

公平交易委員會處分書

公處字第 105064 號

被處分人：台灣之星電信股份有限公司

統一編號：70769567

址 設：臺北市內湖區堤頂大道 2 段 239 號 6 樓

代 表 人：○○○

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 Google 網站購買競爭事業名稱「台灣大哥大」之關鍵字廣告，呈現「獨家【台灣大哥大】月租費限時半價」等內容，為足以影響交易秩序之顯失公平行為，違反公平交易法第 25 條規定。
- 二、處新臺幣 60 萬元罰鍰。

事 實

- 一、緣台灣大哥大股份有限公司（下稱檢舉人）來函檢舉略以：檢舉人 104 年 8 月 22 日於 Google 網站以「檢舉人名稱」為關鍵字搜尋，發現搜尋結果頁面最上方連結之標題為「獨家【台灣大哥大】月租費限時半價」，下方另標示「tstartel.com」，即被處分人網站網址，嗣美商科高國際股份有限公司台灣分公司（即 Google 網站經營者，下稱 Google）經接獲檢舉人反映，是日已將該關鍵字廣告移除。爰此，檢舉人主張被處分人系爭行為意圖吸引消費者點入被處分人網站查看，進而選擇申辦其服務，使檢舉人蒙受潛在客戶流失之損失，復被處分人案關廣告內容亦將造成消費者混淆誤認檢舉人提供有「獨家月租費限時半價」優惠之商品服務（實際上並無），甚而導致網頁瀏覽者誤認二事業具有一定關係，且 Google 接獲檢舉而移除案關廣告之

行為，顯示 Google 經審查後亦認被處分人系爭行為違反其商標處理原則，又被處分人案關關鍵字廣告內容，係以不當關鍵字連結及失當之廣告用語，造成消費者就消費資訊產生混淆，並使檢舉人喪失公平交易機會，影響網路交易秩序，為足以影響交易秩序之欺罔及顯失公平行為，涉及違反公平交易法第 25 條規定。

二、函請檢舉人提供相關補充資料及意見，略以：

- (一) 案關期間檢舉人之資費方案，並無月租費半價免綁約之服務，亦無在限定時間內提出申辦即享月租費半價之服務。
- (二) 檢舉人花費於網路廣告行銷之費用龐大，顯示檢舉人之良好品牌形象，實係耗費時間精神費用努力經營及用心維護之結果。又案關關鍵字廣告刊登期間，檢舉人網站及網路門市流量均明顯減少若干訪次，直至案關關鍵字廣告下架後始逐漸恢復正常，足見檢舉人之交易機會確因案關關鍵字廣告之刊登而減少甚至喪失。
- (三) 案關關鍵字廣告若非經檢舉人迅速發現並經 Google 迅速下架，後續將產生更嚴重之影響交易秩序情事。例如檢舉人將不斷接獲客戶來電詢問檢舉人所無之服務相關問題，客訴量將因而大增，致影響對客戶之正常服務，網路使用者將因此於網路上發表對檢舉人不利之言論，影響檢舉人之商譽，甚而不與檢舉人交易，足見案關關鍵字廣告確已影響交易秩序。

三、函請 Google 提供相關資料及說明，略以：

- (一) 案關關鍵字廣告皆由比石硬數位行銷股份有限公司（下稱比石硬公司）購買，並於 104 年 8 月 13 日開始刊登，案關關鍵字廣告變更紀錄之個別報告標記案關關鍵字廣告之狀態為「移除 (removed)」，且其變更紀錄亦已標記案關關鍵字廣告已於 104 年 8 月 22 日由比石硬公司移除。
- (二) 依前揭報告之「Ad」欄所示，案關關鍵字廣告於廣告內文中使用「{Keyword:}」參數，此即顯示案關關鍵字廣

告使用「關鍵字插入」功能。「關鍵字插入」為可隨廣告主選擇是否使用之進階關鍵字廣告功能，其可藉由納入任何一個與使用者搜尋字詞相符之關鍵字以動態更新廣告主之廣告文字。廣告主可以「輔助式」或「手動進行」之方式於廣告標題、內容描述或網址欄位插入關鍵字。若廣告主欲插入之關鍵字為 Google 依其政策已有效留存之商標申訴關鍵字，該關鍵字將無法被插入於廣告文字中。

- (三) 關於「關鍵字插入」功能在案關關鍵字廣告如何運作，Google 僅能特定是哪個關鍵字插入詞彙被選擇，被處分人倘購買「台灣大哥大」為其關鍵字廣告，則當網路使用者使用「台灣大哥大」為搜尋時，關鍵字廣告系統可能會將案關關鍵字廣告所顯示之「{Keyword:台灣之星}」程式碼自動替換為關鍵字「台灣大哥大」，除非關鍵字「台灣大哥大」無法被插入廣告中（例如該詞彙已經商標註冊且商標所有人已向 Google 申請禁止他人使用該商標），屆時關鍵字系統會改插入「台灣之星」。
- (四) Google 雖未自任何第三方或其廣告代理商處收受對案關關鍵字廣告有商標權濫用之申訴，惟確曾收到來自檢舉人廣告代理商之非正式申訴，且已將該申訴告知比石硬公司。

四、函請比石硬公司到會陳述、提供補充資料及陳述，略以：

- (一) 被處分人 103 年首次就 Yahoo!奇摩網路關鍵字廣告委託生洋網路股份有限公司（下稱生洋公司）操作刊登服務，並簽訂網路廣告專案契約書，因雙方合作順利，被處分人 104 年續委託生洋公司操作刊登 Yahoo!奇摩及 Google 之網路關鍵字廣告，並簽訂有相關廣告委刊單，因生洋公司主要負責 Yahoo!奇摩網路關鍵字業務，並與 Yahoo!奇摩簽訂相關合作契約，為 Yahoo!奇摩網路關鍵字頂級經銷商，故就 Google 網路關鍵字廣告部分，由生洋公司複委託關係企業比石硬公司辦理。而案關關鍵字廣告刊登期間為 104 年 8 月 13 日至同年 8 月 22 日。

- (二) 經與廣告主簽訂網路廣告專案契約書或廣告委刊單後，廣告主會以電子郵件告知其網路關鍵字廣告欲刊登時間、預算、關鍵字及關鍵字文案方向等事項。被處分人 104 年 8 月 5 日以電子郵件向比石硬公司提出「保證最低價」、「浮動資費」等關鍵字及相關事項之需求，並輔以通訊軟體 Line 聯繫，嗣由比石硬公司提出關鍵字文案建議書，包括案關關鍵字廣告內容「獨家【{Keyword: 台灣之星}】月租費限時半價」，經被處分人廣告行銷人員 104 年 8 月 12 日以電子郵件向比石硬公司表示「附件內容（即關鍵字文案建議書）沒有問題，可進行上傳 8/13 開啟廣告...」，始由比石硬公司向 Google 購買刊登包含案關關鍵字廣告在內之相關關鍵字廣告。
- (三) 均依廣告字詞群組之屬性建議廣告主使用 Google「關鍵字插入」功能，前亦曾向被處分人就「4G」、「wifi」等關鍵字建議使用該功能於廣告文案內，並經被處分人允許使用之，被處分人均知悉及理解該功能。本案僅就關鍵字字詞、內容增減討論，至於是否繼續使用「關鍵字插入」功能則未另行討論，之所以發生本案情事，肇因比石硬公司誤用該功能所致，惟無攻擊其他同業之描述，屬作業疏失。
- (四) 本案關鍵字廣告使用字詞眾多，多沿用最初由被處分人提出之廣告需求以及比石硬公司建議並經被處分人確認之關鍵字字詞名單。該關鍵字字詞名單包括台灣大哥大、中華電信、亞太電信、遠傳電信等被處分人競爭同業名稱，或欲廣告之商品或服務之相關字詞。
- (五) 本案比石硬公司為被處分人申設一廣告帳戶，該廣告帳戶比石硬公司與被處分人均可使用操作，惟一般而言，廣告主既已委託比石硬公司操作購買刊登關鍵字廣告，則多為比石硬公司使用，而該廣告帳戶管理中心系統（下稱廣告帳戶後台）可供帳戶使用者設定關鍵字字詞及相關功能，並可觀看點擊次數等相關統計數據，本案案關關鍵字廣告即以上述方法於 Google 廣告帳戶後

台操作購買刊登。

- (六) 案關關鍵字廣告於 104 年 8 月 22 日經 Google 以電子郵件告知因廣告文案使用「關鍵字插入」文案內包括競品商標字詞（即競爭同業之事業名稱），明顯混淆易造成困擾，Google 爰將案關關鍵字廣告暫停，嗣同日晚間比石硬公司旋即移除之。

五、函請被處分人提供陳述書及到會陳述，略以：

- (一) 購買刊登關鍵字廣告之作業流程首先係請廣告媒體代理商提案，內容為廣告帳戶架構（含品牌、產品、手機、服務等關鍵字群組）及模擬廣告成效等事項，後續如有合作，則由被處分人提出欲宣傳商品或服務之需求予該廣告媒體代理商，嗣由該廣告媒體代理商提供關鍵字文案建議書，待被處分人過目該關鍵字文案建議書，確認有無修改刪減之處後，經被處分人同意並與該廣告媒體代理商簽訂廣告委刊單，由該廣告媒體代理商執行後續購買刊登關鍵字廣告事宜，本案委託生洋公司、比石硬公司購買刊登關鍵字廣告作業流程亦復如此。
- (二) 104 年 8 月 5 日以電子郵件請比石硬公司協助相關廣告規劃，需求內容為針對即將上市之網路門市產品提供關鍵字廣告相關建議，內容並未提及任何涉及同業之文案內容。翌（6）日與廣告媒體代理商生洋公司簽訂廣告委刊單契約，惟因生洋公司內部分工考量（即生洋公司負責 Yahoo! 奇摩關鍵字廣告業務，其關係企業比石硬公司負責 Google 關鍵字廣告業務），嗣經被處分人同意，將 Google 關鍵字廣告專案複委任生洋公司之關係企業比石硬公司辦理，並由比石硬公司就 Google 關鍵字廣告業務逕與被處分人接洽。因比石硬公司為生洋公司之複委任人，其與被處分人間之委刊廣告相關權益，均依前揭與生洋公司簽訂之廣告委刊單契約辦理。
- (三) Google 於 104 年 8 月 22 日通知比石硬公司案關關鍵字廣告因使用「關鍵字插入」文案，明顯混淆造成困擾，因此 Google 主動先將該文案暫停，比石硬公司接獲後

即於同日移除之，嗣於 104 年 8 月 24 日向被處分人報告本案發生始末，表示因其後台相關人員誤用「關鍵字插入」，致案關關鍵字廣告與被處分人原設定呈現方式不符，承認疏失並致歉。

- (四) 網路門市產品相關關鍵字廣告 104 年 8 月 13 日於 Google 上線，其中案關關鍵字廣告經 Google 告知具爭議性，嗣比石硬公司於 104 年 8 月 22 日移除，期間案關關鍵字廣告共計曝光數 3,290 次、點擊數 332 次，廣告費用 1,732 元。
- (五) 自 104 年 3 月起與比石硬公司合作 Google 關鍵字廣告，截至同年 8 月相關關鍵字廣告曝光數多達數十萬餘次以上，案關關鍵字廣告曝光數與之相比如滄海一粟，且被處分人 104 年 8 月份網路流量達百萬餘人次，則案關關鍵字廣告點擊數相較之下更如九牛一毛，難謂有何實益。同時期與案關關鍵字廣告內容一模一樣之關鍵字廣告文案（差別僅於關鍵字為「台灣之星」，即網路使用者搜尋「台灣之星」時會出現此廣告文案）曝光數 3,159 次、點擊數 489 次，曝光數與案關關鍵字廣告文案相當，惟點閱率卻遠高於案關關鍵字廣告，代表被處分人用自己名稱為關鍵字廣告之點閱率還較案關關鍵字廣告為高，實無動機甘冒法律風險及耗資藉檢舉人名氣吸引網路使用者進入自身網站瀏覽。
- (六) 案關關鍵字廣告除「台灣大哥大」五字可能造成網路使用者疑惑外，其他文字如網域名稱、網址連結、資費方案等，皆為被處分人獨有之表徵，且案關關鍵字廣告所顯示網址亦載有「台灣之星」，又上開資費方案更是於通訊市場獨家推出，具高知名度，網路使用者應可輕易辨別，即便網路使用者一時不察點擊案關關鍵字廣告，到達網站即為被處分人網站，可輕易分辨出屬被處分人行銷自身商品之廣告，故無將被處分人與檢舉人之商品服務混淆誤認之可能，且無出現比較性或攻擊同業之描述，出現「台灣大哥大」五字係誤植所致，此屬顯而易

知事實，故案關關鍵字廣告文案對於有決定交易作用之事項或訊息，並未有虛偽不實、引人錯誤或不完全表示等情，不致使檢舉人喪失公平交易機會而有影響網路交易秩序之虞。

- (七) 從未指示比石硬公司使用「關鍵字插入」於廣告文案，但本案係因比石硬公司自身重大疏失，擅將案關關鍵字文案建議書中之案關關鍵字廣告「Campaign：台灣之星_再行銷 Ad Group：Brand_其他品牌 Headline：獨家【{Keyword:台灣之星}】月租費限時半價」因該廣告群組（Ad Group）含有競業之關鍵字，應不得使用插入關鍵字功能，惟比石硬公司撰擬廣告建議書時，卻誤用插入關鍵字功能，此重大疏失被處分人殊難想像，亦無法預見及監督，蓋被處分人僅持有廣告建議書，故僅可得知與審視文案內容，無法知悉該群組之關鍵字細項。另依案關廣告委刊單契約中之廣告合作事項第3點、第4點意旨，被處分人所負監督義務依約僅及於網路使用者點選廣告文案後連結之網站頁面（即被處分人網站），比石硬公司系爭行為實已違反契約約定而與被處分人無涉；復第1點約定關鍵字廣告上線後依網友實際點擊之關鍵字次數計費，故生洋公司與比石硬公司亦為案關關鍵字廣告利益歸屬事業，蓋若上線之廣告文案愈吸引網路使用者，則點擊率愈高，表示渠等迅速達成客戶託付目標，從而提供予客戶之廣告操作績效報表越好，即可取得客戶更大信賴與廣告委託，故本案應由比石硬公司自負法律上責任。

理 由

- 一、按公平交易法第25條規定：「除本法另有規定外，事業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「交易秩序」係指符合善良風俗之社會倫理及效能競爭之商業競爭倫理之交易行為；所稱「顯失公平」，係指以顯失公平之方法從事競爭或商業交易，而「榨取他人努力成果」亦屬顯失公平之行為類型，復判斷是否構成「榨取

他人努力成果」應考量：(1)遭攀附或高度抄襲之標的，應係該事業已投入相當程度之努力，於市場上擁有一定之經濟利益，而已被系爭行為所榨取；(2)其攀附或抄襲之結果，應有使交易相對人誤以為兩者屬同一來源、同系列產品或關係企業之效果等。惟倘其所採行手段可非難性甚高（如完全一致之抄襲）者，縱非屬前述二因素之情形，仍有違法之虞，應依個案實際情形，綜合判斷之。其常見行為態樣包括攀附他人商譽、高度抄襲及利用他人努力，推展自己商品或服務之行為。而事業藉由購買關鍵字增加商品或服務曝光率，雖已為常見行銷方式，惟倘事業所購買關鍵字，係屬其他競爭事業之名稱、品牌等用語，並輔以爭議之用語導引他競爭事業潛在客戶進入網站瀏覽，藉以推展自己商品或服務，其行為將對他競爭事業營業信譽背後所蘊含之經濟利益及努力成果造成損害，進而影響市場公平競爭秩序，實具有違反商業倫理之可非難性，當論以違反公平交易法第 25 條規定。

- 二、本案行為主體：查被處分人與生洋公司簽訂廣告委刊單契約，嗣經被處分人同意，將 Google 關鍵字廣告專案複委任生洋公司之關係企業比石硬公司辦理，案關關鍵字廣告之刊登雖由比石硬公司依被處分人所提廣告需求內容提出「關鍵字文案建議書」，惟該關鍵字文案建議書嗣經被處分人審閱核可後，比石硬公司始購買刊登案關關鍵字廣告，是被處分人對於比石硬公司提出之關鍵字廣告文案具審閱、修正及決定刊登與否等權限。復查案關關鍵字廣告效益達成後之利益歸屬事業應屬被處分人，蓋網路使用者點選案關關鍵字廣告連結前往瀏覽之網站為被處分人招徠電信服務使用者之網路門市網站，比石硬公司除獲取單筆被處分人給付之廣告刊登服務費用外，無從自被處分人招徠電信服務使用者之營收獲取額外利潤，且被處分人與檢舉人同屬提供電信服務之競爭同業，比石硬公司與檢舉人則不具競爭關係。由於本案關鍵字廣告之審核及出資刊登或因案關關鍵字廣告獲有利益者、與檢舉人具競爭關係者均為被處分人，故本案行為主體為被處分人，洵堪認定。

- 三、按關鍵字廣告運作方式係以廣告主購買之「關鍵字」為中心，加上廣告主設定之標題、內容描述及顯示網址等文字組合而成，故倘被處分人規劃以「Brand_其他品牌」（含遠傳、遠傳電信、亞太、亞太電信、台哥大、台灣大哥大、中華、中華電信等關鍵字字詞）為其觸發廣告顯示之廣告群組，並於關鍵字廣告標題內設定「{Keyword:}」關鍵字插入功能，加上前後「獨家【{Keyword:台灣之星}】月租費限時半價」等文字構成關鍵字廣告標題，則當網路使用者以「台灣大哥大」為關鍵字於 Google 搜尋時，被處分人之關鍵字廣告就會以「獨家【台灣大哥大】月租費限時半價」等文字內容與網址共同出現在 Google 搜尋結果頁面。
- 四、鑑於網路普及性漸增及電子商務蓬勃發展，事業網站到訪人數及產品資訊於網路之曝光率，蔚成事業爭取交易機會重要依據，又網路使用者探尋某特定事業或商品（服務）資訊時，除非事先知悉該事業網域名稱（Domain Name）或透過相關網頁所提供之超連結（Hyperlink）方式，否則在不確知相關資訊於網路所在位置情況下，多係藉由於搜尋引擎網站輸入與該特定事業或商品（服務）相關聯之關鍵字詞，始能於無遠弗屆網路中濾得所需相關資訊。惟倘事業為增加其網站之曝光率及造訪機會而購買關鍵字廣告，並於關鍵字廣告超連結標題、文案內鑲入他事業具招徠效果之著名商標、名稱或其他營業表徵，固便利其網站資訊為搜尋引擎所尋得，並導引潛在交易相對人進入其網站，然該事業此種使用關鍵字廣告之行為，亦可能對於他事業之著名表徵或營業信譽背後所蘊含經濟成果之努力造成損害。
- 五、查案關關鍵字廣告購買刊登過程，係經被處分人與比石硬公司接洽，由比石硬公司先行就被處分人提出之廣告需求，擬定關鍵字文案建議書，嗣經被處分人審閱確認該關鍵字文案建議書無誤並與之簽訂廣告委刊單後，始由比石硬公司據以購買刊登案關關鍵字廣告。案關關鍵字廣告刊登期間為 104 年 8 月 13 日至同年 8 月 22 日比石硬公司接獲 Google 告知因案關關鍵字廣告使用「關鍵字插入」功能

之文案內包括競品商標字詞（即競爭同業之事業名稱），明顯混淆造成困擾，Google 爰先將案關關鍵字廣告暫停，嗣同日晚間比石硬公司始移除之。

- 六、次查檢舉人以第三代行動通信服務及行動寬頻服務為主要經營業務，於案關關鍵字廣告刊登期間之資費方案，並無案關關鍵字廣告所稱「月租費限時半價」、「3G4G 月租費半價免綁約 資費依每月用量浮動」之資費方案。為促銷其電信服務，104 年前三季單就關鍵字廣告及圖文、影音等 Google 各類型廣告已投入千餘萬元之廣告費用，應可認已投入相當資源推展其服務；且「台灣大哥大」五字業經經濟部智慧財產局核准商標註冊，用以表彰其所提供電信服務，使相關事業或消費者足以區別檢舉人與其他競爭同業，是足認「台灣大哥大」表徵係檢舉人投入相當努力而獲得之經濟成果。
- 七、經比對案關關鍵字文案建議書內「Campaign：台灣之星_再行銷 Ad Group：Brand_其他品牌 Headline：獨家【{Keyword:台灣之星}】月租費限時半價」此則關鍵字廣告，業已規劃使用 Google「關鍵字插入」功能（廣告文案中含有{Keyword:}即有設定關鍵字插入功能），至於該功能可能替換預設文字之廣告群組「Brand_其他品牌」，檢視由比石硬公司與被處分人所提供雙方合作以來沿用之「比石硬_台灣之星_關鍵字帳戶架構」表，該廣告群組「Brand_其他品牌」係由「遠傳、遠傳電信、亞太、亞太電信、台哥大、台灣大哥大、中華、中華電信」等其他電信事業名稱或簡稱之關鍵字字詞組合而成，是以前揭案關關鍵字廣告，極易因網路使用者鍵入該廣告群組「Brand_其他品牌」內之其他電信事業名稱或簡稱之關鍵字字詞，經 Google「關鍵字插入」功能替換插入其他電信事業名稱或簡稱，並出現被處分人之關鍵字廣告及網站連結，將增加網路使用者點擊案關關鍵字廣告連結瀏覽被處分人網站之機會，進而提升與其交易之可能。況案關關鍵字廣告以「獨家【台灣大哥大】月租費限時半價」併同呈現，以此吸引檢舉人之關注者點入查看。故案關關鍵字廣告係藉與檢舉人相關之

營業表徵連結且具吸引力廣告用語，致潛在交易相對人選擇點擊案關關鍵字廣告，並有令本無案關資費方案之檢舉人，卻因該等廣告用語，造成消費者對其誤解之困擾，致蒙受潛在交易相對人流失之虞，系爭行為核屬榨取他人努力成果之行為，已構成足以影響交易秩序之顯失公平行為，違反公平交易法第 25 條規定。

八、至於被處分人辯稱案關關鍵字廣告由比石硬公司製作，且比石硬公司亦自承作業疏失，被處分人僅持有廣告建議書，故僅可得知與審視文案內容，無法知悉該廣告群組之關鍵字細項，且該案關關鍵字廣告下方所顯示網址亦載有「台灣之星」，故無將被處分人與檢舉人之商品或服務混淆誤認之可能，不致使檢舉人喪失公平交易機會而有影響網路交易秩序之虞云云。惟案關關鍵字廣告刊登前之關鍵字文案建議書（包含案關關鍵字廣告係含有關鍵字插入功能，以及該二事業合作以來沿用之「比石硬_台灣之星_關鍵字帳戶架構」表，內含「遠傳、遠傳電信、亞太、亞太電信、台哥大、台灣大哥大、中華、中華電信」關鍵字字詞組合而成之廣告群組「Brand_其他品牌」），均係經被處分人審閱後始購買刊登，則被處分人對於案關關鍵字廣告已開啟關鍵字插入功能及可能置換為其他競爭同業名稱，事前即應有相當認知，則不得再以比石硬公司已自承作業疏失為主張免責。且被處分人為案關關鍵字廣告成果所生利潤之最終歸屬者，則其利用他人努力，推展自己商品或服務之系爭行為，即涉及榨取他人努力成果，不因委任契約之締結而脫免系爭行為之行政責任。

九、是以，被處分人委託比石硬公司於 Google 以競爭事業名稱「台灣大哥大」作為關鍵字廣告之行為，並輔以月租費限時半價優惠字句，吸引檢舉人之關注者進入被處分人網站瀏覽，係利用他人努力，推展自己商品或服務，核屬榨取他人努力成果之行為，顯已構成足以影響交易秩序之顯失公平行為，並對恪守公平競爭本質之事業構成顯失公平之行為，爰具有違反商業倫理之可非難性，已違反公平交易法第 25 條規定。

十、綜上論結，被處分人於 Google 網站購買競爭事業名稱「台灣大哥大」作為關鍵字廣告之行為，呈現「獨家【台灣大哥大】月租費限時半價」等內容，核屬足以影響交易秩序之顯失公平行為，違反公平交易法第 25 條規定。依據公平交易法施行細則第 36 條規定，經考量被處分人營業額，並審酌案關關鍵字廣告之刊登時間，被處分人為初次違法且配合調查情形等因素，爰依同法第 42 條前段規定處分如主文。

中 華 民 國 105 年 6 月 16 日
被處分人如不服本處分，得於本處分書達到之次日起2個月內，
向臺北高等行政法院提起行政訴訟。