

○○股份有限公司被檢舉刊登「月租費抵通話費不能只抵一部份」比較廣告涉嫌違反公平交易法經本會第四七九次委員會議決議不處分案及不同意見書

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 90.02.01. 第四七九次委員會議決議不處分案及不同意見書

發文日期：民國90年2月1日

案由：○○股份有限公司被檢舉刊登「月租費抵通話費不能只抵一部份」比較廣告涉嫌違反公平交易法經本會第四七九次委員會議決議不處分案。

決議要旨：本案○○股份有限公司刊登「月租費抵通話費不能只抵一部份」比較廣告，依現有事證尚難認其違反公平交易法相關規定。  
理 由

一、緣○○股份有限公司（下稱○○公司於八十九年六月二十九日、七月三日○○報及○○報第○○版刊登比較廣告，以「○○業者」（即○○公司）及「○○業者」（即○○公司）為比較對象，並以「月租費抵通話費不能只抵一部分」、「對的事不能只做一半」等文字，影射其他業者沒有做對的事情，並誤導廣告觀眾以為僅有○○公司做對事，被比較對象僅做一半，使被比較對象之交易相對人產生不信任感，涉及違反公平交易法第十九條第三款、第二十二條及第二十四條規定。

二、有關係爭比較廣告是否違反公平交易法第十九條，第二十一條、第二十二條及第二十四條規定，分述如次：

（一）按本會「比較廣告違反公平交易法一覽表」所揭示之判斷標準，比較廣告構成公平交易法第十九條第三款之要件為：A、廣告中指出特定之比較廠商或企業名稱；B、具有市場地位之事業之比較廣告使競爭者之交易相對人對競爭者產生排斥。另查本會八十五年一月十九日第二五六次委員會議針對比較廣告是論以公平交易法第十九條第三款之研究乙案，曾作成決議略以：具有攻擊性、利誘性之比較廣，就目前之理論及實務而言，個案上可商用公平交易法第十九條第三款。本案○○公司刊登之系爭比較廣告，雖僅以「○○業者」、「○○業者」代表被比較對象，未具體指明特定之比較廠商或企業名稱，惟提供行動電話服務之電信事業家數有限，故其所欲比較之對象應仍屬可得特定，「○○業者」應係指○○公司，「○○業者」為○○公司。○○公司雖自承其市場占有率約十八%，然其用戶規模仍不及○○公司及○○公司，是否即可認其屬具有市場地位之事業尚有疑義。況查系爭比較廣告之內容，僅就○○公司、○○公司及○○公司行動電話費率組合加以比較，並載「有月租費抵通話費不能只抵一部分」、「對的事不能只做一半」等文字，惟其主要傳達意念為其所提供可抵用通話費之月租費率組合較被比較對象多，○○公司之用戶較被比較對象之用戶有更具彈性之費率選擇，係單純主張自己商品或服務之價格較被比較對象優越，尚難認屬具「利誘性」或「攻擊性」之比較廣告，綜合觀察系爭比較廣告，

亦難認其將造成交易相對人對被比較對象產排斥，職是，尚難認系爭比較廣告違反公平交易法第十九條第三款規定。

- (二) 前開「比較廣告違反公平交易法一覽表」論及比較廣告符合下列類型之一者，構成公平交易法第二十一條規定之違反：A 在廣告中未明白指出被比較之廠牌或企業名稱，且僅就自身商品或服務為虛偽不實及引人錯誤之表示，被比較對象未有虛偽不實或引人錯誤之表示；B、廣告已具體指出被比較之廠商或商品，但未有虛偽不實及引人錯誤之情事，只有廣告主本身提供之商品或服務有虛偽不實或引人錯誤之情事；C、廣告中無具體比較對象，然而廣告主本身提供之商品或服務有虛偽不實或引人錯誤之情事，同時對被比較對象之商品或服務亦有虛偽不實或引人錯誤之表示；D、廣告中有具體比較對象，廣告主本身提供之商品或服務有虛偽不實或引人錯誤之情事，被比較對象之商品或服務亦有虛偽不實或引人錯誤之表示，但未符合公平交易法第二十二條要件者。綜觀前述要件，違反公平交易法第二十一條規定之廣告，廣告內容須對自身商品或服務有虛偽不實或引人錯誤之表示，至於是否明白指出被比較對象，則非本條所問。本案○○公司系爭比較廣告中，有關該公司本身部分之描述，經與○○網站所公布該公司行動電話之實際費率相核對，系爭比較廣告雖未揭露不可月租費之「○○型」、「○○型」、「○○型」、「○○型」，惟據○○公司表示，上開費率自系爭比較廣告刊登後即不適用新用戶，舊用戶仍可自由選擇適用新費率，尚難認其有虛偽不實或引人錯誤之表示，應無違反公平交易法第二十一條規定。
- (三) 前開「比較廣告違反公平交易法一覽表」論及違反公平交易法第二十二條之比較廣告須符合下列要件：A、競爭之目的；B、具體明白表示被比較之廠牌或企業名稱，不論自身商品實或不實，被比較對象之商品或服務亦有虛偽不實或引人錯誤之表示；C、不實內容非僅就產品優劣程度之比較，且比較之結果足以對他人營業信產生貶損之結果。本案○○公司系爭比較廣告應係出於競爭目的，且被比較之對得特定，惟系爭廣告對被比較對象所提供服務之描述，除未揭露○○公司行動電話服務全部之資費組合，尚無對該公司所提供之服務有虛偽不實或引人錯誤之描述，「月租費抵通話費，不能只抵一部分」、「對的事不只做一半」等語整體傳達之印象，亦不足認對被比較對象之營業信譽造成貶損，尚無違反公平交易法第二十二條規定。
- (四) 按前開「比較廣告違反公平交易法一覽表」論及比較廣告符合下列類型之一者，構成公平交易法第二十四條規定之違反：A、廣告中未指出被比較之廠商或企業名稱，但自身之廣告商品或服務並無不實，僅對被比較對象之商品或服務有虛偽不實或引人錯誤之表示；B、廣告中明白指出被比較之廠商或企業名稱，但自身之廣告商品或服務並無不實，僅對被比較對象之商品或服務有虛偽不實或引人錯誤之表示；C、廣告中明白指出被比較之廠牌或企業名稱，自身之廣告商品或服務有虛偽不實或引人錯誤之情事，被比較對象之商

品或服務亦有虛偽不實或引人錯誤之表示。本案○○公司系爭比較廣告雖僅揭露○○公司行動電話資費組合「○○型」、「○○型」、「○○型」，並未揭露另一可抵用通話費之「○○型」資費組合，似有違反應充分完整揭露被比較對象之全部資費方案之義務，其間或容有競爭倫理之可非難性。惟所謂「可抵用月租費」之金額，應為越高對用戶越有利，系爭比較廣告雖未載明○○公司「○○型」資費組合，然已就○○公司「○○型」、「○○型」二種可抵用月租費範圍較大之資費方案予以揭露，且於廣告左方圖片位置，以鮮紅色字體表達○○公司可抵通話之租費費率為一九八元至一五九八元，其他業者則為六十六至二八八元（六十六元為○○公司所推出另一可抵通話費之月租費），依照廣告整體傳達之訊息，尚難認其有藉由隱匿○○公司「○○型」資費，故意引導消費者產生對○○公司之資費組合全部優於被比較對象之錯誤認識。況系爭廣告所揭露○○公司之行動電話資費組合部分，並無虛偽不實或引人錯誤之表示，故本案依現有事證，尚難認違反公平交易法第二十四條規定。

出席委員：主任委員 趙揚清  
副主任委員 劉宗榮  
委員 鄭 優  
委員 何之邁  
委員 羅昌發  
委員 施俊吉  
委員 梁國源

不同意見 委員 何之邁

對本案之決定，本人謹提不同意見書如后：

一、比較廣告應秉完整、客觀、真實且無誤導交易相對人之原則：事實將自己的商品或服務與競爭者之商品或服務，就品質、價格、功能或特性為比較之廣告，是謂比較廣告。以比較方式所為之廣告，如所提供之資訊不實，或生誤導消費者之結果者，當有損商業競爭倫理，而具不正競爭法上之非難性。職是，比較廣告應秉持完整、客觀、真實且無誤導交易相對人之原則，始稱合法。若有截取片面有利自己部分而為比較，未以同一基礎或條件而為比較，以枝尾末節不重要部分而為比較，以未具客觀性資訊而為比較，以主觀臆測甚或貶抑言詞而為比較，致使現實或潛在交易相對人萌生商業信賴性之減損，而有誤導消費者正確判斷之結果者，揆諸現今國內外立法、實務皆持違法之評價。本會歷年作成之比較廣告處分決議案，亦本斯旨。

二、「對的事，不能只做一半」！其他競爭同業都錯了？本案○○公司系爭比較廣告右方載列「月租費抵通話費不能只抵一部份」大標題，另輔以「對的事，不能只做一半」、「只有○○的超值五級費率每一種月租費都能抵通話費」。

涉案事業所欲言者，固在強調其月租費抵通話費付費方式之優越性。惟首從資費結構而言，於不同通話費之費率基礎上，是否即可認定月租費可抵通話費之費率組合，必定優越於不允許月租費抵通話費之費

率組合? ○○公司既未就此背景資訊予以完整說明，即率而指稱其他競爭業者「對的事，不能只做一半」，其不啻告訴消費者，被比較之事業都是錯的，祇有自己的做法是最正確。其次，行動電話業之服務，除通信費率外，網路涵蓋之廣狹，通信品質之良窳，客戶服務之優劣等，俱為競爭之重要指標，僅以費率一項資為比較訴求，所可能產生之偏差效果，自不待言。

三、比較廣告之違法評價應從實質性、完整性上著眼比較廣告之作成，一般皆具邊緣性格，天下從無黑白分明，違法立判之比較廣告，其欲貶抑必婉約，欲攀附必隱晦，欲攻擊必迂迴，是在違法性之分析判斷上，果若僅從皮相上為機械式之度測，定當無法攫其核心，獲其真實。另者，比較廣告於文字、圖案多經精心安排，若未能就整體廣告綜合性的完整評析，僅以枝尾末節觀看，勢必無法竟其功，是吾人所當惕厲。

本案未以相同基礎進行比較，益以一部優越主張全部優越情事，衡諸忠誠商業競爭倫理之規範，而謂正當，當非無疑。