

刊登關鍵字廣告要慎選用字，以免違法

廣告內容呈現廣告主與競爭同業商標並列，整體上易使消費者誤以為兩者具有一定關係，屬榨取他人努力成果之顯失公平行為。

■ 撰文 = 王郁琪
(公平會製造業競爭處科員)

前言

事業所購買的關鍵字廣告透過搜尋引擎的功能，可以提供豐富且具相關性的搜尋結果，且有利於消費者取得充分資訊及降低搜尋成本，但如果該關鍵字的搜尋結果呈現內容令消費者誤以為與他種產品屬同一來源、同系列產品，或與他事業屬關係企業，不僅侵害其他事業表徵（如商標）所蘊含的經濟利益，也無助消費者獲得更正確資訊及降低搜尋成本，倘足以影響市場交易秩序，就會違反公平交易法第25條規定。

廣告內容與同業商標並列

A公司為「iMAT」商標權人，主要販售文具用切割墊，為推廣「iMAT」品牌，投入了一定的行銷費用，如在社群媒體發布文章、拍攝影片、國外參展等，顯見A公司已投入相當資源推展產品及品牌，符合「已投入相當程度之努力，於市場上擁有一定之經濟利益」之要件。

B公司內銷主力產品亦為切割墊，與A公司為

國內切割墊市場競爭同業。民國110年6月29日至同年9月8日，B公司出資委由第三方公司投放刊登關鍵字廣告，在Google搜尋引擎以「iMAT切割墊」、「iMAT翻轉切割墊」、「iMAT折疊切割墊」作為關鍵字，當消費者在Google搜尋引擎輸入相關字串後，即會呈現A公司商標「iMAT」、B公司切割墊廣告文案及B公司名稱並列的情形，整體觀察易使人誤以為兩者屬同一來源、同系列產品或具有一定關係，消費者點擊該關鍵字廣告，即會導向B公司的網站，進而減少A公司接觸潛在客戶的機會，屬榨取他人努力成果之顯失公平行為，且足以影響交易秩序，違反公平交易法第25條規定。

結語

公平會提醒，刊登關鍵字廣告的事業無論自行或透過代理商刊登廣告，均應謹慎選用關鍵字，隨時注意並檢視關鍵字廣告內容是否有包含競爭同業的公司或品牌名稱，避免使人誤認，以免違法。

