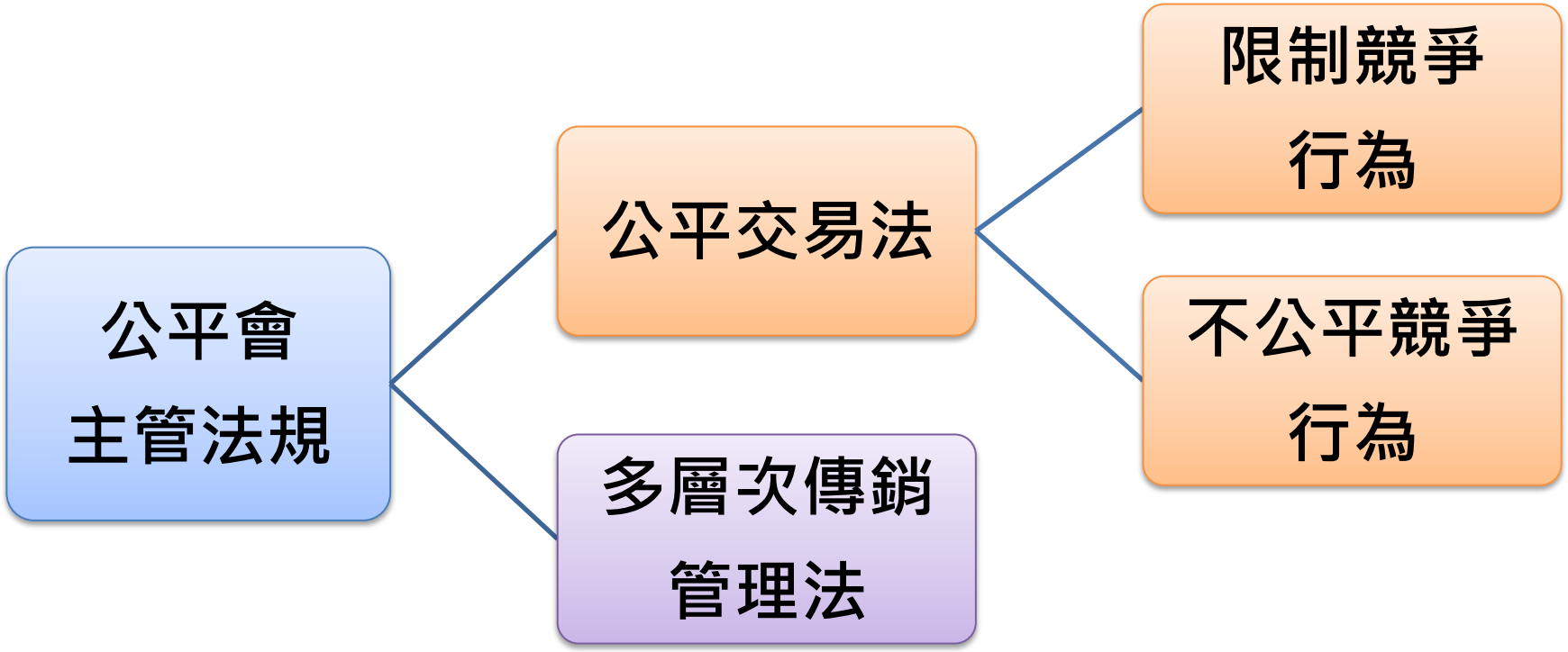
《大學院校公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營》

概說公平交易法

112年5月4日

公平交易委員會
FAIR TRADE COMMISSION

簡報大綱



01 前言

認識公平會

獨立機關

- 委員制
- 任期制
- 合議制
- 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

常見誤解

Q：公平法是管盡天下不公平的法律？

- 線上遊戲寶物被盜、離婚財產分配、男女同工不同酬...

Q：公平法是物價管制的法律？

- 滷肉飯漲價、菜價波動、物價齊漲 ...

Q：公平法是處理消費者糾紛的法律？

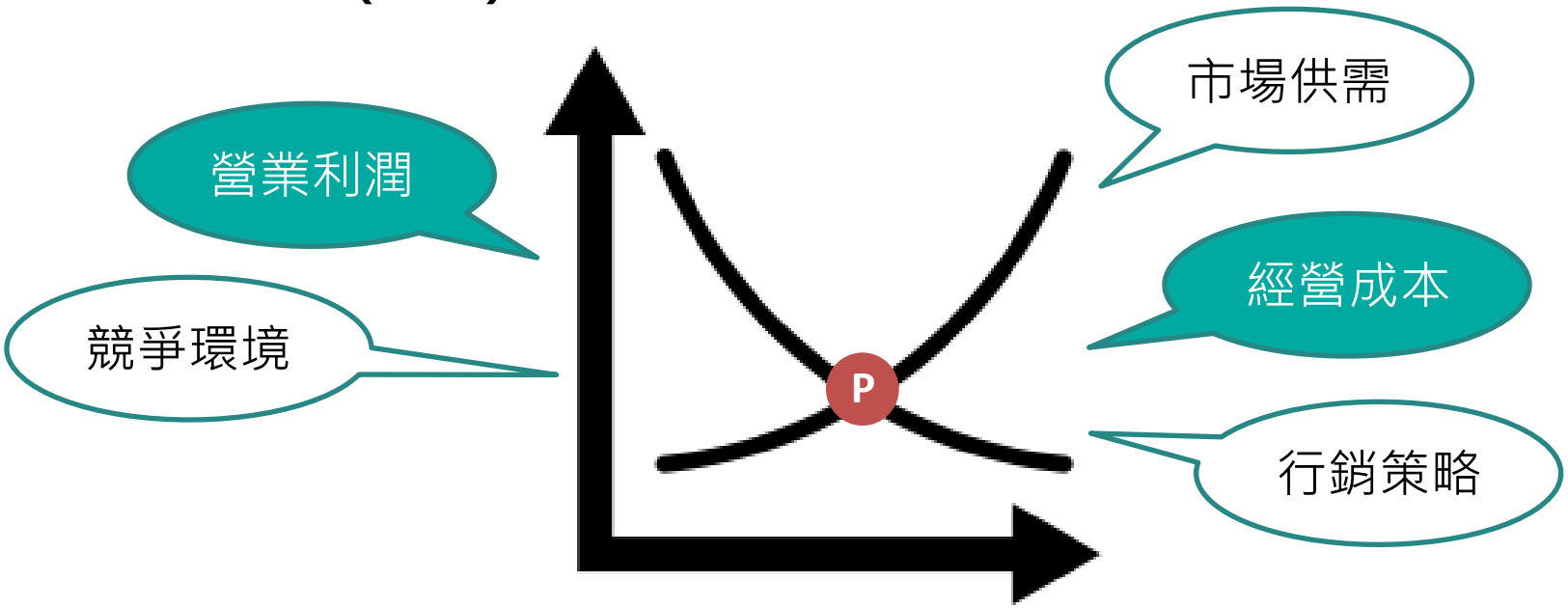
- 契約解約、定金返還、商品退貨...

認識公平會

正解來了

☺公平會不是物價主管機關

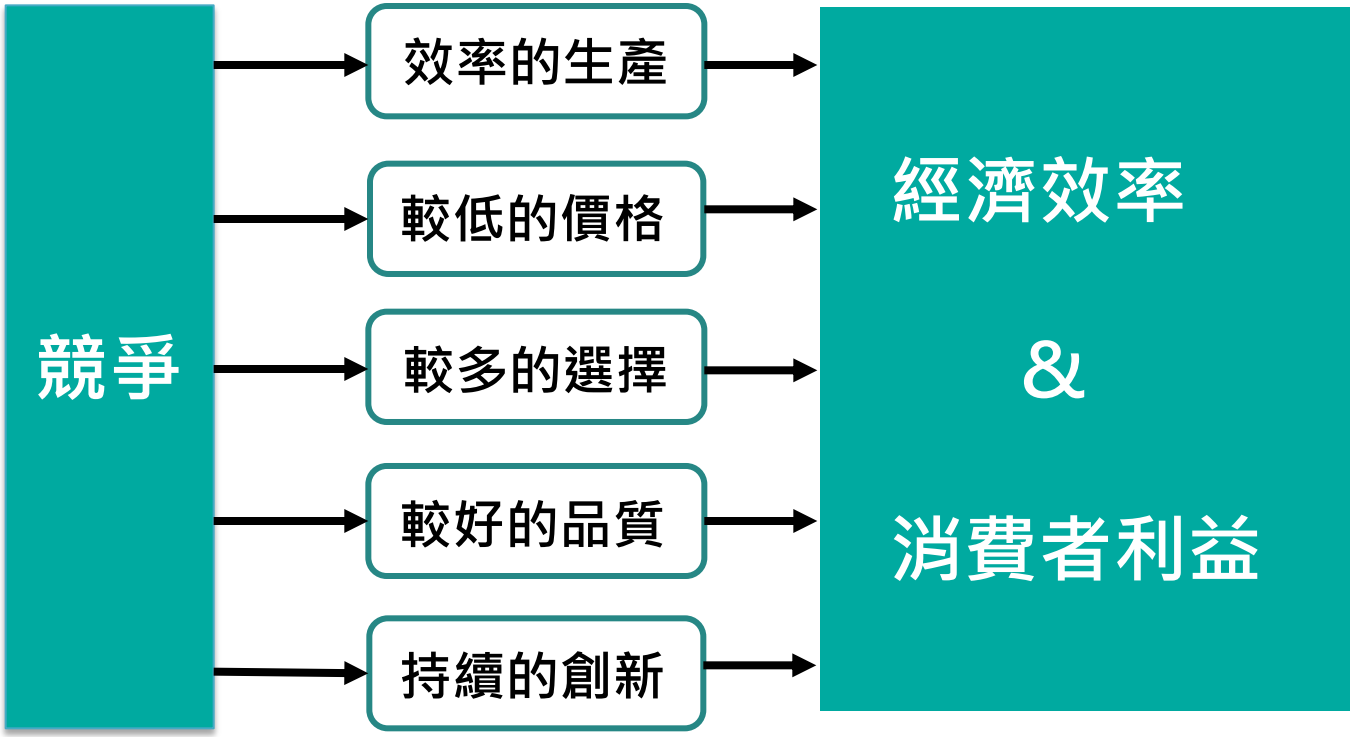
- 尊重自由經濟市場機制，鼓勵事業自由定價
- 例外：獨占定價(§9)、聯合定價(§14)、限制轉售價格(§19)



認識公平會

正解來了

☺公平法透過保護**競爭**，**間接**保護消費者



認識公平會

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	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	中央：目的事業主管機關 地方：直轄市政府、縣市政府

概說公平法－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，原有的經濟制度與規範不能因應當時經濟、社會環境之需要
- 為配合經濟自由化與國際化發展，政府參考我國經濟環境，及美、德、日、韓等國之立法例，制定公平法

立法沿革

- 制定公布：80.2.4
- 施　　行：81.2.4
- 迄今已修正 8 次

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

公司

獨資或合夥之工商行號

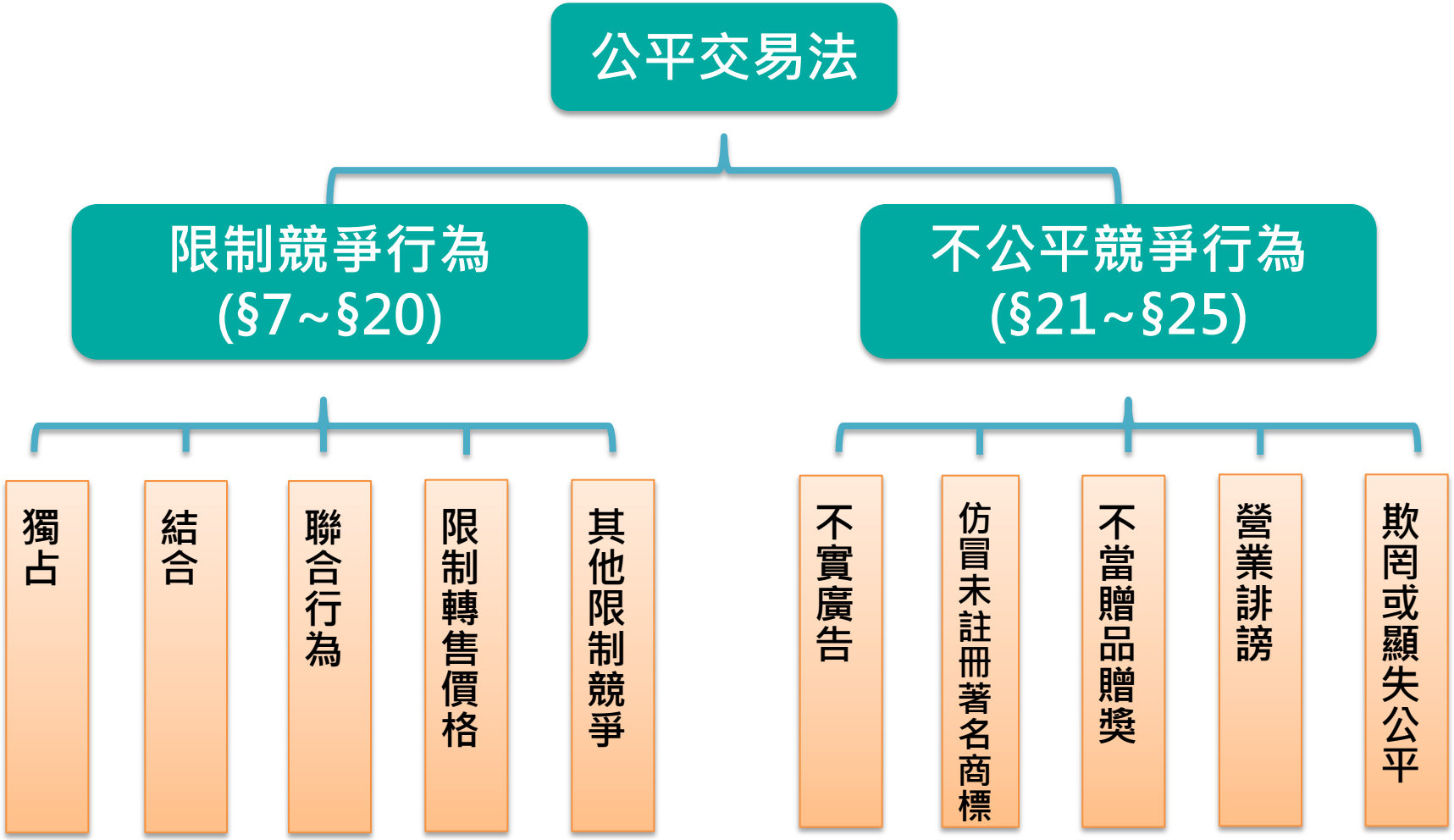
同業公會或其他依法設立、促進成員利益之團體

事業 (§2)

其他提供商品或服務從事交易之人或團體

✓ 具獨立性、經常性並從事經濟交易活動的人或團體

概說公平法—規範客體



使比賽精采

使比賽公平

02 限制競爭

獨占

獨占

獨占定義
(§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
- 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者，視為獨占

- 界定「相關市場」的範圍
- 計算市場占有率
- 檢視事業是否有排除競爭的能力

獨占

獨占事業
認定標準
(§8)

市場占有率：

- 事業無下列情形者，不列入獨占事業認定範圍：
  1家≧1/2、2家≧2/3、3家≧3/4
- **排除：個別事業市占率 < 1/10或**
  上年度總銷售額 < 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、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

☞ 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
- 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

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

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 (至少2事業國內20億) 非金融：150億及20億 金　融：300億及20億

處理程序

形式審查

- 申報資料不齊備→發補正通知，限期補正
- 屆期不補正、補正後所提資料仍不齊備→不受理
- 申報資料齊備→發受理通知書

實質審查

- 30/90工作日內不得結合
- 整體經濟利益 > 限制競爭之不利益→不禁止結合、附加條件或負擔不禁止結合
- 整體經濟利益 < 限制競爭之不利益→禁止結合

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

限制競爭之不利益

（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

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（水平競爭關係者）
- 同業公會或其他團體藉由章程或會員大會、理監事會議決議約束事業活動者

方式

- 以契約、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，事實上可導致共同行為者

內容

- 相互約束事業活動之行為
  - 共同決定價格、數量、技術、產品、設備、交易對象、交易地區等

效果

- 足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能
  - 微小不罰（市占率總和<10%）
  - 但以限制價格、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

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（分別作專業發展）
- 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

聯合行為

聯合行為查證不易→強化措施

合意推定(§14 III)

- 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)

- 鼓勵參與聯合行為之事業「窩裡反」

檢舉獎金(§47之1)

- 鼓勵民眾或事業內部員工提出檢舉

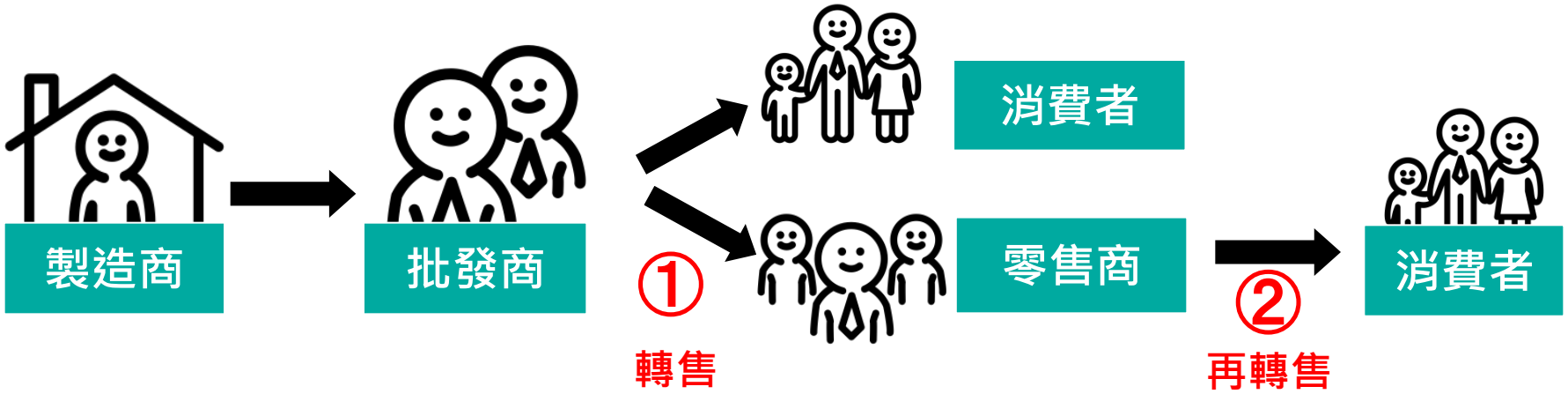
限制
轉售價格

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

☞ 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

03　不公平競爭

不實
廣告

不實廣告

處分件數最多

不實廣告規範(§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。
- 事業之服務準用之。

廣告標的

與交易標的直接相關事項

- 商品價格、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

其他具有招徠效果之相關事項

- 事業的身分、資格、營業狀況
- 與他事業、公益團體或政府機關的關係
- 交易附帶提供的贈品、贈獎
- 機會中獎商品（服務）的機率或獎項
- 就他事業商品（服務）的比較項目

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，指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

☞ 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

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佐證

「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

不實廣告

不實廣告案件管轄分工

☞ 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	

不當
贈品贈獎

不當贈品贈獎

不當贈品
贈獎
(§23)

- 事業不得以不當提供贈品、贈獎之方法，爭取交易之機會

不列入贈品、贈獎之適用範圍

- 免費試吃、試用，及其他不以交易為要件之促銷行為
- 同類商品或服務本身之價格折扣促銷行為
- 同類商品或服務之數量折扣行為
- 不同商品或服務組合銷售之套餐優惠促銷行為

不當贈品贈獎

事業提供贈品贈獎額度辦法

- 贈品價值上限

商品或服務價值	贈品價值上限
100元以上	商品或服務價值的1/2
100元以下	50元

- 全年贈獎總額及最大獎項之上限

上一會計年度銷售金額	全年贈獎總額上限	最大獎項金額
30億元以上	6億元	不得超過500萬元
7.5億元～30億元	銷售金額的1/5	
7.5億元以下	1.5億元	

其他欺罔或顯失公平行為

其他欺罔或顯失公平行為

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

其他欺罔或顯失公平行為(§25)

- 概括條款：其他公平法條文優先適用
- 前提要件：足以影響交易秩序
  - 考量受害人數之多寡、造成損害之量及程度、是否會對其他事業產生警惕效果、是否為針對特定團體或組群所為之行為、有無影響將來潛在多數受害人之效果...等
- 單一個別非經常性的交易糾紛
  ➔尋求民事救濟

公平交易委員會
FAIR TRADE COMMISSION
事業公平競爭
性別平等參與
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