

○○股份有限公司等因為虛偽不實及引人錯誤之表素，及對交易相對人有顯失公平行為，違反公平交易法處分案

發文機關：行政院公平交易委員會

發文字號：行政院公平交易委員會 89.11.20. (八九)公處字第187號處分書

發文日期：民國89年11月20日

被處分人：○○股份有限公司

代表人：○○○

被處分人：○○股份有限公司

代表人：○○○

右被處分人因為虛偽不實及引人錯誤之表示，及對交易相對人有顯失公平行為，違反公平交易法規定事件，本會處分如左：

主 文

- 一、被處分人於「○○」建案廣告宣傳刊物上宣稱「二年包租，回報率高達十六%保證」，為虛偽不實及引人錯誤之表示，違反公平交易法第二十一條第一項之規定。
- 二、被處分人於「○○」地下二樓美食街攤位商品買賣契約書上，未就公共設施之項目及公共設施分攤之計算方式予以載明，為足以影響交易秩序顯失公平行為，違反公平交易法第二十四條規定。
- 三、被處分人自本處分書送達之次日起，應立即停止前二項虛偽不實及引人錯誤之表示暨足以影響交易秩序之行為。

事 實

- 一、緣民眾檢舉○○股份有限公司及○○股份有限公司（下簡稱被處分人）於「○○」建案廣告不實，並有隱匿公設資訊之顯失公平之情事。
 - (一) 針對地下二樓前、中、後期買者廣告圖樣不同，前期銷售圖刻意將後面櫃位空白，再輔以地籍圖說明後面為住宅區，並透過銷售人員口頭告知，只售六十六個攤位，未標示號碼者即為不出售，惟事後實際出售攤位竟達二百三十二個。中期銷售圖則標示中庭為表演舞臺，東側為水舞表演池，實際完成後，表演舞臺處變成一般桌椅擺設，水舞表演池變成一般造景水池。後期則於廣告意圖中，強調國際級裝潢及格局，然事實與廣告意圖差異甚大。
 - (二) 銷售圖顯有「國際級百貨公司」之標示，然實際卻變更為攤位。
 - (三) 眺望臺出入口於銷售圖中設於地下一樓，實際完工後卻變為地上一樓。
 - (四) 地下一樓原為觀光禮品街，實際卻變更為百貨及食品美食區，經營與地下二樓類似之營業活動，影響地下二樓商機。
 - (五) 廣告宣稱管理費為每坪一八〇元，二年包租，回報率高達16%保證，然實際之管理費每坪近千元，二年包租，回報率5%。
 - (六) 廣告宣稱「每日約20萬以上人潮的活性城市」，然目前系爭建案的辦公室及套房進駐率偏低，除假日有上萬人潮外，平常日地上二樓僅三千來客數，廣告顯與事實不符。
 - (七) 廣告宣稱系爭建案完工日期為一九九七年，然實際通知交屋日期為一九九九年八月。又美食街廣告顯與事實不符。

- (八) 廣告宣稱，系爭建案十分鐘到國際機場、港口、車站，五分鐘上高速公路，為○○站旁，顯與事實不符。
- (九) 針對「○○」(即地下二樓美食街)，所做之比較表中，其顧客來源、平常及假日出入人數、平均每天來店客、售價、附近商圈、營業環境、週邊行銷利益等，均與事實不符。
- (十) 廣告稱「打破百貨公司只租不賣的壟斷暴利.....天天強吸十倍百貨公司人潮等您來賺.....跟著○○的腳步賺錢全不費功夫.....」，事實上百貨公司與美食街分層銷售並互相競爭。
- (十一) 建築執照中一樓為門廳，其他樓層為辦公室，被處分人卻以購物中心出售，而門廳為公共設施，銷售廣告一樓平面圖亦有載明。又系爭建案廣告上之各樓層之銷售及經營皆與土地使用區分不符，且多項建設申請有一定之程序，是否獲得主管機關許可具有不確定性，被處分人於廣告時就已預知不一定能夠通過興建，卻於廣告促銷時強調，將結合五星級酒店、聯誼會、跨國百貨、辦公、展銷、科技娛樂城，美食街於一體的臺灣有史以來第一座綜合商業城，且無任何保留或附帶說明，致使檢舉人等產生美食街與該綜合商業城為合法興建且同時完工之錯誤期待。
- (十二) 建築執照申請時，地下二樓攤位為辦公室及儲藏室，卻以美食廣場出售，嗣後使用執照中改為商場，但仍與美食街用途不符，致消防設施無法通過，無法合理營業等。
- (十三) 隱匿公設分配資訊，承買人於預購系爭建案地下二樓攤位時，銷售人員並未於簽約前揭露公設面積等相關訊息，交予承買人審閱之買賣契約書亦為未填載任何交易資訊之空白契約書。在承買人交付簽約金後始予買賣契約書，並於原本空白之末業印主建物與公設面積，惟並未表明公設分攤計算方式，亦未給予各戶持分總表，顯有消極隱瞞公設分配相關息訊息之事實。

三、案經函請被處分人答辯及到會說明內容，略以：

- (一) 系爭「○○」建案地下二樓自始即規劃為觀光美食街，從初期銷售(民國八十四年三月)已全面規劃為美食街攤位，攤位銷售編號由南向北、由西向東逐號遞增。而系爭建案係委由廣告公司(○○、○○及○○)對外公開銷售，該公司則依實際銷售狀況逐步開放銷售區域，此乃一般建築界之通例，旨在避免一次全部開放銷售，而銷售狀況不佳時，各承購戶於各區零星分散，使未出售之攤位於日後規劃及招商上造成困難。故系爭建案地下二樓美食街自始至終即規劃為二百多個攤位，不因係初期、中期或後期買者而有所變更。因此，美食街廣告圖樣均標示「○○地下二樓觀光美食街」，並未有檢舉人所稱「美食街只售六十六個攤位；未標示號碼即為不出售」之情事。
- (二) 所稱中庭為表演區，經查各期廣告品上均未說明該區為表演區，平面配圖上無論初、中、後期財均可看出排列有各式桌椅，明確顯示該區規劃為座位區。若購買者或美食街經營者認有必要於中庭設置表演舞臺，可將部分座位移開，便可設置，惟是否採行，依公寓大廈管理條例規定，應由所有權人表決後交美食街管委會執行。又所

稱水舞表演區，於各期銷售廣告品上亦查無刊載相關字樣，由圖示中僅能辨識為水池造景區，若以一般人意象中之水舞表演，水花噴灑將導致周邊座位無法坐人，減少座位之數量如使用性，對與要求座位數量愈多愈好之美食街規劃，反而背道而馳，爭議更大。若執意要有一水舞表演區，只須美食街業戶同意，便可變更為水舞表演或甚至為現場演奏或電影播放區。諸如此類，並非無法達成，只是目前眾多經營者之需求與意見是否能一致。

- (三) 系爭建案之地下一樓至地上七樓為○○百貨公司，營業面積約二萬坪，入口大廳挑高四層樓層，石材均採進口花崗石，全棟大樓所有管路均採用金屬管材，並與國際知名之○○技術合作管理經營，絕對足以稱為國際百貨公司。檢舉人稱，地下二樓之銷售平面圖上，於後方之電扶梯旁標示有「國際級百貨公司」之字樣，故該部分即應做為百貨公司之營業使用，不得做為美食街用途。然實際上，美食街位系爭建案地下二樓，與樓上之百貨公司出入動線息息相關，其電扶梯更與百貨公司相連共用，故於空白處註明「國際百貨公司」之字樣，且美食街銷售圖中，已載明該樓層為美食街，各攤位之大小及位置亦已圈示於圖面上，並無將百貨公司變更為美食街攤位之情形。
- (四) 系爭建案興建時，曾依當時政府公共建設、民間投資案、人口成長及消費者消費型態等假設條件委請專業顧問公司調查評估，預估系爭建案區域性人潮。預估之數據資料部分或有落差，但部分數據資料，與目前實際營運狀況相當接近，例如飯店住房率預估約四十三%，目前住房率約四十五%，餐廳之預估使用率為六成，實際使用率超過七成；百貨公司開幕至八十八年底，每日之平來店人約二萬人，假日約二萬五千人至三萬人；八十九年一、二月統計資料，每日之來店人數約一萬五千至二萬人，平均每天來店人數與估計數亦略高於當初預估之一萬五千人。由此可知當初之預估數字並非憑空捏造，亦非惡意誇大。且預估之區域人潮數於本區域之公共設施陸續完成後，將可達到預估數字或甚至超越。例如：○○園區部分已準備進行開發。因此「每日約二十萬以上人潮的活性城市」，並非與事實不符，而是該數字為預測未來之數據，且目前雖無法達到，並不表示永遠無法達成。另有關係爭建案廣告品中之人潮，除前揭說明外，時值經濟低迷期，失業率提高，以○○市而言，近年來民間投資案裹足不前，政府重大公共建設如捷運、○○園區等未如期完成，失業率更居全國之冠，故儘管系爭建案完工後，已成為新地標，來客亦日漸增加，但仍不敵消費者購買力之減弱。
- (五) 眺望臺位系建案七十五樓，規劃併同飯店經營管理。原訂通往眺望臺之超高速電梯入口設施地下一樓電梯廳內，其變更為地上一樓之原因係因飯店為二十四小時營業，百貨公司營業時間則為上午十一時至下午十時（假日為上午十時三十分至下午十時），眺望臺之產權及經營權均屬飯店所有，因恐日後營運時間與百貨公司營運時間無法配合，故將地上一樓出入口改設置於地上一樓。又前揭變更導致權益受損之所有權人應為地下一樓之所有權人，而地下一樓禮品

街攤位，因銷售狀況不佳，為求整體性發展，旋即向承購戶買回已售攤位，故所有權係屬○○公司所有，該項變更係經地下一樓所有權人同意，合法變更。至於地下二樓美食街與他樓層均有電梯、樓梯相通，眺望臺出入口變更，應不致對美食街業產生影響。

- (六) 系爭案地下一樓為○○百貨公司營業場所，目前規劃有禮品店、書店、唱片行、超市、南北雜貨及部分輕食區如蔬果吧等，該樓層總面積約二、一一〇坪，目前共四十一個攤位，賣場面積約一、一〇八·一三坪，而輕食區共四個攤位，賣場面積二五·九五坪，占該樓層營業賣場總面積二·三%，占該樓層總面積一·二%。並無所稱地下一樓變為食品輕食區之情事。
- (七) 系爭建案為一國際級超高大樓，並曾至香港銷售，故部分廣告品之廣告用語，係針對香港客戶。以商辦大樓比較表資料而言，其面積（坪、呎）及金額（HK、NT）均以臺灣及香港慣用單位陳述。系爭建案銷售時含美食街、套房、辦公室等產品，針對不同產品皆有不同企畫廣告，銷售期間亦各不相同，在香港銷售商品主要為套房，並提出每年租金八%之包租保證。而臺灣部分，包租部分仍只限於特定樓層套房，而且銷售期間係於銷售美食街之後，廣告DM亦標示萬商聯盟，美食街為「○○」，檢舉人以套房廣告強制用於美食街，並指稱廣告不實，實不合理。又前揭特定樓層之套房商品係規劃為「兩年包租，年租金率八%，共十六%」，並須於簽訂買賣契約書時，同時另簽訂預定租賃契約，由此可知，銷售人員已於銷售時告知消費者，所謂回租條件僅用於某特定樓層之套房，而非所有商品。再者，系爭建案預售之房屋，大都於八十八年九月底前交屋，若對回租條件有所疑問，理應會於交屋時提出。此外，為統一經營管理美食街，曾對不願自行經營之客戶以租金五%回租，交屋期間亦未有客戶提出「兩年包租，年租金率八%，共十六%」條件，故應是檢舉人期望美食街報酬率能達到套房回租標準。
- (八) 在管理費方面，屬全棟建案之共同費用（水、電費除外）由全部使用者分攤，致可歸責各種層或使用者之費用，則由各種層或該使用者負擔，例如美食街之清潔費，即由美食街業者負擔。目前管理委員會核定之管理費；辦公室及商務套房商品為每坪一二〇元（廣告品預估管理費一八〇元）；美食街則包括兩部分，分別為大樓公共區管理費一〇〇元及清潔管理費（冷飲七五〇元、熱飲八五〇元，美食街需有清潔人員清理桌面與清洗碗盤）。
- (九) 廣告刊登之完工時間為預計時間，因廣告宣傳冊編有頁數，檢舉人截取其中部分資料，逕以認定一九九七年即為實際完工時間，應屬誤解。房屋買賣合約書對完工日期亦明訂，係自一九九五年一月一日起一、二〇〇個工作天，事實上並無預期完工之情事。
- (十) 系爭建案至○○港口約三五〇公尺，步行約四一五分鐘；至火車站、○○機場及高速公路分別約需三·五公里、七公里及四·五公里，所需車程依尖峰時段與離峰時段不同，分別約八一十五分鐘、十至八分鐘、四至七分鐘。上述車行時間，若於八十五年（廣告發行時），約可節省一一二分鐘。又系爭建案臨○○路、○○路、

○○○路，並位捷運計畫之○○線上（○○○路），距捷運站約四〇〇公尺，步行約五一六分鐘。

- (十一) 系爭建案於八十四年公開銷售，由承購戶之買賣合約書可以證實，當時公司之買賣合約書均已委印完畢。事後（八十四年底至八十五年初）因公平會規定，房屋預定買賣合約書應將公共設施面計算方式列示，以免日後爭議。該公司配合公平會導正措施，將已分算完畢之主、附屬建物面積、公共設施面積均明確加蓋於合約書之附件七一平面配置圖上，並由買賣雙方確認，並於銷售現場放置詳細之公共設施分配位置圖及計算公式，如承買人對公設分配有疑義時可供查閱。
- (十二) 關於空白合約書審閱部分，由交付合約書審閱時，買賣標的尚未確認，故交付審閱之合約書為空白合約書。依一般業界作法，係交付空白合約書影本或於空白合約書上加蓋「範本」字樣供客戶審閱，蓋契約審閱之目的，旨在讓承買人有足夠時間詳閱條文之細部規定，以便對條文有問題時，可於簽約時由雙方協議修訂。該公司並無任何隱瞞資訊之情事。

四、查系爭地上二樓美食街共計二三二個攤位，已售出者為二〇八個。又系爭美食街於銷售當時係屬預售，係委由銷售企劃公司於系爭建案附近置銷售中心促銷，目前已無公開銷售中。系爭建案目前仍銷售之商品有套房、辦公室，銷售中心設於系爭建案內。復查載有「二年包租，回報率高達16%保證」等文字之廣告刊物係由○○有限公司企劃，而被處分人與該公司之廣告業務企劃銷售合約書有效期間為八十三年三月二十日至八十四年八月二十日，故該廣告宣傳刊物應係八十八年二月五日公平交易法修正前印製使用。

理 由

一、有關公平交易法第二十一條部分：

- (一) 按公平交易法第二十一條第一項規定：「事業不的商品或其廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於商品之價格、數量、品質、內容、製造方法、製造日期、有效期限、使用方法、用途、原產地、製造者、加工者、加工地等，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。」故事業如於廣告上或以其他使公眾得知之方法，就商品之內容為虛偽不實或引人錯誤之表示，即違反前開規定。
- (二) 查系爭廣告宣稱「二年包租，回報率高達十六%保證」，然針對不願自行經營之地下二樓美食街攤位購買者，被處分人所提供之回報報酬率為五%，亦即二年之報酬率為十%，顯與系爭廣告所稱「二年包租、回報率高達十六%保證」有所差距，且其差異亦難為一般大眾所接受。又被處分人雖稱，系爭「二年包租，回報率高達十六%保證」之廣告用語係針對香港客戶，並云所謂二年包租，回報率十六%之適用對象，係指在香港銷售之套房，而臺灣部分，則只限於特定樓層之套房，且有廣告為證等云云，惟查系爭「二年包租，回報率高達十六%保證」之廣告用語，係出現於二廣告宣傳刊物上，其一係以圖片及中英文對照說明方式介紹整棟○○建案之整體環境，並就系爭建案各種層逐一介紹，復於末頁列表比較系爭建案與

其他高樓層建案之差異，而系爭「二年包租，回報率高達十六%保證」字樣，即出現於比較表之附註說明中，且無任何其他輔助說明。另一廣告宣傳刊物內容與前揭廣告宣傳刊物類似，惟係以圖片、中文說明方式，介紹系爭建案之整體環境及各樓層，而系爭廣告用語可見該刊物內頁，且亦無任何附註說明。則在系爭廣告無任何附帶說明下，均會造成消費者認為，所謂「二年包租、回報率高達十六%保證」係適用於系爭建案之全部樓層商品，而實際上處分人提供給地下二樓消費者之回租報酬率僅為五%（二年報酬率十%），二者顯有相當差距，被處分人所辯，顯不足採。系爭廣告為虛偽不實及引人錯誤之表示，洵堪認定。

二、有關公平交易法第二十四條部分：

- (一) 按公平交易法第二十四條規定：「除本法另有規定者外，事業亦不得為其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為。」次按公平會八十四年十一月二十九日第二一六次委員會決議；建築業者應依下列決議辦理（一）契約中應說明共用部分（公共設施）所含項目。（二）契約中應表明公共設施分攤之計算方式。（三）各戶持份總表應明確列示，並由業者自行決定採行提供公眾閱覽、分送或自由取閱等方式。（四）導正期限為八十五年元月止。（五）基於不溯及既往原則，本導正計畫實施前已簽訂之房地買賣契約，不予適用。自八十五年二月一日起，業者如未依前開決議執行，即認定違反公平交易法第二十四條。
- (二) 查檢舉人○君係於八十五年十月二十一日與被處分人簽訂房屋買賣契約，已逾前項本會就公共設施應於買賣契約中說明之導正期限，被處分人理應依本會前項導正規定，於契約中載明有關公共設施應說明之事項，否則即違反公平交易法第二十四條規定。而上開房屋買賣契約書並未揭露共用部分（公共設施）所含部分，亦未表明公共設施分攤之計算方式，僅於契約附件之平面配置圖上印載主建物、附屬建物、公共設施及面積合計等資料，此由買賣契約書影本可稽。雖被處分人辯稱，系爭建案係於八十四年開始公開銷售，當時買賣契約書已委印完畢，事後為配合本會前項導正措施，乃將分算完畢之主、附屬建物面積、公共設施加蓋於契約書之附件七一平面配置圖。惟被處分人既已知道本會之導正規定，並於契約中補載主、附屬建物面積、公共設施面積，以彌補原買賣契約之不足，即應瞭解建築業者應於契約中揭露之內容尚包括：公共設施所含部分及公共設施分攤計算方式等資訊，即使契約已印製完畢，亦應於契約中補充說明，而被處分人卻不為完整之揭露，顯有對交易相對人顯失公平之情事。核已違反事業不得為足以影響交易秩序之顯失公平行為之規定。

三、又按當事人主張，被處分人就「○○」建案另涉有多項廣告不實之情事，且未給予消費者各戶持分總表乙節，因證據不足，所以不予處分，併予敘明如下：

- (一) 地下二樓前、中、後期廣告圖樣不同，前期強調只售六十六個攤位、中期標示中庭為表演舞臺，東側為水舞表演地、後期廣告示意圖

中強調國際級裝潢及格局，然與事實不符部分：查系爭前、中、後期銷售圖，均為系爭建築地上二樓美食街之格局平面配置圖，內容多以圖示方式表示，並無有關圖示之說明文字。而除桌椅及部分細部略有差異外，其餘攤位位置、數量等並無不同。次查，前期銷售圖中，攤位標示有編號者有六十六個，惟並無有關只售六十六個攤位及未標示號碼者即為不出售等之陳述。雖檢舉人稱，被處分人係以系爭前期銷售可，再輔以地籍圖及口頭告知方式，使消費者誤以為只售六十六個攤位等，然銷售當時之實際狀況如何，甚難查證，在無其他佐證下，尚無法依檢舉人空言主張而認定系爭前期銷售圖有廣告不實之情事。再查，系爭前、中、後三期銷售圖並無任何類似表演區之圖示，檢舉人於中期銷售圖中摘指之處，亦明顯可見該處係規劃為桌椅，應無廣告不實之虞。至於檢舉人所謂之水舞表演區之圖示，則可見於系爭中、後期銷售圖中，惟該圖示究係水舞表演或水池造景，檢舉雙方各執一詞，在無其他佐證下，亦難逕指核圖示有廣告不實之處。末查，後期廣告示意圖為一裝潢完成之賣場圖片，並未指出係使用何種材質裝潢，亦無刊載「國際裝潢及格局」等字樣，且所謂「國際級裝潢及格局」，係屬抽象之陳述文字。再者，「以上圖片為參考示意圖」亦可見於廣告示意圖之附註說明上。誠難謂系爭廣告示意圖有廣告不實之情事。

- (二) 地下二樓美食街銷售圖標示有「國際級百貨公司」，實際卻變更為攤位部分：查系爭「國際級百貨公司」字樣可見於地下二樓美食街前、中期之銷售圖上，系爭文字即刊載於電扶梯及攤位中間，惟並未指出所謂「國際級百貨公司」之實際位置。然從全場均設計有座椅及攤位觀之，尚不致使消費者誤認地下二樓有「國際級百貨公司」之規劃。次查，上開銷售圖已明確指示出係「地下二樓觀光美食街」，且地下一樓觀光禮品街銷售圖之同一位置，亦有「國際級百貨公司」之字樣。故被處分人稱，地下二樓美食街與樓上百貨公司出人動線息息相關，且電扶梯相連共同，故於空白處標示系爭文字等乙節，應為屬實。
- (三) 眺望臺出入口於銷售圖中設於地下一樓，實際卻變更為地上一樓部分：查地上一樓所有權係屬被處分人所有，是以眺望臺出入口變更為地上一樓影響最直接者應被處分人本身。被處分人因眺望臺之產權及經營權為飯店所有，而飯店係二十四小時營業與百貨公司營業時間無法配合，而將眺望臺出入口變更為地上一樓，尚屬合理之處置。再者，地下二樓與他樓均有電梯、樓梯相通，此由各其銷售平面圖可知，眺望臺出入口並非唯一之人潮來源，尚難逕予推認眺望臺出入口變更將影響地下二樓之營業，而有違反公平法第二十一條規定之情事。
- (四) 地上一樓觀光禮品變更為百貨及食品輕食區部分：
查系爭「觀光禮品街」字樣係刊載於地下一樓之銷售圖標題上，並未說明觀光禮品街之內容為何，而所謂「觀光禮品」並無一定之定義，乃為消費者主觀之認定。又地下一樓目前共四十一個攤位，包括禮品店、書店、唱片行，超市、南北雜貨及部分輕食區如蔬果吧

等。其中，較具爭議之輕食品攤位有四（○○、○○、○○、○○），其賣場面積共二五·九五坪，僅占該樓層總賣場面積（一、一〇八·一三坪）二·三％，比例微小，由被處分人所提供之地下二樓平面說明圖可稽。凡此，從整體觀之，在不具爭議之攤位佔該樓層賣場大部分之情形之，亦難逕指該樓層非觀光禮品街或有使消費者誤認為該樓層為食品輕食區。故系爭廣告尚難謂有廣告不實之情事。

（五）廣告宣稱管理費每坪一八〇元，實際收費高達千元部分：查經檢視整體廣告內容，系爭廣告「管理費NT\$ 180元／坪」係針對○○整棟建案為宣傳，是以在無任何附註說明下，系爭廣告應適用於系爭○○整棟建案之各樓層房屋商品。次查，系爭建案設有總管理處（大樓諮詢管理委員會）及各區管理委員會。前者目前各樓層屋商品之實際管理費為三十六一一二〇元間（包括：行政人員薪資、公共意外責任險、零用金、行政事務費、清潔維護費、郵務中心、機電保養及機電人員薪資等屬全棟建案之共同費用；不含全棟公用部分之水、電費），其中檢舉人所購之地下二樓為每坪一〇〇元，並超過廣告所宣稱之每坪一八〇元。至於檢舉人所稱高達千元之管理費乙節，乃因檢舉人為地下二樓承購戶，而該層另設有「○○美食廣場管理處」，其收費標準為有洗滌之攤位每坪八五〇元，無洗滌者每坪七五〇元（包括：管理處人事管銷、後場租金、庶務費、垃圾清潔費……等美食廣場產生之費用；不含公共、櫃內水、電、瓦斯、電話等費用），故須另繳交「○○」美食廣場之管理費。是檢舉人若將○○管理處管理費（每坪八五〇元或七五〇元）及屬全棟建物公共部分之水、電費分攤部份等均列為「管理費」，則其金額即高達千元。而○○管理費係屬可歸責該樓層之費用，基於使用者付費之觀念，由該樓層所有人負擔誠屬合理。綜上，系爭廣告係針對系爭全棟建物為宣稱，且未指出所稱管理費之項目，若以總管理處之管理費視之，亦無不可，故尚難逕指系爭廣告有不實之情事。

（六）廣告宣稱「每日約二十萬以上人潮的活性大城市」涉嫌不實部分：查「每日約二十萬以上人潮的活性城市」係由○○有限公司所企劃，其廣告推出時間應於八十三年八月二十日—八十四年八月二十日間，此由被處分人所提供之廣告銷售契約書可證。次查，系爭廣告主要係強調系爭建案周遭及系爭建案本身之人潮，在系爭建案房屋消費者以營業為主之情況下，應屬重要之交易參考資訊。惟系爭廣告已附註說明，所稱數字係屬預估數，消費者於購屋時即應瞭解廣告宣稱與事實上可能差距之風險。再者，被處分人無法提供系爭廣告當時之完整調查評估依據，雖屬可議，然人潮之聚集與否具有極大不確定性，亦難逕予推斷被處分人於廣告當時已知或可得而知系爭建案完工後之人潮將無法達到廣告之預期。故尚無法逕為對被處分人不利之認定。

（七）「○○」比較表廣告中客戶來源、平常及假日出入人數預估、平均每日來店客預估、售價、附近商圈、營業環境、週邊行銷利益等，

涉嫌不實部分：查「○○」廣告係由○○、○○股份有限公司所企劃，其廣告推出時間應於八十五年九月十五日—八十六年三月十五日間，此由被處分人所提供之廣告銷售契約書可證。次查，經整體審視系爭廣告，有關平常及假日出入人數預估、平均每天來店客預估、附近商圈比較部分，係為人潮之預估數，與前項檢舉內容類似，而系爭廣告已指出係屬估計數據，依前項所述，甚難據以指稱被處分人有廣告不實不情事。至於顧客來源、營業環境及周邊利益方面，係為陳述性文字，亦不足以認定該部分陳述有所不實。末查，有關售價比較部分，廣告宣稱「一九八萬元起」，經查○○（即地下二樓美食街）已出售之二〇八個攤位中，除有二個攤位之銷售金額為一九八萬以外，其餘攤位之售價在一九八萬以上，並無廣告不實之情事。且即使有售價低於一九八萬元者，亦屬對消費者有利之條件，不致有違反公平法第二十一條之規定之情事。

- (八) 完工日期部分：查系爭廣告有關完工日期之載述有二，分別為「預計一九九七年完工」及「完工時間一九九七年」。前者對完工日期已說明係屬預估日期，後者則無附註說明。復查系爭建案房屋買賣契約書業就完工日期已予以約定，承買人於簽訂買賣契約時應可瞭解完工日期之相關資訊，不致因系爭廣告作成一交易。故尚難逕指系爭廣告有不實之情事。
- (九) 十分鐘到機場、港口、車站，五分鐘上高速公路，○○捷運旁等部分：查系爭廣告係宣稱「十分鐘到機場、港口、車站」、「十分鐘到國際機場、五分鐘上高速公路、○○捷運站旁」等字樣，並未指係使用何種交通工具。惟據一般人所知，高速公路係專供汽車行駛，在廣告有「五分鐘上高速公路」之陳述下，將造成消費者認為系爭廣告所使用之交通工具為汽車。次查，交通狀況係影響交通時間之重要因素，而交通狀況亦非一般人所能掌握，是若廣告載有關於交通時間方面之陳述者，在合理之範圍內，宜有較大之彈性。復經查閱系爭建案所在之高雄市街道圖，並將系爭建案距國際機場、港口、○○火車站、高速公路之距離依比例加以粗略換算，所得之數字與被處分人所提供之數據相近，故被處分人所稱之距離數據，尚足採信。若再以一般道路每小時四十公里之速限換算，所需之車程時間，尚與廣告相符。末查，依○○大眾捷運計畫之系統網路圖顯示，系爭案確係位於捷運○○線旁，且位捷運○○線與○○線之交接轉車站附近。綜上，系爭廣告尚無不實之情事。
- (十) 建築執照中一樓為門廳，其他樓層為辦公室，被處分人卻以購物中心出售，而門廳為公共設施，銷售廣告一樓平面圖亦有載明。又建築執照地下二樓為辦公室及儲藏室，嗣後使用執照變更為商場，仍與美食街用途不符，致消防設備無法通過。另系爭建案廣告上之各樓層之銷售及經營皆與土地使用分區不符，且多項建設申請有一定之程序，是否獲得主管機關許可具有不確定性，被處分人於廣告時就已預知不一定能夠通過興建，卻於廣告促銷時強調五星級酒店、聯誼會、跨國企業、辦公、展銷、科技娛樂城，美食街結為一體的臺灣有史以來第一座綜合商業城，且無任何保留或附帶說明部分

:

1. 按建築法第七十三條執行要點第一條規定：「..... 建築使用應按其使用強度及危險指標分類、分組.....。」其中「商場（B 2）」係適用百貨公司、商場、市場、量販店等用途，商場（B 3）係用於酒吧、餐廳、咖啡廳、飲茶等。復透過○○政府工務局瞭解，「商場（B 2）」之規定較「商場（B 3）」嚴格，故若用途為「商場（B 2）」者可當作「商場（B 3）」使用，反之，「商場（B 3）」不能當作「商場（B 2）」使用。
2. 查系爭建案強調以「○○」促銷者係地下一樓至地上七樓商品，而系爭建案使用執照樓層附表亦有地下一樓及地上二樓至七樓之用途為「商場（B 2）」、一樓為門廳及商場（B 2）之登載，其實際使用與使用執照相符，故應無檢舉人所稱辦公室變更為購物中心或一樓門廳為公設卻以購物中心出售之情事。至於檢舉人稱銷售廣告一樓平面圖載明一樓為公共設施（門廳）乙節，查上開一樓銷售平面圖並無所謂一樓為公共設施或門廳之陳述或說明。
3. 復查系爭建案使用執照地上二樓為「商場（B 2）」，應可當「商場（B 3）」使用，依「商場（B 3）」之用途及組別定義（供不特定人士餐飲，且直接使用燃具之場所，如酒吧、餐廳.....等），做為美食街用途尚屬適當。至於消防設施不符規定乙節，應屬買賣標的之瑕疵給付，尚非公平交易法之範疇，併予敘明。
4. 末查系爭建案為○○層之建築，包括五星級酒店、辦公套房、展銷辦公室、科技娛城、百貨公司、美食街等，廣告稱系爭建案為綜合商業城，尚業不符。

（十一）廣告宣稱「打破百貨公司只租不賣的壟斷暴利..... 天天吸引十倍百貨公司人潮等您來賺.....」等部分：查上開文字係屬陳述性內容，且系爭建案地下二樓美食街攤位確非只租不賣，此由檢舉人等為地下二樓美食街承買者可證。故應無廣告不實之情事。

（十二）關於未給予各戶持份總表乙節：依公平會導正規定，業者應將各戶持份總表明確列示，並由業者自行決定採行提供公眾閱覽、分送或自由取閱等方式。故被處分人對各戶持份總表可採『公眾閱覽』、『分送』或『自由取閱方式』擇一辦理，並不以『分送』各消費者為唯一方式。而被處分人亦云，已將各持份總表放置銷售現場供參閱。凡此在銷售時間久遠，系爭地下二樓目前已無公開銷售之情形下，被處分人銷售當時是否真如所述將各戶持份總表陳列，已不可考，尚難逕以認定被處分人當時未按規定辦理，亦難據以認定被處分人有違反規定之情事。

四、綜上論結，被處分人之行為已違反公平交易法第二十一條第一項及第二十四條規定，茲因上開違法行為係發生於八十八年二月五日公平交易法修正生效前，爰依修正前同法第四十一條前段規定處分如主文。

主任委員 趙揚清

中華民國八十九年十一月二十日

本件被處分人如有不服本處分，得於本處分書送達之次日起三十日內，向本會提出訴願書（須檢附本處分書影本），訴願於行政院。

