

公平交易委員會處分書

公處字第 101031 號

被處分人：和泰汽車股份有限公司

統一編號：03251108

地址：台北市松江路 121 號 8-14 樓

代表人：○○○ 君

地址：同上

被處分人因違反公平交易法事件，本會處分如下：

主 文

- 一、被處分人限制經銷商之銷售責任區域，核屬以不正當限制交易相對人之事業活動為條件而與其交易之行為，有限制競爭或妨礙公平競爭之虞，違反公平交易法第 19 條第 6 款規定。
- 二、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。
- 三、處新臺幣 300 萬元罰鍰。

事 實

- 一、本案緣由：台北市計程車客運商業同業公會(下稱檢舉人)來函檢舉和泰汽車股份有限公司(下稱被處分人)為所屬之經銷商北都汽車股份有限公司(下稱北都汽車)、國都汽車股份有限公司(下稱國都汽車)劃定特定之銷售區域，限制其交易相對人僅能在特定區域內進行交易，並對同為計程車業者之個人、合作社與交通公司給予差別待遇，涉有違反公平交易法規定，略以：
 - (一)被處分人經銷商給予個人車行或合作社之駕駛人車價均少於交通公司之購買價約 2%，致交通公司駕駛購車時，會假以個人或合作社之第三者以較低價格購車領牌後繳銷，再轉回原屬交通公司重新領牌，增加時間、勞力及費用，被

處分人為不正當的差別待遇，涉及違反公平交易法第 19 條第 2 款之規定。

- (二)被處分人基於計程車市場優勢，在獨家交易合約書中劃分銷售區域，限制交易相對人僅能在特定區域內與經銷商購車，不能越區交易，限制經銷商之交易自由；另因北區經銷商有北都汽車及國都汽車，長期以來，北都汽車之車價均較國都汽車高 1%或 2%，致北都汽車轄區內，檢舉人會員所屬計程車駕駛流失，轉投入國都汽車轄區內之交通公司，危害計程車市場及駕駛人利益，被處分人涉及違反公平交易法第 19 條第 6 款之規定。

二、調查經過：

- (一)函請檢舉人到會陳述並補充具體事證，略以：

1. 計程車業者依其執業身分，分為個人、合作社社員與靠行隸屬交通公司。以台北市轄區內車輛數計，個人約 6,000~7,000 輛，合作社約 7,000 輛，交通公司約 27,000~28,000 輛(分屬 1,400 家公司所有)，其中交通公司即為檢舉人之會員。
2. 計程車廠牌以被處分人之 TOYOTA 汽車最多，因為省油、性能佳、折舊率低，故計程車業者多選擇 TOYOTA 汽車，其他作為計程車用之廠牌尚有福特、裕隆、喜美及三菱等。
3. 被處分人經銷商國都汽車、北都汽車限制檢舉人會員不得跨區購買，只得與該會員營業所所在地之經銷商購買。另經銷商對計程車的優惠價，在個人或合作社均無限制，但對交通公司卻限制須於一定期間內達到一定的銷售數量才得享受前開優惠價，造成交通公司駕駛人多以個人或合作社名義掛牌後再轉換回原交通公司，被處分人經銷商甚至口頭限制檢舉人購車 3 個月內不得為異動。被處分人限制計程車買車區域主因是限制經銷商惡性競爭。
4. 提供無法跨區購車，致由他區交通公司代購後再繳銷重領之案例，另提供大部分的交通公司僅能接受留在所屬責任區域內，以較高價格購車資料。

- (二)多次函請被處分人大台北地區經銷商北都汽車、國都汽車

提供相關資料，並分別到會陳述，內容略以：

1. 兩家經銷商係依照公司法設立之股份有限公司，屬獨立之法人，與被處分人間並無控制從屬關係，僅為被處分人簽約之北區經銷商，負責豐田品牌車輛、零配件之零售販賣及售後維修服務等業務。
2. 與被處分人簽訂經銷契約，契約內訂有責任販賣區域(下稱責任區域)，迄今均未變過，責任區域劃分係由總代理主導，北都汽車責任區域範圍為台北市(松山區、信義區、大安區、中正區、萬華區、文山區、南港區及內湖區)、台北縣(新北市改制前，下同)(新店市、汐止市、瑞芳鎮、深坑鄉、石碇鄉、坪林鄉、平溪鄉、雙溪鄉、貢寮鄉、金山鄉、萬里鄉及烏來鄉)、基隆市及連江縣(馬祖群島)。國都汽車責任區域為台北市(北投區、士林區、大同區及中山區)、台北縣(板橋市、三重市、永和市、中和市、新莊市、土城市、蘆州市、樹林市、鶯歌鎮、三峽鎮、淡水鎮、五股鄉、泰山鄉、林口鄉、三芝鄉、石門鄉及八里鄉)。
3. 被處分人每月會參酌整體市場需求、販賣目標及庫存情形，制定配車及販賣計畫建議案並通知經銷商，經銷商則依照自身販賣計畫及當時市場環境決定向被處分人之訂貨量。復於收到被處分人提供之車輛並確認品質無誤後，給付貨款並完成車輛所有權移轉。
4. 針對檢舉人指稱之不公平競爭情事，說明如下：
 - (1) 經銷商均依照顧客需求進行交易，並無交易區域及對象之限制，車輛完成購車領牌即車輛之所有權已移轉給顧客，經銷商無法亦不能限制顧客過戶異動的權利。且客戶購車後亦無限制領牌後3個月不能異動。
 - (2) 計程車業者(含個人、合作社及交通公司)因較一般客戶具有更專業、更多購買數量、更高換車頻度之特性，故經銷商將計程車業者視為重要客戶，往往會提供比一般消費者更大之購車優惠。價格條件取決於公司之經營成本與未來的市場考量而定，如當時車輛在庫庫存、市場需求及同業競爭狀況調整，非購買某固定台數才給予優惠。

- (3)一經銷商在 97 年 8 月前是全體業務人員均可與交通公司進行交易，但因未能針對交通公司之購車習性與相關作業提供服務導致抱怨，所以自 97 年 8 月起，特挑選資深且有經驗之優秀業務人員為應對交通公司之窗口，以期對客戶提供最好的服務。另一經銷商全體業務人員均可販賣營業車，惟針對交通公司、合作社及車行等，另設有專人提供最妥適之服務。
5. 被處分人劃定責任區域之用意在於顧及經銷商經營成本及深耕顧客關係，用心經營區域市場，以獲取顧客之信賴與滿意，著重於販賣與售後服務之責任，並非在於強制或限制轄區販賣及售後服務。契約中亦規定經銷商「不得拒修非責任區域內經銷商所販賣之車輛」，因此非責任區域內之消費者，不但可向非責任區域內任一經銷商購車，亦可要求任何一經銷商提供售後服務。
 6. 按計程車經營之特性及經驗，經銷商在銷售時難以獲得與一般客戶相同之利潤，唯一能期待的獲利即為售後服務，故為顧及市場之需求及經營之壓力，不得已在競爭激烈的汽車市場中仍維持與計程車業者之交易。復基於交通公司主要以出租營業車輛予他人，從中賺取租金，不但購車精打細算，且極少回原廠保養修護，所以考慮顧客經營成本(距離及便利性)等長期經營利益，轄區內外購車條件不同。雖有正常之販售，但無法提供較大購車折扣或優惠予轄區外計程車業者，因此轄區外交通公司銷售比例偏低，亦不積極鼓勵業務人員做大量之推販。
 7. 經銷商給予交通公司之折扣未比個人車行少，而非責任區域之購車客戶(含交通公司或個人計程車)所享有之折扣，並未有一定較高或較低的特定價格政策，基本上取決於當時公司之經營成本與市場考量而定。
 8. 批售價格係建議售價扣除 X% 後之價格，亦為 A 經銷商買斷車輛之成本價，各經銷商之批售價格均為一致。總代理尚提供營業車、租賃車補助，還有不定期販促計劃之達成率

之台當獎勵。另保險、貸款以及回廠維修費用亦為公司營收之來源。

9. 經銷商給予營業車之折讓條件高於毛利，且有高於當月份折讓條件銷售之情形，係因配合被處分人之銷售競賽，經銷商透過被處分人銷售獎勵金做為前開銷售行為之補貼。另有因購車者向經銷商辦理分期付款，銷售人員將此項獎金折讓予該購車者，故屬購車者與經銷商業務人員間之約定，公司仍僅給予相同之折讓條件。
10. 經銷商每月月初會訂定該月份銷售折讓表供業務人員參考，計程車之折讓比率優於一般家用車約 4% ~5%，且折讓比率較固定。業務人員會參考該折讓表銷售，如果高於折讓表之優惠原則，需回報公司始能銷售，否則公司不會開具銷貨發票，而業務人員亦只能負擔其差額。實際銷售紀錄高於前開折讓條件，多係因滯銷車、年式車(前一年出廠之車輛)或難販車(超過三個月仍未售出)，第一線業務人員處理類似交易會回報給公司取得同意，公司考量庫存成本或低價賠售之利弊來決定出售與否。
11. 基於服務客戶之目的，被處分人於各經銷商建置相同之電腦系統並與被處分人連線，被處分人欲瞭解經銷商之銷售情形透過電腦即可查詢，電腦系統內含訂單系統、車輛管理系統(含庫存、銷售)、財務系統及車輛領牌登錄系統。
12. 經銷商年初及年底折讓條件會有較大差距係因新舊車同時銷售，舊車折讓優於新車之故。被處分人若推販促計劃，公司為達成目標獲得獎勵，會強力促銷，該獎勵亦會納入訂定折讓率之考量，但非必然計入折讓率內。
13. 96 年 1 月以前被處分人對於計程車無論轄區內外皆有補助，但補助條件不同，轄區外補助條件為轄區內之二分之一。96 年 1 月至 3 月轄區外不補助，轄區內補助最高 2.5%。96 年 4 月以後轄區外則不補助，轄區內補助 2~3%。此項補助額度經銷商一般均會反映或部份反映給購車者，藉以吸引購車者達成交易。98 年 9 月 1 日之修訂通知，主要內容為完全取消大口或批售轄區內外之補助。

14. 經銷商銷售給計程車，交通公司之優惠折讓通常優於個人或合作社社員約 1%，當初是考慮交通公司不只買一台，所以銷售折讓會比較優惠。但近年來，交通公司購車越來越少，目前個人與交通公司之購車比例約 7：3(或 6：4)，交通公司比例持續下降，所以自 98 年起不再給予較優惠之銷售折讓，已與個人或合作社社員一樣。兩經銷商相較，通常價格方面大約貴 5,000 元至 10,000 元，計程車折讓部分則差距約 1%~2%。
 15. 94 年至 95 年期間被處分人在計程車之銷售方面，對於轄區外之銷售仍有補助(為轄區內補助條件之二分之一)，另當時被處分人向日本原廠承諾更高之銷售目標，因此經銷商所分配之銷售數量增加，為了達成目標，避免庫存，經銷商都有跨區銷售之情形，96 年以後因被處分人採行對跨區銷售者不予補助之作法後，跨區銷售之情形即大幅銳減。
 16. 被處分人補貼營業車政策已行之有年，但最早從什麼時候開始不太確定。轄區內外補貼不同是因為被處分人希望經銷商在責任區域內銷售，不要越區銷售以確保後續維修服務之交易。被處分人補助係以經銷商給予客戶折讓之二分之一或 3%，擇較低比率補助，故在轄區內銷售對經銷商是較為有利的。轄區外銷售仍有可能，係因業務人員會有業績需求，或透過推銷貸款專案、加裝其他配備等方式賺取其他利潤以補足未能取得轄區內補助之差額。
 17. 被處分人過去對於跨區銷售不予補助，在轄區內銷售方予補助之作法，對各經銷商不越區銷售及落實責任區域之需求，具有相當之吸引力及影響力。
- (四)為瞭解計程車業者實際購車狀況，抽訪北都汽車、國都汽車責任區域之大台北地區及鄰近大台北地區之桃園計程車合作社或交通公司 20 餘家，作成陳述紀錄或調查表，摘要如下：
1. 每家計程車業者之駕駛用車均以 TOYOTA 汽車為主，約占總數 7、8 成，以前曾購置福特、裕隆廠牌汽車，但考量 TOYOTA

汽車中古價格較優，車型也較福特、裕隆等車型為大，近年多購買 TOYOTA 汽車。

2. 大台北地區經銷商(即國都汽車與北都汽車)因限制計程車業者不得跨區購車，致業者須請他區同業代為購車領牌後，再繳銷重領新牌，或被迫僅能向營業所在地經銷商購車。而桃園地區計程車業者亦表示曾因價格便宜跨區至北都汽車或國都汽車購車，但 96 年下半年以後經銷商多表示不得跨區銷售而拒絕交易，前開經銷商業務人員曾親自上門拜訪客戶之情況亦不復見。
3. 透過經銷商業務員取得經銷商 97 年 12 月份「銷售方針」，該文件附註「計程車區域外不賣……」、「計程車(領照區域外)暫不販賣」等文字。
4. 被處分人確有不得跨區銷售之限制，應為維持各區價格穩定所致。
5. 計程車銷售優惠會高於一般消費者，一般車約優惠 3~4% ，計程車視車種不同優惠 5~6% ，但某些車種銷售狀況較差則會提高優惠到 8~9% 。被處分人轄區外計程車補助取消，由其他區域跨區到該公司購買計程車之比例卻提高，可能係因其他區域經銷商提供的銷售折讓較少的緣故。
6. 據瞭解，被處分人禁止經銷商跨區銷售之政策已行之有年。最早是限制北都汽車與國都汽車間之跨區銷售，但近年擴大至桃苗區域的計程車車行或個人計程車業者也不得跨區到北都汽車、國都汽車購買，至於其他地區經銷商越區銷售限制就沒有那麼嚴格執行。
7. 計程車業者對價格十分敏感，若價格一樣，無跨區必要，跨區多因價格比較便宜，或者北都汽車沒有辦法配合交車時間需求，才會因急迫性轉至大台北地區以外之經銷商購車。國都汽車常較北都汽車價格優惠，曾因價格較優惠或北都汽車交車期無法配合而向國都汽車詢價，但國都汽車以非其責任區域而拒絕銷售。
8. 與北都汽車之交易折讓一般為 8% ，另台北市計程車公會與蘭揚汽車協商，提供台北市計程車業者較北都汽車多 1% 折

讓，但據瞭解，國都汽車折讓又比蘭揚汽車多 1% ，所以國都汽車轄區計程車業者應不會跨區購車。且被處分人會將跨區銷售業者之跨區銷售數自配售數量中扣除，以達到跨區管控之目的，所以經銷商於跨區銷售時將會多有考量。

(五)被處分人分別於 98 年 3 月 16 日、12 月 17 日及 99 年 10 月 11 日提出書面陳述與相關事證資料，並於 98 年 10 月 1 日、99 年 9 月 17 日到會陳述，略以：

1. 被處分人係日本豐田汽車公司授權之台灣地區代理商，負責豐田品牌車輛、零配件及售後維修業務的經營與推廣；並將車輛、零配件之零售販賣業務委由各區域之經銷商負責，被處分人未直接經營新車銷售及售後維修等業務。
2. 被處分人與經銷商均為依照公司法所成立之股份有限公司，係各自獨立之法人團體。惟國都汽車董事長為被處分人董事，北都汽車及南都汽車股份有限公司為被處分人按權益法評價之被投資公司，但被處分人並未介入經銷商之販賣實務及經營管理，故被處分人與上述 3 家公司及其他經銷商間均無控制從屬關係。另 98 年 5 月由百分之百子公司東部汽車股份有限公司，承接花東汽車股份有限公司於花東地區之經銷業務。
3. 被處分人每月會參酌整體市場需求、販賣目標及庫存情形，制定經銷商配車及販賣計畫建議案並通知經銷商，經銷商可以依照自身販賣計畫及當時市場環境，決定實際訂貨數量。經銷商於收到車輛並確認無誤後，依照該次批售車輛一次給付貨款，同時完成車輛所有權之移轉。被處分人給經銷商之批售價不因是否販賣給計程車或一般車主而有所不同。
4. 針對檢舉人指稱之不公平競爭情事，被處分人答辯說明如下：
 - (1)被處分人未限制任何消費者及計程車業者不得跨區購車。復依被處分人與經銷商合約規定：不得拒修非責任區域內經銷商所販賣之車輛，所以消費者不但可向非責任區域的經銷商購車，售後服務亦不會被拒絕。

- (2)被處分人基於企業經營管理之必要，對旗下所有經銷商設有年度/月度之販賣目標，亦會斟酌市場動態每月提供販賣目標達成獎勵。計程車業者不但有多頻、多量購買特性，亦對品牌口碑聲譽有重大影響力，因此各經銷商自然會將販賣目標貢獻度大的計程車業者視為重要客戶而積極經營，往往提供比一般消費者更大的購車優惠。
- (3)被處分人未曾約束或限制經銷商應以何種價格、何種交易數量或販賣條件與客戶交易，實務上汽車零售買賣均由經銷商自行審酌經營成本與經營策略而進行交易。故對檢舉人指稱「限定計程車交通公司僅能與特定業務人員交易，且限制計程車購車領牌後 3 個月不能異動等之理由」說法，被處分人並無所知。
5. 根據日本豐田公司服務客戶的指導原則，為方便服務顧客，被處分人將國內市場劃分 8 個責任區域，方便各經銷商就近服務客戶。劃定前開責任區域之理由係為提供符合顧客需求並積極有效地服務，若客戶有需要，即依前開責任販賣區域決定歸由何經銷商負責。
6. 被處分人對租賃客戶、一般公司或計程車業者曾提供批售之數量折扣補助經銷商服務及營運成本，但車價仍由經銷商自行決定，近來因政府貨物稅補助使車市狀況已較佳，前開補貼已取消。
7. 被處分人會配合國瑞汽車公司製造時程，提前 3 個月向各經銷商蒐集可能銷售數字擬定販賣計劃案，最後各經銷商透過與被處分人間建立之電腦系統線上訂貨。目前各經銷商的交易資料均會上線，被處分人可以從系統上瞭解經銷商之交易數量、交易對象、折讓條件(因發票開立後才會鍵入，所以會較晚看到，但內含配件、保險、分期付款等因素，故其折讓額度並不確定)。
8. 被處分人要求經銷商提供推販計劃細節，係為確認經銷商有無盡力配合推販計劃作業，並檢視有無不適當處，內容會提到車種別的設定業務人員獎金(即指經銷商就該月發放給業務人員做為折讓的車種獎金，至於業務人員在與顧

客實際議價折讓多寡數因個案而不同)，或其他獎勵措施，如台當獎勵或員工旅遊等。前開資料經銷商均以口頭提供，被處分人自行做成書面紀錄，但因前開資料均屬各經銷商之營業秘密，只有少數業務相關人員得知。

9. 優良合作社被停權係被處分人在就轄區內補貼進行例行性稽核時(就監理單位資料做勾稽)，發現優良合作社以批售名義向國都汽車購買，6 天內就將牌照繳銷重領新車牌的情形-依照該公司與各經銷商的默契是以 1 年為觀察期，以被處分人立場來看，合理懷疑前開交易中可能有些非屬該合作社社員，不符批售規定(必須屬該合作社之社員)，因此通知國都汽車該交易補助不符規定。從該電子郵件內容來看，應是北都汽車再轉知各營業所，由此可知，國都汽車與北都汽車皆銷售予該合作社。上述電子郵件所謂停權並不是說要停止販賣給優良合作社，而是告知經銷商被處分人在一年內將不再受理經銷商以該合作社所提出的補助申請。
10. 被處分人依照日本豐田公司之作法，鼓勵經銷商於其責任區域內深耕(基於客戶滿意度或客戶售後服務的考量)，所以鼓勵經銷商進行轄區內銷售，爰訂定前開大口批售補助辦法，以確保 TOYOTA Group 最大利益。在 95 年前針對持購買數量大的客戶即訂有大口批售補助辦法，95 年前是不分租賃、非租賃都一體適用，95 年轄區內補助 2%~3%，轄區外是轄區內的二分之一為上限。96 年 1 月至 3 月間轄區內仍維持 2%~3%，而轄區外就不補助。96 年 4 月 3 日再修訂為計程車(非租賃車)由轄區內最高 2.5%補助修訂為轄區內最高 3%，轄區外仍然不補助(同一修訂通知中有提到被處分人補助額度以折讓額度二分之一為上限，其餘二分之一由經銷商自行負擔-實務上補助方式是如果經銷商折讓 4%時，被處分人即補助 2%，經銷商折讓 6%時，被處分人即補助 3%，經銷商折讓超過 6%以上，本公司仍僅補助 3%)。採取上述作法是希望經銷商不要過度殺價競爭，且希望經銷商仍能獲取一定利潤的緣故，若經銷商要給予

客戶更大折讓，被處分人也不會干預。97年1月補助辦法並未改變，僅增加轉運國外之汽車不予補助之。「大口」係指長期持續購買本公司汽車之客戶，「批售」則指一次大量購買的客戶。97年9月起大口/批售補助辦法通知中所謂之「登錄」係指向監理所登錄，且以登錄之公司營業地址是否在該經銷商責任區域內作為轄區判斷之基準，如果屬轄區內者就給予補助，反之就不給予補助，但上述補助須符合大口或批售的標準為前提(無論大口或批售均須登錄在同一車行或交通公司)。98年9月1日起對經銷商販賣計程車所申請之補助全面取消，僅對經銷商上報之專案是否提供補助個別審核。

11. 被處分人對各經銷商設定月目標及年目標，若達成月目標，由被處分人發放經銷商月獎勵金，夏季競賽的主要評比指標係當競賽期間之銷售目標有無達成，經銷商達到銷售目標則獲有獎勵金與國外旅遊之獎勵。年底評比標準包括車輛販賣、售後服務、顧客滿意、貢獻、資訊安全及經營，年底評比優良者則頒予頭銜，並無獎勵獎金。
 12. 公司主要收入分兩部份，一為銷售汽車給經銷商之固定毛利，另一為銷售維修零件給經銷商之固定毛利，主要的營收來源是汽車銷售。至於保險(由被處分人關係企業和安保險代理人與多家保險公司有合作關係)、分期付款(由被處分人關係企業和潤公司辦理)這兩部份則非屬被處分人營業範圍。
 13. 被處分人所規劃執行之大口批售補助係額外獎勵，對於越區銷售並沒有處罰規定亦不禁止，經銷商跨區銷售數字減少研判係經銷商自發性行為，認同轄區深耕的理念，並非轄區補助所造成。
- (六)為瞭解被處分人於計程車之實際領牌情形，爰函請交通部公路總局、台北市公共運輸處及高雄市監理處(下稱監理單位)提供95年至98年計程車新領牌資料。經彙整並統計核算，被處分人95年至98年在計程車市場之占有率分別為65.0%、67.4%、76.5%及81.5%，若以95年至98年被處分

人就計程車新領牌數之地區分布比例來看，被處分人於台北市、台北縣及基隆市(大台北地區)計程車市場之市占率均高於 6 成。另被處分人於台北市計程車銷售之占有率呈上升趨勢，其餘品牌之占有率則呈下降趨勢，三陽則幾乎退出計程車族群之銷售。

四、調查結果：

(一)我國計程車經營之法律規範：

1. 按我國對於計程車客運業之管理法規計有公路法、道路交通管理條例及依前開法律授權訂定之汽車運輸業管理規則、計程車運輸合作社設置管理辦法及計程車駕駛人執業登記管理辦法。綜整前開法規規定，計程車駕駛取得營業資格之條件有三：1. 持有職業駕駛執照；2. 參加測驗及執業前講習合格，取得執業登記證；3. 持有計程車牌照。計程車牌照由各縣市交通局控管發放，發放之對象為計程車客運業、計程車運輸合作社或符合資格之優良駕駛。計程車駕駛倘非經營個人計程車客運業，則須受僱於計程車客運業(即交通公司或車行)或自備汽車參與計程車客運經營(即靠行)、或為計程車運輸合作社社員。
2. 目前計程車有四種不同經營型態：第一種是依據公路法第 56 條及汽車運輸業管理規則第 91 條之 1 設立之交通公司或車行(皆為計程車客運業，公司型態者為交通公司，非公司型態者稱為車行)；第二種是依據公路法第 56 條及汽車運輸業管理規則第 92 條規定，取得優良駕駛之個人，得申請經營個人計程車客運業；第三種是依據公路法第 56 條及計程車運輸合作社設置管理辦法，由多位駕駛人自備車輛共同組成合作社；第四種則是退輔會台北市榮民中心服務處榮民計程車業服務中心，由退輔會輔導老兵或老兵眷屬從事計程車客運業。

(二)我國汽車及計程車市場狀況：

1. 依前述監理單位提供之計程車領牌情形相關資料核算我國計程車之地區分布，以台北市所占比例最高，95 年至 98 年間，大台北地區計程車比例約占全台計程車總領牌

數 70%，98 年更高達 73.1%。次為桃竹苗地區，約為 10%，然 98 年則滑落至 7.8%。再次為高屏地區、中部地區，高屏地區約為 7.2%至 8.3%間，中部地區則為 6.2%至 8.1%間，其他地區均未達 5%，故計程車之營運主要集中於大台北地區。

2. 受訪查之計程業者一致表示，被處分人之 TOYOTA 汽車因省油、性能佳及故障率低一直是計程車業者首選，且於計程車市場之占有率約達 7 至 8 成；次據監理單位提供之 95 至 98 年之計程車新掛牌資料顯示，被處分人計程車於各區域之市場占有率多約為 6 至 7 成。

(三)被處分人經銷體系及區域分布：

1. 被處分人於全國有 8 家經銷商，各經銷商依照經銷契約約定所屬之責任販賣區域。除大台北地區有北都汽車與國都汽車兩家經銷商外，其餘經銷商所轄之經銷區域多包括兩、三個縣市。
2. 95 至 98 年被處分人計程車之區域銷售分布，其中大台北地區(北都汽車及國都汽車責任區域)約占被處分人計程車銷售量之 70%左右，除 97 年外，該區域均呈成長態勢。桃竹苗地區(桃苗汽車責任區域)95 年時約 10%，其後該區域所占比例則逐漸下滑，至 98 年僅占被處分人計程車銷售之 6.2%；中部地區(中部汽車責任區域)95 年約占被處分人總計程車銷售量 7.2%，至 98 年僅約 5.4%；台南地區(南都汽車責任區域)占被處分人計程車銷售之 3%至 5%，尚稱穩定。高屏地區(高都汽車責任區域)占被處分人計程車之銷售則呈成長態勢，自 95 年之 5.1%至 98 年之 8.7%。宜蘭花東地區之計程車銷售以數量計尚稱穩定。對經銷商而言，大台北地區之競爭顯較其他地區激烈。
3. 據被處分人經銷商之交易實務，個人計程車行或合作社社員自行購車係以駕駛個人之戶籍地址來決定所屬責任區域，然對於合作社之交易，亦有以合作社之地址為責任區域之認定；而交通公司不論是公司購車或司機自購靠行，均以交通公司登記所在地決定所屬責任區域；榮車中心購

車雖均為駕駛人自行處理，但購車人仍登記為榮車中心各分中心，故以榮車中心各分中心登記地址為責任區域。

(四)被處分人對經銷商之補助及獎勵辦法：

1. 據本會調查所得，被處分人對租賃車、計程車等有較大數量銷售之客戶至遲於 95 年 12 月 29 日前即訂有「大口、批售補助辦法」，因時間久遠，95 年 12 月 29 日前之資料已無可考，該補助辦法於 95 年 12 月 29 日後多有修正。
2. 被處分人對各經銷商訂有月目標及年目標，若達成目標，被處分人會發放經銷商獎勵金，另有不定期之促銷計畫。而每年還會有一次夏季競賽，經銷商達到銷售目標可獲得獎勵金與國外旅遊。

(五)大台北地區之交易實況：

1. 北都汽車與國都汽車二者折讓比例趨勢大致相同。97 年及 98 年間，國都汽車之月平均折讓略高於北都汽車之月平均折讓。
2. 依車種彙整國都汽車及北都汽車對於個人、合作社及交通公司之銷售折讓，同一時間交通公司之銷售折讓都較個人或合作社之銷貨折讓為高。
3. 經訪查台北、桃園地區之計程車業者，各家業者均表示被處分人一向就有責任區域之劃分，只是以前經銷商未嚴格實施，但自 96 年起北都汽車與國都汽車同時嚴格施行被處分人不得跨區銷售之規定。

(六)按計程車轄區外補助取消時間為 96 年 1 月 1 日，大台北地區經銷商北都汽車、國都汽車自 96 年起即出現跨區比率大幅調降之趨勢，其他區域經銷商變動則不明顯。97 年 9 月 1 日至 98 年 8 月 31 日為嚴格實施期間。另被處分人大口批售補助辦法取消後，國都汽車及北都汽車跨區情形仍少，但其他區域經銷商則有跨區增加之情形。

理 由

- 一、本案之市場界定：按公平交易法第 5 條第 3 項規定，「特定市場，係指事業就一定之商品或服務，從事競爭之區域或範圍」。按市場之界定面向有二，一為相關商品或服務市

場，二為相關地理市場。查汽車依功能屬性及其公路監理目的分為大客車(Bus)、大貨車(Truck)、小客車(Passenger car)、小貨車(Pick-up Truck)，該等車型分類因價格、效用、規格及消費者之選擇等各有不同並不具替代性，分屬不同產品市場。次查本案案關商品為供計程車用之汽車，係為以載人為目的之小型客車，與自用一般車、商用租賃車相較，僅係使用者依其需求不同而為不同之使用，同一品牌同一車款均可作為該三種用途，三者間之替代性與品牌間或品牌內異質產品之替代無關，均屬小型客車之利用，故本案之相關市場應為小型客車市場。另因小型客車之製造、運輸、銷售通路上並無特殊之地域限制，以我國現行地理環境及交通因素觀之，於不同地理區域購買汽車之交易成本並無太大差異，且經電詢計程車交通公司，獲表示經銷商將新購汽車運送至買受人處所係附屬於購車交易之服務，商業習慣向無另外收取運費或附加於車價，故原則上並無因跨區交易而衍生運輸成本，因各區域經銷商間之售價仍存有價差，且交易成本並無太大差異，故本案之地理市場應可界定為全國。

二、相關市場結構及現況分析：查我國小客車市場依其供應來源可分為國產車及進口車，供應商至少數十家，小型客車市占率以被處分人所代理銷售 TOYOTA 系列車種居首，94 年迄今之各年市占率約為 26% 以上。98 年(下同)次為汎德公司之 BMW 車系，第三名為台灣賓士所代理之 Benz 車系，因進口車價格較昂貴，極少為計程車從業人員所選用，若僅以國產小型客車內銷總值計算，則被處分人代理之國瑞 TOYOTA 車系占有率仍高居第一名，第二名則為中華汽車，第三名為本田汽車，另有裕隆、福特及三陽等參與競爭。

三、有關被處分人之市場力檢測

(一) 本案被處分人為汽車供應業者，據本會產業庫資料，被處分人 98 年於我國小型客車市場占有率或僅以國產汽車計算之市場占有率均高於 30%。

(二) 據本會訪查計程車業者，俱表示省油、售價及耗損等為選

購車輛時考量之主要因素，被處分人汽車因零件替換率低、不易故障、省油向為計程車業者所偏好，約 7 成以上業者以 TOYOTA 汽車為首選。又查 95 年以迄，被處分人汽車於計程車使用之比率逐年成長，大台北地區尤甚，國內雖有其他品牌與之競爭，但排名第二業者（不論含進口車或僅以國產車計）之市場占有率均與之相去甚遠，且銷售量逐年下降，足見計程車業者對被處分人有相當之品牌忠誠度。次查被處分人之經銷商計有 8 家，各依渠與被處分人約定之所屬責任區域獨家經銷 TOYOTA 汽車，自民國 77 年以迄所屬責任區域獨家經銷被處分人提供之豐田產品，合作期間長達二十多年，與被處分人間相互依賴關係深切，且按汽車經銷業係一高度成熟市場，各廠牌汽車均有其完整的經銷體系，經銷商轉換交易管道不易。故計程車業者及經銷商對被處分人皆有其偏離不易之依賴性。

(三) 綜上，以被處分人之市場占有率及交易相對人之偏離可能性，均足論被處分人有相當之市場力。

四、有關涉及公平交易法第 19 條第 6 款部分：

(一) 按公平交易法第 19 條第 6 款規定：「有左列各款行為之一，而有限制競爭或妨礙公平競爭之虞者，事業不得為之：……以不正當限制交易相對人之事業活動為條件，而與其交易之行為。」次按同法施行細則第 27 條規定：「本法第 19 條第 6 款所稱限制，指搭售、獨家交易、地域、顧客或使用之限制及其他限制事業活動之情形。前項限制是否不正當，應綜合當事人之意圖、目的、市場地位、所屬市場結構、商品特性及履行情況對市場競爭之影響等加以判斷。」是倘事業基於其市場優勢地位，以不公平交易條款，限制交易相對人之營業活動而與其交易，需以其競爭結果是否有增加或減損市場之自由競爭併同加以認定，倘該行為實施結果對於市場有限制競爭之影響，則有違反前揭規定之虞。

(二) 本案案關行為降低市場競爭：

1. 查被處分人與經銷商間訂有「TOYOTA 產品經銷商契約書」，

該契約書第 2 條第 2 點：「以本契約諸條件為前提，甲方指定乙方為附件 2 所定責任區域內經銷產品之經銷商」。同條第 3 點：「……經甲方判斷乙方之經銷業務有問題，且無改善希望時，甲方得變更乙方之經銷產品及責任區域。」第 17 條第 1 點：「乙方於其責任區域內，應以其自行擬定之推販計劃……致力於市場需求之開拓及對顧客之推販」次查被處分人依縣市行政區訂定 8 個責任區域，由一經銷商負責所屬責任區域內之銷售。旗下所屬經銷商計有國都、北都、桃苗、中部、南都、高都、東部及蘭揚等公司。

2. 次查被處分人與經銷商間締結上開契約書之內容雖無賞罰條款之規定，惟據被處分人自承，為落實「深耕轄區」的區域經銷體制，於民國 95 年以前即與經銷商間訂有「大口批售補助辦法」。此確有被處分人提供之歷次「大口、批售補助辦法修訂通知」可稽。復查該補助辦法上所載之補助對象均為大口(指長期有購車交易之客戶)、批售(指一次大量購車之客戶)之租賃車及非租賃車(計程車、一般法人)，並不適用於一般消費者。
3. 另據本會調查所得，該辦法最早實施之時間及內容雖無可考，惟查被處分人 95 年 12 月 29 日致各經銷商之「大口、批售補助辦法修訂通知」第一點明載：「為落實『深耕轄區』的區域經銷商體制，確保 TOYOTA Group 最大利益，自 2007 年 1 月 1 日起將大口(指長期有購車交易之客戶)、批售(指一次大量購車之客戶)辦法修訂如下：

領照地	現狀	2007 年 1 月 1 日起
轄區內	支援 2~3%	←
轄區外	支援之 1/2 為上限	不補助

故該辦法於 95 年 12 月 31 日前即訂有補助條件，且轄區內外補助條件有別，應屬無疑。

4. 查前揭辦法陸續於 96 年 4 月 3 日(據被處分人自承，96 年 4 月更將原轄區內最高 2.5%之補助提高為 3%)、96 年 12 月 7 日、97 年 9 月 1 日修訂相關補助條件。該辦法於 95 年 12 月 29 日修訂後(96 年 1 月 1 日實施)，即開始取消轄區

外售車之補助。而 97 年 9 月 1 日之辦法雖將租賃車補助條件修訂轄區內外之銷售均不補助（和運集團內之銷售除外），然非租賃車部分仍維持轄區內外有別之補助條件，此並持續至 98 年 9 月 1 日修訂之辦法始將轄區內外補助條件修訂為相同，取消補助金額之具體比例，改以專案申請或報備為之。另查 98 年 9 月 1 日之補助辦法上載「營業車占有率已高，補助方式已不符時宜，取消所有補助」等語，故可認 98 年 9 月 1 日後無轄區補助條件之差異。96 年 1 月 1 日至 97 年 8 月 31 日前轄區內之非租賃車之補助俱為最高 3%，97 年 9 月 1 日始調降為 2%，並持續實施至 98 年 8 月 31 日。

5. 95 年至 98 年期間，租賃車之補助雖曾於 96 年 4 月修訂之辦法恢復轄區內外相同補助條件，但 96 年 12 月 7 日修訂之補助辦法則與非租賃車之補助均採轄區外不補助之條件，然 97 年 9 月 1 日之辦法，租賃車補助條件業已修訂為轄區內外之銷售均不補助（和運集團內之銷售除外）。本案租賃車部分既於 97 年 9 月 1 日以後即取消轄區內外補助差異，且非本案之標的，本案爰以非租賃車為查處標的。又查上開補助辦法，非租賃車之補助對象可分為計程車及一般法人車（即事業自購車）。再查 94 年至 99 年被處分人各經銷商計程車占非租賃車之銷售比例，均約為 8 成左右。且據國都汽車及北都汽車表示一般法人多以租賃取代自購，故事業自購車比例甚低，另查國都汽車及北都汽車除外之各經銷商，95 年迄今事業自購車比例多不及 10%，故案關補助辦法之適用對象主要為非租賃車中之計程車。
6. 按計程車本即以都會人口密集區為服務區域，大台北地區計程車總領牌量向為全國之冠，查我國計程車以總領牌量計，94 年迄 98 年，大台北地區計程車年總領牌量占全國計程車領牌總量約 7 成，計程車銷售於大台北地區可謂相當激烈。復查被處分人責任經營區域，除大台北地區外，其餘均僅由一家經銷商經營二以上之縣市區域（或一縣市由單一經銷商經營，如宜蘭縣）。另據調查，被處分人計程車

收入占各經銷商之收入比例，分別為北都 10.55%、國都 5.5%、桃苗 1.5%、中部 1.61%、南部 1.1%、高都 2.4%、蘭陽 3.6%。足見國都與北都銷售計程車之重要性顯較其他經銷商為高，因國都與北都共同爭取大台北地區之交易，且計程車之銷售有 7 成集中於大台北地區，大台北地區計程車銷售之競爭無疑是全國計程車銷售競爭之縮影，競爭亦較其他地區經銷商之競爭激烈。又據北都汽車及國都汽車所提供之計程車銷售紀錄，核算其各車種之月平均折讓比例，並與前開二經銷商提供之折讓參考表比較，97 年至 98 年國都汽車之折讓參考比例及實際平均銷售折讓略高於北都汽車，此與本會訪查計程車業者所獲認知相仿。上情又經北都汽車、國都汽車到會陳述時肯認，被處分人訂有補助辦法，分為轄區內外之用意即在希望北都汽車、國都汽車能落實責任區域之規劃，不要跨區銷售，希望經銷商不要過度殺價競爭，並會將該辦法所訂之補助條件納入訂定折讓條件之參考，提供業務人員為銷售參考在案。另據北都汽車、國都汽車提供之計程車銷售紀錄核算轄區內外銷售比例，北都汽車及國都汽車 96 年之轄區外銷售比例分別為 3.6%及 4.3%，與 95 年之 16.4%及 24.4%相較，明顯銳減，97 年及 98 年更逐年下降，分別為 0.9%、0.7%及 1.5%、0.9%。綜整 96 年至 98 年 8 月 31 日之轄區外銷售予交通公司比例，與渠等 94 年及 95 年間（北都汽車：20.0%、16.4%、國都汽車：20.8%、24.4%）相較，顯不相當。雖查北都汽車與國都汽車於 97 年至 98 年 8 月 31 日期間有轄區外（北都汽車：97 年 1 筆；98 年 8 月 31 日前 1 筆，惟該筆經核應屬誤列；國都汽車：97 年 1 筆，98 年 8 月 31 日前 3 筆）之銷售紀錄，惟查該等紀錄，北都汽車除 1 筆榮車中心之跨區交易外，餘均不及於大台北地區；而國都汽車 97 年有 1 筆、98 年有 3 筆跨區交易紀錄（惟僅 1 筆係跨及北都汽車），惟餘均不及於大台北地區。又經訪查桃園及大台北地區之計程車行及交通公司等 20 家事業，亦紛表示自 96 下半年起，國都汽車之折讓比例向略高於北都汽車，但因被

處分人嚴格管控跨區銷售政策，業界普遍知悉經銷商不得跨區銷售在卷，且有榮順公司提供跨區購買被拒而改以轄區內同業掛牌代購之案例可證，及優良計程車合作社向國都汽車購買後繳銷重新領牌而嗣遭被處分人通知北都汽車嗣將不再受理優良計程車業者批售補貼申請，此經被處分人到會肯認在卷。況查北都汽車、國都汽車 95 年至 99 年所銷售之計程車數量占兩公司各自銷售總量比例，北都汽車為 53.56%、63.14%、59.71%、59.69%及 61.97%，國都汽車為 46.44%、36.86%、40.29%、40.31%及 38.03%，國都汽車之銷售比例於 96 年全面取消轄區外補助明顯下滑，其後則與北都汽車於計程車汽車市場維持 4：6 之穩定分配，足見上開補助辦法對經銷商不為轄區外之競爭具有相當之誘因及影響，而北都汽車與國都汽車之市場動態亦不無與被處分人藉由轄區內外補助之有無以落實轄區經營政策相關。

7. 復經交叉比對北都及國都汽車到會陳述紀錄，北都汽車與國都汽車向被處分人之購車成本大抵相同，每台車利潤率約為 X%，然被處分人透過案關補助辦法，公告各經銷商周知，各經銷商據此訊息，應可推知倘於轄區內銷售，將可獲利 X%。被處分人雖未藉由經銷合約約定最低維持轉售價格，然無異藉由區域轄區內外之補貼差異，而形成維持各經銷商責任區域內之最低轉售價格，此由北都汽車與國都汽車 97 年 9 月至 98 年 8 月間售價趨向一致可證。另查國都汽車之銷售總量向不如北都汽車，國都汽車於行銷及經營上，其競爭實較北都汽車弱勢，而國都汽車之轄區外經銷比例向高於北都汽車，然國都汽車為維持長期經銷關係及避免因違反責任區域銷售之規定而減少補貼，將選擇與北都汽車互不為責任區域外之銷售，且不為價格競爭。這種情形於 96 下半年至 98 年 8 月間最為明顯，此計程車業者所述該期間嚴格執行之說詞相符。
8. 被處分人既設有不同經銷商，本應允許各經銷商間之價格競爭，然被處分人限制經銷商跨轄區銷售並訂定執行「大

口批售補助辦法」以落實之，該辦法明定經銷業者於 96 年 1 月 1 日至 98 年 8 月 31 日間於轄區內之銷售獲有補助，轄區外則全面取消補助，轄區內外之銷售折讓補助差異為 2%~3% (97 年 9 月 1 日前最高為 3%，97 年 9 月 1 日至 98 年 8 月 31 日則最高為 2%)，復查該等補助向為經銷商訂定銷售價格折讓條件之依據，且該補助亦為經銷商營收之一部分，被處分人上開限制轄區銷售之政策將有壓抑經銷商越區交易之意願及壓縮經銷業者間價格競爭之空間，實質上已限制經銷業者間競爭及爭取交易之自由，並剝奪經銷商自由決定銷售對象之空間，使責任區域間之計程車汽車市場完全封閉，降低相同產品在不同經銷通路間之競爭，而有限制市場競爭之虞。

9. 又查被處分人各經銷商除桃苗及蘭陽地區經銷商於 97 年 9 月至 98 年 8 月跨區比例較前成長外，其餘均明顯下降。另中部、南都及高都於前開期間均無跨區到北部區域銷售予交通公司或車行之事實。桃苗雖有較高之跨區比例，然查 97 年 9 月至 98 年 8 月間跨區銷售予交通公司或車行之來源主要來自原屬中部、南都及高都之區域，僅有 2 筆來自北都，並無來自國都跨區購車之事實，對照其 95 年及 96 年間相當跨區比例來自國都及北都之事實，顯非常態。此並經本會調查桃園計程車業者，獲表示與大台北地區業者相同，應與 96 年至 98 年 8 月嚴禁跨區銷售之政策有關。而蘭陽經銷商 97 年至 98 年 8 月 31 日前跨區銷售予交通公司或車行主要均來自北都，並無跨區國都汽車之銷售。且查其 98 年跨區銷售之交易對象雖為某三公司，然查該三公司均為址設同址，代表人相同之事業，經派員訪查，渠表示屬同一經營關係，且表示係因北都汽車交車期無法配合且向國都汽車請求購買遭拒，始得向無跨區限制之蘭陽經銷商購買云云在卷可稽，益證北都汽車及國都汽車不為競爭之事實。98 年 8 月被處分人公告補貼辦法全面取消後，各經銷商爭取北都及國都之跨區銷售明顯遞增，足見各經銷商於 97 年至 98 年 8 月間確受有案關補貼辦法之拘束。

(三)綜上，被處分人於我國小型客車市場已具相當市場力，而汽車市場尚屬穩定成熟之市場，被處分人採行垂直限制作法，其理由並非屬增進效能之必要方法。被處分人實施轄區內外補助有別之政策，促使經銷商採行不跨區競價，剝奪消費者原本可享有之競爭利益，所為不無有減損市場競爭之疑慮。被處分人辯詞，尚非得阻卻案關補助辦法所產生限制競爭之疑慮。故被處分人上開限制轄區銷售之政策，核屬以不正當限制交易相對人之事業活動為條件而與其交易之行為，致有限制競爭或妨礙公平競爭之虞，違反公平交易法第19條第6款規定。

五、有關公平交易法第19條第2款規定：

- (一)按公平交易法第19條第2款規定：「有左列各款行為之一，而有限制競爭或妨礙公平競爭之虞者，事業不得為之：…無正當理由，對他事業給予差別待遇之行為…。」本法並非完全禁止廠商之差別待遇行為，應審酌市場供需情況、成本差異、交易數額、信用風險及其他合理之事由認定，亦即須事業係從事無正當理由之差別待遇行為，始足當本款之適用。
- (二)查本節檢舉人係爭執被處分人對交通公司之銷貨折讓均低於個人及合作社，該爭執所繫之交易行為主體為經銷商與計程車業者。惟查被處分人之交易對象均為經銷商，被處分人與經銷商間並無訂有不同交易對象差別取價之相關規定，且實務上經銷商與被處分人間係以買斷方式之經銷合約繫屬，車輛之最終交易仍繫屬於經銷商與計程車業者間之議價，而與被處分人無涉。被處分人雖訂有「大口批售補助辦法」，給予經銷商於轄區內銷售符合大口及批售條件之計程車銷售補助，惟該補助於經銷業者間一體適用，並無差別，況依商業習慣，對於經常大量購買者給予較高優惠，為商業交易之常態，難謂無正當理由。
- (三)北都汽車、國都汽車雖均坦承對同為計程車業者之個人、合作社與交通公司，會因車輛購置數量、營運成本等考量而有不同的報價，惟按經銷業者對於不同交易對象及不同

議價條件而有不同之交易價格，尚非屬無正當理由。且由北都汽車、國都汽車提供之銷售資料彙整每月銷售折讓比較圖觀之，個人(含合作社)之月平均折讓與交通公司相較大抵雷同，縱有差異，亦是交通公司所獲折讓較個人(含合作社)為高，並無檢舉人所稱情節。

(四)綜上，本節行為主體應為經銷商而非被處分人，且檢舉人主張被處分人對交通公司之銷貨折讓均低於個人及合作社乙節，經查與事實不盡相符，故難認被處分人有公平交易法第 19 條第 2 款之適用。

六、綜上論述，被處分人以契約限制經銷商之銷售責任區域，核屬以不正當限制交易相對人之事業活動為條件而與其交易之行為，違反公平交易法第 19 條第 6 款規定。經審酌被處分人違法行為之動機、目的及預期之不當利益；違法行為對交易秩序之危害程度；違法行為危害交易秩序之持續期間；因違法行為所得利益；事業之規模、經營狀況、營業額及其市場地位；違法類型曾否經中央主管機關導正或警示；以往違法類型、次數、間隔期間及其所受處罰；違法後懊悔實據及配合調查等態度；與其他因素，爰依同法第 41 條規定處分如主文。

中 華 民 國 101 年 3 月 29 日

被處分人如有不服本處分，得於本處分書達到之次日起 30 日內，向本會提出訴願書（須檢附本處分書影本），訴願於行政院。