

◎網紅行銷拚業績 天花亂墜恐受罰

現代人人手一機，網紅的影響力不容忽視，業者也看準這個趨勢，越來越多商品或服務找網紅代言，但是網紅的流量能不能代表公信力？消費者恐怕需要冷靜想想。為防範網紅代言廣告有不實的情形，公平會已經在 112 年 2 月修正「公平交易委員會對於網路廣告案件之處理原則」，將網紅等社群網站用戶明確納入規範，如果涉有廣告不實，將被處 5 萬元至 2,500 萬元罰鍰。

公平會表示，網紅經常透過 IG、臉書及 YouTube 等媒體平台以直播、長篇圖文、短影音 (Reels、Shorts、TikTok)、IG 限動精選、長影片等方式行銷產品，不論是賣自己的產品或是由廠商提供給網紅對外刊播銷售，網紅都是賣家身分，如果廣告內容不實，網紅都會被認定是廣告主，可依公平交易法第 21 條規定開罰。

即使網紅不具賣家身分，而是在幫廠商代言，僅描述某產品值得推薦或親身體驗結果有效，或進行誇大不實的宣稱，此時網紅仍是公平交易法上所稱的「廣告薦證者」，如有不實，造成消費者損失，除須與廠商同負連帶賠償之民事責任外，如經公平會查知網紅明明知道內容不實，仍然和廠商故意共同為不實廣告，網紅和廠商還會同時再受違反公平交易法第 21 條之規定，予以處罰。

為避免網紅為了拚業績過度吹捧產品，公平會特別呼籲網紅應注意公平交易法及相關目的事業主管機關的法令，勿踩廣告不實的紅線。此外，公平會也特別提醒消費者，對任何產品都應該透過各種管道深入了解相關產品資訊，而非片面聽信特定廣告，以免做出不當交易決定，得不償失。

資料來源：公平交易委員會、行政院消費者保護處