

## 明斯基時刻 (Minsky Moment)

商品策劃處 研究企劃科

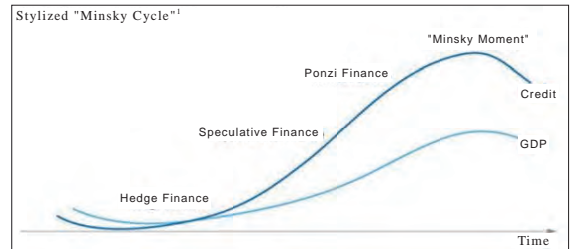
去 (2017) 年 10 月 18 日，時逢中國第十九次全國代表大會召開，全球注目的焦點在於有那些新一代的政治明星擠身中國政治局、那些政治局委員入常（當選常委）或是常委中有那幾位是習（習近平）派，現任黨總書記習近平的權力是否更加鞏固，下一代接班人是否浮上檯面等等，但 10 月 19 日，十九大代表、中國人民銀行行長周小川在中國共產黨第十九次全國代表大會中央金融系統代表團開放日上表示，「如果經濟中的順週期因素太多，使這個週期波動被巨大地放大，在繁榮的時期過於樂觀，也會造成矛盾的積累，到一定時候就會出現所謂“明斯基時刻 (Minsky Moment)” ，這種瞬間的劇烈調整，是要重點防止的。」

而周小川所言的「明斯基時刻」是什麼樣的情況？所謂的明斯基時刻 (Minsky Moment) 就是資產價值崩潰的時刻，這個概念是由美國經濟學家海曼·明斯基 (Hyman P. Minsky) 所提出，用來觀察景氣榮衰的轉折點，也就是在長期的經濟繁榮和投資成長中，透過借貸的投機活動增加，而導致資產泡沫化，最終招來經濟危機。而 PIMCO 的保羅·麥克里在 1998 年以明斯基所提出的概念來描述 1998 年俄羅斯金融危機，並以明斯基名字命名，是首次使用「明斯基時刻」來表示資產價值崩潰的時刻（點）。

更簡要說明「明斯基時刻」，也就是景氣繁榮的時候，投資人勇於冒險，借入大量資金，而當繁榮的時間越長，投資人透過借貸的投機活動隨之增加，槓桿不斷升高，最終會到達一個其資產所產生的現金收益不再足以償付他們債務時的臨界值。此時投資人便開始進行一系列的資產拋售，導致資產價格下跌，資產售出後仍無法償還負債，對現金需求上升，造成流動性緊張，於是再次拋售資產，資產價格進一步下跌，造成資產泡沫破裂，終至引發金融危機。另明斯基也提出「金融不穩定假說」，描述信貸週期對經濟的影響與明斯基時刻的發生情況，他將信貸週期分為三個階段，第一階段是避險信貸（Hedge Finance）階段，即投資人此時負擔少量負債，償還其資本與利息支出均無問題。第二階段是投機信貸（Speculative Finance）階段，投資人因整體景氣轉佳（GDP 增長），信心提升而開始擴大融資規模，而過度擴張信用的結果以致僅能負擔利息支出。第三階段稱為龐氏騙局（Ponzi Finance）

階段，投資人手上的現金已經不足以支付利息和本金，必須不斷借新債或出售資產才能維繫流動性，當多數人開始拋售資產的臨界點即是明斯基時刻（Minsky Moment），此時隨著資產售出償還負債，負債規模下降，但因大量資產（如房地產、債券等）售出，資產價格下跌，持有人獲利減少，甚至於產生損失，GDP 下滑，經濟衰退，故明斯基時刻也是市場繁榮與衰退之間的轉捩點。

### 明斯基信貸週期示意圖



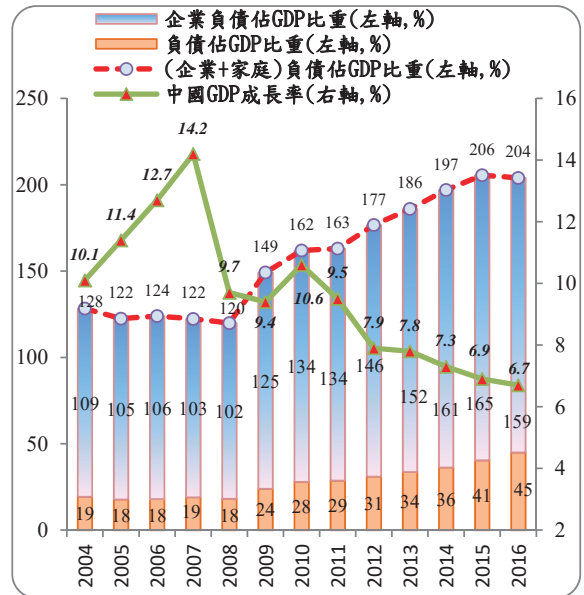
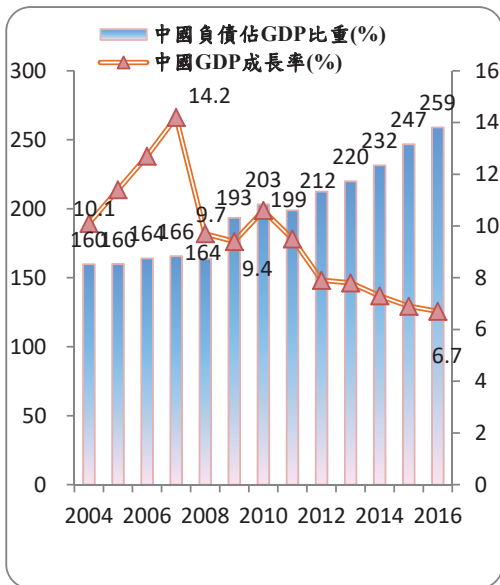
資料來源：摩根史坦利（MS）預見雜誌

再回來看中國的情況，2004 年到 2007 年隨著經濟快速成長，中國整體負債佔 GDP 比重也維持在 160% 左右，此時可歸類在明斯基所言的避險信貸階段，2008 年 9 月雷曼兄弟破產引發金融海嘯，為避免經濟波動過於劇烈，2009 年 3 月中國推出四兆人民幣振興經濟方案，主要以擴大基礎建設來維持經濟的擴張，房地產市場也受惠，房價上漲，人民積極投入房地產市場，房貸金額增加，另外如鋼鐵、水泥、塑化等行業則舉債增加產能投資來支應擴大基建的維穩政策，故 2009 年中國債

務佔 GDP 由 2008 年時的 164% 提高至 193%，企業加計家庭部門負債佔 GDP 比重更由 120% 跳升至 149%，2009 年後雖經濟成長趨緩，但仍維持在 6.7% 以上，中國企業加計家庭部門負債佔 GDP 比重則持續上升至 2016 年的

204%，中國總負債佔 GDP 比重則來到 259%，2009 年迄今就如周小川所言，經濟中的順週期因素太多，不管是企業及家庭因信心提升而開始擴大融資規模，與投機信貸階段的情況大致相符。

中國總負債及企業加計家庭部門負債佔GDP比重及GDP年增率



資料來源：Bloomberg Wind 資訊

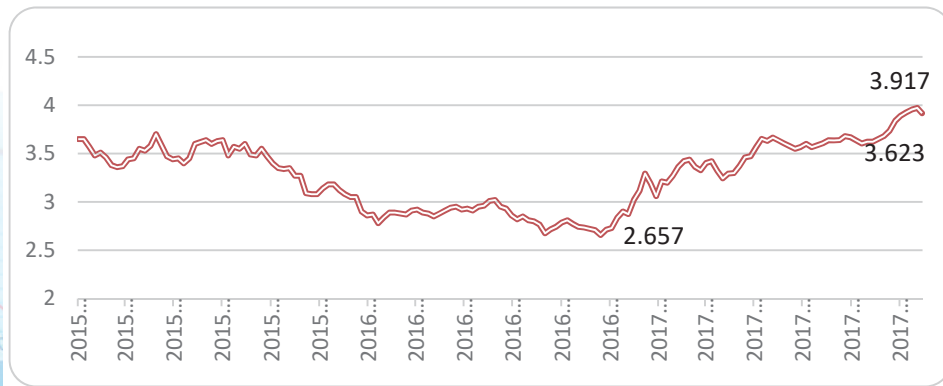
中國企業債佔 GDP 比重因四兆人民幣振興經濟方案，企業以擴大產能來配合政府的擴大基礎建設，比重快速拉升，2015 年時達到 165%，較 2008 年時的 102% 提升了 63%，也由於企業負債佔 GDP 比重過高，多次被 BIS 及 IMF 示警中國槓桿率過高恐有系統性風險的疑慮，在 2014 年起陸續有外資投銀拋出中國是否已迫近「明斯基時刻」議題，中國官方有鑑於此，2015 年 12 月提出供給側結構性改革（簡稱供給

側改革）為 2016 年改革目標，要完成「去產能、去庫存、去槓桿、降成本、補短板」五大重點任務，其中去產能及去槓桿為針對企業債務過高及佔用社會資源的僵屍企業進行去產能及退出市場的措施，經過 2016 年度的供給側改革，無效率及落後產能退出，企業的利潤率回升，企業負債佔 GDP 比率下已降至 159%，企業債務過高問題似乎有小幅改善，但近期因對美國加速升息及縮表之預期與中國政府對銀行等金

融機構開啟新一輪監理措施，如對銀行同業存單及資產管理業務有較嚴格的規範，導致市場流動性緊縮，中國十年期公債價格走跌，殖利率由 106 年 9 月底的 3.623% 走揚至 11 月底的 3.917%，較 105 年 11 月美國川普總統當選前的 2.657% 上揚了 1.26%，而十年期公債殖利率是風險性資產報酬率及房貸利率的定錨，十年期公債價格走跌，除持有人會有債券價格的評價損失外，也會影響風險性資產定價，而十年期公債殖利率走升，房貸利率也會走揚，房貸戶利息壓力增加，而中國企業負債佔 GDP 比重仍有 159%，企業發債的成本增加，利息壓力大增，若家庭部門及企業部門因房貸及借款發債利率走升，其

現金流不足以支付利息和本金，須不斷借新債或出售資產才能維繫流動性，則會達到明斯基信貸週期的龐氏騙局階段，若龐氏騙局階段持續太久，家庭及企業部門開始大舉出售手中的房地產、股票等資產而造成股市及房地產價格大跌，並產生流動性緊縮等連鎖效應，中國「明斯基時刻」恐真的來臨，屆時不只是中國產生系統性風險，其外溢效果恐衝擊全球經濟，雖目前中國除近期債市有震盪外，股市及房地產價格尚未有大跌的情況，惟我們仍須關注中國企業債務狀況及中國官方對於防範系統性風險的政策能否有效而讓中國遠離明斯基時刻，必要時降低風險性資產部位以減少損失。

### 中國十年期公債殖利率走勢



資料來源：Bloomberg

— 參考資料 —

1. MBA 百科 “明斯基時刻”
2. “為什麼中國不會出現明斯基時刻”  
招商證券 2014 年 3 月 21 日
3. “中國將迎來「明斯基時刻」？大摩  
內部看法分歧” 預見雜誌編輯小組  
2014 年 3 月 26 日
4. “供給側改革的產業結構轉型 - 論鋼  
鐵與煤炭行業 - 供給側改革系列深度  
報告（二）” 長城證券 2016 年 6  
月 29 日
5. 本行商策處 “106 年第一季中國行  
業調查報告” 2017 年 1 月
6. 央行行長警示 “明斯基時刻” 國投  
安信期貨 2017 年 10 月 23 日
7. 周小川口中的 “明斯基時刻” 是什  
麼？全球市場緣何高度關注？
8. 星展銀行梁兆基：中國應避免「明  
斯基時刻」鉅亨網新聞中心  
※ 來源：和訊網 2016 年 12 月 13 日
9. [http://www.sohu.com/a/199108447\\_166252](http://www.sohu.com/a/199108447_166252) 和訊外匯 2017 年 10 月 20 日 .
10. 比 “灰犀牛” 可怕！周小川口中的  
“明斯基時刻” 是什麼？
11. <http://bank.jrj.com.cn/2017/10/22104023266609.shtml> 貿易金融 2017 年 10 月 22 日
12. “法興：亞洲市場要擔心的不會是  
「明斯基時刻」而是美國” 鉅亨網  
新聞中心 2017 年 11 月 22 月

# 保險契約審閱期與 撤銷期之探討

保險代理人處

## 壹、前言

據報載我國一家外商壽險公司業務員，五年前經由電話行銷，賣出一張新臺幣（以下同）300 萬元保額的變額萬能壽險予被保險人，被保險人於購買系爭保單後之兩年內意外自高處墜落身亡。壽險公司主張，因保單條款約定：「主約之第一及第二保單年度之基本保額為要保人當時累積已繳保險費總和的二倍；第三保單年度（含）以後之基本保額為上述金額」，本件被保險人是 2 年內身亡，只能退回已繳保費總和的兩倍金額、不到 5 萬元。但受益人主張，業務員沒說明兩年內死亡，只能退回保費，壽險公司應給付 300 萬元

理賠金。本案業已纏訟 5 年，原一審、二審皆以壽險公司業已將相關保單條款寄送予被保險人，被保險人應知悉該等條款約定，而判決壽險公司勝訴。然而，經被上訴人上訴最高法院，發回之更審，高等法院改判受益人勝訴。投資型保險契約於契約是否適用消費者保護法？於契約撤銷權外，是否應提供契約審閱期？

保險契約為典型的法律商品，無商品實體存在，僅由保險條款組合出要保人所購買的商品內容。保險人所銷售的，是用文字架構出來的抽象承諾。保險消費者對於自己在此一商品下的權益關係，並無能力參與形成，而且經常

不易瞭解權利義務內容，更可能因為輕微的義務違反而遭受相當不利的效果。而隨著保險商品日漸複雜，消費者意識抬頭，許多民眾在投保時未詳讀保單條款，一時衝動投保，因而導致要保人對保險契約之認知不同與保險公司產生理賠糾紛。為維護保戶權益，使保戶充分瞭解保單內容，主管機關就保險契約訂有十天契約撤銷期及三天的保單審閱期，本文將就保險契約特有的契約撤銷期及審閱期加以介紹。

## 貳、契約審閱期

自 99 年 9 月 1 日起保戶投保個人人壽保險時又多了一項保護措施，那就是「保險契約審閱期」。而「保險契約審閱期」的規定係因消費者保護法第 11-1 條規定：「企業經營者與消費者訂立定型化契約前，應有三十日以內之合理期間，供消費者審閱全部條款內容。」而行政院消費者保護委員會於第 172 次委員會議討論通過「傳統型個人人壽保險定型化契約條款範本草案（不分紅保單）、（分紅保單）」，除了賦予要保人於保險單送達後 10 天內，得撤銷保險契約之權利外，消費者在決定要不要購買壽險之前，並有至少 3 天之契約審閱期間。隨後，金管會 99 年 3 月 22 日發布新修訂「傳統型個人人壽保險定型化契約條款範本（分紅保單）/（不分紅保單）」，納入有關審閱期間之規定，並自 99 年 9 月 1 日起實施。另外，金管會並於 99 年 6 月 24 日發布

「人身保險業辦理傳統型個人人壽保險契約審閱期間自律規範」明定審閱期之作業規範與相關罰則。

### （一）契約審閱期定義

保戶於簽訂保險契約前，保險公司必須提供條款樣張給保戶，讓保戶至少有一天考慮期，並簽署「審閱期間聲明書」，確保瞭解保險內容。

### （二）契約審閱期適用險種

目前只有「傳統型個人人壽保險」才必須提供，而投資型保險、團體保險等不適用此一規定。根據保險法，人壽保險是指在契約年限內身故或仍生存者，給予保險金。然而除了壽險外，有些含有壽險成份的健康險、意外險也會提供審閱期。

### （三）審閱期間發生事故，保險契約之效力

審閱期是指「投保前」審閱條款樣張的期間，因此這段期間不在保障範圍內。不過若是提前瞭解條款內容，可「自願」放棄審閱期，提前簽約。



## 參、保險契約撤銷權

要保人於投保後，時有因不合本意，或因其他因素而不想投保，為維護投保大眾此項權益，避免投保糾紛的產生，人壽保險業自民國 78 年 1 月 1 日起實施「契約撤回請求權」制度，讓要保人在繳交第一次保險費後，仍有撤回要保的機會，以免損及其權益。現行「人壽保險單示範條款」、「利率變動型年金保險單示範條款」、「個人即期年金保險單示範條款」、「個人遞延年金保險單示範條款」中均有明定要保人於保險單送達的翌日起算十日內，得以書面檢同保險單向保險公司撤銷契約。惟值得注意的是現行實務上仍有少數其他險種有「契約撤銷權」，也有「附約」擁有獨立的撤銷權的條款（就是可以只撤銷附約，留下主約），因此收到保單的時候要多留意，以下將就保險契約撤銷權為介紹。

### （一）保險契約撤銷權定義

契撤期是指保戶簽約後，在收到保單的隔日起十天內，可以行使「契約撤銷權」，使契約自始無效。簡單來說，即使簽約後，在契撤期間內可以反悔的。

### （二）保險契約撤銷權適用險種

目前適用於「保險期間兩年以上的個人人身保險」，因此像是一年期的意外險就不適用。

### （三）保險契約撤銷期間如發生事故，保險契約之效力

收到保單後的隔日起有十天的契撤期，爰這段期間保險契約仍是有效力的；如提出契撤申請後，在隔日零時起生效，在此之後發生的事故則不在保險契約保障範圍內。

保單審閱期與契撤期					
名稱	適用時點	天數	內容	適用險種	保險契約保障之效力
審閱期	保險契約訂立前	3 天	提供保單條款樣張供要保人審閱，要保人於收到保單條款翌日起算 3 天內得決定是否投保	傳統壽險保單	無 (會有保險空窗期)
契撤期	保險契約訂立後	10 天	保單送達翌日起算 10 天內，要保人可提出契約撤銷，保險公司應無條件退還保費	保險期間兩年以上的個人人身保險	有 (10 天內，於保戶主張保險契約撤銷前，若發生保險事故，保險公司需負理賠之責)

資料來源：聯合報



#### 肆、審閱期與契撤期之關係

回到本文前言所提及之爭議案件，因案關保險公司於訂立契約前，並未提供至少 3 日之審閱期予要保人（因本案客戶係購買投資型保險，依現行規定無提供 3 天審閱期），事後爭議發生時，保險公司得否主張其雖未提供審閱期，但已提供 10 日契撤期予要保人，因而主張要保人已享有充分合理的審閱期間，保戶不得再依「消費者保護法」第 11 條之 1 審閱期規定，主張契約無效？亦即，審閱期與契撤期之間是否具有可替代之關係呢？針對本案目前實務上有不同之看法，詳述如下：

- (一) 甲說（兩者具有替代關係）－台灣高等法院 95 年度保險上易字第 20 號判決【註 1】甲說認為，保險公司提供予要保人之契撤期，與消費者保護法規定之審閱期相當，縱使保險公司並未提供審閱期，但因已提供合理之猶豫期間予要保人，足以維護消費者知的權益，要保人自應不得再主張適用審閱期之規定。
- (二) 乙說（兩者不具有替代關係）－最高法院 103 年度台上字第 2038 號判決【註 2】乙說則認為，審閱期乃契約前對要保人權益之保障，至於契撤期，則屬於契約成立後之保障，兩者規範目的及法律效果，雖得予以互補，但並無可替代性。亦即，保險公

司不得以已提供契撤期予要保人為由，主張免除消費者保護法關於審閱期之權益。

- (三) 小結：綜上所述，目前實務上針對審閱期與契撤期之關係，前述兩說均有所採，目前尚無定論，須依個案進行判斷。

#### 伍、結論

過去大家常將保險契約撤銷期誤稱為保險契約審閱期，以至於消費者常誤以為保險契約撤銷期為消費者保護法第 11 條之 1 所指的「審閱期」。其實，這兩種權利規範目的以及法律效果是截然不同的！保險契約撤撤期，是指保險契約成立後，保險單送達要保人翌日起算 10 天內，要保人可以書面向保險公司撤銷保險契約的期間，亦即保單成立後，保單送達要保人翌日起十天內，要保人如認為商品不合適可撤銷，惟契撤期間保單已經生效，保障已經開始。而保險契約審閱期意指，保險契約成立前，保險公司應提供保戶審閱商品條款樣張的期間，期間至少 3 天。至於保險契約審閱期是在保單締約前提供樣張供消費者審閱，保單尚未生效，保障也還沒開始，保戶在審閱期間等於處在保障空窗期，但要保人在保單銷售過程，很難看到契約內容，對於違反告知義務的後果、保單質借應注意事項，包括還款義務以及保險契約停效等等，這些約定重要權利義務事項都不得而知，因此，提供要保人在保單成立前事先審

閱契約條款的權利以資保障，仍有其必要性！

「審閱期」及「契約撤銷期」都是保戶可用於自保的方式，惟現行卻有相當多的業務員自動倒填審閱日期四天，以符合法規的要求，消費者在不知情的狀況下，似懂非懂地簽了名，所以相當高比例的保險契約，並未進行條款審閱，而是在倒填日期的方式下，形式上符合消費者保護法關於定型化契約的要求。審閱期的要求是依據消費者保護法第 11 之 1 條而來，其與保險契約撤銷期是截然不同的權利！

綜上，透過本文對保險契約權利之介紹後，對於保險契約審閱期與撤銷期之法律意義有更深層之認識？希望消費者下次投保前能充分瞭解保險契約之資訊內容後始為投保行為，以減少消費者對保險契約內容認知不同而產生不必要之糾紛。

～本文由江雅玄提供～

## — 注 釋 —

1. 台灣高等法院 95 年度保險上易字第 20 號判決要旨略為：「…該項要保人得無條件撤銷系爭保險契約之權利，顯與上開消費者保護法第 11 條之 1 給予消費者合理契約審閱期間之規定相當，應解為被上訴就系爭保險契約業已給予要保人或上訴人合理審閱期間，與消費者保護法上開規定並無違背。且該條第 2 項後段關於要保人撤銷之意思表示生效前所發生之保險事故，仍在保險人承保範圍內之約定判斷，其給予被保險人之保障，顯較非屬保險契約之一般定型化契約更為周全從而自不得以關於一般定型化契約之所謂合理審閱期間之規定，遽以否認系爭保險契約之效力。…」
2. 最高法院 103 年度台上字第 2038 號判決要旨略為：「按企業經營者與消費者訂立定型化契約前，應有三十日以內之合理期間，供消費者審閱全部條款內容。違反前項規定者，其條款不構成契約之內容。但消費者得主張該條款仍構成契約之內容，依消保法第 11 條之 1 第 1 項、第 2 項分別訂有明文。揆其立法意旨，乃為維護消費者知的權利，使其於訂立定型化契約前，有充分了解定型化契約條款之機會，且為確保消費者知契約審閱權，明定企業經營者未提供合理『審閱期間』之



法律效果。此與消保法第 19 條第 1 項、第 19 條之 1 規定，係因消費者於郵購或訪問買賣或以該方式所為之服務交易時，常有無法詳細判斷或思考之情形，而購買不合意或不需之商品、服務，為衡平消費者在購買前無法獲得足夠資料或時間加以選擇，乃將判斷時間延後，而提供消費者於訂約後詳細考慮而解除契約之『猶豫期間（冷卻期間）』未盡相同。要之，『審閱期間』主要係在提供消費者訂立契約前之權益保障，二者各有其規範目的、功能及功效，得以互補，然彼此間並無替代性，自不能以消費者未於『猶豫期間』內行使權或撤銷權，即排除消保法第 11 條之 1 第 1 項、第 2 項規定之適用。」

## 文獻

1. 保險 e 聊站 <http://forum.i835.com.tw/forum-f17/topic-t2161.html>
2. 金融監督管理委員會網站新聞稿：  
[https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=96&parentpath=0,2&mcustomize=news\\_view.jsp&dataserno=201403180004&aplistdn=ou=news,ou=multisite,ou=chinese,ou=ap\\_root,o=fsc,c=tw&dtable=News](https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=96&parentpath=0,2&mcustomize=news_view.jsp&dataserno=201403180004&aplistdn=ou=news,ou=multisite,ou=chinese,ou=ap_root,o=fsc,c=tw&dtable=News)
3. 法源網站
4. 聯合報電子新聞：<https://fund.udn.com/fund/story/7488/2117076>
5. 璞實法律事務所專題討論 - 審閱期與猶豫期之關係



## 持卡人預付型交易之保障

卡片業務營運中心

**所**謂預付型交易，是指先付錢，再分期、分次享受商品或服務之交易。近幾年來，各行各業如百貨公司、大賣場、餐飲業及各種休閒服務業（健身中心、塑身美容）常以發行「禮券」、「提貨券」、「儲值卡」等方式來促銷商品或服務，並以多買多送的方式，讓消費者以為撿到便宜，卻忽略了必須承擔服務品質縮水及業者經營不善倒閉之風險。這類預付型商品主要目的是

為增加現金流量，業者為展店或擴大營業，但資金可能不足，於是透過發售預付型商品或招募會員等方法，從客戶身上取得現金；因此，倘業者無法做好財務規劃，造成事業營運不善而倒閉，則這筆未來應給付給消費者的服務或商品，也就無法兌現。消費者為避免權益遭受損害，於預付型交易時應注意下列事項：

1. 預付交易風險大多由消費者承擔，消費者應三思而行，儘量選擇規模較大、市場信譽良好，經營狀態佳的企業。
2. 詳細閱讀契約，了解自己的權利義務，不要迷失在花俏的優惠條件中，折價太多的商品，要提防業者惡性倒閉及詐欺。
3. 選擇有履約保證的商品，付款時最好以信用卡付款。
4. 應先充分瞭解商品或提供服務的特性，並視需要適量購買，購買後應盡量於短期內使用。
5. 保留契約書、訂購單、收據、信用卡簽帳單、發票或剩餘未受服務之證明等相關證據，如發生消費糾紛時，可撥打 1950 消費者服務專線，向各地方政府消費者服務中心申訴或行政院消費者保護會網站（[www.cpc.ey.gov.tw](http://www.cpc.ey.gov.tw)）進行線上申訴，以保障自身權益。

倘消費者以信用卡付款，企業經營者未依約交付商品或履行服務時，依現行「信用卡定型化契約範本」規定，可向發卡銀行申請疑義帳款，經一定程序後，收單銀行將退還已繳之卡款。案例如下：陳小姐於 103 年至世貿家具展向富○○國際家具公司（下簡稱富○○公司）購買家具，並以信用卡刷卡支付定金新臺幣（以下同）6 萬元，雙方約定於 104 年房屋裝潢完畢後交付家具，惟業者突然倒閉停業未履行約定。本案

經陳小姐提出申訴，由行政院消保處協助陳小姐向發卡銀行提出信用卡疑義帳款之申請後，已順利取回損失之定金。

依據現行信用卡定型化契約範本第 11 條及第 13 條規定（如附註），持卡人使用信用卡預定商品或服務未獲提供時，應先向特約商店尋求解決；如無法解決時，得檢具相關證明文件（如簽帳單或退款單收執聯等），請求發卡機構就該筆交易，依各信用卡組織之作業規定，向收單機構（提供刷卡機之機構）或特約商店主張扣款，並得就該筆交易對發卡機構暫停付款。惟消費者應注意各家國際組織對申請疑義帳款之期限不同，多數國際組織規定，當服務或商品未提供時，申請疑義帳款需於交易清算日或商品、服務約定提供日起 120 日曆日，且追溯時間不得超過交易清算日之 540 日曆日，各家規定詳載於附註。



**附註：****一、信用卡定型化契約範本****第十一條（暫停支付）**

持卡人如與特約商店就有關商品或服務之品質、數量、金額，或與委託辦理預借現金機構就取得金錢之金額有所爭議時，應向特約商店或委託辦理預借現金機構尋求解決，不得以此作為向發卡機構拒繳應付帳款之抗辯。

持卡人使用信用卡時，如符合各信用卡組織作業規定之下列特殊情形：如預訂商品未獲特約商店移轉商品或其數量不符、預訂服務未獲提供，或於自動化設備上預借現金而未取得金錢或數量不符時，應先向特約商店或辦理預借現金機構尋求解決。如無法解決時，應於繳款截止日期前（註：各發卡機構得視自行狀況酌予延長，但應明定於契約中），檢具發卡機構要求之相關證明文件，請求發卡機構就該筆交易以第十三條帳款疑義處理程序辦理，不受前項約定之限制。

持卡人使用信用卡進行郵購買賣或訪問買賣後，依消費者保護法第十九條規定向特約商店解除契約者，準用前項之約定。

**第十三條（帳款疑義之處理程序）**

持卡人於當期繳款截止日前，如對帳單所載之交易明細有疑義，得檢具理由及發卡機構要求之證明文件（如簽帳單或退款單收執聯等）通知發卡機構協助處

理，或同意負擔調單手續費（國內交易每筆 \_\_\_\_ 元，國外交易每筆 \_\_\_\_ 元，且不得逾新臺幣一百元；各發卡機構得自行約定是否收取，但應明定於契約中）後，請發卡機構向收單機構調閱簽帳單或退款單。持卡人請求發卡機構向收單機構調閱簽帳單或退款單時，約定由持卡人給付調單手續費者，如調查結果發現持卡人確係遭人盜刷或帳款疑義非可歸責於持卡人其事由時，其調單手續費由發卡機構負擔。

如持卡人主張暫停支付時，於其同意依各信用卡國際組織作業規定繳付帳款疑義處理費用後，得請發卡機構向收單機構或辦理預借現金機構進行扣款、信用卡國際組織仲裁等主張，並得就該筆交易對發卡機構提出暫停付款之要求。

因發生疑義而暫停付款之帳款，如持卡人不同意繳付前項帳款疑義處理費用或經發卡機構證明無誤或因非可歸責於發卡機構之事由而不得扣款時，持卡人於受發卡機構通知後應立即繳付之，並自原繳款期限之次日起，以年息百分之 \_\_ 計付利息予發卡機構。（註：各發卡機構得視本身資金成本自行約定是否收取利息或其計算方式，但應明定於契約中，惟不得高於循環信用利率。）

持卡人與特約商店發生消費糾紛時，發卡機構應予協助，有疑義時，並應為有利於消費者之處理。

二、各信用卡國際組織就商品或服務未獲提供之爭議帳款扣款期限彙整表

信用卡國際組織	發卡機構向收單機構提出扣款請求之期限
Visa	<p>當服務或商品未提供時，需於交易清算日或服務約定提供日起 120 日曆日（含例、假日）內，且追溯時間不得超過交易清算日之 540 日曆日。</p> <p>◇ 服務未提供舉例說明：如 98 年 1 月 15 日以 Visa 卡購買某俱樂部會員資格，但俱樂部在 99 年 2 月 10 日停業，而持卡人之會員資格仍為有效時，發卡機構應於 99 年 2 月 10 日起 120 日曆日內，且不超過自該交易清算日起算之 540 日曆日提出扣款請求。</p> <p>◇ 商品未收到舉例說明：如 99 年 1 月 15 日以 Visa 卡購買傢俱，並約定於 99 年 3 月 15 日將傢俱送至持卡人指定地點交貨，但 3 月 15 日當天商店卻表示無法交貨時，發卡機構應於 99 年 3 月 15 日起 120 日曆日內，且不超過自該交易清算日起算之 540 日曆日提出扣款請求。</p>
MasterCard	<p>1. 當商品未收到時，需於交易清算日或商品約定送達日起 120 日曆日內。 舉例說明：如 99 年 1 月 15 日以 MasterCard 卡購買傢俱，並約定於 99 年 3 月 15 日將傢俱送至持卡人指定地點交貨，但 3 月 15 日當天商店表示無法交貨時，發卡機構應於 99 年 3 月 15 日起 120 日曆日內提出扣款請求。</p> <p>2. 服務未獲提供： (1) 一次性提供服務：需於交易清算日或服務約定提供日起 120 日曆日內。 舉例說明：如 98 年 1 月 15 日以 MasterCard 卡支付 98 年 3 月 15 日所提供的服務費用，但 3 月 15 日當天商店表示無法提供服務時，發卡機構應於 98 年 3 月 15 日起 120 日曆日內提出扣款請求。 (2) 服務中斷（非屬一次性提供服務）：需於交易清算日或特約商店無法提供服務日起 120 日曆日內，但追溯時間不得超過交易清算日之 540 日曆日。 舉例說明：如 98 年 1 月 15 日以 MasterCard 卡購買某俱樂部會員資格，但俱樂部在 99 年 2 月 10 日停業，而持卡人之會員資格仍為有效時，發卡機構應於 99 年 2 月 10 日起 120 日曆日內，且不超過自該交易清算日起算之 540 日曆日提出扣款請求。</p>
JCB	<p>1. 臺灣國內交易： (1) 服務商品未獲提供・提供之商品損壞・未獲得好的服務：交易清算日起 120 日曆日內。 (2) 商品、服務中斷（非屬一次性提供服務）：商品預訂提供日（商品無法營業日）起 120 日曆日內，且交易清算日起 540 日曆日內。 2. 如為國際交易，則自交易清算日 120 日曆日內。</p>
AE	<p>1. 國內、外交易於交易清算日起 120 日曆日內；或 2. 自下列任一起算 120 日曆日內（以最先發生者為準）： ◇ 預定收受商品服務之日。 ◇ 持卡人發覺預定商品服務無法提供之日，且不超過該首次交易清算日起算之 540 日曆日。</p>
DINERS	<p>當服務或商品未提供時，需於交易清算日或服務約定提供日起 120 日曆日（含例、假日）內，且追溯時間不得超過交易清算日之 540 日曆日。</p> <p>◇ 服務未提供舉例說明：如 98 年 1 月 15 日以 DINERS 卡購買某俱樂部會員資格，但俱樂部在 99 年 2 月 10 日停業，而持卡人之會員資格仍為有效時，發卡機構應於 99 年 2 月 10 日起 120 日曆日內，且不超過自該交易清算日起算之 540 日曆日提出扣款請求。</p> <p>◇ 商品未收到舉例說明：如 99 年 1 月 15 日以 DINERS 卡購買傢俱，並約定於 99 年 3 月 15 日將傢俱送至持卡人指定地點交貨，但 3 月 15 日當天商店卻表示無法交貨時，發卡機構應於 99 年 3 月 15 日起 120 日曆日內，且不超過自該交易清算日起算之 540 日曆日提出扣款請求。</p>

— 參考資料 —

1. 行政院消費者保護處

[http://www.ey.gov.tw/Content\\_List.aspx?n=5279F68BA6EBB1E2](http://www.ey.gov.tw/Content_List.aspx?n=5279F68BA6EBB1E2)

2. 行政院消費者保護會

<https://www.cpc.ey.gov.tw/>

3. 行政院金融監督管理委員會銀行局

<https://www.banking.gov.tw/>

～本文由劉庭光提供～

# 淺談新零售

資訊處

## 前言

記得在去（106）年 8 月份的部門會議中，處長在會議一開始就提出未來「新零售」是未來創投界新行業……，馬雲在 2016 年杭州雲棲大會上提出「五新戰略」（新零售、新製造、新金融、新技術、新資源），「新零售」無需庫存，可節省人力，縮小營業據點，在未來十年、二十年將取代目前的電子商務。到底是什麼行業這麼厲害啊？對此新名詞頗感陌生與新鮮且一臉茫然，只能先將處長提出的這個新名詞記在我的筆記簿裡。

無人超商是一種「新零售」行業嗎？我們先從馬雲提出的「新零售」的輪廓談起，運用大數據，零庫存的

現代物流，線上、線下與物流的結合為手段，實現以消費者為中心的市場（C2B）為其目標。C2B 是一種“以消費者為商業核心”為概念，在此模式中，消費者會參與企業的製作流程，甚至會主導企業提供的服務和商品，而產品也將趨向少量精緻，多樣的客製化生產。



資料來源：Shane



再來談新零售的必備技術，零庫存的現代物流，消費者對物流的要求越來越高，從下訂單到收到貨品時間越短越好，零售商如何壓縮物流成本，同時增加消費者服務，從單一環節的管理，演變成整體系統化的管理，透過精良的管理手段，讓生產流程中的物料只以週轉而非倉儲式的型式，新零售所指的零庫存，應該是透過供應鏈資訊流的同步以及有效率的物流系統，使中間商達去到庫存化的目標。

「物流公司的本質不是比誰更快，而是真正消滅庫存。讓庫存管理得更好，讓企業庫存降到零，唯有如此才能回歸物流真正的本質。」～馬雲

## 線上，線下（O2O）的觀念

先談談線上線下 O2O 是什麼，O2O 全名有兩種意義，第一種是 Online to Offline，簡單來說就是一種透過線上（APP 或網路）的「行銷活動」或「需求轉移」的過程將客戶帶到線下（實體商店）體驗或消費的經營概念，下面舉出兩種案例。

### 「行銷活動」案例：

**案例一**、以 Gomaji 網站為例，在線上販售各式不同餐廳或旅遊券等實體商品的折價券，以優惠的價格吸引網路上的消費者在線上購買餐券或旅遊券，交易完成消費者會收到兌換券序號，即可至實體店面兌換使用。

**案例二**、麥當勞早安鬧鐘 APP，每天晨起按下鬧鐘即可獲得優惠券，將優惠券帶到麥當勞的實體店面去消費。

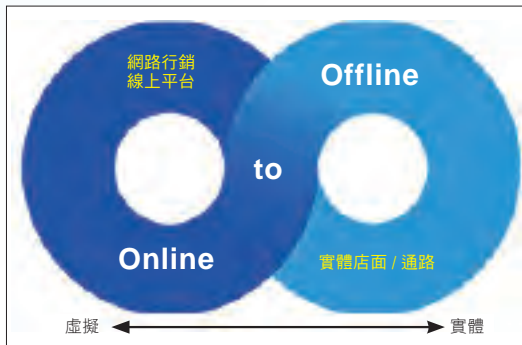
### 「需求轉移」案例：

**案例一**、在台灣，被認為是違法的 uber 線上叫車、透過 APP 給需要搭車的人，約定好時間地點後在實體的搭車地點搭車抵達目的地，付款時則可以綁定信用卡支付，讓使用者擁有簡單又方便的叫車體驗。

**案例二**、airbnb 網站 (<https://www.airbnb.com.tw/>) 提供背包客物超所值的住宿資訊，可以選擇需要房型及房價、入住日期、入住地點，系統自動搜尋有興趣將房子出租的房東，把消費者帶到房間出租的市場上。

第二種線下線上 Offline to online，把線下（實體商店）的資訊傳遞到線上（APP 或網路），進行社群的行銷模式。例如位於台中 Life8 男性服飾店，在無店員緊迫盯人的推銷與服務之下，客人可以隨意逛逛店內各種商品，在沒有購買的壓力下進行不同商品的比較及試穿試戴。當消費者決定欲購買的商品時，除了可以帶著商品至櫃檯結帳外，若現場沒有想要的商品 Size 時亦可透過行動裝置掃描商品的 QR Code 下訂，或由現場服務人員引導消

費者依網路訂購流程進行訂購，完成線上結帳後，即可送貨到家，方便快捷，省去大包小包提貨的勞頓。因此 O2O 其實也蘊含循環的概念，O2O 是一個圈，透過線上 APP 或網購平台吸引客戶到實體商店進行體驗消費，或是直接在實體商店確認想要購買的商品後，再到線上下訂單，滿足各種消費族群的口味，所以 O2O 必須在這樣的循環圈中，藉由不斷的吸收族群消費或回饋，創造商店口碑，帶來更大的收益。



大數據和雲計算被認為是新零售業的「水電煤」，羽球球后戴資穎為何能拿到世界第一，除了個人技術及體能表現外，據傳由國家訓練中心，研發的大數據影片是幕後功臣。這套系統能在賽後 30 分鐘內，就能把選手整場比賽影片，切割為「進攻」或「防守」，讓選手能快速找到自己想看的部分，另外只要輸入比賽的得分和失分數據，將羽球場劃分成九宮格形式，就能夠快速看出哪一塊是得分或失分熱區。雖然這套系統目前尚在測試中，但透過大數據分析，奪金的機會增加了。數據分析能幫

助新零售業者降低經營的不確定性，透過 POS 交易資料及物聯網感測設備蒐集現場人流數據，再從各種不同面向進行數據分析，就能清楚掌握消費者喜好哪些商品、哪些時段，哪些客戶最多且成交機率最大，適時提供該產品及各項服務給消費者。

## 無人超商

無人超商等於新零售業嗎？目前在台灣還不算是，為何？目前國內 4 大超商所鋪陳販售的生活用品及食品通常都是小額消費，目前店內商品並沒有提供線上訂購，線下付款的服務，因此還不能算是「新零售」的零售商。以下筆者為大家來介紹目前國外及中國大陸無人超商與系統的營運模式，讓讀者能有初步瞭解。

第一家無人超商美國 Amazon Go，空間大約 50 坪，以智慧科技打造的實體商店，消費者像搭捷運或高鐵一樣，刷一下手機 APP 的 QR Code 就能進入超市購物，運用店內鋪設的架上感知器、電腦視覺與深度學習演算法，就能判斷出消費者在哪一個貨架拿下或取放回何種商品，消費者選購完成後直接可以走出商店，Amazon Go 就會直接從進入商店前綁定的信用卡或金融卡扣款，免排隊，免結帳。

阿里巴巴集團旗下淘寶網，在杭州也展出了無人零售店「淘咖啡」，但先決條件必須先有淘寶網實名帳戶取

得專屬 QR Code，顯示在手機螢幕感應入內消費，消費者一樣可自行選取架上商品，離開時進行臉部辨識，從掏寶網綁定的帳戶扣款。

中國上海去年 6 月開設第一家 24 小時便利「繽果盒子」(BingoBox)，具有掃碼開門、人臉識別、防盜監控、遠程客服、智能收銀等技術亮點。店內商品以餅乾、洋芋片等食品、飲料及乳製品等為主；目前該店支援微信、支付寶付款，消費者自助掃描商品條碼結帳，付款後玻璃門就會自動打開。但如果顧客不付帳就離開，商店會報警，可根據人臉識別和實名制來追蹤。

來看看台灣無人商店如何經營？使用有或沒有綁定身分的悠遊卡識別即可進入商店，店內主打舒適的用餐環境，擺放很多台販賣各種商品的機器，以現金交易為主，其他支付方式還在規劃中，台灣以降低營運及人事成本為主軸，特別是配合政府推動的一例一休政策之下，業者無不絞盡腦汁降低人力成本，只需要一位補貨員即可營運，相較於美國 Amazon Go 及中國大陸的無人商店，在科技化及自動化結帳部分皆略遜一籌。

無人商店名稱	Amazon Go	淘咖啡	快貓	濱果盒子	F5 未來商店	O2O 無人商店
國家	美國	中國				台灣
公司	亞馬遜	阿里巴巴	深蘭科技	中山市賓哥網路	歐普電子商務	環球好運國際
店面數	示範店一家	示範店一家 (活動結束)	測試店一家	8 家	6 家	5 家
店面積	約 50 坪	約 60 坪	約 5 坪	約 4.5 坪	約 10 坪	約 15 坪
進門管制	有	有	有	有	無	有
會員制	是	是	是	是	否	否
自助流程	1. 用 APP 掃描碼進店 2. 自助選貨 3. 攝影鏡頭辨識商品，線上帳戶扣款 4. 直接走出店門	1. 用 APP 掃描碼進店 2. 自助選貨 3. 攝影鏡頭辨識商品，線上扣款支付 4. 檢測開門	1. 用掌紋感應進店 2. 自助選貨 3. 用長文感應支付 4. 直接走出店門	1. 用 APP 掃描碼進店 2. 自助選貨 3. 掃商品條碼付款 4. 檢測開門	1. 開門進店 2. 自助選貨 3. 掃條碼選貨 4. 掃條碼支付 5. 機器取貨	1. 掃悠遊卡進店 2. 自助選貨 3. 投幣或悠遊卡支付 4. 直接走出店門
支付方式	APP	支付寶	支付寶，微信	支付寶，微信	微信	現金或第三方支付

資料來源：業者與商研院

## 結論

「新零售」=「O2O（線上，線下）+ 物流 + 大數據」，雖然目前無人超商並不完全等於新零售業，但從這次阿里巴巴入股歐尚、大潤發集團即可看出端倪，高鑫零售是中國規模最大及發展最快的零售業，擁有全國 29 個省市自治區共 446 家大賣場，營收超過 1,000 億元，堪稱國內零售業首屈一指，馬雲此次大手筆入股無非想要將新零售解決方案運用在全國各分店，提供消費者線上線下服務及現代化物流新的體驗，相信這股潮流在不久的將來勢必吹向國內各賣場、零售業或帶動超商的轉型。

零售通路業是串連商品製造和消費者服務的重要關鍵，對通路業者來說，在安全交易的模式下，誰能掌握消費者的需求、創造消費者購物的樂趣，將是掌握新零售市場龍頭的首要關鍵。新零售必須與物流、金流、資訊領域做整合，消費者在線上自由選購付款，線下有實體商店可以看到真實的物品，上下整合行銷，消費者才不至於受騙上當，或對產品不滿意衍生退貨的消費糾紛。

銀行重點是要抓住業者「金流」，誰能掌握市場佔有率，誰就是未來贏家。無論國內超商或其他零售商未來的發展如何，「無現金支付」定是未來趨勢，本行對於現有網購平台、實體店面、繳費單等業務推展新策略如下：

## 企業端：

提升企業金流代收服務的便利性及本行行動支付競爭力，本行自 2017/9/19 起已新增”行動掃描快易收”服務，提供有線上收款的店家，透過與本行系統介接產生 QR code 給消費者運用行動裝置 APP（如本行行動支付、台灣 Pay）即時掃描支付款項。（總行 106 年 9 月 18 日彰電規字第 1060001306 號函）



本行官網繳費網畫面

## 客戶端：

提供消費者更多元的支付服務，2017/9/19 起，可使用台灣 Pay 或行動金融卡新增 QR Code 掃描付款功能，如地價稅及學費繳費單已經導入應用。（總行 106 年 9 月 18 號彰電規字第 1060001303 號函）

基礎建設打好之後，相信不久我們將可以在各個網路交易平台或實體商店內都可使用本行 QR Code 支付，吸引更多消費者使用，增加本行營收獲利。

（以上論述，若有疏漏之處，還請不吝賜教）

本行現有支付業務整理如下：

支付類型	行動金融卡	雲支付 (台灣 Pay)	支付寶	微信支付	行動信用卡
平台	TSM， twallet 行動支付 APP	HCE， 台灣 Pay twallet + APP	跨境平台 (財金公司)	跨境平台 (財富通)	HCE， 台灣 Pay twallet + APP
扣款類別	金融卡	存款帳號	本行帳號	跨境帳號	Visa/Master 信用卡
消費扣款	3 萬 / 每筆 10 萬 / 天	1 萬 / 每筆 3 萬 / 天	無限制	無限制	依個人額度
支付方式	NFC /QR Code	NFC/QR Code	插入讀卡機輸入 金融卡密碼	QR Code	NFC
消費對象	本國 / 外國人	本國 / 外國人	本國 / 外國人	中國大陸人民	本國 / 外國人

資料來源：彰銀業務處理程序電子金融篇

附註說明：

**NFC (Near Field Communication)**：是一種短距離高頻率的通訊技術，透過讀取設備「非接觸式」傳送交易資訊，目前高階手機擁有此通訊功能。

**TSM (Trust Service Manager)**：消費者行動裝置透過內建、外接、SIM 卡、MicroSD 等介面加入安全元件，行動裝置儲存金融卡或信用卡重要資訊，交易過程無須連接網路，通常消費者要去電信商更換可儲存安全元件的 SIM 卡才能使用。

**HCE (Host Card Emulation)**：消費者行動裝置無須加入安全元件，也就是無需更換 SIM 卡，金融卡或信用卡虛擬資料放在雲端，連接網路透過手機輸入支付密碼即可完成交易。

~本文由方建華提供~

## — 資料來源 —

1. <https://www.stockfeel.com.tw/> 股感知識庫
2. <https://news.tvbs.com.tw/sports/761310> 羽球團賽 6 年來「首金」戴資穎辦球迷見面會
3. <https://www.bnext.com.tw/article/42193/amazon-go-grocery-store> 亞馬遜開超市「Amazon Go」，買東西「拿了就走」、不需排隊結帳
4. <https://solomo.xinmedia.com/taiwan/131903-O2O>  
【科技 VS 人性】台北兩家風格截然不同的無人商店，今晚你選哪一道？
5. <https://www.bnext.com.tw/article/45277/taobao-showed-no-cashier-store-taocafe-to-make-the-offline-retailer-more-exciting>  
【杭州現場】無人零售店「淘咖啡」首度亮相，阿里巴巴：我們想讓線下零售業刺激一點
6. <https://www.ettoday.net/news/20170712/964872.htm> 被溫度打敗了！上海首家無人便利商店滿月突停運
7. <https://www.easystore.co/blog/7276034241585605214/o2oonline-to-offline> O2O 的即戰力：談 Online to Offline 的效應

## 參考圖片

1.   
麥當勞 APP & Gomaji 網站
2.   
airbnb & Uber
3.   
濱果盒子在中國大陸上海，酷似貨櫃屋
4.   
台北市萬華區 O2O 無人商店

# 戰勝菸癮 早日戒菸

## 淺談吸菸與二手菸危害

總務處 職安科

**請**問你是個吸菸者嗎？或許這根菸對你來說別具意義，如：當家人不在身邊時是它陪伴你的，當工作想不出來時它幫助你思考，當菸友聚在一起時它是大家共同的愛好，但是菸品成份對身體健康是有危害的，抽菸就像是一種慢性的吸毒，對許多慢性的疾病更是一種促進，對身體很多器官會造成負面影響，尤其吸菸者在吞雲吐霧之際，享受著吸菸的快樂，但對身邊不吸菸的人而言，聞到菸味時是很不舒服的，甚至會造成暈眩、呼吸不順、胸悶等症狀；另外，吸菸者即使走到戶外去吸菸再回來，或在家中自己躲到陽台獨自吸菸，

以為並沒有危害到他人，其實仍是有二手菸甚至是三手菸的危害。

### 吸菸對人體的影響

我國十大死因多跟吸菸有關聯性，包含癌症、心臟病、中風及慢性肺部阻塞性疾病等。同時吸菸也是致癌的主要原因之一，根據統計國人罹患癌症排行上有六成的大腸癌、肺癌、肝癌、乳癌、口腔癌等都與吸菸有相關。另外，即便癌症不會造成吸菸者立即性的死亡，吸菸的歷程也對許多器官有甚大的影響，如：

## 一、在外觀上

- (一) **手指**：菸品焦油的累積，使手指和指甲被染成黃褐色。
- (二) **口腔**：會有牙齒泛黃、蛀牙、損害味蕾及口臭，是不吸菸者的 1.5 倍，同時也會有牙齒脫落、牙齦病變或萎縮的風險。
- (三) **皮膚**：吸菸使體內蛋白質、維他命 A 及抗氧化物（如維他命 C）消耗量較多，比不吸菸者看起來老化的更快、皮膚更粗糙、皺紋多且明顯。

## 二、對內在層面

- (一) **免疫系統**：使抵抗能力降低、容易感冒、疲倦，引發紅斑性狼瘡，有慢性疾病如糖尿病的治療較困難，年輕族群還會常咳嗽、咳痰、氣喘。
- (二) **消化系統**：對胃潰瘍的細菌抵抗力降低，損壞胃部在用餐後中和酸性的能力，使胃酸侵蝕胃黏膜，十二指腸及胃潰瘍更難治療，且容易反覆發作。
- (三) **骨骼系統**：菸品中主要的毒氣是一氧化碳，比氧氣更容易與紅血球做結合，使得血液攜氧量減少 15%，氧氣輸送量減少，增加骨骼組織代謝、減少鈣質吸收，導致骨頭密度加速流失，更容易發生骨質疏鬆及骨折的情形。

## 三、其他不同性別上的影響

- (一) **男性**：吸菸使精子量減少，破壞精液的品質和精子活力，精子染色體異常情形下導致流產或先天缺陷，一天 20 根以上的抽菸者，有 4 成機率可能會生出一個得癌症的孩童。
- (二) **女性**：增加子宮癌、子宮頸癌的機率，提早更年期，尤其是生殖能力受影響造成不孕症，即使懷孕成功，易導致懷孕期間及分娩時的合併症、不安全懷孕及前置胎盤、胎盤脫落等發生。孕婦在懷孕期間吸菸會影響泌乳激素，降低泌乳量，增加胎兒胎位不正、早產、死胎、流產、畸型兒、胎兒體重過輕等情形；新生兒出生後可能會有嬰兒猝死症發生，或在健康、人格及學習能力上會有障礙。

## 什麼是二手菸

二手菸是指吸菸的人與不吸菸的人共處同一個空間下，吸菸者抽菸時，周遭的不吸菸者在非自願或被動的情況下吸入的環境菸煙（Environmental Tobacco Smoke，ETS）。二手菸是香菸經過點燃菸草時由吸菸者吸入肺部再吐出的主流菸煙及悶燒的菸草不完全燃燒的側流菸煙兩者混合而成的物質，包含有氮氧化物、尼古丁、焦油、亞硝胺、砷、甲醛、一氧化碳等超過



7,000 種以上的化學物質，其中已知有 250 種以上對健康有害，超過 90 種為致癌物質。二手菸是種分佈範圍廣泛且有害的室內空氣污染物，根據國民健康署菸害防制網二手菸危害中研究指出，有吸菸者的家中的細懸浮微粒（PM2.5）濃度是不吸菸者家中的 10 倍。即便現今科技進步，還未有任何空調設備與空氣清淨機器可以百分之百的過濾掉二手菸的危害致癌物質，惟有室內場所全面禁菸，締造無菸環境才能夠保護大眾的健康，免於二手菸的危害。

## 二手菸對健康的危害

對吸菸者來說吸菸行為除了損害自身的健康外，產生的二手菸霧及殘留在環境物品表面的三手菸對旁人也是很大的危害。與吸菸者相處在一起的不吸菸者，吸到的二手菸比吸菸者自行吸入的菸量要多 3-5 倍。當一群吸菸者聚在一起除了吸入自己的主流菸煙，也吸到了自己和他人的側流菸煙，增加菸對自身毒害及吸入二手菸的累積。

二手菸環境對健康的危害區分急性及慢性，急性方面，不吸菸者處在二手菸的環境時不會因為被動的吸入而減少傷害，健康的成年人在大量瀰漫煙霧下也會有刺激眼睛、胸悶不適、頭昏、頭痛、頭暈、噁心做嘔、咳嗽、心悸等症狀，兒童引發咳嗽、氣喘，增加支氣管炎、肺炎、中耳炎等呼吸道方面疾病，兒童的呼吸速率較成年人來的

快，年齡越小，呼吸速率越快影響越大。

慢性方面，與吸菸者長期生活在同一環境，其配偶比不吸菸者的配偶得到肺癌的機會大於 30%，與吸菸者同樣罹患糖尿病、心臟病、中風與猝死的發生率也會增加，無形中也會增加腦機能損傷或發展出失智症的可能性。懷孕期間的婦女，吸入二手菸中的有害物質，會經由胎盤傳給胎兒，胎兒因對一氧化碳的吸收程度高於成年人，胎兒發育中的器官都將面臨氧氣供輸量不足的缺氧狀態。懷孕過程中可能會面臨流產、早產、死產、胎兒體重過輕、胸腔感染、胎兒畸形、新生兒猝死和胎兒的肺臟功能不全等急性或慢性症狀。

在孩童的成長階段接觸二手菸與兒童白血病、淋巴瘤、大腦與中樞神經系統病變、肝母細胞瘤等癌症有相關；學習階段的孩童受到二手菸影響，容易造成過敏體質、發展遲緩、注意力不集中外，新的傷害包括肥胖、身體質量指數（Body Mass Index, BMI）較高、腰圍較大等。【參考資料：衛生福利部國民健康署菸害防制資訊網】



## 支持吸菸者戒菸

對吸菸者而言，戒菸是要下很大的決心和意志力的一件事，也很需要家人及旁人的陪伴和支持。戒菸過程中，戒菸者自己會感受到身體的變化，這是身體正在適應體內尼古丁減少的反應，可能讓情緒變的暴躁易怒、低落、沮喪、不安、精神不集中等，症狀會出現 2～4 週，在 5 或 6 週是困難期，往往在過程中沒有堅持對菸癮的吸引力，又重新點起一根菸，使得戒菸宣告失敗。所以戒菸不易孤軍奮戰，需要他人的支持相挺，更重要的是可以多多利用其他資源（如衛生福利部的二代戒菸治療補助等）來幫助戒菸。

## 如何幫助戒菸成功

戒菸者在幾小時內就會出現戒斷症狀，並在 3～5 天達到高峰，可利用以下招式幫助自己：

### 第一招 塑造支持環境

參加戒菸班、拒菸集會，建構支持系統網絡，告知親友同事提醒自己戒菸中，也請親友不在自己面前吸菸、不請菸，離開吸菸環境。

### 第二招 菸品替代物或方法

想抽菸時用腹式深呼吸 15 次、使用戒菸藥物、吸管吸空氣、喝溫水或果汁。咬胡蘿蔔條、芹菜條、小黃瓜條或吃顆薄荷糖。

### 第三招 分散注意力

外出散步、游泳、做瑜珈、伸展

操、規律運動。職場上運用紓壓小物、握拳放鬆。打掃家裡、整理物品、做菜、洗澡。

### 第四招 自我提醒

寫戒菸日記，紀錄自己的無菸日，身體努力克服戒斷症狀過程。善待自己，看部電影、買小禮物、吃頓美食自我獎勵，提醒自己戒菸的理由和要做的事。

### 第五招 改變生活習慣

1. 調整與菸有關的行為與習慣，轉移與菸有關的情緒連結。
2. 培養新嗜好及興趣，減少咖啡、濃茶攝取，以無咖啡因的飲料替代或喝白開水。
3. 菸癮一來，馬上刷牙。
4. 戒菸想吃點心時選低熱量又高纖維的以免變胖。
5. 選擇不同座位觀賞電視、吃飯，以避免環境因素產生習慣性菸癮。

### 第六招 身心恢復平衡

如何保持不再吸菸是戒菸過程中成功的關鍵。經歷戒斷症狀的考驗後，想吸菸次數逐漸減少，如果這種自我意識減弱時，菸癮可能再犯，應再回想之前失敗經歷，重新來過。

### 最後一招 善用戒菸藥物

降低戒菸時的不舒服與想吸菸的慾望，增加戒菸成功率。

### 藥物使用時機

睡覺時想起床吸菸	嘴巴少了點什麼東西
尼古丁貼片，讓睡覺時仍維持穩定的尼古丁濃度，一覺到天明。	尼古丁口含錠或咀嚼錠，用來舒緩菸癮來時，嘴巴空空的不適感。
工作中不能嚼食	開會時突如其來的菸癮
上班前四小時使用尼古丁貼片，隱密又可以持續抵抗菸癮。	尼古丁咀嚼錠或口含錠，即時幫助戒菸所產生的戒斷症狀，不讓菸癮壞了專業表現。
長途開車有菸癮？	搭機時有菸癮？
尼古丁咀嚼錠或口含錠，即時補充體內尼古丁，確保行車安全。	尼古丁咀嚼錠、口腔吸入劑、口含錠，或在搭機前四小時使用尼古丁貼片，讓旅途更安心。

參考資料：衛生福利部 國民健康署 戒菸教戰手冊

### 結語

香菸不但傷害吸菸者身體，二手菸也可能危害到共處家人、朋友、同事的健康。而且傷身之外也很傷財，每天抽上一包菸要支出 100 元左右（財政部公告 106 年 6 月 12 日菸價已經調漲 20 元），一個月 3,000 元，一年至少 3 萬 6,000 元，就小家庭來看，這筆錢可以為一家人安排一趟旅行、吃上幾次餐廳、買些新的家俱，皆不無小補。

另外，菸品對地球環境也是不環保的，請癮君子想想看，一根菸從種植菸草、菸品加工、包裝的過程已經產生大量的二氧化碳（CO<sub>2</sub>），再加上紙菸前端的濾嘴是以木質醋酸纖維製作，是難分解的高分子組成，要花上 15 年才能分解掉，無法溶解又被隨意丟棄的情形下，造成下水道阻塞或流出到海裡，將成為嚴重汙染源，危及海洋生態。

所以癮君子們為了自己擁有健康的  
身體和幸福的家庭，以及為環保奉  
獻一點心力，請早日下定決心開始戒菸  
吧！

～本文由孫信年提供～

#### — 資料來源 —

1. 菸害防制法
2. 衛生福利部 國民健康署 菸害防制資訊網
3. 衛生福利部 國民健康署 戒菸教戰手冊

