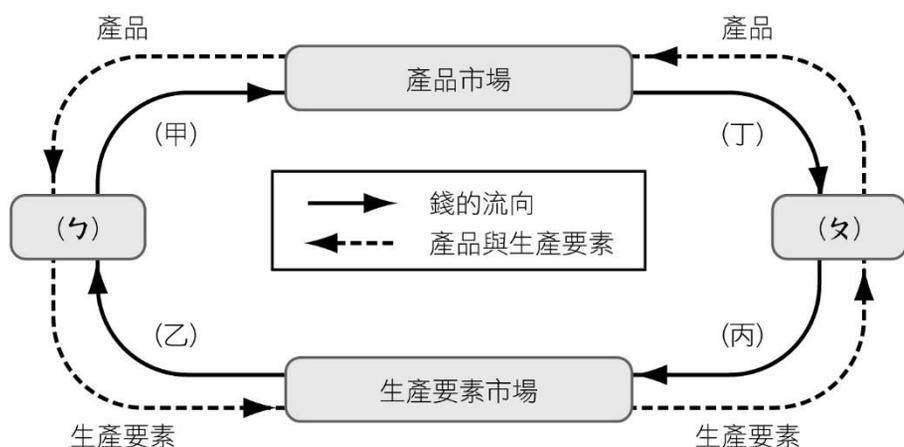


B3L2

班級：_____ 座號：_____ 姓名：_____

一、單選題(34 小題，每題 2 分，共 68 分)

1. () 附圖為「經濟活動流程簡圖」，針對不同角色立場，在不同市場所產生的行為結果及考量過程也不一樣。下列敘述中，何項正確？

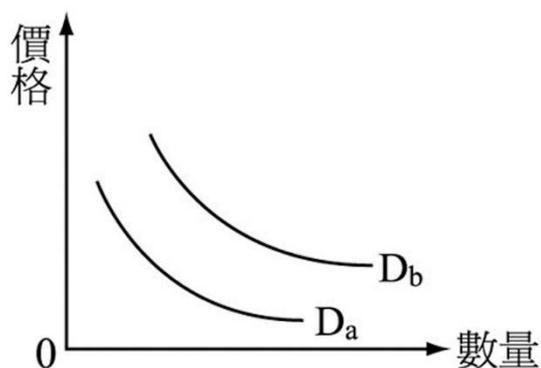


- (A)甲為家人到餐館吃飯支付金錢的行為，稱為「消費支出」 (B)乙為家戶的「消費支出」，丁為廠商的「銷貨收入」 (C)乙為雇主用於僱用員工、增添機器設備所支付的代價，亦即「成本」 (D)只有廠商有生產成本考量，因此只有ㄆ的行為會受到機會成本影響

解答 A

解析 (A)產品市場的需求者購買產品所支付的代價稱為「消費支出」 (B)乙為家戶的「所得收入」；丁為廠商的「銷貨收入」 (C)乙為家戶於生產要素市場的「所得收入」 (D)不管在產品市場或是在生產要素市場，ㄅ（家戶）與ㄆ（廠商）的行為都會受到機會成本影響

2. () 假設市場需求曲線如附圖所示，請從下列事件中，分析何者是正確的？



- (A)當石油價格上漲，替代品「煤」的需求曲線會從原 D_a 右移到 D_b (B)當石油價格上漲，替代品「汽車」的需求曲線會從 D_a 右移到 D_b (C)經濟衰退時期，劣等財的需求曲線會從原 D_a 右移到 D_b (D)鋼鐵的價格上漲，豬肉需求曲線會從原 D_a 右移到 D_b

解答 A

解析 (A)石油價格上漲，將造成替代品（煤）的需求曲線右移 (B)汽車與石油是互補品，並非替代品 (C)經濟衰退會使得劣等財的需求線，從原 D_b 左移到 D_a (D)豬肉和鋼鐵之間沒有互補或替代的關係，因此鋼鐵價格上漲不會對豬肉造成影響

3. () 定型化契約讓商家和消費者交易的時候，不用鉅細靡遺約定各種細節，依照定型化契約的通例完成交易。不過，政府對於定型化契約的內容，有時會要求應該記載哪些事項，或者不應該記載哪些事項，例如：電影院規定禁帶外食，但政府卻要求，除特定食物外，電影院在定型化契約中不能限制消費者攜帶外食。請問：從「合理的契約自由限制」觀點來看前述的規範，下列何者最為正確？ (A)政府不該限制電影院和觀眾雙方的定型化契約內容，能不能帶外食看電影應由市場機制決定 (B)契約內容由電影院和觀眾約定即可，如觀眾看電影想飲食，可以選擇其他間電影院 (C)電影院販售的食物通常價位較高，如禁帶外食對看電影想吃東西的觀眾較不公平 (D)禁帶外食能避免吃東西的觀眾影響到其他觀眾，電影院禁帶外食的規定並無不妥

解答 C

解析 行政院以《電影片映演業禁止攜帶外食定型化契約不得記載事項》要求電影院，除非食物味道濃郁、屬高溫熱飲或

食用時常發出聲響，否則不得限制觀眾帶外食入場的權利。換言之，除非特定外食在食用時會造成其他觀眾不便，或出於黑暗環境的安全考量，才能限制特定外食帶入影廳。之所以政府介入禁帶外食之定型化契約，乃因契約簽訂的過程，可能有顯失公平之處，與市場機制運作無關。以爆米花為例，若觀眾可以在影城外買到較便宜的爆米花，電影院就不應限制觀眾帶外面的爆米花入內。而影城販售的食物，和觀眾自帶的食物一樣可能會影響到其他觀眾，因此以避免外食為由，要求觀眾禁帶外食，亦不合理

4. () 臺灣水稻大多一年兩穫，在第二期稻穀收割後，有些田地種起向日葵、有些會種油菜花，有些什麼都不種，等過年前後重新插秧種稻。在其他條件不變下，如果某年冬天「向日葵之戀」這部戲劇收視率突破新高，民眾風靡向日葵產品，對市場會產生什麼影響？ (A)向日葵的供給增加 (B)油菜花的供給量降低 (C)向日葵的市場供給線往左移動 (D)油菜花的市場供給線往右移動

解答 A

解析 民眾風靡向日葵，農民會搶種向日葵，造成「向日葵」的供給增加、供給線往右移動，身為生產上替代品的油菜花「供給」減少、供給線往左移動

5. () 法律規定，定型化契約應給予消費者一定期間的審閱期，讓消費者詳讀契約或了解契約的內容後再行完成締約。法律設計「審閱期」的目的最主要為下列何者？ (A)避免消費者跟店家要求減少審閱期換取優待 (B)避免消費者在不明情形簽下對自己不利的合約 (C)避免店家設計定型化契約的內容和法律牴觸 (D)避免店家寫上政府已規定的不得記載之事項

解答 B

解析 (A)審閱期目的是為了避免消費者對於契約內容不清楚就直接簽訂契約，不是讓消費者與店家能討價還價 (B)審閱期目的在使消費者能了解契約內容，避免簽下不平等的契約 (C)契約違反法律者無效，就算沒有審閱期，消費者事後可以主張該契約因違反法律而無效，因此並非最主要的目的 (D)如違反政府發布的定型化契約應記載或不得記載事項的規範者，該部分無效

6. () 烏克蘭是全球重要的糧食穀物生產國，盛產黃豆、小麥、葵花籽、玉米等，有「歐洲糧倉」之稱。俄烏戰爭期間，糧食的生產與出口供應鏈被破壞，以致國際糧食價格高漲，而這些常用食材連帶影響到餐飲、烘焙等業者，業者不得不提高價格。請問業者調整售價最有可能的原因為何？ (A)業者想要增加銷貨收入和利潤所以將價格調漲 (B)餐飲、烘焙業者想聯手哄抬價格而使用的說法 (C)業者因為互補品價格上漲因而導致原產品上漲 (D)業者因國際糧食價格上升，以致生產成本增加

解答 D

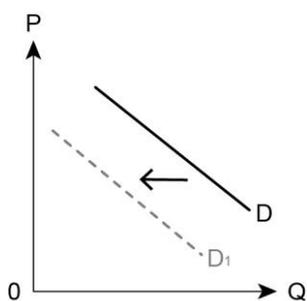
解析 (A)若是因為成本上漲而調漲售價，業者也可能犧牲部分利潤，因此利潤不一定會增加 (B)若為成本緣故，與聯手哄抬價格的目的不同 (C)原物料並不是產品的互補品，但其價格會影響產品的成本

7. () 新聞標題：「雙 11 線上通路降價幅度大於實體門市，將帶動家用電器買氣」，關於這個標題的解釋，下列何者正確？ (A)電器產品需求量增加，使電器市場價格下降 (B)消費者選擇實體門市購買電器的機會增加 (C)雙 11 促銷前電器產品的需求增加 (D)家用電器降價後的搶購潮符合需求法則

解答 D

解析 (A)應是電器市場價格下降，使需求量增加 (B)降價幅度大，消費者選擇線上通路購買電器的機會大於實體門市 (C)雙 11 促銷前消費者預期電器產品降價，會使得促銷前的需求減少 (D)需求法則指價格和需求量呈反向變動，價格下降、需求量增加，家用電器降價造成搶購，反映需求量增加，符合需求法則

8. () 消費者的需求量會受價格因素影響，但是市場上亦有不少非價格因素影響消費者的需求。請判斷圖中需求曲線的變化，可能是由下列哪一個原因造成的？

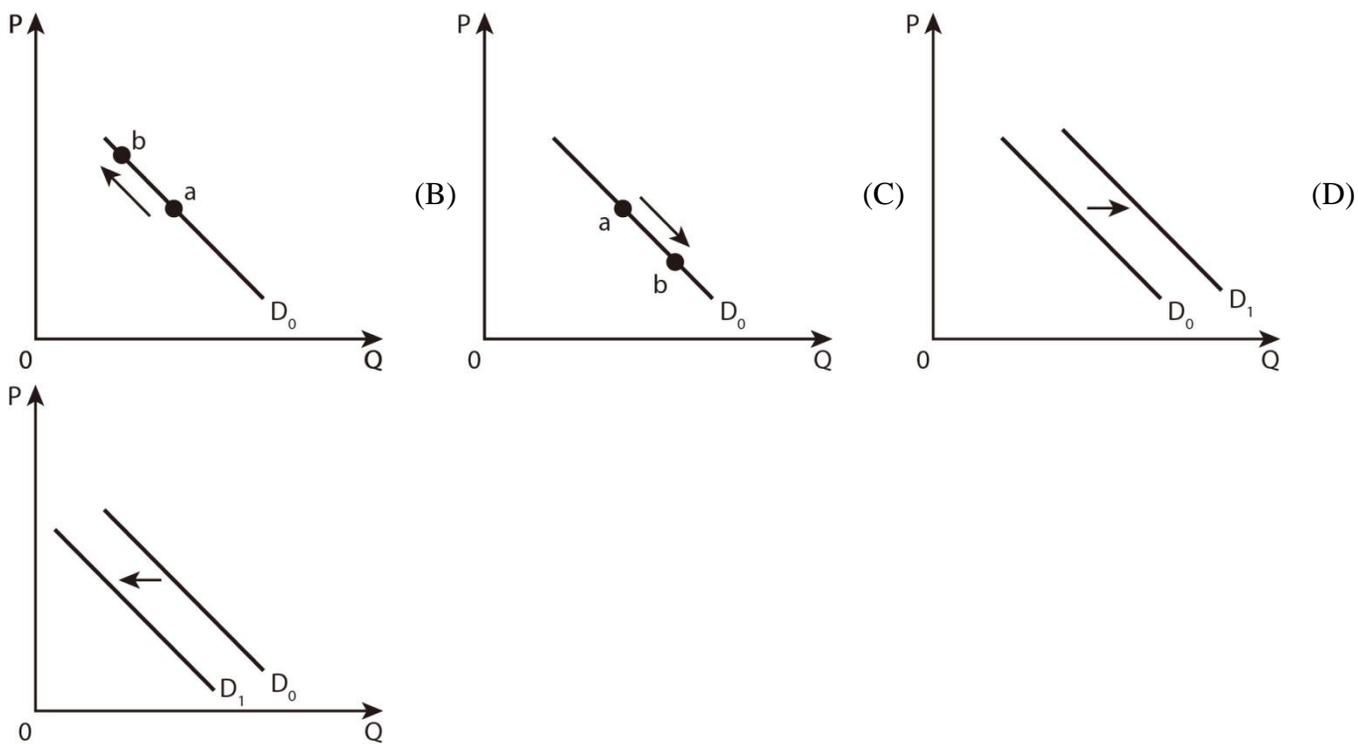


- (A)預期價格的上升 (B)互補品價格上漲 (C)消費者增加產品偏好 (D)所得增加下的正常財

解答 B

解析 (A)預期價格上升會造成現在的需求增加，需求線右移 (C)減少產品偏好才會導致需求減少 (D)應為劣等財

9. () 臺灣公民社會力量蓬勃，有時候負面報導訊息流通，民眾發起抵制運動拒買負面報導中的商家，導致被報導商家業績下滑，甚至關門大吉。下列哪一個圖，最能表示媒體報導造成特定商家業績下滑的變化？ (A)



解答 D

解析 消費者接收到媒體報導負面訊息，發起抵制減少對該商家的偏好，使得同一價格下，願意消費的數量下降，屬於需求的變動，需求減少是需求線往左移

10. () 附表是某家航空公司 6 月份臺北飛到美國紐約的機票票價、所需時間（包含飛行及轉機時間）及平均載客率，下列敘述，何者和表中資訊最吻合？

直飛	轉乘 1 次	轉乘 2 次
42000 元 / 14 小時 55 分 / 95%	40500 元 / 18 小時 20 分 / 89%	33000 元 / 22 小時 50 分 / 80%

(A) 國際線機票的價格和搭乘所需時間呈正相關 (B) 需求法則能解釋機票價格和載客率的變化關係 (C) 直飛的載客率高，顯示航空公司的訂價和旅客願付價格吻合 (D) 轉乘 2 次航班的載客率顯示，旅客普遍較願意搭乘便宜的航班

解答 C

解析 (A) 搭乘所需時間愈高時，價格愈低，呈負相關 (B) 需求法則指的是價格愈高、需求量愈低，價格和需求量呈負相關，表中的價格和平均載客率呈現的是正相關，與需求法則不符 (C) 從直飛的載客率上，可推知在此情況，其票價雖然最高，但吻合旅客的願付價格，否則載客率不會高於轉乘 1 次之航班 (D) 轉乘 2 次航班的載客率是三者之中最低的，表示儘管票價較低，但旅客通常不願意花時間轉乘

11. () 我國自 2025 年 1 月 1 日起調漲最低工資，月薪從現行 27,470 元調至 28,590 元，時薪由 183 元調至 190 元，預估有超過 257 萬名勞工受惠。這項調整方案，對於領取最低工資的勞工在「生產要素市場中的勞動市場」可能產生何種變化？ (A) 勞動市場供給增加 (B) 勞動市場需求增加 (C) 勞動市場供給量增加 (D) 勞動市場需求量增加

解答 C

解析 工資是勞動市場的價格，勞工是勞動市場的供給者，當最低工資提高後，勞動市場的供給量會增加。(A) 價格會造成供給量的改變，而非供給 (B) 工資上升會使需求量減少，因為勞動市場的需求者（廠商）想僱用的勞工數量減少 (D) 工資上升會使需求量減少，因為勞動市場的需求者（廠商）想僱用的勞工數量減少

12. () 勞動部訂定「壯世代就業促進獎勵實施要點」，補助壯世代勞工最高 6 萬元、雇主最高 30 萬元，透過勞雇雙獎勵的方式，促進中高齡者及高齡者重返職場繼續工作，解決勞動市場缺工問題。關於上述勞動市場與勞雇雙方的分析，下列何者正確？ (A) 壯世代勞工提供產品市場中的服務 (B) 壯世代勞工提供企業家才能的要素 (C) 獲得補助的雇主可以增加銷貨收入 (D) 雇用勞工的雇主為要素市場需求者

解答 D

解析 (A) 壯世代勞工為要素市場的勞動 (B) 壯世代勞工為要素市場的勞動 (C) 獲得補助的雇主只能減少生產成本，未必能夠增加銷貨收入 (D) 雇主需要生產要素來進行生產，故為要素市場的需求者

13. () 假設汽車與公車之間互為替代需求（替代品），汽車與石油之間互為補充需求（互補品），關於下列敘述，何者正確？ (A) 汽車價格上漲，導致汽車的需求減少 (B) 汽車價格上漲，石油的需求會減少 (C) 石油價格飆漲，會導致公車的需求量增加 (D) 石油價格上漲，汽車的需求會增加

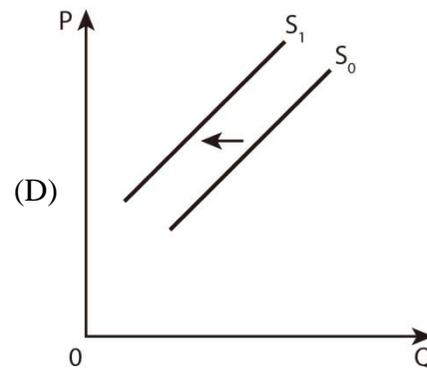
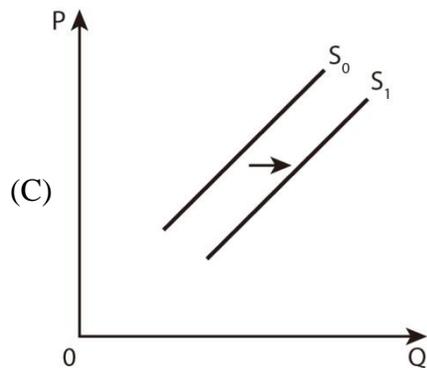
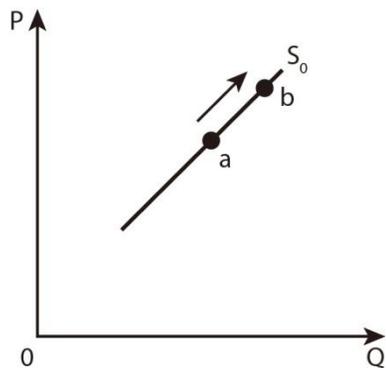
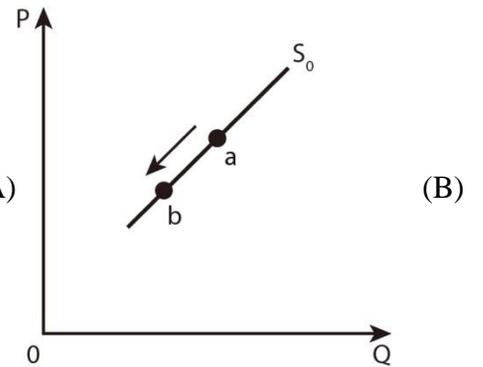
解答 B

解析 (A) 汽車價格上漲，會導致汽車的需求量減少 (B) 互補品價格上升，使原產品需求會減少 (C) 石油價格飆漲，會導

致公車的需求增加 (D)汽油價格上漲，汽車的需求會下降

14. () 夾娃娃機臺是常見的休閒娛樂，曾風靡一時，業者租下鬧區店面當場主，一個店面動輒數十臺機臺。這種自動選物販賣機除了提供各式各樣的玩偶、公仔、3C用品，也讓顧客獲得夾中的成就感。請問：若某地夾娃娃機臺風靡，

業者爭相做場主，對該地休閒娛樂市場的影響，最適合用哪一張圖解釋？ (A)



解答 C

解析 生產者增加將使得供給增加，供給線往右移 (A)為供給量減少 (B)為供給量增加 (C)為供給增加 (D)為供給減少

15. () 關於各種財貨的敘述，下列何者正確？ (A)當某產品的價格上漲時，引起消費者對另一產品的需求增加，這兩種產品互為替代品 (B)當某產品的價格上漲時，引起消費者對另一產品的需求減少，這兩種產品互為替代品 (C)隨著消費者所得增加而提高其需求，這類產品稱為劣等財 (D)隨著消費者所得減少而提高其需求，這類產品稱為正常財

解答 A

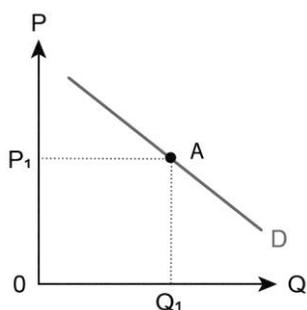
解析 (A)兩者為消費上的替代品 (B)兩者為消費上的互補品 (C)產品的需求隨所得增加而增加時，則此產品為正常財 (D)產品的需求隨所得增加而減少時，則此產品為劣等財

16. () 新聞報導：「高麗菜飆漲至 200 元，一顆價格抵 3 個便當。」若高麗菜價格提升是需求增加或供給減少所致，則下列何者最不可能此現象的成因？ (A)颱風來襲豪雨不斷，致使高麗菜泡爛 (B)高麗菜價格看好，引發農民搶種風潮 (C)營養師推薦低碳飲食鼓勵攝取高麗菜 (D)颱風來襲前，民眾至市場搶購高麗菜

解答 B

解析 (A)會造成供給減少 (B)為正解，生產者數量增加造成供給增加 (C)民眾提高對高麗菜的偏好，造成需求增加 (D)民眾預期漲價心理，造成需求增加

17. () 附圖為市場上以價格與數量的關係所繪出的需求曲線，針對其形成的條件，下列何項的描述是正確的？



(A)需求量 (Q_1) 為特定價格 (P_1) 下最少的需求數量 (B)需求變動指的是在不同價格下，其數量變化的關係 (C)需求價格 (P_1) 為特定數量 (Q_1) 下所願意支付的最低價格 (D)需求量變動指在同一需求線上不同價格對應不同數量的關係

解答 D

解析 (A)應改為「最多」的需求數量 (B)要衡量需求變動情況必須在「同一價格」下觀察 (C)應改為願意支付的「最高」價格

18. () 一名男子在某網紅所經營的購物網站預購手錶，因不滿該名網紅在直播中稱「預購不退貨」，還怒嗆粉絲「不高興可以不要買我的商品」，故該名男子決定要將手錶退貨。客服人員以「客製化商品不得退貨」為由，拒絕退貨，該名男子則表示，該商品依照網頁提供顏色、款式選擇，並無任何客製化服務，認為不屬於《消費者保護法》所規範的範圍。依據上文內容，我國對於網購相關的法律規範為何？ (A)消費者在退貨時，須說明理由並負擔退貨的運

費 (B)消費者在收受商品 7 日內，皆可無條件解約並退回產品，不限商品種類 (C)在向網購業者下單前，消費者擁有 30 日的契約審閱期 (D)已拆封的個人衛生用品與客製化商品相同，不享有 7 日猶豫期

解答 D

解析 (A)消費者在退貨時，不須說明理由也不必負擔退貨的運費 (B)對於《消費者保護法》7 日猶豫期的規定，行政院有公告「合理例外情事」，排除猶豫期在某些特定情況下的適用。像是已拆封的個人衛生用品、易腐壞的生鮮食品、有時效性的報紙或雜誌、拆封後易被複製的 DVD、下載後即可使用的數位商品或應用程式等，都不適用猶豫期 (C)根據購買內容不同，消費者擁有不同天數的契約審閱期，故本選項所稱 30 日審閱期錯誤 (D)個人衛生用品拆封檢查後退還，再賣有衛生疑慮，屬於合理例外事項，不享有 7 日猶豫期，本選項正確

19. () 因為俄烏戰爭導致全球航運不穩，麥當勞曾發出公告「因薯條到貨不及，麥當勞各餐廳於庫存售罄後，將暫時停止供應薯條。」熱愛薯條的秋秋在家附近的麥當勞停售薯條後，只能改去比較遠的摩斯購買薯條。由此可見對秋秋來說，麥當勞薯條及摩斯薯條的關係與下列哪兩組產品的關係相同？ (A)吐司邊與吐司麵包 (B)羽絨外套與羽絨棉被 (C)手機充電器與手機充電線 (D)長榮航空與中華航空飛往東京的來回機票

解答 D

解析 由麥當勞薯條停售後，秋秋改去摩斯購買薯條，可判斷兩者為「消費上的替代品」 (A)為生產上互補品 (B)為生產上替代品 (C)為消費上互補品 (D)為消費上的替代品

20. () 新北市 2024 年受理第 1 次消費爭議申訴案件共 1 萬 1,655 件，其中線上遊戲申訴占總案件數排名第 2。消保官表示寒假、春節期間許多青少年會投入大量時間連線遊戲，但多數消費者在申請遊戲帳號時未仔細閱讀會員註冊條款，便迅速按下同意鍵，造成消費糾紛發生時，廠商、消費者憑契約各說各話。關於線上遊戲註冊條款的敘述及規定，下列何項分析最恰當？ (A)依據契約自由的概念，線上遊戲的註冊條款內容得由廠商隨意撰寫 (B)依據消費者保護法規定，遊戲商家應讓消費者有合理時間審閱契約 (C)遊戲註冊條款並非以實體書面方式呈現，無須遵守定型化契約規範 (D)消費者有義務閱讀條款內容，若簽約後遇不合理的條款需自行負責

解答 B

解析 (A)為保障消費者的權利，《消費者保護法》課予企業更高的責任，故遊戲註冊條款內容不得違反應記載而不得記載事項的規定，廠商無法任意撰寫契約內容 (B)線上連線遊戲的服務條款屬於定型化契約，故消費者下單前依法享有「審閱期」，為正解 (C)定型化契約不限於實體書面，網頁上記載之服務條款亦符合之 (D)定型化契約應符合「平等互惠原則」，若條款內容不合理，消費者有權要求解除該條款之約定

21. () 一位來自中國武漢的大學生，曾以 3D 列印機製作出一款外形類似蘿蔔的小玩具。隨後，市場上迅速湧現大量相似的「小蘿蔔」玩具，並被重新命名為「蘿蔔刀」進行販售。這款獨特的玩具不僅在中國風靡，更在臺灣的中小學學生之間廣受歡迎。下列何者最能夠說明蘿蔔刀需求增加的原因？ (A)網友在社群平臺上分享並擴散自己玩蘿蔔刀的影片 (B)3D 列印的技術普及使蘿蔔刀玩具得以被大量生產 (C)手遊在中小學學生間盛行使實體玩具難引起其興趣 (D)媒體報導蘿蔔刀的危險性及其潛在助長暴力的問題

解答 A

解析 如果網友在社群平臺上分享並擴散自己玩蘿蔔刀的影片，有可能成為一個容易與朋友交流的話題，進而在中小學學生間引起流行，使蘿蔔刀的需求增加。 (B)屬於蘿蔔刀的供給增加 (C)屬於蘿蔔刀的需求減少 (D)屬於蘿蔔刀的需求減少

22. () 家豪於某網路商城購買衣服，收到商品後因過於興奮忘記錄影記錄開箱過程，事後發現衣服沾染些微汗漬，欲向該商城尋求退貨。然而客服人員表示，產品下單頁面有明確要求消費者開箱時須全程錄影，寄出商品時亦有再次用簡訊提醒買家，若買家未錄影則無法證明汗漬為商家所造成的，因此商家有權利拒絕退換貨。關於家豪與商家之間的法律糾紛，下列何項解決方式最適切？ (A)家豪可以不附理由且無須證明貨品有瑕疵，便向商家申請退換貨 (B)商家已於網路上明顯標示規則又熱心提醒家豪，故可拒絕退換貨 (C)商家可主張商品性質特殊，不享有消保法規定的七日猶豫期保障 (D)基於契約自由原則，若家豪欲退換貨需與商家共同達成一致協議

解答 A

解析 (A)依據《消費者保護法》之規定，通訊交易（如網購）享有 7 日無條件解約猶豫期，故家豪得依法向商家申請退換貨，不因有無錄影紀錄開箱而有所差別。另外，依據《民法》之規定，商家須對出售商品負瑕疵擔保責任，若商品有瑕疵消費者仍有權向商家申請解除、變更契約，故為正解 (B)商家雖有提醒消費者，並於網路下單頁面要求消費者錄影，但契約內容與《消費者保護法》牴觸，該條款屬於無效條款 (C)衣服商品並不具有時效性、客製化及衛生問題，仍屬可退換貨商品 (D)為保障消費者權益，《消費者保護法》限制部分契約自由，故家豪有權單方面向商家申請退換貨

23. () 人手一機的時代，螢幕保護貼和手機保護殼成為手機好朋友，為了避免摔傷影響手機壽命，有的人選擇貼保護貼、有的人選擇裝上保護殼。下列哪件事情發生，對螢幕保護貼市場的影響與其他三者不同？ (A)螢幕保護貼的價格提高 (B)手機保護殼的價格降低 (C)因原料斷貨，手機大幅漲價 (D)手機製造商週年慶，下個月新機全面 8 折

解答 A

解析 (A)螢幕保護貼本身價格提高，將使得其「需求量」降低 (B)手機保護殼和螢幕保護貼為替代品，當手機保護殼價格降低會吸引消費者多選用，降低螢幕保護貼的「需求」 (C)手機和螢幕保護貼為互補品，當手機漲價會減少消費者購買意願，手機買得少會降低螢幕保護貼的「需求」 (D)消費者預期手機即將降價，因此當下會減少手機的需求，進而影響當下保護貼的「需求」

24. () 下表為韓國最初階公務員起薪與最低工資的資料。

	最初階公務員起薪	最低工資
2008 年	韓元 82 萬元／月	韓元 78 萬元／月
2022 年	韓元 168 萬元／月	韓元 191 萬元／月
2024 年	韓元 222 萬元／月	韓元 206 萬元／月

在其他條件不變的情況下，從 2008 年至 2022 年韓國的就業市場會出現以下什麼變化？ (A)韓國初階公務員的勞動供給量減少 (B)韓國初階公務員的勞動供給量增加 (C)韓國初階公務員的勞動需求量增加 (D)韓國初階公務員的勞動需求量減少

解答 A

解析 2022 年韓國的最低工資超越最初階公務員起薪，故最初階公務員的工作相較之下較不具經濟上的吸引力，可能會使韓國願意從事最初階公務員工作者減少，使勞動供給量減少。(C)(D)由於政府要聘多少公務員，並不完全是由薪資（人事成本）決定，也就是說並不表示薪資較其他行業的最低工資低，政府就會決定多聘一些公務員，故不可選答

25. () 若在其他條件不變下，於特定時間內，有關消費者的消費行為，下列敘述何者正確？ (A)「需求」是指消費者消費某產品的價格與需求的關係 (B)「需求量」是指對應於某一價格下，生產者願意且能夠供給的數量 (C)「需求法則」是指產品的價格與需求量之間具有正向關係 (D)價格愈高，需求量愈少；價格愈低，需求量愈多

解答 D

解析 (A)「需求」是指消費者消費某產品的價格與「需求量」的關係 (B)「需求量」是指對應於某一價格下，消費者願意且能夠購買的數量 (C)「需求法則」是指產品的價格與需求量之間具有反向關係

26. () 消費者會優先買具有節能省碳標章的產品，請問：在其他條件不變時，影響消費者需求變動的原因是下列何者？ (A)消費者人數 (B)消費者的偏好 (C)相關產品的價格 (D)消費者對未來的預期

解答 B

解析 消費者的偏好通常受到喜好、廣告、流行等因素影響，進而增加對某產品的需求

27. () 太陽餅與鳳梨酥為臺中地區的兩大名產，也是到訪臺中旅客挑選伴手禮的優先選擇。若製作鳳梨酥原料的鳳梨價格上漲，導致鳳梨酥的價格上漲，請問這對伴手禮市場可能出現什麼樣的變化？ (A)消費者對於鳳梨酥的需求減少 (B)消費者對於太陽餅的需求量增加 (C)消費者對於鳳梨酥的偏好會下降 (D)消費者對於太陽餅的需求線右移

解答 D

解析 (A)消費者因鳳梨酥的價格上升，對鳳梨酥的需求量會減少 (B)需求者因為鳳梨酥的需求量減少，對替代品太陽餅的需求會增加 (C)消費者會因為價格影響產品的需求量，但不會影響消費者對產品的偏好 (D)太陽餅為鳳梨酥的替代品，因此太陽餅的需求線會向右移，故此選項正確

28. () 桃園市政府舉辦「桃園仙草花節」活動，有住宿業者看好商機推出住宿優惠券，但某家業者販售的優惠券，票面上沒有面額和銀行履約保證等資料，並註記：「本券依《消費者保護法》規定售出後無法退回」。對於商品（服務）禮券的定型化契約規定，下列說明何者較合理？ (A)業者制定的定型化契約可依其需要任意訂限制 (B)業者可以依據契約內容要求消費者放棄審閱期 (C)若有違反應記載或不得記載事項，可視為無效 (D)若契約內容發生消費爭議應採對業者有利解釋

解答 C

解析 行政院消費者保護處有針對零售商品（服務）所發出的禮券，公告「商品（服務）禮券定型化契約應記載及不得記載事項」，消費者買到的禮券或優惠券，不但可以要求退還，法令還規定業者必須在票券上清楚記載消費者要求退還禮券的程序和返還金額。(A)業者制定的定型化契約需符合平等互惠原則，不可以訂定不合理的使用限制 (B)業者不可以訂定要求消費者放棄審閱期的契約內容 (D)若契約內容發生消費爭議，應該對消費者作有利解釋

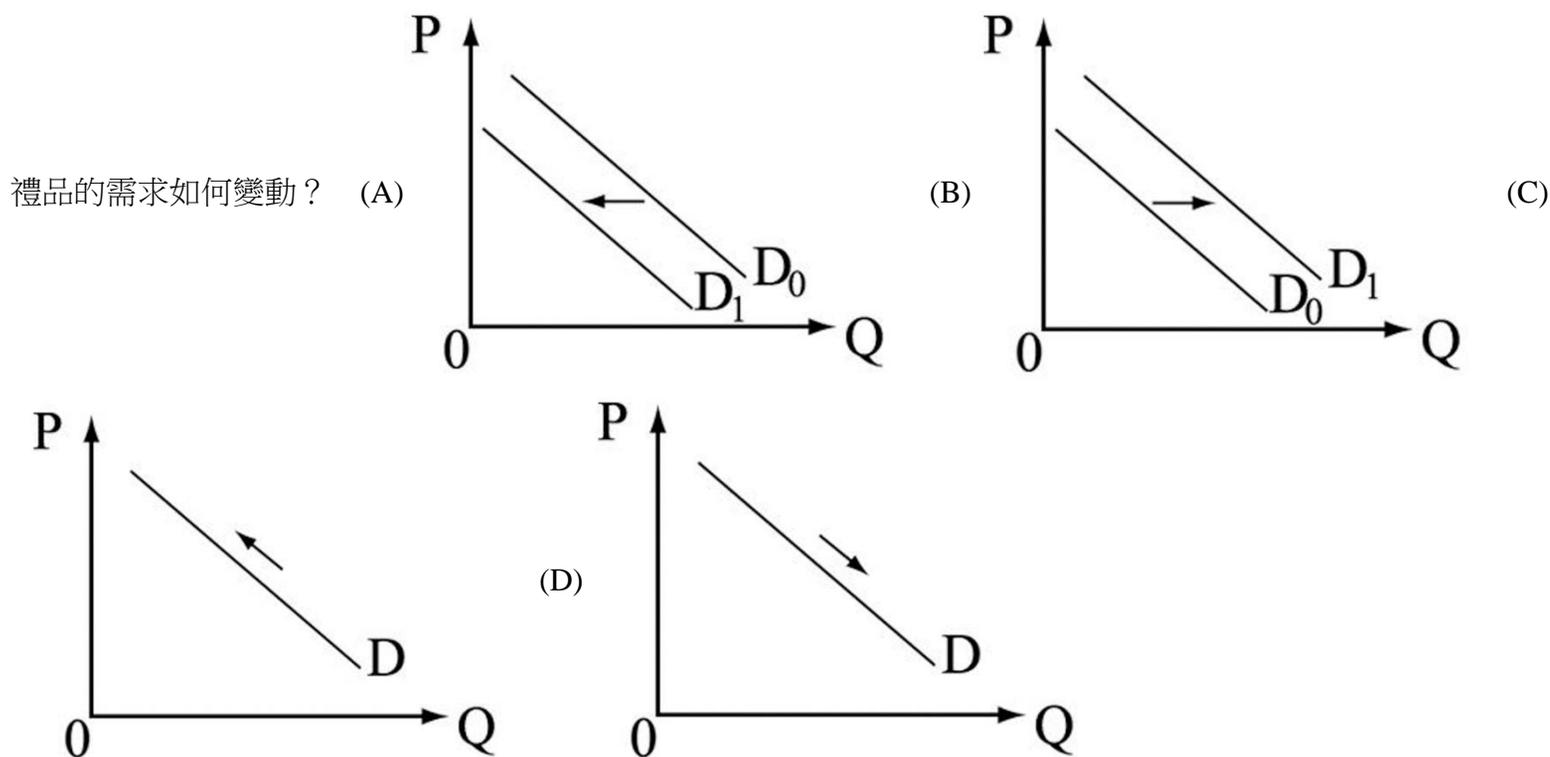
29. () 《消費者保護法》第 19 條保障消費者在特定類型的買賣下，有 7 天的猶豫期間得無條件退貨。請問：下列哪一種商品的消費者，受《消費者保護法》猶豫期間保障？ (A)網路訂閱的電子書 (B)商圈服飾店買的衣服 (C)付費下載使用的手機 APP (D)電視購物頻道訂購的腳踏車

解答 D

解析 消費者購買通訊交易的商品，原則上受到法律保障，於購買的 7 日內有猶豫期間，可以要求解除買賣契約、請企業經營者無條件接受退貨。但考量商品容易腐壞或複製的情形，若符合法令規定的「合理例外情事」，將不受猶豫期間

的限制 (A)電子書購買後即可閱覽，且容易複製，因此沒有 7 日猶豫期 (B)實體店面交易，不適用《消費者保護法》猶豫期的規定 (C)手機 APP 的購買，沒有 7 日猶豫期 (D)電視購物屬通訊交易，且腳踏車沒有列在「合理例外情事」中，故受猶豫期間保障

30. () 每逢母親節期間，各家百貨業者總會相繼推出精品、化妝品等禮品的降價促銷活動。請問：這類活動將導致人們對



解答 D

解析 商品降價促銷使本身價格下跌，人們對其需求量將增加

31. () 疫情時代，民眾因無法出門，只能在家透過網路購物，導致電商平臺消費糾紛案件大增，其中以瑕疵品爭議及退費爭議占大宗。關於消費者透過網際網路購買商品的行為，下列敘述何者正確？ (A)屬於新型態的買賣行為，受《公平交易法》的保障 (B)屬於消費者未能檢視商品而與商家所為之訪問交易 (C)消費者不滿意該商品，若非排外商品，可於收受商品後 7 日內退還 (D)若消費者不滿意商品欲退貨，須說明理由並付郵資

解答 C

解析 網購商品之行為受《消費者保護法》的保障，屬於通訊交易。依照我國法律規範，通訊交易之消費者原則上可於收受商品後 7 天內無條件退貨，無須說明理由及支付任何費用

32. () 小安今年初在百貨公司購買一件過季的夏季上衣，夏天拿出來穿上時，才發現衣服上有一片明顯的深色汗漬，他深感懊惱，卻不知道是否可向商家要求退換商品。針對上述情況，下列哪一項說法是適當的？ (A)百貨公司未充分告知商品資訊，可能涉及詐欺罪 (B)小安有檢查貨品的義務，百貨公司可不必負責 (C)雙方未簽訂書面買賣契約，無法要求撤銷合約 (D)過季商品以特價出清，售出後不得要求退還商品

解答 B

解析 依《民法》第 354 條，實體店家對其賣出之商品具瑕疵擔保責任，同法第 359 條之規定且消費者可因買賣之物有瑕疵解除買賣契約。然而此案例中，小安若發現商品有瑕疵，應立即通知店家，但小安年初購買時怠於檢查，到夏季才發現，也因未即時通知店家，等於承認該瑕疵對其而言不算瑕疵，因此可不必負責

33. () 子維是一位愛吃刨冰的高中生，他在吃刨冰時通常都要搭配煉乳，然而多吃刨冰會減少他對冰淇淋的消費。根據上述，當刨冰的價格下降時，子維的行為或想法最有可能出現下列何種變化？ (A)子維對冰淇淋需求量下降 (B)子維對煉乳的需求將增加 (C)子維將提高對刨冰的偏好 (D)子維對刨冰的需求將增加

解答 B

解析 (A)刨冰與冰淇淋為替代品，因刨冰價格下降而增加刨冰的需求量，故減少對冰淇淋的需求 (B)為正解，刨冰與煉乳為互補品，因刨冰價格下降而增加刨冰的需求量，故增加對煉乳的需求 (C)子維多購買刨冰單純因為刨冰變便宜，偏好並未改變 (D)刨冰價格下降會增加子維對刨冰的需求量

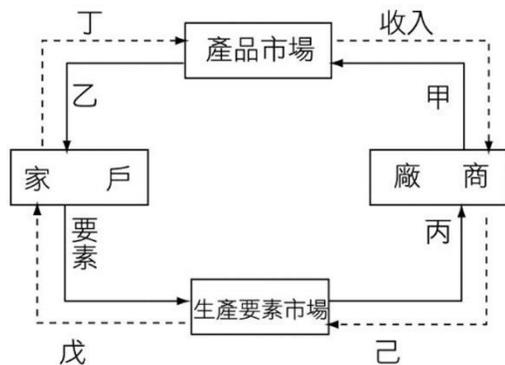
34. () 一群行銷人員發現，週末某個時段的大賣場銷售明細中，購買吐司的人多數也會購買果醬。前述賣場銷售的特別情況，和下列哪兩項產品的需求關係最接近？ (A)泳裝和蛙鏡 (B)膠水和口紅膠 (C)米飯和麵條 (D)燃油機車和電動機車

解答 A

解析 題目顯示消費者多數購買「果醬」搭配「吐司」，說明這兩項產品應屬於消費上的互補品。泳裝和蛙鏡通常要同時使用，消費者對兩項產品同時有需求，故為互補品。膠水和口紅膠、米飯和麵條、燃油機車和電動機車通常只會擇一購買，不會同時有需求，屬於消費上的替代品

二、題組題(7 小題，每格 2 分，共 32 分)

1. 花媽一家人每天忙碌的生活著，花爸(a)新開了一家理髮店，每天幫顧客剪時髦帥氣的頭髮，但因為生意太好了，人手不夠，(b)花爸在門口貼了一張徵人啟事，小草看到後就到理髮廳應徵並幫忙工作。花媽最近則迷上了便利商店的小玩偶，每天(c)到便利商店至少花費 66 元買東西以蒐集小玩偶。女兒小花則在電子公司當工程師努力工作，並將(d)每個月工作所得的薪水存起來以完成環遊世界的夢想。請依據上述內容與附圖回答下列問題：



- () (1) 請問上述劃底線的經濟行為(a)、(b)、(c)、(d)，分別屬於經濟活動循環流程圖中的哪些部分？ (A)丙、己、乙、戊 (B)甲、戊、丁、己 (C)乙、丙、丁、己 (D)甲、丙、丁、戊
- () (2) 請問：根據題幹中所敘述的經濟行為，花爸和小花分別扮演經濟活動中的何種角色？ (A)廠商、家戶 (B)家戶、廠商 (C)生產者、廠商 (D)消費者、廠商

解答 (1)D (2)A

解析 (1) (a)屬於廠商(花爸)提供產品(剪髮勞務)到產品市場的經濟行為；(b)是廠商(花爸)在生產要素市場購買生產要素(勞動力)的經濟行為；(c)屬於家戶(花媽)到產品市場消費(花費66元)的經濟行為；(d)屬於家戶(小花)從生產要素市場中賺取所得(每月薪水)的經濟行為

(2) 根據題幹中的經濟行為判斷，花爸屬於提供勞務的廠商或生產者，小花屬於提供生產要素的家戶

2. 現代人生活繁忙，許多家庭過年時往往以「網購年菜」代替自煮，但消費者上網訂購年菜，通常只能以廣告內容作為是否購買的依據，存在一定風險，實品與廣告落差過大的情形多有耳聞。近來消基會接獲不少申訴：網路購買的年菜份量與傳單上的廣告圖樣落差極大，且製造商資訊未詳實揭露，使得消費者取貨付款後才知上當。

- () (1) 依據題文所述，下列關於網購年菜的敘述何者正確？ (A)年菜屬於易腐壞不易保存的生鮮食品，不適用七天猶豫期 (B)網路購買年菜屬於通訊交易，因此年菜應適用七天猶豫期 (C)網購年菜結帳前須同意不得退換，該條款不算定型化契約 (D)商家預擬的網購年菜條款遇有爭議，應朝有利商家作解釋
- () (2) 關於文中提及的網購年菜份量較少一事，下列敘述何者正確？ (A)因年菜屬於易腐壞的商品，無法主張與商家解除契約 (B)因年菜屬於易腐壞的商品，僅能夠要求商家降低價金 (C)份量較少可能涉及廣告不實，業者必須免除買賣價金 (D)份量較少可能涉及廣告不實，可要求業者給予退換貨

解答 (1)A (2)D

解析 (1) (B)網路購買年菜雖屬於通訊交易，但易腐敗或過期的生鮮食品為例外商品，不適用七天猶豫期 (C)定型化契約為業者事先已擬訂條款的契約，消費者僅能簽名或同意其條款。網路電商結帳前所跳出的契約條款，消費者需按下同意才能繼續結帳，應被視為定型化契約 (D)定型化契約條款如有疑義時，應為有利於消費者之解釋

(2) (A)(B)若網購年菜商品有份量縮水，涉及業者與廣告宣稱不同之情形，可能涉及廣告不實。消費者除可要求業者負起瑕疵擔保及廣告真實履約責任，也可要求業者給予退換貨 (C)業者並非一定要免除價金，亦可以退換貨方式處理

3. 中國盛行直播帶貨文化，有不少直播主都靠著特殊的帶貨方式吸引觀眾注意。網路社群上流傳一段直播帶貨女性內衣的畫面，因中國網路審查規定限制，負責試穿女性內衣的是男模特兒，引起討論。

在臺灣，直播下單的陷阱不少。消費者收到商品後，若發現這些商品有瑕疵、或是不滿意，要求賣家依《消費者保護法》規定，欲行使七日猶豫期時，常遇到該直播影片已經下架，詢問賣家後收到如下回覆：「本商品不能改單、不能取消，沒有退換貨服務！」

- () (1) 依我國《消費者保護法》，上文中直播購物賣家的回覆是否合法？ (A)合法，若消費者選擇面交領取直播交易商品，屬現場交易，無七日猶豫期 (B)合法，若消費者拆封直播交易商品時未全程錄影存證，不可要求退換商品 (C)不合法，消費者只要願意負擔寄送運費，應可解除契約並且要求退回商品 (D)不合法，消費者在直播交易時無法檢視商品，屬通訊交易，有七日猶豫期
- () (2) 若有消費者一時興起，下單上文中由男性模特兒試穿的商品，貨到、試穿後隔日突然改變心意，依我國相關法規，可否將該商品退貨？ (A)可以，直播交易屬於通訊交易，消費者擁有七日猶豫期 (B)可以，但內衣拆封後無法再販售，買家須承擔部分費用 (C)不可以，內衣屬個人衛生用品，拆封後退貨有衛生疑慮 (D)不可以，消費者已透過直播查看商品，不可再要求退貨

解答 (1)D (2)C

解析 (1) (A)直播交易使消費者在未能檢視商品或服務的情況下，與賣家簽訂買賣契約，屬於通訊交易，有七日猶豫期 (B)七日猶豫期於收受產品後七日內，無須說明理由及負擔任何費用，原則上可直接解除契約並退回產品 (C)七日猶豫期於收受產品後七日內，無須說明理由及負擔任何費用（不需負擔運費），原則上可直接解除契約並退回產品
(2) (A)(B)貼身衣物屬於個人的衛生用品，拆封後退貨可能會有衛生疑慮，不適用七日猶豫期的規定 (D)直播交易屬於通訊交易，原則上有七日猶豫期。但貼身衣物屬於個人的衛生用品，拆封後退貨可能會有衛生疑慮，因此不適用七日猶豫期的規定

4. 臺灣特色飲品珍珠奶茶再度成為日本年輕人流行的食品，然而在此之前並非日本沒有引進珍珠奶茶，過去由於日本人不能接受邊走邊飲食、公共場所炸彈攻擊事件等使政府撤除大量垃圾桶、不能亂丟垃圾造成別人困擾，加上飲料杯是不便攜帶的垃圾……等文化與歷史因素的影響，難以引發風潮。近年隨著臺日關係友好、連鎖品牌的行銷策略、小確幸的消費心理、新世代年輕人對異國飲食的接受、以及社群平臺分享與模仿文化，引發近年珍珠奶茶之流行。甚至作為主要材料的「珍珠」（粉圓）被放入各種料理，像是麻婆豆腐、炊飯、沾麵等，學者認為這股流行可能會持續好幾年。面對市場消費者的愛好，日本飲食業者紛紛向臺灣業者訂購奶粉、粉圓和茶葉等材料，臺灣知名粉圓製造業者面對大量要約（訂單請求）卻採取保守的態度，多傾向不增加產線。業者受訪表示，不知道這波流行會持續多久，基於長久穩定發展的考量，寧可痛失訂單也不願冒險

() (1) 上文中引發日本近年珍珠奶茶流行的原因，與下列何種情形最為相似？ (A)每年冬天為流感好發期，民眾一到冬天便增加口罩之消費以預防感冒 (B)因新臺幣升值，中油宣布明天油價下調，使加油站今天車潮減少許多 (C)逢星期六補班日，飲料業者推出買一送一方案，吸引消費者排隊消費 (D)因鮮奶產量大減導致鮮奶茶價格高漲，消費者便改買奶粉調製的奶茶

() (2) 在自由市場，下列何種措施最可能促使上文我國粉圓製造業者改變主意？ (A)餐飲業者增加訂購量，以降低每單位粉圓分擔設備費用的成本 (B)兩國政府簽訂自由貿易協定，降低關稅以增加臺灣粉圓競爭力 (C)餐飲業者在日本舉辦珍珠（粉圓）料理展，並且開發多元商品 (D)日本業者提高對粉圓的支付價格，並與臺灣業者簽訂長期合約

解答 (1)A (2)D

解析 (1) 文中指出的「近年隨著臺日關係友好、連鎖品牌的行銷策略、小確幸的消費心理、新世代年輕人對異國飲食的接受、以及社群平臺分享與模仿文化」等原因增加日本年輕人之間流行珍珠奶茶，皆屬於消費者偏好所導致的需求增加 (A)此屬於消費者對口罩的偏好增加導致需求增加 (B)屬於消費者對未來價格預期導致的需求增加 (C)此屬於價格下降導致的需求量增加 (D)此例中的鮮奶與奶粉屬於替代品，因為鮮奶茶的價格上漲，導致奶粉調製的奶茶需求增加

(2) (A)題文表示即便現在訂單的量再大，業者不願冒風險增加產線。對於產量增加而降低每單位產品分擔設備的費用，是業者增加其市場競爭力（較低成本、較低售價）的做法；但本案例中是日本餐飲業者願意購買，但臺灣粉圓製造業者不願增加產線因應的情形，並非臺灣粉圓沒有競爭力 (B)降低關稅有助於我國商品在日本有較高的競爭力，因關稅下降會影響到最後的售價。然而本案例中，臺灣粉圓業者不願意增加產線是考量到未來發展，而不是因為關稅太高減損競爭力 (C)餐飲業者的作法有助於增加消費者對粉圓的需求，但不能確保粉圓在日本有長期需求，因此未必能增加我國粉圓業者願投入增加產線 (D)就本題題末業者意見判斷，依供給法則，生產者會在價格上升時願意提高供給量，且長期合約有助於化解業者對未來不確定的疑慮

5. 政府為調節農產品供需、促進公平交易，在各地設有蔬菜、青果、畜產、漁產等具公用事業性質的批發市場。以果菜批發市場為例，農民、農會、產銷合作社等供應人向批發市場供應各式蔬菜水果類的農產品，蔬果批發商在批發市場承購農產品後，賣給零售菜販或運往其他市場交易。附表為果菜批發市場中常出現的角色，請依文中和表中資訊，回答以下問題：

農民	指直接從事本法所稱農產品生產之自然人
農民團體	指依法組織之農會、農產品生產運銷合作社、合作農場
供應人	指向農產品批發市場供應農產品者
承銷人	指向農產品批發市場承購農產品者
販運商	指向農產品生產者或批發市場購買農產品運往其他市場交易者
零批商	指向農產品批發市場購貨，在同一市場內批售農產品予零售商或大消費戶者
零售商	指向消費者銷售農產品之商販

() (1) 批發市場多以「拍賣」或「議價」的方式決定特定一批蔬果的價格，拍賣通常是出價最高的批發商得標，議價則是在市場人員陪同下，批發商與供應人參考行情，以協議方式議定成交價格。請問：下列有關果菜批發市場價格的決定之敘述，何者最為正確？ (A)由農會等供應人出價，批發商被動接受該價格 (B)由批發商出價，

市場人員負責裁定供應人是否賣給該批發商 (C)由市場人員詢問供應人意見後，設定出售價格 (D)由供應人與批發商對同一批貨的價格達成共識

- () (2) 下列有關果菜批發市場常見角色的敘述，何者正確？ (A)供應人是批發市場的消費者 (B)承銷人是批發市場的需求者 (C)販運商是批發市場的供給者 (D)零批商是批發市場的生產者
- () (3) 農民有時候透過批發市場販售產品，有時候直接到菜市場販賣給民眾。對於上述情形，下列敘述何者**不正確**？ (A)農民是菜市場的供給者 (B)農民是批發市場的供給者 (C)若銷售數量相同，農民在批發市場的收益較菜市場高 (D)同一批農產品的成交價格，在菜市場的價格較批發市場高

解答 (1)D (2)B (3)C

解析 (1) 市場價格由供需雙方共同決定，供應人（批發市場的供給方）與批發商（批發市場的需求方）對同一批貨的價格達成共識，交易才會形成

(2) (A)供應人是供給者 (B)承銷人承購農產品，表示對農產品有需求，故為需求者 (C)販運商買農產品，表示有需求，故為需求者 (D)零批商是批發市場的需求者，又是和其購買農產品之零售商，以及大消費戶者的供給者

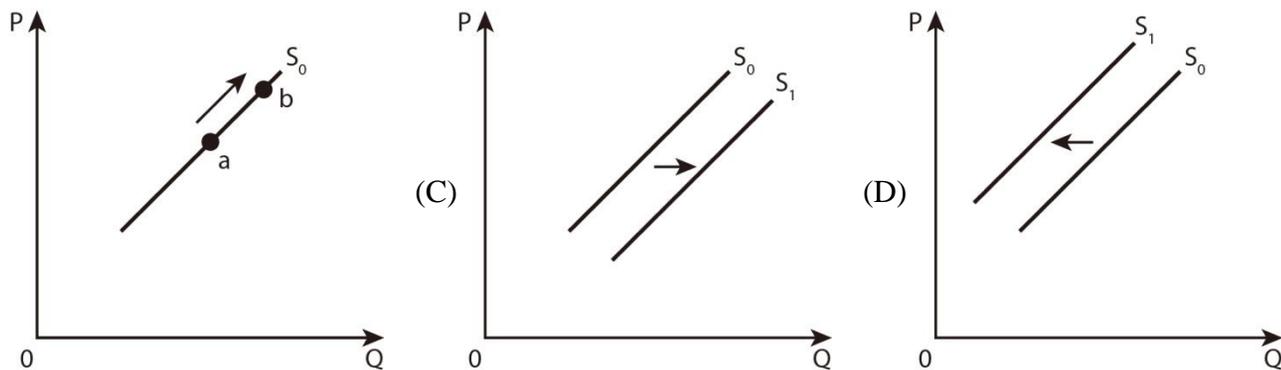
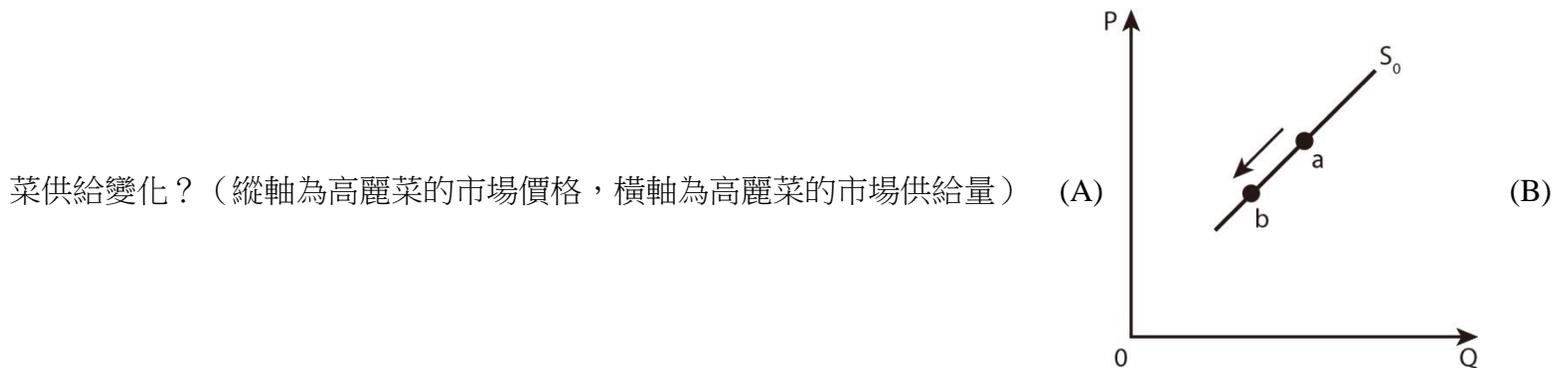
(3) 依題目所述，農民可以在批發市場或菜市場販售，農民在這兩個市場皆是供給者。同樣的產品若農民直接拿到菜市場販賣，可以將農產運銷中間人的利潤歸到農民自己身上，故在銷售數量相同的情況下，農民在菜市場直接銷售的收益為「賣給批發市場的收益」，加上「農產運銷中間人的利潤」，將高於在批發市場販售的收益

6. 高麗菜是臺灣常見的經濟作物，兩個月就能採收，尤其是農曆新年前後需求量大增，因此 8、9 月開始，農民紛紛種下高麗菜苗，11 月底更是大量種植，期待能藉由高麗菜賺入一筆年終獎金。

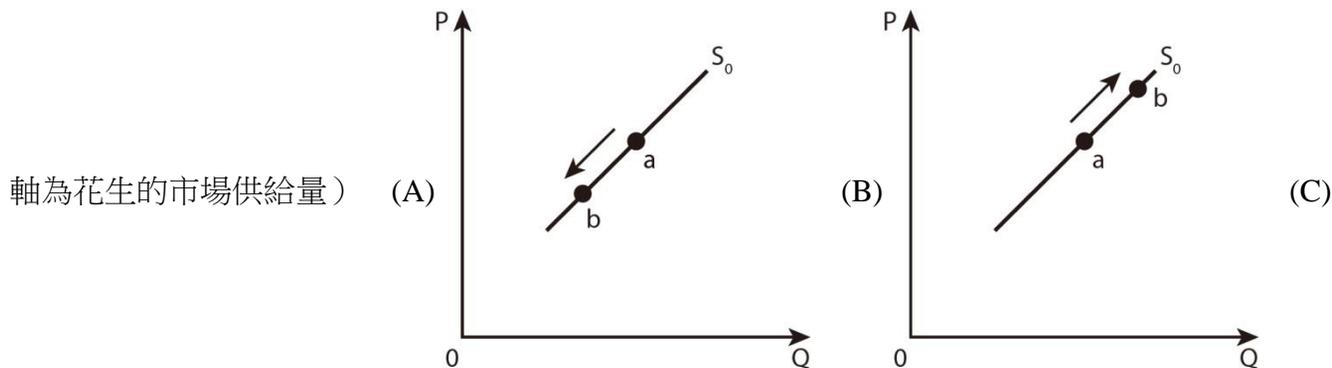
有媒體報導，臺灣的彰、雲、嘉、投地區是高麗菜重要產區，部分農民原本以種植花生為主，但花生栽種重視節氣，遇上風災、水患可能影響整年的收入，今年部分農民預期天災的機率甚高，所以改種比較好照顧、還有政府補助的高麗菜。

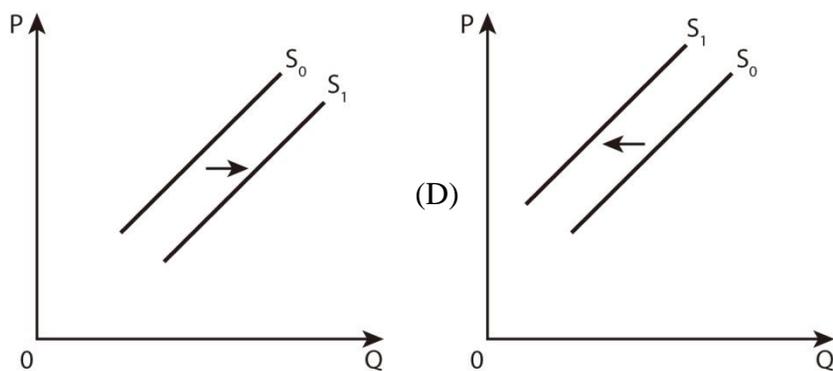
請依上述資料，回答下列問題：

- () (1) 農民為了趕上年節前後的旺季而搶種高麗菜，在沒有發生意外的情況下，下列哪張圖可以代表年節前後的高麗



- () (2) 依據上文的敘述，從經濟學的角度分析，下列何者最可能是農民由花生改種高麗菜的原因？ (A)當時花生的市場價格下跌 (B)農民預期高麗菜的價格下跌 (C)種植高麗菜的機會成本低於種植花生 (D)該地種植高麗菜的自然條件優於種植花生
- () (3) 農民由花生改種高麗菜後，花生的價格和供給情形，和改種前相比將如何變化？（縱軸為花生的市場價格，橫





解答 (1)C (2)C (3)D

- 解析**
- (1) 農民搶種導致採收時生產者人數較以往增加，供給增加，供給線往右移，市場價格下降
- (2) (A)題目敘述無法推知花生價格下跌 (B)農民應是在預期高麗菜價格將優於花生的情況下，才會改種高麗菜；若高麗菜價格將下跌，則應會繼續種花生 (C)生產者通常會生產機會成本較低的產品，從題文可知，農民認為種植高麗菜受到天災的影響較小，說明其認為種植高麗菜的機會成本低於花生，因此改種高麗菜 (D)從文中無法得知，該地自然條件是否種植高麗菜較優，僅可得知對農民而言高麗菜相對好照顧，且有補助
- (3) 因農民選擇將土地改種花生以外的作物，對於花生市場的供給減少，供給線往左移 (A)為供給量減少 (B)為供給量增加 (C)為供給增加 (D)為供給減少

7. 網友莉莉在社群發文，表示自己在某網路商城的二手衣專賣店網購了一件古著連帽上衣，沒想到收到貨後，發現衣服的材质相當單薄，且質感非常粗糙，因此立刻私訊賣家打算退貨，且貼出對話截圖。但賣家回應「售出不能退換」，並以賣場公告「本店商品售出不做任何退換，請勿事後爭議」為由，強調無法事後進行退貨。

莉莉回覆：「材質就是很粗糙，如果是實體購買的話，我摸到這樣的材質才不會買，網購就是為了避免這種情況，才會規定七天猶豫期的不是嗎？」強調自己退貨是完全合理的行為。

- () (1) 請問案例中賣家和莉莉的行為和主張，下列說明何者正確？ (A)賣家在網路上張貼無法退換貨的公告，不能算定型化契約 (B)賣家認為二手衣店本來就可能有瑕疵，因此不給退貨合理 (C)若是莉莉在實體二手衣店購買衣服，仍然可以要求退換貨 (D)莉莉主張網購屬於消保法的特種交易，適用猶豫期的規定
- () (2) 依據相關法規，若店家針對某些商品預先告知消費者不提供七天猶豫期時，消費者就不得向店家主張七天猶豫期退貨。請問下列何項商品屬之？ (A)尚未拆封的個人內衣 (B)保存期較長的保久乳 (C)居家使用的清潔用品 (D)線上購買的數位遊戲

解答 (1)D (2)D

- 解析**
- (1) (A)定型化契約不以書面為限，賣家在網路上張貼公告，亦算是定型化契約 (B)在網路的二手衣店購物，屬於特種交易的通訊交易類型，仍有《消費者保護法》的七天鑑賞期適用 (C)在實體店購買衣服，不符合《消費者保護法》的特種交易類型，無法要求退換貨
- (2) (A)已拆封的個人衛生用品屬於合理例外情事的商品，不適用七天猶豫期，但尚未拆封者仍適用 (B)易於腐敗、保存期限較短的商品屬於合理例外情事，但保存期限較久的保久乳，不在規定範圍 (C)居家使用的清潔用品，不在合理例外情事範圍，故消費者可主張退貨 (D)線上購買的遊戲服務，屬於合理例外情事的商品，店家可不提供七日猶豫期，故此選項正確