

實務報導

公平會不實廣告處分案例之整理與介紹

呂玉琴*

公平會自今年元月二十七日成立以來，截至十二月底止，對於違反公平交易法案件所為之處分，計有六十四件，倘依引據處分之條文再細分，可發現其中有泰半之處分係導源於違反公平交易法第二十一條不實廣告之規定，從上揭之數據，一則顯示國內不實廣告氾濫之程度，再則表示國內事業對於公平交易法有關不實廣告之規定，未盡明瞭，為幫助事業進一步瞭解公平交易法不實廣告之有關規定及實務上適用情形，茲就公平會成立近一年來對於違反公平交易法不實廣告規定所為處分案件作一整理並介紹。

壹、我國公平交易法有關不實廣告之規定

公平交易法第二十一條規定「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。事業對於載有前項虛偽不實或引人錯誤表示之商品，不得販賣、運送、輸出或輸入。前二項規定，於事業之服務準用之。廣告代理業在明知或可得知情況下，仍製作或設計有引人錯誤之廣告，應與廣告主負連帶損害賠償責任。廣告媒體業在明知或可得知其所傳播或刊載之廣告有引人錯誤之虞，仍予傳播或刊載，亦應與廣告主負連帶損害賠償責任。」故事業如於其商品或廣告上就商品

* 公平會法務處專員

之價格、品質、內容……等事項有虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵之情事，或就該等載有虛偽不實或引人錯誤表示之商品，予以販賣、運送、輸出或輸入者，即違反上開規定；另事業所為之服務亦準用前揭禁制規定。對於違反公平交易法第二十一條規定者，依同法第四十一條規定，本會得限期命其停止或改正其行為，逾期仍不停止或改正其行為者，得繼續命其停止或改正其行為，並按次連續處新臺幣一百萬元以下罰鍰，至停止或改正為止。目前公平會所為不實廣告之處分，以命被處分事業停止不法廣告或標示行為，或命刊登更正廣告為主，且因被處分事業均能遵行辦理，故截至目前為止，尙未有事業因違反公平交易法第二十一條規定，而被公平會處以罰鍰之案例出現。

至於廣告代理業及媒體業在明知或可得知情況下，仍製作、設計，或傳播、刊載引人錯誤之廣告時，因其應負之責任依現行公平交易法之規定為與廣告主負連帶損害賠償責任，公平會目前尙無法對於廣告代理業及媒體業之違法廣告行為逕予處分，此部分仍有待因該違法廣告受有損害者自行向法院主張損害賠償請求權；惟鑑於在不實廣告行為中，廣告媒體業及代理業常扮演重要之角色，為有效防制不實廣告活動，故公平會第六十二次委員會議決議，在不實廣告處分案中，倘調查結果認為廣告代理業及媒體業應負連帶損害賠償責任時，為使不實廣告代理業及媒體業知所警惕，並作為將來認定廣告代理業及媒體業適用公平交易法第二十一條後段明知或可得知之證據方法，嗣後公平會處理此類案件時，除於處分書上併予叙明廣告媒體業之損害賠償責任（限於民衆在申訴書中提及因此違法廣告而受騙、上當、或受有損害等權益受損情事）外，另將就公平會所為處分情形同時函知各該案之相關廣告代理業及媒體業。依吾人之見，倘欲澈底解決上開問題，仍宜趁目前公平交易法正進行修法作業之同時，一併修正課以廣告代理業及媒體業刑事或行政責任。

貳、公平會所為不實廣告處分案之介紹

為幫助各事業了解其所屬產業之廣告（或標示）行為與公平交易法之關係，本文將以產業別方式介紹各處分案，並同時將各產業於該件處分案之具體違反廣告（或標示）行為，一併叙明如次，以供業界參考：

- 一、建築業：從公平會成立以來自十二月底止所為十件建築業不實廣告案例知悉，建築業倘有下列之廣告行為，將有被公平會認定為不實廣告之虞：
- (一)廣告上表示該建築案係與政府機關共同辦理或由政府機關協助辦理，但實際上只是政府機關依法核准其建造。(公平會(81)公處字第○一四號「台中國宅公告」案及(81)公處字第○一五號「台中港路國宅公告」案)
 - (二)廣告上為「最後○○戶限量配額，登記額滿為止」表示，然實際欲銷售之戶數逾越所登載之數字，或無限量配額情事。(公平會(81)公處字第○一四號「台中國宅公告」案)
 - (三)銷售之建築物(或預售屋)未向政府相關單位申請為獎勵投資興建之國宅，卻自行於廣告上刊載「○○行政機關專案核准中」。(公平會(81)公處字第○三九號「海洋大學世界」案)
 - (四)廣告文宣上將實際辦理國宅貸款之部分條件撰寫成辦理國宅貸款之全部條件，以吸引購屋者前往訂購。(同前公平會(81)公處字第○一四、○一五、○三九號處分書)
 - (五)預售屋廣告所示房屋結構圖及平面圖與實際建築施工平面圖不符，例如廣告上有陽台設計，但建築施工平面圖卻無陽台之設計。(公平會(81)公處字第○三三號「中港至愛」案)
 - (六)靈骨塔銷售廣告上表示「啓用週年慶」及「特惠專案，二萬元起」，但實際上該塔未經權責機關核准啓用，且大部份塔位之價格均高出廣告所載價格甚多。(公平會(81)公處字第○二六號「大度山寶塔」案)
 - (七)工業用地上之建物銷售廣告刊載「一樓精華戶、御賜天下多用途，黃金一樓、美容院、花店、工作室…」或「黃金一樓十送一車位十送私人御花園」、「○○坪VIP至尊享受」、「○坪至○坪鴻儒套房、○至○坪○房」，或其他易使人誤認或聯想為一般住宅之廣告用語，而將「本工地為都市計劃工業用地」以小字第不明顯方式登載於廣告上，或根本未為土地使用區分之表示。(公平會(81)公處字第○二二號「中原至尊」案)
 - (八)工業用地上之建物廣告上雖註明「本說明資料僅供參考」及「使用區分：都市計劃，工業用地」字樣，但卻以較明顯方式登載「享受○○所提供俱樂部級的

公共設施與休閒設施」、「室內裝修…浴室、廚房…」字樣，或其他易使人誤認或聯想為一般住宅之廣告用語，並以臥房、書房、廚房等照片為圖示者。（公平會（81）公處字第○三六號「關中生活圈」第○五五號「康莊大道」及第○六三號「大利市」處分案）

(九)售屋廣告中刊登「使用○○坪」，但實際交屋之使用坪數卻與此不符，例如公平會（81）公處字第○六○號處分案，被處分人在報紙刊登售屋廣告，引述「使用三十六坪」一語。卻未告知上述坪數包括屬於他人違建屋頂構成之露台，且被處分人亦無法使購買該屋者取得露台使用權。

二、唱片業：計有六件處分案，處分之事實（或理由）為

(一)翻唱卡帶於卡式錄音帶之包裝歌曲目錄上，先標示曲名，曲名後則註明原唱者姓名，復於該等錄音帶封面刊印原唱者照片，而未為翻唱之標示。

(二)翻唱唱片或卡帶雖於包裝上另以中文標示「重新錄製」字樣，但就其包裝之外觀作通體觀察時，仍不足以使人認知其內之歌曲係他人翻唱。例如將「重新錄製」用很小的字或置於很不顯眼處。

(三)翻唱唱片或卡帶雖標有「COVER VERSION」，或「O. A.」字樣，但其外觀包裝上卻於曲名後標示原唱者姓名及照片。

上述事實均被公平會認定違反公平交易法第二十一條規定（參見公平會（81）公處字第○三七、○四七、○五二、○五四、○六四號有關翻唱唱片或卡帶之處分案）。

三、藥品及健康食品業：計六件處分案，主要內容為

(一)故意標高商品之價格，但實際卻以標價之○折出售（即從未以標示價格出售），以吸引交易相對人購買。（公平會（81）公處字第○二五號「舒喜維他命」案及（81）公處字第○五一號「速麗高纖維錠」案）

(二)商品之實際成份為 A 產品，但卻故意標示為較受歡迎之 B 產品。（公平會（81）公處字第○二七號「FO 減肥奶粉」案及（81）公處字第○二八號「好瘦烏龍茶案」）

(三)訴諸權威或名人之廣告標示，例如前揭好瘦烏龍茶案所刊登「著名影星○○○保持良好身材的秘密大公開」影射其產品具有減肥效果，而事實確非如此；又

例 FO 減肥奶茶案以「榮獲美國醫療食品所推薦」、「台大、長庚、陽明、仁愛各大醫院福利社有售，品質效果有保障」，但事實上卻無任何相關資料佐證曾獲美國醫療所推薦，且台大、長庚陽明、仁愛各醫院之福利社亦僅被寄售少量之產品（六罐），不足以證明該商品具有廣告所稱之品質與效果。

(四)未取得商品之經銷代理權，卻於該商品廣告上表示「遠東區總代理、台灣區總經銷」等具有經銷代理權之字樣。（同前公平會（81）公處字第○二七號處分案）

(五)未具藥商資格，卻於新聞媒體上刊登「增強記憶力」、「快速減肥」等藥品廣告，而其廣告上所販售之藥品，經查證後亦無上述療效。（公平會（81）公處字第○六二號處分案）

(六)於廣告上將實際為甲藥廠所生產之藥品，登載為乙藥廠（或藥品研究中心）之產品，或生產者未具「GMP 藥廠」資格、販賣之藥品未經衛生單位許可，卻使用「GMP 大藥廠出品」、「經衛生署（處）許可之優良藥品」等廣告用語，或是將台灣製之中藥，故意命名為大陸地名之某產品，如「四川○○散（丹）」，並佐以「不辭辛勞引進」，而使人就該藥品之製造者、品質、製造地等產生錯誤認知。（公平會（81）公處字第○六一號處分案）

四、旅遊及移民業：計有三件處分案，主要內容為

(一)於廣告上刊登國家元首與其公司負責人之合照，並於旁加註「領袖級信譽」字樣，惟事實上該照片之拍攝與本廣告所欲促銷之商品（或服務）並無關聯，此故意將相片置放於廣告中之行為，實有攀附國家元首名望之嫌。（公平會（81）公處字第○○五號「美國綠谷投資移民專案」案）

(二)於廣告中刊登「主辦：美國加州政府、洛杉磯市政府、○○旅遊」，但事實上該廣告促銷之活動，卻非美國加州州政府、洛杉磯市政府及該旅遊公司共同舉辦（公平會（81）公處字第○四五號「美國洛杉磯青少年夏令營」案）

(三)廣告上為特價表示「○○旅遊，美西九天○○元」，未標明該特價有效期間，卻拒絕報名參加者依廣告所示價格給付。（公平會（81）公處字第○三八號「金獅旅遊」案）

五、多層次傳銷業：於招募人員廣告上，誇大登載該事業所屬參加人之收入，以吸

引第三人加入，係違反公平交易法第二十一條第三項準用同法條第一項之規定。
。（公平會（81）公處字○四一及○四三號有關威擊公司招募參加人案）

六、餐飲業：廣告所刊登之菜單圖片與餐廳實際提供之實物，存有一般消費者難以接受之差距，係違反公平交易法第二十一條第一項規定。（公平會（81）公處字第○一九號「海霸王」案）

七、汽車業：將A國製之甲汽車公司產品乙，引述德國雜誌之比較廣告，使人以為乙產品為德製之甲汽車公司產品，但實際上甲汽車公司於甲國及德國二地所製之同型汽車之配備並不完全相同。（公平會（81）公處字第○三五號「和泰汽車」案）

八、補習班

(一)未經政府機關許可或向政府機關登記之職業訓練機構，於廣告中宣稱「○○職訓中心」，係違反公平交易法第二十一條第三項準用同條第一項之規定。（公平會（81）公處字第○四四及○五八號處分案）

(二)補習班招生廣告中為「考試一定及格」等誇大表示用語，係屬就服務品質、內容之不實廣告，而有公平法第二十一條第三項之適用。（公平會（81）公處字第○三一號「陳瑩美容補習班」案）

(三)於國內知名學府之名稱（或簡稱）下，加列「教育中心」等從事傳授知識技能之教育作用語，而實際上卻與該知名學府無任何關係，且於該廣告上一併使用「首創售後服務的學府」、「○○（知名學府之名稱）特殊教學」等易使人誤認或聯想之字眼。（公平會（81）公處字第○五九號「清大教育中心」案）

九、出版社：於書籍或教學錄影帶促銷廣告中，刊登「限時特惠○○元」，且強調優惠期限至○年○月○日為止，但實際上該促銷之商品，自始即以所稱之特惠價出售，亦無優惠期間之限制，此行為亦構成公平交易法第二十一條第一項之不實廣告規定。（公平會（81）公處字第○三四號「國際學社」案）

十、其他：下列廣告行為亦被本會認定違反公平交易法第二十一條規定：

(一)商品展覽廣告中，刊登之展覽品名稱或內容與實際展出者並不相符，例如：公平會（81）公處字第一號上盟公司案，其廣告表示「92超級汽、機車暨摩登用品展」，但實際展出者大部分為一般日常用品；另公平會（81）公處字第○○

- 二號「西安秦始皇兵馬俑世界巡迴展」案，亦屬此一型態。
- (二)冷氣機促銷廣告中，將冷房能力24000 BTU/HR 標示為「三噸」，而事實上「一冷凍噸」相當於12000 BTU/HR（公平會（81）公處字第〇五〇號「太尹電化公司」案）
- (三)KTV 業於其招待券上為「憑本券可免費歡唱一小時，限〇月〇日前有效」之表示，而未叙明該招待券實際上僅限於其所定期限內之週一至週五使用，係屬就服務之內容為不實廣告，而有公平交易法第二十一條第三項之適用。（公平會（81）公處字第〇三二號「銀櫃 KTV」案）
- (四)在廣告上表示「在〇〇（事業名稱），只要800元，即可以超值價換購包裝精美之日本高級餐瓷」、「只要在〇〇購買一百元即送印花一枚，集滿八枚即可換購五件組餐瓷」，而未明確告知購買者須另付〇〇元始可換購。（公平會（81）公處字第〇一八號「百佳公司案」）

叁、結 語

公平交易法第二十一條之適用，主要係以閱讀廣告（或標示）者是否能自廣（或標示）之名稱或內容認識廣告主（或為標示者）所要從事或實際從事之事業活動為斷，故各事業於為廣告行為或於商品上為標示時，除應注意該廣告及標示無虛偽不實外，亦應以閱讀廣告（或標示）者身份自居，慎審該廣告及標示有無引人錯誤之虞，如此，對事業而言，當可降低其違反公平交易法第二十一條規定之情事發生，另外，該自律行為亦將有助於公平會達成導正國內廣告活動，消除不公平競爭行為，並間接保護消費者權益之執法任務。

