

立法院議案關係文書 (中華民國41年9月起編號)  
中華民國111年3月4日印發

院總第 1375 號 委員提案第 27896 號

案由：本院民眾黨黨團，有鑑於因線上遊戲之機會型商品（俗稱轉蛋）如虛擬抽獎與機率性升級（例如強化、升級與突破等）機制長期未納入公平交易法規範，機率揭露不明確，致使爭議叢生。一般民眾遊玩線上遊戲時，有於消費過程中不當蒙受金錢等損失之可能，並不利於社會和諧與線上遊戲產業的長期發展，爰擬具「公平交易法第二十一條條文修正草案」。是否有當？敬請公決。

說明：

- 一、現行公平交易法第二十一條之規定未納入線上遊戲之機會型商品，如虛擬抽獎與機率性升級相關規範，以致於線上遊戲廠商長期未完整揭露相關資訊，不利於社會和諧與線上遊戲產業的長期發展。
- 二、為避免一般民眾或線上遊戲玩家於消費過程中因機率揭露不清而蒙受金錢等之損失，爰擬具「公平交易法第二十一條條文修正草案」。

提案人：台灣民眾黨立法院黨團

高虹安 邱臣遠 蔡壁如

賴香伶 張其祿

## 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；<u>機會型商品之兌領機制、取得機率</u>；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</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</p>	<p>一、本條第二項修正。</p> <p>二、現行公平交易法未明確將機會型商品如虛擬抽獎與機率性升級（例如強化、升級與突破等）機制機率資訊納為商品足以影響交易決定之事項，特新增機會型商品之兌領機制與取得機率應列為產品不得虛偽不實或引人錯誤之登載事項，以完善保障消費者之權益。</p>

立法院第 10 屆第 5 會期第 2 次會議議案關係文書

負連帶損害賠償責任。

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。

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。

立法院第 10 屆第 5 會期第 2 次會議議案關係文書