰任何宗教之自由，以及參與或不參與宗教活動之自由；國家不得對特定之宗教加以獎勵或禁制，或對人民特定信仰施予優待或不利益」。



印尼之清真飲食認證圖示，表示該食品通過清真飲食規範認證，回教徒可安心食用。

解析

- 一、按目前外國人收容管理規則雖無明確宗教信仰規定，然收容管理以《公民與政治權利國際公約》精神實施，除無宗教信仰限制外，亦無基於歧視性的目的或採取歧視性的做法。各受收容人不論種族、宗教、性別及國別而有所區別，皆受到公正及平等的對待，此為收容所保障人權的基本要素。基此，受收容人得依其所屬之宗教舉行膜拜、祈禱，或其他適當之儀式，前提以不妨害他人權益為限，並應尊重其應有的權利，彼此間不會因為宗教信仰不同受到差別對待或歧視等。



- 二、宗教自由不只保障信奉宗教之自由，也保障踐行宗教的自由，其多元與差異的珍視，係涉及人權的核心價值為「尊重」及「不歧視」，藉由各項宗教儀式之陶冶與內觀自省歷程，引領受收容人沉澱心靈、安心等待遣送出境程序之辦理。

- 三、按《公民與政治權利國際公約》及兩公約施行法相關規定，收容機關對於受收容人之宗教、信仰自由及飲食習慣應予尊重。收容所成立迄今沒有發生過受收容人因為信仰宗教或參與宗教活動，而出現其他受收容人侵害或歧視的案例。不同的宗教可能有迥異的習俗和儀式，收容所管理人員常提醒新進受收容人，在享受信仰宗教的好處與快樂時，也能尊重他人的信仰自由，期以各國籍人士於收容期間皆能和諧相處。

- 四、實務上，收容所內信奉回教的印尼籍受收容人不在少數，收容所為營造多元友善的收容環境，亦針對因渠宗教規範而生的特殊文化、習慣予以協助，像是採購團膳時，「要求廠商勿提供豬肉類主食，盡量以雞肉、魚肉類為主」、「廁所內裝設淨下設施」、「寢室內擺設古蘭經」、「設置指示標誌，指出聖城麥加方向，以利信奉回教之受收容人朝拜」等措施，務求完善保障受收容人權益。另遇齋戒月時期，因古蘭經規範晨禮到日落期間皆不得飲食，又有深夜必須朝拜的需求者，則調整為相鄰近之床位，方便團體活動進行，亦避免影響其他受收容人之作息。

疫情期間網路購買食品要注意

國內嚴重特殊傳染性肺炎(COVID-19)疫情嚴峻，全國正式發布疫情三級警戒，民眾為避免到市場或賣場採購造成群聚，多改以網路購買食品。行政院消費者保護處(以下簡稱行政院消保處)特別提醒消費者，上網採購食品應慎選有信譽的賣家及平台，收到貨品後應踐行檢查程序，如有瑕疵或過期應拍照存證，以保障自身權益。

行政院消保處表示，消費者網購食品除應瞭解網站或網頁有無依照食品安全衛生管理法的規定，標示食品的品名、製造廠商、內容物、淨重、添加物及有效日期等資訊外，也應注意下列事項：

一、收貨後立即檢查有無瑕疵

消費者收到網購的食品時，應立即檢視食品是否有瑕疵或過期，如有問題應即時錄影或拍照存證，並保留食品網頁的廣告資料，發生爭議時才有利舉證。

二、注意保存方式避免食品腐敗

疫情期間出貨量大增，容易造成物流塞車，購買冷藏(凍)食品應特別留意，如發現冷凍食品有脫水狀態，或冷藏食品送達時溫度不足，因而造成毀損情形，均可向業者要求退貨、退款或重寄商品。

三、注意生鮮食品沒有7日無條件退貨的權益

通訊交易依消費者保護法規定享有7日無條件退貨的權利，但易於腐敗、保存期限較短的生鮮食品，屬於合理例外情事，如經業者於網站告知，則排除猶豫期的適用，無法享有7日無條件退貨的權利。

四、慎選賣家保障權益

透過網路訂購食品時，建議消費者應慎選安全有信譽的賣家與平台，避免買到過期、斤兩不足、來源不明或標示不清的商品，如發生消費糾紛，也不致於求償無門。

行政院消保處再次提醒，消費者倘於網路購買食品發生消費爭議，如與業者溝通協調仍未獲退費或妥適處理者，可至行政院消費者保護會網站(<https://cpc.ey.gov.tw/>)進行線上申訴。如欲了解更多疫情相關之退費處理原則，可參閱行政院消費者保護會網站「COVID-19消費資訊專區」(網址：<https://cpc.ey.gov.tw/Page/759189AEA1644E51>)。



「三隻小豬與QQ狼」 廉潔繪本有聲書宣導短片

為推廣廉潔教育而製作的「三隻小豬與QQ狼」廉潔繪本有聲書宣導短片，該短片除中文版本外，尚有英文、印尼文、越南文之多語版本，可供多元學習之用，內容強調「守信、誠實」重要性，適合低年級及幼兒園孩童收視(聽)。

短片置於 Youtube 平臺(網址：<https://www.youtube.com/watch?v=6-5u7nsuzx8>)，並提供完整版繪本下載。





政風電子報

刊名 / 政風電子報

出版機關 / 內政部移民署政風室

地址 / 10066臺北市中正區廣州街15號7F

出版年時間 / 中華民國110年7月

頻率 / 月刊

編輯總召 / 卓明偉

主編 / 簡國樑

本室編輯小組 / 張文山、徐政宏、陳安莉、
陳怡安、蘇承玉、李泓輝

