

# 行業導正計畫內容報導

由於公平交易法在我國尚屬首創，國內部分事業基於其產業特性、交易習慣等因素，仍存有若干不公平競爭行為。而基於該等不公平競爭行為皆屬業界所共通者，如個別處分不但耗費時日，且成效亦屬有限，因此本會於八十二年與八十三年即陸續針對多項行業進行導正。為使讀者瞭解行業導正計畫內容，特別就大型流通業、銀行業、多層次傳銷業、女性內衣業、電腦技能補習業、眼鏡業、建築業、電器商品連鎖零售業、燈飾業等之導正內容，由本會同仁逐一擇其重點摘要，並刊登於本季刊，供讀者參考。

## 壹、大型流通業經營行為導正計畫

### 一、緣 由

隨著國民消費型態改變，國內流通業亦興變革，大型流通業挾其雄厚資金，以低成本、低售價之經營方式，對傳統批發、零售業造成嚴重衝擊，其有無涉及違反公平交易法廣受注目，為達維護交易秩序及確保公平競爭之目標，爰對大型流通業之交易行為態樣涉有違反公平交易法者進行導正。

### 二、導正範圍

經營日用雜貨之大型量販、便利商店、百貨、超市及消費合作社等。

### 三、導正內容

本計畫所導正之行為態樣計有：(一)大型流通業銷售時不得利用其市場地位向供貨廠商不當收取附加費用，如上架費等；(二)大型流通業於合約書中不得要求供貨商給予最優惠價格之條款；(三)流通業所訂「下架」條件應透明化；(四)流通業設有物流中心者其缺貨責任歸屬應明確；(五)缺貨罰款之計算應合理；(六)大型流通業有特定銷售對象者應嚴格驗證等六項。

#### (一)大型流通業銷售時不得利用其市場地位向供貨廠商收取附加費用：

1. 依本會委託地方主管機關對大型流通業所做調查，向供貨廠商收取附加費用之大型流通業家數計有五十九家，收取費用種類計有上架費、月扣獎勵金、

年終獎勵金、展店獎勵金、贊助費、陳列管理費、新品登錄費、新開幕贊助金、週年慶贊助金、促銷費、推廣展示費、DM費、燈箱廣告費、獎勵金、新品費用、新店贊助金、廣告贊助金、新品廣告贊助費、新店廣告贊助費、特殊陳列費、物流費、行銷基金、海報廣告贊助金等約二十三種。

2. 本會就該問題曾於八十三年六月二十一日、八月六日、十二月二日，邀請學者、專家、業者舉辦三場公聽會，會中與業者達成三項共識：(1)大型流通業向供貨商收取附加費用以將風險轉嫁給供貨商之行為將予禁止；(2)大型流通業與供應商並無協定該項費用，而於該項費用發生後，大型流通業將費用攤派給供應商之行為應予禁止；(3)大型流通業得否向供貨商收取附加費用以將經營成本費用轉嫁給供應商，將再行研商以決定。
3. 公平交易法第十九條第六款規定，事業不得以不正當限制交易相對人之事業活動為條件而與其交易，另同法第二十四條規定，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。大型流通業向供貨商收取附加費用之行為，經本會舉辦七場說明會與業者溝通後，本諸共識及溝通結果，原則為除風險之轉嫁及事後攤派費用兩種附加費用應予禁止外，其他屬於經營成本費用之轉嫁的附加費用，其收取須合於下述條件方可收取：(1)事先於契約中訂明(2)銷售金額超過預定目標可要求提供獎勵金(3)共同辦理推廣，對供應商名稱或產品加以廣告促銷，有助於供應商或產品商譽或知名度提升，其所實際支出之廣告支出，屬該廠商應支付部分，可收取，但應於該期間完成後，對支付之廠商提出書面報告，否則其收取附加費用之行為，即涉有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情事，違反公平交易法第十九條第六款之規定，或涉有顯失公平之情事，且足以影響交易秩序，違反公平交易法第二十四條之規定。

#### (二)大型流通業不得要求供貨商給予最優惠價格之條款：

1. 依本會委託地方主管機關對大型流通業所做調查，要求供貨商給予最優惠價格之大型流通業計有五十八家，其方式有口頭約定、契約訂定、簽切結書等方式。
2. 本會就該問題曾於八十三年六月二十一日、八月六日，邀請學者、專家、業

者舉辦二場公聽會，會中與業者達成共識，即大型流通業要求供貨商給予最優惠價格之條款應予取消。

3.公平交易法第十九條第六款規定，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，有妨礙公平競爭之虞者，事業不得為之；另同法第二十四條規定，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。大型流通業因其市場力量相對較供貨商大，因此常以契約或口頭等方式約定，要求供貨商給予最優惠價格，且又對供貨商之末端零售價加以查核，以檢視供貨商是否履行給予其最優惠價格，若發現供貨商未履行則加以處罰，此種大型流通業利用其市場力量相對較供貨商大而要求供貨商給予最優惠價格之行為除已涉有以不正當限制交易相對人之事業活動為條件，而與其交易之行為外，亦涉有欺罔或顯失公平之行為，且足以影響交易秩序，涉有違反公平交易法第十九條第六款或第二十四條之規定。

### (三)大型流通業所訂「下架」條件應透明化：

- 1.依本會委託地方主管機關對大型流通業所做調查，有讓供貨商了解其所訂之「下架」條件之大型流通業計有七十一家，其方式為口頭、契約書面公文等方式。
- 2.本會就該問題曾於八十三年六月二十一日、八月六日，邀請學者、專家、業者舉辦二場公聽會，會中與業者達成共識，大型流通業所訂「下架」條件，應予透明化。
- 3.公平交易法第二十四條規定，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。供貨商將貨供給大型流通業之比率，隨著大型流通業之發展，其比率也愈來愈高，若大型流通業突然拒絕銷售其產品，供貨商將很難找到其他替代通路，何況供貨商為取得上架機會，可能已付給大型流通業某一金額之上架費或其他費用，大型流通業斷然拒絕供貨商上架，供貨商所支付之上架費或其他費用也無法收回，是以，若大型流通業未明定「下架」條件，在收取供貨商上架費或其他費用後，無正當理由地對供貨商產品予以下架，似涉有欺罔或顯失公平之情事，且足以影響交易秩序，涉有違反公平交易法第二十四條之規定。

(四)流通業設有物流中心者，其缺貨責任歸屬應明確：

- 1.依本會委託地方主管機關對大型流通業所做調查，大型流通業設有物流中心者計有十六家。
- 2.本會就該問題曾於八十三年六月二十一日、八月六日，邀請學者、專家、業者舉辦二場公聽會，會中與業者達成共識，大型流通業設有物流中心者，其缺貨責任應有明確規範。
- 3.公平交易法第二十四條規定，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。大型流通業對供貨商缺貨常訂有罰則，若其自設有物流中心配送，而未明確規範缺貨責任，將缺貨責任完全推給供貨商，則似涉有欺罔或顯失公平之情事，且足以影響交易秩序，涉有違反前項規定。

(五)缺貨罰款之計算應合理：

- 1.依本會委託地方主管機關對大型流通業所做調查，大型流通業訂有缺貨罰則者計有十三家。
- 2.本會就該問題曾於八十三年六月二十一日、八月六日，邀請學者、專家、業者舉辦二場公聽會，會中與業者達成共識，缺貨罰款之計算，不宜累計複算。
- 3.公平交易法第二十四條規定，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。大型流通業對供貨商缺貨加以處罰似屬合理，惟若利用供貨商缺貨期間，不當的增加訂貨數量，或累計複算，以求提高罰款金額，則似涉有欺罔或顯失公平之情事，且足以影響交易秩序，涉有違反前項規定。

(六)大型流通業有特定銷售對象者應嚴格驗證：

- 1.有關大型流通業有特定銷售對象者應嚴格驗證之問題，本會曾對萬客隆、全聯社、機關社、中聯社等進行約五十三次之查核，發現其驗證情形不甚理想，除對萬客隆、全聯社、中聯社及有限責任台北市機關學校員工商業合作等十一家機關社加以處分外，另對全聯社、萬客隆處以五十萬元之罰鍰。
- 2.有特定銷售對象之大型流通業若因驗證不實，銷售對象擴及非社員，將對一

般零售業者形成不公平競爭，且足以影響交易秩序，違反公平交易法第二十四條之規定。

#### 四、導正期限

大型流通業有特定銷售對象者應嚴格驗證，須立即為之及契約中與前五項導正項目中所述違反情事有關之約款，應即停止適用者外，供貨商與大型流通業者訂有契約者於舊契約到期另訂新契約時，對應於契約中載明事項，如下架條件等，應載明，對於契約中不該記載項目，如最優惠條款等，不應載入；未定契約者於八十四年七月一日以後，不得再有上開行為，所訂契約也應符合上開原則。（第一處 吳金榮）

### 貳、銀行業經營行為重點導正計畫

一、依據本會八十三年一月五日第一—八次「事業行為重點查察與導正計畫」案決議辦理。

二、目的與法律依據：

我國銀行業長期處於強勢地位，各項經營行為多未經檢討，開放新銀行設立二年來，情勢依舊，新舊銀行仍相互抄襲沿用，致生一致性之結果，未能發揮市場機能，且置交易相對人於無選擇的不對等地位。銀行經營行為以定型化契約最具代表性，爰擇定與企業經營者及大眾關係最為密切之「借貸」契約中七種交易條件類型為導正項目。

三、適用法條：公平交易法第二十四條。

四、辦理經過：

(一)八十二年六—十二月研理台灣銀行等三十五家行庫十三種存放款契約共五百二十六份，篩選出九類涉嫌不平等條款。

(二)遵八十三年三月二日第一二五次委員會議決議，再確定導正項目。經再就十五種銀行借貸契約，共一百三十三份，以民法之相關規定為衡量約定事項是否公平之依據，篩選出各行庫不利於其交易相對人之六項約款，包括「要求主債務人之保證人、連帶保證人必需拋棄民法保證章節賦予保證人之權利規定」、「未到期債權之抵銷權行使」、「抵充權之約定」、「債務人債信不足時，強制拋棄期限利益」，

且債權人免除通知義務」、「不確定概括條款之導守」、「義務之不對等」等。

(三)八十三年六月二十八日邀請財政部金融局、學者、專家及十家金融行庫召開「銀行業經營行為重點導正計畫」公聽會，就本會所篩選銀行借貸契約之六項約款進行討論。

(四)八十三年八月十八日邀請金融局、銀行公會召開「研商銀行借貸契約部分內容與公平交易法之適用問題」座談會，除銀行公會保留部分意見外，大體上與會單位對本會所提借貸契約條款獲有共識。

(五)八十三年十月五日第一五六次委員會議，決議進行導正銀行定型化契約，並決議進行導正前再與金融局、銀行公會就導正項目溝通取得共識，另涉消保法部分依本法第九條第二項規定，請消保會處理。導正項目另加「確定抵押權擔保之範圍」一項。

(六)八十三年十月二十四日及十一月十七日兩次召開「研商銀行借貸契約部分內容涉及公平交易法之問題」座談會，與財政部金融局及銀行公會對本會提出之七項借貸契約約款達成共識，為今後銀行借貸契約修正方向之最低標準：

1. 「民法保證章節抗辯權之拋棄」：(1)保證人之債務應貫徹從屬性原則，(2)保證債務之約款，不得有排除民法第七百四十一至七百四十四、七百五十一至七百五十三、及七百五十五條之規定。但工商貸款契約條款涉及民法第七百五十五條規定者，得由銀行與工商業者個別商議。
2. 「未到期債權之抵銷權行使」：

目前銀行條款如左：

借用人倘未能依照本借據清償本借據本息時，借用人同意寄存 貴行之各種存款及對貴行之一切債權，縱其清償期尚未屆至，貴行得以之行使抵銷權。又如借用人有他項財物存於貴行，或如將來 貴行代借用人收到款項， 貴行均有權留置或抵銷。

應修正方向：

有左列三種情形之一者，銀行不得行使抵銷權：

- (1)法令有禁止抵銷之規定者。
- (2)當事人有約定不得抵銷者。

(3)基於無因管理或第三人因交易關係經由委任該銀行向借款人付款者。

3.「抵充權之約定」：銀行處分擔保物所得價金，或（及）抵償金額，如不足抵充借款人所負全部債務者，應依民法第三百二十一至三百二十三條之規定為抵充。但銀行指定之順序及方法較民法第三百二十三條之規定更有利於借款人者，從其指定。

4.「債務人債信不足時，強制拋棄期限利益，且債權人免除通知義務」：

目前銀行條款如左：

立約人對貴行所負之一切債務，如有左列情形之一時，無須由貴行事先通知或催告，貴行得隨時減少對立約人之授信額度或縮短借款期限，或視為全部到期：

(1)任何一宗債務不依約清償本金或利息者。

(2)破產法上和解之開始，聲請裁定重整、強制執行、假扣押、假處分、經票據交換所通知拒絕往來、停止營業，清理債務者。

(3)對於借款用途與申請計畫用途不符或運用不當者。

(4)違背或不履行本約定事項約定條款之一者。

(5)除前述各款外，發生其他信用不良有保全債權必要之相當理由發生者。

應修正方向如左：

銀行行使加速條款事由，以左列情形為限：

(1)任何一宗債務不依約清償本金時。

(2)依破產法聲請和解、聲請宣告破產、聲請公司重整經票據交換所通知拒絕往來、信止營業，清理債務時。

(3)依約定原負有提供擔保之義務而不提供時。

(4)因死亡而其繼承人聲明為限定繼承或拋棄繼承時。

(5)因刑事而受沒收主要財產之宣告時。

(6)任何一宗債務不依約付息時。

(7)擔保物被查封或擔保物滅失、價值減少或不敷擔保債權時。

(8)立約人對銀行所負債務，其實際資金用途與該銀行核定用途不符時。

(9)受強制執行或假扣押、假處分或其他保全處分，致銀行有不能受償之虞

者。

銀行依前開第(6)－(9)事由行使加速條款應於事先以合理期間通知或催告立約人。

銀行公會應按季蒐集各金融行庫實施加速條款之件數及案例供公平交易委員會參酌。

#### 5. 「不確定概括條款之遵守」：

目前銀行條款如左：

除本契約各項條款外，立約人願遵守有關法令，暨貴行或銀行公會所定現在及將來之一切規章，並將該法令、辦法及規章，視為本契約之一部。

應修正方向：

除借貸契約本約及附約各項約定外，如有未盡事宜，應由雙方另行議定。

#### 6. 「確定抵押權擔保之範圍」（最高限額抵押權）：

目前銀行抵押權擔保條款如左：

擔保物提供人所提供之本抵押物之擔保範圍，包括債務人對抵押權人 銀行股份有限公司（包括總行及所屬各分支機構）現在（包括過去所負現在尚未清償）及將來所負在本抵押權設定契約書所定債權本金最高限額內之借款、票據、墊款、保證、損害賠償及其他一切債務暨其利息、遲延利息、違約金、實行抵押權費用與因債務不履行而發生之損害之清償。

應修正方向：

(1)上開條款，關於最高限額抵押權所擔保債權範圍之約定，宜適時配合民法物權編修正草案初稿第八百八十三條之一之增訂條文，作適法之約定，使之在今後抵押契約簽訂中，逐步回歸至因授信關係所生之債務。

(2)未修正前，上開條款中有關最高限額抵押權之擔保債權範圍之「保證」部分，建議由銀行授信人員向抵押人詳為解說，或以紅色或大型粗黑字體（或線條）印載，以喚起抵押人之注意，俾便其與銀行商議是否將本部分納入擔保範圍之內。

#### 7. 「義務之不對等」：請各銀行自競爭服務觀點斟酌訂定。例如銀行於借款人清償抵押權所擔保之債權後，應即協力辦理塗銷抵押權登記。

五、基於維護競爭機能之立場，上開共識並不意謂未來銀行修正其借貸契約條款時，應以之為標準條款全數仿襲，換言之，上開共識是為最低標準，各銀行仍得斟酌自身情形，研訂更利於交易相對人之條款。又導正期限定至八十四年六月三十日止，同年七月一起業者須全面配合改正。

## 六、本案導正內容業經研議完成，後續執行事宜如后：

(一)函請各金融機構配合辦理，並請財政部及銀行公會協助。

(二)編製宣導資料：由本會編製宣導手冊五千冊，內容包括銀行借款契約七項修正條款及本會個案導正案例（如信用卡循環信用利息案），寄送相關公會、金融機構等。預計於八十四年三月底前編印完成。

(三)追蹤查察執行情形：依本會所定導正期限，分別查察各金融機構執行情形，如有未配合改正情形，依法處理。

(四)撰寫本導正計畫報告。

## 七、本案導正內容除銀行借貸契約七項修正條款外，個案導正案例如左：

### (一)設定抵押權登記規費轉嫁

1. 導正內容：金融機構加以特約轉嫁土地法第七十六條所定之登記規費擔，應於簽訂契約時，以個別商議之方式為之，並載明於「特別條款」中。
2. 導正期限：導正期限定至八十四年二月二十八日止，同年三月一起業者須全面配合改正。
3. 說明：本導正內容著重締約過程之公平，未依上開方式簽訂者，違反公平交易法第二十四條之規定。

### (二)定期儲蓄存款逾期處理相關資訊揭露

1. 導正內容：金融機構應事先在契約或類似書面資料中，明白記載有關定期儲蓄存款逾期處理辦法等規定，以告知存款人有關資訊，俾利其作最適切之選擇。
2. 導正期限：導正期限定至八十四年二月二十八日止，同年三月一起業者須全面配合改正。
3. 說明：本導正內容著重交易資訊充分透明，未依上開內容調整相關作業者，有違反公平交易法第二十四條規定之嫌。

### (三)信用卡循環信用利息計算

#### 1. 導正內容：

(1)為利息計算之透明化，循環信用起息日不得早於實際撥款日。

(2)應於契約中以淺顯文字輔以案例具體說明計息方式、利率。

#### 2. 導正期限：導正期限至八十三年十二月三十一日止，八十四年一月一日起業者須全面配合改正。

#### 3. 說明：本導正內容著重交易資訊充分透明，未依上開內容調整相關作業者，違反公平交易法第二十四條之規定。

### (四)支票存款留存金額資訊透明

#### 1. 導正內容：金融機構如要求支票存款戶留存一定金額，應於契約中明定存款餘額，調整之通知及生效時間。未達存款數額之效果，如扣繳定額費用、或信止使用支票。

#### 2. 導正期限：導正期限定至八十四年五月三十一日止，同年六月一日起業者須全面配合改正。

#### 3. 說明：本導正內容著重交易資訊充分透明，未依上開內容調整相關作業者，違反公平交易法第二十四條之規定。

### (五)辦理建築融資業務要求營造廠放棄法定抵押權

#### 1. 處理原則：為保障營造廠商權益，並兼顧金融秩序及尊重金融主管機關權責，宜由財政部依金融法規，要求銀行業於建築融資撥款作業審查建築業者資金流向時，須有營造廠出具之上期工程款收款證明或其他證明，並由中央銀行於實施金融檢查時注意銀行業者執行情形。視其實施成效，必要時再依公平交易法規定處理。

#### 2. 說明：對於本類型爭議，本會保留介入權，視金檢機關執行相關規定後，再行處理。（第一處 楊偉文）

## 參、多層次傳銷事業查察與輔導計畫

### 一、緣起：

自公平交易法及多層次傳銷管理辦法相繼實施後，國內多層次傳銷事業，有日

益增加之趨勢，依據管理辦法規定，多層次傳銷事業於營業前須向本會提出報備，在八十一年底時，報備之家數僅有二二六家，八十二年底時增加為三五二家，而迄目前則已突破四百家，曾經加入過多層次傳銷事業者，也由八十一年底之一一八萬六千人，增加至八十二年底止之一六〇萬四千人。過去兩年多以來，已有二十六件因違反多層次傳銷管理辦法規定之多層次傳銷公司或其參加人，經本會分別處以新台幣五萬元至五十萬元之罰鍰，其中並有五家公司因情節重大，本會並處以停止營業或勒令歇業之處分。經由處分這些違反規定之多層次傳銷事業，使得十餘萬名遍布全省參加人之權益不再受到侵害，且這些案例經大眾媒體報導後，對於企圖透過此種不當行銷方式，以達斂財目的之不肖業者，已產生嚇阻作用，使國內多層次傳銷業正朝良性的方向發展。有鑑於國內從事多層次傳銷之事業有日益增加趨勢，而參加人數亦隨之有增無減，本會仍有必要加強規範多層次傳銷事業及導正不正當多層次傳銷行為，以保障多層次傳銷事業參加人之權益及促進多層次傳銷事業之健全發展，爰訂定「多層次傳銷事業查察與輔導計畫」，於八十三年七月至十二月間執行。

## 二、計畫內容：

本計畫係以(一)防制違法(二)檢查輔導(三)資訊公開及(四)加強宣導等四項為細部工作項目，以達到有效規範多層次傳銷事業不正當行為之目的，各項目之細部工作計畫如下：

### (一)防制違法

#### 1.建立管理系統：

洽商本會統計室共同建立多層次傳銷事業管理系統，將報備多層次傳銷事業之各項有關資料，包括基本資料、檢查紀錄、個案調查紀錄、經營概況調查紀錄、違法處分紀錄等，予以有系統性完整建立管理檔案。

#### 2.建立犯罪防制網：

與法務部調查局、內政部警政署共同建立犯罪防制網，除平日所獲民衆反映個別公司情報資訊相互傳遞外，重大案件於調查進行時，協調警調單位配合偵辦。

#### 3.進行個案調查：

民衆檢舉或本會依職權主動對可能涉有違法之重大案件，結合警調單位及地方主

管機關人力進行個案調查。

#### (二)檢查輔導

##### 1.定期檢查：

依多層次傳銷管理辦法規定，派員檢查傳銷事業應於主要營業所備置之各項書面資料，並查核其實際營業行為與向本會報備之內容是否相符及有無違反管理辦法之處，每月對特定對象或以隨機抽樣檢查十家，檢查結果並按月彙整簽報。

##### 2.輔導改正：

對不瞭解管理辦法內容致有不符管理辦法規定，惟尚無影響參加人權益者，於檢查時即輔導業者立即改正，必要時要求業者將改正情形函告本會，並以通知函或於公司期刊公告之方式儘速告知其參加人。

##### 3.處分違法：

對於查得違反管理辦法規定且已使其參加人權益受到損害者，則將檢查結果專案提報委員會，給予適當之處分，並限期命其改正，以保障參加人權益。

#### (三)資訊公開

##### 1.公布報備事業基本資料：

將已向本會報備之多層次傳銷事業基本資料，含事業之「名稱」、「電話」、「地址」、「統一編號」等，按季刊登於本會公報上，並定期寄送地方主管機關、警調單位及相關協會以建立情報交流系統。

##### 2.發布商品價格資訊：

將多層次傳銷事業未涉商業機密之商品價格資訊部分，選擇具有同質之項目予以公開，商品項目擬以較受一般消費者關注者，包括營養保健食品、美容保養品等。

#### (四)加強宣導

##### 1.舉辦宣導說明會：

擬與地方主管機關共同於台北市、台中市、高雄市等多層次傳銷事業家數較多之都市，分別以多層次傳銷業及一般民衆為對象，舉辦二至三場宣導說明會，會中擬說明有關多層次傳銷之法規、案例，並回答與會者所提之問題，期透過與業者及民衆之溝通，了解業者經營實況及所遭遇之困難，協助業者解決問題以收預防

之效。

### 2. 發送宣導資料：

本會業將以往對多層次傳銷事業所做之處分、解釋、訴願案、以及有關刑事判決等案例編印成「多層次傳銷案例彙集」，並寄送各多層次傳銷事業及各地方主管機關，提供給從事多層次傳銷者及一般民衆索取參考。該彙集除繼續於本會服務中心提供民衆索閱外，並為本會所辦宣導說明會之重要資料。

### 3. 發布本會重要處分：

凡本會委員會議決議對多層次傳銷事業處分時，主動簽擬新聞稿，以運用大眾媒體之報導力量，促成業者正常發展，一般社會大眾不致因對多層次傳銷缺乏正確認識而受騙、受害。

## 三、執行情況：

本會自八十三年十月至同年十二月止，業分別於台北市、高雄市、及台中市共舉行七場「多層次傳銷宣導說明會」。此次宣導說明會以講習多層次傳銷事業相關處分案例、通案導正行為與雙向溝通為主，每場次發言情形均製成完整會議紀錄。另於八十四年一月六日召集相關地方主管機關舉行「多層次傳銷事業宣導說明會」執行成效檢討會。會中各地方主管機關多肯定本會以宣導會方式導正多層次傳銷業之交易秩序，並對宣導會進行方式、充實宣導資料等議題提出具體建議，期能擴大宣導效果，加強業者與民衆對公平交易法暨多層次傳銷管理辦法之認識及供爾後宣導之參考。本計畫之工作項目除舉辦宣導說明會以加強對一般民衆之宣導，已如前述與地方主管機關如期舉辦完成外，另有關(一)防制違法(二)檢查輔導(三)資訊公開等項，屬經常性業務，將持續加強辦理。（第三處 龔欽龍）

## 肆、女性內衣業查價專案

### 一、緣起

鑑於以往國內女性內衣交易型態常有上游製造商約定轉售價格之現象，導致下游業者無法自由訂價或促銷，影響市場交易秩序與消費者權益，為瞭解公平交易法實施後，業者有無涉及違反公平交易法相關規定情事，案奉 核定，依上下游業者在經銷過程中有無維持轉售價格之約定或為其他不公平競爭之原則，選定女性內衣

業進行調查。

## 二、產業概況

目前國內女性內衣業者並未成立公會，全國女性內衣業者之家數及品牌種類尚難精確統計，經查較具知名度之品牌計有華歌爾、黛安芬、欣姿芳、心心、媚登峰、露蒂芬、奧黛莉、瑪嘉烈莉等，其中以華歌爾、黛安芬兩大品牌遙遙領先，市場占有率二家合計約為百分之三十，至於知名之進口品牌如 LD PERLA 、 Rien 等近來也開始受到消費者之注意。

## 三、調查情形

為瞭解女性內衣市場之交易習慣、訂價策略、行銷通路及廠商販售之標示價格與實際售價情形，曾先以消費者身分至北、中、南大都市之百貨公司、專賣店及零售店進行訪查，訪查範圍乃鎖定二家國內廠商及二家進口廠商（廣告出現頻率較高）之特定型號，訪查結果發現除百貨公司可憑 VIP 卡打九折之外，上述經本會選定之特定型號之女性內衣之售價係全省統一，並未發現商品標價與實際售價有差距懸殊之現象。

## 四、調查結果

(一)據本會調查在百貨公司之專櫃、其他專賣店或零售店，女性內衣業者於銷售時，均依內衣吊牌上之「牌價」出售，而該牌價因係上游廠商或製造商於內衣出廠時已經附加，故而同一品牌同一型號之女性內衣在全省之售價乃形成統一之情形。此情形之產生，究其原因，可能緣於女性內衣之尺寸、型號繁多，銷售人員須經過事先訓練，故專櫃之售貨小姐向來均由內衣業者自行負責招募培訓後，始分派至各百貨公司之專櫃或其他專賣店、零售店，因其薪資係由內衣業者支付，且專櫃小姐負責銷售之經銷點有高達百分之八十者，故自易形成同一品牌同一型號之內衣售價全省相同。

(二)女性內衣全省統一售價之現象由來已久，在公平法實施後，業者與百貨公司之經銷合約中，雖然沒有約定轉售價格之明文規定，但仍有「實價不得高於其他零售店價」之約款，且違反上開約款者有論以違約之處罰，基於女性內衣售價目前均依吊牌上之定價銷售，故上述契約內容已涉及有違反公平交易法第十八條規定。

(三)本會邀集內衣業者及百貨公司召開座談會，就內衣全省統一售價及契約內容進行

研商，以促使業者配合改正。（第三處 劉久瑛）

## 伍、電腦技能補習業查察與導正計畫

### 一、緣起

國內電腦補習業者經常有假藉政府機構之職訓中心名義或宣稱輔導就業、學費全免或以法人機構或多家廠商協辦、委訓、贊助等為訴求刊登廣告以招徠生意之情事。而該等廣告訊息如有不實，足以破壞同業之公平競爭，並使消費者因錯誤之認識而無法作合理正確之判斷與選擇，有損消費者之利益，本會前曾查處過類似之案例並經提會討論決議予以處分。為維護交易秩序與消費者利益，確保公平競爭，實有加以查察與導正之必要，又為期此項計畫有效進行，爰將「電腦技能補習業查察與導正計畫」列為八十四年度「事業行為重點查察與導正計畫」之一。

### 二、調查情形

本會依細部工作計畫進度，以台北市、台中市及高雄市等業者為範圍，共選定十二家業者進行調查，據調查顯示：

- (一)核准設立情形：調查中僅有七家核准設立補習班，其餘五家分別為一家為職業訓練機構、二家業者與大專院校以辦理推廣教育方式經營及二家未核准設立補習班。
- (二)廣告主體：除財團法人聯合資訊職業訓練中心廣告之名稱與許可名稱相同外，其他有稱專業訓練中心、人才教育中心、研究發展中心等等，莫衷一是，完全看不出有任何屬補習班字樣。其中尚有二家廣告主體特取部分與核准設立補習班名稱特取部分不符。
- (三)廣告刊登「學費全免」、「補助全額學費」者共有六家，其中一家屬財團法人，該學費全免係依據其核報主管機關備案之電腦職業訓練推廣辦法辦理。另外五家並無證據證明確實有補助學費或免學費，其中尚有一家承認該用語有「花招」、「噱頭」之意。
- (四)廣告有引人誤為政府機關之職訓中心或與政府機關有關者，有公費招訓及故意於廣告主體前刊印「中華民國」。
- (五)其他虛偽不實或引人錯誤之廣告，則有「凡報名上課即送台澎來回機票」、「選

擇優良電腦教育中心」及「課程最齊全、規模最大、學費最經濟、電腦設備最新、委訓求才資訊最多」。

### 三、召開座談會

經於八十三年十二月十六日邀請主管機關、電腦補習業者及相關公會等舉行公聽會溝通協調，獲致下列結論：

- (一)業者不得於廣告上為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。
- (二)建議業者應依短期補習班設立及管理規則第十四條規定，「補習班招生廣告內容，以班名、班址、……、收費標準為限」，及同規則第十三條則規定「補習班之班名，應照核准立案之名稱全名書寫」，於廣告上明確表示其為電腦補習班。
- (三)改正期限至八十四年元月十五日為止。
- (四)立案補習班涉及不實廣告，由教育主管機關處理，未立案之業者涉及不實廣告，由本會處理。

四、前述座談會結論經本會八十四年元月四日第一六九次委員會議討論通過。目前導正期限已過，今後業者如再有廣告不實情事，公平會將依法處分。（第三處林曉鴻）

### 陸、導正眼鏡業價格標示專案計畫

#### 一、緣起：

鑑於國內眼鏡業所販售商品之標價與實際售價差距懸殊，影響市場交易秩序與消費者權益甚鉅，雖省、市眼鏡商業同業公會多年以來推行誠實標價運動，已見若干成效，惟仍有部分業者在商品上標示較高價格，再以高折扣率方式降低實際交易價格，致使消費者誤認係以較低價格購得，顯有違反公平交易法第二十一條規定之虞，本會爰訂定「導正眼鏡業價格標示專案」計畫。

#### 二、導正經過：

- (一)本會於八十二年八月卅日及九月六日主動邀請眼鏡業者、公會代表召開「導正眼鏡業價格標示座談會」，會議情形及結論經提本會八十二年九月二十九日第一〇四次委員會議討論通過，決議眼鏡販售業者至遲應於八十三年二月底前，調整其

零售標價型式，儘可能按實價販售，避免以不合理之價格誤導消費者作正確選擇。

(二)本會於第一〇四次委員會議後即發布新聞資料，並於八十二年十月八日將該決議內容函請臺灣省、高雄市及台北市等眼鏡商業同業公會轉知所屬會員查照辦理。

又對於眼鏡業價格標示之導正期限將屆，本會爰於八十三年一月二十五日再次函請臺灣省等三眼鏡公會轉知所屬會員：本會將於導正期限後，即八十三年三月起派員重新調查業者之交易行為，倘查有違反公平交易法情事，即依法處理。該三公會除轉知會員外，並於「台北眼鏡報導」刊物中公告周知全省各眼鏡業者。

(三)自導正期限後，即八十三年三月起爰派員分批調查業者交易情形，受調查事業大多按標價固定折扣數出售，即消費者入店詢價時，店員即表示依標價幾折出售，惟折扣情形不一。調查情形經提本會八十三年五月十八日第一三六次委員會議討論通過，若業者「長期」且「持續性」以「高折扣」方式販售，即應加以處分。

(四)案經本會將追蹤調查結果提報委員會議討論，於第一四三次、一四九次、一五五次及一五九次委員會議決議計處分十家眼鏡販售業者在案。

### 三、追蹤檢討：

(一)為追蹤經本會處分業者改正情形並繼續追蹤其他眼鏡販售業者價格標示情形，經本會第一四三次委員會議暨七月二十二日「行政院公平交易委員會與地方主管機關業務協調會報」第四次會議討論案一決議，委請各地方主管機關協助追蹤調查。

(二)另為廣徵社會大眾意見並檢討執行成效，經本會第一六〇次委員會議決議，於八十三年十二月十六日邀請學者、專家、消費者文教基金會、眼鏡商業同業公會及業者代表，就「如何規範眼鏡零售業者折扣行為」舉行公聽會，與會人員對本會對眼鏡業導正情形均持正面肯定，會議結論建議請臺灣省等三省、市眼鏡公會與會員協商取得共識，並提出具體可行之建議，函送本會參處，經該三公會於本(八十四)年一月十一日函復本會表示對銷售習慣之彈性議價空間以不超過一成(即九折)為原則，並建議自本年三月一日起施行，與本會處理眼鏡業標價不實案件之決議顯有共識，並能全力配合。

### 四、結果：

經各地方主管機關協助追蹤調查查覆情形，絕大多數業者已調整其零售標價型式，並均能按實價販售，而本會導正眼鏡價格標示行為以來，業者配合實施標價即售價精神，產品明確實價後，已廣受消費大眾接受，深獲佳評。惟對少數業者若仍「長期」且「持續性」於產品上標示較高定價，再以「高折扣率」方式降低實際交易價格，將繼續追蹤調查處理，並依法加以處分。（第三處 葉添福）

## 柒、建築業重點查察與輔導正計畫

### 一、緣起

公平交易法實施後對建築業競爭環境之影響及衝擊頗大，在現有法令不足規範建商推銷預售屋情況下，公平交易法的執行，雖已造成建商優劣互見之對比現象，惟不動產交易金額相當龐大，消費者終其一生可能僅進行一次買賣，加以購屋資訊不足，極易發生建商以不公平競爭手段從事交易行為。其中尤其是建商以虛偽不實或引人錯誤廣告誤導消費者，進而「吸引」消費者前去購買，造成消費者權利的受損，同時也影響到建築業的公平競爭。為建立不動產市場交易秩序及保護消費者利益，確保建築業界公平競爭環境，實有必要對其違反公平交易法之行為加以導正，故將建築業提列為重點行為，期以全面查察方式，導正建築業之不公平競爭行為。

### 二、導正之行為態樣

不動產交易所產生之糾紛甚為繁複與多樣，惟最易招致消費者非難者，首為業者以虛偽不實或引人錯誤之廣告促銷預售屋。故將不動產交易涉及公平交易法第二十一條不實廣告之處分案例歸類彙編，配合研議中之「建築業違反公平交易法認定基準」及本會「處理虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵原則」，以舉辦宣導說明會及不定時查察等方式導正不動產交易市場之競爭秩序。本「建築業查察與輔導導正計畫」所擬導正之不實廣告行為態樣主要為：

1. 工業住宅。
2. 國宅公告廣告。
3. 建物座落位置。
4. 建築物面積。
5. 建物重要結構（如樑柱位置、停車位、方向）圖示。

- 6.外觀、設計、格局與建材配置。
- 7.土地使用分區及建物用途。
- 8.建物廣告與施工平面圖不符。
- 9.其他重要資訊揭示或隱匿。

另建商於不動產銷售過程中，如以欺罔或顯失公平之方法為足以影響交易秩序之行為，致違反公平交易法第二十四條規定，經委員會決議者，亦為導正之行為態樣，例如：

- 1.建商不當限制承買人審閱契約。
- 2.建商於交屋時不當要求承購戶返還買賣契約書。
- 3.建商就預售屋未售出部分逕自變更設計，以增加戶數銷售卻未予承買人選擇機會之行為。
- 4.房屋仲介業者於仲介買賣以虛報價格欺罔手段，詐騙當事人賺取差價行為。
- 5.建商未予承買人選擇機會不當指定貸款銀行。

### 三、重點導正對象

為達導正效果，特邀請下列業者為重點導正對象，另舉辦宣導說明會時，相關建築業者亦可與會參加：本會受理案件中被申訴（或處分）之建商及其代銷業者，依中華民國廣告年鑑、房屋市場、租售報導、市場與行情、MONEY 雜誌房地產季報、台灣地區產業年報等資料，其中營業額、推案量或其他重要排名前三十名者，股票上市建設公司及知名度較高之建商及地方主管機關邀請之建商。且為廣泛宣傳擬透過消保團體管道及媒體表達本會對類似案例之認定基準，並每月主動提供不動產不實廣告新聞稿一至二則。內容包含檢舉（或涉未）事實、本會調查重點、處分（或不處分）之理由、對業界之影響及評析，同時函請消保團體主動提供申訴類型較多之建築業案例供本會研究及參考，並將本會決議之違法認定基準透過消保團體及相關公會提供消費者及建築相關業者瞭解；建築業如有違反公平交易法新案例類型，則繼續追蹤研究其認定基準。

### 四、導正經過與成效

本會自八十三年八月至同年十二月止，業分別於台北市、高雄市、桃園縣、台中市及台南縣共舉行五場「公平交易法建築業宣導說明會」，各場次主持人、參加

人數、時間、地點及辦理情形如附表，宣導內容以講習與溝通為原則，輔以廣告實例，並進行面對面的問題詢答與意見交換。另本案於宣導說明會辦畢，隨於八十四年一月六日舉行「公平交易法建築業宣導說明會」執行成效檢討會，會中各地方主管機關多肯定本會針對建築業導正計畫舉辦的宣導說明會，並提出若干具體建議，如訂定類似不動產廣告標示注意事項，作為宣導會補充資料；在累積相當案例彙整重新編印成冊發送相關公會及團體；隨時主動發佈相關處分案例、重要案例、重大施政措施及新聞稿供外界參考，期能有效處理及疏導不動產申請案件，進而達成維護交易秩序與消費者利益之立法目的。（第三處 駱志豪）

附表：行政院公平交易委員會「公平交易法建築業宣導說明會」辦理情形

場次	時間	會議名稱	主（協）辦單位	主持人	舉辦地點	與會人數
第一場	83. 9. 5	公平交易法建築業宣導說明會	行政院公平交易委員會 台北市建築投資商業同業公會	黃委員茂榮 呂委員榮海 莊理事長南田	台北市 師範大學綜合大樓二樓 演講廳	約二百五十餘人
第二場	83. 9.22	公平交易法建築業宣導說明會	行政院公平交易委員會 高雄市政府建設局	呂委員榮海 施主秘瑤台	高雄市 中信大飯店五樓藝術廳	二百餘人
第三場	83.10. 7	公平交易法建築業宣導說明會	行政院公平交易委員會 台灣省政府建設廳 桃園縣政府	呂委員榮海 林副廳長宗敏	桃園縣 縣政府地下二樓會議室	二百餘人
第四場	83.11.14	公平交易法建築業宣導說明會	行政院公平交易委員會 台灣省政府建設廳 台中市政府	黃委員茂榮 廖科長汝洲	台中市 台中世貿中心三樓會議室	約二百人
第五場	83.12.12	公平交易法建築業宣導說明會	行政院公平交易委員會 台灣省政府建設廳 台南縣政府	黃委員茂榮 呂委員榮海 林副廳長宗敏	台南縣 奇美實業公司地下一樓 會議室	約二百人

## 捌、電器商品連鎖零售業查察與導正計畫

### 一、緣起

國內電器商品連鎖零售業常藉由大篇幅報紙廣告及海報傳單等廣告行為以吸引

消費者購買，達成銷售商品之目的；然檢視該類廣告，尚多存有價格高標低賣、經常性限量銷售等情形，此種廣告訊息易造成消費者無法正確選擇所需商品；為維護交易秩序與消費者利益，並建立公平競爭環境，確有加以查察及導正之必要，以有效規範電器商品連鎖零售業以不實廣告為不公平競爭之行為。

## 二、調查對象

對象之選定因限於人力分配，以限於台北市、縣為主；範圍以一般消費大眾較具印象（廣告出現頻率較高）之電器商品連鎖零售業者為對象；另調查期間倘接獲具體申訴案件則予併案處理。

## 三、調查重點

國內電器商品連鎖零售業有無價格高標低賣、經常性限量銷售或為其他不公平競爭之行為。

## 四、進行方式

(一)選定調查對象，蒐集其廣告海報資料。

(二)為瞭解市場交易習慣、訂價策略、行銷通路及廠商販售商品之標示價格與實際售價之情形，先以客戶身分進行訪價並對所屬產業作一通盤瞭解。必要時另洽同業公會對產業結構、行銷行為等作一通盤查証。

(三)歸納分析廣告行為態樣及實際銷售情況，進行適法性研究。

(四)個案調查：

1.就特定對象所販售之商品以實物採購或索取目錄、價格表方式進行蒐証。

2.依公平法第二十七條持書面通知赴特定對象營業所調查，並命提出商品標示價格與實際銷售之資料。

3.通知事業到會陳述意見。

## 五、調查結果

連鎖電器業者習以持續性、週期性或頻繁性廣告招攬顧客，以夾報方式散發DM，並舉辦長期特價活動，且以價格作其主要訴求，並以「特價」、「會員價」、「現金價」等令消費者心動的字眼強調價格低廉，也有以限量銷售、贈送旅遊折價券、紀念品、參加抽獎活動等方式促銷，但尚無全面違法之廣告態樣存在，僅部分業者涉有違反公平交易法第二十一條不實標價之規定。（第三處 陸麗娜）

## 九、燈飾業不合理標價查察與導正計畫

### 一、緣起：

鑑於國內部分行業所販售商品之標價常有與實際售價差距懸殊現象，影響市場交易秩序與消費者權益，涉及違反公平交易法相關規定，有加以導正之必要。而向來燈飾業者鮮少於其陳列販售之燈飾產品上標示商品售價，卻於買賣進行中，以折扣的方式吸引消費者，且打折後之實際售價與廣告目錄印製之產品售價亦相差甚多，為瞭解燈飾商品不合理之標價及各階段折扣之方式，因而選定燈飾業進行調查。

### 二、產業概況：

(一)查照明設備製造業屬於電力及電子機械器材業之一，故照明設備製造業本應隸屬於台灣區電工器材同業公會，但燈飾業者為與電工器材業者區別，又礙於內政部法令之限制，乃於七十八年成立台灣區照明燈具輸出業同業公會，該會形式上雖類屬於輸出業，然實際上多數會員亦將商品銷售於國內市場。該會截至目前約有四百零二個會員，大部分屬製造商，中盤商及零售商則多未參加，故該會已積極推動零售、門市部門加入公會。本會此次查價行動之資料來源及調查對象以製造商及門市部為主。

(二)照明燈具製造業依產品性質及生產特性區分，可分為三大類：

1. 裝飾燈炮燈串類。
2. 燈飾類。
3. 一般照明光源及燈具類。

前述第二類燈飾產品包括桌燈、檯燈、壁燈、吊燈、軌道燈……等。此類商品除照明功能外，著重燈具之設計、造形，為一般消費大眾於家庭生活、工作環境及休閒娛樂中經常接觸之商品；然依據購買經驗，該類商品之標價與賣價差距極為懸殊，因而鎖定燈飾業為調查之現象。由於燈飾產品樣式繁複，一般的燈飾下游廠，只負責設計與組立，大部分的零件則發包給協力廠，因生產規模無需太大，且垂直分工成熟，為數可觀的協力廠又自立為下游燈飾廠，促使燈飾業之蓬勃發展。

(三)因燈飾生產規模無需太大，導致國內市場目前擁有至少三百五十家以上之燈飾製造商，其中稍具規模者為台灣日光燈股份有限公司及中國電器股份有限公司。向來

國內主要生產燈飾商品廠商之行銷方式：



(四)市場交易習慣與方式：

1. 向來國內燈飾業之市場交易習性多由業者印製產品型錄供交易之參考，並於型錄上訂定參考價格（俗稱牌價），交易過程即根據不同銷售階段或對象給予不同折扣，故實際售價與型錄上之標價差距甚大。經本會調查全台灣地區燈飾市場上向來流通傳閱之商品型錄約有三十本，該等型錄係由燈飾製造商個別印製或數家集體印製。另有部分門市行號之燈飾業者亦自行印製商品型錄，各家型錄之標價不盡相同，並依不同折數銷售，實際售價則相距不遠，經查確有標價與實際售價差距極大之現象。

2. 查台北市重慶北路三段係傳統燈飾門市之集中地區，其中除批發工廠商品之直營店有價格之標示以外，其餘門市之展售方式及價格表示方法如次：

展售方式：大多為銷售人員現場解說。

價格表示方法：展示於現場之商品除極少數掛有價目牌，絕大多數商品皆無價格之顯示，故除購買人主動要求參閱型錄，鮮能知其商品之定價及折數為何，而商家大多數實際上係依商品型錄標價之 30% 至 45% 售予消費者；另為爭取交易機會，銷售人員有些會主動提議再優待五十至一百元。

蒐獲証物：銷售人員表示其目錄主要係供設計師、裝潢業及水電業者參考之用，消費者僅供現場翻閱。「台灣區照明燈具輸出業同業公會」則提供本會由數個燈飾製造商集體印製之商品型錄數本。

### 三、召開座談會：

本會鑑於國內燈飾業所販售商品之標價與實際售價差距懸殊，影響市場交易秩序與消費者權益甚鉅，於八十二年六月二十三日第九十次委員會議中針對燈飾業者共同使用同一商標生產燈飾、共同印製商品型錄及長期以目錄之定價打折出售商品等行為加以討論，惟因上述行為已係該行業普遍之交易習慣，故決議以通案之方式處理，本會遂於本年八月三日邀集台灣區照明燈具輸出業同業公會及歐奇照明等十

七家較具代表性之業者舉行「導正燈飾業價格標示」座談會，溝通意見，復於本會第九十七次委員會議獲致結論如后：

(一)鑑於燈飾業在廣告目錄或型錄上印製商品價格，再長期以高折扣率方式降低實際交易價格，致使消費者可能誤解其係以較低價格購得，有違反公平交易法第二十一條之虞。

(二)燈飾門市業者應於八十二年底之前，調整其零售型錄及其他廣告目錄之訂價，不得再有前述(一)之情事。並儘可能按實價販售，避免以不合理之價格誤導消費者作正確選擇。

(三)燈飾業者所新印製之型錄應依實價標示。

(四)已印發之燈飾目錄應於民國八十三年六月三十日前更改。

(五)燈飾業者於前項調整過程中，亦不得有左列情事：

1.以違反公平交易法第十四條聯合行為規定之方式，聯合調整價格。

2.以違反公平交易法第十八條維持商品轉售價格之方式，對下游業者拘束其販售價格。

3.以不當提高商品實際零售價格之方式，縮小折扣率。

(六)燈飾業者調整過程中，公平交易委員會將監督業者有無違反前述情事。並於期限過後重新調查業者之交易行為，倘查有違反公平交易法情事，即依法處理。

最後本會並將上開結論函請台灣區照明燈具輸出業同業公會轉知其所屬會員知照。

#### 四、重新調查情形：

(一)鑑於燈飾門市業者改定期限屆滿，本會於八十三年一月重新展開調查，調查前並發函告知公會。此次調查，方式為由本會同仁至燈飾門市集中地區抽查，先以消費者身分詢價，掌握相關資訊後，再出示身分，製作調查紀錄。抽查家數共三十家，計台北市十五家、台中市三家、臺南市六家、高雄市六家。經彙整調查結果，有六家門市業者於銷售燈飾時未提供產品型錄予顧客參閱，另二十四家則有提供產品型錄予顧客參閱，其中有一家完全使用新印製之型錄，其上所印之價格即為實價，其餘二十三家仍有使用舊印之產品型錄，情形又可歸納為四種：

1.自行更正舊目錄價格，陳列之商品依牌價販賣（一家）。

- 2.陳列之商品部分有標價，所標價格為實價（十二家）。
- 3.有使用舊型錄，折扣視型錄而定，陳列之商品未有標價（八家）。
- 4.有使用舊型錄，折扣視型錄而定，陳列之商品有標價，惟所標價格非實價（二家）。

屬於前開第四類情形之二家業者，因使用未更改之舊型錄，且其陳列商品之標價亦非實價，標價與實際售價明顯不同，此等長期以高折扣率方式降低實際交易價格，有使消費者誤以為被賦予極便宜之價格，影響其作正確之判斷，此等標價及交易行為明顯違反公平交易法第二十一條規定，本會依公平交易法第四十一條規定分別予以處分並限期命其改正。

(二)又燈飾上游業者產品目錄之改正期限於八十三年六月底屆至，本會乃於同年七月展開調查，同時追蹤調查門市業者是否仍有標價不實之情形。經請台北市、台中市、台南市及高雄市地方主管機關協助，派員持本會調查表於一個月內赴所轄指定販賣燈飾之處所（名單由本會提供），實地調查、製作調查紀錄，計調查三十家門市，計台北市十二家、高雄市六家、臺南市六家、台中市六家。經彙整調查結果，有四家門市業者於銷售燈飾時未提供產品型錄予顧客參閱，另有十七家使用標示實價之新型錄，其餘四家陳列之商品所標價格皆為實價，但仍有使用舊印之產品型錄。其於四家因搬遷而地址不詳，另一家與它家因屬同一公司而重複。上開調查結果顯示業已使用更正後之新型錄，且陳列商品之標價亦為實際售價之門市，於本次重點抽查中占有  $17/25$  之比例，證明大部分的業者皆願意配合本會第九十七次委員會議之決議，採取改進措施，其餘業者所陳列商品之標價或開價經查皆為實際售價，並無使消費者誤解之情事，故未違反公平交易法第二十一條之規定。另本會同時請公會及及上游業者檢送新型錄，計獲型錄九本，經查前開型錄之改正情形良好，並無涉有違反公平交易法第二十一條規定之情事。

五、本會已將此一行業之導正成果發函公會轉知會員，惟本會今後仍將不定期主動調查暨依消費者檢舉查辦，籲請燈飾業者務必遵守公平交易法之規定。（第三處 王榮菁）

