

中華民國 104 年 3 月 12 日  
公平交易委員會令 公競字第 10414601844 號

修正「公平交易委員會對於薦證廣告之規範說明」部分規定，並自即日生效。

附修正「公平交易委員會對於薦證廣告之規範說明」部分規定

主任委員 吳秀明

公平交易委員會對於薦證廣告之規範說明部分規定修正規定

94 年 9 月 15 日第 723 次委員會議通過

94 年 9 月 23 日公參字第 0940008071 號令發布

96 年 4 月 25 日第 807 次委員會議修正第 5 點

96 年 5 月 11 日公參字第 0960004007 號令發布

99 年 6 月 30 日第 973 次委員會議修正第 1 點、第 2 點、第 5 點

99 年 7 月 8 日公參字第 0990004853 號令發布

101 年 2 月 8 日第 1057 次委員會議修正名稱、第 4 點、第 5 點及第 8 點

101 年 3 月 3 日公競字第 1011460137 號令發布

102 年 10 月 23 日第 1146 次委員會議修正全文

102 年 11 月 7 日公競字第 10214616231 號令發布

104 年 3 月 4 日第 1217 次委員會議修正部分規定

104 年 3 月 12 日公競字第 10414601844 號令發布

五、薦證廣告之內容以比較廣告方式為之者，如其對自身商品或服務並無不實，而對他人商品或服務有虛偽不實或引人錯誤之表示情事者，依其具體情形可能涉及違反本法第二十四條或第二十五條規定。

六、薦證廣告以社群網站推文方式為之，如薦證者與廣告主間具有非一般大眾可合理預期之利益關係，而未於廣告中充分揭露，且足以影響交易秩序者，涉及違反本法第二十五條規定。

前項社群網站推文包括網路部落客推文及論壇發言等方式。

範例：

某一網路留言板專門提供 MP3 播放器使用者討論新的音樂下載技術。他們交換各種有關播放裝置的新產品、新應用、及新功能。某家在播放裝置產品業界具領導地位廠商的一名員工，其身分不為留言板使用社群所知悉，他在討論板上張貼促銷該製造商產品的訊息。如果知道貼文者受僱於廠商，可能影響到他的薦證內容可信度。因此，張貼者應清楚明確地向留言板會員及讀者揭露他與製造商的關係。製造商應提醒並監督張貼者揭露此一關係。

七、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，依據第四十二條規定得限期令停止、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；屆期仍不停止、改正其行為或未採取必要更正措施者，得繼續限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並按次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、薦證者倘為商品或服務之提供者或銷售者，即為本規範說明所稱之廣告主，適用有關廣告主之規範。
- 2、薦證者與廣告主故意共同實施違反本法之規定者，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。
- 3、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五項後段規定，與廣告主負連帶損害賠償責任。但薦證者非屬知名公眾人物、專業人士或機構，依本法第二十一條第五項但書規定，僅於受廣告主報酬十倍之範圍內，與廣告主負連帶損害賠償責任。
- 4、薦證者因有第二目、第三目情形，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而知情形下，仍製作或設計有引人錯誤之廣告，依本法第二十一條第五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而知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五項中段規定與廣告主負連帶損害賠償責任。

十、薦證廣告案件除受本規範說明規範外，仍應適用本法第二十一條、第二十四條與第二十五條及相關處理原則之規定。