



公平交易委員會
FAIR TRADE COMMISSION

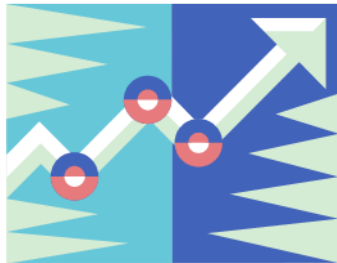
公平交易法之基本規範 與案例解析

公平交易委員會

公平交易法的核心概念－競爭



- 公平法的核心價值－確保自由與公平競爭
- 『競爭』？
 - ✓ 二以上事業
 - ✓ 在市場上
 - ✓ 以較有利的價格、數量、品質、服務或其他條件
 - ✓ 爭取交易機會之行為
- 公平法是保護「**競爭過程**」 不是保護「**競爭者**」



經濟效率
&
消費者利益





立法精神

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

公平法第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

旨在排除限制競爭之行為，促進市場之自由競爭

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。

公平交易法規範主體



- 事業定義(第2條)

- 公司

- 獨資或合夥之工商行號

- 其他提供商品或服務從事交易之人或團體
(農會、漁會、合作社)

- 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

公平交易法規範客體



限制競爭行為

獨占

結合

聯合行為

限制轉售價格

其他限制競爭行為

(利用市場力)

不公平競爭行為

不實廣告

仿冒

不當贈品贈獎

營業誹謗

其他欺罔或顯失公平
行為

(採取不公平手段)

相關市場



- 相關市場定義(第5條)：
 - 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)
- 產品市場：在功能、特性、用途或價格條件上，具有高度需求或供給替代性之商品或服務所構成之範圍
- 地理市場：事業提供之特定商品或服務，交易相對人可以很容易選擇或轉換其他交易對象之區域範圍
- 時間因素：數位經濟下的挑戰



獨占定義(第7條)

- 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



規模條件：一事業 $> 1/2$ ；二事業 $> 2/3$ ；三事業 $> 3/4$ 。除外：市占率 $< 1/10$ ；銷售額 < 20 億元

競爭限制：事業之設立或進入相關市場，受法令、技術之限制或有排除競爭能力之情事者（第8條）

獨占事業不得做哪些行為？



- 獨占事業禁止行為(第9條)
 - 以不公平之方法，直接或間接阻礙他事業參與競爭(ex.通關網路之忠誠折扣)
 - 對商品價格或服務報酬，為不當之決定、維持或變更(ex.天然瓦斯管線裝置費用過高)
 - 無正當理由，使交易相對人給予特別優惠(ex.獨買業者逕行決定偏低之購買價格)
 - 其他濫用市場地位之行為(ex.專利權人濫用市場優勢地位)



結合定義(第10條)

- 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總數或資本總額**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**

結合管制



結合管制(第11條)—申報異議制

- 捉大放小：只有到達門檻才需申報
- 事前管制：結合前提出申報
- Stop-and-Go：等待期間(30工作天)內不得結合，延長期間60工作天

申報門檻—達一定規模的結合應事前提出申報

- 結合後市場占有率達1/3者
- 參與結合之一事業市場占有率達1/4者
- 參與結合之事業上一會計年度國內銷售金額超過150億元及20億元（金融機構為300億元及20億元）
- 參與結合所有事業，上一會計年度全球銷售金額總計超過400億元，且至少二事業，個別上一會計年度國內銷售金額超過20億元

事業結合申報前諮詢服務



適用對象	參與結合事業
諮詢服務內容	<ul style="list-style-type: none">• 釐清是否符合結合之定義、是否達到申報門檻及應提出申報之主體• 就結合申報文件及適用程序提供意見• 其他本會認為與結合申報及審查相關之必要問題
諮詢方式	以書面或電子郵件詳述欲諮詢之具體內容
提出需求時間	至少於預計提出申報日之10個工作日前提出需求，如屬複雜性較高之結合案件，宜更早提出
使用次數	原則以1次為限
諮詢意見	僅具參考性質，不拘束結合申報案件之審查決定

結合審查



整體經濟利益	限制競爭之不利益		
	水平結合	垂直結合	多角化結合
<ol style="list-style-type: none"> 1. 經濟效率 2. 消費者利益 3. 結合事業原處於交易弱勢之一方 4. 結合事業之一屬於垂危事業 5. 其他具體成效 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 單方效果 2. 共同效果 3. 參進程度 4. 抗衡力量 5. 其他影響限制競爭效果之因素 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 結合後其他競爭者選擇交易相對人之可能性 2. 非參與結合事業進入相關市場之困難度 3. 參與結合事業於相關市場濫用市場力量之可能性 4. 增加競爭對手成本之可能性 5. 導致聯合行為之可能性 6. 其他可能造成市場封鎖效果之因素 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 法令管制改變之可能性及對參與結合事業跨業經營影響 2. 技術進步使參與結合事業跨業經營之可能性 3. 參與結合事業原有跨業發展計畫 4. 其他影響重要潛在競爭可能性之因素



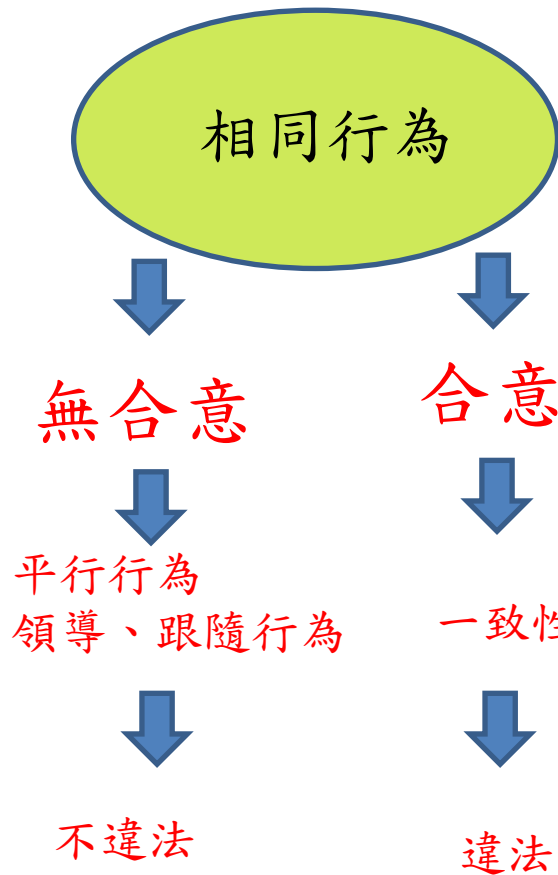
聯合行為定義(第14條)

- ▶ 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
- ▶ 同一產銷階段**水平聯合**，足以影響生產、商品交易或服務**供需之市場功能**
- ▶ 不問有無法律拘束力，事實上可導致共同行為之意思聯絡



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**公平交易法規範之聯合行為**

合意的認定



合意



一致性行為



違法

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



聯合行為-原則禁止、例外許可



原則禁止 (illegal per se)	例外許可(rule of reason) 有益於整體經濟與公共利益
<p>惡性卡特爾 (hard core cartels):</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 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	<ul style="list-style-type: none">▪ 標準化 (統一規格eg. 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 (eg. 小麥、玉米、黃豆)▪ 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

整體經濟及公共利益評估



- 本聯合行為以較有效率方式採購及裝運進口小麥(黃豆)，復因進口業者在市場相互競爭，參與事業有誘因將節省成本反映在售價及較穩定的供應量上，進而使相關經濟效益得以擴散至中、下游買方及消費者，應認有益於整體經濟及公共利益。
- 依公平交易法第15條第1項但書第5款及第16條第2項規定，准予延展許可期限，並附負擔許可。

聯合行為調查新工具-寬恕政策



聯合行為違法案件免除或減輕罰鍰實施辦法

適用對象	參與涉案聯合行為之事業， 且未有強迫他事業參與或限制退出之具體情事
適用時點	<ul style="list-style-type: none">• 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• 公平會案件調查期間 → 陳述具體違法+檢附事證+協助調查
效果	<p>最多可減免5名、依序遞減</p> <ul style="list-style-type: none">• 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

聯合行為調查新工具-檢舉獎金



- 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 類型	獎金額度	獎金上限		
		罰鍰<2億	罰鍰2~5億	罰鍰≥5億
開啟程序	P*5%	100萬	200萬	500萬
間接證據	P*10%	1,000萬	2,000萬	5,000萬
直接證據	P*20%	2,000萬	4,000萬	1億

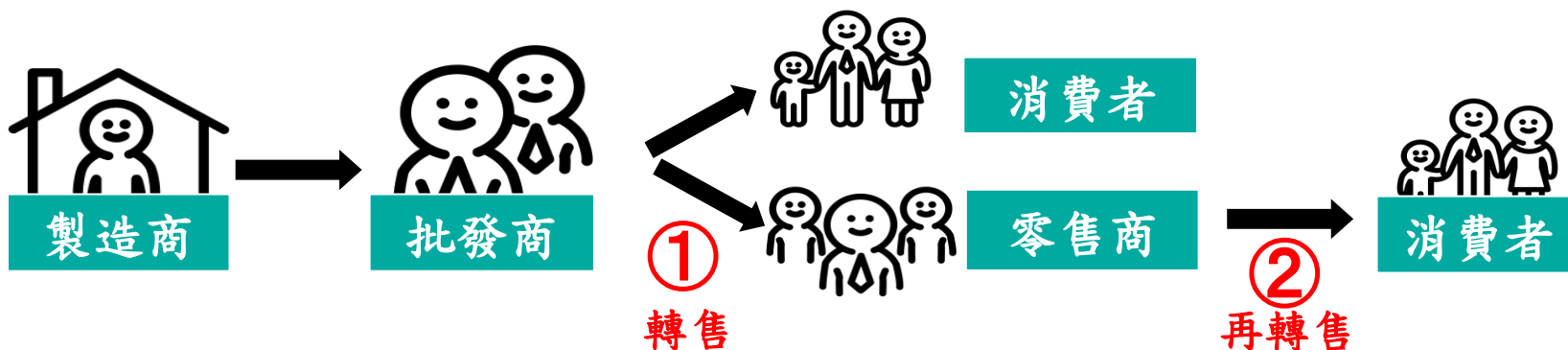
違法聯合行為因情節輕微未裁處罰鍰，仍得視檢舉人所提供證據資料的價值，發放每名檢舉人5萬元以上100萬元以下之檢舉獎金。

限制轉售價格



限制轉售價格(第19條)

- 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
- 前項規定，於事業之服務準用之
 - ✓ 限制轉售價格的類型：上限、下限、區間限制



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



限制轉售價格之利弊

• 正面影響(正當理由)

1. 鼓勵下游事業提升售前服務之效率或品質
2. 防免搭便車之效果
3. 提升新事業或品牌參進之效果
4. 促進品牌間之競爭

• 負面影響

1. 減少品牌內競爭
2. 價格僵固偏高
3. 易成價格卡特爾
4. 保護了無效率的零售商



原則禁止，有正當理由才不違法



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）

✓ 杯葛

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、購買或其他交易之行為。

✓ 差別待遇

無正當理由，對他事業給予差別待遇之行為。

- 須就產銷體系中相同位階之交易相對人做比較。
- 所稱正當理由，應審酌市場供需情況、成本差異、交易數額、信用風險。

✓ 不當阻礙競爭者參與競爭

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。



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）

✓ **不當使他事業參與限制競爭行為**

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。

✓ **不當限制交易相對人事業活動**

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、獨家交易、地域與顧客限制）

- 限制是否不正當應綜合當事人意圖、目的、市場地位、所屬市場結構、商品或服務特性及履行情況對市場競爭之影響等加以判斷

不實廣告




不實廣告(第21條)

- ✓ 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
- ✓ 前項所定與商品相關而足以影響交易決定之事項，包括商品之價格、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
- ✓ 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
- ✓ 前3項規定於事業之**服務準用之**



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

欺罔或顯失公平



- 除本法另有規定者外，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
- 性質：其他公平法條文優先適用，屬公平法各條規定之補漏條款
 - 判斷是否「足以影響交易秩序」：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，…，且不以其對交易秩序已實際產生影響者為限
 - 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
 - 顯失公平：指以顯然有失公平之方法從事競爭或營業交易者



謝謝聆聽

- 本會服務中心專線：(02)2351-7588轉 380，(02)2351-0022 | 南區服務中心專線：(07) 723-0022
- 地址：100219臺北市中正區濟南路1段2-2號12樓
- 服務信箱：
<https://www.ftc.gov.tw/internet/main/mailbox/mailbox.aspx>