

立法院議案關係文書 (中華民國41年9月起編號)
中華民國110年10月20日印發

院總第 1375 號 委員提案第 27261 號

案由：本院委員洪孟楷等 19 人，有鑑於我國日常生活中數位化越漸便利，所見電子商務、手機線上遊戲等消費及娛樂面向，皆呈現使用數和使用率興盛情形。然而，考量市面上抽寶、抽獎及福袋等數位商品販售之行為，所在兌領機率上尚未納入受中央法律之規範，爰提出「公平交易法第二十一條條文修正草案」，修正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，新增包含有商品之「兌領機率」，若有違反則受同法罰則所處分，進而落實維護交易秩序與消費者利益之本法初衷。是否有當？敬請公決。

說明：

- 一、公平交易法第二十一條，在現行中即規範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。並定與商品相關而足以影響交易決定之事項，含有商品之價格、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、加工地等。若有違反，則受同法第四十二條限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣五萬元以上二千五百萬元以下罰鍰，或按次處新臺幣十萬元以上五十萬元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措施為止。
- 二、考量市面上數位抽寶、抽獎及福袋等數位商品販售之行為，在兌領機率上尚未受前開規範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中，爰修正條文將商品之「兌換機率」納入。

提案人：洪孟楷

連署人：羅明才 曾銘宗 孔文吉 翁重鈞 林文瑞

立法院第 10 屆第 4 會期第 6 次會議議案關係文書

溫玉霞	賴士葆	鄭正鈐	李德維	葉毓蘭
趙正宇	許淑華	謝衣鳳	吳怡玎	吳斯懷
陳玉珍	廖婉汝	林為洲		

公平交易法第二十一條條文修正草案對照表

修正條文	現行條文	說明
<p>第二十一條 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。</p> <p>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<u>兌領機率</u>、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。</p> <p>事業對於載有前項虛偽不實或引人錯誤表示之商品，不得販賣、運送、輸出或輸入。</p> <p>前三項規定，於事業之服務準用之。</p> <p>廣告代理業在明知或可得而知情形下，仍製作或設計有引人錯誤之廣告，與廣告主負連帶損害賠償責任。廣告媒體業在明知或可得而知其所傳播或刊載之廣告有引人錯誤之虞，仍予傳播或刊載，亦與廣告主負連帶損害賠償責任。廣告薦證者明知或可得而知其所從事之薦證有引人錯誤之虞，而仍為薦證者，與廣告主負連帶損害賠償責任。但廣告薦證者非屬知名公眾人物、專業人士或機構，僅於受廣告主報酬十倍之範圍內，與廣告主負連帶損害賠償責任。</p>	<p>第二十一條 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。</p> <p>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。</p> <p>事業對於載有前項虛偽不實或引人錯誤表示之商品，不得販賣、運送、輸出或輸入。</p> <p>前三項規定，於事業之服務準用之。</p> <p>廣告代理業在明知或可得而知情形下，仍製作或設計有引人錯誤之廣告，與廣告主負連帶損害賠償責任。廣告媒體業在明知或可得而知其所傳播或刊載之廣告有引人錯誤之虞，仍予傳播或刊載，亦與廣告主負連帶損害賠償責任。廣告薦證者明知或可得而知其所從事之薦證有引人錯誤之虞，而仍為薦證者，與廣告主負連帶損害賠償責任。但廣告薦證者非屬知名公眾人物、專業人士或機構，僅於受廣告主報酬十倍之範圍內，與廣告主負連帶損害賠償責任。</p>	<p>一、公平交易法第二十一條，在現行中即規範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。並定與商品相關而足以影響交易決定之事項，含有商品之價格、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、加工地等。若有違反，則受同法第四十二條限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣五萬元以上二千五百萬元以下罰鍰，或按次處新臺幣十萬元以上五千萬元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措施為止。</p> <p>二、考量市面上數位抽寶、抽獎及福袋等數位商品販售之行為，在兌領機率上尚未受前開規範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中，爰修正條文將商品之「兌換機率」納入。</p>

立法院第 10 屆第 4 會期第 6 次會議議案關係文書

<p>前項所稱廣告薦證者，指廣告主以外，於廣告中反映其對商品或服務之意見、信賴、發現或親身體驗結果之人或機構。</p>	<p>前項所稱廣告薦證者，指廣告主以外，於廣告中反映其對商品或服務之意見、信賴、發現或親身體驗結果之人或機構。</p>	
---	---	--