

# 公平交易委員會處分書

公處字第111082號

被處分人：筑丰興業股份有限公司

統一編號：28486551

址 設：臺北市大安區敦化南路2段76號6樓

代 表 人：王一婷

地 址：同上

被處分人：大元廣告有限公司

統一編號：54337332

址 設：臺北市大安區仁愛路4段376號5樓之1

代 表 人：蔡振銘

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「筑丰敦匯」建案，於自由時報電子報刊載「三級警戒前就已經衝刺一波買氣的『筑丰敦匯』……短短一個月即銷售五成以上」、「即便6、7月碰上疫情三級警戒的『筑丰敦匯』也悄悄突破七成」，就足以影響交易決定之銷售數量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、被處分人自本處分書送達之次日起，應立即停止前項違法行為。
- 三、處筑丰興業股份有限公司、大元廣告有限公司各新臺幣50萬元罰鍰。

## 事 實

- 一、臺北市政府地政局110年12月13日來函表示，該局辦理110年下半年度預售屋聯合稽查，於110年9月16日至被處分人筑丰興業股份有限公司（下稱被處分人筑丰興業公

司)興建位於松山區「筑丰敦匯」建案(下稱案關建案)進行實地查核,代銷業者被處分人大元廣告有限公司(下稱被處分人大元廣告公司)表示案關建案規劃78戶,可售尚有三十餘戶,惟經核對該公司現場提供之銷控表,已銷售戶數為6戶,銷售成數僅7.7%,與該建案於自由時報電子報110年8月5日熱門新訊「三級警戒前就已經衝刺一波買氣的『筑丰敦匯』……短短一個月即銷售五成以上」、「即便6、7月碰上疫情三級警戒的『筑丰敦匯』也悄悄突破七成」(下稱案關新訊)內容不符,疑涉違反公平交易法規定。

## 二、調查經過:

- (一)函請自由時報企業股份有限公司(下稱自由時報公司)書面陳述,略以:案關新訊係由彥星傳播事業有限公司(下稱彥星公司)透過通訊軟體提供刊登內容予自由時報公司,自由時報公司於廣告上刊後開立發票向彥星公司請款。
- (二)函請彥星公司書面陳述,略以:案關新訊屬內容型網頁廣告,係彥星公司免費回饋予被處分人大元廣告公司,由具採訪撰文編輯經驗者協助被處分人大元廣告公司完成廣告內容,經被處分人大元廣告公司審核確認後以通訊軟體提供案關建案圖文予彥星公司,彥星公司檢視內容有無違反法規或錯漏後再以通訊軟體提供資料予自由時報公司。
- (三)函請被處分人大元廣告公司書面陳述及到會說明,略以:
  - 1、被處分人大元廣告公司依廣告企劃契約書(下稱契約書)受被處分人筑丰興業公司委託辦理案關建案之廣告企劃及銷售業務,並由被處分人大元廣告公司支付廣告費用及企劃費用。
  - 2、案關新訊係彥星公司基於協助業主增加媒體曝光,提供

熱門新訊房市焦點專輯，刊登於自由時報，其內容係為了解疫情對房地產影響，由被處分人大元廣告公司總經理接受採訪時口述，並提及案關建案規劃戶數、5月至7月剩餘可銷售戶數，其中銷售成數係由撰稿人員自行依採訪內容換算，嗣後案關新訊初稿經被處分人大元廣告公司審閱確認與實際購屋預約單數據一致，同意由彥星公司處理後續刊登事宜。

- 3、案關建案自110年4月17日起接受消費者購屋預約單，單一戶別除非原預約戶放棄，否則不會接受重複預購，故本案計算銷售數據係以購屋預約單為準，同年5月12日（三級警戒110年5月19日）已銷售20戶，同年7月累計銷售27戶，惟開售1個月期間所簽訂之20戶購屋預約單於同年7月底前有10戶放棄特定戶別之優先承購權，嗣被處分人大元廣告公司另向其他消費者收取訂金及簽訂購屋預約單之戶數則有2戶。
- 4、臺北市政府地政局於110年9月16日現場查核時，被處分人大元廣告公司提供成交完成銷售之銷控表僅有6戶，係因被處分人大元廣告公司認定銷售成交完成須符合相關條件，包含訂金補足、簽約金補足、訂購單繳回、合約雙方用印完成並提供身分文件、簽約金補足至信託專戶、內政部實價登錄送件完成等程序，其餘戶別於該局現場查核後亦陸續完成前揭程序。
- 5、被處分人大元廣告公司投入大量成本於接待中心、樣品屋、大型看版、591房屋交易網、商業周刊、Facebook及Google廣告等方式招攬民眾，案關新訊對其銷售並無實際效果。

(四)函請被處分人筑丰興業公司書面陳述及到會說明，略以：

- 1、案關建案規劃78戶，業主及地主保留房屋為42戶，被處分人筑丰興業公司委託被處分人大元廣告公司銷售房屋共計36戶，委託期間自109年11月1日起至111年3月31日，並依契約書第7條約定，以被處分人筑丰興業公司與客戶簽訂房地買賣契約總銷售金額之一定比例計算銷售服務費，倘總成交售價高出總成交底價，被處分人大元廣告公司得分配一定比例之超價獎金。被處分人筑丰興業公司並無參與案關新訊之設計、製作及刊登流程等。
- 2、本案以購屋預約單作為銷售依據，係因客戶實際至接待中心參觀過始簽訂購屋預約單，且收取訂金之金額多為100萬元以上，足以信任客戶有購買案關建案之意願，嗣客戶放棄優先承購權則多為價錢、疫情等考量。

(五)函請內政部提供專業意見，略以：

- 1、鑑於部分不動產業者於銷售預售屋過程，為行銷策略或自身商業利益，常於收受定金或類似名目之金額時，與買受人約定保留出售或保留簽訂買賣契約之權利，形成不公平交易現象，甚或有業者利用人頭假冒買受人名義，透過保留出售或保留簽約權利之條款，刻意營造預售屋熱銷假象，藉機炒作哄抬房價。
- 2、依目前實務見解，不動產業者與消費者簽訂之購屋預約單係屬預約性質，即買賣雙方就買賣標的物及價金之範圍先為擬定，作為將來訂立本約之張本。買賣雙方不論簽訂預售屋紅單（買賣預約）或買賣契約書（本約），兩者均係基於預售屋買賣關係而成立之契約行為。
- 3、按代銷業者向消費者收取訂金或本票，並與其簽署購屋預約單行為，可謂為預售屋銷售行為。110年7月1日平

均地權條例修正施行後，凡有收受定金或類似名目之金額，即屬銷售行為，不問是否為優先購買權性質。

- 4、至於所詢案關新訊刊登前已有部分戶數放棄優先承購權，該熱門新訊所載之內容是否真實，因買受人放棄特定戶別之預約權利，該買受人已無訂立本約（預售屋買賣契約書）之義務，該特定戶別即變更為未銷售之狀態，仍得由銷售預售屋者或受託代銷業者另予銷售。

#### 理 由

- 一、按公平交易法第 21 條第 1 項及第 2 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。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。」故事業倘以廣告或其他使公眾得知之方法，就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者，即違反前揭規定。復按同法第 42 條前段規定：「主管機關對於違反第 21 條、第 23 條至第 25 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 5 萬元以上 2,500 萬元以下罰鍰」。

- 二、被處分人筑丰興業公司與被處分人大元廣告公司俱為本案廣告主：

- (一)按公平交易法第 21 條規範之廣告主，係以商品或服務之提供者、對廣告內容具有監督權力或決定能力者、廣告之出資者等，並依締結交易名義人、銷售及廣告活動實際實施者及實施之過程、交易相對人之整體印象、因廣告銷售

所獲利益之歸屬情形等事項，予以綜合判斷。

(二)查案關新訊資料係經由彥星公司具採訪撰文編輯經驗者協助被處分人大元廣告公司完成廣告內容，並經被處分人大元廣告公司審核確認後提供案關建案圖文登載至自由時報，又查自由時報公司針對案關新訊開立之發票證明所載為「網路廣告費」並備註登載「筑丰敦匯」，是案關新訊雖係以類似報導方式刊登，惟其內容主要係由被處分人大元廣告公司針對案關建案提供具商業價值之訊息，且直接或間接使非特定之一般或相關大眾共見共聞，應屬公平交易法第21條規範範疇。

(三)案關建案係由被處分人筑丰興業公司投資興建，且為案關建案建物之出資人，出於銷售自己商品意思，委託被處分人大元廣告公司代理銷售並製刊廣告，是被處分人筑丰興業公司為本案廣告主；而被處分人大元廣告公司受託負責案關建案廣告企劃及銷售業務，並利用所製作廣告進行銷售，對廣告內容及使用具有相當支配能力，且依所簽訂契約書約定，於售出案關建物後，享有一定比例之服務報酬，是被處分人大元廣告公司提供與案關建案有關且具商業價值之訊息供媒體刊登，並藉由相關報導推廣銷售案關建案，且所獲報酬隨銷售金額增加而益增，與被處分人筑丰興業公司具有利益共享關係，故被處分人大元廣告公司亦為本案廣告主。

三、案關新訊係110年8月5日於自由時報熱門新訊之房市焦點刊登，宣稱「三級警戒前就已經衝刺一波買氣的『筑丰敦匯』……短短一個月即銷售五成以上」、「即便6、7月碰上疫情三級警戒的『筑丰敦匯』也悄悄突破七成」，其整體予人之印象為案關建案短期內暢銷熱賣，僅剩不到三成之餘屋

可供消費者購買。

四、經查案關建案規劃 78 戶，被處分人大元廣告公司依約受託銷售 36 戶，並自 110 年 4 月 17 日起向消費者收取訂金或本票以及簽訂購屋預約單，於開售 1 個月期間累計簽訂 20 戶，同年 7 月累計簽訂 27 戶，被處分人大元廣告公司並以受委託銷售戶數及簽訂之購屋預約單計算銷售成數。惟據內政部提供之意見，代銷業者向消費者收取訂金或本票，並與其簽署購屋預約單，可謂為預售屋銷售行為，倘因買受人放棄特定戶別之預約權利，該買受人已無訂立預售屋買賣契約書之義務，該特定戶別即變更為未銷售之狀態。復查被處分人大元廣告公司至 110 年 7 月底雖已累計簽訂 27 戶，惟原開售 1 個月期間所簽訂之 20 戶購屋預約單，於同年 7 月底前有 10 戶放棄特定戶別之優先承購權，嗣被處分人大元廣告公司另向其他消費者收取訂金及簽訂購屋預約單之戶數則有 2 戶，亦即計有 8 戶變更為未銷售之狀態。是被處分人大元廣告公司受託銷售案關建案之 36 戶，自開售 1 個月期間實際僅銷售 10 戶，占可銷售戶數之 27.78%，至同年 6 至 7 月累計銷售 19 戶，占可銷售戶數之 52.78%。況退一步言，案關新訊並未揭露所稱銷售成數之計算基準係案關建案規劃之總戶數 78 戶抑或被處分人大元廣告公司受託之可銷售戶數 36 戶，倘以總戶數 78 戶予以計算，同年 6 至 7 月累計銷售 19 戶，則僅占總戶數之 24.36%。前揭情形與案關新訊所稱銷售成數顯有差異，難為一般或相關大眾所能接受，而有引起錯誤認知或決定之虞。

五、被處分人筑丰興業公司及被處分人大元廣告公司銷售案關建案，於案關新訊宣稱「三級警戒前就已經衝刺一波買氣的『筑丰敦匯』……短短一個月即銷售五成以上」、「即便

6、7月碰上疫情三級警戒的『筑丰敦匯』也悄悄突破七成」，雖被處分人大元廣告公司確曾向消費者收取訂金或本票且簽訂購屋預約單，惟案關新訊刊登當時，其銷售實績卻未扣除明知已放棄預約權利之戶別，且案關新訊亦未揭露所稱銷售成數之計算基準，使消費者就廣告所認知銷售數量之印象而有差異，且其差異致引起錯誤認知，進而提高潛在消費者賞屋意願及匆促作成交易決定，並對同業產生不公平競爭，核已違反公平交易法第21條第1項規定。

六、至被處分人大元廣告公司復稱案關新訊對其銷售尚無實際效果，惟廣告係事業於交易前對不特定人之招徠手段，於對外刊載、使用時，即足就廣告所載內容產生招徠或提高潛在交易機會之效果，是廣告就商品所為之表示自應與事實相符，且案關新訊營造建案熱銷之印象不僅損及交易相對人權利，亦對同業造成不公平競爭，故被處分人大元廣告公司所辯尚不足據以主張豁免案關不實廣告之責任。

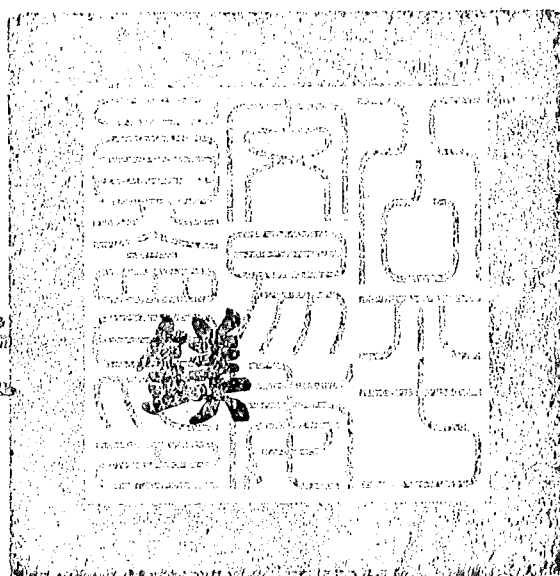
七、綜上論述，被處分人筑丰興業公司及被處分人大元廣告公司銷售「筑丰敦匯」建案，於自由時報熱門新訊宣稱「三級警戒前就已經衝刺一波買氣的『筑丰敦匯』……短短一個月即銷售五成以上」、「即便6、7月碰上疫情三級警戒的『筑丰敦匯』也悄悄突破七成」，就足以影響交易決定之銷售數量為虛偽不實及引人錯誤之表示，違反公平交易法第21條第1項規定。經審酌被處分人違法行為之動機、目的、預期不當利益、對交易秩序之危害程度、持續期間、所得利益，及事業規模、經營狀況、市場地位、以往違法情形、違法後改正情形及配合調查等情狀後，考量被處分人資本額、案關建案戶數、總銷售金額及廣告期間，爰依同法第42條前段規定



處分如主文。

主任委員

李



中華民國 111 年 11 月 7 日  
被處分人如不服本處分，得於本處分書送達之次日起 2 個月  
內，向臺北高等行政法院提起行政訴訟。

