

公平交易法案例解析 及檢舉違法聯合行為獎金發放辦法 最新修正說明

公平交易委員會

法律事務處

2023.9.22

講授大綱

公平交易法概述

- 名詞定義、立法架構

公平交易法解析與案例

- 限制競爭
- 不公平競爭
- 相關法律競合與適用

檢舉違法聯合行為獎金發放辦法

- 名詞定義
- 最新修正說明

結語

公平交易法規範主體

- 公平交易法所稱**事業**（§2）
 - 公司
 - 獨資或合夥之工商行號
 - **其他提供商品或服務從事交易之人或團體**
 - 團體、事業所組成之同業公會或其他依法設立、促進成員利益之團體



何謂「其他提供商品或服務從事交易之人或團體」？

- 長期或經常性參與市場交易
- 身分具獨立性（受僱者？）

經常性、獨立性

Q：個人從事網拍？

 除符合公平法第2條第3款所稱事業要件外，無公平法之適用。

公平交易法的核心概念-競爭

➤ 事業先天上有規避競爭的誘因：

- 獨占市場：將討厭的競爭者趕出市場！
- 聯合壟斷：跟競爭者說好不競爭！
- 結合（合併或購併）：乾脆把搗蛋鬼買下來！



公平交易法的核心概念-競爭(續)

➤ 競爭定義 (§4)

- 二以上事業
- 在市場上以較有利的價格、數量、品質、服務或其他條件
- 爭取交易之行為

公平交易法是保護「**競爭過程**」而非「競爭者」



相關市場 (§5)

- 事業就一定之商品或服務，從事競爭之區域或範圍

產品市場：紙箱 vs 塑膠箱

地理市場：北部 vs 南部 vs 全國





公平交易法規範架構

公平交易法

使比賽精彩

限制競爭

不公平競爭

使比賽公平

獨占
行為
§7~§
9

結合
行為
§10~
§13

聯合
行為
§14~
§18

限制
轉售
價格
§19

其他
限制
競爭
行為
§20

不實
廣告
§21

仿冒
§22

不當
贈品
贈獎
§23

營業
誹謗
§24

其他
欺罔
或顯
失公
平行
為§25

限制競爭規範條文

獨占(§7~§9)

- 原則**不禁止**，但不得濫用市場地位

結合(§10~§13)

- 原則自由，但達一定門檻需事前提出申報

聯合行為(§14~§18)

- 原則**禁止**，例外申請許可

限制轉售價格(§19)

- 原則**禁止**，例外必須有正當理由

其他限制競爭行為(§20)

- 通常指上、下游事業間限制競爭行為；須有一定市場力



獨占 (§7 ~ §9)

獨占定義 (§7)

- 事業在相關市場處於**無競爭**狀態，或具有**壓倒性地位**，可排除競爭之能力者
- **二以上事業**，實際上**不為價格之競爭**，而其全體之對外關係，具有前項規定之情形者，視為獨占
 - ✓ 相關市場：事業就一定之商品或服務，從事競爭之區域或範圍（產品市場、地理市場、時間因素）

獨占認定 標準(§8)

- 市場占有率
 - 1家 $\geq 1/2$ 、2家 $\geq 2/3$ 、3家 $\geq 3/4$
 - 排除：個別事業市占率 $< 1/10$ 或銷售額 < 20 億元
- 例外得認定獨占事業：事業之設立或事業所提供之商品或服務進入相關市場，受**法令、技術之限制**或有其他足以影響市場供需**可排除競爭能力**之情事者

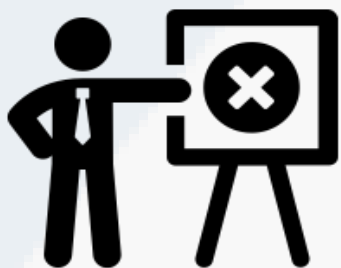


獨占(續)

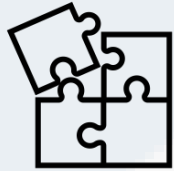
獨占事業 禁止行為 (§9)

👉 原則不禁止獨占，但不得濫用市場地位

- 💣 以不公平之方法，直接或間接阻礙他事業參與競爭
- 💣 對商品價格或服務報酬，為不當之決定、維持或變更
- 💣 無正當理由，使交易相對人給予特別優惠
- 💣 其他濫用市場地位之行為



結合 (§10 ~ §13)



結合定義 (§10)

- 與他事業**合併**
- **持有或取得**他事業之**股份**或出資額，達到他事業有表決權股份或資本總額**1/3以上**
- **受讓或承租**他事業全部或主要部分之營業或財產
- 與他事業經常**共同經營**或受他事業**委託經營**
- 直接或間接**控制**他事業之**業務經營**或**人事任免**

規範目的

監督與防範事業透過與他事業結合之方式，增強市場力，進而獲得控制市場之力量。

結合審查



➤ 事前申報異議制（等待期間內不得結合）

- 捉大放小：只有達到門檻才須申報（因結合而使其市場占有率達三分之一；參與結合之一事業，其市場占有率達四分之一；參與結合之事業，其上一會計年度銷售金額，超過主管機關所公告之金額。）
- 具有控制與從屬關係之事業應記入
- 30個工作日/得延長60個工作日→最長90個工作日

➤ 審查

- 評估：整體經濟利益 > 限制競爭之不利益

➤ 決定

- 不禁止結合
- 不禁止結合+附加條件或負擔
- 禁止結合





動動腦時間

公平交易法針對「結合」之規範，何者正確？

(1) 事後申報核准制

(2) 事前申報異議制

(3) 事後報備制

(4) 事前報備制

未申報結合處分案例

大成長城合併後營業額過門檻未申報 公平會開罰60萬元



徐筱嵐

2022年7月21日

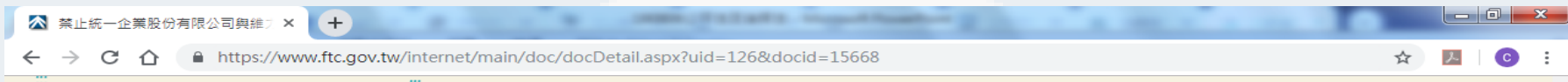


橫跨油品、食品和餐飲等領域的大成長城公司，遭公平交易委員會調查發現，該公司在2020年間，透過其事業陸續取得英屬蓋曼群島商Food China Inc. (FCI) 的股份達50%，而FCI 又100%持有大成長城相關企業的股份，公平會副主委陳志民說，大成長城公司的持股比例已經達到事業結合案的申報要件卻未申報，且營業額也超過一定比例，因此，依法開罰60萬元。

大成公司與中華食物公司結合相關事業組織圖(時間 109.8.23)



禁止結合案例



- 最新消息
- > 新聞稿
- > 即時新聞澄清
- > 最新消息
- > 結合申報案件對外徵詢意見區
- > Web 2.0專區

禁止統一企業股份有限公司與維力食品工業股份有限公司進行結合。



公平交易委員會新聞資料 107年11月1日

公平交易委員會(下稱公平會)於107年10月31日第1408次委員會議通過，有關統一企業股份有限公司(下稱統一公司)擬與維力食品工業股份有限公司(下稱維力公司)進行結合，依公平交易法第13條第1項規定禁止其結合。

公平會表示，統一公司曾於97年及99年擬與維力公司結合進行申報，均經該會二度禁止結合，且後者嗣經最高行政法院102年度判字第500號判決維持。本次因統一公司擬再行收購股份而與維力公司結合，符合公平交易法第10條第1項第2款及第5款之結合型態。另參與結合事業銷售金額及速食麵市占率達到申報門檻，符合公平交易法第11條第1項各款規定，且無同法第12條規定之除外適用情形，故依法提出結合申報。

公平會指出，該會為審議本案，已分別於107年9月7日、9月28日召開「速食麵事業結合之市場界定及相關競爭議題」公聽會及座談會，就所聽取的各界意見，納入該會審議參考，並輔以經濟分析，認定速食麵為單獨之產品市場。衡酌統一公司與維力公司於國內速食麵市場之占有率分居第1、2位，相互為主要之競爭對手，結合後提高價格之可能性提高，參與結合事業彼此間之競爭壓力將有所消滅，市場集中度更形顯著，單方效果及共同效果均無法排除。

公平會進一步指出，國內速食麵整體市場已趨於飽和，參與結合事業長期建立之品牌形象，消費者對其產品具有忠誠度。另速食麵依賴通路銷售程度極高，統一公司所屬連鎖超商通路向為主要銷售通路，結合後市場力量提高，更難期待下游通路業者有箝制參與結合事業提高商品價格之能力。又潛在競爭者進入國內市場尚須面對消費者口味偏好、行銷通路等各項交易條件，其對於既有業者尚不足以形成及時、有效之競爭壓力。公平會綜合各項因素後，尚難認本結合對整體經濟利益大於限制競爭之不利利益，依公平交易法第13條第1項規定，禁止其結合。

(承辦單位：製造業競爭處；服務中心2351-0022、2351-7588轉380；新聞聯繫窗口：張志斌科長2351-7588轉501)

網頁設計更新時間：2018-11-01 09:25:45



不禁止結合案例

《以下擷取自公平會112.6.21新聞稿》

華新麗華併購瑞典鋼鐵業者，公平會放行

- 公平會在112年6月21日第1654次委員會議通過，華新麗華股份有限公司(華新麗華公司)、義大利商Cogne Acciai Speciali S.p.A.(CAS)與瑞典商Outokumpu Long Products AB(標的公司)結合案，依公平法第13條第1項規定，不禁止其結合。
- 公平會表示，華新麗華公司透過子公司CAS，間接持有標的公司超過三分之一以上股權，且控制標的公司的業務經營及人事任免，因達到申報門檻，依法提出結合申報。公平會指出，華新麗華公司與標的公司均產銷「不銹鋼鋼胚」及「不銹鋼直棒」等產品，於前揭市場具有水平競爭關係；又，「不銹鋼鋼胚」為生產「不銹鋼直棒」之主要原料，雙方亦具有潛在垂直供應關係。由於標的公司主要經營歐洲市場，111年並未銷售產品至我國，市占率為0。本結合完成後，華新麗華公司既有之「不銹鋼鋼胚」及「不銹鋼直棒」等業務並不受本結合影響，於我國仍須面臨其他國內、外業者之競爭；本結合對我國「不銹鋼鋼胚」及「不銹鋼直棒」等市場結構均無影響，結合後應不致對前揭產品市場產生限制競爭效果。

聯合行為 (§14 ~ §18)

➤ 構成要件 (§14)

- 主體：具**競爭關係**之同一產銷階段事業
- 方式：契約、協議或其他方式之**合意**
(不問有無法律拘束力)
- 內容：相互約束事業活動 (價格、數量、交易對象等)
- 效果：足以影響市場功能 ➡ **微小不罰(10%)**



聯合行為微小不罰之認定標準

參與聯合行為之事業，於相關市場之市場占有率總和未達**10%**者，**推定不足以影響**生產、商品交易或服務供需之**市場功能**；但事業之聯合行為係以限制商品或服務之**價格、數量、交易對象或交易地區**為主要內容者，不在此限。(105年3月1日公法字第10515600941號令)



動動腦時間

事業於相關市場之市場占有率總和未達%者，**推定**不足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能？

(1)20%

(2)15%

(3)10%

(4)5%

聯合行為（續）

具有競爭關係
之事業所組成
之團體

- ▶ **同業公會**或其他團體藉章程或會員大會、理、監事會議決議或其他方法所為約束事業活動之行為，亦為聯合行為
 - 避免事業藉同業公會或其他團體遂行違法行為卻脫免法律責任

聯合行為 (續)

 **聯合行為原則禁止**，例外申請許可



原則禁止

- 固定價格
- 圍標(政府採購案-工程會)
- 產量限制、生產配額
- 分配顧客、交易區域
- 其他

例外許可

有益整體經濟與公共利益



- 標準化 (例：cable機上盒規格)
- 合理化 (共同研究開發)
- 專業化 (分別作專業發展)
- 輸出聯合
- 輸入聯合 (例：奧運轉播授權)
- 不景氣聯合
- 中小企業聯合
- 其他為促進產業發展、技術創新或經營效率所必要之共同行為

聯合行為(續)

▶ 聯合行為查證不易→強化措施：

● 合意推定

✓ 聯合行為之合意，得依市場狀況、商品特性、成本及利潤考量、事業行為之經濟合理性等因素推定之

● 寬恕政策

✓ 鼓勵事業窩裡反

● 檢舉獎金

✓ 鼓勵提出檢舉



案例一：航空公司聯合行為案



- 3家國內航線航空公司於同業聚會時，聯合協議國內線機票價格。
- 上開業者聲稱只是隨口允諾或附和，但參與會面者，均為負責票價擬訂或決策的人員，即使僅係針對票價討論的「同意」或「附和」行為，均足使國內機票價格朝向「避免降價」或「維持」的方向研擬。
- 足以影響國內航線民用航空運輸服務市場之供需功能，構成違法聯合行為。

案例二：寵物食品及用品通路業聯合行為案



SANCTION

- 7家大型寵物食品及用品業者陸續前往甲地區拓展分店，並於新店面開幕期間辦理降價促銷，甲地區原有業者亦競相降價促銷，致市場競爭激烈。
- 為穩定甲地區產品銷售價格，7家業者透過公會召開之聯誼座談會，除批評少數店家從事價格競爭，影響同業利潤外，且共同決定不從事價格競爭，並請供應商對於不配合者予以管控、斷貨，以維持零售價格。
- 7家業者為水平競爭同業，共同決定不從事價格競爭，影響相關市場之供需功能，構成違法聯合行為。

案例三：家用空調業者聯合行為案



- 108 年以前，大多數業者之家用空調全機保固年限為3年，惟自108年3月起，A公司為因應市場競爭，將全機保固年限調整為5年，其他公司紛紛跟進，將全機保固年限從3年調整為7年。→保固年限拉長，將大幅增加業者零件備貨量、採購金額及維修提撥金額，進而壓縮銷售利潤。
- 15家家用空調業者於108.11.26餐敘，討論家用空調保固年限之議題，達成自109.1.1起縮短家用空調全機保固年限為3年之合意。
- 15家事業市占率總計逾90%，本案合意最終雖未執行，惟聯合行為之合意，不以協議具有拘束力，或有法律上之強制力為必要，亦與合意後有無實際執行、是否因聯合行為獲得實際利益無涉。只要有影響市場供需功能之危險，即合致處罰要件。

案例四：倉儲業者聯合行為案

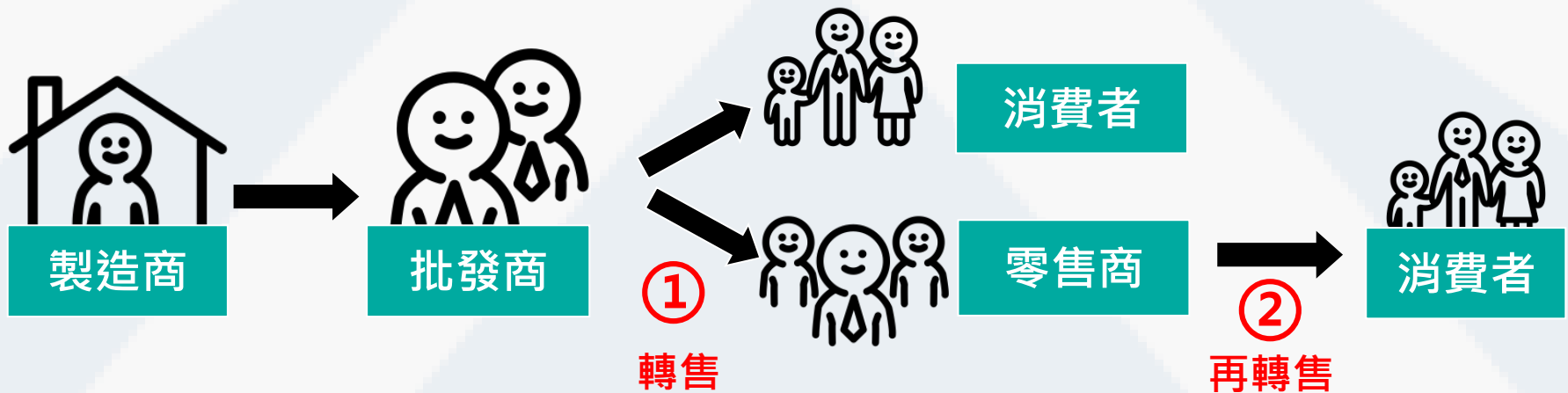


- 21家倉儲業者於102年12月10日及103年2月26日利用該產業某協會召開會議後的餐敘時間，討論恢復收取某項出口貨物之費用，嗣後透過該協會主動聯繫相關下游產業公會多次協商，討論收費模式。
- 該等倉儲業者於103年4月底、5月初將恢復收取費用之函文或公告提供予協會，由協會以函文通知下游產業相關公(協)會，表達恢復收取費用之意圖，俾順利恢復收取該費用。
- 經本會調查得知，該等倉儲事業占相關市場8成以上，係同一產銷階段的水平競爭者，其本應透過較有利的交易條件爭取交易機會，個別決定是否恢復收取該出口貨物之費用，然卻利用聯合行為以達恢復收取之目的，並藉此降低任一家單獨恢復收費的競爭風險，導致各事業**一致於103年7月間恢復收取的結果**，上開行為業已構成違法聯合行為。

限制轉售價格 (§19)

- ◆ 事業不得限制其交易相對人，就供給之商品（服務）轉售與第三人或第三人再轉售時之價格。但有正當理由者，不在此限。

限制轉售價格的類型：指定價格、設定上下限或區間



規範目的：配銷階段的廠商得依據所面臨的競爭狀況及成本結構，自由訂價

其他限制競爭行為

杯葛

(§20①)

差別待遇行為

(§20②)

不正方法限制競爭

(§20③)

不正方法使他事業不為
競爭

(§20④)

不當限制交易相對人事業活動

(§20⑤)

須有限制競爭之虞 (必須具有一定之市場力量)



動動腦時間

下列何者非屬公平交易法之「限制競爭」
規範？

- (1) 聯合行為
- (2) 杯葛
- (3) 不實廣告
- (4) 無正當理由差別待遇

不公平競爭規範條文

不實廣告(§21)

- 真實表示義務、查證注意義務

仿冒(§22)

- 未註冊著名表徵保護，民事責任→受害事業向法院提起救濟

不當贈品贈獎(§23)

- 避免以違反效能競爭之不當方式，扭曲交易相對人理性思考

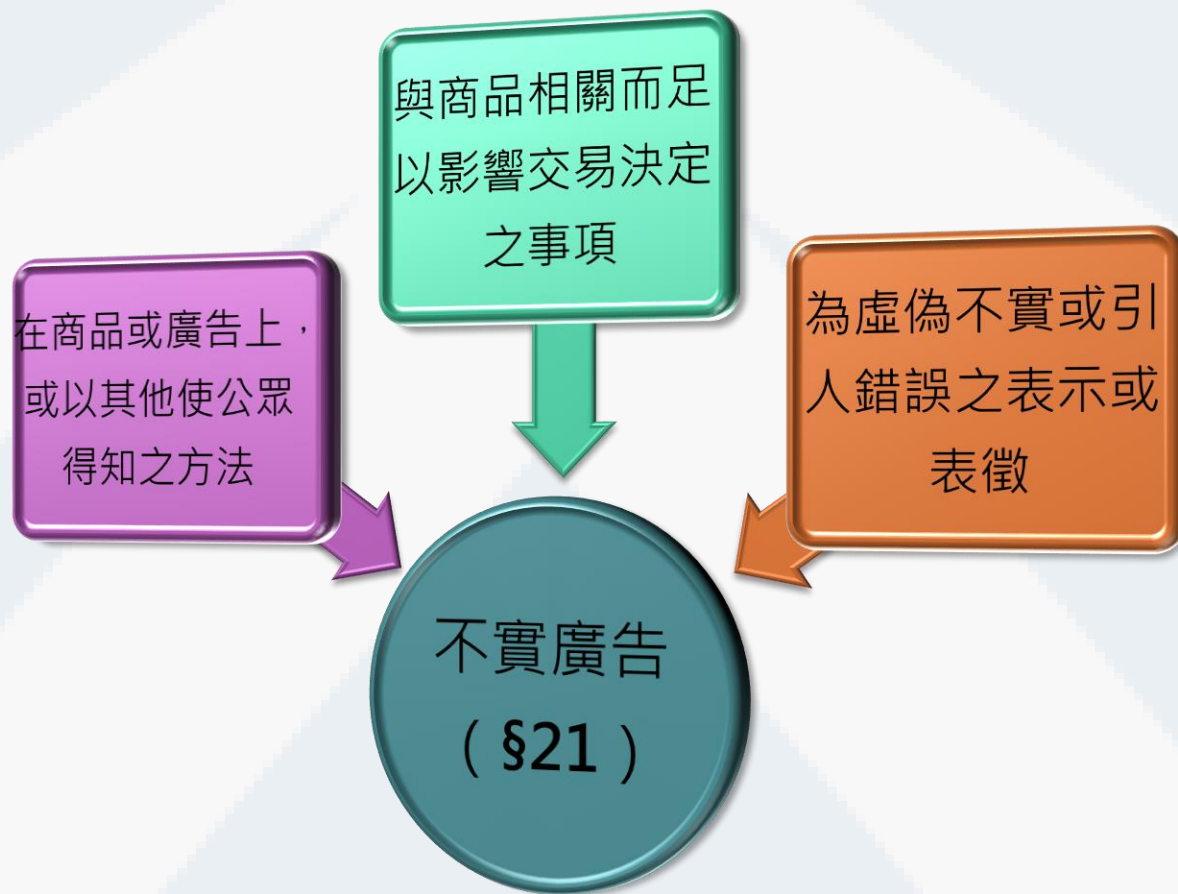
營業誹謗(§24)

- 刑事責任 + 行政責任→刑事優先

其他欺罔或顯失公平行為(§25)

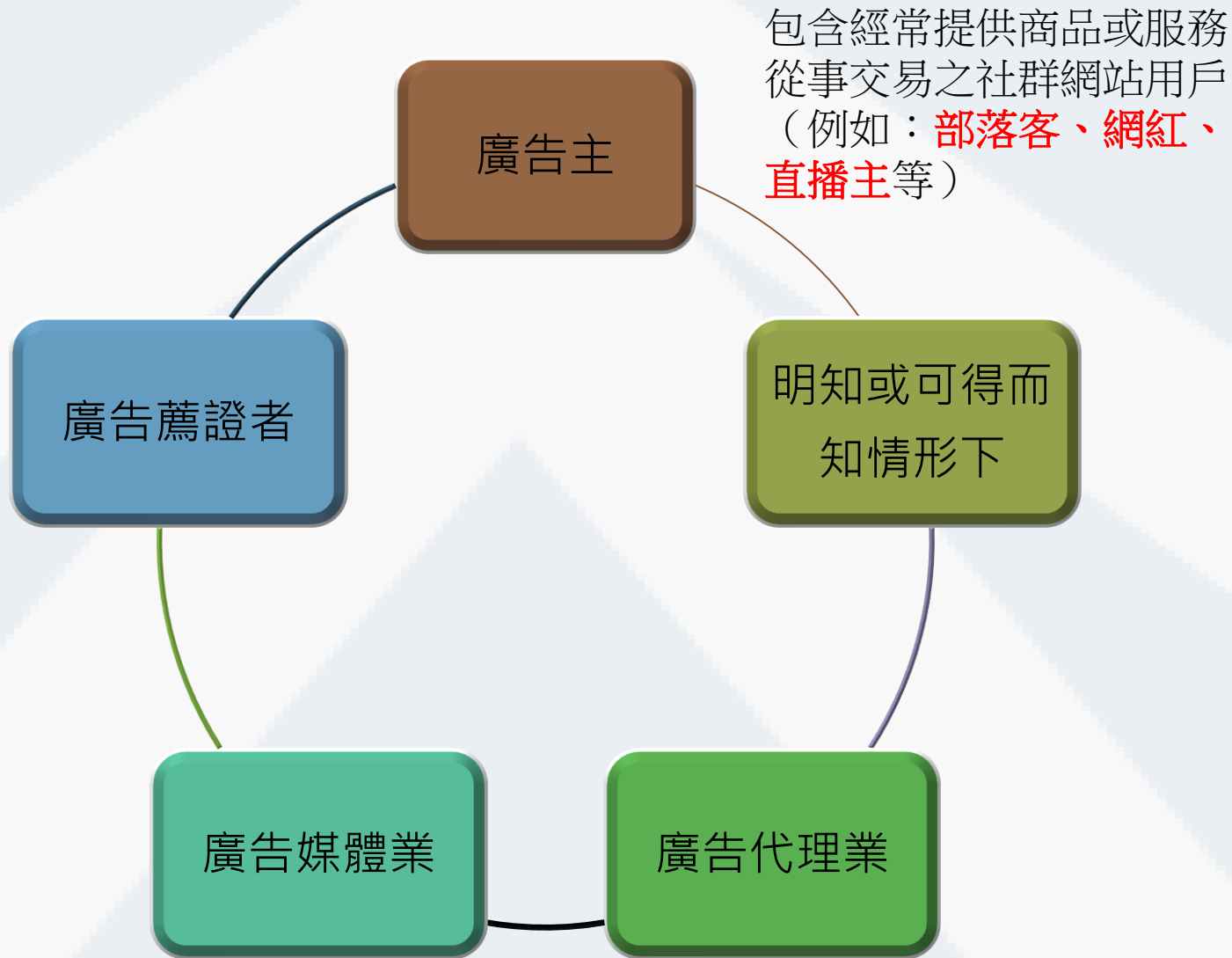
- 補充條款；須足以影響整體交易秩序(非個案零星交易糾紛)

不實廣告



公平交易委員會對於公平交易法第二十一條案件之處理原則

不實廣告責任主體



表示/表徵

- 以文字、語言、聲響、圖形、記號、數字、影像、顏色、形狀、動作、物體或以其他方式足以表達或傳播具**商業價值**之**訊息**或**觀念**之行為。
- 表徵之舉例：



表示或表徵



表示或表徵之標的範圍



廣告媒介



廣告媒介



考量判準-以合併觀察之整體印象及效果判斷

投入百分之兩百專業的建築熱情 改變新營新都心的風景地貌！

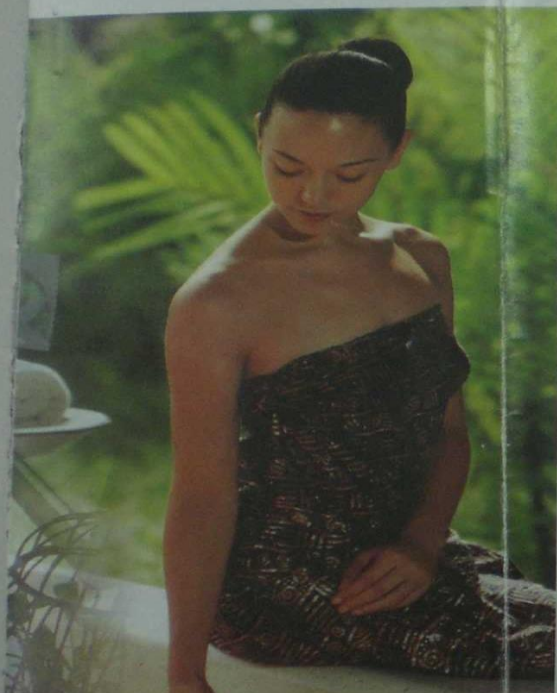
大斜瓦新銳建築，憲宏資深團隊
建築達人專業分工精細領域，首度新營市區美地聯手創作

企業湯泉聯誼會館 | 商用事務所 | 門市店面 | **私人住墅城堡**
『達人團隊建築，新營唯一隨您量身裁地高級訂製！』

美國新墨西哥大學建築碩士 徐永建建築師 | 墾丁夏都飯店 李深木建築規劃師
美國貝聿銘建築師事務所 涂文瑜規劃顧問 | 台南藝術大學景觀植栽配置 許昌源大師
國際知名勘輿 紀大師 | 當代建築陶地景大師 蔡樹立陶藝家徽

從法式新古典建築斜瓦的斜率概算、立面銹石原礦搭配山型磚的比例美感，戶戶水
幕石材美砌、台灣原生樹種象牙樹深耕植林、整體社區公共地面鋪道燈源計畫、到
每棟門楣陶藝家徽門牌，至勘輿風水吉向佈局...，每一個建築的細微環節都有各領
域的專業達人細部微調規劃，不敢稍稍辜負了保留了15年的市區核心富地，憲宏與
您品味激盪、正改寫新營有史以來『**量身訂做超豪宅**』最美的經典留名地景！

考量判準-以合併觀察之整體印象及效果判斷



Villeroy & Borch

◎兩段式省水功能◎20-40分貝靜音效果◎專利噴射式沖水系統，水流強勁故障率低◎排糞U型管全面施釉，釉面光滑、沖力無阻不殘留污垢。

◎24小時一循環的先近窯爐燒製過程，溫度可達1200度◎全自動電腦化上釉精緻表面處理◎榮獲米蘭COMFORT & DESIGN MILANO 2000設計冠軍首獎。

特選台灣原生種國寶象牙樹，樹型優美適於本土風候。不管是親友團聚、商務招待、企業發表會、巴比0烤肉晚會、或露天KTV舞會...高級聯歡會場規模極具私密性，比五星級飯店更尊榮的豪門排場。



八機一體影音SPA頭等艙



德國Villeroy & Borch



義大利HATRIA極品



▼加拿大進口Duo-Vac醫療級奈米濾菌中央集塵

Lounge吧臺·人造石檯面德義精品美學廚房

L型雙面開窗採集側院後院綠樹花園風景，風光對流養生，義大利進口玻璃斜背漏斗式抽油煙機。西德BLUM緩衝棒高級進口五金配件。多功能整體收納櫃。新型6cm人造石檯面。三口安全瓦斯爐體積大方便三只爐具同時燉煮，提高下廚時效。進口防水塑合板，雙面同色最新立體紋路美耐皿，流露LOUNGE時尚風格個性。



超越超豪宅/頂級建材高峰會

- ◆加拿大進口Duo-Vac醫療級奈米濾菌中央集塵連續6年獲評比為美國最優中央真空機，採用DuoFib™專利聚丙稀抗菌纖維過濾系統，可分離0.1微米如濾除0.1-0.2微米的SARS病毒、肺病毒、蟲菌、花粉
- ◆八機一體影音SPA頭等艙蒸氣、FM音響、SPA分段按摩、電話、腳底按摩、花灑、淋浴、自動臭氣消毒
- ◆新光保全專屬御用/全球立體磁簧防護網三合一彩色影視對講保全系統；免持聽筒對講、大螢幕彩色LED影像顯示器、防盜保全入侵警戒區、緊急防災求救自保瓦斯火警檢知、電腦密碼感應卡設定。

考量判準-以合併觀察之整體印象及效果判斷



**都市計畫內乙種工業建地
設計用途：店舖、事務所**

**可申請商業用途，設立公司行號
高效率多功能**

申請類別 1.一般服務業：企業經營管理顧問業、創業投資事業管理顧問業、一般廣告服務業、幼教事業、花藝設計業、室內設計業、攝影STUDIO、網路認證服務業 2.自由職業事務所：律師、建築師、會計師、土木結構技師事務所 3.運動休閒：健身中心、運動舞蹈教學等類。

考量判準-得就特別顯著部分單獨觀察

https://www.dafeng.tv/bb/detail.php?d=65

dmg 大大寬頻 | 大豐有線電視

回首頁 | 大豐媒體 | 台灣數位寬頻有線電視 | 新高線有線電視 | 大大寬頻

數位有線電視 | 寬頻上網 | 帳務服務 | 用戶專區 | 客服中心 | 關於我們 | 加入我們 | 生活資訊 | 投資人專區

好禮樂翻天
小資向錢衝
大大寬頻企業光纖

「光纖飆網」 年繳省更多再加贈2個月

每月 **400** 元起

點我申裝

數位有線電視 一次滿足您

- ◆主流頻道187個(HD頻道114個)電影、Discovery、博斯運動套餐、音樂頻道看飽不另加收費用。
- ◆多頻收視、智慧錄影、股票資訊免費使用。

光纖網路(FTTH) 對稱式獨立頻寬

- ◆26M、66M、120M、360M多種頻寬自由選，單裝網路也可以。
- ◆家中wifi免費建置，全家人一起歡樂吃到飽。

頻寬速率	26M	66M	120M	360M
下載 / 上傳	26M	66M	120M	120M
每月平均	400元	500元	600元	750元

全民拼經濟
小資向錢衝

下午 05:12
2019/8/5

考量判準-多重解釋時，其一義為真，即無不實

The screenshot shows a web browser window displaying the website https://www.ruyi-sunnycake.com.tw/advance/ins.php?index_id=5. The website features a navigation menu on the left with options: 預購太陽餅, 預購鳳梨酥, and 所有商品. The main content area displays a product titled "預購商品" (Pre-order Product) with the description "比賽指定 全國第一 純手工限量太陽餅" (Competition designated, National No. 1, Pure Handmade Limited Sunshine Cake). This text is enclosed in a red box. Above the product image, a banner contains several award claims: "2013.2014.2017.2018 太陽餅全國比賽榮獲冠軍 100% 安心食材 / 100% 全國第一 100% 分享...". The phrase "100% 全國第一" is also enclosed in a red box. A shopping cart icon on the right shows "已選購 0件" (0 items selected) and "總金額 \$0" (Total amount \$0). The Windows taskbar at the bottom shows the system time as 下午 05:24 on 2019/8/5.

廣告用語-最高級用語

「第一」、「冠軍」
或「最多」等用語，
連結客觀陳述

須有銷售數字或意見調查等
客觀數據為基礎

「最好」、「最佳」
等主觀感受用語

對自身商品所為一定程度之
「誇大」、「吹噓」，倘不
致引起消費者之誤認者，原
則上並不違法

第一？



- 廣告宣稱「臺灣製造，世界第一」、「第一品牌」→未連結客觀描述用語
→主觀自誇
- 廣告宣稱「○牌冷氣機在台，變頻連續7年銷售第一」、「全產品日本第一，市占率超過33%」→連結客觀描述用語，整體宣稱足以使觀者產生所稱第一所指為何之印象→**※必須有相關之客觀數據及計算準據始得宣稱**

KISS 2022 SCIENCE

[回首頁](#) [網站導覽](#) [場域一覽表](#)

[會員專區](#)



[活動檢索](#) [最新消息](#) [創意徵件](#) [常見問題](#) [歷屆回顧](#) [聯絡我們](#)



全台唯一「自駕車駕訓班」
歡迎來開箱！

籌辦單位



自駕車駕訓班

提供產學研機構進行國內自駕車、先進ADAS系統、車聯網、資安等測試服務，運用層層關卡測試自駕車是否能正式上路。

模擬隧道、惡劣天氣情境



點我快速檢索

TOP

非

足以影響交易決定之事項

→ 視個案情形判斷

例如：單賣盆栽商品時，盆栽品種及花盆樣式可能是作成交易決定之主要考量事項。但在房屋買賣時，示意圖上所載之花園盆栽樣式，可能就不是房屋買賣締約時之主要考量事項。

- 非屬作成交易決定之**主要**考量事項
→ 不以**行政罰**介入規制
- 單純商品給付瑕疵、民事履約爭議、消費爭議
→ 循民事途徑救濟

處理不實廣告之分工

違法類型	主管機關
食品、藥品、化粧品、醫療	➔ 衛生福利部
一般商品標示	➔ 經濟部
菸酒	➔ 財政部國庫署
就業或招募員工	➔ 勞動部
旅遊服務	➔ 交通部觀光局
已立案補習班	➔ 直轄市、縣(市) 主管教育行政機關

違法類型	主管機關
移民業務	
不動產經紀業廣告，屬不動產經紀業管理條例規範範疇者	➔ 內政部
跨國(境)婚姻媒合	
證券或期貨業	
未依法取得會計師資格而使人誤認為有會計師資格	➔ 金管會
涉及金融法規規範	
其他經本會與其他行政機關協調結果，或依特別法優於普通法原則，應先由他機關處理者	➔ 其他機關

不實廣告案例一：節能標章

[淨園] 3M T22 檯上型飲水機/冷熱雙溫飲水機 -- 即飲純淨 雙道過濾 | 淨園淨水居家生活館 | Yahoo奇摩超級商城

☰ 商品分類 進商店

淨園淨水居家生活館

請輸入商品或商店關鍵字

淨園淨水居家生活館

請身各式淨水器3M、BRITA、RO逆滲透、飲水機、中央純水系統、學校工廠大型建築... | Line@ID: @gic5930i 歡迎加入詢問

本店購物籃 加入善至店家

淨園淨水居家生活館

消費者滿意度: 9.8

平均服務品質

出貨速度: 0.5 天

回信速度: 0 天

缺貨率: 0.0 %

近一週瀏覽次數: 2976

本店商品搜尋

商品名稱 店家貨號

價格範圍

商品編號: p1019197346230

[淨園] 3M T22 檯上型飲水機/冷熱雙溫飲水機 -- 即飲純淨 雙道過濾

智慧觸控面板
熱水防燙設計
濾心使用壽命監控功能
六小時節能設定省電經濟
無須更換濾心 輸入水垢

原價 29800元 26800元 約可省得 3000元

分期	3期0利率 利率為0%	每期 8933元 接受31家銀行
	6期0利率 利率為0%	每期 4466元 接受31家銀行
	12期0利率 利率為0%	每期 2233元 接受28家銀行
	24期0利率 利率為0%	每期 1116元 接受16家銀行

付款方式 大家都來了! 換好友副特卡, 領800無上限

- 冷熱好水/隨處可得
1. 適合四人以上家庭
 2. 過濾軟水雙道濾淨，冷熱飲水皆安心
 3. 多項安全設計，並取得節能標章
 4. 快拆式設計，更換濾心方便
 5. 智慧控制面板，操作便利
 6. 加大式盛水空間，可接受較大容器

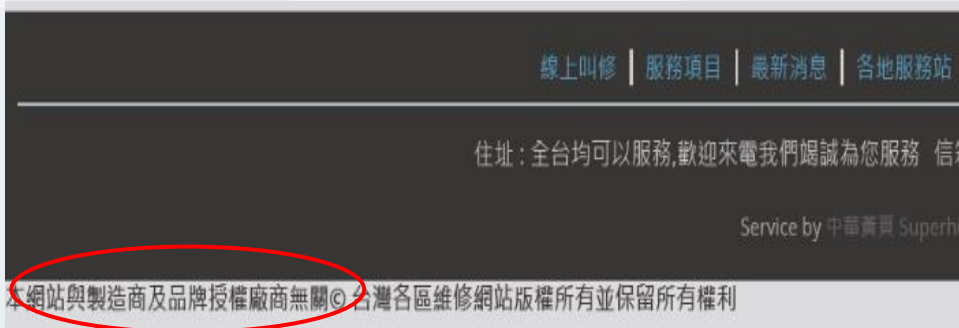
不實廣告案例二：引人錯誤類型



- 網頁上方 → 東元TECO家電維修站
- 網址含有「www.t
w-teco.com」

- 網頁最下方 → 本網站與製造商及品牌授權廠商無關

※實際上非東元經銷商，亦無授權或代理關係



不實廣告案例三：建案廣告

住宅用語，實際為工業區



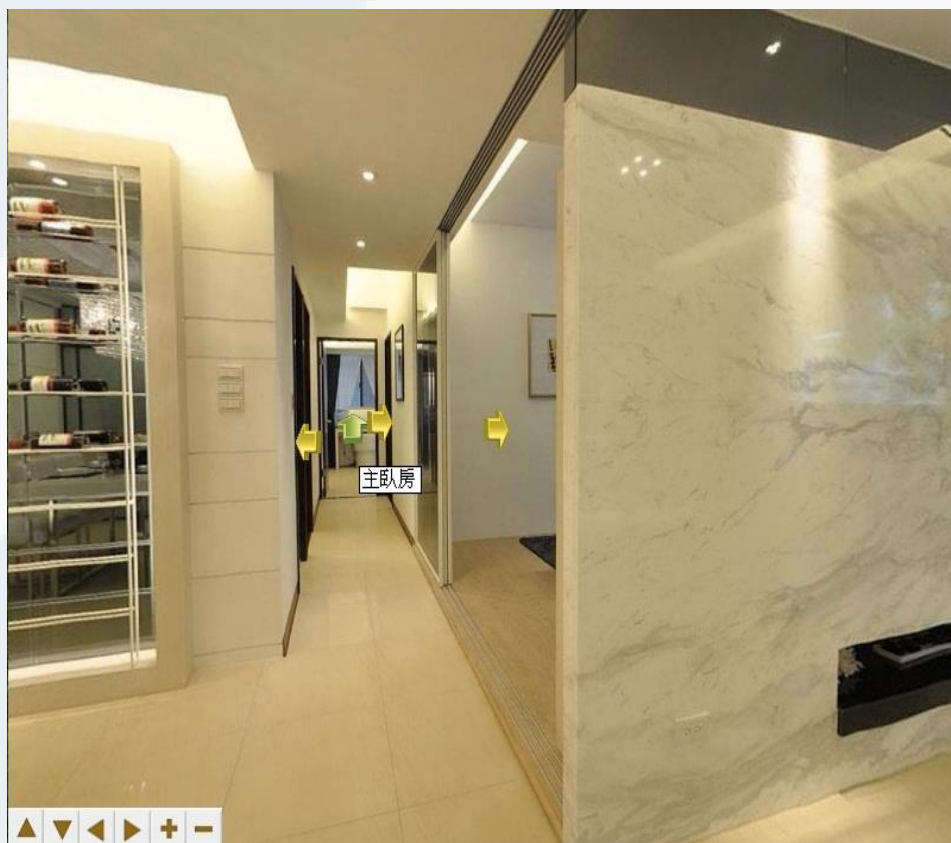
社區 採社區整體設計規劃，大門管理中心統一門禁
強化社區安全，確保居住品質單純寧靜，形成最優質
社區。



1F

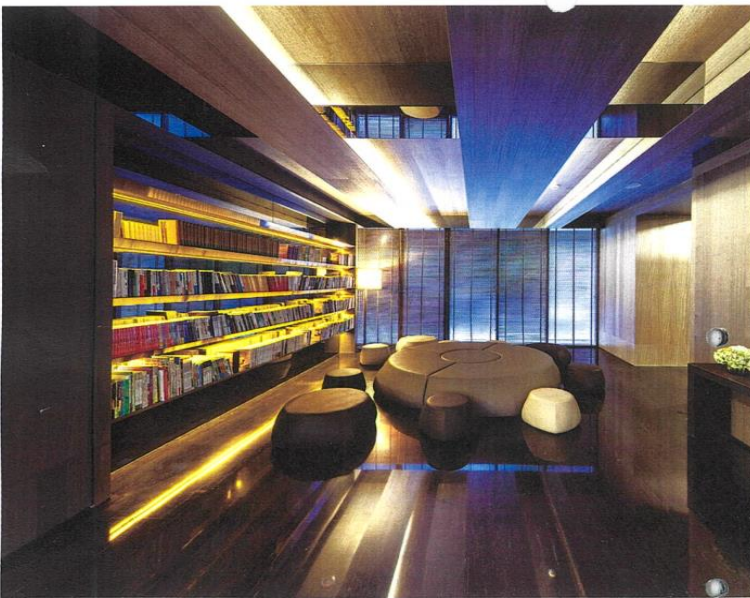
不實廣告案例三：建案廣告

工業住宅 網路3D實境介紹



不實廣告案例三：建案廣告

停車空間變公設



光感大廳 流動繽紛時尚

整體以異態趣味的休閒設計風格，讓每一位住戶一踏進宛如時尚岸景台的這賞大廳，就應是邁向絕頂視野的絕佳機會，除了精緻華美兼具自然原樸的空氣內裝，大廳內並收藏全球知名品牌Bottega Veneta Home 旗下的頂級傢俱，透過極上的工藝精華，大大強化異態趣味的感官之美，並體現專業智識品味，以超越尋常的規格、精實尺度，將屋主入這家與貴客大光臨。

大廳內精選的大器格椅，帶來高級無窮的過境風景，四圍牆面與天花板，多處以精緻材質點綴，透過大理石紋及點狀結構環境的交相輝映，虛實交錯間，一場華麗的光影盛宴於無聲處，而大廳一旁落地窗外透進的綠意、天光，同時放大空間感與視覺張力，構建其間，永遠都能深刻感受空間源源不絕的魅力。

除了數個以傢俱配置成型的休閒聚落，大廳一隅精心規劃一座 Lounge Bar，靈感來自法式沙龍的半圓形量體獨具巧思，對應上下等比例的貫狀透光，牽動出門與遼闊的華麗邊境，開創時在此小

前，或與旁鄰們談天說地豈不盡興？種種萬千的多層次天花板拉高視野，也引領夢幻的光影穿梭其間。

動靜宜宜 寵愛無價人生

動靜宜宜的休閒項目，是「中山風雲」公館規劃的一大講究，首先是空間感、隱私性絕佳的健身房，窗外的大開窗使用質樸不造作，既能融入窗外綠意，也能無聲合宜光控，地坪則鋪設舒適地毯，以大面積的山林紋理貫穿空間中軸，進上方的天花層疊吹，也得樣樣親切的自然感。撞球室是另一個備極精緻與美觀的交誼空間，獨立且場地十分寬敞，很適合小團體消樂美好時光。接著是特地靜謐又舒適的閱讀室，空間上方以層疊交疊的線性結構，配合木質、鏡面不編織的材質衝突性，轉移結構的屋架，櫃中應設有製造型組合式沙發、鏡凳，讓使用者可以隨興決定自己喜歡的位置，藉端大型精美燈光畫框則提供種類繁多的畫卷、雜誌，當輕柔的音樂聲響起，也正象徵著愉快的記憶即將開始。

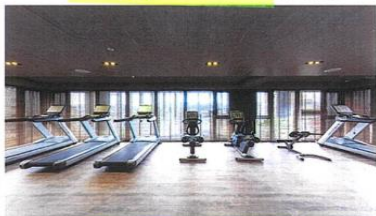


↑ Lounge Bar (1F)

↑ 屋頂突出物1層高



↑ 撞球室 (1F)



↑ 健身房

← 屋頂突出物2層高

不實廣告案例三：建案廣告

機電設備空間變室內空間



A棟平面配置參考圖

本傢俱配置圖僅供參考，實際空間格局應依實際現況為準。

不實廣告案例三：建案廣告

陽臺外推

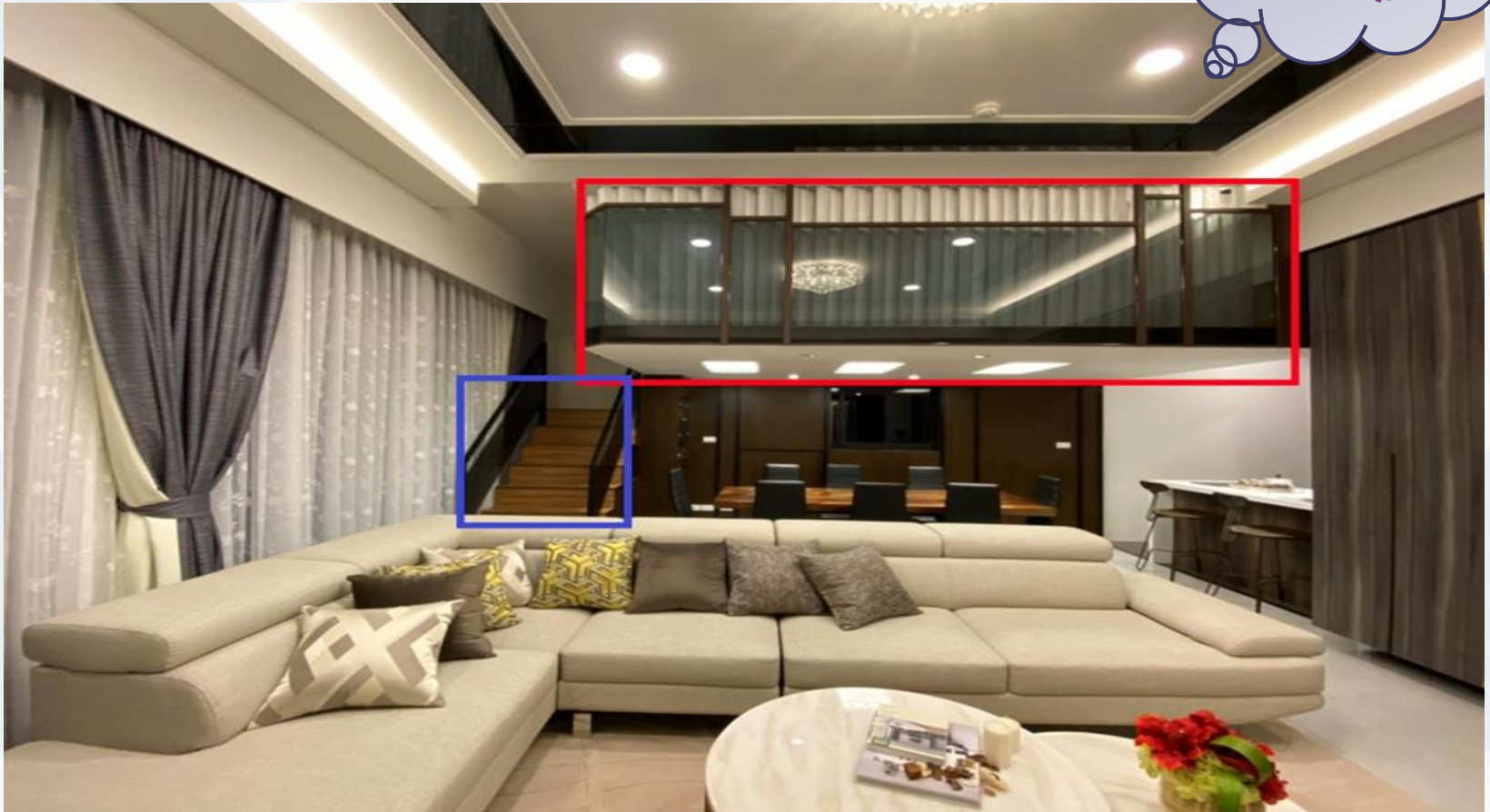
空間
魔法師



不實廣告案例三：建案廣告

樣品屋-夾層

空間
魔法師



仿冒行為 (§22)

◎ 公平法104年修法

以**著名**之他人表徵，於同一或類似之商品或服務，為相同或近似之使用，致與他人商品或服務混淆



排除已註冊商標，僅處理**未經註冊之著名商標**

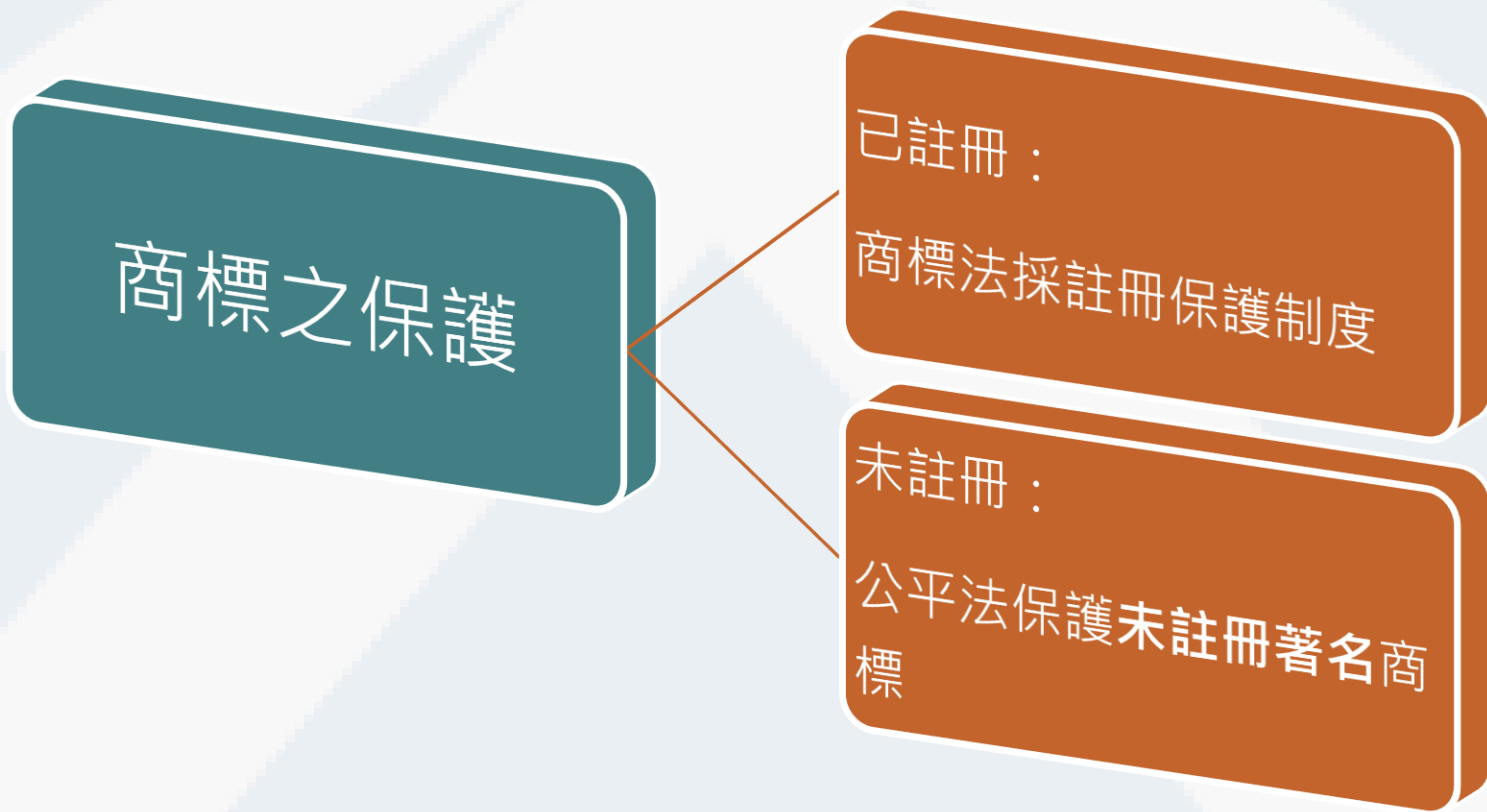
(已註冊商標逕適用商標法規定)



無行政責任，應循民事途徑救濟

(避免法益保護輕重失衡)

公平法與商標法之競合適用關係



不當贈品贈獎 (§23)

- 事業不得以不當提供贈品、贈獎之方法，爭取交易之機會。
- 前項贈品、贈獎之範圍、不當提供之額度及其他相關事項之辦法，由主管機關定之。
- **事業提供贈品贈獎額度辦法**

事業提供贈品贈獎額度辦法

- **贈品**：指事業為爭取交易之機會，以附隨、**無償**之方式，所提供具市場價值之商品或服務。**贈獎**：指事業為爭取交易之機會，於商品或服務之外，依抽籤或其他射倖之方式，所**無償**提供獎金或具市場價值之商品或服務。（§2）
- 不適用：免費試吃、試用等不以交易為要件之促銷行為；同類商品或服務之價格、數量折扣；套餐優惠促銷。（§3）
- 贈品價值上限：100元以上者，為商品或服務價值之1/2；100元以下者，為新臺幣50元。（§4）
- 贈獎最大獎項金額：新臺幣500萬元。（§6）

不適用贈品贈獎之類型

- 免費試吃、試用
- 同類商品之價格折扣：打5折
- 同類商品之數量折扣：買一送一
- 套餐組合優惠：漢堡套餐 (附帶飲料、薯條)

損害他人營業信譽行為 (§24)

- 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(§24)。
- 應以品質、效率、價格來競爭，而非放流言來貶損其他事業信譽(保護競爭秩序兼顧事業商譽保護)。

言論自由並非漫無界限
客觀表達V
流言貶抑X

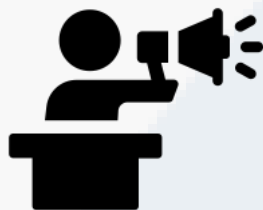


其他欺罔或顯失公平行為 (§25)

除公平法另有規定者外，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

其他欺罔
或顯失公
平行為

- **補充原則**：其他公平交易法條文優先適用
- **足以影響交易秩序**，應考量是否足以影響整體交易秩序(諸如：受害人數之多寡、造成損害之量及程度)或有影響將來潛在多數受害人效果之案件



單一個別非經常性的交易糾紛
→ 民事救濟

案例：衛生紙之亂



- 人：國內某大量販店業者
- 時：107年2月23日
- 事：利用Line、E-mail等媒介，對媒體從業人員發送衛生紙漲價3成之未確定訊息→「衛生紙確定大漲30% 賣場業績急飆5倍」
- 結果：造成全民搶購衛生紙之亂

衛生紙之亂— 對市場交易秩序影響



網購衛生紙大增，塞爆貨運業者集貨站

- 消費者：
 - 消費者購買撲空，花費交通、時間成本
 - 改變其既有之消費行為模式，因恐缺貨而迅即購買非習慣性產品、抑或提前購買未促銷品
- 競爭同業：
 - 業者接獲多通消費者客訴電話，部分改採預購券方式作為因應，增加額外成本
- 上游製造商：
 - 假日加班趕工，生產成本遽增
 - 消費者超額購買雖使短期訂單滿載，但不利下半年度業績



2.23~2.27 為該量販店自有品牌促銷檔期



2.23 各大媒體報導衛生紙將大漲後，市場發生缺貨情形



2.26 BBC新聞報導臺灣搶購衛生紙事件



事發1個多月後，競爭同業COSTCO

每串降價60元 > 先前買貴



關鍵字廣告案例

以下擷取自公平會112.3.30新聞稿

不當使用同業名稱刊登關鍵字廣告

- 萊莉公司於110年7月29日至同年12月31日，將含有「水魔素」的關鍵字設定在具「關鍵字插入功能」的廣告，導致網路使用者在Google網頁搜尋「水魔素」時，搜尋結果將呈現「【汪咪博士】解決水魔素口腔保健液」、「水魔素口臭問題-貓狗專家-汪咪博士」等廣告內容，而經點擊後則連結至萊莉公司「汪咪博士」網站，容易使網路使用者誤認「水魔素」與「汪咪博士」具有一定合作關係，增加萊莉公司「汪咪博士」寵物用品網站被到訪及成立交易之機會，同時也減少其競爭事業接觸交易相對人之機會，而足以影響市場交易秩序，違反公平交易法第25條規定。
- 廣告主無論是自行管理或透過代理商刊登關鍵字廣告，除應充分瞭解廣告平臺的相關規範內容外，在使用「關鍵字插入功能」時，應先檢視注意廣告文案整體呈現方式，是否包含競爭事業的公司或品牌名稱而有使人誤認之可能，如有應避免使用，否則會有違反公平交易法的問題。

法律責任 (§34~44)



- **行政責任**
 - 令停止、改正其行為或採取必要更正措施
 - 罰鍰
 - 不公平競爭行為：5萬 ~ 2,500萬元 (不停止違法行為，第2次處分×2)
 - 限制競爭行為：10萬 ~ 5,000萬元 (不停止違法行為，第2次處分×2)
 - 違法結合：20萬 ~ 5,000萬元
 - 結合申報事項不實：10萬 ~ 100萬元
 - 情節重大之濫用獨占地位行為及聯合行為：最高可處上一會計年度銷售金額之10%
- **刑事責任**：限制競爭行為第2次違反之行為人、營業誹謗行為人及事業
- **民事責任**：3倍損害賠償

檢舉違法聯合行為獎金 發放辦法最新修正說明

適用範圍及 發放條件

限檢舉聯合行為! (檢舉獎金辦法§2)

- 檢舉人提供與**聯合行為案件**有關之事實與證據為公平會**尚未**獲悉
- 公平會調查後認定該涉案事業違反公平交易法§15 I

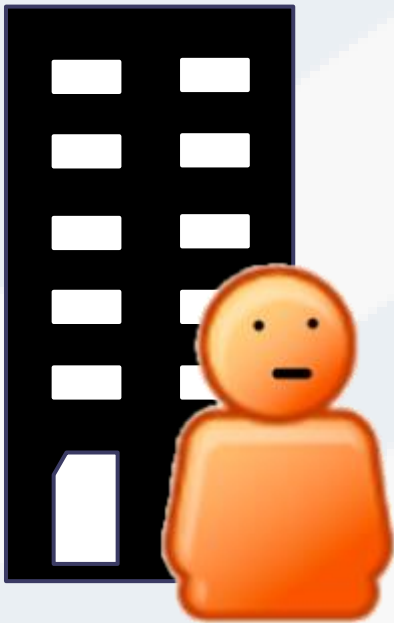


動動腦時間

公平交易委員會針對檢舉人檢舉何種類型案件，經調查認定違法後，得發放予檢舉人檢舉獎金？

- (1) 事業間違法結合案件
- (2) 事業為聯合行為案件
- (3) 事業為廣告不實案件
- (4) 以上皆是

案例part1



- 某甲為A公司下游廠商負責人，因職務關係得知A公司與其競爭對手B公司從事聯合行為，如何向公平會檢舉？某甲需要準備些什麼？
- 某甲可否以其公司之名義提出檢舉？

檢舉人資格 (檢舉獎金辦法§3 I)

- 檢舉人不以**自然人**為限
- **法人**或設有代表人或管理人之**非法人團體**，亦得為檢舉人

檢舉人消極資格限制 (檢舉獎金辦法§4)

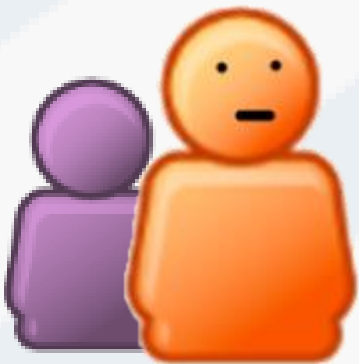
- 如：參與聯合行為事業、已循寬恕政策途徑獲減免罰鍰事業之董事、代表人或其他有代表權之人、有強迫他事業參與或限制退出聯合行為情事者等

檢舉方式及要件 (檢舉獎金辦法§3 II)

- 得以多元方式 (書面、言詞、電子郵件或其他方式) 向公平會提出檢舉

案例part2

\$?



- 某甲提供關於A、B公司從事違法聯合行為的證據(例如A、B公司總經理間Line對話截圖)給公平會，可以領到多少檢舉獎金？
- 某甲提供了許多證據，可不可以多領幾筆錢？
- 除某甲外，某乙也為此一檢舉出力甚多，並與甲聯名檢舉，則錢會給誰？

獎金發放標準一 (檢舉獎金辦法§5 I)

檢舉人提出之證據價值類型	檢舉獎金為罰鍰總金額之比例	檢舉獎金最高數額
1.提供有助於公平會開始調查程序之證據資料	5% 最低10萬元	100萬元 (50萬元-舊法)
2.提供之證據資料能間接證明聯合行為合意之事實存在	10% 最低10萬元	1,000萬元 (500萬元-舊法)
3.提供之證據資料能直接證明聯合行為合意之事實存在，無須公平會再介入調查	20% 最低10萬元	2,000萬元 (1,000萬元-舊法)

罰鍰總金額毋須扣除案件適用寬恕政策所免除或減輕罰鍰之數額

獎金發放標準二

罰鍰總金額：2億元～5億元，上限提高至2倍（檢舉獎金辦法§5Ⅱ）

檢舉人提出之證據價值類型	檢舉獎金為罰鍰總金額之比例	檢舉獎金最高數額
1.提供有助於公平會開始調查程序之證據資料	5% 最低10萬元	200萬元 (100萬元-舊法)
2.提供之證據資料能間接證明聯合行為合意之事實存在	10% 最低10萬元	2,000萬元 (1,000萬元-舊法)
3.提供之證據資料能直接證明聯合行為合意之事實存在，無須公平會再介入調查	20% 最低10萬元	4,000萬元 (2,000萬元-舊法)

罰鍰總金額毋須扣除案件適用寬恕政策所免除或減輕罰鍰之數額

獎金發放標準三

罰鍰總金額：5億元以上，上限提高至5倍（檢舉獎金辦法§5Ⅱ）

檢舉人提出之證據價值類型	檢舉獎金為罰鍰總金額之比例	檢舉獎金最高數額
1.提供有助於公平會開始調查程序之證據資料	5% 最低10萬元	500萬元 (250萬元-舊法)
2.提供之證據資料能間接證明聯合行為合意之事實存在	10% 最低10萬元	5,000萬元 (2,500萬元-舊法)
3.提供之證據資料能直接證明聯合行為合意之事實存在，無須公平會再介入調查	20% 最低10萬元	1億元 (5,000萬元-舊法)

罰鍰總金額毋須扣除案件適用寬恕政策所免除或減輕罰鍰之數額



動動腦時間

依「檢舉違法聯合行為獎金發放辦法」相關規定，經公平會認定屬於違法聯合行為的檢舉案件，最低及最高之檢舉獎金分別為多少金額？

- (1)最低5萬元、最高5,000萬元
- (2)最低5萬元、最高1億元
- (3)最低10萬元、最高5,000萬元
- (4)最低10萬元、最高1億元

獎金發放標準四 (檢舉獎金辦法§5Ⅲ)

- 同一案件所提供證據資料同時符合第一項兩款以上情形者，依較高額之款次發放檢舉獎金。
- 同一案件僅能受領一次。

獎金發放標準五 (檢舉獎金辦法§5Ⅳ)

- 同款中有數名檢舉人共同聯名，或同時提供相同事證無法區別先後者。
- 同款中有數名檢舉人，均提供主管機關尚未獲悉之事證者。

 **平均分配！**



動動腦時間

檢舉人有多人共同聯名檢舉，或多人同時提供相同事證無法區別先後等情況時，檢舉獎金應如何分配？

- (1) 檢舉獎金平均分配
- (2) 檢舉人抽籤決定何人可領取檢舉獎金
- (3) 公平會隨意擇一發放檢舉獎金
- (4) 檢舉人全數不得領取檢舉獎金

獎金發放標準六

(檢舉獎金辦法§6) 110.11.26修正新增



只要案件經確定為違法聯合行為，即使因情節輕微等因素未裁處罰鍰，仍依證據資料價值，酌予發放每名檢舉人**5萬元~100萬元**檢舉獎金。



動動腦時間

檢舉人檢舉事業聯合行為案件，經公平會調查後認定違法，雖處分但未課以罰鍰，可否發放檢舉獎金？倘可，檢舉獎金為多少？

- (1)不可發放檢舉獎金
- (2)可發放每名檢舉人3萬元檢舉獎金
- (3)可發放每名檢舉人5萬元至100萬元之檢舉獎金
- (4)可發放每名檢舉人150萬元之檢舉獎金

獎金發放方式

(檢舉獎金辦法§7)

- 案件處分後30日內發放

每名檢舉人發放金額	發放方式
100萬元以下部分	一次發放
超過100萬元部分	<ol style="list-style-type: none">1. 先發放1/42. 餘額於處分確定後發放3. 罰鍰處分經部分撤銷或重為處分而減少罰鍰→依嗣後罰鍰金額計算獎金餘額，無餘額時不再發放



動動腦時間

應發放予每名檢舉人之檢舉獎金，多少金額以下部分係一次發放？

(1)10萬元

(2)50萬元

(3)100萬元

(4)300萬元

獎金追回

(檢舉獎金辦法§8、§9)

- 有下列情形之一，獎金不予發放、已發放者追回
 1. 有§4規定之情形 (檢舉人消極資格限制)
 2. 公平會**尚未處分前**，直接或間接**對外揭露**其所提出之檢舉事實或檢舉之任何內容
 3. 使用**偽造或變造證據**經法院有罪判決確定
- 無上述情形者，**已發放**之獎金不追回 (例如處分嗣後被撤銷)

檢舉人身分保護 (檢舉獎金辦法§10)

- 檢舉人身分等相關資料，應予保密
- 載有檢舉人真實身分資料之談話紀錄、文書，除法律另有規定外，不得供閱覽或提供予偵查、審判機關以外之其他機關、團體或個人

公平會服務中心

本會地址：臺北市濟南路1段2之2號12-14樓

本會服務中心電話：(02)2351-0022

(02)2351-7588轉380

南區服務中心地址：高雄市苓雅區政南街6號9樓

南區服務中心電話：(07)723-0022

以上報告：謝謝聆聽

