

競爭政策通訊

Competition Policy Newsletter

行政院公平交易委員會
競爭政策資料及研究中心
發行人：黃宗樂
總編輯：辛志中
執行編輯：洪進安
Competition Policy Information
and Research Center, Fair Trade
Commission, Taiwan(ROC)

第9卷第5期
Issue 5, Volume 9

局版北市誌第1363號

中華民國94年9月30日
September 30, 2005

本期要目：

一、專題報導

- ◆OECD競爭委員會主席詹尼博士訪台
並發表專題演講..... 1
- ◆專題演講摘要..... 2

二、消息報導

- ◆行政罰法案例：董事執行業務違規
致公司受罰，董事會不會也被處罰
？..... 12
- ◆公平會通過對於電話行銷案件之處
理原則..... 13
- ◆公平會與OECD合辦第7屆國際競爭
政策研討會報告..... 14
- ◆各國競爭政策動態..... 16
- ◆公平會處理重要案例..... 17

三、會務活動..... 23

四、國際交流..... 25

五、重要公告

- ◆專題演講預告..... 26
- ◆出版訊息..... 26

一、專題報導

◆OECD競爭委員會主席詹尼博士訪 台並發表專題演講

經濟合作發展組織（OECD）「競爭委員會」主席詹尼博士（Dr. Frédéric Jenny）應公平會邀請，於8月17日來台訪問4天。詹尼主席訪台期間，除與公平會就該會明（95）年2月接受OECD競爭政策同儕檢視（peer review）之議題交換意見外，並拜會我國最高法院及行政院經濟建設委員會，以瞭解我國司法制度及國家競爭環境。另外，詹尼主席於18日下午2時30分以「國際反競爭行為及未來對競爭議題之國際合作」為題，假公平會「競爭政策資料及研究中心」發表專題演講。

詹尼主席為國際知名之經濟學者，在1975年及1977年分別取得美國哈佛大學、法國巴黎第二大學經濟學博士。自1994年起即擔任OECD「競爭委員會」主席迄今，1997年並出任世

界貿易組織（WTO）「貿易與競爭政策互動工作小組」主席，在國際間素負聲望，對推動競爭政策與競爭法的國際合作具有深厚之影響力。另詹尼主席亦曾任法國競爭審議委員會副主任委員達11年之久（1993-2004），現任法國最高法院法官，為法國最高法院創院兩百多年以來第一位非法律背景出身之法官。

詹尼主席一向與我國關係友好，過去10年來曾3度來台訪問，並參加由公平會舉辦之國際學術研討會，對我國實施公平交易法成效十分稱許。我國能於2002年1月成為OECD「競爭委員會」之一般觀察員，詹尼主席提供了相當正面的協助。去（93）年底公平會黃主任委員率團訪問歐洲時，特地當面邀請詹尼主席今年再度來台訪問。



詹尼博士（左）與公平會黃主任委員宗樂（右）於記者會合影

◆專題演講摘要

□企業競爭策略與公平交易法

講座：余副主任委員朝權（公平會）

日期：94年4月19日

場次：9404-160



一、前言

公平交易法的立法宗旨，係「為維護交易秩序與消費者利益，確保公平競爭，促進經濟之安定與繁榮。」因此就執法單位與適法事業而言，各有其特定之意涵。但在實務上，事業在擬訂其競爭策略時，應注意其適法性，而執法單位亦宜深入瞭解事業擬定競爭策略之考量因素，並據以進行有效的調查及裁處適當之處罰，甚且進而立法防範事業之不法競爭行為，以收嚇阻之效。倘若一家企業非屬市場上具領導地位者，其營運策略經常游走在法律邊緣，因此，企業唯有瞭解公平交易法才不致有觸法之虞。今天所要談的主題或許過去沒有人談過，但是我認為這是一個非常有意義的主題，在此本人嘗試向大家報告有關企業競爭策略與公平交易法二者之關聯性。

二、基本競爭策略（競爭地位與競爭性

行銷策略)

這裡所謂的基本競爭策略，是引用哈佛大學商學院Michael Porter (1980) 教授的說法。它是指企業為了獲得成功必須發展出一套具競爭性的行銷策略(或直接稱為競爭策略)，以有效的對抗競爭者並維持長期的競爭優勢。這裡面的用詞都有其特別的意涵，以下將個別加以說明。所謂競爭策略決定於企業在產業中的競爭地位(Competitive Position)、企業目標(Business Goals)、經營實力(Operation Power)以及市場機會(Business Opportunity)。當然也有其他因素需納入考量，但是這裡舉的項目是我認為比較重要的。

若單以競爭地位來區分，企業競爭地位大致上可分成四類：

(一)成本最低(生產力最高)：也就是指企業在所定義的市場裡屬於生產成本最低的，我們稱之為成本最低或生產力最高的地位，也就是Michael Porter教授所稱的成本領導策略(Cost-leadership)。其意涵是指企業能夠以較低的售價來爭取顧客，其顧客的範圍也比較廣泛，也很可能是產業內屬大或是最大的企業。目前台灣的高科技產業所有為外國代工的大廠，其營業額千億元以上的都是採取此種策略。例如鴻海生產成本就是要比其競

爭對手少3%至5%，但是最後的淨利可能是其他競爭對手的3倍。

(二)產品高度差異化：產品有差異的企業，通常可訂定較高的售價，而以具有特色的產品來吸引顧客。其特色的態樣很多，例如品質穩定、設計出眾等。華碩ASUS即屬於此類。

(三)市場高度集中(利基市場)：市場集中的企業乃是放棄對整個市場的經營，而專注於某一(些)特定的市場區隔或顧客群。在這一(些)特定的市場區隔內，企業將比競爭者有較低的成本、或較具特色(差異化)的產品。公平交易法內對於「市場」有明確的定義，而這顯然和Michael Porter在這邊所指的市場高度集中有所不同。Michael Porter教授在探討市場高度集中所用的文字只有「Focus」一字。指企業的範圍只集中在某一地區，其品牌也只是一個地方性的品牌或企業。我們在下面也可以衍生出除市場以外的其他10種的集中，例如最接近顧客的集中。本人親身的體驗是南投信義鄉部落裡唯一的雜貨店，雖然價格很高，但是屬當地唯一的商家，所以在面臨便利商店林立的狀態下亦能生存。基本上我認為無論是成本較低、產品具有特色或市場高度集中都可以構成企業賴以致勝的策略。

(四)中庸地位：中庸對於企業經營來說是

一個非常麻煩的情況。中庸地位的企業常常會因為缺乏競爭優勢而陷入困境 (Stuck in the Middle)。在之前有兩種不同但相關的統計資料，是有關企業規模及企業市場占有率來看待企業獲利情況，所做出來的統計有兩種結論。第一種是企業的規模越大越好，也就是企業的規模和其獲利狀況是成正相關的。方才提及的鴻海、便利超商或大賣場都是這種結論的印證，而營業規模較小的企業在其產業中常常會遇到困境而難以存活，我們等一下也會以市場占有率的高低，顯現出可用的競爭策略進行說明。第二種，在美國也有人以農業機械為對象做了相同研究，發現規模最大的農業機械企業其獲利狀況也屬最好，而處於中間的產業都是賠錢的，並且產業規模很小卻具有利基的廠商也可以獲利能夠存活。(本人博士論文研究的主題是生產力 (Productivity)，實際研究的對象是製鞋業，而研究結果發現並不是規模最大的製鞋業者其獲利情況最佳；反而是一個適當規模的企業其獲利情形最好。) 如果企業規模不大不小，便無法大到取得成本優勢又不能具有特色以提高售價，在台灣此種最佳類比的產業是餐飲業。在成本都不高的情況下，有一些餐廳會以加強其裝潢設計以營造氣氛的方式使

其具有特色並提高售價。另外如女性朋友最喜歡的皮包配件及香水也是很好的例證，這些具有利基的產業的銷售對象不是一般大眾，因此，我們可以看到處於中庸狀態的產業其實是最危險的。企業的策略中還有一種是產品多角化，也就是什麼樣的產品都賣。以日用品業的P&G為例，在三十幾條產品線裡，該企業大概就有十幾條的產品線，大約占了所有市場的40%到60%，是業界裡的第一名。如果不能做到這一點，那麼企業應該選擇專注地去做單一種或少量的產品線。例如某些中式餐廳所提供的餐點中種類不多，但是每一種在價格上都比別人高一點，但卻很精緻，如在用餐的環境上和一般的自助餐店比起來有較佳的空調設備、播放音樂或甚至其他擺設。產品的價格比較貴，但是我們可以發現這樣的改變，其實對於其成本的增加沒有很大的影響，但是整體給顧客的感覺具有特色，利用此種策略的企業也能存活。

我想這就是企業競爭策略和競爭地位之間相互的現象。我們發現Michael Porter教授所講的三個基本競爭策略，皆是可選擇的策略。當企業選擇了某一個策略並執行得很好時，就會得到藉由這三種策略所得到的優勢地位，也就是成本最低、產品有特色或是市場集中的

地位。但是一旦執行得不好，就如同原本唸法律的學生跑到商業領域裡就業，一來對於會計不熟，二來對企業的營運也不太會，在商業領域內可以說是一無所知，其地位也是居於劣勢的。或許有個案的成功，但是就整體比例上是屬於相當少數的。這就如同買樂透必須要以樂捐的心態去做這件事一樣，每一期都有少數人得到頭獎，但卻不一定會是自己，這是個機率的問題。

三、企業競爭策略

接下來我們要討論基本競爭策略和公平交易法的關係，再切入之前我想先討論有關的第三個主題，也就是早期其他學者對於企業競爭策略的說法，即釐清競爭策略與競爭優勢兩者之間的關係。

美國哈佛大學商學院教授艾克（David A. Aaker）的研究領域較屬於企業行銷和企業策略，與研究經濟學的Michael Porter教授在看法上有所不同。Porter教授的宏觀是比較對的，但就細緻面而言仍然有所不足。例如基本企業競爭策略中的市場高度集中，從公平交易法或企業實務上的角度來看，這兩者非常接近。什麼叫做產品差異化有特色，必須從顧客也就是市場的角度來談。如果市場認為很有特色的，很明顯的它就是一個採取市場高度集中化策略。如果你認為你的產品很有特色，而

在特定集中市場上不是特別的出色，那麼我們只能說是執行策略上出了問題。所以在我的看法裡，Porter教授只提了兩個基本競爭策略，如果用圖表示也就是位於右邊成本領導地位和位於左邊的特色產品，訴諸於特定市場，而中庸策略位於中間屬於第三種，中庸策略是企業營運上最不應該採取的策略。

Aaker教授認為企業不具競爭優勢將無法獲利。更進一步說，企業若不能使已發展出來的競爭優勢長期地維持下去，則無法長期維持獲利狀況，而發展與維持競爭優勢的策略，Aaker教授稱為競爭策略（Competitive Strategy）。我們在過去個人的邏輯思維上常會發現缺乏動態觀念。例如我們會說：「這個人很成功」但是卻忽略時間層面的考慮，以至於不曉得此人成功的時點在哪裡？是指現在成功？或過去很成功？還是指未來會很成功？我過去為企業界做行銷諮詢時常會說：「我現在提供給企業的行銷策略可以在三年內適用，三年後使用失敗了我不負責。」原來可採用的策略可能因為別人已經採用或是可以採用的時機已過，策略窗口已經關閉再來採行是沒有用的。從時間的觀點而言，維持長期競爭優勢是相當不容易的，而且方法只有一個，那就是創新（innovation）。產品的成本要下降在製程上要有所創新；產品要有特色也需創

新；管理上要有特色，皆需在作業的過程及服務方面的提升仰賴創新。

發展或維持長期競爭優勢有時是靠企業具有特別傑出的能力（Distinctive Competence）。這些能力包括：新產品開發能力、行銷能力、生產能力、理財能力等等。其中行銷能力的重要性一定要擺在第二位。我們可以說我國目前的困境，大多因為對外行銷的能力不足。曾有一位國內知名企業的董事長跟我說台灣目前沒缺生產技術，也不缺研發創新，但是卻缺乏行銷的能力。早期宏碁要打造Acer或是明碁推展BenQ，要打出自己的品牌所需投入的資金是非常龐大的。就理財能力方面，我是認為台灣目前的知識水準在這方面的人才還大有可為，畢竟我們在金融商品相關的能力遠比我們週遭的國家好很多。

發展或維持長期的競爭，有時候則是靠企業有龐大的資產。或許現在很多人認為萬貫家財不如一技在身。可是我們也不能就此抹滅萬貫家財的功能。以過去通貨膨脹的時代來說，當時擁有較多資產的人，所受到的影響相對的就比其他人的少。又有一些企業靠的是人力資產，就企業來說最重要的資產就是人力資產。學習人力資源管理的人就知道我們今天一再強調要計算企業內部的人力資源會計，人力資源也會折舊，因此要給予重新充電或更新的機會，這和

過去企業對於員工的概念是不一樣的。有些企業是掌握機器設備（如三星五金公司擁有高速螺帽成型機），有些則是掌握了原料來源因而形成競爭優勢。但是掌握機器設備的部分，常因為環境變動而較難掌握（例如專利權也有期限），所以有時候掌握原料來源，就顯得更加重要。我想日本人在這方面就是非常注重，其對全世界的資源分布的掌控就非常清楚。本人在台大地質系唸書時得到一個概念，日本人會願意花相當於一億新台幣的成本去非洲免費幫非洲國家做地質調查。但是該調查的資料卻僅由日本和該國之間能共享。而以這兩年來看，澳幣非常強勢是因為澳洲的自然資源非常豐富；中東石油國家也是掌握了石油的資源。

上述說法可以用圖1表示之。此圖明確地說明了競爭策略、競爭優勢、經營績效三者的因果關係。我要說明的是競爭策略和競爭優勢是互為因果。企業因為能夠採用正確的競爭策略就能取得好的競爭優勢，我們也可以說是好的競爭地位。一般而言，企業的競爭優勢不會只有一個，擁有單一優勢的企業其實是很危險的。我過去常常提一個例子，英業達過去的顧客就只有康柏，當康柏的營業額出現危機的時候，英業達所受到的影響也就相當大。

競爭策略的形成是靠著傑出的能力

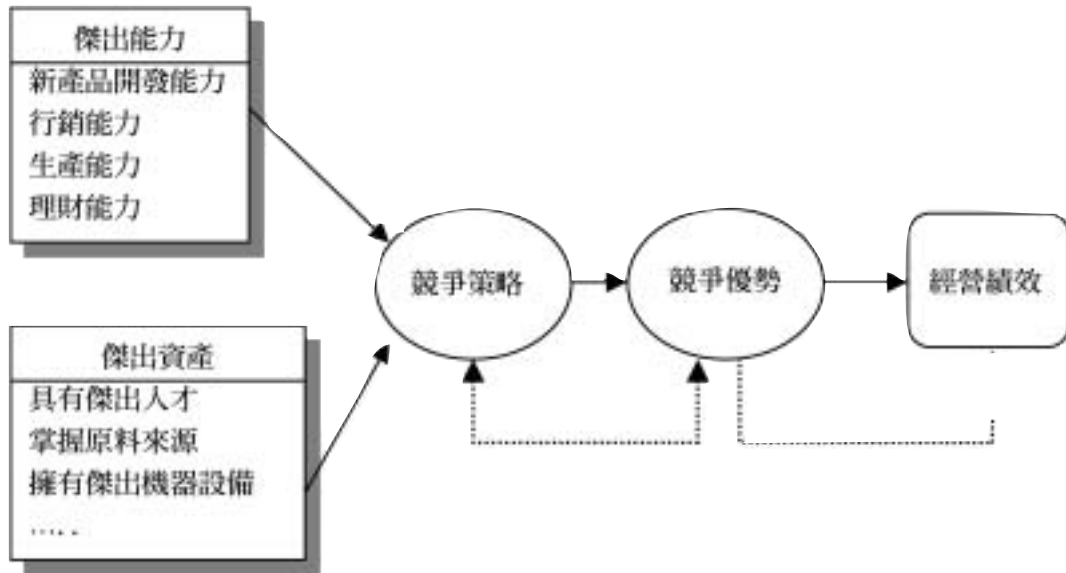


圖1：競爭策略、競爭優勢、經營績效關係圖

及傑出的資產。而有了競爭優勢才有經營績效，如同方才提及的經營績效有兩種情況。如果我們以橫軸為市場占有率，縱軸為投資報酬率，為了避免陷入其中的圖形會呈現一個開口向上的V字型的圖型。左邊為競爭優勢的產品，在特殊性的市場中具有利基的企業，右邊為有規模經濟的企業，中間的為賠錢的企業。

四、競爭地位與競爭策略互為因果

每一個企業在一產業裡，會利用或根據其競爭地位而決定採用特定的競爭策略。而在特定的競爭策略下，企業將可達到某一種競爭地位。換言之，競爭策略與競爭地位互為因果，在動態的過

程中彼此相互影響。

以競爭地位對競爭策略的影響為例，賴特（Robert Wright）將一產業中的競爭地位分為六類，並大致說明其競爭策略的彈性。企業絕對不會無的放矢或是如唐吉柯德般地選擇其競爭策略，我們來一一檢視。

(一) 主宰地位（Dominant）：是指該企業能控制競爭者的行為，且有廣泛的策略可供選擇。換言之，這類企業通常是產業的主宰者，其成本最低、生產效能高、創新能力佳，且擁有眾多的競爭優勢為所欲為。因此，該類廠商常會違法濫用其市場地位，例如利用聯合行為來掌控整個市場。

(二)強勢地位 (Strong)：這類企業雖然在其經營產業裡不是屬於最大的，但是它可以獨自選擇自己的競爭策略，而不會危及其長期地位。

(三)有利地位 (Favorable)：這類企業具有優勢，可運用特定策略改善其競爭地位。

(四)維持地位 (Tenable)：這類的企業是在其他企業的容許下經營，其地位雖可繼續維持，但很難改善，這類企業是很危險的。IBM曾經在該企業最興盛時表示不會將所有的競爭對手消滅，相反要更愛惜其競爭對手。原因在於若將所有的競爭對手趕出市場，則將面臨美國法院唯一獨占廠商的起訴，甚至會被要求必須分割。微軟公司 (Microsoft)、早期的美國電話電報公司 (AT&T) 也都面臨相同困境。曾有人告訴我台灣的千暉打火機公司底下還有一堆小的打火機公司，之所以能夠存活也就是因為這樣的原因。

(五)弱勢地位 (Weak)：這類企業績效不佳，必須大事改革，否則只有退出市場。

(六)必死地位 (Non-viable)：這種企業績效不佳，同時也沒有改善的餘地，必敗無疑。

在市場上我們對任一產業都可以做此細分。這樣的作法就公平交易法而

言，屬後面三種的企業，其會使用的競爭策略通常是屬於極端的或有些時候是屬於不合法的手段。但是這樣的分類好像還是很籠統，所以我再採用下面一位美國西北大學教授科特勒 (Kotler) 的說法。他將競爭地位濃縮成四類，分別領導者、挑戰者、追隨者與利基者，而其所使用競爭策略也有所不同。

五、競爭策略之公平交易法適法性

(一)領導者：拓展整個市場、維持市場占有率、擴張市場占有率

1.本會於90年對荷蘭商·皇家飛利浦電子股份有限公司、日本·新力股份有限公司及日商·太陽誘電股份有限公司做出其違反公平交易法第14條、第10條第2款及第4款的處分。首先，這三家公司就CD-R光碟片的專利授權，因不當聯合授權而違反公平交易法第14條規定。換句話說，市場上最主要的CD-R專利屬荷蘭商·皇家飛利浦股份有限公司所有，該公司聯合日本·新力股份有限公司及日商·太陽誘電股份有限公司，對下游廠商做聯合授權，而此授權金價格很高。第二，有關公平交易法第10條的部份，授權的一方不給下游廠商談判的機會，而維持原有授權金的計價方式。第三，荷蘭商·皇家飛利浦電子股份有限公司拒絕對日本·新力

股份有限公司及日商·太陽誘電股份有限公司，提供授權專利的詳細內容，所以是利用其市場上的優勢地位來迫使被授權人接受協議。所以這三家廠商分別被處以新台幣800萬元、600萬元及400萬元的罰鍰。這就是典型的市場領導廠商為了維持領導地位所採取的作法。該類企業所做的通常為拓展市場，基本上是增加新的使用者，或是讓使用者有新的用量或是讓舊的顧客有新的用途，但是許多廠商不依這些方式或是因為市場接近飽和，為了維持其市場占有率而使用違反公平交易法的聯合行為。

2. 中國石油股份有限公司及台塑石化股份有限公司採取事先公開市場訊息的方式，聯合抬高油價而違反公平交易法第14條之規定。在行銷策略上我們稱之為 Market-Signaling。從學術的角度來看，此種行為的研究也不算長，大約十多年左右。
3. 統一超商股份有限公司廣告不實，違反公平交易法第21條之規定，被本會處分。統一超商是全國最大的便利連鎖商店，當時處分的原因是促銷商品的某一商品在促銷期間取消促銷價格恢復原價，或是將其原來的促銷商品拿來做第二波促銷商

品之用。我舉這例子是想跟大家報告的是市場上的大型領導廠商有可能犯上述聯合行為以外的錯誤。曾經有學者說一個真正行銷成功的企業，其不僅是產品品質要好，尚需創新，且還需有效的促銷。在這例子中顯然統一超商的行銷手法不好。

4. 新光三越百貨股份有限公司於90年8月舉辦特賣活動「遠東紡織全系列商品季名牌服飾均一價特賣會」，供貨廠商是全家福公司。該特賣會期間為同年8月10日到8月16日，8月13日相關產品才出貨至新光三越賣場，也就是說8月10日到8月12日之間的特賣會屬於廣告不實。這樣的情形會發生，第一個可能是新光三越本身營業上有疏忽；第二種情形是可能供貨商方面本身的考量因素導致。

(二)挑戰者：正面攻擊、側翼攻擊、包圍攻擊、迂迴攻擊、游擊攻擊

1. 光展電腦有限公司不當寄發廣告函，違反公平交易法第24條之規定。本案件發生於91年，寄發廣告函的對象為其當時的競爭對手華碩電腦的交易相對人，廣告內容為告知華碩產品有侵害專利權的行為。光展在廣告內容中所提的專利編號和華碩該產品所使用者的專利編號

是不相同的。在此案例中一個居於挑戰者地位的企業，為了要嚇阻領導的品牌進一步在市場擴充，它會用濫發廣告信函的方式用不實的指稱達到其目的。

2. 裕隆汽車製造股份有限公司於 SENTRA 180 汽車（系爭車款）廣告中所援用之「各車種安全測試一覽表」之資料來源係「日本運輸省和 OSA 國家汽車安全及受害者援助組織（OSA：National Organization for Automotive Safety & Victims' Aid）」所編製之 89 年最新「JNCAP 日本新車評估」報告，惟該報告並未包括系爭車款之測試結果，致消費者誤認 SENTRA 180 汽車業經日本安全評鑑，違反公平交易法第 21 條第 1 項規定。
3. 台北市私立文勝文理短期補習班以刊登比較廣告之方式，就他事業「各大補習班之補習同學第一次段考之各科分數平均值」及「松商應屆上榜科大比率」等內容為虛偽不實或引人錯誤之表示，為足以影響交易秩序之顯失公平行為，違反公平交易法第 24 條規定。行為當時競爭的補習班總共四家，被處分人於「段考」篇及「澎風」篇等二則廣告上，分別欠缺足供調查之其他補習班學生成績可資查證，及故意複

製檢舉人所為之廣告且揭載其名稱、標章及地址與電話等，為足以影響交易秩序之顯失公平行為。

(三) 追隨者：仿冒追隨、假冒追隨、模仿追隨、調適者

1. 楊世仲仿冒法商路易威登馬爾梯耶公司及台灣路威股份有限公司「LOUIS VUITTON」等四件商標，違反公平交易法第 20 條第 1 項第 1 款規定。仿冒是指外觀大致相同但仍可分辨出不同處（例如 LV 被仿冒為 LU）；模仿是指品牌不同但在功能或外觀上很相似；改良是品牌不同但基本的功能相同，且在設計或服務內容上比模仿的對象更好。我想過去台灣的情形是擺盪在仿冒和假冒之間，一直找不到出口。因為追隨者的地位在市場上也沒有什麼優勢，隨時有可能退出市場。
2. 福義軒食品食品廠有限公司「Miss Kate Raisin Biscuit」仿冒商品包裝外觀，違反公平交易法第 24 條規定。

(四) 利基者：最終使用者專家、特定垂直水準專家、特定顧客專家、顧客規模專家、特定地區專家、產品或產品線專家、產品特徵專家、訂製專家、高品質或低價格專家、服務專家

1. 雄峰國際股份有限公司於有線電視

廣告上，就「豐挺美懶人豐胸按摩師」產品在廣告上宣稱：「任何乳房立即增大30%」、「一週升一罩杯」等豐胸效果內容；又廣告內容在並無律師見證及醫師驗證情況下，卻聲稱有經律師見證及醫師驗證，違反公平交易法第21條第1項之規定。該產品或許有某些效果，但廣告內容對於其效果過於誇大屬違法不實。所以利基者在說明自己產品的效果時，應嚴守產品本身在科學上的既有證據。

2. 太平有線電視事業股份有限公司於87年在台中縣大里市、太平市、烏日鄉及霧峰鄉等地區散發廣告傳單宣稱自己是「中部第一家、唯一合法有線電視」，又強調「太平有線電視為目前中部地區唯一合法之有線電視業者」，涉及違反公平交易法第21條第3項準用同條第1項規定。利基廠商最喜歡向消費者宣稱自己在某方面是第一。因為其規模很小，如果這廠商不是真的第一，則這個第一是很危險的。本案經本會調查結果發現：其一，臺中縣大里經營區內尚無合法的有線電視系統經營者，僅大屯民主有線播送系統股份有限公司係合法有線電視節目播送系統業者，而該事業的營業範圍事實上就只有大里區而已，故

上開廣告顯屬不實。其二，有關「合法」的部分，在其廣告的範圍內尚有地區根本沒有合法的有線電視業者，包括該事業在內也有部分仍在申請當中。所以本會認定其違反公平交易法第21條規定。

3. 順鈺食品股份有限公司於所生產銷售之「悠閒咖啡」商品上，就相關事業或消費者所普遍認知之「伯朗咖啡」包裝外觀、圖樣、設色為相同或類似之使用，致與上開商品混淆，違反公平交易法第20條第1項第1款規定。
4. 屈臣氏百佳股份有限公司於廣告上宣稱「最低價保證」、「保證日用品最便宜」，其保證與事實不符，且未充分揭露「發現更便宜，退你二倍差價」之條件與限制等重要訊息，就商品之價格與其條件及限制為虛偽不實及引人錯誤之表示，違反公平交易法第21條第1項規定。
5. 聯強國際股份有限公司於此應該不算是利基廠商，惟其廣告「30分鐘維修」經本會查證發現實際能於30分鐘內維修的只占總維修件數的56%至67%，並非100%，應屬誇大不實之廣告，違反公平交易法第21條規定。

六、結論

我們可以看出，企業由於其競爭地位不同，應該採用不同的競爭策略。理論上各事業應該採用各自的競爭優勢作為競爭策略，並表現在其競爭實務上。若沒有競爭優勢而隨便找一個理由來假冒，就有可能觸犯廣告不實、聯合行為等不法行為。站在執法的立場，公平會當然會注意導致這些問題的原因。即使是市場上第一名的廠商有時也會因管理上的問題，而出現違法的行為，站在執法者的立場，本會一定是依法調查處理。而本會對於廠商的處罰具有一定的警示效果，因此，本會也希望寧可造成無可挽回的錯誤前，藉由處罰讓廠商有所警覺而不致釀成大錯，更希望廠商能夠運用創新又合法的競爭策略，為自己創造市場競爭優勢。

（東吳大學法律研究所詹世榕記錄整理並經講座審訂）

二、消息報導

◆行政罰法案例：董事執行業務違規致公司受罰，董事會不會也被處罰？

問：行政罰法95年2月5日施行以後，私法人之董事或其他有代表權人（如清算人、重整人、經授權之經理

等）執行職務或為私法人之利益為行為，因故意或重大過失，致使私法人違反某一行政法上義務應受處罰時，如該某一行政法係以私法人為處罰對象，此時董事或有代表權人會不會也被處罰？

答：行政罰法第15條第1項規定：「私法人之董事或其他有代表權之人，因執行其職務或為私法人之利益為行為，致使私法人違反行政法上義務應受處罰者，該行為人如有故意或重大過失時，除法律或自治條例另有規定外，應並受同一規定罰鍰之處罰。」所以，行政罰法施行以後，私法人之董事或其他有代表權人執行職務或為私法人之利益為行為，因故意或重大過失，致使私法人違反某一行政法上義務應受處罰時，雖然該行政法僅規定處罰私法人而未處罰董事或有代表權人，但依行政罰法上開規定，董事或代表權人將並受同一行政法規定罰鍰之處罰。

案例：依金融控股公司法第37條第2項規定，金融控股公司得向主管機關申請核准投資第36條第2項所定事業以外之其他事業時，主管機關自申請書件送達之次日起30日內，未表示反對者，視為已核准。於上述期間內，金融控股公

司不得進行所申請之投資行為。如違反則依同法第62條第1款處公司新臺幣100萬元至500萬元罰鍰。今有甲公司向主管機關申請核准投資某事業，董事李四因重大過失誤以為申請後即得進行投資行為，故於申請次日（主管機關尚未核准前）即代表公司從事投資行為，主管機關即依上開規定處甲公司新臺幣200萬元，此時董事李四是否也會受到處罰？對董事李四之處罰會不會因為李四有沒有受到財產上利益而有所不同？

說明：主管機關對於董事李四代表甲公司所為投資之違規行為，係依金融控股公司法處「甲公司」新臺幣200萬元，董事李四並非金融控股公司法之處罰對象。但是94年2月5日公布將於95年2月5日施行之行政罰法，其中第15條第1項及第3項規定：「私法人之董事或其他有代表權之人，因執行其職務或為私法人之利益為行為，致使私法人違反行政法上義務應受處罰者，該行為人如有故意或重大過失時，除法律或自治條例另有規定外，應並受同一規定罰鍰之處罰（第1項）」「前二項並受同一規定處罰之罰鍰，不

得逾新臺幣一百萬元。但其所得之利益逾新臺幣一百萬元者，得於其所得利益之範圍內裁處之。（第3項）」所以，在本案例中董事李四於執行職務時因重大過失而違規，導致甲公司受到新臺幣200萬元之處罰，依照行政罰法上開規定，李四也要受到同一規定之處罰，只是主管機關對於李四所處之罰鍰額不得超過100萬元，除非李四因為違規行為獲得利益且超過100萬元（如120萬元），主管機關就可以於李四所得利益範圍（120萬元）內裁處超過100萬元之罰鍰。

（法務部法律事務司提供）

◆公平會通過對於電話行銷案件之處理原則

公平會於94年7月21日第715次委員會議決議通過，訂定「行政院公平交易委員會對於電話行銷案件之處理原則」，該處理原則將作為事業涉及電話行銷而有足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平行為之具體規範，期使相關業者知所行止，並作為該會日後審理案件之準據。

我國藉由電話行銷作為促進銷售手段之商業行為由來已久，由於具有便利

性及成本上之優勢，輔以電腦語音交易機制之技術逐漸成熟，透過電話等遠距行銷交易方式應用日廣。惟倘若業者未能提供或交易相對人未能及時認知正確的交易資訊，則不正確之交易資訊將影響交易相對人之交易決定，日後常因此產生交易糾紛。該處理原則揭示之重點有：

- 一、適用範圍：事業涉及以電話行銷方式，為從事推廣商品或服務之爭取交易機會行為。
- 二、揭露資訊：事業從事電話行銷行為時，應顯示其電話號碼或其他身分資料之義務，以使受話人得據以判斷是否願意受話；於通話之初應揭露基本資料之告知義務，以使受話人得據以判斷是否繼續接受該通電話行銷。
- 三、保存紀錄：事業從事電話行銷行為時，應保存與該電話行銷有關之廣告、行銷文案及促銷資料，倘進而成立契約時，並應保存該電話行銷過程之錄音紀錄或書面契約，以避免將來實務爭議與執法困擾。
- 四、列舉5項事業從事電話行銷違反公平交易法第24條態樣。包括不實陳述關於商品或服務之價格、品質及數量；不實陳述關於購買或使用該商品或服務之限制條件；不實陳述關於商品或服務之限定時間優惠價

格；不實陳述關於贈獎活動內容或其與行銷標的之關連；攀附慈善或公益活動。並禁止事業以煩擾方式一再從事電話行銷。

- 五、調整期間：事業從事電話行銷行為時，應自本原則發布之日起3個月內參照本原則相關規定作適當之調整。期間經過未調整者，本會得就個案調查處理。
- 六、法律效果：事業違反該處理原則相關規定且足以影響交易秩序者，將有違反公平交易法第24條規定之虞。

本處理原則將建置於公平會網站 (<http://www.ftc.gov.tw>)，歡迎各界上網查詢。

◆公平會與OECD合辦第7屆國際競爭政策研討會報告



公平會與經濟合作發展組織(OECD)自1999年起即開始合作，針對東南亞國家舉辦「競爭政策國際合作計畫」(International Cooperation

Program on the Competition Policy) , 以研討會 (Seminar) 之型態針對特定主題進行研討, 本 (94) 年度為第7屆會議。

本次會議於8月11、12日假越南胡志明市舉行, 會議主題為「卡特爾及其他水平限制案件調查」(Investigating Cartel and Other Horizontal Restraints Cases), 由OECD顧問 Terry Winslow先生及公平會王委員文字、張委員麗卿共同擔任主持人。會議計邀請印尼、菲律賓、俄羅斯、泰國、越南5國參與, 另OECD亦由日本及韓國派員擔任講師。會議情形如次:

一、8月11日: 研討會由OECD顧問 Terry Winslow先生及公平會王委員文字致開幕詞, 地主國越南貿易部競爭行政局丁氏美鸞博士致歡迎詞。Terry Winslow先生再就卡特爾對競爭之損害、調查技術、證據、分析等進行之項目進行背景說明。該日計有韓國「卡特爾之理論與處理對策」(The Rationale and Tools to Regulate Cartels)、越南「對合意限制競爭之規範」(Report of Vietnam Laws on Competition Restriction Agreements)、印尼「卡特爾之規範及處理經驗」(Cartel in Perspective of Constitution Number 5/1999 and the Indonesian's

Experience in Handling it) 提出報告。另公平會當日亦分就專門職業技術人員公會之價格限制 (Cartel Regulations in Professional Services-Experiences of Taiwan)、能源業之卡特爾 (The Regulation of Horizontal Agreements-Taiwan's experiences) 等處理經驗提出報告。

二、8月12日: 首由Terry Winslow先生就卡特爾之相關議題再作引申說明, 並提供美國執法經驗。是日計有日本「日本反壟斷法對卡特爾之執行情形」(Enforcement of the Anti-Monopoly Act against Cartels in Japan)、菲律賓「菲律賓對卡特爾之競爭政策」(Philippine Competition Policy on Cartel)、俄羅斯「卡特爾及其他水平限制競爭案件調查」(Investigation Cartel and Other Horizontal Restraints Cases) 及泰國「泰國對卡特爾及其他水平限制競爭案件之調查」(Investigation Cartel and Horizontal Restraints in Thailand) 提出報告。公平會則以「由2則案例探討卡特爾共謀勾結之事證」(On the Evidences of Conspiracy of Cartels--through two cases), 就卡特爾勾結之證據認定、修法動態提出報告。

本次會議主題卡特爾與水平競爭案件，乃反托拉斯法之核心領域，會議過程順利，與會者均能熱烈迴響，積極參與討論。藉由是項研討會，除有協助東亞地區國家競爭法制度建立之功能外，亦增進與會各國競爭法機關相互之瞭解。

(企劃處陳俊廷撰稿)

□公平會人員參加2005年APEC競爭政策訓練計畫情形報告

為確保自由經濟及市場機能的有效運作，需要競爭法/政策的建立與有效執行，有鑑於此，在APEC「貿易及投資委員會」之支持，及「貿易及投資自由化及便捷化基金」的支援下，經資深官員會議及預算管理委員會通過由日本公平交易委員會主導之2002年至2004年APEC競爭政策訓練計畫，分別於泰國、越南、馬來西亞舉行，計畫目的是為達到「APEC促進競爭與管制革新原則」，提供開發中國家之技術援助及能力建構。在成效良好及會員體之支持下，本計畫續延展5年（2005-2009），延展後之首次研討會於94年8月2日至4日在菲律賓馬尼拉舉行，出席經濟體包括我國、日本、菲律賓、越南、泰國、中國、印尼、墨西哥、祕魯、俄羅斯、馬來西亞、香港及巴布亞新幾內亞等，

我國由本會第二處林科員佳華及企劃處張科員心怡代表參加。

本次會議進行方式首先由瀋川敏明教授就「對獨占或濫用優勢地位之理想規制—美國、歐盟及日本模型之比較分析」、及Dr. Allan Fels教授就「競爭主管機關之組織及功能」議題做提綱報告，之後分成「濫用優勢地位（Abuse of Dominant Position）」（第1分組）、「競爭主管機關的組織及功能」（Organization and Function of Competition Agencies）」（第2分組）兩小組進行討論。「濫用優勢地位」分組主要討論優勢地位的定義、如何計算相關市場占有率、如何規範濫用優勢地位以及案例研究等。「競爭主管機關的組織及功能」分組主要討論加強競爭主管機關功能、能力建置、組織設計（有競爭法國家）及開發中國家競爭主管機關建立及競爭政策/法引進之挑戰（無競爭法國家）等。兩小組討論成員均積極參與討論，藉由經驗分享及技術協助，提昇各會員體對於執行競爭政策/法之能力並營造競爭文化，有助於達到「APEC促進競爭與管制革新原則」之目標。

(企劃處張心怡撰稿)

◆各國競爭政策動態

□**韓國公平交易委員會主任秘書姜大衡**
(Daehyung Kang) 博士接任該會副
主任委員

韓國公平交易委員會於2005年8月29日發布新聞稿，有關該會副主任委員 Hak-kuk Joh 已於日前退休，所留遺缺由該會主任秘書姜大衡 (Daehyung Kang) 博士接任，並自2005年7月27日生效，任期為3年。姜大衡博士係美國芝加哥大學經濟學博士，曾任該會消費者保護局、反托拉斯局及競爭政策局局長，並於2005年6年被選為經濟合作發展組織 (OECD)「競爭委員會」副主席。

(摘譯整理韓國公平交易委員會新聞稿，企劃處洪進安)

◆**公平會處理重要案例**

□**四維企業股份有限公司檢舉美商艾利丹尼森股份有限公司以合資為誘餌竊取營業機密案暨美商艾利丹尼森股份有限公司反控四維企業股份有限公司陳述及散布足以損害其營業信譽之不實情事案，依現有事證尚難認兩造各有違反公平交易法規定**

公平會於94年7月21日第715次委員會議決議，四維企業股份有限公司(下

稱四維公司)檢舉美商艾利丹尼森股份有限公司(下稱艾利公司)以合資為誘餌竊取營業機密案暨艾利公司反控四維公司陳述及散布足以損害其營業信譽之不實情事案，依現有事證尚難認兩造各有違反公平交易法規定。

本案緣於四維公司檢舉指稱，艾利公司以與四維公司合資、採購為誘餌，使四維公司信以為真，因而提供涵蓋產品、技術、機器、設備、成本、售價、市場、客戶等具有實用性及商業價值之營業機密，然艾利公司不但從未採購、銷售四維公司之產品，且於1994年6月將不當獲取之營業機密用於中國江蘇省艾利中國有限公司，與四維公司在中國、亞洲市場形成不公平競爭，涉及違反公平交易法規定。

按公平交易法第19條第5款規定：「以脅迫、利誘或其他不正當方法，獲取他事業之產銷機密、交易相對人資料或其他有關技術秘密之行為。」而有限制競爭或妨礙公平競爭之虞者，事業不得為之。前揭規定應合致「須具有秘密性」及「須該秘密對於事業具有經濟上之價值」二構成要件，且其行為態樣限於「脅迫、利誘或其他不正當方法」，其中不正當方法僅係例示規定，尚須有限制競爭或妨礙公平競爭始足當之，故非為競爭目的而獲取技術之行為，非屬該條款所禁止；而「限制競爭或妨礙公

平競爭之虞」之標準，不應以市場占有率為唯一考量因素，仍應就其行為是否為競爭之目的作為依據。另外，參照營業秘密法規定，所有人必須「已採取適當的保密措施」，以防止秘密洩漏，始能使其所握有之秘密資訊成為受法律保護之營業秘密；其次，營業秘密須在營業活動中具有經濟價值，且可作為買賣客體。因此，事業以脅迫、利誘或其他不正當之方法，獲取他事業機密以取得競爭優勢者，將破壞市場交易秩序，係屬不公平競爭行為。惟公平交易法對營業秘密之保護範圍，僅限於「他事業之產銷機密」、「交易相對人資料」及「其他有關技術秘密之行為」等三種，相對於營業秘密法所保護的營業秘密，其範圍顯比公平交易法廣泛。

四維公司所稱遭艾利公司獲取之營業秘密，且已採取合理之保護措施，計有「膠（用於膠品或商標紙之物料）」、「機械設備及生產流程」、「市場行銷資訊」及「財務及成本」。惟據公平會調查顯示，前揭有關「膠（用於膠品或商標紙之物料）」及「財務及成本」等資料部分尚未合致本法所規範之營業秘密屬性；另有關「機械設備及生產流程」及「市場行銷資訊」部分，雖屬四維公司之產銷機密，抑或「對同處競爭地位之同業」艾利公司當具有可供參考之潛在價值，惟是項產銷機密為雙方合資談

判過程中，四維公司自願提供之資訊，並無積極證據顯示艾利公司係以不當方法獲取。再者，有關四維公司於特定市場占有率具下降趨勢，亦不能逕予認定為艾利公司市場占有率增加所致，蓋經營成果之良窳，涉及因素甚多，非能僅以四維公司市場占有率下降之片面數據，即予論斷艾利公司以不正競爭行為擴張市場占有率。是以，依現有事證尚難認艾利公司有違反公平交易法規定。

另，艾利公司反控四維公司陳述或散布足以損害其營業信譽之不實情事，涉及違反公平交易法規定。按公平交易法第22條規定：「事業不得為競爭之目的，而陳述或散布足以損害他人營業信譽之不實情事。」所謂「競爭之目的」係指意圖妨礙競爭者之客戶對其營業信譽應有之信賴，藉此爭取交易之機會；「陳述或散布」係指以言詞、文字、圖畫或大眾傳播媒體，使特定內容處於第三人或不特定人得以瞭解狀態之表意行為；至於「不實情事」係指客觀事實之不實主張或描述，惟完全無涉事實之價值判斷及意見表達即不屬之；而「不實」與否之判斷，應以客觀標準加以認定，而非由當事人單方主觀予以認定。

惟觀艾利公司所主張之商業周刊、新新聞周刊之報導內容，均以楊斌彥君所涉美國經濟間諜法訴訟過程之個人經驗分享，尚難認以基於競爭目的所為，

應未足以影響艾利公司之營業信譽。況且，商業周刊亦承認該篇報導係因國內爆發商業間諜乙事，而主動採訪楊斌彥君作類似性新聞報導，並非楊斌彥君或四維公司出資所作之報導或廣告。是以，依現有事證尚難認四維公司有違反公平交易法第22條規定之情事。

□中國石油股份有限公司及台塑石化股份有限公司違反公平交易法第14條第1項規定，公平會另為適法之處分案

中國石油股份有限公司及台塑石化股份有限公司以事先、公開方式傳遞調價資訊之意思聯絡，形成同步、同幅調價之行為，足以影響國內油品市場之價格及供需機能，違反公平交易法第14條第1項本文聯合行為之禁制規定，公平會前於93年10月21日以公處字第093102號處分書各處650萬元罰鍰，被處分人不服經向行政院提起訴願，案經行政院訴願審議委員會於94年5月27日作成訴願決定略以，公平會原處分之違法行為態樣洵非無據，惟關於處650萬元罰鍰部分，容有再究明之必要。因此，請公平會於2個月內另為適法之處分。

公平會經參照行政院訴願決定之意旨，再行研議後提該會94年7月21日第715次委員會議決議，認為被處分人違反公平交易法第14條第1項本文事業不

得為聯合行為之禁制規定，並依據公平交易法施行細則第36條規定，審酌被處分人違法行為之動機、目的及預期之不當利益；違法行為對交易秩序之危害程度；違法行為危害交易秩序之持續期間；因違法行為所得利益；事業之規模、經營狀況、營業額及其市場地位；違法類型是否經中央主管機關導正或警示；以往違法類型、次數、間隔時間及所受處罰；違法後後悔實據及配合調查等態度；與其他因素等，爰依公平交易法第41條前段規定，各處二家事業新臺幣650萬元罰鍰。

□主動調查聯邦商業銀行股份有限公司於「寬鬆貸」現金卡貨款商品廣告宣稱「0利率」，違反公平交易法第24條規定案

公平會於94年7月28日第716次委員會議決議，聯邦商業銀行股份有限公司（下稱聯邦銀行）於「寬鬆貸」現金卡貨款商品廣告上，未充分揭露比較商品之利息金額是否併計手續費資訊，為足以影響交易秩序之顯失公平行為，核已違反公平交易法第24條規定，處新臺幣40萬元罰鍰。

利率高低及相關手續費用計收與否為借款人比較是項貸款是否有利於其他金融業者所提供貸款方案之重點，亦為

足以影響借款人交易決定之重要交易資訊。經調查發現，聯邦銀行「寬鬆貸」商品廣告於94年3月15日改版前「享受『0%』的超值禮遇」版本及改版後「輕鬆減壓 寬鬆貸」版本，同時並列「聯邦銀行寬鬆貸」、「台×銀行貸償卡」（即台新銀行貸償卡）、「安×銀行三代同償」（即安泰銀行三代同償）、「遠×銀行」（即遠東銀行輕鬆償）等金融商品之利率水準與利息金額。惟廣告所載安泰銀行、遠東銀行、聯邦銀行「利息」金額均未計入手續費，而台新銀行「利息」金額卻併計手續費，是系爭廣告有關利息金額計算基礎不一之重要交易資訊並未充分揭露，足致影響借款人就交易條件為正確判斷，進而影響借款人選擇交易相對人之決定，業已構成足以影響交易秩序之顯失公平行為，核屬違反公平交易法第24條規定。

經審酌聯邦銀行違法行為之動機、目的、預期不當利益、對交易秩序之危害程度、持續期間、所得利益，及事業規模、經營狀況、市場地位、以往違法情形、違法後後悔實據、配合調查暨其他相關因素等情狀，處予前述罰鍰。

□龍風服裝股份有限公司銷售「Classic Teddy（精典泰迪）」商品廣告不實，違反公平交易法第21條第1項規定案

公平會於94年8月11日第718次委員會決議，龍風服裝股份有限公司（下稱龍風服裝公司）以其他使公眾得知之方法，就Classic Teddy（精典泰迪）童裝之商品內容及品質為虛偽不實及引人錯誤之表示，違反公平交易法第21條第1項規定，命其立即停止該項違法行為，並處新臺幣25萬元罰鍰。

龍風服裝公司於新聞稿載稱「Classic Teddy（精典泰迪）2004全系列秋冬新裝採用100%英國原裝進口的高級布料」，經媒體報導引人誤認Classic Teddy（精典泰迪）童裝係國外進口或來自英國。惟查Classic Teddy係冠良公司於取得前開商標及著作權之授權後，將Classic Teddy商標附加「古典泰迪」字樣向經濟部智慧財產局申請商標註冊，嗣冠良公司於92年7月11日將前開Classic Teddy商標轉授權予龍風服裝公司，並辦理移轉登記。龍風服裝公司於94年1月1日取得「Classic Teddy（精典泰迪）」商標註冊登記，而可使用Classic Teddy商標，但Classic Teddy商標是否為英國品牌，龍風服裝公司迄未提供商品代理權之證明文件或該商標係英國品牌之相關佐證資料。又查龍風服裝公司提供之布料進口商進口單據，該進口單據之出口國家係義大利，非為英國，龍風服裝公司亦自承Classic Teddy（精典泰迪）童裝僅部分採用歐洲進口

布料，此與新聞稿宣稱Classic Teddy（精典泰迪）童裝採用100%英國原裝進口的高級布料，顯有不符，是以龍風服裝公司於新聞稿載稱「Classic Teddy（精典泰迪）2004全系列秋冬新裝採用100%英國原裝進口的高級布料」之表示，核屬虛偽不實及引人錯誤之情事。經衡酌該公司違法行為的動機、營業規模、違法情節及配合調查態度等情節，公平會爰依公平交易法第41條前段規定，處予前述罰鍰。

□吮指王呷拉脆雞股份有限公司與卡拉商行等2事業仿冒台灣百勝肯德基股份有限公司之商品及服務表徵，違反公平交易法第24條規定案

公平會於94年8月18日第719次委員會議決議，吮指王呷拉脆雞股份有限公司與卡拉商行等2事業因使用與台灣百勝肯德基股份有限公司（下稱肯德基公司）表徵類似之「KLG及圖（雞圖）」、「卡拉雞」、「吮指王」及「雞圖」作為其營業及服務表徵，及使用與他事業商品名稱極為相近之「卡拉雞腿堡」、「全家餐399元（其上劃×）199元」、「墨西哥雞肉捲」、「呷拉雞腿堡」、「吮指雞」等商品名稱，有攀附他人之著名商譽、榨取其努力成果之情事，為足以影響交易秩序之顯失公平行為，違反公平交易法第24條規定，除命

該2事業自處分書送達之次日起，應立即停止該違法行為外，並各處新臺幣35萬元罰鍰。

肯德基為一全球知名速食炸雞連鎖餐廳，其於國內經營肯德基炸雞餐廳已達二十餘年，連鎖店多達一百二十餘家，其「KFC及圖」及「雞圖」、「呷拉雞」、「呷拉雞腿堡」、「吮指雞」等服務標章及商品名稱，已為相關事業及消費者者所普遍認知。被處分人卡拉商行所主導加盟之KLG炸雞加盟店，使用「KLG及圖（雞圖）」為其營業之標誌，雖與「KFC及圖」未致混淆，然其整體之造型、設色、意匠，則有雷同之虞；又其以「卡拉商行」及「卡拉雞」作為商號、加盟店名稱及服務標誌等，雖不致造成與肯德基公司之營業與服務混淆，然不無攀附肯德基公司商譽之虞。此外，「全家餐399元」為肯德基公司之商品名稱，而卡拉商行所推出之商品名稱則為「全家餐399元（其上劃×）199元」，然事實上從未以399元販售全家餐商品；另其「墨西哥雞肉捲」之商品名稱，則與肯德基公司之商品名稱完全相同；又卡拉商行於外帶全家餐之炸雞桶、招牌及點餐單等處，亦大量使用與肯德基公司雷同之紅、白、藍三色系之設色，雖未致混淆，然整體以觀，其所為已足認有積極攀附肯德基公司商譽、榨取他人努力成果，核已違反

公平交易法第24條之規定。

至於吮指王呷拉脆雞股份有限公司部分，其公司名稱登記為「吮指王呷拉脆雞股份有限公司」，並使用「吮指王」為其加盟店之店名。加盟店並使用「吮指王（SDC）及圖（雞圖）」為其營業之標誌，雖與「KFC及圖」未致混淆，然其整體之造型、紅、白、藍3色之設色組合、意匠，則有雷同之虞。又其所銷售之「呷拉雞腿堡」，與肯德基公司之「呷拉雞腿堡」形、音極為相近；另其商品名稱亦以「全家餐399元（其上劃×）199元」表示之，然其既從未以399元販售全家餐商品，蓄意於商品中以肯德基公司全家餐商品售價399元（其上劃×）之方式表示，且於外帶全家餐之炸雞桶、招牌及點餐單等處，亦大量使用與肯德基公司雷同之紅、白、藍三色系之設色與編排，雖未致混淆，然綜合前述整體以觀，其所為亦足認有積極攀附肯德基公司商譽、榨取他人努力成果，核屬違反公平交易法第24條之規定。

□**荷商荷蘭銀行股份有限公司台北分公司於「享樂無限計劃首部曲」專案及「靈用金B方案」廣告宣稱0利率，違反公平交易法第21條第3項準用同條第1項之規定**

公平會於94年8月18日第719次委員

會議決議，荷商荷蘭銀行股份有限公司台北分公司（下稱荷蘭銀行）於「享樂無限計劃首部曲」專案及「靈用金B方案」廣告，宣稱0利率，並以不同計算基礎與信用卡、現金卡循環利息還款負擔比較，為虛偽不實或引人錯誤之表示，違反公平交易法第21條第3項準用同條第1項規定，處新臺幣40萬元罰鍰。

公平會接獲檢舉指出，荷蘭銀行於「享樂無限計劃首部曲」專案及「靈用金B方案」廣告，分別宣稱貸款0利率，然借款人每月應繳之月付金包括手續費，為變相之利息，且未清楚揭示手續費與現金卡或信用卡之比較基礎，爰認0利率之宣稱及比較基礎有所不實。

「利息」係資金所有者以資金所有權向資金使用者所收取之報酬，其與剩餘本金間之百分比為「利率」，實務上利率係以資金成本及授信風險為主要訂價依據，而「手續費」係辦理貸款業務過程中所產生之衍生成本，與貸款資金成本無直接關聯。荷蘭銀行於「享樂無限計劃首部曲」專案廣告，宣稱「好輕鬆：0利率、0利息」及於「靈用金B方案」廣告，宣稱「荷蘭銀行白金卡0%利率現金貸」、「3年0%利率」。惟經調查發現，該二專案手續費之費用結構，除前置作業成本、帳戶維護成本外，尚包括資金成本、呆帳準備等，荷蘭銀行

亦自承收取手續費之目的，即旨在涵蓋前揭所有成本，足證其手續費部分仍屬利息範圍。是以，荷蘭銀行於該二專案廣告刊載0利率之表示，然以手續費名目計收利息顯與核示之0利率不符，核屬虛偽不實或引人錯誤之表示，違反公平交易法第21條第3項準用第1項規定。

荷蘭銀行廣告以「享樂無限計劃首部曲」第1年手續費與現金卡、信用卡循環利息比較，而「靈用金B方案」則以不同還款期數別之0%利率手續費與銀行信用卡20%循環利息比較，惟上開二專案手續費與信用卡循環利息之計算基礎並不同，且信用卡或現金卡據以計算循環利息之未清償餘額或借款餘額，持卡人得隨時清償原延後付款金額之全部或一部分，不似該二專案須受借貸期數之限制，其交易條件亦不相同，該比較方式足以引起大眾誤認，核亦違反公平交易法第21條第3項準用第1項規定。

經審酌荷蘭銀行違法行為之動機、目的及預期之不當利益；違法行為對交易秩序之危害程度；違法行為危害交易秩序之持續期間；因違法行為所得利益；事業之規模、經營狀況、營業額及其市場地位；違法類型曾否經中央主管機關導正或警示；以往違法類型、次數、間隔時間及所受處罰；違法後悛悔實據及配合調查等態度；與其他因素等情狀，處予前述罰鍰。

三、會務活動

- ◎ 7月10日與政治大學、高雄應用科技大學等校共同主辦「2005併購論壇：產業重組與管制研討會」。
- ◎ 7月11日、26日赴經濟部貿易局南區辦事處宣導公平交易法。
- ◎ 7月14日與行政院金融監督管理委員會召開「產險公會訂定商業火災保險保費標準及限制旅行業責任保險理賠金額上限行為與公平交易法之關係」協商會議。
- ◎ 7月15日、22日分別於台中、花蓮辦理「行政院公平交易委員會對於國民中小學教科書銷售行為之規範說明」宣導說明會。
- ◎ 7月25日、26日假福華國際文教會館舉辦「公用事業解除管制進程論壇」，公平會黃主任委員宗樂於會中致詞。



- ◎ 7月26日假宜蘭縣香格里拉冬山河渡

假飯店，舉辦「行政院公平交易委員會查處不實廣告具體執行方案研習營」。

- ◎ 7月27日赴台南明德監獄宣導公平交易法。
- ◎ 8月1日、2日假花蓮縣中信飯店舉辦「行政院公平交易委員會與地方主管機關業務協調會報」第24次會議。
- ◎ 8月1日、2日假台北凱撒大飯店舉辦「結合管制整體目標研討會」。
- ◎ 8月11日赴台糖公司高雄營業處宣導公平交易法。
- ◎ 8月12日假本會「競爭政策資料及研究中心」會議室，召開「行政院公平交易委員會對於薦證廣告之規範說明」（第二草案）公聽會。
- ◎ 8月15日至19日假法務部調查局幹部訓練所辦理公平會「94年度調查人員專精講習」。
- ◎ 8月18日OECD「競爭委員會」主席詹尼博士（Dr. Frédéric Jenny）以「國際反競爭行為及未來對競爭議題之國際合作」為題，假公平會「競爭政策資料及研究中心」發表專題演講。



- ◎ 8月19日辦理「行政院公平交易委員會對於加盟經營行為之規範說明」宣導會。
- ◎ 8月29日、30日舉辦「94年度法制研討會－行政罰法對本會之影響與因應」。
- ◎ 8月30日辦理「家電產業參訪暨宣導」，由公平會周委員雅淑領隊至台灣松下集團參訪，以瞭解我國家電產業之發展及市場結構現況。
- ◎ 8、9月競爭中心辦理之專題演講如下：

日期	講座	講題
94年8月30日 (場次：9408-164)	梁院長國梁 (寶華綜合經濟研究院)	油價展望與景氣循環
94年9月6日 (場次：9409-165)	黎校長建球 (輔仁大學)	生活哲學

四、國際交流

- ◎ 7月5日至8日公平會胡專門委員祖舜、陳視察俊廷赴越南河內進行競爭法訓練課程。
- ◎ 7月26日澳大利亞Macquarie Bank執行長Mr. Warwick SMITH拜會公平會黃主任委員。
- ◎ 8月1日至5日公平會張科員心怡、林科員佳華赴菲律賓馬尼拉出席「APEC競爭政策訓練課程」。
- ◎ 8月2日蒙古公平交易局官員受邀參訪公平會並與該會進行業務座談。
- ◎ 8月11日、12日公平會與OECD於越南胡志明市合辦「第7屆國際競爭政策研討會」



- ◎ 8月15日美國聖母大學競爭法教授Prof. Bauer參訪公平會。
- ◎ 8月17日至20日OECD「競爭委員會」主席詹尼博士(Dr. Frédéric Jenny)訪台。



◎ 8月19日、20日公平會辛處長志中、葉科長寧參加94年「高階國際經貿事務研討會」。

五、重要公告

◆專題演講預告

日期	講座	講題
94年10月18日 (場次：9410-166)	吳教授秀明 (政治大學法律系)	互補性技術專利聯盟與聯合行為—評台北高等行政法院「荷蘭皇家飛利浦公司光碟一案」判決

演講時間：下午2時30分至4時50分。

地點：台北市中正區北平東路30號2樓。

免費報名入場參加，洽詢及報名專線：(02) 2397-0339分機204洪先生。

◆出版訊息

94年7、8月份，公平會編印出版的出版品或刊物包括：

1. 公平交易法行政裁判案例彙編(92年上冊)/行政院公平交易委員會，民94，查閱。
2. 第12屆競爭政策與公平交易法學術研討會論文集 /行政院公平交易委員會，民94，出售：每冊新台幣200元。

為配合經濟自由化及國際化之國際發展趨勢，公平交易法於民國 81 年 2 月 4 日正式施行，本會亦依法成立，職司執行公平交易法之任務。

公平交易法之施行，象徵我國競爭政策時代的來臨，尤其配合建構我國成為亞太營運中心的政策，未來我國經濟政策之主軸將以「競爭政策為主、產業政策為輔」，以迎接國際經濟發展的強大挑戰。另就國際趨勢而言，競爭政策之制定與執行已漸成為近年世界領導國家共同關注之焦點，而各國競爭政策之調和已成為當前國際經貿之主要議題。

有鑑於當前國際經貿情勢的新發展，本會爰於民國 86 年 1 月 27 日設立「競爭政策資料及研究中心」，以彙集國內外競爭政策資料，提供國內各界有關競爭政策之專業資訊服務及政府機構擬定相關政策之參考，本中心亦期能更進一步提供全球各界人士有關競爭法及政策之研究資訊，以積極服務國際社會。

「競爭政策資料及研究中心」開放時間
週一至週五 上午9時至下午5時
國定假日及例假日不開放

地 址：台北市北平東路30號2樓

服務電話：(02) 2397-0339, 2327-8129

網 址：www.ftc.gov.tw

發行人：黃宗樂

總編輯：辛志中

執行編輯：洪進安

印 刷：科藝彩色製版印刷有限公司

地 址：台北市大理街157號3樓之2

行政院公平交易委員會競爭政策資料及研究中心
Competition Policy Information and Research Center, FTC, R.O.C.



行政院公平交易委員會
競爭政策資料及研究中心
台北市平東路30號2樓
**Competition Policy Information and
Research Center, FTC, Taiwan(ROC)**
2F, 30 Peiping East Road, Taipei, Taiwan(ROC)

ISSN 1560-3784



9 771560 378007

GPN:2008600012

工本費：新台幣16元

國內郵資已付
台北中聯郵局
許可證
台北字第12865號
中華郵政台北字
第5976號執照
登記為雜誌交寄

(限向郵局窗口交寄)

雜誌