



NO 084

公平交易通訊

TAIWAN FTC NEWSLETTER

公平會電子報歡迎上網訂閱，網址：www.ftc.gov.tw

中華民國107年11月號

► 專題報導

金融科技與其方興未艾之競爭法議題

► 焦點案例

- ✦ 電信業者銷售手機的價格相近，就是聯合嗎？
- ✦ 關鍵字廣告應注意不得有使消費者誤認之情形
- ✦ 減少經銷商紛爭、維持服務水準是限制轉售價格的正當理由？
- ✦ 合資新設離岸風電訓練事業，構築我國完整產業鏈
- ✦ 參加未向公平會報備之傳銷事業？危險喔！
- ✦ 不動產經紀業者對自身專業形象不實宣稱涉違法？

► 國際動態

- ✦ 美國市場集中度之變動與競爭法執法趨勢
- ✦ 網路銷售與維持轉售價格管制—歐盟案例簡介

► 公平交易統計

處分案件統計

► 會務活動

民國107年9、10月份會務活動一覽

► 國際交流

民國107年9、10月份國際交流一覽

金融科技與其方興未艾之競爭法議題

■ 演講人：顏雅倫副教授
(成功大學法律學系)

壹、金融科技之發展

金融科技(Fintech: Financial Technology)，係指金融產品、服務與資訊科技的結合。事實上，縱觀歷史，金融業之發展一直與科技密切相關，從早期的ATM引進即可得知，但先前一直是以金融業運用科技於金融產品或服務為主。

近年來，數位識別、行動應用、雲端計算、大數據分析、人工智慧、區塊鏈與分散式帳本等相關技術的發展，使得金融科技發展之面向變得更為多元。具體而言，包括：融資、投資與募資、金融操作與風險管理、支付與結算或交易等基礎架構、資料安全與貨幣、客戶介面等幾大類型，諸如電子或行動支付、機器人理財、雲端資料儲存、貿易融資服務、保險科技、結算技術、身份管理認證、證券或衍生性金融商品交易、各類線上或行動金融服務到區塊鏈技術(如虛擬貨幣)之各式運用等均是。

這幾年金融科技吸引了金融業、科技業、各國金融管制機關與消費者之高度關注。與之前幾波資訊科技之衝擊不同處在於此波發展為「非金融業之科技或新創公司」利用科技提供金融商品或服務，也引發這些金融科技業者應如何為法規遵循，以及金融管制應如何因應等爭論。同時，金融科技亦帶來資料安全、消費者與投資人保護、洗錢防制、市場整合與管轄權等問題。因此，各國金融科技管制的討論重點，在於創新與風險之權衡。

各國不同的既有金融服務及其普及狀況、人口與經濟發展階段，以及金融管制體系，也決定了金融科技在各國不同之推展速

率。金融創新的特性與益處，包含：促進市場競爭、降低成本與去中間化、有助於金融普惠（讓更多人享受金融服務）等。

貳、金融科技對管制與競爭政策之挑戰

一、金融管制

如何改進金融管制系統以容納創新，但同時仍維護金融管制之基本目的，諸如金融穩定、審慎監管、金融市場之公平、競爭與發展等，是目前金融管制的艱鉅挑戰。具體而言，包含：科技中立與避免監理套利、法規遵循成本的衡量、鼓勵負責任創新、風險基礎監理、洗錢防制、資訊安全、消費者保護、普惠金融的實現等。

金融科技是一個跨國性的議題，金融管制更有賴跨國主管機關之合作。其中，RegTech（Regulation Technology）係指透過數位科技、大數據分析等方法，促進金融管制。然而，各國的主要爭論在於，適宜之管制介入時機與政策，過去常用的規則性、產品基礎管制，其規範較為具體明確，具有政策可預見性，但是在金融科技變化快速的時代，政策可能無法跟上創新的腳步，進而造成較多限制。反之，原則性管制僅針對原則進行規範，保留較多彈性與解釋空間，但缺點則為缺乏政策的可預見性。

為了權衡金融創新與風險，各國紛紛引進Sandbox等實驗機制，例如：2015年英國FCA之監理沙盒（Regulatory Sandbox）；2016年新加坡、澳洲、香港與馬來西亞等均已推動監理沙盒制度；2018年臺灣的金融科技發展與創新實驗條例；2018年歐盟執委會的金融科技行動計畫（FinTech Action Plan）等。目前關注重點之一為金融科技進入監理沙盒完成實驗後，要如何依循管制進入市場，是否要就金融科技為監管簡化、許可豁免或修改管制法規、細部分類管制類型等，都考驗各國金融主管機關。

二、競爭政策

在金融科技發展有助於市場競爭的前提下，金融科技對競爭政策的基本問題為「金融穩定」與「市場競爭」之間的權衡，以及競爭法是否足以因應破壞式創新所帶來之相關議題與挑戰。具體的內容，包含：降低市場進入障礙，特別是法規面的障礙；雙邊市場特性；消費者轉換成本與既有業者之優勢；大數據與市場競爭；標準化、競爭者合作與市場競爭；與金融主管機關之互動、協調與合作等。

參、金融科技之競爭法議題與近期案例

一、金融管制與市場結構

金融市場的管制措施與執行寬嚴狀況，會根本性地決定金融市場的市場結構與市場進入障礙的評估，例如我國過去金融業的開放與新銀行的設立。從競爭法主管機關的立場，金融科技有助於促進金融產業之競爭，多採鼓勵的態度，並認為應排除不必要的管制與法規進入障礙。因此，競爭法主管機關與產業主管機關之間的合作與協調格外重要。

二、金融科技、破壞式創新與競爭法

金融科技是一種破壞式創新（disruptive innovation），由動態競爭（dynamic competition）取代過去的靜態競爭（static competition），產業環境變遷更為快速。且有別於過去的市場內競爭（competition in the market），現代的科技發展更為迅速，廠商為了爭取更多交易機會，紛紛尋找下一個市場，而成為市場競爭（competition for the market）的態勢，市場界線日趨模糊且市場占有率可能也僅是短暫現象。且在這樣的創新競爭（innovation competition）與在創新競爭（competition in innovation）之下，要考慮的因素已非單純價格變動。因此，競爭法主管機關似乎難以用傳統的

市場界定與市場占有率評估真正的市場力量與市場競爭動態。

三、既有金融業者排除金融科技業者

既有金融業者掌握金融消費者資料，可能藉此排除金融科技業者的競爭。關於金融消費者資料之取得與選擇權，近期歐洲的發展為PSD2（The Second Payment Services Directive）的影響與Open Banking，其目標為建構更佳整合的歐洲支付市場，鼓勵新進的金融科技業者取得客戶資料，確保既有的支付服務提供者與新的創新支付服務提供者能在平等基礎上相互競爭，打破既有金融業者掌握客戶資料的權利，消費者並得選擇新的直接支付方法與更自由地與第三方分享其交易資料。

2016年，德國聯邦卡特爾署直接介入金融科技議題，認定德國銀行產業協會違反限制競爭法，以不利條件限制非銀行支付服務使用pin碼等，使消費者不易使用線上銀行服務，限制不同支付服務提供者相互競爭。而德國銀行產業協會以資訊安全作為抗辯，經主管機關評估後認為此抗辯不足以免責。雖然，本案阻礙非銀行創新支付服務的使用，但是主管機關可能認為銀行無法馬上進入狀況，而沒有設定改善期限。

2017年10月，歐盟執委會認為在客戶允許的前提下，銀行業者不讓非銀行業者接觸客戶資料，將違反歐盟競爭法，因此，針對歐洲銀行業者開始進行調查。事實上，PSD2於2018年1月生效，許多歐盟會員國將其內國法化，而英國競爭法主管機關認為短期內，這些銀行業者在技術上無法符合法規要求，爰給予某些銀行短期豁免，例如：Barclays、Royal Bank of Scotland、HSBC等，以減緩歐洲金融服務市場的衝擊。

相較於歐盟已經有PSD2等法規範的建置，我國公平交易法似乎較難以適用與介入類似案

例，主要的問題在於如銀行法第48條第2項等金融機構守密義務等規定，銀行有法律依據拒絕提供客戶之存款、放款或匯款等有關資料。此外，關於封鎖效果，在相關市場已具有相當市場力量甚或獨占市場地位之廠商或金融產業平臺，藉由其在既有市場之優勢（特別是既有會員與基礎設施），跨入新興金融創新領域，進而主宰金融創新或金融科技領域之風險隱現。

四、金融產業之雙邊市場特性及其影響

金融產業有許多領域均涉及雙邊市場，例如：信用卡組織、各類交易所（exchanges）或結算所（clearing houses）等，金融業作為一個中介者，信用卡組織（Visa、Master card等）串起了持卡人（消費者）與特約廠商等兩群人。而雙邊市場各邊具有相互依存性，間接網路效應具有正向循環，當持卡人愈多時，就有愈多廠商願意加入平臺、變成特約商店，反之，如果有愈多特約商店，就有愈多消費者願意持有、使用信用卡。

金融科技固然有助於市場競爭，一開始開放很多廠商進入市場，但是隨著市場競爭，最後可能只剩少數幾家廠商，關鍵在於金融科技之相關商業模式也常屬雙邊或多邊平臺，鑑於雙邊平臺往往有間接網路效應，同時掌握平臺雙邊或各邊之關鍵客戶群等特性，才有機會成功。既有的平臺也可能運用平臺包圍策略進入各類運用金融科技創新之市場，金融科技業者面臨的競爭並不容易。

因此，具有雙邊或多邊平臺（即經營雙邊或多邊市場者）特性，且在相關市場已具相當市場力量甚或獨占廠商的金融產業平臺，是否會藉其在既有市場的優勢（特別是既有的會員與基礎設施），跨入新興的金融創新領域，進而主宰金融創新或金融科技領域，是下一階段值得探究的問題。

五、既有金融業者對金融科技之投資

（一）結合管制申報門檻

既有金融業者併購金融科技業者時，將面臨結合管制申報門檻問題。若既有金融業者擬併購之金融科技業者尚只有很低之營業額或很小的市場占有率，縱令該等金融科技業者是相當重要的市場破壞者，以目前的結合管制規定而論，亦會因未達結合管制申報門檻而不受競爭法主管機關審查。此外，如何在結合案審查過程中，衡量結合案對創新的影響以及動態效率，格外重要。例如，美國AT&T要併購T-Mobile時，因為T-Mobile被認定是一個市場破壞者，若允許兩者結合，將可能有害市場創新與競爭，故美國主管機關即挑戰該結合，最後導致AT&T放棄此結合案。而依據金融控股公司結合案件審查辦法第5條規定，事業提出結合申報，公平會除依「公平交易委員會對於結合申報案件之處理原則」所列考量因素進行審理外，得審酌以下因素：一、對於金融市場穩定性及健全性之影響。二、對於金融服務普及性及近便性之影響。三、對於金融服務創新之影響。四、金融相關主管機關之政策。但目前尚看不出公平會在具體個案中評估金融服務創新之影響的架構與基本原則。

(二)市場界定與多角化結合

關於金融科技之結合案，以下兩案值得注意。第一個為2013年中華電信股份有限公司等擬合資設立新事業（即為後來的群信行動數位科技股份有限公司），共同建置並經營信託服務管理（Trusted Service Management, TSM）平臺及提供認證管理服務結合案。第二個則為2014年財金資訊股份有限公司、財團法人聯合信用卡處理中心及財團法人臺灣票據交換業務發展基金會擬各出資設立臺灣行動支付股份有限公司，經營金流信託服務管理平臺(Payment Service Provider Trusted Service Manager，以下稱“PSP TSM”)結合案。

以上兩案均涉及評估結合案對金融創新、雙

邊或多邊平臺掌握關鍵規模客戶群及其相關影響，且也可看出此波金融科技的衝擊係在非金融業者踏入金融領域，再加上市場界定日趨模糊，使得傳統上較不受關注的多角化結合，此時反而出現一定的重要性。而評估重點在於參與結合事業有無可能或機會利用其在既有市場之市場力量排除、封鎖或阻礙新金融產品或服務市場的競爭。最後公平會認定結合有助於行動支付開展與創新，並且附負擔，以維持平臺的開放性。

(三)水平股權

水平股權，係指一群共同投資人對在產品市場為水平競爭者的公司持有重要股份，使得水平競爭廠商背後均由同一群股東所掌控，這是目前美國引發熱烈討論之經濟實證研究與反托拉斯法議題。而金融產業正是討論水平股權此一議題文獻首要檢視的產業之一，評估水平股權可能之競爭危害與金融科技之發展，是否造成水平廠商間減少競爭、終端產品價格提高等問題，鑑於目前已有諸多金融業者投資金融科技領域，未來除了金融產業既有的水平股權現象可能導致的競爭危害，新興的金融科技領域是否亦有類似趨勢，也值得關注。

六、標準化與競爭者合作

另一個重要議題為金融科技之標準化與系統互容性問題，例如區塊鏈技術的發展上，不論是相關金融業者嘗試建構產業平臺以標準化相關區塊鏈技術（例如建置私人區塊鏈，僅開放予受邀維持與營運網路的參與者），並進而排除競爭者參與、接觸或使用業界所需技術，或相互為技術或資訊分享，均可能涉及卡特爾（我國公平交易法所稱的聯合行為）或濫用市場力量等相關反托拉斯法規定。

此外，科技可能會促進廠商間的聯合行為，特別是在運用演算法之下，讓交換機密資訊更為

容易，且每家廠商均得到類似的結果，容易使得市場上不存在競爭。此外，目前金融科技業積極合作的情況下，然我國公平交易法對於例外許可的聯合行為管制模式採取事前審查，是否會使金融科技業者間之合作案，縱使有益於整體經濟利益與公共利益的機會甚高，但卻因聯合行為應為事前申請取得許可，而使可能有利競爭的合作卻於發展初期即因違反聯合行為之規定而陷入麻煩，這些問題似乎都還未引發相關業者關注，可能值得進一步研究。

肆、結語與建議

面對金融科技的市場競爭，競爭法主管機關該扮演何種角色，各國不一。金融科技之主要衝

擊係針對金融管制面向，然金融市場的管制措施與執行寬嚴狀況，決定了金融市場的市場結構與市場進入障礙之評估。

金融科技衍生與潛在之競爭法議題尚未得到充分重視，而其涵蓋的層面具體而微顯現出競爭法如何因應破壞式創新、雙邊市場、大數據等各方面的挑戰，而競爭法主管機關與產業主管機關間之合作與協調等議題於此亦相當重要。

（本文係講座民國107年4月27日假公平會發表之演講內容，經政治大學經濟學研究所楊宗霖記錄整理並經講座審訂）



電信業者銷售手機的價格相近，就是聯合嗎？

每年新的I牌手機上市前，消費者往往迫不及待去門市購買最新款手機，但比較不同類型的方案後，發現各家電信業者銷售的手機價格都相當類似，業者有聯合行為嗎？

■撰文＝方彥修
（公平會服務業競爭處聘用人員）

案例背景

每年I牌手機上市前，總是有許多想嘗試最新手機的消費者到電信門市選擇綁約購買最新款手機，各業者間推出不同價格之行動通信及上網資費等促銷方案，另有不同的手機折扣優惠，但各電信業者I牌手機價格還是相當類似，因此公平會主動調查各電信業者之間，是否涉及聯合訂定I牌手機綁約價格而違反公平交易法規定。

寡占市場中電信業者的跟隨行為

據公平會調查，目前國內提供4G行動寬頻業務服務之業者僅有5家，消費者得輕易比較各電信業者手機綁約促銷價格及服務內容之差異，其次，即便各家業者之營運成本不同，為參與競爭及維持市場占有率，業者除考量自身營運成本外，尚須將市場供需、競爭情況及競爭對手之訂價策略，列為其產品或服務價格訂定之重要依據。因此，電信服務市場中，業者常依市場領導廠商或競爭對手之價格決定各自提供之產品或服務價格，避免偏離市場價格而造成流失消費者之風險，所以電信事業手機促銷價格最終容易趨於一致，此與寡占市場結構及

產品特性密切相關。

各家優惠方案仍有差異

各電信業者就I牌手機促銷價格決策之考量不完全相同，有業者表示參考競爭對手對外公開之訂價，比較調整後決定本身之訂價，而大多數業者均表示會考量市場競爭情形。又各電信業者促銷價格決策時間及公告時間不一致，仍有部分資費之訂價不同，且各電信業者針對不同族群之客戶推出不相同之手機促銷價格，亦有業者為爭取客戶先提供手機預購，以各類型優惠方案爭取客戶。

另電信資費方案眾多，雖業者手機促銷價格相近，惟於相似資費下，5家業者提供不同之行動通信內容，包括提供之簡訊、語音通話時間及語音價格計費標準，並以贈送免費通話、簡訊或其他影音及加值服務等，爭取消費者使用，業者間資費內容不一，仍以差異化服務於相近資費及手機促銷價格下，爭取不同客群，並分別針對新舊用戶及特殊族群提供優惠方案，贈送相關商品，以提升各業者於4G行動寬頻業務服務市場

之市場占有率。

結論

我國電信事業彼此競爭激烈，相關促銷訊息透明公開，此產業特性造成各業者間容易追隨與

推出相同或類似之資費方案，並形成相近的I牌手機綁約價格，雖然各電信業者並不違反公平交易法聯合行為規定，但公平會仍提醒，電信業者未來仍不得彼此相互溝通手機綁約價格等銷售訊息，以免涉及違反公平交易法相關規定。 

關鍵字廣告應注意不得有使消費者誤認之情形

隨著電子商務蓬勃發展，事業網站已成為事業爭取交易機會的重要途徑，事業為增加其網站到訪人數，向搜尋引擎業者購買關鍵字廣告設定相關功能時，務必注意廣告呈現效果，以免觸法受罰。

■撰文＝林學良
（公平會服務業競爭處科員）

案例背景

C電信公司向搜尋引擎業者購買的關鍵字廣告，但不知為何，當消費者在搜尋引擎以T電信公司的名稱為關鍵字搜尋，映入眼簾的搜尋結果頁面上方，出現「申辦T電信公司4G好禮週週抽一近4000名幸運兒、獎品總價逾千萬」的連結標題，但是點擊後，卻是到達了C電信公司的數位門市網站，T電信公司發現這個情形後，旋即向公平會反映。這兩家電信業者到底是命運的安排，還是競爭的糾結，或是另有隱情，真相到底是什麼，讓我們繼續看下去。

關鍵字廣告的利與弊

隨著電子商務蓬勃發展，網站已成為事業爭取交易機會的重要途徑，從而搜尋引擎扮演帶領網路使用者通往事業網站間的渠道，亦因此衍生商業化的關鍵字廣告類型。事業為增加其網站到訪人數，而購買他事業的名稱、商標或其他營業表徵作為關鍵字廣告，以增加自身網站被造訪機會，固有稀釋他事業表徵所蘊含經濟利益的可能；然搜尋引擎的功能，本為提供網路使用者與鍵入關鍵字「相關」（而非「相同」）的搜尋結果而設計，越豐富多元且具相關性的搜尋結果，越有利於網路使用者取得更充分資訊，作為點選連結、瀏覽網站或作成交易決定的憑藉，從而有

助於降低消費者的搜尋成本。是以，廣告主單純購買他事業名稱或表徵作為關鍵字廣告使用，尚未構成攀附他人商譽或榨取他人努力成果之行為。惟若廣告主所購買的關鍵字廣告，其呈現的整體內容，有使網路使用者誤以為兩者屬同一來源或有一定關係，藉以推展自身商品或服務，因該類型關鍵字廣告不只侵害他事業表徵所蘊含的經濟利益，亦無助消費者獲得更充分正確資訊及降低搜尋成本，倘因此而影響市場交易秩序，則違反公平交易法第25條規定。

C電信公司除購買他事業的名稱作為關鍵字廣告外，尚有顯失公平行為

本案經公平會層層剝繭，原來C電信公司委託廣告公司向搜尋引擎業者購買的關鍵字廣告之中，使用了搜尋引擎業者的「關鍵字插入功能」，並且將該功能設定於C電信公司名稱之上，但該功能替換的字詞卻是設定了與T電信公司名稱相關的關鍵字字組。如此一來，當搜尋引擎使用者鍵入「T電信公司」搜尋時，「T電信公司」一詞即鑲入C電信公司所購買的關鍵字廣告連結標題之中，呈現「申辦T電信公司4G好禮週週抽一近4000名幸運兒、獎品總價逾千萬」。C電信公司雖稱未曾授意廣告公司購買該關鍵字廣告，且廣告公司發現後立即移除。但該關鍵字廣

告在內的廣告文案，均須經C電信公司審閱後始由廣告公司購買刊登，以及C電信公司曾使用搜尋引擎業者「關鍵字插入功能」於贈品贈獎促銷活動，並能說明該功能運作原理及呈現效果，且關鍵字廣告效益達成後之利益歸屬C電信公司，因此，足認C電信公司為購買該關鍵字廣告的行為主體。

綜合以上調查結果，C電信公司此舉顯然是利用T電信公司已在市場多年投入推展服務的努力，吸引欲檢索「T電信公司」相關資訊的網路使用者造訪。該關鍵字廣告藉與競爭對手相關的營業表徵連結，吸引潛在交易相對人點擊關鍵字

廣告，增加自己的交易機會，且導致未舉辦該促銷活動的競爭對手，卻因該等廣告而蒙受消費者的誤解。因此，公平會認為C電信公司上述行為，符合榨取他人努力成果之顯失公平行為，且足以影響電信服務市場之交易秩序，已違反公平交易法第25條規定。

結語

公平會呼籲，事業購買關鍵字廣告時，務必注意廣告呈現效果，以及到達網站應與事實相符，以免影響交易秩序而觸法受罰。



減少經銷商紛爭、維持服務水準是限制轉售價格的正當理由？

事業應該容許下游經銷商有自由決定商品價格的權利，除非能提出正當理由，否則不得限制經銷商定價的自由。

■撰文＝馬明玲
（公平會製造業競爭處專員）

案例背景

A公司經營的臉書網頁載有限制經銷商販售其車頂架、車頂行李箱商品售價的相關公告，該公告稱於購物平臺發現經銷商削價惡性競爭，經確認後停止供貨1個月，並將不定時於網路查價，請經銷商配合，疑涉及違反公平交易法規定。

正當理由之認定

公平會查出，A公司與車頂架、背包類及肥皂類等產品之經銷商分別簽有經銷合約，合約內容均訂有限制轉售價格之相關約定條款或相關罰則，該等約款明顯限制經銷商轉售價格之自由。A公司雖稱背包類及肥皂類等產品之經銷合約訂有限制轉售價格之理由係為減少經銷商之紛爭、有助於維持服務水準，且合約未訂罰則，實務上亦無限制轉售價格等情事。惟限制轉售價格有促進經銷商勾結之疑慮，且A公司亦未提出限制下游經銷商轉售價格如何能達到維持客戶服務水準及促進競爭之具體事證，A公司辯詞尚難認屬正當理由。

A公司另稱車頂架、車頂行李箱等產品之經銷合約訂有限制轉售價格之理由係基於交通安全之考量，惟未提出經銷商於銷售時為恪盡交通

安全考量所需提供銷售服務之具體內容，及提供該服務所需支付成本之具體數據與事證，且經銷商中亦有未提供安裝服務者。另據交通部公路總局及財團法人車輛安全審驗中心表示，法律未規定由安裝事業辦理檢驗及變更登記，亦未規定須至專業廠進行安裝，消費者可自行安裝，故A公司稱為交通安全考量，難謂有據。A公司又稱限制轉售價格係為避免惡性競爭影響服務品質，亦為避免安裝不當而使產品壽命縮短、保固成本增加，然查經銷商就安裝即有收費及免費之差異以為爭取交易之手段，故並無具體事證可資證明A公司限制轉售價格之行為係與提升經銷商注意商品公共安全性有關，難謂A公司有限制轉售價格之正當理由。

限制轉售價格損及市場競爭機制

A公司未提出具體數據與事證說明如何以限制下游經銷商轉售價格的方法達到促進競爭的積極效果等正當理由，然而A公司限制經銷商販售價格行為，已剝奪事業自由決定價格之能力，事業將無法依據其所面臨之競爭狀況、營運策略等訂定商品售價，其結果將削弱同一品牌內不同經銷通路間之價格競爭，已違反公平交易法第19條第1項規定。



合資新設離岸風電訓練事業，構築我國完整產業鏈

離岸風力發電係國內新興再生能源產業，由於投入運輸與維護成本大，發展風險高，6家事業透過共同合資新設離岸風電訓練事業，填補離岸風力發電產業之缺口，構築我國完整離岸風力發電產業鏈，具有整體經濟利益。

■ 撰文＝劉錦智
(公平會製造業競爭處視察)

背景說明

當前人類面臨能源枯竭與全球暖化的困境，發展太陽能、風力等再生能源因對環境衝擊較小，無疑是解決問題的妙方。然而再生能源亦具有發電成本高、不穩定性高及較難預測等特性而影響發展，拜2000年後石油價格高漲之賜，帶動全球發展再生能源誘因與技術成長契機，我國政府於2016年9月為邁向「2025非核家園」目標，配合電業法的修正，推動新能源政策，全力以赴推廣再生能源，以期達成2025年再生能源占比達20%目標，其中離岸風電規劃裝置容量550萬瓩。該規劃裝置容量於2018年4月與6月間經遴選與競標結果，丹麥沃旭能源公司、德國達德公司、加拿大北陸電力公司、丹麥哥本哈根基建公司等4外商取得超過8成共452.2萬瓩裝置容量，其餘97.8萬瓩裝置容量由我國中國鋼鐵股份有限公司（下稱中鋼公司）、台灣電力股份有限公司（下稱台電公司）、上緯新能源股份有限公司（下稱上緯公司）分別取得。

離岸風電產業鏈由上游設備製造供應商（主要是風力機系統）、中游為整合服務業（如風場規劃、風場營造及風機維護）、下游包括風力

發電的綜合開發及發電營運業者等組成。臺灣港務股份有限公司（下稱臺灣港務公司）、台電公司、臺英風電股份有限公司（下稱臺英公司）、中鋼公司、台灣國際造船股份有限公司（下稱台船公司）、上緯公司為跨足離岸風電產業鏈以取得商機，共同合資新設風能訓練公司，持股比例分別在5%至28%，屬公平交易法第10條第1項第4款共同經營的結合型態，台電公司、中鋼公司及上緯公司均已獲選為離岸風電開發商資格，台船公司參標卻未獲選，4家具水平競爭關係。另中鋼公司與其從屬公司參與風電產業鏈上游業務，台電公司從事輸配售電業務，臺英公司從事風電運維業務，臺灣港務公司提供港務服務，風能訓練公司提供人員訓練及認證服務，彼此具垂直交易關係。除上緯公司為專業離岸風電開發商外，其他事業主要營業均非風電，故本案亦屬多角化結合，因已達公平交易法第11條第1項申報門檻，故依法向公平會提出結合申報。

競爭評估

由於我國離岸風電目前尚處萌芽階段，相關技術、軟硬體、海事工程及產業供應鏈等仍待建

置，本案係配合政府綠能政策，補足產業中基礎安全訓練業務之缺口，並促進產業鏈在地化與生根，相關人員得於國內受訓，毋須遠赴國外或另聘已取得認證資格之外國技術人員，未來風能訓練公司估計每年培訓800至1,000名離岸風機運維人員，具促進離岸風電產業發展之整體經濟利益。另依再生能源發展條例規定，離岸風電之躉購費率及計算公式受政府嚴格管控，費率由經濟部每年審定，業者無單方片面提高價格之能力。且離岸風電事業於簽訂躉購契約時，須依經濟部核定公告之費率交易，依法不得調整，尚無共同決定價格、數量等效果之疑慮。再者，離岸風電業務純係依政府開放時程而決定，非依事業意願，即可進入市場，亦非參與結合即具遴選或競爭之優勢。

另外，參與結合事業中雖有3家經遴選為離岸風電開發商，惟所取得離岸風電裝置容量市占率總和僅22%，遠不及其他外資開發商，不具阻礙他人參進市場之能力，故本結合案並無限制我國離岸風電市場競爭之疑慮。又，風力發電安全訓練認證並非特許業務，無明顯之技術障礙，投入之軟硬體設施及資金需求不高，國內目前仍屬初期發展階段，市場規模小。目前國際已由GWO（Global Wind Organisation）制定安全認證標準，對會員具約束力，全球已有225家GWO認可之訓練中心，國內亦有潛在競爭者，故認本案無限制風電訓練及認證市場競爭疑慮。綜合以上考量因素，公平會認為本結合案對整體經濟利益大於限制競爭之不利益，依法不禁止其結合。 

參加未向公平會報備之傳銷事業？危險喔！

近幾年來民眾透過網路加入外國傳銷事業（或組織）之行銷新型態增加，惟該傳銷事業設立地點在國外，民眾參加均係透過網際網路方式運作，甚至亦未簽訂參加契約，若有爭議時，將可能導致民眾求償無門或權益受損！

■ 撰文＝黃麗明
（公平會公平競爭處視察）

案例背景

ASEA公司設立於美國，以多層次傳銷方式銷售RENU28活膚凝膠等美容保養商品。A君於民國106年6月以網路於新加坡參加成為ASEA公司會員，並自106年7月開始對外辦理產品使用說明會及招攬他人加入ASEA公司，查A君於106年7月至11月間在高雄市及臺北市共辦理10場說明會，並於會場使用「ASEA經營者獎勵計劃」及「ASEA加入填寫表」等資料對外招攬會員參加。依「ASEA經營者獎勵計劃」內容，其組織層級自最低之經營者至最高之三鑽石，共計有11層聘級組織，其獎金種類計有零售業績、優惠顧客獎金、快速獎金、主任級獎金、團隊佣金、行政動力獎金及支票匹配獎金等。惟查ASEA公司

於我國設立美商○○台灣分公司，於107年1月始向公平會辦理報備從事多層次傳銷。然A君於該公司報備前，即招攬他人加入ASEA公司之傳銷計畫或組織，依多層次傳銷管理法第4條第2項規定，視為同法第4條第1項規定之多層次傳銷事業，惟未於開始實施前向公平會報備，已違反同法第6條第1項規定。

結語

在我國從事多層次傳銷，一定要加入向公平會報備的傳銷事業，且加入時一定要締結書面契約，日後有紛爭時，才有權益上的保障。至於透過網路加入外國傳銷活動，千萬要小心謹慎，切勿貿然加入，以免遭受財務損失且求償無門之窘境。⚡



傳銷商與傳銷事業若有權益上的爭議時，可透過財團法人多層次傳銷保護基金會協調解決

不動產經紀業者對自身專業形象不實宣稱涉違法？

不動產經紀業者於廣告上所主打的專業能力或企業形象應確保真實性，避免造成一般大眾無法正確做成交易決定，倘若不動產經紀業者就自身專業形象宣稱內容涉及廣告不實，則有違反公平交易法之虞！

■撰文＝巫柏宇
（公平會公平競爭處助理員）

案例背景

公平會接獲民眾檢舉，F公司於facebook公開之房地產交流相關社團上張貼印有F公司名稱之名片，並宣稱其「是…海基會在找尋工業地、廠房及各種房地產的指定窗口」，涉有廣告不實。

廣告不實宣稱為海基會指定窗口，引起一般大眾錯誤認知

F公司於facebook公開之房地產交流相關社團上張貼印有F公司名稱之名片，並宣稱其「是…海基會在找尋工業地、廠房及各種房地產的指定窗口」，予人產生F公司受財團法人海峽交流基金會（下稱海基會）委託並指定，為協助海基會找尋工業地、廠房及各種房地產窗口之印象。

經公平會向海基會求證，海基會表示從未與F公司有任何委託關係，F公司宣稱是海基會在找尋工業用地、廠房及各種房地產的指定窗口，與事實不符，F公司雖曾至海基會拜會，但僅是一般拜會，並非台商回台尋地合作機制會議，雙方會見時僅就台商回台投資相關事宜交換意見；又海基會雖亦邀請F公司參加「大陸台商端午節座談聯誼活動」，而該活動係數百人參加之大型台

商聯誼活動，在活動中並未介紹個別廠商，亦未在活動中指定F公司為海基會尋地之指定窗口。此外，F公司無法提出受海基會委託協助台商找尋工業地、廠房及各種房地產之相關會議紀錄或委託契約，亦無相關土地媒合紀錄。故F公司無法證明其如廣告所宣稱「是…海基會在找尋工業地、廠房及各種房地產的指定窗口」，該等廣告表示係與事實不符，已引起一般大眾錯誤認知。

在公開的網路社團刊登廣告，所宣稱內容不實影響消費者之交易決定！

廣告刊登於不動產交流之網路公開平臺，一般大眾皆得藉由該平臺得知不動產交易資訊及對象，F公司於公開社團張貼印有F公司名稱之名片，並宣稱F公司為海基會在找尋工業地、廠房及各種房地產的指定窗口，藉以提升F公司之企業形象，以增加交易之機會，影響一般大眾選擇不動產經紀業者做為協助找尋房地產之參考依據。爰此，F公司所為廣告內容之表示與事實不符，並足以影響交易決定之服務品質為虛偽不實及引人錯誤之表示，違反公平交易法第21條第4項規定準用第1項規定。



美國市場集中度之變動與競爭法執法趨勢

美國部分學者研究發現市場集中度顯著上升，造成個別廠商的加成定價及利潤有明顯增加的現象。學者認為此與美國競爭法執法寬鬆（lax）有關，呼籲美國競爭法主管機關必須嚴格執行競爭法。

■ 撰文＝杜幸峰
（公平會綜合規劃處視察）

前言

美國前總統歐巴馬任內2大經濟學者，經濟顧問委員會（CEA）主席傑森·福爾曼（Jason Furman）與總統管理與預算辦公室主任Peter Orszag在2015年10月共同發表一篇研究報告指出，實證研究顯示，美國大部分行業的市場集中度大幅提升，某些行業甚至呈現激增的狀態，且廠商的年度資本報酬率高達10%、20%甚至30%。因此，他們審慎的推定，市場整合的結果，可能導致廠商的市占率提升及賺取明顯超越正常的報酬。福爾曼認為，此一市場集中度提高的現象，是因美國執行寬鬆（lax）的競爭政策，尤其是結合執法政策所引發之問題。福爾曼的說法引起各方注意及爭論，主要原因在於一般理論認為，市場集中度與競爭是反向聯結。市場集中度越高，市場力就越大，造成產業內競爭的減損、產量降低、價格增加、廠商利潤增加及消費者福利減損，導致顯著的經濟衝擊及所得不均。

美國市場集中度提高與競爭法執法寬鬆有關的論點

美國學者美利堅大學華盛頓法學院（American University Washington College of Law）研究教授喬那森·貝克（Jonathan Baker）並呼應福爾曼的說法。他在2018

年6月7日OECD競爭委員會（Competition Committee）例會中的「市場集中度」公聽會（Hearing on Market Concentration）議題，及9月13日由美國聯邦交易委員會（USFTC）舉辦的「21世紀之競爭與消費者保護公聽會」（Hearings On Competition and Consumer Protection in the 21 Century）其中的「美國經濟是否變得更集中及更少競爭：對資料之檢視」（Has the US Economy Become More Concentrated and Less Competitive: A Review of the Data）議題討論中，皆提出美國市場集中度與美國競爭法執法寬鬆有關的論點。

貝克教授認為：美國自1995年以來市場集中度即明顯增加，其中與競爭法有關之因素有下列9項：

- 1.現行法令不足以嚇阻廠商從事卡特爾行為，尤其對卡特爾行為，不論在罰金、刑罰或請求賠償上皆顯得太低，而且能偵測到的卡特爾行為僅為冰山的一角，更遑論有更多的有意識暗中勾結（tacit collusion）案件。
- 2.執法機關無法有效阻止有限制競爭的結合案。
- 3.無法有效嚇阻垂直排他性的限制競爭。垂直行為並非等同排他行為，但垂直限制競爭行為與

排他行為息息相關，垂直限制競爭行為及產業垂直性整合常導致水平勾結而使市場價格上升。

4. 市場力經常是持久性的，且無法自我改正。市場獨占壟斷通常會維持一段很長的時間，而卡特爾行為在司法最終確定之前，常會維持一段長久時間（至少8年）。
5. 投資公司同時持有同一產業中競爭對手（如航空公司、製藥公司、金融控股公司等）的股權持續增加（即共同所有權common ownership增加），此一行為可能削弱市場價格競爭。
6. 政府對競爭限制之增加。例如，過去幾十年政府對於專利授權範圍太過寬鬆而造成競爭上的限制。
7. 具有市場優勢地位的資訊科技平臺的增加。實證研究資料顯示，美國自1990年以來資訊科技業的價格成本差距(price cost margins)持續成長，而且對於這些資訊科技產業投資也不斷的增加，造成其市場優勢地位的穩固。
8. 許多產業寡占情形變得更普遍，如銀行、醫院、啤酒釀酒業等產業變得越來越集中。
9. 經濟動態變化下降，如新興事業的成功率、生產力下降。

貝克教授的報告更進一步闡明市場集中度與

競爭法之關係，尤其是前6項皆與競爭法執法機關之政策有關。因此他建議，美國競爭法執法機關應加強執行競爭法，尤其是對有限制競爭的結合及垂直限制行為案件應嚴加審理。

同時參與上開2項會議的美國學者，也是USFTC前委員，喬治梅森大學（George Mason University）萊特教授（Joshua D. Wright）則認為，從集中度、市場力及反托拉斯執法等實證資料分析，他發現並無明顯證據可佐證目前的結合審查過於寬鬆或嚴格。且市場集中度增加雖然可能是因為卡特爾、結合或垂直限制行為使競爭減少的結果，但也可能是因為市場競爭使廠商效率提升的結果。何者為因何者為果，仍待進一步研究，競爭法主管機關並不需要改變其執法態度。

結語

姑不論競爭法執法機關的執法寬鬆是否導致市場集中度增加，此一議題已在美國國內逐漸獲得重視。美國兩大競爭法執法機關，司法部及聯邦交易委員會雖然不認為市場集中度增加與其執法寬鬆有關，但目前可預見的是，因為市場集中度增加，大廠商對於市場力的濫用案件層出不窮，尤其在美國以外其他國家對此類案件日漸增加，美國對於競爭法的執法應會更嚴謹，尤其是在結合與垂直限制競爭方面，應會有更多的著墨。



網路銷售與維持轉售價格管制—歐盟案例簡介

在數位經濟時代下，製造商利用先進的監控工具，有效跟蹤配銷網路的轉售價格，並在價格下降時迅速進行干預，限制零售商之間的有效價格競爭，導致價格上漲，將對消費者產生直接影響。

■撰文＝陳韻珊
(公平會資訊及經濟分析室簡任視察)

前言

歐盟執委會(European Commission，以下簡稱執委會)在2018年7月24日處分Asus、Denons & Marantz(以下簡稱D&M)、Philips以及Pioneer等4家消費性電子產品製造商並分別處以鉅額罰款，其違法事由是該等製造商要求其線上零售商(online retailers)的零售價格維持固定或最低(fixed or minimum resale price maintenance，以下簡稱RPM)，限制線上零售商自行訂價的能力。¹距離執委會上次處分RPM案件已有15年之久，²而且本案較特別之處是製造商利用價格比較工具(price comparison tools)和訂價演算法(pricing algorithms)，監視線上零售商的價格，因此在數位經濟時代下，格外引起關注。

案例簡介

近年來電子商務(E-commerce)在歐洲迅速成長，每年的交易金額約5千億歐元，且約有一半的歐洲人會透過網路購物，當線上零售商的銷售價格被要求維持固定或維持在最低的轉售價格時，最終的零售價格將會提高而不利消費者。因此執委會即對消費電子產品的線上零售商展開

大規模產業調查，³並針對可能違反競爭法的事業，進行深入瞭解。

本案經執委會調查發現，4家製造商皆定期監控零售商的轉售價格，並要求零售商提高轉售價格，如果未遵循製造商要求的價格，即面臨斷絕供貨的威脅或制裁。其中Asus於2011年至2014年間，在德國和法國監控零售事業集團(即Open Platform and Systems)對某些電腦硬體和電子產品的轉售價格。由於製造商為使零售價格穩定維持在建議零售價格(recommended resale prices；RRP)水準，因此對其零售商的零售價格進行監控和干預，特別是透過觀察某些產品的比價網站(price comparison websites)和內部軟體監視工具，以識別零售商的價格是否低於理想價格(desired price，通常等於RRP)。此外，也藉由其他零售商的投訴掌握低價銷售的零售商，並要求提高零售價格。

至於D&M則是在2011年起在歐洲實施新的選擇性經銷制度，並與德國和荷蘭的零售商簽署SD協議，以維持D&M品牌產品的優質形象和提高消費者服務水準，SD協議中並約定零售商可以獨立訂定轉售價格的利潤穩定(margin

¹ Cases AT.40465(Asus), AT.40469(Denon& Marantz), AT.40181(Philips) and AT.40182(Pioneer), Brussels, 24 July 2018.

² 最近一次的處分案是2003年Yamaha公司對平行進口的樂器經銷商維持固定的最低零售價而被罰256萬歐元；Commission Decision of 16 July 2003 in COMP/37.975 – Po/Yamaha.

³ 該項產業調查報告在2017年5月10完成，報告中指出，大多數零售商追蹤競爭對手的線上價格，其中約有三分之二是利用自動軟體程式來觀察競爭對手的價格並據以調整自己的價格。European Commission, Final report on the E-commerce Sector Inquiry, COM(2017) 229 final, Brussels, 10 May 2017.

stabilisation)條款。然而經執委會調查後發現，D&M從未實施該條款，反而監控零售商的轉售價格並施加壓力要求提高價格，對於以低價銷售的零售商，甚至採取停止供貨或暫停訂貨帳戶的制裁手段。

而Philips於2011年底至2013年期間在法國密切監控零售商的零售價格，並定期聯繫價格較低的零售商(通常是線上零售商)，要求他們提高轉售價格。經執委會調查發現，監控方式是由Phillips員工先定期發布“PQ”(即“Photo Quotidienne”，英文為“Daily Image”)或“Tableau veille des prix”(英文為“Price monitoring table”)，每日檢查每個零售商轉售最多的相關產品，之後立即對價格最低的零售商要求提高零售價格，未被說服降價的零售商則採取商業上的報復措施，削減其理想的零售價格。

Pioneer則是於2011年至2013年間在歐洲12個國家，就擴音器、家庭劇院等產品從事維持轉售價格行為。在該期間，Pioneer定期監控零售商的轉售價格，並施壓或採取報復措施要求零售商提高轉售價格，同時提供序號追蹤系統(serial number tracking system)，防止Pioneer家用部門(Pioneer Home Division)降低產品的線上轉售價格，也限制線上零售商向其他歐洲經濟區國家跨境平行銷售。

執委會認為，由於大多數線上零售商利用訂價演算法，自動追蹤競爭對手的零售價格並據以採用，因此4家業者對低價的線上零售商所實施的違法價格限制行為，會影響其他類似消費性電子產品製造商的整體線上零售價格。對於該4家業者之案關品牌產品的數百萬名線上購物者而

言，會面對較高的零售價，其他不同品牌的類似產品之購買者，也可能面臨此一情況，同時也限制了零售價格的有效競爭。執委會最後決定，上述4家製造商的RPM行為，已違反歐洲聯盟運作條約(TFEU)第101條第1項規定，並處罰款合計超過1.11億歐元。

其他國家案例

除了上述執委會的處分案件，一些歐洲國家的競爭法主管機關也處分違法的RPM行為。德國的聯邦卡特爾署(Bundeskartellamt，即Federal Cartel Office，以下簡稱FCO)在2015年12月對Dirk Rossmann GmbH(以下簡稱Rossmann)罰款525萬歐元，該案係因FCO於2010年在15個地點發動拂曉出擊(dawn raids)行動中，懷疑Melitta Kaffee與包括Rossmann在內的零售商有垂直價格協議，而進行的深入調查。⁴根據調查，Melitta於1999年推出價格監督系統(price steering system)，Rossmann從2005年至2008年間加入該系統，每週由Rossmann與Melitta的業務代表協議訂定Melitta咖啡的促銷價格，利用該價格監督系統，Melitta保護促銷價格不會被Rossmann調整，Rossmann則獲取其他零售商的訂價資訊，以預測未來的促銷價並同時監督零售價。本案上訴到杜塞爾多夫高等地區法院(Düsseldorf Higher Regional Court)，已獲得法院的證實和支持，並認為Rossmann有故意從事非法垂直定價的罪行，最後在2018年3月的判決中，將罰款提高到3000萬歐元。

通常違法的RPM行為是透過書面契約或協議來達到目的，然而在2017年5月，英國競爭與市場管理局(Competition and Markets Authority，以下簡稱CMA)則是處分以間接方式限制經銷商

⁴ Vertical price fixing - Düsseldorf Higher Regional Court raises fine drugstore chain Rossmann, https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2018/01_03_2018_Rossmann_BGH.html.

線上零售價格，並罰款270萬英鎊。⁵該案是燈具供應商The National Lighting Company (以下簡稱NLC)為監視線上零售商的價格是否維持在最低，決定將價格訂定在建議零售價格的最大折扣水準，同時透過簽訂網路許可協議(Internet Licence Agreements, ILAs)隱藏線上定價策略，並避免利用電子郵件和書面形式傳達定價訊息，以規避違法風險。但仍被CMA調查發現，相關的會議紀錄中載有NLC刻意隱藏公司的定價政策，且證人亦證實在簽訂ILA時，已明白NLC的線上定價策略，ILA只是一個面紗而已。甚至NLC會強迫或威脅經銷商遵循定價政策，迫使經銷商維持或提高線上價格，若被發現後未在24小時內將價格提高，訂貨帳戶將被暫停或取消。

結語

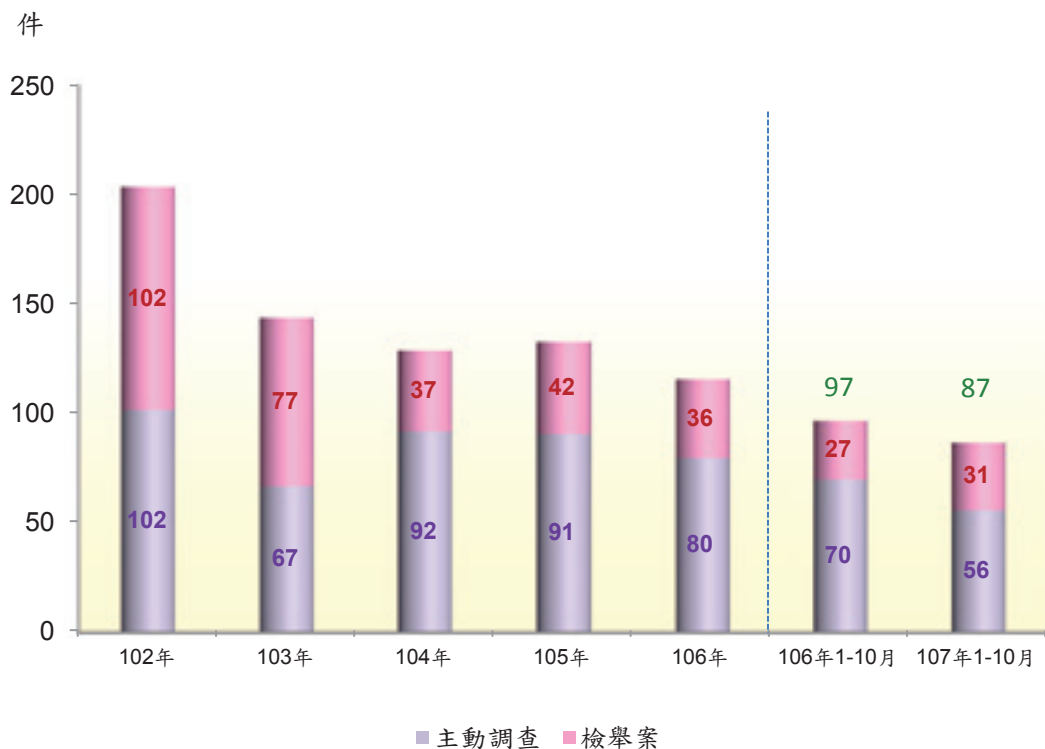
維持轉售價格是針對價格的垂直交易限制行為，通常是直接透過協議來達成，甚至透過威脅或金錢利誘的方式達到目的，而在數位經濟時代，製造商更利用先進的監控工具，有效跟蹤配銷網路或線上零售商的轉售價格訂定，並在價格下降時迅速進行干預。價格干預限制零售商之間的有效價格競爭，導致價格上漲，對消費者產生直接影響。從上述案例可知，執委會及其他國家競爭法主管機關注意到RPM的違法手段不僅是以書面契約方式，也調查到事業利用演算法或其他間接方式來限制價格競爭，並對違法事業課予法律責任，甚至不斷提醒業者，在數位經濟時代下的交易行為，更要遵循競爭法的規範。 

⁵ Lighting company fined £2.7 million for restricting online prices (press release), <https://www.gov.uk/government/news/lighting-company-fined-27-million-for-restricting-online-prices>.

處分案件統計

公平會針對可能涉及公平交易法、多層次傳銷管理法等主管法規進行調查，若有違法則對事業或個人作成處分，以維護社會交易秩序，確保市場公平競爭。依據公平會統計，本（民國107）年1-10月結案之檢舉案或公平會依職權主動調查案以處分方式辦結87件，其中檢舉案31件，主動調查56件（圖1），計發出處分書98件（其中處以罰鍰95件），受處分事業達129家，處分罰鍰金額計3,700萬元。

圖1 處分案件－按案件類型分



自民國102年累計至本年10月底（下稱近5年），因違反公平會主管法規，發出之處分書計862件，依處分書所載行為態樣觀察（涉及多項違法行為案件採重複計算），以虛偽不實或引人錯誤廣告行為424件（占49.2%）最多，其次為非法多層次傳銷行為225件（占26.1%）、欺罔或顯失公平行為100件（占11.6%）、聯合行為31件（占3.6%）（表1）。

表1 近5年處分案件－按處分書之違法行為別分

單位：件

年度	處分書 件數	限制 行為 競爭	聯合 行為	不公平 競爭 行為	虛偽 不實或 引人錯誤 廣告行為	欺罔或 顯失 公平 行為	非法 多層次 傳銷 行為	其他
總計 (102-107年10月)	862	113	31	517	424	100	225	9
102年	214	29	7	132	108	25	51	3
103年	150	27	6	95	74	26	28	1
104年	144	24	12	82	73	9	38	-
105年	140	11	4	96	77	20	33	-
106年	116	13	1	61	46	15	38	4
107年1-10月	98	9	1	51	46	5	37	1

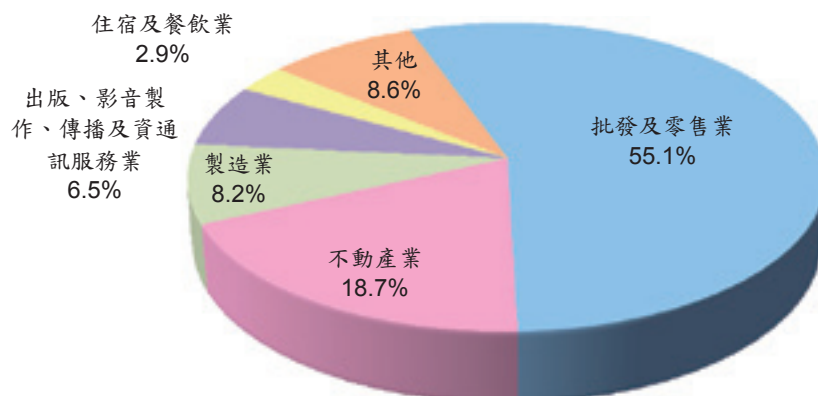
說明：1.處分件數與各違法行為別之合計不符，係因部分案件違反2種以上行為所致。

2.非法多層次傳銷行為含違反多層次傳銷管理法（民國103年1月29日公布施行）。

3.其他係指連續處分及無正當理由規避、妨礙或拒絕調查之案件。

觀察近5年處分案之處分書所載行業別，以批發及零售業475件（占55.1%）最多，不動產業161件（占18.7%）次之（圖2）；而近5年維持處分罰鍰金額為152億6,586萬元，其中以製造業86億9,666萬元（占57.0%）最高，其次為電力及燃氣供應業60億1,240萬元（占39.4%）。

圖2 近5年處分案件－按處分書之行業別分



民國107年9、10月份會務活動一覽

- 9月2日、19日及24日分別赴屏東縣玄真民俗協會、屏東縣春日鄉原住民族家庭服務中心及臺南市善化區昌隆里舉辦「交易陷阱面面觀」活動。
- 9月7日於臺中市舉辦「加油站市場競爭現況與未來發展趨勢宣導座談會」。
- 9月7日於臺中市舉辦「公平交易委員會對於網路廣告規範說明會」。
- 9月11日邀請台灣經濟研究院林建甫院長專題演講「新經濟時代的競爭」。
- 9月14日於新竹縣舉辦「多層次傳銷法令規範說明會」。
- 9月19日與臺北市政府教育局共同舉辦臺北市國高中「公平交易法種子教師研習營」。
- 9月26日赴高雄科技大學金融系舉辦「公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營」活動。
- 9月28日於高雄市舉辦「公平交易委員會對於促銷廣告案件之處理原則說明會」。
- 10月16日赴屏東縣美和社區舉辦「交易陷阱面面觀」活動。
- 10月17日赴高雄大學財經法律學系舉辦「公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營」活動。
- 10月22日文化大學法律學系參與公平會舉辦「公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營」活動。



- 1.公平會赴屏東縣春日鄉原住民族家庭服務中心舉辦「交易陷阱面面觀」活動。
- 2.公平會於臺中市舉辦「加油站市場競爭現況與未來發展趨勢宣導座談會」。



3



4



5



6



7



8

3. 公平會於臺中市舉辦「公平交易委員會對於網路廣告規範說明會」。
4. 公平會邀請台灣經濟研究院林建甫院長專題演講「新經濟時代的競爭」。
5. 公平會於新竹縣舉辦「多層次傳銷法令規範說明會」。
6. 公平會赴屏東縣美和社區舉辦「交易陷阱面面觀」活動。
7. 公平會赴高雄大學財經法律學系舉辦「公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營」活動。
8. 文化大學法律學系參與公平會舉辦「公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營」活動。

民國107年9、10月份國際交流活動一覽

- 9月10日參加ICN機關成效工作小組電話會議。
- 9月13日赴韓國首爾參加韓國公平交易委員會舉辦之「第10屆首爾國際競爭論壇」。
- 9月26日至27日彭副主任委員紹瑾率團赴印尼峇里島舉辦「國際反托拉斯區域研討會－電子商務與競爭」。
- 10月3日參加ICN卡特爾工作小組電話會議。
- 10月30日參加ICN結合工作小組電話會議。



1. 公平會赴韓國首爾參加韓國公平交易委員會舉辦之「第10屆首爾國際競爭論壇」。



2. 公平會彭副主任委員紹瑾率團赴印尼峇里島舉辦「國際反托拉斯區域研討會－電子商務與競爭」。



落實《客家基本法》創造客語使用環境

推動客語成為通行語、教學語言 促進台灣多元文化發展

共下來講客！



《兒童及少年未來教育與發展帳戶條例》

藉家長、政府共同合作的儲蓄機制 協助弱勢兒少脫貧 累積18歲後教育及生涯發展的基金



行政院
Executive Yuan

政策廣告

數位轉貼

CC BY-NC-SA

資料來源：衛生福利部



長照2.0的特色



服務找得到
容易找



服務對象擴大
服務項目增加



社區整體照顧
實現在地老化



新的給付及支付制
量身打造照顧計畫

行政院
Executive Yuan

政策廣告

數位轉貼

CC BY-NC-SA

資料來源：衛生福利部



- 公平會新建置「公平交易APP」，於106年12月27日上架於iOS「App store」及Android「Google Play」。「公平交易APP」設有「檢舉信箱」、「法規專區」、「宣導專區」及「最新消息」等專區，俾供民眾能不受時、地及設備等限制向公平會提出檢舉，亦可隨時查閱公平會主管法規，即時獲悉公平會針對重大案件之說明、多層次傳銷之警訊、法令修正、講座等訊息，歡迎民眾踴躍下載。

※「公平交易APP」之QRcode如下，歡迎下載：

Android



iOS



- 公平會競爭政策資料及研究中心位於公平會12樓，開放時間為週一至週五上午9時至下午5時；服務項目包括開放閱覽、圖書借閱及網路查詢等，歡迎參觀使用。
- 公平會「電子報」設有「專題報導」、「焦點案例」、「活動&最新消息」及「學術論著」等單元，e化內容清晰易懂，歡迎上網訂閱，公平會網址：www.ftc.gov.tw。

公平交易通訊

發行人：黃美瑛

總編輯：許淑幸

副總編輯：胡祖舜

編輯委員：卓秋容、邱淑芬、孫雅娟、吳丁宏、陳俊廷、
陳韻珊、李月嬌、薛國苓

出版機關：公平交易委員會

地址：臺北市中正區濟南路1段2之2號12-14樓

網址：<http://www.ftc.gov.tw>

電話：(02) 2351-7588

出版年月：民國107年11月30日

創刊年月：民國97年2月

版／刷次：初版一刷

刊期頻率：中文版及英文版雙月各出刊一期

定價：每冊新台幣15元，全年180元（中英
文雙刊），單一語文版90元

郵政帳戶：公平交易委員會

郵政帳號：第16128636號

訂閱專線：(02) 2351-0022

訂閱傳真：(02) 2397-4997

展售處：公平會13樓服務中心

電話：(02) 2351-0022

地址：臺北市中正區濟南路1段2之2號13樓
五南文化廣場

電話：(04) 2226-0330

地址：臺中市區中山路6號

國家書店松江門市

電話：(02) 2518-0207

地址：臺北市中山區松江路209號1樓

排版印刷：鴻遠數位文化有限公司

電話：(02) 2768-2833

地址：臺北市松山區八德路4段602號9樓之1



「姓名標示-非商業性-禁止改作」授權條款2.5臺灣版

本著作採「創用CC」之授權模式，僅限於非營利、禁止改作且標示著作人姓名之條件下，得利用本著作。



國 內
郵 資 已 付

台北郵局許可證
台北字第4682號
中華郵政台北雜字
第1309號執照
登記為雜誌交寄

雜誌

無法投遞請退回



公平交易委員會

Fair Trade Commission, R.O.C.

臺北市中正區(10051)濟南路1段2-2號12-14F

電話：(02)2351-7588

網址：<http://www.ftc.gov.tw>

ISSN 2070124-1



9 772070 124009

GPN: 2009700035

定價：新台幣15元