

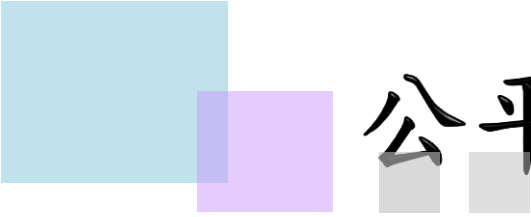


公平交易委員會對於 不實廣告之規範 及案例說明

公平交易委員會 110年10月18日

IEAT國際會議中心

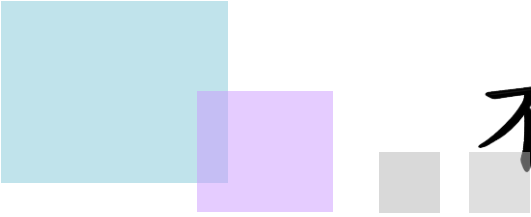




公平交易法的立法宗旨

- 為維護交易秩序與消費者利益，確保自由與公平競爭，促進經濟之安定與繁榮。
- 自由的競爭
 - ✓ 不受非市場力量的干預
- 公平的競爭
 - ✓ 不受不實商業訊息的扭曲

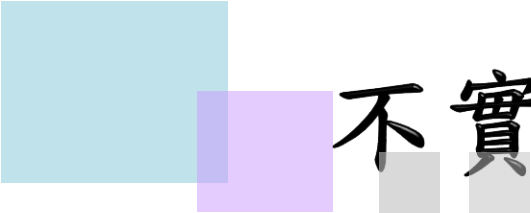




不實廣告規範目的

- 防止對於守法之競爭同業形成不公平競爭
- 防止因誤導交易資訊而使消費者權益受損





不實廣告規範內容 (§21)

- 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…項規定，於事業之服務準用之。

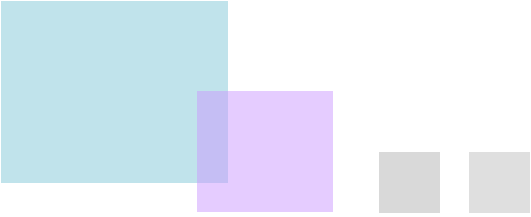




不實廣告規範對象：事業

- 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
 - ✓ 若為自然人，必須符合事業之定義

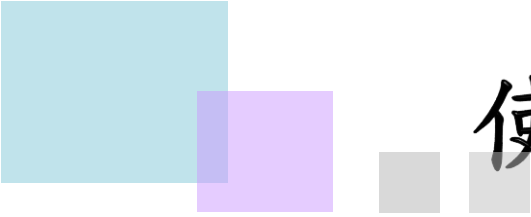




如何判斷廣告主

- 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
(例：建商與代銷商)

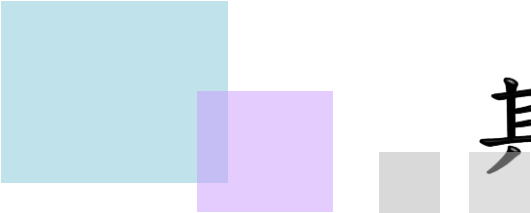




使公眾得知之方法

- 商品
- 廣告
 - ✓ 報紙、雜誌、電視、廣播、網路等傳播媒體
- 其他得直接或間接使非特定之一般或相關大眾共見共聞的訊息傳播行為。





其他訊息傳播行為

- 設市招、發名片、辦說明會
- 提供資料給媒體報導
- 發函使事業得以共見共聞
- 於書籍上登載訊息
- 以推銷介紹方式交付
- 散發使用手冊予專業人士進而將訊息散布於眾。



與商品/服務相關而足以影響交易決定之事項 I

- 一切具有經濟價值之交易標的：

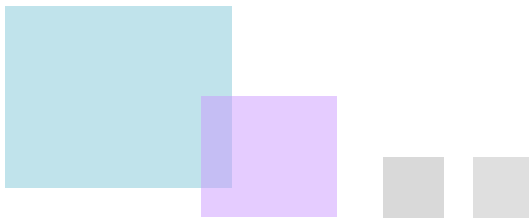
✓ 例示：商品/服務的價格、數量、品質、內容、製造方法、製造日期、有效期限、使用方法、用途、原產地、製造者、製造地、加工者、加工地等。



與商品/服務相關足以影響交易 決定之事項 II

- 具有招徠效果之其他非直接屬於交易標的之相關交易事項：
 - ✓ 事業之身分、資格、營業狀況，與他事業、公益團體或政府機關之關係，事業就該交易附帶提供之贈品、贈獎等。

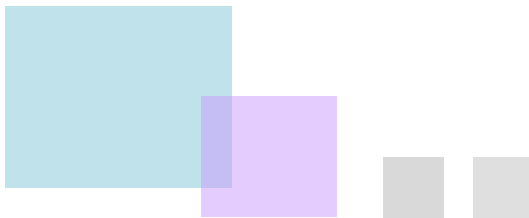




何謂表示

- 以文字、語言、聲響、圖形、記號、數字、影像、顏色、形狀、動作、物體或其他方式足以表達或傳播具商業價值之訊息或觀念之行為。





何謂表徵

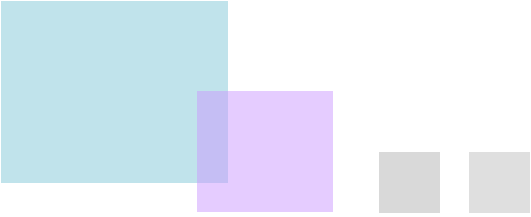
- 指某項具識別力或次要意義之特徵，其得以表彰商品或服務來源，使相關事業或消費者用以區別不同之商品或服務。
- 所稱識別力，指某項特徵特別顯著，使相關事業或消費者見諸該特徵，即得認知其表彰該商品或服務為某特定事業所產製或提供。



何謂虛偽不實或引人錯誤

- 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。

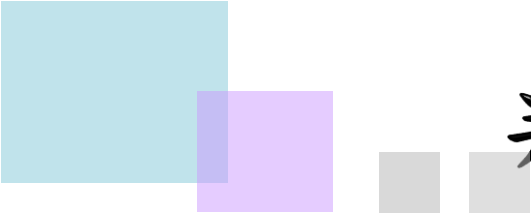




客觀狀態原則

- 應依廣告主使用廣告時之客觀狀況予以判斷，包括提供日後給付之能力、法令之規定、商品（或服務）之供給等。
- 廣告主使用廣告時，已預知或可得知其日後給付之內容無法與廣告相符，則其廣告有虛偽不實或引人錯誤。

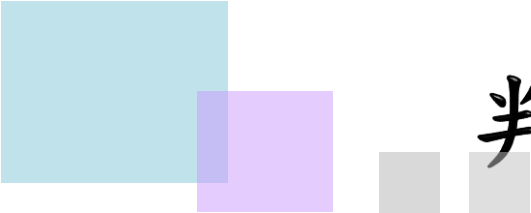




判斷的考量因素I

- 以交易相對人普通注意力之認知為判斷。
- 以對比或特別顯著方式為內容，得單獨觀察特別顯著部分。
- 合併觀察表示或表徵之整體印象及效果。

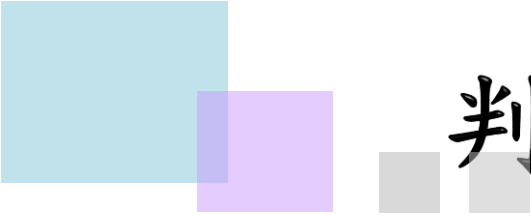




判斷的考量因素II

- 重要交易資訊內容於版面排版、位置及字體大小顯不成比例者。
- 負擔或限制條件未充分揭示者
- 客觀上具有多重合理解釋時，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。





判斷的考量因素III

- 與實際狀況之差異程度。
- 是否足以影響具有普通知識經驗之相關交易相對人為合理判斷並作成交易決定。
- 對處於競爭之事業及交易相對人經濟利益之影響。



不實廣告的管轄分工

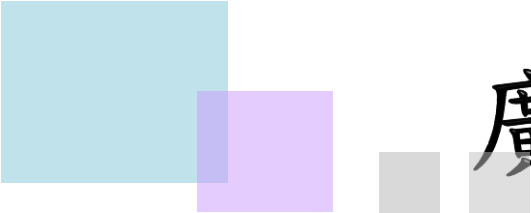
- 特別法優於普通法原則
 - ✓ 目的事業主管機關所主管的法令，如果已對商品/服務之廣告訂有規範暨罰則規定，原則上應由該主管機關主政。



不實廣告的管轄例示

相 關 法 令	主 管 機 關	商 品 / 服 務 種 類
食品安全衛生管理法	衛生福利部	食品
化粧品衛生安全管理法	衛生福利部	化粧品
藥事法	衛生福利部	藥品、醫療器材
不動產經紀業管理條例	內政部	不動產仲介或代銷
短期補習班設立及管理準則	教育部	補習及進修教育
有機農產促進法	行政院農業委員會	有機農產品
就業服務法	勞動部	招募、就業仲介服務
旅行業管理規則	交通部觀光局	旅遊服務
菸酒管理法	財政部	酒
金融服務業從事廣告業務招攬及營業促銷活動辦法	金融監督管理委員會	金融服務

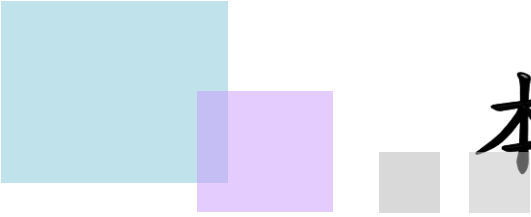




廣告主的違法責任

- 行政責任(§42)
 - ✓ 限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施
 - ✓ 罰鍰（首次：5萬元至2,500萬元，再犯：按次處10萬元至5,000萬元）
- 損害賠償(Ch.5)
 - ✓ 法院得酌定不超過已證明損害額三倍之賠償。





本會服務相關資訊

- 網址：<http://www.ftc.gov.tw>
- 本會服務中心專線：
(02) 2351-0022或(02) 2351-7588#380
- 南區服務中心：
 - ✓ 地址：高雄市苓雅區政南街6號
 - ✓ 電話：(07) 723-0022
- 服務時間：星期一至星期五
上午9時至12時30分;下午1時30分至5時





以上報告・敬請指教

