

公平交易委員會處分書

公處字第113031號

被處分人：Booking.com B. V.

址 設：Herengracht 597, 1017 CE Amsterdam, Netherlands

代 表 人：○○○

地 址：同上

代 理 人：○○○律師、○○○律師

地 址：臺北市信義區松仁路100號11樓

被處分人因違反公平交易法事件，本會處分如下：

主 文

- 一、被處分人使用競爭對手之事業名稱作為關鍵字廣告，並在關鍵字廣告標題並列四方通行旅行社股份有限公司之事業名稱及被處分人之網域名稱，構成榨取他人努力成果之顯失公平行為，且足以影響交易秩序，違反公平交易法第25條規定。
- 二、被處分人自本處分書送達次日起，應立即停止前項違法行為。
- 三、處新臺幣100萬元罰鍰。

事 實

- 一、緣本會接獲檢舉意旨略以：檢舉人於111年10月間在Google 搜尋引擎輸入「四方通行」、「四方通行旅行社」、「四方通行旅遊網」關鍵字，搜尋結果頁面卻出現被處分人之關鍵字廣告，且在標題內使用「四方通行」文字，檢舉人認為被處分人違反公平交易法規定，爰向本會提出檢舉。檢舉人嗣後撤回檢舉，本會鑑於被處分人使用競爭對手事業名稱作為關鍵字之行為，非僅影響競爭對手之權益，亦可能造成網路使用者之混淆誤認，進而影響公

共利益，爰主動立案進行調查。

二、調查經過：

(一) 被處分人提出陳述書略以：

- 1、被處分人之主要營業項目係提供線上住宿預訂服務，主要營收來自於當使用者於Booking.com網站上預訂住宿成功後，飯店或旅宿業者給付予被處分人之服務費用。
- 2、被處分人向Google購買關鍵字廣告過程為一「大規模自動化流程」，過程分為兩個階段：
 - (1) 建議關鍵字：被處分人除了本身自行設定關鍵字外，Google亦會建議大量的關鍵字，被處分人無法以人工處理龐大關鍵字數量，故透過內部指令碼(script)進行自動化處理，將建議之關鍵字全數加入關鍵字字庫。
 - (2) 「插入關鍵字」功能：關鍵字並非是以手動方式逐一插入及設定各個廣告標題與內容，因此透過啟用「關鍵字插入」功能，由Google搜尋引擎系統自動插入(替代)標題中的關鍵字，關鍵字廣告標題會自動隨著使用者之搜尋而變化。
- 3、被處分人從未在Google在內之搜尋引擎刊登「四方通行旅遊網」及「四方通行旅行社」之關鍵字廣告，僅在Google刊登「四方 通行」(「四方」與「通行」間為空格)1個關鍵字，並分別設有3個廣告群組，其中群組1及群組2之標題設定為「高雄市飯店預訂」、「眾多部落客一致推薦」或「先訂後付超方便」等標題，群組3標題設定「線上預訂墾丁墾丁大街飯店」、「先下訂，日期可再修改」。群組1及群組2所設定之關鍵字字庫內容包含「四方 通行」，其餘還

有「高雄酒店預定」、「高雄五星級飯店」、「85大樓飯店」等與高雄有關文字，群組3所設定之關鍵字字庫包含「四方通行」之外，其餘還有「墾丁 民宿 墾丁 大街」、「Kenting main street hotels」、「墾丁大街 酒店」等與墾丁有關文字。開始刊登之時間為2015年11月，截至接受本會調查時為止，「四方通行」仍為群組1內之有效關鍵字(按：被處分人嗣於○年○月○日陳述書表示目前已將系爭關鍵字廣告之「關鍵字插入」功能關閉、將「四方通行」自群組1移除，並納入關鍵字排除清單)，該關鍵字在群組2之狀態為「不符資格 廣告暫停，甚少放送(低品質分數)」，在群組3之狀態為「已移除 甚少放送(低品質分數)」。至於累計之廣告費用、曝光、點擊、轉換等數據資料如下表：

	群組1	群組2	群組3
廣告費用 (歐元)	○	○	○
曝光次數	○	○	○
點擊次數	○	○	○
轉換次數	○ ○ ○	○	○ ○ ○

- 4、對於本會提示在Google搜尋「四方通行」，出現由被處分人刊登之「四方通行-眾多部落客一致推薦」及「四方通行-先訂後付超方便」之原因，被處分人表示係因Google搜尋引擎將關鍵字插入廣告標題(即「關鍵字插入」功能)，該廣告標題插入「四方通行」文字，並非被處分人故意主動為之，其結果亦不

在Booking.com預期之中，因為系爭關鍵字廣告所屬廣告群組設定之關鍵字字庫均為與高雄或墾丁相關字詞，僅有「四方通行」1個係與高雄或墾丁無關之字詞，本不應出現在關鍵字字庫中，經被處分人進一步檢視，應係內部指令碼錯誤或被處分人員工錯誤將其加入關鍵字字庫，係屬「大規模自動化流程」下之偶然錯誤。至於系爭關鍵字廣告標題含有「四方通行」等文字，原因係被處分人使用「大規模自動化流程」第2階段「關鍵字插入」功能所致。被處分人係以手動方式開啟系爭關鍵字廣告之「關鍵字插入」功能，被處分人在系爭關鍵字廣告所屬的3個廣告群組，都設定含有{KeyWord:預設文字}程式碼之廣告標題，被處分人原本要求或預期顯示在廣告標題內之關鍵字，是與高雄或墾丁有關的關鍵字，例如「高雄酒店預定」、「高雄五星級飯店」、「85大樓飯店」，然因Google「關鍵字插入」功能過於強大，Google自動執行並替換程式碼中預設文字，導致當有消費者以「四方通行」或類似文字進行搜尋時，搜尋結果會顯現被處分人的關鍵字廣告，並將廣告標題程式碼之預設文字自動替代為「四方通行」，此結果實係被處分人始料未及。

- 5、儘管因被處分人內部作業不慎而投放系爭關鍵字廣告，但系爭關鍵字廣告之轉換率分別○○(群組1)、○(群組2)、○(群組3)。廣告費用分別為○○○○歐元(群組1)、○○歐元(群組2)、○○○歐元(群組3)。111年轉換次數○次。被處分人透過系爭關鍵字廣告成立訂單所收取的住宿服務費，相較消費者透過被處分人在臺灣預訂住宿之服務費僅占○○○○。系

爭關鍵字廣告不論投入之廣告費用、點閱率與轉換率均屬極低，未妨礙效能競爭，不足以影響交易秩序。

- 6、被處分人也有向Bing及Yahoo購買關鍵字廣告，並以「四方通行」為關鍵字設定1個廣告群組，廣告標題設定為「高雄住宿預訂」、「網上預訂您的飯店」，廣告群組內之關鍵字除「四方通行」之外，還有「高雄酒店預訂」、「高雄五星級飯店」、「85大樓飯店」等與高雄有關之關鍵字，但未開啟「動態文字功能」（即Bing或Yahoo的「關鍵字插入」功能），且廣告標題、說明文字均未含有「四方通行」，故被處分人在Bing及Yahoo所刊登之關鍵字廣告均無呈現「四方通行」或類似文字。
- 7、縱因被處分人內部作業不慎投放系爭關鍵字廣告，也不宜因此即遽認其違反公平交易法第25條規定，蓋因各搜尋引擎均提供業界以同業名稱購買及刊登廣告服務，此為消費者廣為接受之行銷模式，實際上提供消費者更多的商品或服務選擇，可以增加市場競爭。系爭關鍵字廣告客觀上不可能造成消費者誤認被處分人與「四方通行」間屬於同一來源或關係企業，當消費者以「四方通行」作為關鍵字進行搜尋時，原本即預期也期待可能查得「類似」或「相關」的多元結果，此亦屬關鍵字搜尋固有的重要功能，消費者不會預期也不可能誤信所有的搜尋結果均與「四方通行」為同一來源或相關品牌。況且，網路訂房平臺(online travel agency; OTA)之消費者經常使用網際網路並透過網路訂房平臺進行訂房，當可輕易區辨不同的網路訂房平臺，且系爭關鍵字廣告均有標明被處分人、商標及完整之網域名稱，消費者點擊時當已明知將連

結至Booking.com網站。縱使消費者在觀看到系爭關鍵字廣告時，心中產生任何興趣或動機，亦僅係商標法學說的「初始興趣混淆」(initial interest confusion)，並未產生實際混淆，是以，「使人誤認兩者屬同一來源或有一定關係」之判斷時點，應以消費者點擊關鍵字廣告後為斷，而當消費者點擊系爭關鍵字廣告後，連結到Booking.com網站，並未有「四方通行」描述，亦無以訂房服務與「四方通行」服務互為比較攀援之情形，消費者絕無可能產生混淆誤認之情事。另以他事業名稱設定廣告關鍵字之作法，亦為業界常見之行銷手段，例如：當消費者蒐尋「Booking.com優惠碼」時，競爭對手Hotels.com關鍵字廣告之曝光率高達〇〇〇，況且Booking.com為國際知名網站，實無攀附「四方通行」商譽或榨取其努力成果之動機。

- 8、被處分人援引我國智慧財產及商業法院109年度民公上字第1號民事判決，主張並非所有類型之關鍵字廣告均有違反公平交易法之虞，應視實際之呈現內容而定，若關鍵字廣告內容可使消費者輕易辨別兩者之不同，亦未使用爭議性用語描述競爭對手之產品，即無公平交易法第25條規定之適用。被處分人另援引歐盟執委會針對GUESS限制所屬經銷商刊登網路廣告，違反歐體運作條約第101條案件所作決定，主張在網路廣告之推薦服務基於使用與他人商標相當之關鍵字，是競爭上固有的作法，此類廣告提供消費者除了商標所有人商品或服務以外的另一種選擇，倘若對此類關鍵字廣告加以限制，將剝奪消費者之選擇。

(二) 經函請台灣微軟股份有限公司(下稱台灣微軟)就被處分

人向Bing及Yahoo購買刊登系爭關鍵字廣告之情形提供事證資料，該公司經向Microsoft美國總部詢問後函復略以：

- 1、被處分人確有○個帳號以「四方 通行」作為關鍵字投放廣告，但在被處分人使用「四方 通行」作為關鍵字廣告之期間，並未開啟「關鍵字插入」功能。
- 2、據Microsoft美國總部調查自○○○○回溯○年內之客戶廣告活動顯示，被處分人已曝光的關鍵字廣告文案活動，其內容皆無「四方通行」、「四方 通行」、「四方通行旅行社」或「四方通行旅遊網」之文字曝光。

(三)經函請Google LLC(下稱Google)就被處分人向Google購買刊登系爭關鍵字廣告之情形提供事證資料：

- 1、被處分人確有購買「四方 通行」關鍵字，就某些包含該關鍵字之廣告活動，被處分人亦有開啟「關鍵字插入」功能，被處分人就該關鍵字廣告，於購買關鍵字並開啟「關鍵字插入」功能之期間，亦取得曝光(impressions)。
- 2、因被處分人使用「四方 通行」作為其廣告活動之關鍵字並開啟「關鍵字插入」功能，如使用者輸入包含「四方通行」字詞之搜尋查詢(search query)，可能會觸發並顯示被處分人之廣告，所顯示之廣告可能使含有「四方 通行」關鍵字(為被處分人所選定)之廣告標題自動產生。
- 3、依據Google所能查得之資料，自○年○月至○○年○月期間，針對包含「四方 通行」關鍵字之搜尋查詢而顯示被處分人廣告之費用、曝光、點擊等數據資料如下表：

年度	廣告成本 (美元)	曝光次數	點擊次數	點擊率
○ ○	○	○	○	○
○	○	○	○	○
○	○	○	○	○
○	○	○	○	○
○	○	○	○	○

理 由

- 一、公平交易法第25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。」該條規定所稱「交易秩序」泛指一切商品或服務交易之市場經濟秩序，可能涉及研發、生產、銷售與消費等產銷階段，其具體內涵則為水平競爭秩序、垂直交易關係中之市場秩序、以及符合公平競爭精神之交易秩序。所稱「顯失公平」，係指以顯然有失公平之方法從事競爭或營業交易者，而榨取他人努力成果亦屬顯失公平之行為類型。另本會為使公平交易法第25條規範內容適用具體化、明確化與類型化，訂有「公平交易委員會對於公平交易法第二十五條案件之處理原則」，該處理原則第7點第2項第2款第1目揭載「使用他事業名稱作為關鍵字廣告，或以使用他事業名稱為自身名稱、使用與他事業名稱、表徵或經營業務相關之文字為自身營運宣傳等方式攀附他人商譽，使人誤認兩者屬同一來源或有一定關係，藉以推展自身商品或服務」為榨取他人努力成果之顯失公平行為類型。另公平交易法第42條前段規定：「主管機關對於違反第21條、第23條至第25條規定之事業，得限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣5萬元以上2,500

萬元以下罰鍰」。

二、隨著網際網路之普及與電子商務之發展，網站已成為事業爭取交易機會之重要途徑，例如本案所涉及線上訂房平臺即係直接透過網站將服務提供給消費者，網站曝光率或到訪率，即代表該事業與潛在客戶接觸乃至達成交易的機會。當網路使用者欲搜尋特定事業或商品之資訊時，除非已熟知該事業之網域名稱或網址，否則必須藉助搜尋引擎輸入與所欲查詢資訊相關之關鍵字，方能於漫無邊際之網際空間中，過濾出所需資訊，從而搜尋引擎扮演帶領網路使用者通往事業網站間之渠道，也因此衍生商業化之付費搜尋服務，亦即關鍵字廣告。事業為增加其網站之到訪人數，而購買他事業名稱或營業表徵作為關鍵字廣告，以增加自身網站被到訪機會，固然可能稀釋他事業表徵所蘊含經濟利益，然而搜尋引擎功能，原本就是為了提供網路使用者與鍵入關鍵字「相關」（而非「相同」）之搜尋結果而設計，當網路使用者於搜尋引擎輸入特定表徵作為搜尋之關鍵字，其內心所欲搜尋目標未必僅限於該表徵所代表事業，尚可能包含與該表徵有類似特徵之所有資訊。越豐富多元且具相關性之搜尋結果，越有利於網路使用者取得更充分資訊，作為點選連結、瀏覽網站或作成交易決定之憑藉，而有助於降低消費者之搜尋成本。故於審酌事業使用他事業名稱、商標或其他營業表徵作為關鍵字廣告是否違反公平交易法第25條規定時，除考量行為對他人表徵所蘊含經濟利益之侵害，同時仍需考量是否提供網路使用者更充分實用之資訊、降低搜尋成本等社會利益。依照本會過去對於類似案例之見解，廣告主單純購買他事業名稱或表徵作為關鍵字廣告，尚未構成攀附他人商譽或榨取他人努力成果。惟若廣告主所購買之關鍵字廣告，其呈現之整體

內容，有使網路使用者誤以為兩者屬同一來源，同系列產品或關係企業，因該類型關鍵字廣告，不只侵害他事業表徵所蘊含之經濟利益，也無助消費者獲得更充分正確資訊及降低搜尋成本，倘足以影響市場秩序，則違反公平交易法第25條規定。

三、有關被處分人是否購買刊登系爭關鍵字廣告之問題：

- (一) 據檢舉人表示於111年11月16日在Google搜尋引擎輸入「四方通行」，搜尋結果出現被處分人之關鍵字廣告，標題為「四方通行-眾多部落客一致推薦」、「四方通行-先訂後付超方便」，並與Booking.com網域名稱並列呈現。被處分人固不否認曾在Google以「四方通行」為關鍵字刊登廣告，但仍表示系爭關鍵字廣告所屬廣告群組設定之關鍵字字庫，均為與高雄或墾丁相關字詞，僅有「四方通行」1個係與高雄或墾丁無關之字詞，本不應出現在關鍵字字庫中，因被處分人內部指令碼錯誤或人員錯誤將其加入關鍵字字庫，係屬「大規模自動化流程」下之偶然錯誤，被處分人原本要求或預期顯示在廣告標題內之關鍵字，是與高雄或墾丁有關的關鍵字，例如「高雄酒店預定」、「高雄五星級飯店」、「85大樓飯店」，然因Google「關鍵字插入」功能過於強大，Google自動執行並替換程式碼中預設文字，導致當有消費者以「四方通行」或類似文字進行搜尋時，搜尋結果會呈現Booking.com的關鍵字廣告，並將廣告標題程式碼之預設文字自動替代為「四方通行」，並非被處分人故意主動為之，其結果亦不在被處分人預期之中。
- (二) 然而，據本會函詢台灣微軟並經該公司向Microsoft總部查詢發現，被處分人也向Bing購買關鍵字廣告，其中

有○個帳號以「四方通行」作為關鍵字投放廣告(但未開啟Bing之「關鍵字插入」功能)，足見Booking.com在Google及Bing等關鍵字廣告平臺皆有以「四方通行」購買關鍵字廣告。另據本會函詢Google所獲資料顯示，被處分人至遲自○年○月開始即以「四方通行」作為關鍵字，截至○○年○月該則關鍵字廣告累計已被點擊達○○餘次，廣告費用累計達美金○○○元，被處分人卻稱對於將「四方通行」納入廣告群組之關鍵字字庫等情毫無所悉，著實有違常理。

(三) 此外，被處分人亦承認以手動方式開啟系爭關鍵字廣告之「關鍵字插入」功能，被處分人在系爭關鍵字廣告所屬的3個廣告群組，都設定含有 {KeyWord:預設文字} 程式碼之廣告標題。據Google函復表示，被處分人使用「四方通行」作為其廣告活動之關鍵字並開啟「關鍵字插入」功能，如使用者輸入包含「四方通行」字詞之搜尋查詢，即可能觸發顯示被處分人之廣告，並產生含有「四方通行」之廣告標題，如「四方通行-眾多部落客一致推薦」及Booking.com網域名稱。是以，系爭關鍵字廣告出現之原因，係因被處分人已將「四方通行」設定為關鍵字，又於廣告標題中使用「關鍵字插入」之程式碼以開啟「關鍵字插入」功能，且未將「四方通行」設為「排除關鍵字」所導致。

(四) 綜上，依據調查所得事證顯示，被處分人有購買刊登系爭關鍵字廣告之行為。

四、有關被處分人之行為是否構成榨取他人努力成果之顯失公平行為：

(一) 按「四方通行」係四方通行旅行社股份有限公司之註冊商標，其主要業務為線上訂房平臺，「四方通行」官網

揭露申請帳號人數超過55萬人，網站合作對象刊登包括各地民宿、旅館、飯店等超過2,000多間房間，顯示「四方通行」整體已投入相當資源推展其商品，應合致已投入相當程度之努力，於市場上擁有一定之經濟利益之要件。

- (二) 被處分人為跨國線上訂房平臺，但與我國國內飯店業者簽約，提供國內消費者住宿訂房服務。被處分人與「四方通行」提供相同類型服務，故與「四方通行」間具有競爭關係，且線上訂房平臺均係以網路作為銷售管道，而搜尋引擎之關鍵字廣告則係線上訂房平臺重要之曝光及吸引網路流量及潛在交易機會之重要途徑。
- (三) 被處分人投放含有「四方通行」字詞之廣告標題呈現「四方通行-眾多部落客一致推薦」及Booking.com網域名稱，其整體內容易使網路使用者誤以被處分人與其競爭對手四方通行旅行社公司係屬同一來源或關係企業，倘原本欲搜尋「四方通行」網站之消費者，被被處分人所呈現之廣告標題混淆或被吸引而點擊系爭關鍵字廣告，即會被攔截並導向被處分人之線上訂房平臺，進而減少四方通行旅行社公司接觸線上潛在客戶之機會，並減損「四方通行」名稱背後所蘊含之經濟利益。
- (四) 綜上，被處分人使用近似競爭對手事業名稱之「四方通行」作為關鍵字，並於廣告標題呈現「四方通行」，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顯失公平行為。

五、有關被處分人之行為是否足以影響交易或競爭秩序：

- (一) 依「公平交易委員會對於公平交易法第二十五條案件之處理原則」第5點揭載，判斷「足以影響交易秩序」時，應考量是否影響將來潛在多數受害人效果之案件，

且不以其對交易秩序已實際產生影響者為限。本案所涉行為類型為榨取他人努力成果之手段，已構成對市場效能競爭之壓抑或妨礙，其不公平競爭性格明顯，如不加以制裁，將造成他事業之仿效或跟進，恣意將他事業表徵應用於自身之關鍵字廣告內容，使網路使用者誤以為兩者屬同一來源、同系列產品或關係企業，不僅違背商業競爭倫理，且威脅以價格、品質等效能競爭作為核心之市場競爭秩序。

(二) 據Google查得之資料，被處分人至遲自○年○月開始即以「四方通行」作為關鍵字，截至○年○月該則關鍵字廣告累計曝光次數達○○○○○次，累計點擊次數達○○○次，自○○年至○○年歷年系爭關鍵字廣告之點擊率介於○○至○○間，平均點擊率達○○○。縱使如被處分人所稱系爭關鍵字廣告成功轉換訂單之次數不高，但從系爭關鍵字廣告之曝光次數及點擊率，足見確有相當數量原本欲搜尋與「四方通行」之消費者被引導前往Booking.com網站瀏覽檢視，甚或轉向與被處分人進行線上訂房交易。Booking.com身為國際知名之線上訂房網站，本身業匯集龐大之網路流量及曝光機會，尤其不應挾既有之優勢，使用他人事業名稱作為廣告來榨取他人努力成果。

(三) 被處分人辯稱當消費者點擊系爭關鍵字廣告而連結至Booking.com網站，因Booking.com網站並無「四方通行」描述，亦無與「四方通行」服務互為比較攀援之情形，消費者絕無可能產生混淆誤認之情事，主張消費者在觀看到系爭關鍵字廣告時，即使心中產生任何興趣或動機，亦僅係「初始興趣混淆」，並未產生實際混淆。惟即便所有的消費者在Booking.com網站進行線上訂房

交易時，均充分瞭解其交易對象為被處分人，而不是四方通行旅行社，然而被處分人利用近似競爭對手事業名稱之「四方通行」，將原本欲搜尋四方通行旅行社之消費者引導至Booking.com網站，等同對於四方通行旅行社之商譽進行搭便車。另被處分人舉出當消費者搜尋「Booking.com優惠碼」時，競爭對手Hotels.com關鍵字廣告之曝光率甚至高於Booking.com，主張以他事業名稱購買廣告關鍵字廣告是業界常見之行銷手段，惟若Hotels.com等線上訂房平臺僅是單純購買他事業名稱或表徵作為關鍵字廣告(亦即「帶出型廣告」)，未如被處分人使用「關鍵字插入」功能，將他人事業名稱或商標植入廣告標題或說明文字，原本即非公平交易法所不許。被處分人另援引智慧財產及商業法院109年度民公上字第1號民事判決，該案所涉關鍵字廣告亦為「帶出型廣告」，判決理由指明「上訴人所舉上開案例，均係將他人之事業名稱、商標或表徵插入於關鍵字廣告內容中，亦即關鍵字廣告內容會呈現他人事業名稱、商標或表徵，使他人混淆誤認或對競爭對手為不當比較，與本件情形截然不同，自難比附援引執為有利之論據」。至於被處分人援引歐盟執委會GUESS案，該案係探討採用「選擇性經銷制度」服飾品牌商GUESS限制所屬經銷商不得透過網路銷售產品，禁止經銷商購買以GUESS為關鍵字之網路廣告的垂直交易限制行為，歐盟執委會決定書第116段表明，歐盟商標法規賦予商標權人有權排除他人在未經同意下利用該商標作為關鍵字廣告行銷，而使一般大眾無法或難以分辨商品之來源是否屬於商標權人、與其有關聯之事業，或其他第三人。第117段接著表明使用關鍵字廣告而造成商標侵權的疑慮在GUESS案

並不存在，因為被GUESS禁止購買關鍵字廣告的經銷商就是銷售GUESS正版商品，經銷商購買刊登GUESS關鍵字廣告並無使消費者對產品來源產生誤認的風險。而本案例中，被處分人以「四方通行」刊登關鍵字廣告銷售是自家線上訂房服務，並非四方通行旅行社的線上訂房服務，與歐盟執委會GUESS案情完全不同，尚難援引比附。

(四) 綜上，被處分人向Google購買刊登系爭關鍵字廣告，並於廣告標題將「四方通行」與Booking.com網域名稱並列呈現，顯已影響線上訂房平臺市場之交易及競爭秩序。

六、據上論結，被處分人使用近似競爭對手事業名稱之「四方通行」作為關鍵字，並於廣告標題將「四方通行」與Booking.com網域名稱並列呈現，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。經審酌被處分人違法行為之動機、目的、預期不當利益、對交易秩序之危害程度、違法行為期間、所得利益，及事業規模、經營狀況、配合調查等情狀後，爰依同法第42條前段規定處分如主文。

中 華 民 國 113 年 4 月 29 日
被處分人如不服本處分，得於本處分書送達之次日起2個月
內，向臺北高等行政法院地方行政訴訟庭提起行政訴訟。