

事業提供贈品贈獎額度辦法總說明

事業之贈品贈獎行為，係事業提供一定之利益以吸引交易相對人與其交易，本為業界常見用以爭取交易機會之行銷方法；惟如提供之利益超過一定程度時，交易相對人可能主要是基於該鉅額利益之考量始與事業從事交易，而非商品或服務本身之品質、價格等因素，在此情況下，該等利益之提供將有悖於效能競爭之精神。是以，為維護市場競爭秩序，一百零四年二月四日修正公布之公平交易法第二十三條規定，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。爰依授權訂定「事業提供贈品贈獎額度辦法」（下稱本辦法），共計九條，其要點如下：

一、提供贈品、贈獎之定義

明定提供贈品、贈獎之定義。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，所無償提供獎金或其他具市場價值之商品或服務。（第二條）

二、贈品、贈獎之適用範圍

事業為爭取交易之機會所提供贈品、贈獎類型繁多，故以負面表列，明文排除不屬於贈品、贈獎之範圍。（第三條）

三、贈品價值上限

為避免事業銷售商品或服務附送贈品利益超過一定程度時，將產生扭曲交易相對人理性考量商品或服務本身的品質、價格等因素所作之正常選擇，爰明定其贈品價值上限，俾利事業有所遵循。（第四條）

四、全年贈獎總額之上限

事業舉辦贈獎活動以吸引交易相對人與其交易，雖為業界常見之

行銷方法，惟如提供之利益超過一定額度時，恐有違公平競爭，爰明定全年贈獎總額上限，俾利事業有所遵循。（第五條）

五、最大獎項之金額

事業贈獎最大獎項倘金額過鉅，將產生扭曲交易相對人理性考量與違反效能競爭精神，爰訂定最大獎項之金額。（第六條）

六、商品或服務價值、贈品價值及贈獎總額認定標準

明定商品或服務價值為交易相對人面臨之合理市價，贈品價值及贈獎總額則分別依事業宣稱之價值、自製或取得成本及零售價格依序認定之。（第七條）

七、贈品贈獎額度之調整

本辦法之贈獎額度係參酌事業年度營業額及平均每人（每年）國民所得而訂定，為保留其適用之彈性，明定得依經濟、社會之情況調整之。（第八條）

八、本辦法實施日期。（第九條）