



NO 060

# 公平交易通訊

TAIWAN FTC NEWSLETTER

本會電子報已於103年4月重新改版發行，歡迎上網訂閱，公平會網址：[www.ftc.gov.tw](http://www.ftc.gov.tw)

中華民國103年11月號

## ▶ 專題報導

加盟契約爭議與公平交易法

## ▶ 焦點案例

- ▶ 加盟創業當老闆—從認識加盟重要資訊出發
- ▶ 行動支付準備上路—不禁止我國3大結算機構成立行動支付的TSM平台
- ▶ SBC產業聯姻—公平會核准李長榮化工與Kraton結合案
- ▶ 寄發排除專利侵害存證信函宣稱取得專利技術報告！假的啦！
- ▶ 誰把陽台變不見？
- ▶ “限量”好誘人！當心商品數量不足壞了購物的好心情！

## ▶ 法規報導

訂定「多層次傳銷保護機構設立及管理辦法」

## ▶ 國際動態

垂直結合的封鎖效果

## ▶ 公平交易統計

處分罰鍰案件統計

## ▶ 會務活動

民國103年9、10月份會務活動一覽

## ▶ 國際交流

民國103年9、10月份國際交流一覽

## 加盟契約爭議與公平交易法

■ 演講人：劉姿汝副教授  
(中興大學法律學系)

### 壹、前言

在經濟不景氣的時代，進入加盟體系，是年輕人脫離低薪自行創業，以及中高年人尋求事業第二春的常見選擇。從北中南各地經常舉辦的加盟展，總是人潮不斷，可窺知一二。但各行各業的加盟經營方式日益蓬勃的同時，爭議也屢見不鮮。加盟契約發生爭議屬私法問題，為何會帶到公法性質較強公平交易法中來討論？實際上，加盟契約為加盟業主與多數加盟店間締結的定型化契約，衍生的契約爭議，可能同時影響眾多加盟店。而當此等契約爭議涉及限制競爭或不公平競爭，則有公平交易法介入的空間。從公平交易法論加盟契約問題，首推公平會制定的「公平交易委員會對於加盟業主經營行為之規範說明（以下簡稱「對加盟業主之規範說明」）」，其內容從締約前重要交易資訊的揭露、契約審閱期，到透過契約約定對加盟店的限制可能違反公平交易法的類型等，都與契約問題息息相關。如何從公平交易法的角度評價加盟契約之爭議，並與私法契約之規範，在各司其職之外，能相互作用達到解決問題之效果，非常重要。

### 貳、加盟契約之性質

加盟業主與加盟店間為獨立的事業與事業的關係，故能適用公平交易法。加盟制度乃由加盟業主對加盟店提供加盟品牌形象、經營know-how，而加盟店相對提供加盟金、權利金等作為對價的一種經營關係。加盟的契約性質，通常是一種混合契約，

可能同時包括買賣、承攬與委任等多種內容。其中，加盟契約最有特色的兩個特質是定型化契約與繼續性契約。

定型化契約的型態下，由加盟業主一方預先擬妥契約內容，欲加盟者並未參與契約內容之決定，只能附合該契約。可能造成欲加盟者締結前不瞭解契約內容，或者締約之後發現契約內容對自己不利益而顯失公平。但加盟店非消費者，無法適用消費者保護法對於定型化契約的規定（第11條至第17條），僅能回歸於民法的適用（第247條之1）。而「對加盟業主之規範說明」在契約審閱期的要求，補足了消費者保護法有規定而民法有所欠缺的部分，其他可能違反公平交易法的限制競爭或不公平競爭行為，也有助於認定定型化契約是否違反誠信原則而顯失公平時的判斷。至於繼續性契約的特質，則是契約的履行期並非一時性，通常有1年以上的期間。對加盟店而言，某些不利益的交易限制，是契約締結後實際營業才察覺，甚至是被加諸於契約締結之後，即使想終止契約，卻因已投下不少無法回收的成本，或礙於被請求高額的違約金（或沒收履約保證金），甚至牽連連帶保證人而卻步，陷入進退兩難的泥淖，多隱忍至契約期滿。加盟業主在此等契約特色下，突顯對加盟店的相對優勢地位。

以下，根據加盟契約締結前的之說明義務、加盟契約內容違反公平交易法，以及契約期間終了後續約與競業禁止等三個部分，進行問題的探討。

### 參、締約前之資訊揭露說明與審閱期提供之義務

加盟業主在締約前對欲加盟者有重要資訊揭露的義務，除了因為契約內容是加盟業主預先擬定外，尚因契約當事人間對於專門知識與資訊收集等，存在有顯著落差，此義務即是解決欲加盟者此部分的劣勢，以確保契約的正義。

關於公平會的「對加盟業主之規範說明」中要求加盟業者在締結加盟經營關係10日前或個案合理期間，需以書面提供加盟重要資訊，以及締約前提供至少5日或個案合理期間之契約審閱期。兩者的意義並不全然相同。但同樣影響的不僅止於欲加盟者是否締約的判斷，更進一步的是，避免加盟店因為未收到充分的資訊與說明，而在締約後發生未預料的損失。

對於加盟業主所應揭露的事項因為各國國情與經濟狀況不盡相同，主管機關的要求也不同。美國FTC針對加盟資訊應揭露事項的規範多達23項（「Disclosure Requirements and Prohibitions Concerning Franchising」），甚至包括要求揭示加盟業主或經營者過去曾有過的民刑事訴訟資訊，因為美國透過加盟方式進行詐欺的案例，時有所見。而日本公平會所制定之獨占禁止法上有關加盟制度的考量（「フランチャイズ・システムに関する独占禁止法上の考え方について」，以下簡稱「日本加盟制度處理原則」）要求揭露項目的例示，與我國的「對加盟業主之規範說明」同樣共有8項，但細部內容有些許不同。此外，常見加盟業主在招募之際宣傳預期之獲利或銷售金額，此項目在美國、日本以及我國均未被列為必須揭露的重要交易資訊，因為即便揭露了也未必真實。但日本的部分，在加盟招募時若有揭示預期的銷售金額或獲利時，要求必須基於相類似的環境中，以已經開設的店鋪之實際業績，用合理方式算出，相關的根據事實與計算方式都要同時據實揭露，以確保欲加盟者不被誇大資訊所矇騙。

至於「對加盟業主之規範說明」第4點契約審閱期的部分，讓欲加盟者在締約前不僅能透過應揭露的重要資訊以瞭解該加盟制度，更進一步能在審閱期間檢視契約內容，確認相關的權利義務。雙重的把關，讓欲加盟者有機會充分衡量，再決定加盟與否。

### 案例1 未盡說明義務

日本的某加盟體系的加盟業主，要求加盟店的原物料必須跟契約中約定之特定供應商訂貨，貨款則是經手加盟業主來支付。加盟店於加盟後赫然發現約定供應商所提供之原物料較其他供應商貴。原來，加盟業主並非僅是經手付費，而是向供應商買進後，轉手賣給加盟店，賺進差價及回饋金。加盟店認為此一部分加盟業主在締約前未為說明，使其在締約後多付預期外之金錢，向加盟業主提起訴訟請求損害賠償。日本法院肯認加盟店之主張，認為加盟業主違反誠信原則，未盡契約之附隨義務，而判決加盟業主應為賠償。

### 案例2 揭露事項與事實不符

咖啡加盟體系下的加盟店在加盟之前，所獲悉之加盟條件為「投資金額，一般店面約40坪左右，約新臺幣450萬元」，但在加盟之後所支付的金額卻超過此金額。另外，有關智慧財產權權利內容、上一會計年度全國、該加盟店營業區域所在市、縣（市）的加盟店資料、以及終止加盟契約數目之統計資料等，未為公告或更新。加盟店向公平會檢舉加盟業主揭露事項不實及不足，公平會認定加盟業主此等行為顯係利用交易相對人資訊不對等之弱勢地位，為足以影響連鎖加盟交易秩序之顯失公平行為，違反公平交易法第24條，處50萬元罰鍰（98年公處字第098080號處分）。

## 肆、加盟契約內容違反公平交易法之爭議

上述締約前未盡充分資訊揭露與提供契約審閱義務，涉及違反公平交易法第24條（影響交易秩序之顯失公平行為）。而「對加盟業主之規範說明」第5點至第7點，則針對加盟業主透過契約為差別待遇、搭售、限制交易對象，或是強制購買數量等其他不正當限制加盟店之交易行為，尚有違反公平交易法第19條等其他規定之可能性。此外，如招募時刊登不實或比較廣告，不論契約

締結與否，另有違反公平交易法第21條與第24條之問題。

### 案例3 要求加盟店的營業時間與項目

日本超商7-11之某加盟店，不願意配合加盟契約中深夜營業與代收費用之業務，因為深夜營業對於其人事成本負擔極大，且加盟之後代收費用業務項目越來越多，因此主張加盟業主濫用相對優勢地位，訂定的業務項目條款顯失公平，提起訴訟欲排除該等契約條款。法院認為便利超商全天候營業之營業形象，早已深植人心，且契約締結前已透過揭示義務提供詳盡說明與資料，並不容其後再以違反公平交易法等理由否定之。至於加諸代收款項業務部分，由於並未超出締約加盟前之想像業務範圍或加盟店之負荷，因此判加盟店敗訴【東京地裁平成21年(ワ)第29786號判決：高裁平成24年(ネ)第722號判決】。本案凸顯加盟店所負擔之義務是否屬顯失公平之不利利益，應從該加盟體系的特質進行衡量，若為該體系維持品牌形象所需之合理配合，應為容許。

### 案例4 對商品的折扣設限

日本超商7-11之數家加盟店向日本公平會檢舉，加盟店支付之權利金是以銷售金額減去銷售商品成本後算出銷售總利益，再乘以一定比率算出。由於廢棄商品的損失部分並未被列入銷售商品成本之內，也就是要由加盟店自行吸收。而加盟店為了減少廢棄商品對自己獲利之影響，於是開始對於每日配送之產品（當日未售完必須銷毀）進行折扣促銷，卻被加盟業主更正並且禁止。日本公平會認定加盟業主之行為乃濫用相對優勢地位，而為排除措施命令。加盟店以加盟業主違反日本公平交易法（第25條）而遭受損害為由，另提起請求民事損害賠償訴訟，並且獲得賠償。此爭議實常見於許多生鮮食品相關的加盟體系，本案引起相當大的討論，「日本加盟制度處理原則」中還因此將其列入說明事項。

### 案例5 要求營業時間等

某粥品加盟體系的加盟業主在加盟契約中，要求加盟者所聘僱之人員不得從事粥品烹調工作，但如該加盟店每日之營業時間超過8小時以上，經加盟業主書面同意，得聘僱一專職人員委由加盟業主教育訓練，並取得粥品烹調認證時起，始得與加盟者輪班烹調粥品。對此契約內容，加盟店主張：每日除營業時間之外，若將營業前之準備工作時間算入，遠超過8小時，加上每月休息不得超過4天，不得任意店休，不營業必須先獲得加盟業主之同意。因此，加盟店認為必須親自烹煮條款，以及違反勞基法的工作時間，顯失公平甚明，對加盟業主提起民事訴訟，主張此一部份的契約條款無效（民法第247條之1）。士林地院就此部份的爭議，肯定加盟店的主張，判定加盟店勝訴。但若對比前述的日本7-11事件，當加盟體系要求品牌形象與品質時，究竟應如何評價對加盟店的限制，本案加盟業主對於負責烹煮粥品者所加諸的限制，是否合理與必要，值得思考。

## 伍、契約期間終了後續約與競業禁止條款

加盟店通常在加盟時投入金額不小的加盟金或權利金，也可能對營業場所的裝潢花費不貲。因此，若加盟契約期間過短尚不足以讓加盟店得以回收成本，但加盟業主卻不願意續約時，加盟店該如何處理，可否請求加盟業主與之續約，請求的依據為何？甚至有加盟店主張加盟業主蓄意迴避續約，其後卻在加盟店附近自行開設直營店，等同接收加盟店辛苦建立打下之市場與商譽。所以，如何讓加盟店不致於血本無歸或將苦心經營建立的市場拱手讓出；而競業禁止的爭議往往與未能續約的問題相伴而生，因為成本無法回收，所以利用原有之設備，從事與原加盟事業相類似之經營。

基本上是否續約，以及約定競業禁止條款，原屬契約層面的問題。但此等問題，亦有可能在

加盟業主以其相對之優勢地位，使加盟店在相關義務上承受不利益。在我國的民法中對於競業禁止並未有特別的規定，但一般實務上都接受，在實務上曾認定其不合理或無效的情況，包括時間過長、競業擴及契約當事人之親屬，或是違反公序良俗等。此等續約問題在日本和我國的加盟體系中均有發生，「日本加盟制度處理原則」對这部分有所規範，但「對加盟業主之規範說明」中並無特別論述。若競業禁止條款的設定，例如年限過長，或是條件過嚴，有濫用相對優勢地位的可能性。基本上，超過商權維護、know-how維持的必要以外的部分，就可能被認定過嚴。在美國，亦認為加盟店在加盟業主的品牌下經營，除了加盟業主所提供之品牌形象與know-how外，更重要的是加盟店本身的努力。因此，在此觀念下，加盟業主沒有權利直接接收加盟店努力經營的成果，加盟業主不得對於加盟店加諸過於嚴苛、不合理的競業禁止要求。

### 案例6 無法續約

日本某著名便當加盟體系，加盟業主對加盟店在契約期滿後不為續約，所以加盟店自行另創事業，同樣進行便當之販售，原本的加盟業主認為該加盟店違反競業禁止規定。但加盟店則主張，此加盟事業的銷售金額占其經營事業近9成，是經過長期繼續性投下資本的主力事業。因此，即使契約期滿，應有期待可續約之合理性，此合理期待應該受到法律的保護。所以，若加盟業主沒有不得已之事由，不允許其恣意拒絕契約之更新。法院肯認加盟店續約的合理性期待，判決加盟業主需依債務不履行責任，賠償加盟店因無法續約而另行創業之一部分支出。

### 案例7 競業禁止違反之爭議

知名漢堡品牌Subway的加盟店，因積欠相關權利金等違反加盟契約之爭議退出加盟。其後在原店址以「Subber」為名，販售與Subway相類似之三明治商品。但由於Subber的負責人並非原加盟契約當事人，而是其配偶，因此難以競

業禁止條款要求其不得營業。但Subway則另主張Subber在店名、裝潢以及販賣之商品，有混淆來源與攀附商譽等違反公平交易法第20條或24條之行為，除向公平會檢舉外，並提起民事訴訟請求損害賠償。公平會認定並無來源混淆、攀附商譽的問題。民事訴訟方面Subway也敗訴。本案呈現的，反而是加盟業主面對加盟店在契約關係終了後，對原加盟店可能損及自己加盟體系的行為，在防衛上有所窘迫的情況，藉此同時反思，在加盟制度的特質下，保障加盟店的同時，如何不犧牲加盟業主的權益。對加盟店加諸的營業限制，必須從該加盟體系的特質下衡量其必要性與公平性，而非僅單方考量加盟店的立場。不論加盟業主或加盟店，皆須要在各自的相關市場維持足夠的競爭力。

## 陸、結語

理論上，加盟契約爭議是屬於私法契約的領域。加盟店向公平會檢舉加盟業主的不當行為時，多與加盟契約相關。另一方面，若到法院提起民事訴訟解決契約問題時，往往也從主張加盟業主違反公平交易法討論契約爭議。公平會是行政機關不會介入契約爭議的解決，判斷契約條款的效力。但公平會從加盟業主與加盟店間資訊與

經濟力的不對稱下，衡量加盟業主是否濫用相對優勢地位，對加盟店為顯失公平等行為而違反公平交易法。而公平會此等衡量與認定，對於法院解決契約效力等私法爭議時，雖無拘束力，卻可以是斟酌事實時有力的參考。

日本公平會曾針對日本的加盟店進行調查研究，發現不少加盟店並不知道有加盟制度規範處理原則的存在，或是知道處理原則的存在卻不太了解具體內容，或許我國也是相同情況。公平會所制定的「對加盟業主之規範說明」，對現今各行各業的加盟體系可否減少爭議，不僅從競爭的角度，甚至對於契約問題的解決，皆扮演了重要的角色。公平會可以對此規範說明加強宣導，讓加盟體系的參與者能更懂得如何保障自己權益。再者，規範說明也應透過實務上的案件，瞭解欲加盟者或加盟店所在意的資訊，以及常遇到的爭議糾紛類型，隨著市場變化更新內容，以切合實務現狀所需，共創加盟業主與加盟店雙贏的市場環境。



（本文係講座於民國103年5月20日假公平會競爭中心發表之演講內容，經中正大學國經所陳世憲整理並經講座審訂）

# 加盟創業當老闆—從認識加盟重要資訊出發

複製前人的成功模式，是多數人選擇創業的途徑，但大街上舉目餐飲店、藥妝店、洗衣店、便利商店、出租書店、美容美髮店等，琳瑯滿目的加盟業態，那一行業是適合自己的，那一品牌是健全發展的。要如何選擇評估，是加盟創業的首要任務。

■ 撰文 = 林政羽  
(公平會服務業競爭處專員)

## 背景說明

小陳為了就近照顧年邁的父母，不得不放棄臺北的工作，選擇回到家鄉。回鄉後想想還是需要有一定收入來源，於是決定以加盟方式創業當老闆。但沒有創業經驗的小陳，在選擇加盟行業及品牌便遇到了困難。某天突然想起報上曾說，便利商店門市數目已達1萬多家，小陳自認這麼多人都能經營下去，自己應該不成問題，便選擇參與A便利商店舉辦的加盟說明會，說明會中加盟業主一一提供相關加盟資訊給有意加盟者參考，當小陳得知自己家鄉縣市，經營A便利商店的加盟店，在上一年度解除、終止契約比率為「0%」時，更堅定小陳加盟的決心，於是迫不及待一腳踏入A便利商店的經營。

## 認識加盟重要資訊

公平交易委員會為維護連鎖加盟交易秩序、確保加盟事業公平競爭，研訂「公平交易委員會對於加盟業主經營行為之規範說明」，其中資訊揭露規範，規範加盟業主與交易相對人締結加盟經營關係前，應以書面提供「開始營運前之費用」、「加盟營運過程中之費用」、「智慧財產權之權利內容、有效期限、授權使用範圍與各項限制條件」、「經營協助及訓練指導之內容與方式」、「加盟店所在營業區域設置同一加盟體系之經營方案或預定計畫」、「所有縣（市）同一

加盟體系之數目、營業地址及上一年度解除、終止契約比率之統計資料」、「加盟經營關係之限制」、「加盟契約變更、終止及解除之條件及處理方式」等加盟重要資訊予有意加盟者，得認未隱匿重要資訊，不構成公平交易法第24條之違反。

本案A便利商店加盟業主，雖揭露加盟店所在縣（市）同一加盟體系上一年度解除、終止契約比率之統計資料，然而區域性統計資料自無法完整呈現所有縣市之統計資料，且亦未揭露商標權之權利內容及有效期限，與所有縣（市）同一加盟體系之數目，仍可能影響有意加盟者作成交易之評估與判斷。

A便利商店未完整揭露加盟重要資訊，將妨礙交易相對人作正確交易判斷，並足使競爭同業喪失締約機會之虞，而產生不公平競爭之效果，且因每年新加入加盟店達上百家，可認足以影響連鎖加盟交易秩序，故已違反公平交易法第24條規定。

選擇加盟體系時，有意加盟者宜參考「公平交易委員會對於加盟業主經營行為之規範說明」要求加盟業主的資訊揭露項目，在加盟前逐一檢視，審慎評估個人資金狀況、加盟品牌營運績效及發展潛力、加盟經營風險、加盟相關權利及義務等，才是踏出成功的第一步。



# 行動支付準備上路—不禁止我國3大結算機構成立行動支付的TSM平台

蘋果最新發表iPhone 6與iPhone 6 Plus採用NFC（Near Field Communication）技術推出「Apple Pay」，將與Google Wallet及Paypal一較高下，同時也宣告行動支付的時代來臨。面對未來支付型態的轉變，我國也陸續鬆綁相關法規規範，開創新服務。

■撰文＝楊中琳  
（公平會服務業競爭處視察）

## 背景說明

信託服務管理平台（Trusted Service Manager，下稱TSM）為發展行動支付的基礎建設，主要是串連電信業者、金融機構、服務供應商、消費者需求服務的平台。我國目前已提供或計劃提供TSM服務的業者有3家，分別為聯合國際行動支付股份有限公司（下稱聯合行動公司）、中華電信股份有限公司行動通信分公司（下稱中華電信行動通信分公司）與群信行動數位科技股份有限公司（下稱群信行動公司）。聯合行動公司由開南大學、法商歐貝特Oberthur及安侯國際財務顧問公司所成立，已於民國102年9月上線經營TSM業務（合作之金融機構為聯邦銀行）。中華電信行動通信分公司所建置之TSM，自民國102年6月起陸續與國泰世華、玉山、台新、中國信託等銀行先行試辦信用卡手機支付服務。群信行動公司由中華電信股份有限公司等5家電信業者與悠遊卡投資控股股份有限公司合資設立，預計民國103年12月上線營運，國泰世華、中國信託、玉山銀行、台新銀行及富邦金等金融機構並確定於民國103年10月底入股合作。

財金資訊股份有限公司（下稱財金公司）、財團法人聯合信用卡處理中心（下稱聯卡中心）及財團法人臺灣票據交換業務發展基金會（下稱票交所）鑒於行動支付工具的發行主體為金融機

構，行動支付的安全防護應有嚴謹的金融監理，確保消費者權益與維護金融體系的安全與穩定，故參與結合事業爰擬合資設立臺灣行動支付股份有限公司（下稱新設事業）經營金流信託服務管理平台（即Payment Service Provider Trusted Service Manager，簡稱PSP TSM）。因合致公平交易法第6條第1項第4款「與他事業經常共同經營」之結合型態，且參與結合事業於所屬市場之占有率均逾1/4，已達結合申報門檻，參與結合事業於是在民國103年4月15日向本會申報事業結合。

## 新設事業主要經營內容

新設事業已於民國103年9月5日成立，並預計於12月系統上線營運，其主要經營業務內容如下：（1）建立安全空中下載（Over The Air；簡稱OTA）通道，提供服務供應商（如金融機構、電子票證業者等）可將其支付工具下載至消費者行動裝置，包括個人化資料派送與更新、金鑰管理、驗證碼產生及管理。（2）生命週期管理，提供數位皮夾服務，維護金融支付服務之互通性與安全性，並提供金融機構管理支付工具（如產品或服務上下架及發行管理）。（3）近端及遠端支付服務，消費者可利用數位皮夾服務進行近端或遠端支付。（4）行銷活動服務管理

與其他行動商務應用（如帳單通知、紅利積點優惠券下載服務）。

PSP TSM上游交易相對人為電信業者或安全元件供應商（即Secure Element Issuer，簡稱SEI），下游交易相對人為服務供應商(例如信用卡發卡機構)。新設事業經營的PSP TSM仍須透過與MNO TSM（即電信業者所組成Mobile Network Operator TSM，如群信行動公司）或

SEI介接後，始能取得USIM、SD卡等裝置授權，提供服務供應商透過OTA方式將其支付工具載入消費者行動裝置。新設事業係提供支付工具下載於行動裝置的平台服務（即服務供應商利用PSP TSM將其發行之塑膠支付工具轉成虛擬支付工具並儲存於消費者行動裝置），故與參與結合事業提供金融機構交易訊息轉接與支付結（清）算服務的核心業務不同。



PSP TSM服務架構示意圖

### 新設事業對於限制競爭效果評估

新設事業擬提供PSP TSM平台服務，與各參與結合事業分別經營的跨行支付結（清）算、信用卡交易處理及票據交換結算等核心業務並無重疊。除財金公司及聯卡中心在「非跨行交易」信用卡收單與結（清）算業務方面略有重疊外，其餘業務均無重疊性，且參與結合事業並無提供TSM平台運作所需的安全元件，故為多角化結合型態。

參與結合事業為特許事業，其業務經營範圍與收費標準依法須向主管機關報准。現行法令並無禁止參與結合事業進入TSM平台市場，故法令

管制改變並不影響參與結合事業進入TSM平台市場之可能性。又，參與結合事業原本即無單獨經營TSM平台的跨業發展計畫，故尚難認參與結合事業間具有重要潛在競爭可能性，本結合並未減損參與結合事業間的潛在競爭。另外，新設事業僅提供PSP TSM平台服務予銀行、電子票證等服務供應商，並無跨足經營金流或結（清）算業務，且新設事業非經金管會許可，不得辦理金流結（清）算業務，故尚不致對其他TSM平台產生不公平競爭。

由於新設事業將以會員制的方式提供PSP TSM平台服務，服務對象包含銀行及信用卡發卡

機構等金融事業。因參與結合事業與金融事業間有長期密切的交易關係，且新設事業將開放予金融機構認股，故若新設事業限制會員不得使用其他TSM平台所提供的服務，將使其他TSM平台無法吸引足夠的服務供應商(特別是金融機構)加入，而對其他TSM平台產生封鎖或排除的效果，進而減損市場競爭。再者，因參與結合事業在所屬市場均擁有相當顯著的市場占有率，若挾其市場力量要求其交易相對人必須加入新設事業所經營的PSP TSM平台或使用其服務，以協助新設事業擴張市場占有率，將對其他TSM平台產生封鎖或排除的效果，進而減損市場競爭。

### 新設事業對於整體經濟利益的評估

新設事業成立後，TSM平台市場參與者將從3家增加為4家，且新設事業將於服務內容、品質與價格等各方面上與市場既有業者競爭，並可同時牽制其他平台業者，避免特定業者壟斷市場，增進消費者利益。另中央銀行及金管會均認為金融支付工具涉及資金交付移轉，由新設事業辦理PSP TSM業務，有利於國內金融穩定與安全。

考量本結合具有降低市場集中度，提高支付工具便利性與交易效率，而有助於提升經濟效率及消費者利益等整體經濟利益，故為確保本案的整體經濟利益大於限制競爭之不利益，及監督新設事業及參與結合事業於結合後確實履行內容負擔，經本會民國103年7月2日第1182次委員會議通過不禁止本結合並依公平交易法第12條第2項規定，附加以下負擔：

- (一) 新設事業不得限制服務供應商加入其他信託服務管理平台或使用其他信託服務管理平台之服務。
- (二) 參與結合事業不得要求交易相對人必須加入新設事業之信託服務管理平台或使用新設事業所提供之服務。
- (三) 新設事業應於實際營運前，提供本會有關新設事業與服務供應商之契約相關文件之範本，並於設立後5年內，於每年3月底前提供本會下列相關資訊：股東名冊、上一年度營業額、合作之服務供應商家數與名稱、非申報書內記載之新增業務項目。



# SBC產業聯姻—公平會核准李長榮化工與Kraton結合案

李長榮化工擬與美商Kraton結合案，經公平會審理後認為，無顯著限制競爭疑慮，得認其整體經濟利益大於限制競爭之不利益，決議不禁止其結合。

■撰文＝蔡聰勇  
(公平會製造業競爭處專員)

## 背景說明

李長榮化學工業股份有限公司（下稱李長榮化工）擬透過其持有100%股份之關係企業，間接持有美商Kraton Performance Polymers, Inc.（下稱Kraton）50%之股份，合致公平交易法第6條第1項第2款之結合型態。又，民國102年李長榮化工與Kraton結合後於我國「苯乙烯熱塑性彈性體」（Styrenic Block Copolymer，簡稱SBC）市場占有率之總和超過1/3，且民國102年李長榮化工於我國異丙醇產品市場之占有率超過1/4，合致公平交易法第11條第1項第1、2款須向公平會申報結合之規定，且無同法第11條之1規定除外適用情形，故依法向公平會提出事業結合申報。


## 對相關市場之影響

公平會認為，本結合案屬水平結合型態，主要影響之相關市場為SBC市場，本案結合後參與結合事業於國內SBC市場之占有率總和排名第1，為我國SBC市場最大業者，惟我國SBC市場除本案參與結合事業外，另有3家事業亦從事

SBC製造及銷售業務，且國外事業亦可供應SBC予國內下游需求業者，參與結合事業結合後仍需面對國內外事業於我國SBC市場之競爭壓力，加上我國並未有特殊之法令限制、產品之製造無取得特殊專利授權之必要、對於SBC之進口亦無關稅或非關稅之貿易障礙，潛在競爭者尚可自行製造或進口國外業者之產品，其參進我國SBC市場之競爭尚無明顯障礙。

又據公平會調查，多數我國下游SBC需求業者認為轉換交易對象並無明顯之困難，且參與結合事業結合後仍需面對國內外事業於我國SBC市場之競爭壓力，參與結合事業尚難因本結合案完成後恣意調漲SBC之銷售價格，所以本結合案之交易相對人或潛在交易相對人仍具有抗衡本案結合事業提高商品價格之能力，對上下游交易相對人尚不致產生不利影響。

## 本案整體經濟利益大於限制競爭之不利益

公平會審理結果認為，本結合案得認對整體經濟之利益大於限制競爭之不利益，因此依公平交易法第12條第1項規定，不禁止其結合。 

# 寄發排除專利侵害存證信函宣稱取得專利技術報告！假的啦！

隨著市場競爭愈趨激烈，專利權紛爭頻傳，尤其新型專利採形式審查，通過審查後即核准專利，新型專利權人也常藉此制度濫發警告函，甚至謊稱已取得專利技術報告。

■撰文＝吳信德  
(公平會製造業競爭處專員)

## 背景說明

F公司為箱裝富士蘋果之批發零售業者，以好市多股份有限公司（下稱好市多公司）為其主要通路商，該公司原向C公司購買展示紙箱，用以包裝富士蘋果，但民國102年9月起F公司因故不再向C公司購買展示紙箱，轉向Y公司訂購功能類似之紙箱，C公司即於民國102年9月30日分別對F公司之主要通路商好市多公司及紙箱供貨商Y公司寄發存證信函，宣稱C公司所設計之展示紙箱擁有新型專利，且已通過經濟部智慧財產局技術報告，主張好市多公司及Y公司侵害其專利權，要求禁止販售相關產品，造成F公司出貨給好市多公司之箱裝富士蘋果大幅減少，然該存證信函未具體指摘何種商品侵權，亦未檢附專利技術報告，F公司認為C公司之發函行為已違反公平交易法規定，爰向公平會提出檢舉。


## 偽稱已取得專利技術報告，影響交易秩序

C公司雖於民國101年7月1日取得展示紙箱之新型專利，但尚未取得專利技術報告，民國102年9月初C公司與F公司結束交易關係後，發現F公司仍在好市多公司賣場使用類似之展示紙箱，銷售箱裝富士蘋果，但該等展示紙箱非C公司製造，故認定該等展示紙箱侵害其新型專利。而C公司在寄發排除專利侵害之存證信函時，卻不以紙箱上所載印之F公司為發函對象，反而以未採購該展示紙箱、僅銷售箱裝富士蘋果之好市

多公司為發函對象，尤有甚者，竟在函中偽稱其新型專利已通過經濟部智慧財產局技術報告，足使受信者陷入錯誤認知。

C公司聲稱因與F公司有採購糾紛，即在F公司轉換紙箱供貨商後，選擇該公司最大通路業者寄發存證信函，且在信中虛偽表示其新型專利已通過技術報告，就重要事實予以積極欺瞞，以引人錯誤之方式，致使受信者好市多公司在F公司出清存貨後，中止向該公司採購富士蘋果。又F公司在國內箱裝蘋果市場甚有規模，且由於好市多公司乃F公司箱裝蘋果產品之主要通路，故C公司之發函行為，屬足以影響交易秩序之欺罔行為，核已違反公平交易法第24條規定。

## 專利技術報告之取得屬重要交易資訊，權利人不得欺瞞

我國新型專利採形式審查，對新型專利申請案不進行前案檢索，亦不做是否滿足實體要件之判斷，通過形式審查後就核准專利。由於此種權利相當不安定及不確定，為防止權利人濫發新型專利警告函，專利法第116條乃規定新型專利權人行使新型專利權時，如未提示新型專利技術報告，不得進行警告。新型專利權人自不得就專利技術報告取得之相關事實予以積極欺瞞或消極隱匿，否則即可能構成公平交易法第24條所稱之「欺罔」行為，影響相關市場之交易秩序。 

## 誰把陽台變不見？

精打細算積攢起來的購屋預算，如何能花在刀口上，購屋人早已絞盡腦汁，以最小的代價換得最高的效益。如果相同的預算能買到多幾坪室內空間，相信對於多數購屋人具有莫大的吸引力。然而，算盤倘若打到違法增建，例如以陽台外推方式增加室內面積，則此算盤是否真打得靈光？消費者宜三思而行。

■撰文＝徐宗佑  
(公平會公平競爭處薦派視察)

### 陽台並非室內空間

公平會發現，某家建設公司在公司網站刊載其「鴻福」建案的廣告，並於廣告中將陽台位置標示為室內空間的一部分，已經涉有就商品之用途及內容為虛偽不實及引人錯誤之表示，爰就該個案進行調查。

### 擅自增建涉及違反建築法規

公平會調查本案建案所使用的網路廣告，其中以「傢俱配置參考圖」方式呈現建物平面配置內容，並將陽台位置標示為客廳的一部分，而且未在廣告內容標示或說明陽台所在位置及範圍。消費者對於廣告進行整體觀察，容易誤認該陽台所在位置是室內空間之一部分，可比照規劃使用。然而，依照建築法規規定，建築物的增建是指增加原建築物的面積或高度，而且若並未申請當地縣市政府主管建築機關的審查許可和發給執照，不得擅自建造。另外依據內政部84年的函文表示，拆除建築物原有的外牆，另於陽台上加裝窗戶作為該建築物之外牆，使原有陽台成為居室之一部分，而增加該建築物之建築面積，必須申請建造執照許可。若再考量建築法的規定，擅自建造者，除了處以罰鍰外，並可勒令停工補辦手續，以及於必要時強制拆除其建築物，就可以了解消費者或建商倘未經主管機關核准而擅自增建，恐將涉及違法且罰則相當嚴厲。

### 審慎明辨勿盡信建商的廣告

公平會呼籲，房屋銷售廣告所描述的建物用途，是影響消費者購買與否的決定因素之一，消費者多半相信可以依賴廣告所顯示的內容來判斷購屋後的用途使用，而並不清楚廣告所刊載之用途如果違反建管法規，有遭到政府勒令拆除、改建、停止使用或恢復原狀的風險。縱然建商在答辯時表示案關「傢俱配置參考圖」於客廳空間所劃虛線僅為示意圖，係提供消費者參考選擇是否進行二次施工之用，且銷售現場已對消費者詳予說明，然而將陽台改建作為室內空間使用，是否違反建管法令以及相關的法律效果，涉及建築相關法令的解釋及認定，實在不是一般不具相關專業知識的消費者在閱覽廣告時就能從容判斷。公平會認定，相關廣告在散布時造成不當誘引交易的效果，也對刊登守法廣告的同業形成不公平競爭，已經就其商品之用途及內容為虛偽不實或引人錯誤之表示，違反公平交易法第21條第1款規定。



# “限量”好誘人！當心商品數量不足壞了購物的好心情！

近年來網路購物興起，以往在實體店面所做的限量促銷手法已搬移到網路通路上，並運用成為新品上市前的一種行銷手段。然而在民眾瘋狂搶購之際，廠商是否都依照廣告宣稱的數量提供呢？

■撰文＝吳佩璠  
(公平會公平競爭處科員)

## 背景說明

小美看著週遭朋友都用智慧型手機，興起了購買智慧型手機的念頭。這時小美看到M公司製造的平價手機於網路廣告宣稱1萬台開放搶購，心想不用綁電信門號又能以不到5,000元的價格買到手機，實在很划算，於是立即註冊M公司會員帳號，並特地於活動當日請假在家上網搶購。然而小美發現，搶購活動開始不到1秒，該公司網頁即已顯示售罄之畫面，不禁懷疑M公司是不是真的有提供1萬台手機，還只是是一個飢餓行銷的手法呢？


## 廣告宣稱販售的商品數量都真的嗎？

事實上，M公司102年底於其網站舉辦3次自身手機產品之限量搶購活動，並針對前開活動刊載「首輪10,000台開放購買」、「第二輪10,000台開放購買」、「第三輪8,000台開放購買」等語廣告，且每次活動結束後立即刊登「9分50秒手機已售罄」、「1分08秒手機已售罄」及「0分25秒手機已售罄」廣告，予相關交易人及一般大眾依廣告內容所獲得之印象為M公司於開放購買當日提供廣告宣稱之10,000台、10,000台或8,000台手機購買資格數供已預約之消費者搶購，並在宣稱的時間內均被搶購完畢。然經公平會調查，M公司於3次售罄之時間點內接受的搶購資格數均未達其廣告宣稱之數量，顯示該時間點尚有手機搶購資格，但M公司卻未釋放供消費者搶購，反而逕自結束搶購活動，已與廣告所示

數量不符。又查M公司在第1次活動前另針對資深會員及論壇版主等發放1,000多個F碼(Friend Code)，使其在活動期間無需搶購即可透過F碼購買通道購買手機。然而M公司為預留足夠手機數量給持有F碼之消費者，以保障其購買手機之權益，竟將部分搶購資格數予以保留，此非但已排擠消費者搶購之機會，且其最終搶購資格數與廣告予人之印象有異，同時亦使得參與搶購者因未能知悉廣告宣稱之手機數量尚包含保留予F碼消費者可直接購買數量而有錯誤認知與決定之虞，核已違反公平交易法第21條第1項規定。

## 結論

由於本案M公司之廣告排版以紅字呈現商品數量及搶購結束時間，不僅能吸引消費者注意，更能凸顯其商品之熱銷程度及加深消費者渴望購買之印象，對於不特定之一般大眾消費者已具有招徠與之交易的效果。因此，倘若M公司未提供廣告所示之手機搶購資格數，對於因信賴M公司廣告內容而投入時間、精力參與搶購之消費者，實應難以接受，並有可能影響其是否參與搶購之決定。

公平會呼籲，業者於廣告就其商品數量所為表示時，應於事前充分考量、善予規劃及妥為準備，無論活動係自行辦理或與他事業合作，商品內容係自行或他事業提供，均應確保廣告之真實履行，方為善盡廣告主真實表示之義務。 

# 訂定「多層次傳銷保護機構設立及管理辦法」

多層次傳銷管理法於民國103年1月29日公布施行，我國對於多層次傳銷之規範正式邁入專法管理時代。公平會依據該法第38條規定，於103年5月19日訂定發布「多層次傳銷保護機構設立及管理辦法」，俾使多層次傳銷保護機構之設立、管理有所依循。

■撰文＝賴建勝  
(公平會公平競爭處專員)

為建構完整之多層次傳銷管理法制，加強多層次傳銷事業之管理與監督，公平會所研擬之多層次傳銷管理法草案，歷經多年來努力，終於在今年初完成立法並公布施行。新法除將舊時依據公平交易法授權訂定之多層次傳銷管理辦法相關規範管理規定，提昇至法律位階，最大變革莫過於導入多層次傳銷保護機構（下稱保護機構）制度，以處理傳銷事業與傳銷商間因多層次傳銷所衍生之民事爭議業務。公平會於民國103年5月19日訂定發布之「多層次傳銷保護機構設立及管理辦法」（下稱本辦法）共分5章36條條文，其訂定重點說明如次：

## 一、將保護機構定性為財團法人，並明訂機構任務（第2條～第3條）：

衡酌參與多層次傳銷保護機構之多層次傳銷事業及傳銷商人數眾多，如將保護機構定性為社團法人，其召開會員大會難度甚高，不利於保護機構任務運作，爰將其定性為財團法人，並明訂其主要任務計有（一）調處傳銷事業與傳銷商間之多層次傳銷民事爭議；（二）協助傳銷商提起本辦法第30條所定之訴訟；（三）代償及追償傳銷事業因多層次傳銷民事爭議，而對於傳銷商所應負之損害賠償；（四）管理及運用傳銷事業及傳銷商提繳之保護基金、年費及其孳息；（五）協助傳銷事業及傳銷商增進對多層次傳銷法令

之專業知能；（六）協助辦理教育訓練活動；（七）提供有關多層次傳銷法令之諮詢服務等7大項。

## 二、保護機構之組織設計（第8條～第19條）：

保護機構最高決策單位為董事會，設董事9人，由公平會於傳銷事業、傳銷商、專家學者及公平會代表等領域人員遴（派）選之。另置監察人1至3人，由公平會就學者、專家及公正人士遴選之，負責監督保護機構業務與財務狀況，以及董事會職務之執行。又為辦理調處傳銷事業與傳銷商間糾紛業務，另設調處委員會，置調處委員11至21人，其中1人為主任委員，均由董事會遴選具備相關專業素養或實務經驗之學者、專家、公正人士，報經公平會核定後聘任。而為確保保護機構合於公益目的及社會信賴感，故於本辦法第16條明訂董事、監察人及調處委員之當然解任事由，於本辦法第17條及第18條明訂董事、監察人、調處委員及工作人員利益迴避及不得作為事項。

## 三、保護機構之保護基金及年費收取與管理運用（第21條～第25條）：

保護基金用途主要係供作代償、協助訴訟及第一年營運目的之用；年費則用於支應保護機構

日常會務運作所需之行政費用。為使基金規模常保充盈，以維持保護機構設立及運作之目的，經參酌其他保護機構之產業規模、基金規模、支出水準，同時考量傳銷產業規模、101年及102年多層次傳銷事業家數、營業額、未來保護機構運作所需代為賠償、訴訟協助、日常營運等經費之安全底限、傳銷事業與傳銷商之負擔能力等因素，規劃保護基金及年費之收取標準。

考量傳銷事業營業額具客觀、明確之納稅資料可稽，故傳銷事業之保護基金及年費收取額度乃以傳銷事業之營業額為計算基準。為避免各傳銷事業因每年營業額波動，致需不斷補繳保護基金差額，徒增傳銷事業困擾及保護機構核課作業成本，爰規劃保護基金依營業額多寡分級收取，營業額增長至次一級距者，須補足差額；同時為避免傳銷事業負擔過重，故設定繳納上限。至於年費部分，基於相同考量，亦設定繳納上限，分級收取。

傳銷事業之保護基金及年費係強制繳納，未依規定據實繳納保護基金或年費之傳銷事業，除不得請求保護機構予以保護外，將遭違反「多層次傳銷管理法」第32條第1項規定論處。傳銷事業保護基金以上一會計年度多層次傳銷營業額總數為基準，分為8個級距，繳納新臺幣（下同）5萬元至400萬元。保護基金原則僅繳納1次，惟如傳銷事業營業規模增加，致晉級至次一繳納級距者，須補足差額。傳銷事業年費部分，亦以上一會計年度多層次傳銷營業額總數為基準，分為10個級距，繳納1萬元至10萬元。

傳銷商之保護基金及年費則非屬強制繳納性質，但未繳納保護基金或年費之傳銷商，不得請求保護機構予以保護。傳銷商保護基金繳納額度為100元，亦僅須繳納1次；至於其年費額度則由公平會視基金規模於每年1月底前公告。參加2家以上傳銷事業之傳銷商，其保護基金及年費僅需繳納1份。

為管理運用保護基金及年費，保護機構須於公平會指定金融機構開立專戶，管控收入及支出。又為利公平會掌握保護機構財務狀況，規定保護機構會計制度及預、決算報告均須送公平會備查。

#### 四、保護機構之業務運作（第26條～第31條）：

調處傳銷事業與傳銷商間之多層次傳銷民事爭議、協助傳銷商提起本辦法第30條所定之訴訟、代償及追償傳銷事業因多層次傳銷民事爭議，而對於傳銷商所應負之損害賠償等，係保護機構之核心業務，為避免傳銷商僅在發生爭議之時始繳納費用，侵蝕保護機構之營運，故於本辦法第27條規定保護機構受理傳銷事業和傳銷商請求調處之條件。

調處之性質乃立基於雙方當事人之合意，以減少訴訟成本，並非剝奪當事人之民事訴訟權利，故於本辦法第29條第1項及第3項規定調處成立與不成立之情形。調處成立時，倘傳銷事業應負賠償責任，而未於30日內支付賠償，為保障傳銷商權益，同條第2項特設計由保護機構代償機制，就一定額度內先代償予傳銷商，再由保護機構向該傳銷事業追償。

於調處未成立時，傳銷商為尋求救濟，往往只能選擇民事訴訟途徑求償。為協助傳銷商訴訟求償，本辦法第30條第1項參酌消費者保護法第50條規定，就同一原因事件致20位以上傳銷商受損害或請求賠償金額達100萬元以上者，經調處雖未成立，惟經保護機構認定，傳銷事業應負賠償責任之情況下，傳銷商得請求保護機構就一定額度內先代為支付訴訟費及律師費。

須強調的是，為求保護基金之穩定，本辦法第29條第2項之代償金，以及第30條第1項訴訟協助代付金，均有額度上限，以避免危及保護機構之營運，其額度由保護機構董事會視基金規模

及營運情形擬定，報由公平會核定後實施，如有變動時亦同。

### 結語

多層次傳銷保護機構之籌設為一全新創舉，其依據之法規、設立目的、業務內容、主事者等，與業界既有之公會、協會並非相同，多層次

傳銷保護機構設立及管理辦法之訂定發布，使多層次傳銷保護之設立管理有明確法令遵循。預期該機構之成立，除提供傳銷事業與傳銷商解決多層次傳銷民事糾紛之專責調處管道外，藉由該專責機構之順利運作，將有助於形塑健全及良善之傳銷行業形象。



## 垂直結合的封鎖效果

參與垂直結合 (vertical merger) 的事業，彼此間事業活動或提供的產品具有上、下游關係，所造成的限制競爭效果並不是在同一市場發生，因此進行競爭評估時，是否會在上、下游市場造成封鎖效果 (foreclosure effect) 是重要的限制競爭考量因素。

■ 撰文 = 陳韻珊  
(資訊及經濟分析室科長)

### 前言

2014年諾貝爾經濟學獎得主Jean Tirole認為，垂直結合會產生封鎖效果並提高事業市場力，使消費者面對價格上漲的不利影響，因此競爭法主管機關對垂直結合要審慎評估。Tirole這方面的理論不但反駁芝加哥學派 (Chicago School) 主張提高效率和發揮綜效是垂直交易行為背後唯一動機，垂直結合不須要太多管制的看法，更影響歐盟「非水平結合評估處理原則」 (Guidelines on the assessment of non-horizontal mergers under the Council Regulation on the control of concentrations between undertakings) 的內容。所以我們就來談談什麼是封鎖效果，以及歐盟執委會如何對垂直結合進行評估。

### 投入封鎖與客戶封鎖

眾所周知，競爭法主管機關在評估事業結合後的實質減損競爭 (substantial lessening of competition) 效果時，依結合型態不同而有所差異。水平結合 (horizontal merger) 是具有同業競爭關係的事業結合態樣，所以通常是在同一相關市場進行評估是否會造成單方效果 (unilateral effect)、共同效果 (coordinated effect) 等限制競爭情形。而參與垂直結合 (vertical merger) 的事業，彼此間的事業活動或提供的產品具有上、下游互補關係，限制競爭效果並不

是在同一市場發生，因此在進行競爭評估時，是否會在上、下游市場造成封鎖效果 (foreclosure effect) 就成為重要的限制競爭考量因素。

至於所稱封鎖效果為何，可追溯至Salop & Scheffman (1983)<sup>1</sup>提出的提高競爭對手成本 (Raising Rivals' Cost; 簡稱RRC) 的理論主張。二學者認為，提高競爭對手交易成本是事業為排除競爭者加入市場，所採取「策略性」 (strategic) 交易安排，例如：搭售、訂定較高的薪資成本契約、獨家交易安排、提高廣告支出、訂定嚴格的產品標準...等，因此進行競爭分析時，著重在競爭對手的成本是否提高。具體運用在垂直結合的競爭評估，則是事業垂直結合後，上、下游事業已整合為一個經濟體，事業可以採取提高上、下游競爭對手成本之方式，以達封鎖或排除競爭之目的。如果事業拒絕銷售或以較高價格銷售投入要素 (input) 給下游競爭對手，限制下游競爭對手取得關鍵性投入生產要素，稱為投入封鎖 (input foreclosure)；如果事業限制上游競爭對手的銷售通路，使上游競爭對手無法取得足夠的銷售客戶，進而無法在市場持續競爭，則稱為客戶封鎖 (customer foreclosure)。

<sup>1</sup> Steven C. Salop & David T. Scheffman, *Raising Rivals' Costs*, *American Economic Review*, Vol. 73, No.2, (May, 1983), pp. 267-271. OECD, *Economic Evidence in Merger Analysis*, DAF/COMP(2011) 23.

歐盟非水平結合評估處理原則是目前對於垂直結合封鎖效果規範較為具體的規定之一，歸納該處理原則第31段至第71段內容，無論是投入封鎖或客戶封鎖，都要從以下三個面向進行分析與評估：

- 1.能力（ability）：參與結合事業是否具有封鎖競爭對手的能力。
- 2.誘因（incentive）：是否有誘因使參與結合事業採行封鎖策略。
- 3.效果（effect）：採取封鎖策略是否損害競爭。

以下將以歐盟執委會審查的TomTom/Tele Atlas結合案<sup>2</sup>為例，簡要說明如何從這三個面向評估本案的封鎖效果。值得注意的是，該結合案是下游業者併購上游業者的結合案，也是第一個運用該處理原則來評估垂直結合封鎖效果的個案。

### TomTom /Tele Atlas結合案

TomTom公司是歐洲可攜式導航設備（portable navigation devices；PND）的最大供應商，其市場占有率約為40%，同時與TomTom競爭的事業有Garmin、MiTAC和其他一些公司。參與結合的另一事業Tele Atlas是提供電子地圖資料庫的業者，它是歐洲最大的電子地圖供應商，市場占有率約為60%，而且只有Navteq一家公司與Tele Atlas競爭。本案是生產PND的TomTom要收購電子地圖資料庫業者Tele Atlas，對PND供應商而言，電子地圖資料庫是投入要素，因此歐盟執委會審查的重點就聚焦在投入封鎖的效果評估。

#### 一、封鎖能力

歐盟執委會首先評估參與結合事業Tele Atlas是否有能力以提高價格方式，導致下游競爭對手之成本被提高。依據歐盟「非水平結合評估處理

<sup>2</sup> Case No. COMP/M.4854-TOMTOM/TELE ATLAS (2008).

原則」內容，參與結合事業有能力採取投入封鎖策略要有三個條件：

- 1.具有顯著的市場力（the existence of a significant degree of market power）
- 2.該投入要素的重要性（the importance of the input）
- 3.缺少及時有效的對抗策略（the absence of timely and effective counter strategies）

歐盟執委會調查Tele Atlas的電子地圖資料庫銷售價格高於邊際成本，市場占有率超過50%，而Navteq是Tele Atlas唯一的競爭者，其提供的數位地圖涵蓋範圍與品質與Tele Atlas相當。再者，雖然電子地圖資料庫占PND成本的比例相對有限，但沒有電子地圖資料庫，PND也就無法銷售給消費者，所以電子地圖資料庫是PND的關鍵組成要素（critical component）。雖然Tele Atlas具有市場力，其產品為下游業者的重要投入要素，但是結合後還有一家地圖業者Navteq與Tele Atlas競爭，當Tele Atlas調整價格時Navteq也會隨之調整因應。另一方面，Navteq與下游Garmin簽訂有長期交易契約，契約中明定直到2015年地圖價格都會每年調降，使Garmin不會受到價格上漲的威脅，這種契約中明定價格保護的機制，將會使Tele Atlas以提高地圖價格方式封鎖下游其他PND業者的能力受到限制。

#### 二、封鎖誘因

要判斷參與結合事業是否有採行封鎖策略的誘因，上、下游事業的相對利潤是重要考量因素。就本案而言，歐盟執委會從結合後事業自上游減少的收益（例如：減少電子地圖銷售量），由下游增加收益（例如：提高PND價格與/或銷售量）回補上游收益損失的程度加以評估。執委會發現，電子地圖資料庫占PND的成本低於10%，即使地圖價格上漲10%時，PND的價格僅微幅上漲0.5%，而且有一些PND供應商並不

願意將電子地圖價格的上漲實際反映在PND的售價。執委會又對TomTom與其競爭對手（例如：Garmin）的交叉彈性進行估計，發現交叉彈性極低，因此即使競爭對手大幅提高PND價格，對於TomTom的PND需求量也不會顯著提升，更何況TomTom的競爭對手Garmin與地圖業者Navteq訂有長期契約，不但會防止電子地圖資料庫價格的提高，也會間接限制TomTom想從下游市場的利潤回補上游利潤的損失。所以執委會認為本結合案並無採行投入封鎖策略的誘因，因為封鎖策略不但會使上游電子地圖資料庫業者的銷售量減少，所減少的利潤也無法從下游利潤的增加獲得彌補。

### 三、封鎖效果

最後就採行封鎖策略的效果而言，依據歐盟非水平結合評估處理原則第47段內容，評估投入封鎖的效果，所要關注的重點是結合後下游市場的價格是否提高。執委會認為本案既然缺少參與結合事業採行封鎖行為的誘因，就不會產生封鎖效果，且相關的證據也說明結合後下游PND的價格上漲會受到限制。另外值得一提的是，消除上、下游事業的雙重加價（double mark-up）是垂直結合的好處之一，本案歐盟執委會檢視電子地圖資料庫業者與PND供應商間的合約，發現

Tele Atlas採用非線型定價方式，使電子地圖資料庫的單位價格接近邊際成本，而且數量折扣是PND產業的普遍現象，代表結合後可以消除雙重邊際化（double marginalization）而產生結合的效率（efficiencies）。

### 結語

歐盟執委會以能力、誘因與效果等3個面向，同時運用經濟分析方法處理TomTom /Tele Atlas垂直結合案，最後認為本案參與結合事業要採取封鎖策略的能力有限，且無封鎖誘因與效果，故同意此結合案。然而本案如果僅憑TomTom與Tele Atlas的市場占有率（分別為40%和60%）以及上、下游的市場結構，結合之後似乎不利競爭，但是透過嚴謹的經濟分析，說明垂直結合的封鎖效果並不明顯，代表經濟分析方法在本案扮演舉足輕重的角色，而且不論是量化分析（例如：計算交叉彈性），或是質化分析（例如：檢視契約內容），都是建構在經濟基礎（economic foundation）之上。再者，在諾貝爾經濟學獎的加持下，各國競爭法主管機關未來對垂直結合的競爭評估，看來也將會更趨嚴謹了。



## 處分罰鍰案件統計

公平會於民國100年11月23日公布修正「罰則提高特定行為之罰鍰上限」（公平法第41條），並於民國101年4月5日針對情節重大之案件訂定「違反公平交易法第10條及第14條情節重大案件之裁處罰鍰計算辦法」（以下稱「情節重大案件之裁處罰鍰計算辦法」），以遏止嚴重影響市場競爭秩序之違法行為。

根據公平會統計，本（103）年1-9月結案之檢舉案或本會依職權主動調查案以處分方式辦結110件，其中檢舉案65件，主動調查45件（圖1），計發出處分書114件，受處分事業達167家；罰鍰總額扣除全部或部分撤銷罰鍰金額後，維持處分罰鍰總額計新臺幣61億3,221萬元（其中台電向9家民營電廠購電案依公平法第41條及「情節重大案件之裁處罰鍰計算辦法」處60億700萬元）。

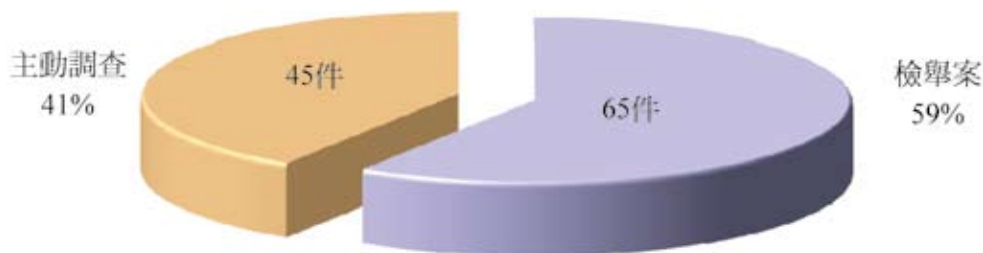


圖1 公平會處分案件統計—按案件類型分  
(103年1-9月)

自民國81年創會累計至本年9月底公平會維持處分罰鍰金額計89億2,851萬元，依涉法行為別觀察，限制競爭行為74億5,678萬元，平均每家罰鍰502萬元（若不含台電向9家民營電廠購電案則為98萬元）；不公平競爭行為9億7,053萬元，平均每家罰鍰27萬元；非法多層次傳銷行為4億1,239萬元（含違反多層次傳銷管理法235萬元），平均每家罰鍰61萬元（表1）。

表1 維持處分案件概況

單位：件；家；萬元

81年累計至 103年9月底	維持處分 罰鍰金額	違反公平交易法				違反多層次 傳銷管理法 行為
		限制 競爭行為	不公平 競爭行為	非法多層次 傳銷行為	其他	
件數	4,001	439	2,896	617	103	16
家數	5,809	1,486	3,600	656	103	16
罰鍰金額	892,851	745,678	97,053	41,004	8,881	235
平均每家罰鍰金額	154	502	27	63	86	15

說明：1.維持處分案包含仍於行政救濟階段尚未確定之案件。  
 2.限制競爭行為包括獨占行為、結合行為、聯合行為、約定轉售價格行為及妨礙公平競爭行為等。  
 3.不公平競爭行為包括仿冒他人商品或服務表徵行為、虛偽不實或引人錯誤廣告行為、損害他人營業信譽行為及欺罔或顯失公平行為等。  
 4.其他包括連續處分（公平交易法第41條後段、第42條第2項）及拒絕調查（公平交易法第43條）等。

本年1-9月維持處分罰鍰110件，罰鍰金額以未及1百萬元97件最多（占88.2%），而1億元以上之罰鍰案件1件，罰鍰金額60億700萬元。自民國81年創會累計至本年9月底，維持處分罰鍰案件計2,563件，罰鍰金額89億2,851萬元，其中未及1百萬元2,100件（占81.9%），1百萬元至未及1千萬元416件（占16.2%），1億元以上之罰鍰案件4件，罰鍰金額66億6,875萬元（占罰鍰金額74.7%）（表2）。

表2 維持處分罰鍰案件-按罰鍰金額別分

單位：件

金額 \ 年月別	總計 81-103年 1-9月	98年	99年	100年	101年	102年	103年 1-9月
總計	2 563	158	139	239	178	203	110
未及1百萬元	2 100	123	121	206	156	188	97
1百萬元至未及1千萬元	416	33	17	28	18	13	9
1千萬元至未及1億元	43	2	1	5	4	2	3
1億元以上	4	-	-	-	-	-	1

## 民國103年9、10月份會務活動一覽

- 9月2日邀請中正大學法律學系暨研究所蕭文生教授專題演講「公平交易法第41條第2項規定適用之探討」。
- 9月4日及9月23日分別於臺北市及高雄市舉辦「公平交易委員會對於不實廣告案件之處理與規範宣導說明會」。
- 9月6日及9月15日分別於澎湖縣政府及高雄仁愛之家辦理「交易陷阱面面觀」法令宣導活動。
- 9月16日於臺中市舉辦「公平交易委員會多層次傳銷法令規範說明會」。
- 9月18日於臺北市舉辦「多層次傳銷系統線上操作及其應注意事項宣導說明會」。
- 9月24日於臺北市舉辦國民中學「公平交易法種子教師研習營」。
- 9月24日於高雄第一科技大學辦理「公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營」。
- 9月26日於臺中市辦理「公平交易委員會對於加盟業主經營行為規範宣導說明會」。
- 9月29日於公平會競爭中心辦理政治大學法律學系師生「公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營」。
- 10月6日於公平會舉辦「國際反托拉斯規範與實務宣導座談會」。
- 10月8日赴屏東長青學苑辦理「交易陷阱面面觀」宣導活動。
- 10月13日於公平會競爭中心辦理文化大學法律學系師生「公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營」。
- 10月13日及16日分別赴屏東大學財務管理系及高雄第一科技大學財務管理系辦理大學院校「公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營」。
- 10月17日赴臺南縣商業會講授公平交易法。
- 10月22日於桃園縣辦理國民中學「公平交易法種子教師研習營」。



1



2



3



4



5



6

1. 公平會於臺中市舉辦「公平交易委員會多層次傳銷法令規範說明會」。
2. 公平會於高雄市舉辦「公平交易委員會對於不實廣告案件之處理與規範宣導說明會」。
3. 公平會於高雄第一科技大學辦理「公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營」。
4. 公平會於臺中市辦理「公平交易委員會對於加盟業主經營行為規範宣導說明會」。
5. 公平會舉辦「國際反托拉斯規範與實務宣導座談會」。
6. 公平會於競爭中心辦理文化大學法律學系師生「公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營」。

## 民國103年9、10月份國際交流活動一覽

- 9月4日出席韓國首爾APEC「第8屆首爾國際競爭論壇」及「第18屆競爭政策國際研討會」。
- 9月4日赴日本東京參加日本公平交易委員會「競爭法與競爭政策訓練課程」技術援助課程。
- 9月11日參加ICN卡特爾工作小組第2分組電話會議。
- 9月14日至20日參加瑞士日內瓦世界貿易組織（WTO）「我國第3次貿易政策檢討會議」。
- 9月30日至10月3日公平會於臺北市舉辦「ICN卡特爾研討會」。
- 10月6日美國司法部反托拉斯署副署長Brent Snyder先生拜訪主任委員，並專題演講「美國對於卡特爾案件之調查與起訴」。
- 10月14日參加ICN卡特爾工作小組第1分組電話會議。
- 10月19日至22日主任委員率團赴日出席於東京舉辦之「國際律師協會（IBA）年會」及「第10屆東亞競爭政策高峰會議」。
- 10月23日參加ICN機關成效工作小組電話會議。



公平會出席韓國首爾「第18屆競爭政策國際研討會」。



公平會於臺北市舉辦「ICN卡特爾研討會」。

公平會於臺北市舉辦「ICN卡特爾研討會」。



美國司法部反托拉斯署副署長Brent Snyder專題演講「美國對於卡特爾案件之調查與起訴」。

# 產業转型升级 升級要創新

「傳統+創新」升級更吸金! 為了協助傳統產業轉型，國家發展委員會於101年9月起推動「傳產維新方案」積極提升國內產業價值及發展動能!

截至103年8月底

增加**48,075**個就業人口

協助業者開發**22**項新產品

增加產值**598.95**億元

新增廠商**106**家

發展**4**家國際品牌



圖片提供：外交部、成霖企業股份有限公司、香港康板料理

行政院  
Executive Yuan

政策廣告

歡迎轉貼



資料來源：國家發展委員會

## 產學攜手 就業有我

教育部自95學年度起即推動「產學攜手合作計畫」，結合專業課程和實務訓練，讓參與學生「畢業即就業」，「上工即上手」，亦滿足國內產業人力需求。  
**產學雙贏，皆大歡喜!**



截至103學年度止

- ➔ 補助經費已達**3億8千萬元**
- ➔ 受惠學生超過**28,000**人
- ➔ 合作廠商累計近**2,800**家

學制彈性互通 結合理論實務 兼顧就學就業 促進產學連結

行政院  
Executive Yuan

政策廣告

歡迎轉貼



資料來源：教育部

# | 讀者園地 |

歡迎有興趣之讀者來信或透過本刊物電子郵件信箱ftcnl@ftc.gov.tw提出您的看法、想法，並不吝給予公平會批評、指教。

服務專線：(02) 23970339分機209

服務傳真：(02) 23278155

地址：臺北市中正區濟南路1段2-2號12-14樓

## 公平交易通訊讀者投稿資料表

基本資料			
服務單位			
單位屬性	<input type="checkbox"/> 政府機構 <input type="checkbox"/> 一般企業 <input type="checkbox"/> 學術機構 <input type="checkbox"/> 媒體 <input type="checkbox"/> 其他		
連絡人		電話	
行動電話		電子郵件	
投稿類別	<input type="checkbox"/> 建議內容 <input type="checkbox"/> 投稿		
附檔	<input type="checkbox"/> 文字檔 個	<input type="checkbox"/> 圖檔	個 (須為300dpi以上)

## 公平交易通訊

發行人：吳秀明

總編輯：許淑幸

副總編輯：吳德生

編輯委員：卓秋容、陳俊廷、孫雅娟、吳丁宏、葉添福、鄭家麟、李月嬌、賴筱綾

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103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：每冊新臺幣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：科藝彩色製版印刷有限公司

電話：(02) 2302-0406

地址：臺北市萬華區大理街157號3樓之2



「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