

公平交易委員會令

中華民國113年12月12日

公競字第1131461659號

訂定「公平交易委員會對於網路關鍵字廣告相關案件之處理原則」，並自即日生效。

附「公平交易委員會對於網路關鍵字廣告相關案件之處理原則」

主任委員 李鎡

公平交易委員會對於網路關鍵字廣告相關案件之處理原則

一、（目的）

公平交易委員會（以下簡稱本會）為維護交易秩序，避免事業不當利用關鍵字廣告於網路搜尋頁面顯示之結果或網頁之程式設計，透過網路搜尋引擎之關鍵字搜尋機制為榨取他人努力成果之顯失公平行為，特訂定本處理原則。

二、（網路關鍵字廣告相關案件適用之基本原則）

網路搜尋引擎之功能，係為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事業之名稱、品牌或其他營業表徵（以下簡稱表徵）作為搜尋之關鍵字，其搜尋目標不以該表徵所代表之事業為限。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，並降低搜尋成本。

事業利用他事業表徵作為關鍵字廣告或透過網頁之程式設計利用他事業表徵，並不當然構成違法，仍須就具體個案情節審酌其是否具有提供消費者獲得更多元有利之資訊、促進市場資訊流通、降低搜尋成本等社會利益，綜合考量之。

三、（顯失公平行為）

事業不得利用關鍵字廣告或網頁之程式設計，為榨取他人努力成果之顯失公平行為，例示如下：

（一）關鍵字廣告於搜尋頁面顯示之結果（如標題、網址連結等）使用他事業表徵攀附他人商譽，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，其類型包括：

- 1、關鍵字廣告於搜尋頁面顯示之結果同時併列該事業自身及他事業表徵，且整體內容呈現上使人誤認兩者屬同一來源或有一定關係。
- 2、關鍵字廣告於搜尋頁面顯示之結果使用他事業表徵，搭配該事業自身網站之網址連結，且整體內容呈現上使人誤認兩者屬同一來源或有一定關係。

（二）利用網頁之程式設計，不當使用他事業表徵顯示於自然搜尋結果，增進自身網站到訪率。

判斷構成前項第一款行為，尚須考量之因素如下：

- (一) 他事業是否已於其表徵投入相當程度之努力，而被系爭行為所榨取。
- (二) 攀附之結果，使人誤認兩者屬同一來源或有一定關係如合作關係、關係企業、子品牌之效果等。

四、（法律效果）

事業違反第三點且足以影響交易秩序者，構成公平交易法第二十五條之違反。

前項所稱「足以影響交易秩序」，依公平交易法第二十五條案件之處理原則規定進行判斷。未合致「足以影響交易秩序」之要件，則應循民法、消費者保護法或其他法律請求救濟。

網路關鍵字廣告相關案件涉有其他不公平競爭情事者，本會將視具體個案，檢視有無違反公平交易法之相關規定。

五、（補充規定）

網路關鍵字廣告相關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、第二十五條規定及相關處理原則之規定。