

公平交易委員會令  
中華民國 105 年 11 月 14 日  
公競字第 10514613351 號

修正「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。

附修正「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

公平交易委員會對於比較廣告案件之處理原則修正規定

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）

事業於比較廣告無論是否指明被比較事業，不得就自身與他事業商品之比較項目，為下列之行為：

- (一) 就自身或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) 就比較商品之效果表示，並無科學學理或實驗依據。
- (八) 其他就重要交易事實為虛偽不實或引人錯誤之比較行為。

六、（違法類型二）

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。

七、（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。

八、（程序規定）

事業之行為涉嫌違反第六點規定者，依公平交易委員會受理案件移送檢察機關作業原則第二點第一款規定辦理。

九、（補充規定）

比較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。