



公平交易法對於 不實廣告之規範

公平交易委員會

108年10月4日 宜蘭縣政府



為何規範

- 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，將造成：
 - ✓ 對其他守法之競爭同業形成不公平競爭
 - ✓ 誤導交易資訊而使消費者權益受損



如何規範 (§21 I & IV)

- 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。
- …於事業之服務準用之。



誰是事業 (§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
- ✓ 若為自然人，必須符合事業之定義
(Q：個人網路拍賣者?)





商品、廣告

- 商品

- ✓ 標示？表示？

- 廣告

- ✓ 報紙、電視、廣播、雜誌，或網際網路等大眾傳播媒體。



其他使公眾得知之方法

- 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**
 - ✓ 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



相關且影響交易決定的事項

- 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
- 其他具有招徠效果之相關事項等



其他具有招徠效果之相關事項

- 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
- 就該交易附帶提供之贈品、贈獎
- 就他事業商品/服務之比較項目等



何謂表示

- 足以表達或傳播具商業價值之訊息
或觀念之行為

- ✓ 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



何謂表徵

- 某項具識別力或次要意義之特徵，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

- ✓ 例：姓名、商號或公司名稱、商標、標章、經特殊設計，具識別力之商品容器、包裝、外觀等。



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。



■ ■ 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**
- 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



■ 判斷的考量因素II

- 負擔或限制條件未充分揭示者
- 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



■ 判斷的考量因素III

- 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



客觀狀態原則

- 廣告主使用廣告時，依客觀狀況予以判斷，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。
- 所稱客觀狀況，包括提供日後給付之能力、法令之規定、商品/服務之供給等。





■ ■ 誰涉及法律責任

- 廣告主 (§21 V)
- 廣告代理業 (§21 V)
- 廣告媒體業 (§21 V)
- 廣告薦證者 (§21 V & VI)



誰是廣告主

- 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、網路平台業者
與供貨商、賣場與供貨商



廣告主的行政責任 (§24)

- 限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施
- 罰鍰（前段：5萬元至2,500萬元，後段：按次處10萬元至5,000萬元）
- 故意共同實施違反行政法上義務之行為者，依其行為情節之輕重，分別處罰之。（行政罰法 §14）



損害賠償責任

- 廣告主負損害賠償責任。法院得酌定不超過已證明損害額三倍之賠償。
- 其他人倘在明知或可得而知情形下為下列行為，與廣告主負**連帶**損害賠償責任：
 - ✓ 廣告代理業仍製作或設計有引人錯誤之虞的廣告
 - ✓ 廣告媒體業仍傳播或刊載有引人錯誤之虞的廣告
 - ✓ 廣告薦證者仍為有引人錯誤之虞的廣告薦證



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

- **衛福部**：食品/健康食品廣告、化粧品廣告、藥物廣告、宣稱醫療效能廣告
- **觀光局**：旅遊服務廣告
- **勞動部**：求職人力仲介廣告
- **財政部**：菸酒廣告
- **金管會**：證券期貨保險廣告
- **農委會**：有機農產品廣告
- **縣市教育局**：立案補習班廣告



不實廣告案件相關處理原則 I

- 公平交易委員會對於公平交易法第21條案件之處理原則
- 公平交易委員會對於不動產廣告案件之處理原則
- 公平交易委員會對於促銷廣告案件之處理原則
- 公平交易委員會對於比較廣告案件之處理原則



不實廣告案件相關處理原則 II

- 公平交易委員會對於薦證廣告之規範說明
- 公平交易委員會對於網路廣告案件之處理原則
- 公平交易委員會對於瘦身美容案件之處理原則
- 公平交易委員會對於令為刊登更正廣告案件之處理原則



■ ■ 損害商譽 (§24)

- 事業不得為競爭之目的，而陳述或散布足以損害他人營業信譽之不實情事。
- 違法責任 (§37)
 - ✓ 處行為人2年以下有期徒刑、拘役或科或併科5,000萬元以下罰金。



以上報告・敬請指教

27

