

中華民國 99 年 7 月 8 日
行政院公平交易委員會令 公參字第 0990004853 號

修正「行政院公平交易委員會對於薦證廣告之規範說明」第一點、第二點、第五點，並自即日生效。

附修正「行政院公平交易委員會對於薦證廣告之規範說明」第一點、第二點、第五點

主任委員 吳秀明

行政院公平交易委員會對於薦證廣告之規範說明第一點、第二點、第五點
修正規定

一、背景說明

邇來薦證廣告之風盛行，且有愈演愈烈之勢。事業為提高其商品或服務之銷售量、知名度或認知度，聘請知名公眾人物、專業人士（機構）或以消費者經驗分享之方式為其商品或服務代言，原無可厚非；惟倘該代言廣告之內容涉有虛偽不實或引人錯誤之情形，則民眾因信賴代言人之薦證而購買該廣告商品或服務者，不惟其消費權益難以確保，市場上其他正當經營之業者亦將遭受競爭上之不利益。因此，對於此種不實之代言廣告內容，有必要進一步加以規範。

薦證廣告又有稱為名人代言廣告、推薦廣告或證言廣告等，名稱不一而足。就此類廣告之表現形式以觀，殆係為突顯代言人之形象、專業或經驗，使其與廣告商品或服務作連結，或使其以消費代言之方式增強廣告之說服力，俾有效取信消費者。故所謂之代言，究其實質，乃為對廣告商品或服務之「薦證」。且一般廣告中之薦證者，並不以知名公眾人物為限，實務上如以專業人士（機構）所為之薦證，或以一般消費者於廣告中進行消費經驗分享之表現方式，亦屢見不鮮。因之，與其將此種廣告稱為代言廣告，毋寧將其統稱為「薦證廣告」，以為完整、妥適。

鑑於公平交易法（以下簡稱本法）之立法目的，係在維護交易秩序與消費者利益，確保公平競爭，促進經濟之安定與繁榮，本會爰在現行法令架構下，整編薦證廣告可能涉及違反本法之行為態樣，並參酌美國、日本等相關規範與案例，訂定本規範說明，俾使廣告主、廣告薦證者、廣告代理業與廣告媒體業得所依循，同時作為本會處理相關案件之參考。

二、名詞定義

本規範說明之用詞定義如下：

- (一) 薦證廣告：指廣告薦證者，於廣告中反映其對商品或服務之意見、信賴、發現或親身體驗結果，製播而成之廣告。
- (二) 廣告薦證者（以下簡稱薦證者）：指廣告主以外，於薦證廣告中反映其對商品或服務之意見、信賴、發現或親身體驗結果之人或機構，其可為知名公眾人物、專業人士、機構及一般消費者。外國人從事上開薦證行為者，亦屬之。

五、違反本法規定之罰則與法律責任

(一) 廣告主：

- 1、本會對於違反本法規定之事業，依據第四十一條規定得限期命其停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣五萬元以上二千五百萬元以下罰鍰。對於逾期仍不停止、改正其行為，或未採取必要更正措施者，得繼續限期命其停止、改正其行為，或採取必要更正措施，並按次連續處新臺幣十萬元以上五千萬元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措施為止。
- 2、事業違反本法之規定，除前述行政責任或其他刑事責任外，消費者並得循本法第五章之規定請求損害賠償。

(二) 薦證者：

- 1、薦證者與廣告主故意共同實施違反本法之規定者，雖其本身不符合本法第二條第四款所稱之事業定義，仍得視其從事薦證行為之具體情形，依廣告主所涉違反條文併同罰之。
- 2、薦證者明知或可得而知其所從事之薦證有引人錯誤之虞，而仍為薦證者，依本法第二十一條第四項後段規定，與廣告主負連帶損害賠償責任。
- 3、薦證者因有第一目或第二目情形，而涉及其他法律之規範者，並可能與廣告主同負其他刑事責任。

(三) 廣告代理業：

- 1、廣告代理業依其參與製作或設計薦證廣告之具體情形，得認其兼具廣告主之性質者，依本法關於廣告主之規範罰之。
- 2、廣告代理業在明知或可得知情形下，仍製作或設計有引人錯誤之廣告，依本法第二十一條第四項前段規定與廣告主負連帶損害賠償責任。

(四) 廣告媒體業：

- 1、廣告媒體業依其參與製作、設計、傳播或刊載薦證廣告之具體情形，得認其兼具廣告主之性質者，依本法關於廣告主之規範罰之。
- 2、廣告媒體業在明知或可得其所傳播或刊載之廣告有引人錯誤之虞，仍予傳播或刊載，依本法第二十一條第四項中段規定與廣告主負連帶損害賠償責任。