

實務報導

公平交易法與房屋仲介業

駱志豪*

按房屋仲介從業人員受賣方或買方之委任並受有報酬，依民法第五百三十五條之規定，受任人（仲介人員）處理委任事務，應依委任人（出賣人及買受人）之指示，並與處理自己事務為同一之注意。其受有報酬者，應以善良管理人之注意為之。而現行實務上仲介人員多受有報酬，所負義務自應較其處理自己事務猶高，而應負善良管理人之注意義務；且房屋仲介人員所提供之仲介服務既受有報酬，即不應再以不實之交易價格或隱瞞交易資訊，甚至虛報交易價格來騙取委任人或受任人金錢謀取個人利益。

惟目前國內房屋價格資訊並不充分，且估價制度尚未建立，買賣雙方對市場價格之認識通常較不客觀，而該等從業人員因業務關係自買、賣雙方獲得交易資訊，最是明瞭買賣標的物件及可能成交價格；就特定標的物之價格的瞭解情形而言，仲介從業人員較買賣之任一方顯然處於相對優勢。因此，如何規範買賣方與仲介人員之權利義務關係就成為值得深究之課題。在「房地產仲介業管理條例」草案尚未立法通過前，公平交易法以維護交易秩序與消費者利益為目的，確保公平競爭為原則，對於房地產交易秩序就具有實質上的規範作用，先於民法而適用，至於賣方與不動產仲介業間所簽定委託銷售契約書，如符合消費者保護法第二條定型化契約規定之定義，另有消費者保護法之適用。

由於目前適用消費者保護法案例不多，而行政院公平交易委員會受理消費者申訴仲介業之案例甚多，可作為實務研究之參考，本文基於篇幅所限僅以涉及公平交易法案例為研究對象，尤其是公平會處分案例最能表現該會之立場，先予敘明。按

*作者為行政院公平交易委員會第三處專員。

公平交易法與仲介業有關之案例條文有二：一為公平交易法第二十一條規範事業不得在商品、服務或其廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於商品之價格、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、製造地、加工地等，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵（即不實廣告）；另一為同法第二十四條規定，除本法另有規定外，事業亦不得為其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平行為。倘事業有不實廣告行為或以欺罔或顯失公平之行為影響交易秩序者，即可受同法第四十一條規定之處罰。惟倘房屋仲介公會以契約、協議或其他方式之合意，與其他有競爭關係之他仲介公司共同決定商品或服務之價格，或限制數量、技術、產品、設備、交易對象、交易地區等，相互約束事業活動之行為時，亦可能違反同法第十四條聯合行為之規定，依同法第三十五條規定，可處行為人三年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣一百萬元以下罰金。本文擬就前述有關條文作案例介紹及解析，希望能從眾多案例中歸納整理公平交易委員會處理原則及方向，俾供仲介業者作參考，並作為今後類似案例之參考準據。

壹、聯合行為

據民眾反映房屋仲介公司習來已久固定向賣方客戶收取買賣成交額5%之服務費，是否即表示房屋仲介業公會有公平交易法第十四條之聯合定價行為，後經台北縣房屋仲介商業同業公會說明房屋仲介服務報酬價格之形成方式，大致分為以下四種訂定：1.依買賣成交總價之百分之五計收。2.依買賣成交總價之百分之四向賣方計收。3.依買賣成交總價向賣方收取百分之四、向買方收百分之一報酬。4.賺取賣方委託價以上之全部超價（即僅賺差價）。服務費之收取方式，皆由各會員公司自行斟酌營業成本評估計算，公會都不予規定。而台北市房屋仲介公會表示會員公司之仲介服務報酬價格收取方式，則有下列幾種：1.按買賣成交總價百分之三、四或五等不一收取服務報酬。2.依委託售屋契約之約定，賺取委託售價之超價金額。至於公會章程有關服務報酬之規定，台北縣仲介公會章程中無服務報酬之相關規定，而台北市仲介公會於其章程中規定「訂立仲介費用收取之標準與方式」為公會任務之一。

關於台北縣房屋仲介服務價格之收取情形，並無檢舉人所稱均按房屋售價 5% 統一收費之情事，尚無違反公平法第十四條聯合行爲之規定。惟台北市房屋仲介商業公會章程第五條第 6 款規定「訂立仲介費用收取之標準及方式」為公會任務乙節，有構成公平法第十四條聯合行爲之嫌。惟經台北市房屋仲介商業同業公會表示，「台北市房屋仲介商業同業公會章程」第二章第五條第 6 款規定：「訂立仲介費用收取之標準與方式」為公會之任務，且已制定於「房地產仲介業管理條例草案」第十七條：「仲介業經營仲介業務或仲介人員執行仲介業務，應依實際成交價格或租金按中央主管機關規定之報酬標準計收報酬，不得收取差價或其他報酬。違反前項規定者，其已收取之差價或其他報酬，應加計利息全數返還與支付人。」，第十九條：「仲介業應揭示報酬標準及收取方式於營業處所明顯之處。」中，揆諸其立法精神係著重以固定比例之方式收取佣金，並訂定上限比例約束之，以遏止收取差價或其他報酬，以維護消費者經濟利益；且依「房地產仲介業管理條例草案」第十七、十九條立法說明，由中央主管機關規定報酬標準之理由，係因仲介業務屬代理、居間性質，應收取合理之報酬，於是明定仲介業應按中央主管機關規定之報酬標準計酬，不得收取差價或其他報酬，以杜絕消費者因缺乏充分的市場資訊及健全的估價系統而被收取超額報酬之情事發生；並明定仲介業應揭示仲介案件之報酬標準及收取方式，以利民眾辨認。

按「房地產仲介業管理條例草案」仍在立法審議中，依行政院公平交易委員會第八十九次委員會議通過「公平交易法對同業公會規範說明」，同業公會係屬公平交易法第二條所稱之「事業」，與公司行號等同受規範。有鑑於同業公會係以協調同業關係、增進共同利益及促進社會、經濟建設為宗旨而成立之組織，其行為與公平交易法之適用關係令人關注。而依規範二中關於「同業公會可能抵觸公平交易法之行為」(二)之 4.「有關會員銷售商品之價格或服務報酬之協議、訂定、公告、維持或變更」屬於限制特定市場競爭，致妨害市場功能者。除非同業公會有依公平法第十四條規定申請許可或其他法律之規定，可豁免公平交易法之適用外，依同規範第五點規定，同業公會即使以自律公約方式涉及聯合行為，仍須向公平交易委員會申請解釋或許可。今台北市房屋仲介商業同業公會於章程中明定「訂立仲介費用收取之標準與方式」任務，並非以自律公約方式為之，而係經會員大會決議通過之事項，

顯有牴觸前開決議違反公平法聯合行爲規定之虞，且該章程所定任務，非依其他法律規定所為，亦非依公平法第十四條規定經申請許可之行為，故未能排除於公平法適用之外。

復查，公平交易法施行細則第二條規定，聯合行為以事業在同一產銷階段之水平聯合，足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能者為限。故聯合行為之成立，須達足以影響交易或服務供需，始足該當，倘房屋中介公會以限制最高價及限制收取差價方式為聯合行為，以建立同業良好信譽，此時或有利於消費者，是否仍有該法之適用？不無探究之餘地。固然限制最高價或許對消費者有利，有時甚至可以防止惡性競爭，惟是否對消費者及市場交易功能有利應委諸公平會加以判斷，非同業公會可自行決定，限制最高價也有造成同業普遍以最高比例（百分之五）作為仲介交易報酬之可能，如此反而失去市場功能或競爭機制，此時即未必對消費者有利。

綜上所述，台北市房屋中介商業同業公會章程所定「訂立仲介費用之收取標準與方式」任務，已有限制競爭、妨害市場及價格功能之虞，該公會章程有違反公平法之虞，不論仲介公會或仲介業者皆不得互相以契約或協議等方式與他仲介公會或仲介業者約定服務價格、交易條件或限制交易對象、交易區域等約束事業活動之行為，否則即受公平交易法之規範。

貳、有妨礙公平競爭之虞行為

案情概述 1.

本案為高雄市房屋中介商業同業公會以公會理監事聯席會議決議為由，要求各大報社及高雄市廣告媒體代理商，對該房屋中介公會「會員」，在刊登廣告之收費上，較「非會員」應有所優惠，否則將發動會員予以抵制，涉有違反公平法。

案例解析 2.

按公平交易法第十九條第一款「以損害特定事業為目的，促使他事業對該特定事業斷絕供給、購買或其他交易之行為」之規定，主要係禁止事業藉由第三者之力來對其他競爭事業實行「斷絕供給、購買或其他交易」等「杯葛」之不公平競爭

行爲。而本案公會係要求第三人—各大報社及廣告媒體代理商對「其他」競爭事業給予「價格」上之差別待遇，而尚未達「斷絕」與「其他」競爭事業—非會員為交易行爲之程度，尚與公平法第十九條第一款之規定不合。

另按公平交易法第十九條第六款規定係禁止事業以不正當限制交易相對人之事業活動為條件，而與其交易，而有妨礙公平競爭之虞之行爲。本案係房屋仲介公會要求各報社及高雄市廣告媒體代理商，應配合公會決議，否則將發動會員予以抵制，由於各報社及高雄市廣告媒體代理商，在本案中應屬公會「會員」業者之交易相對人，而非「公會」之交易相對人，仍與公平法第十九條第六款所規定之要件似有未合。

至公平法第二十四條規定，事業亦不得為其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行爲之規定，由於該房屋仲介公會本身之市場力量有限，報社及高雄市廣告代理商並未配合公會決議付諸執行，實際上並未對高雄市廣告市場之供需及價格機能產生影響，尚未達到「足以影響交易秩序」之程度，尚未符合公平法第二十四條規定之要件。

綜上論述，本案房屋仲介商業同業公會致函各大報社及廣告代理商要求特殊優惠價格待遇行爲，屬「會員」與「非會員」間之競爭行爲，雖具有道德倫理上之非難性，惟綜合考量房屋仲介公會之行爲態樣，及對所屬市場競爭上之影響等因素，尚難認其行爲有違反公平法之規定。

參、關於不實廣告部分

一、面積坪數不實表示

公平會成立至今，處理不實廣告案例以房地產仲介業刊載房屋面積坪數虛偽不實或引人錯誤最多，按房屋仲介業者應於出售前提供買賣標的物之權利範圍、附近公共設施、土地或建物使用分區限制、價金、仲介費用等相關資訊，及售後服務等方式從事競爭，負有告知買賣標的物權利範圍相關資訊之義務，不得有虛偽不實或引人錯誤重要交易資訊表示情事。依研擬中「房地產仲介業管理條例草案」第二十條規定「仲介業與委託人簽訂委託契約書後，方得刊登廣告。前項廣告內容，應與

事實相符，並註明仲介業名稱。」違反該條項規定，即可受同法第三十條規定一萬元以上三十萬元以下罰緩之處罰。

(一)案例類型：

A 仲介公司於八十二年二月二十日中國時報刊登「信義區三興國小旁全新套房10坪中庭景觀總價298萬」廣告，然廣告所示房屋坪數經請代書依照權狀及謄本計算僅八・二三坪，如加上未登記之公共設施仍不足九坪，與廣告刊登坪數內容不符。

(二)案例解析：

A 仲介公司廣告刊登「信義區三興國小旁全新套房10坪中庭景觀總價298萬」，而實際上房屋依地政機關建物改良登記簿記載坪數為八・二一八坪，差距為一・八坪左右，與廣告所刊面積「10坪」顯有不符；A 仲介業者雖提出該物所屬「臺北新家管理委員會」開立之管理費單據記載坪數為九・六坪，惟該單據所載坪數僅為計算管理費收取之標準，本未即與建築物面積相符，況依廣告所示「10坪」、「總價298萬」，縱依所稱差距〇・四坪之價金即逾新臺幣十一萬元，亦難為一般大眾所接受。故倘該建築物之面積未足廣告所示「10坪」，且其差距難為一般大眾所接受，則其所為廣告即為不實。

又如B 仲介業者於廣告上刊登「使用二十二坪」，而實際權狀坪數僅十二坪，其餘面積依仲介業者所稱為當事人目測及未能登記之公共設施坪數，於簽訂買賣契約書時雖由屋主出示所有權狀正本及地政機關謄本資料給購屋人，惟該屋所有權狀記載僅有十二坪，如再加上仲介業者所稱公共設施四坪實際坪數亦僅有十六坪，卻於廣告上稱有二十二坪，相差有六坪之多，顯然難為一般消費大眾所接受，仍有虛偽不實及引人錯誤廣告情事。按從事房屋仲介業務者，本當理解房屋坪數乃不動產交易之要素，在受理屋主委託出售房屋後，即負有核算正確坪數詳實告知購屋人之義務，對於系爭房屋，B 仲介業者未依實際登記坪數刊登廣告，反謂僅憑目測或經由屋主口頭上告知，即逕自以二十二坪刊登廣告，顯係推卸之辭並有誇大坪數之意圖。

又C 仲介公司於八十二年五月間連續在中國時報、聯合報刊登「全新華廈建坪46」、「北屯路華廈建坪46」售屋廣告，另復於廣告所示建物內置放「全新華廈建坪46」廣告看板，詎簽約後發現所購建物權狀總面積僅四三・〇〇六坪，且建築物

並非座落北屯路而係東光路，兩地相隔約三百公尺，認仲介業者有對建築物之面積、座落地點為不實廣告情事。按建築物交易金額超乎一般商品，在通常情形，承買人多於承購前親赴建物現場洽詢所認重要事項，致事業得於交易前提供有關資訊，更正其廣告不實之處，進而祛除廣告所造成之錯誤印象，惟仍非謂其廣告即無虛偽不實或引人錯誤情事。本案縱C仲介公司辯稱購屋人具有房屋仲介公司服務經驗，且曾委請代書抄錄系爭建物建號以申請調閱有關資料，及為吸引客源以「北屯路」作廣告訴求，電話洽詢時再據實以告等，惟均無礙所為廣告有虛偽不實或引人錯誤情事。

D仲介業者於八十二年六月中國時報B縣版刊登「總價一五八萬公寓十五坪」售屋廣告，經購屋人前往洽購，雙方以一四〇萬元成交，惟嗣後檢舉人發現該房屋實際權狀僅約十坪多，據仲介業者指稱系爭房屋係於民國六十五年間興建，當時建商為節稅之故，均只登記主建物面積，而未登記附屬建物及公共設施部分。惟本案廣告係稱「十五坪」，並非稱「所有權狀十五坪」，故系爭廣告是否有誇大坪數乙節，應以仲介業者是否能提出建物十五坪之計算標準證明為認定依據。對此，仲介業者僅能提供建築改良物所有權狀影本，其餘附屬建物陽臺、樓梯及公共設施屋頂突出物、水塔等面積，則為自行計算所得，並無其他資料足資佐證，後又以屋齡老舊無法覓得原建築師，或無法與所有權人取得聯繫取得申請建築執照圖等詞卸責，並未能提供附屬建物及公共設施之面積資料，是以所稱坪數有一三・八八坪部份，是否確實，尚有待商榷，故D仲介業者就房屋自行估算，於報上廣告刊登有十五坪，卻無法舉證系爭建築物實際坪數與廣告坪數相符情形下，自有虛偽不實及誇大坪數之情事。

又據民眾檢舉夾於車上一售屋廣告DM上載有「士東路壹樓八十坪、室內五十坪四房雙衛，室內二十坪地下室，前院十坪三車庫」，後依廣告上電話與E仲介公司之劉經理聯絡，及赴廣告所指位於士林區士東路八十九巷壹樓房屋，並付予屋主四十萬定金，嗣經實地丈量結果，室內含所有增建物不足五十坪（僅四十坪左右），地下室僅十坪，所謂「前院」實為巷道，係私自圍籬使用，與廣告所載坪數相去甚遠。縱屋主及E仲介公司指陳，前開房屋買賣同意書上載明「房屋以現況交屋並以權狀登記之坪數為準」，且購屋人於簽訂同意書前，曾至房屋現場參觀二次，並於

簽約日審視計算系爭房屋所有權狀後，方於同意書上簽章，購屋人並未因廣告刊載不符而生錯誤認知等。但公平交易法第二十一條係以廣告虛偽不實或引人錯誤為要件，至特定之交易相對人為交易時是否已祛除錯誤認知，要非所問，系爭廣告宣傳單為虛偽不實引人錯誤之表示，洵堪認定，仲介業者不可不察。

購屋人依據 F 仲介公司張貼之售屋廣告而購買板橋市光武街房屋乙棟，廣告刊稱該房屋三十一坪，惟於交付訂金簽約後，發現該房屋所有權狀所載坪數僅為二二・六五坪，與系爭廣告三十一坪不符。F 仲介公司主張對於系爭廣告房屋所稱坪數，除權狀坪數二二・六五坪外，尚包括約二坪多之陽台及約六至七坪之自行增建部分。惟依建築法第二十五條及第二十八條規定，建築物之增建依法應申請當地建築主管機關之審查許可並發給建造執照方能建築。其擅自建築之建築物，稱之為違章建築（違章建築處理辦法第二條），違章建築則隨時有可能被拆除（同辦法第五條）。本案增建部分，因無資料證明其係經合法申請建造執照，應屬違章建築；違章建築在民法上雖非不得買賣，惟仲介公司於廣告上稱房屋有三十一坪，依一般交易觀念及認知，自應全屬合法之建築面積而言，如逕以違建部分合併計算，自易引人錯誤。且違章建築因無土地持分，交易價格遠較合法建築為低，仲介公司以合法建築及違章建築合併計算面積，復於系爭廣告上稱總價四三八萬，顯然欲以較低平均單價引誘購屋人，使承買人為錯誤之決定，故系爭廣告有違公平法第二十一條之規定。

G 仲介公司於八十一年四月二日在臺灣新聞報刊登售屋廣告一則「公寓三樓—右昌、盛昌街上十米路邊間、使用36坪、大露臺三大房夠讚！」購屋人經由 G 仲介公司居間仲介至該屋查看，G 仲介公司稱該露臺為公共面積，檢舉人支付保留金十萬元後向屋主查證，方知該屋面積登記僅30.5坪，系爭露臺是違章建築，列入使用面積係仲介公司所加，屋主亦事後才知悉，故購屋人要求依短少坪數退錢，始肯簽約，仲介公司不肯，並將保留金沒收。惟查系爭露臺，是一、二樓屋主將法定空地增建之屋頂，仲介公司並無法協助購屋人取得租賃權、地上權等使用權利證明之情況下，是其廣告字眼「使用36坪」顯有虛偽不實及引人錯誤情事。且依仲介公司與房屋所有權人之代銷合約，已明白表示仲介標的面積僅限權狀面積，G 仲介公司將他人建物屋頂列入廣告面積內，益見其引人誤認之意圖至為明顯。

(三)小結：

查仲介業者之營業項目主要為房屋租售之介紹業務（依民法第五百六十五條規定：「稱居間者謂當事人約定，一方為他方報告訂約之機會，或為訂約之媒介，他方給付報酬之契約。」）自當理解建築物之面積為不動產交易之要素，在受理建築物權利人委託銷售後，即應核算正確面積以詳實告知購屋者。按房屋仲介業者應於銷售前提供買賣標的物之權利範圍、附近公共設施、土地或建物分區限制、價金、仲介費用等相關資訊，及售後服務等方式從事競爭，而負有告知買賣標的物權利範圍之義務，然常有仲介業者利用法令或主管機關解釋令時有變更的不動產登記制度，以虛偽不實或引人錯誤的建物面積資訊誤導交易相對人，如業者經常使用「使用面積」、「受益面積」等不一而足名稱刊登於報章雜誌或宣傳廣告上，一般購屋者如未具該等相關知識即有受騙之可能，像「使用面積」有時指室內面積、有時指主建物面積或包括小公面積，甚而包括所謂「未登記受益面積」（即無法取得建物登記卻有使用權之面積部分）等，這些非法定用語之使用經常有導致交易相對人誤認之可能，惟仲介業者為方便銷售或增加額外利益卻經常使用該等名詞，對房屋市場交易秩序影響頗大。

行政院公平交易委員會有鑑於此，特於該會第一四七次委員會決議，建商於預售屋廣告上以「使用面積」、「公共面積」、「室內面積」、「私有面積」或交易相對人所不明之法定用語為表示或表徵，倘未載明其意義，致交易相對人對面積之數量產生誤認，則其廣告涉有違反公平交易法第二十一條引人錯誤情事。惟倘建商於預售屋廣告上，已載明左列事項之一者，得認無引人錯誤情事：(一)建商於預售屋廣告中明顯處（如接近「使用面積」標示處），以不小於表示面積之字體註明其意義，以避免交易相對人之誤認。(二)建商於預售屋廣告中載明「主建物」之面積，或一般公眾所著重之主建物大門以內可供自行使用，不包括陽台、平台、花台或露台等附屬建物之「室內面積」。

查公平會前項決議雖係針對預售屋廣告所作之規範，惟對一般「成屋」買賣廣告應有相同之規範基礎，仲介業者於房屋廣告上應清楚以法定用語如「權狀面積」、「主建物」、「附屬建物面積」、「共用部分面積」來表示業經地政機關合法登記之面積，倘係為「未登記受益面積」而有合法使用權源並能提供證明文件時，應另行標示，不可與登記面積合併計算作為面積數量之表示，更不能以目測或管理費收

據或違章建築面積作為房地產買賣之標的。而依「房地產仲介業管理條例草案」第四條一對「房地產」之定義係指土地及建築改良物，領有建造執照而尚未建造或未完成建造者，視為建築改良物；復依內政部研擬中「不動產交易法草案」第四條第二項對「成屋」之定義係指領有使用執照，或於實施建築管理前建造完成之建築物，故倘一建築物未領有建造執照、使用執照，或非於實施建築管理前建造完成者，雖然最高法院50年台上1236號判例認建築物不能登記，仍可成為交易客體，卻不能將該等面積列入廣告坪數之表示，甚或自行解釋為合法之面積，以誤導承買人對建築物之認知。

又對仲介業者非難之不實廣告行為，究屬於「商品」之不實廣告或「服務」之不實廣告，也曾經引起不小之爭議，倘為提供「商品」之不實廣告其所適用之法規為公平法第二十一條第一項，如為提供「服務」之不實廣告，則適用同條第三項準用第一項之規定，兩者適用法源不同。主張適用第三項規定者，認為仲介業者為買、賣方之居間人，而仲介行為係訂約之媒介，屬「服務」之提供，系爭不實廣告行為，結果雖涉及賣方所提供之「商品」，惟論其本質係以登報招攬方式促成訂約媒介之服務，應屬「服務」內容之表示。然而主張適用第一項「商品」廣告不實者，認建物坪數表示有虛偽不實情事，因建物面積坪數為建物之內容，亦即「商品」之內容，仲介公司如對「商品」（即建物面積）內容為不實表示，當然屬「商品」內容不實廣告。筆者以為，「商品」或「服務」不實廣告的判斷基準，仍應視不實廣告之「標的」而定，對商品不實廣告為「商品」不實，對服務不實廣告則為「服務」不實，適用法條自有所不同，衡諸於此，建物面積不實廣告仍屬商品之不實廣告。

二、「加盟店」標示

由於住商不動產之加盟店○房屋仲介股份有限公司未於廣告上明顯加註「加盟店」字樣，使得前往洽詢、委託銷售、買進之消費者誤以為係住商不動產直營店之行為，涉有違反公平交易法第二十一條不實廣告之規定；按目前仲介業情況，有採直營體系方式，有採純加盟店方式，亦有採直營和加盟並行方式經營，在純加盟店經營方式下，加盟主對加盟店整體內部營運並不加以干涉，係屬授權加盟方式，僅對加盟店要求教育訓練制度與服裝、名片及作業方式一致，並以加盟主名義替加盟

店做廣告企劃工作，再由加盟店共同負擔廣告費用。查房屋仲介公司僅將服務標章授權交給加盟店使用，對加盟店內部營運狀況並不加干涉，倘於消費者所接觸之訊息資料中，並無明顯加註「加盟店」等字樣，將有導致消費者無法分辨提供服務之主體，係不動產仲介公司加盟主或加盟店之可能，且一旦發生糾紛將來擔負權利義務之行為主體是加盟店或加盟主並不清楚，此對委託仲介之消費者權益亦影響甚鉅。

故行政院公平交易委員會於該會第二〇四次委員會決議，目前仲介業以加盟型態經營而未標示「加盟店」之情形甚為普遍，要求房屋仲介業者於八十四年十二月三十一日前應在廣告、市招、名片等明顯處加註「加盟店」字樣，以使消費者能清楚分辨提供仲介服務之行為主體，至於標示方式，原則上由房屋仲介業者自行斟酌採行。有鑑於仲介公司以加盟型態經營而未標示「加盟店」之情形甚為普遍，公平會前開導正計畫應具有相當之指標作用，使得交易資訊更透明、公開，實際上，公平會之決議仍係採較寬鬆之規範方式，仲介業者如欲將加盟主與加盟店作清楚區分，應該進一步要求加盟店於廣告、市招、名片、契約等加註申訴或服務電話，仲介公會或業者可考慮自行訂定更多的自律規範，以導正仲介市場之競爭環境，建立更為一般消費者所信任之交易秩序。

三、虛偽表示業經政府核准或攀附知名人士聲譽

案例 1.

K 仲介公司於所刊登之頤園紀念中心廣告單上刊登：「本案業經臺灣省社會處八十年十二月十四日函（80）社三字第五六八六號核准開發」，使人誤認頤園紀念中心已完成各項申請手續，取得主管機關核准開發動工興建在案，實則不然，認 K 仲介公司涉有不實廣告情事。

案例解析 1.

依該函內容及墳墓設置管理條例第六條及第七條之規定：「設置公墓應備具下列文件報請省（市）主管機關核准：一、無妨礙區域計畫、都市計畫證明書。」「設置公墓或擴充墓地，應選擇不影響水土保持、不破壞自然景觀、不妨礙耕地、軍事設施、公共衛生或其他公共利益之適當地點為之。」；墳墓設置管理條例施行細則第六條規定：「本條例第七條所稱不影響水土保持、不破壞自然景觀、不妨礙耕作

之適當地點，指左列地區而言：一、依區域計畫法劃定之山坡地保育區、一般農業區風景區。二、依都市計畫法劃定之農業區。．．第一項第一款之山坡地保育區、一般農、風景區，應先徵得各該事業省主管機關同意，變更編定為墳墓用地，第二款之農業區應先申請變更都市計劃，劃定為公墓用地後，始得使用。」．．山坡地開發建築管理法第四條、第十四條及第十六條規定：「山坡地開發建築，應向直轄市、縣（市）主管機關依左列順序申請辦理。一、申請開發許可。二、申請雜項執照。三、申請建造執照。」「直轄市、縣（市）主管建築機關應於受理申請之日起六十日內，將審查結果書面通知申請人。其核准開發建築者，並應將開發許可內容於各該直轄市、縣（市）、鄉（鎮、市、區）公所及開發建築所在地公告三十日。」「開發建築計畫經許可後，開發人應於收受通知之日起一年內申領雜項執照，逾期未申領者，直轄市、縣（市）主管建築機關應將原開發許可公告作廢。」

故申請人於取得台灣省社會處同意納骨塔開發專案，尚應配合辦理地目變更、申請開發許可、申請雜項執照及建築執照等手續，而上述階段性之申請程序，只要其中一項未獲通過，整個納骨塔之開發計劃即會因此中斷。而依K仲介公司陳述頤園紀念中心係於八十一年九月十四日始由高雄縣公告開發許可，尚需俟公告期滿無人異議，取得建造執照後，始得進行開發，是K仲介公司於八十一年九月所散發廣告單引述臺灣省政府社會處「八十年十二月十四日八十社三字第五五六八六號函」並擅加「核准開發」四字，顯有虛偽不實及引人錯誤之情事。

案例 2.

高雄縣政府函轉H仲介公司販售觀音山金寶塔，涉有(一)以前任「臺灣省主席連戰題」等字，於工地石塊落款即以該公司董事長與省議員吳大清及其他政要之合照，使投資者誤為財力雄厚集團。(二)以影歌星胡瓜親手接下觀音山金寶塔「所有權狀」，蓄意矇騙投資人，因金寶塔尚未完成，政府無發給所有權狀之理。(三)刊載「大社都市計劃 1.八二年併入高雄市 2.觀音山嘉誠段拓寬十五米道路」「高雄外環四十五米高速道路（燕巢 | 高雄民族路至天祥路）」明顯誇大不實。

案例解析 2.

查本件H仲介公司所投資興建「觀音山金寶塔」工地景觀石頭上，確有「慈園」兩紅色大字及「臺灣省主席連戰題」等八個紅色小字，H公司說明時表示該題字係

請託而來，並未以工地景觀石頭上之題字作為廣告宣傳之用，但對前述「慈園」兩紅色大字及「臺灣省主席連戰題」等八個紅色小字，是否為連院長「親提」尚有待進一步查明，惟各行各業以名人政要之題字置於營業處所已習以為常，尚難以有連院長題字遽認天心公司有不實廣告之情事。

另查H公司確以其負責人與連院長、省議員吳大清及其他政要等之合照，作為觀音山金寶塔動土廣告之用，該公司雖稱合照係屬真實，但就系爭廣告照片加以檢視，不難發現H公司負責人與連院長、省議員吳大清之合照背景與其他觀音山金寶塔之動土實況照片有所不同，在H公司無法提供動土當日之邀請剪綵名單及蒞臨現場之來賓簽到名冊、錄影帶或現場照片，據以說明與連院長之合照確實係在觀音山金寶塔現場拍攝且係動土當日合照之情形下，遽將該照片列入觀音山金寶塔動土實況之文宣廣告中，自有虛偽不實及引人誤認之情事。

廣告中刊登影星「胡瓜親手接下觀音山金寶塔所有權狀」之文字及照片部分，經查該寶塔尚未完工，事實上無法取得所有權狀，H公司表示廣告上權狀係指使用塔位之權利證明書，說明胡瓜確已購買塔位，惟該公司卻無法提供胡瓜購買塔位之買賣憑證，故H公司所刊登照片及文字廣告，顯有虛偽不實及引人錯誤情事。

再論H公司於文宣中刊載「觀音山嘉誠段拓寬十五米道路」「高雄外環四十五米高速道路（燕巢 | 高雄民族路至天祥路）」部分，縱該二條道路已完成拓寬，惟廣告中「大社都市計劃182年併入高雄市」部份，H公司表示係依據高雄市政府計劃縣市將合併之政令宣導所製作，惟亦承認此說明僅屬「政治傳聞」，並無實際資料可供佐證，核其廣告亦顯屬誇大不實。

肆、關於其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平行爲

按公平交易法第二十四條規定，除本法另有規定者外，事業亦不得為其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為。所謂不公平競爭，係指行為具有商業倫理的非難性。也就是說，商業競爭行為違反社會倫理，或侵害以品質、價格、服務等

效能競爭本質為中心之公平競爭。而交易秩序，係指符合社會倫理及效能競爭原則之交易秩序，包括了交易相對人間不為欺罔及不當壓抑的交易秩序，以及不阻礙競爭者為公平競爭的交易秩序。故倘房屋仲介公司在從事房屋仲介服務時，對交易相對人為欺罔行為，即以欺騙或隱瞞重要事實或交易資訊等引人錯誤之方法，致使交易相對人與其交易，或使競爭者喪失交易機會，或妨礙交易相對人自由決定是否交易及交易條款，致有濫用優勢地位等，即構成違反該法條規定之情事。

(一) 隱瞞交易資訊

案例類型 1. :

M仲介業者於民國八十二年間接受屋主委託代售位於新竹市房屋乙棟，委售底價二百九十萬元，委託期間自八十二年十月七日至十一月廿三日。在委託有效期間內，有該公司員工陳君及購屋人郭君二人分別表示承買意願，陳君先於十月七日表示願以二百五十四萬元購買，並旋就該標的以三百萬元再行委託仲介公司代售，復於十月十日有郭君同意以二百九十萬元購買該屋。十月十四日M公司要求屋主簽訂乙紙上載有「因市場暨時機之因素致銷售困難，原房屋銷售授權書之底價更正為新台幣二百五十萬元」之同意書。同年十月廿日，陳君與屋主以二百五十四萬元完成交易，於十月廿四日，陳君再以二百九十萬元與購屋人郭君成交。

案例解析 1. :

M仲介業者於受出賣人委託仲介期間，前後分別有陳君於八十二年十月七日擬以二百五十四萬元購買系爭房屋，以及郭君於八十二年十月十日同意願以二百九十萬元購買該戶，而M仲介業者在委託人不知情之狀況下，未為出賣人利益打算，竟選擇條件較劣、價格較低之交易相對人陳君進行搓合媒介，致損害委託人應得之利益（兩者價差四十八萬元）。且八十二年十月十四日M仲介業者於已有郭君於十月十日擬出價二百九十萬元購買情形下，仍要求委託人簽訂載有「因市場暨時機之因素致銷售困難，原房屋銷售授權書之底價更正為新台幣二百五十萬元」同意書。倘委託人知悉該情，斷不致受M仲介業者之誤導同意降價，該同意書適足以證明M仲介業於搓合交易過程為欺罔行為。故仲介業者於仲介過程中，利用業務上所掌握之交易資訊優勢，未替委託人之利益打算，虛報市場交易狀況，隱瞞對委託人有利交易條件，誤導委託人簽訂降價同意書之行為，已足以構成影響交易秩序之欺罔行為，

違反公平交易法第二十四條之規定。

(二)虛報交易價格

甲、案例類型 1.：

據民眾檢舉 O 仲介公司於仲介購買出賣人房屋乙棟時，誑稱屋主尚有其他債務關係須支付，請購屋人私下交付十萬元予仲介公司，再由仲介公司轉交給第三債務人，購屋人聽信其言，將十萬元交給 O 仲介公司；買賣完成後，購屋人因房貸關係而與出賣人聯繫，方知 O 仲介公司所言不實，購屋人所交付之十萬元為 O 仲介公司所騙取。

案例解析 1.：

本案 O 仲介公司既自承該公司在本件仲介案收受賣方五萬元、三萬二千元（合計八萬二千元）及買方四萬一千元之服務費，其中賣方三萬二千元部分，仲介公司宣稱乃由賣方賺取系爭差價（即二〇萬元扣除一九五萬元 | 十萬元）後再支付予該公司，惟據購屋人陳述及佣金收據，該十萬元差價，確係先由仲介公司收取無誤，於買賣交易完成事後方知仲介公司賺取差價十萬元，經出賣人抗議後，仲介公司方協調再支付六萬八千元予出賣人，此由三月二十九日之佣金發票，應足以證明 O 仲介公司在買賣雙方皆不知情的狀況下賺取差價。本案事後雖仲介公司已與購屋人達成和解，惟仍無礙其違法情事。故 O 仲介公司於仲介出賣人、買受人間房屋交易時，利用其業務上交易資訊之優勢，以虛報交易價格，並輔以欺罔手段詐騙當事人賺取價差之行為，與從事仲介業者首重資訊透明、信實服務的行業規範，背道而馳，該公司之行為已違反公平交易法第二十四條之規定。

乙、案例類型 2.

據民眾指稱於八十四年二月二十一日委託 P 仲介公司仲介銷售座落台北縣三重市後竹圍街五樓房屋乙間，當時約定委託售價為四百二十萬元，賣方同意給付 P 仲介公司服務費為委託銷售總價百分之五，二月二十五日該公司向屋主說明委託售價過高，現有買主出價三百八十萬元，並已收取斡旋金，請屋主考慮降價，因屋主將舉家搬遷新竹，恐無法全力北上處理，加上仲介人員表現誠懇，屋主乃同意降價，當日雙方另行簽署乙份價格調整同意書，委託價改為三百八十萬元，服務費亦降為委託銷售總價百分之一。三月十日買賣雙方至 P 仲介公司處簽約，始知出售價格為

四百二十萬元，屋主認 P 仲介公司為賺取差價，使用欺罔手段，有違公平交易精神。

案例解析 2.

依委託仲介意旨，仲介公司應以優先搓合客戶中出價最高者為原則為委託人利益考量、計算，本件 P 仲介業者卻以八十四年二月二十四日有一買方出價三百八十萬元，遠低於委託價（四百二十萬元）為由，要求賣方調降委託價，最後交易時仲介業者卻以四百二十萬元賣出，在賣方受新委託價（三百八十萬元）所拘束之情形下，P 仲介業者得以賺取服務費三萬八千元及溢價四十萬元正，關鍵點在於二月二十四日 P 仲介業者辯稱曾有買方出價三百八十萬元乙事之真實性。本案買方夫婦表示係於二月二十四日查勘屋況，二月二十五日雙方協調價為四百二十萬元，並支付一萬元「軟簽」（即一般所謂「小定」）請 P 仲介業者向賣方報告，二月二十七日因 P 仲介業者聲稱賣方嫌一萬元太少再交付二十萬元作為斡旋金，始告知確定買賣價，三月一日買方再支付十九萬元併前二十一萬元斡旋金共四十萬元轉為定金，P 仲介業者於整個交易過程資訊知之甚詳。而 P 仲介業者卻未告知賣方有關二月二十七日業與買方確定買賣價乙事，顯見本案 P 仲介業者非為委託人之利益打算，違反受託人之義務。

綜上，本案仲介過程中所謂買方出價之資訊均掌控於 P 仲介業者，委託人（即賣方）無從知悉，自 P 仲介業者不正確之資訊作成不利於己之決定而同意降價，客觀上已足認定 P 仲介業者為多賺取報酬，對委託人作虛偽報告，陷委託人於錯誤而同意降價之行為，此與仲介公司首重資訊透明、信實服務之行業規範，背道而馳，應論以違反公平交易法第二十四條規定。

丙、案例類型 3.

又據民眾指稱委託 Q 仲介公司出售房屋乙間，當時約定允許 Q 仲介公司賺取超賣之差額，而不另交付仲介服務費。但 Q 仲介公司屢稱出售價格四百四十萬元太高，不易出售，請出賣人減價十萬元，再重新約定出售價四百三十萬元及加收服務費五萬元。嗣買賣成交後與買方陳君連繫始知成交價格為四百五十萬元，認 Q 仲介公司涉有欺騙行為賺取不當差價二十五萬元正。

案例解析 3.

按 Q 仲介公司為多賺取報酬，對出賣人作虛偽報告，從賣方與 Q 仲介公司間有

簽署三次委任代銷契約書之紀錄可得為證，尤其是買方早於七月三日表明以四百五十萬元購買，Q 仲介公司當日卻告知賣方售價太高，請其減價。至七月六日上午再電稱有買方出價四百三十萬元，本案如成交則公司無差價費用可賺，再提出賣方另行負擔五萬元服務費等要求。從Q 仲介公司自行變造七月六日之斡旋金收據要求賣方另行簽署委託書顯示，仲介公司有以欺騙重要事實，致賣方陷於錯誤，依不正確之資訊作出不利於己之決定，而與其交易或使競爭者喪失交易機會之行為。故本案在賣方與Q 仲介公司言明以差價為仲介服務之報酬，賺取差價行為本身如事先約定明確原無可議，但Q 仲介公司於仲介過程中，利用業務上掌握交易價格資訊之優勢，虛報交易價格，致委託出賣人陷於錯誤而同意降價之行為，與仲介公司首重資訊透明、信實服務的行業規範，顯然背道而馳，該公司之行為已違反公平交易法第二十四條之規定。

(三)沒收斡旋金

民眾反映房屋仲介業者於買賣交易過程中向購屋者收取斡旋金（或稱斡旋保證金、要約保證金、協調金等）後，方才由其代買方與賣方（或屋主）洽談交易條件（如房屋價格、付款方式），倘於委託期間內交易無法完成，該比價金即可能被仲介公司沒收或賠償，然因買賣雙方因處於資訊不對等的情況，致購屋人對仲介業者於收受斡旋金的法律性質、為買賣何方代理人、所負義務及如何盡資訊充分揭示義務等疑慮，是否有違公平交易法第二十四條之規定。按房屋仲介業者收取買方支付之斡旋金，本係由其代向賣方洽商交易條件，在交易未完成情況下，業者向買賣雙方酌收服務費，固可理解，但能否沒收或賠償斡旋金，有待深究；又目前各仲介公司收取斡旋金標準，視具體個案不一，多由業者任意訂定，且其可能因交易不成而向不同買方收取多次斡旋金，對買賣雙方而言，實屬不公平，尤其是買賣雙方在交易訊息未充分揭露及不對稱下，交易如未完成，斡旋金即可能為仲介業者所沒收，故倘房屋仲介業者任意沒收斡旋金，是否該當顯失公平足以影響交易秩序之規定，頗值得探討。

查斡旋金並非法律用語，亦與民法上「定金」概念有所差異，應屬承買人欲以某特定價格購買系爭不動產，而保留該項交易機會所給付之價金，稱「保留金」較與實情相符，依民法第一五三條規定，契約須當事人無論明示或默示意思表示一致

者，方始成立，復依同法第三四五條規定，買賣契約乃當事人一方移轉財產權於他方，他方支付價金之契約，當事人就標的物及其價金互相同意時，亦同。惟在購屋人繳付斡旋金時，買賣雙方並未就價金及標的物達成協議，連相互見面或電話洽商都沒有，契約意思表示如何合致？承買人與仲介公司所簽訂之斡旋金契約，應屬無名契約，全依雙方當事人約定，如無約定，則依民法及誠信原則處理。

按房屋仲介從業人員如前所述受賣方或買方之委任並受有報酬，應以善良管理人之注意義務從事買賣交易活動，就斡旋金精神而觀，仲介公司於收取後應儘速與出賣人洽商，充分告知交易資訊，不可有隱瞞或欺罔交易相對人情事，如賣方接受承買人出價，則仲介人員應即時促合完成簽訂契約，不可有所懈怠，如賣方不能接受，仲介人員亦應儘速告知承買一方，並無條件將斡旋金返還，不能稍有遲延。查仲介首重誠信及資訊透明原則，在仲介公司未退還承買人斡旋金前，即不能向其他第三人收取斡旋金，仲介公司如重覆多次向不同承買人收取斡旋金並隱匿該項資訊，除違背對出賣人之義務外，就給付保留交易機會之承買人而言，亦有顯失公平之處，足以影響交易秩序，應有公平交易法第二十四條規定之適用。

至房屋仲介人員於收取斡旋金後，買賣交易如未完成，斡旋金是否能為仲介業者所沒收？則須視具體個案而定。在法律適用上，仍應依（一）契約（二）民法規定審酌，此時由於民法並無有關斡旋金之規定，應可類推適用定金之規定，即 1. 房地產買賣契約成交履行時，斡旋金應返還或作為買賣價金之一部分。2. 房地產買賣契約因可歸責於支付斡旋金當事人（即承買人）事由致不能履行時，斡旋金就不能請求返還。3. 房地產買賣契約因出賣人不接受承買人承買價格，致無法達成交易時，仲介人員應返還斡旋金。4. 房地產買賣契約於出賣人接受承買人承買價格後，卻無法完成交易，如因可歸責於收受斡旋金當事人（即出賣人及仲介公司）時，斡旋金應加倍返還。5. 房地產買賣契約於出賣人接受承買人承買價格後，卻無法完成交易，如因不可歸責雙方當事人（即出賣人、承買人及仲介公司）事由時，斡旋金應返還承買人。如此規範應可減少因仲介公司收受斡旋金所生爭議，至於可歸責於何方事由不能履行契約，當視具體個案情形而定，未可一概而論。

伍、結語：

在現代化社會，房屋仲介不僅有其需要性，更具有高效率之經濟功能，當有繼續存在並持續發展市場之空間及價值。國內房屋仲介業自民國七十四年以店頭式的新型態出現並迅即佔領市場一席之地，在不到十年期間可謂已歷經日本房屋仲介業二十年的發展歷程，惟因國內社會型態及房地產大環境在近幾年的急遽變化，促使房地產業迅速革新，呈現多樣的蓬勃發展，另一方面，在市場景氣轉趨低糜時，仲介業務受到很大影響，因為交易量下降，房價持續下降，導致糾紛頻傳，若干仲介業者以虛灌坪數（將頂樓違建、一樓法定空地計入或以「可使用面積」代替權狀面積來銷售、一屋兩賣、假合約、假客戶、假買斷、回頭殺、暗賣、虛報屋齡、欺騙貸款、超價對分、偽造證件、包底賣清、假滯銷、訂金糾紛、延遲付款等不一而足方式來獲取不當及差額利益，使得房地產仲介業充斥交易陷阱及違背誠信原則，如何使消費者選擇有信用之公司，遂成為當前極為重要之課題。倘仲介業者於交易過程以足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平行為，獲取不當利益或報酬，皆有可能構成公平交易法第二十四條之違反。

復依「房地產仲介業管理條例草案」第十七條規定：「仲介業經營仲介業務或仲介人員執行仲介業務，應依實際成交價格或租金按中央主管機關規定之報酬標準計收報酬，不得收取差價或其他報酬。違反前項規定者，其已收取之差價或其他報酬，應加計利息全數返還與支付人。」，依同法第三十條規定，違反第十七條第一項規定者，除以警告或一萬元以上三十萬元以下罰緩外，並加處收受差價或其他報酬一倍之罰緩。依其規範意旨，仲介業屬代理、居間性質，應收取合理之報酬。故明定仲介業應按中央主管機關規定之報酬標準依交易當事人簽定買賣、互易或租賃契約之價金或租金計收之，不得收取差價或其他報酬，以杜絕消費者因缺乏充分的市場交易資訊及健全的估價系統而被收取超價報酬之情事發生。按行政院公平交易委員會並非房屋仲介主管機關（依草案中央主管機關為內政部），惟基於交易秩序之維護，公平會以現有少數法條來處理仲介業糾紛，應屬不得已之措施，實非長久之計，在此我們期待「房地產仲介業管理條例」早日通過，以因應社會大眾之需求。

近日報載房屋仲介業者擬引進美國公證制度（Escrow），即購屋權益保證制度，在美國不動產所有權經公證公司簽字見證過程辦理過戶，並以專戶代收房屋款方式來保障交易安全，誠為業者推動自律公約可行之方向，惟在美國不動產仲介除公證制度外，尚有其他交易資訊公開、證照制度、產權保險、教育訓練及道德規範等相關措施配合才能克竟其功，尤其專業人員之證照考核尚有「業務責任險」可保障買賣雙方權益，值得我國學習。在日本仲介業行之有年之定金保證制度，係為專使買賣成交所交付之定金或簽約金能獲致效力，或不會發生損失所訂之保證制度，是以買賣價格之百分之五十為保障額度，於不動產買賣契約中規定，因可歸責於賣方致使「契約無效原因」發生時，即令該契約喪失效力，如賣方不願將定金返還買方時，參加定金保證制度之公司即根據保證契約內容規定，負起定金保證責任，使得買方得以收回已付之定金，不致造成損失，在由仲介公司向賣方採取法律途逕解決，以免司法程序、訟累及利息損失等，相信也能減少因定金交付所生之爭議。

綜上所論，房地產仲介業者在「房地產仲介業管理條例」尚未立法通過前，應秉持交易資訊透明及信實服務之精神獲取應得之佣金利益，並透過自律公約方式以建立良好的競爭品質，同時著手規劃不動產經紀人管制及估價師制度，盼能提昇仲介人員專業知識及服務品質，期待一個公平、安全、有秩序的新仲介時代早日來臨。