



NO 063

公平交易通訊

TAIWAN FTC NEWSLETTER

公平會電子報已於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

中華民國104年5月號

▶ 專題報導

公平交易法第41條第2項規定適用之討論

▶ 焦點案例

- ▣ 頭城賞鯨船業者集中設櫃售票是聯合壟斷？誤會啦！
- ▣ 賣出去的商品就像潑出去的水，回不來啦！？事業可以限制已售出商品的轉售價格嗎？
- ▣ 假安檢、真推銷，又添一樁！
- ▣ 紙業印刷一家親—公平會核准正隆公司與山富公司結合案
- ▣ 不要被建案廣告所蒙蔽了-買到的是店舖還是停車空間
- ▣ 東元服務站真的是東元原廠服務站嗎？

▶ 法規報導

訂定「公平交易委員會對於相關市場界定之處理原則」

▶ 國際動態

（州）政府行為仍有競爭法之適用

▶ 焦點人物

謙沖隨和的公平會副主任委員邱永和

▶ 公平交易統計

檢舉案件統計

▶ 會務活動

民國104年3、4月份會務活動一覽

▶ 國際交流

民國104年3、4月份國際交流一覽

公平交易法第41條第2項規定適用之討論

■ 演講人：蕭文生教授
（中正大學法律學系）

壹、立法目的

公平交易法第41條第2項與第3項¹，於民國100年11月8日經立法院三讀通過，並於同年11月23日經總統公布。該法第41條第2項規定：「事業違反第十條、第十四條，經中央主管機關認定有情節重大者，得處該事業上一會計年度銷售金額百分之十以下罰鍰，不受前項罰鍰金額限制。」²第41條第3項規定：「前項事業上一會計年度銷售金額之計算、重大違法情節之認定、罰鍰計算之辦法，由中央主管機關定之。」故公平會遂於民國101年4月5日依前揭規定訂定發布「違反公平交易法第十條及第十四條情節重大案件之裁處罰鍰計算辦法」（下稱罰鍰計算辦法）³。

獨占與聯合行為有害經濟之安定與繁榮。但以原「公平交易法」第41條罰鍰之規定，及觀諸公平會若干處分案例，得以發現違法事業被處罰鍰金額與其不法獲利額度顯不相當，甚至有不法獲利額度可能超過新臺幣2,500萬元罰鍰額度之上限者。因此，公平會參酌包括美國「對團體組織被告之量刑指導方針」、歐盟

¹公平交易法第41條第2項、第3項規定，於民國104年2月4日修正公布，條次變更為第40條第2項、第3項，內容並酌作修正。

²公平交易法第10條、第14條規定，於民國104年2月4日修正公布，條次變更為第9條、第15條，內容並酌作修正。

³「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」，於民國104年3月6日修正發布名稱為「違反公平交易法第9條及第15條情節重大案件之裁處罰鍰計算辦法」，並修正第1條至第4條、第6條規定。

執委會「依據第1/2003號規則之第23(2)(a)條課徵罰鍰裁定方法之指令」、及日本獨占禁止法等規定，當事業實施不正當之交易限制行為時，若違法情節重大時，公平會得適當地提高罰鍰額度，以嚴懲卡特爾行為之不法所得，方可達到遏止違法之效果，故增修制定公平交易法第41條第2項與第3項規定。

貳、構成要件

一、上一會計年度

公平交易法第41條第2項規定罰鍰裁罰時的時間因素是「上一會計年度」，到底上一會計年度要如何決定，有以下三種可能性。

(一) 作出罰鍰決定的前一年

使用此項時間點的優點在於符合違法事業經濟能力或市場能力的現狀。但是其缺點是若公平會發現違法行為到作出決定期間過短，可能會出現以未違法之會計年度銷售金額作為罰鍰裁處考量的情況；若公平會作出決定的時間過長，可能會出現銷售金額標準的差異。

(二) 違法行為結束時之年度

使用此項時間點的優點在於沒有時間落差且制裁效果非常明顯，但是缺點在於違法行為何時結束的判斷。此外，違法行為在結束之後，其影響可能還會再繼續持續下去，其影響要如何評估。

(三) 違法行為結束時前一年

使用此項時間點的優點在於違法行為的不法性與受責難性較為容易考量，因為其影響已經知道，而缺點在於違法行為何時結束較難判斷。

公平會在決定這個時間點的時候，並沒有在

法律裡面規定，而是依照罰鍰計算辦法第3條規定，從內容來看顯然是採取第一種看法，因此有可能會產生時間上的落差。由於裁罰的時間點決定對於人民權益影響重大，是應該由立法者親自決定，還是由行政機關來決定，也是一個很重大的問題。

二、銷售金額計算

公平交易法在第5條之1⁴、第11條與第41條都有出現銷售金額的用語，但對於何謂銷售金額都沒有明確的說明，有詳細說明的是公平交易法施行細則（下稱施行細則）第6條，是針對第11條所謂結合時銷售金額如何計算，按其規定銷售金額是指事業之營業收入總額，而其計算得以中央主管機關調查所得資料或其他政府機關記載資料為基準。此外，公平會所訂定之金融控股公司結合案件審查辦法第3條第3項對於金融控股公司之上一會計年度銷售金額之認定，應以併計其全部具控制性持股之子公司之上一會計年度銷售金額核認。

作為罰鍰目的的營業收入總額，或是銷售金額該如何做判斷，有以下兩種可能性，一個是指涉及違法行為的單一事業之單一產品銷售金額。這是從制裁的觀點來看。另一個則是指事業全部的產品國內外的銷售金額，這是為了能遏止違法，同時避免關係企業透過財產移轉來降低罰鍰的情況。以上兩種見解的差異在於數額的差距與非難性，兩種見解的銷售金額差額可能相當巨大，到底該以哪一個為主，該如何決定？違法行為所造成的損害固然應該處罰，但如果將與違法行為無關的其他合法收入都算在處罰可能性內，這在非難性上很難去說明清楚合法的收入可以作為裁罰的基礎。對於聯合行為來說，有的事業規

⁴公平交易法第5條之1規定，於民國104年2月4日修正公布，條次變更為第8條，內容並酌作修正。

模比較大，有的比較小，如果採取第二種觀點，對於規模較小、生產單一產品的事業在裁罰上就相對有利，對於規模大且產品多角化的企業則會面對天價的罰鍰。

另外，在現行的罰鍰計算辦法規定下，只有提到所謂年度銷售金額是指營業收入總額，並沒有將施行細則第6條後面那個如何幫助主管機關判斷何謂營業收入總額的條文放入，使得主管機關在審理結合案件的時候，對於結合事業的銷售金額應該盡一切辦法去調查結合事業的營業收入，但是如果調查不出來時，是否可以以其他政府機關的記載為準？又如果連其他機關也都沒有記載時，能不能有預估銷售金額的權限？依照目前罰鍰計算辦法，是看不到有給公平會預估的權限。

三、情節重大

所謂情節重大是一個不確定的法律概念，傳統上對於不確定法律的概念有三種方式，主要是由主管機關對於不同個案作個案解釋，也可以透過解釋性的行政規則來解釋，這是最常見且效果也是最強的。不過公平會依據公平交易法第41條第2項與第3項訂定之罰鍰計算辦法，這個辦法本身不是行政規則，而是有公平交易法的授權依據的。這就出現了以法規命令來解釋不確定法律概念的情況，在法制上是屬於比較例外的情形，這將造成不同適用類型對於法院拘束力的問題。理論上，不確定法律的概念是行政規則的事情，但是現在把它提升到法規命令的層級，是不是有意透過法規命令來拘束法院對於情節重大的解釋，這可能會是未來會發生爭議的地方。

參、公平交易法第41條第3項規定

公平交易法第41條第3項是一個授權依據，

但是這個授權依據所制定出來的辦法到底行政機關是否能夠適用，就牽涉到公平交易法第41條第3項是否為合憲合法的問題。首先要考量的是公平交易法第41條第3項是否符合授權明確性，法律有沒有把授權給行政機關的目的、內容與範圍具體明確的加以授權，從第41條第3項的規定來看顯然是符合的。不過其授權內容在上一會計年度認定、銷售金額計算及重大違法情節的認定等會有爭議。同樣的，在違法情節的認定、罰鍰計算的標準居然適用法規命令來訂定，將來可能需要討論。

肆、合憲性之疑慮

公平交易法第41條第2項與第3項規定本身在德國的競爭法裡受到許多的質疑，主要有依法處罰、法律明確性與比例原則三個論點。

一、依法處罰

所有的行政制裁都要符合行政處罰法定主義，問題在於所依法律是指立法院通過、總統府公布的，還是包括法律明確授權的法規命令，這在法制上是有所爭執的，不過在實務與學說上都是採用相對法律保留，認為兩者都是行政罰法第4條所稱之法律。而在現行法律中存在一個重大問題，從公平交易法第41條第2項規定看不出來處罰人民之額度為何，而是由同法第41條第3項所授權的罰鍰計算辦法，區分罰鍰為基本數額，以及加重、減輕事由，最高上限為銷售金額的10%。這種區分方式究竟要由立法者親自為之，還是可授權行政機關來制定，這在法制上可能會有爭議。

二、法律明確性

法律明確性基本上要求構成要件要明確，而公平交易法第41條第2項與第3項對於情節重大的

規定不夠明確，使人民無法預先知道什麼樣的情況會違反規定而被處罰，在構成要件上應該還有更具體的設計。此外，違法時到底會被處以多少罰鍰也要在行政機關作成處分時才會知道，這使得公平交易法第41條第2項與第3項規定欠缺期待可能性。

三、比例原則

公平交易法第41條第2項與第3項規定是不是符合最小侵害原則呢？該法第41條第2項與第3項所規定的處罰是行政上的處罰，要有非難性與可責性，也就是針對行為來處罰。而事業整體銷售金額跟違法行為的不法性、可責性，以及對於市場影響的關連並不清楚。採用如此嚴重的手段來達到目的，是否違反必要性原則，是否還有侵害較小的其他手段可以採行。參考大法官釋字第685號、641號、716號等解釋，在個案會有處罰過苛情形時，可能會有違反比例原則的情況。這在未來可能是會面對到的質疑。

伍、決定罰鍰金額應考量事項

公平交易法第41條第2項裡有所謂罰鍰金額，第3項則是授權行政機關訂定罰鍰辦法。行政機關在決定罰鍰時應審酌之因素，規定於行政罰法第18條第1項。行政罰法是行政罰的基本法，行政上的處罰如果其他法律沒有規定就要回到行政罰法，其他法律有規定則從其規定。因為公平交易法裡對於罰鍰有其規定，所以要優先適用其規定，相關規定在施行細則第36條。但是在公平交易法第41條第3項所制定的辦法裡，第4條到第6條又對於罰鍰有另外的規定。所以按照邏輯來說，以公平交易法第41條第2項規定裁處罰鍰時，決定因素要先從第41條第3項授權罰鍰

計算辦法的第4條到第6條優先考量，如果有未規定的部分則回到公平交易法施行細則第36條，若仍有不足則回到行政罰法第18條第1項。換句話說行政罰法第18條第1項是裁處罰鍰最基本的原則，不是被排除而是補充適用的情形。此外，罰鍰額度之決定是一種裁量權的行使，所以要遵守行政程序法第10條規定，不能有裁量瑕疵，不得逾越法定裁量範圍、有裁量濫用或裁量怠惰的情形。

陸、結語

公平交易法第41條第2項與第3項的規定之適用面臨幾個困難。第一個困難是如何將行政制裁體系較為陌生的規定融入，對於行政處罰而言，行為的非難性很重要，但是公平交易法第41條第2項的處罰標準不以行為的非難性與可責性出發，而是以與違法行為不一定直接相關的銷售金額作為框架，如何融入現行的行政罰體系是較為困難的事情。其次，聯合行為要有過失恐怕很困難，但是獨占行為則可能有過失行為，而我國公平交易法第41條第2項對事業是否為故意或過失行為之區分相對較不明確，針對過失與故意行為之處罰額度，理應有所不同。至於在違憲疑慮挑戰部分，除了與融入現行的行政罰體系需要磨合外，對於破壞市場的行為需要處罰斷無疑慮，但是在人權的保障上，處罰是否符合必要性或個案可能過苛，以及裁罰的構成要件是否明確，在將來都會受到挑戰，希望能夠透過實務與判決進一步釐清。

（本文係講座於民國103年9月2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）



頭城賞鯨船業者集中設櫃售票是聯合壟斷？誤會啦！

龜山島於民國89年開放民眾登島後，帶動宜蘭頭城烏石港赴龜山島及周邊海域賞鯨之觀光旅遊活動，賞鯨船由民國94年6艘到103年12艘，10年間增加一倍。然近年來卻傳出業者集中於頭城區漁會大樓1樓設櫃。

■ 撰文＝詹麗玲
(公平會服務業競爭處科員)

集中設櫃為哪樁

隨著賞鯨船數及業者增加，多數業者就近於烏石港碼頭周邊搭棚賣票，影響烏石港區周邊環境，且搭船旅客亦無地方遮蔽太陽。於是毗鄰烏石港碼頭的頭城區漁會為配合宜蘭縣政府維護烏石港整體環境秩序及推動地方觀光休閒產業等政策，且為增加頭城區漁會大樓相關設施之使用率及收益，故提供該大樓1樓場地供賞鯨船業者設置服務櫃檯，以便旅客報到登船及暫時休憩。賞鯨船業者除得自由決定是否於漁會大樓1樓設置櫃檯，亦有於所屬登船碼頭之烏石港遊客中心設櫃。

各自攬客個別議價 團體議價殺很大

賞鯨船業者提供之服務內容有(1)繞島；(2)賞鯨+繞島；(3)登島+繞島；(4)賞鯨+繞島+登島；(5)登401高地；(6)四合一等不同旅遊內容及航程時間供旅客選擇。而賞鯨船業者部分行程(如繞島；賞鯨+繞島；登島+繞島；賞鯨+繞島+登島)之DM價雖相近或一致，然該DM價自民國89年龜山島開放登島觀光至今，已沿用十餘年未曾變動。且部分賞鯨船業者亦自行架設網站，將相關行程之價格、航程時間等相關交易資訊公開於



其網站上；此外，亦於服務櫃檯公開陳列DM價格表供民眾自由索取。故於市場交易資訊充分公開情形下，業者極易獲悉競爭對手之訂價，且各業者提供之服務同質性高，業者基於理性考量及競爭所需，亦無其他誘因使業者訂定較其他競爭同業為低或高之價格，造成賞鯨船業者相關訂價(或DM價)相近或一致之情事，此為服務特性及市場結構使然，卻容易造成民眾誤會。

不過賞鯨船業者相關行程係採預約制，對於來電預約之旅客另有優惠，其交易慣例乃為個別議價，且實際收費係依旅客人數多寡給予不同優惠價或折扣。賞鯨船業者實際收費情形既係視旅客人數多寡個別與交易相對人議價，並未以DM價格表進行收費，且實際收取之費用金額尚無一致性之情形，故公平會調查後，尚無發現賞鯨船業者有聯合壟斷之情事。



賣出去的商品就像潑出去的水，回不來啦！？ 事業可以限制已售出商品的轉售價格嗎？

「這個球又高又遠~~出去啦！就像變了心的女朋友，回不來啦！」網路賣家阿倫聽著他最愛的棒球轉播，忽然想到，商品賣出後不就跟全壘打一樣回不去了，為什麼供應商可以要求我不能在網路賣場打折販賣該供應商的商品？

■ 撰文 = 溫哲嘉
(公平會服務業競爭處專員)

本案背景

公平會接獲民眾檢舉，他經營桌上遊戲（下稱桌遊）店，銷售N公司所代理出版之國外桌遊商品等，某日接獲N公司警告通知，要求下游零售商不得以定價以外價格於網路銷售N公司代理商品，違者予以斷貨。且N公司曾發函警告通知地區經銷商對其斷貨，故民眾來信檢舉N公司，違反公平交易法規定。

「賣出的商品」到底是誰的？誰能決定售價？

公平會經調查後發現，N公司經營桌遊商品之出版及銷售，L公司為N公司之地區經銷商，L公司將其向N公司訂購之桌遊商品轉售予桌遊零售店，零售店再銷售予一般消費者。就多方證據顯示，N公司係將商品賣斷予L公司，且銷售風險承擔由L公司自負。另檢舉人經營桌遊零售店，銷售的N公司桌遊商品係向L公司進貨，商品所有權於配送後即歸檢舉人所有，檢舉人是付費買斷相關商品所有權，自行承擔銷售盈虧之風險，故L公司與零售商間亦屬「賣斷」之交易關係。且N公司對所代理出版之桌遊商品訂有建議售價、折扣數及經銷商價格等價格規範，而其下游事業多以N公司訂立的價格規範銷售N公司桌遊商品，

故N公司對其桌遊商品之經銷（或零售）價格有關鍵性決定權。

公平會另查悉檢舉人經營網路賣場，販售N公司之桌遊商品，並以N公司訂定之建議售價9折銷售N公司代理出版之桌遊商品，卻於某日接獲N公司電子郵件，警告他必須遵守其建議售價，並表示將對不配合的下游事業斷絕供貨。N公司更於寄發電子郵件當日即要求L公司暫時不提供N公司桌遊商品予檢舉人，直至檢舉人於其網路賣場更正零售價格為建議售價後，才由L公司確認經N公司同意而恢復供貨給檢舉人。

覆水難收！事業應允下游事業自行決定商品售價

公平會表示，公平交易法對於上、下游事業間之垂直價格限制行為，要求事業在非有正當理由之情況下，應容許其交易相對人或交易相對人所轉售第三人有自由決定價格之權利。倘事業無正當理由對於其交易相對人就所供給之商品設定轉售價格，或對交易相對人就其銷售商品予第三人後，就該第三人銷售價格為間接限制，而剝奪配銷階段廠商自由決定價格之能力，致經銷商無法依據其各自所面臨之競爭狀況及成本結構訂定售價，即有違反公平交易法之虞。是故，本案

N公司除訂定商品建議售價外，復以電子郵件等方式警告及實際斷絕供貨等積極手段，迫使其經銷商之下游事業以其建議售價銷售N公司桌遊商品，N公司要求下游事業就其桌遊商品銷售價格

不得低於建議售價之行為，已限制下游事業自由決定價格之能力，致損及市場價格競爭機制，違反公平交易法規定。



假安檢、真推銷，又添一樁！

叮咚！「您好！我是○○公司人員，來進行瓦斯安全檢查，麻煩請開門...」您知道嗎？除了天然瓦斯公司依法可定期作瓦斯安全檢查外，其他業者並無該項定期檢查職權，遇有業者當場要求進行瓦斯安全檢查，應多加查證，以免落入「假安檢、真推銷」之陷阱。

■撰文＝洪進安
(公平會製造業競爭處專員)

背景說明

民國103年3月間，天燃有限公司人員至小明家按門鈴，表示要進行瓦斯安全檢查，小明的母親便開門引他到廚房，該員進行所謂的安全檢查後，便表示管線有漏氣要求更換瓦斯遮斷閥，1組價格1,800元。事後，小明上網查詢，懷疑是假安檢真推銷技倆，向公平會檢舉。

前經公平會處分情形

公平會曾於民國102年接獲檢舉，調查後發現天燃有限公司以販售瓦斯遮斷閥為業，並無向民眾進行瓦斯防災宣導或安全檢查之職權，惟天燃有限公司卻於101年3月間印製載有「台灣省瓦斯災害防治宣導」字樣之瓦斯遮斷閥申購書，並藉瓦斯防災宣導或安全檢查名義，推銷瓦斯遮斷閥，使消費者陷於錯誤而與其交易，經公平會102年5月1日第1121次委員會議決議，以天燃有限公司違反公平交易法第24條（按104年2月4日修正為第25條）論處，該案並經行政院訴願審議委員會駁回訴願在案。

處分理由

本案小明與天燃有限公司對於是否有進行瓦斯安全檢查各執一詞，經公平會調查，天燃有限公司銷售之瓦斯遮斷閥本具有測漏功能，故天燃有限公司人員有無攜帶瓦斯測漏棒或任何瓦斯安全檢查器材，與是否藉瓦斯安全檢查名義始得

進入小明家中進行安全檢查，並無必然關係，天燃有限公司據以否認未表明瓦斯安全檢查而得進入小明家中之理由，猶屬牽強。再者，小明在使用舊有向天燃有限公司購置之瓦斯遮斷閥時，如疑有瓦斯漏氣，事前應即主動聯絡天燃有限公司前來檢查瓦斯遮斷閥是否故障，然小明並未為上述應變措施，顯示小明家中原本尚無瓦斯外洩問題；天燃有限公司卻在以瓦斯安全檢查為名進入小明家中後，聲稱管線有漏氣，方迫使小明家人再度付費購置新的瓦斯遮斷閥。又依天燃有限公司提出之瓦斯遮斷閥申購書第5點：「快速服務，保用5年…保用期間更換瓦斯管或修理瓦斯爐、熱水器，斟酌收工本費。服務免費…」則小明於民國101年初向天燃有限公司購置之瓦斯遮斷閥，於103年3月間尚在5年保固期內，天燃有限公司未依該申購書所載，為維修保固服務，反要求再付費購置新品，顯違常理，故天燃有限公司辯稱其以售後服務為由而得進入小明住家，不無疑問。

天燃有限公司於民國102年5月經公平會處分後，已將瓦斯遮斷閥申購書上原本印有「台灣省瓦斯防災宣導」及「瓦斯防災宣導」字樣拿掉，避免有假藉政府或瓦斯防災宣導名義之疑慮，103年間卻以售後服務或安全檢查為由而得進入小明家中，進一步銷售瓦斯遮斷閥之行為，仍屬隱瞞目的為銷售瓦斯遮斷閥之欺罔行為，違反公平交易法規定。



紙業印刷一家親—公平會核准正隆公司與山富公司結合案

正隆公司擬與山富公司結合案，經公平會審理後認為，該結合行為對相關市場尚不具有顯著限制競爭之疑慮，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 = 吳信德
(公平會製造業競爭處專員)

背景說明


正隆公司擬透過合併發行新股方式，購買除其已持有股份外之所有山富公司已發行股份，合併後正隆公司成為存續公司，山富公司為消滅公司，屬於民國100年11月23日施行之公平交易法（下同）第6條第1項第1款之結合型態。另正隆公司工業用紙之市場占有率已超過四分之一，符合公平交易法第11條第1項第2款規定，且無同法第11條之1規定除外適用情形，依法應向公平會提出申報。

對相關市場之影響

正隆公司原生產之文化用紙與山富公司所加工生產之各類事務紙品具有上下游關係，故本結合行為屬垂直結合。衡酌正隆公司文化用紙之市

占率有限，且我國文化用紙進口比例高達5成以上，文化用紙業者須面臨進口紙業者之競爭，另山富公司所屬事務紙品印刷市場尚無資金與技術障礙，廠商數眾多，結合後其他競爭者選擇交易相對人之可能性尚無重大改變；且結合後山富公司既有業務由正隆公司承接，實質上並未擴張或改變事務紙品印刷市場之結構，況正隆公司已於民國103年度第4季停產文化用紙，結合後尚難見參與結合事業具採購成本優勢，遑論增加其濫用市場力量之可能性。

整體經濟利益大於限制競爭之不利益

公平會審理後認為，本結合案對相關市場尚不具有顯著限制競爭之疑慮，因此，考量本結合案對整體經濟利益大於限制競爭之不利益，依公平交易法第12條第1項規定，不禁止其結合。 

不要被建案廣告所蒙蔽了-買到的是店舖還是停車空間

自己當老闆是許多人的夢想，因應此類需求，近年來，中南部許多建案遂朝著「店舖」與「住家」合而為一的概念，讓家庭與事業一次滿足。消費者被美侖美奐的建案圖片吸引的同時，是否想過廣告所呈現的配置空間都能合法使用嗎？

■撰文＝莊靖怡
（公平會公平競爭處專員）

背景說明

店住合一是小美夢想的購屋類型，1樓經營屬於自己的小店，2至4樓就是最溫暖的家。小美看著甲建商的建案廣告1樓規劃為店舖，盤算屬於自己的小店要如何擺設，歡喜的心情油然而生，但簽約前小美仔細看了建照圖說後，才發現不僅1樓有部分空間設計為停車空間，2至4樓圖說所規劃的陽台在廣告中也成為室內空間。小美不禁懷疑，這是不實廣告嗎？

建商廣告平面圖所載未必合法

公平會調查後發現甲建商「1F傢俱平面配置參考圖」將停車空間做為店舖使用、「2F-4F傢俱平面配置參考圖」將虛線標示之陽台空間分別規劃為客廳與臥室使用，整體觀察廣告內容予人印象，易使消費者誤認可依照規劃使用，增加室內空間。

據地方政府之專業意見表示，該廣告陽台位置標示為室內居室使用空間及地上1層原規劃設計為停車空間作為他用途，與原核准設計圖說不符，應先辦理變更設計使現場建築物與設計圖說相符後，始得核發使用執照；再者於領得使用執照後續使用期間，未依核准之竣工圖使用建築物而擅自變更使用者，係違反建築法第73條規定。依同法第91條未經核准變更使用擅自使用建築物

者，依法得處罰鍰或予以拆除。

該廣告內容除與原核准建造執照圖說不符，足使消費者誤認可依照規劃使用，其表現與實際之差異，顯已難為一般消費大眾所能接受之程度，有引起錯誤認知或決定之虞，並將導致市場競爭秩序失去其原有之機能，使守法之競爭同業蒙受失去顧客之損害，而生不公平競爭之效果，核為虛偽不實或引人錯誤之表示，違反公平交易法第21條規定。

購屋前務必睜大眼睛

房屋銷售廣告所描述之建築用途情況，為影響消費者承購與否及交易決定之因素，一般消費者據廣告內容僅認知於購屋後得依廣告揭示之用途使用，而難以知悉廣告所載之用途違反建管法規，有遭停止供水供電、封閉或命其於期限內自行恢復原狀之風險。公平會呼籲，消費者於購屋前應仔細核對建照影本，以比對與廣告內容是否相符，不要被廣告圖片所蒙蔽了。▲



東元服務站真的是東元原廠服務站嗎？

品牌係經營事業不可或缺的重要因素，亦為消費者識別商品或服務來源之依據，事業刊登維修服務廣告使用他人品牌應避免使消費者產生誤認，以免觸法！

■撰文＝陳建宇
(公平會公平競爭處專員)

隨著網路時代來臨，每當家中有家電用品故障，找不到原廠電話，第一個動作可能會想到上網查詢原廠之網站，但輸入原廠名稱所列出之網址，真的是原廠的網站嗎？消費者在撥打電話作成交易決定之前，宜提高注意。

案例背景

公平會於民國103年7月接獲檢舉，T業者於網站刊載「東元家電全台灣據點」、「東元服務站」等語，惟查其與東元原廠間並無授權或代理關係存在，已造成消費者誤認，涉有廣告不實

片，而專業服務網頁於「維修服務先鋒 東元服務站」相關資訊載有「全台灣皆有『東元冷氣維修』、『東元液晶電視維修』、『東元洗衣機維修』、『東元電冰箱維修』、『東元家電維修』服務站」，綜觀網站內容主要係訴求東元家電維修服務，易使人誤以為該網站為東元家電之直屬或相關服務站，然事實上該事業並未與東元原廠有授權或代理關係，故該廣告核為引人錯誤之表示，違反行為時公平交易法第21條規定。



維修服務廣告使用他人之品牌應避免消費者產生誤認

公平會表示，被檢舉人於網站刊載「維修服務先鋒 東元家電全台灣據點」、「維修先鋒 東元服務站」等語及各縣市服務電話，予人印象為該網站與東元原廠維修中心或服務站應具有一定關聯。又該網站首頁及產品專區網頁載有東元之洗衣機、液晶電視、電冰箱、冷氣維修實績照



公平會呼籲，品牌為影響消費者決定之重要因素，倘事業於維修廣告使用他人品牌，應避免消費者產生誤認，消費者於選擇維修服務業者時，應注意是否為原廠之網站，以免消費爭議之產生。



訂定「公平交易委員會對於相關市場界定之處理原則」

在公平交易法執法中，相關市場界定往往會對個案的最終處理結果產生決定性的影響，此乃因事業是否具有顯著市場力、採行的行為是否在相關市場造成限制競爭效果以及減損市場效能競爭程度，皆與相關市場界定大小有密切關係，惟如何清楚界定，除明訂處理原則外，亦有待執法案例及經驗之累積。

■撰文＝許俊雄
(公平會資訊及經濟分析室視察)

為使案件審理中對於相關市場界定之標準更臻明確，公平會自民國101年成立資訊及經濟分析室以來，即以訂定相關市場界定之處理原則為工作重點，經持續參據美國、歐盟、新加坡及其他國外競爭法執法機關關於市場界定之相關行政規則，並參酌曾處理過之相關案例，在民國104年3月6日發布「公平交易委員會對於相關市場界定之處理原則」（下稱本處理原則），除有利於公平會案件的審議之外，對於事業在市場從事商業經營行為之遵循也有相當的幫助。以下謹就本處理原則訂定重點，說明如次：

一、相關市場界定之基本原則

按公平交易法第5條規定：「本法所稱相關市場，指事業就一定之商品或服務，從事競爭之區域或範圍。」亦即公平交易法所稱的「市場」，並非單純指一些具有相同特徵的產品或服務之集合，而是指事業就其所提供的產品或服務是否會對彼此的競爭產生限制所構成之範圍，至於事業受到彼此的競爭產生限制的來源有需求替代(demand substitution)、供給替代(supply substitution)，因此在界定市場時，通常就這二方面進行審視，但主要應審視者為需求替代，而供給替代之審視時機，係當其產生之效果(effectiveness)與即時性(immediacy)等同於

(equivalent)需求替代，即供給者為因應小幅度但持續性的相對價格變動，在短期內可以轉而生產並行銷別的相關產品，而不致於蒙受顯著的額外成本或風險時，得同時進行供給替代分析。

二、產品市場界定之考量因素

產品市場是指在功能、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。本處理原則經參考歐盟執委會「關於相關市場界定通告」(Commission Notice on the Definition of the Relevant Market for the Purposes of Community Law)、美國2010年「水平結合處理原則」(Horizontal Merger Guideline)等規定，並彙整公平會執法實務案例，就案關商品或服務之需求替代、供給替代進行界定產品市場時，得考量下列因素：

- (一)產品價格變化。
- (二)產品特性及其用途。
- (三)產品間曾經出現替代關係之情形。
- (四)交易相對人在不同產品間之轉換成本大小。
- (五)產品價格調整時，交易相對人因價格變化而移轉購買之程度。
- (六)交易相對人及競爭事業對於產品間替代關係

之看法。

(七)相關法規或行政規則之規定。

(八)其他與產品市場界定相關之事證。

三、地理市場界定之考量因素

地理市場是指事業提供之特定商品或服務，交易相對人可以很容易地選擇或轉換其他交易對象之區域範圍。本處理原則就案關商品或服務之需求替代、供給替代進行界定地理市場時，得考量下列因素：

(一)不同區域間產品價格變化及運輸成本大小。

(二)產品特性及其用途。

(三)交易相對人在不同區域購買產品之交易成本大小。

(四)交易相對人對產品獲取之便利性。

(五)交易相對人在產品價格調整時，選擇至不同區域購買之情況。

(六)交易相對人及競爭事業對於產品區域間替代關係之看法。

(七)相關法規或行政規則之規定。

(八)其他與地理市場界定相關之事證。

四、市場界定之分析方法

市場界定方法包括敘述式之質化分析(qualitative analysis)與數理式之量化分析(quantitative analysis)，或是質化分析與量化分析同時併用。典型的質化分析方法為合理可替代性(reasonable interchangeability of use)分析法，亦有運用假設性獨占者檢測法(hypothetical monopoly test, HMT)「微幅但顯著的非暫時性價格調漲」(small but significant non-transitory increase in price, SSNIP)之概念，以質化分析

方法進行市場界定。至於量化分析方法眾多，例如：計算產品本身及其替代品間之交叉彈性(cross elasticity)、假設性獨占者檢測法具體運用之臨界損失分析法(critical loss analysis)、價格相關係數法(price correlation analysis)、Granger因果測定法(Granger causality test)、E-H檢測法(Elzinga-Hogarty test)、運輸成本法等。由於主要分析方法多根源於合理可替代性分析法，並得運用交叉彈性檢測法及假設性獨占者檢測法，因此本處理原則就前開方法分別納入說明。

五、市場界定之分析方法：合理可替代性分析法

合理可替代性分析法係指以交易相對人之認知，審酌個案所涉及之商品或服務與其他商品或服務在功能、特性、用途、價格或競爭之地理區域上是否具有合理可替代性進行界定產品市場或地理市場。若產品間具有合理可替代性，則該等產品屬同一相關市場，反之，若未具合理可替代性，則非屬同一相關市場。至於產品間的替代要到何種程度方為合理而屬同一相關市場，國內外學術理論及執法實務並無定論，須依具體個案事實予以判斷。

六、市場界定之分析方法：交叉彈性檢測法

交叉彈性指一產品價格變動率影響另一產品數量變動率的比率值。產品本身及其替代品間或地理區域間的交叉彈性可用以測度該二項產品或地理區域間的替代關係，並予以界定相關市場。當運用交叉彈性界定相關市場時，需注意其限制，尤其是：

(一)交叉彈性關注的是單一的替代品而非所有的替代品，並以「其他交易條件不變」為前提，例如當某一品牌之速食麵價格上漲後，消費者會移轉購買其他品牌的速食麵，但每

一品牌的移轉比例可能不大，因此任二品牌速食麵之交叉彈性會很小，但這並不代表它們不屬同一相關市場。

(二)估計交叉彈性所使用的價格宜以越接近成本之競爭價格所衡量之交叉彈性，據以判斷產品是否屬同一市場。若使用獨占性價格計算交叉彈性，因獨占廠商(或具優勢地位廠商)係在需求價格彈性較大的情況下訂價，故當該產品價格提高時，消費者將大量轉移至其他替代品，但這並不代表其他替代品與該產品具有高度的替代關係，相反的，這代表該廠商正在實施獨占訂價，此即產生所謂「玻璃紙的謬誤」(cellophane fallacy)現象，將不當擴大相關市場範圍，並低估事業市場力。

(三)運用交叉彈性檢測法時，尚須再依本處理原則第四點或第五點所列各項因素，就個案事實、調查事證及調查所得之資料綜合考量。

七、市場界定之分析方法：假設性獨占者檢測法

假設性獨占者檢測法是指假設市場上有一獨占者，檢測該假設性獨占者在進行微幅但顯著的非暫時性價格調漲(small but significant non-transitory increase in price, SSNIP)前後之利潤變化情形。當價格調漲使該假設性獨占者利潤減少，則表示原先界定之相關市場太小，而須將其他具替代性之產品或地理區域納入，再重複進行檢測，直到價格調漲而該假設性獨占者不減少利潤為止，即完成相關市場界定。當運用假設性獨占者檢測法界定相關市場時，需注意其限制，尤其是：

(一)在運用假設性獨占者檢測法時，將審酌產品

及產業特性等因素，設定價格上漲比率，並以當前價格作為價格上漲基準，惟倘市場明顯存在濫用市場支配地位或聯合行為等人為影響價格因素時，將改採以符合市場競爭水準之價格作為價格上漲基準。


(二)在運用假設性獨占者檢測並進行「微幅但顯著的非暫時性價格調漲」分析時，一般情況下為百分之五至百分之十，但在具體個案判斷時則依案件涉及之產業或市場特性調整價格上漲幅度。

(三)運用假設性獨占者檢測法界定相關市場時，尚須再依本處理原則第四點或第五點所列各項因素綜合考量。

八、目的事業主管機關之意見

公平交易法所稱之相關市場，係指「反托拉斯市場」(antitrust market)，與一般的市場概念不同，惟產業目的事業主管機關對於所轄產業結構及產品特性等具有相當之資料及瞭解，因此，公平會對特定產業之市場界定得參酌產業目的事業主管機關之意見。

九、特定產業之審查基準

按「公平交易委員會對於電信事業之規範說明」第四點、「公平交易委員會對於數位匯流相關事業跨業經營行為之規範說明」第四點、「公平交易委員會對於電子市集之規範說明」第二點、「公平交易委員會對於國內民用航空運輸事業結合、聯合行為案件之處理原則」第四點、及「公平交易委員會對於桶裝瓦斯勞務配送中心營業行為之規範說明」第二點等對於各該產業市場界定另訂有規範，因此應該從其規定，餘未規定界定相關市場者，則適用本處理原則之規定。 

公平交易委員會對於相關市場界定之處理原則

一、(目的)

公平交易委員會(以下簡稱本會)為使相關市場界定標準更臻明確,以利案件審議與事業遵循,特訂定本處理原則。

二、(名詞定義)

本處理原則用詞定義如下:

- (一)相關市場:指事業就一定之商品或服務,從事競爭之區域或範圍。
- (二)需求替代:指事業調整特定商品價格或服務報酬時,交易相對人能夠轉換至其他商品或服務,以取代該特定商品或服務之情形。
- (三)供給替代:指事業調整特定商品價格或服務報酬時,競爭者或潛在競爭者能夠提供其他具替代性之商品或服務,以取代該特定商品或服務之情形。
- (四)產品市場:指在功能、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。
- (五)地理市場:指事業提供之特定商品或服務,交易相對人可以很容易地選擇或轉換其他交易對象之區域範圍。

三、(相關市場界定之基本原則)

需求替代為本會界定相關市場主要審酌之事項,本會並得視商品或服務特性考量供給替代。

本會從產品市場及地理市場二面向界定相關市場範圍;另得視具體個案,衡量時間因素對於相關市場範圍之影響。

四、(產品市場界定之考量因素)

本會依前點就案關商品或服務之需求替代、供給替代進行界定產品市場時,得考量下列因素:

- (一)產品價格變化。
- (二)產品特性及其用途。
- (三)產品間曾經出現替代關係之情形。
- (四)交易相對人在不同產品間之轉換成本大小。
- (五)產品價格調整時,交易相對人因價格變化而移轉購買之程度。
- (六)交易相對人及競爭事業對於產品間替代關係之看法。
- (七)相關法規或行政規則之規定。
- (八)其他與產品市場界定相關之事證。

五、(地理市場界定之考量因素)

本會依第三點就案關商品或服務之需求替代、供給替代進行界定地理市場時,得考量下列因素:

- (一)不同區域間產品價格變化及運輸成本大小。
- (二)產品特性及其用途。
- (三)交易相對人在不同區域購買產品之交易成本大小。
- (四)交易相對人對產品獲取之便利性。

- (五)交易相對人在產品價格調整時，選擇至不同區域購買之情況。
- (六)交易相對人及競爭事業對於產品區域間替代關係之看法。
- (七)相關法規或行政規則之規定。
- (八)其他與地理市場界定相關之事證。

六、(市場界定之分析方法)

本會界定相關市場時，將審酌案關商品或服務及地理區域與其他商品或服務及地理區域間是否具有合理可替代性，並得運用交叉彈性檢測法及假設性獨占者檢測法界定相關市場。惟個案之處理不以前開分析方法為限，且各項分析方法使用上並無運用之優先順序。

七、(市場界定之分析方法：合理可替代性分析法)

合理可替代性分析法係指以交易相對人之認知，審酌個案所涉及之商品或服務與其他商品或服務在功能、特性、用途、價格或競爭之地理區域上是否具有合理可替代性進行界定產品市場或地理市場。至於彼此間之替代程度如何始得構成同一相關市場，應依具體個案事實予以判斷。

八、(市場界定之分析方法：交叉彈性檢測法)

交叉彈性指一產品價格變動率影響另一產品數量變動率的比率值。

產品本身及其替代品間或地理區域間的交叉彈性可用以測度該二項產品或地理區域間的替代關係，並予以界定相關市場。

運用交叉彈性界定相關市場時須注意下列事項：

- (一)交叉彈性關注的是單一的替代品或地理區域而非所有的替代品或地理區域，並以「其他交易條件不變」為前提。至於二項產品或地理區域間之交叉彈性大小如何始得構成同一相關市場，須依具體個案事實予以判斷。
- (二)衡量交叉彈性所使用之價格宜採競爭性價格，以判斷產品或地理區域是否構成同一相關市場。
- (三)運用交叉彈性界定相關市場時，尚須依第四點或第五點所列各項因素綜合考量。

九、(市場界定之分析方法：假設性獨占者檢測法)

假設性獨占者檢測法是指假設市場上有一獨占者，檢測該假設性獨占者在進行微幅但顯著的非暫時性價格調漲前後之利潤變化情形；當價格調漲使該假設性獨占者利潤減少，則表示原先界定之相關市場太小，而須將其他具替代性之產品或地理區域納入，再重複進行檢測，直到價格調漲而該假設性獨占者不減少利潤為止，即完成相關市場界定。

運用假設性獨占者檢測法時，須注意下列事項：

- (一)在使用假設性獨占者檢測法界定相關市場時，選取之基準價格宜為市場競爭性價格。
- (二)至於價格上漲幅度，一般情況下為百分之五至百分之十，但在具體個案判斷時則依案件涉及之產業或市場特性調整價格上漲幅度。
- (三)運用假設性獨占者檢測法界定相關市場時，尚須依第四點或第五點所列各項因素綜合考量。

十、(目的事業主管機關之意見)

本會對特定產業之市場範圍界定，得參酌產業目的事業主管機關之意見。

十一、(特定產業之審查基準)

本會對特定產業另訂有處理原則或規範說明界定相關市場者，從其規定。

（州）政府行為仍有競爭法之適用

美國聯邦最高法院2015年2月25日判決肯認聯邦交易委員會針對北卡羅萊納州牙科委員會所為之決定，即市場參與者組成之管制機關，其未經監督行使公權力行為仍應受反托拉斯法之檢視。

■ 撰文＝顏家琳
（公平會綜合規劃處科長）

背景說明

2010年6月美國聯邦交易委員會（FTC）針對北卡羅萊納州牙科委員會（下稱北卡牙科委員會）提出行政控訴（administrative complaint），主張北卡牙科委員會自行寄發信件給不具牙醫執照卻從事牙齒美白服務業者，要求他們停止提供牙齒美白服務，另寄發信函要求購物中心或物產管理公司不要出租店面給這些無照業者。美國FTC認為，北卡牙科委員會此舉減少北卡羅萊納州之牙齒美白服務提供，構成牙醫間之共謀行為，北卡牙科委員會此一行為具有清楚地限制競爭意向，且欠缺促進競爭之正面效果，足以認定違反聯邦交易委員會法第5條規定。

北卡牙科委員會為州政府依據牙醫執業法所設置，該委員會共由8名委員組成，其中包括6名合格執業牙醫，1名牙科保健專家及1名消費者代表。北卡牙科委員會有權核發更新牙醫執照，並依據牙醫執業法針對未經許可之診療行為進行監督，避免個人無照從事牙科醫療。又倘北卡牙科委員會發現前開違法行為，得向北卡高等法院訴請禁止，或移送地方檢察官提起刑事訴訟。

事實上，牙醫執業法並未明文規範牙齒美白行為為牙科診療行為，消費者在北卡羅萊納州共有4種牙齒美白產品或服務可以選擇，包括牙醫

診所牙齒美白療程、居家美白套裝（牙醫診所提供）、非牙醫提供之牙齒美白服務，以及市售通路（over-the-counter）牙齒美白產品。然自2003年，北卡牙科委員會陸續接獲會員抱怨無照業者削價競爭，故其於2006年寄發47封信（cease-and-desist letters）要求無照業者停止相關牙齒美白服務，信函中指出牙齒美白服務是屬牙醫執業範疇，並警告無照提供此一服務將是違法的行為。2007年北卡牙科委員會更寄發11封警告信給購物中心或物產管理公司，致使其拒絕出租場地給這些無照業者提供牙齒美白服務。

美國FTC認為北卡牙科委員會寄發信函之行為已構成聯合行為（concerted action），且已導致業者退出或延遲進入北卡羅來納州（牙齒美白）市場，足以排除非牙醫在牙齒美白服務市場參與競爭。依「固有之可疑性」（inherently suspect）¹的分析架構，美國FTC於2011年12月7日作出最終決定，認定前開行為違反聯邦交易委員會法第5條的規定，命北卡牙科委員會停止該違法行為。

法院判決

北卡牙科委員會上訴時援引聯邦最高法院在 Parker, Director of Agriculture, et al. v. Brown

¹此為Polygram案闡述之原則，即在某些案件類型，案關行為由於具有抑制競爭之可能性，本質上有違法疑慮，除有法律明文正當理由，該限制競爭行為足以被非難，而無須再為嚴格之市場力分析。

(1943)判決揭示的「州政府行為原則」(state action doctrine)，主張北卡牙科委員會為州政府依據牙醫執業法設置之管制機關，依法所為管理監督牙科醫療行為，自應豁免於反托拉斯法之規範範圍。惟第四巡迴法院於2013年5月反駁北卡牙科委員會主張，判決說明政府授權私人行使公權力時，前開豁免原則須符合California Retail Liquor Dealers Assn. v. Midcal Aluminum (1980)所創設之二項要件：該私人是依據明確之州政府政策從事限制競爭行為，且其行為受到州政府主動監督。

2015年2月25日美國聯邦最高法院以6比3的票數，針對北卡牙科委員會上訴案作出決定，支持美國FTC及第四巡迴法院看法，認為北卡牙科委員會絕大多數決策者為市場參與者，其並非州政府自身行為，而應屬Midcal判決涵蓋之情形，須符合Midcal案揭櫫之二項要件，方能主張Parker案建立之豁免原則。聯邦最高法院認為本案北卡牙科委員會行為並無法滿足「受到州政府主動監督」之要件，仍無法規避反托拉斯法之適用。

聯邦最高法院更進一步在判決中說明「主動監督」並非一僵固的概念，其仍須視個案情況判斷。主動監督並不限於每日經營管理的干預，其最重要的原則，在於州政府是否有一套監督機制，得以確保政府委託行使公權力的私人，其所為限制競爭行為係為推動州政府政策，而不僅滿足個人私利。聯邦最高法院亦指出符合「主動監督」之要件：

- 一、政府必須監督檢視限制競爭決定的實質內容，而不僅是作成決定的過程。
- 二、政府對於特定決定具有否決權或修正權，得以確保該決定符合州政府的政策。

三、(受委託行使公權力之私人所為)決定僅有受政府監督之可能，並不能即視為州政府自身之決定。

四、監督者不能同時也是市場的參與者。

不同意見書

前開判決另有3位法官共同提出不同意見書。其首先指出本案判決多數法官誤解Parker案所建立的「州政府行為原則」，該原則清楚揭示反托拉斯法不適用於州政府機關(state agencies)。本案北卡牙科委員會無疑為州政府依據牙醫執業法成立以執行法定管制目的之政府機關，而與Midcal案適用於政府委託私人從事限制競爭行為並不相同，該委員會所為行為應與Parker案為相同處理。此一少數不同意見強調本案判決未遵守傳統聯邦與州政府主權劃分原則，且反對多數法官以北卡牙科委員會多數成員為市場參與者(合格執業牙醫)，推論管制俘虜(regulatory capture)之產生。

評析

觀此判決，美國聯邦最高法院似乎有意擴張解釋反托拉斯法適用於州政府行為之範圍，由州政府設立之管制機關，倘其主要決策者是由市場參與者組成，其所為限制競爭行為僅在若干要件下，方得以排除反托拉斯法適用。此案之背景脈絡(涉及美國聯邦與州政府分權議題)雖無法一概適用於我國公平交易法處理受政府委託行使公權力行為，然或許仍值思考，依法成立的專門職業管制機構/團體，其組成成員均為同一市場參與者，與同業公會本質上有其相近之處，倘欲豁免於競爭法的適用，是否應設有相應的標準足資判斷，方不致藉執行公權力之名，行限制競爭之實，影響市場機能之正常運作。



謙沖隨和的公平會副主任委員邱永和

■ 撰文 = 李月嬌
(公平會秘書室簡任視察)

翹首期盼了將近一年，公平會副主委邱永和終於在民國104年2月1日走馬上任了。邱副主委於民國45年出生並成長於炎熱的港都—高雄市，生性好動，熱愛運動，小學階段接觸到足球，深受吸引，日日勤練，國中階段亦全心投入足球，國小及國中均當選為足球校隊，但也由於太沉迷於足球，高中聯考結果並不理想，這促使他停下來思考未來並決心在學業上全力衝刺，自逢甲大學經濟系畢業後，進入東吳大學經濟研究所就讀，碩士畢業服完兵役後在高雄國際商專（現已與高雄工專合併更名為高雄應用科技大學）任教二年半，之後再赴美國密西西比大學修讀經濟博士，專攻產業經濟，83年7月取得經濟博士學位後，隨即返國任教於東吳大學至今。秉持著對運動熱愛的精神及毅力，邱副主委在學術領域一步一腳印，逐步紮根，累積實力，終能在學術上占有一席之地。

他在東吳大學任教期間，自經濟系副教授、教授、科技管理學程主任、商學院研發中心召集人、商學院院長、研究發展處處長到教務長，一直秉持敬業態度，教學輔導盡心盡力，深受學生愛戴，曾獲東吳大學教學優良教師獎及熱心導師獎之殊榮；他對學術研究極有興趣亦積極投入，運用其擅長之經濟模型及統計分析方法於各項研究中，以產業經濟、績效評估、經濟分析、金融產業、效率分析、風險評估及法律經濟為主要研究範圍，在國內外期刊共發表論文74篇，其中包含SSCI（28篇）、SCI（16篇）、TSSCI（3篇）及EI：INSPEC（9篇），在學術研究表現上非常傑出。他除了每年指導研究生碩博士論文外，還擔任17件國家科學委員會（現為科技部）研究計畫主持人及整合型研究計畫主持人，曾於



民國94年獲得東吳大學研究計畫積極研究獎，95至102年獲得東吳大學學術研究獎助「研究論著獎」，99至103年獲得東吳大學研究傑出獎。

邱副主委在東吳大學任職20年期間，除教學及研究工作外，並兼任許多行政職務歷練自己行政管理能力，從商學院科技管理學程主任到教務長，各種行政職務經驗讓自己的視野愈為寬廣、待人愈為圓融、行政管理能力日漸純熟，他特別提到，在研究發展處處長任內（民國97年8月至103年7月），管理學校之研究策略及發展方針，並主導學校的預算與學校發展相互結合，建立KPI（關鍵績效指標）及績效管考以推動全校校務工作。建立東吳大學3年期中長程計劃，推動東吳大學向第一流私校邁進。這階段的工作讓他最為津津樂道，付出很多，對學校貢獻很多，個人收穫更多。

除東吳大學校內工作外，邱副主委尚有許多服務校外工作，包含參與其他大學或財團法人組織機構等服務性質的工作，例如台灣效率與生產力學會理事長、私立逢甲大學經濟系及商學院諮詢顧問、政府單位與業界之諮詢委員…等；又擔任多個國際性期刊的編輯委員及審查委

員，如Panoeconomicus, European Journal of Operational Research…等。勇於將觸角伸向各相關領域，吸收各領域的特點及值得學習之處，不斷成長進步，造就了兼具專業與行政長才的邱副主委。也由於勇於投入不同領域歷練自己，促成他義無反顧投入公職這一新領域－出任公平會副主委，此又是職業生涯的另一次體驗，勢將擦出不同的火花。

公平交易法第一條開宗明義點出其目標為「為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」。邱副主委期許自己以此為目標，著重市場之公平性但以不侵害市場的競爭力為原則，同時秉持「公平、效率、便民」三大最高原則來執行公平會的業務，期望打造一個自由公平合理的競爭環境，以維持市場之正常運作，促進產業發展與經濟成長。具體作法如下：

1. 在限制競爭行為案件中，將發揮個人經濟專業，作深入之產業分析及統計分析，透過經濟效益模型的考量來分析結合與聯合案件是否有抵觸公平交易法，以防止業者濫用市場力量，維護市場公平競爭機制。
2. 在不公平競爭行為案件中，將引進先進國家不公平交易競爭的理論架構及實際執行案例，對不實廣告、仿冒、散布損害他人營業信譽及不當之贈品與贈獎等行為能明確判斷是否違反公平交易法，避免業者以不正當的手段從事競爭，確保市場自由競爭之公平性。
3. 在國際間交流合作上，將積極推動雙邊或多邊之國際交流與合作，以防堵跨國反競爭行為，維護國內的市場自由競爭環境。同時積極參與競爭法國際組織會議，如經濟合作發展組織（OECD）、亞太經濟合作（APEC）及國際

競爭網路（ICN）…等，以吸取先進國家之執法經驗，進一步提升我國競爭法之執行成效。

4. 在執行公平會政策與法規時，許多案件和企業息息相關，且涉及業者之重大利益，他將推動行政程序透明化及處理原則明確化，期望提高執行成效，增進大眾對公平交易委員會之信賴。

邱副主委主要工作除了襄助主委推動會務、審理公平交易法案件外，另一重要角色即是擔任機關發言人，這對第一次擔任發言人的他是一個深具挑戰性的工作，為準備隨時接招，除要深入了解公平會業務及各個案件之內容，對於每日新聞與輿情都要掌握先機，他認為與媒體互動要掌握「保持暢通管道、真實性及專業角度」之原則，有錯誤要立刻修正澄清，發言時分寸的拿捏尤其要掌握，他認為這是與當能隨興發言的學者最大的不同。

邱副主委個性獨立、自主、隨和易與人相處、責任心重、善於溝通協調，到公平會服務二個多月以來，深覺公平會是個具有高度專業的單位，同仁專業素質非常高，溝通順暢、相處愉快，他很高興能來公平會服務。他是個認真的人，全心投入於工作及學術研究，星期一到五工作，假日研讀專業及撰寫文章，幾乎沒有休閒娛樂，才能於繁忙的工作之餘仍發表數量龐大的論文，為了保持身體健康及體力，他隨身帶著計步器，規定自己每天要走一萬步以上，白天沒達到目標，下班後一定要出去走到一萬步，這也是他得以維持身材及健康的秘訣。

邱副主委希望運用自己財經背景來執行公平交易法，尤其是科技產業及服務業方面，期望能打造公平自由競爭的環境及保護消費者利益，使得產業、政府和消費者獲得三贏局面，同時也能落實經濟永續發展，使台灣邁向一個幸福社會。

檢舉案件統計

檢舉案係指檢舉人對於可能違反公平交易法、多層次傳銷管理法等公平會主管法規之情事，以書面（含電子郵件、傳真等）或言詞（經作成紀錄或反映單）具體陳述事實，向公平會具名檢舉或由他機關移來具名之檢舉案件。依據公平會統計民國104年1-3月收辦檢舉案255件（占全部案件6成2），進行審理案件計364件（含103年未結案件109件）。

民國104年1-3月檢舉案經處理結案257件，其中作成處分者9件，不處分19件。自民國99年累計至104年3月底（下稱近5年）收辦檢舉案經處理結案計8,026件，作成處分493件（函送處分書523件）；不予處分計1,379件，其原因以未達處分實體要件居多；行政處置25件，所採取之行政措施為函請主管機關配合辦理、進行行業警示、個案警示等；另因涉及刑事案件、民事案件、他機關職掌及程序不符等因素而停止審理5,690件(相當於每10件檢舉案中即有7件以停止審理結案)，予以併案處理439件（表1）。

表1 檢舉案收辦情形統計

單位：件；%

年別 (民國)	檢舉案		處理結果					
	收辦 件數	占全部案 件比率%	總計	處分	不處分	行政 處置	停止 審理	併案 處理
總計 (99-104年3月)	7,939	72.7	8,026	493	1,379	25	5,690	439
99年	1,206	83.9	1,243	109	291	1	793	49
100年	1,362	73.1	1,346	110	278	15	898	45
101年	1,955	76.5	1,895	86	316	6	1,340	147
102年	1,623	71.2	1,643	102	276	1	1,160	104
103年	1,538	64.8	1,642	77	199	2	1,275	89
104年1-3月	255	62.0	257	9	19	-	224	5

說明：全部案件係指檢舉案、申請聯合案、申報結合案、請釋案、主動調查案。

民國104年1-3月辦結之檢舉案，經扣除調查結果非屬公平會主管業務或程序不符之停止審理案及重複檢舉同一案由之案件後，涉及公平會主管法規案件（下稱涉法案件）計28件（其中處分9件，處分比率32.1%）。近5年辦結檢舉案涉法案件計1,897件（其中處分493件，處分比率26.0%），依主要涉法行為態樣分析，屬限制競爭行為359件（處分比率15.9%），不公平競爭行為1,389件（處分比率26.8%），非法多層次傳銷行為143件（處分比率46.2%）（表2）。

表2 檢舉案處分比率—按涉法行為態樣統計

單位：%

年別 (民國)	總計	限制競爭行爲	聯合行爲	不公平競爭行爲	虛偽不實或引人錯誤廣告行爲	欺罔或顯失公平行爲	非法多層次傳銷行爲	其他
平均處分比率 (99-104年3月)	26.0	15.9	9.9	26.8	29.7	26.8	46.2	-
99年	27.2	15.3	11.1	27.3	28.9	29.4	56.5	--
100年	27.3	6.7	3.7	28.4	28.6	32.9	68.2	-
101年	21.1	10.5	7.7	21.5	25.5	16.5	47.1	-
102年	26.9	25.0	10.7	28.1	30.9	29.3	27.5	-
103年	27.7	19.7	15.4	27.8	34.2	27.9	47.8	-
104年1-3月	32.1	25.0	100.0	42.1	100.0	20.0	-	-

說明：1.處分比率=處分件數/涉法案件*100

2.104年1-3月辦結涉法案件屬聯合行爲1件（處分1件），屬虛偽不實或引人錯誤廣告行爲7件（處分7件）。

民國104年1-3月涉法之檢舉案件中經作成違法處分者計9件，計發出處分書10件，處分26家，罰鍰金額新臺幣1,238萬元；觀察近5年檢舉案處分情形，以民國100年處分罰鍰金額7,448萬元最多（處分書116件），其次為民國103年4,241萬元（處分書82件）次之（圖1）。

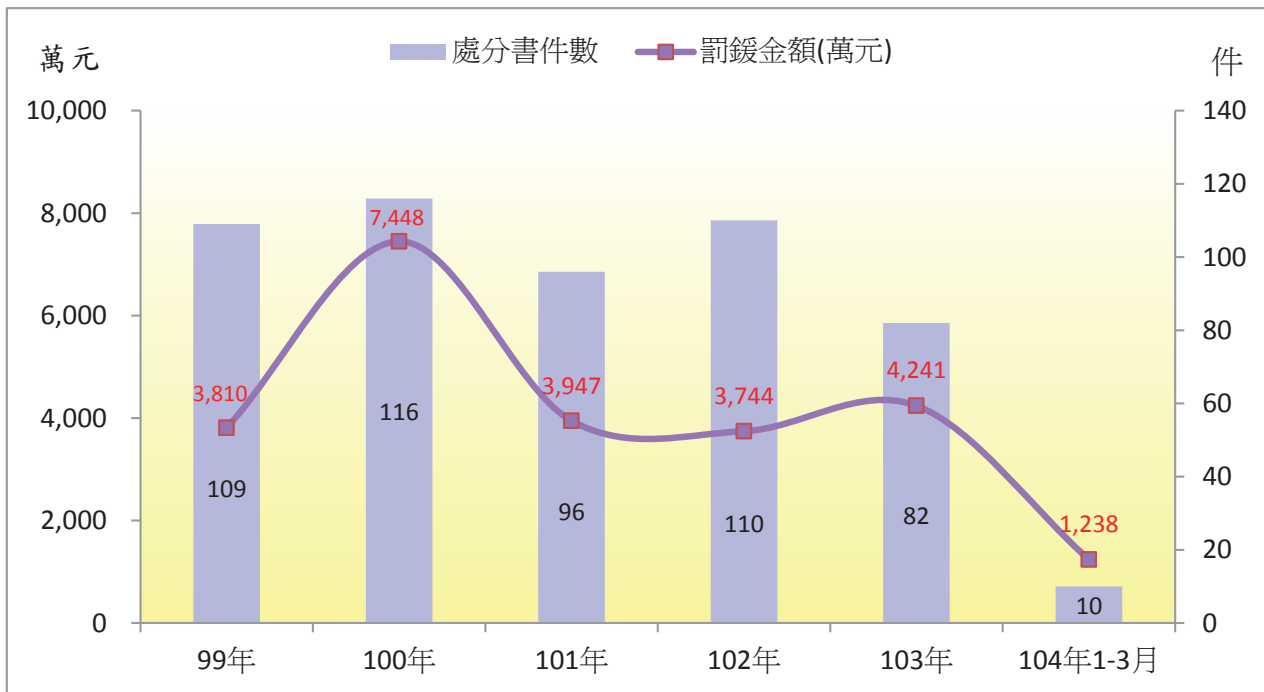


圖1 檢舉案件處分情形

民國104年3、4月份會務活動一覽

- 3月6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說明會」。
- 3月6日於高雄市針對各傳銷事業之傳銷商、各縣市傳銷工(協)會之會員，舉辦「多層次傳銷管理與保護說明會」。
- 3月20日於臺中市辦理「公平交易委員會對於預售屋銷售行為規範說明會」。
- 3月23日於臺南市針對原住民、新住民、銀髮族及一般民眾，舉辦「公平交易委員會多層次傳銷法令規範說明會」。
- 4月2日於高雄市辦理「公平交易委員會對於加盟業主經營行為規範說明會」。
- 4月9日及15日於公平會競爭中心辦理東吳大學經濟學系師生及會計學系師生「公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營」。
- 4月14日於公平會舉辦「104年度公平交易法專題講座—公平交易法最新修正重點及本會寬恕政策實施辦法簡介」。
- 4月21日邀請高雄大學法律學系紀振清副教授專題演講「標準化與競爭法」。
- 4月23日及28日分別於臺北市及高雄市辦理「公平交易委員會對於有線電視相關事業之規範說明會」。



1



2

1. 公平會於高雄市針對各傳銷事業之傳銷商、各縣市傳銷工(協)會之會員，舉辦「多層次傳銷管理與保護說明會」。
2. 公平會於臺南市針對原住民、新住民、銀髮族及一般民眾，舉辦「公平交易委員會多層次傳銷法令規範說明會」。



3. 公平會於高雄市辦理「公平交易委員會對於加盟業主經營行為規範說明會」。
4. 公平會於競爭中心辦理東吳大學經濟學系師生「公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營」。
5. 公平會舉辦「104年度公平交易法專題講座—公平交易法最新修正重點及本會寬恕政策實施辦法簡介」。
6. 公平會於臺北市辦理「公平交易委員會對於有線電視相關事業之規範說明會」。

民國104年3、4月份國際交流活動一覽

- 3月10日參加ICN機關成效工作小組「2015-2018年工作計畫及該小組轄下研究發展次級小組2015-2016年工作計畫」電話會議。
- 3月10日參加ICN卡特爾工作小組「各競爭法主管機關處分之補充與相互影響」電話會議。
- 3月11日參加ICN單方行為工作小組「工作手冊：搭售專章及其個案簡報」亞太場次電話會議。
- 3月18日參加ICN機關成效工作小組「調查程序指南草案」亞太場次電話會議。
- 3月24日至26日出席於韓國濟州島舉辦之OECD「有效結合管制的實務觀點」會議。
- 4月13日參加ICN單方行為工作小組「於管制市場的拒絕交易」電話研討會。
- 4月14日參加ICN卡特爾工作小組「與國際卡特爾裁處相關之特定裁處議題」網路會議。
- 4月21日參加ICN卡特爾工作小組「處分」電話會議亞洲場次。
- 4月22日參加OECD競爭評估能力建置視訊會議。
- 4月27日至5月1日蔡委員蕙安率團出席於澳洲雪梨舉辦之「國際競爭網絡（ICN）第14屆年會」及相關會議。



1. 公平會出席於韓國濟州島舉辦之OECD「有效結合管制的實務觀點」會議。
2. 公平會蔡委員蕙安率團出席於澳洲雪梨舉辦之「國際競爭網絡（ICN）第14屆年會」及相關會議。



TAIWAN GO 魅力觀光創新高

- 2014年來臺旅客991萬人次，創歷史新高，旅客成長率全球第**2**
- Lonely Planet 2015年全球10大最超值景點
- National Geographic Traveler 2015年世界最佳20個旅遊點

行政院
教育部 | 觀光局 | 交通部
資料來源：交通部觀光局 | 圖片來源：外交部



數位學伴

和偏鄉孩子共同成長，號召大學生與偏鄉國中、小學童線上即時互動，提供學習諮詢。截至103年底止，培訓**9,600**位大學生，累計服務**6,608**名學童。

行政院
教育部 | 數位學伴
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104年5月31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。



內 付
國 郵 資 已

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