

公平交易委員會令

中華民國112年2月21日

公競字第1121460179號

修正「公平交易委員會對於網路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網路廣告案件之處理原則」

主任委員 李鎡

公平交易委員會對於網路廣告案件之處理原則修正規定

一、為維護交易秩序與保障消費者權益，並有效處理網路廣告不實案件，特訂定本處理原則。

二、本處理原則所稱網路廣告，指事業為銷售其商品或服務，以網際網路為媒介，提供商品或服務之相關資訊，以招徠交易機會之傳播行為，包含事業自身網站廣告、購物網站廣告、網路商店廣告、社群網站廣告、電子郵件廣告及網際傳真廣告等。

三、事業為銷售商品或服務，於網際網路刊播網路廣告者，為廣告主。

前項所稱廣告主，包含經常提供商品或服務從事交易之社群網站用戶（例如：部落客、網紅、直播主等）。

四、由供貨商與網站經營者共同合作完成之購物網站廣告，其提供商品或服務資訊之供貨商，及以自身名義對外刊播並從事銷售之網站經營者，均為該網路廣告之廣告主。

前項所稱網站經營者，包含部落客、網紅、直播主等。

五、事業刊播網路廣告應善盡真實表示義務，並確保廣告內容與實際提供情形相符。

六、事業刊播網路廣告後應隨時注意廣告刊播內容是否與實際相符。如其廣告內容錯誤、變更或已停止銷售該商品或服務，應即時更正。

七、事業刊播網路廣告，對於足以影響消費者交易決定之限制條件應充分揭示，避免以不當版面編排及呈現方式，致消費者難以認知限制條件內容，而有產生錯誤認知或決定之虞。

八、網路廣告不得有下列虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵：

（一）廣告所示價格、數量、品質、內容及其他相關交易資訊等與事實不符。例如：服飾業者於自身網站及購物網站銷售瘦身商品，不實表示「穿著就能瘦、不用特意節食」等語。

（二）廣告內容及交易條件發生變動或錯誤須更正時，未充分且即時揭露，而僅使用詳見店面公告或電話洽詢等方式替代。例如：流通業者於自身網站刊播商品促銷活動廣告，但於活動期間變更促銷商品之品項或型號，卻未充分即時揭露。

- (三) 廣告就贈品（或贈獎或抽獎）活動之內容、參加辦法等與實際不符；或附有條件、負擔或其他限制，未予以明示。例如：直播主為促銷其商品或服務，於YouTube直播抽獎活動廣告，未同時揭露獲獎後，領取獎項資格之限制條件。
- (四) 廣告就重要交易資訊及相關限制條件，未予明示或雖有登載，但因編排不當，致引人錯誤。例如：電信業者於社群網站刊播電信資費影音廣告，就資費優惠之限制條件，因字體細小、顏色淺淡、畫面變動等綜合因素，以致消費者無法明確知悉該限制條件之內容。
- (五) 廣告使人誤認商品或服務已獲政府機關或其他專業機構核發證明或許可。例如：家電業者於自身網站或購物網站刊播電器商品廣告，宣稱具有節能標章，但實際未曾獲得或已逾期失效；或宣稱能源效率等級但已變更較低等級。
- (六) 廣告內容提供他網站超連結，致消費者就其商品或服務之品質、內容或來源等產生錯誤之認知或決定。例如：家電維修業者於自身網站提供冷氣機原廠網站超連結，使消費者誤認其為原廠分駐各縣市之維修服務站，或與原廠具授權或代理關係。
- (七) 廣告提供禮券、買一送一、下載折價優惠券等優惠活動，但未明示相關使用條件、負擔或期間等。例如：網紅為銷售其商品或服務於Instagram刊播商品優惠活動，未完整揭露活動限時限量或不適用之購買商品範圍等限制條件。
- 九、網路廣告以他人薦證或社群網站用戶（例如：部落客、網紅、直播主等）撰文或影音等方式推廣商品或服務者，廣告主應確保其內容與事實相符，不得有前點所列之行為。
- 十、事業違反第八點及第九點，可能構成公平交易法第二十一條之違反。
- 網路廣告違反第九點者，與廣告主故意共同實施之薦證者或社群網站用戶（例如：部落客、網紅、直播主等），得依廣告主所涉違反條文併同罰之。
- 十一、網路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。