

關鍵字廣告不得不當連接競爭對手資訊

鑑於網路普及性漸增及電子商務蓬勃發展，事業網站及其產品資訊於網路之曝光率，蔚成事業爭取交易機會之重要依據，但事業為此而向搜尋引擎業者購買關鍵字廣告時，小心不要「指鹿為馬」喔！

■ 撰文 = 林學良
(公平會服務業競爭處科員)

案例背景

小雯的手機服務契約最近快要到期了，心想就上網查查看現在使用的A電信公司有沒有推出新的優惠促銷方案，便以A電信公司的名稱為關鍵字搜尋，搜尋結果首先映入眼簾的連結標題，就是「獨家【A電信公司】月租費限時半價」，哇！這個折扣真的是殺很大，於是小雯興沖沖的點擊這個連結去瀏覽，沒想到跳出的頁面居然是B電信公司的網站，這是怎麼一回事呢？

所點非所需

經公平會調查，小雯所點擊的連結是B電信公司委託廣告代理商以A電信公司等競爭同業名稱，向搜尋引擎業者購買的關鍵字廣告，並在該關鍵字廣告連結標題內鑲入A電信公司的名稱，此舉顯然是利用A電信公司在市場多年投入推展服務之努力，吸引像小雯這樣的消費者目光之攀附行為，並輔以「月租費限時半價」優惠之聳動標題，誘使點擊關鍵字廣告連結，進入B電信公司的網站一探究竟。因此小雯所點擊的關鍵字廣告為B電信公司藉與競爭事業A電信公司相關之營業表徵連結，輔以具吸引力之廣告用語，增益

自己之交易機會。這樣做的效果，已有致潛在交易相對人選擇點擊該關鍵字廣告，使競爭事業蒙受潛在交易相對人流失之虞，構成足以影響交易秩序之顯失公平行為，故公平會認有違反公平交易法第25條規定，處B電信公司60萬元罰鍰。

結論

網路使用者搜尋某特定事業或商品（服務）資訊時，除非事先知悉該事業網域名稱或透過相關網頁所提供之超連結方式，否則在不確知相關資訊於網路所在位址情況下，多係藉由於搜尋引擎網站輸入與該特定事業或商品（服務）相關聯之關鍵字詞，始能於浩瀚網路中獲得所需相關資訊。惟倘事業為增加其網站之曝光率及造訪機會而購買關鍵字廣告，並於關鍵字廣告超連結標題、文案內鑲入他事業具招徠效果之著名商標、名稱或其他營業表徵，固便利其網站資訊為搜尋引擎所尋得，然此種行為，亦可能對於他事業為維護著名表徵或營業信譽所投入之努力造成損害。因此，公平會呼籲，事業購買關鍵字廣告時，務必注意其呈現效果及所指引網站應與事實相符，以免因影響交易秩序而觸法受罰。 