公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營

112年5月24日

公平交易委員會
FAIR TRADE COMMISSION

01 前言

概說公平法

常見問題

Q：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...

Q：公平法是物價管制的法律？

- 鹹粥漲價、菜價波動...

Q：公平法是處理消費者糾紛的法律？

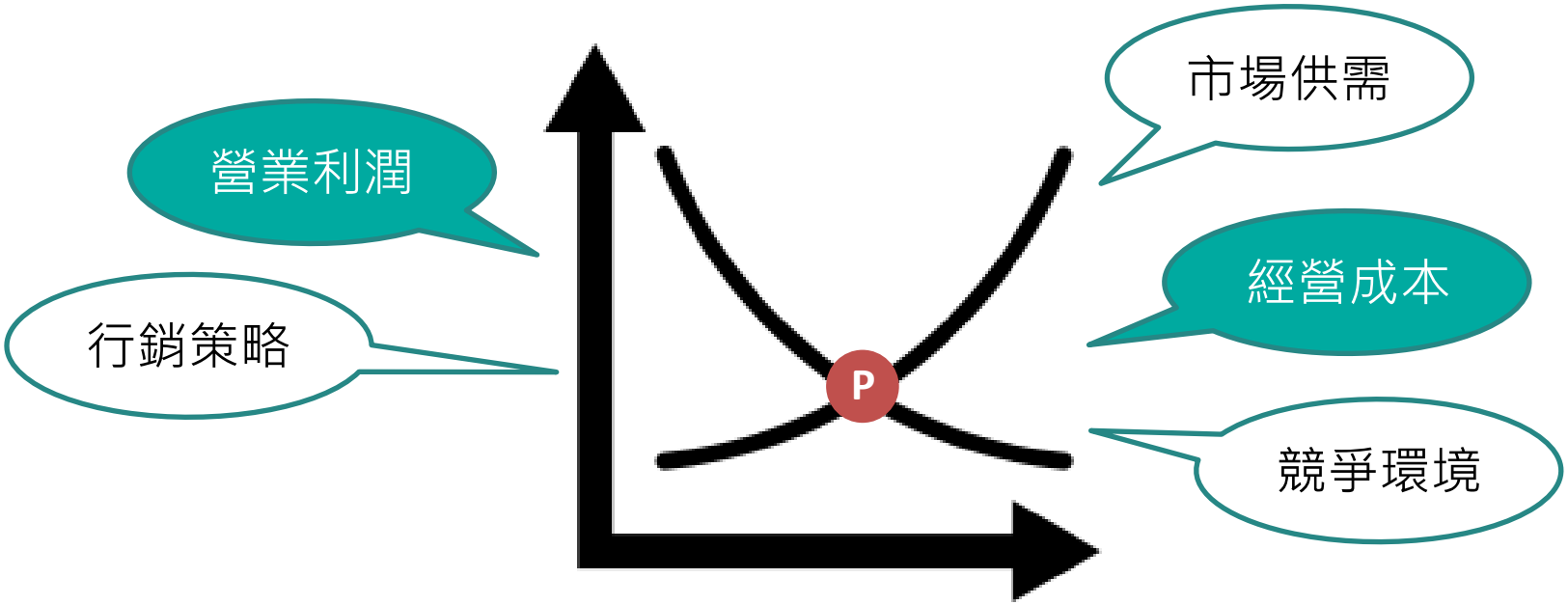
- 契約解約、商品退貨...

概說公平法

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

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：行政院消費者保護處 地方：直轄市政府、縣市政府

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

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
- 其他提供商品或服務從事交易之人或團體

事業 (§2)

✓ 獨立性、經常性並從事經濟交易活動
例：農會、合作社

概說公平法

規範客體

- 公平交易法
  - 限制競爭行為 (§7~§20)
    - 獨占
    - 結合
    - 聯合行為
    - 限制轉售價格
    - 其他限制競爭
  - 不公平競爭行為 (§21~§25)
    - 不實廣告
    - 仿冒
    - 不當贈品贈獎
    - 營業誹謗
    - 欺罔或顯失公平

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

公平交易法保護的是**競爭過程**？還是**競爭者**？

02 限制競爭

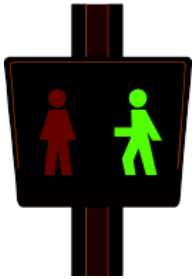
限制競爭-概述

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，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

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**：個別事業市占率 < 1/10或上年度總銷售額 < 20億元

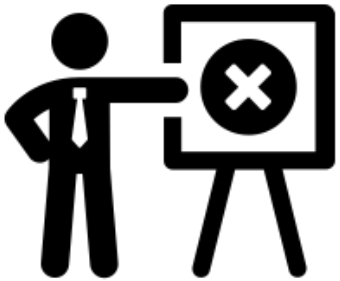
例外得認定獨占事業：

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

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

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

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(§14-3)

- 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

檢舉獎金

- 要件：具名檢舉、提供尚未獲悉事證、經認定違法
- 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	
直接證據	P＊20%	10萬－2000萬	P＞5億 獎金上限5倍

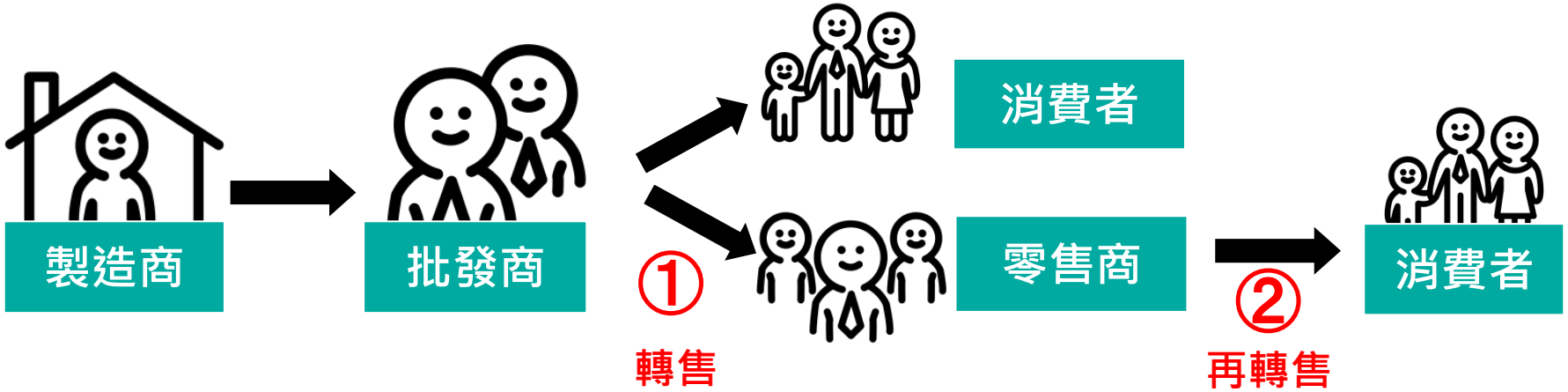
限制
轉售價格

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

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)

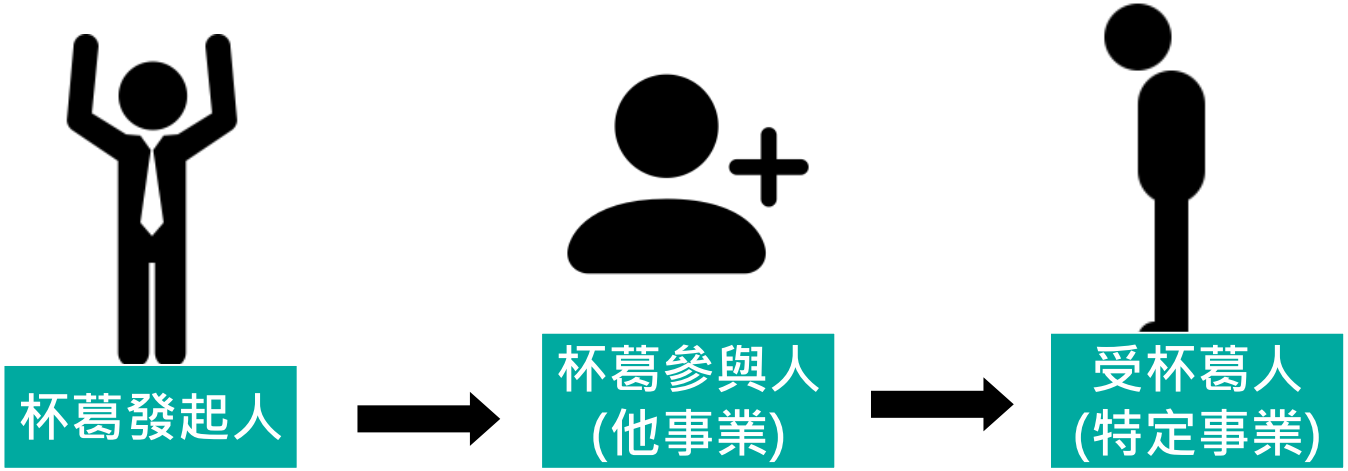
- 杯葛
- 差別待遇
- 不當低價利誘
- 迫使參與限制競爭行為
- 不當限制交易相對人事業活動

其他限制競爭行為

杯葛 (§20-1)

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-聖誕卡杯葛案

其他限制競爭行為

差別待遇 (§20-2)

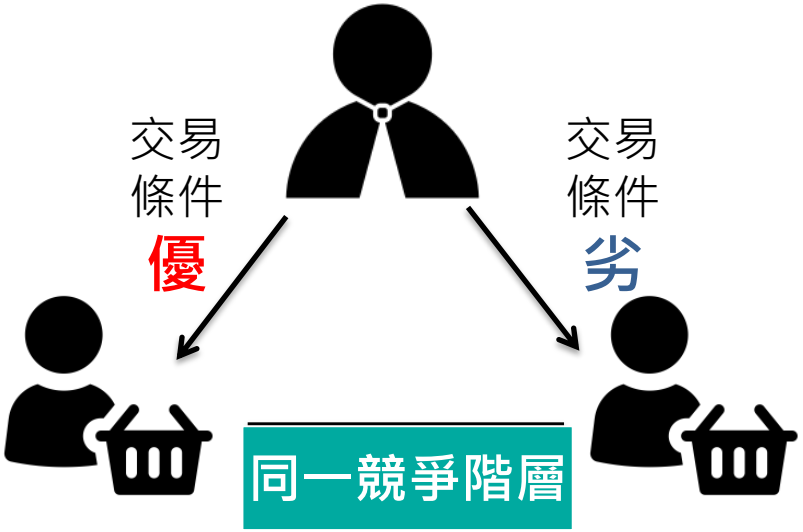
事業無正當理由，對他事業給予差別待遇之行為

- 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

不當低價利誘(§20-3)

低於成本或顯不相當之價格

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(§20-4)

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(§20-5、細則§28)

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，買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)

- 常見實例：汽車經銷商被要求只能經銷特定廠牌的車

是否違法判斷基準：

➔ 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、激勵經銷商之忠誠等)

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、拘役或科或併科新臺幣5,000萬或1億元以下罰金

民事責任

- 3倍損害賠償

03　不公平競爭

不實
廣告

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)

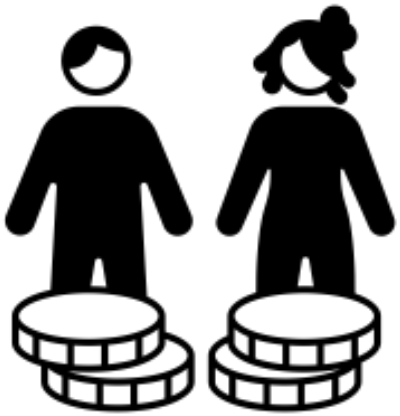
- 事業不得在商品或廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於與商品相關而足以影響交易決定之事項，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵
- 服務準用之

公平法§2

規範對象—事業(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
  - 擁有文稿的最終審閱權
  - 最終消費發票之開立者
  - 因廣告而獲取利潤情形

例：東森與供貨商、網路家庭與供貨商



不實廣告

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，有引起一般或相關大眾錯誤之認知或決定之虞者

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」

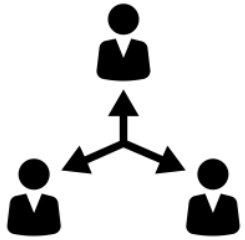
須有銷售數字或意見調查等客觀數據為基礎

「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

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	

仿冒

仿冒

仿冒(§22)

- 事業就其營業所提供之商品或服務，不得有下列行為：

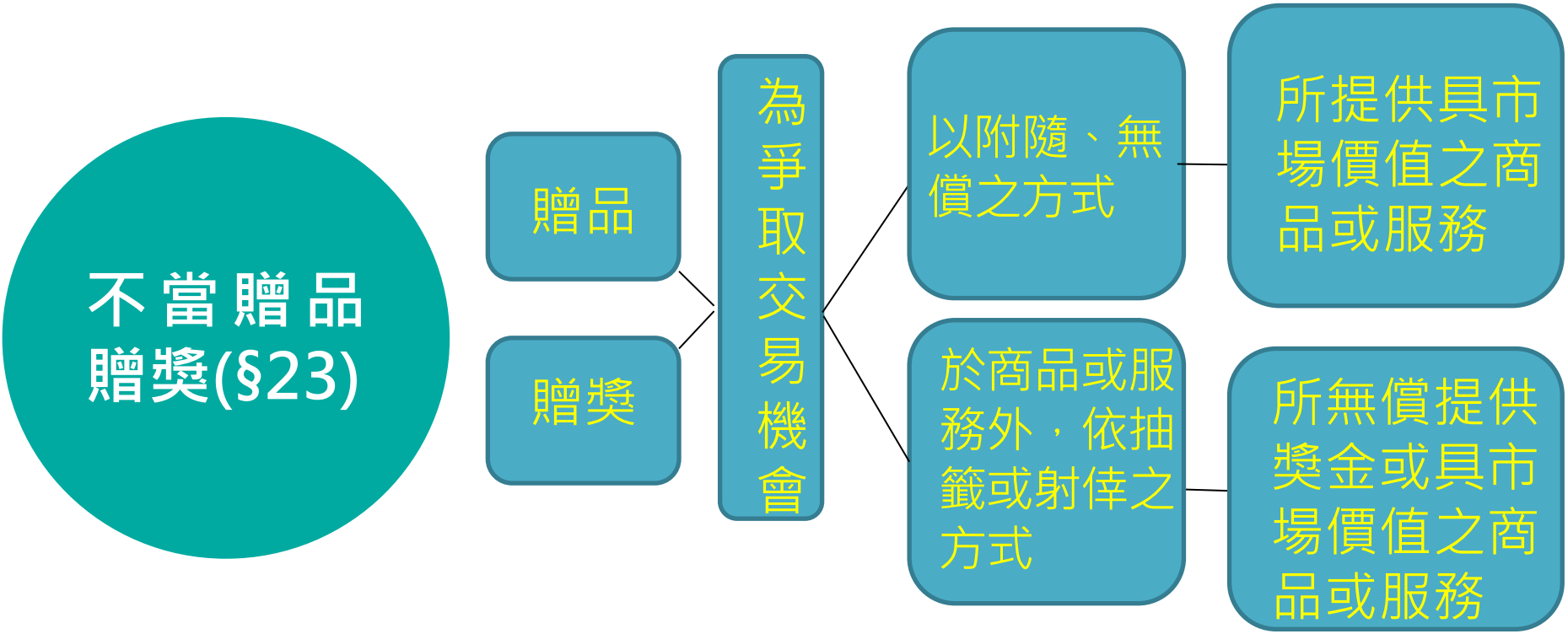
✓ 商品：以著名之他人姓名、商號或公司名稱、商標、商品容器、包裝、外觀或其他顯示他人商品之表徵，於同一或類似之商品，為相同或近似之使用，致與他人商品混淆，或販賣、運送、輸出或輸入使用該項表徵之商品者

✓ 服務:以著名之他人姓名、商號或公司名稱、標章或其他表示他人營業、服務之表徵，於同一或類似之服務為相同或近似之使用，致與他人營業或服務之設施或活動混淆者

依法註冊取得商標權者，不適用之 ➔民事損害賠償

不當贈品贈獎

不當贈品贈獎



規範理由：事業所贈送之贈品價值、贈獎總額或最大獎項之金額過當時，即利用商品或服務以外的條件爭取交易機會，有違商業倫理與效能競爭，致有妨礙公平競爭之虞

不當贈品贈獎

事業提供贈品贈獎額度辦法

贈品價值上限

- 商品或服務價值在100元以上，為商品或服務價值1/2
- 商品或服務價值在100元以下，為50元

贈獎全年總額上限

- 上一會計年度銷售金額在30億元以上者，為6億元
- 上一會計年度銷售金額在7.5億元~30億元者，為銷售金額1/5
- 上一會計年度銷售金額在7.5億元以下者，為1.5億元

贈獎最大獎項金額

- 不得超過新臺幣500萬元

營業誹謗

營業誹謗

營業誹謗
(§24)

- 事業不得為競爭之目的，而陳述或散布足以損害他人營業信譽之不實情事
  - ✓ 告訴乃論（刑訴法第237條第1項）
  - ✓ 行政罰法第26條
- 構成要件
  - ✓ 須為競爭之目的
  - ✓ 陳述或散布不實之情事
  - ✓ 足以損害他人營業信譽

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(諸如：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

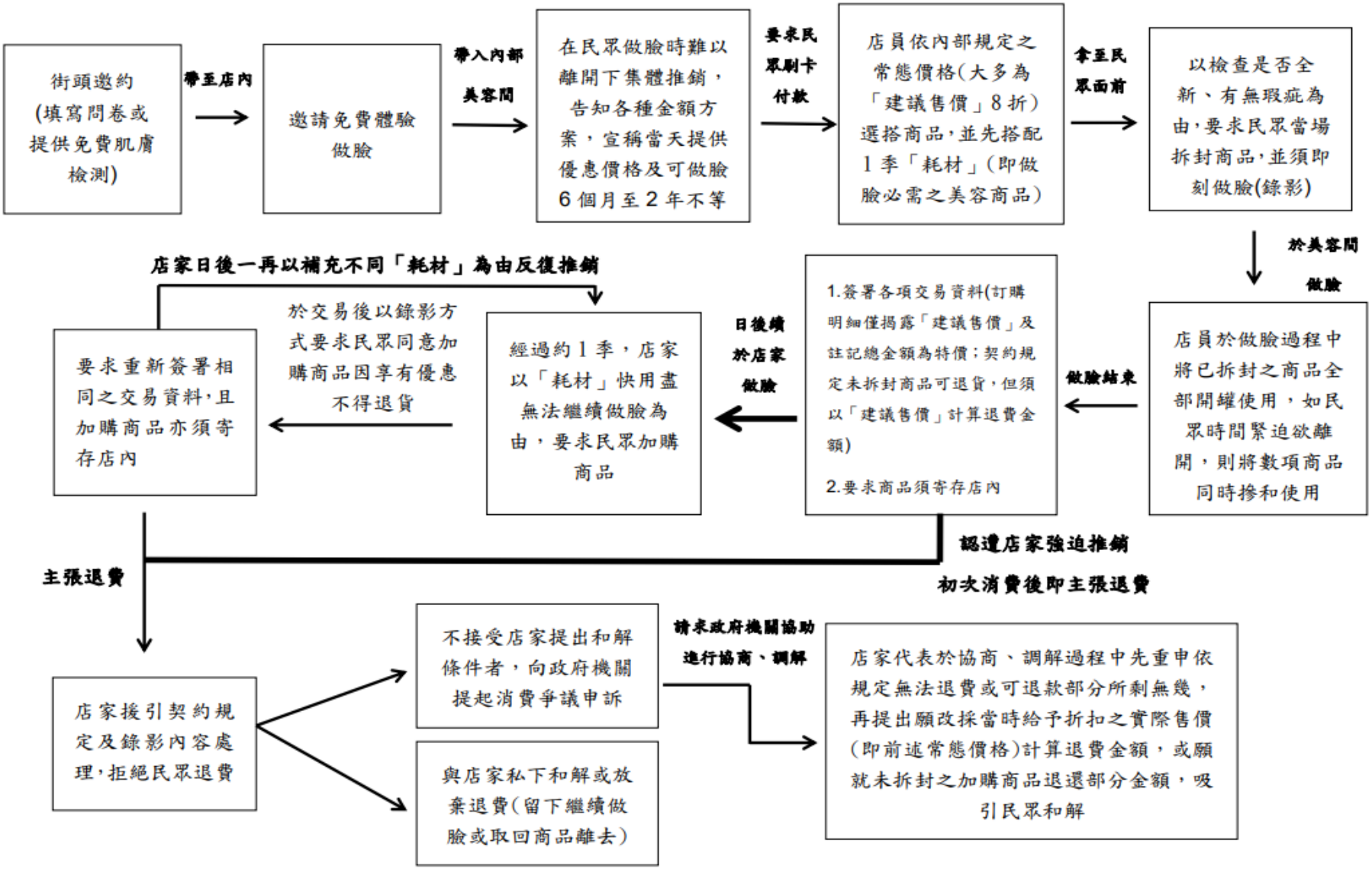
顯失公平

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

美容業者不當行銷行為



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

- 3倍損害賠償

04 結語

電子報訂閱

首頁 > 訂閱電子報

本會每月發行兩期電子報，內容包括公平交易相關專題報導、焦點案例、學術論著、活動及最新消息等，歡迎掃描下方QR-Code訂閱。

感謝聆聽
敬請指教