

行政院公平交易委員會令
中華民國 100 年 12 月 9 日
公參字第 10014622983 號

訂定「行政院公平交易委員會對於網路廣告案件之處理原則」，並自即日生效。

附「行政院公平交易委員會對於網路廣告案件之處理原則」

主任委員 吳秀明

行政院公平交易委員會對於網路廣告案件之處理原則

一、（目的）

為維護交易秩序與保障消費者權益，並有效處理網路廣告不實案件，特訂定本處理原則。

二、（名詞定義）

本處理原則所稱網路廣告，指事業為銷售其商品或服務，以網際網路為媒介，提供商品或服務之相關資訊，以招徠交易機會之傳播行為。

三、（廣告主一）

事業為銷售商品或服務，於網際網路刊播網路廣告者，為廣告主。

四、（廣告主二）

由供貨商與網站經營者共同合作完成之購物網站廣告，其提供商品或服務資訊之供貨商，及以自身名義對外刊播並從事銷售之網站經營者，均為該網路廣告之廣告主。

五、（真實表示原則）

事業刊播網路廣告應善盡真實表示義務，並確保廣告內容與實際提供情形相符。

事業於團購網站銷售商品或服務之兌換券和抵用券等內容，應確保銷售之數量、內容及使用條件與網路廣告相符，並可真實履行。

六、（及時更正原則）

事業刊播網路廣告後應隨時注意廣告刊播內容是否與實際相符。如其廣告內容錯誤、變更或已停止銷售該商品或服務，應及時更正。

七、（限制條件充分揭示原則）

事業刊播網路廣告，對於足以影響消費者交易決定之限制條件應充分揭示，避免以不當版面編排及呈現方式，致消費者難以認知限制條件內容，而有產生錯誤認知或決定之虞。

八、（虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵類型）

網路廣告不得有下列虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵：

- (一) 廣告所示價格、數量、品質、內容及其他相關交易資訊等與事實不符。
- (二) 廣告內容及交易條件發生變動或錯誤須更正時，未充分且即時揭露，而僅使用詳見店面公告或電話洽詢等方式替代。
- (三) 廣告就相關優惠內容或贈品贈獎之提供附有條件，但未給予消費者成就該條件之機會或方式。

- (四) 廣告就重要交易資訊及相關限制條件，未予明示或雖有登載，但因編排不當，致引人錯誤。
- (五) 廣告宣稱線上付款服務具保密機制，但與實際情形不符。
- (六) 廣告就網路抽獎活動之時間、採用方式、型態等限制，未予以明示。
- (七) 廣告內容提供他網站超連結，致消費者就其商品或服務之品質、內容或來源等產生錯誤之認知或決定。
- (八) 廣告提供網路禮券、買一送一、下載折價優惠券等優惠活動，但未明示相關使用條件、負擔或期間等。

九、（虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵類型－網路薦證廣告）

網路廣告以他人薦證或社群網站用戶（含部落客）撰文之方式推廣商品或服務者，廣告主應確保其內容與事實相符，不得有前點所列之行爲。

十、（法律效果）

事業違反第八點及第九點，可能構成公平交易法第二十一條之違反。

網路廣告違反第九點者，與廣告主故意共同實施之薦證者或社群網站用戶（含部落客），得依廣告主所涉違反條文併同罰之。

十一、（補充規定）

網路廣告案件除受本處理原則規範外，仍應適用公平交易法第二十一條及相關處理原則之規定。