

等，績效評核機制顯欠完備；(3) 浪漫臺三線及客庄 369 政策係政府推動地域性客庄發展之原則方針，又客家委員會業依客家基本法（107 年 1 月 31 日修正公布）第 6 條第 1 項規定訂定國家客家發展計畫，經行政院於 110 年 6 月 15 日核定作為各級政府客家相關施政之依據，兩者皆藉由擬訂策略目標及推動重點，引導各部會及市縣政府配合調整業務決策及分配資源。其中客庄 369 政策擬訂之客庄生活環境扎根、建置客家產業基地、客庄特色行銷推廣等 17 項推動策略，可對應至國家客家發展計畫之完備客語服務量能、深化客庄永續發展，建構客庄友善公共領域、創造返鄉平臺與機會等 11 項推動策略，惟兩者分開管考，致間有部會須重複於不同管考系統填報相同資料，加重部會行政作業負荷等情事，經函請客家委員會通盤研謀檢討客庄區域治理政策及治理平臺最佳運作模式，並將地域性政策適度整併或納入國家客家發展計畫辦理，且完備及落實績效評核機制，俾適時檢討反饋及改進，以發揮引導中央及地方共同推動地域性客庄發展之政策目標。據復：將於 113 年至 116 年國家客家發展計畫研訂相關作業，就其管考機制與 112 年度客庄 369 推動平臺協同作業通盤考量。

（三十二） 公平交易委員會為遏止虛偽不實或引起一般大眾錯誤認知之廣告行為，委外加強查察網路不實廣告並訂定薦證廣告相關規範，惟查察結果多以情節輕微而以行政指導方式結案，又未追蹤後續改善情形，致部分 110 年度發現之不實廣告迄未移除或改正，仍持續公開販售，另薦證者與廣告主之利益關係揭露義務規範對象僅限於社群網站推文或發言，涵蓋範圍與實務薦證廣告託播方式未臻契合，允宜檢討相關作為及規定，以保障民眾消費權益。

公平交易委員會為加強查察涉及違反公平交易法第 21 條第 1 項規定之網路不實廣告，經辦理勞務採購案於 110 及 111 年度委外運用爬蟲軟體針對 591 房屋網等網站搜尋尚在銷售之建案，及針對 PChome24h 等電商平臺或企業網站，進行關鍵字搜尋。執行結果，該會於 110 年度及 111 年 4 至 8 月間查察發現之一般商品不實廣告 207 件及 56 件，截至 111 年 8 月底止，依公平交易法第 26 條規定立案調查僅 22 件、7 件，其餘多以行政指導「發函促請業者注意」方式辦理結案。惟發函對象為 MOMO 購物網等網站經營商而非實際廣告主，復因該會於勞務採購案結案後，未持續就其結案報告書所列 69 件尚未移除或改正之不實廣告列管追蹤移除或改正情形，截至 111 年 10 月 28 日止，經本部抽查 11 件發現仍有 9 件不實廣告尚未移除或改正，顯示該會現行函請業者注意改善之作業方式，未能有效督促廣告主更正不實廣告。又據該會說明未立案調查之理由，係廣告僅存有顯而易見之誤植或誤勘，情節輕微顯無依公平交易法第 42 條規定以警示函處理之必要，但為避免衍生消費爭議，爰以行政指導方式促請業者注意其廣告內容之表示，以免觸法等，惟 110 年度委外查察發現一般商品不實廣告 207 件中，逾 6 成屬節能標章過期、節能效率虛偽不實，或商品產地不符、未取得 MIT 微笑標章，或經濟部標準檢驗局 BSMI 商品安全標章過

期、廢止、註銷等情節，該會以情節輕微為由未立案調查，亦未持續追蹤移除或改正情形，致商品節能標章過期等商品持續公開販售，相關作業有欠妥適。另查，公平交易委員會鑑於廣告薦證者之推薦或使用心得分享，影響消費者購買商品或服務之決定，爰訂定「公平交易委員會對於薦證廣告之規範說明」，具體定義薦證廣告，並說明其可能違反公平交易法之行為態樣，俾使廣告主、廣告薦證者得所依循，同時作為該會處理相關案件之參考，按前揭薦證廣告之規範說明第 5 點規定，已明訂薦證者以網路部落客推文或論壇發言等方式進行廣告時之利益關係揭露義務，惟查實務上亦有網紅或素人錄製影片於影音平臺推薦、於各類商品銷售平臺或事業網頁之消費者留言區發表使用心得，或知名公眾人物或專家於節目分享使用心得等薦證廣告方式，相關規範說明卻僅規定於社群網站推文及論壇發言始有揭露義務，其涵蓋範圍與實務薦證廣告託播方式未臻契合，管理規範對象之涵蓋層面容有精進之處。經函請公平交易委員會檢討網路不實廣告查察之改善措施，並研謀改善薦證廣告規範說明之利益關係揭露義務規定，研議增列相關範例，及依薦證廣告不同型式訂定明確可行之具體揭露方式，以保障民眾消費權益。據復：112 年度預計辦理數位匯流新時代之不實廣告及不動產查察計畫，除提高立案調查件數外，針對去函促請注意案件，將要求委外廠商每月持續追蹤廣告後續改正情形，倘無正當理由達 3 個月以上仍未予以改正，將予以立案調查；另公平交易委員會對於薦證廣告之規範說明第 5 點規定係屬例示規定，可彈性因應各類新興媒體及薦證廣告型態，日後將會密切觀察市場動態發展，並參考國外相關法制及執法經驗，適時於相關規範說明中訂定具體明確可行的廣告主與薦證者利益揭露方式。

（三十三） 政府透由報備制管理多層次傳銷事業已逾 40 年，惟近 5 年間傳銷事業查有缺失家數已逾整體 6 成，未報備之違法傳銷行為亦非少見，另傳銷保護機構自正式運作已屆 7 年，惟尚未充分發揮設立之功能，允宜研謀善策因應，俾利維護多層次傳銷市場之安定及發展。

公平交易委員會為保障經報備之多層次傳銷事業（下稱傳銷事業）及其傳銷商權益，依多層次傳銷管理法第 38 條第 1 項及第 5 項規定，於 103 年 5 月 19 日訂定發布多層次傳銷保護機構設立及管理辦法（下稱保護機構管理辦法），103 年 9 月 12 日許可設立財團法人多層次傳銷保護基金會（下稱傳保會）辦理傳銷事業與傳銷商間之民事爭議調處等業務。經查公平交易委員會健全多層次傳銷市場發展、督導管理傳保會業務運作情形，核有下列事項：

1. 近 5 年間派員檢查之傳銷事業中逾 6 成家數查有缺失情形，以未變更報備之違法傳銷行為為大宗，允宜研謀善策強化傳銷事業遵法情形，有效維護多層次傳銷市場之交易秩序；依多層次傳銷管理法第 6 條第 1 項規定，傳銷事業於開始實施多層次傳銷行為前，應檢具載明基本資料、傳銷制度、傳銷商參加契約內容等法定事項之文件、資料，向公平交易委員會報