

臺北高等行政法院判決

地方行政訴訟庭第一庭

112年度簡字第306號

113年9月12日辯論終結

原告 圓一國際有限公司

代表人 劉修豪

被告 公平交易委員會

代表人 李鎡

訴訟代理人 曾惠怡

萬家宇

上列當事人間因公平法事件，原告不服被告中華民國112年8月17日公處字第112056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

壹、程序方面：

本件係原告因不服行政機關所為新臺幣（下同）50萬元以下罰鍰之處分（本件罰鍰金額共100,000元）而涉訟，依行政訴訟法第229條第1項及第2項第2款規定，應由地方行政法院為第一審管轄法院，並適用簡易程序，合先敘明。

貳、實體方面：

一、事實概要：

原告於民國110年5月起至000年0月間，在原告公司網站、PChome24h購物、momo購物、Yahoo!奇摩購物中心、買東西商城、myfone購物、遠傳FriDay購物、Senaonline神腦生活、ePrice商城、蝦皮購物(賣家:0__000000)、Rakuten樂天市場(店名:000○○○○)及松果購物(店名:0-00000○○○○)等網站銷售「MagSafe磁吸式無線充電

01 盤」及「MagSafe磁吸式車用無線充電器」之商品(二者型號
02 皆為001-15WQ，下稱系爭商品)，並於廣告中宣稱系爭商品
03 有取得「BSMI國家安全認證」、「NCC國家通訊傳播認證」
04 (以下合稱系爭雙認證)、「全台第一雙認證」等語(下稱
05 系爭商品廣告)，惟民眾於經濟部標準檢驗局(下稱標檢局)
06 商品檢驗業務申辦服務系統及國家通訊傳播委員會(下稱通
07 傳會)FUN016型式認證資料查詢系統，查悉其他公司生產之
08 磁吸無線充電商品取得標檢局BSMI及通傳會電信管制射頻器
09 材型式認證之時點早於系爭商品，故系爭商品廣告涉有廣告
10 不實。被告認為依標檢局、通傳會提供之BSMI與電信管制射
11 頻器材型式認證證明之業者資料，可知有其他與系爭商品之
12 外觀、功能相同之商品業者，取得上開認證之時間，早於系
13 爭商品，故認系爭商品廣告所稱「全台第一雙認證」有彰顯
14 自身商品優勢及領先地位，惟與系爭商品之實際事實不符，
15 顯有足以使消費者陷於錯誤而為不正確之選擇，違反公平交
16 易法(下稱公平法)第21條第1項規定，遂以112年8月17日
17 公處字第112056號處分(下稱原處分)科處原告10萬元罰
18 鍰。原告不服原處分，提起本件行政訴訟。

19 二、原告起訴主張及聲明：

20 (一)原處分認定系爭商品廣告有違反公平法第21條第1項之規
21 定，就法條之適用上應有所違誤，應予以撤銷：

22 1.參酌公平法第21條第2項、公平交易委員會對於公平交易法
23 第二十一條案件之處理原則(下稱系爭處理原則)第2點之
24 規定，公平法第21條第1項「對於與商品相關而足以影響交
25 易決定之事項」係指商品之價格、數量、品質等有招徠效果
26 之相關事項，即能促使消費者為交易決定之重要因素。原告
27 銷售系爭商品之廣告係稱「全台第一雙認證」，惟「全台第
28 一雙認證」是否構成「對於與商品相關而足以影響交易決定
29 之事項」尚有疑義，蓋真正影響消費者交易之決定因素應為
30 商品之價格、品質、內容等，即消費者僅係考量商品之價
31 格、品質、產地等是否如廣告所稱為真實，至於是否為「全

01 台第一雙認證」應非消費者購買之決定因素，對消費者應無
02 招徠效果。被告雖稱原告自承其係為與他產品作出區隔而取
03 得上開認證，可認對消費者有招徠效果云云，然有無影響消
04 費者交易之決定、對消費者有無招徠效果等，應以客觀上之
05 因素為判斷，原告銷售產品不只一樣，且各產品各有不同功
06 能，原告為與他產品作出區隔而取得系爭雙認證，僅係原告
07 取得系爭雙認證之主觀上動機，無法證明對消費者有招徠效
08 果，故原處分稱系爭商品廣告有違公平法第21條第1項，顯
09 有違誤，應予以撤銷。

10 2.原處分另稱系爭商品之廣告有「全台第一雙認證」用語與系
11 爭商品之事實不符等語。然參酌實務見解，「虛偽不實」、
12 「引人錯誤」必須表示、表徵與事實之差異程度，達到難為
13 一般大眾所接受，並有引起錯誤之認知或決定之虞者且以是
14 否影響具普通知識經驗之相關交易相對人作成交易決定為合
15 理判斷，本件系爭商品之廣告雖稱「全台第一雙認證」，惟
16 系爭商品確實有通過系爭雙認證之兩項認證，縱系爭商品並
17 非全台第一個通過雙認證之商品，然一般消費者於選購時並
18 不會就是否為「第一個通過雙認證」多加考量，即「第一個
19 通過雙認證」並非為影響消費者交易之決定因素，且無引起
20 消費者錯誤之認知或決定之虞，一般消費者僅係考量是否如
21 廣告所稱有通過雙認證，故應認系爭商品之廣告未達到難為
22 一般大眾所接受之差異程度，不構成「虛偽不實」、「引人
23 錯誤」，不足以影響具有普通知識經驗之相關交易相對人為
24 合理之交易判斷，不符合公平法第21條第1項之規定。

25 3.原告刊登之「全台第一雙認證」係指系爭產品為全台第一件
26 具備車載功能、單獨充電功能、支架功能之三合一功能，並
27 通過雙認證之充電產品，此可從原告於113年5月16日庭呈之
28 檢驗報告，將上開三項功能列入檢驗中可知。即系爭商品係
29 第一個具備上開三項功能並通過雙認證之充電產品，此說法
30 與原告起訴時之主張並無前後不一之情況，蓋「非第一個通
31 過雙認證之充電產品」，並非當然即表示「非第一個具備上

01 開三項功能並通過雙認證之充電產品」，即充電產品並不等
02 同於具備上開三項功能之充電產品，故原告之主張並無矛
03 盾，而公平會提出乙證10、乙證11認證證書之產品，僅具備
04 單一功能，與系爭產品具備上開三項功能之特性自不相符，
05 無可比較之處，系爭產品確係為第一個具備上開三項功能並
06 通過雙認證之充電產品，與事實相符並無不實之處，故系爭
07 產品之廣告並不構成「虛偽不實」、「引人錯誤」。

08 4.原處分之理由，均未提及系爭商品之廣告有何違反公平法第
09 21條第1項「對於與商品相關而足以影響交易決定之事
10 項」、「虛偽不實」、「引人錯誤」，亦無說明違反之事實
11 與理由，僅空泛稱該廣告有「影響自身商品優勢即領先地
12 位」、「顯有足以使消費者陷於錯誤而為不正確之選擇」、
13 「足生不競爭之效果」云云，參酌實務見解，行政處分之內
14 容應明確，且理由之記載必須合法充足，使處分相對人得以
15 知悉行政機關獲致結論之原因，本件原處分之理由顯未就系
16 爭商品之廣告有如何違反公平法第21條規定構成要件具體說
17 明，原告無法明確知悉違反公平法第21條第1項之原因，應
18 認原處分違反行政行為明確性原則。

19 (二)原告於111年3月初後即陸續將系爭商品廣告，從各大網路銷
20 售平台下架或修正該廣告之用詞，故應認被告機關未審酌公
21 平法施行細則第36條、行政罰法第18條第1項即為裁罰，應
22 認原處分有裁量瑕疵。原告得知系爭商品之廣告可能有涉及
23 不實之情事，原告於檢視各大網路銷售平台之該廣告後，即
24 立刻致電被告溝通，且回函說明於系爭商品之廣告使用「全
25 台第一雙認證」之緣由，並同意配合下架或修正該廣告用
26 語，亦得到被告同意僅需修正該廣告用語即可重上架，故原
27 告遂立即將系爭商品之廣告下架或修正為「通過雙認證」、
28 「取得國家雙認證」，可見原告事後有立即改正該廣告且態
29 度良好。另系爭商品之廣告僅刊登於110年5月至111年2月，
30 刊登時間並非長久，並未對市場上之交易秩序產生極大之影
31 響，況原告於各網路銷售平台僅銷售系爭商品共計328組，

01 所獲利益甚微，然被告機關卻仍於112年8月17日作成原處
02 分，並裁罰10萬元罰鍰，參酌實務見解，應不得僅以銷售期
03 間長短及銷售量多寡為審酌基準，應考量行為對交易之危
04 害、持續期間、所獲利益、改正情形與態度等，被告迄今亦
05 未詳細說明其考量之因素，僅空泛陳稱其符合比例原則、無
06 濫用裁量之情事云云，故應認被告機關並未審酌公平法施行
07 細則第36條、行政罰法第18條第1項，已逾越其裁量權，構
08 成裁量瑕疵，原處分應予以撤銷。

09 (三)原告主觀上並無違反公平法第21條第1項之故意或過失：

10 1.查原告將系爭商品送至標檢局、通傳會之實驗室、檢測中心
11 進行檢驗與申請認證作業時，係將系爭商品之充電盤、車用
12 架、桌架、自帶轉換插頭結構等送檢，原告之主觀認知係標
13 檢局、通傳會會將上開設備一同納入檢驗與申請認證之範圍
14 內，且實驗室、檢測中心亦於送檢過程中告知，在車載充
15 電、單充電盤與家用支架的磁吸無線充電產品領域內，系爭
16 商品係第一件取得雙認證，並同時具備車載功能與磁吸功能
17 之商品，原告並不知悉標檢局、通傳會之檢驗範圍與流程，
18 故原告主觀認知系爭商品通過雙認證，並有實驗室、檢測中
19 心告知為第一件在車載充電、單充電盤、家用支架三功能的
20 磁吸無線充電商品領域內通過雙認證之商品即等同於為全台
21 第一個第一個通過雙認證之磁吸式車用無線充電器，原告遂
22 於系爭商品廣告稱「全台第一雙認證」等類似用語。

23 2.原告於刊登系爭商品廣告時，主觀上並無故意刊登不實廣告
24 而欲欺瞞消費者，且原告因受實驗室、檢測中心之告知，自
25 始自終皆認為系爭商品為全台第一個通過雙認證之商品，並
26 無認識系爭商品之廣告與事實不符，且係無法避免，應認原
27 告已盡其注意義務；而被告另稱從客觀上得對守法之企業經
28 營者觀點，原告顯未善盡查證義務，應有過失云云，然誠如
29 上述被告並不知悉標檢局、通傳會之檢驗範圍與流程，被告
30 僅能相信與標檢局、通傳會溝通之過程、檢驗報告等，原告
31 實已盡其注意義務，倘若如被告所稱須盡如此高之注意義務

01 將扼殺我國市場交易自由之環境，使各大業者無法妥善刊載
02 廣告詞，故應認原告主觀上並無違反公平法第21條第1項之
03 故意或過失，不符合行政罰法第7條第1項之規定。

04 (四)被告就相同之系爭商品廣告內容，除了對原告科處罰鍰外，
05 亦同時對9家電子商務平台，以相同理由科處罰鍰，則被告
06 顯有重複處罰之嫌，且裁罰對象標準不一。被告對於前開電
07 子商務平台固然進行裁罰，然對於自行擷取自原告公司網站
08 較具爭議的文案並上網販售系爭產品之業者卻僅給予警告並
09 未裁罰，足見被告對於裁罰對象之認定毫無一致可言，即苟
10 被告以廣告主為裁罰對象，則被告應僅以原告為裁罰對象，
11 反之，如被告認為應以刊載系爭商品廣告之商務平台為處罰
12 對象，則原告之電子商務平台，乃是透由「91APP」的廣告
13 平台進行刊登，被告裁罰對象則就不應是原告而應為九易宇
14 軒股份有限公司，故原處分既有重複處罰之嫌，且對於應受
15 裁罰之對象未有客觀可資認定之標準，自有違誤。

16 (五)聲明：原處分撤銷。

17 三、被告答辯及聲明：

18 (一)本案原處分適用公平法第21條規定並無違誤：

19 1.按公平法第21條第1項、第2項規定所稱「虛偽不實」係指表
20 示或表徵與事實不符，其差異難為一般或相關大眾所接受，
21 而有引起錯誤之認知或決定之虞者；所稱「引人錯誤」係指
22 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
23 錯誤之認知或決定之虞者。事業倘於廣告或以其他使公眾得
24 知方法，就商品相關而足以影響交易決定之事項為虛偽不
25 實或引人錯誤之表示者，即違反前開規定。

26 2.原告雖主張本案不實廣告對消費者無招徠效果、不足以影響
27 消費者交易決定等語，惟查本案原告自承其於系爭商品廣告
28 刊載「全台第一雙認證」，僅係因與實驗室溝通送件過程中
29 提及，系爭商品是首件以充電盤、車用架、桌架等設備作為
30 認證送審驗之磁吸充電商品，具備車載及磁吸功能，便於取
31 得認證後在廣告中刊載「全台第一雙認證」等類似用語，而

01 該宣稱與事實不符。又原告亦自承其取得雙認證之目的，係
02 為了與市面上其他充電商品作出產品區隔，使消費者知悉系
03 爭商品為全臺第一以使用車用支架之磁吸式充電器獲得雙認
04 證之產品。復查標檢局「BSMI國家安全認證」之意涵，係表
05 示該產品已經過標檢局檢驗，並確保產品之安全性，而通傳
06 會「電信管制射頻器材型式認證」之意涵，係表示該產品經
07 通傳會認證具有一定技術規範，不會造成電磁波干擾，並具
08 有維護消費者權益之效用。準此，上開認證既涉及消費者安
09 全及權益，而原告亦自承其係為與他產品作出區隔而取得上
10 開認證，自難認對消費者無招徠效果、不足以影響消費者交
11 易決定。

12 3.原告於取得標檢局核發之「BSMI國家安全認證」及通傳會核
13 發之「電信管制射頻器材型式認證」後，即以「全台第一雙
14 認證」等類似用語製作系爭商品之圖文資料，依系爭處理原
15 則」之附表二第29項：「廣告使用『第一』、『冠軍』、
16 『最多』、『最大』…等最高級用語連結客觀陳述，但無銷
17 售數字或意見調查等客觀數據佐證者。」亦已例示該類陳述
18 應屬表示或表徵有虛偽不實或引人錯誤之廣告案件類型，故
19 其廣告意涵有意彰顯自身商品優勢及領先地位，顯有足以使
20 消費者陷於錯誤而為不正確之選擇甚明。

21 (二)原處分裁量罰鍰並無違反公平法施行細則第36條、行政罰法
22 第18條第1項規定。被告依公平法施行細則第36條各款情
23 狀，並考量原告於公司網站、蝦皮購物網站、Rakuten樂天
24 市場等網路平台銷售系爭商品之廣告期間、系爭商品於廣告
25 期間之銷售總數量及銷售總金額，且為首次違法等因素，決
26 定裁處原告10萬元罰鍰，符合比例原則，亦無濫用裁量之情
27 事。

28 (三)本案原告主觀上有故意過失：

29 1.原告提供之系爭商品有無經行政機關認證背書，乃消費者從
30 事交易與否之重要判斷依據；故原告宣稱系爭商品係第一個
31 同時獲有標檢局「BSMI國家安全認證」及通傳會「電信管制

01 射頻器材型式認證」，作為招徠交易機會之手段時，自應負
02 行政法上注意義務，確保其廣告資訊之真實性，避免使消費
03 者對商品相關而足以影響交易決定之事項產生錯誤認知或決
04 定之虞，應就系爭商品廣告內容負審查責任。

05 2.因此，以原告身為企業經營者之角度出發，其有相當資源可
06 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
07 發生，但原告卻捨此不為，僅以與實驗室溝通送件過程中所
08 受告知之內容為據且未經查證、無客觀事實依據之情況下，
09 率爾於廣告中刊載「全台第一雙認證」等類似用語，顯未善
10 盡查證義務，依客觀上得對守法、有理解力且謹慎之企業經
11 營者觀點，欠缺其注意義務甚明，縱非故意，亦可認有過
12 失，主觀上具有可非難性及可歸責性，應負本件行政處罰責
13 任。

14 3.原告雖於言詞辯論時改稱刊登「全台第一雙認證」等用語之
15 真意，僅為表達系爭商品為全臺第一件具備車載功能、單獨
16 充電功能、支架功能等功能合一之充電器商品，而非表達其
17 為第一個通過雙認證之充電商品等語。惟公平法第21條規定
18 所稱表示或表徵是否虛偽不實或引人錯誤，以該表示或表徵
19 之內容合併觀察之整體印象及效果，足以影響具有普通知識
20 經驗之一般大眾為合理判斷並作成交易決定為已足，而非以
21 廣告主之主觀意圖為斷。以本案而言原告於momo購物網等各
22 網路平台以顯著字體刊載「全台第一雙認證」、「全台第一
23 取得NCC、BSMI國家雙認證」等類似用語，佐以NCC、BSMI國
24 家安全雙認證等文字及證書圖示，依照其廣告內容綜合判
25 斷，該廣告予人印象顯為系爭商品為全臺第一件取得「標檢
26 局BSMI」及「通傳會核發之電信管制射頻器材型式」等認證
27 之磁吸式無線充電商品，並有認證字號、證書以資為證。故
28 本案廣告應足使具有普通知識經驗之一般大眾產生錯誤之認
29 知其係「全台第一件取得雙認證之充電商品」，惟系爭商品
30 廣告致大眾所產生之錯誤認知與事實不符，且亦無客觀資料
31 佐證廣告中所使用之最高級用語，顯已違反公平法中關於不

01 實廣告之禁止規定。原告自不能僅以刊登系爭商品廣告之主
02 觀意圖無表達「全台第一件取得雙認證之充電商品」之意為
03 由，脫免其廣告不實之責。

04 (四)原處分並無重複處罰或裁罰對象不一致之情形：

05 1.原告本身製作廣告，應被認定為廣告主自無疑義，至於其他
06 網路平台業者，雖為網路平台而未直接製作廣告，惟其利用
07 經營之網站刊登、散布系爭商品之廣告，並銷售系爭商品而
08 直接獲取利益或獲得銷售價格與供貨成本間之價差利益，故
09 該等業者皆為廣告行為主體，爰就各網路平台業者違反行政
10 法上義務之行為分別裁罰，自難謂有就相同事實為重複處罰
11 之情形。

12 2.被告針對個案事實差異予以審酌，考量各網路平台業者違法
13 行為之動機、目的及預期之不當利益、對交易秩序之危害程
14 度、違法行為所得利益等要素後，對於原告所稱「自行擷取
15 自原告公司網站較具爭議的文案並上網販售系爭產品之業
16 者」僅給予警告而未予裁罰，亦僅係針對不同違法事實態樣
17 予以不同處理，自為合法適當。縱認被告對上開業者僅予以
18 警示之處分係屬不合法而有瑕疵，原告亦不得主張「違法之
19 平等」等語。

20 (五)聲明：駁回原告之訴。

21 四、本件爭點：

22 (一)被告依公平法第21條第1項規定，以原處分裁罰原告是否有
23 誤？

24 (二)原處分有無違反公平法施行細則第36條、行政罰法第18條第
25 1項之規定？

26 (三)原告主張就系爭商品廣告之內容，主觀無違反公平法第21條
27 第1項之故意、過失，是否可採？

28 (四)原處分是否有重複處罰之違誤？

29 五、本院之判斷：

30 (一)應適用之法令：

31 1.公平法：

01 (1)第21條：「(第一項)事業不得在商品或廣告上，或以其他
02 使公眾得知之方法，對於與商品相關而足以影響交易決定
03 之事項，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。(第二項)
04 前項所定與商品相關而足以影響交易決定之事項，包括商
05 品之價格、數量、品質、內容、製造方法、製造日期、有
06 效期限、使用方法、用途、原產地、製造者、製造地、加
07 工者、加工地，及其他具有招徠效果之相關事項。」

08 (2)第42條：「主管機關對於違反第二十一條、第二十三條至
09 第二十五條規定之事業，得限期令停止、改正其行為或採
10 取必要更正措施，並得處新臺幣五萬元以上二千五百萬元
11 以下罰鍰；屆期仍不停止、改正其行為或未採取必要更正
12 措施者，得繼續限期令停止、改正其行為或採取必要更正
13 措施，並按次處新臺幣十萬元以上五十萬元以下罰鍰，至
14 停止、改正其行為或採取必要更正措施為止。」

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

22 3.系爭處理原則：

23 (1)第5點：「本法第二十一條所稱虛偽不實，指表示或表徵
24 與事實不符，其差異難為一般或相關大眾所接受，而有引
25 起錯誤之認知或決定之虞者。」

26 (2)第6點：「本法第二十一條所稱引人錯誤，指表示或表徵
27 不論是否與事實相符，而有引起一般或相關大眾錯誤之認
28 知或決定之虞者。」

29 (3)第10點：「有關表示或表徵有虛偽不實或引人錯誤之案件
30 類型例示如附表二。」

31 (4)附表二項次二十九：「廣告使用『第一』、『冠軍』、

01 『最多』、『最大』……等最高級用語連結客觀陳述，但
02 無銷售數字或意見調查等客觀數據佐證者。」

03 上開處理原則係公平法之主管機關即被告，於法定權限範
04 圍內，就事業於商品（服務）或其廣告上，或以其他使公
05 眾得知之方法，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵等事
06 項，本於職權所為細節性、技術性及解釋性之統一行政規
07 則，為法律所必要之補充，並未逾越公平法第21條所規定
08 為維護交易秩序與消費者利益，確保公平競爭等規範意
09 旨，亦未增加法律所無之限制或負擔，核與公平法之立法
10 意旨無違，自得予以適用。

11 (二)如爭訟概要欄所載之事實，除前述之爭點外，其餘為兩造所
12 不爭執，並有系爭商品廣告網頁資料（見原處分甲1卷第4至
13 12頁、本院卷一第239-244頁）、奇盟國際股份有限公司
14 （下稱奇盟公司）及亞果元素國際股份有限公司（下稱亞果
15 公司）取得電信管制射頻器材型式認證資料（見本院卷一第
16 441-452頁）、奇盟公司及亞果公司取得「標檢局BSMI」認
17 證資料（見本院卷一第453-455頁）、原處分（見本院卷一
18 第47至63頁）及送達證書（見本院卷一第481頁）在卷可
19 稽，堪以認定。

20 (三)被告依公平法第21條第1項規定，以原處分裁罰原告是否有
21 誤？

22 查系爭商品於110年4月13日、110年3月29日分別取得系爭雙
23 認證，此有標檢局BSMI認證資料及電信管制射頻器材型式認
24 證證明」在卷可稽（見本院卷一第65-73頁），且系爭商品
25 之廣告中，明確聲稱取得系爭雙認證，為「全台第一雙認
26 證」等語，則有網路廣告列印畫面資料在卷可參（見本院卷
27 一第241至244頁、原處分甲1卷第4至12頁），然查奇盟公司
28 及亞果公司取得系爭雙認證之日期分別為110年3月19日、
29 110年3月4日及110年3月12日、110年2月2日，此有奇盟公司
30 及亞果公司取得系爭雙認證之資料在卷可稽（見本院卷一第
31 441-455頁），足認奇盟公司及亞果公司取得系爭雙認證之

01 日期均優先於系爭商品，此事實亦為兩造所不爭執（見本院
02 卷一第460-461頁），故系爭商品於系爭商品廣告上架期間
03 （即110年5月起至000年0月間），並非全台第一個取得系爭
04 雙認證商品之事實應堪認定。而系爭商品是否是全台第一個
05 取得系爭雙認證涉及系爭商品之安全性及使用功能是否具較
06 為優勢之地位，自具有招徠消費意願之可能性，應為足以影
07 響系爭商品交易決定之事項，奇盟公司及亞果公司取得系爭
08 雙認證之日期既均早於系爭商品，系爭商品廣告仍聲稱「全
09 台第一雙認證」已足引起消費者錯誤之認知，且在已有數家
10 同類產品取得系爭雙認證之時間點均早於系爭商品之前提
11 下，系爭商品廣告仍表示「全台第一雙認證」之內容與一般
12 消費大眾之認知堪認有相當之差距，其差距已逾越一般消費
13 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
14 或決定。再觀諸系爭商品廣告有關記載「全台第一雙認證」
15 之網路廣告頁面，亦無同時強調並標示系爭商品為全台第一
16 件具備車載功能、單獨充電功能、支架功能之三合一功能之
17 廣告字句（見本院一第241至244頁），亦難認有原告所稱
18 「全台第一雙認證」是指系爭商品為全台第一具備三合一功
19 能及系爭認證之商品等語可採。從而，系爭商品廣告客觀內
20 容確有不實之情形，已足認定，原處分依公平法第21條第1
21 項規定裁罰原告並無違誤，且原處分已明確載明裁罰之事
22 實、理由與裁罰結果（見本院一第47至63頁），亦無違行政
23 行為明確性原則。

24 (四)原處分有無違反公平法施行細則第36條、行政罰法第18條第
25 1項之規定？

26 按行政機關在法令授權裁量之範圍內，依據個案情況自主決
27 定其法律效果，在授權範圍內、非恣意濫權的裁量決定，屬
28 於行政機關之自主決定空間。經查，被告依施行細則第36條
29 規定，審酌原告於公司網站、蝦皮購物網站、Rakuten樂天
30 市場等網路平台銷售系爭商品之廣告期間為110年5月起至
31 111年2月間、系爭商品於廣告期間之銷售總數量及銷售總金

01 額（如原告函覆被告所稱之總銷售數為328組、總營業額為
02 391,420元、預估總淨利額為43,056元、原告於momo購物網
03 站上刊登不實廣告期間所販售之系爭商品數量為246組、奇
04 摩購物中心販售之系爭商品數量為21組、my phone購物網販
05 售之系爭商品數量為7組等情，參見本院卷一第93頁、甲1卷
06 第342、345、401頁），本案為原告首次違法等事項，在公平
07 法第42條前段規定得裁罰額度範圍內予以處分，堪認已充分
08 審酌一切情狀所為之合義務性裁量，且裁量範圍符合法律之
09 授權，並無裁量瑕疵情事，尚屬合法允當，難認有違公平法
10 施行細則第36條、行政罰法第18條第1項而有裁量瑕疵之情
11 事。原告此部分主張，難認有理。

12 (五)原告主張就系爭商品廣告之內容，主觀無違反公平法第21條
13 第1項之故意、過失，是否可採？

14 1.按公平法第21條之表示或表徵是否虛偽不實或引人錯誤，以
15 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
16 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
17 已足。而事業提供之商品資訊為消費者從事交易與否之重要
18 判斷依據，並且作為招徠交易機會之手段時，即應負較高之
19 注意義務，充分揭示商品資訊，以確保廣告資訊之真實，避
20 免使消費者產生錯誤之認知或決定之虞。（最高行政法院
21 108年度判字第232號判決意旨參照）。申言之，廣告主就其
22 廣告之事前合理查證程序，即為調和「商業性言論自由權」
23 與「維護自由及公平競爭之公益目的」之樞紐，廣告主就使
24 用不實廣告時，倘不符事前合理查證程序之要求，自應以維
25 護市場自由及公平競爭之法益為優先，而得依公平法第21條
26 第1項、第42條第2項處罰之。至於廣告主事前查證程序是否
27 充分且合理之判斷，應具體考量事業所使用之廣告方式、散
28 布力、對消費者之招徠效果及競爭對手之影響程度等因素而
29 論。

30 2.準此，倘事業使用「全台第一」等最高級用語，以表彰自身
31 商品品質優於其他同業，對消費者所生之招徠效果顯較一般

01 未使用此等用語之廣告更為強烈，是倘有虛偽不實或引人錯
02 誤之情形者，其影響交易秩序及公平性之程度亦較其他廣告
03 為高，故廣告主在使用此種廣告時應更加謹慎，並克盡查證
04 義務，以維持競爭之公平；況從查證成本考量，由從事該行
05 業之廣告主負擔查證義務，亦較一般消費者在各家廠商間一
06 一查證相比，成本明顯更低。從而，倘廣告主查證義務不足
07 或有所疏漏，致消費者因不實資訊而有影響其交易決定之虞
08 者，即應負公平法第21條第1項廣告不實之責。

09 3.經查，原告自承其僅係經實驗室及檢測中心之人員告知即認
10 定系爭商品為全台第一取得系爭雙認證之商品，而於系爭商
11 品之廣告使用「全台第一雙認證」之宣稱（本院卷一第495
12 頁）。然觀以原告所提系爭商品之標檢局商品驗證登錄電子
13 證書、世騰電子科技股份有限公司產品安全型式試驗報告及
14 電信管制射頻器材型式認證證明、敦吉檢測科技股份有限公司
15 函文（本院卷一第65頁、第263-270頁、第67-73頁），僅
16 記載系爭商品之資訊技術設備安全性及審驗合格事項等內
17 容，並未記載系爭商品取得系爭雙認證是否具有時間點最優
18 先之順序。衡以原告身為廣告主，並以銷售系爭商品營利，
19 原告如欲使用「全台第一雙認證」之廣告行銷，自應善盡查
20 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
21 責，且系爭商品之銷售方式為透過約15個網站平台刊登廣告
22 之方式進行銷售（本院卷一第77頁），廣告傳播範圍十分廣
23 大，影響之消費者眾多，依前開說明，原告自應為更進一步
24 之調查（如查詢是否有其他同類產品已有系爭雙認證，或請
25 實驗室或測試中心提供系爭商品之系爭雙認證時間均早於其
26 他同類產品之證明等），尚難僅以經實驗室、測試中心人員
27 之告知，即認原告已就系爭商品廣告內容之用語已履行事前
28 查證義務而無廣告不實之故意、過失。故原告未經進一步查
29 證，即於系爭商品廣告為「全台第一雙認證」之用詞，縱無
30 違反公平法第21條第1項廣告不實之故意，亦難卸免過失之
31 責，原告前揭所稱應無足取。

01 (六)原處分是否有重複處罰之違誤?

02 被告就系爭商品之廣告內容固亦分別對香港商雅虎資訊股份
03 有限公司台灣分公司各為裁處罰鍰5萬元之處分（參見本院
04 卷一第337-358頁，下合稱另案處分），惟原處分之裁罰對
05 象為原告，另案處分之裁罰對象均非原告，故裁罰對象已有
06 不同，且另案處分之受處分人係就各自刊登系爭商品不實廣
07 告之違規事實接受裁罰，原告則為製作系爭商品之廣告主而
08 就製作及刊登不實廣告之違規事實接受裁罰，當認被告就相
09 關之違規事實及對象無重複處罰之情。縱依原告與各該公司
10 之雙務契約約定，各該公司得就另案處分之罰鍰向原告為請
11 求，致另案處分之罰鍰有轉嫁原告之情事，然此亦屬原告與
12 各該公司雙方間之民事關係，核與原處分就原告所為之違規
13 事實為處罰部分之合法性無涉，原處分自無重複處罰之違
14 誤。

15 六、綜上所述，原告所訴各節，均非可採，原處分並無違誤，原
16 告徒執前詞，訴請撤銷，為無理由，應予駁回。

17 七、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊及防禦方法對本件判決結
18 果不生影響，爰不逐一論列，併此敘明。

19 八、結論：原處分認事用法並無違誤，原告訴請撤銷原處分
20 認定原告違反公平法第21條第1項規定，處原告10萬元罰鍰
21 部分，為無理由，應予駁回。另第一審訴訟費用應由敗訴之
22 原告負擔，爰宣示如主文第2項所示。

23 中 華 民 國 113 年 10 月 15 日
24 法 官 陳宣每

25 一、上為正本係照原本作成。

26 二、如不服本判決，應於送達後20日內，以原判決違背法令為理
27 由，向本院地方行政訴訟庭提出上訴狀並表明上訴理由（原
28 判決所違背之法令及其具體內容，以及依訴訟資料合於該違
29 背法令之具體事實），其未表明上訴理由者，應於提出上訴
30 後20日內補提理由書；如於本判決宣示或公告後送達前提起
31 上訴者，應於判決送達後20日內補提上訴理由書（均須按他

01 造人數附繕本)。

02 三、上訴未表明上訴理由且未於前述20日內補提上訴理由書者，
03 逕以裁定駁回。

04 中 華 民 國 113 年 10 月 15 日
05 書記官 洪啟瑞