

公平交易委員會對於 不動產廣告之規範說明 與案例解析

講授大綱

前言

- 認識公平交易委員會

公平交易法不實廣告規範

- 規範主體、廣告行為、構成要件、法律效果

不實廣告之管轄

- 特別法優於普通法、不動產經紀業不實廣告案件

不動產廣告案件之處理原則

- 15款例示類型

建議與結論

公平交易委員會簡介(1)

- 成立目的：
維護交易秩序與消費者權益，
確保自由與公平競爭，
促進經濟之安定與繁榮。
- 隸屬行政院之二級獨立機關
- 採委員合議制
- 主管法規：公平交易法、
多層次傳銷管理法

公平交易委員會簡介(2)

□ 公平交易委員會組織法 §2

本會掌理事項如下：

- 一、公平交易政策及法規之擬訂。
- 二、公平交易法之審議。
- 三、事業活動及經濟情況之調查。
- 四、違反公平交易法案件之調查及處分。
- 五、多層次傳銷政策、法規之擬訂及有關案件之調查及處分。
- 六、公平交易政策及法令之宣導。
- 七、其他有關公平交易事項。

公平交易法

第2章 限制競爭

§7 獨占行為

§19 限制轉售
價格

§14 聯合行為

§20 限制競爭
之虞行為

§10 結合行為

第3章 不公平競爭

§21 不實廣告

§24 損害營
業信譽

§22 仿冒行為

§25 其他
欺罔顯失
公平行為

§23 不當贈品
贈獎

公平法對於不實廣告之規範架構(1)

- 公平交易法：第1條、第2條、第21條及第42條
- 行政規則：
 1. 為執行法令所必要釋示
公平交易委員會對於公平交易法第21條案件之處理原則
 2. 類型化案件處理原則
公平交易委員會對於不動產廣告案件之處理原則

公平法對於不實廣告之規範架構(2)

- 規範目的— 第1條 立法宗旨
- 規範主體— 第2條 「事業」
- 規範行為— 第21條 「禁止為不實廣告行為」
- 違反行政法上義務行為之法律效果— 第42條
「5萬~2,500萬元罰鍰」、
「令停止、改正或採取必要更正措施」

不實廣告之規範意旨

- 事業透過虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵以爭取交易機會，將對其他守法之競爭同業形成不公平競爭，並誤導交易資訊而使消費者權益受損，是以必須規範。
- 保護競爭而非保護競爭者

不實廣告之規範主體(1)-前提

- 須為公平交易法所稱**事業** (§2)
 - 公司
 - 獨資或合夥之工商行號
 - 其他提供商品或服務從事交易之人或**團體**
 - **同業公會**或其他依法設立、促進成員利益之**團體**

不實廣告之規範主體(2)-廣告主

- 出資製作、散發使用
- 擁有文稿的最終審閱權
- 最終消費發票的開立者
- 因廣告而獲取商品或服務之利潤，如佣金、營業額抽成
 - 併同認為廣告主：
建商 vs. 代銷商、
網路平台業者 vs. 供貨商、
電視購物台業者 vs. 供貨商

不實廣告之行為規範

- 公平法第21條第1、4項：
 - ▶ 事業不得在商品或廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於與商品相關而足以影響交易決定之事項，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。
 - ▶ 前3項規定，於事業之服務準用之。

不實廣告之行為規範-1.標的範圍

- 公平法第21條第2項：
 - 前項所定與商品相關而足以影響交易決定之事項，包括商品之價格、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，及其他具有招徠效果之相關事項。
- 其他具有招徠效果—具有經濟價值之其他非直接屬於交易標的而足以影響交易決定之事項：
 - 事業之身分、資格、營業狀況
 - 與他事業、政府機關、公益團體之關係
 - 交易附帶提供之贈品、贈獎

不實廣告之行為規範-2.媒介方式

- 廣告(報紙、電視、廣播或網路等傳播媒體)
- 其他使公眾得知之方法
(使不特定多數人得以共見共聞的訊息傳播行為)
 - 摺頁、信封、帳單、會員E-MAIL、電子報、手機簡訊及通訊軟體
 - 市招、說明會、紅布條
- 不動產常見廣告態樣：平面配置圖、家具配置圖、模型屋、樣品屋、實品屋、僱人在路邊舉牌……

不實廣告之行為規範-3.禁制規範(1)

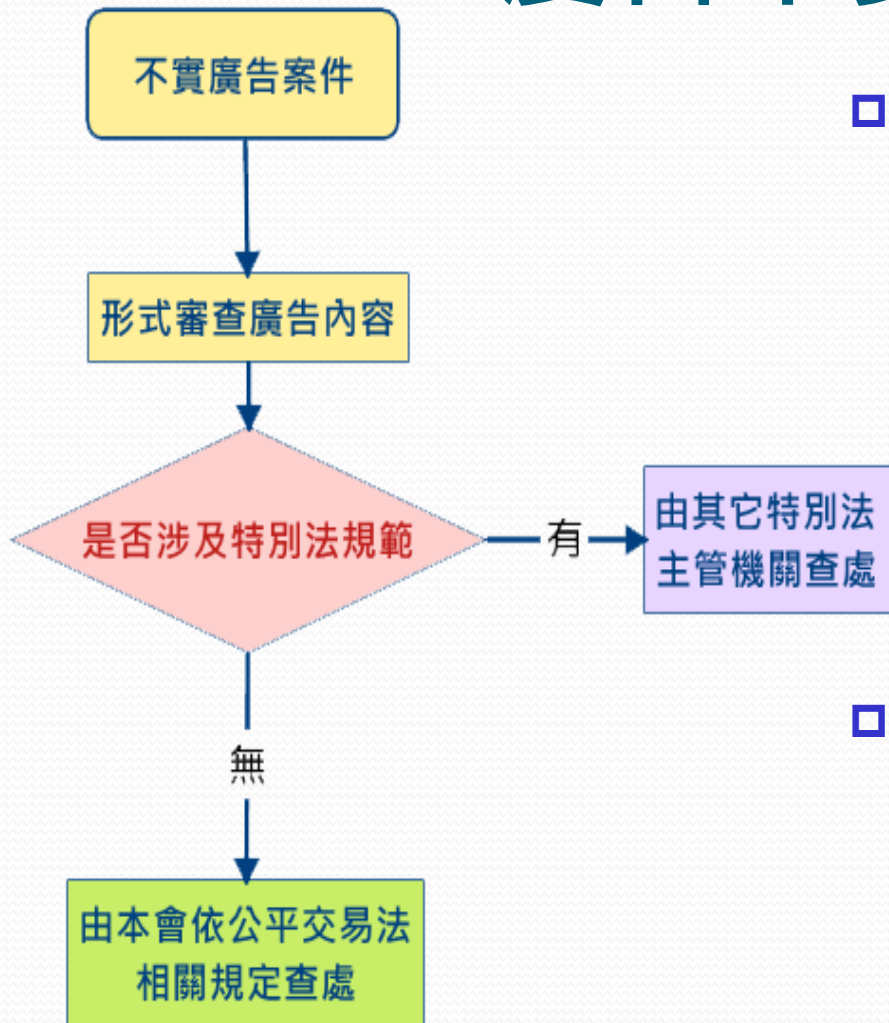
- 虛偽不實：表示或表徵與事實不符，其差異難為一般或相關大眾所接受，而有引起錯誤之認知或決定之虞者。
- 引人錯誤：表示或表徵不論是否與事實相符，有引起一般或相關大眾錯誤之認知或決定之虞者。

不實廣告之行為規範-3.禁制規範(2)

虛偽不實或引人錯誤之判斷原則

- 交易相對人普通注意力之認知，並為合理判斷
一般商品 VS. 一般大眾；特殊產品 VS. 相關大眾；誇大 VS. 廣告不實
- 合併觀察之整體印象及效果
重要交易資訊之排版、位置及字體大小顯不成比例；相符 VS. 廣告不實
- 得單獨觀察特別顯著之部分
- 有多重解釋時，其中一義為真，即無不實
但引人錯誤之意圖明顯者，不在此限
- 客觀狀態原則：廣告主使用廣告時之客觀狀況予以判斷

廣告不實管轄分工



- 依中央法規標準法§16揭示特別法優於普通法原則，不實廣告內容倘涉有其它特別法規範者，由特別法主管機關依特別法規定論處。
- 未有特別法規範之廣告行為，由公平會依公平交易法相關規定論處。

其他機關主管之廣告案件例示

違法類型	主管機關
食品、藥品、療效	衛生福利部
一般商品標示	經濟部
菸酒	財政部
就業或招募員工	勞動部
旅遊服務	觀光局
證券期貨	金管會
立案補習班	教育部
移民廣告	內政部
不動產經紀業廣告	

公平會與內政部96.6.29 就不動產經紀業不實廣告之分工(1)

□內政部依不動產經紀業管理條例處理——

不動產經紀業所為不實廣告案件(應註明經紀業名稱之廣告)：

- ▶ 不動產經紀業者與委託人簽訂委託契約後，刊登之廣告及銷售內容與事實不符。
- ▶ 不動產經紀業係加盟經營，而未於廣告、市招及名片等明顯處，標明加盟店或加盟經營字樣者。

公平會與內政部96.6.29 就不動產經紀業不實廣告之分工(2)

□ 公平會依公平交易法處理——

不屬於不動產經紀業管理條例規範之範疇者：

- ▶ 不動產經紀業所為之廣告內容，涉及**事業服務品質、企業形象、行銷策略**等虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵，或其他足以嚴重影響市場交易秩序及公共利益之情形。
- ▶ 建商委託不動產經紀業者從事銷售行為之不實廣告案件，依個案具體情形，得認**建商與不動產經紀業者俱為廣告主者**。

公平交易委員會對於 不動產廣告案件之處理原則

例示15項違法廣告態樣

■ 內格局（建案本身）

- ▶ 建築物或土地之用途與「使用分區」不符
- ▶ 面積、外觀、設計、公設與廣告不符
- ▶ 格局配置與施(竣)工圖不符：
夾層屋、停車位變公設、
陽台雨遮、機電空間變室內空間
- ▶ 溫泉設施不符法令

■ 外格局（周邊環境）

- ▶ 座落地點
- ▶ 公共設施(學校、公園)、
交通
- ▶ 外在環境、視野、景觀

■ 其他

- ▶ 未取得建照
- ▶ 獲獎、優惠內容、投報率
- ▶ 房仲業成交紀錄

內格局-1.建物或土地用途

- 廣告表示建築物或土地之用途與使用分區（如工業區、商業區、旅館區、農業區等）之法定用途不符，且依法不得變更使用者。

工業住宅

- 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，但其標註較廣告中其他說明顯然有所不足。
- 廣告未對建築物係供與工業有關之使用明確加以表示。
- 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。

工業住宅-相關法令

- 依都市計畫法第85條規定訂定之都市計畫法臺灣省施行細則第18條規定，都市計畫乙種工業區以供「**公害輕微之工廠與其必要附屬設施**」，及「**工業發展有關設施**」使用為主，或得供「**公共服務設施及公用事業設施**」使用，是都市計畫乙種工業區不得為一般住宅使用，承購者如作為住宅使用，已違反上開條文規定，應依都市計畫法第79條規定處理。
- 依建築法第73條第2項前段規定，**建築物應依核定之使用類組使用**，其有變更使用類組應申請變更使用執照，然乙種工業區設置之建築物如變更為住宅使用，既已違反前揭細則規定，已不符建築法第73條第2項規定要件，自無從依其規定辦理變更使用。

工業住宅-本會見解

- 一般消費者據房屋銷售廣告內容僅認知於購屋後得依廣告揭示之用途使用，而難以知悉廣告所載之用途違反建管法規，有遭勒令拆除、改建、停止使用或恢復原狀之風險。
- 位於都市計畫乙種工業區建案，依法不得作住宅使用，惟建案廣告內容倘顯示客廳、飯廳、臥房、廚房、衛浴之住家格局，或使用住宅相關用語，**易使消費者誤認建案係可供一般住宅使用**，並據此認知作成交易決定，故屬不實廣告。

內格局-2.不動產面積

- 廣告表示總面積與所有權狀登記之面積不符。
- 廣告表示之面積雖相符，但有以下情形者：
 - 以**非法定名詞**（使用面積、公共面積、室內面積、公共設施）作為面積之表示，未於明顯處以相當比例之字體註明其範圍。
 - 使用**法定用語**（基地面積、主建物面積、附屬建物面積、共有部分面積）作為面積之表示，而其數量與應有或登記者不符。
 - 建築物**共有使用設施比例**之具體數字與完工建築物不符。

內格局-3.內部自有格局配置

- 廣告表示建築物內部自有格局配置（陽台、機電設備空間、雨遮位置等）與施(竣)工圖不符
- 經建管單位認定屬**違建**
- 無法申請變更為合法

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：
 - 廣告表示與**施(竣)工圖不符**
 - 廣告未明示建築法規對施作夾層之限制(樓層、面積、材質、容積率管制等)
 - 經建管單位認定屬**違建**

陽台外推

■ 建管機關意見—建築法

- 第25條前段規定：「建築物非經申請直轄市、縣（市）（局）主管建築機關之審查許可並發給執照，不得擅自建造或使用或拆除。」
- 第9條第2款規定：「**增建**：於原建築物增加其面積或高度者。」第28條第1款規定：「建築物之新建、增建、改建及修建，應請領建造執照。」
- 第86條規定：「違反第25條之規定者，依左列規定，分別處罰：一、**擅自建造者**，處以建築物造價千分之五十以下罰鍰，並勒令停工補辦手續；**必要時得強制拆除其建築物**。……」

機電設備空間

■ 建管機關意見

- ▶ 建築法第73條第2項規定：「建築物應依核定之使用類組使用，其有變更使用類組或有第9條建造行為以外主要構造、防火區劃、防火避難設施、消防設備、停車空間及其他與原核定使用不合之變更者，應申請變更使用執照。……」
- ▶ 機電空間倘為客廳、餐廳等居室空間使用，即與原核定使用空間未符，應依建築法第91條第1項規定處分。

內格局-4.共有部分格局配置

- 建築物外觀、設計、公設(如休閒步道、戲水池、健身房、花園、游泳池、涼亭等)之格局配置：
 - ▶ 格局配置與廣告不符
 - ▶ 格局配置雖與廣告相符，惟與施(竣)工圖不符，經建築管理單位認定屬違建或無法申請變更為合法
 - ▶ 使人誤認設施或服務屬於給付或附隨給付

停車空間變公設

■ 建管機關意見

- 建築法第73條第2項規定：「建築物應依核定之使用類組使用，其有變更使用類組或有第9條建造行為以外主要構造、防火區劃、防火避難設施、消防設備、停車空間及其他與原核定使用不合之變更者，應申請變更使用執照。……」
- 經查閱竣工圖說(案關區域)係作為汽、機車停車空間使用，按建築法第73條第2項前段規定，建築物非經領得變更使用執照，不得變更其使用。

外格局

■ 公有公共設施(學校、公園、運動場、政府機關等)或交通道路

- ▶ 對公有公共設施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
- ▶ 使誤認公有公共設施或交通道路已完成
- ▶ 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

■ 外在環境、視野、景觀

建議與結論

- 廣告前善盡查證之義務，引用資料之正確性。
- 廣告真實表示之義務，以消費者觀點審核之。
- 充分揭露限制條件，避免不當編排，致消費者難以認知。
- 廣告內容履行之可能性。
- 廣告後確實履行給付之義務。

公平交易委員會APP QR Code

Android



iOS



公平會資訊與聯絡方式

本會地址：臺北市濟南路1段2-2號12-14樓

本會服務中心電話：(02)2351-0022 或
(02)2351-7588轉380

南區服務中心地址：高雄市苓雅區政南街6號9樓

南區服務中心電話：(07)723-0022

網址：<http://www.ftc.gov.tw>



公平交易委員會
FAIR TRADE COMMISSION

謝謝指教