《大學院校公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營》

限制競爭及不公平競爭行為規範與案例說明

112年3月29日

公平交易委員會
FAIR TRADE COMMISSION

簡報大綱

01 前言

- 概說公平法
- 認識公平會

02 限制競爭

- 獨占
- 結合
- 聯合行為
- 限制轉售價格
- 其他限制競爭行為

03 不公平競爭

- 不實廣告
- 其他欺罔或顯失公平行為

04 結語

01 前言

概說公平法

Q1：公平法是管盡天下不公平的法律？

- 男女同工不同酬、男女收費不公平...

Q2：公平法是管制物價的法律？

- 漢堡漲價、菜價波動、高鐵漲價...

Q3：公平法是處理消費者糾紛的法律？

- 契約解除、商品退貨、食安問題...

概說公平法

Q1正解來了

☺公平法透過**規範事業自由公平競爭**，**間接**保護消費者

競爭

- 效率的生產
- 較低的價格
- 較好的品質
- 較多的選擇
- 持續的創新

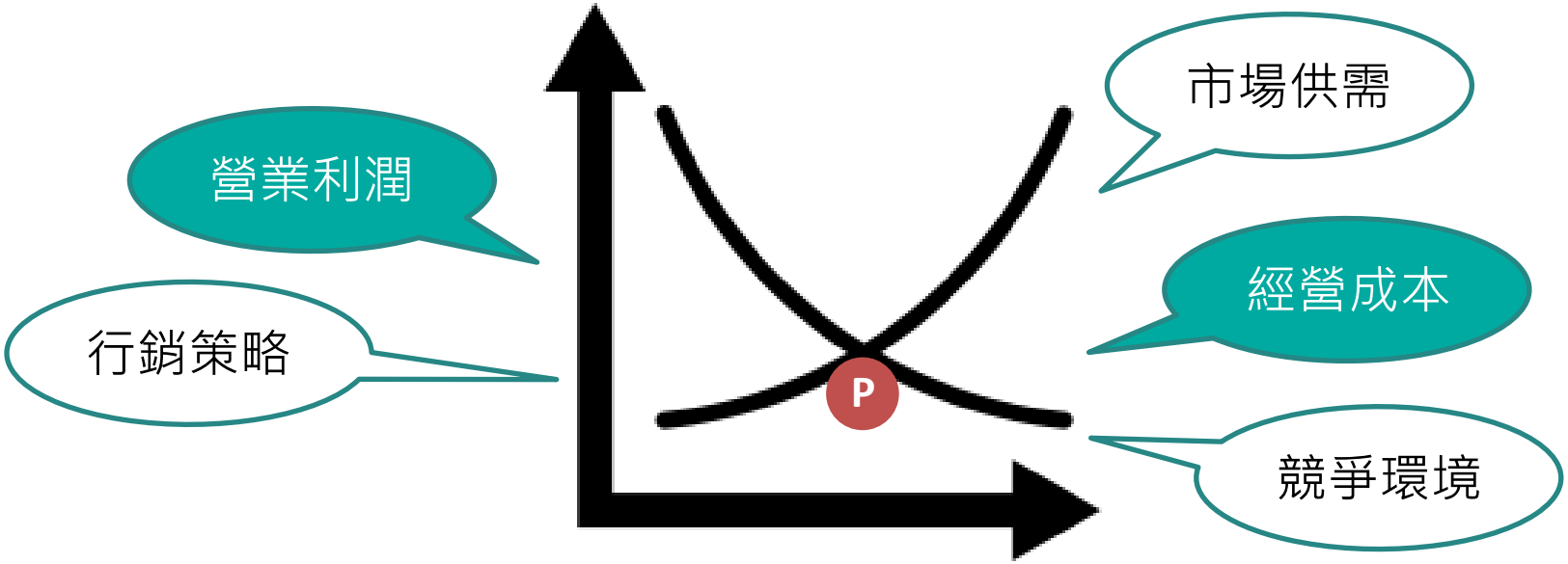
→ 經濟效率 & 消費者利益

概說公平法

Q2正解來了

☺公平會不是物價主管機關

- 尊重自由經濟市場機制，鼓勵事業自由定價
- 例外：獨占定價(§9)、聯合定價(§14)、限制轉售價格(§19)



概說公平法

Q3正解來了

公平法 vs 消保法

法規	立法精神	主管範圍	主管機關
公平交易法	維護自由公平競爭 （間接保護消費者權益）	競爭關係 行政處分	公平交易委員會
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 民法契約責任	<中央> 行政院消費者保護處 <地方> 直轄市政府、縣市政府

為何要管競爭？競爭很重要？

< 廠商先天上有規避競爭的誘因 >

- 獨占市場：將討厭的競爭者**趕出市場！**
- 聯合壟斷：跟競爭者**說好不競爭！**
- M&A（合併或併購）：乾脆把搗蛋鬼**買下來！**

概說公平法

一部規範事業跟事業之間競爭行為的法律

共50條

競爭法

反托拉斯法

概說公平法

核心概念-競爭

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

競爭 (§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

公平法是保護「競爭過程」，不是保護「競爭者」

概說公平法

規範主體 - 事業

公司

獨資或合夥之工商行號

同業公會或其他依法設立、促進成員利益之團體

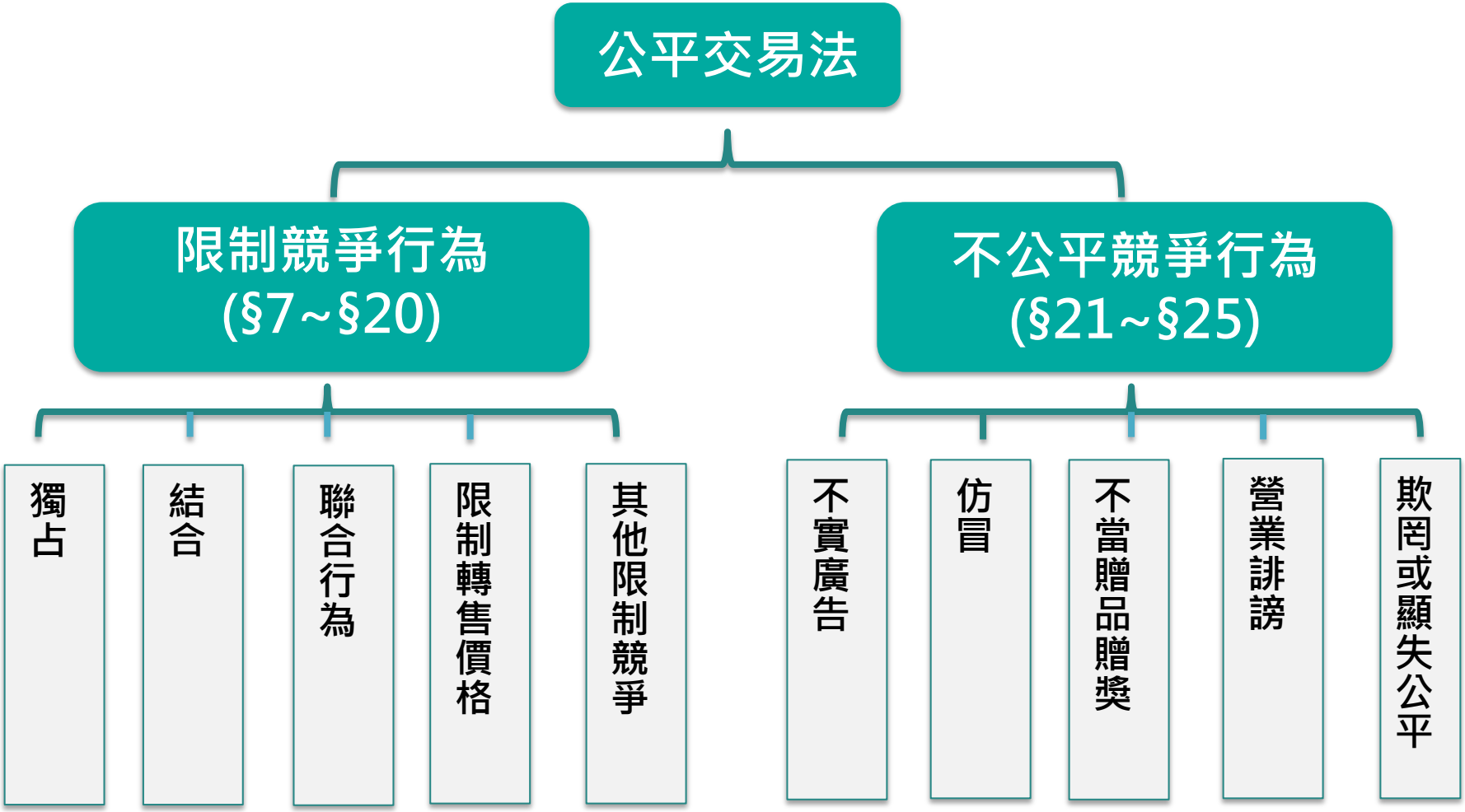
事業 (§2)

其他提供商品或服務從事交易之人或團體

- ✓ 獨立性、經常性並從事經濟交易活動
  例：農會、合作社
- ✓ 行政機關以私法行為提供具有市場經濟價值的商品或服務

概說公平法

規範客體 - 行為



使比賽精采

使比賽公平

概說公平法

除外適用

正當行使權利 (§45)

- 依照著作權法、商標法、專利法或其他智慧財產權法規行使權利之正當行為，不適用公平法

經濟基本法 (§46)

- 事業關於競爭之行為，優先適用公平法。
- 但其他法律另有規定且不牴觸公平法立法意旨者，不在此限

認識公平會

獨立機關

- 委員制
- 合議制
- 任期制
- 超黨派
- 直接行政訴訟

主要職掌

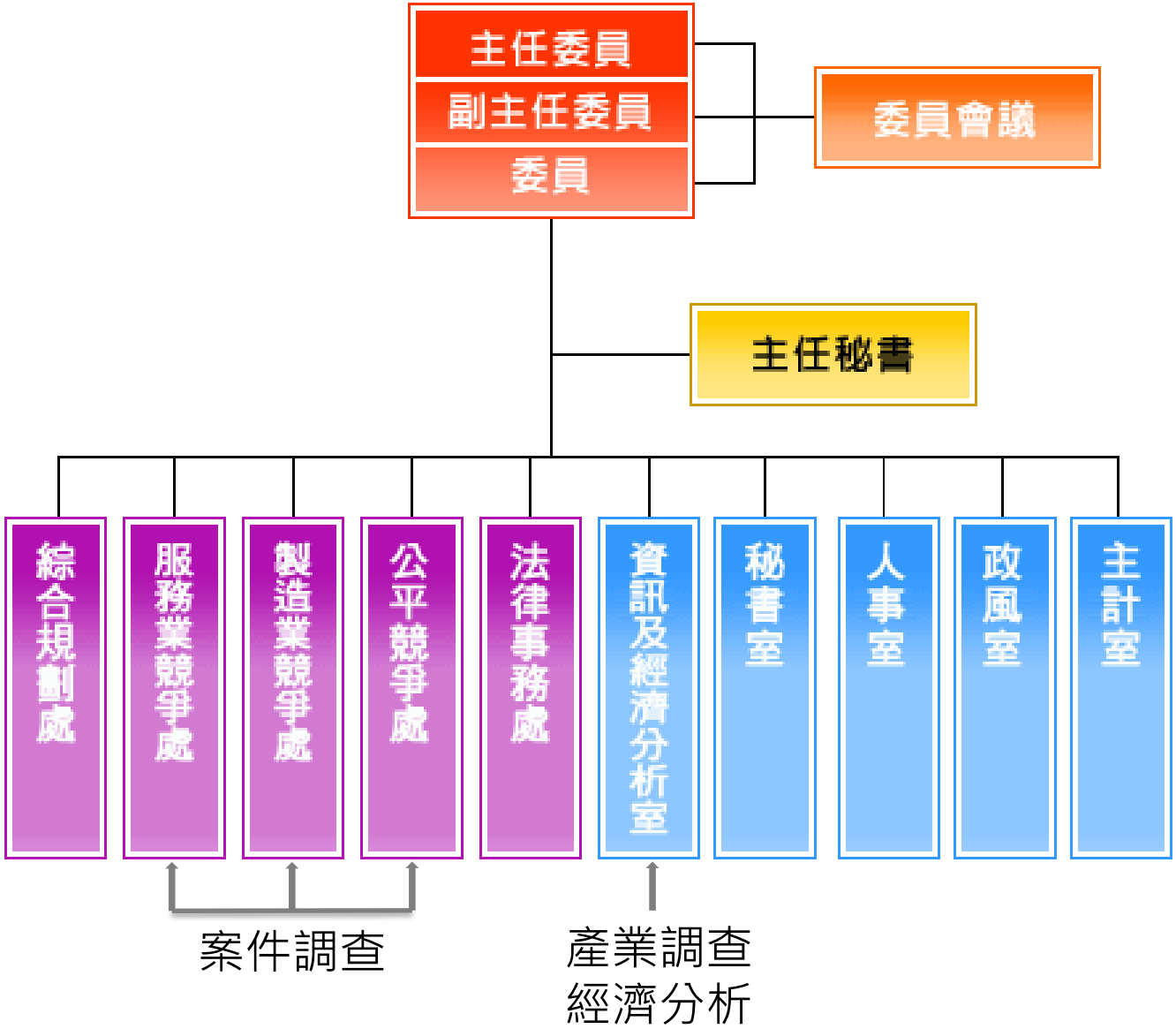
公平交易法

+

多層次傳銷管理法

- 政策及法規擬訂
- 違法案件之調查、審議、處分

認識公平會


主任委員
副主任委員
委員
委員會議
主任秘書
綜合規劃處
服務業競爭處
製造業競爭處
公平競爭處
法律事務處
資訊及經濟分析室
秘書室
人事室
政風室
主計室
案件調查
產業調查
經濟分析

02 限制競爭

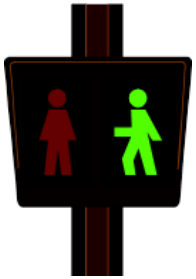
限制競爭-概述

獨占(§7~§9)

- 原則不禁止，但不得濫用市場地位

結合(§10~§13)

- 原則自由，但達一定門檻需事前提出申報
- 整體經濟利益大於限制競爭不利益



聯合行為(§14~§18)

- 原則禁止，例外申請許可

獨占

獨占

獨占定義 (§7)

- 事業在相關市場處於無競爭狀態(完全獨占，僅有1家廠商)，或具有壓倒性地位，可排除競爭之能力(準獨占、大小廠商並存)
- 二以上事業，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(寡占、數大廠商並存)，視為獨占

相關市場 (§5)

- 事業就一定之商品或服務，從事競爭之區域或範圍（產品市場、地理市場、時間因素）

獨占

獨占事業認定標準(§8)

市場占有率：

- 1家≧1/2、2家≧2/3、3家≧3/4
- **排除**：有前項情形者，個別事業市占率 < 1/10或上一年度總銷售額 < 20億元

例外得認定獨占事業：

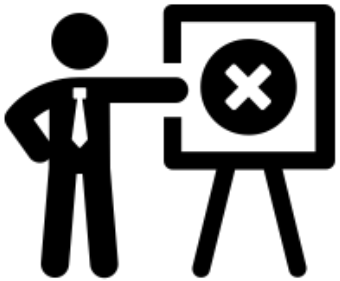
事業之設立或事業所提供之商品或服務進入相關市場，**受法令**(如通訊傳播市場)、**技術**(如智慧財產權市場)**之限制**或有其他足以影響市場供需**可排除競爭能力**之情事者

獨占

☞ 原則不禁止獨占，但不得濫用市場地位

獨占事業禁止行為(§9)

- 以不公平之方法，直接或間接阻礙他事業參與競爭(阻礙性濫用，如：不當拒絕交易、差別定價)
- 對商品價格或服務報酬，為不當之決定、維持或變更(榨取性濫用，如：獨占超額利潤)
- 無正當理由，使交易相對人給予特別優惠(購買力濫用)
- 其他濫用市場地位之行為(補充規範條款)



案例1：晶片專利授權案①

- **案由**
  - ✓ 美商ＯＯ公司因行動通訊晶片專利授權行為遭多國競爭法主管機關調查或處罰
  - ✓ 本會經實地訪查我國相關業者，得知自1998年至2017年，美商ＯＯ公司確有不授權競爭同業之情，且限制手機業者(指品牌商及代工商)若不與其簽署專利授權契約則無法獲得晶片供應，又以獨家交易為折讓(rebate)獎勵條件等，有限制競爭疑慮，爰主動立案調查
- **處理結果**
  - ✓ 命停止違法行為及改正措施
  - ✓ 處新臺幣234億元罰鍰

案例1：晶片專利授權案②

- **進展情形**

  107.8.9　兩造於智慧財產法院簽署和解筆錄，達成訴訟上和解

- **和解內容**
  - ✓ 原處分自翌日起，視為自始撤銷
  - ✓ 美商ＯＯ公司同意不爭執已繳納之新臺幣27億3千萬元罰鍰，並承諾「本於善意重新協商授權條款」、「協商期間不拒絕晶片供應」、「不再簽署獨家交易之折讓約定」、「定期向公平會報告執行情形」等，以及在臺灣進行為期5年之產業投資方案

案例2：液化石油氣案

- **案由**

  ＯＯ公司濫用液化石油氣(LPG)供應市場之獨占地位：

  ✓ 無正當理由對其南部經銷商自88年7月起採行不當差別取價行為，屬對商品價格為不當之決定

  ✓ 於88年9月30日與經銷商契約期滿後，無正當理由拒絕其經銷商續約要求之行為

- **處理結果**

  ✓ 命停止違法行為

  ✓ 處800萬元罰鍰

獨占違法案例

案例3：五號燈表案

- **案由**

  ○○○○瓦斯公司為國內25家公用天然氣事業之一，屬區域獨占事業，透過為用戶裝置較大流量之瓦斯計量表，提高基本度數，持續獲取不當利益，為濫用市場地位對商品價格為不當決定之行為

家用瓦斯燈表	裝設比率		未達基本度比率	
	被處分人	其他事業	被處分人	其他事業
五號燈表	69.5%	0～13.99%	8.65%	0.2%～2.92%

<註1>三號燈表基本度12度，五號燈表基本度18度，每度瓦斯12.42元。
<註2>被處分人裝設五號燈表，每二個月收費週期未達基本度(36度)之用戶數有27,759戶，佔8.65%。

- **處理結果**
  - ✓ 處500萬元罰鍰
  - ✓ 對既有五號燈表用戶，無須更換燈表，改以三號燈表之基本度計收費用

結合

結合

結合定義 (§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

結合申報(§11)

申報異議制

事前管制	捉大放小	等待期間
結合前提出申報	達到門檻才須申報	30/90工作日內不得結合

申報門檻(只要有下列情形之一)

結合後市場占有率達1/3	參與結合之一事業，其市場占有率達1/4	上一會計年度銷售金額超過： 所有事業：全球400億元 (至少2事業國內各20億元) 非金融： 150億及20億元 金融： 300億及20億元

結合實質審查
(§13)

不禁止結合標準

- ✓ 整體經濟利益 > 限制競爭之不利益
- ✓ 得附加條件或負擔

整體經濟利益

- 經濟效率-規模或範疇經濟/消費者利益
- 結合事業之一屬於交易弱勢/垂危事業
- 其他有關整體經濟利益之具體成效

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

案例分析-統一與維力

結合型態

統一擬持有維力超過1/3股份，
並直接或間接控制維力之業務經營或人事任免

申報門檻

統一與維力於「速食麵市場」分屬第1大、第2大廠商
結合後，市場占有率合計近7成

實質審查

其餘既有廠商難有抗衡力量，不論同業或上、下游
均難有箝制統一與維力提高價格之能力

決定【公結字第107001號】

限制競爭之不利益>整體經濟利益，禁止結合

聯合行為

聯合行為

聯合行為構成要件(§14)

主體：具競爭關係之同一產銷階段事業或同業公會

(§14 IV)
同業公會或其他團體藉章程或會員大會、理、監事會議決議或其他方法所為**約束事業活動**之行為，亦為聯合行為

方式：契約、協議或其他方式之合意
（一種意思聯絡，不問有無法律拘束力）

內容：相互約束事業活動之行為
(價格、數量、技術、交易對象、交易地區等)

效果：足以影響市場功能

→ **微小不罰(市占率總和<10%)**

（但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）

聯合行為

- **聯合行為「合意」之認定**
  - **有法律拘束力**：契約、協議，不論書面或口頭
  - **無法律拘束力**：僅有道德上、情分上拘束力之「君子協定」(事實上拘束力)
  - **一致性**(暗默勾結)**行為**：二以上事業，明知且有意識，透過類似聚會等機會交換經營意見，就相關市場行為達成不具拘束力的「共識」或「瞭解」，形成具有意思聯絡的外在市場行為的一致性

例外許可(§15)

原則禁止，例外申請許可

原則禁止

- 固定價格
- 圍標(政府採購案-工程會)
- 生產限制、生產配額
- 分配顧客、交易區域
- 其他

例外許可

有益整體經濟與公共利益

- 標準化 (例：cable機上盒規格)
- 合理化 (共同研究開發)
- 專業化
- 輸出聯合
- 輸入聯合 (例：奧運轉播授權)
- 不景氣聯合
- 中小企業聯合
- 其他為促進產業發展、技術創新或經營效率所必要之共同行為

違法案例1：民營電廠案①

- **案由**

  9家民營電廠(IPP)自97年8月至101年10月，以意思聯絡方式，聯合拒絕調整與台電公司之購售電費率，足以影響發電市場之供需功能

- **處理結果**

  ✓ 命停止違法行為

  ✓ 各處1億～18億1,300萬元罰鍰，9家總計60億700萬元罰鍰

- **本案特色**

  是公平會**第1件**採用以事業上一會計年度最高十分之一營業額處以罰鍰之**情節重大案件**

35

違法案例1：民營電廠案②

- **罰鍰計算原則**
  - ✓ 本案屬情節重大案件，違法行為嚴重影響市場競爭秩序，公平會爰依公平法相關規定，**得對違法事業處上一會計年度銷售金額百分之十以下罰鍰**
  - ✓ 考量各民營電廠之市場地位、危害市場程度、營業額、已為損害之補救措施等因素
  - ✓ 對於配合提供較完整之資料，或陳述內容有利於案情突破者，**依配合程度減輕罰鍰**，其中1家民營電廠配合度最高，減罰2/3罰鍰，配合度次高之3家民營電廠則各減罰1/3罰鍰

違法案例2：鮮乳案

- **案由**
  - ✓ 100年8月報載中央畜產會之乳價評議委員會通過調漲每公斤1.9元生乳收購價格，於10月1日起實施
  - ✓ 三大鮮乳業者9月發出調價通知，1公升裝全調漲6元，2公升11、12元，所開出主力商品之參考建議售價相當一致，且調漲額度遠超出生乳收購價增加之成本，足以影響國內乳品供需之市場功能
- **處理結果**
  - ✓ 命停止違法行為
  - ✓ 各處800萬～1,200萬元罰鍰，3家總計2,000萬元罰鍰
- **本案特色**

  採用間接證據，包括市場結構、一致性超幅調漲設定率、議價及調漲時點之一致性、媒體傳遞調價訊息、調價決策缺乏合理性等因素，推定有聯合行為存在

37

違法案例3：桃園市預拌混凝土案

- **案由**
  - ✓ 3家全國性及15家桃園市地區性預拌混凝土業者於107年11月間開始聚會，討論及協調分配桃園市預拌混凝土供料案件，藉由繳交規費、安裝監視器等方法相互查核監督供貨數量
  - ✓ 在對話群組中相互通知聚會時間及地點、聯繫查核行程、回報供貨數量
  - ✓ 向競爭同業告知自己的報價，或於報價前向其他同業詢問可否報價、應報價多少等
  - ✓ 目的顯然在避免降價互搶客戶，足以影響桃園市場供需功能
- **處理結果**
  - ✓ 命停止違法行為
  - ✓ 各處50萬～5,000萬元罰鍰，18家總計2億1,310萬元罰鍰

38

違法案例4：家用空調案

- **案由**
  - ✓ 國內3大品牌空調業者108年3月起陸續將家用空調的全機保固年限從原先的3年延長至7年，其他市占率較小的品牌業者亦紛紛跟進，互相競爭
  - ✓ 卻在108年11月26日同業餐敘場合，討論縮短保固年限並交換意見，最後達成合意「從109年1月1日起全機保固年限縮短為3年」，而且將合意內容製作成書面文件並簽名
  - ✓ 15家空調業者占國內市占率九成以上，足以影響空調市場供需功能
- **處理結果**
  - ✓ 命停止違法行為
  - ✓ 各處10萬～250萬元罰鍰，15家總計1,390萬元罰鍰

例外許可案例1-事業共同取得奧運轉播授權

申請事項

4家事業申請共同取得倫敦奧運轉播授權、共同租用衛星與光纖網路，及分配轉播項目

許可理由

- 共同取得授權、租用衛星及光纖網路→
  有助事業降低成本，且有技術便捷性與經營效率性；
  收視戶得透過多種平台收看轉播，有利於消費者權益
- 分配轉播項目→呈現較多節目內容

決定【公聯字第 101005號】

有益於整體經濟與公共利益，准予許可

例外許可案例2：玉米合船採購聯合行為許可延展

- **案由：**

  玉米聯合採購事業申請延展5年「聯合採購合船進口小麥」聯合行為之許可期限

- **許可內容：**

  申請人原申請聯合採購合船進口玉米，期限至112年2月28日止。本次申請延展許可期限，符合公平交易法第15條第1項但書第5款及第16條第2項規定，准予許可展期，自112年3月1日至117年2月28日止

- **附加負擔：**

  ✓ 申請人不得利用本許可從事其他聯合行為，或限制任一申請人自由決定其合船進口之數量，或禁止任一申請人自行採購進口，或無正當理由，拒絕他事業加入本合船進口。本聯合行為主體變動並應報經公平會備查

  ✓ 申請人應將本聯合行為之執行情形，包括每船次各進口人之登記採購量、實際採購量、價格、採購裝船期、裝貨港名稱、船抵裝貨港日期、自裝貨港開航日期、船抵我國港口日期等，按季函報公平會

41

聯合行為

聯合行為查證不易→強化措施

合意推定(§14Ⅲ)

- 聯合行為之合意，得依市場狀況、商品特性、成本及利潤考量、事業行為之經濟合理性等因素**推定**之

寬恕政策(§35)

- 鼓勵參與涉案聯合行為之事業「窩裡反」

檢舉獎金(§47之1)

- 鼓勵事業內部員工提出檢舉

聯合行為

寬恕政策 (§35)

- 在執法機關**未知悉**聯合行為或**未開始調查前**，鼓勵聯合行為之成員向執法機關通報違法事證及協助調查，執法機關並對於通報者給予**免除或減輕制裁**之優惠

- **適用條件：**
  - **時點1：公平會尚未知悉或進行調查前**

    ➔提出書面檢舉或陳述具體違法+檢附事證+協助調查

  - **時點2：公平會案件調查期間**

    ➔陳述具體違法+檢附事證+協助調查

寬恕政策效果

最多可減免5名！先講先贏！

第1順位：罰鍰全免
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

檢舉獎金

- 要件：具名檢舉、提供尚未獲悉事證
- 獎金金額：

  ①未處罰鍰者：5萬元～100萬元

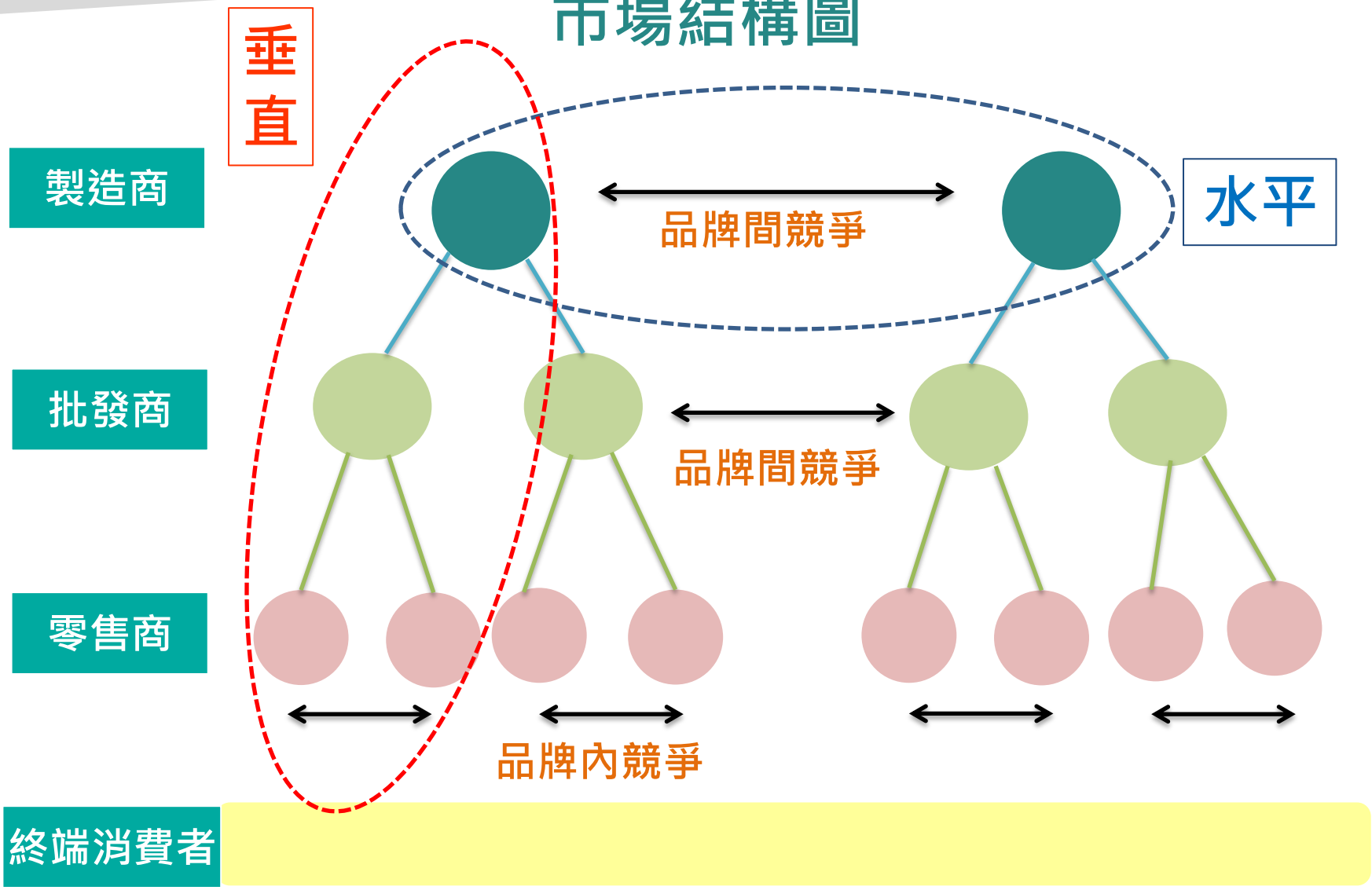
  ②處罰鍰者：罰鍰金額之5%～20%
- 有處罰鍰者，獎金額度依據證據之價值，按罰鍰總金額比例定之，最低10萬元

（單位：新臺幣）

證據價值	獎金額度	獎金上限		
		罰鍰<2億元	罰鍰2~5億元	罰鍰≧5億元
開啟程序	P * 5%	100萬元	200萬元	500萬元
間接證據	P * 10%	1000萬元	2000萬元	5000萬元
直接證據	P * 20%	2000萬元	4000萬元	1億元

限制
轉售價格

市場結構圖

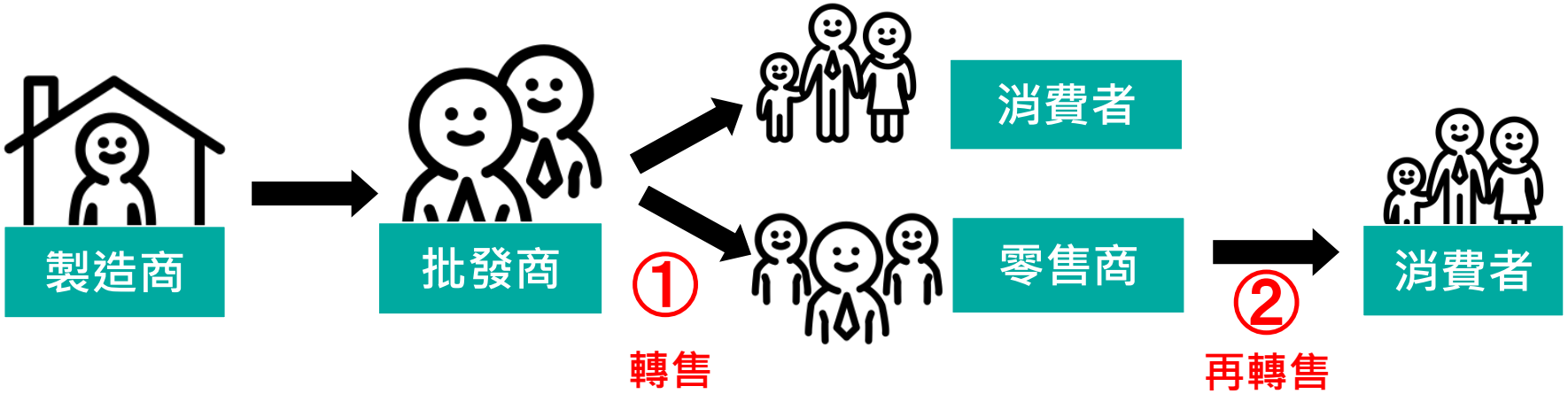


限制轉售價格

限制轉售價格定義(§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
- 服務準用之

限制轉售價格的類型：指定價格、設定上下限或區間



規範目的：配銷階段的廠商得依據所面臨的競爭狀況及成本結構，自由訂價

限制轉售價格

「建議售價」違法嗎?

單純建議售價不違法，但若有拘束性，且無正當理由，則違法。

📖案例分析-限制寵物食品網路賣家轉售價格案【公處字第110004號】

限制轉售價格

☞ 原則禁止，有正當理由才不違法

提升新事業或品牌參進之效果

防止搭便車之效果

促進品牌間之競爭

鼓勵下游事業提升售前服務之效率或品質

正當理由(細則§25)

其他有關競爭考量之經濟上合理事由

其他
限制競爭
行為

其他限制競爭行為

☞ 要件：需有限制競爭之虞（必須有一定市場力量）

限制競爭之虞
行為類型
(§20)

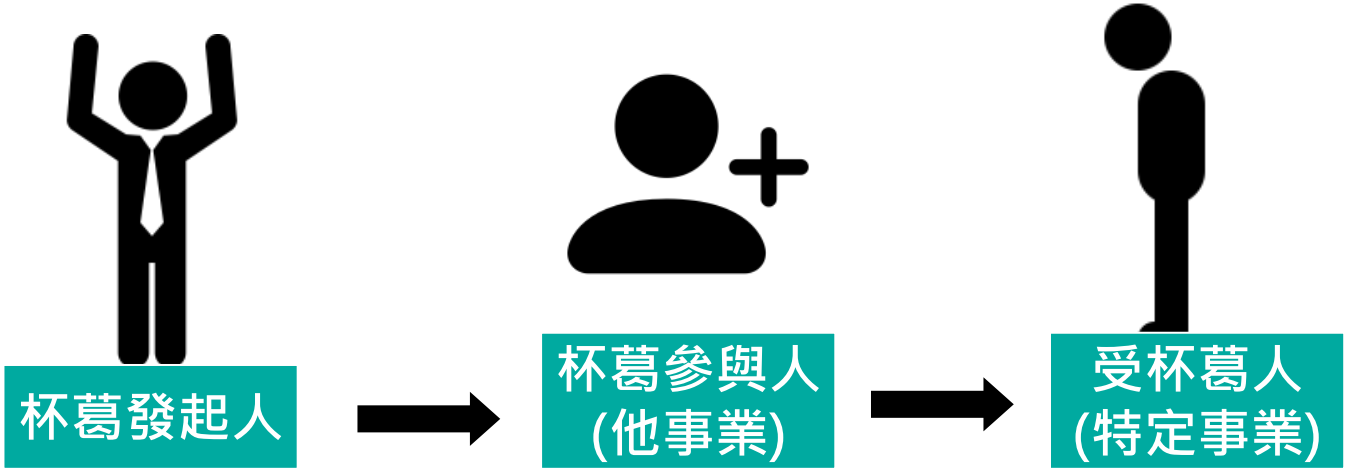
- 杯葛
- 差別待遇
- 不當低價利誘
- 迫使參與限制競爭行為
- 不當限制交易相對人事業活動

其他限制競爭行為

杯葛
(§20①)

事業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：必須存在三方當事人



📖案例分析-百貨公司杯葛案 【公處字第093016號】

其他限制競爭行為

差別待遇(§20②)

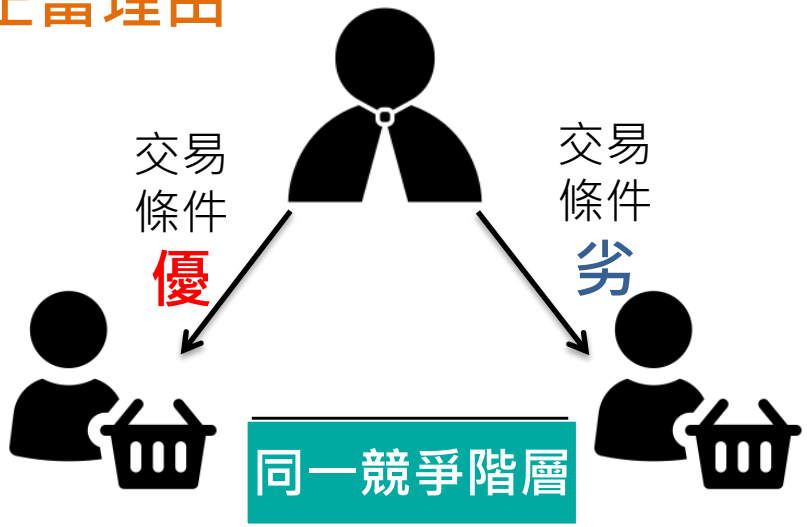
事業無正當理由，對他事業給予差別待遇之行為

- 事業就同一商品或服務，以不同的價格或價格以外的條件，出售給同一競爭階層的不同購買者
- 構成要件：須無正當理由

正當理由(細則§26)

應審酌下列情形認定之：

一、市場供需情況
二、成本差異
三、交易數額
四、信用風險
五、其他合理之事由



📖案例分析-桶裝瓦斯驗瓶作業差別待遇案

【公處字第100228號】

其他限制競爭行為

低於成本或顯不相當之價格

不當低價利誘(§20③)

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之行為

📖案例分析-藥商以每顆1元（遠低於進貨成本）競標銷售治療憂鬱症藥品案

【公處字第100163號】

迫使參與限制競爭行為(§20④)

事業以脅迫、利誘或其他不正當方法，使他事業不為價格之競爭、參與結合、聯合或為垂直限制競爭之行為

📖案例分析-檳榔大盤商聯誼會控制價格案

【公處字第103072號】

其他限制競爭行為

不當限制交易相對人事業活動(§20⑤)

事業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

◆搭售：2種以上可獨立購買之商品，賣方要求買方必須同時購買，否則不予銷售

- 常見實務：印表機+墨水匣

◆獨家交易：又稱排他性交易，上游要求下游廠商不能銷售其他上游之產品(獨買)，或下游廠商要求上游產品不能供應其他下游廠商(獨賣)

- 常見實務：汽車經銷商被要求只能經銷特定廠牌的車

違法判斷基準：

➔ 有無市場力

➔ 有無影響市場競爭之虞

➔ 有無正當理由(如：確保商譽或品質管制、保護智財權等)

📖案例分析-外送平臺案【公處字第110066號】

限制競爭-法律責任

行政責任(§39、§40)

- 令停止、改正其行為或採取必要更正措施
- 罰鍰
  - 濫用獨占、聯合、限制轉售價格及其他限制競爭行為：10萬~5,000萬元 (第2次x2)
  - 違法結合：20萬~5,000萬元
  - 情節重大之濫用獨占及聯合行為：最高可處上一會計年度銷售金額之10%

刑事責任(§34、§36)

- 第2次違反之行為人，依行為類型，處2年或3年以下有期徒刑、拘役或科或併科5,000萬或1億元以下罰金

民事責任(§31)

- 3倍以下損害賠償

03　不公平競爭

不實
廣告

不實廣告違法案件數最多

與生活息息相關

行銷手法推陳出新

為什麼要規範不實廣告？

消費者
無法
正確選擇

＋

對競爭同業
形成
不公平競爭

→

影響
交易秩序

不實廣告

不實廣告
行為規範
(§21 Ⅰ~Ⅳ)

- 事業不得在商品或其廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於商品之價格、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，及其他具有招徠效果之相關事項，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵
- 事業對於載有前項虛偽不實或引人錯誤表示之商品，不得販賣、運送、輸出或輸入
- 於事業之服務準用之

01

媒介方式

廣告

- 報紙、電視、廣播或網路等傳播媒體

其他使公眾得知之方法

使特定或不特定多數人得以共見共聞的訊息傳播行為

- 看板、傳單、電子報、手機簡訊及透過社群媒體或通訊軟體之群組聊天...等
- 不動產常見的廣告態樣：平面配置圖、模型屋、樣品屋、僱人在路邊舉海報...等

02

規範核心

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

03

規範對象 - 廣告主

- 銷售自身商品或服務，出資刊載或製播廣告者
- 因該商品銷售或服務提供而受有直接經濟利益者
  - 出資製作、使用及銷售之程度
  - 最終消費發票之開立者
  - 因廣告而獲取利潤情形

04

廣告薦證者之責任

- 廣告主以外，於廣告中反映其對商品或服務之意見、信賴、發現或親身體驗結果之人或機構(包含知名公眾人物、專業人士、機構、消費者)
  - 明知或可得而知其所從事之薦證有引人錯誤之虞，而仍為薦證者，與廣告主負連帶損害賠償責任
  - 素人僅於受廣告主報酬10倍之範圍內，與廣告主負連帶損害賠償責任
  - 因此而涉及其他法律，亦可能與廣告主同負刑事責任

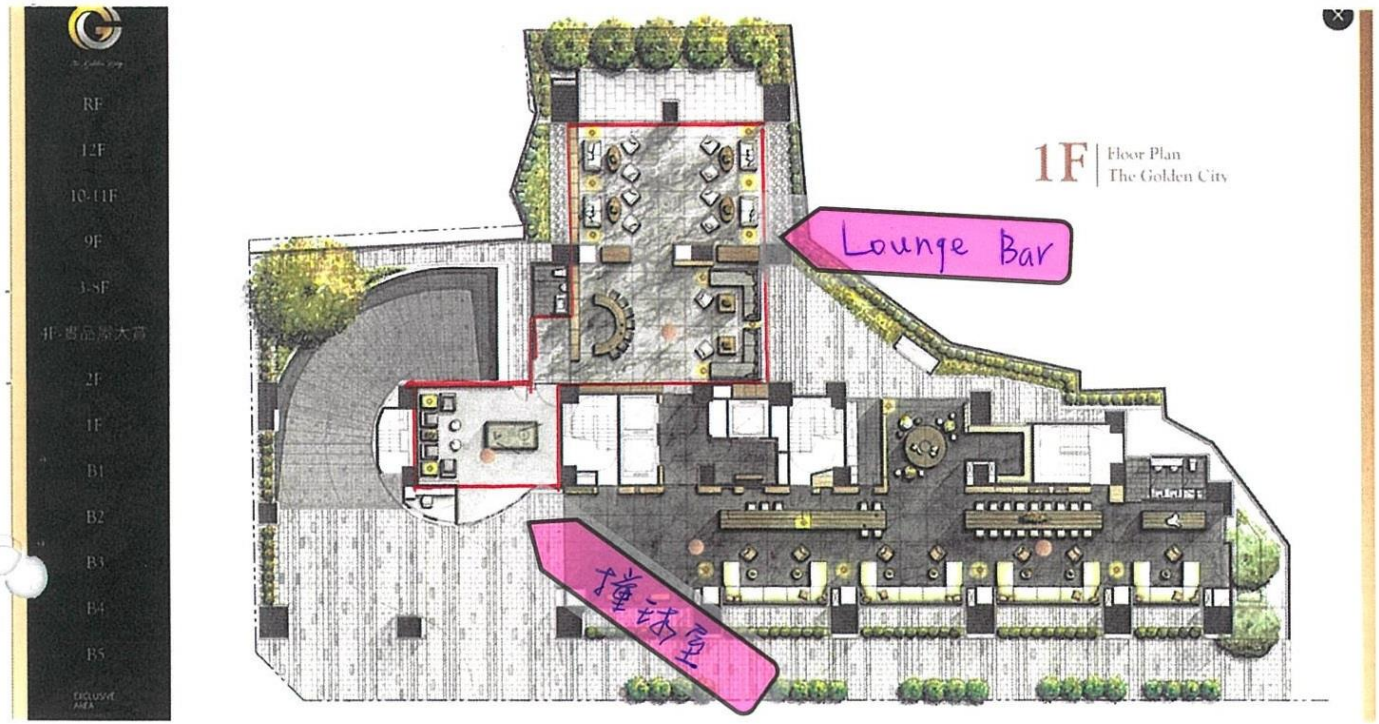
案例分析-飢餓行銷 廣告不實案

●手機飢餓行銷—數量不實 【公處字第103097號】

●預售屋熱銷假象—「銷售五成」、「突破七成」

【公處字第111082號】

案例分析-不動產廣告不實案



停車空間變Lounge Bar、撞球室
商品內容及用途不實

【公處字第106116號】

誇大廣告=不實廣告?

以誇大手法表現的廣告，如果與現實的差異能為一般或相關大眾所接受，不會引起錯誤的認知或決定，即非虛偽不實

判斷關鍵 ☞ 引人錯誤？

廣告用語-最高級用語

「第一」、「冠軍」或「最多」等用語，連結「客觀陳述」

須有銷售數字或意見調查等客觀數據為基礎

「最好」、「最佳」等「主觀感受」用語

對自身商品所為一定程度之「誇大」、「吹噓」，倘不致引起消費者之誤認者，原則上並不違法

案例分析-空調廣告不實案

「變頻空調 全球銷售第一」

「ＯＯ在台，變頻連續7年，蟬聯第一」

「全產品日本第一，市占率超過33%，總噸數日本第一」

●無法提出銷售數字或意見調查等客觀數據

【公處字第098084號】

不實廣告

不實廣告管轄分工

特別法優於普通法原則

不實廣告案件 → 形式審查廣告內容 → 是否涉及特別法規範

有 → 由其他特別法主管機關查處

無 → 公平會依公平法相關規定查處

其他機關主管之廣告案件例示

違法案件類型	主管機關
食品、藥品、化妝品、醫療	衛生福利部
飼料、農藥、肥料	農委會
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	交通部觀光局
證券期貨	金管會
立案補習班	縣市政府教育局
移民廣告	內政部
不動產經紀業廣告	

其他欺罔或顯失公平行為

其他欺罔或顯失公平行為

其他欺罔或顯失公平行為(§25)

除公平法另有規定者外，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

- 補充原則：其他公平交易法條文優先適用
- 足以影響交易秩序，應考量是否足以影響整體交易秩序(如：受害人數之多寡、造成損害之量及程度)或有影響將來潛在多數受害人效果之案件

單一個別非經常性的交易糾紛➔尋求民事救濟

其他欺罔或顯失公平行為

欺罔

對於交易相對人，以欺瞞、誤導或隱匿重要交易資訊致引人錯誤之方式，從事交易之行為

- 冒充或依附有信賴力之主體
- 未涉及廣告之不實促銷手段
- 隱匿重要交易資訊

顯失公平

以顯然有失公平之方法從事競爭或營業交易者

- 以損害競爭對手為目的之阻礙競爭
- 榨取他人努力成果
- 不當招攬顧客
- 不當利用相對市場優勢地位
- 利用資訊不對稱之行為
- 補充公平法限制競爭行為之規定
- 妨礙消費者行使合法權益
- 利用定型化契約之不當行為

其他欺罔或顯失公平行為

違法案例1：假安檢 真行銷

- 發送瓦斯安檢服務通知，冒充或依附有信賴力之瓦斯公司，假瓦斯安全檢查之名，實則推銷安全器材
- 令其停止違法行為外，並將事業負責人移送司法機關偵辦

【公處字第105028號】

其他欺罔或顯失公平行為

違法案例2：美容業者不當行銷案

- 「OOO化妝品」分店於街頭以協助填寫問卷為由搭訕民眾
- 銷售美容商品過程中，隱匿關於商品及做臉服務之重要交易資訊，並誤導銷售標的包括做臉服務及謊稱以優惠價格銷售商品，又於民眾接受做臉服務時，以急迫或煩擾方式迫使其作成交易決定
- 對於續行做臉之民眾以補充「耗材」為名不當推銷，使其加購商品
- 採取不當措施妨礙民眾行使退費權利
- 整體行銷過程為足以影響交易秩序之欺罔及顯失公平行為，公平會以其手法惡性重大、受害民眾多且遍布全臺、該集團營業額龐大等因素，處以法定最高的罰鍰額度2,500萬元，創下此類案件最高罰鍰紀錄

【公處字第111056號】

不公平競爭-法律責任

行政責任(§42)

- 令停止、改正其行為或採取必要更正措施
- 罰鍰：5萬~2,500萬元 (第2次x2)

民事責任(§31)

- 3倍損害賠償

04 結語

公平會服務中心

本會地址：臺北市濟南路1段2之2號12-14樓
本會服務中心電話：(02)2351-0022
(02)2351-7588轉380
南區服務中心地址：高雄市苓雅區政南街6號9樓
南區服務中心電話：(07)723-0022

公平交易委員會
地址：100219臺北市中正區濟南路1段2-2號12樓
服務中心專線：(02)2351-7588轉 380 / (02)2351-0022
網址：https://www.ftc.gov.tw/

南區服務中心
地址：802206高雄市苓雅區政南街6號9樓
專線：(07) 723-0022

感謝聆聽
敬請指教