

修正「公平交易委員會對於不動產廣告案件之處理原則」

為讓外界清楚明瞭公平會執法的標準，以及讓業者清楚遵循依據，公平會將過去處分的案例，依照違法行為的態樣予以分類，據以修訂「公平交易委員會對於不動產廣告案件之處理原則」，俾使公平會執法標準更臻完備。

■ 撰文 = 黃麗明
(公平會公平競爭處視察)

修正背景

鑑於不動產交易金額龐大，不動產業者所為廣告如有不實，將對公益造成鉅大危害，並嚴重損及消費者與守法業者權益。公平會參酌近年來實務執法經驗、相關建築法令規定與名詞、平均地權條例第47條之5及本會與內政部行政協商結論，爰就違法態樣類型全面檢討，修正內容並於民國112年11月15日對外發布。

修正重點


一、修正第3點(例示不動產廣告違法類型)

統一各款不動產廣告違法類型例示規定之體例，先列出違法宣稱項目標題，再描述違法情事，並就各款相關文字進行統一綜整；又配合實務建案興建完成過程，按違法類型調整各款順序。

二、新增第4點(先由內政部檢視是否違反平均地權條例規定類型)

平均地權條例第47條之5第1項係規範任何人不得有不動產炒作行為，公平會於112年4月11日已與內政部就前條規定訂有業務分工之協調結論，倘「與建物銷售價量有關」(即以數量具稀有性作為宣傳、優惠低價、投資報酬率及優惠促銷內容與廣告不符)，及「與建案執照有關」(即引人誤認已核發建造執照、建築物及土地用途與法定用途不符)之不動產不實廣告類型，須先由內政部分別檢視有無影響不動產交易價格或明顯影響市場秩序，倘否，再由公平會查處，故新增第4點予以例示，以區分屬公平會主管或屬與內政部協調分工之類型。公平會對於不動產廣告案件之處理原則第3點、第4點詳如附件。

結語

公平會訂定對於不動產廣告案件之處理原則，列舉各項違法的類型，俾利業者遵循，避免不動產不實廣告誤導消費者，形成不公平競爭，以維護交易秩序，保障消費者權益。 

附件

三、(虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵類型一)

不動產廣告不得為下列虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵，例示如下：

(一)建築物坐落地點：廣告表示建築物坐落地點與事實不符，且其差異難為一般或相關大眾所接受。

(二)不動產面積：

- 1.廣告表示建築物之房屋或土地合計面積與所有權狀登記之面積不符。
- 2.廣告表示建築物之房屋或土地合計面積雖與所有權狀登記之面積相符，惟有下列情形之一者：

(1)廣告中使用「使用面積」、「公共面積」、「室內面積」、「受益面積」、「公共設施」、「受益憑證」或其他非法定名詞作為建築物面積之表示或表徵，未於明顯處以相當比例之字體註明其包括範圍，而有引人誤認面積數量。

(2)廣告中使用「建築面積」、「基地面積」、「主建物面積」、「附屬建物面積」、「共有部分面積」或其他法定用語作為建築物面積之表示，而其面積表示之數量與法定用語所應有或登記之面積不符，且其差異難為一般或相關大眾所接受。

(3)廣告表示建築物共有設施比例之具體數字與完工建築物不符，且其差異難為一般或相關大眾所接受。

(三)夾層屋：廣告表示房屋為挑高空間，並以文字、照(圖)片、裝潢參考圖、平面配置圖、立面剖視圖或樣品屋表示有夾層設計或較建築物原設計更多之使用面積，且有下列情形之一者：

- 1.廣告表示與施(竣)工圖不符。
- 2.廣告未明示建築法規對施作夾層之限制(例如：樓層、面積、材質、容積率管制等)。
- 3.經建築管理機關確認為違建。

(四)建築物內部格局：廣告表示建築物內部自有格局配置(例如：陽臺、機電設備空間、雨遮位置等)與施(竣)工圖不符、經建築管理機關認定係屬違建或無法申請變更為合法。

(五)溫泉設施：廣告表示溫泉設施，實際給付不符溫泉法相關法令。

(六)建築物外觀、設計、共有部分：

1.建築物外觀、設計、共有部分之格局配置(例如：圖書室、交誼廳、健身房等)與廣告不符，或與廣告表示相符，惟與施(竣)工圖不符，經建築管理機關認定係屬違建或無法申請變更為合法。

2.設施或服務不屬於給付或附隨給付，而

廣告表示有使一般或相關大眾誤認為屬於者。

(七)停車位：廣告表示停車位與施(竣)工圖不符，經建築管理機關認定該停車位配置違反建築法規。

(八)公有公共設施或交通道路：

- 1.廣告對公有公共設施(例如：學校、公園、運動場、政府機關等)之表示與使用廣告當時之客觀狀況或完工後之實際狀況不符，且其差異難為一般或相關大眾所接受。
- 2.廣告以未完成之公共設施或交通道路為表示或表徵，使一般或相關大眾誤認已完成。
- 3.廣告對交通狀況、時間或空間距離之表示，未以通常得使用之道路狀況為計算標準。

(九)外在景觀環境：廣告對建築物外在環境、視野、景觀之表示與事實不符，且其差異難為一般或相關大眾所接受。

(十)建商(案)獲獎實績：廣告表示之獲獎情形與事實不符，且其差異難為一般或相關大眾所接受。

(十一)不動產經紀業營業實績：不動產經紀業者其廣告表示之營業實績(例如：成交紀錄、分店數量、買方或買方數量等)與事實不符，且其差異難為一般或相關大眾所接受。

四、(虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵類型二)

不動產廣告不得為下列虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵，例示如下：

(一)數量具稀有性：以數量具稀有性之不實訊息作為宣傳，以提高潛在買方賞屋意願，促使買方作成購屋交易決定。

(二)優惠低價：以少量低價公關戶誤導為成交價。

(三)優惠促銷：廣告表示之優惠內容與事實不符，且其差異難為一般或相關大眾所接受。

(四)投資報酬率：廣告表示於一定期間之投資報酬率與事實不符，且其差異難為一般或相關大眾所接受。

(五)建造執照：建造執照尚未核發，而廣告表示有引人誤認已取得建照。

(六)建築物或土地用途：廣告表示建築物或土地之用途與使用分區之法定用途不符，且依法不得變更，致有引人誤認其可供住宅或其他非法定用途使用。例如使用分區為工業區：

- 1.廣告未對建築基地使用限制為「工業區」或「丁種建築用地」之表示，或雖已載明基地使用限制為「工業區」或「丁種建築用地」，但標註較廣告中其他說明顯然有所不足。
- 2.廣告未對建築物係供與工業有關之使用明確加以表示。
- 3.廣告使用一般住宅配備為圖示，或文字說明暗示其建築物適合供住宅使用。

前項各款先依「公平交易委員會與內政部處理涉及不動產炒作行為之協調結論」處理。 