

公平交易委員會處分書

公處字第 102029 號

被處分人：納智捷汽車股份有限公司

統一編號：28435456

址 設：苗栗縣三義鄉西湖村伯公坑 39 號之 1

代 表 人：○○○ 君

地 址：同上

被處分人：北智捷汽車股份有限公司

統一編號：24367766

址 設：新北市新店區中興路 3 段 9 號 1 樓

代 表 人：○○○ 君

地 址：同上

被處分人：桃智捷汽車股份有限公司

統一編號：24367365

址 設：桃園縣八德市中華路 256 號

代 表 人：○○○ 君

地 址：同上

被處分人：中智捷汽車股份有限公司

統一編號：24367490

址 設：臺中市西屯區市政路 3 號 1 樓

代 表 人：○○○ 君

地 址：同上

被處分人：南智捷汽車股份有限公司

統一編號：24368955

址 設：臺南市永康區中正南路 546 號

代 表 人：○○○ 君

地 址：同上

被處分人：高智捷汽車股份有限公司

統一編號：29014572

址 設：高雄市前鎮區一心一路 356 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、被處分人於銷售「LUXGEN 7 MPV」汽車商品廣告，對於商品之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、處納智捷汽車股份有限公司新臺幣 80 萬元罰鍰。
處北智捷汽車股份有限公司、桃智捷汽車股份有限公司、中智捷汽車股份有限公司、南智捷汽車股份有限公司、高智捷汽車股份有限公司各新臺幣 30 萬元罰鍰。

事 實

- 一、案緣民眾於 101 年 6 月 1 日、3 日、4 日、5 日以電子郵件檢舉納智捷汽車股份有限公司(下稱被處分人納智捷公司)涉及違反公平交易法第 21 條規定，略以：渠等於 101 年 4 月收到由裕隆汽車製造股份有限公司(下稱裕隆公司)所發出之安全性召回改正通知，通知上所述需將 LUXGEN 7 MPV 汽車(下稱案關汽車商品)回廠安裝小客貨車後車廂應有之橫桿/保護桿，及變更第三排座椅位置至原出廠設定之位置，惟於購車時被處分人納智捷公司並未告知案關汽車商品為客貨兩用車，且廣告 DM、型錄乃至被處分人納智捷公司官方網站資料，甚至是交車時均未見有小客貨車後車箱應有之橫桿/保護桿，及第三排座椅位置於原出廠設定之位置；另於發出安全性召回改正通知後，被處分人納智捷公司網站上更新的第三排位置圖可看出第三排座椅是和第二排座椅緊靠在一起，涉有欺瞞消費者之實。
- 二、本會另於 101 年 6 月 4 日接獲民眾來函檢舉，略以：渠於 100 年 1 月時前往被處分人納智捷公司購買案關汽車商品，當時

型錄所呈現之車輛乘坐空間及第三排座椅具收納翻轉功能，符合購車需求，惟渠於101年4月收到裕隆公司所發出之安全性召回改正通知，第三排座椅正確合法位置，應將座椅往前移動約20公分，且需在行李箱及第三排座椅上方加裝貨桿，如此案關商品將喪失第三排乘坐之空間、座椅之收納翻轉之功能，已不符當初購車所需，爰認涉有廣告不實、意圖隱瞞消費者之情。

三、調查經過：

(一) 經函請檢舉人補提說明資料，略以：案關汽車商品在未接受召回改正前，第三排座椅可收折翻轉，幾乎可全部收入後車廂底板內，整個車廂幾乎呈現平坦之狀態，收折之後足以將20吋之摺疊腳踏車，在不需摺疊下，直接放入後車廂內；如接受召回改正，由於第三排座椅往前移動約20公分，將造成座椅無法收折至車廂底板內，影響後車廂容積及利用空間，此情與廣告文宣不符。

(二) 經函請被處分人納智捷公司書面陳述、補充陳述及到會陳述，略以：

1、案關汽車商品為被處分人納智捷公司所發展之自有汽車品牌，委由裕隆公司代工製造，再由被處分人納智捷公司銷售予全國5家經銷商，即北智捷汽車股份有限公司、桃智捷汽車股份有限公司、中智捷汽車股份有限公司、南智捷汽車股份有限公司及高智捷汽車股份有限公司（下稱被處分人納智捷經銷公司），再由被處分人納智捷經銷公司銷售予消費者，故被處分人納智捷經銷公司所得之銷售利潤全歸被處分人納智捷經銷公司所有，與被處分人納智捷公司無銷售利潤分配之問題；另被處分人納智捷公司就案關廣告文宣，原則上訂定產品的行銷定位、策略等大方向，其後則交由被處分人納智捷經銷公司總經理組成之廣告委員會，決定具體之廣告設計內容，並將會議結論照會被處分人納智捷公司，被處分人納智捷公司就廣告設計內容進行形式審閱，除非該廣告設計內容明顯違背被處分人納智捷公司行銷部

所訂定之行銷定位，原則上不干涉廣告委員會之決定。即被處分人納智捷公司對其產品之廣告文宣，係維持因地制宜之操作彈性，但仍保留必要時由管理階層直接介入處理之機制。又案關廣告製作與行銷費用係由發包印刷及製作廣告之被處分人納智捷經銷公司自行負擔。

- 2、案關廣告文宣係由被處分人納智捷經銷公司基於銷售需求而印製，並由被處分人納智捷經銷公司自行散發，其方式多為以夾報／派報方式散發；另有關被處分人納智捷經銷公司所使用之廣告及輔助銷售工具正本，由於依照業界慣例，經銷公司如已印製新版本的廣告文宣，則過期之版本通常均會加以銷毀，提供盡力蒐集所得的廣告文宣，包括案關DM、型錄、規配表。
- 3、被處分人納智捷公司官方網站之經營係由被處分人納智捷公司行銷部負責，將被處分人納智捷公司品牌之汽車商品相關廣告文宣刊載於官方網站，文宣內容係取材自廣告委員會或被處分人納智捷經銷公司所決定並定案之廣告文宣內容，被處分人納智捷公司原則上均不介入官方網站上案關廣告之實質製作及審閱，案關網站廣告係為因應案關汽車商品上市，自98年8月起刊載；另被處分人納智捷公司於獲悉案關廣告可能造成消費者認知落差之情事後，隨即由管理階層召開會議討論因應措施，並依據會議結論即刻於101年3月30日發布業務通報，通知被處分人納智捷經銷公司將案關廣告文宣下架更新，以更清楚方式提醒消費者案關商品之車型為小客貨兩用車，被處分人納智捷經銷公司並自101年4月起即陸續發包、印製修改後之新版廣告文宣，並於101年4月起使用改正後之廣告文宣；另被處分人納智捷公司官方網站於101年4月修改案關廣告文宣，於官方網站刊載更新後之廣告圖片，加入橫桿／保護桿之圖象，並已調整圖片中第三排座椅位置之拍攝及呈現角度；另被處分人納智捷公司官方網站及被處分人納智捷經銷公司於101年3月30日發布業務通報前，曾有使用未遮蔽橫桿／保護

桿之方式所拍攝之圖片及廣告文宣。

- 4、被處分人納智捷經銷公司因應消費者之需求及要求，時有在交車時作若干調整以符合消費者日後使用上之需求及期待，例如拆除橫桿／保護桿或變更後排座椅位置等，同時在廣告上參照同業競品之宣傳模式，並不特別聚焦案關汽車商品為客貨兩用車，而強調車輛之駕駛樂趣及智慧型汽車等。另被處分人納智捷經銷公司於銷售時不僅從未隱瞞案關汽車商品為小客貨兩用車之事實，且經銷公司之銷售人員於交車時均會將行照、出廠與貨物稅完稅證明、領牌登記書、保險卡等文件交予消費者，故消費者應可充分得知案關汽車商品之車型為「小客貨兩用車」。另據被處分人納智捷公司瞭解，各經銷公司之經銷／維修據點因經銷商自己行為，及因應各別消費者之需求及要求，有在交車前、交車時或交車後為拆除橫桿／保護桿及變更後排座椅位置之行為。
- 5、另被處分人納智捷經銷公司針對Easy Flex第三排座椅所製作之案關文宣廣告，其設計概念主要係透過座椅之收折、翻轉等設計，凸顯案關汽車商品車輛內部彈性之空間變化，而案關圖片目的係在凸顯案關汽車商品的彈性空間變化及寬敞空間感，並無說明Easy Flex第三排座椅得收納至後車廂凹槽處之功能，且消費者欲達到案關圖片所示之空間配置，亦不必然須透過第三排座椅收納至後車廂凹槽處始可完成，消費者仍可透過將第三排座椅拆卸後安放至後車廂凹槽處等方式完成。另就Easy Flex第三排座椅而言，調整座椅位置至原出廠設定位置後，可能使第三排乘客之乘坐空間不若調整前舒適及寬敞，惟Easy Flex第三排座椅之椅背於召回改正後仍可上下進行彈性伸縮調整，俾於座椅頭枕拉高之情況下提供乘員舒適之背部支撐；仍得往前收折90度至與底座完全貼合，透過彈性的座椅變化設計，將原本第三排之乘坐空間於無人乘坐時騰出，創造額外的載貨空間；仍得向後翻轉90度，透過彈性的座椅變化設計，將原本第三

排之乘坐空間轉化為觀景座。

- 6、被處分人納智捷經銷公司所銷售之案關汽車商品經交通部核定登記車輛類別係小客貨兩用車；根據道路交通安全規則規定，小客貨兩用車與小客車相同之處為其全部座位均在9座以下，不同之處則為小客貨兩用車另有核定載人數量、載重量及載客載貨總重量、後方實際載貨空間達1立方公尺以上、載客與載貨空間應裝設間隔物區隔、載貨空間之車窗應裝設金屬欄杆等限制。此外，小客車與小客貨兩用車亦適用不同的貨物稅稅率，依據貨物稅條例第12條第1項第1款第1目之規定，小客車汽缸排氣量在2,000立方公分以下者，從價徵收25%；小客車汽缸排氣量在2001立方公分以上者，從價徵收35%，但自97年1月1日起，小客車汽缸排氣量在2001立方公分以上者其稅率降為30%。而依據財政部68年7月18日台財稅字第34926號函，客貨兩用車係屬貨物稅條例第12條第1項第1款第2目之「其他車輛」，故其貨物稅稅率為從價徵收15%。因案關汽車商品係核定為小客貨兩用車，故適用客貨兩用車之15%貨物稅稅率。
- 7、財團法人車輛安全審驗中心(下稱安審中心)於100年10月針對案關汽車商品於出廠後拆除橫桿/保護桿相關問題進行瞭解，被處分人納智捷公司於知悉後，隨即向主管機關交通部及安審中心就上開問題提出說明，並以裕隆公司名義向交通部及安審中心提出車輛之召回改正計畫，並獲交通部同意；被處分人納智捷公司係針對98年8月31日至100年12月19日所產生之LUXGEN 7 MPV車輛中已售出之10,603輛發出召回通知，惟僅代表「可能進行改正之最大車輛總數」；另改正方式為(1)檢查橫桿/保護桿，若已被拆除則將予以恢復安裝。(2)檢查第三排座椅，若第三排座椅位置已被調整，則將回復為原出廠之設定位置。(3)主動向車主說明小客貨兩用車應符合「道路交通安全規則」有關橫桿/保護桿及第三排座椅之相關規範。

(三) 經函請被處分人納智捷經銷公司書面陳述、補充陳述及到會陳述，略以：

- 1、被處分人納智捷經銷公司陳述就案關汽車商品之商業合作關係、銷售時相關作為與上述被處分人納智捷公司陳述內容相同，茲不贅述。
- 2、被處分人納智捷經銷公司為因應消費者用車之期待，參照同業競品之宣傳及銷售模式，採用隱去或遮蔽橫桿/保護桿及調整第三排座椅狀態等方式拍攝、刊載LUXGEN7 MPV汽車商品之廣告圖片，此種廣告文宣之設計及呈現方式實乃各車廠經銷公司銷售客貨兩用車之普遍現象，並非被處分人納智捷經銷公司所獨有。
- 3、案關廣告中有關Easy Flex第三排座椅之內容，係聚焦於Easy Flex第三排座椅之收折、翻轉功能，未宣稱或強調將Easy Flex第三排座椅收納至後車廂凹槽處，至以後車廂得裝載2輛自行車之方式拍攝之廣告圖片，其目的係顯示在無第三排座椅之狀況下，後車廂得裝載2輛自行車之意義，呈現內部所擁有之寬敞空間與彈性空間變化，而非表示將第三排座椅收納至後車廂凹槽處，另車輛經召回改正後，消費者仍可能透過將Easy Flex第三排座椅拆卸後安放於後車廂凹槽處等方式，達到將座椅收納至後車廂凹槽處之效果。
- 4、據被處分人納智捷經銷公司瞭解案關商品車輛調整原因可能為被處分人納智捷經銷公司之經銷/維修據點有基於主動服務，及消費者要求而進行拆除橫桿/保護桿及變更後排座椅位置，另消費者於購車後亦可能自行或委託其他車輛檢修廠對車輛進行調整；另調整之時點有在交車前、交車時或交車後為拆除橫桿/保護桿及變更後排座椅位置之行為。

(四) 案經函請交通部提供專業意見及相關事證，略以：

- 1、有關所詢本案車輛之經銷商銷售車輛於交車時拆除間隔裝置及調整第三排座椅位置事宜乙節，本案裕隆公司所製造之小客貨兩用車前曾經臺北市監理處通報相關

車輛過戶檢驗時發現其車輛之載貨空間有未依規定應裝設固定之間隔物及金屬欄杆，經交通部委託之安審中心本（101）年3月29日依車輛型式安全審驗管理辦法規定辦理裕隆公司品質一致性現場核驗及抽樣檢測，調查有上開拆除間隔裝置及有調整第3排座椅位置之情事，故裕隆公司依汽車安全性調查召回改正及監督管理辦法規定研提「納智捷LUXGEN 7 MPV客貨兩用車型後車廂橫桿/保護桿及第三排座椅瑕疵案」召回改正計畫書，召回改正其已銷售之車輛，目前本案裕隆公司正執行召回改正作業中。

- 2、依交通部道路交通安全規則第3條及第87條規定，小客貨兩用車係指總重量在3,500公斤以下，或全部座位在9座以下，並核定載人座位及載重量，其最後一排座椅固定後，後方實際之載貨空間達1立方公尺以上之汽車，且客貨兩用車之載客與載貨空間應裝設固定之間隔物區隔，載貨空間之車窗應裝設金屬欄杆。本會檢送廣告圖片所現之車輛內裝，仍未見圖示有符合客貨兩用車依規定應裝置之間隔物及金屬欄杆，爰如其小客貨兩用車實車係確如本會檢附廣告圖片所示情形，係不符合交通部小客貨兩用車規格設備之規定；至於後方實際載貨空間，交通部尚無法依所附廣告圖片判定，但如實車實際量測確認有未達1立方公尺以上載貨空間者，亦不符合交通部小客貨兩用車之規定。
- 3、裕隆公司所製造之納智捷MPV小客貨兩用車，係持以該公司所取得之小客貨兩用車審驗合格證明書，領用小客貨兩用車牌照；小客貨兩用車與小客車係屬不同之車輛種類，小客貨兩用車除依上開說明後方應有1立方公尺以上之載貨空間及裝設固定之間隔物及金屬欄杆之說明外，於該車型之審驗合格證明書及各車輛領用牌照時所核發之行車執照，均登載車輛總重量及載重（小客車則無）。
- 4、查依交通部車輛管理規定，客貨兩用車車型必須為客車

之延伸車型，車輛製造廠如擬申請小客貨兩用車車型之審驗合格證明，係必須先取得其辦理延伸所依據之小客車車型審驗合格證明。本案裕隆公司最早係有取得安審（98）字第1108號小客車車型審驗合格證明，後依據該小客車車型審驗合格證明延伸取得安審（98）字第1109號小客貨兩用車審驗合格證明，本案所調查市售車型名稱為LUXGEN 7 MPV之車輛，係裕隆公司宣告依其取得之小客貨兩用車審驗合格證明所製造之車輛，故汽車所有人購買LUXGEN 7 MPV車輛，僅得向公路監理機關申請領用小客貨兩用車牌照；另裕隆公司雖有取得小客車車型審驗合格證明，但迄今公路監理機關未曾受理汽車所有人持該公司依據小客車審驗合格證明所製造之小客車申領牌照。

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，其差異難為一般或相關大眾所接受，而有引起錯誤之認知或決定之虞者；所稱「引人錯誤」係指表示或表徵不論是否與事實相符，而有引起一般或相關大眾錯誤之認知或決定之虞者。事業倘在商品或其廣告上，或以其他使公眾得知之方法，就商品之內容等事項為虛偽不實或引人錯誤之表示者，即違反上開規定。

二、本案廣告行為主體：

- (一) 經查案關廣告DM、型錄係由被處分人納智捷經銷公司所組成廣告委員會，決定具體之廣告設計內容，並自行負擔廣告製作與行銷費用及散發；又案關汽車商品係為被處分人納智捷經銷公司於經銷據點所陳列，消費者購車時其購買契約係由經銷公司與其簽訂，被處分人納智捷經銷公司藉

銷售案關車款而獲有利益，故被處分人納智捷經銷公司核為本案廣告行為主體，殆無疑義。

- (二) 另查被處分人納智捷公司官方網站係由被處分人納智捷公司經營及維護，被處分人納智捷公司雖稱不介入官方網站上案關廣告之實質製作及審閱，及案關廣告DM、型錄係由被處分人納智捷經銷公司所組成廣告委員會，決定具體之廣告設計內容，不需要經過被處分人納智捷公司審閱同意等云云，惟查案關廣告型錄，其主體均以「總代理：納智捷汽車股份有限公司」揭示，另依被處分人納智捷公司與被處分人納智捷經銷公司所訂經銷合約所載，被處分人納智捷公司應負責「產品」行銷及促銷之整體規劃及管理，其包含但不限於廣告及行銷資料之設計、製作及發行，廣告及促銷計畫及活動之設計及執行，以及網站、網際網路或電子、遠距導向之廣告設計及維護，又被處分人納智捷公司亦坦承就案關廣告文宣訂定產品的行銷定位、策略等大方向，且保留必要時由管理階層直接介入處理之機制。綜上，被處分人納智捷公司就廣告內容參與廣告製作分工，且具有相當支配能力，所獲利潤隨銷售數量增加益增，故被處分人納智捷公司核為本案廣告主。

三、案關廣告登載隱去或遮蔽橫桿/保護桿及調整第三排座椅位置之 LUXGEN 7 MPV 汽車商品圖片，違反公平交易法第 21 條第 1 項規定：

- (一) 依道路交通安全規則第3條及第87條規定，小客貨兩用車係指總重量在3,500公斤以下，或全部座位在9座以下，並核定載人座位及載重量，其最後一排座椅固定後，後方實際之載貨空間達1立方公尺以上之汽車，且客貨兩用車之載客與載貨空間應裝設固定之間隔物區隔，載貨空間之車窗應裝設金屬欄杆。
- (二) 查案關廣告DM、型錄所刊載案關汽車商品廣告圖片，係以隱去或遮蔽橫桿/保護桿及調整第三排座椅狀態等方式拍攝呈現，並由被處分人納智捷公司將納智捷品牌汽車商品相關廣告文宣刊載於官方網站，此節經被處分人納智捷公

司及被處分人納智捷經銷公司坦承不諱，是廣告予人印象，足使消費者認知案關汽車商品無需裝置橫桿/保護桿，及其第三排座椅空間情形如廣告所揭示，且係符合「道路交通安全規則」之規範。惟查被處分人納智捷經銷公司所銷售案關汽車商品經交通部核定登記車輛類別係小客貨兩用車，據交通部提出意見表示，案關廣告圖片所現之車輛內裝，未見圖示有符合客貨兩用車依規定應裝置之間隔物及金屬欄杆，係不符合交通部小客貨兩用車規格設備之規定；至於後方實際載貨空間，如實車實際量測確認有未達1立方公尺以上載貨空間者，亦不符交通部小客貨兩用車之規定，且查廣告所顯示之汽車狀態足對乘員之安全性造成損害，是上開廣告表示之內容與一般消費大眾之認知有相當大之差距，其差距已逾越一般大眾所能接受之程度，且足以引起一般大眾錯誤之認知或決定，故案關廣告核屬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，洵堪認定。

- (三) 被處分人納智捷公司及被處分人納智捷經銷公司雖表示，為因應消費者用車之期待，參照同業競品之宣傳及銷售模式，採用隱去或遮蔽橫桿、保護桿及調整第三排座椅狀態等方式拍攝、刊載案關汽車商品之廣告圖片，此種廣告文宣之設計及呈現方式實乃各車廠經銷公司銷售客貨兩用車之普遍現象，並非被處分人納智捷經銷公司所獨有。然個別事業之廣告表示是否構成虛偽不實及引人錯誤情事，尚與其他事業廣告表示情形並無相關，且被處分人納智捷公司及被處分人納智捷經銷公司明知案關汽車商品登記車輛類別係小客貨兩用車，卻仍於案關廣告以隱去或遮蔽橫桿/保護桿及調整第三排座椅狀態等方式拍攝呈現，其廣告確已構成不實情事，是被處分人納智捷公司及被處分人納智捷經銷公司尚不得以案關廣告內容係參照同業競品之宣傳及銷售模式，即據以卸責。

- 四、案關廣告宣稱「『Easy Flex』第三排座椅收折設計，創造出更富彈性、寬敞平坦的置物空間……」，並輔以第三排

座椅之收納並擺放 2 輛腳踏車圖片，違反公平交易法第 21 條第 1 項規定：

- (一) 查案關型錄廣告宣稱「同級車唯一的『Easy Flex』第三排座椅收折設計，創造出更富彈性、寬敞平坦的置物空間……」，同頁面並輔以三排座椅圖片、第三排座椅之收納並擺放 2 輛腳踏車圖片，廣告予人印象係第三排座椅除可乘坐亦可完全收納，呈現寬敞平坦的置物空間並可擺放 2 輛腳踏車。又據檢舉人表示，案關汽車商品未召回改正前，幾乎可全部收入後車廂底板內，呈現平坦之狀態，召回改正第三排座椅往前移動後，則無法如廣告圖示收折，合先敘明。
- (二) 案據被處分人納智捷公司及被處分人納智捷經銷公司表示，案關廣告中有關 Easy Flex 第三排座椅之內容，係聚焦於 Easy Flex 第三排座椅之收折、翻轉功能，未宣稱或強調將 Easy Flex 第三排座椅收納至後車廂凹槽處，至以後車廂得裝載 2 輛自行車之方式拍攝之廣告圖片，其目的係顯示在無第三排座椅之狀況下，後車廂得裝載 2 輛自行車之意義，呈現內部所擁有之寬敞空間與彈性空間變化，而非表示將第三排座椅收納至後車廂凹槽處等云云。惟查被處分人納智捷公司所提供照片，Easy Flex 第三排座椅之椅背於召回改正後，雖仍得往前收折 90 度至與底座完全貼合，惟已無法呈現如廣告所示平坦的置物空間。
- (三) 至被處分人納智捷公司及被處分人納智捷經銷公司表示車輛經召回改正後，消費者仍可能透過將 Easy Flex 第三排座椅拆卸後安放於後車廂凹槽處等方式，達到將座椅收納至後車廂凹槽處之效果等云云，惟查此拆卸之方式，與消費者據廣告所得認知有間，況案關汽車商品經召回改正後，係將第三排座椅位置回復為原出廠之設定位置，將影響第三排座椅收納至後車廂凹槽處之功能，對於消費者因廣告獲致第三排座椅可平整收納之印象及功能顯有差別，其廣告確已構成不實情事，與所稱透過將 Easy Flex 第三排座椅拆卸後安放於後車廂凹槽處等方式並無干

係，爰其所辯，尚不足採。是上開廣告表示之內容與一般消費大眾之認知有相當大之差距，其差距已逾越一般大眾所能接受之程度，且足以引起一般大眾錯誤之認知或決定，故案關廣告核屬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，洵堪認定。

五、綜上，被處分人納智捷公司及被處分人納智捷經銷公司於案關公司網站廣告、廣告 DM、型錄，以隱去或遮蔽橫桿/保護桿及調整第三排座椅狀態等方式拍攝呈現案關汽車商品，及宣稱『Easy Flex』第三排座椅收折設計，並輔以第三排座椅之收納並擺放 2 輛腳踏車圖片，就商品之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。經依公平交易法施行細則第 36 條規定，審酌被處分人納智捷公司及被處分人納智捷經銷公司違法行為之動機、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、間隔時間及所受處罰；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 條第 1 項前段規定處分如主文。

中 華 民 國 102 年 2 月 27 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。