

# 行政院公平交易委員會處分書

公處字第 100238 號

被處分人：一起行銷股份有限公司

統一編號：25145643

址 設：臺北市大安區市民大道 4 段 100 號 4 樓

代 表 人：○○○ 君

地 址：同 上

被處分人：旺德餐飲有限公司

統一編號：25118266

址 設：臺北市大安區忠孝東路 4 段 170 巷 6 弄 7 號

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 GOMAJI 網站刊載「傑夫の燒肉」團購廣告，就服務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 3 項準用同條第 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、處一起行銷股份有限公司、旺德餐飲有限公司各新臺幣 15 萬元罰鍰。

## 事 實

- 一、緣民眾陳情向團購網路平台購買餐券或折價券、優惠券，實際消費時卻遭業者以各種理由拒絕使用餐券情事，本會爰就 GOMAJI 團購麻吉團購網路平台主動立案調查。
- 二、經函請被處分人一起行銷股份有限公司（下稱被處分人一起行銷公司）提出書面陳述及到會說明，略以：

- (一) 被處分人一起行銷公司為 GOMAJI 網站之經營者，網站於 99 年 10 月 4 日正式上線。GOMAJI 網站主要營業內容為銷售團購憑證，其商品服務之類別為餐飲類、SPA 類、美髮美甲類、觀光旅館住宿類，主要以到店消費形態為主。消費者購買方式為於訂購頁面輸入 Email 信箱、姓名及手機號碼，再以線上刷卡或 ATM 付款至被處分人一起行銷公司於陽信銀行開立之信託專戶，並由被處分人一起行銷公司開立發票。GOMAJI 網站所售兌換券原則由被處分人一起行銷公司發行，僅住宿兌換券發行人為合作店家，惟交易流程並無不同。
- (二) 關於商品或服務之交付方式，倘為到店消費標的，消費者付款後會收到 1 組兌換憑證，憑此組憑證至店家消費；倘屬實體商品，則憑兌換憑證號碼致電店家確認收貨方式，由店家宅配或由消費者赴店家自取。售後服務係由被處分人一起行銷公司接受消費者電話或電子郵件詢問，就消費者提出之問題與消費者及合作店家充分溝通。
- (三) GOMAJI 網站之合作店家通常由被處分人一起行銷公司業務人員開發，雙方就團購憑證可使用之商品或服務內容、售價、銷售數量、優惠期間等進行協議，並簽訂契約。被處分人一起行銷公司依約收取廣告銷售拆分費用，並提供建置有即時核銷系統之電腦予合作店家，消費者匯款至被處分人一起行銷公司於陽信銀行之信託帳戶，由銀行依實際消費之團購憑證金額，扣除拆分比例再給付予店家，由合作店家開立餐券、住宿券等發票予被處分人一起行銷公司。被處分人一起行銷公司初始經營時，所使用之契約為合作備忘錄型式，後於 100 年 3 月改為「GOMAJI 精選店家合約」型式，二者主要差別在於發票開立者，合作備忘錄型式係於消費者使用團購憑證時，由店家直接向消費者開立發票，而由被處分人一起行銷公司依據拆分金額開立行銷活動發票予店家。
- (四) GOMAJI 網站所載廣告，係由被處分人一起行銷公司依與店家協議之合作條件編輯，圖片由店家提供或被處分

人一起行銷公司派員赴現場拍攝，由被處分人一起行銷公司編輯並上傳至後台，生成網頁預覽頁面，經店家確認後方正式於網站銷售。

- (五)「傑夫の燒肉」團購活動前曾生有爭議情形，「傑夫の燒肉」經營事業為被處分人旺德餐飲有限公司（下稱被處分人旺德公司），被處分人一起行銷公司與被處分人旺得公司簽訂有合作備忘錄。該團購憑證於 99 年 11 月 8 日銷售，使用期間為 99 年 11 月 14 日至 100 年 3 月 14 日。於 99 年 12 月 11 日開始有部分消費者反映訂不到想要的時間，至 100 年 2 月 7 日經消費者反映店家表示到活動截止均無假日位置，經被處分人一起行銷公司行銷顧問向被處分人旺德公司瞭解，由被處分人旺德公司口頭告知「假日訂位已滿」，被處分人一起行銷公司並陸續接到消費者以電子郵件及電話告知訂位已滿情事，其後由被處分人一起行銷公司和店家溝通協調，由被處分人一起行銷公司於 100 年 2 月 18 日向消費者發信表示，未訂到者可向 GOMAJI 客服中心辦理退費，或轉購物金。
- (六)被處分人一起行銷公司與被處分人旺德公司協議兌換券銷售份數為 2,000 份，外加到達設定值前已取得 ATM 付款序號並於團購結束前完成付款者，最後實際銷售份數為 2,141 份。參照廣告內容，優惠時段為週一至週四中午、晚間（每週計 8 個時段）及週五至週日中午（每週計 3 個時段），店內 90 個座位，以每一時段 90 位顧客、優惠期間 4 個月(16 週)及得使用團購憑證份數為全部座位數 1/2，估算可提供位置為 7,920 位(=90\*11\*16\*1/2)，實際售出團購憑證數量為可提供座位數 27% (=2,141/7,920\*100%)，可提供位置遠高於預計銷售份數，故未於廣告載明「團購憑證可使用的座位數為店家全部座位數的二分之一」。
- (七)被處分人一起行銷公司前曾提供「傑夫的燒肉(總店)團購清冊」影本到會，依該份資料，100 年 2 月 25 日(五)、2 月 26 日(六)、2 月 27 日(六)、2 月 28 日(一)、3 月 4 日(五)、

3月5日(六)、3月6日(日)、3月11日(五)、3月12日(六)、3月13日(日)等日並無消費者使用紀錄；嗣經被處分人一起行銷公司來函表示，前所提供清冊，係100年2月18日發出退費公告信後，為結算尚未使用憑證的消費者人數，於100年2月20日左右向被處分人旺德公司取得之影印本，原本仍留於被處分人旺德公司，故未有嗣後消費紀錄。

(八) 被處分人一起行銷公司於100年2月20日後處理退費及轉購物金之原則為，凡是未在清冊影本簽名之消費者，一律視為未使用憑證，均予退費或轉購物金，然於事後發現，部分經退費或轉購物金消費者仍有於100年2月20日到店消費情況，該部分損失由被處分人一起行銷公司承擔。

(九) 「傑夫の焼肉」活動廣告於99年11月8日刊載，活動期間為99年11月14日至100年3月14日，依被處分人一起行銷公司近日取得之清冊原本顯示，該方案之服務亦持續至100年3月14日，與廣告並無不符。

三、經函請被處分人旺德公司到會說明及嗣後補充陳述，略以：

(一) 被處分人旺德公司於99年9月3日與被處分人一起行銷公司簽訂合作備忘錄，部分交易條件係雙方以口頭約定。廣告刊載方式為被處分人一起行銷公司至「傑夫の焼肉」門市拍攝照片，並由被處分人旺德公司提供文字內容，由被處分人一起行銷公司編輯製作及上線刊載，刊載前經被處分人旺德公司確認。

(二) 本次團購銷售內容為消費者可持團購憑證至「傑夫の焼肉」享用燒肉吃到飽餐點，原供餐價格為439元，團購憑證售價為219元。消費者於GOMAJI網站購買團購憑證，支付價金對象為被處分人一起行銷公司，並由GOMAJI網站提供憑證予消費者，於消費者實際赴店內消費時，由被處分人旺德公司開立發票予消費者，而由被處分人一起行銷公司開立行銷發票予被處分人旺德公司。

- (三) 本件團購憑證使用期間為 99 年 11 月 14 日至 100 年 3 月 14 日，期間計 4 個月。約於活動進行 1 個月後，即約為 99 年 12 月中，開始發生消費者訂不到想要時段情形，惟消費者仍可於較延後時段訂位，嗣於 100 年 2 月中，即發生假日時段訂位均額滿情形，平日仍有位置可提供團購憑證預約使用，惟被處分人旺德公司並未保留相關訂位紀錄。「傑夫の燒肉」店面座位數計 90 位，可提供座位數預估方式同被處分人一起行銷公司所述。
- (四) 被處分人旺德公司於實際提供服務時，係限制每一時段使用團購憑證之人數為總座位數之二分之一，此節限制未於廣告中載明，惟與被處分人一起行銷公司洽談合作時即以口頭協議。消費者使用團購憑證需先訂位，已載明於網站廣告，以利被處分人旺德公司控制每日使用團購憑證人數，即得控制每日營收情形。
- (五) 提供「傑夫的燒肉(總店)團購清冊」正本，該份清冊約於 100 年 2 月間提供被處分人一起行銷公司影印，正本仍留存於店內使用。依據該份團購清冊，可計算於 100 年 2 月 20 日後使用團購憑證計 210 份，其中包含週五至週日時段使用份數 107 份，被處分人旺德公司於團購憑證使用期間內持續提供服務，應與廣告表示相符。
- (六) 被處分人旺德公司曾告知被處分人一起行銷公司 100 年 2 月份假日時段訂位已滿，被處分人一起行銷公司公告信內容未讓被處分人旺德公司確認，因消費者所要的訂位集中於週末，多不願接受平日位置，故被處分人一起行銷公司公告信內容應指消費者所要訂位已滿，又至使用期限 100 年 3 月 14 日均有消費者至店內消費，被處分人旺德公司仍提供服務予已訂位之消費者，且於被處分人一起行銷公司發公告信後，消費者如於非假日時段訂位，被處分人旺德公司仍有接受訂位並提供服務，並無與廣告不符之處。被處分人旺德公司本次團購活動係以對折促銷低於成本、甚至虧損情形配合團購活動，讓消費者體驗而增加知名度，廣告內容則由被處分人一起行

銷公司製作刊登，廣告責任非應歸屬被處分人旺德公司。

## 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。」同條第 3 項規定：「前 2 項規定於事業之服務準用之。」所稱虛偽不實，係指表示或表徵與事實不符，其差異難為一般或相關大眾所接受，而有引起錯誤之認知或決定之虞者；又所稱引人錯誤，係指表示或表徵不論是否與事實相符，而有引起一般或相關大眾錯誤之認知或決定之虞者。故事業倘以廣告或其他使公眾得知之方法，就商品或服務之內容等相關交易事項為虛偽不實或引人錯誤之表示者，即違反前揭規定。

二、本案廣告主體之認定：

(一) 於「傑夫の燒肉」團購憑證使用生有爭議情形，被處分人一起行銷公司與被處分人旺德公司簽訂合作備忘錄，合作方式為被處分人一起行銷公司提供團購活動廣告費用，並依據被處分人旺德公司所提供資料，進行廣告編輯製作及上線刊載，消費者於 GOMAJI 網站購買時係向被處分人一起行銷公司付費，而於實際使用時由被處分人旺德公司開立消費發票，由被處分人旺德公司向被處分人一起行銷公司依拆分比例請款，再由被處分人一起行銷公司開立行銷活動發票予被處分人旺德公司。

(二) 依前揭合作方式觀之，被處分人旺德公司利用 GOMAJI 網站刊載廣告、銷售團購憑證，增加其「傑夫の燒肉」餐飲服務之銷售，與被處分人一起行銷公司共同製作廣告內容，並因團購憑證銷售依拆分比例獲有利潤，核屬廣告主無疑；而就被處分人一起行銷公司部分，自消費者角度觀之，於 GOMAJI 網站進行交易之付款對象為被處分人一起行銷公司，團購憑證亦由被處分人一起行銷

公司提供，逾期未使用時並得轉換為 GOMAJI 網站購物金，則被處分人一起行銷公司係就團購憑證之銷售過程深度參與，則可認被處分人一起行銷公司銷售、提供團購憑證，依約自行出資負責相關廣告製作刊載，就廣告內容具有相當支配能力，且所獲利潤隨銷售數量增加益增，藉廣告之製作、刊載達到招徠團購憑證銷售目的，經營型態顯與僅參與廣告製作之一般廣告代理業有間，於此交易模式亦足堪認定被處分人一起行銷公司與被處分人旺德公司併為廣告主。

- 三、經查「傑夫の焼肉」團購廣告載有「團購憑證有效期為 2010 年 11 月 14 日至 2011 年 3 月 14 日」「週一至週四全時段可使用、週五至週日限用中午時段……需預先訂位」、「適用分店」、「傑夫的燒肉（總店）」等語，依具普通知識經驗消費者之認知，應得知悉所購團購憑證係供於「傑夫の焼肉」店家預約於特定時段使用，因該服務屬到店消費方式，消費者亦應得認識實際於兌換券使用時，受有現場供餐座位數之限制，尚不致期待為隨時無數量限制供應情形，然據廣告所示內容，消費者仍應得信賴於 GOMAJI 網站所購團購憑證，得於 99 年 11 月 14 日至 100 年 3 月 14 日之有效期間，經訂位使用「傑夫の焼肉」餐點服務。
- 四、雖依被處分人一起行銷公司及被處分人旺德公司所提供銷售數量、使用時段及店內座位數之估算方式，渠等於 GOMAJI 網站所售團購憑證數量，理論上非為「傑夫の焼肉」店內所無法供應數量，然觀諸團購憑證實際使用情形，被處分人一起行銷公司係於 100 年 2 月 18 日以電子郵件向購買本次團購憑證之消費者表示「……因團購客人訂位都集中在剛開跑期間及最後，中間較少人訂位，所以造成後期訂位大增，目前截至團購到期日前訂位皆已滿」、「尚未使用傑夫的燒肉的麻吉，可向 GOMAJI 客服中心辦理退費，或轉購物金申請。」，即向消費者表示購買團購憑證而尚未使用者，自 100 年 2 月 18 日後將無法續依廣告所示使用期間，經訂位使用「傑夫の焼肉」門市餐點服務，其給

付情形即與廣告表示不符。

- 五、雖被處分人一起行銷公司表示，渠於 100 年 2 月 18 日寄送電子郵件公告，係因消費者及被處分人旺德公司表示於到期日前訂位皆已滿，與被處分人旺德公司溝通協調後由被處分人一起行銷公司寄送電子郵件，惟據被處分人旺德公司陳述，100 年 2 月中雖發生假日時段訂位均額滿情形，平日仍有位置可提供團購憑證預約使用，並無電子郵件所稱訂位皆已滿情事，則可認 100 年 2 月 18 日至 100 年 3 月 14 日使用期間屆至前，於週一至週四之平日，「傑夫の燒肉」店內實際並無被處分人一起行銷公司所稱訂位皆已滿情形；復參照「傑夫的燒肉(總店)團購清冊」資料及其統計，100 年 2 月 21 日至 100 年 3 月 14 日間各日使用團購憑證份數，使用數量最多者僅 100 年 2 月 27 日(週日)之 23 份，其餘日期無論僅得於中午使用之週五至週日、或可於中午及晚間 2 時段使用之週一至週四間均多為零星使用數量，依該使用份數亦難認「傑夫の燒肉」店內有實際訂位已滿情形。
- 六、是以，100 年 2 月 18 日至 100 年 3 月 14 日期間，「傑夫の燒肉」店內實際並無存在「目前截至團購到期日前訂位皆已滿」致無法提供服務情形，被處分人一起行銷公司及被處分人旺德公司卻於雙方溝通協調後，由被處分人一起行銷公司於 100 年 2 月 18 日以寄送電子郵件方式公告無法續為提供服務訊息，使消費者將無法依廣告表示續為訂位使用團購憑證，渠等廣告表示與實際給付服務之內容不符，且其差異難為一般或相關大眾所接受，而有引起錯誤之認知或決定之虞，核已違反公平交易法第 21 條第 3 項準用同條第 1 項規定。
- 七、被處分人一起行銷公司雖陳稱，依現場使用之「傑夫的燒肉(總店)團購清冊」，該方案之服務持續至 100 年 3 月 14 日，與廣告並無不符，惟查，渠寄發電子郵件使消費者無法續為訂位使用，給付情形與廣告表示已屬不符，且依現場團購清冊統計所示後期各日使用數量，亦難認「傑夫の燒肉」

店內實際有訂位額滿情形，則至彼時尚未使用團購憑證之千餘位消費者，多數將因被處分人一起行銷公司所寄送電子郵件將無法續為訂位使用，被處分人一起行銷公司及被處分人旺德公司於廣告銷售團購憑證之使用期間為至 100 年 3 月 14 日，惟無正當理由即於 100 年 2 月 18 日寄發電子郵件致消費者無法續為訂位使用，自難認其提供服務內容與廣告表示相符。

八、綜上論述，被處分人於 GOMAJI 網站刊載「傑夫の燒肉」團購廣告，就服務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 3 項準用同法第 1 項規定。案經審酌被處分人違法行為之動機、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，爰依公平交易法第 41 條第 1 項前段規定處分如主文。

中 華 民 國 100 年 11 月 30 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。