



公平交易委員會

公平交易委員會對於不動產規範及 案例說明



日期：112年11月2日

大同大同國貨好！盤點十大洗腦廣告



公平交易委員會

排名	洗腦廣告	洗腦台詞	網路聲量
1	部落衝突	野豬騎士來囉~	3,043
2	Trivago	找飯店? Trivago!	1,682
3	波蜜果菜汁	三餐老是在外~	1,570
4	大同電器	大同大同國貨好	1,488
5	乖乖	乖乖乖乖乖~乖乖乖乖乖~	1,407
6	斯斯感冒膠囊	感冒用斯斯~	703
7	肯德基	這不是肯德基!	639
8	咳精	一定愛配溫開水!	389
9	De Beers	鑽石恆久遠·一顆永流傳	316
10	鐵牛運功散	媽~我阿榮啦!	303

10



資料分析: DailyView網路溫度計 透過 KEYPO大數據關鍵引擎 (keypo.tw) ·
以國際級的語意分析架構、先進的機器學習技術與人工智慧推論引擎 ·
感知網友語意脈絡與情緒 · 分析時事網路大數據 ·
分析期間: 2016/07/12~2017/07/11

媽!哇阿榮啦~~~阿榮喔~阿你賀麼?

6



鼻塞鼻炎 用斯斯

感冒用斯斯，鼻炎用斯斯，鼻塞鼻炎用斯斯

9



鑽石恆久遠，一顆永流傳

下午7:29 4G 65%

首席商旅ZINGER家選 覽廣告商網誌

5468 5888

ZINGER 略過廣告

廣告：第 172 則 007

ZINGER家族 廣告 www.china-mo... 瞭解詳情

在新莊區

【看盤不中斷】
24小時直播
557 人正在收看
#股市分析 #東

1萬 不

上午7:38

YouTube

探索

沉睡了3
啟四騎士
你可敢信

大店代理銷售

FET

瞭解詳情

499起吃到飽，最高送2400購物金

小資族與年輕人最愛的方案in遠傳！4G單門號不必被手機制約，自由享受網樂趣，網內互打享免費。

廣告 遠傳電信

我的一天廣告 廣告無所不在

完啦~完啦~完啦~芭比Q啦~

上午

即時

快訊

MIT NOA

營養師 黃君毅 Sunny 真心推薦

27% 上午9:05

2折 折扣碼 trace82

78折UP

登入領券

台式+立式 1機2用

無煙電烤爐

起立即搶購

下午12:02 4G 73%

< yahoo! 新聞 打開App

政壇小辣椒！裴洛西20歲美顏曝光 無懼中國曾多次踩紅線
19 小時前 313

三立新聞網 setn.com
趙立堅喊裴洛西若訪台「拭目以待」 登微博熱搜第1
9 小時前 374

momo購物網
男神節★宅在家購物夠便宜：限時NT\$749起...
Ad

聯合新聞網
波洛西傳今晚抵台 中共發布2軍演
6 小時前 849

Yahoo奇摩 (即時新聞)
傳裴洛西今訪台！中國駐聯合國代表警告危險挑釁 破壞中美關係
3 小時前 337

花蓮秧悅美地
小孩放電、大人放鬆好去處
《花蓮秧悅美地》暑假歡樂...
廣告

1,108 則留言

全台基地台涵蓋率第一，免綁約，上網吃到飽\$466

網路流量吃不完？退你錢！

電信免綁約，基地台涵蓋率第一

南哥投資便利商店 42分鐘前

加權指數 宏達電

威盛 位速 建建

造成遠航8億呆帳 前副總吳勇璋判2年10月

1天1管綠蜂膠滴劑，強化防線力

1天1管綠蜂膠滴劑，能幫助強化防線力，1瓶下殺5折起，再晚要等第二波到貨啦

國民保健第一品牌 大醫生技



怎樣才是廣告？.....表示或表徵

表示：係指以文字、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。

表徵：





哪裡有廣告？

商品、廣告、其他使公眾得知之方法

廣告媒介

- 網路
- 電視
- 廣播
- 報紙、雜誌
- DM(廣告單)
- 看板、布條
- 車體、車廂.....



其他使公眾得知之方法

- 新聞稿
- 名片
- 信封
- 帳單
- 會員電子報
- 手機簡訊





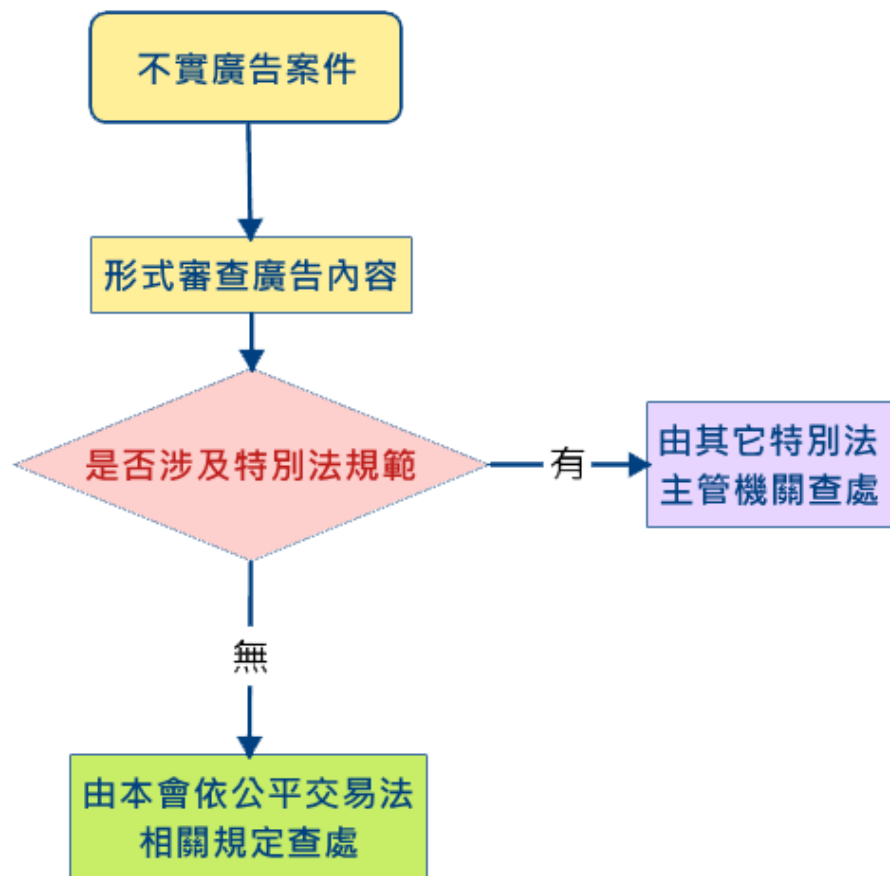
廣告誰在管？



特別法有廣告規範者，優先由主管機關處理。



不實廣告案件管轄分工



▶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。



主管機關

	商品 (服務)	特別法規範
內政部	移民業務廣告	入出國及移民法第56條
	不動產經紀業廣告	不動產經紀業管理條例第21條
	跨國婚姻廣告	入出國及移民法第58條
勞動部	就業廣告	就業服務法第5條
金融監督 管理委員會	金融服務業廣告 證券商廣告	金融消費者保護法第8條 證券商管理規則第5條
行政院環 境保護署	環境用藥廣告	環境用藥管理法第33條
教育部	立案補習班廣告	補習及進修教育法第9條
交通部	旅遊服務廣告	旅行業管理規則第30條



〇〇公司 誠徵
作業員

月薪：
例1：30,000 元至 33,000 元
例2：30,000 元
例3：面議(4萬元以上)

日薪 1,600 元起

時薪 150 元起

按件計酬 300 元/件



樂活洄瀾
2020璀璨花蓮

二日遊
獵人學校(原住民生活體驗) 吉安慶修院 平白 \$3199 / 人起

二子山北豐溫泉 鯉魚潭風景區 阿美麻糬



主管機關

	商品 (服務)	特別法規範
衛生福利部	食品廣告	食品安全衛生管理法第28條
	藥品廣告 醫療器材廣告	藥事法第65、68條
	化妝品廣告	化粧品衛生安全管理法第10條
財政部	菸、酒廣告	菸酒管理法37條 菸害防制法第9條
行政院農業委員會	農藥廣告	農藥管理法第36至38條
	肥料廣告	肥料管理法第19條
	動物用藥廣告	動物用藥品管理法第19-1條
	有機食品廣告	有機農業促進法第16條
	寵物食品廣告	動物保護法第22-5條





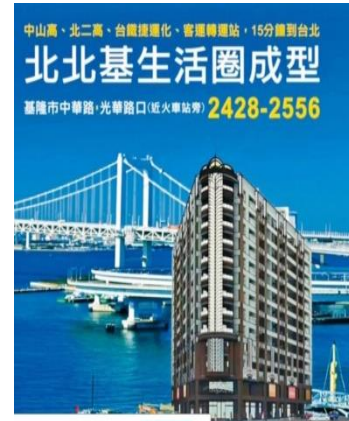
公平會與內政部 就不動產經紀業不實廣告之分工

- 不動產經紀業所為不實廣告案件，由內政部依不動產經紀業管理條例處理；不屬於不動產經紀業管理條例規範之範疇者，由公平會依公平交易法處理。
- 不動產經紀業所為之廣告內容，倘係涉及事業服務品質、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者，由公平會依公平交易法處理。
- 建商與不動產經紀業者俱為廣告主時，由公平會依公平交易法處理。



受公平交易法規範之廣告

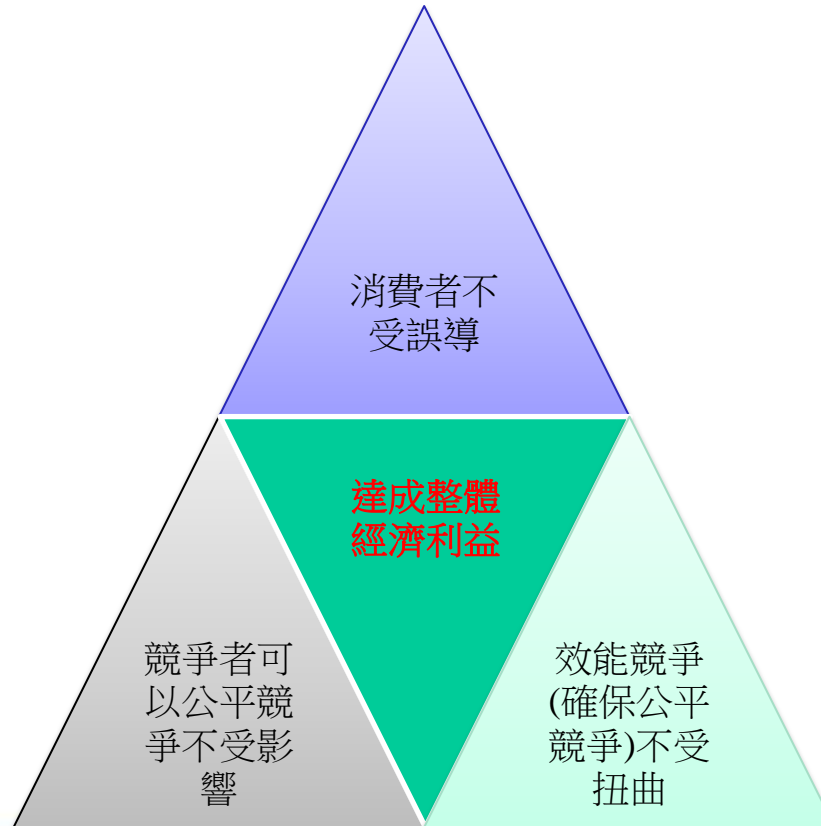
- 不動產(建案)廣告
- 家電廣告
- 3C商品廣告
- 汽車廣告
- 電信服務廣告
- 一般商品廣告
(機車、機油及嬰兒枕等)





公平交易法不實廣告在**保護甚麼**？

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。





公平法對不實廣告之規範內容(21條)

- ◆ (1) 事業不得在 (2) 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 (3) 足以影響交易決定之事項，為 (4) 虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。
- ◆ 於事業之服務準用之。

■ 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，而有引起一般或相關大眾錯誤之認知或決定之虞者



不實廣告之規範主體-事業

◆ 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**(網路賣家)或**團體**(FB社團)
 - **長期**或**經常性**參與市場交易
 - 身分具**獨立性**
- 同業公會或其他依法設立、促進成員利益之團體



誇大廣告vs不實廣告

泡麵廣告辣到噴火

休旅車會飛簷走壁





非

足以影響
交易決定之事
項

- 屬於商品給付瑕疵
- 民事履約爭議

案例：

冰箱顏色(淺灰與深灰)

建案雨遮綠化植栽



足以影響交易決定之事項

- ◆ 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。

- ◆ 其他具有招徠效果之相關事項
 - 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



廣告不實--判斷原則(1)

◆ 以相關交易相對人普通注意力之認知為判斷

一般商品以一般大眾之普通注意力為準；專業商品以相關大眾之普通注意力為準

◆ 得就特別顯著之主要部分單獨加以觀察

表示或表徵之內容以對比或特別顯著方式為之，而其特別顯著之主要部分易形成消費者決定是否交易之主要因素時

◆ 以合併觀察之整體印象及效果為判斷

表示或表徵隔離觀察雖為真實，然合併觀察之整體印象及效果，有引起相關交易相對人錯誤認知或決定之虞者，即屬引人錯誤

◆ 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



廣告不實--判斷原則(2)

- ◆ **重要交易資訊於版面排版、位置及字體大小是否顯不成比例**
- ◆ **與實際狀況之差異程度**
- ◆ **相關負擔或限制條件有無充分揭示**
- ◆ **客觀狀態原則：廣告主使用廣告時之客觀狀況予以判斷**
 - 預售屋廣告應以廣告主使用廣告時之客觀狀況予以判斷。
 - 預售屋廣告之廣告主使用廣告時，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。
 - 客觀狀況，係指廣告主提供日後給付之能力、法令之規定、建材之供給等。



廣告主應盡義務

- **真實表示原則**

確保廣告內容與實際提供情形相符

- **及時更正原則**

如廣告內容錯誤、變更或已停止銷售該商品或服務，應及時更正

- **限制條件充分揭示原則**

避免以不當版面編排及呈現方式，致消費者難以認知限制條件內容

- **妥善規劃原則**

應充分考量、善予規劃及妥為準備

- **充分備貨原則**

促銷廣告未有限量表示者，應事前備置充足商品（服務）

- **公正客觀比較原則**

事業於比較廣告，應以公正、客觀、比較基準相當之方式為之



公平交易法對於不動產廣告之處理原則



不動產廣告主要違法態樣：

➤ 內格局（建案本身）

- 建物或土地用途
 - 工業住宅、商業住宅
- 外觀、設計、格局配置
 - 停車位機電空間變公設
 - 陽台外推、夾層屋…
 - 公設設施、溫泉…
- 面積
- 建材

➤ 外格局（周邊環境）

- 座落地點
- 公有公共設施
- 交通道路
- 視野與景觀

➤ 其他

- 建商之服務品質
- 投資報酬率
- 優惠條件
- 業績、歷史、得獎



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。
- **以工業住宅廣告為例**
 - 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。



內格局—3.共有部分格局配置

- 建築物外觀、設計、公設(如健身房、游泳池、涼亭、KTV視廳娛樂室等)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



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



不實廣告公平交易法上之責任

✓公平交易法第41條

1.停止或改正

2.罰鍰

(前段：5萬至2500萬，

後段：按次連續 處10萬至5000萬)

民事之損害賠償責任-

故意行為，得酌定損害額三倍以內之賠償額



如何檢舉

- 書面檢舉函應敘明具體之人、事、時、地、**過程及結果**
- **提供廣告**資料，並敘明廣告出處及取得廣告之時間、地點
- 指出認為不實之廣告文句，並說明廣告與實際差異為何，何以認有廣告不實，並提供相關**佐證資料**





公平會服務資訊與聯絡方式

本會地址：10051臺北市濟南路1段2-2號12-14樓

本會總機：(02)2351-7588(代表號)

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：80288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>

E-mail：ftcpub@ftc.gov.tw



以上報告 敬請指教

