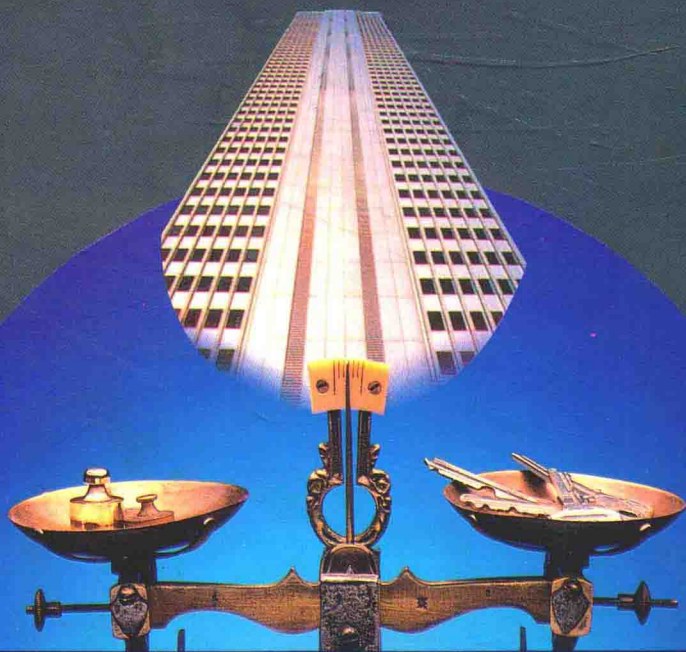


房地產叢書

9

公平交易法 vs. 房地產

陳怡成 律師編著 廖學興 律師校訂



房地產叢書⑨

公平交易法 vs. 房地產

陳怡成
律師編著

廖學興
律師校訂

房地產叢書 9

公平交易法 VS. 房地產

作 者／陳怡成

發行人／曾文龍

編 輯／鄭秀娉

設 計／莊文萍

校 對／周 萍

出版者／大日出版社

台北市忠孝東路四段 60 號 10 F

出版登記：行政院新聞局局版台業字第 4396 號

郵政劃撥：13939820 號／大日出版社帳戶

電 話：(02)7219527・7771747～8

傳 真：7813202

總代理／北星圖書事業股份有限公司

永和市中正路 498 號

電話：(02)9229000

印刷者／先鋒打字印刷有限公司

定 價／新臺幣**200**元

中華民國 81 年 5 月第一版

版權所有・翻印必究

緣起（代序）

多年來，昭明有一些年輕的法學朋友，希望能結合眾人的心智，匯集點滴的法學貢獻。時序推移，這些朋友有的還在研究所充實，有的則已走出校園踏入社會歷鍊。雖然在不同的崗位上，他們仍然不忘相互勉勵，時加切磋。一個因緣際會，使得這些年輕朋友有機會將他們所知所學加以整理，呈現在大家的眼前。首先應該感謝曾文龍先生，由於他對房地產界的極力投入，在公平交易法施行之後，其致力於出版公交法對房地產之衝擊的構想，也讓這樣的理念得因出版而化為真實。其次，對於參與撰寫本書的陳怡成律師、陳維孝先生、謝明中先生、何曜男先生、周富玉小姐、張書銘先生、陳淑婉小姐、黃榮坤先生、湯文章先生，也為他們的戮力以赴，表示欽佩之意。雖然公平交易法實施初期，大夥兒都是以摸索、學習的心態認真面

對它。對於廣大的房地產業者及與購置房地產有關的消費者而言，能有片羽鱗爪的訊息，或許是能有助益。基於以上認知，這群年輕人將他們對於公平交易法與房地產有關事項之瞭解，呈現出來。與您見面是緣，也希望獲得您的教益。

廖學興

一九九二年三月於台北

作者序

公平交易法第一條開宗明義其立法目的在於維護交易秩序與消費者利益，確保公平競爭，促進經濟之安定與繁榮，是其顯為全國經濟活動的最高準則，並將為我國經濟史開創一個新紀元。

惟在現今自由經濟潮流的沖激下，如何去定位公平交易法？又面對此一全面自國外移植的法律思想及立法，究應如何解釋與適用，方能圓滿其立法精神並兼顧我國固有國情？相信這也是為什麼該法在經過漫長的十年立法過程、一年的法令宣導後，各界仍然對公交法之實施惴惴不安的主要原因。

鑒於相關之立法，尚不完備，實務上又乏先例可循，坊間亦無專書探討個別行業與公交法之關係，而筆者執行律師業務以來，對房地產的個案，頗富興趣，乃以個人實務經驗所得，完成此書，希望能提供房地產界與有關消費大眾一些公交法的

訊息。然公交法中多所不確定之法律概念，法令實施之初，見解上不免見仁見智，筆者秉於對公平交易法立法目的之認知，不揣淺薄，就教於先進，期能拋磚引玉，引起共鳴，俾使公平交易法之研究更豐富、執行與適用上更周延。本書之編排，係配合公交法之條文，以實務案例方式，做一解析，至盼能讓讀者對公交法多些認識。

最後感謝廖學興律師的殷切指導、昭明法學研究中心一群對法學熱愛、對社會有責任感的朋友；何曜男先生、周富玉小姐、張書銘先生、陳淑婉小姐、陳維孝先生、黃榮坤先生、湯文章先生的熱心的參與，提供詳實豐富之法律資料及意見，故本書真可以說是集體智慧的結晶。又外子鄭若瑟醫師不斷地支持與鼓勵，分擔深夜照顧二個幼兒的責任，為筆者分憂解勞甚多，謹此誌謝。由於筆者才疏學淺，疏漏之處，在所難免，尚祈各界賢達，不吝指正，無任感激。

陳怡成

一九九二、三月于台北

17	邀宴套取機密，有何責任	7
18	不正當限制條件是什麼	8
19	綁規格，違法嗎	8
20	契約之解釋與公平交易法	9
21	商標合法之獨佔	9
22	「姓名學」取名不易	10
23	政府限制國宅之再承購人資格，有效嗎	11
24	假出國，真急售，責任如何	11
25	造謠中傷同業，責任如何	11
26	小心還有更重的罪	12
27	限制包商承攬其他工程，是否違反公平交易法	13
28	事業違反公交法，究應處罰何人	13
29	公交法之被害人如何請求賠償	14
30	被害人之損害賠償請求權，有效期間多久	15
31	公平交易委員會處分之救濟之道	15
● 附件一：公平交易法	16	3
● 附件二：公平交易法施行細則草案	18	1
● 附件三：公平交易法責任一覽表	19	7

公交法對廣告主之規範

(案例)

(一)大成建設公司爲銷售其新近完工之一系列建築在聯合報登載如下之廣告：1.每戶有六十坪；2.交通便利，距車站僅十分鐘；3.附近學校和市場林立；4.使用最新進口之高級建材；5.高租金、增值快；6.金店面，保證年漲百分之百；7.期付三萬元。

某乙見到該廣告，欣喜若狂，但又苦於現無資金，遂決定賣掉現在居住的房屋，籌措現金。丙、丁、戊也見此廣告各買下一戶。嗣後乙、丙、丁、戊搬入新屋後，才發現1.每戶事實上只有四十餘坪，所謂六十坪乃包括陽台、遮雨台等公共設施及開放空間；2.距離車站，一般需費時五十分鐘以上；3.附近根本無學校、市場；4.建材品質低劣，房屋常漏水，油漆常脫漏；5.位置偏僻；6.建設公司要其每十五日支付一期款項。試問：建設公司須負如何之責任？乙、丙、丁、戊如何尋求救濟？

(一)李四有一房屋，距捷運站直線距離一百公尺，但因死巷關係，須繞道一公里才能到捷運站。李四爲使其房屋儘速脫手，在所刊登的廣告上僅言：「距捷運站一百公尺；出國急售。對於須繞道一公里乙事，隻字未提，試向：1.李四有無觸犯公平交易法第二十一條之規範？2.如有房屋仲介公司代李四銷售其屋時，亦僅列上述聲明，仲介公司要如何負責？」

(解析)

上述二案例，所涉及的問題乃是廣告內容，是否已達「虛偽不實」或足以「引人錯誤」？如果是的話，就要用公平交易法第二十一條來規範。但是，何謂「虛偽不實」？何謂「引人錯誤」？判斷上要採什麼標準？都是值得加以探討。所以，筆者擬從立法理由、判斷的標準、及法律效果三方面先爲論述：

(一)立法理由：按公平交易法第二十一條第一項：「事業不得在商品或其廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於商品之價格、數量、品質、內容、製造方法、製造日期、有效期間、使用方法、用途、原產地、製造者、製造地、加工者、加工地等，爲虛偽不

實或引人錯誤之表示或表徵。」衡諸現今商業活動，廣告乃是提供訊息及獲得訊息最好的方法，舉凡不動產租賃公司，房屋仲介公司，房屋建設公司，無不藉由廣告來銷售土地、房屋，而社會大眾也常藉廣告，來買受土地、房屋。因此，乃有不肖者伺機利用虛偽不實的廣告，來欺瞞大眾，混淆視聽，致使消費者常陷於錯誤，而來財物支出，蒙受損害，故公平交易法特別在第二十一條設定規範，來約束事業者及廣告業者，凡是虛偽不實或足以引人錯誤之廣告，無論是刊載於商品上，或是在報章、雜誌、電視、廣播或是散發傳單等等可使公眾得知的方法，公平交易法皆可對其規範，以便藉此保護消費者的權益及有效防止違法情事的發生。

(二)判斷標準：何謂「虛偽不實」，「引人錯誤」？筆者認為：應以客觀上一般交易概念為判斷標準，即是否廣告內容與真實有違，而會引起他人因信賴廣告內容，權益受損者。換言之，廣告內容是否會引人錯誤，可從三個方向來判斷：1.廣告的對象為何人？2.廣告的對象，對於該廣告的印象及事實上的情況，是否相符（註一）？舉例言之，(1)以價格為例：如對於不動產的價格在廣告上言明比附近的不動產價格，便宜五千元。一般大眾見此廣告後，所產生的瞭解程度和所生的印象是該不動產比附近的不動產便宜五

千元。但建設公司事實上所要賣的價格，根本沒有降低五千元的意思，這種消費者事實上的認知和廣告者實際上意思不符，是由於廣告者的廣告所造成的，便是「虛偽不實」、「引人錯誤」的廣告。(2)以數量為例：廣告上刊載：每戶有六十坪，但住戶嗣後發現居住空間僅有四十餘坪，所謂六十坪是連同陽台，遮雨台等公共設施甚至開放空間都計算在內，而造成買賣上的虛坪。而廣告上六十坪字跡極大，含公共設施字跡極小，雖廣告主已盡其陳述義務，廣告並非虛偽不實，然廣告技巧之過份運用，是否會造成引人錯誤之結果，不無疑問。又廣告若係僅登載：每戶六十坪。此時，一般大眾所生的瞭解是可居住的空間有六十坪。但事實上廣告者所要銷售者，是連同陽台，遮雨台等公共設施，開放空間在內六十坪。這種認知的差距，是因廣告主，未詳盡其陳述義務所造成的，便是「虛偽不實」，「引人錯誤」的廣告。按不動產的坪數計算分為：權狀面積、使用面積、登記面積三種，廣告主於登載廣告時，須明白揭示面積之種類、計算方式，否則，極易引人陷於錯誤而有違公平交易法。(3)以品質為例：廣告上登載使用××品牌或與其同級之建材，或登載使用最新進口之高級建材。然於建材品質發生爭議時，因事實上並無一客觀之分類標準，衡諸一般市場交易概念，建商與消費者亦難求得共同的認知，是

爲免紛爭，宜詳列品牌種類，確保無虛偽不實引人錯誤之虞。(4)以內容爲例：如事實上屋內的格局和藍圖不符，或是爲顯室內寬敞，比例尺不一致，或是實屋和廣告屋、樣品屋不符。這種差異，常會影響消費者購屋之意願，顯有引人錯誤之虞。(5)以製造日期爲例：如廣告上刊登：「最近完工之新屋一棟」，事實上，住戶發現遮欄腐朽，外觀陳舊。而所謂「最近」，本來就無一客觀標準，是唯有求諸一般通念，故爲避免糾紛，廣告上最好載明確實的完成日期，如果不爲載明或故意載明錯誤，似爲「虛偽不實」、「引人錯誤」的廣告。(6)以用途爲例：如廣告上登載：黃金店面，臨近××地區，有××公路與××公路交會，可大發利市，而事實上位置偏僻，周圍交通不易，顯難作爲商業使用。因此種與事實不符之登載，足以令人產生錯誤，便是引人錯誤或虛偽不實的廣告。

(三)法律效果：事業者符合公平交易法第二十一條第一項之「虛偽不實」或「引人錯誤」之廣告後，其所產生的法律效果，有民事責任，刑事責任和行政責任三種。所謂「事業」，係指第二條的一、公司；二、獨資或合夥之工商行號；三、同業公會；四、其他提供商品或服務從事交易之人或團體。

行政責任：公平交易法第四十一條：「公平交易員會對於違反本法規定之事業，得

限期令其停止或改正其行爲；逾期仍不停止或改正其行爲者，得繼續限期命其停止或改正其行爲，並按連續處新台幣一百萬元以下罰鍰，至停止或改正爲止」。該罰鍰，即是指行政執行法上之罰鍰，有人稱爲「怠金」，其目的乃是藉由科處金錢，使受執行者產生恐懼而儘快爲義務的履行，所以，並無一事不再理原則之適用（註二）。又罰鍰以（一）依法令或本於法令的行政處分，負有行爲義務，而不爲其行爲，而其行爲義務非官署或第三人所能代執行者（二）依法令或本於法令的行政處分，負有不作爲義務，而爲之者（行政執行法第四條）。故因公平交易法第四十一條所科處者爲金錢義務之罰鍰，因此，所謂「命其停止或改正其行爲」，應限於事業之作爲義務，而其作爲義務，須非官署或第三人所能代執行者爲限，如能由官署或第三人代爲執行，應該採用代執行之方法（行政執行第三條）。

民事責任：公平交易法第三十條：「事業違交本法之規定，致侵害他人權益者，被害人得請求除去之；有侵害之虞者，並得請求防止之」，此前段規定爲：「妨害除去請求權」，後段規定爲：「侵害防止請求權」，如已侵害他人權益者，應負損害賠償責任（公平交易法第三十一時參照），如爲事業之故意行爲，法院得依被害人之請求，依侵

害情節，酌定損害額以上之賠償，但不得超過三倍（公平交易法第三十二條參照）且如同時構成民法侵權行為，二請求權得擇一行使；又事業所供給之房屋老舊，如遮欄腐朽，致買受人受傷害，事業應負加害給付之責任，其與侵權行為責任之間構成競合關係。另外，事業與其有代表權的職員或受僱人間，因其執行職務，致造成他人損害者，更應連帶負損害賠償責任。

刑事責任：事業如有詐欺之意圖，而致被害人陷於錯誤，而為財物之交付者，致招受損害者，事業應負詐欺取財罪之刑責，其最高可處五年徒刑（刑法第三百三十九條）。

1. 就行政責任言：

案例一、要判斷大成建設公司之廣告是否涉及「虛偽不實」或「引人錯誤」，可從以下的角度來判斷 1.六十坪的廣告，是否在廣告上已清楚明示包括陽台、遮雨台等，如果未明示，建成建設公司因未善盡其陳述的義務，應符合「虛偽不實」、「引人錯誤」廣告之要件；2.距車站僅十分鐘，是否有載明：用什麼交通工具，在什麼時候？如果廣告者的意思是用小轎車在清晨六點開上路，而事實上在一般上班時間，用小轎車需費時一小時，則廣告內容恐涉及虛偽不實、引人錯誤之要件；3.附近學校、市場林立，「附近」

的定義是多遠？學校是什麼學校？市場是什麼市場？在廣告上是否載明，否則，廣告者的意思是「距出售屋一公里有幼稚園一所」，而買受人的真意，以為在幾十公尺內有小學、中學，則廣告內容已涉及引人錯誤之要件；4. 使用建材未明確表明建材品牌極容易造成虛偽不實、引人錯誤的廣告內容；5. 增值快、慢乃求諸於市場的供需，廣告者應儘量避免使用該等字樣；6. 是否為金店面？是否會漲百分之百，本屬客觀不可預見之事，廣告者，宜避免之；7. 期付三萬元，每期時間多長？分幾期？總價格為多少？均應明白表示，否則僅言，「期付三萬元」，嗣後要求十五日付一期，可能已涉及「虛偽不實」或「引人錯誤」之廣告之法定要件。就行政責任而言公平交易委員會可依第四十一條之規定來處理。

2. 就民事責任言：

如符合民法侵權行為之要件，並可請求損害賠償，其與公平交易法第三十一條間，可擇一行使。

3. 就刑事責任言：

如事業者有詐欺意圖，則成立詐欺取財罪。