

臺南市109年度至111年度 汽車消費爭議案件性別 統計分析

報告時間：2023年12月20日

報告單位：消費者保護官室

目次

一、前言	1
(一)分析動機與目的.....	1
(二)分析範圍.....	2
二、本市汽車所有人性別比例分析	2
圖一：6都汽車所有人性別比例差異圖.....	3
圖二：本市汽車所有人各年齡層性別差異情形圖.....	4
三、本市109年度至111年度汽車消費爭議性別分析	4
(一)本市109年度至111年汽車消費爭議案件申訴性別比.....	4
圖三：本市109年度至111年度汽車消費爭議案件申訴人性別分析圖	4
(二)本市109年度至111年汽車消費爭議案件調解性別比.....	4
圖四：本市109年至111年汽車消費爭議案件申請調解人性別分析圖	5
圖五：本市109年至111年汽車消費爭議案件申訴後申請調解性別比例圖.....	5
(三)本市109年度至111年汽車消費爭議案件申訴人年齡性別比.....	5
圖六：本市109年至111年度各年齡層汽車消費申訴件數性別分析圖	6
(四)本市109年度至111年汽車消費爭議案件申訴人與代理人性別比.....	6
圖七：本市109年度至111年度汽車消費爭議申訴人使用代理人性別分析圖.....	7
圖八：本市109年度至111年度汽車消費爭議案件代理人性別分析圖	7
(五)本市109年度至111年度汽車消費爭議案件申訴性別比(新車與中古車).....	7
圖九：本市109年度至111年度新(中古)車消費爭議件數性別分析圖	8
圖十：本市109年度至111年度新車、中古車消費申訴人性別比例圖	8
(六)本市109年度至111年汽車消費爭議原因(申訴)性別比.....	8
圖十一：本市109年度汽車消費爭議類型性別分析圖.....	9
圖十二：本市110年度汽車消費爭議類型性別分析圖.....	9
圖十三：本市111年度汽車消費爭議類型性別分析圖.....	10
(七)本市109年度至111年汽車消費爭議原因(調解)性別比.....	10
圖十四：本市109年度至111年度各類汽車消費爭議申訴人申請調解率 性別差異圖.....	11
(八)本市109年度至111年度汽車消費爭議(調解)結果性別比.....	11
圖十五：本市109年度至111年度汽車消費爭議調解不成立件數性別分析圖.....	11

圖十六：本市 109 年度至 111 年度汽車消費爭議各爭議類型調解不成立 性別分析圖.....	12
圖十七 本市 109 年度至 111 年度汽車消費爭議各爭議類型調解不成立 比例性別分析圖.....	13
四、統計結果分析	13
五、相關政策建議	14

一、前言

(一)分析動機與目的

家長為自己家寶貝選購玩具時，常會預設「男生要買玩具車、女生要買娃娃」的選購邏輯，此種選購邏輯隱藏着性別定型之問題。如果男性從小被期待喜歡玩車，合理想像未來就汽車相關議題相對女性熟悉。

另由國家通訊傳播委員會委託研究兩性收視行為發現，男性收看國際新聞、政治新聞、體育競賽等節目的比例明顯高於女性，女性則是收看美食、戲劇、家庭生活等節目的比例明顯較高¹。從而，汽車商之行銷策略也常結合運動賽事、體育明星，為品牌、為新車產品爭取曝光，作為提升知名度的手段²，則所謂的男性懂車、女性不懂之刻板印象即有所根源。

然而，網路上卻常有以下各種歧視女性開車之笑話：如「不打方向燈就急轉彎的，一定是女人；雨刷跟車燈胡亂使用的，一定是老人；兩個都有，那就是老女人。女人、老人與老女人，恰好就是馬路三寶」、又如「昨天吃飯，聽幾個隔壁桌的笨蛋說："假如我知道自己坐的飛機是女駕駛，一定會嚇死啊。"我想這性別歧視實在太過分了，就站了起來對他們說："開飛機啊！又不用倒車跟路邊停車，有什麼可怕的！"」、「什麼東西會占掉18個車位？答：9個女司機」、「駕訓班教練：有沒有看到那個女同學在開車？前面擋風玻璃很乾淨，也沒下雨，但是她卻開著雨刷，你要注意了~~因為她要轉彎了」。

以上這等駕駛技術笑話其實反映男性熟悉汽車、女性拙於開車之印象，惟依據交通部統計之交通事故肇事數據其實並不必然，而且由保險公司風險評估觀點，在汽車保險費率計算上，女性的汽車保險費率向來低於男性，由此可以推斷在保險公司的統計資料中，男性駕駛更容易造成財產損失與傷亡³。

回到消費爭議案件問題層面，核心問題在於哪個家庭成員有權力決定買車？買什麼車？以及誰是家中握方向盤的人？此將決定是否對車輛進行瑕疵維修？如何之維修？從過往統計資料 2018 年中女性駕駛人僅佔總體駕駛人的 32%，如家中僅有 1 輛自用小客車者，其經常使用為男性者更占 73.5%，為女性者則占 26.5%，即家中僅有 1 輛車的家庭多由男性來駕駛⁴。

¹ 109 年通訊傳播市場發展概況與趨勢調查分析委託研究案案號：NCCT109008，頁 54，https://www.ncc.gov.tw/chinese/files/21021/5190_45724_210217_5.pdf(最後瀏覽日 112 年 12 月 4 日)。

² 運動行銷正夯 車商競相投入，中時電子報，<https://www.chinatimes.com/amp/realtimenews/20160422000363-261511> (最後瀏覽日 112 年 12 月 4 日)

³ 女人都是「馬路三寶」？如何透過數據理解男女性的駕車情況？台灣國家婦女館，<https://www.taiwanwomenscenter.org.tw/zh-tw/NewsMgt/News/Content/1/news673>，(最後瀏覽日 112 年 12 月 4 日)

⁴ 女人都是「馬路三寶」？如何透過數據理解男女性的駕車情況？台灣國家婦女館，

由此以觀，合理推測消費爭議案件應該有類此以男性申請為主之結果，因而產生男性較為懂車之假定，男性應有較與業者談論技術之能力，因而較不願接受業者方案，而女性因不熟悉車輛，較少提出消費爭議，縱有提起也將委請男性擔任代理人協助處理爭議。然而，此僅屬想像中之推論，國內尚無進一步進行性別分析，以為實證研究之基礎；再者，假定消費爭議案件係以男性提起為居多，但具體消費爭議實務中，消費爭議主張與調解之結果等面向呈現何種性別差異，也有其學理與實務探究之必要與意義，故本文爰就本市 109 年至 111 年間汽車買賣及維修消費爭議案件情形進行性別統計分析，以豐富我國消費爭議案件之性別圖象內涵，俾為汽車買賣及維修消費定型化契約應記載事項未來修法參考。

(二)分析範圍

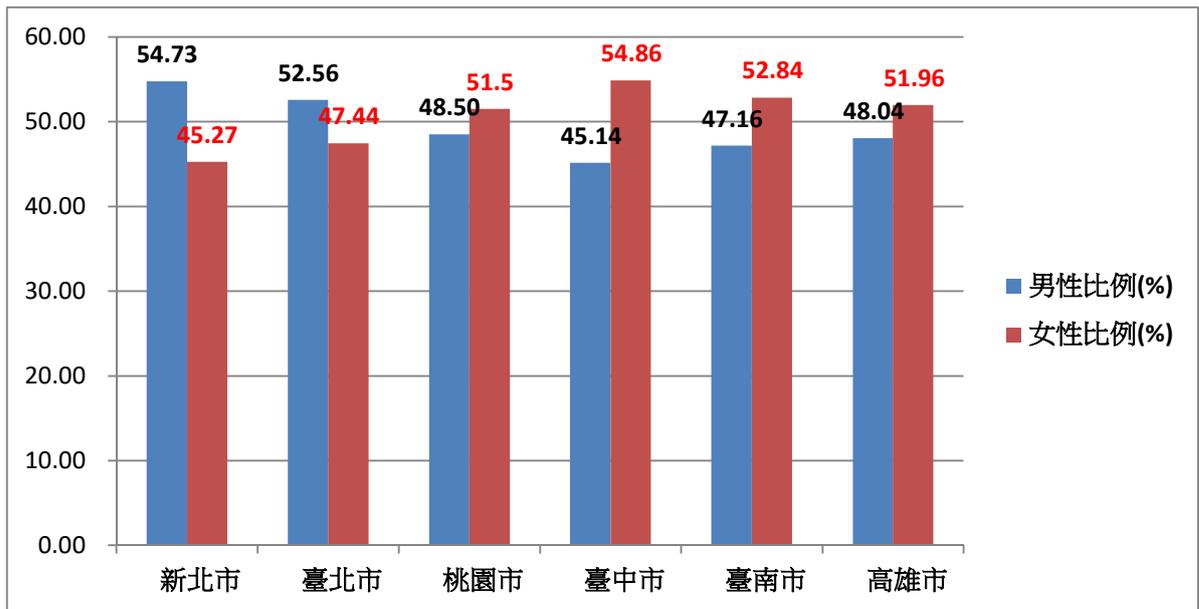
本文分析範圍為本市 109 年度至 111 年度間受理之汽車消費爭議案件，所稱之汽車消費爭議案件，就車輛性質而言包含新車與中古車、就爭議類型而言，包含買賣與後續維修保固服務。

二、本市汽車所有人性別比例分析

依據交通部公路局 111 年度汽車所有人性別統計分析，全國汽車所有人計 708 萬 3,839 人中，男性汽車所有人 352 萬 84 人，占 49.69%，女性汽車所有人占 356 萬 3,755 人，占 50.31%，全國汽車所有人性別比例趨近各半，女性汽車所有人略多男性汽車所有人計 4 萬 3,671 人，比例為 0.62%；至本市男女汽車所有人總人數 62 萬 1,163 人、男性汽車所有人 29 萬 2,933 人、女性汽車所有人 32 萬 8,230 人，女性汽車所有人較男性所有人多 3 萬 5,297 人，相差比例 5.68%⁵。6 都汽車所有人性別差異情形詳如圖一：

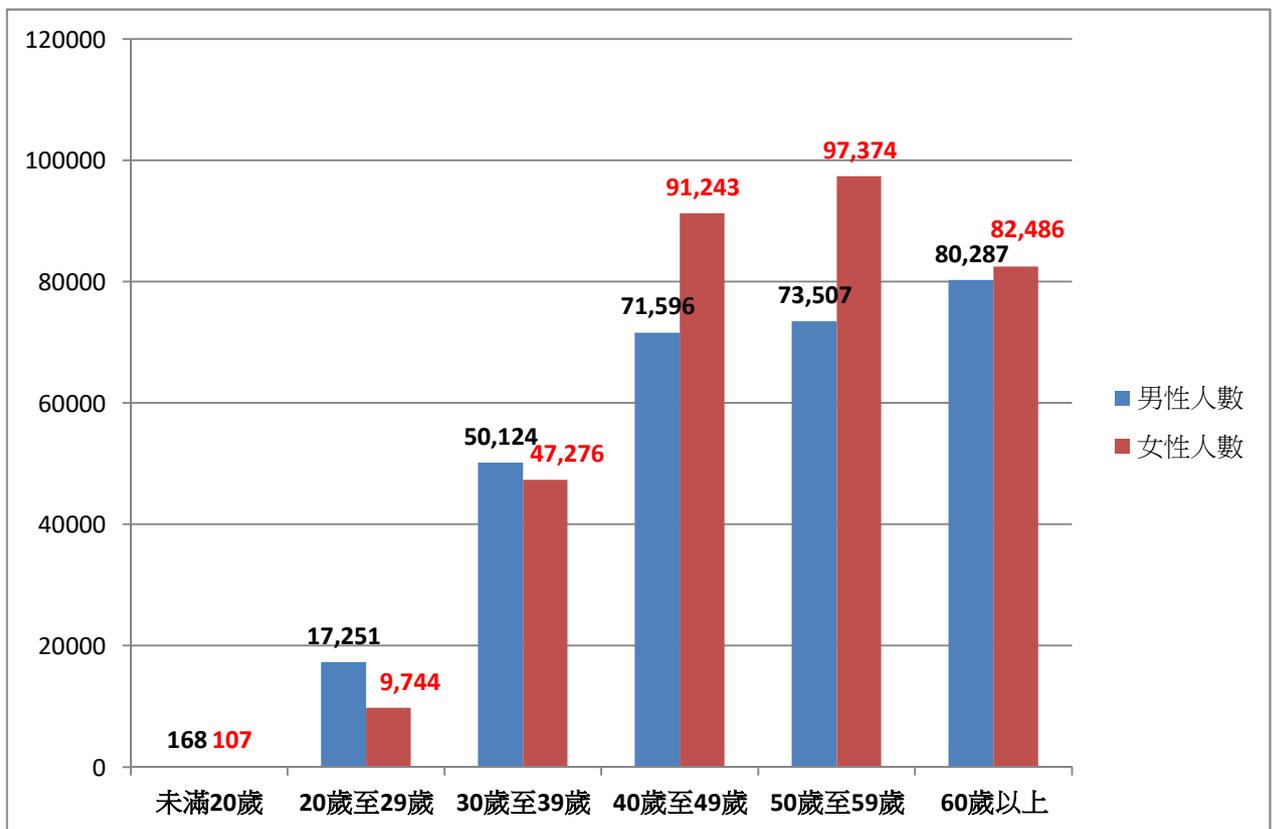
<https://www.taiwanwomenscenter.org.tw/zh-tw/NewsMgt/News/Content/1/news673>，(最後瀏覽日 112 年 12 月 4 日)

⁵按全國雖女性汽車所有人略高於男性，惟各縣市男女汽車所有人性別差異情形不一，如以 6 都分析臺北市、新北市男性汽車所有人人數均分別高於女性，(臺北市差 2 萬 7,584 人)、(新北市差 8 萬 4,025 人)，其餘則女性汽車所有人數高於男性，高雄市(差 3 萬 1,044 人)、臺中市(差 9 萬 4,549 人)、桃園市(差 2 萬 1,836 人)。



圖一：6都汽車所有人性別比例差異圖

又分析本市各年齡層汽車所有人性別差異情形，本市汽車所有人主要集中於「40歲至49歲」(26.22%)、「50歲至59歲」(27.50%)、「60歲以上」(26.20%)三個年齡層，合計占全部汽車所有人之79.93%，均為女性多於男性，惟「未滿20歲」、「20歲至29歲」、「30歲至39歲」等3年齡層雖僅占全體汽車所有人之20.07%，但上開3個年齡層性別差異則以男性汽車所有人高於女性，各年齡層性別差異情形詳如圖二：

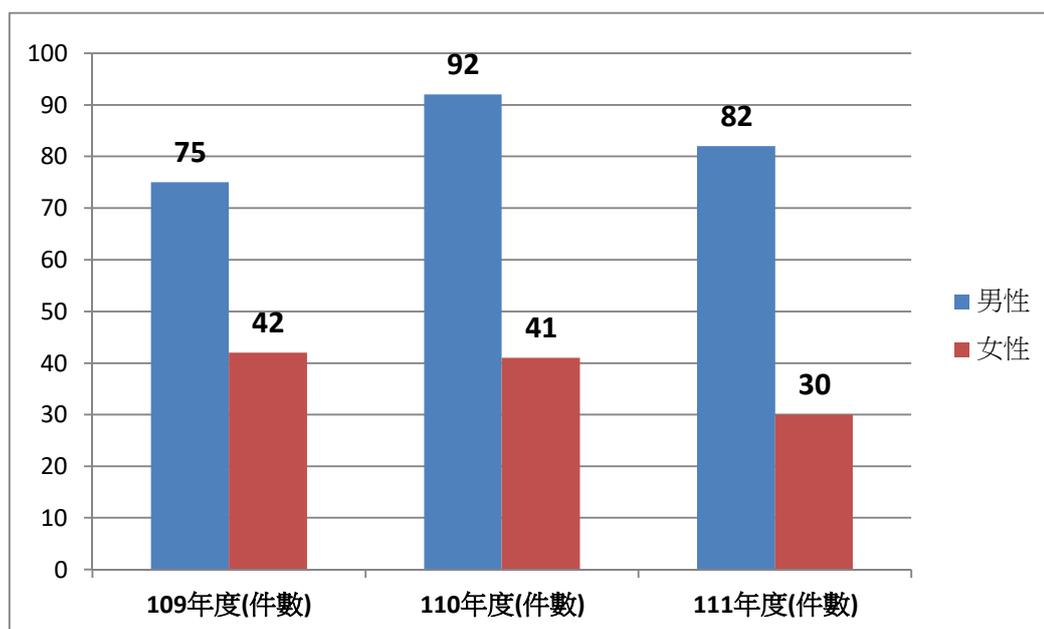


圖二：本市汽車所有人各年齡層性別差異情形圖

三、本市 109 年度至 111 年度汽車消費爭議性別分析

(一)本市 109 年度至 111 年汽車消費爭議案件申訴性別比

本市 109 年度至 111 年度受理汽車消費爭議申訴案件，分為 117、133、112 件，申訴人性別如下圖三，由圖三可知 109 年度至 111 年度男性申訴人申訴件數均高於女性，申訴人男女性別比例 109 年度為 64.10%：35.90%、110 年度為 69.17%：30.83%、111 年度則為 73.21%：26.79%，男性申訴人比率呈現逐年上升。

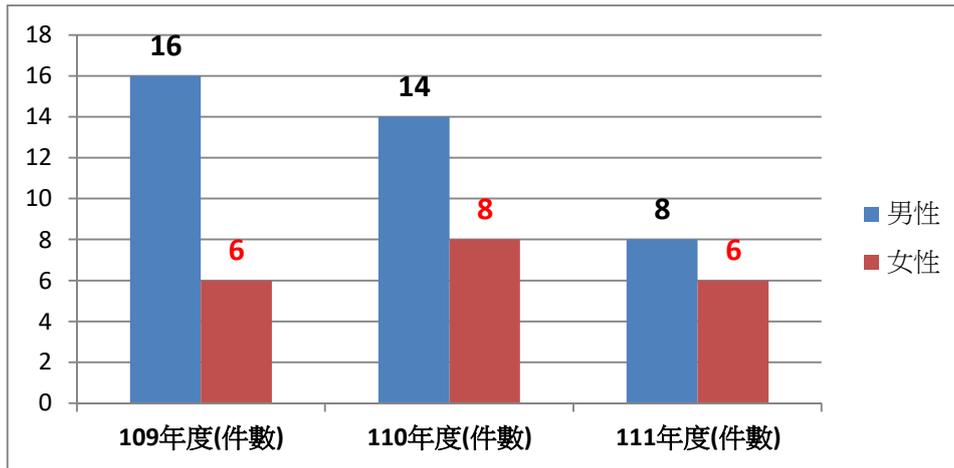


圖三：本市 109 年度至 111 年度汽車消費爭議案件申訴人性別分析圖

(二)本市 109 年度至 111 年汽車消費爭議案件調解性別比

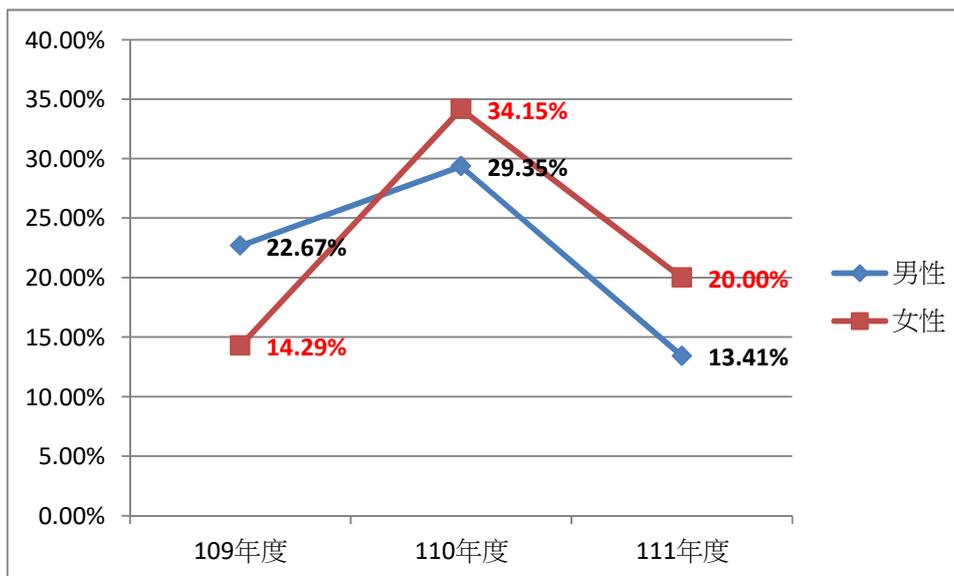
按消費者保護法第 43 條及第 44 條規定，消費爭議處理程序可區分為消費爭議申訴及消費爭議調解兩大程序，申訴程序係指消費者與企業經營者因商品或服務發生消費爭議時，消費者得向企業經營者、消費者保護團體或消費者服務中心或其分中心申訴，如未獲妥適處理時，消費者可得再向本府消費者保護官申訴；調解程序則為申訴未能獲得妥適處理時，消費者得向本府消費爭議調解委員會申請。

準此，並非所有申訴案件消費者皆會申請調解，申請調解程序代表案件爭議未能解決，而消費者仍有持續爭議之意願。本市 109 年至 111 年汽車消費爭議案件調解性別比情形如下圖四，男性申訴人申請調解件數較女性高：



圖四：本市 109 年至 111 年汽車消費爭議案件申請調解人性別分析圖

惟如以圖五申訴後提出調解之比例以觀，除 109 年度男性申訴人申訴後申請調解之比例高於女性外，其餘皆為女性申請調解之比例高於男性，其中 111 年度二者差距最大。準此，雖男性申訴人申訴案件較女性為多，惟申訴後申請調解之比例並不必然，而因女性申訴人申請調解件數相對男性較少，故是否為樣本數據累積較小所致，需後續持續觀察。



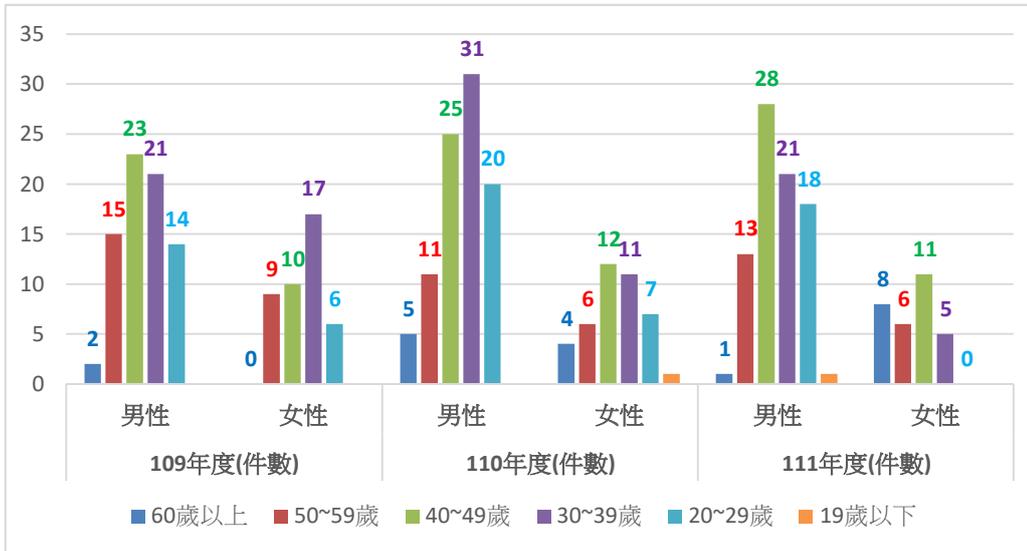
圖五：本市 109 年至 111 年汽車消費爭議案件申訴後申請調解性別比例圖

(三)本市 109 年度至 111 年汽車消費爭議案件申訴人年齡性別比

本市各年齡層汽車所有人性別差異情形如圖二所述，汽車所有人提出消費申訴年齡層集中於「40 歲至 49 歲」(26.22%)、「50 歲至 59 歲」(27.50%)、「60 歲以上」(26.20%)三個年齡層，均為女性多於男性，惟「未滿 20 歲」、「20 歲至 29 歲」、「30 歲至 39 歲」等 3 年齡層雖僅占全體汽車所有人之 20.07%，但上開 3 個年齡層性別差異則以男性汽車所有人高於女性。

然而，在汽車消費爭議申訴程序中，申訴人年齡則主要集中於「40~49

歲」、「30~39歲」、「20~29歲」，至「50~59歲」年齡層消費申訴案件已開始逐漸減少，「60歲以上」消費申訴案件減少幅度更顯著，各年齡層消費申訴性別比如下圖六：

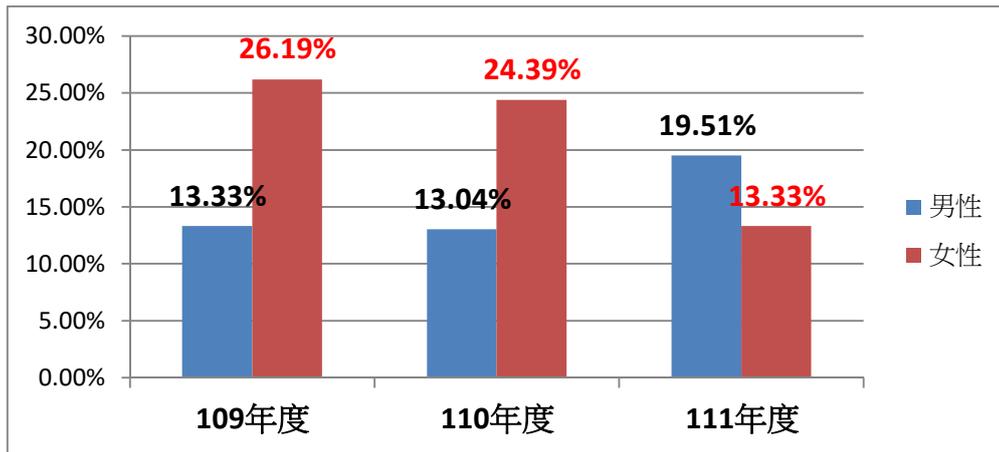


圖六：本市 109 年至 111 年度各年齡層汽車消費申訴件數性別分析圖

(四)本市 109 年度至 111 年汽車爭議案件申訴人與代理人性別比

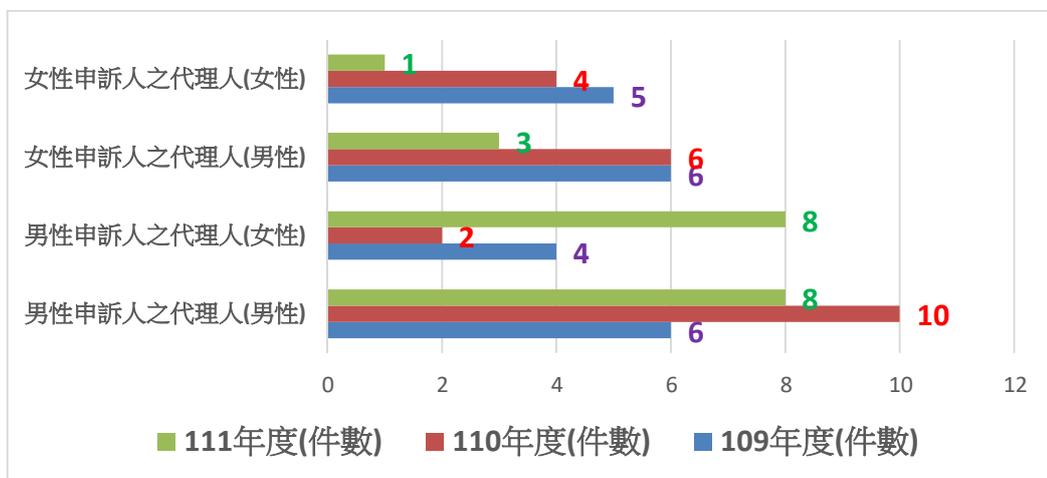
依消費爭議申訴案件處理要點第 2 點規定：「消費爭議之申訴，除第二項之情形外，應以書面提出，載明下列事項，並由申訴人或代理人簽名或蓋章：…」故申訴人之代理人常理推斷應係較申訴人更能處理汽車消費爭議，否則即失去委任代理人之目的。因此，申訴人與其代理人間之性別比例情形即有探究之價值，圖七爰就本市 109 年度至 111 年度間汽車消費申訴之申訴人委任代理人處理消費爭議案件進行性別分析。

由申訴人與代理人之性別比例分析，可知女性申訴人針對汽車消費爭議案件使用代理人處理消費爭議案件之比例於 109 年度及 110 年度均高於男性，111 年度始低於男性，惟 111 年度女性汽車消費爭議申訴人使用代理人之情形僅 4 件，是否為樣本數過低則待進一步探究。



圖七：本市 109 年度至 111 年度汽車消費爭議申訴人使用代理人性別分析圖

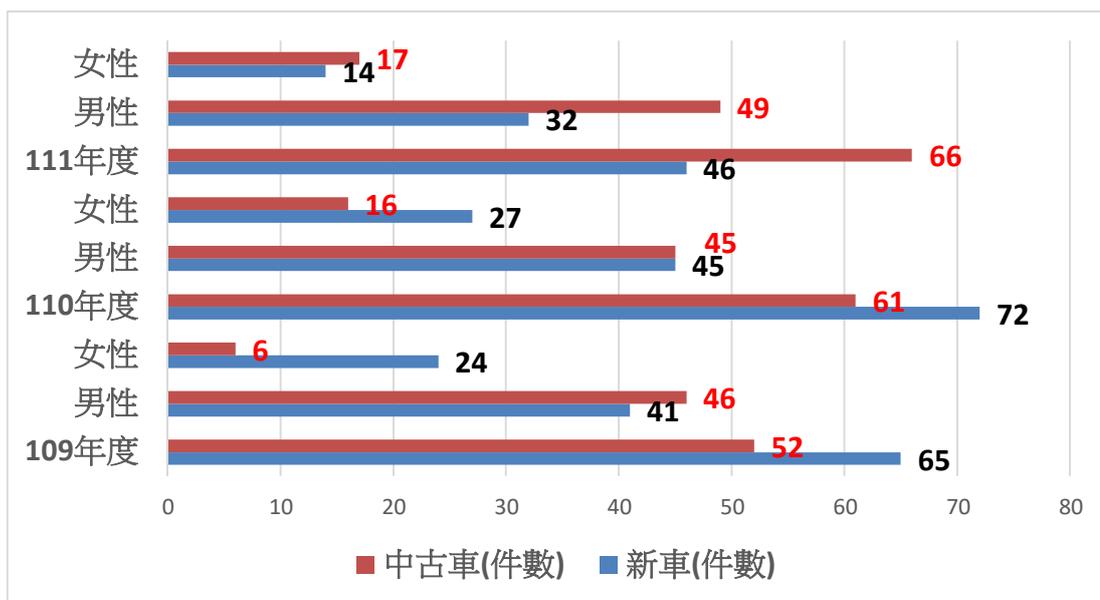
另由圖八申訴人與代理人之性別分析以觀，男性申訴人委任之代理人於 109 年至 111 年度均以男性居多，亦即男性申訴人委任男性代理人之情形最為普遍，惟至 111 年度男性申訴人委任女性代理人之比例已與男性代理人相當，女性申訴人雖也以委任男性代理人為多，惟於 109 年度與 110 年度間男女性代理人比例並未差異甚多，形成男性申訴人多委任男性擔任代理人，而女性申訴人雖亦有此傾向，但比例部分未若男性申訴人明顯。



圖八：本市 109 年度至 111 年度汽車消費爭議案件代理人性別分析圖

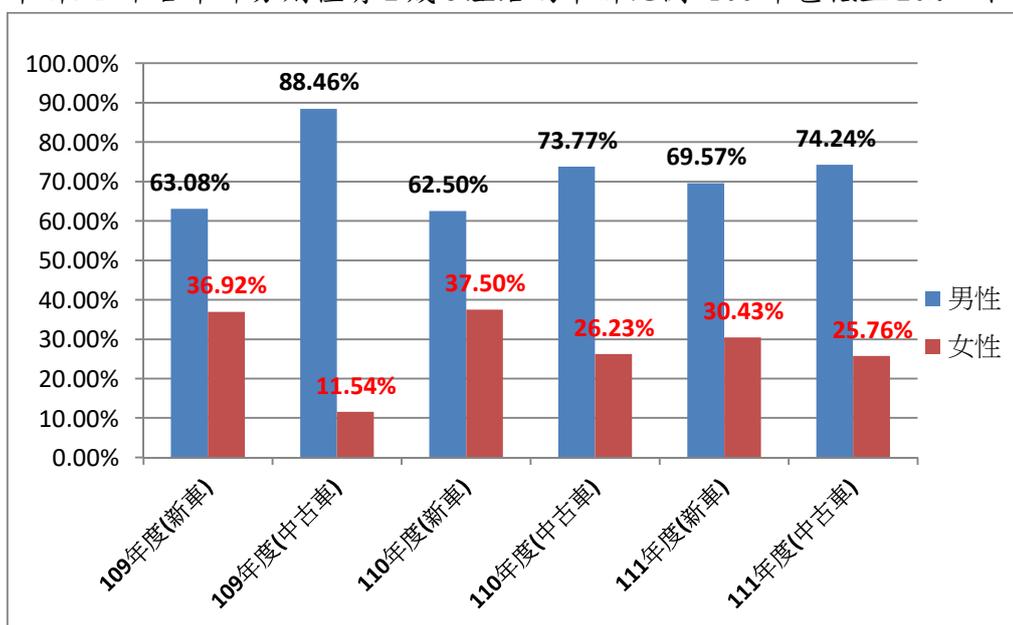
(五)本市 109 年度至 111 年度汽車消費爭議案件申訴性別比(新車與中古車)

汽車之維修與買賣分別涉及「汽車維修定型化契約應記載及不得記載事項」及「汽車買賣定型化契約應記載及不得記載事項」規定；又中古車之買賣另適用「中古汽車買賣定型化契約應記載及不得記載事項」，故依汽車之性質區分新車、中古車進行分析，新車消費爭議案件申訴情形：



圖九：本市 109 年度至 111 年度新(中古)車消費爭議件數性別分析圖

因為男性申訴人申訴件數於各年度均普遍高於女性，故進一步分析各年度新車、中古車申訴人性別比例，性別比例情形如圖十，由圖十呈現之趨勢可知中古車消費爭議案件之男女性申訴人差異較大，女性申訴人較少比例針對中古車提出消費爭議，至於新車部分則約有 3 成以上案件為女性申訴人，中古車部分則僅有 2 成 5 左右的申訴比例，109 年甚至至 20% 以下：

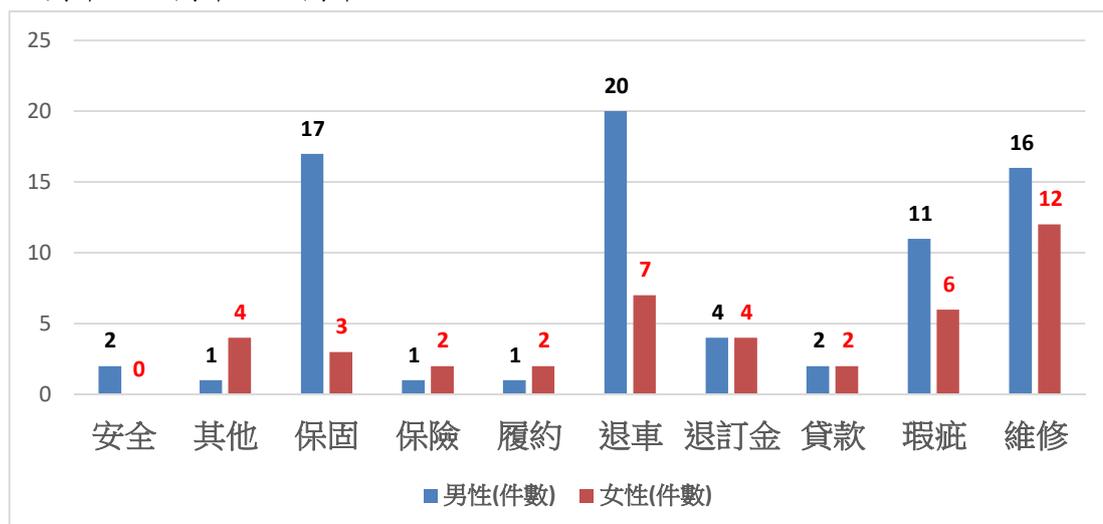


圖十：本市 109 年度至 111 年度新車、中古車消費申訴人性別比例圖

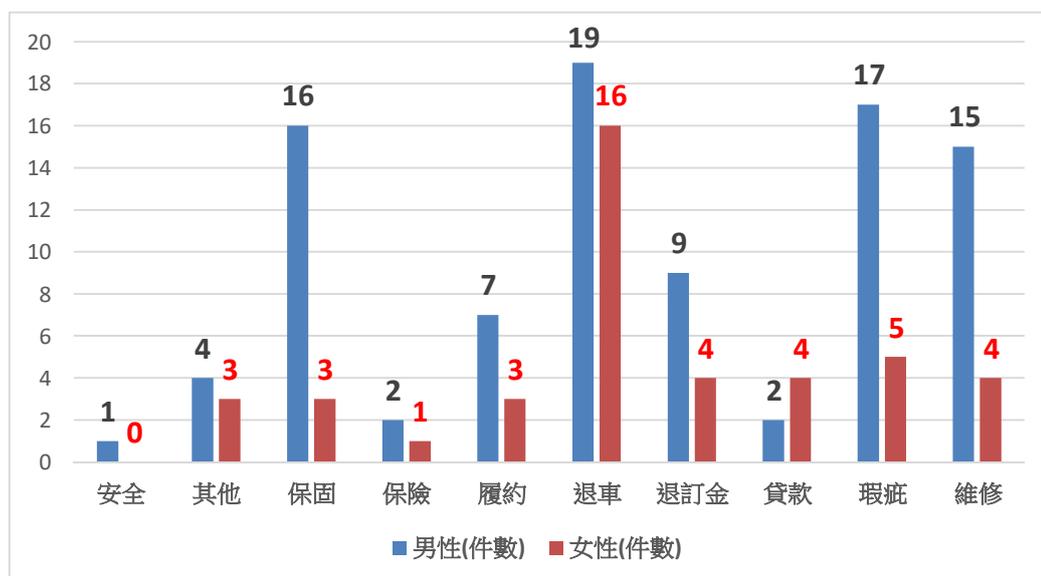
(六)本市 109 年度至 111 年汽車消費爭議原因(申訴)性別比

整理 109 年度至 111 年度汽車消費爭議原因，計分類有「安全」、「其他」、「保固」、「保險」、「履約」、「退車」、「退訂金」、「貸款」、「瑕疵」、「維修」等類，申訴爭議原因性別分析情形依 109 年度、110 年度、111 年度分

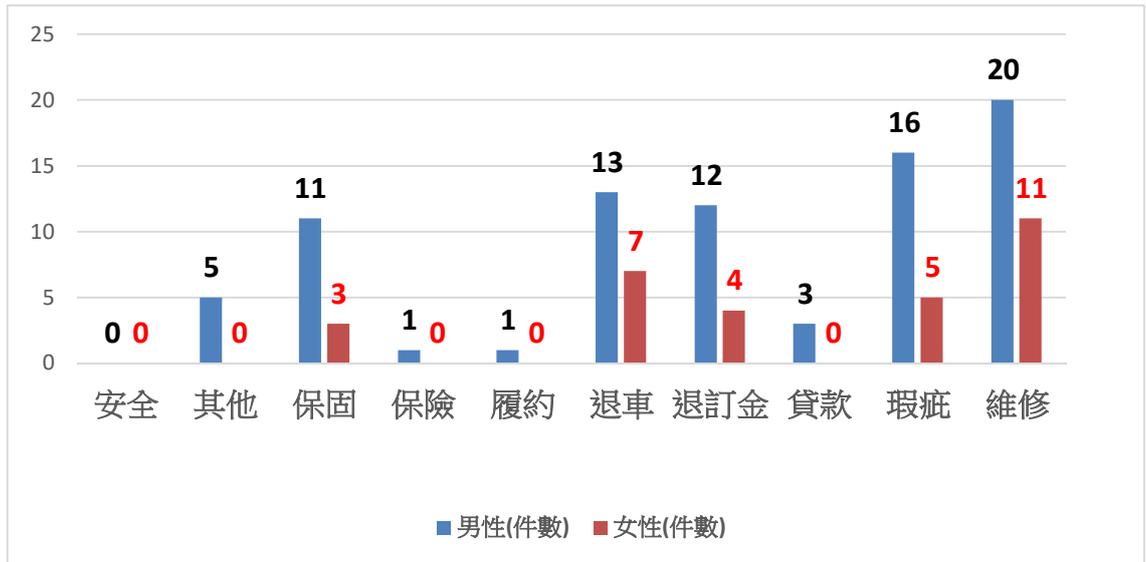
如圖十一、圖十二、圖十三：



圖十一：本市 109 年度汽車消費爭議類型性別分析圖



圖十二：本市 110 年度汽車消費爭議類型性別分析圖



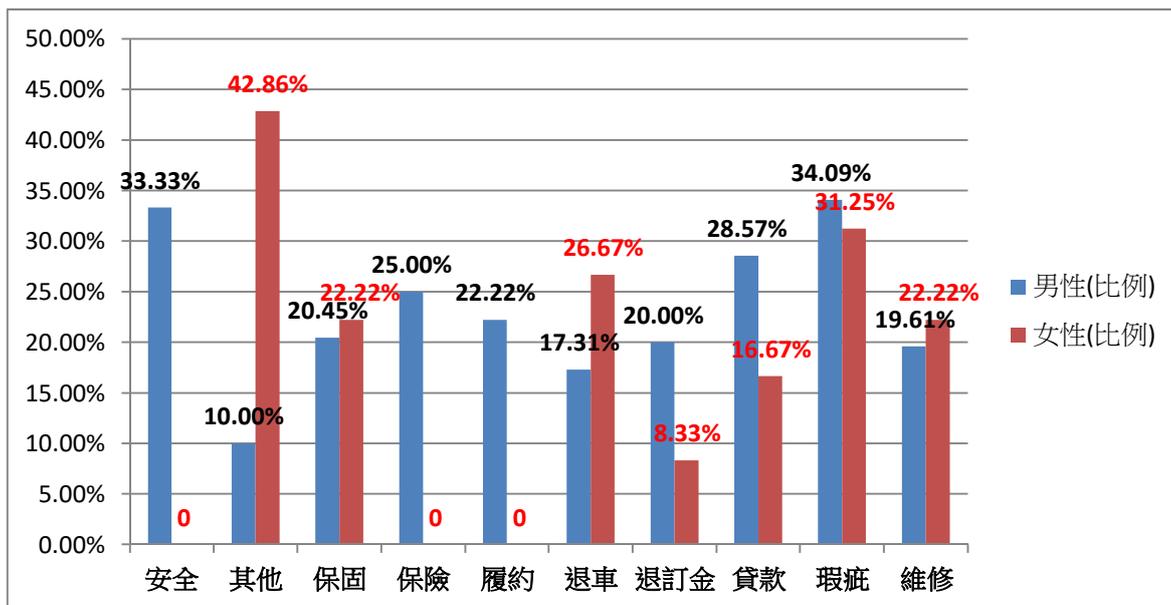
圖十三：本市 111 年度汽車消費爭議類型性別分析圖

由上開分析圖，可知男性申訴人主要爭執原因為「保固」、「退車」、「退訂金」、「瑕疵」、「維修」五種，女性爭執原因為「退車」、「維修」、「瑕疵」為顯著。

(七)本市 109 年度至 111 年汽車消費爭議原因(調解)性別比

分析申訴人就申訴後申請調解比例分析，男女性申訴人續為申請調解之性別比例分為男性為 22.08%、女性為 22.60%，女性續為申請消費爭議調解之比例較男性略高。進一步分析各爭議類型申請調解之性別差異情形如圖十四，依圖十四所示女性針對「退車」、「瑕疵」2 類型高於女性平均申請調解率；至於男性則針對「安全」、「保險」、「貸款」、「瑕疵」高於男性平均。兩性主要差異在「安全」、「保險」與「退車」類型，其中最大差異在「退車」類型，女性申訴人要求退車之比例高於男性，另女性未就「安全」爭議類型提出消費爭議申訴及調解。

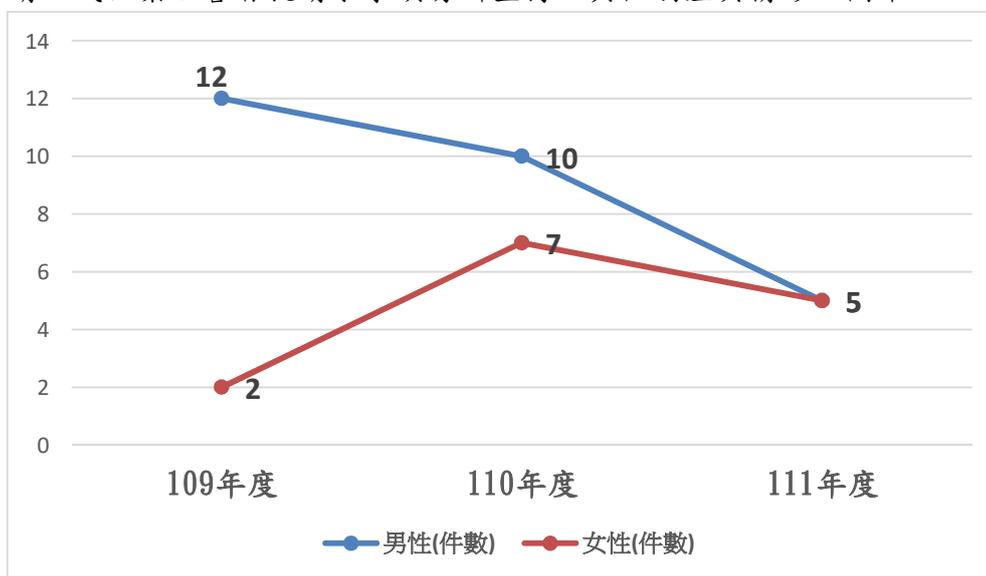
此外，「退車」類型亦為女性申請調解之主要原因類型，申請調解率達 26.67%高於女性平均申請調解率 22.60%、而男性就「退車」類型申請調解率則為 17.31%，低於男性平均申請調解率 22.08%，至於「瑕疵」類型於男女兩性申請調解率，男性為 34.09%、女性為 31.25%均高於平均調解率，二者差異不大。



圖十四：本市 109 年度至 111 年度各類汽車消費爭議申訴人申請調解率性別差異圖

(八)本市 109 年度至 111 年度汽車消費爭議(調解)結果性別比

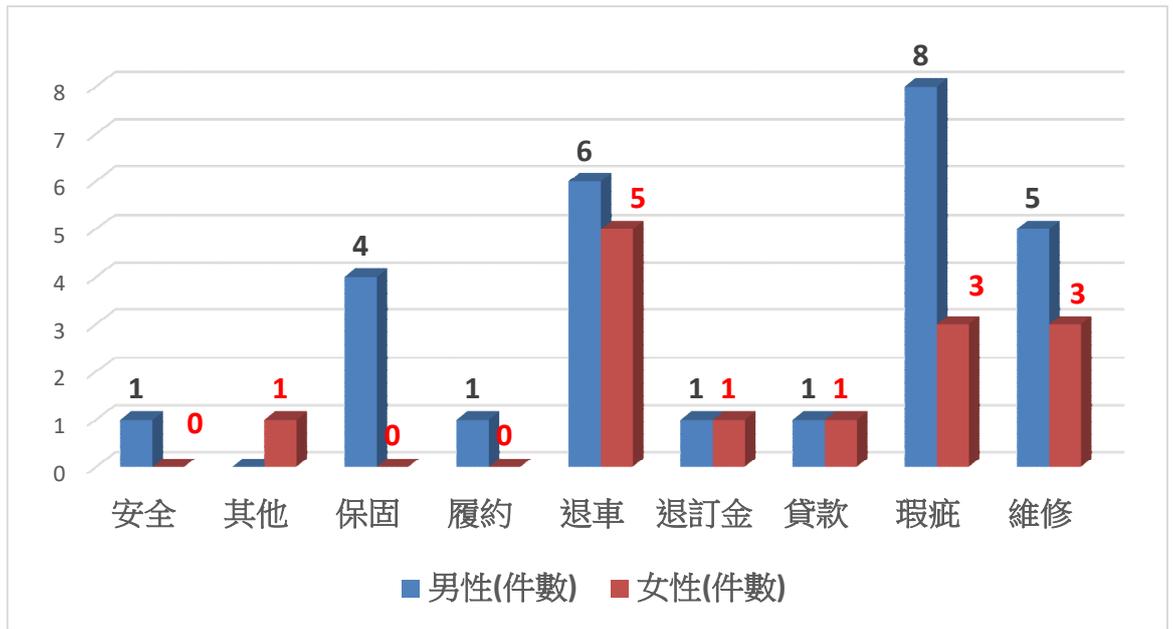
申請人申請調解後之處理結果型態眾多，以調解結果：「調解不成立」而言，反映申請人與企業經營者間就爭議事項未能有一致共識，其反映申請人或企業經營者就請求事項有所堅持，其性別差異情形如圖十五：



圖十五：本市 109 年度至 111 年度汽車消費爭議調解不成立件數性別分析圖

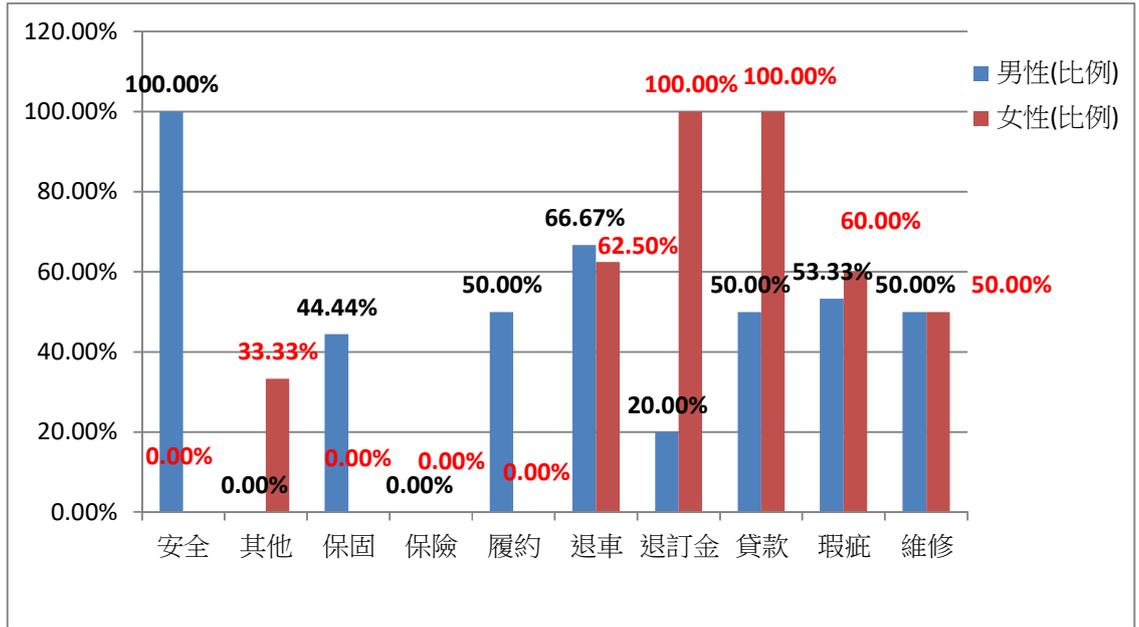
進一步分析各類型調解不成立件數之性別差異情形如下圖十六，調解不成立件數以男性爭執「瑕疵」類型不成立件數 8 件為最多，「退車」類型 6 件，「維修」類型則為 3 件居第三；至女性調解不成立類型則以「退車」類型 5 件為最多、「維修」類型次之、「保固」居第三，主要差異在於「退

車」爭議。



圖十六：本市 109 年度至 111 年度汽車消費爭議各爭議類型調解不成立性別分析圖

另以各類型爭議調解不成立情形分析，差異情形如圖十七，因樣本數字較小影響不成立比例，惟趨勢上大抵兩性於各類型調解不成立之比例中差異不大，如以調解件數較多之「退車」、「瑕疵」及「維修」類型為例，「退車」類型男性不成立率 66.67%、女性 62.50%，「瑕疵」類型男性不成立率 53.33%、女性不成立率 60%、「維修」類型則男女性不成立率均為 50%，其餘如「保固」類型男性不成立率為 44.44%，女性就「保固」案件型則均能順利解決爭議，其餘類型數較少可能難以具體統計其意義。



圖十七 本市109年度至111年度汽車消費爭議各爭議類型調解不成立比例性別分析圖

四、統計結果分析

- (一)全國汽車所有人女性高於男性，本市亦為女性汽車所有人高於男性。又各縣市情形不一，六都中臺北市及新北市均男性汽車所有人高於女性，其餘四都女性汽車所有人高於男性，男女性汽車所有人性別差別人數最大為臺中市，而本市次之。
- (二)本市各年齡層汽車所有人性別差異情形，本市汽車所有人主要集中於「40歲至49歲」、「50歲至59歲」、「60歲以上」三個年齡層，合計8成以上，均為女性多於男性，惟「未滿20歲」、「20歲至29歲」、「30歲至39歲」等3年齡層雖僅占全體汽車所有人之2成，但性別差異男性汽車所有人高於女性。
- (三)本市109年度至111年汽車消費爭議案件申訴人，男性申訴人申訴件數均高於女性，比例約6：4至7：3間；申請調解件數男性亦高於女性，與汽車所有人性別比例不同。惟男女性申訴後申請調解之比例，除109年度男性申訴人比例高於女性外，其餘皆為女性較高，但可能是否為樣本數據累積較小所致，需後續持續觀察。
- (四)汽車消費爭議申訴人年齡主要集中於「40~49歲」、「30~39歲」、「20~29歲」，至「50~59歲」年齡層消費申訴案件已開始逐漸減少，「60歲以上」消費申訴案件減少幅度更顯著，故申訴年齡層此部分與汽車所有人年齡層集中情形僅「40~49歲」階層重疊。
- (五)由本市109年度至111年度間汽車消費申訴人與代理人間之性別比例分析，女性申訴人使用代理人處理消費爭議案件之比例於109年度及110年度均

高於男性，111 年始低於男性。而男性申訴人委任男性代理人之情形最為普遍，但至 111 年度男性申訴人委任女性代理人之比例已與男性代理人相當，女性申訴人雖以委任男性代理人為多，但比例並未差異甚多，形成男性申訴人多委任男性擔任代理人，但女性申訴人則未必之情形，故想像女性不懂車故多找男性協助申訴之情形，於實務上並非必然。

- (六)以新車、中古車消費爭議性別分析結果，女性申訴人較少比例針對中古車提出消費爭議，至於新車部分則約有 3 成以上案件為女性申訴人，中古車部分則僅有 2 成 5 左右的申訴比例，109 年甚低至 20% 以下，中古車消費爭議上似存有性別差異。
- (七)由本市 111 年度汽車消費爭議類型性別分析，可知男性申訴人主要爭執原因為「保固」、「退車」、「退訂金」、「瑕疵」、「維修」五種，女性爭執原因為「退車」、「維修」、「瑕疵」為顯著。
- (八)以汽車消費調解原因性別比分析，女性續為申請消費爭議調解之比例較男性為略高，主要係針對「退車」、「瑕疵」2 類型；至於男性則針對「安全」、「保險」、「貸款」、「瑕疵」為高。兩性最大差異在「退車」類型，女性申訴人要求退車之比例高於男性申請調解率達 26.67%，高於女性平均申請調解率 22.60%，而男性就「退車」類型申請調解率則為 17.31%，低於男性平均申請調解率 22.08%。
- (九)調解不成立件數以男性爭執「瑕疵」類型不成立件數 8 件為最多，「退車」類型 6 件，「維修」類型則為 3 件居第三；至女性調解不成立類型則以「退車」類型 5 件為最多、「維修」類型次之、「保固」居第三，主要差異在於「退車」爭議。
- (十)以各類型爭議調解不成立情形分析，調解件數較多之「退車」、「瑕疵」及「維修」類型為例，「退車」類型男性不成立率 66.67%、女性 62.50%，「瑕疵」類型男性不成立率 53.33%、女性不成立率 60%、「維修」類型則男女性不成立率均為 50%，其餘如「保固」類型男性不成立率為 44.44%，女性就「保固」案件型則均能順利解決爭議，其餘類型數較少可能難以具體統計其意義。

五、相關政策建議

汽車買賣與維修消費爭議之性別差異並非如想像巨大，本文性別統計分析結果發現本市女性確實較男性少提出消費爭議申訴，差異情形高於汽車所有人性別比例，但提出消費爭議申訴後，在後續申請調解或委任代理人等部分，並無太大差異。因而，政策規劃上應著重理解何以女性提出消費爭議之件數低於男性。

在分析男女爭議件數之性別比例上，發現女性針對中古車爭議案件提出爭議之比例猶低於男性。現行「中古汽車買賣定型化契約應記載及不得記載事項」雖有就車況相關資訊列為應記載事項，惟實務車商多以「現況交車」特約免除瑕疵擔保責任，又多主張該等瑕疵消費者於現場並無異議而免責，

故建議參照性質相類似之「成屋買賣定型化契約應記載及不得記載事項」明定應填載「建物現況確認書」，建立「中古車現況確認書」之機制，清楚明確呈現中古車相關資訊，以根本解決消費者與二手車商間資訊與技術知識不對等情形，以期汽車消費爭議案件跳脫傳統性別刻板印象窠臼，使消費者皆能基於充分消費資訊，作成適當之消費決策。