

行政院公平交易委員會處分書

公處字第 096066 號

被處分人：東森得易購股份有限公司

統一編號：22456427

址 設：臺北市中正區忠孝西路 1 段 6 號 14 樓

代 表 人：○○○ 君

地 址：同上

被處分人：鶴曜實業有限公司

統一編號：13091502

址 設：臺北縣瑞芳鎮大寮路 104 號 1 樓及 2 樓

代 表 人：○○○ 君

地 址：同上

被處分人因違反公平交易法事件，本會處分如下：

主 文

- 一、被處分人於電視購物頻道上宣播「臺灣之寶阿里山早春茶」之廣告及外包裝標示，就商品之內容為虛偽不實及引人錯誤之表示，違反公平交易法第 21 條第 1 項規定。
- 二、被處分人自本處分書送達之次日起，應立即停止前項違法行為。
- 三、處東森得易購股份有限公司新臺幣 101 萬元罰鍰。
處鶴曜實業有限公司新臺幣 27 萬元罰鍰。

事 實

- 一、本案緣行政院消費者保護委員會函轉民眾反映，94 年阿里山茶，因寒流影響使得春茶採收不如以往，較早採收的春茶，每公斤直飆新臺幣（下同）1,000 元以上，惟東森購物

5台於3月17日播放「臺灣之寶阿里山早春茶」廣告，買3斤送2斤，平均1斤僅數百元，疑似自國外進口或以低海拔地區的茶葉假冒「阿里山」名義販售，涉有不實情事，爰依職權處理。

二、經函請東森得易購股份有限公司（以下稱東森公司）提出答辯及到會說明，略以：

- (一) 查94年3月17日東森購物5台播出之「臺灣之寶阿里山早春茶」廣告，係由鶴曜實業有限公司（以下稱鶴曜公司）提供廣告素材委託該公司製作廣告並於購物台播出，而系爭商品則係鶴曜公司先由茶農處購入整批茶葉作為原料，再進行精製及真空包裝後出貨。
- (二) 94年寒害發生後，茶葉價格有無飆漲與系爭商品之價格並無關聯，因鶴曜公司早已預先與茶農協議契作，且茶葉採收日期亦在寒害發生之前，此有鶴曜公司提出之農民出售農產品收據及相關檢驗報告為證。另目前市場上茶葉經營型態大都是茶農—大盤—中盤—小盤—店面，在相關通路都必須獲利的情況下，價格自然偏高，鶴曜公司係直接由茶農供貨，省卻中間的層層管銷，而得以採用優惠的價格銷售。又茶葉採收可分為兩種方式，一為「手採茶」，係以手工摘採的方式採收，葉片呈一心二葉或一心三葉狀，因採收人工成本高，故「手採茶」價格會較貴；二為「機採茶」，係以機器採收，可以節省人力成本，並於最好的時段「午時採」做大量的採摘，可以兼顧成本及品質，售價亦因成本控制而較便宜。
- (三) 鶴曜公司所配合之茶農，係以機械採收方式替代手工採收以節省成本，故能以較便宜之價格提供茶葉予鶴曜公司，鶴曜公司因進貨成本降低，故能以較市場為低之價格回饋消費者。

- (四)「臺灣之寶阿里山早春茶」廣告於宣播前，該公司事先邀集廠商召開製播會議，由廠商提供案關商品之相關資料，由該公司製成字卡，經廠商確認後簽名，嗣依製播會議決議宣播廣告，廠商不須另付任何廣告費用。另「臺灣之寶阿里山早春茶」之售價係由廠商決定（亦為東森購物頻道銷售給消費者之價格），廠商在廣告宣播前 10 天，先將商品送至該公司倉庫，廣告宣播後，客服中心接到消費者電話訂購，將訂單彙整透過該公司物流中心交給消費者，並由該公司開立發票。
- (五)「春茶」與「冬茶」主要係季節分布之差別，春茶係 3 月中旬開始採收，系爭商品係早春茶，應比春茶之採收時間更為提早，其真正劃分之時間點、進貨成本與銷售價格等，屬專業領域。另「手採」採摘與「機器」採收主要係採收方式之差別，「手採」採摘之進貨成本與銷售價格應較「機器」採收為高。
- (六)該公司製作廣告均係依照供應廠商所提供之文宣素材等相關資料後予以宣播，有關「臺灣之寶阿里山早春茶」之種植地區及採收方式等資料，亦僅鶴曜公司較為瞭解。

三、另經函請鶴曜公司提出答辯及到會說明，略以：

- (一) 94 年寒害發生後，茶葉價格有無飆漲與系爭商品之價格並無關聯，因該公司早已預先與茶農協議契作，且茶葉採收日期亦在寒害發生之前，此有該公司提出之農民出售農產品收據及相關檢驗報告為證。
- (二) 目前市場上茶葉經營型態大都是茶農一大盤—中盤—小盤—店面，在相關通路都必須獲利的情況下，價格自然偏高，該公司係直接由自產自銷或茶農供貨，省卻中間的層層管銷，而得以採用優惠的價格銷售。
- (三) 又茶葉採收可分為兩種方式，一為「手採茶」，係以手工

摘採的方式採收，葉片呈一心二葉或一心三葉狀，因採收人工成本高，故「手採茶」價格會較貴；二為「機採茶」，係以機器採收，可以節省人力成本，並兼顧茶葉品質，售價亦因成本控制而較便宜。該公司所配合之茶農係以機械採收方式替代手工採收以節省成本，故能以較便宜之價格提供茶葉予該公司，該公司因進貨成本降低，故能以較市場為低之價格回饋消費者。

(四)「阿里山茶」係指嘉義縣梅山鄉、阿里山鄉及竹崎鄉等地區所生產之茶葉，且依一般消費者之印象多認「阿里山茶」係以「手採」採摘，但並未有禁止以機器採收。而該公司所銷售「臺灣之寶阿里山早春茶」之種植地區主要係在嘉義縣梅山鄉，農民在採收前(93年11、12月)，該公司為節省成本，爰要求出售茶農以機器採收。該公司所銷售「臺灣之寶阿里山早春茶」，主要係向2位農民收購，採收日期約在94年1月初及1月中旬，農民採收茶葉後，以30斤大包運送至該公司所屬精製廠並開立收據，精製廠以真空包裝後再交給東森購物頻道之物流中心。

(五)「臺灣之寶阿里山早春茶」於東森購物5台廣告內容之文宣素材，係先由該公司提供給東森公司。在系爭廣告宣播前，由雙方開會共同決定當日廣告之詳細內容，該公司不須另付廣告費或行銷管理費等，而是東森公司抽取銷售金額約百分之五十。消費者看到東森公司所銷售之商品後電洽訂購專線，告之欲購買商品及其數量等相關資料，由東森購物頻道之物流中心將商品送給消費者並開立發票。

(六)「春茶」與「冬茶」主要係季節分布之差別，立春前後係春茶，立冬前後則為冬茶，兩者成本與價格差不多。而

「手採」採摘與「機器」採收主要係採收方式之差別，「手採」採摘之成本與價格較「機器」採收為高。至於 94 年 1 月初及 1 月中旬亦可稱「冬片」或「早春茶」，「春茶」則為清明前後所採收之茶葉。「臺灣之寶阿里山早春茶」廣告雖未強調案關商品係「機器」採收，而非「手採」採摘，但該公司曾告知東森購物頻道商品審查會有關案關商品之採收方式等情形，東森購物頻道客服中心人員應也會告知消費者。

四、又經函請行政院農業委員會提供專業意見，略以：

- (一) 所謂「阿里山茶」一般係指分布於阿里山山脈包括嘉義縣梅山鄉、竹崎鄉、番路鄉、阿里山鄉及中埔鄉，海拔 800 公尺以上之茶園，以手採方式採摘之茶菁所製造的茶產品，稱之為「阿里山高山茶」或簡稱「阿里山茶」。
- (二) 茶產品銷售業者於商品外包裝上，所標示之「阿里山茶」，目前尚未訂有規範；然嘉義縣政府於 93 年已設計專供該縣所轄鄉鎮農會及茶葉產銷班使用之茶葉包裝盒圖樣，將「阿里山高山茶」之文字標示在包裝盒上。
- (三) 有關茶產品銷售業者於廣告上宣稱「阿里山早春茶」，該業者係 94 年 1 月間向嘉義縣梅山鄉瑞峰村茶農收購以機器採收之茶商品乙節，查「阿里山茶」原則上係以手採採摘之茶菁製成；另阿里山茶區之春茶，一般約在每年的 4 月間採收，不可能在 1 月間採收製造春茶，因此，上開「阿里山早春茶」說法顯與事實不符。

五、嗣經函請嘉義縣製茶業職業工會提供專業意見，略以：

- (一) 對於「阿里山茶」之名稱形成，說明如下：
 - 1、阿里山茶係產於嘉義縣梅山鄉、竹崎鄉、番路鄉、阿里山鄉、大埔鄉、中埔鄉等 6 鄉海拔近 1000 公尺以上位於阿里山山脈通稱大阿里山區，因北迴歸線 50 公里內之高

山地帶及經緯度 23 度半左右，產生晝夜溫差甚大，茶區經年雲霧繚繞，生產環境絕佳，茶質優異加以精湛之烘製技術，產品風味獨特聞名全國及海外受消費者喜愛，又該會茶葉發展委員會及各區域產製銷班的分級宣導推廣十多年，由嘉義縣政府輔導和行政院農業委員會茶葉改良場技術指導，以至形成「阿里山茶」之盛名。阿里山茶以青心烏龍茶種為大宗，其次新品種台茶 12 號茶種俗稱「27」，命名為「金萱茶」，其他品種不多。

- 2、阿里山茶幾乎為人工手採收一心二葉至三葉生產茶青，工資成本高，品質高，數量有限，採精緻路線來行銷，品質保證之譽名深入大眾之好感的高山茶。
- 3、機器採收之茶葉工資成本低，產能數量高，品質較為不穩定，因會採收到老葉及枝梗，並容易破壞葉面碎葉較多，如以整個大阿里山區生產的茶葉品質來說極為不妥，所以便不能代表「阿里山茶」之說。

(二) 對於「春茶」、「冬茶」與「早春茶」之區別，說明如下：

- 1、阿里山茶之「冬茶」：近 1000 公尺海拔以上的茶區於農曆立冬前 1 星期以後開始採收葉青，所生產製作完成之成品毛茶稱之「冬茶」。
- 2、阿里山茶之「春茶」：近 1000 公尺海拔以上的茶區於農曆清明後至穀雨前這段期間採收葉青，所生產製作完成之成品毛茶稱之「春茶」。
- 3、「早春茶」：大多數介定品種生長性如各種新品茶種或烏龍茶種，位置於緯度偏南其熱帶山區或海拔 800 公尺以下種植茶園之區域，生長期快就會產生所謂早春茶，早春茶在阿里山茶比率較少。

六、為審慎釐清「阿里山茶」相關事項，經函請臺灣區製茶工業同業公會及嘉義縣阿里山鄉農會提供專業意見，略以：

(一) 臺灣區製茶工業同業公會：

- 1、一般茶葉分類為球型包種茶通稱「凍頂型烏龍茶」，生產地區包括南投、雲林、嘉義茶區，其中海拔較高的如阿里山、梅山、梨山等俗稱「高山茶」。
- 2、條型包種茶生產地區以台北縣為主，其他縣市亦有少量生產，坪林、南港、文山等地之特產，通稱「文山包種茶」。
- 3、白毫烏龍茶產地以新竹、苗栗為主，台北縣亦有生產，通稱「東方美人茶」、「椶風茶」，世界上只有台灣生產。
- 4、茶葉的品種、生長地區、海拔、手採、機剪均不影響茶葉的生產，製造工序的不同，方出現前述三大茶類。
- 5、由於茶葉農作物的生產有其季節性，因節令的不同，茶葉產期有分早春茶、春茶、夏茶、六月白茶、秋茶、冬茶、冬片茶等，但由於氣溫、氣候的影響，品質、產量有所差異。
- 6、關於採菁方式，顧名思義手採由於台灣農村人工缺乏，成本較高，機剪大量生產，採收成本較為便宜，但並不表示機剪品質不好。

(二) 嘉義縣阿里山鄉農會：

- 1、該轄區產製之茶葉稱之為「阿里山鄉高山茶」，現有品種以烏龍及新品種（金萱）兩種為主，種植海拔高度介於1000公尺至1500公尺之間，均為手工採收。
- 2、春茶採收期約3月下旬至4月下旬，冬茶採收期約在11月中旬至12月中旬，由於該轄區茶葉產區位處較高海拔無「早春茶」之茶葉商品。

理 由

- 一、按公平交易法第21條第1項規定：「事業不得在商品或其廣告上，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、製造者、製造地、加工者、加工地等，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。」所稱「虛偽不實」係指表示或表徵與事實不符，其差異難為相當數量之一般或相關大眾所接受，而足以引起錯誤之認知或決定者；所稱「引人錯誤」係指表示或表徵不論是否與事實相符，其差異難為相當數量之一般或相關大眾所接受，而足以引起錯誤之認知或決定者。事業倘於廣告上或以其他使公眾得知之方法，就商品之品質及內容為虛偽不實或引人錯誤之表示，即違反公平交易法第 21 條之規定。

二、本案經查主要爭議在於系爭商品於電視廣告及商品外包裝所載「臺灣之寶阿里山早春茶」乙詞，有無涉及虛偽不實及引人錯誤情事，至於系爭廣告之行為主體，茲研析如次：

(一) 按「臺灣之寶阿里山早春茶」商品係鶴曜公司與東森公司合作推出，系爭商品廣告僅在東森購物頻道宣播，此為鶴曜公司所自承。而「臺灣之寶阿里山早春茶」商品為東森及鶴曜等 2 家公司於電視購物頻道上進行銷售，此有商品寄售契約書及銷售發票等影本附卷可稽，並僅於購物頻道以推銷介紹方式將系爭商品及其廣告等相關交易事項散布於消費者。另因系爭「臺灣之寶阿里山早春茶」等文字，除可見於前述電視廣告外，於系爭商品外包裝亦有同樣之標示，是以本案查處標的即包括前述二者。

(二) 查東森公司與鶴曜公司簽訂「商品寄售契約書」第 1 條：「甲(即鶴曜公司)、乙(即東森公司)雙方同意，由甲方負責商品及相關宣傳素材之提供，乙方負責製作相關之節目及(或)廣告，經由包括但不限於電視、書刊、網路、報紙、廣播及 DM 等媒體通路為公開播送及(或)刊載，以

行銷甲方所提供之商品。」第9條：「……乙方有權就甲方所提供之宣傳素材、樣品，於不損及甲方企業形象及權益之範圍內加以重製、改作及編輯，並得公開播送、公開傳輸、公開上映、公開展示及刊載於平面媒體及網路等，以為宣傳行銷使用。」即雙方約定鶴曜公司同意將「臺灣之寶阿里山早春茶」商品授權東森公司於電視購物頻道銷售，故本案廣告之製作與散布，係由東森公司依與鶴曜公司簽訂之「商品寄售契約書」，製作廣告並於東森購物台播放，雙方事先就商品特性、廣告內容等，召開製播會議進行研擬，嗣由東森公司製作、拍攝廣告，並於電視購物頻道播放。另依系爭商品廣告側錄帶觀之，東森公司於購物頻道銷售系爭商品，消費者經電洽「訂購專線」即可聯絡東森公司，而東森公司於銷售期間自行運送商品並出具發票給訂購者，鶴曜公司則開立以東森公司為買受人之發票向東森公司請款。綜上，東森公司與鶴曜公司簽訂之「商品寄售契約書」內容，及系爭廣告之素材提供、內容製播與整個交易過程，東森公司與鶴曜公司雙方有合作關係，應屬無疑。

- (三) 東森公司雖稱鶴曜公司提供商品資料及相關素材或建議商品名稱、價格，俾利東森公司製播廣告內容以銷售商品，鶴曜公司簽署之「商品寄售契約書」亦明白表示應保證其所提供之相關資料並無違法，倘有違法情事，概與東森公司無涉，鶴曜公司應負責解決之云云，然查系爭廣告係刊播於東森公司所經營之電視購物頻道，消費者購買系爭商品之對象亦為東森公司。復查東森公司與鶴曜公司雙方合作進行電視購物服務之關係，已如前述，東森公司與鶴曜公司對商品提供與其責任分擔約定，並不影響系爭廣告係由雙方合作而成之事實。縱如

東森公司所稱系爭廣告素材係由鶴曜公司提供，惟東森公司將系爭商品經由自己購物頻道銷售，且就本案訂購者在整個交易流程中，不論是客觀交易對象(發票註記之營業人為東森公司)或主觀交易信賴關係(購物頻道之經營者為東森公司)均繫於東森公司。況東森公司亦稱系爭商品之售價扣除進價之差額歸屬於東森公司，且系爭商品銷售量愈大，東森公司所獲利潤亦將更大，足資證明東森公司於整個交易中業受有利益，尚難因系爭廣告素材係供貨商鶴曜公司所提供而予以卸責。而東森公司既為系爭廣告之行為主體，自系爭商品交易中又獲有利益，即應對其廣告內容之真實表示負有注意之義務。

(四) 另查鶴曜公司提供系爭商品及其廣告素材，並簽訂「商品寄售契約書」，經由與東森公司之合作關係，取得以系爭廣告向消費者銷售商品之通路，且系爭廣告內容又經其參與製作後宣播，此為鶴曜公司所坦承，故同為本案廣告之行為主體。

三、有關東森公司及鶴曜公司於電視購物頻道上宣播銷售「臺灣之寶阿里山早春茶」是否涉有虛偽不實或引人錯誤乙節，據行政院農業委員會函復本會所提供之專業意見，「阿里山茶」一般係指分布於阿里山山脈包括嘉義縣梅山鄉、竹崎鄉、番路鄉、阿里山鄉及中埔鄉，海拔 800 公尺以上之茶園，以手採方式採摘之茶菁所製成的茶產品；另嘉義縣製茶業職業工會函復本會所提供之意見，阿里山茶係產於嘉義縣梅山鄉、竹崎鄉、番路鄉、阿里山鄉、大埔鄉、中埔鄉等 6 鄉海拔近 1000 公尺以上，阿里山茶幾乎為人工手採一心二葉至三葉生產茶青，機器採收之茶葉品質較為不穩定，不能代表阿里山茶；又嘉義縣阿里山鄉農會函復本會所提供之意見，該轄茶區種植海拔高度介於 1000 公尺至 1500 公尺之間，均

為手工採收。據被處分人東森及鶴曜等 2 家公司陳稱，所銷售之茶葉係向嘉義縣梅山鄉簡姓及黃姓等農民所購買，此有農民出售農產品收據附卷可稽，經函請行政院農業委員會及嘉義縣製茶業職業工會提供意見，嘉義縣梅山鄉係屬阿里山茶區，故被處分人東森及鶴曜等 2 家公司宣播「臺灣之寶阿里山早春茶」廣告，尚難認其就產地為虛偽不實及引人錯誤之表示。另經衡酌茶葉生產或銷售市場，業界對「阿里山茶」之採摘方式尚無明確定義或內涵，且據行政院農業委員會函復本會所提供之專業意見，目前茶產品銷售業者於商品外包裝上標示之「阿里山茶」亦未訂有規範，按系爭廣告除載有「臺灣之寶阿里山早春茶」，尚宣稱「真正農民直營，免去層層剝削，比產地更優惠」等，「比產地更優惠」乙詞基本上屬廣告主為吸引潛在客戶之興趣，對自身商品所為一定程度之誇大、吹噓行為，屬商場實務上所慣見之正常推銷手法，以一般人之普通知識經驗而言，機採成本與價格原較手採便宜，尚不致引起消費者誤認系爭商品係以手工方式採摘。況東森及鶴曜等 2 家公司並未就系爭商品之採摘方式有積極誤導之表示，且其實際作法為直接由茶農供貨，省卻中間的層層管銷，而得以較優惠之價格銷售，依系爭廣告整體觀之，尚未逾越一般大眾所能接受之範圍。故本案依現有事證，尚難僅以東森及鶴曜等 2 家公司於廣告上宣稱「阿里山茶」及「比產地更優惠」等，即認涉有廣告不實而違反公平交易法第 21 條規定。

- 四、有關東森公司及鶴曜公司於廣告及外包裝標示「早春茶」是否有虛偽不實或引人錯誤情事乙節，據行政院農業委員會函復本會所提供之專業意見，阿里山茶區之春茶，一般約在每年的 4 月間採收，不可能在 1 月間採收製造春茶；另嘉義縣製茶業職業工會函復本會所提供之意見，阿里山春茶於農

曆清明後至穀雨前採收葉青，早春茶則大多數介定品種生長性如各種新品茶種或烏龍茶種，位置於緯度偏南其熱帶山區域或海拔 800 公尺以下種植茶園之區域，生長期快所產生；又嘉義縣阿里山鄉農會函復本會所提供之意見，春茶採收期約 3 月下旬至 4 月下旬，故依前開單位函復本會之專業意見，阿里山春茶係於清明前後所採收。經函請鶴曜公司到會說明時表示，「春茶」係清明節前後（每年 3、4 月）所採收之茶葉，而 94 年 1 月初及 1 月中旬採收茶葉可稱冬片或早春茶，惟據臺灣區製茶工業同業公會函復本會所提供之專業意見，茶葉產期有分早春茶、春茶、夏茶、六月白茶、秋茶、冬茶、冬片茶等，且嘉義縣製茶業職業工會及嘉義縣阿里山鄉農會函復本會所提供之意見，早春茶在阿里山茶比率較少，而阿里山鄉轄內茶區則因位處較高海拔亦無「早春茶」，故春茶、早春茶與冬片等商品因節令差異而有不同，阿里山茶區則因海拔高度限制少有「早春茶」，東森及鶴曜等 2 家於電視購物頻道上所銷售之茶葉商品，可否謂為「阿里山早春茶」，尚有待斟酌。復查「臺灣之寶阿里山早春茶」之電視廣告內容，主持人以口白宣稱「白雪覆蓋，非常好看，所有茶農要哭沒有目屎，很多新聞都有報導，還有包含這邊，哎呀！春茶泡湯，一年大家就等這一天，經過 180 天的耕耘之後，沒想到一夕之間化為烏有，再給大家看一下，我們的製造日期 3 月 1 日，也就是說，差別在這裡，3 月 1 日的茶葉青蔥翠綠，3 月 5 日下雪，給大家比較一下，師父啊！為什麼顏色會變成這樣，全部都變黑了，對啊！3 月 6 日採收的全部凍傷損壞，這樣的茶葉，給大家看一下報價，3 月 16 日阿里山高海拔烏龍茶，一斤 2600 元……」，查被處分人除於上揭廣告中宣稱商品製造日期為「94 年 3 月 1 日」，並展示其商品外包裝之日期標示外，同時亦將 3 月 1 日與 3 月 6

日之茶葉相互比較，積極欲使消費者認為系爭商品係於 3 月 5 日下雪前，即 3 月 1 日所採收，且刻意強調較下雪後之春茶品質佳及價格優惠(系爭廣告商品之外包裝標示建議價格為 300g 為 1,000 元，廣告訴求買 3 斤送 2 斤，即採買 5 斤 2,490 元之價格銷售)。惟據本會調查結果，首批「臺灣之寶阿里山早春茶」係鶴曜公司於 94 年 1 月 5 日向嘉義縣梅山鄉簡姓農民購買，採收當時未逢立春(94 年 2 月 4 日)，並於 94 年 1 月 17 日將系爭商品送台美檢驗科技有限公司檢驗，此有結果報告附卷可稽，故首批「臺灣之寶阿里山早春茶」早於 94 年 1 月 5 日即已採收，與廣告及外包裝標示之日期 94 年 3 月 1 日顯有差距。另按消費者於購買茶葉商品前，普遍會向銷售業者詢問茶葉商品之生長地區及採收日期等相關訊息，並作為是否購買之重要參考依據，由於茶葉商品於採收後至少仍須經烘培及包裝等過程，尚無採收後即可銷售之可能，而系爭商品廣告及外包裝所示日期雖可能係指採收日期或包裝完成日期，惟被處分人東森及鶴曜等 2 家公司於電視購物頻道上對照「雪覆高山茶」，並宣稱「94 年 3 月 1 日」製造及「首批春茶」，並於廣告上展示其商品外包裝之日期標示，強調「3 月 1 日的茶葉青蔥翠綠，3 月 5 日下雪，3 月 6 日採收的全部凍傷損壞……」等情形，將致一般人誤認系爭商品係於 94 年 3 月 1 日採收之首批春茶，且較下雪後之春茶品質佳及價格優惠，實際上系爭商品於 94 年 1 月初立春前即已採收，故被處分人於上開廣告及外包裝宣稱「3 月 1 日」製造、「首批春茶」及「3 月 1 日的茶葉青蔥翠綠……3 月 6 日採收的全部凍傷損壞」之比較性用語等內容，經整體觀察之結果，已足認有虛偽不實及引人錯誤之情事。

五、按公平交易法為維護公平競爭交易秩序，促使廣告主於宣

播廣告之時，克盡查證及真實表示之義務，倘廣告主未能確定廣告之真實性，而逕予宣播，致有虛偽不實或引人錯誤情事者，仍當負不實廣告表示之責任。有關東森公司就東森購物台宣播之「臺灣之寶阿里山早春茶」商品廣告內容，一再強調前開商品及文宣素材係由鶴曜公司所提供，與東森公司無涉，惟東森公司既為本案之廣告主，並不因系爭商品及其廣告素材係由他人提供，而得排除其為廣告主應負注意及真實表示之責任。

六、綜上論述，東森及鶴曜等 2 家公司於電視購物頻道上銷售「臺灣之寶阿里山早春茶」廣告及外包裝標示，就商品之內容為虛偽不實及引人錯誤之表示，核已違反公平交易法第 21 條第 1 項規定。經審酌該等公司違法行為之動機、目的及預期之不當利益；違法行為對交易秩序之危害程度；違法行為危害交易秩序之持續期間；因違法行為所得利益；事業之規模、經營狀況及其市場地位；違法類型曾否經中央主管機關導正或警示；以往違法類型、次數、間隔時間及所受處罰；違法後懊悔實據及配合調查等態度；與其他因素，爰依同法第 41 條前段規定處分如主文。

中 華 民 國 96 年 3 月 27 日
被處分人如有不服本處分，得於本處分書達到之次日起 30 日內，向本會提出訴願書（須檢附本處分書影本），訴願於行政院。