

臺灣臺北地方法院行政訴訟判決

110年度簡字第243號

111年2月15日辯論終結

原告 錡崴股份有限公司

代表人 朱琬琪

訴訟代理人 蔡采薇律師

輔助參加人 東森得易購股份有限公司

代表人 王令麟

訴訟代理人 李康道

王家章

被告 公平交易委員會

代表人 李嫻

訴訟代理人 黃麗明

萬家宇

上列當事人間因公平交易法事件，原告不服被告中華民國110年9月8日公處字第110061號處分，提起行政訴訟，本院判決如下：

主 文

一、原告之訴駁回。

二、訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

一、爭訟概要：

原告於民國109年5月7日至同年9月14日（下稱系爭期間），在參加人經營之網路平台（即東森購物網站）銷售「【Whirlpool惠而浦】16公斤快烘瓦斯型滾筒乾衣機8TWGD5620HW」商品（下稱系爭商品），於網頁廣告宣稱獲有「節能標章」，惟於經濟部能源局節能標章全球資訊網，並無查得系爭商品獲有我國「節能標章」之認證。嗣被告認原告就足以影響交易決定之商品品質為虛偽不實及引人錯誤之表示，違

01 反公平交易法第21條第1項規定（下稱系爭規定），依同法
02 第42條前段規定，以110年9月8日公處字第110061號處分書
03 （下稱原處分），裁處原告罰鍰新臺幣（下同）10萬元，並
04 於110年9月10日送達原告。原告不服，於110年9月24日提起
05 行政訴訟。

06 二、原告起訴主張及聲明：

07 (一)主張要旨：

08 1.系爭商品有取得美國能源之星認證（Energy Star Certifie
09 d）。蓋美國能源之星計畫係由美國環保署於西元1922年所
10 啟動，目的是降低能源消耗及減少發電廠所排放的溫室效應
11 氣體，是美國甚至全世界中最為人所熟悉的節能標章之一。
12 貼有能源之星標誌的產品，最能代表市場中最具能源效益產
13 品之一，美國聯邦政府機關的採購必須選用符合能源之星所
14 指定的產品。依經濟部能源局節能標章全球資訊網網站所
15 示，於介紹各國節能標章時，亦將美國能源之星置於首位，
16 並介紹「貼有此（美國能源之星）標章之產品，是具有高能
17 源效率之產品」。從上可知，美國能源之星的標章確實為節
18 能標章之一種。是故原告在東森購物網站刊載系爭商品時，
19 在「標章認證」欄除勾選「美國能源之星認證」外，尚一併
20 勾選「節能標章」，此係因原告認為系爭商品既已獲得美國
21 能源之星標章，該標章既為節能標章之一種，故一併勾選
22 之。

23 2.美國能源之星標章實為節能標章之一種已如上所述，原告在
24 刊載系爭商品時，因系爭商品確有「美國能源之星認證」而
25 勾選「節能標章」，並未逾越一般人對該「節能標章」所認
26 知之合理解釋，此觀經濟部能源局節能標章全球資訊網網站
27 亦將「美國能源之星」列為節能標章之一種，即可明證。甚
28 且「美國能源之星」較經濟部能源局所頒發之節能標章更為
29 世界上各國民眾所接受，又本件並無相關法令或契約明令
30 「節能標章」應以經濟部能源局所頒發者為限，原告絕無任
31 何虛偽不實或引人錯誤之表示。承上所述，原告係因本廣告

01 商品確有獲得美國能源之星的認證，方勾選「節能標章」，
02 並非意圖以不正當手段在市場上爭取交易機會，無任何虛偽
03 不實或引人錯誤之故意或過失，自難謂原告應擔負本件行政
04 處罰責任。又因原告從頭到尾沒有標示經濟部能源局能源標
05 章，亦未放上能源標章的圖示，且系爭商品有取得美國能源
06 之星的認證，而美國能源之星是一個世界知名的能源認證，
07 系爭商品確實是有節能功效，並不會讓消費者產生混淆。

08 3.原告經銷歐美品牌小家電十多年，向來以歐盟品牌為主，如
09 瑞典Electrolux 伊萊克斯、BOSCH博世等，106年第4季起才
10 開始先於實體通路銷售部分美國Whirlpool惠而浦品牌的家
11 電，109年5月起方於東森購物網站銷售系爭商品，亦即初次
12 在網路上販售具有美國能源之星認證的商品。惟原告確實從
13 未向我國經濟部能源局申請過節能標章，顯非明知系爭商品
14 非經濟部能源局節能標章獲證產品卻冒用節能標章圖示與文
15 字，亦非明知獲證產品已逾期卻仍執意於廣告文宣、網頁宣
16 稱節能標章產品等情事，難認原告有任何虛偽不實或引人錯
17 誤之故意或過失，原告自不應擔負本件行政處罰責任。

18 4.退萬步言，縱認原告確有誤植、冒用節能標章之情（此係假
19 設語氣非自認！），參酌「110年度節能標章產品能源效率
20 抽測暨標示檢查作業說明」（委辦單位：經濟部能源局；執
21 行單位：工業技術研究院），亦會先行通知改善，使其自行
22 下架或塗銷標示，僅於廠商不配合立即改善或蓄意重複違規
23 時，方呈送能源局做後續處理。原告確無虛偽不實或引人錯
24 誤之故意或過失已如上所述，況且「節能標章」字眼僅占系
25 爭商品廣告6頁之其中一小行，原告事後並旋即將系爭商品
26 廣告全部移除，被告竟率爾懲處原告高額罰鍰，顯已違反比
27 例原則與最後手段性之要求，原告實難甘服。

28 5.系爭產品是瓦斯型，而目前我國能源標章認證沒有瓦斯型，
29 對於市場來說，瓦斯型還是一個新市場，它的產品量還沒有
30 那麼多到要去設一個標準來做認證，但系爭產品在美國相對
31 較成熟，所以有檢驗標準存在，美國能源之星才有辦法檢

01 驗、核可它是有節能效果的產品。

02 (二)聲明：原處分關於原告於東森購物網站銷售系爭商品宣稱
03 「節能標章」，就足以影響交易決定之商品品質虛偽不實及
04 引人錯誤之表示，違反系爭規定，處原告10萬元罰鍰部分撤
05 銷。

06 三、被告答辯及聲明：

07 (一)答辯要旨：

- 08 1.原告於系爭期間在東森購物網站刊載系爭商品廣告，宣稱獲
09 有「節能標章」，予人印象為系爭商品於刊登當時獲有節能
10 標章認證，其較其他未獲節能標章之相仿規格乾衣機具有較
11 少能源消耗之功效，惟據經濟部能源局表示，系爭商品並無
12 「節能標章」之申請獲證紀錄，原告亦自承系爭商品廣告宣
13 稱「節能標章」係行政人員誤植所致，故系爭商品並無獲有
14 「節能標章」認證。又「節能標章」屬於就系爭商品特性、
15 品質之保證，對欲節省能源、減少電費支出之消費者具有招
16 徠效果，足以影響具有普通知識經驗之消費者作成交易決
17 定。故原告於廣告中宣稱獲有「節能標章」此一認證標章，
18 與事實不符且足以引起具有普通知識經驗之消費者對系爭商
19 品之品質產生錯誤之認知或決定，已違反系爭規定。
- 20 2.復據經濟部能源局表示，「節能標章」係該局為推動節約能
21 源，引導消費者選購及鼓勵廠商研發生產高效率產品所推行
22 之制度。取得「節能標章」認證產品，代表該產品之能源效
23 率約為市場前20%至30%之高能源效率產品，其審核效率條
24 件及基準與美國能源之星均有不同，故系爭商品獲有我國
25 「節能標章」認證與獲得「美國能源之星認證」分屬二事；
26 另查原告刊載系爭商品購物網站提供勾選資料，已分別載明
27 「節能標章」及「美國能源之星認證」，足見前揭2種節能
28 之認證係屬不同，故原告辯稱系爭商品係因獲得「美國能源
29 之星認證」而勾選「節能標章」，並未逾越一般大眾對「節
30 能標章」所認知之合理解釋云云，顯不可採。
- 31 3.原告提供之商品品質有無國家認證，乃消費者從事交易與否

之重要判斷依據，故原告宣稱系爭商品係獲有「節能標章」，作為招徠交易機會之手段時，自應負行政法上注意義務，確保其廣告資訊之真實性，避免使消費者對商品品質產生錯誤之認知或決定之虞，應就系爭商品廣告內容負審查責任。又依據原告與參加人簽署之「商品寄售契約書」第9條第1項及第6項，系爭商品廣告係由原告自行製作上傳於東森購物網站，並就廣告內容負有檢視、審查之義務。因此，以原告身為企業經營者之角度出發，其有相當資源可查證其自製廣告內容之真實性，主觀上得以認識且避免錯誤發生，但原告卻捨此不為，而自承於東森購物網站編輯系爭商品資料時，誤勾選「節能標章」欄位，顯未善盡查證義務，依客觀上得對守法、有理解力且謹慎之企業經營者觀點，欠缺其注意義務甚明，縱非故意，亦可認有過失，主觀上具有可非難性及可歸責性，應負本件行政處罰責任。

- 4.有關原告主張其並無虛偽不實或引人錯誤之表示一節，系爭規定案件所訂之處理原則第7點第6款規定所稱「多重合理的解釋」係指一般大眾對「表示或表徵」所表彰之客觀文義之解讀，而非事業本身就「表示或表徵」內部主觀之闡釋或認知。故系爭規定之表示或表徵是否虛偽不實或引人錯誤，以該表示或表徵與實際狀況之差異程度，是否足以影響具有普通知識經驗之相關交易相對人為合理判斷並作成交易決定為已足。「節能標章」屬於就商品特性、品質之保證，對欲節省能源、減少電費支出之消費者具有招徠效果，足以影響具有普通知識經驗之消費者作成交易決定。而原告於廣告中宣稱獲有「節能標章」此一認證標章，與事實不符且足以引起具有普通知識經驗之消費者對原告銷售之系爭商品品質產生錯誤之認知或決定，自己違反系爭規定。依經濟部能源局110年12月8日能技字第11000718990號函說明五及附件3，美國「能源之星」獲證標準同時適用於電力型及瓦斯型乾衣機，能源效率基準僅須符合美國環保署所訂之「ENERGY STAR Program Requirements Product Specification for Clothes

Dryers」(系爭商品為瓦斯型乾衣機，其Product Type屬Vented Gas，其能源效率基準為Base CEF應大於3.48lbs/kWh，約1.58kg/kWh)，而我國乾衣機申請「節能標章」認證，僅適用於電力型乾衣機，且應符合該局102年11月20日修訂生效之「乾衣機節能標章能源效率基準與標示方法」(其能源效率基準為能源因數應大於1.71kg/kWh)，兩者對乾衣機所審查之審核效率條件及基準迥然不同。

5.有關原告主張其主觀上不具可非難性及可歸責性一節，被告曾就原告違反系爭規定案件予以警示：「……為避免爾後觸法，貴公司(即原告)日後刊登廣告，應善盡廣告主之查證義務，確保廣告內容與事實相符。」本案原告明知其身為廣告主，就廣告內容中宣稱商品品質獲有國家認證一事應負有查證義務，竟未善盡廣告主之權責，實難謂無過失。

6.有關原告辯稱原處分處以高額罰鍰，顯已違反比例原則與最後手段性之要求一節，被告依公平交易法施行細則第36條各款情狀，審酌原告為違法行為危害交易秩序之持續期間109年5月7日至109年9月14日、違法行為期間銷售系爭商品3臺、為實收資本額1,000萬元之事業、109年度營業額為8,800萬餘元、被告曾就原告違反系爭規定案件予以警示等因素，決定裁處原告10萬元罰鍰，符合比例原則，亦無濫用裁量之情事，核屬適法有據。

(二)聲明：原告之訴駁回。

四、本院之判斷：

(一)如爭訟概要欄所載之事實，除後述之爭點外，其餘為兩造所不爭執，並有系爭商品網頁資料(見原處分卷第1至6頁)、原處分(見本院卷第23至27頁)及送達證書(見本院卷第91頁)在卷可稽，堪以認定。

(二)按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；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

01 方法、製造日期、有效期限、使用方法、用途、原產地、製
02 造者、製造地、加工者、加工地，及其他具有招徠效果之相
03 關事項；主管機關對於違反第21條、第23條至第25條規定之
04 事業，得限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並
05 得處5萬元以上2千5百萬元以下罰鍰，公平交易法第21條第1
06 項、第2項、第42條前段分別定有明文。次按被告為確保事
07 業公平競爭，保障消費者權益，有效執行系爭規定，而訂定
08 之不實廣告案件處理原則，其第5點規定：「本法第21條所
09 稱虛偽不實，係指表示或表徵與事實不符，其差異難為一般
10 或相關大眾所接受，而有引起錯誤之認知或決定之虞者。」
11 第6點規定：「本法第21條所稱引人錯誤，係指表示或表徵
12 不論是否與事實相符，而有引起一般或相關大眾錯誤之認知
13 或決定之虞者。」上開處理原則之規定，乃被告於法定權限
14 範圍內，就事業於商品（服務）或其廣告上，或以其他使公
15 眾得知之方法，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵等事
16 項，本於職權所為統一解釋法令之解釋性行政規則，核無逾
17 越公平法維護交易秩序與消費者利益，確保自由與公平競爭
18 等規範意旨，亦未增加法律所無之限制或負擔，被告引為執
19 法之依據，本院予以尊重。

20 (三)經查，原告於系爭期間在參加人經營之東森購物網站銷售系
21 爭商品，於網頁廣告宣稱獲有「節能標章」乙節，業如前所
22 認定，又於經濟部能源局節能標章全球資訊網，並無查得系
23 爭商品獲有我國「節能標章」之認證等情，為兩造所不爭執
24 （見本院卷第256頁），應認屬實。另參酌原告與參加人簽
25 訂之商品寄售契約書（見原處分卷第24至37頁）第4條第2項
26 第1款約定：「甲方（即原告）除應依約定使用『線上交易
27 系統』外，另應使用乙方（即參加人）建置之『ETmall商品
28 管理系統』，以刊登、上傳『標的商品』資訊（包括但不限
29 於東森價、圖檔、商品介紹、注意事項、規格、廣告文案
30 等，下同）公開傳輸於乙方所屬『東森購物網』（www.ETma
31 ll.com.tw』（嗣後更名者，亦同）平台供消費者瀏覽」、

第9條第6項約定：「甲方（即原告）就『標的商品』廣告內容有檢視、審查之義務，若甲方認為該標的商品廣告之內容有應修正之處，應隨時以書面通知乙方（即參加人）修正」，以及原告平台銷售業務陳嘉琳於110年3月10日接受被告詢問時陳稱：案關廣告係原告自行製作並上傳刊載於東森購物網站，案關廣告規格表中之資料須利用東森購物網站系統輸入，該系統「標章認證」欄位計有多項認證提供勾選，因為系爭商品獲有美國能源之星節能標章，故於輸入資料時，誤勾選到「節能標章」及「金級省水標章」，亦即，系爭產品廣告於規格頁面標章認證載有「節能標章」及「金級省水標章」係因誤植所致等語，有陳述紀錄附卷可佐（見原處分卷第58至59頁），可徵系爭產品在東森購物網站所刊登之網頁廣告，係由原告所製作並上傳。又系爭商品為滾筒乾衣機，前揭網頁廣告上刊登具有「節能標章」認證，易使一般消費大眾誤認系爭商品已取得我國「節能標章」認證，而我國「節能標章」認證對於一般消費大眾是否選購系爭商品之交易決定，復有重大影響，是系爭商品廣告表示之內容與一般消費大眾之認知有相當大之差距，其差距已逾越一般消費大眾所能接受之程度，且足以引起一般消費大眾錯誤之認知或決定，原告就系爭商品為虛偽不實及引人錯誤之表示，已違反系爭規定至灼。原告身為廣告主，並以銷售系爭商品營利，自應善盡查核系爭商品廣告是否有虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵之責，原告前揭自承輸入資料時誤勾選到「節能標章」及「金級省水標章」等語，足認原告違反系爭規定，縱非出於故意，亦難卸免過失之責。是被告認原告違反系爭規定，洵屬有據。

(四)原告主張系爭商品既已獲得美國能源之星標章，該標章既為節能標章之一種，且並無相關法令或契約明令「節能標章」應以經濟部能源局所頒發者為限，絕無任何虛偽不實或引人錯誤之表示云云。惟查，系爭商品為瓦斯型乾衣機，現行節能標章僅適用電力型乾衣機，其能效基準須符合102年11月2

01 0日修訂生效之「乾衣機節能標章能源效率基準與標示方
02 法」，美國能源之星獲證標準則同時適用電力型及瓦斯型乾
03 衣機，且能源基準須符合106年5月5日修訂生效之「ENERGY
04 STAR Program Requirments Product Specification for C
05 lothes Dryers」，另我國節能標章僅訂定單一能源效率基
06 準，美國能源之星則依5大類乾衣機形式分別訂定能源效率
07 基準等情，有經濟部能源局110年12月8日能技字第11000718
08 990號函（見本院卷第133至134頁）附卷可參，可知我國能
09 源標章與美國能源之星標章認證標準截然不同，而系爭商品
10 屬於瓦斯型乾衣機，縱使獲得美國能源之星認證，然我國節
11 能標章關於乾衣機部分目前僅適用於電力型乾衣機，系爭商
12 品仍無法取得我國節能標章。又原告在東森購物網站販售系
13 爭商品之對象係我國一般消費大眾，系爭商品廣告上所標示
14 「節能標章」文字，對於我國一般消費大眾之認知而言，當
15 屬通過我國「節能標章」之認證，倘如原告所述，任何商品
16 通過其他國家節能標章認證，均得在我國販售時於廣告中標
17 示「節能標章」文字，如此將使一般消費大眾將無所適從，
18 並導致交易秩序混亂。再者，原告既以販售系爭商品為業，
19 本應瞭解各國節能標章認證標準並非相同，其於東森購物網
20 站上誤植系爭商品取得「節能標章」認證，事後欲將我國
21 「節能標章」與其他國家節能標章混為一談，顯見其為卸責
22 之詞，自難採信。

23 (五)原告另主張其非明知系爭商品非經濟部能源局節能標章獲證
24 產品卻冒用節能標章圖示與文字，亦非明知獲證產品已逾期
25 卻仍執意於廣告文宣、網頁宣稱節能標章產品等情事，難認
26 其有任何虛偽不實或引人錯誤之故意或過失云云。惟我國
27 「節能標章」與美國能源之星標章認證標準並非相同，業如
28 前述，原告以販售系爭商品為業，自應知悉上開情事。又參
29 加人提供原告上傳系爭商品廣告資料系統頁面中，於「標章
30 認證」欄位分別提供「節能標章」及「美國能源之星認證」
31 等選項，有東森購物網站B2B系統網頁資料在卷可參（見原

處分卷第64頁），可見上開系統已將「節能標章」及「美國能源之星認證」明顯區分為不同項目，原告在勾選「標章認證」欄位時，自應逐一確認是否獲得標章認證。然原告明知系爭商品並未取得我國節能標章認證，卻逕於系爭商品廣告網頁中為此標示，易使一般消費大眾誤認系爭商品已取得我國節能標章認證之情，自難諉為不知，卻猶仍使用系爭商品廣告以招徠不特定大眾，足認原告違反系爭規定，縱非出於故意，亦難卸免過失之責。是原告前揭主張，亦難採信。

(六)至原告主張被告未先行通知改善，使其自行下架或塗銷標示，且「節能標章」字眼僅占系爭商品廣告其中一小行，原告事後並旋即將系爭廣告全部移除，被告竟率爾懲處原告高額罰鍰，顯已違反比例原則與最後手段性之要求云云。惟依公平交易法第42條前段規定，被告對於違反公平交易法規定之事業，並無必先予行政指導或命其停止、改正後，始得裁處罰鍰之規定，況原告前於107年間遭檢舉於Yahoo!奇摩超級商城網站銷售Whirlpool惠而浦25公升節能除濕機WDEE50W商品廣告涉有違反系爭規定，被告考量該商品廣告影響交易秩序、公共利益輕微而不予處分等情，有被告108年1月15日公競字第1081460028號函（見本院卷第226頁）在卷可按，本件原告再次違反系爭規定，被告依法裁處，於法並無違誤。又公平交易法施行細則第36條規定，係被告行使裁處公平交易法罰鍰之裁量標準，本件被告審酌原告違法行為危害交易秩序之持續期間為109年5月7日至109年9月14日、違法行為期間銷售系爭商品3臺（見原處分卷第58頁）、為實收資本額1,000萬元之事業（見本院卷第248頁）、被告曾就原告違反系爭規定案件予以警示等因素，決定裁處原告罰鍰10萬元，核與上開公平交易法施行細則第36條所示各項裁量標準，均無不合，亦無裁量悖離法律授權目的或一般法律原則，抑或裁量濫用等情事，自屬適法。

(七)本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法及訴訟資料經本院斟酌後，認與本判決結果不生影響，爰不逐一論述，附此

敘明。

五、結論：

原處分認事用法並無違誤，原告訴請撤銷原處分關於原告於東森購物網站銷售系爭商品宣稱「節能標章」，就足以影響交易決定之商品品質虛偽不實及引人錯誤之表示，違反系爭規定，處原告10萬元罰鍰部分，為無理由，應予駁回。另第一審訴訟費用應由敗訴之原告負擔，爰宣示如主文第2項所示。

中 華 民 國 111 年 2 月 24 日
行政訴訟庭 法 官 邱士賓

上為正本係照原本作成。

如不服本判決，應於判決送達後20日內，向本院提出上訴狀(含上訴理由，應表明原裁判所違背之法令及其具體內容，或依訴訟資料可認為原裁判有違背法令之具體事實)，並繳納上訴裁判費3,000元；其未表明上訴理由者，應於提出上訴後20日內向本院補提理由書，逾期未提出者，毋庸命補正，即得逕以裁定駁回之。

中 華 民 國 111 年 2 月 24 日
書記官 李 欣