

# NFTs 等加密貨幣交易與不實廣告

Author: Helen Yu

Saint Island International Patent & Law Offices

*Suggested Tags: Taiwan; NFTs; Crypto currency; Non-Fungible tokens*

NFTs 在 2021 年初因為結合一系列高價藝術品拍賣引起注目，短時間內炙手可熱，周邊相關商品暴增導致商標申請量增加，連美國專利商標局都因此在 2021 年間將「NFTs」詞彙列入其「商標彙編手冊」(Trademark ID Manual)中的 12 項指定使用新興商品及服務項目內，使其正式進入美國官方標準用語詞典。但 NFTs 涉及的技术尚在持續發展，各種交易範圍及標的仍非明確，有心人士若刻意利用模糊的法律狀態圖利，更易生糾紛。台灣金管會於 2021 年 7 月 1 日頒布「虛擬通貨平台及交易業務事業防制洗錢及打擊資恐辦法」，先監管虛擬通貨平台及交易業務事業，但 NFTs 等虛擬貨幣現階段實質上尚不具備貨幣功能，也非台灣央行發行的法定貨幣，因此，目前尚未納入台灣央行與金管會之監管範圍(參見工商時報 (2021.11.19)「納管 NFT? 金管會先看兩點」報導；網址：<https://ctee.com.tw/news/finance/551101.html>)。

各國政府也在密切注意其發展動態，衡量是否適度介入監管。以英國為例，英國廣告標準局(The Advertising Standards Authority, ASA)在 2021 年間兩度對於以 NFT 等加密貨幣作為廣告宣傳發表聲明，以期維護消費者知的權益。在 2021 年 4 月之公告引用對於「比特幣」(Bitcoin)相關廣告裁決之內容，藉以例示說明並特別提醒行銷人員在推廣 NFTs 時應提醒消費者以下事項：

## 1. 包括 NFTs 在內的加密貨幣尚未受到金融監管局的管理：

雖然最知名的加密貨幣－「比特幣」已經存在市場十多年，但加密貨幣是一個相對較新的發展技術，目前不受英國金融監管局(FCA)管理。FCA 目前只對部分網路平台加以監管，雖然該等網路平台的營業行為可能由 FCA 監管，但範圍不及於加密貨幣本身，營銷人員不應向公眾暗示加密貨幣屬於受到政府當局監管的金融貨幣。

## 2.廣告應明確向消費者告知加密貨幣價值的波動特性：

(1) 即使某些人透過投資加密貨幣致富，但目前它不是一個穩定的投資管道，價值可能快速貶值，而且通常價值下降的速度比上升速度更快。根據英國廣告實踐法規委員會(The Committee of Advertising Practice)頒布的準則(下簡稱「CAP 準則」)要求：廣告內容必須明確說明投資價值是可能變動的。由於加密貨幣非常不穩定，即使在廣告中以較小的字體包含免責聲明也不代表完全

符合 CAP 準則。

- (2) 在 *Coinfloor Ltd* 裁處案中，Coinfloor 公司以一名 63 歲退休女士的心聲作為廣告內容，廣告標題為「將錢存入銀行毫無意義...」，廣告中的女士宣稱「對我來說，比特幣是數位黃金，讓我能夠採取措施保護已經擁有的現金...感謝 Coinfloor 的 Autobuy 服務，購買和持有比特幣從未如此簡單－只需一個簡單的註冊過程，然後我就可以購買比特幣，自動、直接存入我的銀行帳戶」等語。ASA 認為該廣告內容具有誤導性，並未明確說明投資加密貨幣的風險可能包括本金損失，以及該案投資公司 Coinfloor 和交易的比特幣市場在英國都未受到監管，廣告手法容易使消費者誤以為購買比特幣是投資儲蓄或養老金的一種良好或安全方式。廣告雖然在頁面底部以較小字體指出：「投資加密貨幣涉及重大風險，並可能導致您的投資本金損失。你的投資不應超過能承受的損失範圍」，但 ASA 認為該「免責聲明」不足以抵消廣告整體宣導的訊息－即購買比特幣是一種安全的投資，且考慮到免責聲明字體大小及其位置，其呈現方式也不夠清晰或突出，無法確保消費者意識到投資本金將會損失的風險。

### 3.廣告應以民眾容易理解的方式為之，並清楚標明投資風險：

- (1) CAP 準則要求行銷人員應以易於理解的方式解釋產品，選擇廣告用語時應同時考慮可能的閱讀者。
- (2) 在 *HDR Global Trading* 案件中，被投訴者在報紙廣告展示了一個橫跨兩頁的圖表，橫軸標示「2009 年 1 月至 2019 年 1 月」區段日期，縱軸顯示「比特幣相當於美元之價格」，該圖表顯示 2010 年 7 月之後比特幣之價值從從 0.0001 美元飆升到 100,000 美元。廣告左上頁宣稱：「2009 年 1 月 3 日，十年前的今天，比特幣涉及的第一個區塊鏈佔據了《泰晤士報》的頭版」，右上頁則標示：「2019 年 1 月 3 日，事實證明，這是一筆相當大的交易」。圖示右下角則標註「資料來源：Blockchain.com」。儘管被投訴者主張其平台並未直接提供消費者加密貨幣或者區塊鏈商品或服務，消費者是自行進行點對點交易，且前述文宣並不是為了宣傳平台上的產品，或者提供數據進行財務分析，而是為了紀念行業中的一個重要里程碑，惟 ASA 仍裁決：閱讀報紙的一般公眾容易根據圖表數字認定比特幣交易在短期之內會呈現十倍數等比級數的增值，但該圖表未向公眾呈現比特幣的價值實際上也會呈現極大的波動，例如：2017 年間曾經從 1 千美元暴漲到 1 萬 4 千美元，至 2019 年 4 月則為 4 千美元。ASA 認定：本件廣告對於比特幣的優點明確宣傳，但幾乎未警告消費者任何投資風險，容易誤導公眾比特幣的價格及其穩定性，屬於誤導式的不實廣告，違反了 CAP 準則。

### 4.關於 NFTs 應特別留意：

- (1) NFTs 為一種數位真實性證明，可證明特定數位資產的獨特性，例如：數位藝

術品。

(2) NFTs 因為使用區塊鏈之技術而與加密貨幣產生關聯。

(3) 最重要的是，NFTs 不是藝術品或者圖像本體，而是一種(透過區塊鏈)追蹤所有權的方法。取得某個 NFTs 數位化檔案，並不代表第三人無權透過其他管道取得同樣標的之數位化副本。將 NFT 應用於著作權的作法也尚未確立，因此，擁有 NFT 並不代表享有著作權。

ASA 在 2021 年 11 月的聲明稿又加強示警程度並特別臚列出 NFTs，宣告：公眾目前對於加密貨幣或者 NFTs 相關廣告產生疑慮，ASA 已將此種廣告列為紅色警戒事件，將會優先採取行動處理。由加密資產呈爆炸式增長，但相關廣告存在相當風險，公眾可能因為理解不足，就逕行投資並且失去畢生積蓄。ASA 正對以下幾種 NFTs 相關廣告型態加以調查：

- 缺乏適當的投資風險警告
- 對於 NFTs 等投資以輕描淡寫、避重就輕的方式加以廣告宣傳
- 利用消費者欠缺經驗所為之廣告
- 不負責任的廣告(例如，製造投資迫切感)。

在台灣以 NFTs 等加密貨幣行銷，倘若涉及前述案例提及之不實廣告，在法理上亦應有台灣公平交易法規之適用。關於 NFTs 交易特性以及其與比特幣等同質化交易代幣的區別，可進一步參見：聖島國際法律事務所「**NFT(非同質化代幣)交易之智慧財產議題**」報導(網址：[https://www.saint-island.com.tw/Tw/News/News\\_Info.aspx?IT=News\\_1&CID=266&ID=1976](https://www.saint-island.com.tw/Tw/News/News_Info.aspx?IT=News_1&CID=266&ID=1976))。