



NO 041

公平交易通訊

TAIWAN FTC NEWSLETTER

中華民國100年9月號

▶ 專題報導

論我國公平交易法防衛請求權—侵害排除請求權、侵害防止請求權

▶ 焦點案例

- ▶ 購買預售屋請注意共用部分是否記載清楚
- ▶ 附負擔不禁止中華電信、統一超商、悠遊卡投控合資設立並共同經營紅利點數事業之結合案
- ▶ 免費贈送血糖機 小心業者藏玄機！
- ▶ 臺南市瓦斯公會阻礙瓦斯行參與競爭 受罰！
- ▶ 商品虛化？老鼠會？
- ▶ 事業手冊只是聊備一格，報備完就算了？

▶ 法規報導

加盟新修正規範知多少

▶ 國際動態

AT&T購併T-Mobile—主管機關與競爭對手的反應

▶ 分享園地

「競爭法主管機關在高通膨時代之角色」研討會紀實

▶ 公平交易統計

民國99年多層次傳銷事業營運發展概況

▶ 會務活動

民國100年7、8月會務活動一覽

▶ 國際交流

民國100年7、8月國際交流一覽

論我國公平交易法防衛請求權—侵害排除請求權、侵害防止請求權

■ 演講人：汪教授渡村
(銘傳大學法律學系)

前言

公平交易法(以下稱公平法)一般認為是較著重公共利益的法律，若個人的權益受侵害，或受有一定程度之壓抑時，欲以業者違反公平法規定為理由，向法院訴請業者排除或預防侵害，可以公平法第30條為請求權基礎，以下提到的「防衛請求權」，是指公平法第30條的排除、預防請求之謂。而公平法僅以一條條文的規定，能否落實防衛請求權之法功能，有待商榷。

公平法中有眾多構成要件屬不確定法律概念，且獨占、不公平競爭行為之規範大部分是採合理原則，因此，普通法院民事庭在審理公平法第30條過程中，如何適用合理原則？如何與我國競爭政策相調合等？均屬極為重要之問題，具體言之，民事庭認定業者有無違反公平法規定之標準，是否與公平會、行政法院考量之標準有所差異？民事法院之判決是否會與現行之競爭政策有所調合？民事庭對公平會之處分裁量，是否如行政法院般，採高度尊重的態度？等諸多問題，均影響防衛請求權制度是否能發揮適當功能。

立法目的

公平法第30條立法理由是為保護被害人權益，賦予被害人請求除去侵害之權利，有侵害之虞者，並得請求防止之。但是否能以「為保護被害人權益」為理由，而將公平法第30條解釋為「以

保護私益為限」。這涉及公平法防衛請求權範圍之解釋。本人認為，雖上述立法理由揭示公平法第30條主要目的是保護被害人之私益，但依條文文義則又含有維持市場競爭秩序之目的。故不宜貿然限定公平法第30條防衛請求權是以私人利益為範圍。

損害賠償請求權與防衛請求權之區別

公平法防衛請求權(第30條)與損害賠償請求權(第31條)，兩者規定有何差別？一般而言，在民法的債編總論中損害賠償是以回復原狀為原則，即回復到未受侵害之狀態。但不論就認知上、實務運作上或單純由外部情形觀察，回復到未受損害的狀態似與排除侵害無多大差別。因此，有人認為，公平法第31條損害賠償之回復原狀請求權是可取代第30條防衛請求權，惟此一論點值得商榷。

回復原狀旨在填補被害人損害，並避免使被害人受到超過所受損害之補償而得利；然防衛請求權則以除去侵害之狀態，避免損害持續擴大為目的，與填補損害無關。因此，即有學者認為，區分損害賠償請求權與侵害排除請求權，可視請求之主體是否「受有損害」而定。申言之，若被害人受到侵害，但未生損害結果，則不得行使損害賠償請求權，而應行使防衛請求權(當然要符合法定要件)，蓋損害賠償以填補損害為目的，無損害自無從請求損害賠償。我國民法767條是防衛請求權規定最主要之類型。另在屬智慧財產權領域中之專利法、商標法、著作權法都有防衛請求權之相關的規定，本人認為，賦予智慧財產權有防衛請求權，應是基於如下考量，一、專利權、商標權與著作權，本質上應屬排他權，二、因智慧財產權性質屬無體財產權，一旦受侵害，損害可能會無限擴大，因此有事先予以排除之必要。

一般通說認為，只有絕對權才可行使防衛請求權，但理論上是否可擴張到一般私權利？本人認為可分為兩種情形思考：第一種是針對公益性法益，例如公安危害、食品安全，其損害已達明顯且有立即性，該損害即有事先加以排除或預防之必要。第二種情形是一般侵權行為得否行使防衛請求權之省思，我國最高法院曾認為於一般侵權行為只能對之請求損害賠償，而不得行使防衛請求權，惟晚近學說則有「受忍限度論」，認為，凡行為超過一般人於社會生活共同關係中應該容忍的侵害限度時，則該行為即具違法性，應負侵權行為之責。而民法第767條之適用並不限於所有權，所有權以外之物權準用之，因此相鄰關係之糾紛，如噪音、震動、垃圾處理等問題，若超過一般社會共同生活所應忍受之限度，即有承認防衛請求權的必要。

公平法所欲保護之法益，基本上不像專利法等智慧財產權法是一種絕對權、排他權，縱將競爭法益以德國的營業權概念來理解，尚須回歸受忍限度論之判斷標準。因此欲賦予對違反公平法之侵害行為得行使防衛請求權，如依一般固有民法法理加以解釋，有其困難度，因此，在公平法中明文規定，以確定其請求權基礎，應能減少論理上之困擾。

防衛請求權得否據之為一定積極作為之請求？我國公平法雖未如專利法第84條明文賦予被侵害人，得請求侵害人為一定積極作為之權，惟目前學者通說認為應可為一定作為請求，實務見解亦同。

防衛請求權與公平會排除措施之比較

公平會相關排除措施規定於公平法第30、41及42條。實務上，公平會排除措施範圍，與私人藉由防衛請求權請求之排除範圍，互有廣、狹

之例。如防衛請求權範圍較廣之個案，有飛斯特實業有限公司(被處分人)一案，被處分人進口、販售之鬧鐘商品，不當仿襲「HELLO KITTY」商品之外觀、形狀，搾取他人努力成果，為足以影響交易秩序之顯失公平行為，違反公平法第24條之規定。公平會命被處分人自本處分書送達之次日起，應立即停止前項違法行為，並處新台幣二十萬元罰鍰。但同案法院（台灣高雄地方法院民事判決九十二年度智檢上字第一號）依公平法第30條之規定，對飛斯特公司課以之不作為範圍，較公平會之處分為廣，「前略…被上訴人（被害人）依公平法第30條、第34條之定請求上訴人（飛斯特公司）不得就附件一所示之『HELLO KITTY』商品為輸出、運送、販賣、批售、散布、意圖販賣而陳列等處分行為及為上述目的所為之授權行為，且不得陳列或散布有關附件一所示之商品及相同或近似於如附件二所示具有促銷宣傳性質、推介商品功能之文書或類似物件，亦不可於報章雜誌或其他任何傳播媒體為廣告、引述之行為。…於法自屬有據。」

防衛請求權之權利機能是否僅限於保護私益？從公平法第30條來看，事業有濫用獨占地位、聯合行為等較偏向危害公益的行為，如果符合要件，被害人似皆可主張防衛請求權。但於其他違反公平法的情形（例如第三章不公平競爭），主張第30條防衛請求權，則又似以保護私益為重。進而衍生出公平法上防衛請求權是否得以公益訴訟、集體訴訟方式提起之議題。

公益訴訟與集體訴訟概念上有差別，集體訴訟的請求權人是直接被害人，可指定代理人，而公益訴訟是以公益目的，非屬直接被害人亦可以自己名義提起訴訟，防衛請求權如以保護私益為主，則較難有適用公益訴訟制度的空間。而公平法第30條之立法理由，雖僅明示係為保護被害

人利益（私益），但由立法形態、體例而言，如完全排除公益訴訟，恐非妥當。如不排除公益訴訟，則須解決上述公平會排除措施與防衛請求權重疊問題。按依公平法第26條規定意旨，公平會之排除措施應偏重公益。實務上，公平會對僅有民事責任之違反公平法之行為，向認為無法科以排除措施，如廣告代理業者在明知或可得而知的情形下，仍製作或設計有引人錯誤之虞的廣告。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，仍予傳播或刊載之行為（公平法第21條第4項）。

應注意的是，如違反公平法的情形涉及公益，則回復、救濟措施就絕不能等同私人利益的處理方式，因回復公益、與私益救濟應有不同的考量。因此，公平法第30條之立法目的，如包括維護公益，則主管機關應考量普通法院可否貫徹導正競爭秩序的目的，逕將維護競爭秩序之公益責任交給民事法院，是否妥適。

公平會較之一般私人有較強的證據調查能力，如違反公平法之行為經檢舉且公平會展開調查，則人民即可免於訟累，因此向民事法院提起防衛請求權之訴，有何實益？即有疑問。由實務見解可知，受害人向公平會提檢舉案，公平會如認為檢舉不成立或不受理時，因公平會所為之函覆最高行政法院認為並非行政處分，故提出檢舉之被害人，不得因不服公平會不受理、不成立之認定，而為行政救濟爭訟，此時賦予人民可主張公平法第30條之防衛請求權即有其實益。（當然公平會不受理的原因也可能是依公平會與其他機關協調的結果。違反公平法的個案，如涉及藥事部分，應由衛生署受理；而涉及仿冒行為、商標之註冊則可能由智慧財產局受理。）

防衛請求權不以侵害人有故意、過失為要件，則公平會排除措施是否須以被處分人具故

意、過失為要件？按行政罰是採過失原則，但單純不利益處分，如命除去違法狀態、停止違法行為或預防命令，是否需以被處分人有故意、過失為要件，即有討論空間。如從大法官釋字第275號解釋精神而言，單純不利益處分因非行政罰，故不以故意過失為要件。但有學者認為，單純不利益處分雖非行政罰，但因有制裁作用，故仍應以有故意或過失為歸責要件。本人認為，單純不利益之處分，目的單純是為回復競爭秩序，因此不以被處分人有故意或過失為必要。防衛請求權不以故意過失為必要，是基於民法第767條之規定意旨。按民法第767條之適用，不以侵害人有故意、過失為要件之解釋，是否一定當然適用於公平法第30條之解釋，容有探討空間。原則上民法第767條規範意旨，應是排除權利篡奪地位的規定，適用上自可不論行為人是否具故意或過失之主觀歸責要件，但公平法則似難當然適用「排除權利篡奪地位」之理論，以決定其是否應具主觀規則要件為必要，只因公平法第30條並不以制裁被處分人為目的而是以回復競爭秩序為要，故解釋上，不以被處分人具主觀歸責要件為必要。

對不執行排除措施之被處分人可科以刑事責任者（公平法第31、32條），同時得連續處以法定罰款至執行為止（參照公平法第41條）。此即先行政，後司法之概念。例如聯合行為，第一次違反是命立即停止並處以罰鍰，再次為聯合行為時就有刑事責任，此時除命停止亦得連續處罰鍰。被害人如依公平法第30條提起防衛請求權之訴，獲得勝訴判決者，被告如拒不履行判決結果，被害人可依強制執行法相關程序執行。

請求權人

公平法第30條之請求權人是否限被害人？如依文義解釋似應採肯定說。至於是否應引進公益訴訟之制度（與公平法第31條損害賠償之集體

訴訟，概念上有所落差）？學者廖義男教授，在制定公平法草案時，認為公會或公益法人，在一定條件下應可提起公平法第30條之訴。但此類公益訴訟前提要件是必須以公益保護為限（依行政訴訟法第9條規定：人民為維護公益，就無關自己權利及法律上利益之事項，對於行政機關之違法行為，得提起行政訴訟）。本人認為，公平法雖未明文規定，得以防衛請求權為公益訴訟之範圍，但本人認為，民事訴訟法第44-3條：「以公益為目的之社團法人或財團法人，經其目的事業主管機關許可，於章程所定目的範圍內，得對侵害多數人利益之行為人，提起不作為之訴。」似可為依據。

請求權人是否限具競爭關係之被害人？實務有採肯定說，認為應以二事業在市場上具有競爭關係，且他事業有為足影響交易秩序之欺罔或顯失公平行為，為提起公平法第30條、31條之訴之要件。但本人認為，對公平法所有違法類型均採取肯定說恐有不妥。例如某甲因為某公司違反公平法之多層次傳銷規定，則多層次傳銷之參加人，若依前述肯定說，即無法提起公平法第30條之訴，致直接受害之人難以尋求救濟，故應依個案判斷提起訴訟之人是否符合條文規定之被害人。

另有關「保護之法益是否限於公平法所保護之法益為限」、「請求權人是否及於間接被害人」、「如何防止濫訴」等爭議議題：1.通說均認為應限於公平法所保護之法益被侵害，被害人始有防衛請求權。2.如基於防衛請求權之本旨，似應以直接被害人之限。但如公平法第30條亦以實現公益為目的，則間接被害人則有承認其訴權之必要。另如承認公益訴訟，即便非被害人亦可提起公平法第30條訴訟，而間接被害人既有權益受損，更應許其主張防衛請求權。3.一旦引進

公益訴訟制度、允許無競爭關係之被害人、間接被害人亦得主張防衛請求權，若無限制必須侵害行為與侵害結果（或危險）有一定因果關係，恐造成濫訴情形。因此應規範「防衛請求權流用」（被害人以就非屬公平法保護之法益，提起防衛請求權）與「防衛請求權逆用」（以行使防衛請求權之名，行妨害公平競爭秩序之實之行為）等行為。

公平法第30條規定之侵害「預防」請求權，是否以侵害人已構成違反公平法之行為為必要？文義解釋應採肯定說。另有學者（吳秀明教授）認為，所謂「預防之不作為請求權」，是指行為人尚無違法行為，但卻具有高度之「初犯危險」者，如，行為人對於違法行為已有積極且相當成熟的準備行動、事業已經對採用何種不實廣告用語在內部下達指示、行為人已經通知他人其即將採取某依違反公平法之行為等。

違反公平法行為類型加以限制適用之必要

日本的獨占禁止法規定僅限於不公平競爭的行為始有防衛請求權（在不正競爭法中也有禁止的排除規定），適用範圍不包含聯合行為、獨占力濫用及結合的行為，立法理由是為區分公、私益適用條文，以避免濫訴。但日本學者多認為僅限不公平交易方法的行為始能適用防衛請求權，並非妥適，因區分公、私益，不必然可有避免濫訴之效果，學理上亦無區分公、私益之必要。至於我國立法例並未明文限制適用之違反公平法之行為類型。但有學者認為，因結合案屬主管機關異議制，該結合行為並未對第三人權益直接發生損害，而是對市場結構、競爭秩序產生影響。本人亦認為，對結合案應以不得提起防衛請求權為宜，因假設某結合案原本因限制競爭之不利益高過整體經濟利益而應予禁止，然因國家競爭政策之故，准許結合。此時若有直接被害人存在，可

否許其主張防衛請求權請求排除該結合行為？此種主張在德、日均被否定，日本的理由是認為結合案本身應迅速且秘密進行，如果第三人得為結合案防衛請求權的主體，恐遭競爭業者「逆用」防衛請求權，以防衛請求權之名行限制競爭、不公平競爭之實。不論我國或德、日之學者，均認為結合行為應排除於防衛請求權之外，但排除之理由如何，因未有明文限制，是否排除結合行為，宜個案認定之。

法院與公平會見解歧異之問題

民事法院審理公平法第30條案件時，必須判斷該行為是否違反公平法，因而，有關被告行為是否違反公平法之認定，即有可能與公平會之認定不同，此時，應如何解決。按公平法第30條被告行為是否違反公平法規定，民事法院得自為判斷。民事法院並無受到公平會或行政法院見解拘束之必要，因此即有可能發生民事法院的認定與公平會的認定相異之情形。

雖實務上當事人可聲請將案件送由公平會鑑定，公平會因而取得表示意見之空間，且法院實際上亦多尊重公平會基於競爭主管機關所表示之意見。但在民事訴訟進行中，由於我國採取當事人進行主義，欲作如何之主張、提出如何之證據，端視當事人決定，因此，當事人如未請求公平會表示意見，公平會似無積極表達意見之權利。日本獨占禁止法即定有明文，法院進行防衛訴訟案件審理時，必須先徵詢公正取引委員會（相當我國公平會）之意見。必要時，公正取引委員會亦得主動表示意見。反觀我國公平法並未明文規定公平會得主動表示意見，如當事人未聲請送公平會鑑定，且法院未依職權徵詢公平會意見，此時縱使公平會主動表示意見，依當事人進行主義之精神，法院仍不得採為判斷事實之基礎。如我國有如上述日本防衛訴訟的規定，則公

平會主動表示之意見即具有證據能力，法院於認定事實時不得不加以審酌。

民事法院審理公平法第30條之防衛訴訟案件，因為前提要件必須判斷被告行為是否有違反公平法，於法院得自為判斷的情形下，可能在公平會專業行政行為與民事司法判解間發生歧異，立法論上宜作配套規定，以杜爭議。

與日本立法例之比較

日本獨占禁止法第24條（停止或防止侵害請求權）：「事業或事業團體違反本法第8條第1項第5款或第19條之規定，致侵害他人利益，發生顯著之損害者，被害人得請求停止之；有侵害及發生顯著損害之虞者，得請求防止之。」此規定與我國公平法第30條在要件上有以下幾點較大的差別：1.防衛請求權的對象有限縮：我國防衛請求權依條文可針對所有違反公平法之行為請求預防或排除，而日本法僅限於獨占禁止法第8條第1項第5款或第19條不公平之交易方法所致侵害、損害得行使防衛請求權。2.日本法規定須以有顯著損害為要件：我國公平法第30條僅規定「致

侵害他人權益」，並未規定有損害發生，更未規定該損害必須有顯著性。日本學者對於顯著性要件，多有批評，認為顯著性的定義不明確，且可能使該條文難以發揮保障私權之功能。日本獨占禁止法中規定損害必須有顯著性，其立法理由認為，防衛請求權發動之位階應高於損害賠償請求權，換言之，只要有損害即可請求損害賠償，但要發動防衛請求權，則必須有更高度侵害、損害。然而此立法理由，亦遭日本學者批評，完全扭曲排除請求權之權利機能，蓋侵害排除之權利機能在於排除權利篡奪之狀態，不因侵害程度或損害之高低而有所差別。此外，原本向公正取引委員會檢舉，不論損害是否顯著，只要有違法行為即可，如今把防衛請求權限於私益受損才能行使，且要求損害必須顯著，並無學理上根據。迄今日本關於停止或排除侵害請求權的案例不多，原因就是要件過於嚴格。

（本文係講座於100年5月17日假公平會競爭中心發表之演講內容，由公平會見習生吳孟洲整理並經講座審訂）



購買預售屋請注意共用部分是否記載清楚

■撰文＝楊中琳
(公平會第一處專員)

案例：建商W委託代銷V銷售預售屋，銷售現場沒有公開放置房地買賣契約書及各戶持分總表，代銷V於售屋過程中，也沒有在購屋人支付定（訂）金、預約金等前，提供房地買賣契約書及各戶持分總表給購屋人看，直到購屋人與建商W簽約的時候，購屋人才第一次看到契約書。後來，建商W更於建物完工後、交屋前，通知購屋人因為坪數增加，依契約約定購屋人必須補繳價款後才能過戶，購屋人擔心違約被沒收價款，只得補繳價款，但建商W沒有告知購屋人其實坪數增加部分是共用部分（例如車道面積等），不是主建物面積增加。

交易前，充分揭露買賣契約書及各戶持分總表

預售屋因為還沒有具體成形，購屋人於簽訂買賣契約書時，就所購房屋事先可取得的資訊相當有限，買賣契約書涉及標的物的給付、買賣雙方權利義務的負擔與分配，共用部分的分配則涉及房地交易面積及房屋價值的計算，各戶持分總表為購屋人對全區分配情形及辨別其分配公平性的依據，因此買賣契約書及各戶持分總表足以影響購屋人作成購屋與否的決定，屬預售屋買賣的重大交易資訊，而且該項文件又是建商所單方事先擬定、決定，建商無疑為資訊優勢的一方。因此，如果建商於預售屋銷售過程中，要求購屋人須給付定金始提供契約書，或未揭露足以顯示全區共用部分攤計算結果之各戶持分總表，並提供公眾閱覽、分送或自由取閱，可能構成違反公平交易法第 24 條所稱欺罔或顯失公平之行為。


案例建商W雖然是委託代銷V銷售預售屋，但建商W仍然負有揭露資訊的義務，建商W可以要求代銷V於預售屋銷售現場的銷售桌上，放置買賣契約書及各戶持分總表給購屋人看，以避免因為代銷V漏未提供，而有違反公平交易法第24條規定之虞。建商與購屋人於交易前，若能充分提供買賣契約書及各戶持分總表給購屋人看，可以促進購屋人作成正確的交易決定，也可避免事後因雙方認知有誤而產生不必要的交易糾紛。

交易後，別濫用相對優勢地位

由於房地產是耐久性消費財，購屋人於購置前會審慎考慮未來的增值性及使用效益，共用部分項目與面積大小關係到公設比，是購屋人交易與否的重要考量因素，建商應於交易前充分告知購屋人預售屋共用部分的資訊。建商如果於建物完工後，自行變更共用部分的持分約定，逕行增加購屋人共用部分持分的項目與面積，使購屋人的公設占比加重，購屋人已經因為建商交易前資訊揭露不完整，誤認該預售屋的公設占比較低，而與該建商作成交易，建商若於交屋前還要求購屋人補繳價款，建商顯然是濫用其相對優勢地位向購屋人收取2次價款。對此，建商若未於本房屋買賣契約書揭露共用部分所含項目應含特定共用部分項目，以積極欺瞞及消極隱匿重要交易資訊致引人錯誤的方式，從事交易的行為，將有違反公平交易法第24條規定之虞。

案例建商W雖然委託地政士計算共用部分的持分，但是建商向購屋人收取補繳價款時，應該確認該增加面積的部分是否已於交易前告知購

屋人，若共用部分計算有誤，應該通知地政士重計，避免損及購屋人的權益，使買賣雙方增加不避要的糾紛與訟累。

最後，因為預售屋交易存有明顯的交易資訊不對稱，提醒購屋人於交易前，審慎、注意相關交易資訊是否充分、完整，以避免交易糾紛。 

附負擔不禁止中華電信、統一超商、悠遊卡投控合資設立並共同經營紅利點數事業之結合案

本文係分析公平會如何審查日漸增多之大型且非水平結合案件。

■撰文 = 徐秀鳳
(公平會第一處專員)

背景說明

由於我國經濟發展已接近已開發國家，事業為增加國內外市場之競爭力，以合資、策略聯盟、多角化經營、垂直整合等方式謀求生存利基，所以近來公平會接獲非水平結合案件有增加的趨勢。雖然公平會就如何審酌結合審查案件，訂有「行政院公平交易委員會對於結合申辦案件之處理原則」，其中對於水平結合、垂直結合及多角化結合有不同的審查標準，惟公平會對於大型多角化案件，即多家於各自所屬市場皆具一定市場力量之事業等共同經營他市場之新設事業，並未於前開處理原則揭示進一步的審查標準。因此，透過下列個案分析，可得知公平會審查大型且非水平結合案件之心證。

公平會在民國99年底接獲中華電信公司、悠遊卡投資控股公司及統一超商公司等三公司擬合資設立點鑽整合行銷公司經營紅利點數業務的結合申報案，並經參與結合事業於民國100年1月底補正資料，公平會正式受理後，本案備受社會大眾關注，其中莫過於質疑參與結合事業結合後是否將濫用各自所屬市場之力量，而封鎖新興市場（即紅利點數市場），甚至促使參與結合事業於各自所屬市場更加強大。

經公平會調查，參與結合事業分別主要經營業務為電信業、便利商店業及電子票證業；而渠

等合資設立並共同經營之點鑽公司主要經營紅利點數服務業務，與渠等所屬特定市場範圍不同，亦無產品重疊或上下游關係，所以屬於多角化結合型態。但是中華電信公司目前經營歡樂點紅利點數，統一超商公司經營icash紅利點數，未來悠遊卡投控公司亦有經營紅利點數服務之意願，所以本案參與結合事業合資設立點鑽公司且共同經營紅利點數業務，將因共同經營紅利點數業務而產生類似水平及垂直結合狀態。

案件分析

類似水平結合之限制競爭分析：鑒於目前紅利點數之贈點價值占主產品或服務的回饋率極低，市場競爭主要仍取決於以較有利之價格、數量或其他交易條件爭取交易相對人，特定事業透過較有利之紅利點數之競爭方法，其他競爭者仍可以透過其他競爭方法予以取代（如直接降低價格），且在相關電信市場、連鎖式便利商店及小額支付工具等市場，均仍有營業規模極為龐大的市場競爭者參與競爭。雖然目前相關市場業存有市場進入障礙，但這是由於法令管制、產品特性或市場結構因素，與共同經營紅利點數業務尚不具直接關聯性。而點鑽公司為紅利點數新進業者，不論悠遊卡持卡人及特約商店或其他選擇加入點鑽公司之消費者及商家，須事先申請加入點鑽公司始能享有點鑽公司服務，即使加入點鑽公

司後，消費者及商家仍得選擇使用其他可取代現金之支付工具並累積紅利點數。另點鑽公司成立後，須重新招募會員及商家，且於紅利點數市場尚有競爭者鼎鼎聯合行銷股份有限公司之Happy Go，又經營開放性紅利點數市場所須之技術門檻及資本額均不高。故本結合對於目前電信、便利商店、小額現金支付工具及紅利點數服務市場，尚無導致顯著限制競爭疑慮。

類似垂直結合之限制競爭分析：考量本案結合後，參與結合事業之競爭者，除可依現有方式獨自經營封閉式紅利點數業務之外，尚可選擇參加Happy Go紅利點數服務。復消費者及商家仍可自由決定是否加入點數服務，且任何業者均得以異業聯盟方式與他業合作進入紅利點數市場參與競爭。又國內第一類電信事業之費率及其營業行為受到國家通訊傳播委員會之管制，多用途支付使用之電子票證亦受到行政院金融監督管理委員會之監理，且參與結合事業及點鑽公司倘提高商品價格或服務報酬時，消費者及上下游事業可立即選擇渠等競爭者之商品或服務，所以競爭者與消費者均足以產生強大抗衡力量。何況紅利點數服務僅為提供消費者額外服務，屬於事業之忠誠折扣行銷手法，並非參與結合事業主要業務，參與結合事業仍須於本業藉提供優質商品或服務內容，始能透過網路外部性以發揮競爭優勢。因此，本結合對於紅利點數服務市場與電信、便利商店、小額現金支付工具市場之其他競爭者選擇交易相對人之可能性、非參與結合事業進入特定市場之困難度、結合事業於特定市場濫用市場力量之可能性、市場封鎖效果並不是說非常顯著。

本結合案之整體經濟利益：紅利點數市場雖有「雙邊市場」及「網路效應」之特性，然點鑽公司為新進業者，成立後仍須招募會員及結盟

商家，於短期市場占有率不高，且紅利點數產業之參進障礙極低，紅利點數僅為業者行銷工具之一並非主要業務，點鑽公司未來如有較高市場占有率或目前Happy Go持卡人已達數百萬人，亦不表示渠等擁有市場獨占力。本案參與結合事業間未來可能藉由共同行銷行為，於供給面提升效率，於需求面滿足消費者，兩面均有規模經濟現象，而促進整體經濟利益。

附負擔不禁止結合

最後，公平會認為參與結合的三家公司於電信市場、連鎖式便利商店及小額支付工具等市場都面臨強大的市場競爭者參與競爭，而目前紅利點數的回饋率極低，仍可輕易由其他競爭方法予以取代，又紅利點數業務並不具市場進入之實質障礙，故短期內對電信市場、連鎖式便利商店及小額支付工具等市場產生的限制競爭疑慮不高。但就長期而言，參與結合的三家公司與未來參與紅利點數結盟之其他業者，仍不排除可能經由點鑽整合行銷公司之紅利點數平台，從事聯合行為、杯葛、差別待遇、垂直交易限制等限制競爭或不公平競爭行為，從而對電信市場、連鎖式便利商店及小額支付工具市場產生不確定的限制競爭疑慮。公平會於民國100年3月30日第1012次委員會議通過本案，且為確保整體經濟利益大於限制競爭之不利益，依公平交易法第12條第2項規定，附加9項負擔不禁止結合：

一、參與結合事業及新設事業均不得促使結盟商家以損害特定事業為目的，對該特定事業斷絕供給、購買或其他交易。

二、參與結合事業及新設事業均不得正當限制新設事業之結盟商家與其獨家交易。

三、參與結合事業、新設事業及結盟商家

等，從事共同行銷行為時，不得正當限制消費者購買個別商品之選擇自由。

四、參與結合事業不得取得新設事業之會員個人及交易資料。

五、新設事業不得無正當理由，拒絕參與結合事業以外之商家參與結盟。

六、新設事業不得無正當理由就所提供之紅利點數服務，對參與結合事業以外之商家給予差別待遇或收取不當之管理費。

七、新設事業應於招募會員1個月前，提供

公平會有關確保蒐集、處理與利用會員個人及交易資料之辦法，並於相關辦法確定實施前上網公告。

八、新設事業應於招募結盟商家1個月前，提供公平會有關招募經營紅利點數業務之辦法，並於相關辦法確定實施前上網公告。

九、新設事業應於設立後5年內，於每年3月底前提供公平會下列相關資訊：上一年度股東異動名冊、營業額、會員人數、點數兌換金額與比例、結盟商家家數及名稱、非申報書內記載之新增業務項目。



加盟商家



免費贈送血糖機 小心業者藏玄機！

一般市售不同廠牌的血糖機及血糖試紙間並無法相互通用，消費者倘選擇使用某特定廠牌之血糖機後，即須持續購買使用該特定廠牌的專用試紙。因此，在選購血糖機之前，消費者應事先就各廠牌血糖機及試紙之價格與功能等特性完整瞭解後，再行購買使用，以免被業者以免費贈送血糖機或其他推廣促銷手法所迷惑。

■撰文=王性淵
(公平會第二處專員)

糖尿病是目前消耗醫療資源最為嚴重的慢性疾病，2010年全球花費在糖尿病照護的支出估計達3,800億美元，各先進國家目前均積極推廣預防醫學及自我健康管理，希望透過患者居家自行監測血糖變化之自我照護機制，以減低醫院或門診醫療服務照護之支出。目前全球4大主要血糖機業者為羅氏（Roche）、壯生（Johnson & Johnson）、拜耳（Bayer）及亞培（Abbott），合計全球市占率達85%，至於國內廠商則以五鼎、泰博及華廣等上市（櫃）廠商為主。

不同廠牌血糖機及試紙無法通用 易形成套牢效果

由於糖尿病患者居家自我檢測血糖時，除血糖機外，尚須同時使用血糖試紙、採血針及酒精棉片等耗材，加上血糖試紙於檢測後即須丟棄，無法重複使用，且不同廠牌、機型之血糖機及試紙多無法通用，因此消費者除非換購其他廠牌之血糖機，否則僅能持續購買使用特定廠牌及機型之血糖試紙，其消費行為具有被特定產品套牢鎖定之效果（Lock-In Effect）。所以部分血糖機業者為賺取消費者後續使用及購買該廠牌血糖試紙之商機，遂可能以免費贈送血糖機或透過醫事人員推廣、銷售等方式進行促銷。

公平會就此一可能涉及以脅迫、利誘或其他不正當方法，使競爭者之交易相對人與自己交易或違反其他公平交易法相關規定之行為，於民國

99年9月起主動立案進行調查，針對國內各連鎖藥局、醫療器材行及各縣市藥師公會進行問卷及實地訪查，並約談國內主要血糖機業者。經查，台灣地區目前糖尿病患者人數約120萬至140萬人，其中第1型糖尿病患者則將近8千人。由於第1型糖尿病患者需每日多次自我檢測血糖，行政院衛生署為減輕該型患者之經濟負擔，業於民國99年6月1日起提供該型患者每日最多4片血糖試紙之健保給付。

有關血糖機業者免費贈送血糖機之行為，經查各業者主要係基於照顧第1型糖尿病之重大傷病患者或清貧弱勢病患之公益性目的，透過各醫院之衛教單位向業者申請免費贈機，藉以爭取該類型病患往後持續使用其血糖試紙之交易機會，相關贈機行為係屬公益捐贈性質，且業者並未設定受贈者須同時購買其血糖試紙或排除其他廠牌之免費贈機方案，受贈者可接受多家廠牌之免費贈機，並於一般市面零售通路自由選購血糖試紙。此外，第1型糖尿病患者所需血糖試紙已納入健保給付，患者能自行選擇健保特約之醫療院所或持處方箋至健保特約藥局領取血糖試紙，尚不至有限制競爭或影響市場公平競爭之虞。

業者促銷 消費者得利

又血糖機業者免費贈機之行為，僅係降低糖尿病患者首次購買或轉換血糖機廠牌之消費負擔，病患仍可自行決定使用何種廠牌血糖機及試紙。再者，目前各廠牌血糖監測產品之功能差異

不大，消費者可藉由業者免費贈送血糖機或血糖機舊換新等方式，以相當低廉或近乎免費之轉換成本，改用其他品牌之血糖機，故業者最終仍需就各自血糖機之準確度、功能性、使用方便性以及血糖試紙價格等產品特性，與其他業者之產品進行區隔，以利產品之競爭。

最後，依照公平會之調查結果，目前國內市售血糖機等產品主要有「血糖機套裝組合」、「血糖試紙」及「血糖機舊換新」等3種產品：以血糖機而言（其套裝組合包含血糖機、採血筆、採血針、酒精棉片及血糖試紙），國際大廠如羅氏、壯生及亞培等產品機型最多元，售價也較高，約在3,000元至4,000元之間，至於國產品牌之售價多在3,000元以下，甚至有1,500元左右

之低價產品。再就血糖試紙而言，目前國內售價與鄰近國家相較屬於低價位水準，且國內血糖試紙廠牌眾多，價位則介於700元至1,200元（50片裝）之間。至於血糖機舊換新套裝組合，主要係血糖機業者常因舊血糖機之專用試紙停產後，為讓舊機持有者可以改用新型血糖機，而推出的舊換新方案，目前市售的血糖機舊換新方案，多數並未限定舊機廠牌，其售價約在850元至2,450元之間，此一價位較血糖機套裝組合便宜很多。因此，倘消費者家中有舊血糖機，或者是對於目前正在使用的血糖機之功能不甚滿意時，皆可利用各業者所推出的血糖機舊換新方案，以較為優惠的價格，換購其他廠牌之新型血糖機。 



臺南市瓦斯公會阻礙瓦斯行參與競爭 受罰！

事業間彼此限制對競爭參數如價格、數量、交易地區等，不論此限制係對供方、買方、現有、潛在或第三人競爭，均屬聯合行為之限制競爭手段，又依公平會對於同業公會之規範說明，同業公會限制事業進出特定市場，屬違法態樣之一。

■撰文＝洪進安
(公平會第二處科員)

王君乃臺南市某爐具行負責人，由於想經營桶裝瓦斯生意，故向臺南市政府申請許可，但在取得經營許可前，與其好友(另一家瓦斯行之負責人)於民國98年5月1日起在臺南市某社區進行促銷活動。因臺南市瓦斯公會會員反映這兩家瓦斯行低價競爭行為影響生存，該公會遂於民國98年5月16日召開臨時理事會議，會中決定授權理事長處理，該理事長遂製作文宣達2萬份之多，並分別於同年5月26日及6月8日兩度在該社區大量散發，文宣內容記載「臺南市瓦斯公會公告：因市面有來路不明的瓦斯已有發出海報以優待價格銷售住戶，並請住戶需要注意，因來路不明的瓦斯完全無參加臺南市公會團體意外保險2000萬元，而且每桶瓦斯有無灌足20公斤。…。」藉以影射在該社區進行降價促銷的瓦斯行不僅未投保，且有斤兩不足之虞，阻礙瓦斯行參與桶裝瓦斯分銷市場之競爭。

經公平會調查，在民國98年5月1日至同年6月21日期間，僅這兩家瓦斯行在該社區進行降價促銷，但這段時間實際進行銷售者，為王君好友所屬瓦斯行，王君僅負責送貨，直到6月22日王君取得許可後，始結束與其好友之合作關係，而分別各自銷售。臺南市瓦斯公會確實有授權理事長處理瓦斯行降價促銷事宜，並將決議內容函知會員，理事長才據以製發文宣，由於該文宣之散發具有針對性，且其內容難謂與事實相符，故有限制參進競爭之意圖與效果。

按公會係由水平競爭關係之同業組成，其聯合行為的特色係以決議方式進行，以對會員產



生約束力，會員若不遵守決議，即可能遭受制裁，故會員基於信賴公會，對於公會之決議多所奉行。因該項會議決議有週知所有會員，因此產生擴散效果，其影響所及並非僅限於單一區域而已。本案臺南市瓦斯公會因會員反映有新進業者參進，即召開會議授權理事長處理，故可合理期待，以後類似事件難保臺南市瓦斯公會不再為相同處理，此舉將肇致臺南市桶裝瓦斯分銷（即零售）市場因缺乏新進或潛在業者加入，形成僵固之市場形態，致影響消費者無法享受活絡競爭所帶來之利益。目前臺南市瓦斯行約有100餘家，其中有參與臺南市瓦斯公會的瓦斯行約有100家，故臺南市瓦斯公會於本案所為之行為當然已足以影響臺南市桶裝瓦斯分銷市場供需功能，違反公平交易法第14條規定，經公平會處以罰鍰10萬元。



商品虛化？老鼠會？

變質多層次傳銷即俗稱的「老鼠會」指的是以多層次傳銷為名，實際上卻是從事非法金錢遊戲活動，而只有像老鼠那麼強的繁殖能力才能夠進行這個金錢遊戲，這樣的行為是違法的，應給予禁止及取締。

■撰文=余韋蓁
(公平會第三處專員)

多層次傳銷主要特徵為獎金等報酬的發放，介紹、輔導他人參加組織，這些特徵雖然有助於推廣商品，但因為獎金容易「喧賓奪主」，讓人忘了推銷商品才是正當多層次傳銷的主要目的，如果多層次傳銷事業的行銷方式，僅是藉由人拉人的方式，致其傳銷商主要收入來源是來自其所介紹加入者所繳交的加入費用，而非由推廣、銷售商品或勞務所獲合理利潤，即已脫離多層次傳銷應著重推廣、銷售商品或勞務的本質，而為變質多層次傳銷。變質多層次傳銷往往即是以銷售商品或投資為幌子，但卻大力鼓吹其會員必須找人加入，繳納相當金額以取得分領獎金的資格，然後再藉由不斷招攬後加入者所繳納的金錢，以作為分發獎金的來源。

公平會調查個案中，查獲X公司以多層次傳銷方式銷售各項線上商務工具，內容包括部落格、網路相簿、名片製作大師、網路電話、語言學院及線上視訊會議軟體等，會員（即參加人）加入時除應繳交會員登錄費，並依所購1單位或3單位經營權，分別繳交金額不等的使用月費，除可使用各項線上商務工具，並可零售各項商務工具，及再介紹他人加入成為會員。據查X公司所銷售線上套組商品，其中欲使用其網路電話，尚須繳交會員登錄費，然倘使用一般網路電話，通常僅依其實際使用時間及費率給付費用，毋須先繳交一定金額登錄費。另其所提供部落格及網路相簿功能，參考市面上類似商品多以免費註

冊方式提供，若以付費價格計算，亦已逾合理市價。再者，就會員實際使用服務的需要，無論使用網路相簿、部落格、視訊會議或語言學院軟體，均以1個帳號登入即已足夠，惟依X公司統計資料顯示，購買3單位人數顯逾購買1單位者，可認參加人加入購買其商業套組，其目的非為使用X公司所提供各項服務。又X公司以長期權利性獎金作為引誘，而領取各項獎金必須符合有效會員身分，即每個月必須繼續繳交使用月費，方具有領取獎金資格，倘未持續繳交，則過去所累積點數均為歸零，參加人僅能選擇不斷投入金額，其所繳交費用已逸脫使用商品的目的，而係為投資獲利之用，各該會員即以形式上的勞務交易，作為參加的手段，X公司所稱各項商品服務於交易過程中無足輕重，流於商品虛化，即有構成公平交易法第23條變質多層次傳銷之虞，已移送檢察機關偵辦。

依公平會以往實務經驗，變質多層次傳銷行為的發生，往往會有一些徵兆，如獎金發放比例高，有可能會變成老鼠會，商品虛化的結果亦有可能會演變成老鼠會，兩者都有，更可能是老鼠會現象，所以民眾於加入傳銷組織前，應充分瞭解其制度，避免誤食裹著糖衣的毒藥，而不自知。




事業手冊只是聊備一格，報備完就算了？

■撰文＝蘇敏煌
(公平會第三處視察)

事業採行多層次傳銷方式來銷售商品或服務時，因為省略了店鋪及通路的實品陳列，改以人與人、面對面的行銷推廣方式，故對於銷售商品及傳銷組織獎金制度之介紹，均有賴傳銷事業(或傳銷商)之解釋說明，因此常有說明不清或雙方認知有誤之現象發生，更遑論如有不肖傳銷事業或傳銷商以誇大不實的說詞來招募下線參加人，則對於參加人的權益與整體傳銷業的產業秩序，勢必造成重大不良影響。因此，多層次傳銷相關法令(多層次傳銷管理辦法第11條)對於多層次傳銷事業在招募參加人加入其傳銷組織時，規定傳銷事業有告知參加人重要相關權利義務事項(諸如：傳銷制度、參加人得享有之權利與應負擔之義務、商品資訊、退出時之權利義務及多層次傳銷相關法令等)之義務。而為免雙方對於是否有告知之事實有所爭執，爰於同辦法第12條規定傳銷事業應與參加人締結書面參加契約，且不得以電子文件方式為之。故凡未與參加人締結載有前揭法定應告知事項之書面參加契約，該傳銷事業即會被認定為未履行前開法定告知義務，而致違法。又實務上因法定應告知事項甚多，常有傳銷事業反映難以契約方式載列清楚，而改以將占篇幅較多之事項(諸如包括組織階層及獎金計算之傳銷制度、商品介紹及多層次傳銷相關法令等)另行載列於事業手冊或營運規章，並在參加契約上敘明事業手冊或營運規章為契約之一部。倘傳銷事業將事業手冊與參加契約一併交付參加人，公平會均從寬認定此種作法尚無違反法令規定，但如有傳銷事業僅與參加人締結書面參加契約，卻未將載列相關法定應告知事項之事業手冊

交付參加人，無論其原因是為了節省印製的費用或省去交付參加人的麻煩，甚至是為了惡意隱瞞參加人重要權益事項，都屬於違反法令規定的行為。

在公平會每年例行對於傳銷事業進行業務檢查時，曾查獲X公司與參加人所簽訂之書面契約未載有法定應記載事項，經查該公司之報備資料，該等事項係記載於事業手冊，惟未與契約一併交付參加人。該公司負責人固辯稱因傳銷方式經營不善，負責相關業務之主管離職，以致事業手冊用罄後，並未繼續加印使用，惟因該公司於與參加人簽訂參加契約時並未交付事業手冊，仍遭公平會認定違法，並處以罰鍰處分。

綜而言之，多層次傳銷事業在開始實施多層次傳銷行為前，須向公平會報備。在公平會的嚴格監督管理下，傳銷事業均應訂定有符合法令規定之書面參加契約及事業手冊，但在實際運作後，仍有疏未交付參人事業手冊之情事發生，尤其是在民國98年9月傳銷事業改以電子文件方式辦理線上報備及變更報備後，傳銷事業更容易發生僅僅完成線上電子文件報備，而未印製書面事業手冊交付參加人之情形。公平會對於書面參加契約之締結與事業手冊之交付，一向認為屬於影響參加人權益之重要事項，只要傳銷事業未履行此項法定義務，無論是經由參加人檢舉或本會業務檢查主動發現，均會對違法傳銷事業課以相當之罰鍰處分，是以傳銷事業應特別注意，切勿因為一時貪圖省錢、省麻煩或刻意隱瞞，未交付參加人載列法定應告知事項之參加契約及事業手冊，而付出誤蹈法網，遭受違法處分之代價。 

加盟新修正規範知多少

新修正規範說明，幫助您了解加盟簽約前後之權益、提供業界遵循依據。

■撰文＝郭安琪
（公平會第一處專員）

公平會為確保加盟事業之公平競爭，避免加盟業主濫用資訊優勢，於招募加盟過程中，隱匿重要交易資訊，影響連鎖加盟之交易秩序，於民國88年即訂定「行政院公平交易委員會對於加盟業主資訊揭露案件之處理原則」，衡平加盟業主與加盟店之間的資訊地位。近年因加盟事業發展迅速，營業範疇遍及多種行業，而且交易糾紛時有所聞，公平會蒐集相關案例，參考國外加盟相關規範，彙整及分析加盟業主可能涉及公平交易法之行為態樣，邀集專家學者、連鎖加盟協會與業者座談，集思廣益，於民國100年6月7日修正通過「行政院公平交易委員會對於加盟業主經營行為之規範說明」，作為該會執法標準與加盟業主經營遵循之參據（相關規定如附註）。

最新加盟業主經營行為之規範重點包括：

一、例示8大資訊揭露事項：加盟業主依規定揭露資訊，就不會被認為隱匿重要資訊。例示事項包括1.加盟開始營運前之費用（如加盟金、教育訓練費、購買商品、資本設備等相關費用）。2.營運過程費用（如權利金之計收方式，及經營指導、購買商品或原物料等定期應支付之費用）。3.智慧財產權內容。4.經營協助及技術指導之內容與方式。5.商圈分布經營方案。6.加盟店分布及解除終止契約之統計。7.對於加盟經營關係之限制內容（如商品、原物料、資本設備及裝潢工程等供應條件，及商品或原物料之訂購項目及數量）。8.契約變更、終止及解除之條件與處理事項等資訊。

二、事前審閱與交付契約：除原規定契約合理審閱期間外，新規定增加書面契約應簽立正本二份，由加盟雙方各執一份。

三、締約後限制競爭行為：增訂加盟業主於締結加盟經營關係後，如果利用其相對優勢地位或加盟店對加盟業主的依賴關係，而有差別待遇、搭售、限制交易對象、強制採購數量或其他限制競爭或妨礙公平競爭行為，將有涉及違反公平交易法相關規定之虞。

四、前揭8大資訊揭露事項僅為例示性質，實際個案中倘有其他重要資訊未揭露，且足以影響交易秩序者，仍將依公平交易法第24條規定認定是否違法。

五、同時增訂加盟業主招募加盟之廣告文宣，及與加盟店之交易行為，仍應注意公平交易法第21條及第24條相關處理原則之規定。

根據公平會統計，截至目前計處分加盟違案件40件，罰鍰867萬元，其中民國97年以後處分案件即占70%。因此，該會特別提醒加盟業者注意最新修正的規範內容，除原本規範之資訊揭露、契約審閱期以外，應特別注意新增之加盟費用、供應條件及商品或原物料訂購數量等資訊，並應以書面揭露前揭資訊，另外締約後經營行為、招募加盟廣告及其他與加盟店交易行為等，亦應注意公平交易法有關之規範；同時欲以加盟創業之民眾，在簽約前應看清楚合約，要求業主提供完整之加盟書面資訊、詳細瞭解加盟之權利與義務，審慎評估加盟及經營能力，慎選加盟體系。

附註：

行政院公平交易委員會對於加盟業主經營行為之規範說明

88.6.2.第359次委員會議通過

92.11.20.第628次委員會議修正

92.11.25.公壹字第0920010929號令發布

94.1.13.第688次委員會議修正名稱及第1點

94.2.24.公法字第0940001302號令發布

97.12.24.第894次委員會議修正

98.1.8.公壹字第0980000046號令發布

100.5.18.第1019次委員會議修正

100.6.7.公壹字第1001260594號令發布

一、（背景說明）

近年國內連鎖加盟經營方式發展迅速，營業範疇遍及多種行業。惟伴隨連鎖加盟事業活動增加，加盟業主與加盟店間之交易行為，涉及限制競爭及不公平競爭等問題，亦隨之增加。

本會為維護連鎖加盟之交易秩序、確保加盟事業之公平競爭，爰彙整及分析加盟業主可能涉及公平交易法之行為態樣，研訂本規範說明，俾利加盟業主遵循辦理之。

二、（名詞定義）

本規範說明之名詞定義如下：

- （一）加盟業主，指在加盟經營關係中提供商標或經營技術等授權，協助或指導加盟店經營，並收取加盟店支付對價之事業。
- （二）加盟店，指在加盟經營關係中，使用加盟業主提供之商標或經營技術等，並接受加盟業主協助或指導，對加盟業主支付一定對價之他事業。

- （三）加盟經營關係，指加盟業主透過契約之方式，將商標或經營技術等授權加盟店使用，並協助或指導加盟店之經營，而加盟店對此支付一定對價之繼續性關係。但不包括單純以相當或低於批發價購買商品或服務（以下簡稱商品）再為轉售或出租等情形。

- （四）支付一定對價，指加盟店為締結加盟經營關係，所支付予加盟業主或其受任人之加盟金、權利金、教育訓練費、購買商品、資本設備等相關費用。

三、（資訊揭露規範）

加盟業主與交易相對人締結加盟經營關係十日前或個案認定之合理期間，以書面提供加盟重要資訊予交易相對人者，得認未隱匿重要資訊，不構成公平交易法第二十四條之違反。

前項加盟重要資訊，例示如下：

- （一）開始營運前之費用：如加盟金、教育訓練費、購買商品、資本設備等相關費用，包括其項目、金額或預估總額。
- （二）加盟營運過程中之費用：如權利金之計收方式，及經營指導、購買商品或原物料等定期應支付之費用，包括其項目、預估金額。
- （三）商標權、專利權及著作權等，其權利內容、有效期限、授權使用範圍與各項限制條件。
- （四）經營協助及訓練指導之內容與方式。
- （五）加盟店所在營業區域設置同一加盟體系之經營方案或預定計畫。
- （六）所有縣（市）同一加盟體系之數目、營

業地址及上一年度解除、終止契約比率之統計資料。本款之營業地址，得以電子文件為之。

(七) 加盟契約存續期間，對於加盟經營關係之限制：

- 1、商品、原物料、資本設備及裝潢工程等供應條件相關事項（如指定之規格、供應商或承攬施工者名單）。
- 2、商品或原物料之訂購項目及數量。
- 3、其他加盟經營關係之限制事項。

(八) 加盟契約變更、終止及解除之條件及處理方式。

四、（契約審閱與交付）

加盟業主於簽訂與加盟經營關係相關之書面契約前，應給予交易相對人至少五日或個案認定之合理契約審閱期間。

前項書面契約，應簽立正本二份，由雙方各執一份，且加盟業主不得拒絕提供。

加盟業主倘有未符合前二項規定，且足以影響交易秩序者，將有違反公平交易法第二十四條規定之虞。

五、（限制競爭或妨礙公平競爭行為）

加盟業主於締結加盟經營關係後，利用其相對優勢地位或加盟店對其之依賴關係，而有下列行為之一者，可能涉及違反公平交易法相關規定：

(一) 差別待遇行為

加盟業主對於不同加盟店之間或同一競爭階層之他事業，如無正當理由，就價格、交易條件或交易與否給予差別待遇，而有限制競爭或妨礙公平競爭者，將有違反公平交

易法第十九條第二款規定之虞。

(二) 不正當限制加盟店之交易行為

加盟業主為保護其智慧財產權或維持加盟品牌形象與利益、整體加盟體系之商譽，對於加盟店課予必要之限制，為實施同一加盟體系之合理範疇。惟加盟業主倘利用加盟店對其之依賴性或相對優勢地位，不正當限制加盟店之事業活動，逾越實施連鎖加盟體系業務之合理範疇，而有限制競爭或妨礙公平競爭者，將有違反公平交易法第十九條第六款之虞。可能涉及違法之行為態樣如下：

1、搭售

無正當理由要求加盟店於購買商品時，須同時購買其他商品，而有限制競爭或妨礙公平競爭之虞者。

2、限制交易對象

無正當理由限制加盟店銷售之商品、資本設備、原物料及裝潢工程等事務，必須由加盟業主或其指定之廠商供應或承攬施工，而有限制競爭或妨礙公平競爭之虞者。但僅係推薦供應或承攬廠商名單，或無強制拘束者，不在此限。

3、強制採購數量

無正當理由強制加盟店採購一定數量之商品、原物料並禁止退貨，而該數量超過加盟店合理營業天數可銷售之數量或必要之存貨數量，而有限制競爭或妨礙公平競爭之虞者。

4、其他不正當限制行為，而有限制競爭或妨礙公平競爭之虞者。

六、（欺罔或顯失公平行為）

加盟業主倘為其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平行為，將有違反公平交易法第二十四條規定之虞。

七、（其他不公平競爭行為之規範）

本會針對加盟業主之不實廣告、比較廣告及欺罔或顯失公平行為等其他不公平競爭行為，訂有「行政院公平交易委員會對於公平交易法第二十一條案件之處理原則」、「行政院公平交易委員會對於比較廣告案件之處理原則」、「行政院公平交易委員會對於公平交易法第二十四條案件之處理原則」，加盟業主應注意並遵守相關規定。


八、（違反公平交易法相關規定之罰則與法律責任）

本會對於違反公平交易法規定之事業，依據同法第四十一條規定，得限期命其停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣五萬元以上二千五百萬元以下罰鍰；逾期仍不停止、改正其行為或未採取必

要更正措施者，得繼續限期命其停止、改正其行為或採取必要更正措施，並按次連續處十萬元以上五十萬元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措施為止。

違反公平交易法第十九條規定者，依據同法第三十六條規定，經本會依第四十一條規定限期命其停止、改正其行為或採取必要更正措施，而逾期未停止、改正其行為或未採取必要更正措施，或停止後再為相同或類似違反行為者，行為人將可被處二年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣五十萬元以下罰金。

加盟業主違反公平交易法之規定，除依法負刑事或行政責任外，加盟店並得循同法第五章之規定請求損害賠償。

九、本規範說明，僅係例示若干加盟重要資訊及可能抵觸公平交易法之行為態樣；若有未盡周延之處，本會將予補充修正。就個案之處理，本會仍須依具體事實加以認定。 

AT&T購併T-Mobile—主管機關與競爭對手的反應

針對今(2011)年3月20日美國第二大通訊業者AT&T宣布將以390億美元向德意志電信(Deutsche Telekom)購買其美國行動電話子公司T-Mobile乙事，美國司法部的反應是於8月31日向法院遞狀尋求制止，而競爭對手Sprint的反應則是刊登廣告歌詠競爭。

■撰文=胡祖舜
(公平會企劃處專門委員)

雖然，AT&T宣稱購併T-Mobile後可在未來三年省下四百億美元的成本，兩家公司現都使用GSM通訊技術，未來還能關閉許多重疊的服務中心，減少訊號轉接站，廣告費用也將大幅減少，實有利消費者。對此，美國司法部很顯然的並不領情，該部反托拉斯署代理署長Sharis A. Pozen女士就表示：「T-Mobile是全國載具業者重要的競爭來源，…，除非制止本結合案，否則競爭和創新將減少，消費者將蒙受損失。」(T-Mobile has been an important source of competition among the national carriers,…Unless this merger is blocked, competition and innovation will be reduced, and consumers will suffer.)，是以，美國司法部乃於8月的最後一天正式向哥倫比亞特區法院尋求制止令。

美國競爭法主管機關司法部已對AT&T/T-Mobile的結合正式表達反對之意，AT&T/T-Mobile的競爭對手當然也不會贊同，只是表達的方式頗為有趣。身為全美第三大的電信業者Sprint首先刊登了一則男扮女裝名為「你不關心它，它就合理」(It makes sense if you don't think about it)的廣告，訴求AT&T與T-Mobile的結合將看到高價、低創新而不利消費者，且兩家公司將因此掌控80%無線通信市場的收入。因為廣告引起了變性團體(transgender community)的抗議而匆忙下架。

但Sprint顯然不死心，在本年5月24日、31日接連兩次在華爾街日報刊登整版文字廣告如下：

Competition is everything.

競爭就是一切。

Competition is the steady hand at our back, pushing us to faster, better, smarter, simpler, lighter, thinner, cooler.

競爭是我們背後一隻穩定的手，推動我們更快、更好、更聰明、更簡單、更輕、更薄、更酷。

Competition is the fraternal twin of innovation.

競爭與創新是孿生兄弟。

And innovation led us to offer America's first 4G phone, first unlimited 4G plan, first all-digital voice network, first nationwide 3G network, and first 4G network from a national carrier.

創新使得我們提供了美國第一支4G手機，第一個無限的4G計劃，第一個全數位化語音網絡，第一個全國性的3G網絡，以及第一個全國性營運業者的4G網絡。

All of which, somewhat ironically, let our competition to follow.

所有的這些，說起來有點諷刺，使得我們的競爭隨後而至。

Competition is American. Competition plays fair.

競爭是美國的，競爭是公平的比賽。

Competition keeps us all from returning to a Ma Bell-like, sorry-but-you-have-no-choice past.

競爭使得我們不會回到老式馬鐘狀(Ma Bell-like)的電話，很抱歉，那是你在過去無從選擇的。

Competition is the father of rapid progress and better value.

競爭是快速發展和優質價值的根源。

Competition inspires us to think about the future, which inspires us to think about the world, which inspires us to think about the planet, which inspired us to become the greenest company among wireless carrier.

競爭激勵了我們思索未來、想想整個世界、思考這個星球，競爭也激勵了我們成為無線載具業者中最綠色的事業。

Competition has many friends, but its very best is the consumer.

競爭有很多朋友，但最好的朋友是消費者。

Competition has many believers, and we are among them.

競爭有很多信徒，我們就在其中。

Competition brings out our best, and gives it to you.

競爭使得我們能夠表現的最好，然後把最好的帶給你。

Sprint --- All. Together. Now

Sprint- 所有。在一起。現在

Sprint表達的手法頗為高明，倘今Sprint係以嚴厲的措詞表達反對，或可能使競爭法主管機關認為Sprint是因害怕市場競爭的增加方有如此強烈的反應，既然如此，就應同意AT&T/T-Mobile的結合，以提升市場競爭，此亦符合競爭法的宗旨。Sprint當初的做法是否有如此考慮，外人或無從得知，但Sprint以刊登廣告歌詠競爭的做法，乃優質「競爭文化」(competition

culture) 的最佳體現，頗值得國內業者的參考，競爭不見得非得要劍拔弩張。

AT&T若成功收購全美第四大行動電話公司T-Mobile後，將一躍而成為全美通訊業的新霸主，將比目前最大的行動電話公司Verizon的客戶數量多出33%。這是全球金融危機以來最大的併購案之一。



「競爭法主管機關在高通膨時代之角色」 研討會紀實

■撰文=顏家琳
(公平會企劃處科長)

「競爭法主管機關在高通膨時代之角色」(The Role of Competition Authority in This Era of High Inflation)研討會於本(民國100)年8月30日至31日在越南胡志明市舉行。本次研討會係由公平會主辦，越南競爭局協辦，共有來自柬埔寨、香港、印度、印尼、寮國、馬來西亞、蒙古、菲律賓、新加坡、越南等11國，以及經濟發展貿易組織(OECD)、聯合國貿易暨發展會議(UNCTAD)、日本及澳洲等國之專家及官員近30人與會。

本次研討會首先由公平會孫委員立群說明本次會議議題背景及我國囤積哄抬案件之處理，接下來則由各國與會官員與國際組織專家分享執法經驗。OECD專家Mr. Jung Won SONG及「澳洲競爭與消費者委員會」(ACCC)運輸及一般價格監督處處長Ms.Sarah SHEPPARD皆透過實際案例說明引進競爭對於降低價格之正面效果，此外，UNCTAD專家Mr.Sangmin SONG及日本公平交易委員會審查局第一審查長Mr.Osamu TANABE亦說明物價上漲提供事業從事卡特爾之誘因，競爭法主管機關應加強打擊卡特爾，避免市場競爭效能減損造成之價格僵固。與會專家官員均認同競爭法主管機關應謹守維護市場競爭之基本前提，透過價格監控、價格資訊公開及有效執法等三大面向，掌握市場結構動態，及早發掘可能之競爭疑義，並滿足社會大眾知的權益。

其他與會國家對於因應物價上漲亦提出各自處理經驗，以新加坡競爭局為例，其說明該機關不具消費者保護或是價格管制之角色，而係以確保效率作為機關首要任務，並不介入超額訂價，有關超額訂價係以貿易與工業部部長為首組成之零售價格監督團體(The Retail Price Watch Group)負責。另馬來西亞雖訂有價格管制相關法令，然價格設定亦非由競爭法主管機關，而係國內貿易暨消費者事務部下設專責價格管制委員會制定各項指定商品之價格。其餘新興競爭法主管機關之經驗亦屬相近，即競爭法主管機關仍僅就競爭法規範事項加強查處，並針對可能結構集中或消費者關注之市場進行分析研究。

本次赴越舉辦會議期間，越南競爭局局長特別由河內赴胡志明市與公平會進行雙邊會談，並親蒞研討會現場致詞，足見對公平會及此一活動之重視。會談過程，越方除對公平會過往之協助表示感謝，亦就未來可能合作事項充分與公平會與會人員交換意見，雙方會談氣氛融洽。

公平會自1999年起針對東亞各國競爭法相關主管機關定期舉辦研討會，協助區域內競爭政策發展及執法能力建置。為進一步增進與東亞各國競爭法主管機關交流互動，更自2010年起，透過地主國競爭法主管機關協辦會議之方式加強雙邊連結，並將研討主題由機關建構、執法技巧等基本課題延伸至各國競爭法主管機關面臨之即時

性議題，會議成效深獲肯定。此一活動之持續辦理確有助於累積公平會對於國際場域之貢獻，並

賦予公平會在推動東亞競爭法發展過程扮演一個重要的角色。



公平會孫委員立群（前排左三）與越南競爭局局長Mr.BACK Van Mun(前排左四)及與會代表合影於研討會會場。

民國99年多層次傳銷事業營運發展概況

■撰文＝林雨菁
(公平會第三處專員)

引言

公平交易法自民國81年正式實施以來，為了瞭解多層次傳銷產業概況並提供釐定輔導措施及管理決策需要，每年都會針對報備之多層次傳銷事業進行調查，另為有效運用公平會多層次傳銷線上報備系統，結合公平會既有管理機制，創新管理思維，爰自去(民國99)年起將每年辦理之「多層次傳銷事業經營概況調查」改由透過「多層次傳銷管理系統」請事業進行線上填報。並據此作成「民國99年多層次傳銷事業營運發展狀況線上查報結果報告」。現在就讓我們透過此結果報告，一同來了解民國99年多層次傳銷事業營運發展概況。

本次調查特色

(一) 全面採用多層次傳銷管理系統進行網路填報：

事業在調查期間可隨時更改填報資料，數據資料更為正確。

(二) 較往年更貼近多層次傳銷產業現況：

本次調查對象除包括民國99年底仍持續經營之多層次傳銷業者外，並將民國99年度中撤銷報備之業者首次納入調查對象，更能貼近符合多層次傳銷產業整年度之營運概況。

調查資料時期與對象

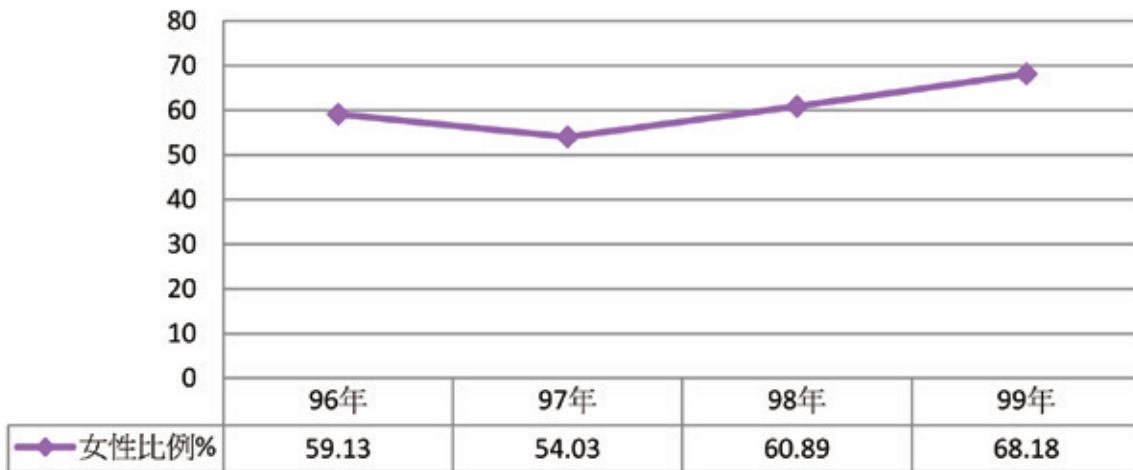
動態資料以民國99年全年數字為準，靜態資料以民國99年底數字為準，調查對象則為民國99年底前向本會報備之多層次傳銷事業。

調查結果

(一) 調查回報事業家數：本次調查全面採行線上填報，調查家數共計448家，回報家數則達392家，回報事業仍有實施多層次傳銷事業計有331家，回報家數以及實施多層次傳銷之家數(調查分析對象)兩者皆較歷年為高。

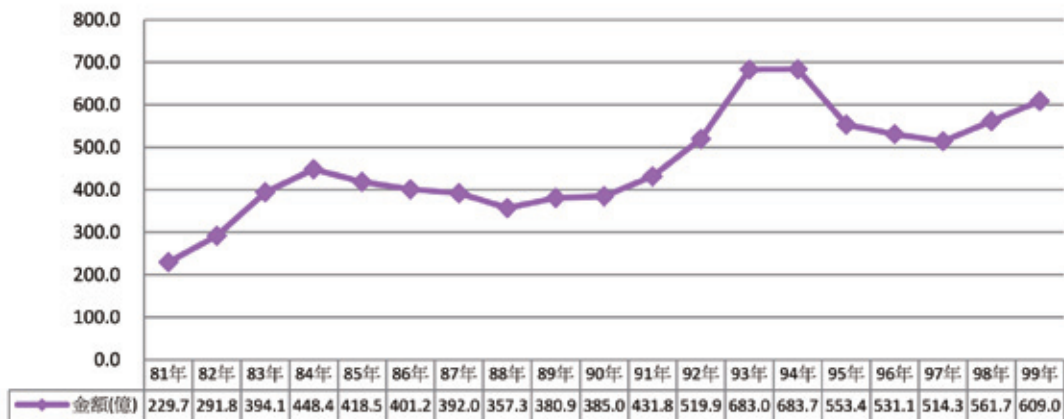
(二) 參加人數變化：參加傳銷人數由民國97年首見逆成長後，已持續回溫。剔除重複參加多層次傳銷事業之人數，民國99年底參加人數為457萬人，加入傳銷率(即參加傳銷人數占全國總人口數之比率)約19.73%。

(三) 女性為傳銷事業主力：民國99年之女性參加人計390.4萬人，占參加人比率68.18%，由圖顯示女性參加人比例逐年成長，足見女性參加人為傳銷市場之主力。



趨勢圖1 民國96-99年女性參加人比率 (女性參加人比率係民國96年起列為調查內容)

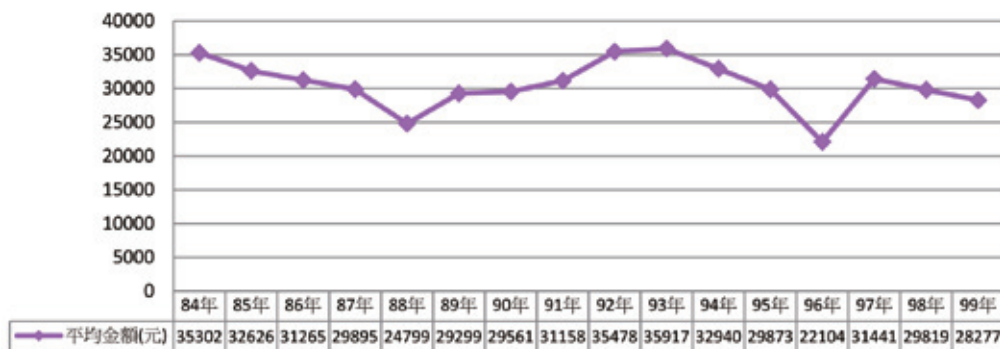
(四) 傳銷產業總產值：民國99年全體產業營業總額608.95億元，較民國98年561.73億元，增加47.22億元（成長8.41%）。也是自民國94年以來，首次營業額超過600億元。



趨勢圖2 歷年多層次傳銷業營業額

(五) 事業規模變化：營業額10億元以上之事業有10家（民國98年為11家），其營業總額達366.38億元，與民國98年比較，10億元以上事業之營業總額及平均營業額皆有提升，但超過10億以上之事業占全體年營業總額60.17%，卻較民國98年略幅降低（民國98年為62.57%），然營業額1億至未及10億元之事業，本年之整體營業額較民國98年增加26.44億，其占全體年營業額也較民國98年增加2.05%；又營業額1億以上之家數比例占整體產業家數雖僅有20.24%，營業額卻達總產值之91.71%，營業額規模較小之事業，其總營收則仍未能突破總產值之10%，縱民國99年雖有多家事業加入多層次傳銷市場，仍未能提升其市場占有率，更顯見多層次傳銷產業之市場結構並未有所改變，大者恆大。

(六) 訂貨及領取獎（佣）金參加人數及比率：民國99年曾訂貨參加人計155.6萬人，占參加人總數27.17%；民國99年曾領取佣（獎）金之參加人計81.9萬人，占參加人總數14.30%。平均每人獲得佣（獎）金2萬8,277元，則較民國98年2萬9,819元減少1,542元。



趨勢圖3 歷年領取佣獎金者之平均佣獎金額(註:民國81年至民國83年無數據資料)

(七) 傳銷商品分類銷售量：民國99年傳銷商品銷售額仍以營養保健食品為最大，計345.79億元(占56.78%)，其次為美容保養品97.45億元(占16.00%)，第三位為清潔用品39.75億元(占6.53%)，其他商品（如靈骨塔等，超越民國98年第四之淨、濾飲水器材）成為第四，計31.63億元(占5.19%)；四者計占營業總額84.51%。

(八) 對未來營運之看法：傳銷事業對未來營運之預期，認為民國100年營業額將較民國99年增加之事業占55.89%。而對於未來經營可能面臨之問題，原居首位之擔憂市場不景氣影響經營乙項已退居第三位，反由同類產品競爭加劇、非法多層次傳銷業破壞等項，取代第1位及第2位，顯見多層次傳銷產業已脫離經濟不景氣影響，傳銷事業對於未來營運發展，亦普遍看好。



小提醒！！有關公平會「99年多層次傳銷事業營運發展狀況線上查報結果報告」完整內容可以直接在公平會網站直接參閱或下載（www.ftc.gov.tw→多層次傳銷→多層次傳銷事業營運發展狀況線上查報結果報告）或是洽公平會購買紙本報告。

民國100年7、8月份會務活動一覽

- 7月5日公平會李委員禮仲專題演講「中國大陸反壟斷法之解析--以經營者集中（結合）為研究中心」。
- 7月8日於臺北市舉辦「通訊媒體、有線電視、資訊服務業人才建立公平競爭機制研習會」。
- 7月15日於臺北市舉辦「相關服務業之公協會人才建立公平競爭機制研習會」。
- 7月21日邀請工研院產業經濟與趨勢研究中心通訊研究部王經理英裕演講「智慧行動裝置應用與市場趨勢」。
- 7月25日及8月19日分於臺中市、臺北市舉辦「金融服務業人才建立公平競爭機制研習會」。
- 7月25日及8月5日分別於臺中市、臺北市舉辦「行政院公平交易委員會對於加盟業主經營行為規範宣導說明會」。
- 7月26日於臺北市舉辦「行政院公平交易委員會對於網路廣告行為規範宣導說明會」。
- 7月26日、8月1日及15日分別於臺北市、高雄市、臺中市舉辦「多層次傳銷法令規範說明會」。
- 7月28日、29日於臺北市舉辦「競爭法國際發展及個案研討訓練」。
- 8月2日邀請文化大學經濟系馬泰成教授專題演講「掠奪性定價之認定」。
- 8月8日於臺南市舉辦「不動產服務業人才建立公平競爭機制研習會」。
- 8月9日召開「行政院公平交易委員會對於網路廣告案件之處理原則座談會」。
- 8月9日於臺中市舉辦「民國100年度公平交易法系列專題講座--公平交易法對公會聯合行為之規範及處分案例說明」。
- 8月13日及18日分別於臺南市、澎湖縣辦理公平交易法宣導活動。
- 8月19日於臺北市舉辦「金融服務業自律規範與公平交易法相關議題宣導暨座談會」。
- 8月23日公平會蔡委員蕙安專題演講「數位匯流結合之市場界定與跨業經營限制」。
- 8月29日於臺北市舉辦「行政院公平交易委員會對於比較廣告案件規範宣導說明會」。



1



2



3



4



5



6

1. 公平會李委員禮仲專題演講「中國大陸反壟斷法之解析--以經營者集中(結合)為研究中心」。
2. 公平會邀請工研院產業經濟與趨勢研究中心通訊研究部王經理英裕演講「智慧行動裝置應用與市場趨勢」。
3. 公平會於臺中市舉辦「行政院公平交易委員會對於加盟業主經營行為規範宣導說明會」。
4. 公平會於臺中市舉辦「民國100年度公平交易法系列專題講座--公平交易法對公會聯合行為之規範及處分案例說明」。
5. 公平會蔡委員蕙安專題演講「數位匯流結合之市場界定與跨業經營限制」。
6. 公平會於臺北市舉辦「行政院公平交易委員會對於比較廣告案件規範宣導說明會」。

民國100年7、8月份國際交流活動一覽

- 7月6日至9日派員至韓國首爾出席「第15屆競爭政策國際研討會」。
- 7月6日、12日參加ICN「機關成效工作小組」、「結合作業小組」電話會議。
- 7月18日至20日派員至韓國濟州島出席「競爭評估及競爭倡議研討會」。
- 7月19日參加ICN單方行為工作小組「單方行為案件中之價格--成本測試」電話研討會。
- 8月30日至31日公平會孫委員立群率團於越南胡志明市舉辦「競爭法主管機關在高通膨時代的角色」國際研討會。



公平會孫委員立群（右四）率同仁與越南競爭局國際科科長Mr. TRINH ANH Tuan（右五）及其同仁合影於研討會會場。

| 讀者園地 |

歡迎有興趣之讀者來信或透過本刊物電子郵件信箱ftcnl@ftc.gov.tw提出您的看法、想法，並不吝給予公平會批評、指教。

服務專線：(02) 23970339 分機 209

服務傳真：(02) 23278155

地址：台北市中正區濟南路一段2-2號12-14樓

公平交易通訊讀者投稿資料表

基本資料			
服務單位			
單位屬性	<input type="checkbox"/> 政府機構 <input type="checkbox"/> 一般企業 <input type="checkbox"/> 學術機構 <input type="checkbox"/> 媒體 <input type="checkbox"/> 其他		
連絡人		電話	
行動電話		電子郵件	
投稿類別	<input type="checkbox"/> 建議內容 <input type="checkbox"/> 投稿		
附檔	<input type="checkbox"/> 文字檔 個	<input type="checkbox"/> 圖檔 個	(須為300dpi以上)

公平交易通訊

發行人：吳秀明

總編輯：胡光宇

編輯委員：鄭家麟、左天梁、吳丁宏、胡祖舜

卓秋容、李月嬌、張瑛芬

出版機關：行政院公平交易委員會

地址：台北市濟南路一段2之2號12-14樓

網址：<http://www.ftc.gov.tw>

電話：(02) 2351-7588

出版年月：民國100年9月30日

創刊年月：民國97年2月

版/刷次：初版一刷

刊期頻率：中文版及英文版雙月各出刊一期

定價：每冊新台幣15元，全年180元（中英

文雙刊），單一語文版90元

郵政帳戶：行政院公平交易委員會

郵政帳號：第16128636號

訂閱專線：(02) 2351-0022

訂閱傳真：(02) 2397-4997

展售處：本會13樓服務中心

電話：(02) 2351-0022

地址：台北市濟南路一段2之2號13樓

五南文化廣場

電話：(04) 2226-0330

地址：台中市中山路6號

國家書店松江門市

電話：(02) 2518-0207

地址：104台北市松江路209號1樓

排版印刷：鴻譽彩色印刷有限公司

地址：新北市中和區板南路657號11樓

電話：(02) 3234-9166

「姓名標示-非商業性-禁止改作」授權條款2.5台灣版

本著作採「創用CC」之授權模式，僅限於非營利、禁止改作且標示著作人姓名之條件下，得利用本著作。

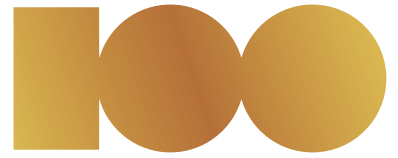


國內郵資已付

台北郵局許可證
台北字第4682號
中華郵政台北雜字
第1309號執照
登記為雜誌交寄

雜誌

無法投遞請退回



中華民國精彩一百

 行政院公平交易委員會
Fair Trade Commission, Executive Yuan, R.O.C.

台北市中正區(10051) 濟南路一段2-2號12-14F

電話：(02)2351-7588

網址：<http://www.ftc.gov.tw>

ISSN 2070124-1



9 772070 124009

GPN: 2009700035

定價：新台幣30元