

行政院公平交易委員會令  
中華民國 99 年 12 月 10 日  
公參字第 0990008952 號

訂定「行政院公平交易委員會對於比較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比較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比較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，避免事業以不當比較廣告誤導交易相對人，形成不公平競爭，特訂定本處理原則。

二、（名詞定義）

本處理原則所稱比較廣告，指事業於廣告中，就所提供商品或服務（以下簡稱商品）之特定項目，與他事業進行比較，以增進其交易機會。

三、（真實表示原則）

事業於比較廣告，就自身與他事業商品之表示或表徵，均應確保廣告內容與實際相符。

四、（公平客觀比較原則）

事業於比較廣告，應以公正、客觀、比較基準相當之方式為之。

五、（違法類型一）

事業不得於比較廣告，就自身商品為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。

六、（違法類型二）

事業於比較廣告無論是否指明被比較事業，不得就他事業商品之比較項目，為下列欺罔或顯失公平之行爲：

- (一) 就他事業商品為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。
- (二) 以新舊或不同等級之商品相互比較。
- (三) 對相同商品之比較採不同基準或條件。
- (四) 引為比較之資料來源，不具客觀性、欠缺公認比較基準，或就引用資料，為不妥適之簡述或詮釋。
- (五) 未經證實或查證之比較項目以懷疑、臆測、主觀陳述為比較。
- (六) 就某一部分之優越而主張全盤優越之比較，或於比較項目僅彰顯自身較優項目，而故意忽略他事業較優項目，致整體印象上造成不公平之比較結果。
- (七) 其他就重要交易事實為欺罔或顯失公平之比較行為。

七、（違法類型三）

事業於比較廣告，不得為競爭之目的，陳述或散布不實之情事，對明示或可得特定之他事業營業信譽產生貶損之比較結果。

八、（法律效果）

事業違反第五點者，可能構成公平交易法第二十一條之違反。

事業違反第六點者，可能構成公平交易法第二十四條之違反。

事業違反第七點者，可能構成公平交易法第二十二條之違反。