

# 公平交易委員會處分書

公處字第101119號

被處分人：中華汽車工業股份有限公司

統一編號：03098415

址 設：臺北市大安區敦化南路2段2號11樓

代 表 人：○○○ 君

被處分人因違反公平交易法事件，本會處分如下：

## 主 文

一、被處分人於平面車款型錄及網站所為NEW GRUNDER、NEW LANCER、SAVRIN、ZINGER、PAJERO、ASX車款之汽車廣告，宣稱能源效率測試值(km/L)數據，就商品品質為引人錯誤之表示，違反公平交易法第21條第1項規定。

二、處新臺幣70萬元罰鍰。

## 事 實

一、按被處分人於網站(<http://www.5230.com.tw>)及平面車款型錄登載其銷售MITSUBISHI(下同)NEW GRUNDER、NEW LANCER(含FORTIS及iO 1.8/2.0)、SAVRIN、ZINGER、PAJERO、ASX等車款汽車之能源效率測試值(km/L)，未依經濟部能源局(下稱能源局)公布之「車輛油耗指南」記載「車輛業者若引用本局『車輛油耗指南』所公布之各項測試數值時，應充分將下列資訊明確告知消費者：『車輛油耗指南登錄之市區油耗及高速(或定速)油耗測試值，為排除外界天候及路況的影響，均在控制溫度及溼度的實驗室中(如附圖)，由專業人員於車體動力計上依規定行車型態行駛測得。且測試過程中，車燈、車上空調系統及音響等可能影響耗能測試結果之附屬設備皆不啟動，以客觀呈現各車型油耗測試值。民眾在道路上開車時，因受天候、路況、塞車、使用車上空調系統、甚至駕駛者開車習慣等因素影響，實際每公升汽(柴)油於道路上行駛的公里數，應低於本指南所登錄之油耗測試值。』」等資訊，易致消費者誤認該油耗測試值為實際道路駕駛油耗值，涉有

廣告不實之情事。

二、被處分人就案關事實陳稱，略以：

- (一) 被處分人自 99 年 7 月陸續於網站及散發使用之車款型錄登（記）載 NEW GRUNDER 等車款之油耗估計數據，與能源局公布之耗能數據相符。網站及車款型錄中均特別註明美規或歐規「測試值和測試方法」，雖未標註依能源局「車輛油耗指南」所要求之油耗測試條件，然現行消費者購車過程，不會僅依網站登載之資訊為判斷，均會至車輛展示中心實地瞭解車輛外觀及相關配備。而被處分人車展現場車輛左前座玻璃均貼有「中華民國能源效率標示」貼紙，其說明 1 已載明「本標示之油耗測試值係在實驗室內，依規定的行車型態於車體動力計上測得。實際道路駕駛時，因受天候、路況、載重、使用空調系統、駕駛習慣及車輛維護保養等因素影響，其實際油耗值常低於測試值。」購車者於購車前均已充分瞭解網站及車款型錄所登（記）載油耗測試值之真實意義，其與實際道路駕駛有差距，不致讓消費者有錯誤認知或決定之情事。另被處分人交付購車者之車主手冊中也清楚標示前述說明內容。
- (二) 被處分人接獲調查後，即於網站、車款型錄中加註「本標示/網站所揭示之平均油耗測試值係在控制溫度及溼度的實驗室內，不受外界天候及路況的影響，並依規定的行車型態在車燈、車上空調系統及音響不啟動情況下，於車體動力計上由專業人員行駛測得，故車型油耗值相對而言較客觀。民眾在道路上開車時，因受天候、路況、塞車、使用車上空調系統、甚至駕駛者開車習慣等因素影響，實際每公升汽油於道路上行駛的公里數，應低於上述/本網站所登錄之測試值。」

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。倘事業就汽車之油耗廣告表示，有未揭露重要資訊，致有引人錯誤認知之虞者，則違反上開規定。

- 二、查被處分人於網站及散發使用之平面車款型錄所登（記）載 NEW GRUNDER、NEW LANCER、SAVRIN、ZINGER、PAJERO、ASX 車款汽車之能源效率測試值（km/L）數據，未有其他之加註說明情況下，予消費者之印象，前述廣告數據乃消費者以一般駕駛狀態下，所得油耗測試之數值。
- 三、本案廣告所稱車輛油耗數據，與能源局公布之車輛耗能數據，均屬在實驗室、特定條件測得之數據。而依據能源局之說明，該等測試為排除外界天候及路況之影響，均在控制溫度及濕度的實驗室中，由專業人員於車體動力計上依規定行車型態行駛測試；且測試過程中，車燈、車上空調系統及音響等可能影響耗能測試結果之附屬設備皆不啟動，以客觀呈現各車型油耗測試值。職是之故，能源局表示，因受天候、路況、塞車、使用車上空調系統、駕駛者開車習慣等因素影響，實際每公升汽（柴）油於道路上行駛的公里數，應低於該局「車輛油耗指南」所登錄之油耗測試值。依上述說明，該等實驗狀態雖係為求客觀呈現各車型油耗表現所為條件限制，但該等條件限制，顯與消費者一般行車時可能啟用車輛車燈、空調或音響等附屬設備，並面臨天候、路況等情狀有別。本案油耗之廣告表示，並未就實驗室環境進行說明，揭露上述重要變動狀況，消費者無由知悉該等測試與一般行車狀態之別，亦無法認知所得測試結果通常是最佳油耗表現，顯與廣告予人之印象有重大差別，易致消費者產生錯誤之認知或決定，而有引人錯誤之虞。
- 四、本案被處分人固稱，被處分人車展現場車輛均黏貼有「中華民國能源效率標示」貼紙，其已載明「本標示之油耗測試值係在實驗室內，依規定的行車型態於車體動力計上測得。實際道路駕駛時，因受天候、路況、載重、使用空調系統、駕

駛習慣及車輛維護保養等因素影響，其實際油耗值常低於測試值。」另被處分人交付購車者之車主手冊中也清楚標示前述說明內容。購車者均已充分瞭解網站及車款型錄所登(記)載油耗測試值之真實意義，其與實際道路駕駛有差距，不致讓消費者有錯誤認知或決定之情事云云。惟廣告係指事業以傳播方法，直接或間接使非特定之一般或相關大眾共見共聞其商品、服務之訊息，以達招徠銷售為目的之行為，故是否構成廣告不實，應以該廣告行為呈現方式，獨立判斷是否構成虛偽不實或引人錯誤之虞，尚不得以銷售處所陳列車輛張貼能源效率標示貼紙，即得脫免於網站、車款型錄上以引人錯誤廣告表示招徠消費者之責任。又車主使用手冊乃消費者購車後始能取得，並無法排除其廣告在交易前以引人錯誤方式招徠消費者之情事。而被處分人既為案關小客車之國內代理商，相較於未購買前無從瞭解車主使用手冊內容之消費者，就油耗之廣告，自有責任避免以引人錯誤之方式進行表示。故本案被處分人於網站及散發使用之車款型錄登(記)載NEW GRUNDER、NEW LANCER、SAVRIN、ZINGER、PAJERO、ASX車款汽車之能源效率測試值(km/L)數據，而未具體說明測試方式與一般行車狀態之別，易致消費者產生錯誤之認知與決定，核屬引人錯誤表示之廣告行為，洵堪認定。

五、綜上論結，被處分人於銷售NEW GRUNDER、NEW LANCER、SAVRIN、ZINGER、PAJERO、ASX車款之汽車廣告，宣稱能源效率測試值(km/L)數據，就商品之品質為引人錯誤之表示，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，爰依公平交易法第41條第1項前段規定處分如主文。

中 華 民 國 101 年 9 月 6 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。