

公平交易委員會處分書

公處字第 106005 號

被處分人：聯立建設有限公司

統一編號：80365966

址 設：高雄市左營區富國路 185 號 17 樓之 1

代 表 人：○○○

地 址：同上

被處分人：聯永廣告事業股份有限公司

統一編號：24991207

址 設：高雄市鳥松區忠誠路 67 號

代 表 人：○○○

地 址：同上

被處分人因違反公平交易法事件，本會處分如下：

主 文

- 一、被處分人銷售「聯上湖美學 1 期」建案廣告，宣稱旅館用途之建物可為住宅使用，及登(刊)載一般居家裝潢與設施之實品照片與圖示，就足以影響交易決定之商品用途為虛偽不實及引人錯誤之表示，違反公平交易法第 21 條第 1 項規定。
- 二、處聯立建設有限公司新臺幣 80 萬元罰鍰。
處聯永廣告事業股份有限公司新臺幣 20 萬元罰鍰。

事 實

- 一、案緣民眾檢舉略以，渠等購買被處分人聯立建設有限公司(下稱聯立公司)於高雄市鳥松區所興建「聯上湖美學 1 期」建案(下稱系爭建案)房地乙筆，然 105 年 5 月始發現購買之房地為高雄市都市計畫使用分區上之旅館用地，隨後收到高雄市政府工務局來函表示渠違反都市計畫法，須向高雄市政府觀光局(下稱觀光局)辦理旅館業登記，否則將被高雄市政府都市發展局(都發局)開罰。聯立公司及其廣告代銷商於售屋、簽約過程均未告知該建案為旅館用地，廣告 DM 以一般住

家配置圖供消費者參考，其公司網站文案亦稱為「輕豪宅」，一般消費者無從判斷旅館可否作為住家使用，聯立公司疑涉違反公平交易法第 21 條規定之嫌，並提供「聯上湖美學 與湖景共舞的美學生活家」廣告單(下稱「聯上湖美學」廣告單)、傢俱配置參考示意圖(下稱傢俱配置圖)、蘋果日報報導等資料，另高雄市政府亦來函移請本會辦理。

二、被處分人聯立公司就案關事實陳稱，略以：

- (一) 系爭建案為地上 7 樓、地下 1 樓之建物，座落於高雄市鳥松區山水段 520、520-1 地號土地，委託被處分人聯永廣告事業股份有限公司(下稱聯永公司)代為銷售，提供「聯上湖美學 不動產企劃銷售合約書」(下稱代銷合約書)供參。
- (二) 聯立公司網站介紹「聯上湖美學 1 期」建案之個案簡介，雖稱系爭建案為「澄湖最美時尚輕豪宅」，惟點入「裝潢實品」項內，呈現的實品照片與時下旅店或民宿尚無不同，每張照片均明確標示「旅店宅」文字，足見聯立公司對網路瀏覽系爭建案之民眾，並無欺瞞之意圖。而網頁中「建案特色」僅在客觀說明此案周邊之交通、綠地、醫療、學區等特色，無關住宅或旅店，更非不實廣告。
- (三) 系爭建案鄰近澄清湖風景區、澄清湖棒球場及公園等設施，休閒機能便利，且附近生活機能方便，故休閒、居住品質兼具，可讓住戶暫時遠離塵囂、放鬆心情，又有居家的溫馨感，廣告公司才以「旅店宅」作為廣告用語，並非強調系爭建案可作為住宅使用。且一般民眾從聯立公司提供之資料，可知悉系爭建案之建物係以旅館申請核准，自不可能僅因「旅店宅」一詞，即認為建案用途是一般住宅或旅遊、度假用住宅。聯立公司雖不知道有無其他建案之土地分區為旅館用地，同樣以「旅店宅」名義銷售，但市場上仍有基地為旅館用地，建案分割為數十戶住戶之銷售個案。
- (四) 「聯上湖美學」廣告單計印製 10 萬份，派報期間為 104 年 11 月 13 日至 104 年 12 月 5 日，派報地點則為高雄市三民區、鳳山區及鳥松區。該廣告單於顯眼位置以粗體

字敘明「屬於你最自在的旅店宅」，最下行則載明系爭建案「使用分區：旅館區」。綜觀廣告單內容，並無隱瞞使用分區為旅館區，建物為旅館宅之實，即未誤導民眾認為系爭建案為一般住宅之情事。

- (五) 聯立公司印製系爭建案 A1、A2、A3、A5、A6「傢俱配置參考示意圖」(下稱傢俱配置圖) 600 份，放置於系爭建案之銷售中心，使用期間為 104 年 10 月 15 日至 105 年 2 月間。該傢俱配置圖僅作為系爭建案空間傢俱擺放配置與室內空間之參考示意，並非單獨使用或對外發放。客戶到銷售中心參觀時，會聽取銷售人員之解說，解說時除以電腦面板輔助了解外，客戶同時取得「聯上湖美學」廣告單、傢俱配置圖，現場並備有建照影本供參。而傢俱配置圖係作為尺寸、位置標示參考使用，電腦面板、廣告單及建照，既已說明系爭建案之用途，自無再於傢俱配置圖上重複記載系爭建案之使用分區為旅館之必要。況銷售人員均當場向民眾說明系爭建案使用分區為「旅館用地」，其對面第 2 期建案方為「住宅用地」，此有客戶於網站痞客邦發表「今天回家路上看到廣告，廣告戶 298 萬，好奇順路進去瞧瞧。銷售人員說是『旅館用地』，正對面隔一條馬路，也是聯上的電梯大樓建案才是『建築用地』」留言，可資佐證。

- (六) 一般民眾從聯立公司網站、廣告單、傢俱配置圖及現場銷售人員解說等資料，均可知悉系爭建案之土地分區為「旅館用地」。另聯立公司與其關係企業就旅館宅與一般住宅訂定不同之售價，且系爭建案房屋、土地買賣契約書多處載明「用途：旅社」、「本筆買賣土地使用分區為旅館區，建物以旅社申請」、「使用分區為都市計畫內旅館區」，房屋買賣契約書所附建物所有權狀及使用執照影本則分別載明「主要用途：旅社」、「建物用途：旅社 B4」，自不可能與住宅之認知產生聯結，是檢舉人泛稱迄 105 年 8 月間收到高雄市政府工務局函，始知系爭建案為旅館用地，顯與事實未合。而聯立公司簽訂之代銷合約書第 1 條言明：「本案土地使用分區為旅館區，建物用途為

旅館，乙方銷售時須充分告知消費者。」益徵該公司已盡相當之注意義務。

(七) 按系爭建案僅印過乙份廣告單，蘋果日報所登載「區域房市 高雄市澄清湖特定區 坐擁湖光」之新聞內容，並非聯立公司對外公關稿，或要求媒體刊登之業配文，而係蘋果日報訪問聯永公司發言人，撰寫而成之刊載文章。據悉，記者訪問時並未問及系爭建案土地的使用分區，其訪答均係依記者之提問而應答，文末之「專家意見」亦非聯永公司人員之說詞，應為記者自行撰寫之內容。是該報導內容並非聯立公司或廣告公司所擬文稿，蘋果日報刊登之前未事先將內容交受訪者確認，聯立公司也無從了解其擬刊載之內容。

(八) 系爭建案購屋貸款之年限，與一般購屋貸款無異，而買賣契約書中載明系爭建案不適用自用住宅首購優惠利率。另系爭建案為旅館用途，其消防、逃生、防火等相關安全規範，較一般住宅嚴謹。因系爭建案分為數十個所有權，並取得各戶的使用執照，購屋者均可辦理戶籍遷入，水、電則適用自用費率，而非營業稅率。



三、被處分人聯永公司就案關事實陳稱，略以：

(一) 依據該公司與聯立公司簽訂之代銷合約書，系爭建案之廣告單、傢俱配置圖均應送請聯立公司審核，而聯立公司的網站內容，則為聯立公司向該公司索取相關文案素材的電子檔後，自行登載於其網站上。至於蘋果日報之報導，係蘋果日報記者基於採訪專業所作成之報導，並非聯永公司花費廣告費要求媒體刊載之業配文，故其刊載前，該公司不知悉其報導內容，亦無從送請聯立公司審核。

(二) 系爭建案鄰近澄清湖風景區、澄清湖棒球場及公園等設施，休閒機能便利，且附近生活機能方便，故休閒、居住品質兼具，可讓住戶暫時遠離塵囂、放鬆心情，又有居家的溫馨感，聯永公司才以「旅店宅」作為廣告用語，並非強調系爭建案可作為住宅使用。且一般民眾從聯永公司提供之資料，可知悉系爭建案之建物係以旅館申請

核准，自不可能僅因「旅店宅」一詞，即認為建案用途是一般住宅或旅遊、度假用住宅。

- (三) 綜觀「聯上湖美學」廣告單，已明確記載「使用分區：旅館區」，聯永公司銷售時則一再告知消費者，系爭建案之使用分區屬旅館區；而消費者購買系爭房地之土地買賣契約第 1 條：「……（一）土地坐落高雄市鳥松區山水段 520 地號等一筆土地……使用分區為都市計畫內旅館區。」房屋買賣契約第 1 條、第 6 條：「……（三）建物坐落：高雄市鳥松區山水段 520 地號……用途旅社。」「……七、本筆土地使用分區為旅館區，建物以旅社申請，不符合目前銀行政策之優惠利率……。」另房屋買賣契約書所附建物所有權狀及使用執照影本則載明「主要用途：旅社」、「建物用途：旅社 B4」。故從上開廣告單、土地及房屋買賣契約書、建物權狀、使用執照之記載，消費者購買系爭建案時，均已明確知悉系爭建案係位於旅館區，其建物係以旅社申請，不同於一般住宅，聯永公司並無欺瞞之意。至於傢俱配置圖僅係標示各建物區分所有權內之格局示意圖，而圖示之格局情形，亦符合建物現場之情形，但消費者買受後可自行決定要如何裝潢，聯永公司並未限制須依示意圖所示，加以擺設裝潢，且無表示可作為「一般住宅使用」之意思。消費者購屋之前既可充分了解上情，聯永公司對於與商品相關而足以影響交易決定之事項，並無虛偽不實或引人錯誤表示或表徵之情形。

- (四) 聯永公司銷售系爭建案過程中，客戶不會主動告知其日後購買用途，此涉及客戶個人理財及隱私，因聯永公司不會向客戶詢問其購買用途，故是否有從事旅館業或日租、民宿經營業者前來購買，該公司並不知悉。另系爭建案購屋貸款之年限，與一般購屋貸款無異，而買賣契約書中載明系爭建案不適用自用住宅首購優惠利率；消費者購買系爭建案時，均已明確知悉系爭建物位於旅館區，建物以旅社用途申請，不同於一般住宅，不能使用一般住宅的銀行政策的優惠利率。

四、高雄市政府就本案提供專業意見略以，案據該府觀光局回復：現場勘查未設立有旅館市招，亦未查獲有經營旅館業務事實，未違反其權管法令（經營旅館業需依旅館業管理規則第4條規定申請設立登記使得營業，違者將依違反發展觀光條例第55條核處）；及都發局回復：系爭建案之位址經查係屬高雄市都市計畫旅館區，其土地使用項目僅能作「供旅館其及附屬設施及該府觀光主管機關同意之設施。」若違反前開規定，則依都市計畫法第79條規定查處。

理 由

- 一、依公平交易法第21條第1項規定：「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。」同條第2項規定：「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。」所稱「虛偽不實」係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；所稱「引人錯誤」係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。又按廣告提供消費資訊，往往是消費者從事消費行為的重要判斷依據，若事業對其商品或服務，為虛偽不實或引人錯誤之廣告，將使消費者陷於錯誤，而為不正確之選擇，且將導致市場競爭秩序喪失其原有之效能，使競爭同業蒙受失去顧客之損害，而生「不公平競爭」效果，故不實廣告將損害消費者利益，同時破壞競爭秩序，違反者自應負行政法上之責任。
- 二、查被處分人聯立公司為系爭建案之起造人與出賣人，並委託被處分人聯永公司負責該建案之廣告企劃及銷售業務，是被處分人聯立公司為本案廣告行為主體，尚無疑義。另按被處分人聯立公司與被處分人聯永公司簽訂之代銷合約書，被處分人聯永公司負責系爭建案之廣告企劃製作及代理銷售業務，廣告企劃製作內容包括：1、擬定廣告策略、目標、訴求重點及預算開銷表。2、廣告開銷表及工作進度表所列各項作

業之執行。3、文案撰寫、圖面設計協助發包執行與驗收。4、各式媒體之版面設計、刊登與掛放之執行。5、其他有關本案廣告事項之執行。被處分人聯永公司並依據建案銷售價格向被處分人聯立公司請領服務費；另就建案住家銷售價格高於合約書底價之溢價部分，被處分人聯永公司可分得酬金，亦即該公司就廣告內容具有實質支配能力外，且隨建案銷售所得獲有利益，是被處分人聯永公司亦為本案廣告行為主體。

三、按房屋銷售廣告中刊載之文字說明等內容，對交易相對人是否購買該房屋之決定影響甚鉅，而土地使用分區及建物用途之相關禁止法令規定，更與交易相對人於購買房屋後能以何種用途合法使用密切相關，自屬影響交易相對人購買房屋決定的關鍵因素之一。倘交易相對人獲悉系爭建案供住宅使用，恐有與土地使用分區及核准建物用途相違背，致有遭罰鍰、勒令拆除、改建、停止使用或恢復原狀等風險，自會影響交易相對人是否購買系爭建案房屋之決定。

四、本案依現有事證，雖難認蘋果日報 105 年 1 月 5 日「區域房市 高雄澄清湖特定區 坐擁湖光」報導為被處分人對外的公關稿，或要求媒體刊登之業配文；惟查系爭建案銷售時所使用之廣告物，包括被處分人聯立公司網站資料、「聯上湖美學」廣告單，宣稱「營造舒適時尚品味的住宅」、「澄湖最美時尚輕豪宅」、「2 房輕巧格局……，打造屬於自己的溫馨旅店宅」、「簡約線條設計，屬於你最自在的旅店宅」、「戶戶衛浴開窗……，打造屬於你最自在的潮流旅店宅」、「淨水、活水系統，供應全棟住戶用水……」，裝潢實品照片、傢俱配置圖呈現一般居家裝潢及設施，建案特色則訴求「休閒(娛樂)|澄清湖高爾夫休閒勝地，生活(機能)|文山、澄清路商圈、長庚醫院，文教學區|文山高中、文德國小、鳥松國小」等內容，其給予一般消費大眾之印象為系爭建案可作為住宅使用。然據高雄市政府之專業意見，系爭建案之位址為高雄市都市計畫之旅館區，其土地使用項目僅能作「供旅館其及附屬設施及該府觀光主管機關同意之設施。」若違反前開規定，則依都市計畫法第 79 條規定查處。是以，系爭建案之土地分區為「旅館用地」，建物用途為旅社，惟前述廣告表示內容，

交
縫
章

顯與建物之核准用途不符，一般消費者難以知悉廣告所載內容或用途已違反都市計畫法，日後倘未依核准用途使用，將有遭罰鍰、勒令拆除、改建、停止使用或恢復原狀等行政懲處之風險。故系爭廣告表示內容與實際之差異，足以引起一般消費大眾錯誤之認知，並影響交易決定，核屬虛偽不實或引人錯誤之表示，違反公平交易法第 21 條第 1 項規定。

五、如前所述，系爭廣告一再宣稱「時尚品味的住宅」、「時尚輕豪宅」、「溫馨旅店宅」、「最自在的旅店宅」、「潮流旅店宅」、「全棟住戶」、休閒娛樂、生活機能、文教學區等建案特色，及登載一般居家裝潢與設施之實品照片、傢俱配置圖，一般消費者觀察整體廣告內容，尚難知悉系爭建案不得作為住宅使用。被處分人雖一再陳稱「聯上湖美學」廣告單、網頁資料已載明「使用分區：旅館區」，且使用「旅店宅」之廣告用語，而「旅店宅」一詞，並非表彰系爭建案可作為住宅使用；然不論「使用分區：旅館區」於整體廣告單之標示位置或其內容是否明顯，惟廣告應整體觀察其內容擬傳達之訊息，非僅就廣告特定內容為解讀。況被處分人表示，系爭建案鄰近澄清湖風景區、澄清湖棒球場及公園等設施，休閒機能便利，且附近生活機能方便，故休閒、居住品質兼具，可讓住戶暫時遠離塵囂、放鬆心情，又有居家的溫馨感，被處分人聯永公司才以「旅店宅」作為廣告用語，即已表達「旅店宅」在指休閒、居住之住宅，與其「並非用『旅店宅』一詞，強調本建案可作為住宅使用」說詞，顯有扞格。

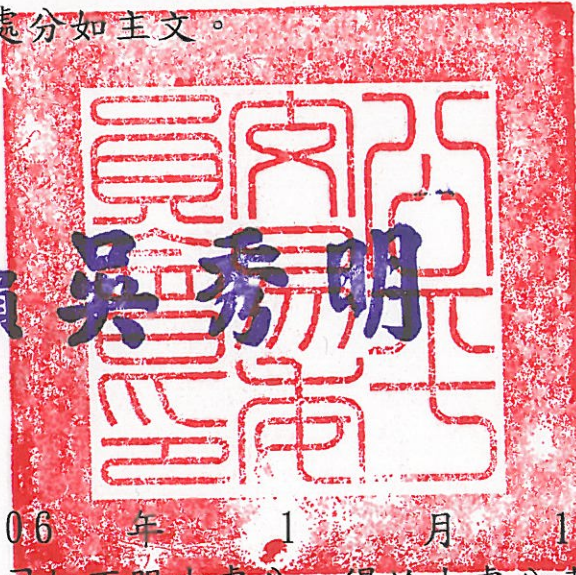
六、至於被處分人稱銷售時已告知交易相對人系爭建案之土地分區為「旅館用地」，且房屋、土地買賣契約書多處載明「用途：旅社」、「本筆買賣土地使用分區為旅館區，建物以旅社申請」、「使用分區為都市計畫內旅館區」，房屋買賣契約書所附建物所有權狀及使用執照影本則分別載明「主要用途：旅社」、「建物用途：旅社 B4」。然廣告係指事業以傳播方法，直接或間接使非特定之大眾共見共聞其商品、服務訊息，以達招徠銷售為目的之行為，係事業於交易前對不特定人之招徠手段，一般大眾受到廣告吸引而與廣告主聯繫，廣告即已發揮功能，為避免一般大眾受不實廣告之誤導前往交易致權

益受損，廣告就商品或服務所為之表示當與事實相符。至於交易前（時）之磋商，或簽訂買賣雙方權利義務之契約，其於不動產買賣流程中使用之時機、對象及影響等，與廣告均有不同。是廣告主以不實廣告爭取交易機會，縱於交易前（時）或以契約對其交易相對人另為補充、補正說明，仍難脫免不實廣告責任之認定，故被處分人前揭說詞，洵無可採。

- 七、綜上論結，被處分人銷售「聯上湖美學1期」建案廣告，宣稱旅館用途之建物可為住宅使用，及登（刊）載一般居家裝潢與設施之實品照片與圖示，就足以影響交易決定之商品用途為虛偽不實及引人錯誤之表示，違反公平交易法第21條第1項規定。經審酌被處分人違法行為之動機、目的及預期之不當利益；違法行為對交易秩序之危害程度；違法行為危害交易秩序之持續期間；因違法行為所得利益；事業之規模、經營狀況及其市場地位；以往違法類型、次數、間隔時間及所受處罰；違法後懊悔實據及配合調查等態度，爰依公平交易法第42條前段規定處分如主文。

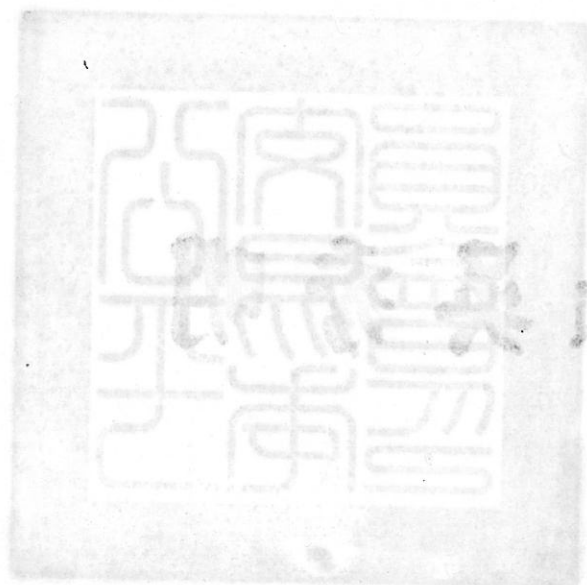


主任委員 **吳秀明**



中 華 民 國 106 年 1 月 19 日
被處分人聯立建設有限公司如不服本處分，得於本處分書達到之次日起2個月內，向臺北高等行政法院提起行政訴訟。
被處分人聯永廣告事業股份有限公司如不服本處分，得於本處分書達到之次日起2個月內，向臺灣臺北地方法院提起行政訴訟。

... (faint, illegible text) ...



員委封主