

# 行政院公平交易委員會處分書

公處字第 099119 號

被處分人：富邦媒體科技股份有限公司

統一編號：27365925

址 設：臺北市內湖區洲子街 71 號 2 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 momo 購物頻道及型錄銷售「柔舒」抽取式衛生紙商品廣告，就商品之品質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、處新臺幣 100 萬元罰鍰。

## 事 實

- 一、案緣檢舉人來函檢舉，內容略謂：

被處分人於 momo 電視購物頻道銷售「柔舒」衛生紙，宣稱「紙質最好」、「可以買到最高品質」、「品質最好、紙質最棒」、「我們是跟大家所知道有狗狗的品牌，同一紙廠來源」、「跟市場上印象中第一名的品牌，想唸出來衛生紙的，拉拉，很舒服的，很整潔的，同一家廠出來的哦」、「可以買到最高品質，跟外面很舒服的，同一家廠出來的」等語，廣告中宣稱「柔舒」衛生紙與「舒潔」衛生紙之原紙來源相同及影射「柔舒」衛生紙與「舒潔」衛生紙「具有相同品質」；另於 momo 台 98 年 12 月/1 月號富邦購物型錄封面背頁「柔舒」衛生紙行銷廣告，刊載「台灣大廠金百利製造」，惟「柔舒」衛生紙之原紙來源為金百利股份有限公司（下稱金百利公司），「舒潔」衛生紙之原紙來源則為台灣史

谷脫紙業股份有限公司（下稱台灣史谷脫公司），二者原紙來源並不相同，又「柔舒」原紙之基重相較於舒潔衛生紙並非所稱最高品質，爰認其廣告不實及攀附行為涉有違反公平交易法第 21 條及 24 條規定。

二、經函請被處分人提出陳述書暨到會說明，略以：

- (一) 富邦 momo 購物頻道為被處分人擁有之購物頻道。案關廣告詞句為被處分人為銷售「柔舒抽取式衛生紙」（下稱案關商品）所使用，分別以刊播於 momo 購物頻道及刊載於富邦購物型錄二種方式行銷，富邦 momo 購物頻道播放案關商品廣告期間為 98 年 11 月 26 日至 29 日每日播放二檔，每檔次刊播持續時間約 40 分鐘；富邦購物型錄第 55 期（2009 年 12 月/1 月號）封面背頁刊載「柔舒」衛生紙為「台灣大廠金百利製造」廣告詞句，該型錄使用期間為 98 年 12 月 1 日至同年 12 月 30 日止，使用數量共 85 萬份，全數郵寄予會員。
- (二) 案關商品單包定價為 10.31 元、單包促銷價為 9.27 元，販售通路包含 TV、型錄、網路、藥妝。
- (三) 被處分人銷售「柔舒」抽取式衛生紙，係源於 98 年 7 月間與佶翔企業股份有限公司（下稱佶翔公司）簽訂供應 20000 箱衛生紙之採購合約，約定由佶翔公司裁切分包被處分人自創品牌之「柔舒」衛生紙。經查佶翔公司提供予被處分人製成「柔舒」衛生紙之原紙為「可立雅」衛生紙之原紙。被處分人與金百利集團（所指為金百利公司、英屬蓋曼群島商金百利克拉克股份有限公司台灣分公司、台灣史谷脫公司等事業合稱）未有任何合約關係，僅佶翔公司與金百利集團訂有銷售原紙之合約，由金百利集團提供原紙予佶翔公司進行裁切、包裝再售予被處分人銷售，惟金百利集團究提供何種原紙予佶翔公司進行裁切、分包，被處分人未有限制，只要通過 CNS 檢測標準即可。
- (四) 有關廣告宣稱「紙質最好」、「可以買到最高品質」、「品質最好、紙質最棒」係屬被處分人主觀認定標準，國

內消費者對於衛生紙之品質要求，主要為不含螢光劑，且具有細緻、柔韌、吸水性佳等特性。案關商品均符合上述要求，此有經濟部標準檢驗局試驗報告9A308002511號及CNS1091國家標準規範可稽。

- (五) 有關廣告宣稱「我們是跟大家所知道有狗狗的品牌，同一紙廠來源」、「跟市場上印象中第一名的品牌，想唸出來衛生紙的，拉拉，很舒服的，很整潔的，同一家廠出來的哦」、「跟外面很舒服的，同一家廠出來的」等乙節：
- 1、英屬蓋曼群島商金百利克拉克股份有限公司台灣分公司(下稱金百利克拉克台灣分公司)網頁上載有：『金百利克拉克—台灣分公司』延續原有『台灣史谷脫紙業股份有限公司』與『金百利股份有限公司』在台深耕30多年的成功模式，藉由企業資源、系統、人才的整合及生產設備的調度，躋身成為台灣最大的消費紙品製造商及前三大消費產品供應商，在台年銷售額約新台幣50億元。在台灣經營的品牌包括舒潔、可麗舒家庭用紙……，可見上述三家公司乃跨國企業金百利集團在台灣所登記公司，並在台灣經營舒潔品牌衛生紙。
  - 2、案關商品係以金百利集團(即生產、銷售「舒潔」衛生紙)之同一集團提供之衛生紙原紙，並委由金百利集團之裁切及分包之同一供應商佶翔公司作業，故實屬與「舒潔」衛生紙為相同紙廠來源或相同紙廠製造。
- (六) 有關廣告宣稱「台灣大廠金百利製造」乙節：查金百利集團屬台灣衛生紙相關產品之大廠，另「柔舒」衛生紙係使用金百利集團紙廠之衛生紙原紙，委由金百利集團同一供應商進行裁切與分包，故實屬台灣第一大廠金百利集團製造。
- (七) 按「柔舒」抽取式衛生紙係以被處分人自有品牌進行銷售，包裝外觀上並無任何令消費者誤認為與「舒潔」、「可麗舒」或「可立雅」衛生紙係由同一公司所銷售、屬同系列產品或由關係企業所銷售等效果，故

與「攀附」要件不符；縱被處分人於商品廣告中曾提及「舒潔」（被處分人亦否認之），或與國內市占率最高之衛生紙原紙同樣紙廠來源，亦僅在強調「柔舒」之衛生紙來源品質可靠，而此確屬真實之資訊，故無使交易相對人就商品來源誤認，或有任何「攀附」行為可言。

### 三、經函請檢舉人補充陳述，略以：

- (一) 按金百利公司、金百利克拉克公司台灣分公司、台灣史谷脫公司三公司於 90 年 2 月 23 日申請事業結合許可，經本會予以結合許可。有關金百利公司及台灣史谷脫公司主要係受金百利克拉克台灣分公司之託，單純從事製造及代工業務；而金百利克拉克台灣分公司則負責採購、行銷業務。另市售衛生紙品牌「可立雅」及「可麗舒」衛生紙之原紙供應商為金百利公司；台灣史谷脫公司則為「舒潔」衛生紙之原紙供應商。
- (二) 按原紙基重較高，表示該原紙紙漿纖維(為原紙最主要之成分)含量較高，越能吸收較多的水分，且紙漿纖維量較高之原紙，代表原料紙漿用量較高，購置成本較高，故一般而言，原紙基重較高即代表品質越好。經委託台灣檢測科技股份有限公司(SGS)報告號碼 HL40142A/2010、HL40143A/2010、HL40140A/2010 之檢測結果，顯示舒潔衛生紙原紙基重為 17.51 克、可立雅衛生紙為 14.31 克、被處分人銷售之「柔舒」抽取式衛生紙則為 14.44 克，故被處分人於電視購物廣告中宣稱其「柔舒」衛生紙之「品質最好」、「紙質最高」等語，自非屬實。
- (三) 有關被處分人銷售「柔舒」衛生紙，係由佶翔公司向金百利克拉克台灣分公司採購衛生紙之原紙，又製成「柔舒」衛生紙之該批原紙為金百利公司所提供。另佶翔公司於 91 年起即為金百利克拉克台灣分公司之 OEM 代工廠商，其代工模式分為二種，第一種係由金百利克拉克台灣分公司提供原紙及包材予佶翔公司進

行裁、切摺、包裝、封箱後製成市售衛生紙，上述所稱原紙包含製成可立雅、可麗舒及舒潔輕巧包抽取式衛生紙之原紙。另一種代工模式則係由金百利克拉克公司台灣分公司負責所有產製過程，佶翔公司僅單純負責包裝及封箱(簡稱 repack)，此有雙方代工合約可稽。

四、函請台灣檢驗科技股份有限公司提供專業意見，略以：

- (一) 檢舉人提供報告號碼 HL40142A/2010、HL40143A/2010、HL40140A/2010 與報告正本所載內容一致。
- (二) 依據國家標準 CNS1091 衛生紙第 5 節，針對衛生紙之品質要求包含下列項目：(1)外觀(2)色澤(3)基重及物理性質(i. 基重 ii. 破裂強度 iii. 第一分鐘吸水性)(4)衛生要求。
- (三) 由以上國家標準 CNS1091 衛生紙中已明確訂立衛生紙各項之要求，故建議業者在廣告中之種種宣稱不宜僅以「基重」測試結果為產品品質之唯一參考依據。

五、函請經濟部標準檢驗局提供專業意見，略以：

- (一) 被處分人提供試驗報告號碼 9A308002511 與報告正本所載內容一致。
- (二) 衛生紙品質優劣區分方式可參考 CNS1091 國家標準第 5 節之規定，包括外觀、色澤、基重(單層)、破裂強度(10 張)、第一分鐘吸水性(單層)及衛生要求等項目，依上開規定基重應符合  $14.0\text{g}/\text{m}^2$  以上，其僅為品質優劣區分方式之一，仍應採前揭所有品質項目國家標準之綜合性能，再予以評定。
- (三) 案關廣告宣稱「紙質最好」、「可以買到最高品質」、「品質最好、紙質最棒」等廣告詞句，係屬比較性之主觀用語，無法依據上開試驗報告測試結果與國家標準品質規定之比較據以判定。

理 由

一、有關公平交易法第 21 條規定乙節：

- (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，就商品或服務之品質、製造者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) 案關購物頻道廣告宣稱「我們是跟大家所知道有狗狗的品牌，同一紙廠來源」、「跟市場上印象中第一名的品牌，想唸出來衛生紙的，拉拉，很舒服的，很整潔的，同一家廠出來的哦」、「跟外面很舒服的，同一家廠出來的」等語，是否涉有不實乙節：
- 1、按廣告既為爭取交易之行銷目的，對競爭之秩序及公益有其影響，亦具有招徠交易之效果，廣告主對於廣告所載之訊息即應具有查證及真實正確表示之義務，又判斷廣告是否虛偽不實或引人錯誤，應以一般或相關大眾自廣告合併觀察所得之整體印象與實際狀況進行比較，以判斷是否有引起錯誤之認知或決定之虞，合先敘明。
  - 2、按案關廣告宣稱「柔舒」衛生紙係「跟大家所知道有狗狗的品牌，同一紙廠來源」、「跟市場上印象中第一名的品牌，想唸出來衛生紙的，拉拉，很舒服的，很整潔的，同一家廠出來的哦」、「跟外面很舒服的，同一家廠出來的」，據其廣告詞句所述「有狗狗的品牌」、「第一名的品牌」、「拉拉、很舒服的、很整潔的」，一般消費者不難產生所指即為「舒潔」衛生紙之印象，

被處分人亦不否認其廣告所指即為「舒潔」衛生紙；又該等廣告詞句予消費者之整體印象，為「柔舒」衛生紙與舒潔衛生紙之紙廠來源相同，並據以對「柔舒」衛生紙之紙質產生聯想。

- 3、經查被處分人所銷售「柔舒」衛生紙，係由佶翔公司向金百利克拉克台灣分公司購買衛生紙原紙，經佶翔公司裁切、分包後製成，其所使用之衛生紙原紙，為「可立雅」衛生紙之原紙，此節被處分人並不爭執。次查「舒潔」衛生紙之原紙供應商為台灣史谷脫公司，「可立雅」衛生紙之原紙供應商則為金百利公司，爰據「可立雅」原紙所製成之「柔舒」衛生紙，與「舒潔」衛生紙之紙廠來源自屬不同。又查被處分人雖表示「可立雅」衛生紙與「舒潔」衛生紙均屬金百利集團產品，惟其品牌、品牌形象均不同，且據檢舉雙方所提紙質檢驗報告，「可立雅」或「柔舒」衛生紙之基重顯低於「舒潔」衛生紙之基重，而足認其原紙成分、製造成本亦有所不同。
- 4、案據被處分人表示，佶翔公司究係以金百利集團何種原紙進行裁切、分包，被處分人並不加以限制，僅要求須通過 CNS 檢測標準，且表示據查佶翔公司所提供製成「柔舒」衛生紙之原紙，為「可立雅」衛生紙之原紙。被處分人既於可得知「柔舒」衛生紙非以「舒潔」相同原紙製造之前提下，仍於廣告為前開宣稱，致使消費者將「柔舒」衛生紙與高品牌形象、原紙基重及成本較高之「舒潔」衛生紙產生聯想，其引人錯誤之意圖明顯，且有使消費者產生錯誤之認知或決定之虞，核已構成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。
- 5、被處分人雖辯稱「柔舒」衛生紙係以金百利克拉克台灣分公司提供之原紙，並委由金百利集團之同一供應商佶翔公司進行代工，爰與金百利克拉克台灣分公司旗下「可立雅」、「可麗舒」、「舒潔」衛生紙為相同紙

廠來源等語，惟承前述，「舒潔」衛生紙與「柔舒」衛生紙之原紙供應商並不相同，且被處分人可得知其本屬不同之原紙，惟仍逕為前述廣告宣稱，致消費者有產生錯誤之認知或決定之虞，被處分人自不得據其主張免責。

(三) 案關型錄廣告宣稱「台灣大廠金百利製造」是否涉有不實乙節：

查98年12月/1月富邦購物型錄封面背頁「柔舒」抽取式衛生紙行銷廣告中，宣稱該商品為「台灣大廠金百利製造」，案關廣告詞句足以引起消費者產生「柔舒」衛生紙之製造商為金百利公司之認知。惟查，本案係由佶翔公司向金百利克拉克台灣分公司採購金百利公司供應之衛生紙原紙，由被處分人委託佶翔公司進行裁切及包裝，被處分人再以自有品牌「柔舒」抽取式衛生紙銷售予消費者。蓋被處分人係為案關商品製成之委製廠商，佶翔公司則為承製廠商之角色，又金百利克拉克台灣分公司或金百利公司僅係售予佶翔公司用來製成「柔舒」抽取式衛生紙原紙材料之供應廠商，其原料供應情形與一般所稱商品「製造」概念有間。縱上，富邦購物型錄中刊載「台灣大廠金百利製造」乙語顯與事實不符，且有引起消費者錯誤之認知或決定之虞，核已構成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。

(四) 案關被處分人銷售「柔舒」抽取式衛生紙並宣稱「紙質最好」、「可以買到最高品質」、「品質最好、紙質最棒」是否涉有不實乙節：

- 1、按廣告中使用「最高級」用語者，屬於「第一」、「冠軍」、「最多」等客觀聲明者，應有客觀之事實數據為該廣告真實性之依據，否則即屬違法之不實廣告；如屬「最好」、「最佳」等主觀感受者，則應依個案用語是否僅為單純之吹噓或廣告整體印象上會引起一般消費者之誤認等事實，綜合判斷之。



2、被處分人陳稱上開廣告詞句屬主觀認定標準，且案關商品細緻、柔韌、吸水性佳、不含螢光劑等特性，已符合衛生紙 CNS 國家標準。另據檢舉人表示，原紙紙漿纖維含量較高，越能吸收較多的水分，且紙漿纖維量較高之原紙，代表原料紙漿用量較高，購置成本較高，換言之，原紙基重之高低即表彰衛生紙品質之優劣。惟經台灣檢驗科技股份有限公司及經濟部標準檢驗局表示，有關衛生紙品質優劣，尚不得單一就「基重」高低逕予認定，尚需評價衛生紙之外觀、色澤、破裂強度(10張)、第一分鐘吸水性(單層)、衛生要求等綜合性能。另表示本案廣告宣稱「品質最好、紙質最棒」等詞句，係屬比較性之主觀用語，無法依據上開試驗報告測試結果與國家標準品質規定之比較據以判定。綜上，被處分人廣告用語既偏屬主觀感受之陳述，且依現有事證，難認有引起消費者錯誤之情，而難認涉有虛偽不實或引人錯誤之情事。

二、有關公平交易法第 24 條乙節：

按公平交易法第 24 條規定：「除本法另有規定者外，事業亦不得為其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為。」本條係屬概括性規定，於適用上應先檢視公平交易法其他條文規範是否未窮盡系爭行為不法內涵，方容有本條適用之餘地，實居於補充地位，查本案被檢舉廣告行為核已違反公平交易法第 21 條第 1 項規定已論析如上，並無復以公平交易法第 24 條規定論處之必要，併予敘明。

三、綜上，被處分人於 momo 購物頻道銷售「柔舒」抽取式衛生紙並宣稱「我們是跟大家所知道有狗狗的品牌，同一紙廠來源」、「跟市場上印象中第一名的品牌，想唸出來衛生紙的，拉拉，很舒服的，很整潔的，同一家廠出來的哦」、「跟外面很舒服的，同一家廠出來的」等語，並於型錄廣告宣稱「台灣大廠金百利製造」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。經審酌被處分人違法行為之動機、目的及預期不當利益；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；以往違法情形、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 條前段規定處分如主文。

中 華 民 國      99      年      10      月      25      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。