

公平交易法簡介與案例分享 ~烘焙業~

公平交易委員會

109年9月1日

簡報僅為講師個人意見 不代表公平交易委員會見解

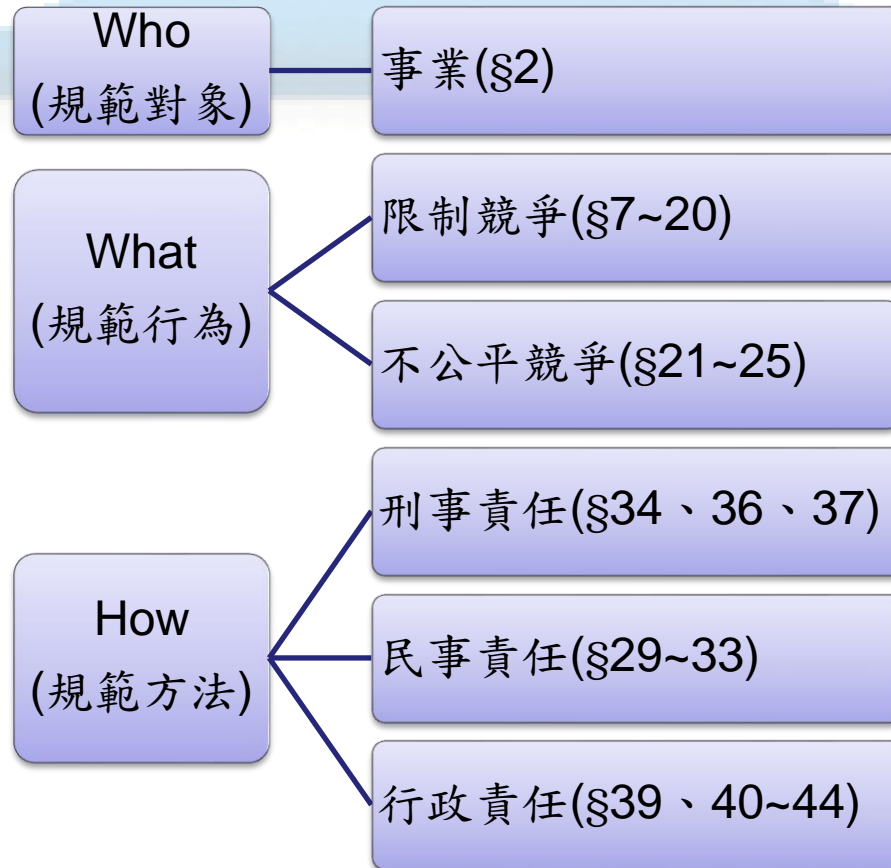
分享重點

- 公平交易法簡述
- 聯合行為執法
- 限制轉售價格及劃分市場區域
- 食品廣告與新興類型

分享後的期待.....

- 競爭法(公平交易法)維護的競爭機制是市場經濟有效運作的基礎。競爭法是範圍有限，目標有限的法律，不是無所不包的法律。

Who? What? How?



立法精神

■ 公平交易法第1條

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

消費者利益：

- ✓ 不應被誤解為是保護消費者目標的表述
- ✓ 公平交易法 ≠ 消費者保護法

自由：
旨在排除限制競爭之行為，
促進市場之自由競爭。

公平：
競爭法不應講求結果公平，而
應強調實質公平 -- 起點公平、
機會均等及過程公正。

公平法第2條事業之定義

- 公司：
 - 以營利目的，依照公司法組織登記成立之社團法人
- 獨資或合夥之工商行號：
 - 以營利目的，以獨資或合夥方式經營，經商業登記法或其他法令向主管機關登記之行號
- 其他提供商品或服務從事交易之人或團體：
 - 具備**獨立性**、**經常性**從事交易活動(e. g. 網拍業者...)
- 事業所組成之同業公會或其他依法設立、促進成員利益之團體
 - e. g. 糕餅商業同業公會、台灣區飲料工業同業公會

■ 競爭是什麼？

- 追求利潤最大化前提下，廠商一連串爭取交易機會之行為

■ 競爭手段？

- 較有利之價格、數量、品質、服務或其他條件

■ 市場是什麼？

- 不同於實體的市場

- 公平法所稱的市場，指事業就一定之商品或服務，從事競爭的區域或範圍，稱為相關市場(relevant market)

■ 市場範圍(邊界)在哪裡？

- 產品市場

 - ◆ e. g. 茶飲料和礦泉水是否同一市場？

- 地理市場

 - ◆ e. g. 新北市和臺北市的KTV是否同一市場？

公平交易法架構

規範行為

限制競爭行為

獨占行為(§9)

結合行為(§11)

聯合行為(§15)

限制轉售價格行為(§19)

其他限制競爭行為(§20)

不公平競爭行為

不實廣告行為(§21)

仿冒行為(§22)

不當贈品贈獎行為(§23)

營業毀謗行為(§24)

其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為(§25)

限制競爭行為

廠商先天上有避免競爭的誘因！

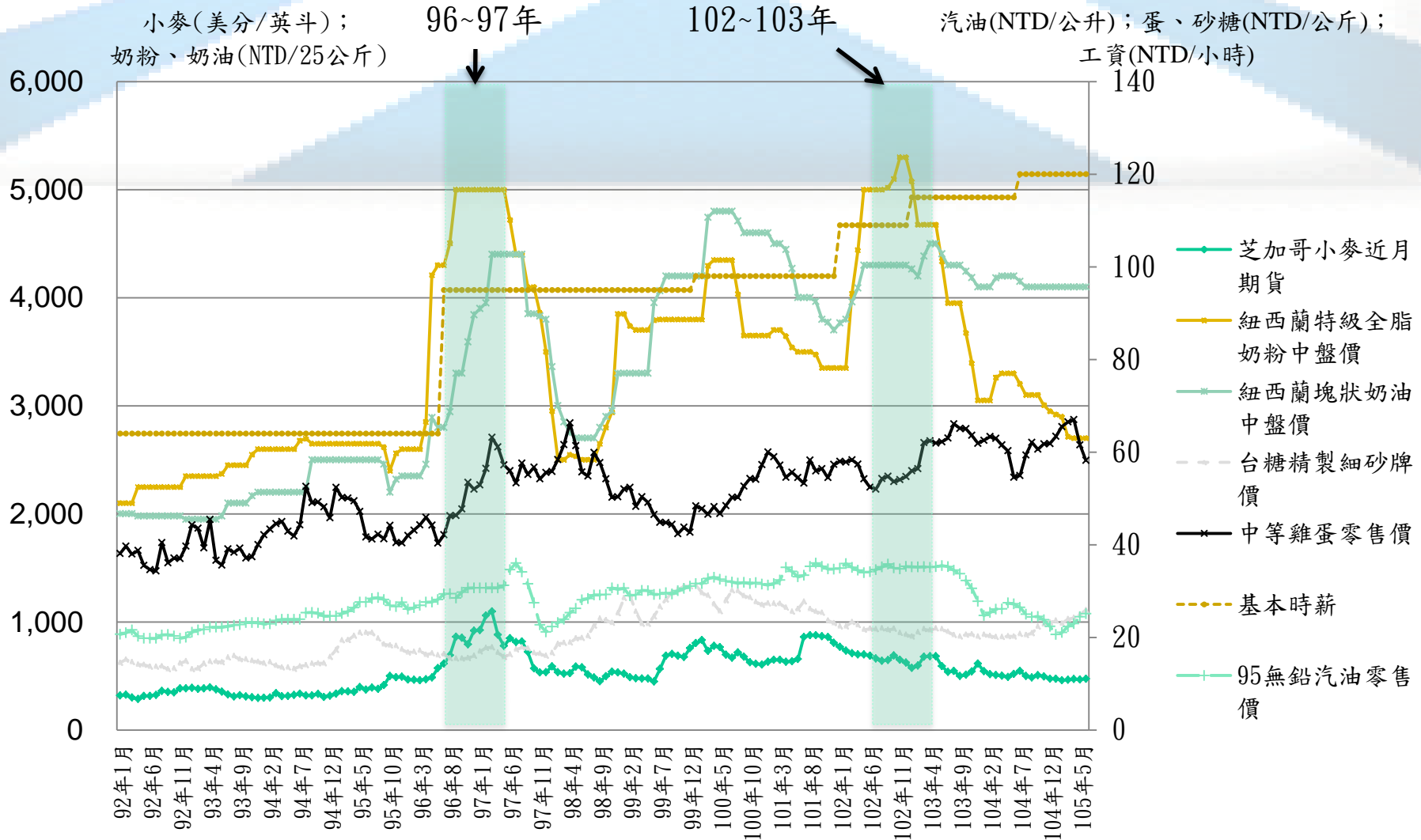
- 獨占市場：將討厭的競爭對手趕出市場！
- 合併或購併：乾脆把搗蛋鬼買下來！
- 聯合壟斷：跟競爭者說好彼此不競爭！
- 垂直交易限制：自己人別競爭！

- 獨占：不禁止獨占地位，只禁止獨占力的濫用
- 結合：通常有利於經濟效率，故原則許可，例外禁止。
- 聯合：通常有害於經濟效率，故原則禁止，例外許可。
- 垂直交易限制行為：充滿了多少障礙。

烘焙業市場概況

- 全臺超過1萬家麵包店，烤出每年超過630億元的市場規模。(102.7.9 天下雜誌526期)
- 根據財政部統計資料顯示，從 99年到 103年，包含糕餅麵包、烘焙炊蒸等製造、批發與零售在內，烘焙產業的產值成長 266 億元，一舉突破千億元，而烘焙家數也大幅成長，總家數近萬家，比統一超商加上全家便利商店的總數還高。(104.11.12今周刊 986期)

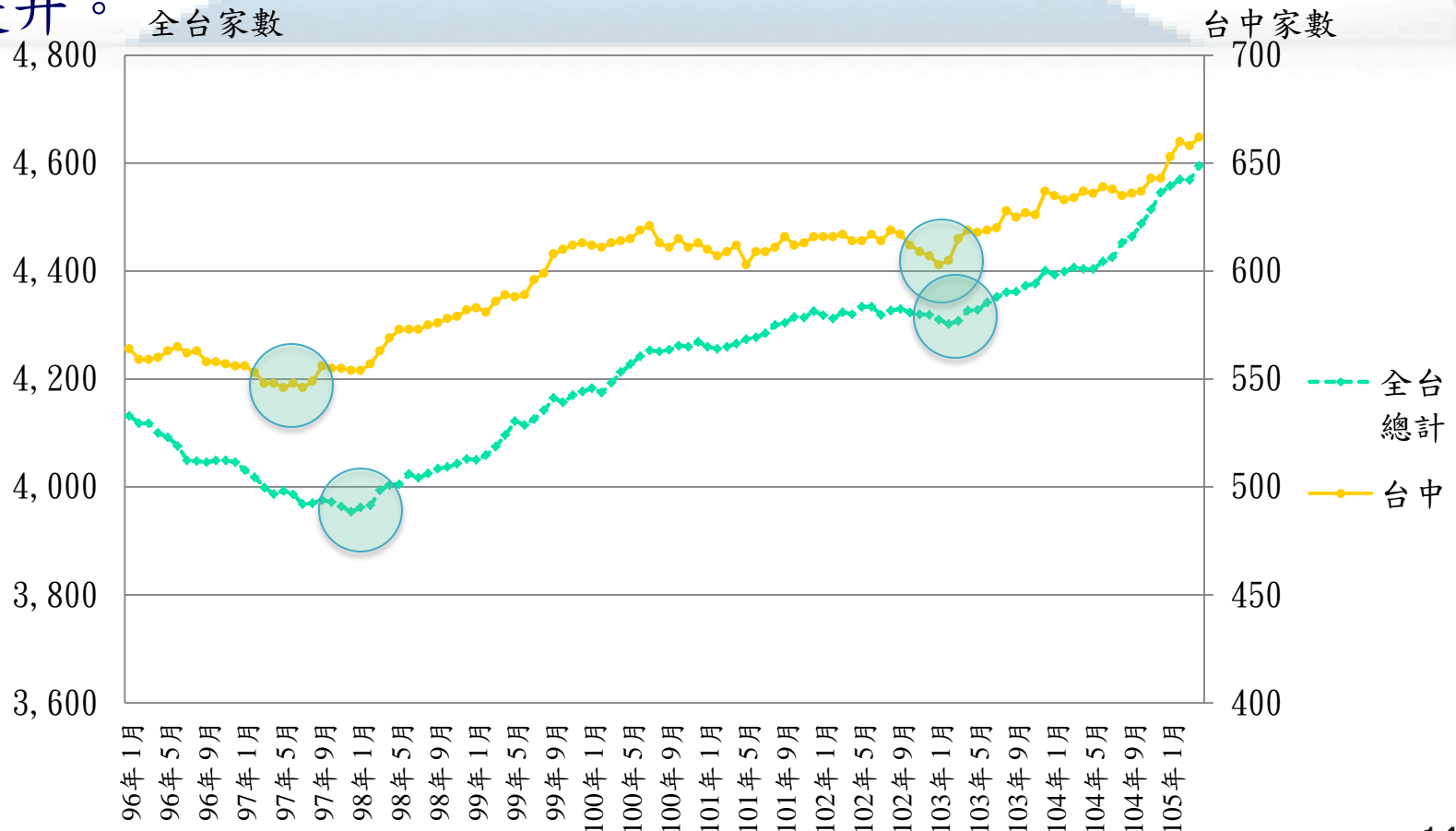
烘焙業主要成本變化



資料來源：農委會畜產品價格查詢系統；CIP商品行情網

西點麵包零售廠商家數變化

- 烘焙業受原物料成本影響比重高。
- 整體廠商家數增加，但整體市場擴大，每家店平均營業額提升。



資料來源：財政部財政統計資料庫查詢系統

餐飲及烘焙業同業利潤標準(108年)

- 烘焙業在餐飲類群裡
毛利率及費用率低。

進入門檻低、競爭激烈

- 烘焙業在製造、批發、零售端，以零售端毛利及淨利較佳。

行業別	毛利率	費用率	淨利率
糕餅麵包製造**	20	12	8
其他烘焙炊蒸食品製造***	21	12	9
西點麵包批發	20	11	9
西點麵包零售	24	14	10

行業別	毛利率	費用率	淨利率
有娛樂節目餐廳*	70	40	30
餐館	45	32	13
連鎖速食店	46	32	14
吃到飽餐廳	42	28	14
西點麵包零售	24	14	10
早餐店	25	16	9
便當、自助餐	25	16	9
麵店、小吃店	25	16	9

* 不包括酒家、歌廳、舞廳。

** 包括蛋糕、麵包、西點、餅乾、鳳梨酥等製造。

*** 包括中式茶食、年糕、發糕、麻糬、米香、包子、饅頭等製造。

聯合行為

- 定義：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者。
- 其他方式之合意，指契約、協議以外之意思聯絡，不問有無法律拘束力，事實上可導致共同行為者。
- 聯合行為之合意，得依市場狀況、商品或服務特性、成本及利潤考量、事業行為之經濟合理性等相當依據之因素推定之。（合意推定）

聯合行為

■ 構成要件

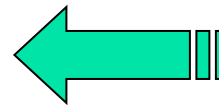
- 聯合行為的主體為具有水平競爭關係之事業
- 契約、協議或其他方式之合意
- 合意內容為共同決定商品或服務之價格，或限制數量、技術、產品、設備、交易對象、交易地區等相互約束事業活動行為
- 修法新增推定合意
- 對特定市場之影響

合意的認定

相同行為

- 1. 直接證據
- 2. 間接證據

依市場狀況、商品或服務特性、成本及利潤考量、事業行為之經濟合理性等相當依據之因素推定之



合意

無合意

一致性行為

平行行為
領導、跟隨行為

違法

不違法

近期新措施--獎金制度

獎金發放標準表

※ P=罰鍰總金額

證據價值	獎金額度	獎金上限		
		P<2億	2億≤P<5億	P≥5億
助於開啟調查程序	P*5%	50萬	100萬	250萬
間接證據	P*10%	500萬	1000萬	2500萬
直接證據	P*20%	1000萬	2000萬	5000萬

※同時符合2款以上情形者，依較高額之款次發放檢舉獎金

※同一案件僅能受領一次。數名檢舉人共同聯名、同款中有數名檢舉人，均提供主管機關尚未獲悉之事證者⇒獎金均分。

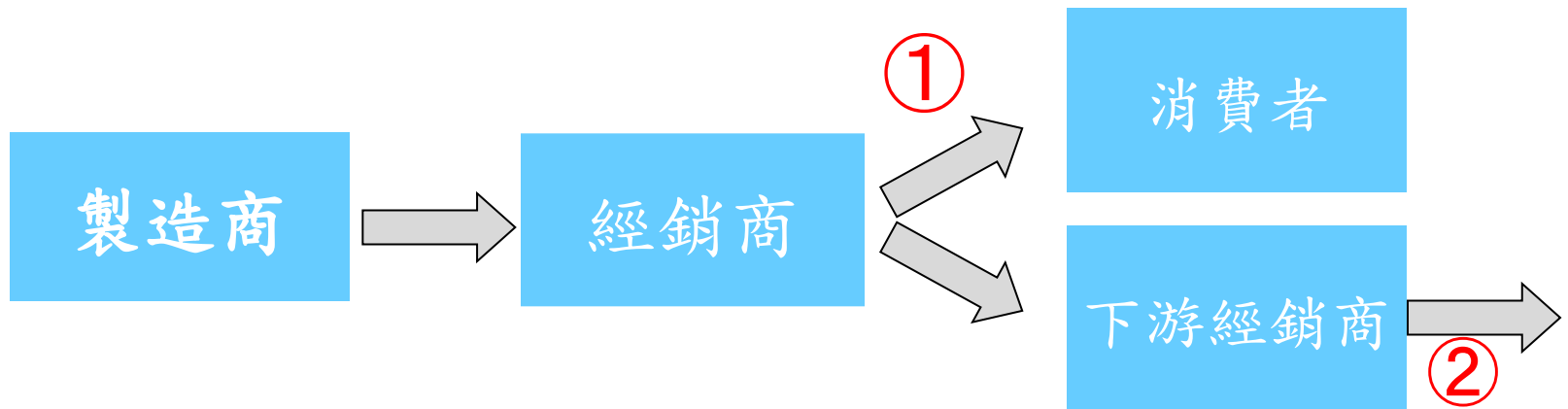
近期新措施-寬恕政策

- 讓聯合行為涉案業者有自我改正機會
- 申請諮詢
- 第1位罰鍰全免
- 減輕幅度：總計4位
 - 第1位30%~50%
 - 第2位20%~30%
 - 第3位10%~20%
 - 第4位10% 以下

限制轉售價格

(Resale Price Maintenance)

- 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。



限制轉售價格或劃分市場區域舉證

- 公平交易法施行細則第25條(限制轉售價格)
 - 鼓勵下游事業提升售前服務之效率或品質
 - 防免搭便車之效果
 - 提升新事業或品牌參進之效果
 - 促進品牌間之競爭

食品業廣告

- 中央法規標準法第16條規定：「法規對其他法規所規定之同一事項而為特別之規定者，應優先適用之。」
- 食品安全衛生管理法第28條第1項：「食品、食品添加物、食品用洗潔劑及經中央主管機關公告之食品器具、食品容器或包裝，其標示、宣傳或廣告，不得有不實、誇張或易生誤解之情形。」

部會分工

- 「公平交易委員會、行政院衛生署及經濟部對於不實標示、廣告案件相關法規適用」協調會議結論（101.12.5）
 - 有關食品標示不實案件，因食品衛生管理法相對於公平交易法為特別規定，……食品標示不實案件，優先適用食品衛生管理法者，由行政院衛生署(衛福部)處理。
 - 有關食品廣告不實案件，因食品衛生管理法相對於公平交易法為特別規定，……食品廣告不實案件，優先適用食品衛生管理法者，由行政院衛生署(衛福部)處理。

其他不實廣告主管機關

- 食品 藥品 化妝品 療效 醫療.....衛福部
- 一般商品標示經濟部
- 菸酒財政部
- 就業或招募員工、職訓機構招訓勞動部
- 旅遊服務.....觀光局
- 金融商品或服務金管會
- 不動產經紀業、移民、跨國婚姻.....內政部

促銷執法界線

- 在促銷期間產品備貨是否充足
- 宣稱產品限量等飢餓行銷手法，要注意實際銷售是否與原宣稱一致
- 倘促銷DM誤植，或價格有標示錯誤，應即刻更正公告
- 若要提前或延後結束，需公告周知，理由要充分，並不得因此造成消費者損失為前提

公平會的服務資訊

- 服務中心諮詢電話：
專線：(02)2351-0022
總機：(02)2351-7588 分機 380
- 服務時間：周一至週五9:00-12:30；13:30-17:00
- 電子郵件：ftcpub@ftc.gov.tw
- 網頁：www.ftc.gov.tw