

聯合行為等限制競爭行為、不實廣告
等不公平競爭行為之規範與案例說明



公平交易委員會
108年5月22日



報告大綱

- 公平交易法概述
- 限制競爭行為之規範與案例說明
- 不公平競爭行為之規範與案例說明
- 結語



對公平交易法常見的誤解

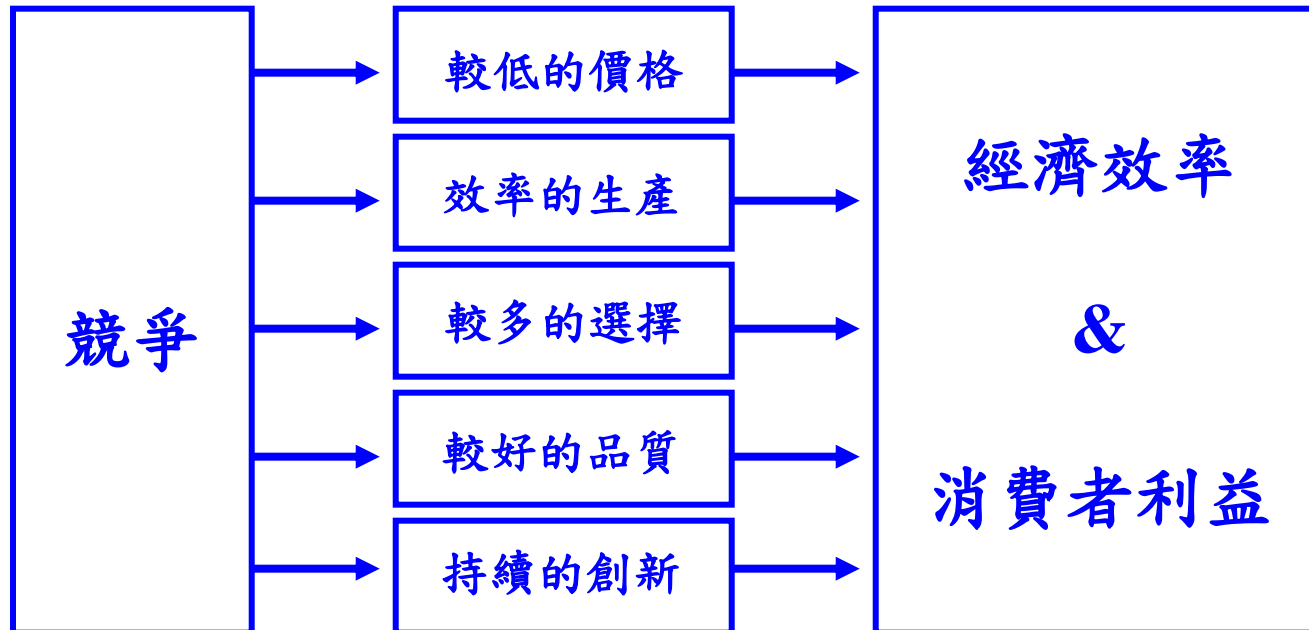
- 公平法是管盡天下不公平的法律？
 - eg. 偷斤減兩、離婚財產分配、詐欺、勞資糾紛....
 - 公平法規範事業的反競爭行為
- 公平法是物價管制的法律？
 - eg. 米酒囤積、蔬菜價格上漲、油價上漲...
 - 公平法鼓勵事業自由定價
- 公平法是處理消費糾紛的法律？
 - eg. 契約條款、退貨問題、定金返還...
 - 公平法透過保護競爭過程間接保護消費者



公平法的基本概念

- 「競爭」？
 - 二以上事業
 - 在市場上
 - 以較有利的價格、數量、品質、服務或其他條件
 - 爭取交易機會之行為
- 保護「競爭過程」，不是保護「競爭者」
(protect competition, not competitor)

為何要鼓勵競爭？





公平法的立法沿革

- 我國公平法的源起

60年代起工商業迅速發展，經濟社會結構激變，原有經濟法制不能適應需要，為配合自由化與國際化發展，必須訂定競爭規則，政府參考我國經濟環境，及美、德、日、韓等國之立法例，制定「公平交易法」。

- 立法沿革

1. 制定公布：80.02.04
2. 施行：81.02.04
3. 迄今已修正 8 次



公平法的立法宗旨 (§1)

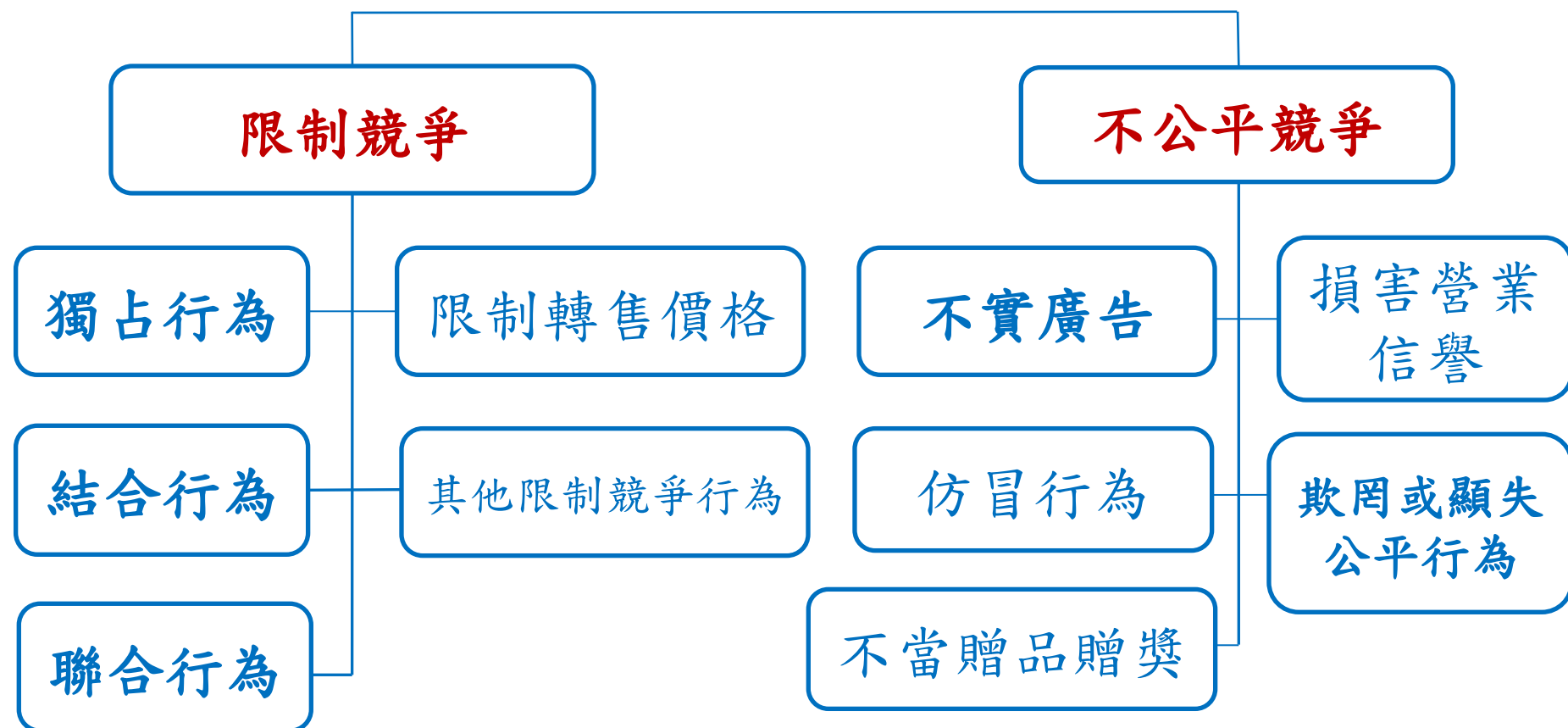
- 維護交易秩序與消費者利益
- 確保自由與公平競爭
- 促進經濟之安定與繁榮



公平法的規範對象—事業 (§2)

- 公司
- 獨資或合夥之工商行號
- 其他提供商品或服務從事交易之人或團體
- 同業公會或其他依法設立、促進成員利益之團體，視為本法所稱事業

公平法的架構





獨占(一)

- 定義(§7)
 - 事業在相關市場處於無競爭狀態，或具有壓倒性地位，可排除競爭之能力者。
 - 2以上事業，實際上不為價格之競爭，而其全體之對外關係，具有前項規定之情形者，視為獨占。
- 相關市場(§5)
 - 事業就一定商品或服務，從事競爭之區域或範圍



獨占(二)

- 認定標準(§8)

- 事業無下列情形者，不列入獨占事業認定範圍：
 - 市占率：1家 $\geq 1/2$ 、2家 $\geq 2/3$ 、3家 $\geq 3/4$
- 排除：市占率 $< 1/10$ 或銷售額 < 20 億元
- 例外得認定獨占事業：事業之設立或事業所提供之商品或服務進入相關市場，受法令、技術之限制或有其他足以影響市場供需可排除競爭能力之情事者



獨占(三)

- 規範：**不禁止擁有獨占地位**，只**禁止濫用獨占力**(§9)
 - 以不公平之方法，直接或間接阻礙他事業參與競爭
 - 對商品價格或服務報酬，為不當之決定、維持或變更
 - 無正當理由，使交易相對人給予特別優惠
 - 其他濫用市場地位之行為



結合(一)

- 類型(§10)
 - 與他事業合併
 - 持有或取得他事業之股份或出資額，達到他事業有表決權股份或資本總額1/3以上
 - 受讓或承租他事業全部或主要部分之營業或財產
 - 與他事業經常共同經營或受他事業委託經營
 - 直接或間接控制他事業之業務經營或人事任免



結合(二)

- 結合管制(§11)－申報異議制
 - － 捉大放小：只有到達門檻才需申報
 - － 事前管制：結合前提出申報
 - － Stop-and-Go：等候期間(30工作日)內不得結合，
延長期間60工作日
- 申報門檻(§11)
 - － 結合後市場占有率超過1/3
 - － 參與結合之一事業市場占有率達1/4
 - － 參與結合之事業年度銷售金額超過150億及20億元
(金融機構為300億元及20億元)

結合(三)

- 不禁止結合標準：**整體經濟利益 > 限制競爭之不利益** (§13)

整體經濟利益	限制競爭效果		多角化結合
	水平結合	垂直結合	
1.經濟效率 2.消費者利益 3.結合事業原處於交易弱勢之一方 4.結合事業之一屬於垂危事業。 5.其他有關整體經濟利益之具體成效。	1.單方效果 2.共同效果 3.參進程度 4.抗衡力量 5.其他因素	1.結合後其他競爭者選擇交易相對人之可能性 2.非參與結合事業進入相關市場之困難度 3.結合事業於相關市場濫用市場力量之可能性 4.增加競爭對手成本之可能性 5.導致聯合行為之可能性 6.其他可能造成市場封鎖效果之因素。	多角化結合事業所屬相關市場，倘具有重要潛在競爭可能性，以其產生類似水平或垂直結合之狀態，適用本處理原則水平或垂直結合限制競爭效果之考量因素。



聯合行為(一) 構成要件 (§14)

主體

- 具有競爭關係之同一產銷階段事業
 - 水平競爭關係者
 - 同業公會藉由會員大會約束事業活動者

方法

- 以契約、協議或其他方式之合意
 - 不問有無法律拘束力，事實上可導致共同行為者

內容

- 共同決定商品或服務之價格、數量、技術、產品、設備、交易對象、交易地區或其他相互約束事業活動之行為

效果

- 足以影響生產、商品交易或服務供需之市場



聯合行為(二)

- 聯合行為微小不罰之認定標準

參與聯合行為之事業，於相關市場之市場占有率總和未達**10%**者，**推定不足以影響**生產、商品交易或服務供需之**市場功能**；但事業之聯合行為係以限制商品或服務之**價格、數量、交易對象或交易地區**為主要內容者，不在此限。

(105年3月1日公法字第10515600941號令)



聯合行為(三)

- 聯合行為—**原則禁止，例外許可**
- 常見的型態
 - 共同訂價 (eg. 桶裝瓦斯)
 - 聯合減產 (eg. 航空公司減班)
 - 劃分勢力範圍 (eg. 有線電視)
 - 工程圍標 (政府採購—工程會)



聯合行為(四)

例外許可：**有益於整體經濟與公共利益** (§15)

- 為降低成本、改良品質或增進效率，而統一商品或服務之規格或型式。
- 為提高技術、改良品質、降低成本或增進效率，而共同研究開發商品、服務或市場。
- 為促進事業合理經營，而分別作專業發展。
- 為確保或促進輸出，而專就國外市場之競爭予以約定。
- 為加強貿易效能，而就國外商品或服務之輸入採取共同行為。
- 因經濟不景氣，致同一行業之事業難以繼續維持或生產過剩，為有計畫適應需求而限制產銷數量、設備或價格之共同行為。
- 為增進中小企業之經營效率，或加強其競爭能力所為共同行為。
- 其他為促進產業發展、技術創新或經營效率所必要共同行為。



聯合行為之寬恕政策(一)

寬恕政策 (Leniency Program)

- 參與聯合行為的事業，在主管機關**尚未知悉**或是**尚未掌握違法事證前**，主動供述案情、提供具體事證，並於調查過程中協助調查，使得主管機關能順利完成調查任務者，該事業就可換取**處罰之免除或減輕**



聯合行為之寬恕政策(二)

效果（最多可減免5名）

- 第1順位：全免
- 第2順位：減輕30%~50%
- 第3順位：減輕20%~30%
- 第4順位：減輕10%~20%
- 第5順位：減輕10%以下

→ *Be the first to tell !!*



聯合行為之檢舉獎金

- 獎金金額：罰鍰金額5%-20%，有上限。
- 獎金額度，依據案件罰鍰額度及檢舉人提供證據價值比例發放。

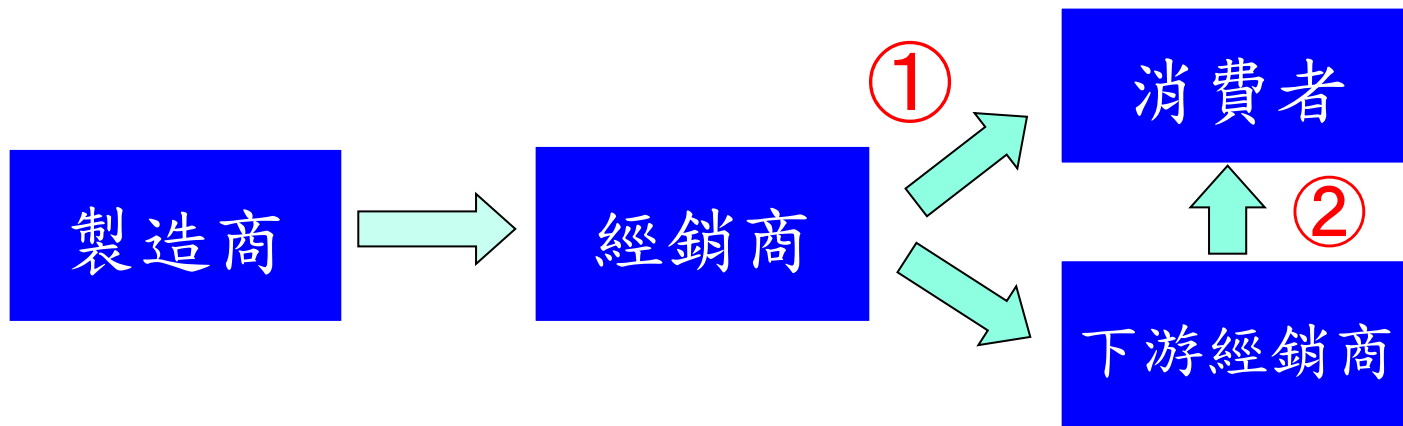
證據價值	獎金額度	獎金上限		
		罰鍰 < 2億	罰鍰 2~5億	罰鍰 ≥ 5億
開啟程序	5%	50萬	(×2倍)	(×5倍)
間接證據	10%	500萬	(×2倍)	(×5倍)
直接證據	20%	1,000萬	(×2倍)	(×5倍)

約定轉售價格(一)

- 定義(§19)

事業不得限制其交易相對人，就供給之商品轉售與第三人或第三人再轉售時之價格。但有**正當理由**者，不在此限。前項規定，於事業之服務準用之。

- 類型：限制特定價格、上限、下限、區間





約定轉售價格(二)

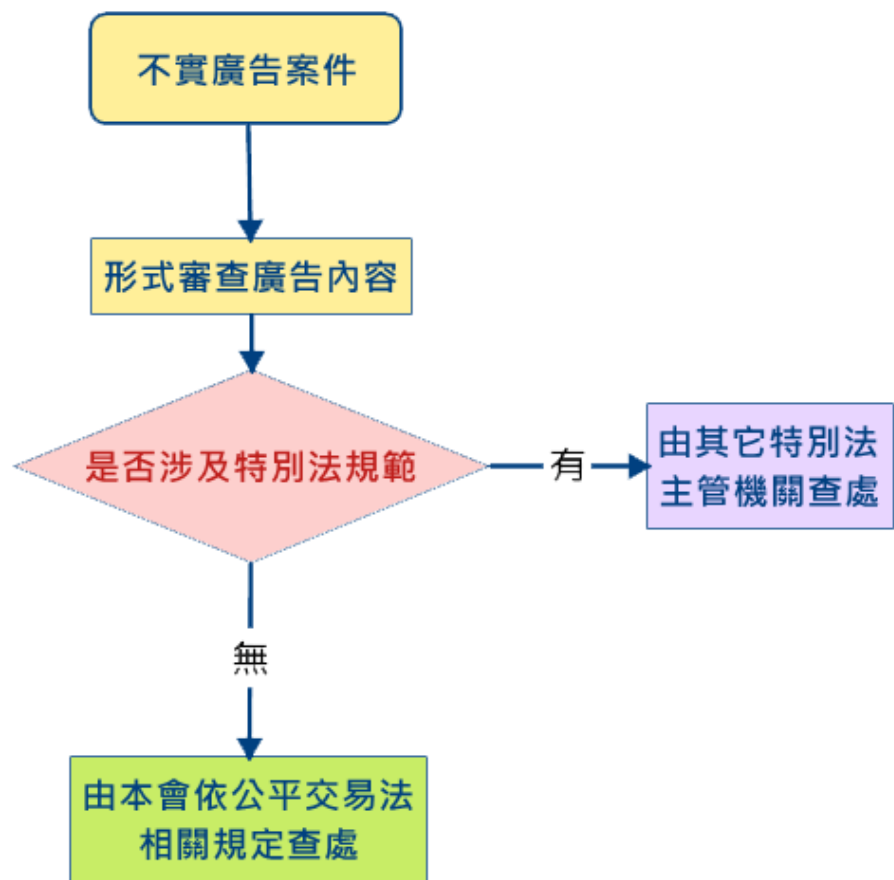
- 細則§25
 - 鼓勵下游事業提升售前服務之效率或品質
 - 防免搭便車之效果
 - 提升新事業或品牌參進之效果
 - 促進品牌間之競爭
 - 其他有關競爭考量之經濟上合理事由



不實廣告

- 違法案件數「多」
 - 與生活息息相關
 - 傳播媒體日新月異、商品行銷手法推陳出新
(例：電視購物、網路購物、部落格)
- 規範意旨
 - 虛偽不實或引人錯誤之廣告，除將**造成消費者無法正確選擇**外，亦**對其他守法之競爭同業形成不公平競爭**，而影響交易秩序。

現行法制對不實廣告的規範架構



- 政府部門專業分工、法規重疊交錯規範
- 中央法規標準法§16揭示特別法優於普通法原則：
 - 不實廣告內容倘涉有其它特別法規範者，由特別法主管機關依特別法規定進行查處。
 - 未有特別法規範之廣告行為，則由公平會依公平法相關規定論處。



涉及其他主管機關的不實廣告類型

例：

違法型態	主管機關
食品、藥品、療效	衛生福利部
一般商品標示	經濟部
菸酒	財政部
就業或招募員工	勞動部
旅遊服務	觀光局
證券期貨	金管會
立案補習班	教育部
移民廣告	內政部
不動產經紀業廣告	



廣告的媒介方式

- 廣告
- **其他使公眾得知之方法**（使不特定多數人得以共見共聞的訊息傳播行為）
 - 網路、電視、報紙、看板、傳單、電子報、手機簡訊及通訊軟體…
 - 平面配置圖、家具配置圖、模型屋、樣品屋、實品屋、位置圖、工讀生在路邊舉海報…



廣告標的

- 與交易標的直接相關事項
 - 商品之價格、數量、品質、內容、製造方法、製造日期、有效期限、使用方法、用途、原產地、製造者、製造地、加工者、加工地等
- 具有**招徠效果**之其他非直接屬於交易標的之相關交易事項
 - 事業之身分、資格、營業狀況
 - 交易附帶提供之贈品、贈獎
 - 與他事業、公益團體或政府機關之關係
 - 就他事業商品（服務）之比較項目



虛偽不實 & 引人錯誤

- 虛偽不實：表示或表徵與事實不符，其差異難為一般或相關大眾所接受，而有引起錯誤之認知或決定之虞者
- 引人錯誤：表示或表徵不論是否與事實相符，而有引起一般或相關大眾錯誤之認知或決定之虞者



誇大廣告vs不實廣告

廣告的表現方式通常是誇大不實的
但其差異為一般或相關大眾所能接受
不會引起錯誤之認知或決定
並非公平法第21條所稱的虛偽不實



案例說明

- 節能廣告
- 不動產廣告
- 瘦身美容廣告
- 促銷廣告



其他欺罔或顯失公平行為

§25：除本法另有規定者外，事業亦不得為其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為。

➤ 概括條款

➤ 前提要件：足以影響交易秩序

- ✓ 考量是否足以影響整體交易秩序(諸如：受害人數之多寡、造成損害之量及程度、行為人與相對人資訊是否對等)
- ✓ 或有影響將來潛在多數受害人效果之案件



法律責任

- 行政責任
 - 令停止、改正其行為或採取必要更正措施
 - 罰鍰
 - ▶ 不公平競爭行為：5萬～2,500萬元（第2次×2）
 - ▶ 限制競爭行為：10萬～5,000萬元（第2次×2）
 - ▶ 違法結合：20萬～5,000萬元
 - ▶ 情節重大之獨占及聯合行為：最高可處上一會計年度銷售金額之10%
- 刑事責任：限制競爭行為第2次違反之行為人
- 民事責任：三倍損害賠償

公平交易APP

106年12月27日上架於Android「Google Play」及ios「App store」，設有「檢舉信箱」、「法規專區」、「宣導專區」及「最新消息」等專區，歡迎下載





公平交易APP

Android



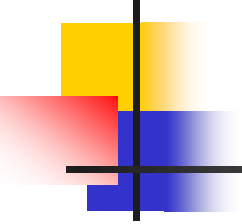
ios





公平交易委員會電子報

- 內容包括專題報導、焦點案例、學術論著、活動及最新消息
- 訂閱管道
 - <https://www.ftc.gov.tw/internet/main/other/epaper.aspx>



以上報告，敬請指教
謝謝！