

本會對於薦證廣告之規範說明宣導會綜合座談 Q & A

壹、背景說明

一、本規範說明訂定之緣由？

答：本會執法向來不以處罰為目的，而係希望建立公平、合理之競爭環境，以維護消費者、守法業者之利益與整體交易秩序。在此原則下，本規範說明即係揭示本會對於不實廣告相關條文之見解和立場，告知外界法律之界線為何，使相關業者有所依循，以避免觸法。本會於事前以規範說明揭示何種類型之薦證廣告有違法之虞，不但得使廣告主、薦證者、廣告媒體業者與代理業者知所行止，並得互為監督、檢視以維自身權益，同時亦可間接達成維護消費者利益與競爭秩序；至於業者倘有違反者，本會則以公平交易法相關規定處罰之。其次，就本規範說明之內容而言，其規範要旨即如學者所言，係秉承於「真實性」、「客觀性」及「不能誤導」等原則而來，與國外立法例尚無二致，且就各種型態之薦證廣告行為予以臚列，使其更為具體化，俾外界更易於遵循。此外，其內容看似複雜，實則主要規範核心僅第3點「薦證者資訊之真實原則」及第4點「違法行為態樣」，至於其他規定除背景、定義與結語外，第5點罰責部分係揭示現行法之相關規定，並非本規範說明所新訂之罰則；第6點說明現行法規競合之處理，是就整體以觀，本規範內容仍屬清楚、必要且得理解，希望各界給予支持與指教。

貳、名詞定義

一、代辦貸款業務之業者，請名人代言推銷業務，是否屬於薦證廣告？

答：名人反映自己對於該業者提供代辦服務之信賴或親身體驗，屬於薦證廣告；惟倘該名人僅係表示欲辦理貸款業務請向該業者辦理等推薦詞句，而非反映其對於該業者提供代辦服務之意見、信賴、發現或親身體驗結果，則非屬薦證廣告。

二、廣告內容僅刊登客戶本身經驗或成功案例，但無客戶本身之發言或意見，是否屬於薦證廣告？

答：廣告內容僅刊登客戶本身經驗或成功案例，而無客戶本身以言詞或其他方式反映其對商品或服務之意見、信賴、發現或親身體驗結果，非屬薦證廣告，由廣告主負責廣告內容之真實性。

三、保養食品廣告，知名演員於居家場景中吃該食品後說：「口感很好。」另一位知名演員回應說：「對呀！我最近皮膚越來越好了。」是否屬於薦證廣告？

答：名人反映主觀意見或親身體驗，屬於薦證廣告。

四、廣告主提供劇本或台詞由名人代言，是否屬於薦證廣告？

答：名人依照廣告主所提供之劇本或台詞來推薦商品，倘由其廣告之呈現方式，可得知該名人僅係單純之表演性質，而非反映其主觀對商品之意見、信賴、

發現或親身體驗結果，非屬薦證廣告；惟倘該名人係該商品之專家，則有可能被認定為薦證廣告。

五、本規範說明第 2 點範例 2，倘以一般演員於廣告中陳述相關說明，是否屬於薦證廣告？

答：倘該演員於廣告中陳述其對於廣告商品之主觀意見，屬於薦證廣告；惟倘該演員並非陳述其對於廣告商品之主觀意見者，則非薦證廣告。

六、本規範說明第 2 點範例 3 之廣告內容並無個人主觀意見之表達，為何屬於薦證廣告？

答：本規範說明所稱之薦證廣告係指任何以廣告主以外之他人，於廣告中以言詞或其他方式反映其對商品或服務之意見、信賴、發現或親身體驗結果，製播而成之廣告，故薦證意見並不以言詞表示為必要。是規範說明第 2 點範例 3 之廣告內容雖無個人口頭陳述或意見表達，惟其係播放一知名爆炸頭名廚使用快鍋料理之畫面，屬於專家薦證之廣告，符合以其他方式反映其對商品之意見、信賴、發現或親身體驗結果。

七、網友在網路上發表其個人對於某項產品之意見，是否屬於薦證廣告？

答：屬於言論自由之範疇，非屬薦證廣告。

八、廣告之代言者為廣告主本身或其受僱人、執行業務股東等，且為知名公眾人物或專業人士，是否屬於薦證廣告？

答：廣告主本身從事薦證行為，非屬薦證廣告，惟仍有公平交易法第 21 條之適用。至倘以廣告主以外之受僱人、執行業務股東等從事薦證者，則仍屬薦證廣告。

九、平面廣告呈現一名人，並在照片下方標示：「短短一週真的變白了。」「我真的變白了。」是否屬於薦證廣告？

答：平面廣告所標示之文字係廣告主所附加，故須先確認該名人是否承認該文字內容。倘其承認廣告內容，則屬於薦證廣告；反之，則非屬薦證廣告。

十、名人代言是否須親身體驗？

答：名人從事薦證不一定須親身體驗，惟若廣告內容係以名人表達親身體驗結果之方式為之，則須有親身體驗之事實。

十一、戲劇中之角色對於新產品表達其使用之意見（置入性行銷），是否屬於薦證廣告？

答：倘為純粹戲劇之演出，則非屬廣告之範圍，尚無公平交易法之適用；倘係節目化之廣告，廣告中之角色反映其對於商品之主觀意見，屬於薦證廣告，惟仍需依個案具體情形判斷之，而本會目前尚無具體個案。

十二、國外影片或外國人薦證廣告於我國播出，是否仍受公平交易法之規範？

答：倘廣告於我國播出，即受公平交易法之規範；而外國人從事薦證行為，與本國人從事薦證行為，一樣受公平交易法之規範。

參、廣告主對薦證者資訊之真實原則

一、名人與其小孩拍3至7歲兒童奶粉廣告，若小孩長大超過7歲後，該廣告是否可以續播？若配方改變，但小孩已超過7歲，該廣告是否可以續播？

答：若小孩長大超過7歲後，該廣告仍可續播；惟若配方改變，且小孩已超過7歲，則該廣告不可以續播。

二、名人穿醫師袍說明藥品具有醫療效果，且符合科學數據，該名人是否有違反薦證者資訊之真實原則？

答：廣告主違反真實原則，因為該名人非醫師，而廣告內容使消費者誤認其為醫師。惟非藥品宣稱療效，或一般藥品廣告，均屬藥事法規範範疇，由行政院衛生署主管。

三、提神飲料廣告，名人喝下後表示精神很好，可補充體力，是否違法？是否須提出商品提神成分？

答：名人主觀之意見表達，並無違法，亦無須提供相關數據或證明該商品具有提神成分。

四、如何證明藝人有使用所代言之產品？

答：本會進行調查並請廣告主提供資料；而薦證者可提出說明，以釐清其責任。

肆、薦證廣告之商品或服務涉及違反公平交易法之行爲態樣

一、廣告用語使用「NO.1」是否受公平交易法之規範？

答：「NO.1」爲客觀資訊之表達，廣告主須提出具體事證。

伍、違反公平交易法規定之罰則與法律責任

一、薦證者從事薦證之收入須達到如何程度，始符合公平交易法所稱之「事業」？

答：薦證者須以從事薦證爲業，經常從事廣告薦證之行爲，始有可能構成公平交易法所稱之「事業」。惟薦證者從事廣告薦證之收入須達到如何程度，始符合公平交易法所稱之「事業」，須依具體個案認定，而本會目前尚無具體個案。

二、薦證者不符公平交易法第2條第4款所稱之事業，惟其薦證行爲屬足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行爲者，是否須受罰？

答：非公平交易法所規範之對象，惟仍可能涉有民事或刑事責任。

三、代言人可否以契約轉嫁其責任，由廣告主承擔？

答：代言人與廣告主以契約轉嫁責任，係屬內部契約之約定事項，尚不影響代言人責任之認定。

四、廣告媒體業如何證明受委託之薦證廣告爲真實？

答：廣告媒體業倘兼具廣告主之性質，則須確保廣告內容之真實，並應有具體事證證明廣告內容爲真實。

陸、薦證廣告之規範競合與處理

一、化粧品或食品廣告刊載實際產品銷售數字，非涉及醫療效果，是否為貴會管轄範圍？

答：廣告刊載之實際產品銷售數字如有不實，由本會管轄。

二、名人親身體驗化粧品之薦證廣告，廣告主是否可以要求該名人於體驗期間完全不使用其他產品？

答：化粧品廣告由行政院衛生署主管。

三、跆拳道奧運金牌選手代言健康食品，是否為薦證廣告？

答：健康食品廣告由行政院衛生署主管。

四、廣告事先經目的事業主管機關審查通過，是否仍受公平交易法之規範？

答：廣告倘經目的事業主管機關實質審查通過，本會原則上將予以尊重。

五、廣告播出前得否先讓本會審查？

答：本會並無事前審查廣告之權限，惟廣告主或廣告公司於製播廣告前，得向本會服務中心詢問不實廣告相關規範。