

# 行政院公平交易委員會處分書

公處字第 096081 號

被處分人：東森購物百貨股份有限公司

統一編號：84447390

址 設：臺北縣中和市景平路 258、266 號 1 樓，258 號 2 至  
4 樓，258、266 號地下 1 樓

代 表 人：○○○ 君

地 址：同上

被處分人：寶盈有限公司

統一編號：23094303

址 設：臺北市吳興路 500 巷 6 號 1 樓

代 表 人：○○○ 君

地 址：同上

被處分人因違反公平交易法事件，本會處分如下：

## 主 文

- 一、被處分人於電視購物頻道宣播「美體大師魔法帶」商品廣告，宣稱「懶人運動法……使用 5 分鐘約等於跑步 500 公尺、游泳 50 公尺、搖呼拉圈 200 下、爬樓梯 10 層樓」等效能，就商品之品質及內容為虛偽不實及引人錯誤之表示，違反公平交易法第 21 條第 1 項規定。
- 二、被處分人自本處分書送達之次日起，應立即停止前項違法行為。
- 三、處東森購物百貨股份有限公司新臺幣 157 萬元罰鍰。  
處寶盈有限公司新臺幣 9 萬元罰鍰。

## 事 實

- 一、本件緣行政院衛生署於 95 年 6 月 28 日來函略以：寶盈有限公司（下稱寶盈公司）於東森購物台宣播刊登「美體大師魔法帶」商品廣告，該廣告商品非屬藥事法所稱之醫療

器材，宣稱「懶人運動法……使用 5 分鐘約等於跑步 500 公尺、游泳 50 公尺、搖呼拉圈 200 下、爬樓梯 10 層樓」等詞句非屬醫療效能，疑涉誇大不實。

## 二、調查經過：

(一) 案經函請案關商品供貨商寶盈公司提出書面陳述及到會陳述，略以：

- 1、寶盈公司為案關商品供應商，委由東森購物百貨股份有限公司（下稱東森購物公司）於電視及其他通路代為行銷。
- 2、該公司對案關廣告內容無審閱之權利，不須支付廣告費，但須贊助活動行銷費用，每筆銷售商品贊助新臺幣（下同）100 元（含稅）。
- 3、案關「美體大師魔法帶」商品內裝 9 顆震動馬達，每分鐘震動身上的肌肉 6,000 次，讓身上的肌肉得到運動，就好像跑步、游泳、搖呼拉圈等之運動。
- 4、案關商品銷售價格為 1,880 元，實際出貨 90 件。
- 5、案關廣告宣稱之效果僅為比喻說法，所呈現之數據係由寶盈公司配合製作人要求形式，依商品每分鐘震動 6,000 次，使用 5 分鐘可使肌肉震動 30,000 次的效能，自行按經驗估算，其 30,000 次肌肉震動的效果，大約等於跑步 500 公尺、游泳 50 公尺的效果，故於字卡上製成系爭宣稱表示，因非醫療器材，並沒有相關之臨床試驗資料及理論依據。
- 6、寶盈公司根據東森購物公司之聯絡，備齊消費者訂購數量，送至東森購物公司，由東森購物公司負責寄送與收費事宜，如有退貨，則由東森購物公司通知寶盈公司取回。從廣告播出、至收費、退貨及開立發票等事宜，均由東森購物公司直接與消費者接洽，而寶盈公司僅負責商品之提供。利潤分配則依雙方約定之拆帳比例（50%）分配得之銷售總額，另每件商品須再扣除活動行銷贊助費用 100 元。

(二) 另函請東森購物公司提出書面陳述及到會陳述，略以：

- 1、案關商品及廣告用語皆係由寶盈公司提供，東森購物公司僅將寶盈公司提供之廣告素材製成廣告，此觀其

- 與寶盈公司簽訂之商品寄售契約書第1條規定自明。
- 2、案關商品售價1,880元，至95年5月23日止之銷售數量為90件。
  - 3、案關商品廣告內容，僅係說明按摩帶之震動次數與運動時肌肉震動次數相接近，並非敘述醫療效能或任何效果。
  - 4、寶盈公司與東森購物公司簽訂商品寄售契約書，由寶盈公司提供商品，委託東森購物公司於電視及其他媒體或通路代為行銷。商品廣告製作過程，係透過製播會議由廣告製作人、供應商及主持人一同討論，對廣告呈現內容達成協議，再於東森購物頻道現場直播廣告，寶盈公司負責人林瑤義就本件案關商品廣告係直接參與現場直播錄影。故於製播會議討論後，廣告所需資料及素材係由供應商準備，供應商就案關廣告內容若有疑義或其他意見，皆可在製播會議中提出，是系爭廣告內容皆已獲寶盈公司同意，而寶盈公司不須支付任何廣告費用。本件商品製播會議中，因製作人認為寶盈公司最初提供的系爭「美體大師魔法帶」商品宣稱內容「每分鐘震動6,000次」稍嫌不足，另請寶盈公司再提供較具廣告宣傳力之相關說明，故案關廣告所宣稱之表示係由寶盈公司所提出，並於會議中決議使用該宣稱表示。案關商品並非醫療器材，故無相關之臨床試驗資料及理論依據。案關廣告用語僅宣稱「約等於……」，且播出時間不長，應不會造成消費者誤認。
  - 5、案關商品銷售模式係由供貨商提供報價單，再依拆帳比例分配所得之銷售價額。案關商品寶盈公司提供的報價（售價）為1,880元，本件約定拆帳比例是50%。銷貨方式是消費者直接與東森購物公司聯絡訂貨，由東森購物公司倉庫直接送貨給消費者，經7至10天鑑賞期後，再由東森購物公司開具發票，另行寄送給消費者。
  - 6、案關廣告刊登期間僅為95年5月23日上午10時50分至12時50分區間現場播出，該次案關商品廣告當

天之銷售數量為 90 件。

### 理由

一、按公平交易法第 21 條第 1 項規定：「事業不得在商品或其廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於商品之價格、數量、品質、內容、製造方法、製造日期、有效期限、使用方法、用途、原產地、製造者、製造地、加工者、加工地等，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。」所稱「虛偽不實」係指表示或表徵與事實不符，其差異難為相當數量之一般或相關大眾所接受，而足以引起錯誤之認知或決定者；所稱「引人錯誤」係指表示或表徵不論是否與事實相符，其差異難為相當數量之一般或相關大眾所接受，而足以引起錯誤之認知或決定者。事業倘於廣告上就商品之品質及內容等為虛偽不實或引人錯誤之表示，即違反前開規定。

二、有關案關商品廣告之行為主體，茲研析如次：

(一) 就廣告製播與審閱模式而論：查案關「美體大師魔法帶」商品係由寶盈公司提供，於東森購物 2 台播放，前開購物頻道為東森購物公司所經營。次查寶盈公司與東森購物公司間之「商品寄售契約書」第 1 條：「甲(即寶盈公司)、乙(即東森購物公司)雙方同意，由甲方負責商品及相關宣傳素材之提供，乙方負責製作相關之節目及(或)廣告，經由包括但不限於電視、書刊、網路、報紙、廣播及 DM 等媒體通路為公開播送及(或)刊載，以行銷甲方所提供之商品。」及第 9 條第 1 款：「……乙方有權就甲方所提供之宣傳素材、樣品，於不損及甲方企業形象及權益之範圍內加以重製、改作及編輯，並得公開播送、公開傳輸、公開上映、公開展示及刊載於平面媒體及網路等，以為宣傳行銷使用。」據上，寶盈公司「美體大師魔法帶」商品係授權東森購物公司於電視購物頻道上銷售，並提供廣告素材，且與東森購物公司約定贊助行銷費用每筆 100 元，此有寶盈公司與東森購物公司簽立之「廠商專案活動行銷費用贊助同意書」可稽。東森購物公司並依渠等簽訂之「商品寄售契約書」，雙方事先就商品特性、廣告內容等，召開製播會議進行研擬，嗣由

東森購物公司製作、拍攝廣告，並於電視購物頻道播放。東森購物公司與寶盈公司俱參與製播會議，知悉播放之內容，且於製播會議中審酌後據以播出，故對於案關廣告內容雙方應可謂均有製作與審閱之責。

(二) 就案關商品之交易模式與收益分配而論：查東森購物公司與寶盈公司簽訂之商品寄售契約書第 2 條第 1 款：「……乙方（即東森購物公司）有權選擇全部或部份之商品作為本契約銷售之標的」，另第 5 條第 1 款規定「雙方同意，『標的商品』之交付，採『入庫暫存』方式。『入庫暫存』者，係指甲方依乙方『借入採購委託書』（以下簡稱「採購單」）上指定之『標的商品』別、數量及交貨時間、地點，將『標的商品』按時如數送達乙方之物流中心或指定之處所，交付乙方指定之人點收、簽認……」查案關商品實際銷售予消費者之價格為 1,880 元，進貨單價為 900 元，東森購物公司不否認案關商品之售價依拆帳比例扣除進價之差額即歸屬於東森購物公司，而寶盈公司亦自承與東森購物公司以 50% 之比例共同分配交易所得，東森購物公司與寶盈公司因案關廣告之行銷效果而增加交易機會，並分別獲有收益，當無疑義。

(三) 就案關廣告予消費者之印象及交易與發票開立流程而論：查案關廣告係於東森購物公司所屬頻道播放，次查第 3 條第 2 款「乙方有權自行選擇媒體通路銷售『標的商品』，透過乙方之客戶服務部（劃撥、轉帳、信用卡授信、電話訂購、合作門市等）接受消費者訂單，並收取貨款。」東森購物公司既將案關商品經由自己購物頻道銷售，且就本案訂購者在整個交易流程中所獲印象，東森購物公司係自供貨商處取得商品，接受消費者訂單，並取得貨款，消費者據以交易之對象或及主觀交易信賴關係仍繫於東森購物公司。且據東森購物公司及寶盈公司自承，消費者所取得之最終銷貨發票係由東森購物公司所開立，東森購物公司對案關廣告所載之銷售資訊負有真實表示及注意義務，殆無疑義，尚難因系爭廣告素材係供貨商寶盈公司所提供而予以卸責。而寶盈公司支付行銷贊助費用，並經由東森購物公司合作之關係，取

得以案關廣告向消費者銷售商品之通路，增加銷售商品之機會，且案關廣告內容又經其參與製作後宣播，自不能因未支付廣告費用而據以卸免其廣告真實表示及注意之義務。

- (四) 綜觀東森購物公司與寶盈公司雙方就案關廣告之製播、審閱，收益分配及整體交易與發票開立流程，東森購物公司與寶盈公司於案關商品之銷售與廣告製播有合作關係，且因案關廣告之行銷效果而增加各自之交易機會，並分別獲有商品之銷售收益，故東森購物公司與寶盈公司均應認定為本案廣告之行為主體。

三、按廣告係事業爭取交易之慣用手法，廣告主於宣播廣告之時，應克盡查證及真實表示之義務，倘廣告主未能確定廣告之真實性，而逕予宣播，致有虛偽不實或引人錯誤情事者，仍當負不實廣告表示之責任。查「美體大師魔法帶」商品廣告內容，係於東森購物 2 台宣稱「懶人運動法……使用 5 分鐘約等於跑步 500 公尺、游泳 50 公尺、搖呼拉圈 200 下、爬樓梯 10 層樓」等，予人印象應為使用案關商品可達成與廣告所述運動相當之效果。東森購物公司雖承稱前開廣告係說明按摩帶之震動次數與運動時肌肉震動次數相接近，然東森購物公司及寶盈公司迄未能提供具醫學學理、臨床試驗或科學依據等具體事證足以證明案關廣告係為真實。此並經東森購物公司與寶盈公司到會陳述坦承案關廣告內容並無醫學學理、臨床試驗或科學依據以資佐證在案。另寶盈公司雖提供案關商品馬達震動次數檢測表，上載有「No-load Speed 6000 rpm(min)」，並以手寫加註「每分鐘馬達轉速 6000 次」，然該文件上所載馬達編號是否即為案關商品，仍待商榷，且該文件上亦無檢測單位之署名，寶盈公司自承係製造商自行所為之測試，屬零件之規格表，該文件之公信力，不無疑義。縱案關商品確經檢測，每分鐘可震動 6,000 次，然並無事證足證該等震動次數與廣告宣稱之各項運動效果即屬一致，案關廣告表示應僅屬主觀之推測與估算，此亦為寶盈公司所不否認，故依現有事證，案關廣告應為虛偽不實及引人錯誤之表示，核已違反公平交易法第 21 條第 1 項規定。

- 四、綜上，依現有事證，東森購物公司與寶盈公司所為案關「美體大師魔法帶」商品之廣告，就商品之品質及內容應為虛偽不實及引人錯誤之表示。
- 五、綜上論結，被處分人東森購物公司與被處分人寶盈公司於電視購物頻道宣播「美體大師魔法帶」商品廣告，宣稱「懶人運動法……使用 5 分鐘約等於跑步 500 公尺、游泳 50 公尺、搖呼拉圈 200 下、爬樓梯 10 層樓」等效能，就商品之品質及內容為虛偽不實及引人錯誤之表示，核已違反公平交易法第 21 條第 1 項規定。經審酌其違法行為之動機、目的、及預期之不當利益；違法行為對交易秩序之危害程度；違法行為危害交易秩序之持續期間；因違法行為所得利益；事業之規模、經營狀況、營業額及其市場地位；違法類型曾否經中央主管機關導正或警示；以往違法類型、次數、間隔期間及其所受處罰；違法後懊悔實據及配合調查等態度；與其他因素，爰依同法第 41 條前段規定處分如主文。

中 華 民 國 96 年 4 月 20 日

被處分人如有不服本處分，得於本處分書達到之次日起 30 日內，向本會提出訴願書（須檢附本處分書影本），訴願於行政院。