公平交易委員會
FAIR TRADE COMMISSION

你所不知道的公平法

公平法的看．聽．圖．說

111年4月28日
公平交易委員會

簡報大綱

認識公平會

- 管制誰？
- 管制什麼？

限制競爭行為

- 獨占
- 結合
- 聯合行為
- 限制轉售價格
- 其他限制競爭行為

不公平競爭行為

- 不實廣告
- 其他欺罔或顯失公平行為

結語

認識公平會

- 東西買太貴
- 物價上漲不合理
- 簽訂不平等合約條款
- 雞蛋買不到

認識公平會

委員會議

獨立機關

- 委員制
- 合議制
- 任期制
- 超黨派
- 無訴願先行

主管法規

- 公平交易法
- 多層次傳銷管理法

業務職掌

- 政策及法規擬訂
- 違法案件的調查、審議、處分

認識公平會

立法宗旨（§1）

為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，特制定本法。

公平法是保護「競爭過程」，不是保護「競爭者」

規範主體（§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
- ✓ 事業組成之同業公會或其他依法設立，促進成員利益之團體

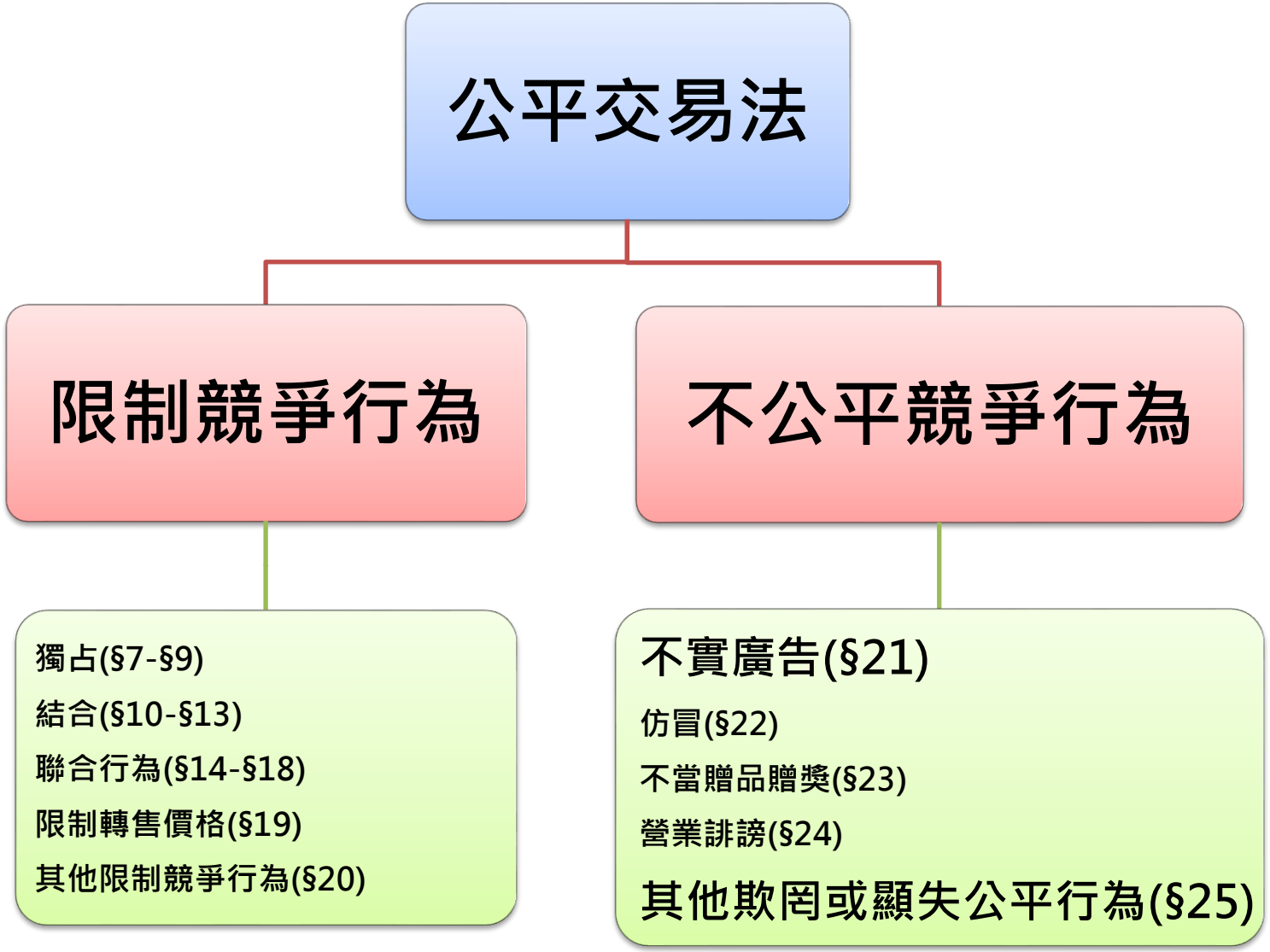
規範客體：競爭行為（§4）

二以上事業在市場上以較有利之價格、數量、品質、服務或其他條件，爭取交易機會之行為。

公平法 vs 消保法

法規名稱	立法精神	主管範圍	主管機關
公平交易法 （競爭法）	維護自由公平競爭 （間接保護消費者權益 ）	競爭關係 B2B	公平交易委員會 公平交易委員會 FAIR TRADE COMMISSION
消費者保護法	保護消費者權益 （直接保護消費者權益）	消費關係 B2C	行政院消費者保護處 行政院 Executive Yuan 行政院消費者保護會 Consumer Protection Committee, Executive Yuan

認識公平交易法


公平交易法
限制競爭行為
不公平競爭行為
獨占(§7-§9)
結合(§10-§13)
聯合行為(§14-§18)
限制轉售價格(§19)
其他限制競爭行為(§20)
不實廣告(§21)
仿冒(§22)
不當贈品贈獎(§23)
營業誹謗(§24)
其他欺罔或顯失公平行為(§25)

獨占

獨占

獨占（§7）

1事業或2以上事業，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。

- 公平法對於獨占，**原則不禁止**，但不得濫用市場地位
- 公平法對於獨占事業，是規範「**行為**」而不是「狀態」

獨占

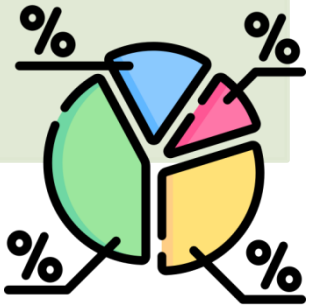
獨占事業的認定

相關市場

- 產品市場
- 地理市場
- 時間因素

市占率（§8）

- 衡量是否「處於無競爭狀態或有無壓倒性地位」的測度指標



排除競爭能力

- 是否具有獨占力量
- 能否控制市場

獨占

獨占事業認定標準 §8（二階段論）

積極條件

市占率無下列情形者，不列入獨占事業認定範圍：

＜ 1/2

＋ ＜ 2/3

＋ ＋ ＜ 3/4

消極條件

個別事業市占率＜1/10 或 上一年度銷售額＜20億元

- 受法令（EX:有線電視的特許）、技術限制（EX:關鍵性的專利權）或其他足以影響市場供需可排除競爭力情事，仍可認定為獨占事業

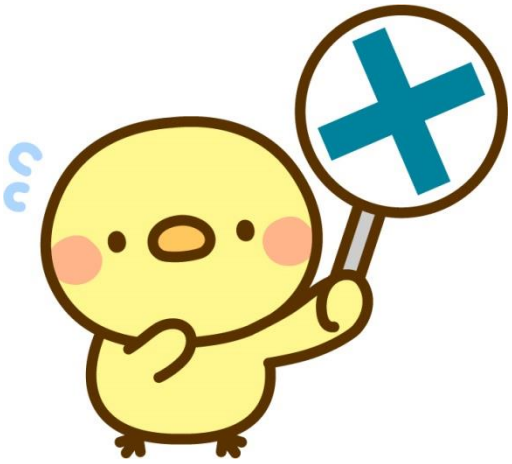
獨占

認定獨占事業應審酌事項（公施§3）

- ✓ 事業在相關市場的**占有率**
- ✓ 考量時間、空間等因素下，商品或服務在相關市場變化中的**替代可能性**
- ✓ 事業**影響**相關市場**價格**的**能力**
- ✓ 他事業加入相關市場有無**不易克服的困難**
- ✓ 商品或服務的**輸入、輸出**情形

公平法**禁止**獨占事業的**行為**（§9）

- ➢ 以不公平方法，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**的決定、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**的行為



結合

結合

結合（§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**有表決權股份總數或資本總額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**

整體經濟利益 > 限制競爭之不利益

結合

管制目的

監督及防範事業透過與他事業的結合而形成或強化支配市場的力量。

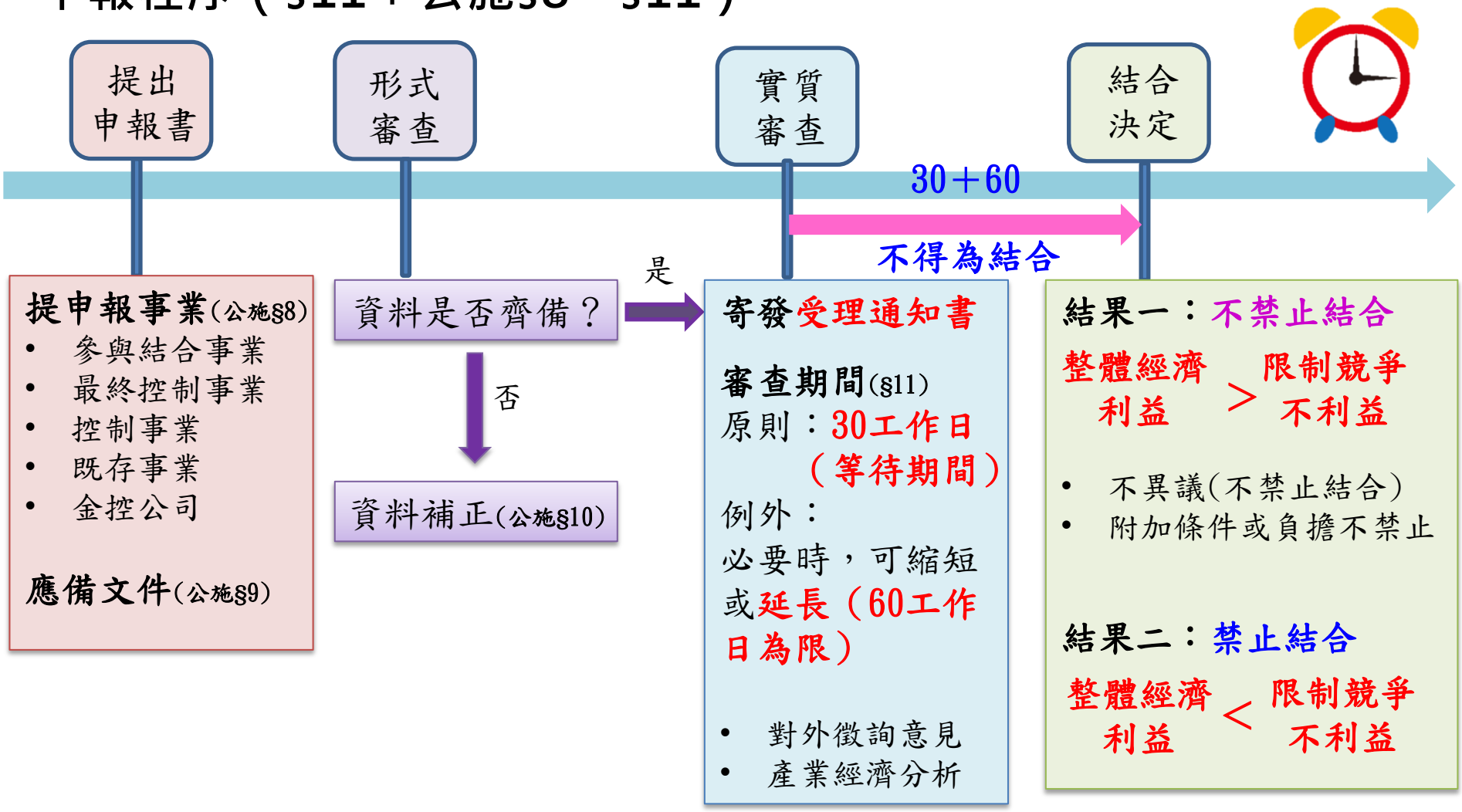
申報門檻（§11）

- ✓ 結合後市占率達1/3
- ✓ 參與結合1事業市占率達1/4
- ✓ 參與結合之事業，上一會計年度**銷售金額**，超過主管機關公告金額
  - 105年12月2日公綜字第10511610001號公告
  - 所有事業，全球總計＞400億元 ＆ 至少2事業個別於國內＞20億元
  - 非金融＋非金融
  - 金融＋非金融

  } 國內＞150億元 ＆ 與其結合事業國內＞20億元
  - 金融＋金融 → 國內＞300億元 ＆ 與其結合事業國內＞20億元

結合

申報程序（§11＋公施§8~ §11）



結合

結合實質審查（§13）

整體經濟利益

- 經濟效率
- 消費者利益
- 參與結合事業屬交易弱勢/垂危事業
- 其他有關整體經濟利益具體成效

限制競爭不利益

以水平結合為例

- 單方效果－導致價格上漲
- 共同效果－導致聯合風險
- 參進程度－形成進入障礙
- 抗衡力量－難以箝制漲價

結合

違法結合行為之處分（§39）

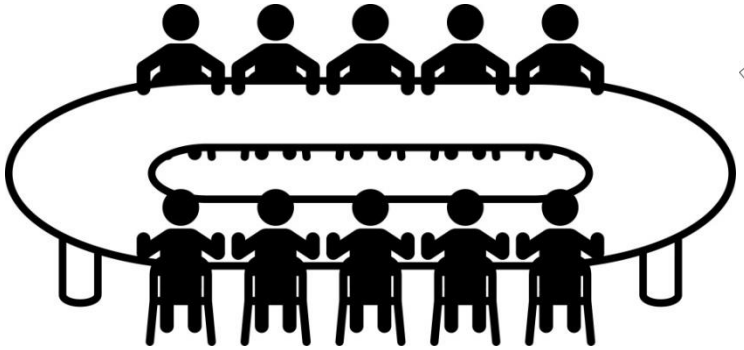
違法態樣	違法效果
⊘ 應申報未申報 ⊘ 違反等待期間而逕為結合 ⊘ 決定禁止結合而為結合 ⊘ 未履行附加負擔	✍ 禁止結合 ✍ 限期令其分設事業 ✍ 處分全部或部份股份 ✍ 轉讓部分營業 ✍ 免除擔任職務 ✍ 其他必要處分 ✍ 罰鍰 ◆ 20萬元以上5000萬元以下 ◆ 10萬元以上100萬元以下(虛偽不實)
⊘ 申報事項虛偽不實	
違反上開處分，公平會可再進一步為右列處分	✍ 命令解散 ✍ 勒令歇業 ✍ 停止營業（每次不得超過6個月）

聯合行為

聯合行為

聯合行為（§14）

具競爭關係之**同一產銷階段事業**，以**契約**、**協議**或**其他方式之合意**，**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，而**足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能**。



- **原則禁止，例外申請許可**
- **微小不罰**（市占率＜10%）

聯合行為

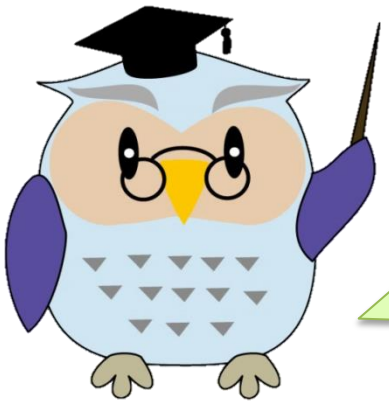
案例

B平臺
活動名稱：刺激水上活動
活動費用：NT1000元起

C平臺
活動名稱：刺激水上活動
活動費用：NT1000元起

聯合行為？

業者



判斷步驟：

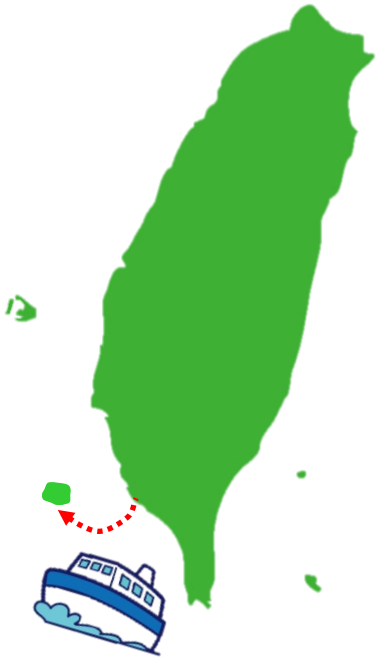
1. 同一產銷階段水平競爭事業？
2. 以契約、協議、其他方式合意？
3. 足以影響市場功能？

B平臺及C平臺刊登之旅遊套裝行程，均係由A公司所提供之服務，屬相同業者提供之服務於不同通路之價格，以至於有一致性情形；另A公司提供之活動服務實際為活動業者所提供，因旅行社與業者間為上、下游關係，非為水平競爭事業，故縱使價格具一致性，難認有公平法聯合行為規定適用。

聯合行為

案例（例外許可）

聯合行為	內容
行為主體	6家船舶公司
行為態樣	統一規格或型式之聯合(§15 I 但書①)
具體內容	• 聯合排班 • 共同售票 • 使用同一票證
延展理由	• 使企業於景氣低迷之際，尚能正常營運，創造離島觀光逆勢成長。 • 消費者有更多班次可供選擇搭乘，減少等候時間。 • 為爭取客源，更致力於服務品質與船舶安全之維護 • 對於義診人員，慈善機構及琉球居民婚喪喜慶之搭乘，提供完善即時之服務。
研析結果	聯合行為有益於整體經濟與公共利益，同意予以附負擔許可延展。



聯合行為

- 違法聯合行為即業者間須有合意存在，共同決定商品或服務之價格或數量等相互約束事業活動之行為，而**足以影響市場之供需功能**；如果**個別業者依市場機制綜合考量經營成本、市場供需、營業利潤及行銷策略等因素而決定價格，並不是公平交易法所稱的聯合行為。**

蒜價案

年度	101年	109年
漲價原因	蒜頭盤商涉及於農委會農糧署「99/100 年期國產大蒜外銷作 業費投標案」中共同協議投標金額及數量，相互約束事業活動之行為，足以影響國內蒜頭市場供需功能，導致蒜頭價格上漲。	國際蒜價上漲、進口大蒜因檢疫問題導致進口量短缺，**不足以供應**國內合理消費量，連帶使蒜商採購國產及進口大蒜價格呈現大幅上漲趨勢，以致蒜商銷售大蒜加工品蒜球及蒜仁批發價格上漲。
調查結果	違反公平交易法§14 I	個別事業售價並不相同，彼此間價格差距頗大，且漲幅不一，尚難認蒜商涉及聯合調漲大蒜價格之情事。
處分否？	處200萬	無

聯合行為

常見的聯合行為類型態樣

行為類型	行為態樣(例)
價格聯合	約定漲價/降價
限制產銷數量	約定產量分配
產品聯合	約定禁止生產某類型產品
設備、技術聯合	約定禁止引進某種技術或設備
交易對象/地區聯合	約定互不搶客戶或劃定營業區域

同業公會拘束事業活動的目的，是促使會員遵守法律規定，與公平法規範禁止聯合行為之目的有間，則此約束行為不涉及聯合行為。(105.05.12公法字第10515602812號令)

例：藥師公會訂定「會員不得憑處方箋贈送物品處置辦法」
→行為目的在於促使會員遵守藥師法規定

寬恕政策

寬恕政策（§35）　窩裡反條款

緣起：

- 事業通常較主管機關擁有更多產業資料及市場資訊，並較有能力隱藏或虛報產銷資料。
- 事業為規避鉅額罰款，刻意避免留下證據，導致主管機關調查困難。

目的：提高事業舉報違法行為、提供違法事證及協助調查意願，產生嚇阻聯合行為產生。

方式：

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

檢舉違法聯合行為獎金

檢舉違法聯合行為獎金發放辦法（依公平法§47-1訂定）

◆要件：

- ➢具名檢舉
- ➢提供尚未獲悉事證
- ➢經處以罰鍰

◆獎金金額：罰鍰金額之5%～20%

◆獎金額度依據證據之價值，按違法聯合行為案件罰鍰總金額比例定之

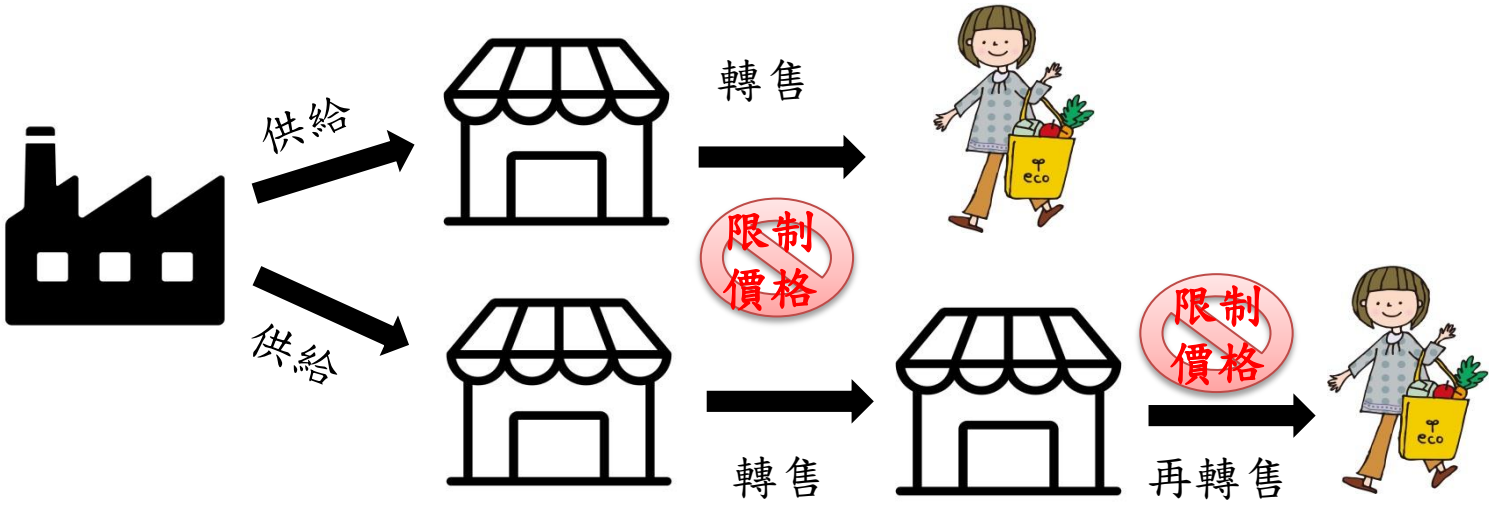
證據價值	獎金標準	基本額度	加倍額度
開啟程序	P＊5%	10萬－100萬	2億≦P＜5億 獎金上限2倍
間接證據	P＊10%	10萬－1000萬	P＞5億 獎金上限5倍
直接證據	P＊20%	10萬－2000萬	

限制轉售價格行為

限制轉售價格

限制轉售價格（§19）

事業不得限制其交易相對人，就供給之商品轉售予第三人或第三人再轉售時之價格。



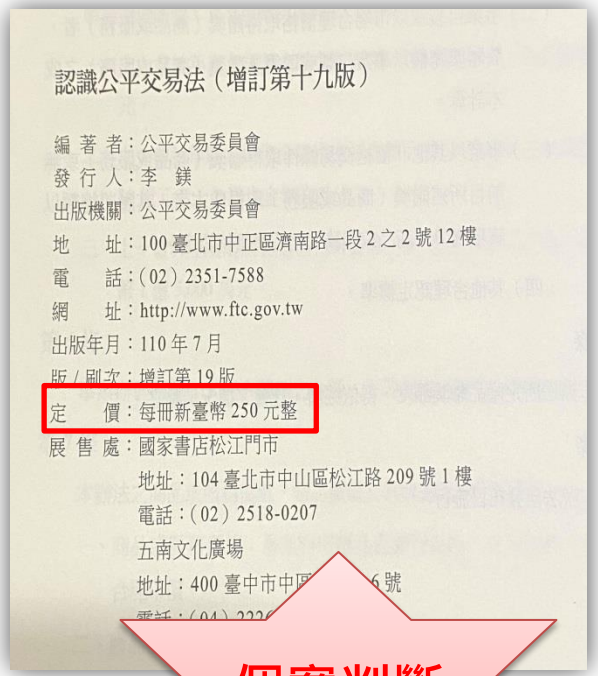
- 經銷商依據各自面臨的競爭狀況以及成本結構自由訂定售價。
- 在有正當理由情況下可上游可限制轉售價格，但須個案判斷。（公施§25）

限制轉售價格

不二價？

建議售價？

⟹ 陷入上游(§19)與下游(§21)皆違法的尷尬局面



認識公平交易法（增訂第十九版）

編 著 者：公平交易委員會
發 行 人：李 錡
出版機關：公平交易委員會
地　　址：100 臺北市中正區濟南路一段 2 之 2 號 12 樓
電　　話：(02) 2351-7588
網　　址：http://www.ftc.gov.tw
出版年月：110 年 7 月
版 / 刷 次：增訂第 19 版
定　　價：每冊新臺幣 250 元整
展 售 處：國家書店松江門市
地址：104 臺北市中山區松江路 209 號 1 樓
電話：(02) 2518-0207
五南文化廣場
地址：400 臺中市中區 6 號

個案判斷

單純建議售價不違法，但若有拘束性，且無正當理由，則違法。

其他限制競爭行為

其他限制競爭行為

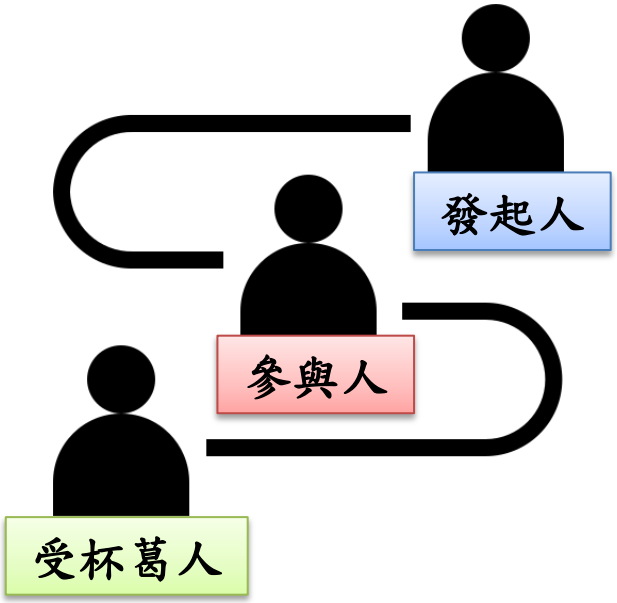
其他限制競爭行為（§20）

- 杯葛
- 差別待遇
- 不當阻礙競爭者參與或從事競爭
- 不當使他事業參與限制競爭行為
- 不當限制交易相對人事業活動

其他限制競爭行為

■ 杯葛

以損害特定事業為目的，促使他事業對該特定事業**斷絕供給、購買或交易**之行為。



- ✓ 構成要件：三方當事人**缺一不可**
- ✓ 綜合考量意圖、目的、發起人市場地位、涉及商品特性、行為履行狀況、杯葛後對市場競爭影響程度

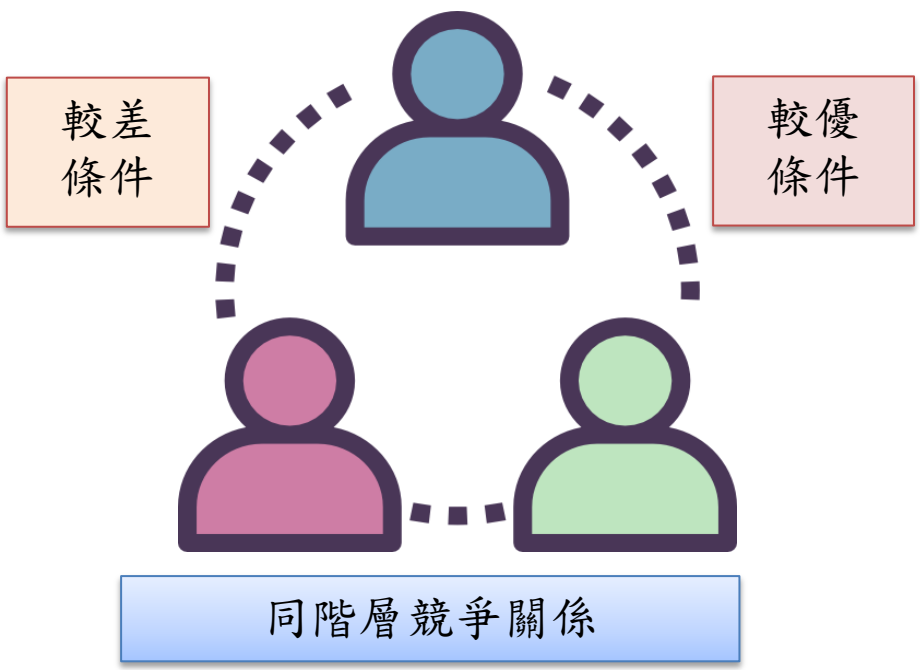
個案判斷

伴唱帶代理業者杯葛案(公處字第092167號)

其他限制競爭行為

■ 差別待遇

事業**無正當理由**，將同一商品或服務，以**不同**價格或條件給同一競爭階層之不同購買者。



memo

正當理由（§公施26）

- ✓ 市場供需情況
- ✓ 成本差異
- ✓ 交易數額
- ✓ 信用風險
- ✓ 其他合理事由

個案判斷

- 出版品作者稿費不同給付(公研釋007號)
- 瓦斯桶驗瓶場差別待遇案(公處字第100228號)

其他限制競爭行為

■ 不當阻礙競爭者參與或從事競爭

事業以**低價利誘或其他不正當方法**，阻礙競爭者參與或從事競爭行為，而有限制競爭之虞。

清倉特價、低價拍賣、節日折扣活動

無構成限制競爭之虞之情形	故意印製高價位定價後再以打折或特價模式進行販售
↓	↓
正常交易行為	違反公平法§21

綜合當事人意圖、目的、市場地位、所屬市場結構、商品(服務特性)、履行情況對市場競爭影響程度綜合判斷

個案判斷

- 藥商1元競標銷售藥品案(公處字第100163號)

其他限制競爭行為

■ 不當使他事業參與限制競爭行為

事業以**脅迫、利誘或其他不正當方法**，使其他事業不為價格競爭、參與結合、聯合行為或垂直限制競爭行為。

◆目的－藉由限制營業競爭活動來達成共同利益

- 瓦斯桶分裝場促使瓦斯行一致調漲桶裝瓦斯價格案(公處字第094118號)
- 屏東檳榔菁仔聯誼會促使會員不為價格競爭案(公處字第103072號)

■ 不當限制交易相對人事業活動

- 搭售－影印機&影印紙、西裝上衣&褲子
- 獨家交易
- 地域、顧客、使用限制
- 其他限制事業活動情形

綜合當事人意圖、目的、市場地位、所屬市場結構、商品(服務特性)、履行情況對市場競爭影響程度綜合判斷

個案判斷

廣告不實

廣告不實

公平法對於廣告的規範（§21）

事業不得在商品或廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於與商品相關而**足以影響交易決定之事項**，為**虛偽不實**或**引人錯誤**之表示或表徵。（§21 I）

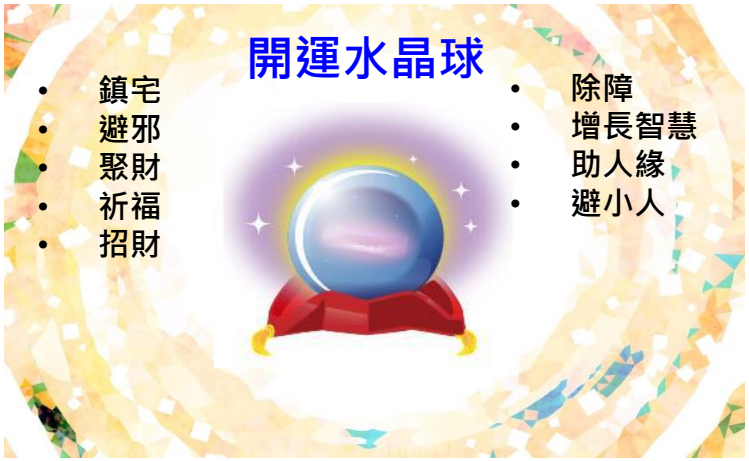
足以影響交易決定事項包括：
價格、數量、品質、內容、製造方法、製造日期、有效期限、使用方法、用途、原產地、製造者、製造地、加工者、加工地，及其他具有招徠效果之相關事項。

虛偽不實：表示或表徵與事實不符，差異難為一般或相關大眾所接受，而有引起錯誤認知或決定之虞者。

引人錯誤：表示或表徵不論與事實是否相符，而有引起一般或相關大眾錯誤認知或決定之虞者。

保護對象：理性的交易相對人

廣告不實

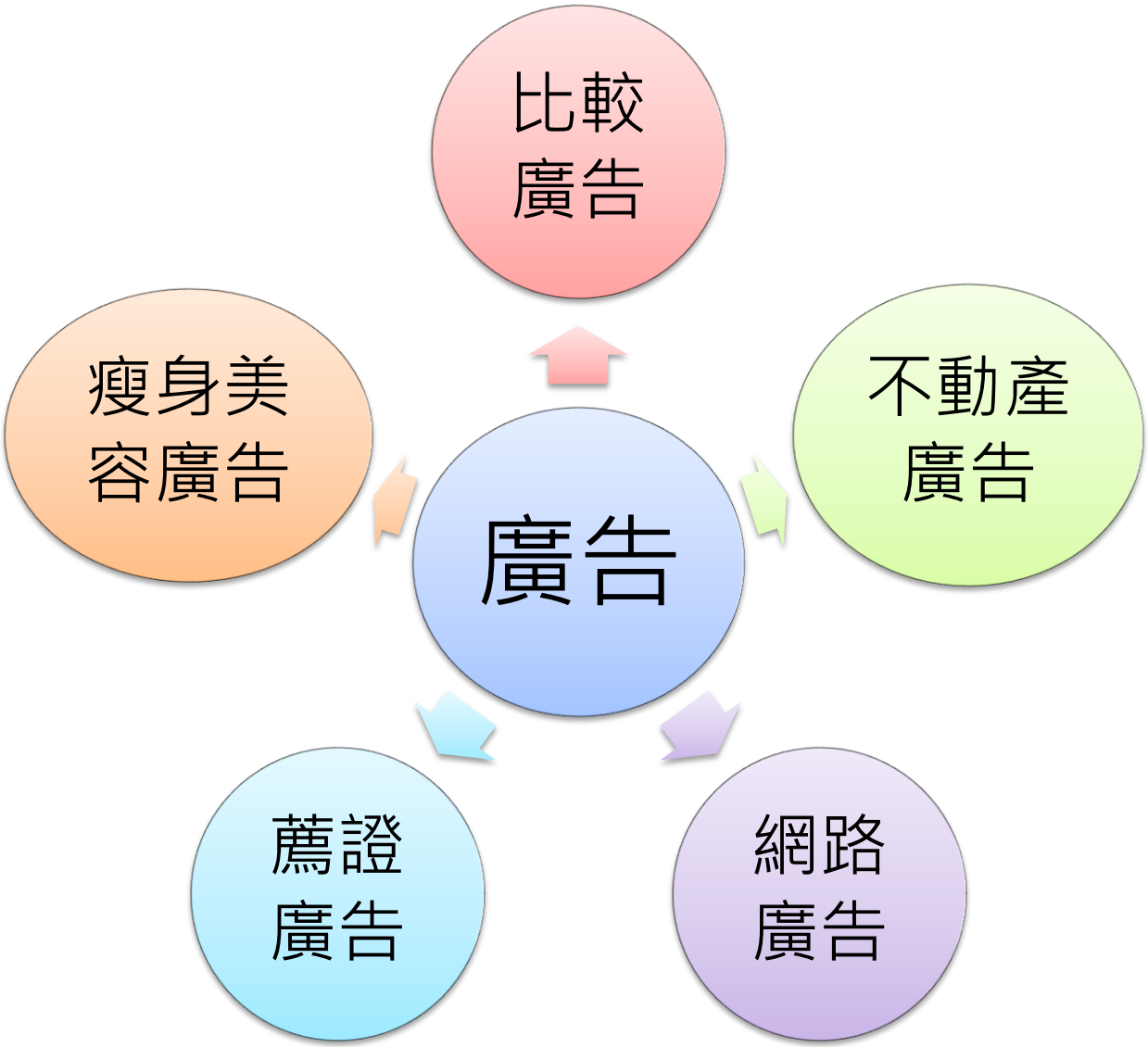


- 招桃花
- 旺姻緣

- 商品是否能達到廣告宣稱之效果，核與個人主觀感受相關，尚**無客觀標準**可供判定。
- 商品涉玄學等信仰(念)領域，**無科學論據或具體判別標準**可證。

- 增進人緣-桃花運旺
- 雙倍吸金-守財必備
- 好運降臨-招財開運

廣告類型與公平法規範



網路廣告

網路世界真真假假？

網路廣告

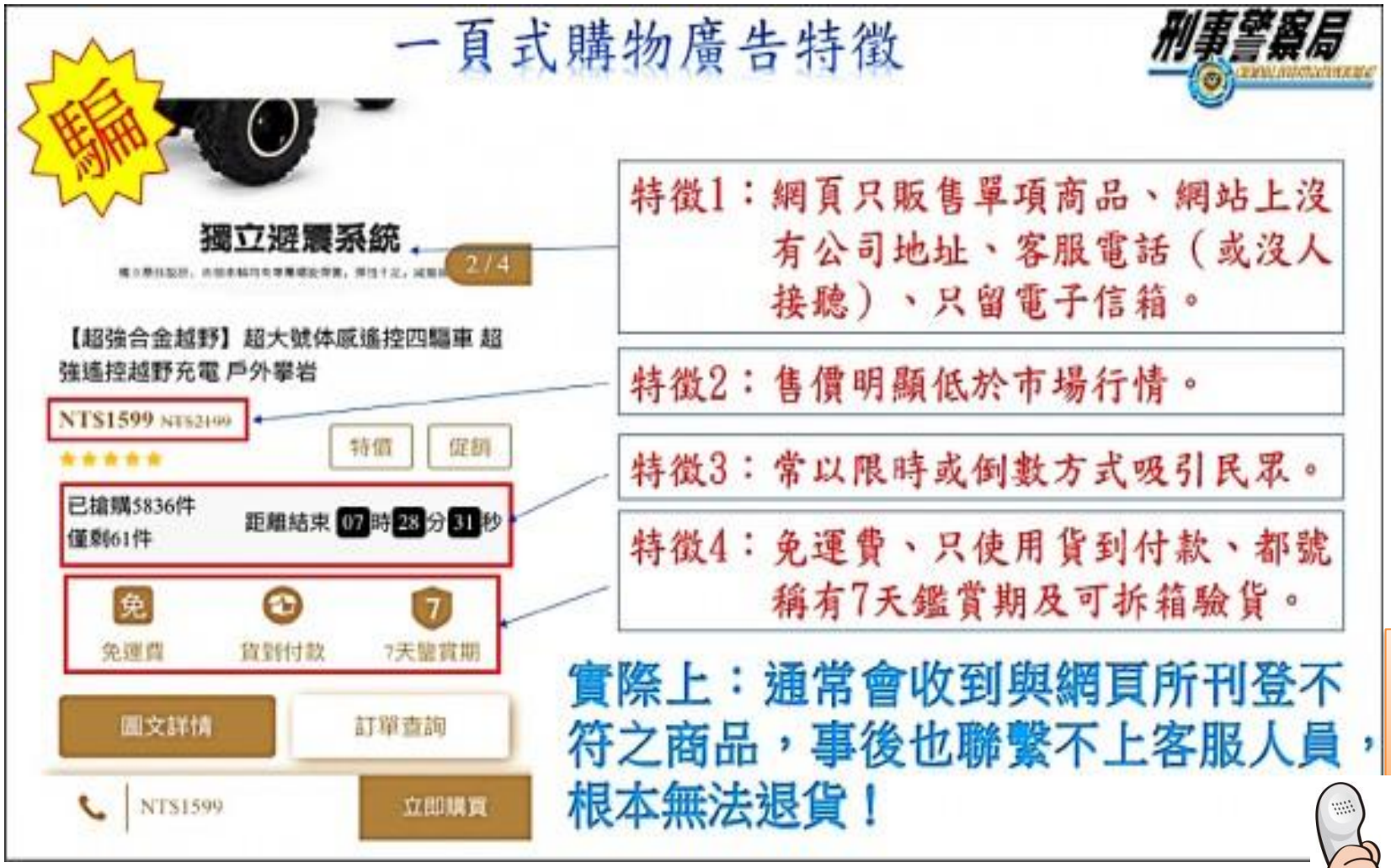
- 網路廣告，指事業為銷售其商品或服務，以**網際網路為媒介**，提供商品或服務之相關資訊，以招徠交易機會之傳播行為。
- 廣告主：
  - ✓ 事業
  - ✓ 由供貨商與網站經營者共同合作完成之購物網站廣告，其提供商品或服務資訊之**供貨商**，及以自身名義對外刊播並從事銷售之**網站經營者**，均為該網路廣告之**廣告主**
- 責任：
  - ✓ 真實表示義務
  - ✓ 隨時注意廣告刊播內容是否與實際相符，並應及時更正
  - ✓ 對於足以影響消費者交易決定之限制條件應充分揭示

網路廣告

網站經營者

商品供貨商

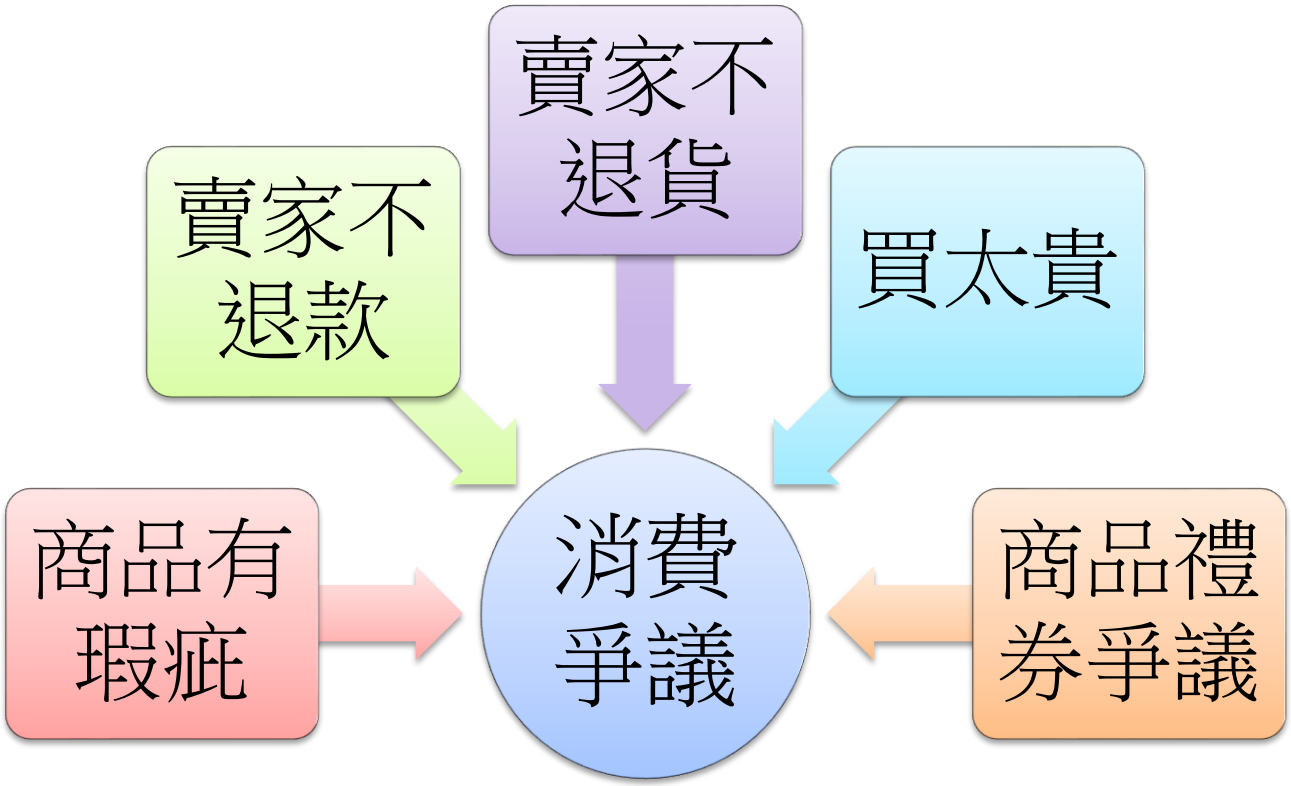
網路廣告不實 VS 網路廣告詐騙



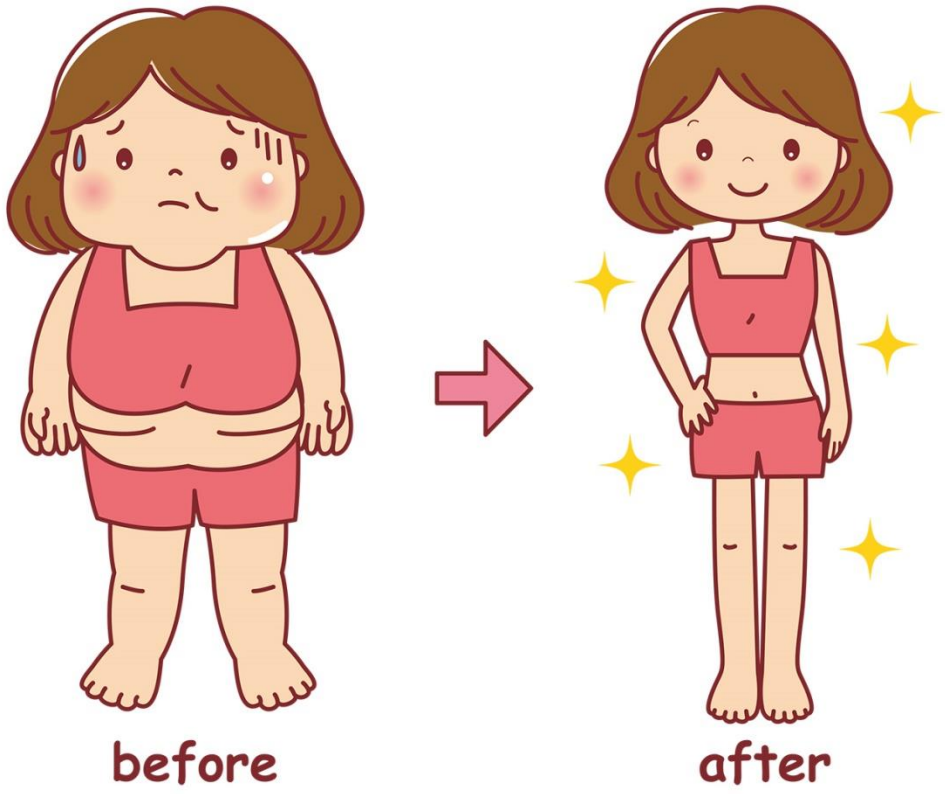
165

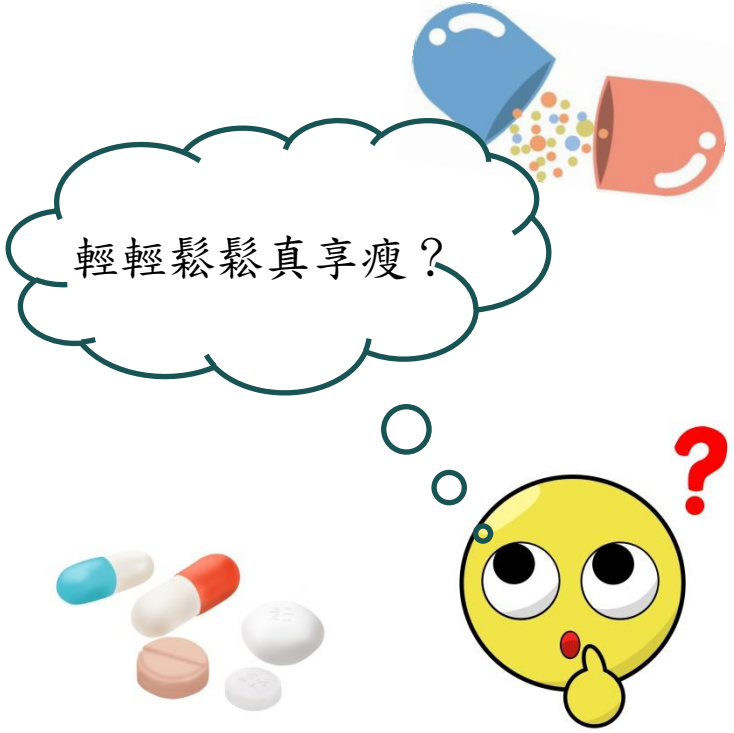
物流、超商退貨方式

網路廣告不實 VS 網路消費爭議



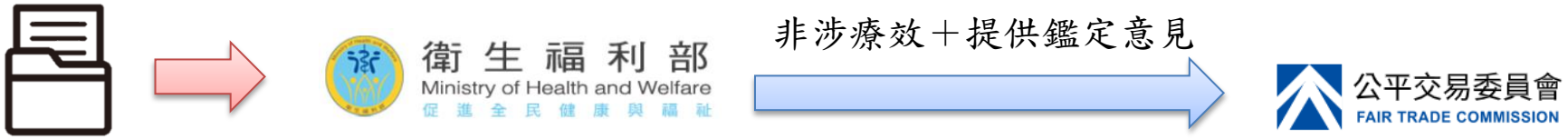
瘦身美容廣告





瘦身美容廣告

- 瘦身美容，指藉由手藝、機器、用具、**化妝品**、**食品**等方式，為保持、改善身體或感官之健美，所實施之**非醫療行為**。
- 與衛福部之分工：



瘦身美容廣告

態樣及常見用語	適用公平法
使用誇大、易引人錯誤之文詞宣稱功效，而無醫學學理或臨床試驗依據 常見用語： 消脂、溶脂、燃燒脂肪、促進淋巴代謝、排毒…	§21
使用非藥事法所稱之醫療器材、用材、衣物等，宣稱具有一定功效，而無醫學學理或臨床試驗依據 常見用語： • 不須劇烈運動，可輕鬆短時間內達到減重、縮小腰圍… • 能刺激乳房增大等豐胸效果，或預防下垂、外擴…等效果 • 可短時間內達到增高效果	
薦證廣告內容未明確說明達成該效果的課程、產品、一般消費者所需時間、實施成功率、醫學理論依據	
無法虞廣告宣稱期間內達到預期效果	
以特價、低價、免費贈送等促銷廣告吸引消費者，嗣後再大量增加其他費用導致與一般消費者當初認知或預期之消費額不符	§25
為對接受廣告面費試作之消費者明確告知試作範圍，於完成試作前在與消費者進行交易及藉機收取費用	
提供服務過程中，為任何增加消費金額之促銷或收取原約定價額外的金額	

各類廣告之主管機關

交通部觀光局
旅遊服務

衛生福利部
食品、藥品、化粧品、醫療等

內政部
移民業務、不動產經紀業、跨國婚姻

直轄市、縣市教育主管機關
已立案補習班

經濟部
一般商品標示

金融監督管理委員會
金融行業等

財政部國庫署
菸酒標示、酒品廣告

行政院農委會
有機食品、寵物食品、肥料等

勞動部
職訓、就業、招募員工

其他欺罔或顯失公平

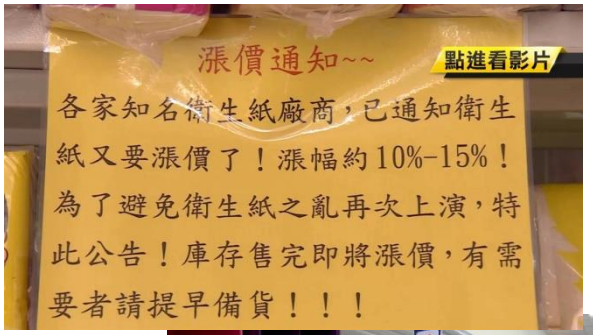
足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平行為

散佈假消息

107年衛生紙之亂

案情事實：

107年2月23日大潤發以公關手機發送「衛生紙確定大漲30% 賣場業績急飆5倍」邀請媒體報導衛生紙漲價訊息，並透過電子郵件系統發送新聞稿，經媒體報導後引發全民搶購衛生紙風潮。



調查結果：

大潤發以誤導消費者之衛生紙漲價訊息，進行不實促銷，**導致衛生紙市場突發性供需失調之異常現象，為足以影響交易秩序之欺罔行為**，違反公平交易法第 25 條規定，處以新臺幣350萬元罰鍰。

圖片來源：公平會、東森新聞

關鍵字廣告

- 使用他事業名稱作為關鍵字廣告，或以使用他事業名稱為自身名稱等方式攀附他人商譽，使人誤認兩者屬同一來源或有一定關係，藉以推展自身產品或服務。
- 利用網站設計，不當使用使用他人表徵，增進自身網站到訪率。
- 抄襲他人投入相當努力建置的網站資料，混充為自身網站或資料庫內容，藉以增加自身交易機會。

假摸彩真行銷

圖片來源：[redacted]淨化科技有限公司提供予本會。

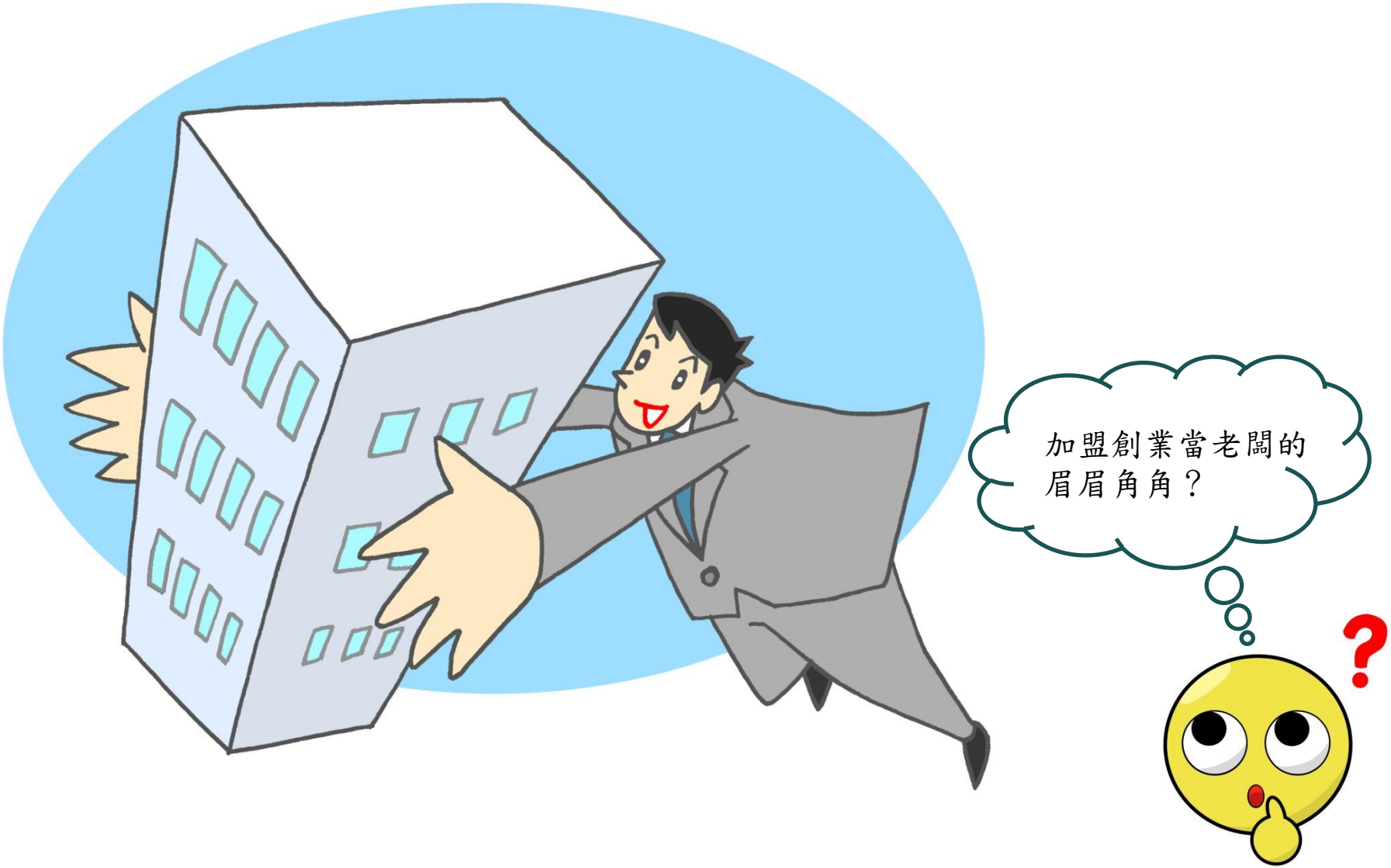
（公處字110047號）

違法事實：

藉摸彩抽出中獎人免費送3C家電，使參與活動之民眾產生獲獎期待，並藉此取得民眾個資推銷淨水器，其後致電告知民眾對中回饋獎，得以優惠價3,800元（原價32,000元）加購淨水器。

經調查發現，A公司過去未曾以此價格銷售過淨水器，卻向中獎人佯稱得以3,800元優惠價加購淨水器，導致中獎人於資訊不對等情形下，誤認淨水器價格而購買安裝，進而對該淨水器品質產生錯誤期待。

加盟契約重要資訊揭露



加盟契約重要資訊揭露

加盟主招募加盟時：重要加盟資訊審閱期10日

充分揭露

營運前費用

- 加盟金
- 教育訓練費
- 原物料、裝潢

營運期間費用

- 權利金計收方式
- 經營指導、行銷推廣
- 購買商品、原物料

權利授權

- 商標權
- 專利權 使用範圍、限制條件
- 著作權

契約變更、終止及解除之條件及處理方式

- ✓ 紙本
- ✓ 電子郵件、電子儲存裝置
- ✓ 社群媒體、通訊軟體

其他重要資訊

- 經營協助、訓練指導方式內容
- 同區同體系經營方案與計畫
- 契約存續期間加盟經營關係之限制(如：最低進貨數量)

加盟契約重要資訊揭露

簽約注意事項

感謝聆聽