

「我敢發誓」、「保證日用品最便宜」、「發現更便宜，退你二倍差價」

## 淺談公平交易法對商業廣告之規範

楊世安

相信一般較常看電視或報紙之消費者對於「我敢發誓」、「保證日用品最便宜」、「發現更便宜，退你二倍差價」之廣告詞均有深刻之印象，此一案例係緣於屈臣氏百佳股份有限公司（以下稱屈臣氏公司）於民國九十一年一月間陸續於報紙、公車車體刊登：「我敢發誓，屈臣氏日用品，最便宜……」廣告，同時也於廣播、電視播送廣告，其主要內容均為：「保證屈臣氏日用品最便宜」、「發現更便宜，退你二倍差價」及「最低價保證」，由於上開諸多廣告均係屈臣氏公司保證其所販賣之日用品係最低價為主要訴求，是在日用品之消費上，不但吸引消費者注意，且對於同業亦產生相當之衝擊。然對於上揭廣告之真實性及現行法律對廣告內容又有如何之規範，茲簡述如下：

- 一、依公平交易法第二十一條第一項之規定：「事業不得在商品或其廣告上，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、製造地、加工者、加工地等，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵」。同法第四十一條規定：「公平交易委員會對於違反本法規定之事業，得限期命其停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新台幣五萬元以上二千五百萬元以下罰鍰；逾期仍不停止、改正行為或未採取必要更正措施者，得繼續限期命其停止、改正其行為或採取必要更正措施，並按次連續處新台幣十萬元以上五十萬元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措施為止」。析言之，事業就其商品本身或為商品所作之廣告內容，不得為虛偽不實或引人

錯誤之表示或表徵，如有違反該條項之規定，主管機關之公平交易委員會即得令該事業限期停止、改正或採取必要之更正措施，並得處以罰鍰，且得按次連續處罰，最高可處以新台幣五十萬元以下之罰鍰。

二、次依公平交易委員會通過之「處理虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵原則」，該原則內容即對於公平交易法二十一條規定內容之名詞給予定義，如第三項：「『其他使公眾得知之方法』，係指得直接或間接使非特定之一般或相關大眾共見共聞之訊息的傳播行為」，第四項：「『表示或表徵』，係指以文字、語言、聲響、圖形、記號、數字、影像、顏色、形狀、動作、物體或其他方式足以表達或傳播具商業價值之訊息或觀念之行為」，第五項：「『虛偽不實』，係指表示或表徵與事實不符，其差異難為相當數量之一般或相關大眾所接受，而足以引起錯誤之認知或決定者」，第六項：「『引人錯誤』，係指表示表徵不論是否與事實相符，足以引起相當數量之一般或相關大眾錯誤之認知決定者」，另再依第二十二條第二十一款：「實際附有條件、負擔、期間或其他限制等，而表示或表徵未予明示者」，即屬虛偽不實或引人錯誤之違法行為之類型。

三、本案例屈臣氏公司大量於廣播、電視播送上揭廣告，使一般消費者自廣告內容中產生具有「日常用品保證最便宜」及如於其他之同業購得產品較便宜時即「退你二倍差價」之印象。亦即只要消費者向屈臣氏公司購買日常用品，而日後發現其他業者所販售之同一產品而其價格較低時，即符合上揭廣告「退二倍差價」之條件，屈臣氏公司即應無條件退二倍差價之金額予消費者。

惟事實情況並非如此，屈臣氏公司在上述情形發生而消費者要求退二倍差價金額時，尚需符合屈臣氏公司所訂定之若干限制

及條件：如「價格須與同一商品同一天於其他商店之正常售價比較」、「退差價必須持有屈臣氏發票及其他商店之廣告或 DM 以資證明」、「比較之商品僅限於同市或同縣之連鎖商店（三家以上）販售商品」等，但上揭條件及限制卻均未能於廣告內容中為合理之揭露，致消費者根本無從自廣告內容中知悉。析言之，屈臣氏公司「保證日用品最便宜」或「退你二倍差價」之廣告，實際上尚「附有多項條件及限制」，雖屈臣氏公司於各門市之收銀台均設有海報與看板詳細說明上揭條件及限制，惟於其推出之大量廣告之內容中並未予以明示，顯然該廣告內容並未能提供真實完整之訊息，致消費者自廣告內容中為錯誤之認知而影響其合理之判斷和決定。嗣經公平會調查後即作成公處字第 0 九一 0 六三號處分，處分文略謂：「被處分人（屈臣氏公司）於廣告上宣稱『最低價保證』、『保證日用品最便宜』，其保證與事實不符，且未充分揭露『發現更便宜，退你二倍差價』之條件與限制等重要訊息，就商品之價格與其條件及限制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，應立即停止前項違法行為，處以新台幣一百萬元罰鍰」。

- 四、按事業為推銷自身商品，自然得於平面媒體或電子媒體等為各式之促銷廣告，但廣告之同時尤應注意廣告內容不得有虛偽不實或引人錯誤之表示，在上揭案例中屈臣氏公司就退費條件實際上設有多項限制，但既未於廣告中揭露，消費者自無從於廣告內容中知悉，而造成消費者所獲得訊息並非真實與完整，自屬「虛偽不實或引人錯誤之表示」，當有違反公平交易法之規定。故而事業於從事商業廣告時，除應注意廣告內容應就商品（或服務）為真實之揭露外，如設定有相關之條件、負擔、期間等之限制，更應於廣告內容中為完整訊息之揭露，方不致違反公平交易法之規定而遭受處分。