臺北高等行政法院判決

111年度訴字第705號
112年3月30日辯論終結

原　　告　創業家兄弟股份有限公司

代　表　人　郭書齊（董事長）

訴訟代理人　吳志光　律師
複 代理 人　蔡謦伊　律師
訴訟代理人　簡維克　律師

被　　告　公平交易委員會

代　表　人　李鎂（主任委員）

訴訟代理人　林立
　　陳浩凱

上列當事人間公平交易法事件，原告不服被告中華民國111年4月21日公處字第111020號處分書，提起行政訴訟，本院判決如下：

主　文

原告之訴駁回。

訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

一、爭訟概要：

原告自民國107年起利用網頁之程式設計，不當使用他人商品資訊，使搜尋引擎之搜尋結果網頁顯示「○○的熱銷搜尋結果｜生活市集」、「不用比價了！這邊一次幫你整理好2019年最受網友好評的○○就在生活市集」、「首頁○○—生活市集」、「大家都在買的○○就在生活市集……」，藉以增進自身網站到訪率，卻產出與事實不符之資訊，核屬足以影響交易秩序之顯失公平行為，違反公平交易法第25條規

定，經被告以111年4月21日公處字第111020號處分書（下稱原處分）命原告自處分書送達之次日起立即停止前述違法行為，並處原告新臺幣（下同）2百萬元罰鍰，原告不服，遂提起本件行政訴訟。

二、原告主張要旨及聲明：

㈠、被告未分析原處分為何不構成公平交易法第21條不實廣告行為，未注意到使用搜尋引擎優化技術(Search Engine Optimization)之搜尋結果不會影響交易市場秩序，且僅以檢舉人薄弱證據，就認定原告不當使用搜尋引擎優化技術誘引在Google輸入「悅夢床墊」之消費者至原告經營之生活市集網站，藉此增加生活市集網站到訪率，未能確保網頁標題或內容真實完整而違反公平交易法第25條，顯已牴觸公平交易法第25條之補充原則，且被告在先前類似案例亦有以公平交易法第21條為處罰之前例，故原處分認定自有違誤且違反先前行政慣例。從公平交易法第25條實體要件觀之，生活市集網站結果頁面及網頁摘要內容，有利消費者取得更充分資訊、降低搜尋成本，惟被告誤解利用搜尋引擎進行商品購買的消費行為及市場，且未注意利用搜尋引擎優化技術對市場秩序之影響程度，未能提出原告究有多少比例是透過搜尋引擎優化技術並搭配網頁摘要文字，實有邏輯前後矛盾、認定事實違反客觀證據，以及對當事人有利事證未予注意等違法。

㈡、被告遲至本院審理時之答辯狀始說明審酌罰鍰之因素，違反行政處分明確性原則，且裁罰金額之審酌亦違反比例原則。利用搜尋引擎優化技術生成Google搜尋結果頁面之標題，為電子商務網站的商業模式，不論該電商網站有無販售該特定品牌商品。這種模式可供消費者便於找到其他相關或相似產品，即便消費者點選進去發現無販售，也可輕易的就回到Google搜尋結果頁面，而不會對其他品牌或電商平臺造成影響。由於電子商務和實體店面的不同，消費者無法看到一大排貨架再開始篩選產品，所以電子商務業者必須仰賴提供關聯性的資訊，幫助消費者在網路世界中找尋產品進行比價。

此種商業模式常見於電商網站，被告在未進行經濟分析以判斷消費者的交易決策模式有無受到影響，未有任何可信證據，且查無國內外相關裁罰前例下，即片面依檢舉人所提無從佐證其主張的流量資料，稱原告透過搜尋引擎優化技術會攔截其他關鍵字所涉廠商流量，威脅電子商務競爭秩序云云，顯然是被告主觀臆測。

㈢、並聲明：１、原處分撤銷。２、訴訟費用由被告負擔。

三、被告答辯要旨及聲明：

㈠、公平交易法第25條所謂「顯失公平」，係指以顯然有失公平之方法從事競爭或營業交易。事業利用網頁之程式設計，不當使用他事業之名稱、商標、其他營業表徵或相關資訊，以提升事業之網站連結搜尋引擎搜尋結果頁面排序之位置，雖可增加自身網站之到訪率，惟其呈現搜尋結果與自身網站所販售商品不符，不僅誤導搜尋特定商品之消費者以為搜尋結果頁面之連結存有重要交易資訊，點選後才發現事業網站並未販售該商品，造成無謂之時間浪費，更會攔截該資訊所涉及事業網站之流量，妨礙有提供該等商品販售所在之任何相關網站之交易機會，形成以不當方式攔截人流之不公平競爭行為，且未再採取確保網頁標題或內容真實、完整且無誤導性之措施，反而對於可能錯誤之結果，任令其發生，當屬以顯然有失公平之方法從事競爭。

㈡、原告透過搜尋引擎優化技術，利用撰寫標題及網頁摘要等調整網站內容之方式，不當使用他事業之名稱、商標、其他營業表徵或相關資訊，係為提高生活市集網站在Google搜尋結果之排名，如果搜尋字串在生活市集網站內確有其物，該等「○○的熱銷搜尋結果｜生活市集」字語，即形同老王賣瓜自賣自誇之廣告；如無其物，則形同以網站內不存在之商品，誘引消費者到訪，俟機推銷其他商品。該等行銷方式所非難者，是其行銷模式有高度不確定性，且為原告行銷之初即已知悉，而任令錯誤可能發生亦在所不惜。原告所為行為雖不構成公平交易法第21條所規範之不實廣告行為，但該行

為可能誤導搜尋特定商品之消費者以為搜尋結果連結導向與搜尋商品相關銷售資訊之網站，點擊後才發現網站並未販售該商品，更會攔截該資訊所涉及事業網站之流量，對其他網站及競爭對手形成不公平競爭，故仍有剩餘不法內涵，而有以公平交易法第25條補充規範之必要，故原處分並未牴觸「窮盡規範原則」。原告之行為針對網路消費者在原告網站搜尋之各個品牌均產生載有原告網站有銷售該關鍵字所表彰品牌商品描述文字之網頁，藉以增進自身網站之到訪率，並非僅針對「悅夢床墊」單一品牌攫取網路流量，故足以影響交易秩序。原處分認定原告透過網頁程式設計，以錯誤資訊吸引原本欲搜尋特定品牌商品之消費者造訪生活市集網站，進而選購其他品牌的商品，本質上是一種「誘導/轉向」(bait-and-switch)的行為。原處分罰鍰金額並未違反明確性原則及比例原則。被告對於罰鍰金額之決定，係依公平交易法施行細則第36條規定逐一審酌，因此罰鍰金額之高低仍須視個案情節而定。

㈢、並聲明：１、原告之訴駁回。２、訴訟費用由原告負擔。

四、本院的判斷：

㈠、相關法規

１、公平交易法第25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。」立法理由略以：「一、本條為不公平競爭行為之概括性規定，蓋本法初創，而不公平競爭行為之態樣繁多，無法一一列舉，除本法已規定者外，其他足以影響交易之欺罔或顯失公平之行為，亦禁止之，以免百密一疏，予不法者可乘之機會。二、本條規定之欺罔或顯失公平之行為，因依第四十一條規定於處罰前，有改正之機會，且本條規定並無具體之犯罪構成要件，有無違反本條規定將由公平交易委員會依實際情事判斷，故其處罰方式僅限於適度之罰鍰而不宜科處刑罰。」第42條規定：「主管機關對於違反第二十一條、第二十三條至第二十五條規定之事業，得限期令停止、改正其行

為或採取必要更正措施，並得處新臺幣五萬元以上二千五百萬元以下罰鍰；……」

2、鑒於公平交易法第25條為一概括規定，為使其適用具體化、明確化與類型化，被告特訂定「公平交易委員會對於公平交易法第25條案件之處理原則」（下稱處理原則），處理原則第5點規定：「五、（判斷足以影響交易秩序之考慮事項）（第1項）本條所稱交易秩序，泛指一切商品或服務交易之市場經濟秩序，可能涉及研發、生產、銷售與消費等產銷階段，其具體內涵則為水平競爭秩序、垂直交易關係中之市場秩序、以及符合公平競爭精神之交易秩序。（第2項）判斷是否『足以影響交易秩序』時，可考慮受害人數之多寡、造成損害之量及程度、是否會對其他事業產生警惕效果、是否為針對特定團體或組群所為之行為、有無影響將來潛在多數受害人之效果，以及行為所採取之方法手段、行為發生之頻率與規模、行為人與相對人資訊是否對等、糾紛與爭議解決資源之多寡、市場力量大小、有無依賴性存在、交易習慣與產業特性等，且不以其對交易秩序已實際產生影響者為限。至單一個別非經常性之交易糾紛，原則上應尋求民事救濟，而不適用本條之規定。」第7點第1項、第2項第2款第3目規定：「七、（判斷顯失公平之考慮事項）（第1項）本條所稱顯失公平，係指以顯然有失公平之方法從事競爭或營業交易者。（第2項）顯失公平之行為類型例示如下：……（二）榨取他人努力成果，如：……3.利用網頁之程式設計，不當使用他人表徵，增進自身網站到訪率。……」

3、公平交易法施行細則第36條規定：「依本法量處罰鍰時，應審酌一切情狀，並注意下列事項：一、違法行為之動機、目的及預期之不當利益。二、違法行為對交易秩序之危害程度。三、違法行為危害交易秩序之持續期間。四、因違法行為所得利益。五、事業之規模、經營狀況及其市場地位。六、以往違法類型、次數、間隔時間及所受處罰。七、違法後改正情形及配合調查等態度。」

㈡、原處分並無違誤

１、查，原告並未在生活市集網站銷售悅夢床墊，未購買悅夢床墊相關字之關鍵字廣告，卻仍自107年起，使用搜尋引擎優化技術，增加生活市集網站被造訪之機會，消費者在生活市集網站輸入關鍵字「悅夢」搜尋，生活市集網站自動產出搜尋結果網頁並納入資料庫，此後任何消費者於利用關鍵字「悅夢」在Google搜尋時，就會連結生活市集資料庫並顯示該搜尋結果頁面，該網頁文字內容是原告行銷人員決定，並由程式設計人員編輯，該網頁程式設計並非僅針對床墊相關產品，而是對於生活市集網站所有銷售商品之網頁皆相同，具有關鍵字替代之功能，以本件而言，「悅夢」即是搜尋結果標題及網頁摘要之關鍵字而可以替代為其他關鍵字等情，業據原告陳述在卷，有原告110年4月16日創字第11004005號函（原處分甲卷第30-31頁）、原告委託之法務專員羅暐婷110年10月5日陳述紀錄（原處分甲卷第58-61頁）、原告110年10月18日陳述意見書（原處分甲卷第62-63頁）、原告委託之法務專員羅暐婷110年11月25日陳述紀錄（原處分甲卷第69-71頁）、原告110年12月2日陳述意見書（原處分甲卷第72-73頁），並有網頁資料可參（原處分甲卷第2、7、8頁、本院卷第25-27頁），而「悅夢の床坊及圖」之商標權人並非原告所有，有商標單筆詳細報表可參（本院卷二第23-24頁），足證原告利用網頁之程式設計，不當使用他人表徵，增進自身網站到訪率，違反處理原則第7點第2項第2款第3目規定甚為明確。

２、被告裁處原告2百萬元，是依公平交易法施行細則第36條規定，審酌一切情狀，並注意下列事項：一、原告明知生活網站並無販賣悅夢床墊，但原告利用網頁之程式設計，不當使用他人表徵，增進自身網站到訪率，此項違法行為之動機、目的在於讓其生活市集網站能於消費者搜尋悅夢床墊時優先出現於搜尋結果，但消費者無法在生活市集網站內購買悅夢床墊產品，卻因原告違法行為之誤導而有機會瀏覽生活市集

的床墊產品，原告因此可以合理期待獲得預期之不當利益。二、原告違法行為對交易秩序之危害程度，不僅對競爭對手形成不公平競爭，且妨礙包含電子商務市場在內之競爭秩序；由於消費者在搜尋引擎輸入悅夢床墊時本可預期優先找到有銷售悅夢床墊或提供悅夢床墊資訊之網站，而不是未銷售悅夢床墊又無悅夢床墊資訊的生活市集網站，卻因為原告的違法行為，令消費者誤認生活市集網站有銷售悅夢床墊或悅夢床墊相關資訊而點擊進入而提高生活市集網站到訪率，以致前述交易秩序遭到破壞。三、原告此項違法行為危害交易秩序之持續期間逾3年。四、原告因違法行為所得利益尚無法具體計算，但由於悅夢床墊產品價格介於20,000元至40,000元之間，國內床墊銷售數量最多的產品價格在15,000元以下，其次是15,000元至20,000元之間，故原告之違法行為可能使消費者在生活市集網站購買次一價格產品，在此範圍內可能導致消費者與檢舉人或有銷售悅夢床墊之其他網站達成交易之機會減少。五、事業之規模、經營狀況及其市場地位，原告109年度營業額約45億6,184萬7,000元（公開資訊觀測站精華版，原處分甲卷第32-33頁）、原告之市場地位為國內電子商務知名業者。六、原告以往並無此項違法類型。七、原告於違法後已有所改正，填具線上表單向Google申請移除搜尋結果之網頁，可維持6個月，原告將搜尋結果頁面列為黑名單，使Google無法顯示該搜尋結果，直到原告解除為止，原告就相關違法行為有配合調查等態度，原告有修正該搜尋結果標題及網頁摘要等文字內容之能力。被告復審酌Agoda Company Pte. Ltd.（下稱Agoda公司）使用競爭對手之事業名稱作為關鍵字廣告，違反公平交易法第25條規定，處罰鍰100萬元之案件（下稱Agoda案），Agoda公司109年度國內營業收入遠低於原告，違法行為持續時間與原告相當，且本件違法行為受影響之對象包含所有與「並未在生活市集網站販售之商品或品牌名稱」相關之事業，其數量達數十家甚至上百家，其中不乏國內外知名品牌，違法行為可責

性已明顯高於原告起訴狀所列被告歷年辦理之案件，經核被告予以處罰2百萬元應屬有據，並無違法。綜上，原處分認事用法並無違誤。

㈢、原告所辯均無可採

１、原告雖主張被告逕處鉅額罰鍰，卻未說明如何審酌具體個案之情狀與涵攝過程，違反行政行為明確性原則云云。惟查，

⑴、按行政程序法第96條第1項第2款所謂「事實、理由及其法令依據」，乃行政機關為處分時，斟酌全部陳述與調查事實及證據之結果，依論理及經驗法則判斷事實之真偽，作成決定-即「主旨」之所由依據；書面行政處分所記載之「事實、理由及其法令依據」，如已足使受處分之相對人瞭解該處分之決定（主旨）所由之原因事實及其依據之法令，且不影響處分之結果者，縱其事實與理由之記載稍欠完足，尚難謂為違反行政行為內容之明確性原則。又法律行為之內容雖不明確，得經由解釋排除者，則尚非足以影響其法律效力之不明確。

⑵、經查，原處分之主文、事實與理由欄已記載原告透過搜尋引擎優化技術，利用撰寫標題及網頁摘要等調整網站內容之方式，不當使用他事業之名稱、商標、其他營業表徵或相關資訊，提高生活市集網站在Google搜尋結果之排名，以增進其自身網站之到訪率，核屬顯失公平之行為，構成違反公平交易法第25條之意旨，並敘明經審酌原告違法行為之動機、目的、預期不當利益、對交易秩序之危害程度、持續期間、所得利益及事業規模、經營狀況、市場地位、以往違法情形、違法後悛悔實據及配合調查等情狀，而作成原處分。

⑶、次查，被告於111年8月5日（本院收文日）答辯狀已敘明：原告到會陳述表示，生活市集網站流量來自於Google之比例達56%，前述Google流量轉換為生活市集網站營業收入之比例達44%，顯示原告在網站流量與交易量具高度轉換相關性下，僅追求網站流量之成長，而放任其網頁內容錯誤之不當效果外部化，顯已影響電子商務市場之交易秩序。本案爭議

並非僅限於悅夢床墊單一個案，而是所有與「並未在生活市集網站販售之商品或品牌名稱」相關之事業，其數量眾多，乃反覆且持續發生之行為，致有影響「將來潛在多數受害人」之效果，應認合致「足以影響交易秩序之要件」。被告逐一審酌原告109年度營業額約45億6,184萬7千元、原告的市場地位是國內電子商務知名業者、行為目的是利用網頁之程式設計，不當使用他人商品資訊，增進自身網站之到訪率、違法行為持續時間逾3年、違法行為不僅對競爭對手形成不公平競爭，且妨礙電子商務市場之競爭秩序等對市場交易秩序危害程度；復審酌Agoda案與本件違法行為受影響對象與違法行為可責性等一切情狀，而裁處2百萬元罰鍰（本院卷一第205-218頁）。

⑷、綜上，原處分敘明原告的違法行為、違反法條以及2百萬元罰鍰之考量因素，足使原告瞭解原處分之決定（主旨）所由之原因事實及其依據之法令，且不影響原處分之結果，是依上述法條規定與實務見解，原處分並無違反行政行為明確性原則，至於被告於起訴後提出答辯狀，是對於原告之質疑所為之說明，不能因此推論原處分違反行政行為明確性原則，故原告上開主張並無可採。

２、原告雖主張原告之行為係公平交易法第21條要處理的範圍，不應適用公平交易法第25條，這涉及原告營運模式之改變云云。惟查，

⑴、公平交易法第21條第1項、第2項規定：「（第1項）事業不得在商品或廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於與商品相關而足以影響交易決定之事項，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。（第2項）前項所定與商品相關而足以影響交易決定之事項，包括商品之價格、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，及其他具有招徠效果之相關事項。」揆諸公平交易法第21條第1項之立法目的，係要求事業對其所銷售之商品或服務，於廣告及其他公眾可知

悉之方法中，應為真實之表示，以確保市場公平競爭之秩序及市場效能，不因不實宣傳內容而受損害，其所非難者，乃事業對其商品利用虛偽不實或引人錯誤之廣告及其他使公眾得知之方法，以爭取交易機會之不正競爭手段。準此，事業倘於商品或其廣告上，或以其他使公眾得知之方法，就商品之品質及內容等為虛偽不實或引人錯誤之表示者，即應認違反公平交易法第21條第1項規定。

⑵、又由於事業所為其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為態樣眾多，且依不同時期商業行為、科技進步等因素，無法一一詳列，故立法技術上以公平交易法第25條作為概括性規定，以免百密一疏，予不法者可乘之機會。又為了適用公平交易法第25條之具體化、明確化與類型化，被告以處理原則第7點第1項、第2項第2款第3目規定：「七、（判斷顯失公平之考慮事項）（第1項）本條所稱顯失公平，係指以顯然有失公平之方法從事競爭或營業交易者。（第2項）顯失公平之行為類型例示如下：……（二）榨取他人努力成果，如：……3.利用網頁之程式設計，不當使用他人表徵，增進自身網站到訪率。……」，即是為了處理網路交易市場所可能出現的足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為。

⑶、就本件原告之違法行為而言，由於生活市集網站並沒有銷售悅夢床墊之商品，原告也沒有宣稱其所銷售之悅夢床墊商品之價格、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，及其他具有招徠效果之相關事項，是原告之行為不會構成公平交易法第21條第1項所規定事業對於與商品相關而足以影響交易決定之事項，在商品或廣告上，或以其他使公眾得知之方法，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。但原告仍是利用優化網頁設計之方式，使得生活市集網站在搜尋結果排名往前，增加消費者之網站到訪率，藉機讓消費者瀏覽生活市集網站內所銷售的類似商品，進而成立交易，仍屬事業所為其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行

為，應以公平交易法第25條予以處罰。故原告主張本件應適用公平交易法第21條云云，應係出於誤解。

３、原告雖又主張2百萬元之罰鍰違反比例原則云云，惟查，

⑴、原告所舉訴外人酈泰國際實業股份有限公司使用競爭對手之事業名稱「悅夢」製刊關鍵字廣告，違反公平交易法第25條規定，處罰鍰10萬元部分，查該案受處分人之109年度國內營業收入、違法行為43天，且所影響者僅該案之檢舉人等情，經比較後與本件原告所涉情節相差甚大，無法以此證明原處分違反比例原則，故原告之比擬實無可採。

⑵、原告所舉訴外人中華電信股份有限公司使用競爭對手之事業名稱作為關鍵字廣告，違反公平交易法第25條規定，處罰鍰20萬元部分，查該案受處分人之109年度國內營業收入雖較本件原告為高，但其違法行為僅2天，且所影響者僅該案之檢舉人等情，經比較後與本件原告所涉情節相差甚大，無法以此證明原處分違反比例原則，故原告之比擬實無可採。

⑶、原告另主張被告誤認本件與Agoda案使用競爭對手之事業名稱作為關鍵字廣告為同一類型案件云云。經查被告並無誤認，由於被告所處理者為事業違法行為對國內市場競爭之影響，Agoda公司109年度國內營業收入遠低於原告、違法行為持續期間與本件相當，且本件原告之違法行為所影響之對象除悅夢床墊外，還包含所有與「並未在生活市集網站販售之商品或品牌名稱」相關之事業，其數量甚多，不乏知名品牌，不限於悅夢床墊而已，此由生活市集網站所販售產品種類包括居家生活雜貨、收納用品、家事清潔、餐廚用品、日用/護理/彩妝、雨具、寢具、傢俱、3C/車用周邊、家電/影音設備、食品、服飾配件、婦幼/親子、運動紓壓/旅遊、情趣用品及即享券等商品可知，亦即原告所設計的網頁程式優化效果，可能產生與本件「○○的熱銷搜尋結果｜生活市集」等使消費者誤認生活市集網站有銷售原告未在生活市集網站銷售商品之不實搜尋結果，至於Agoda公司之違法行為受影響之對象為單一事業，因此原告違法行為之可責性不至

於因未接獲涉及違法之反應而明顯低於Agoda公司，故原告以此推論本件原處分罰鍰違反比例原則云云，並無可採。

⑷、原告於被告作成原處分之前的調查階段，曾經提出原告公開資訊觀測站精華版資訊，內容包括107、108、109年度採IFRSs後財報資訊，可以看到各該年度簡明資產負債、簡明綜合損益表、簡明現金流量表等資訊，被告並以原告109年度營業額約45億6,184萬7,000元（公開資訊觀測站精華版，原處分甲卷第32-33頁），作為罰鍰2百萬元的審酌因素之一。再參考原告法務專員羅暐婷稱生活市集網站流量來自於Google之比例56%，貢獻營業收入比例為44%（原處分甲卷第58頁），直到被告進行調查之後，原告始採取向Google請移除搜尋結果網頁以及自行將搜尋結果頁面列為黑名單之措施（原處分甲卷第59頁），且原告於本院審理時仍不斷強調其營運模式會因為本件訴訟適用公平交易法第25條而受到改變（本院卷二第173頁），可知原告確實有重大誘因藉由搜尋引擎優化技術提升消費者到訪率以及可能成功的交易，並且維持數年之久並未取消，更能證明原告所設計的網頁程式優化效果，可能產生與本件「○○的熱銷搜尋結果｜生活市集」等使消費者誤認生活市集網站有銷售原告未在生活市集網站銷售商品之不實搜尋結果，並不限於檢舉人悅夢床墊之產品而已，且既然原告採取此種違法行為致生活市集網站流量來自於Google之比例56%，貢獻營業收入比例為44%，則被告依據原告於調查期間所提供之資料，於裁量罰鍰金額時，將原告109年度營業額約45億6,184萬7,000元的整體資料列入考慮因素之一，亦屬合理。因為此項109年度整體營業額數據足以涵蓋原告該年度違法行為所提升之網站到訪率及交易成功之效果，至於原告究竟因此獲得淨利之金額多少，則另外涉及與違法行為無關之定價策略、成本支出、經營效率等因素，在本件之脈絡之下，僅涉及原告榨取他人努力成果，利用網頁之程式設計，不當使用他人表徵，增進自身網

站到訪率，而不涉及原告之淨利數額，故於裁處罰鍰時並非考量之必要事項。

4、關於原告主張倘若只因Google搜尋結果呈現品牌商以外之第三方連結，且使用者因點選而直接與第三方賣家就該特定品牌產品成立交易，品牌商就可主張此為不當方式攔截人流，構成不公平競爭，則豈非等同禁止Google搜尋結果不能顯示關鍵字所表彰特定品牌商以外的第三人連結？故此一見解顯然荒謬，更不符合公平交易法所保障的效能競爭云云。惟查，原告已自承其採取搜尋引擎優化技術的目的在於使生活市集網站能呈現在消費者使用關鍵字所搜尋的結果，藉此增加消費者到訪率，縱使生活市集網站沒有銷售該項產品亦同，原告亦自承於技術上可以排除掉生活市集網站所未銷售之產品，由此可知，以悅夢床墊之產品而言，原告既然沒有在生活市集網站販賣悅夢床墊，就不應該使用搜尋引擎優化技術，讓消費者以悅夢床墊關鍵字搜尋時，提高生活市集網站被搜尋到的機率，實際上卻是提供不實的資訊，讓消費者誤以為生活市集網站有銷售悅夢床墊，而在瀏覽生活市集網站相關床墊產品時，有成立交易之機會。另一方面，有減少消費者接觸有銷售悅夢床墊產品之其他網站的可能性，確實屬於事業所為其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為。故原告上述主張顯然刻意隱藏其欺罔顯失公平之行為本質，曲解原處分之規範意義，進而單方面指摘原處分所無之意旨與邏輯，是原告上開主張實無可採。

5、關於原告主張Google如何搜尋、呈現與排列其搜尋結果頁面都非原告所能知悉或掌控，原處分因Google自身搜尋結果而裁罰原告，無異是要求原告須對其他第三人之行為負責，違反行政罰法的行為人責任云云。惟查，搜尋引擎的目的是產生與關鍵字相關的網頁，並且從相關度最高依序顯示，因此，未銷售悅夢床墊的生活市集網站理論上不應排列在前，原告亦知悉此邏輯，於是透過搜尋引擎優化技術，讓未銷售悅夢床墊的生活市集網站的網頁資訊含有悅夢床墊之關鍵

字，而得以較高相關度呈現在悅夢床墊關鍵字的搜尋結果，這是原告利用搜尋引擎優化技術所致，也是原告所知悉或掌控，在這個脈絡之下，搜尋引擎只是原告所利用的「第三人之行為」，絕非原告所稱原告須對第三人之行為負責，是原告上開主張仍無可採。

6、關於原告主張生活市集網站結果頁面及網頁摘要內容，不但無欺罔或顯失公平情形，且反而有利使用者取得更充分資訊、降低搜尋成本云云。查，原告明知生活市集網站並無銷售悅夢床墊，卻利用搜尋引擎優化技術使其網頁含有悅夢床墊之關鍵字，進而容易被搜尋引擎判斷為相關度高而呈現於搜尋結果，提高網站到訪率，實際上卻讓消費者無法在生活市集網站找到悅夢床墊的產品，使得想要瀏覽悅夢床墊資訊或購買的消費者無法獲得相關資訊，而必須另行點選其他網頁，增加搜尋成本，這個結果為何會是原告所稱「能讓使用者取得更充分資訊、降低搜尋成本」?原告上開主張與事實明顯不符，難以採信。

7、關於原告主張被告有購買關鍵字，所以不受原告行為之影響，本件僅為涉及關鍵字悅夢床墊的單一個案，由Google自行分析頁面統計資料可知，檢舉人根本並無因生活市集網站結果頁面而使其官方網站流量有受到影響，被告恣意認定原告頁面會攔截其他事業網站之流量，影響交易秩序，原處分應屬違法云云。惟查，原處分的理由是認為原告的違法行為「會攔截該資訊所涉及事業網站之流量，妨礙有提供該等商品販售所在之任何相關網站之交易機會，構成顯失公平行為」（本院卷一第50頁）、「被檢舉人前揭網頁設計效果，可造成搜尋引擎呈現錯誤資訊之可能，惟被檢舉人無意採取確保產製網頁標題或內容真實、完整且無誤導性之措施，任其錯誤結果處於隨時可能發生之狀態，僅在意該等結果可增益網站到訪量所帶來之潛在交易機會，不僅使消費者因為前述錯誤結果造成無謂之時間浪費，亦對其他真正販售該等商品之經營者或其他相類綜合性購物網站，形成以顯失公平的

方法爭取交易機會之不公平競爭。」（本院卷一第51-52頁），可知原處分是認定原告的違法行為會攔截其他有銷售悅夢床墊事業之網站流量，但並沒有進一步認定檢舉人官方網站流量是因原告之違法行為而降低，是原告有曲解原處分之情形。而且原告自承其搜尋引擎優化技術之關鍵字可以任何關鍵字予以替代，故受影響者確實並非侷限於檢舉人單一個案，況且原告行為所影響者包括其他真正販售該等商品之經營者或其他相類購物網站，並非原告所稱僅限於檢舉人，故原告上開主張實屬誤解原處分之意旨，仍無可採。

五、從而，原處分認定原告之行為屬於榨取他人努力成果，利用網頁之程式設計，不當使用他人表徵，增進自身網站到訪率，違反公平交易法第25條之規定，命原告自原處分送達之次日起立即停止前述違法行為，並處原告2百萬元罰鍰，並無違法。原告訴請撤銷，經核均為無理由，應予駁回。

六、又本件事證已明，兩造其餘主張或答辯，已不影響本件裁判結果，爰毋庸一一論列，併此敘明。原告於本件112年3月30日言詞辯論期日終結後，另於112年4月10日以行政陳報狀㈠提出原告111年及110年個體綜合損益表、原告109年及110年個體綜合損益表各2頁，陳稱原告110、111年會計年度之淨損分別為3,065萬9千元、1億1千9百萬元。109年會計年度具盈餘表徵之淨利亦僅1億2,353萬元，被告於111年4月21日所裁處2百萬元已占原告前年獲利年度之16.19%，足影響原告事業存續之虞，行政機關行為應合於比例原則，原處分未具體闡明核算引用之依據、計算公式等違反明確性原則（本院卷二第191-196頁）。查，原告並未釋明上開資料有何種不能於被告作成原處分之前或本院言詞辯論期日終結前提出之事由。次查，原處分符合比例原則、明確性原則，被告於本院審理期間已具體敘明其考量罰鍰金額之依據為原告109年度營業額約45億6,184萬7,000元，本院審認被告之裁量合法，且並不需要考量例如原告之淨利等數據，已如前述，併予敘明。

七、據上論結，本件原告之訴為無理由，依行政訴訟法第98條第1項前段，判決如主文。

中　　華　　民　　國　　112　　年　　4　　月　　20　　日

臺北高等行政法院第六庭

審判長法　官　許麗華

法　官　郭淑珍

法　官　郭銘禮

一、上為正本係照原本作成。

二、如不服本判決，應於送達後20日內，向本院提出上訴狀並表明上訴理由，如於本判決宣示後送達前提起上訴者，應於判決送達後20日內補提上訴理由書。（須按他造人數附繕本）

三、上訴時應委任律師為訴訟代理人，並提出委任書。（行政訴訟法第241條之1第1項前段）

四、但符合下列情形者，得例外不委任律師為訴訟代理人。（同條第1項但書、第2項）

得不委任律師為訴訟代理人之情形	所　需　要　件
㈠符合右列情形之一者，得不委任律師為訴訟代理人	1. 上訴人或其法定代理人具備律師資格或為教育部審定合格之大學或獨立學院公法學教授、副教授者。 2. 稅務行政事件，上訴人或其法定代理人具備會計師資格者。 3. 專利行政事件，上訴人或其法定代理人具備專利師資格或依法得為專利代理人者。
㈡非律師具有右列情形之一，經最高行政法院認為適當者，亦得為上訴審訴訟代理人	1. 上訴人之配偶、四親等內之血親、二親等內之姻親具備律師資格者。 2. 稅務行政事件，具備會計師資格者。

	3. 專利行政事件，具備專利師資格或依法得為專利代理人者。 4. 上訴人為公法人、中央或地方機關、公法上之非法人團體時，其所屬專任人員辦理法制、法務、訴願業務或與訴訟事件相關業務者。
是否符合㈠、㈡之情形，而得為強制律師代理之例外，上訴人應於提起上訴或委任時釋明之，並提出㈡所示關係之釋明文書影本及委任書。	

中　　華　　民　　國　　112　　年　　4　　月　　20　　日

書記官　林淑盈