

NCC 通訊消費申訴分析報告—110 年 11 月

鑒於電信消費爭議案件不斷發生，國家通訊傳播委員會(以下簡稱本會)為消弭消費者與電信業者間之誤會或爭議，讓消費者擁有多元、更友善的電信服務環境及更貼近消費者需求與服務效率的電信服務，本會本著服務民眾精神，透過專業、公平、合理的客戶申訴機制，期望消弭消費者與電信業者間的溝通障礙，強化電信消費者對電信服務之信心，進而促進電信服務之發展。

為提升通訊服務品質、減少申訴案件數量，本會每月召開「討論業者客服處理申訴案件事宜」會議，依照申訴案件類型為區分，由通訊連線品質、服務品質以及資費計費問題類等面向，與電信業者研擬具體改善措施，並針對服務契約義務及應落實作為予以檢核，以確保消費者權益。

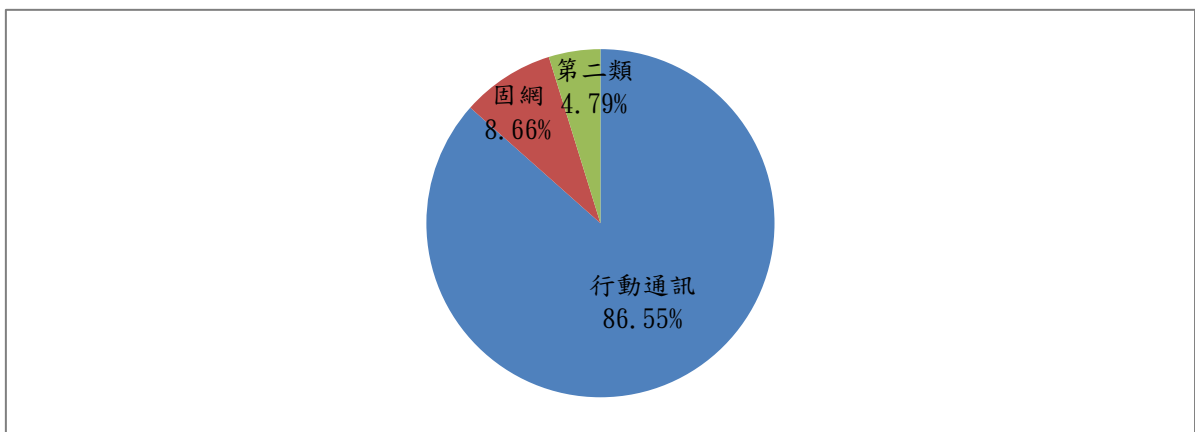
本會每月公布電信業者消費爭議數量、申訴類別，並依據統計資料分析結果做為行政決策之參考，以期有效預防電信消費爭議發生。

◆ 電信民眾申訴—整體

11 月份整體申訴案件分為本會臨櫃案件與來自陳情網、意見信箱、縣市政府、首長信箱、iWin 網路單 e 窗口的公文轉件，其中 11 月份臨櫃申訴案件共 180 件、公文轉件共 467，共計 647 件。

依其電信項目進行分析，得到結果如表 1 所示，以行動通訊類申訴案件居多（共 560 件，占 86.55%），其次為固網類申訴案件（共 56 件，占 8.66%）。

	臨櫃	公文	總計	百分比
行動通訊	150	410	560	86.55%
固網	17	39	56	8.66%
第二類	13	18	31	4.79%
總計	180	467	647	100%



◆ 電信民眾申訴—行動通訊

11 月份行動通訊申訴案件中臨櫃申訴案件共 150 件、公文轉件共 410 件，共計 560 件。

依整體行動通訊案件申訴對象進行分析，得到結果如表 2 所示，以中華案件數最多（共 162 件，占 28.93%），其次為台灣之星（共 110 件，占 19.64%）。

	臨櫃	公文	總計	百分比
中華	40	122	162	28.93%
遠傳	24	79	103	18.39%
台灣大哥大	27	68	95	16.97%
亞太	26	64	90	16.07%
台灣之星	33	77	110	19.64%
總計	150	410	560	100%

依申訴對象與 109 年 11 月同期之申訴案件量進行比較，得到結果如表 3 所示，遠傳、亞太案件數較去年同期增加；中華、台灣大哥大及台灣之星案件數較去年同期減少。

	109 年 11 月	110 年 11 月	增減數	增減率
	件數	件數		
中華	177	162	-15	-8%
遠傳	85	103	18	21%
台灣大哥大	100	95	-5	-5%
亞太	74	90	16	22%
台灣之星	134	110	-24	-18%

與 109 年 11 月同期之申訴對象排名進行比較，得到結果如表 4 所示，110 年 11 月份申訴對象排名為中華最多共 162 件，案件數較去年同期減少 15 件，台灣之星減少 24 件、遠傳增加 18 件。

表 4 109 年 11 月份與 110 年 11 月份行動通訊申訴對象排名比較

	109 年 11 月	110 年 11 月
第一名 (件數)	中華 (177)	中華 (162)
第二名 (件數)	台灣之星 (134)	台灣之星 (110)
第三名 (件數)	台灣大哥大 (100)	遠傳 (103)

依申訴對象占用戶數比例進行比較，得到結果如表 5 所示。

表 5 11 月份行動通訊申訴案件：依申訴對象區分佔用戶數比例

	件數	用戶數	件/百萬戶
中華	162	10,676,462	15.2
遠傳	103	7,055,149	14.6
台灣大哥大	95	7,108,370	13.4
亞太	90	2,080,908	43.3
台灣之星	110	2,664,121	41.3
總計	560	29,585,010	18.9

依申訴案件類別進行分析，得到結果如圖 1 所示，以通訊連線品質類案件數最多（共 346 件，占 61.79%），其次為申裝/異動/續約類（共 100 件，占 17.86%）、客戶服務類（共 34 件，占 6.07%）。

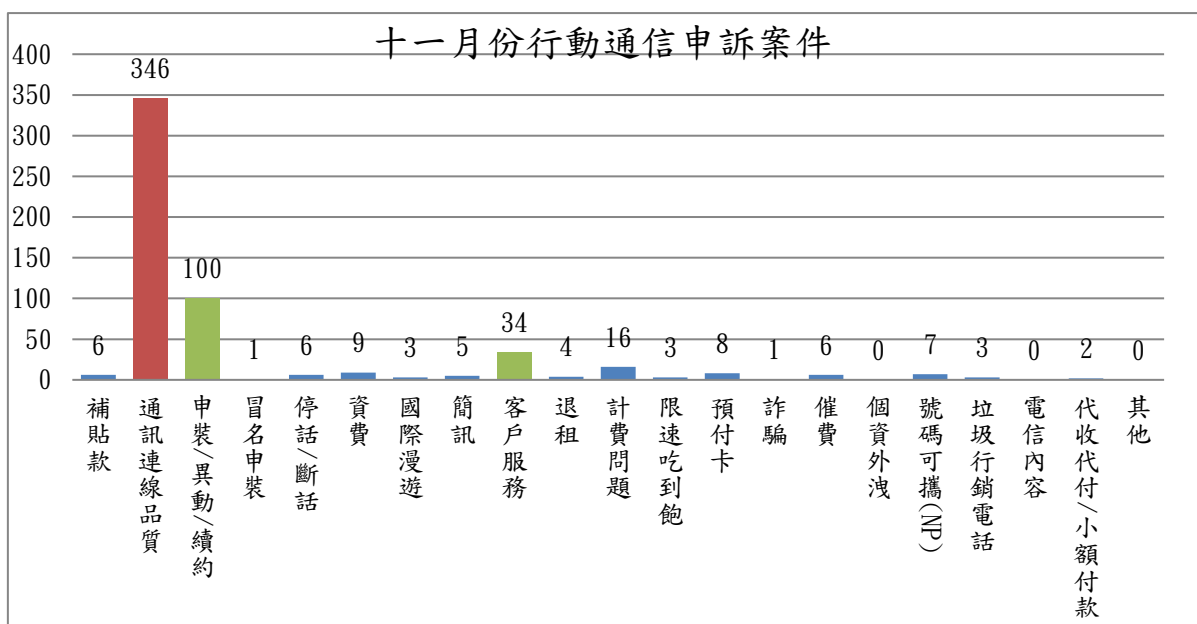


圖 1 11 月份行動通訊申訴案件：依申訴類別區分

鑑於行動通信受電波易受地形、地貌及建築物等阻隔，故本會請各業者於客戶申請行動上網服務提供 7 日上網試用服務供民眾選用，以期降低客訴。為了解業者推廣及民眾採用情形，經將通訊連線品質之申訴案(共 346 件)分為語音通訊品質(28 件，占 8.09%)及數據連線品質(318 件，占 91.91%)，再就易受信號品質影響之數據連線品質客訴量，依是否使用業者提供之 7 日上網試用服務而予區分(有試用 22 件，占 6.92%；未試用共 296 件占 93.08%)，得到結果如圖 2，可見有使用試用者之申訴量顯低於未使用試用者。故建議消費者簽約前可先進行試用，以了解主要活動地點之信號情形，再決定是否與該業者簽約。

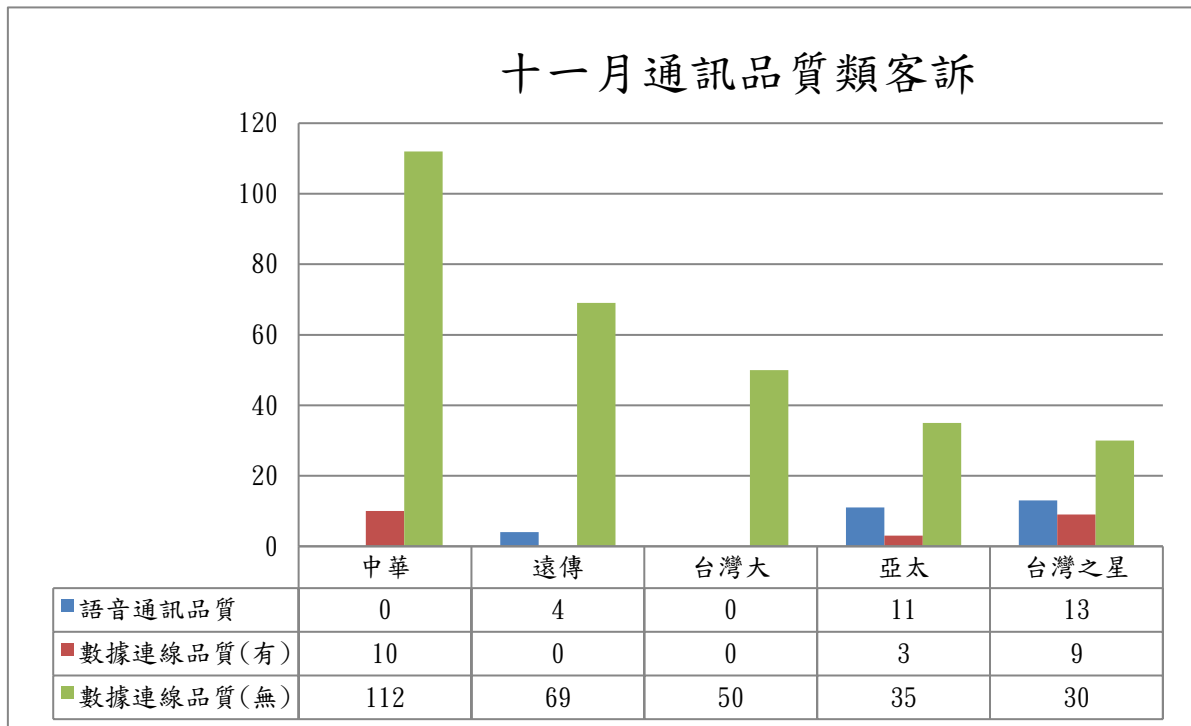


圖 2 11 月份行動通訊申訴案件：依通訊連線品質類客訴案件區分

另為了解連線品質爭議之地點，依未提供 7 日上網試用之數據連線品質申訴案件(296 件)進行分析，得到結果如表 6 所示，申訴室內共 191 件、室內外共 105 件。可見多數爭議，係因無線電波易受建築阻隔，致室內信號強度受影響。

表 6 11 月份未提供上網試用之連線品質申訴案件

連線品質(無)	室內	室內外
中華	92	20
遠傳	27	42
台灣大哥大	42	8
亞太	15	20
台灣之星	15	15
總計	191	105

依通訊連線品質類、申裝/異動/續約類、客戶服務類案件申訴占用戶數比例進行比較，得到結果如表 7、8、9 所示。

表 7 11 月份通訊連線品質類申訴案件：依申訴對象區分占用戶數比例

	件數	用戶數	件/百萬戶
中華	122	10,676,462	11.4
遠傳	73	7,055,149	10.3
台灣大哥大	50	7,108,370	7.0
亞太	49	2,080,908	23.5
台灣之星	52	2,664,121	19.5
總計	346	29,585,010	11.7

表 8 11 月份申裝/異動/續約類申訴案件：依申訴對象區分占用戶數比例

	件數	用戶數	件/百萬戶
中華	12	10,676,462	1.1
遠傳	14	7,055,149	2.0
台灣大哥大	21	7,108,370	3.0
亞太	23	2,080,908	11.1
台灣之星	30	2,664,121	11.3
總計	100	29,585,010	3.4

表 9 11 月份客戶服務類申訴案件：依申訴對象區分占用戶數比例

	件數	用戶數	件/百萬戶
中華	11	10,676,462	1.0
遠傳	4	7,055,149	0.6
台灣大哥大	5	7,108,370	0.7
亞太	5	2,080,908	2.4
台灣之星	9	2,664,121	3.4
總計	34	29,585,010	1.1

與 109 年 11 月同期行動通訊申訴類別排名進行比較，得到結果如表 10 所示，110 年 11 月份以通訊連線品質類申訴案件最多，其次為申裝/異動/續約類及客戶服務類。通訊連線品質類案件數較去年同期增加 28 件，申裝/異動/續約類案件數較去年同期增加 17 件，客戶服務類案件數較去年同期增加 6 件。

表 10 109 年 11 月份與 110 年 11 月份行動通訊申訴類別排名比較

	109 年 11 月	110 年 11 月
第一名 (件數)	通訊連線品質 (318)	通訊連線品質 (346)
第二名 (件數)	申裝/異動/續約 (83)	申裝/異動/續約 (100)
第三名 (件數)	客戶服務 (28)	客戶服務 (34)

與 109 年 11 月份行動通訊申訴對象及申訴類別(通訊連線品質、申裝/異動/續約、客戶服務)排名進行比較，得到結果如表 11 所示。110 年 11 月份通訊連線品質類案件以中華最多，申裝/異動/續約類案件以台灣之星最多，客戶服務類案件以中華最多。

表 11 109 年 11 月份與 110 年 11 月份行動通訊申訴對象與申訴類別排名比較

		109 年 11 月	110 年 11 月
第一名	通訊連線品質	中華	中華
第二名		遠傳;台灣之星	遠傳
第三名		台灣大哥大	台灣之星
第一名	申裝/異動/續約	台灣之星	台灣之星
第二名		台灣大哥大	亞太
第三名		遠傳	台灣大哥大
第一名	客戶服務	台灣之星	中華
第二名		台灣大哥大	台灣之星
第三名		中華	台灣大哥大; 亞太

依行動通訊申訴對象及申訴類別(通訊連線品質、申裝/異動/續約、客戶服務)占用戶數比例進行排名比較，得到結果如表 12 所示。

表 12 110 年 11 月份行動通訊申訴類別占用戶數比例排名比較

第一名	通訊連線品質	亞太
第二名		台灣之星
第三名		中華
第一名	申裝/異動/續約	台灣之星
第二名		亞太
第三名		台灣大哥大
第一名	客戶服務	台灣之星
第二名		亞太
第三名		中華

依各家業者平均處理時間、處理中未結案數進行分析，得到結果如表 13 所示，案件平均處理時間依序為台灣之星 15.7 天、遠傳 11.0 天、亞太 10.0 天、台灣大哥大 9.4 天及中華 8.9 天。

表 13 110 年 11 月份各業者處理案件時間、處理中未結案數分析表

電信業者	平均處理時間(天)	處理中未結案數(件)
中華	8.9	0
遠傳	11.0	0
台灣大哥大	9.4	1
亞太	10.0	1
台灣之星	15.7	4

* 依消費者保護法第 43 條規定，消費者與企業經營者因商品或服務發生消費爭議時，消費者得向企業經營者、消費者保護團體或消費者服務中心或其分中心申訴。企業經營者對於消費者之申訴，應於申訴之日起 15 日內妥適處理之。故「處理中未結案數」係指申訴案件已逾前述所規範之 15 日內於次月統計仍未妥適處理者。

依各家業者總進件數與重複申訴案件數進行分析，得到結果如表 14 所示，以亞太再申訴所占總進件數比例最高 27.4%，其次為台灣大哥大 15.2%及遠傳 14.2%。

表 14 110 年 11 月份各業者重複申訴案件比例

電信業者	申訴案件總數	一次性申訴案件	重複申訴案件	再申訴所占總申訴案件數比例
中華	174	162	12	6.9%
遠傳	120	103	17	14.2%
台灣大哥大	112	95	17	15.2%
亞太	124	90	34	27.4%
台灣之星	124	110	14	11.3%

依申訴人性別進行分析，得到結果如圖 3 所示，以男性申訴人居多(共 353 人次，占 63%)，其次為女性(共 173 人次，占 31%)。

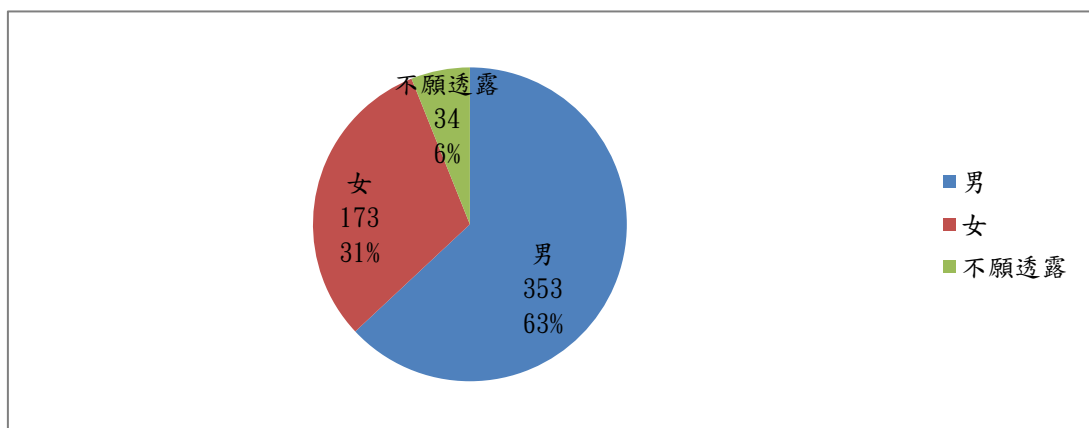


圖 3 11 月份行動通訊申訴案件：依申訴人性別區分

同時比對申訴對象與申訴案件類別進行分析，可得到結果如表 15 所示，通訊連線品質類案件以中華最多（共 122 件，占該類 35.26%）；申裝/異動/續約類案件以台灣之星最多（共 30 件，占該類 30.00%）；客戶服務類案件以中華最多（共 11 件，占該類 32.35%）。

表 15 11 月份行動通訊申訴案件：依申訴對象與申訴類別區分

	中華	遠傳	台灣大哥大	亞太	台灣之星	總計
補貼款	1	0	0	1	4	6
通訊連線品質	122	73	50	49	52	346
申裝/異動/續約	12	14	21	23	30	100
冒名申裝	0	1	0	0	0	1
停話/斷話	1	4	0	1	0	6
資費	3	0	4	1	1	9
國際漫遊	1	0	0	0	2	3
簡訊	2	1	1	0	1	5
客戶服務	11	4	5	5	9	34
退租	0	0	2	1	1	4
計費問題	2	2	2	7	3	16
限速吃到飽	0	0	1	0	2	3
預付卡	2	0	6	0	0	8
詐騙	0	0	1	0	0	1
催費	2	2	2	0	0	6
個資外洩	0	0	0	0	0	0
號碼可攜(NP)	3	0	0	1	3	7
垃圾行銷電話	0	1	0	0	2	3
電信內容	0	0	0	0	0	0
代收代付/小額付款	0	1	0	1	0	2
其他	0	0	0	0	0	0
總計	162	103	95	90	110	560

依行動通訊申訴類別占用戶數比例進行比較，得到結果如表 16 所示。

	件數	用戶數	件/百萬戶
補貼款	6	29,585,010	0.2
通訊連線品質	346	29,585,010	11.7
申裝/異動/續約	100	29,585,010	3.4
冒名申裝	1	29,585,010	0.0
停話/斷話	6	29,585,010	0.2
資費	9	29,585,010	0.3
國際漫遊	3	29,585,010	0.1
簡訊	5	29,585,010	0.2
客戶服務	34	29,585,010	1.1
退租	4	29,585,010	0.1
計費問題	16	29,585,010	0.5
限速吃到飽	3	29,585,010	0.1
預付卡	8	29,585,010	0.3
詐騙	1	29,585,010	0.0
催費	6	29,585,010	0.2
個資外洩	0	29,585,010	0.0
號碼可攜(NP)	7	29,585,010	0.2
垃圾行銷電話	3	29,585,010	0.1
電信內容	0	29,585,010	0.0
代收代付/小額付款	2	29,585,010	0.1
其他	0	29,585,010	0.0

◆ 電信民眾申訴—固網

11 月份固網申訴案件中臨櫃申訴案件共 17 件、公文轉件共 39 件，共計 56 件。

依申訴對象進行分析，得到結果如表 17 所示，以中華案件數最多（共 54 件，占 96.42%）。

表 17 11 月份固網申訴案件：依申訴對象區分

	臨櫃	公文	總計	百分比
中華	16	38	54	96.42%
台灣固網	0	0	0	0.00%
亞太	0	1	1	1.79%
新世紀資通	1	0	1	1.79%
總計	17	39	56	100%

依申訴對象占用戶數比例進行比較，得到結果如表 18 所示。

表 18 11 月份固網申訴案件：依申訴對象區分占用戶數比例

	件數	用戶數	件/百萬戶
中華	54	9,673,057	5.6
台灣固網	0	194,079	0.0
亞太	1	219,958	4.5
新世紀資通	1	456,880	2.2

依申訴對象並與 109 年 11 同期之申訴案件量進行比較，得到結果如表 19 所示，中華增加 7 件、亞太增加 1 件。

表 19 109 年 11 月份與 110 年 11 月份固網申訴案件增降幅比較

	109 年 11 月	110 年 11 月	增減數	增減率
	件數	件數		
中華	47	54	7	14.89%
台灣固網	0	0	0	--
亞太	0	1	1	--
新世紀資通	1	1	0	0.00%

與 109 年 11 月份同期之申訴對象排名進行比較，得到結果如表 20 所示，中華仍是固網申訴案件最大宗(共 54 件)。

	109 年 11 月	110 年 11 月
第一名 (件數)	中華 (47)	中華 (54)
第二名 (件數)	新世紀資通 (1)	亞太；新世紀資通 (1)
第三名 (件數)	--	--

依申訴對象占用戶數比例進行排名比較，得到結果如表 21 所示。

第一名	中華
第二名	亞太
第三名	新世紀資通

依申訴案件類別進行分析，得到結果如圖 4 所示，以客戶服務類案件最多(共 23 件，占 41.07%)，其次為連線品質類(共 14 件，占 25.00%)、申裝/異動-寬頻類(共 12 件，占 21.43%)。

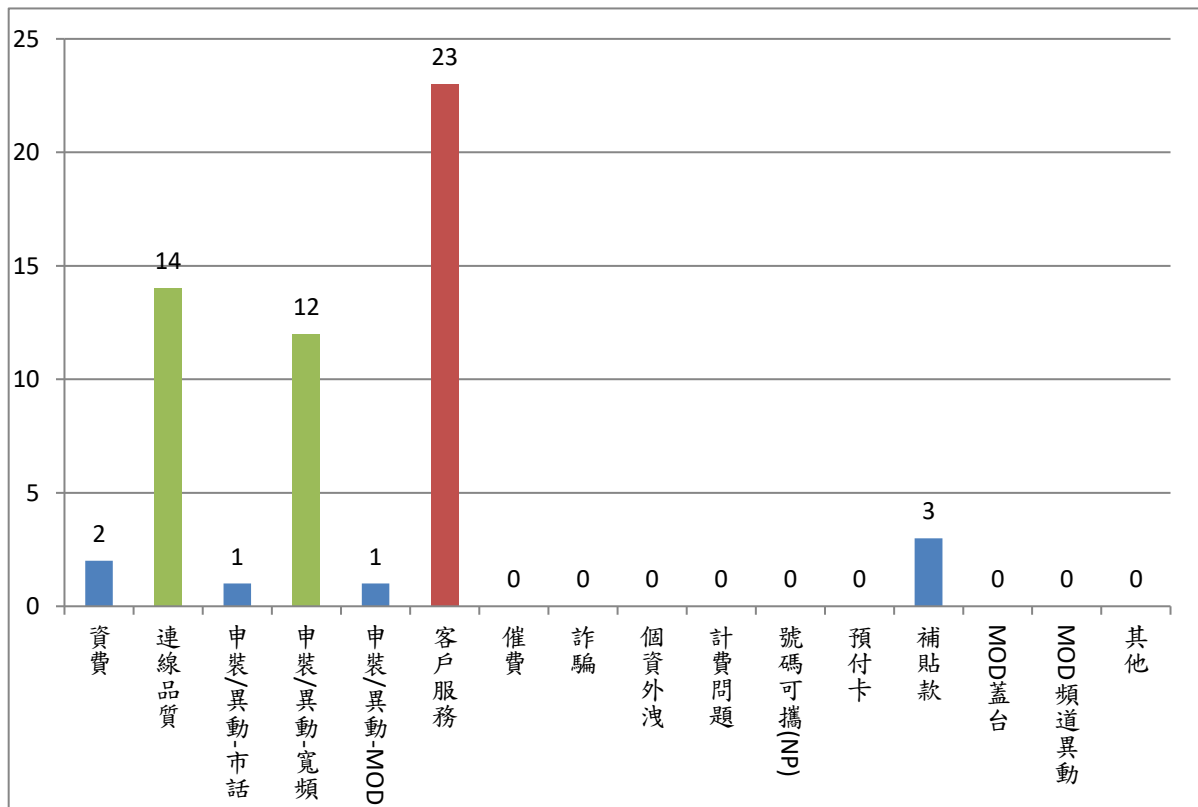


圖 4 11 月份固網申訴案件：依申訴類別區分

與 109 年 11 月份固網申訴類別排名進行比較，得到結果如表 22 所示，客戶服務類、申裝/異動-寬頻類案件與去年同期相較皆呈現遞增的趨勢，連線品質類案件與去年同期相較呈現持平的趨勢。

表 22 109 年 11 月份與 110 年 11 月份固網訴類別對象排名比較

	109 年 11 月	110 年 11 月
第一名 (件數)	連線品質 (14)	客戶服務 (23)
第二名 (件數)	申裝/異動-寬頻 (9)	連線品質 (14)
第三名 (件數)	申裝/異動-MOD；客戶服務(6)	申裝/異動-寬頻 (12)

同時比對申訴對象與申訴案件類別，得到結果如表 23 所示，客戶服務類、連線品質類及申裝/異動-寬頻類案件皆以中華最多，件數分別為 22 件(占該類 95.65%)、13 件(占該類 92.86%)、12 件(占該類 100%)。

表 23 11 月份固網申訴案件：依申訴對象與申訴類別區分

	中華	台灣固網	亞太	新世紀資通	總計
資費	2	0	0	0	2
連線品質	13	0	0	1	14
申裝/異動-市話	1	0	0	0	1
申裝/異動-寬頻	12	0	0	0	12
申裝/異動-MOD	1	0	0	0	1
客戶服務	22	0	1	0	23
催費	0	0	0	0	0
詐騙	0	0	0	0	0
個資外洩	0	0	0	0	0
計費問題	0	0	0	0	0
號碼可攜(NP)	0	0	0	0	0
預付卡	0	0	0	0	0
補貼款	3	0	0	0	3
MOD 蓋台	0	0	0	0	0
MOD 頻道異動	0	0	0	0	0
其他	0	0	0	0	0
總計	54	0	1	1	56

與 109 年 11 月份固網申訴對象及申訴類別排名進行比較，得到結果如表 24 所示，各項類別仍以中華為最大宗。

		109 年 11 月		110 年 11 月
第一名	連線品質	中華	客戶服務	中華
第二名		--		亞太
第三名		--		--
第一名	申裝/異動-寬頻	中華	連線品質	中華
第二名		--		新世紀資通
第三名		--		--
第一名	申裝/異動- MOD；客戶服務	中華	申裝/異動-寬頻	中華
第二名		--		--
第三名		--		--

依通訊申訴對象及申訴類別(客戶服務/連線品質/申裝/異動-寬頻)占百萬用戶數比例進行排名比較，得到結果如表 25 所示。

第一名	客戶服務	亞太
第二名		中華
第三名		--
第一名	連線品質	新世紀資通
第二名		中華
第三名		--
第一名	申裝/異動-寬頻	中華
第二名		--
第三名		--

依申訴人性別進行分析，得到結果如圖 5 所示，以男性申訴人居多(共 41 人次，占 73%)，其次為女性(共 10 人次，占 18%)。

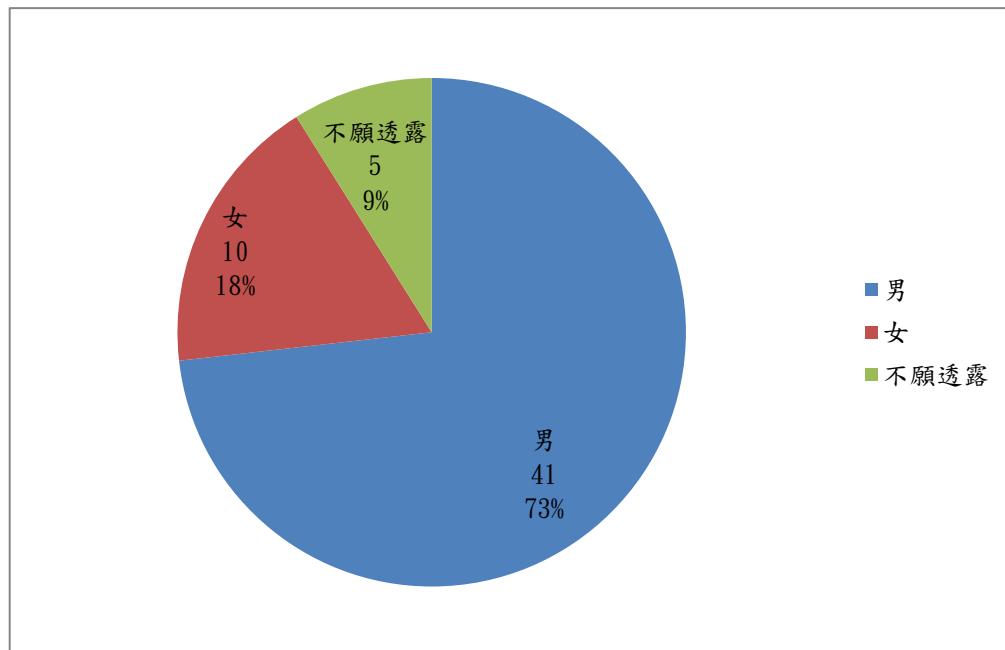


圖 5 11 月份固網申訴：依申訴人性別區分

◆ 電信民眾申訴—第二類電信

11 月份第二類電信申訴案件中臨櫃申訴案件共 13 件、公文轉件共 18 件，共計 31 件。

依申訴對象進行分析，得到結果如表 26 所示，以中嘉案件數最多(共 7 件，占 22.58%)；其次為凱擘(共 5 件，占 16.13%)、台灣寬頻及台灣碩網(各 2 件，分別占 6.45%)。

	臨櫃	公文	總計	百分比
凱擘	1	4	5	16.13%
中嘉	5	2	7	22.58%
台灣寬頻	2	0	2	6.45%
台固媒體	0	1	1	3.23%
台灣數位光訊	0	0	0	0.00%
台灣碩網	0	2	2	6.45%
統一	0	0	0	0.00%
家樂福	0	0	0	0.00%
其他	5	9	14	45.16%
總計	13	18	31	100%

依申訴案件類別進行分析，得到結果如圖 6 所示，11 月份以補貼款類及通訊連線品質類最多(各 10 件，各占 32.26%)，其次為申裝/異動/續約類、客戶服務類(各 3 件，各占 9.68%)、計費問題類(共 1 件，占 3.23%)。

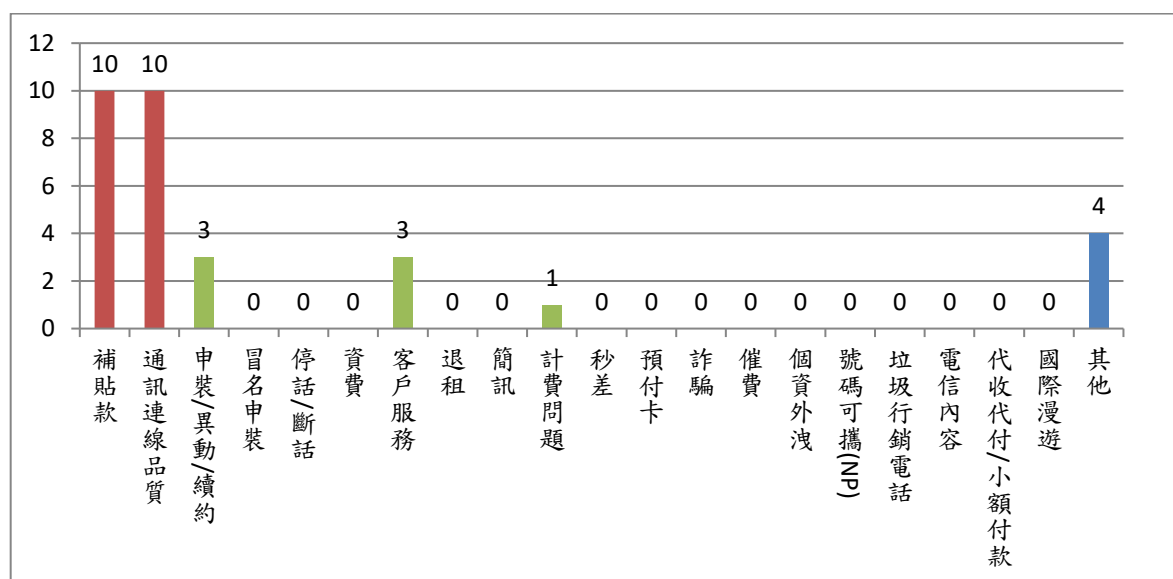


圖 6 11 月份第二類電信申訴案件：依申訴類別區分

同時比對申訴對象與申訴案件類別，可得到結果如表 27 所示。

	凱擘	中嘉	台灣寬頻	台固	台灣數位光訊	台灣碩網	統一	家樂福	其他	總計
補貼款	2	1	0	1	0	1	0	0	5	10
通訊連線品質	2	3	2	0	0	0	0	0	3	10
申裝/異動/續約	0	2	0	0	0	1	0	0	0	3
冒名申裝	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
停話/斷話	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
資費	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
客戶服務	1	1	0	0	0	0	0	0	1	3
退租	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
簡訊	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
計費問題	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
秒差	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
預付卡	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
詐騙	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
催費	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
個資外洩	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
號碼可攜(NP)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
垃圾行銷電話	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
電信內容	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
代收代付/小額付款	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
國際漫遊	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
其他	0	0	0	0	0	0	0	0	4	4
總計	5	7	2	1	0	2	0	0	14	31

依申訴人性別進行分析，得到結果如圖 7 所示，以男性申訴人數居多(共 19 人次，占 61%)，其次為女性(共 12 人次，占 39%)。

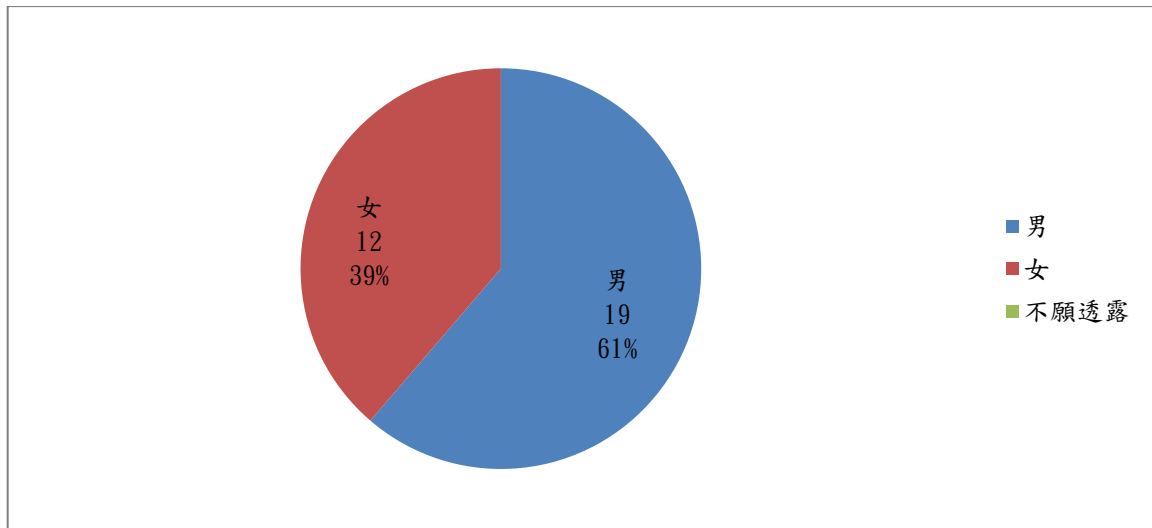


圖 7 11 月份第二類電信申訴案件：依申訴人性別區分

◆ 原因分析及改善作法

依 11 月行動通訊案件申訴類別統計顯示，通訊連線品質類案件以中華最多(122 件，占該類 35.26%)，申裝/異動/續約類案件以台灣之星最多(30 件，占該類 30.00%)，以下為業者所提之原因及改善作法。

一、原因分析：

(一) 通訊連線品質(中華)：

1. 網速不符合期待：包括對於網速過於要求、上網正常仍認為與理想值有落差或覺得夜間/假日尖峰時段網速較慢等。
2. 基地臺拆除(含覓臺困難)：因抗爭、屋主不續約或租約到期而拆臺，原涵蓋區域訊號突然變差導致申訴。
3. 短期障礙(含干擾)：涵蓋站臺突發性障礙、受外部干擾或信號改善設備故障等影響使用而申訴。
4. 訊號不佳：室外/室內/室內深處等訊號不穩定或收不到信號，進而申訴。
5. 消費者保護：縣、市政府消保單位來函協商/調解訊號改善或合約相關問題。

6. 慣性申訴：重複申訴相同問題，經聯繫妥處後仍持續申訴。

(二) 申裝/異動/續約 (台灣之星)：

1. 用戶因欠費無法申辦專案或不願預繳。

2. 用戶對於 Y21 雙 11 活動申辦問題。

二、改善作法：

(一) 通訊連線品質 (中華)：

1. 網速不符合期待：優化網路品質與設法提升涵蓋站臺容量，疏解尖峰壅塞狀況，並持續與客戶溝通行動上網之特性。

2. 基地臺拆除(含覓臺困難)：持續與居民溝通婉釋，拆臺前即預先調整周邊站臺補強涵蓋，並提早進行尋覓替代站臺與建設事宜，縮短信號不佳影響時程。

3. 短期障礙(含干擾)：加強巡檢，提升設備服務穩定度，並積極排除干擾源。

4. 訊號不佳：提供信號改善設備或 Wi-Fi Calling 服務，補強室內通訊品質。

5. 消費者保護：針對申訴個案進行調解溝通，提供客戶可接受方案。

6. 慣性申訴：持續關懷，提供必要協助。

(二) 申裝/異動/續約 (台灣之星)：

1. 請人員詳加說明，公司均有發送提醒繳款簡訊，並建議用戶可透過多元管道繳費或自動扣款繳費，另同時請人員宣揚專案預繳之優點，除可抵扣帳單外，也可避免因忙碌遺忘繳費造成不便。

2. 針對用戶對於活動規範及內容不熟悉之處，透過服務人員導讀官網及申裝頁面載明之內容加強說明。

為提升服務品質、減少申訴案件數量，本會將持續與電信業者召開「討論業者客服處理申訴案件事宜」會議，針對民眾申訴案件類型分析原因和解決對策，要求與會業者共同提出解決方式，以降低客訴案件數量，達到電信消費者對市場之信心，進而促進電信市場之永續經營，以達到友善消費者環境。