

臺灣臺北地方法院行政訴訟判決

111年度簡字第162號

111年11月23日辯論終結

原告 麋困生活國際有限公司

代表人 張宏嘉

被告 公平交易委員會

代表人 李 鎡

訴訟代理人 李婉君

兼

代收人 林 立

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6月16日公處字第111042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、程序部分：

原告不服被告民國111年6月16日公處字第111042號處分書（下稱原處分）所裁罰新臺幣（下同）5萬元罰鍰而涉訟，是本件爭訟之罰鍰數額既在40萬元以下，屬行政訴訟法第229條第2項第2款規定之簡易行政訴訟事件，應適用簡易訴訟程序，以地方法院行政訴訟庭為第一審管轄法院。

二、爭訟概要：

原告於108年6月至111年3月期間在Yahoo拍賣網站（下稱拍賣網）銷售SONY SRS-XB12藍芽喇叭（下稱系爭商品），並宣稱該系爭商品具有可攜式NFC（即近距離無線通訊，下稱NFC）防水防塵功能（下稱系爭廣告），惟系爭商品並不具有NFC功能，經被告審認系爭廣告有虛偽不實及引人錯誤之違章行為，違反公平交易法（下稱公平法）第21條第1項規定，乃以原處

01 分裁處原告5萬元罰鍰。原告不服原處分，於111年8月15日
02 向本院提起行政訴訟。

03 三、原告起訴主張及聲明：

04 (一)主張要旨：

05 原告在拍賣網銷售系爭商品係由工讀生上架，由於SONY SRS
06 系列型號眾多，諸如：XB-12、XB-22等，SRS XB-22係附有N
07 FC功能藍芽喇叭，因工讀生對商品不熟悉，將SRS XB-22內
08 容直接更改為SRS XB-12，以求快速上架，惟其並不了解上
09 開二型號商品間之差異性，此乃工讀生無意之舉，並非原告
10 為吸引消費者所為。又原告並未透過拍賣網銷售任何1台系
11 爭商品，並未違反公平法第21條第1項規定，亦無違章之動
12 機、目的。況系爭廣告上架期間未有消費者瀏覽點擊，原告
13 亦未因此獲有不當利益。

14 (二)聲明：原處分撤銷。

15 四、被告答辯及聲明：

16 (一)答辯要旨：

- 17 1. 原告於上開時間在拍賣網銷售系爭商品，宣稱係可攜式NFC
18 防水防塵藍芽喇叭，予人印象為系爭商品具有NFC功能，惟
19 系爭商品不具備該種功能，足以引起一般大眾對系爭商品之
20 內容產生錯誤認知或決定，核有虛偽不實及引人錯誤之情
21 事，已違反公平法第21條第1項規定。
- 22 2. 原告主張其於拍賣網刊登銷售廣告期間，沒有消費者瀏覽點
23 擊，亦未有銷售過系爭商品，並未因此獲得不當利益等語，
24 並提出網站截圖為證。然該截圖僅能顯現過去30天瀏覽次
25 數，而原告刊登廣告期間為2年9月(108年6月間至111年3
26 月)，且據原告代表人於接受本會調查時陳述：原告於2019
27 年6、7月將系爭商品網頁刊載於拍賣網，直到本次收到被告
28 調查書函，才將系爭商品網頁下架，刊載期間共銷售系爭商
29 品2件等語，原告主張是否屬實已非無疑。況原告製作並刊
30 登廣告，因而受有招徠交易機會之利益，自應就廣告內容為
31 真實表示，詎料原告於拍賣網刊登銷售系爭商品廣告期間，

對外宣稱係可攜式NFC防水防塵藍芽喇叭，予人印象為系爭商品具有NFC近距離通訊功能，藉以招徠交易機會，惟系爭商品不具備該種功能，已違反公平法第21條第1項規定，故原告上開主張應不可採。

3. 有關原告主張因工讀生未瞭解商品間差異，將系爭商品誤植SRS XB-22品名乙節。廣告內容如有足以引起一般或相關大眾錯誤認知或決定之客觀事實即為已足，尚不以行為人須有主觀之「故意」為要件。SRS XB-22與系爭商品的外型差異甚大，且原告代表人於被告調查時陳稱：原告在拍賣網銷售商品，銷售商品品項、商品網頁內容均由原告自行決定，針對系爭商品網頁，原告是將系爭商品型號告知工讀生後，由工讀生上網搜尋SONY授權商品之相關網頁，進行複製、編輯而成，其後原告也會檢視工讀生所編輯之商品網頁等語，則系爭商品內容錯誤是否係因工讀生誤植，已非無疑。退步言之，縱認系爭商品錯誤係工讀生誤植所致，惟原告使用工讀生在拍賣網刊載及銷售系爭商品，工讀生係居於原告使用人之地位所為，參照行政罰法第7條第2項規定，原告即應負擔工讀生行為所生之不利益，並應與工讀生負擔同一故意或過失之責任，又原告銷售系爭商品，對系爭商品或廣告之標示是否正確，即負有確保、檢查及監督等之注意義務，而原告有能力盡其確保及防止錯誤等之注意義務，卻未加以注意，亦有過失存在，自不得以工讀生誤植為由推卸其責。

(二)聲明：駁回原告之訴。

五、爭點：

原告對於其工讀生所為誤刊系爭廣告之行為，應否擔負違反行政法上義務之責任？

六、本院之判斷：

(一)應適用之法令：公平交易法第21條（附錄）。

(二)原告對於其工讀生所為誤刊系爭廣告之行為，仍應擔負違反行政法上義務之責任：

1. 按「公平交易委員會對於公平交易法第二十一條案件之處理

原則」(下稱處理原則)第1點規定：「公平交易委員會為確保事業公平競爭，保障消費者權益，有效執行公平交易法第二十一條，禁止事業於商品(服務)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，特訂定本處理原則。」、第5點規定：「本法第21條所稱虛偽不實，指表示或表徵與事實不符，其差異難為一般或相關大眾所接受，而有引起錯誤之認知或決定之虞者。」、第6點規定：「本法第21條所稱引人錯誤，指表示或表徵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或決定之虞者。」、第7點第7款規定：「判斷虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵應考量因素如下：(七)表示或表徵與實際狀況之差異程度。」，處理原則係公平法之主管機關即被告，於法定權限範圍內，就事業於商品或廣告上為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵等事項，本於職權所為細節性、技術性及解釋性之統一行政規則，為法律所必要之補充，並未逾越公平法第21條所規定為維護交易秩序與消費者利益，確保公平競爭等規範意旨，亦未增加法律所無之限制或負擔，核與公平法之立法意旨無違，自得予以適用。

2. 查原告自108年6月至111年3月期間在拍賣網銷售系爭商品，由其工讀生刊登系爭廣告，該廣告宣稱系爭商品係可攜式NFC防水防塵藍芽喇叭，惟SONY公司就系爭商品之使用商品說明資料並無表示具有NFC功能等情，為原告所不爭執(見本院卷第58頁)，並有系爭廣告網頁(見原處分卷第5至9頁)、原告負責人陳述紀錄(見原處分卷第12至13頁)、台灣索尼股份有限公司111年4月20日LEGAL字第1110420001號函暨系爭商品上市新聞稿、官網頁面、全系列商品型錄(見原處分卷第26頁、第27至30頁、第31至34頁、第35頁)及原處分(見原處分卷第39至41頁)附卷可稽，上開事實堪認為真實。又原告負責人於本院開庭時陳稱：原告為SONY公司之經銷商，須依該公司要求上架相關商品等語。是原告既為SONY公司之經銷商，依該公司規定上架商品廣告時，本應提供與銷售商品相

01 符品質之廣告內容，且原告於拍賣網刊登系爭廣告前，本應
02 善盡較高注意義務，妥為刊登廣告內容，以確保該廣告之真
03 實性，然原告捨此未為，於系爭廣告宣稱系爭商品具有NFC
04 功能，惟該商品不具備NFC功能，該差異已足以引起一般大
05 眾對系爭商品之功能產生錯誤認知或決定，核有虛偽不實及
06 引人錯誤之情事，已違反公平法第21條第1項規定，故被告
07 以原處分對原告裁罰5萬元罰鍰，於法有據。

08 3. 至原告主張因SONY SRS系列型號眾多，其工讀生因不熟悉商
09 品，且不知其差異性而誤刊系爭廣告，原告並無違反公平法
10 第21條第1項規定之故意或過失可言等語。惟查，按行政罰
11 法第7條規定，違反行政法上義務之行為非出於故意或過失
12 者，不予處罰。法人違反行政法上義務者，其代表人或實際
13 行為之職員、受僱人或從業人員之故意、過失，推定為該等
14 組織之故意、過失。是行政罰所規制對象係社會上各式各樣
15 如公司法人之組織實體，各該組織體係運用自然人而活動，
16 其使用之自然人因疏忽所致後果，該組織體亦應承擔責任，
17 亦即法人就該代理人之故意、過失負推定責任。查縱原告所
18 稱系爭廣告係其工讀生所誤刊屬實，然依行政罰法第7條第2
19 項規定，原告仍應工讀生之過失行為負責，自不得推諉而希
20 冀免責，是原告上開所稱仍無解於其違章行為之成立。

21 4. 另原告雖主張其在拍賣網刊登銷售系爭廣告期間，並沒有銷
22 售過系爭商品，亦未有消費者瀏覽點擊，且原告未因此獲得
23 不當利益等語，並提出網站截圖為證。惟查，廣告為吸引消
24 費者之重要交易媒介，依一般公眾之認知，廣告就商品所為
25 之表示或表徵應與事實相符，為避免潛在消費者受不實廣告
26 之誤導前往交易致權益受損，並使同業競爭者喪失與之交易
27 之機會。為維護交易秩序與消費者利益，確保自由與公平競
28 爭，促進經濟之安定與繁榮，制定有公平法(公平法第1
29 條)。公平法第21條第1項有關不實廣告之管制，係在規範事
30 業於廣告時真實表示，以確保市場公平競爭之秩序及市場效
31 能無因該廣告內容而遭致損害，所限制或非難不實廣告之重

點，在於事業利用不實廣告之不正競爭手段，影響潛在消費者之判斷。是事業倘於商品或其廣告上，就商品之功能、品質及內容等為虛偽不實或引人錯誤之表示者，即認違反公平法第21條第1項規定，至於事業是否因而獲有利益，一般大眾是否因而受欺騙或實際受有損害，均非所問。查依原告代表人於接受被告調查時陳稱：原告於2019年6、7月將系爭商品網頁刊載於拍賣網，刊載期間共銷售系爭商品2件等語(見原處分卷第13頁)，是原告前後說詞不一，則其主張未曾銷售過系爭商品是否屬實尚非無疑，況原告本應就系爭廣告之內容為真實表示，依上開說明，原告上開主張亦難據為有利於己之論據。

(三)本件判決基礎已臻明確，兩造其餘之攻擊防禦方法及訴訟資料經本院斟酌後，核與判決結果不生影響，無一一論述之必要，併予敘明。

七、結論：

原處分認事用法並無違誤，訴願決定遞予維持，核無不合。原告訴請撤銷原處分及訴願決定均無理由，應予駁回。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 12 月 9 日
行政訴訟庭 法 官 黃子淮

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 12 月 9 日
書記官 藍儒鈞

附錄(本件參考法條)：

01 1. 公平交易法第21條

02 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
03 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
04 誤之表示或表徵。

05 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
06 價格、數量、品質、內容、製造方法、製造日期、有效期限、
07 使用方法、用途、原產地、製造者、製造地、加工者、加工
08 地，及其他具有招徠效果之相關事項。