



NO 069

公平交易通訊

TAIWAN FTC NEWSLETTER

公平會電子報歡迎上網訂閱，網址：www.ftc.gov.tw

中華民國105年5月號

► 專題報導

專利蟑螂與市場競爭

► 焦點案例

- ▣ 探討建築師公會代收轉付會員業務酬金的違法性
- ▣ 有線電視系統業者結合未事前向公平會提出申報而遭罰
- ▣ 參加防災說明會 變成購買瓦斯防震器？
- ▣ 永信藥品收購碩騰生技－補充營養與強化體質！
- ▣ 透天厝空間可任意使用？
- ▣ 限量搶購 已售罄？暗槓買嘸 真生氣！

► 法規報導

發布「聯合行為微小不罰之認定標準」解釋令

► 國際動態

大數據時代的競爭法

► 公平交易統計

檢舉案件統計

► 會務活動

民國105年3、4月份會務活動一覽

► 國際交流

民國105年3、4月份國際交流一覽

專利蟑螂與市場競爭

■ 演講人：邱敬淵助理教授
(臺北大學經濟學系)

壹、專利蟑螂

一、專利戰場：智慧型手機

專利在當前市場競爭的重要性，以及專利戰場的慘烈，可以由約自2009年以來的全球智慧型手機專利訴訟戰得知一二。這場持續數年的戰爭波及世界各大、小廠商－擁有專利的廠商可以提起告訴，而製造產品的廠商則有可能成為侵權被告。其中，在市場上，擁有專利而沒有產品的這一類廠商，因為可以告人而不會被告，通常會連結到所謂的「專利蟑螂」。

二、專利

(一) 專利的用途

一般而言，專利制度的目的在於獎勵創新、保護發明。當專利權人的權利受侵害時，可以對他方提起侵權告訴。一旦告成之後，又依照專利權人本身的商業模式，可以選擇發揮禁制令的效果，排除他人使用該項發明；或者不排除他人使用，但是藉由禁制令增加談判授權金時的議價能力，以獲得更高額的授權金。

(二) 專利權人

1. Practicing/operating companies

此類廠商包括Apple、Samsung、Microsoft等，基於生產、銷售產品或提供服務的商業模式。這一類廠商在贏

得侵權訴訟後，可能選擇以禁制令排除其他競爭者。然而有時也會考量到專利訴訟為公司帶來的負面形象，因此並不會輕易地提起告訴。此外，在被其他同類廠商控告侵權時，他們則會藉由所謂的防禦性專利策略（defensive patenting）來進行防衛。

2.獨立發明人、大學、研究機構、專利授權公司 (patent licensing firms)

此類專利所有權人沒有產品，不會被告，也無法在商品市場上產品、服務獲利，因此他們控告侵權的目的在於收取權利金，而非以禁制令排除競爭者。

3.新創企業（startups）

創投公司通常會以專利衡量新創企業的創新績效(milestones)，以決定是否對於新創企業挹注資金。

貳、專利蟑螂在美國

一、商業模式與爭議

（一）基本型商業模式

專利蟑螂基本的商業模式為購買專利、控告侵權、尋求和解。科技大廠如Microsoft、RIM、Google、Intel等往往成為只擁有專利、沒有產品的小廠商的侵權訴訟對象，加上無法以防禦專利策略反控這些小廠商，高額賠償金時有所聞。對於這種“小蝦米對抗大鯨魚”的局面，學界與業界衍生出兩種不同的看法，有人認為小廠商根本是專利蟑螂，沒有生產商品，對社會沒有貢獻，反之有人認為，小廠商的作為是在捍衛專利發明者的權利，此二看法至今依然適用。

（二）爭議

專利蟑螂的問題在近年越發受到注意。根據Bessen、Meurer、Ford三位學者在2011年的估計，以侵權訴訟被告敗訴後股票價值下降的程度衡量，專利蟑螂在美國每年所創造的社會成本約800億美金。同時，專利蟑螂的商業模式也出現一些變化。

1.商業模式變型Ⅰ：薄利多銷

首先，專利蟑螂的侵權訴訟目標不再只限於大廠商，同時擴大打擊面，攻擊更多小廠商、下游使用者。例如咖啡店業者裝設無線網路供顧客使用，即有侵犯專利權的可能。這些初次遇到專利訴訟的小廠商根本不預期成為被告，且本身不具備相關法律背景，甚至無法支應訴訟上的成本。但專利蟑螂實際上請求的金額並不高，而是抓準被告大多不願上法庭而希望以和解了事的弱點，讓雙方迅速達成和解，形成「薄利多銷」的手法。

此商業模式所引發的爭議除了影響大之外，專利蟑螂所獲得的和解金往往反映的是被告不願上法庭所願意忍受的最高金額，與本案最終是否構成侵權行為並沒有關係，因此無法彰顯專利在技術進步上帶來的價值，有違專利制度保護發明、促進社會進步之意旨。

2.商業模式變型Ⅱ：與practicing companies合作/勾結（混和種蟑螂）

舉例而言，根據報導，Apple將專利權移轉給一間小廠商Digitide Innovations，再由Digitide Innovations向Apple的競爭對手，例如：Nokia、Samsung、LG、HTC、Sony、Motorola、RIM等提起侵權

訴訟。從市場競爭的角度觀察，Apple藉此提高競爭對手的成本，增強自己在市場上的優勢地位。

此外，如果混和種專利蟑螂經由 **practicing companies** 取得標準基礎專利（**standard essential patents**）後，可能違反取得標準基礎專利所應遵守的規範，例如不以合理、公平的價格提供專利權給予產業界內所有的需求者，形成市場競爭上不公平的現象。

（三）專利蟑螂的成功之道：美國專利制度的缺陷

專利蟑螂在美國的“成功”，以及其他地方的經驗，往往與當地的制度特點有關。

1. 訴訟成本高

除了美國律師費昂貴之外，美國在訴訟上有所謂的「事證開示」(**discovery**)，兩造律師於訴訟開始時必須蒐集證據。侵權訴訟的被告必須負擔高額的成本證明自己沒有侵權行為，例如提出大量文件說明產品的發明與設計。反之，專利蟑螂大多透過買賣取得專利權，而非專利的發明者，故無須證明產品如何發明，事證開示的成本相對較低。

2. 專利審查品質低

相對於歐洲，美國專利審查的案件量大、品質低，因此專利的取得較為容易，造成專利的取得有時無法反映發明者對於社會的貢獻，同時給予專利蟑螂更多生存的空間。

3. 專利範圍界定模糊

此為一技術面的問題，特別是在軟體界，許多專利書上的名詞在業界尚未達成共識，導致被告在閱讀專利書之後，無法明確得知自己是否有侵權行為，在考量上法庭風險的不確定性後，傾向與專利蟑螂和解。

4. 專利權移轉未強制登記

專利權的移轉並未強制登記，使得專利蟑螂較易隱藏其專利組合 (**patent portfolio**)，並讓混種專利與 **practicing companies** 之間的勾結合作較不易被發現。這些都增加了可能被控侵權廠商在事前清查侵權風險、做好授權談判的難度，對專利制度促進技術移轉的目的並無貢獻。

二、FTC-DOJ 2012 Workshop : Patent Assertion Entities Activities

有鑑於專利蟑螂對美國創新與一般商業活動的影響擴大，美國聯邦交易委員會與司法部於2012年聯合舉辦專利蟑螂研討會，參與者遍及產、官、學界。

（一）學術界

法律學者Coleen Chen教授提到2010年專利蟑螂的訴訟占全體訴訟的29%，2012年提升至61%。而有趣的是，專利蟑螂其實早在19世紀美國的農業、鐵路業就已經出現，當時鐵路業聯合組成聯盟共同對付專利蟑螂，達成不與專利蟑螂和解的共識。

經濟學家Carl Shapiro教授認為，我們不應該專注於專利蟑螂的身分角色，而是他們的行為與金錢流向。如果專利蟑螂所得到的收入最後回饋給當初的專利發明者，則符合專利制度保護發

明的目的。反之，若大部分的收入最後進到專利蟑螂或律師的口袋，就沒有達到專利制度的目的。事實究竟是前者或後者，我們並不知道，還需要更多資料以及實證研究釐清。

（二）產業界

產業界包括專利授權公司與practicing companies。所持的觀點基本上也分為兩種。反對專利蟑螂認為專利蟑螂故意隱藏專利權，增加事前授權難度；而practicing companies藉由混種蟑螂提高競爭對手成本、削弱市場競爭；或者藉由轉移標準基礎專利來規避原專利權人的承諾等等，這些行為都危害創新。支持專利蟑螂者的論點則包括專利蟑螂增加專利次級市場的流動性、提供專利變現(monetization)服務，藉由較高流動性提升專利的價值，進而達到鼓勵創新的目的。

（三）專利蟑螂到底是好是壞？

專利蟑螂的整體影響，到最後必須藉由實證資料來判斷。根據美國Government Accountability Office在2013年所提出的報告，從2007年到2011年，專利蟑螂訴訟大約占全體訴訟的20%，與Coleen Chen教授所提出的61%到底哪個正確，還有待釐清。值得提醒的是這些資料皆是指在法院有登記案號的訴訟資料，如果進到訴訟前就已經和解的案件，根本不會有案號。再者，我們在引用訴訟資料時，時常會遇到非隨機樣本的問題，某些案件本身容易進到法院，有些則易於和解，於是我們無法用訴訟資料代表全體，但要校正訴訟資料又有其難度，因此現實仍是一團迷霧。我們需要有更進一步、更細緻的研究方法來了解專利蟑螂的現象。

三、美國專利法翻修進行式

（一）近年美國專利法修法重點

2011年，美國國會已大幅修改專利法America Invents Act（AIA），其後因為專利蟑螂與其他問題，又再次討論修法。到了2013年，許多與專利相關的法案被提出，其中Innovation Act看起來是最容易通過的，經由眾議院通過，但在參議院被擋下。

2015年，同一批人捲土重來，提出與先前類似的法案，針對專利蟑螂進行專利法改革，修法重點如下：

1. 強制揭露資訊

原告必須提出自己有哪些專利、以及被告的產品為何侵犯自己的專利權。

2. 限縮事證開示

由於事證開示的成本高，因此不須在訴訟開始時立刻進入事證開示的程序，而是訴訟進行到某個階段時，才進行事證開示，以減輕被告的負擔。

3. 輸家付費

由輸家負擔對造的律師費。事實上美國現行專利法已允許在某些特殊的情況下，授權法官要求輸家負擔對造的律師費。

4. 下游使用者保護

由於下游使用者缺乏資源且廠商分散，使得專利蟑螂「薄利多銷」的手法容易成功。因此法案提到，在下游使用者成為被告時，由提供下游使用者產品的製造商介入，與專利蟑螂進行訴訟，將訴訟集中在提供產品的製造商與專利蟑螂之間，藉此避免專利蟑螂亂槍打鳥。

上述修法提案的影響將擴及所有專利

權人，而非僅限於專利蟑螂，因此大學、生技製藥業、創投業、小型企業等紛紛公開表示反對，故今年美國專利法的修正通過有其難度。

根據2015年9月3日華爾街日報的報導，在聯邦立法迄今窒礙難行的情況下，共有27州轉向「自力救濟」，通過州法案，藉由「消費者保護法」對付專利蟑螂：「如果被告相信專利蟑螂提起訴訟有明顯的錯誤，且專利蟑螂的行為有嚴重侵害專利權的狀況時，被告可以向州法院反告專利蟑螂。」相反地，亦有主張認為專利法是聯邦的權限，州立法將侵犯到聯邦的權限。

（二）專利法的提案內容是否對症下藥？

1. 修法方向與預期效果

前述修法內容大致包括揭露資訊與鼓勵被告反擊等兩個方向。對於前者，一般而言，經濟學家認為資訊愈多、愈清楚愈好，故此方向就對付專利蟑螂的效果並無太大爭議。對於後者，透過限縮事證開示、輸家付費、使用者保護等方法，有效降低被告的訴訟成本，削弱被告和解的誘因，勇於向專利蟑螂反擊。

真正釜底抽薪的方法是使專利蟑螂的專利無效和防止專利落入蟑螂的手中，例如防禦專利聚集者 (defensive patent aggregators) 專門購買專利但是不會告人。但是這個方法的問題在於當他們花費成本時，會使所有人被專利蟑螂告的機會降低，所有人都得利。此時會衍生出打蟑螂是公共財的問題，沒有人願意花成本打

蟑螂，所有人都想要搭便車。

2. 防禦型專利的兩難

事實上，輸家付費是否能達到立法目的也有待考慮。在專利蟑螂勝訴機率不高的狀況下(有資料顯示，專利蟑螂案件進到法院後，僅有約8%成立侵權)，輸家付費代表有極大可能專利蟑螂必須負擔對造律師費，使得專利蟑螂的訴訟成本增加。反之，被告的訴訟成本下降，將使得被告的和解意願下降。此時雙方最終的和解金額將減少，專利蟑螂的利潤下降。利潤下降促使廠商攫取專利、成為專利蟑螂的誘因下降，可進一步減少專利蟑螂的數量。這是輸家付費的改革理論基礎。

但是，隨著專利蟑螂利潤下降、專利蟑螂數量減少，可能被控侵權廠商所受威脅降低，這些廠商進入市場、投資的誘因接著回升。這表示專利蟑螂可以攻擊的對象變多，進而使得專利蟑螂的利潤回升。後者將削弱輸家付費一開始的效果，因此輸家付費對專利蟑螂的整體影響並不確定。

3. 反競爭行為

在反競爭行為之中，未來值得注意的是混種型專利蟑螂與practicing companies合作、勾結的部分。專利蟑螂本身沒有產品，在產品市場上並無獨占力量，而專利是一種技術，因此理論上我們應建立「技術市場」，衡量專利蟑螂在技術市場上的獨占力量。但是在專利範圍界定模糊的狀況下，如何衡量獨占力量？又如何應用過去各種反競爭行為的理論？目

前尚無一個明確的方法，有待經濟學界的繼續努力。

參、專利蟑螂在臺灣：臺灣有專利蟑螂嗎？

在上述美國 FTC-DOJ 的聯合專利蟑螂研討會中，許多人認為基本上專利蟑螂是病徵而非病因，是由於專利生態系統中發生某些根本上的問題，進而出現專利蟑螂，例如訴訟制度的問題、專利審查品質的問題等。

專利蟑螂被大家所詬病的原因之一在於他是從事一種競租行為（rent seeking），沒有創造任何社會福利，逐利所生的成本對社會有負面影響，然而其前提要件為，專利系統、產業環境能

夠產生租，使得專利蟑螂「有租可競」。

又根據相關資料顯示，在臺灣目前的環境下，似乎不存在專利蟑螂。檢討臺灣專利制度運行現狀，相對於美國，臺灣訴訟成本不高，專利權人被判決專利有效且侵權成立的勝訴率不高，侵權賠償金額也不高。因此，在臺灣的專利制度之下，專利蟑螂的專利並無法有效的嚇唬被告、逼迫和解。養不出蟑螂本身或許是一件好事，但是這樣的生態系統是否也同時能促進創新，卻是我們下一步必須思考的問題。

（本文係講座於民國104年9月22日假公平會競爭中心發表之演講內容，經臺北大學經濟學系楊宗霖同學記錄整理並經講座審訂）



探討建築師公會代收轉付會員業務酬金的違法性

購買商品或服務時，「一手交錢，一手交貨」應該是最常見的交易模式，但是如果公會介入前述的交易流程，要求付款人先把錢交給公會，之後公會再轉交給受款人，這樣公會違法了嗎？

■撰文＝陳浩凱
(公平會服務業競爭處視察)

臺北市建築師公會會員建築師在辦理建築執照申請或變更等事項時，除了申請書件之外，還需要依「工程造價的固定比例」向公會繳交「掛件費」，再由該公會送交申請書件給建管單位「掛件」。至於該公會所收取的「掛件費」，必須由會員建築師向該公會申請退款，該公會再依工程進度分批退款給會員建築師。另外新北市、臺中市、嘉義市及高雄市等建築師公會也有代收轉付會員業務酬金的相關規定。為瞭解前述縣市建築師公會統一代收轉付建築師酬金的行為，是否有違反公平交易法規定的情形，公平會於是主動立案調查。

建築師等專門職業團體，是否適用公平交易法規定

憲法或各專門職業的主管法律，都沒有限制經由考選銓定的專門職業人員進入市場後，不得以「較有利的價格、數量、品質、服務或其他條件爭取交易機會」。所以專門職業依法考選銓定才能執行業務，與專門職業人員以較有利的交易條件從事競爭，兩者並沒有相互衝突。況且自由獨立的決定交易條件，不僅是實踐個別專門職業人員的經營自由，同時也符合整體社會的利益。所以專門職業人員符合公平交易法第2條所謂

「事業」的概念，應該受到公平交易法的檢視。

現行公平交易法並未針對「專門職業」另外訂定特殊的豁免規定，立法者透過公平交易法第46條規定：「事業關於競爭之行為，優先適用本法之規定。但其他法律另有規定且不牴觸本法立法意旨者，不在此限。」以確立公平交易法與其他法律的適用關係。因此，如果認為公平交易法是對一般營利事業所設的競爭規範，不適用於專門職業，形同在公平交易法第46條之外，另行創設「專門職業豁免」，不僅違背法律規定，也限縮公平交易法的適用範圍。

職業的種類，固然因為個別工作環境或條件不同，而需要不同的主觀與客觀從業條件，然而並不因此就可以認定不同職業在競爭法上有高低的評價。在市場經濟制度下，所有經濟活動的參與者，無論是否屬於專門職業範疇，都是透過發揮本身所擁有的知識、經驗、技術、勞力提供具有經濟價值的商品或服務，各自以較有利的價格、數量、品質、服務或其他條件爭取交易機會，此一自由競爭機制為市場經濟運作的基礎，也是各行各業放諸皆準的原則，不因各行業所蘊含的公益性、所擔負社會責任或對本身職業的期許而有不同。

代收轉付制度是否具有強制性

依據建築師法第37條的規定：「建築師公會應訂立建築師業務章則，載明業務內容、受取酬金標準及應盡之責任、義務等事項。前項業務章則，應經會員大會通過，在直轄市者，報請所在地主管建築機關，核轉內政部核定；在省者，報請內政部核定。」所以建築師業務章則的內容，是為了規範「建築師公會」與「會員」間的關係。

另外依據內政部對於建築師業務章則第15條第2項的解釋，建築師公會所實施的代收轉付制度，必須是任意的性質，如果有代收轉付建築師酬金的必要，應先取得雙方的同意，建築師公會不能夠依據前述規定統一代收酬金。建築師公會所實施的代收轉付制度，如果具有強制性，不僅與內政部解釋代收轉付須為任意性質相互違背，形式上也合致公平交易法第14條第4項同業公會藉其他方法所為約束事業活動的行為。

代收轉付會員業務酬金是否涉及違反公平交易法規定

建築師公會所實施的代收轉付制度，只是對於會員建築師與委託人「交易付款途徑」的限制，並沒有直接限制會員對於價格、數量、交易條件、地區、對象等核心性競爭變數的自主決定空間。而「交易付款途徑」本身並不是建築師重要的競爭手段，建築師如果沒有透過公會代收業務酬金，並不會因此比透過公會代收酬金的建築師獲得更多的交易機會。所以限制會員必須透過公會代收業務酬金，並沒有妨礙會員以有利的價格、數量、品質、服務或其他條件，爭取交易機會。

建築師公會代收轉付制度行之有年，到現在

已有超過40年的歷史。因為建築師公會的財務來源，除了向會員收取入會費及年費等會費之外，另外透過代收會員業務酬金的方式，依照建築師承辦案件向委託人所收取業務酬金的一定比例計收「事業費」，以支應會務運作，尤其在利率較高的年代，代收轉付業務酬金過程所產生的孳息是相當可觀的收入。建築師公會代收酬金的主要目的，是為了向會員收取「事業費」及獲取孳息，為防止會員規避繳交「事業費」，所以必須具有強制性質，因此建築師公會代收業務酬金的主要目的，主要是基於財務考量，並不是以限制競爭為目的。

內政部現行核定之省(市)建築師公會建築師業務章則第11條規定：「建築師受委託人之委託辦理某一建築工程，自勘測規劃設計監造以迄完工，其酬金按照下列各條之規定以全部建築費之百分率核計之，但因建築物種類大小不同，工作之繁重簡易得按左表(即『建築酬金標準表』)之百分率為標準。」該章則第15條第1項對於建築師酬金的付款期限及比例也有明文的規定，因此有關建築師酬金標準及付款期程等，已經規定在省(市)建築師公會建築師業務章則。建築師間價格及交易條件的競爭雖然受到限制，但是其發生的原因主要是法規(包含建築師法、省(市)建築師公會建築師業務章則及「建築酬金標準表」)所造成。至於建築師公會所實施的代收轉付制度，對於建築師間價格及交易條件的競爭，並沒有明顯的限制效果。也就是說，建築師公會代收轉付制度，並沒有在因法規造成既有限制競爭效果之外，再增加額外的限制競爭因素。就算是建築師公會不實施代收轉付制度，也不會增加會員間價格或交易條件競爭的激烈程度。

建築師公會代收業務酬金，是依照法定工程造价作為計算基礎，但是建築師實際上向委託人

收取的報酬，是以實際工程造價為基礎，雙方再依工作內容繁簡及市場行情議定酬金。由於法定工程造價與實際工程造價間存有顯著落差，實際工程造價遠高於法定工程造價，所以建築師公會並無法藉由代收業務酬金方式，得知會員的實際收費情形，也無法藉此監督會員是否依照「建築酬金標準表」收取報酬。

建築師公會與會員間並不存有商業交易關係或競爭關係，而且建築師公會代收轉付業務酬金，所影響者只有會員與委託人間交易付款途徑，不僅沒有妨礙會員以「較有利的價格、數量、品質、服務或其他條件爭取交易機會」從事效能競爭，還具有保障建築師及委託人權益、減少交易糾紛及確保建築師獨立性的正當目的或正面效果，因此無法認定建築師公會代收轉付業務酬金是「足以影響交易秩序」的行為。

結語

公會是由所有會員組成，公會的決定反映多數會員的偏好與選擇，此種集體決定正是同業公會等事業團體運作的特色。如果多數會員都認為

公會章程、制度、決議或措施損害會員的權益，對於會員明顯失去公平性，可以在公會內部透過提案表決的方式，參與並修正公會的決定，不需要再透過公平交易法加以規範。縱使反對代收轉付制度的會員，無法透過公會內部程序表達意見或訴諸表決，然而這些爭議本質上仍屬於建築師公會會務運作的監督管理問題，而不是競爭爭議，應該由建築師法或人民團體法的主管機關介入，不宜以公平交易法取代目的事業或人民團體主管機關的權責。公平交易法的任務是為了促進市場競爭及維護交易秩序，如果在缺乏減損市場競爭或妨礙交易秩序的事證下，直接以公平交易法介入公會與會員間的爭議，將會不當干預同業公會的自主性，而且未來可能引發會員將單純的公會內部爭議(例如會費高低、會員資格)轉換為競爭議題，反而模糊公平交易法原本所欲實踐的目標。

因此建築師公會統一代收轉付建築師酬金的行為，依現有事證，難以認定違反公平交易法規定。



有線電視系統業者結合未事前向公平會提出申報而遭罰

國家通訊傳播委員會於民國100年開始陸續開放有線電視系統之既有業者跨區經營及新進業者參與，如果同一經營區的A有線電視系統業者其實是B有線電視系統業者的化身，藉由促進產業競爭以回饋消費者的美意終究只是理想罷了！

■撰文＝陳瑾儀
（公平會服務業競爭處視察）

背景說明

公平會前接獲A有線電視系統業者與B有線電視系統業者遭檢舉共同經營，且兩家為同一經營區唯二有線電視系統業者，卻未依法向公平會提出結合申報，涉及違反公平交易法規定，爰立案調查。

結合型態及相關市場

經公平會函請勞動部、地方政府、國家通訊傳播委員會提供相關資料，並派員實地訪查A與B有線電視系統業者辦公場所並請兩業者到會說明，查知A與B業者於民國103年5月陸續為共用機房、共同採購、推廣業務及共用人員等經常共同經營行為，合致行為時(即修正前)公平交易法第6條第1項第4款之結合型態。因A業者103年第2季於臺北市某區有線廣播電視系統經營市場之市場占有率逾四分之一，另A與B業者於臺北市某區有線廣播電視系統經營市場之合計市場占有率已逾三分之一，符合行為時公平交易法第11條第

1項第1款、第2款規定之結合申報門檻，復無行為時公平交易法第11條之1事前申報之除外適用情形，依法應於結合前向公平會提出結合申報，卻未提出，業已違反行為時公平交易法第11條第1項規定。

業者應注意公平交易法結合管制規定

公平會經審酌A與B有線電視系統業者違法期間、市場占有率、營業額、訂戶數、市場規模、首次違法及配合調查態度等因素，分別處A業者85萬元罰鍰，B業者25萬元罰鍰。公平會特別呼籲事業與事業間倘欲結合，務必注意公平交易法結合管制規定，倘符合任一申報門檻，例如事業結合後市占率達三分之一、或其一事業市占率達四分之一、非金融機構事業之銷售金額其一達150億元另一達20億元、或金融機構事業之銷售金額其一達300億元另一達20億元，則須於結合前向公平會申報，以免觸法而遭處罰。



參加防災說明會 變成購買瓦斯防震器？

參加防災說明會，可以摸彩、免費安裝瓦斯防震器？有這麼多好康，可要當心是業者的不當行銷手法。

■撰文＝王鴻初
(公平會製造業競爭處視察)

民國105年2月初南臺灣發生大地震，造成重大傷亡。地震發生時，最讓人擔心的即是瓦斯軟管因牽扯脫落致瓦斯外洩、引起火災，而造成生命財產的重大損失。**W公司**就是利用民眾恐懼瓦斯外洩造成火災的心理弱點，藉宣導防災名義，隱藏推銷瓦斯防震器的目的，使民眾在心理毫無準備交易之情形下，受騙購買昂貴的瓦斯防震器。

隱瞞推銷商品之目的、舉辦摸彩，誘使民眾參加防災說明會

公平會由媒體報載得知彰化縣埔鹽鄉發生**W公司**假藉防災宣導，推銷瓦斯防震器情事，於是派員調查**W公司**是否有涉及違反公平交易法規定。

調查後發現**W公司**業務員在當地找到場地後，便對附近民眾散發宣傳單，或者以「附近有說明會，講防震知識的，有摸彩活動」為由吸引民眾參加，宣傳單上雖然印有**W公司**名稱，內容盡是地震引起之災害情形，並未提及銷售瓦斯防震器的任何訊息。

據多數民眾表示，因有防災宣導及摸彩活動

才到地點為社區活動中心之說明會現場，而現場之佈置，亦使民眾誤以為是政府機關或為公益目的而辦理的防災宣導說明會。

說明會一開始，**W公司**講師即以圖片說明地震等天然災害引起之嚴重災變，損及民眾生命及財產後，隨即推銷瓦斯防震器，宣稱「前10位安裝瓦斯防震器的人不用錢，後面的則是買1送1」，或「免費安裝試用」，或「今天免費贈送6組」。說明會結束後，不論民眾是否表達安裝意願，**W公司**業務員都會立刻跟隨或陪同民眾至其住家安裝瓦斯防震器，安裝後才告知要付錢購買，並要求當場給付現金。

業者不當之行銷手法，民眾可依消保法於7天內退貨退款

W公司多於日間至位處偏僻之鄉鎮村里辦理說明會，故參與民眾幾為家中之老弱婦孺，其利用人性弱點，以有摸彩活動或想瞭解防災知識為誘因，提高民眾參加意願。**W公司**在說明會現場除不當宣稱免費安裝且未揭露瓦斯防震器價格資訊，且因業務員已進入家中安裝後不願離開，民眾因擔心自身安危及無經驗之交易心理，而無奈或衝動購買瓦斯防震器，此種不當行銷手法，已

違反公平交易法規定。

目前政府並沒有強制規定民眾需裝置瓦斯防震器等安全設備，因此，民眾碰到類似W公司利用防災宣導名義，表示要更換或加裝瓦斯防震器之行為，就應該要提高警覺了。一旦發現受騙，

應儘快依照消費者保護法第19條有關訪問交易的規定，在交易後7日內，以退回商品或書面（如向郵局購買存證信函寄發）等方式，向業者主張解除契約、退貨退款，同時也可以向公平會檢舉業者之不當銷售行為，以保障自身權益。



新科技發表會

說明：

一、民國八十八年九月二十一日凌晨，國內發生了芮氏7.4級大地震後，各方專家乃積極推動「安全防震之觀念」，以確保國人生命財產安全。

二、台灣、日本、及印尼等國家，位處於環太平洋地震帶，近年來，陸續發生數個死傷慘重的大地震，造成數十萬人失去生命、百萬人流離失所，更帶來經濟上千億元的損失。而同樣位於斷層帶上的台灣，又應如何預防呢？

三、地震所產生的災害，除可能引起海嘯之外，其他如建築物倒塌、公路坍方、山崩土崩、火災、瓦斯氣爆或其他毒氣外洩所引起的中毒事件等，您是否有事先準備一些因應措施或是逃生的方式？

四、最令許多地質學專家及學者憂心忡忡及不斷地呼籲的是，倘若此等級數高的地震是發生在人口密集之地，如都會區，發生在你、我的居住之地時，我們應需懂得觀念及那些防範措施？

五、我們台灣是世界各國公認的領先科技國家，在此竭誠地邀請您一起來探討如何應用現代的科技研究成果，協助將自身所受到的災害及損失降到最低。祝國家平安，事事如意。

◆時間：

◆地點：

永信藥品收購碩騰生技－補充營養與強化體質！

永信藥品工業股份有限公司為增加其在全球動物保健市場的發展動能，藉由收購碩騰生技股份有限公司，補充其於動物用藥市場之營養及能量，同時運用永信集團之各式技術及行銷管道，強化雙方經營體質！

■撰文＝林俊宇
(公平會製造業競爭處科員)

依我國相關研究資料顯示，現階段國內動物用藥品市場正面臨國內市場規模小、國外市場開拓不易、原料藥自給率偏低、產品需求為少量多樣型態、廠商生產不具規模與研發能力不足等問題，以致競爭相當激烈。又國內廠商之生產技術與品質雖可與國際接軌，然絕大多數係以生產學名藥為主，且所需原料須仰賴進口，以致成本偏高，無法與其他國家競爭。

藉由收購，強化經營體質

碩騰生技股份有限公司(下稱碩騰生技)前身即為輝瑞藥廠動物用產品事業部，現已獨立成為全球性的動物用產品供應商，並致力於研究、開發、生產與銷售動物用相關產品。又永信藥品工業股份有限公司(下稱永信藥品)為增加其在全球動物保健市場的發展動能，期望透過本結合行為，拓展其產品組合進而擴張其業務版圖；而碩騰生技亦得以運用永信集團之投資開發相關技術及擴展行銷管道，積極製造行銷各類動物用藥品，朝向更為廣泛的動物營養保健領域發展，避免囿限於已近飽和的市場外，亦可強化高毛利產品之管理與銷售，改善產品銷售結構。

整體經濟利益大於限制競爭之不利利益

於本結合案中，永信藥品擬取得碩騰生技

100%股權及其控制權，合致公平交易法第10條第1項第2款及第5款之結合型態。又依申報人自行評估，碩騰生技於「補助飼料」市場之占有率已達四分之一，且碩騰生技加計永信藥品之市占率亦超過三分之一，合致公平交易法第11條第1項第1款及第2款規定，且無同法第12條規定除外適用情形，故依法須提出事業結合申報。

永信藥品之主要產品為人用及動物用藥，而碩騰生技主要產品則為動物用藥、飼料添加物等，因本案參與結合事業皆生產動物用藥，故屬水平結合態樣。由參與結合事業之市占率觀察，結合後市場上仍有相當多的事業可與其抗衡，且參與結合事業之國內外競爭廠商家數仍多，交易相對人尚具有相當議價能力，又我國於前揭市場並無進入市場之法令限制，亦無原料取得來源及關稅等參進障礙，新進業者若具備相關技術能力即可隨時進入市場。

本結合案經公平會審查後認為，對相關市場尚不具有顯著限制競爭之疑慮，且應有助於參與結合事業於動物用藥保健市場之發展，增加其競爭力，而得以使最終消費者受惠，故認其結合之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，不禁止其結合。



透天厝空間可任意使用？

建商在銷售預售屋時，常以傢俱配置圖等說明房屋空間規劃，吸引消費者購買，但交屋後能合法使用嗎？

■撰文＝林雨菁
（公平會公平競爭處視察）

背景說明

A建設公司為銷售W透天厝建案，在廣告（包括傢俱配置參考圖、傢俱配置平面示意圖等）上將各透天厝之1樓、2樓、3樓及4樓以虛線標示或圖示為臥室、客廳、餐廳及起居室等室內空間，並於網路刊載，惟經比對W建案所在縣市政府核發之建造執照及使用執照，發現廣告所載之虛線或圖說之臥室、客廳、餐廳及起居室等空間，在建造執照核准平面圖或使用執照竣工圖卻為陽臺、樓梯間、門廊、法定機車位及空地。

建案廣告須與建造（使用）執照核發之用途相符才能合法給付與使用

W建案建造執照與使用執照所載陽臺、樓梯間、門廊、法定機車位及空地等空間，在A建設公司之廣告上相同位置卻變成臥室、客廳、餐廳及起居室等室內空間，依建築相關法規規定，涉及建築物室內樓地板面積增加，新取得使用執照後未申請建築許可，增建或改建者，涉有違反建築法規定，可依違章建築處理相關規定處理，且查W建案於取得使用執照後未向所在地縣市政府提出變更使用之申請，故W建案若依廣告內容將陽臺、樓梯間等作為臥室、客廳等使用，將遭處以罰鍰，並勒令拆除、改建、停止使用或恢復原狀等情。



又預售屋廣告中所描述之建物用途情狀，為影響消費者承購與否交易決定因素之一，消費者據廣告內容僅認知於購屋後得依廣告揭示之用途及內容使用，而難以知悉廣告所載之用途及內容違反建管法規，有遭罰鍰、停止使用或恢復原狀查報拆除等處分之風險，縱使建商實際交付之標的物與廣告內容相符，日後仍有遭查報拆除之風險，A建設公司之廣告已使消費者誤認W建案之陽臺、樓梯間等部分，將可供作臥室、餐廳等空間使用，此廣告已屬虛偽不實及引人錯誤之表示，而違反公平交易法第21條第1項規定。

提醒欲購買預售屋之民眾，購買前可請建商提供建造執照，比對建商所提供之室內空間規劃等說明是否與建造執照內容相符，以保障交屋後能合法使用。



限量搶購 已售罄？暗槓買嘸 真生氣！

大學生阿杰是P藝人之忠實粉絲，經新聞報導得知U公司即將推出該藝人之限量同名公益卡，其上除了有P藝人之精美照片外，還有其親筆簽名，阿杰於是在心裡吶喊：就是它了！一定要買到！

■撰文＝張為智
(公平會公平競爭處科員)

背景說明

名人、明星代言商品，甚至僅是使用偶像照片推出相關周邊商品，對於其粉絲而言非常具有吸引力，一來不外乎其形象可以跟該商品結合，使消費者對於名人的喜愛可以延伸至該商品；二來對於死忠粉絲而言，收集所喜愛的偶像的相關產品，更是支持偶像最直接的行動，粉絲無不趨之若鶩！特別是該商品為「限量」、「限時搶購」的時候，為了購得該項商品，消費者非得付上一定代價，徹夜排隊，或是守候電腦、電話前，於開賣第一時間搶先下訂，深怕向隅，也因此更顯該商品在消費者心中之價值非凡珍貴！

搶購活動實際提供數量較廣告為少，已屬廣告不實

U公司推出P藝人公益卡商品時，於網站上公告該商品共製作X張，採「不再加印」原則，並於某日之凌晨0時開賣，僅接受民眾電話預購。結果造成搶購民眾於開賣開始，即瘋狂電話進線，然因一時大量電話湧入，造成許多民眾無法成功訂購，阿杰也是其中一員，徹夜守候電話機前不斷撥打訂購專線，只怕錯失良機，無法購得該商品。U公司更於隔天表示本次活動於5小時

內即售罄。

然經公平會調查結果，事實上U公司僅提供原所宣稱X張商品之8成數量予民眾電話預購，所謂的售罄，其實仍保有2成之商品保留給U公司內部員工認購，或是提供與該公司有業務往來關係之客戶訂購，及以公關名義對外發送，此舉已使參與搶購者因未能知悉廣告宣稱之電話預購實際數量而有錯誤認知與決定之虞，並有引起一般大眾對於最終售罄之時間點產生錯誤認知，已違反公平交易法第21條第1項規定。

結論

當一事業舉辦限時、限量搶購活動時，因民眾往往須投入相當時間、精力進行搶購，事業自應善盡廣告主真實表示義務，確保廣告內容與實際提供情形相符。本案U公司實際提供電話預購之數量，較廣告宣稱之數量為少，對於因信賴U公司廣告內容而參與搶購之消費者，實應難以接受，並有可能影響其是否參與搶購之決定之虞。公平會呼籲，業者倘於廣告就其商品數量所為表示時，應於事前妥為規劃、備足存貨，並完整揭露搶購活動之相關限制條件，以確保能如廣告所示進行銷售。



發布「聯合行為微小不罰之認定標準」解釋令

公平會發布「聯合行為微小不罰之認定標準」解釋令，明定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。

■撰文＝蔣慧怡
(公平會法律事務處視察)

公平會於民國105年2月3日第1266次委員會議決議，對於聯合行為微小不罰之認定標準為：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。

鑒於事業聯合行為對於市場交易秩序之影響甚大，公平交易法對於聯合行為向採當然違法之執法立場；惟倘參與聯合行為事業之市場力量極微，而對市場並無實質影響者，因該聯合行為所生限制競爭之疑慮極低，容無管制之必要；且因聯合行為之查證不易，基於行政資源妥適分配之考量，競爭法主管機關允宜集中火力查處對市場競爭秩序影響重大之聯合行為案件。公平會爰研擬相關認定標準，將對市場供需功能影響程度輕微之聯合行為，界定為「聯合行為微小不罰案件」，得豁免聯合行為禁制規範之適用。

參酌現行歐盟及德國頒布之微小不罰指令，均以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，作為微小不罰之門檻，而我國及德國產業結構皆以中小企業為主，德國微小不罰指令尚符合我國產業市場背景；又審酌公

平會歷來聯合行為處分案件，多數案件之參與事業市占率總和均高於10%；爰將參與聯合行為事業之市占率總和未達10%者，界定為聯合行為微小不罰案件。

復鑒於聯合行為之內容，倘屬限制價格、數量、交易對象或交易地區等「惡性卡特爾（hard-core cartel）」，因該等聯合行為本質上對市場交易秩序具高度危害性，且歐盟及德國亦將惡性卡特爾排除於微小不罰之規範外；爰明定聯合行為倘屬惡性卡特爾者，則無聯合行為微小不罰規範之適用。

公平會綜合審酌前開國外立法例及國內實務運作情形，於第1266次委員會議作成決議，並於民國105年3月1日發布公法字第10515600941號解釋令：「有關公平交易法第14條規定，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。」將法律效果界定為推定該聯合行為不足以影響市場供需功能，以保留執法之彈性。



大數據時代的競爭法

歐盟執委會競爭事務委員Margrethe Vestager在今(2016)年1月公開指出競爭法與大數據間的關係：如果僅少數公司掌控用來滿足顧客、降低成本所需的資料，這些公司可將其競爭對手逐出市場。

■ 撰文＝陳淑芳
(公平會綜合規劃處專員)

大數據的定義一般包含3個V：(1) Volume (容量)：大幅擴張電腦能力並追蹤消費者行為，企業相較過去累積更多資料；(2) Velocity (速度)：資料正以瞬間的速度累積及分析，而資料蒐集的速度正意謂著過時的資料沒有價值；(3) Variety (多樣性)：企業藉由追蹤並蒐集許多不同消費者行為來貼近顧客。許多網際網路公司每分鐘都在蒐集並分析所謂的大數據，根據近期研究指出，安卓(Android)系統智慧型手機的應用程式(Apps)每週追蹤手機所在地點超過3,000次，光是酷朋(Groupon)每週就會追蹤手機位置超過500次。

執法背景

包括美國及歐洲的競爭法主管機關目前正注意到大數據，除歐盟執委會競爭事務V委員於本(2016)年1月間就大數據公開表示看法外，美國聯邦交易委員會(FTC)處長Deborah Feinstein前於去(2015)年5月就曾撰文表示，數據資料對現代企業日益重要，並指出美國FTC長久以來持續檢視企業競爭模式，例如運用大數據作為產品、投入要素或工具而作出更具競爭力的重要決定等。

此外，歐盟個人資料保護督察官(European Data Protection Supervisor)於前(2014)年發表文章，認為資料保護、競爭法及消費者保護間需要更一步的合作，以因應網路帶來的挑戰。儘管美國及歐盟競爭法主管機關皆主張大數據亦應是反托拉斯調查的相關議題，但學者及執業律師就是否以及如何將競爭法適用該領域還未獲得共識。

促進競爭效果

大數據的累積及存取是否產生顯著的反競爭效果仍未有定見，關於大數據是否適合由競爭法主管機關進行瞭解的關鍵在於，大數據的效率及回應度常被認為具有很高的促進競爭利益。大數據通常提供消費者免費或價格低廉的服務，例如臉書(Facebook)、谷歌(Google)。該等資料導向的服務常具有較高的品質，而且很難就大數據累積可能造成的反競爭損害提出矯正措施。許多公司目前藉由大數據進行動態定價(dynamic pricing)，以因應市場變化；儘管價格歧視有時會產生反競爭疑慮，但相較於全面低價的靜態定價而言，動態定價更具效率。

此外，企業亦可使用大數據與其他企業在

品質上一較高下，他們可使用大數據來縮短消費者尋找所需資訊或產品需要花費的時間。亞馬遜（Amazon）即利用大數據及演算法（algorithms）找出用戶特定（user-specific）的推薦產品。我們很難想像網飛（Netflix）在沒有提供誘因的情形下還能令其喜好追劇的會員快速看完影集「紙牌屋」（House of Cards）；另外，谷哥的搜尋結果也越來越客製化。消費者高度重視個人化及具回應性的產品，相較以前的實體企業而言，亞馬遜、網飛、谷哥等提供消費者更具效率及個人化服務。

在大數據具有強大的促進競爭效果下，矯正措施既要處理大數據的反競爭效果又要能保有消費者利益是相當困難的。要求資料分享（亦即必要設施essential facility）、拆分產品線、提高資料蒐集的透明度等矯正措施，主要為隱私而非競爭議題；再者，競爭法不應取代健全的隱私管理及保護，例如主管機關或法院可就要求企業分享資料部分持續監督與管理，而非由競爭法主管機關主導，這是因為資料在如此頻繁的蒐集下，很難決定何者是基於競爭目的而必須分享。

反競爭效果

部分學者及主管機關主張應就大數據累積的潛在反競爭效果進行詳細調查，並聚焦於市場界定、參進障礙、隱私等3大領域。有關市場界定部分，大數據已改變計算法則，這是因為資料蒐集與維護的方式與幾年前已明顯不同，就如同美國FTC的F處長所言，市場界定必須同時說明動態資料本質以及企業使用資料競爭的方式；另外，資料本身是否可視為產品市場，或

者資料是否僅為其他最終商品的投入要素等問題仍待確定。

至於參進障礙，美國FTC的F處長則認為至少有2個可能情況：（1）資料能公開取得，但現有企業所擁有的複雜分析技術，會使得新進事業難以運用該項資料與之匹敵；（2）資料無法公開取得，且為獲取符合現有競爭者的數據集（data sets）的代價就成為高度的進入障礙。歐盟個人資料保護督察官將大數據比喻為必要設施，具支配力的廠商在市場上擁有資訊的排他控制（exclusive control），而競爭者則是欠缺重新創設服務所依賴的技術，這將嚴重地阻礙市場參進並限制消費者選擇免費的服務。

此外，也有將隱私議題整合至競爭架構的建議。除品質與創新，亦有人將隱私視為一種非價格競爭。F處長指出，美國FTC競爭局及消費者保護局已就隱私納入結合審查範疇進行合作。美國FTC於Google與DoubleClick結合案決定書中就提及隱私問題，並表示該委員會在結案前曾調查該結合案可能不利影響非價格的競爭因素，如消費者隱私。

展望未來

學術界、實務界和主管機關尚未就競爭法是否適用大數據達成共識，而近年來競爭法案件針對大數據也曾作出不同的結論。例如2008年Thomson與Reuters結合案，美國司法部及歐盟競爭總署認為，該結合案將令其他企業在蒐集大量的金融資料上產生顯著的參進障礙；為處理這項疑慮，美國司法部與歐盟競爭總署皆以附負擔的方式不禁止該項結合案，要求結合企業將其資

料庫出售給現有及潛在的新進廠商。相較之下，當美國司法部完成Microsoft與Yahoo搜尋市場合資案之調查時指出，該案存取大量增加的數據池（data pool）具有顯著的促進競爭利益。這兩個截然不同的結論告訴我們，大數據會同時促進競

爭並引起反競爭效果，所以極需仰賴明確的事實提出矯正措施。

當存取大數據議題對競爭法日益重要時，依賴大數據的企業可合理預測大數據未來將成為競爭法主管機關的執法重點。



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。依據公平會統計本（民國105）年1-3月收辦檢舉案313件（占全部案件6成5），進行審理案件計441件（含104年末結案件128件），自100年累計至本年3月底（下稱近5年）收辦檢舉案計8,093件。

本年1-3月檢舉案經處理結案313件，其中作成處分者8件，不處分30件。近5年收辦檢舉案經處理結案計8,127件，作成處分420件（函送處分書455件），不予處分計1,200件，行政處置25件，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議6,051件，相當於每10件檢舉案中即有7件以停止審議結案（表1）。

表1 近5年檢舉案收辦情形統計

單位：件；%

年別	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	停止審議	併案處理
總計 (100-105年3月)	8,093	69.5	8,127	420	1,200	25	6,051	431
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	1,302	62.3	1,283	37	101	-	1,108	37
105年1-3月	313	65.2	318	8	30	1	270	9

說明：1.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。

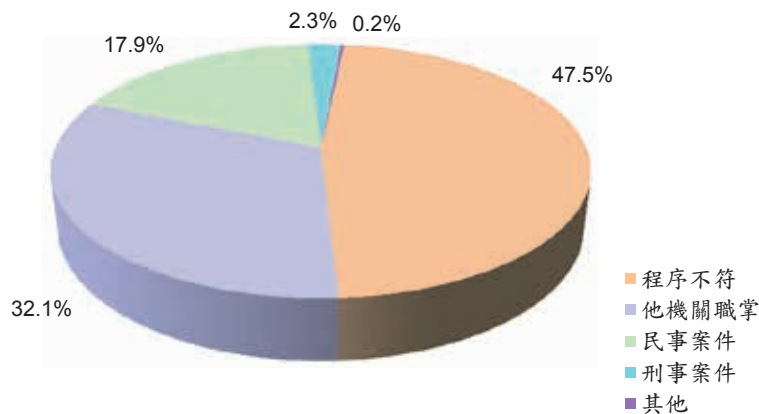
2.「行政處置」係指本會對事業進行行業警示（或導正）、個案警示（或函勸改善）或請主管機關配合辦理等行政措施。

3.「併案」係指同一反映單位連續重覆反映同一事實或不同反映單位反映同一事實，以併案處理者。

觀察近5年停止審議案類型，以反映單位撤回申訴或未依規定補送資料、無法與反映單位聯絡、被檢舉者身分不符公平會主管法規規定等程序不符2,872件（占47.5%）最多；非屬公平會主管業務、或

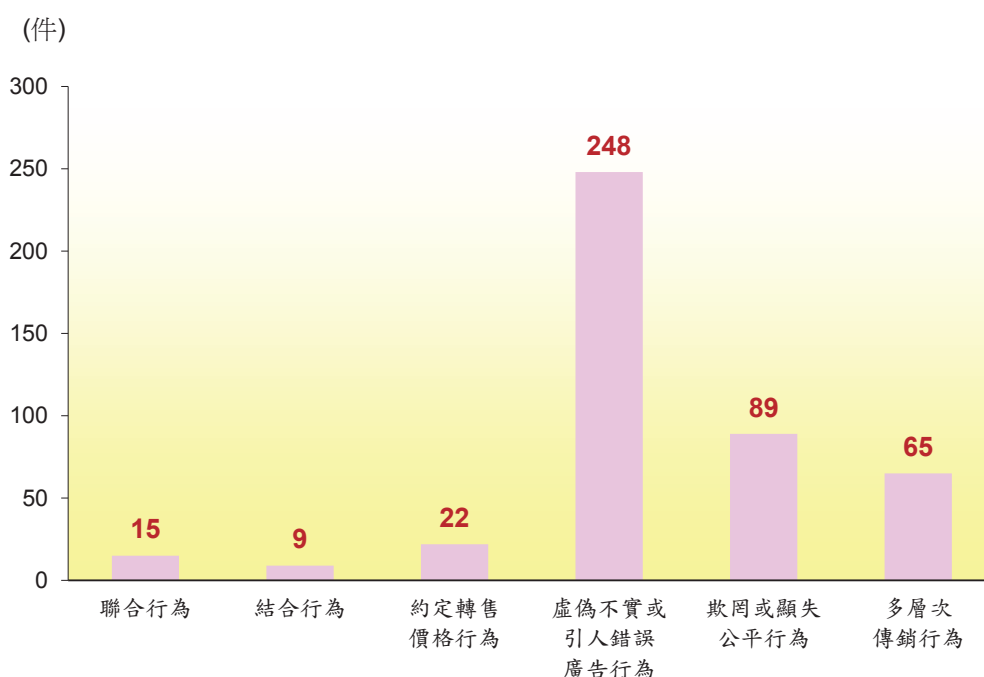
依公平會與他機關協議，移送他機關處理者等計1,943件（占32.1%）居次（圖1）。

圖1 近5年停止審議案類型統計



本年1-3月涉法之檢舉案件中經作成違法處分者計8件，計發出處分書9件，處分19家，罰鍰金額新臺幣385萬元；觀察近5年檢舉案發出455件處分書中，依違法行為別分析（同時違反2條以上條文採重複計算），以虛偽不實或引人錯誤廣告行為248件居首，約占5成5，其次為欺罔或顯失公平行為89件，約占2成；另處分罰鍰金額2億3,446萬元，以欺罔或顯失公平行為6,629萬元（占28.3%）最多，其次為聯合行為6,131萬元（占26.1%），虛偽不實或引人錯誤廣告行為5,378萬元居第3（占22.9%）（圖2）。

圖2 近5年檢舉案處分情形－按違法行為別分



民國105年3、4月份會務活動一覽

- 3月3日於臺北市舉辦「公平交易委員會對於流通事業之規範說明會」。
- 3月25日於嘉義縣針對原住民、新住民、銀髮族及一般民眾，舉辦「多層次傳銷法令規範說明會」。
- 3月28日於臺北市舉辦「公平交易委員會對於不動產經紀業之規範說明會」。
- 4月14日及27日東吳大學經濟學系師生及會計學系師生分別參與公平會辦理之「公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營」。
- 4月22日邀請真理大學法律學系謝杞森教授專題演講「Uber 與計程車之競爭相關爭議問題」。
- 4月25日舉辦「公平交易委員會對於加盟業主經營行為規範說明會」。
- 4月26日舉辦「105年度公平交易法專題講座臺北場－公平交易法最新修正重點、寬恕政策實施辦法及檢舉違法聯合行為獎金發放辦法簡介」。
- 4月28日及29日分別於嘉義縣阿里山鄉公所及雲林縣斗六市公所辦理「交易陷阱面面觀」宣導活動。



1. 公平會舉辦「公平交易委員會對於流通事業之規範說明會」。
2. 公平會於臺北市舉辦「公平交易委員會對於不動產經紀業之規範說明會」。
3. 公平會邀請真理大學法律學系謝杞森教授專題演講「Uber 與計程車之競爭相關爭議問題」。
4. 公平會舉辦「105年度公平交易法專題講座臺北場－公平交易法最新修正重點、寬恕政策實施辦法及檢舉違法聯合行為獎金發放辦法簡介」。

民國105年3、4月份國際交流活動一覽

- 3月7日、8日及23日分別參加ICN單方行為工作小組網路研討會議、ICN執委會第2次「市民會議」及ICN卡特爾工作小組第1分組電話會議。
- 3月29日至4月2日出席「OECD韓國政策中心競爭計畫」於越南河內市舉辦之「建構卡特爾執法競爭法研討會」。
- 4月12日及13日分別參加ICN執委會第3次「市民會議」及卡特爾工作小組第1分組網路會議。
- 4月19日參加ICN年度工作成果及OECD競爭委員會「第2次競爭法主管機關事後評估能力建置研討會」電話會議。
- 4月26日至29日張宏浩委員率團出席於新加坡舉行之ICN年會及相關會議。



1



2

1. 公平會出席「OECD韓國政策中心競爭計畫」於越南河內市舉辦之「建構卡特爾執法競爭法研討會」。
2. 公平會張宏浩委員(左)率團出席於新加坡舉行之ICN年會及相關會議，並與澳洲競爭及消費者委員會主任委員Rod Sims(右)及新加坡競爭局執行長杜漢立(中)合影。

「虛」、「實」之間 ~~「虛擬世界發展法規調適」

截至105年3月底已修正(含新增)
法規46項、盤點271項

→ 遠距醫療 第三方支付 共享經濟 群眾募資 公司法修正 網路交易課稅 電傳勞動

- 形塑數位生活願景
- 健全電子商務環境
- 打造臺灣為網路公司樞紐



行政院
Executive Yuan

政策廣告 | 歡迎轉貼

資料來源：國家發展委員會

創業一條龍 創夢加速度

政府整合資源，
提供4面向創業輔導服務
系統，協助青年創業：

- 創夢啟發
- 圓夢輔導
- 投資融資
- 創新研發

「青年創業及圓夢網2.0」網站瀏覽量超過
250萬人次(104年3月至105年2月)

103-104年共計3,740家新創事業成立



行政院
Executive Yuan

政策廣告 | 歡迎轉貼

資料來源：經濟部青年創業及圓夢網

幸福據點 安老好所在

政府推動「社區照顧關懷據點」
落實在地安老，截至104年12月
全國已設置 **2,476** 個據點
(村里服務涵蓋率66.67%)

行政院
Executive Yuan

政策廣告 歡迎轉貼

資料來源：衛生福利部社會及家庭署

樂齡學習 樂活人生

政府推動「一鄉鎮、一樂齡」，
建構在地學習的樂齡學習體系

- 105年全國設立 **339** 所樂齡學習中心、
2,494 個村里拓點
- 103** 所大學辦理樂齡大學(104學年度)
- 參與人次由97年47萬人次，增至
104年 **188萬2,192** 人次

促進世代融合 強化高齡人力資源再運用

行政院
Executive Yuan

政策廣告 歡迎轉貼

資料來源：教育部

親愛的讀者：

公平交易通訊發行迄今已逾八年，爲了提升公平交易通訊的品質，希望您撥冗協填寫以下問卷，並以傳真：(02) 2397-5075 或是直接上網：www.ftc.gov.tw填寫等方式回覆，感謝您的支持與合作！

公平交易委員會 敬啓

公平交易通訊問卷調查

■您的所屬單位：

☐政府機關 ☐私人公司 ☐駐外單位 ☐民間團體 ☐媒體 ☐學者專家

1.您覺得公平交易通訊整體的設計如何？（包含字體、圖片）

☐非常好 ☐好 ☐普通 ☐不好 ☐非常不好

2.公平交易通訊的內容對您而言是否清晰易懂？

☐非常清晰易懂 ☐清晰易懂 ☐普通 ☐有點難懂 ☐非常艱深難懂

3.您對公平交易通訊的內容滿意嗎（包括所選主題、文章長度及深度）？

☐非常滿意 ☐滿意 ☐普通 ☐不滿意 ☐非常不滿意

4.您最滿意公平交易通訊哪個單元？

☐專題報導 ☐焦點案例 ☐法規報導 ☐國際動態 ☐分享園地 ☐公平交易統計

5.您希望在公平交易通訊中看到哪方面的資訊（如哪些主題或是其他意見）？

您的建議：

| 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）2351-7588分機438

服務傳真：（02）2397-5075

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：胡祖舜

編輯委員：卓秋容、陳俊廷、孫雅娟、吳丁宏、葉添福
陳韻珊、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105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。



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