

# 比較廣告

## 何謂「比較廣告」？

比較廣告 (comparative advertisement; comparative advertising) 是廠商常用的商品促銷手法之一，尤其當廠商推出新產品時，藉由與其他競爭廠牌的比較，可能讓消費者留下深刻的印象。因此適當的比較廣告可以提供消費者「選擇的資訊」，並促進商品間的競爭。

然而，我們也常見不當的比較廣告，例如廣告主對本身提供的商品或服務有虛偽不實或引人錯誤的情事，或對比較對象的商品或服務有虛偽不實或引人錯誤的表示，或者不實內容非僅就產品優劣程度的比較，且比較的結果足以對他人營業信譽產生貶損，導致被貶損人的交易相對人及潛在交易相對人，產生嚴重的不信任感，致有拒絕交易或減少交易的可能等情形。由於不適當的比較廣告會導致「不公平競爭」的結果，因此公平交易委員會對不當的「比較廣告」亦加以處罰。

## 違法比較廣告的認定標準：

台灣公平交易法對比較廣告無明文規定，比較廣告原則是屬於公平交易法第二十一條「不實廣告」的特殊違法型態。依公平交易委員會1999年1月13日第376次委員會修正通過的「比較廣告違反公平交易法一覽表」，比較

廣告的內容若損害他事業營業信譽或誤導消費者，即可能違反公平交易法相關規定，包括第十九條第三款、第二十一條、第二十二條或第二十四條等。

公平交易委員會對違法比較廣告的認定標準如下：

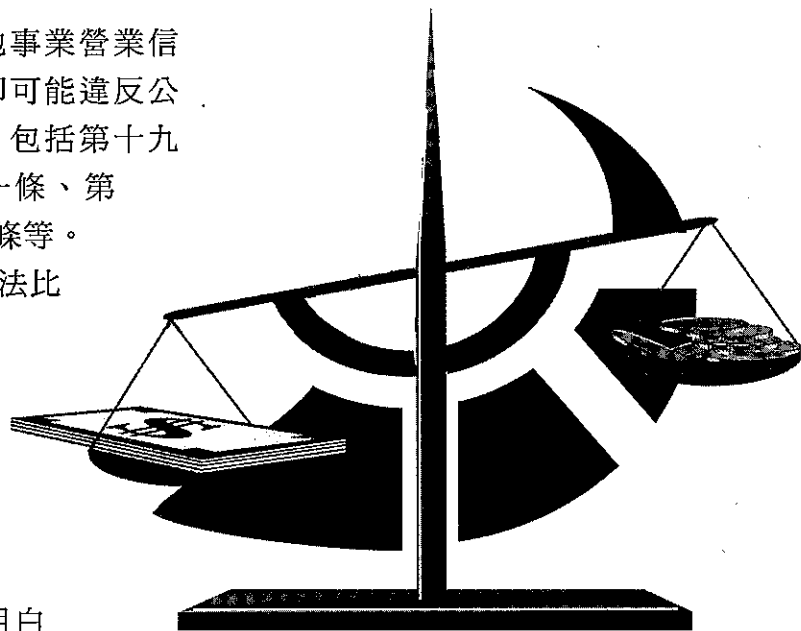
一、違反公平交易法第二十一條關於不實廣告規定的案件類型

(一)在廣告中未明白指出被比較的廠牌或企業名稱，且僅就自身商品或服務為虛偽不實及引人錯誤的表示，對被比較對象未有虛偽不實或引人錯誤的表示。

(二)廣告中雖已具體指出被比較的廠商或商品，但未有虛偽不實及引人錯誤的情事，只有廣告主本身提供的商品或服務有虛偽不實或引人錯誤的表示。

(三)廣告中無具體比較對象，然而廣告主本身提供的商品或服務有虛偽不實或引人錯誤的情事，同時對被比較對象的商品或服務亦有虛偽不實或引人錯誤的表示。

(四)廣告中有具體比較對象，廣告主本身提供的商品或服務有虛偽不實或引人錯誤的情事，被比較對象的商品或服務亦有虛偽不實或引人錯誤的表示，但未符合



公平交易法第二十二條要件者。

二、違反公平交易法第二十四條關於不正競爭概括條款的案件類型

(一)廣告中未指出被比較的廠牌或企業名稱，且自身的廣告商品或服務並無不實，僅對被比較對象的商品或服務有虛偽不實或引人錯誤的表示。

(二)廣告中明白指出被比較的廠牌或企業名稱，但自身的廣告商品或服務並無不實，僅對被比較對象的商品或服務有虛偽不實或引人錯誤的表示。

(三)廣告中明白指出被比較的廠牌或企業名稱，自身的廣告商品或服務有虛偽不實或引人錯誤的情事，被比較對象的商品或服務亦有虛偽不實或引人錯誤的表



文 ■ 吳志光、池美佳

示。

### 三、違反公平交易法第二十二條關於損害他人信譽的要件

前提要件是所為的廣告行為係基於競爭的目的。

第二要件必須具體明白表示被比較的廠牌或企業名稱，不論自身商品是否真實，被比較對象的商品或服務有虛偽不實或引人錯誤的表示。

最重要的要件是不實內容非僅就產品優劣程度的比較，且比較的結果足以對他人營業信譽產生貶損的結果。是否貶損他人的營業信譽，應依具體個案，衡酌交易相對人及潛在交易相對人對於廣告內容的客觀評價予以認定。若廣告內容對於產品、營業、營業所有人或主管人員等不當貶損，可能導致被貶損人的交易相對人及潛在交易相對人，產生嚴重不信任感，致有拒絕交易或減少交易的可能等情形。

### 四、違反公平交易法第十九條第三款關於不當爭取客戶的要件

首先，廣告中必須指出特定的比較廠商或企業名稱。

再者，具有市場地位的事業以比較廣告使競爭的交易相對人對競爭者產生排斥。

### 違法比較廣告受處罰類型

彙整近一年來所有公平交易委員會的違法比較廣告處分書所得資料，可得知違法比較廣告受處

罰的類型方面，仍以就本身商品的品質或服務的內涵為虛偽不實及引人錯誤的表示者居多，基本上仍屬於不實廣告規範的範疇。

值得注意的是，其中二件以違反公平交易法第二十四條而裁罰的比較廣告案件：一者係以整體廣告手法有使消費者誤信為理由，似乎產品本身的真實與否並無影響；另一則係以廣告所提供比較對象的服務內容不完整為理由。由於整體而言，主要理由仍係以廣告內容有虛偽不實或引人錯誤為主要理由，故是否仍應適用公平交易法第二十一條為依據為宜，而不要動輒援引第二十四

條之概括條款，頗值討論。

罰鍰的金額方面，在比較廣告案件中則頗見其差異性，蓋罰鍰必須審酌被處分人違法行為的動機、目的及預期的不當利益；違法行為對交易秩序的危害程度；違法行為危害交易秩序的持續期間；因違法行為所得利益；事業的規模、經營狀況及其市場地位；違法類型曾否經中央主管機關導正或警示；以往違法類型、次數、間隔時間及所受處罰；違法後懊悔實據及配合調查等態度；與其他因素等，於比較廣告案件中頗有裁量空間。

另外，一般的不實廣告多由民

**Q:** 廣告宣稱「第一」、「冠軍」、「最多」或「最好」，是否屬不實廣告？

**A:** 事業於廣告中宣稱自身產品是「第一」、「冠軍」、「最多」或「最好」等最高級用語，依其用語性質，可分為「客觀事實的陳述」與「主觀感受的表達」兩種。客觀事實的陳述例如「第一」、「冠軍」、「最多」等用語，事業需提出銷售數字或意見調查等客觀數據為基礎，如果廣告主無法提出客觀數據，即可能涉及虛偽不實或引人錯誤的不實廣告。至於後者主觀感受的表達，如「最好」、「最佳」的描述，基本上屬於廣告主為吸引潛在客戶的興趣，對自身商品所為一定程度的「誇大」、「吹噓」行為。此種「誇大」、「吹噓」行為，為商業廣告上常見的推銷手法，或不至於引起一般消費大眾的誤認，原則上即未構成當然違法的不實廣告。然而，如果廣告上的其他用語、論據或整體印象上，足以使一般客觀消費者信以為真，縱使為主觀感受的表達，仍有構成不實廣告的可能。因此廣告中使用表達「主觀感受」的用語是否構成虛偽不實或引人錯誤，須就廣告整體印象客觀判斷，不可一概而論。

眾提出檢舉，而違法的比較廣告多由被比較的競爭對手提出檢舉。蓋競爭對手多認為比較廣告的內容隱匿重要交易資訊，為虛偽不實及引人錯誤的表示，甚至

影響被比較者的商譽，因此主動向公平交易委員會提出檢舉。至於最近一兩年興起的整合負債、代辦貸款廣告，鑑於維護金融秩序及消費者權益，多由公平交易

委員會主動立案調查。

(作者吳志光為理律法律事務所顧問暨資深律師；池美佳為理律法律事務所律師。本文不代表事務所及本刊立場。)

## 公平交易委員會針對違法比較廣告案件處分案例 (2006年12月到2007年12月)

| 日期        | 被處分者                  | 比較廣告內容  | 違法類型  | 處罰內容        |
|-----------|-----------------------|---|---|-------------|
| 2007/6/8  | 台灣○○股份有限公司            | 被處分人在與B牌防蚊液的比較廣告中，B牌手部圖片使用防蚊液部分包括全手，使手臂與手指部分均呈現油膩感；被處分人之防蚊液商品則僅塗抹於手部圖片中吸油面紙處。二商品以差異極大方式呈現使用效果，使B牌手部圖片呈現極為油膩狀態。由於廣告中二防蚊液商品使用劑量並不相同，可認該部分廣告已構成不實。                       | 被處分人刊登防蚊液商品比較廣告，以不實呈現對手商品使用效果方式，意圖在整體印象上造成不公平之比較結果，為足以影響交易秩序的顯失公平行為，違反公平交易法第二十四條規定。 | 處新台幣60萬元罰鍰  |
| 2007/4/30 | ○○電信股份有限公司            | 被處分人利用帳單夾帶「各家2G行動費率比較表」寄發予用戶，該比較表中僅截取各家電信業者部分2G行動費率方案，並未充分陳列各家業者所有2G行動費率方案。   | 就電信相關服務價格的比較廣告為虛偽不實及引人錯誤的表示，違反公平交易法第二十一條第三項準用第一項規定。                                 | 處新台幣100萬元罰鍰 |
| 2007/3/28 | 荷商○○科技有限公司台灣分公司       | 被處分人將原刊載於美國華爾街日報有關其與競爭對手產品的報導以刻意增刪竄改的方式，再委託刊載於中國時報，促使消費者與其交易，並打擊競爭對手的市場地位。  | 就商品品質為引人錯誤之表示，違反公平交易法第二十一條規定。   | 處新台幣50萬元罰鍰  |
| 2007/3/26 | ○○股份有限公司              | 被處分人於廣告中以表列比較方式，列明自己商品引擎油耗水準為每公升18至23公里，他牌2.0汽油引擎油耗則為每公升6至11公里。惟查經濟部2006年2月公布之車輛油耗指南，2.0汽油引擎市區行駛油耗在每公升8.3公里至12.1公里間，高速行駛油耗則為每公升13.5公里至18.6公里，上開數據與被處分人所稱之6至11公里有相當差異。 | 被處分人於報紙廣告上，就其汽車商品油耗水準為虛偽不實及引人錯誤的表示，復對他人汽車商品的油耗為虛偽不實及引人錯誤的表示，違反公平交易法第二十一條第一項規定。      | 處新台幣75萬元罰鍰  |
| 2007/1/19 | ○○國際股份有限公司            | 被處分人於平面媒體版面刊載廣告，表示其所經銷之B牌防蚊液為「唯一可直接使用於皮膚」，然依據衛生署2006年9月14日來函，使用於人體皮膚上之精油類防蚊液產品暫不列入藥品管制，又依衛生署2003年2月18日公告，衛生署曾核准含DEET成分的防蚊藥品13件，故被處分人於廣告中宣稱其產品為「唯一可直接使用於皮膚」即屬虛偽不實。     | 被處分人就其商品品質及內容為虛偽不實及引人錯誤的表示，違反公平交易法第二十一條第一項規定。                                       | 處新台幣60萬元罰鍰  |
| 2007/1/05 | ○○電信股份有限公司            | 被處分人於費率方案比較表未將他事業「區內免費通話30分鐘」優惠列入計算，顯與事實不符。   | 就他事業提供服務的內涵，為虛偽不實及引人錯誤的表示，違反公平交易法第二十四條規定。   | 處新台幣80萬元罰鍰  |
| 2006/12/8 | 美商○○藥廠(亞洲)股份有限公司台灣分公司 | 被處分人於比較廣告中雖明白表示被比較之廠牌及企業名稱，惟廣告內容就自身商品為虛偽不實及引人錯誤的表示。   | 就商品品質為虛偽不實及引人錯誤的表示，違反公平交易法第二十一條第一項規定。   | 處新台幣44萬元罰鍰  |