

NO **123**

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114年5月號

▶ 專題報導

德國競爭法數位平臺管制發軔與發展(下)

▶ 焦點案例

- ⚡ 加盟總部須事前「充分」揭露加盟重要資訊
- ⚡ 5家魚飼料業者聯合漲價，公平會重罰
- ⚡ AMD併購ZT，公平會不禁止
- ⚡ 專利權人不當寄發警告信函，遭罰！
- ⚡ 建案增建及夾層設計，用途不符遭罰！
- ⚡ 事業從事多層次傳銷，一定要先報備，以免被處罰！

▶ 國際動態

- ⚡ 美國川普總統啟動全面法規檢討，以消除不當法規障礙來促進競爭
- ⚡ 有貨運行情，但無加碼誘因！全日空航空與日本貨物航空結合案簡介

分享園地

- ⚡ 歐盟競爭總署訓練及交流

▶ 公平交易統計

限制競爭行為案件統計

▶ 會務活動

民國114年3、4月份會務活動一覽

▶ 國際交流

民國114年3、4月份國際交流一覽

德國競爭法數位平臺管制發軔與發展(下)

■ 演講人：林家暘助理教授
(輔仁大學法律學院)

參、特別值得關注之議題

德國競爭法數位平臺管制之法律改革，有4個特別值得關注之議題，臚列如下：

(一) 個人資料與競爭法的相互關係

Facebook (簡稱FB)要求註冊使用服務的使用者，必須同意其在FB網域內所產生的個人資料，亦可被裝有FB商業工具之網域外客戶(商家、APP開發商、廣告客戶)使用。此等利用使用者服務條款之行為，迫使使用者同意FB網站外的個人資料利用行為，以及將該資料與本網站資料互相整合的行為，構成榨取濫用市場力量之條件。因為FB使用者條款不符合DS-GVO(GDPR)¹第6條之合法性要件，尤其是第1項第a款「有效之自願性同意」要求。換言之，違反個資法與否，將與競爭法上濫用市場力量行為呈現一定程度的正向關係，故BKartA於2019年對FB作出限期改善與裁罰處分。

FB爰向Düsseldorf聯邦法院(高等法院)聲請暫停處分效力裁定，經法院審理認為BKartA非個資法主管機關，恐無適用個資法權限，違反個資法不能直接等於GWB之裁量濫用行為，故於2019年第一次裁定准之。

¹ DS-GVO (Datenschutz-Grundverordnung) 是一項於 2018 年 5 月生效的歐盟隱私法規。英文為 General Data Protection Regulation, 簡稱 GDPR (一般資料保護條例)。

復經德國聯邦法院(BGH)審理認為GWB裁量FB之濫用市場力量行為，個資法之違法性本身雖非決定性關鍵，但仍可當作違反競爭法之參酌依據，故於2020年撤銷上開裁定。Düsseldorf聯邦法院(高等法院)續於2021年向歐盟法院聲請「個資法，尤其是DS-GVO，是否應該作為競爭法之衡量要素」及「DS-GVO部分規定如何適用在社群網站」等二項作出先行判決。

嗣經歐盟法院於2023年7月4日先行判決略以：成員國競爭法主管機關得逕行適用DS-GVO，並就此判斷是否具有濫用市場力量行為。成員國競爭法主管機關得於必要情況下，在判斷是否構成濫用支配力量行為時，以是否符合DS-GVO規定作為舉證。然競爭法主管機關之判斷僅對於競爭法案件有效，不涉及到個資法主管機關之事權。基於機關忠誠原則，兩個主管機關應密切合作，以避免解釋不一致情況發生。個資法所關切的問題，在於使用者輸入敏感性資料，不意味著已經同意公開供人存取。準此，具有市場支配地位的社群網站，不能將使用者同意個資使用與否之機會予以排除。

目前本案最新之進展，係由Düsseldorf聯邦法院繼續實質審理第二審。

(二) 一般限制競爭規範與禁止命令管制的關係—以自我偏好為例

依GWB第19a條第3項規定，同法第19條與第20條之適用，不受本條影響。立法意旨乃為一般規範與禁止命令管制處於平行適用關

係。這將產生一種情況：自我偏好並非只能基於第19a條禁止之，亦可能適用第19條與第20條而實質課予事業「相同處置」之義務²。

按自我偏好之意涵為平臺事業一方面作為平臺營運者，另一方面也作為平臺上之服務、產品提供者，而與其他使用平臺之事業（商業客戶）進行服務、產品競爭。平臺事業利用自己的雙重角色，為自己創造更多的競爭上優勢，例如網頁陳列位置比他人優先、顯著，或者使使用者預先連結到自己所提供的產品或服務。

以Google Shopping自我偏好作為濫用行為實例³，Google利用演算法，在Google搜尋上，將其他比價網站競爭者的呈現擺放在比較差的地方。而一般來說放在搜尋結果首位的網站獲得更多的關注。歐盟執委會認為，Google這種作法有害於正常競爭秩序，而要求應作出「不區分自己人的等同處置」。

以體系定位而言，歐盟執委會是以Art. 102概括條款討論，而非採取同條第2項第b款拒絕交易以及其下最重要的關鍵設施論證。自我偏好究竟應屬何種濫用行為類型，體系中定位仍有待釐清⁴。

本文的看法為自我偏好行為並非平臺經濟出現後才產生的行為態樣，自我偏好原先描述於企業聯盟「厚此薄彼」的行為。自我偏好是一種具支配市場力量事業不正延伸既有市場力的一種型態，「厚此薄彼」並非必然有害競爭，相反，往往是垂直整合下增進效率的表現。要判斷是否產生限制競爭效果的自我偏好行為，個案利益權衡是不可少的思考。故自我

² 詳參：Eilmansberger/Bien, in: Säcker/Bien/Meier-Beck/Montag, Münchener Kommentar zum Wettbewerbsrecht, Bd. 1, 3. Aufl., 2020, AEUV Art. 102, Rn. 481.

³ 事實參見：林庭荃，〈競爭法上數位平台之自我偏好行為——以歐盟Google Shopping案及比價服務市場為中心〉，政大法研所111學年度碩士論文，頁6以下。

⁴ 例如：Emmerich/Lange將其編入AEUV第102條第2項第a款之條件濫用類型，參見：Emmerich/Lange, Kartellrecht, 15. Aufl., 2021, § 10, Rn. 14a；Eilmansberger/Bien則將其理解為同條第2項第b款關鍵設施條款，參見：Eilmansberger/Bien, a.a.O. (Fn. 5), AEUV Art. 102, 481；至於上開林同學之碩論，則對自我偏好作出較大的概念定義，自我偏好亦包含拒絕交易(關鍵設施條款)、搭售等，參見：林庭荃，前揭註6，頁78以下。

偏好並非本質惡，亦非一概禁止之行為，要確認該行為的反競爭性質，必須要考量整體情狀，確認其不正當性。

其次，濫用行為與事先禁止行為之「構成要件標準差異」，自我偏好視為濫用行為與否，應經利益權衡，確認不正當性，但回顧之前所談到的禁止命令不存有「損害性」之法定要件，二者構成要件要素恐怕是不一致的。

解套方式係在審酌作成第19a條禁止命令之行為時，應該要注意到行政法一般法律原則的要求，進行最起碼的比例原則審酌，使該命令仍具備一定程度的正當性審查基礎。如此一來，將能夠使第19條與第19a條的管制強度差異不至於過大，避免過度執法的情況發生。

(三) BKartA所處理之GWB第19a條案件

BKartA於2023年3月28日審查Microsoft是否具備對於競爭有優越性跨市場地位，目前進行中。

BKartA於2021年12月30日確認Alphabet (前身為Google) 具備對於競爭有優越性跨市場地位，針對Google News Showcase 之內容服務提供者與Google之條件是否合理、部分內容服務提供者/出版者之歧視行為、部分內容服務提供者/出版者之阻礙競爭行為、自己的內容自我偏好之行為等議題進行審查，並於2022年12月21日在案件報告揭示，中止原因係Google承諾改善與內容服務提供者/出版者之間的協議。另對於Alphabet使用者之資料處理條件，與使用者選擇處理方式的機會，BKartA於2021

年5月25日進行審查，並於2022年12月23日發出警告函。再就Google地圖與Google Automotives 檢驗資訊系統服務之授權條件，以及Google地圖使用者條件是否有限制競爭之情形，於2022年2月14日進行審查，並於2023年6月21日發出警告函。

BKartA於2023年4月3日確認Apple具備對於競爭有優越性市場地位，目前Apple提起訴訟中。BKartA於2022年6月14日追蹤Apple透明度框架APP(ATTf)是否有自我偏好或者有限制競爭之嫌疑，可能仍在調查中且轉入GWB第19a條程序。

BKartA於2022年5月2日確認Meta具備對於競爭有優越性跨市場地位。BKartA前於2020年12月10日調查VR眼鏡(Meta Quest, 前身為Oculus)與FB資料連結是否給予使用者選擇機會，後轉入以GWB第19a條程序調查。BKartA於2022年11月23日案件報告中揭示，FB提交承諾，保證VR眼鏡在未來無FB帳號下仍可使用，目前進行調查中。

BKartA於2022年7月5日確認Amazon具備對於競爭有優越性跨市場地位，目前Amazon提起訴訟中。BKartA前於2020年5月15日調查Amazon是否利用價格控制機制或演算法進行影響商家定價之措施；再於2020年9月3日調查Amazon是否利用自身各種機制對商家進行歧視行為，例如其與合作商家簽訂排除其他競爭交易商家協議，上開案件之後會轉入以GWB第19a條程序調查。



BKartA確認具備對於競爭有優越性跨市場地位彙整表

事業名稱	確認日期	提起訴訟
Alphabet (前身為 Google)	2021 年 12 月 30 日	否
Meta	2022 年 5 月 2 日	否
Amazon	2022 年 7 月 5 日	是
Apple	2023 年 4 月 3 日	是

註：Microsoft是否具備對於競爭有優越性跨市場地位，BKartA於2023年3月28日進行審查中。

(四) GWB與DMA的適用關係

DMA最終版本於2022年11月生效，最為關鍵者，是有關守門人的禁止行為管制規範。其與GWB第19a條禁止命令的功能類似，制度設計也有相當雷同之處，故引發適用爭議。對此爭議，學術文獻已經很多，每個學者觀點不一致，大體上存有兩大觀點：一者為「平行適用說」，亦即BKartA繼續完整執行GWB第19a條，完全不受DMA限制；二為「DMA特別法說」，亦即DMA守門人制度優先於GWB適用，使第19a條受到擠壓。要回答兩者適用關係，必須處理「DMA有關法律適用關係的規定」與「DMA守門人制度與GWB第19a條的規範內容是否有想像競合(不真正競合)關係」此二關鍵點。

DMA第1條第1項揭示立法目的為確保守門人所在之數位部門處於有可競爭性與公平之市場狀態。其法律適用分別規定在DMA第1條第5項及第1條第6項第b款，前者規定：「為避免共同市場破碎化，成員國應避免就守門人課予額外之法規上義務。與促進歐盟其他公共利益之規定，尤其是為確保消費者保障、不正競爭防制或者確保特別之正當公

共利益而對事業所課予之義務，不受影響。但以此等義務合於歐盟法規範，以及並非歸因於其具有本規章意義下的守門人狀態者為限。」；後者規定：「本規章不影響歐盟運作條約第101、102條之適用。內國之競爭法規範中，以針對非守門人之事業或者針對守門人課予其他種類義務者為限，而以他種形式呈現之單方行為之禁止規定，亦不受影響。」

再者，DMA立法理由第9點說明：「成員國如果在相當本規章適用範圍內別有規定且追求同一目的時，將造成共同市場破碎化。」第10點則說明：「限制競爭防制規定應不受到影響。」所以，DMA的立法理由想表達的適用關係，大致上來說，第1條第5項為「排除條款」，反之，第1條第6項第b款為「開放條款」。總之，若各成員國追求特定而與DMA有同一規制目的(確保可競爭性、公平之數位市場)、同一規制對象(守門人)的規定，將不得適用，至於各成員國之競爭法規定，則應繼續適用。

德國聯邦眾議院智庫於2022年1月份表示，GWB第19a條能不能繼續適用，將取決

於其被定位為管制法或者是競爭法⁵。換句話說，如果視為管制法，應依第1條第5項規定，DMA優先適用；如果視為競爭法，即依第1條第6項第b款，則DMA與GWB第19a條平行適用。然而智庫對此尚無法提供明確解答。

對此問題來說，應從二個規範的差異來觀察：第一，DMA對於守門人限於提供核心平台服務與對共同市場有重大影響者，事業必須自我檢視，向歐盟執委會申報，執委會作出指定為守門人之處分。其行為義務依DMA第5條至第7條直接適用於守門人，無須經由轉換動作，直接生效。本質禁止規定(Per-se-Regeln)，毋庸討論行為正當性。守門人有法遵義務，對執委會提出如何遵守渠等行為義務之報告。守門人之法遵執行未臻明確時，執委會得發布措施，對於守門人提出具體執行要求。第二，GWB第19a條規制對象，由BKartA依法進行判斷後作出確認性行政處分。其行為義務係BKartA必須進一步作出應受何種法定行為義務之處分，事業方才受有義務。

依DMA立法理由第10點規定，競爭法之規制目的為個案性審查市場地位與行為及可能市場效應，並討論客觀合理事由。GWB

第19a條所追求者與設計，比較像是這裡所述的競爭法。且DMA之規制方式，採取自動法律效力，不考慮個案情況，故與GWB第19a條有顯著差距。既然缺乏個案審查，又如DMA立法理由第11點所指出，DMA雖然也有與競爭法相同追求目的，但僅作為一種「補充」。由此觀察，DMA比較像是採取管制法的立法體例。

綜合上述，DMA與GWB第19a條之間關係，可能是「管制法/競爭法」，而且DMA自己業已將這種關係定位為平行適用關係。因此DMA之施行，不會使GWB第19a條之法律效力受到本質影響。但是二者之間並非涇渭分明，而有適用領域重疊情況，在此範圍內，吾人又不得不考量到DMA屬較高法律層級，到最後還是必須優先適用DMA。至於GWB第19a條剩下的功能，將會集中在對DMA未予管制之部分予以補強，例如針對非屬DMA管制範圍的非核心平臺事業、無歐洲共同市場影響力及DMA未規範到的行為義務部分，予以規管。

(本文係講座民國112年9月26日於公平會發表之演講內容，經公平會綜合規劃處楊琇雲摘要整理並經講座審訂)



⁵ 以法學體系來說，管制法亦作為對於市場競爭進行調控之法，僅作用於特定領域，且除公平競爭外尚追求特定公益目的，從而包含一些超出於一般競爭法的管制手段，因為一般、適用於各領域的競爭法管制手段尚未能夠有效達成法定目的。

加盟總部須事前「充分」揭露加盟重要資訊

加盟總部於招募加盟時，應充分揭露各項加盟重要資訊予有意加盟者審慎評估後，再作出是否加盟之決定，以減少爭議！

■撰文＝蔡鴻銘
(公平會服務業競爭處專員)

案例背景

本案緣於民眾甲君與加盟業主A公司洽談a品牌炸物加盟過程，加盟業主未充分揭露加盟營運期間，需支付公播廣告及POS機月費等各項費用金額或預估金額，而向公平會反映。

案件事實及調查經過

經公平會調查，a品牌炸物招募加盟過程，A公司先於加盟說明會播放簡報並輔以口述，且於簽訂加盟合約書前，提供加盟申請書、加盟意向書、加盟合約書、工程設備費用附件、空白預定點評估表及店面開發委託書等6項書面予有意加盟者審閱，雖有透過LINE傳訊通知履約或協商等，但未以其他方式提供資訊。經檢視前揭簡報及6項書面內容並未包括「開始營運前購買商品、原物料費用」、「加盟營運期間購買商品、原物料、公播廣告、POS機第2年起維護、ODO全訂餐通路平台、發票傳輸、電子價目表維護費等各項費用」及「加盟契約存續期間，須向加盟業主或其指定之人購買之商品、原物料品牌及規格」3項加盟重要資訊。且A公司遲至締約後，方提供空白首批訂購表、透過電腦訂貨系統教學，

或於招募加盟過程以口述揭示商品、原物料費用、品牌及規格等資訊。

顯失公平及影響交易秩序

因開始營運前、加盟營運期間各項費用金額或預估金額，以及須購買商品原物料之品牌及規格等資訊均為有意加盟者於事前基於事業經營評估收入、成本、獲利及經營所受限制等關切之事項，且係為賴以判斷是否締結加盟經營關係或選擇加盟業主之加盟重要資訊，然A公司基於資訊優勢之一方，於招募加盟過程，未充分且完整提供其所掌握之重要資訊，即與交易相對人締結加盟經營關係，乃屬利用資訊不對稱之行為爭取交易，構成顯失公平行為。

且A公司已招募數十家加盟店，難認屬單一個別或非經常性交易事件，已具有影響多數受害人之效果，且未充分及完整提供前揭3項加盟重要資訊，將妨礙交易相對人作成正確的交易決定，致其權益受損，並易使競爭同業喪失締約機會，產生不公平競爭之效果，對交易秩序構成損害，已足以影響交易秩序。

結論

A公司於招募a品牌炸物加盟時，應於事前以紙本、電子郵件、電子儲存裝置、社群媒體或通訊軟體等方式提供前述3項加盟重要資訊，但卻於締約後，方以書面、教學或口述揭示該等資訊，此將使有意加盟者難據以充分評估開店前需

投入的資金多寡、加盟營運期間須支出的費用，以及所受到相關限制條件等，妨礙有意加盟者作正確的交易決定，影響有意加盟者的權益，並減少其他競爭同業的加盟機會，業已構成足以影響交易秩序之顯失公平行為，違反公平交易法第25條規定。



5家魚飼料業者聯合漲價，公平會重罰

魚飼料業者同一天通知調漲相同價格，違反公平交易法聯合行為禁止規定。

■撰文＝徐倬園
(公平會服務業競爭處專員)

案例背景

公平會接獲檢舉，國內5家主要魚飼料業者於民國111年6月10日同一天發送漲價通知單，且調漲金額均為低蛋白魚飼料每公斤調漲1元，高蛋白魚飼料每公斤調漲3元，涉及聯合行為。

調查結果與構成聯合行為

公平會調查發現，5家魚飼料業者之經營條件及成本結構各不相同，111年1月至5月各項魚飼料之原料成本增加金額亦不相同，卻呈現成本增加金額不一，調漲金額相同之不合理現象。況且，5家業者本可提出多元且具競爭性的調漲方案，透過競價爭取客戶，卻未見任一業者緩漲或低於競爭同業之漲價金額以拓展市場，有違商業行為之經濟合理性。

公平會再指出，除了2種高、低蛋白魚飼料，5家業者漲價金額一致外，這5家業者宣布調

漲價格的通知更是在同一天，因為魚飼料供應市場的價格競爭激烈，業者如果是自行獨立調價，則發生在同一天通知相同漲價金額的機率微乎其微。而各家業者主張及提供之事證，經查證多與事實不符，依市場狀況及5家業者的主張，公平會也排除是自發性平行行為之可能。因此，公平會經綜合查證後，認定這5家業者合意調漲魚飼料價格，排除彼此間之價格競爭，足以影響魚飼料市場之供需功能，已違反公平交易法第15條第1項聯合行為禁止規定。

結語

公平會提醒，業者應該要基於自身的經營情況，自行決定價格策略，千萬不要與其他業者聯合調漲價格，以免觸法挨罰。另外，為鼓勵民眾提供違法證據，已大幅提高檢舉獎金；參與違法行為之事業，也可以利用寬恕政策，向公平會提出申請減輕或免除罰鍰。



AMD併購ZT，公平會不禁止

藉由收購ZT，AMD得以更有效地客製化其半導體產品，提升競爭力。

■撰文＝王郁琪
（公平會製造業競爭處科員）

前言

美商Advanced Micro Devices, Inc.（下稱AMD）擬取得ZT Group Int'l, Inc.（下稱ZT）100%股份並控制其業務經營或人事任免，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，且AMD自估民國112年於全球伺服器CPU市占率超過四分之一，已達同法第11條第1項第2款之申報門檻，並無同法第12條之除外適用情形，爰依法提出結合申報。

相關市場

AMD為無晶圓廠半導體公司，產製CPU等半導體元件，運用在消費性電子產品及伺服器；ZT則主要設計及製造資料中心伺服器。AMD產製的伺服器CPU、資料中心GPU及資料中心FPGA（可處理並加速CPU效能）、資料中心SmartNIC（智慧網路介面卡）等半導體元件，與ZT的資料中心伺服器間具有垂直供應關係。由於半導體產品和伺服器之設計、製造及銷售範圍為全球性，資料中心供應商在全球各地採購設

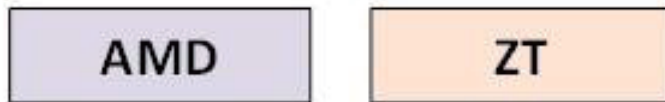
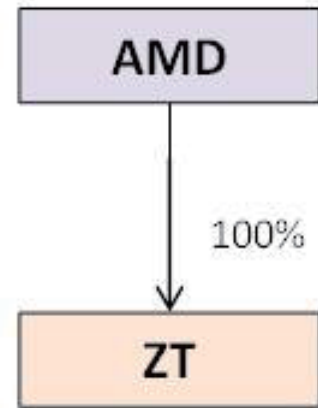
備後，決定最終運送地點，故地理市場界定為全球，一併審酌對我國市場之影響。

競爭評估

全球伺服器CPU及資料中心FPGA市占率以Intel居首，資料中心GPU及資料中心SmartNIC則以NVIDIA為最大廠商，結合後，AMD仍需面對Intel及NVIDIA的競爭；ZT的客戶主要為超大規模資料中心（如Microsoft、Amazon、Google、Meta等），此等科技巨頭大多客製化伺服器，並指定伺服器零組件的品牌與型號，擁有強大的買方力量。又我國上下游相關業者多表示，結合後仍可與參與結合事業維持既有交易關係，或有其他供應商，應不致於造成市場封鎖情形。

結語

公平會經函詢產業主管機關、相關產品競爭同業及上下游交易相對人意見，綜合考量前揭因素後，認為本結合尚無限制競爭之疑慮，依公平交易法第13條第1項規定，不禁止其結合。 

結合前結合後

(圖片來源：公平會編製)

專利權人不當寄發警告信函，遭罰！

事業維權前，應踐行「公平交易委員會對於事業發侵害著作權、商標權或專利權警告函案件之處理原則」之先程序。

■撰文＝章法筑
(公平會製造業競爭處專員)

案例背景

公平會接獲反映，A君於民國112年間寄發警告函給下游眼鏡行，稱眼鏡行販售之鏡框疑似侵害其專利權，要求該等眼鏡行將疑似侵權鏡框下架並洽談和解事宜，涉及違反公平交易法規定。

案件事實及調查結果

公平會調查發現，A君為眼鏡框組件之設計專利權人，惟其在寄發警告函前，並未盡注意義務查證及通知可能涉及侵權的鏡框供應商，請求排除侵害，即針對眼鏡行通路散發警告函，亦未清楚說明受侵害之具體事實；且據收到警告函的業者表示，其等尚難從警告函內容判斷是否構成侵權，而須自行另外委請律師或專利師提出鑑定報告。

影響市場交易秩序之評估

A君之發函行為，使疑涉侵權鏡框的供應商無法事先知悉侵權爭議以預先因應，而收到信函之眼鏡行，除將疑似侵權鏡框下架、向供應商退換疑似侵權產品，甚至有眼鏡行以採購A君的鏡框作為和解條件。又鏡框供應商為避免下游眼鏡行心生疑懼而斷絕交易，引發市場寒蟬效應，只好對眼鏡行提供全面保證，以維繫交易機會，故A君藉由發函而為不公平競爭，已構成足以影響

市場交易秩序之顯失公平行為，違反公平交易法第25條規定，經公平會決議處以罰鍰並命其停止違法行為。

結語

公平會提醒，智慧財產權人可依智慧財產權相關法規通知侵害人請求排除侵害，惟權利行使不得濫用，公平會並訂有「公平交易委員會對於事業發侵害著作權、商標權或專利權警告函案件之處理原則」供業者參考，若專利權人欲主張智慧財產權利，應注意公平交易法相關規定，避免觸法。



(圖片來源：公平會)

建案增建及夾層設計，用途不符遭罰！

建商於廣告上宣稱之空間使用，與核准用途不符，就會造成消費者產生錯誤認知或決定，而影響市場競爭秩序。

■撰文＝曾惠怡
(公平會公平競爭處專員)

案例背景

A公司於臉書刊載彰化縣鹿港鎮建案，宣稱「總共二樓（二樓可作挑高夾層分成2、3樓）」，並輔有2樓空間之圖示，但該建案使用執照核定用途僅有1層樓，涉有廣告不實情事。

廣告宣稱共2樓，實際核准用途僅1層樓

A公司銷售該建案，廣告宣稱「總共二樓(二樓可作挑高夾層分2、3樓)」，且輔有增建2樓空間之圖示，予人印象該建案增建之2樓以及2樓挑高於交屋時可合法使用，並逕予施作夾層分成2、3樓。

公平會調查發現，該建案使用執照竣工圖說並未有增建2樓以及夾層設計，亦未曾辦理變更設計，該建案已違反建築法規定。考量建案核准用途為影響交易決定的因素，倘廣告宣稱與事實不符，將使消費者有錯誤認知或決定之可能，違反公平交易法第21條規定。

結語

公平會呼籲，消費者於購屋前，可至全國建築執照存根網站查詢建案核准的竣工圖說並比對廣告宣稱之事項，以避免日後衍生建築違規使用的相關爭議。



(圖片來源：公平會)

事業從事多層次傳銷，一定要先報備，以免被處罰！

業者應在開始實施多層次傳銷行為前，依法向公平會報備，避免受到裁罰。

■ 撰文＝黃麗明
(公平會公平競爭處視察)

案例背景

A公司與會員簽署業務承攬合約，依合約規範之業務獎金給付模式，推薦1位經銷商加入可領取推薦獎金、第1代會員交易總額0.3%之推薦津貼、第2代交易總額0.2%之責任津貼；其組織型態為S1店商、S2店商、S3店商、S4店商，且S2店商層級以上者，可分別領取多層級之管理津貼，前揭經營模式已屬多層次傳銷，惟未於實施前向公平會報備。

事業實施多層次傳銷應先報備

A公司之組織規範為會員可直推(招募)5人，成為該會員第1代團隊，完成第2代團隊，該會員可晉升為S1店商層級，S1店商層級會員依序完成晉升組織規範之條件，可晉升最高之S4店商層級，前揭經營模式已具有多層級組織架構。又A公司獎金制度為會員可領取所推薦會員購買商品金

額25%之推薦獎金、其下第1代會員所產生交易總額0.3%之推薦津貼、其第2代會員交易總額0.2%之責任津貼金額，以及多層級之管理津貼(S4店商可領取S3店商產生之購物金點數0.1%、S2店商產生之購物金點數0.2%及S1店商產生之購物金點數0.35%)。

A公司經營模式係會員透過建立多層級組織，領取多層級獎金，符合多層次傳銷管理法所規範之多層次傳銷，但該公司未於實施前向公平會報備，違反多層次傳銷管理法第6條規定。

結語

參加傳銷計畫或組織前，可至公平會網站查詢業者是否已向該會完成報備，以保障自身之權益，而業者也應該在開始實施多層次傳銷行為前，依法檢具相關文件、資料向公平會報備，避免受到裁罰。



A 公司制度組織圖

晉升制度組織圖				
考核/階級	S1	S2	S3	S4
獎金%	0.25%	0.30%	0.35%	0.40%
每月本店新增人力營運獎金達成率考核	6人達成率100% 5人達成率80% 4人達成率60% 3人達成率40% 2人達成率20%	8人達成率100% 7人達成率80% 6人達成率60% 5人達成率40% 4人達成率20%	10人達成率100% 8人達成率80% 7人達成率60% 6人達成率40% 5人達成率20%	12人達成率100% 10人達成率80% 8人達成率60% 7人達成率40% 6人達成率20%
晉升人力考核 符合無限生命值	直推人力5人 本體系人力20人	直推人力7人 總體系人力50人	直推人力10人 總體系人力150人	直推人力15人 總體系人力500人
體系分店數考核	無	一個S1	二個S2	三個S3
月考核總體系業績	2600萬/月	6500萬/月	1.82億/月	5.72億/月

美國川普總統啟動全面法規檢討，以消除不當法規障礙來促進競爭

2025年4月美國川普總統簽署行政命令，指示各聯邦政府機關全面盤點並檢討修正可能妨礙市場競爭、不利新創事業或增加消費者負擔的現行法規，藉此強化美國經濟競爭力與創新動能。

■撰文＝鄒嘉銘
(公平會綜合規劃處專員)

背景說明

2025年4月美國川普總統簽署了一項重大的行政命令，指示各聯邦政府機關全面檢視現行法規，找出其中可能妨礙市場競爭、不利創新發展，或是增加消費者負擔的規定，並加以修正或廢除。這項行政命令象徵著美國在經濟政策方向上的重要轉變，川普總統要求聯邦政府機關透過檢討不合時宜之法規來營造一個更具包容性與活力的市場競爭環境，讓事業都有公平發展的機會。這波法規改革背後的驅動力，主要來自於全球經濟與產業結構的劇烈變化。隨著近年數位科技及全球化之發展，過去以保障特定產業或維持穩定為目標的管制性法規，常因時空背景變遷而變得不合時宜，如許多傳統的專業認證、特定產業的排他規定或政府補貼機制，在今日資訊快速流通、多元經營模式興起的時代下，反而可能成為新創事業無法進入市場的阻力。為了因應這樣的挑戰，美國政府即開始大規模檢討法規環境，將促進市場競爭視為當前法規改革的核心任務。

美國法規改革計畫

為配合川普總統之行政命令，美國聯邦交易委員會（USFTC）於2025年4月14日以「意見徵求書（Request for Information, RFI）」向美國大眾廣泛徵詢對現行法規中可能具有反競爭效果

的具體建議與案例。USFTC所為也代表美國朝向「開放式政策設計」正式邁出重要的第一步，透過鼓勵全民參與，期望建立一套更透明、有效且以實際經驗為本的法規檢討機制。

依USFTC的說明，此次意見徵詢主要針對6類潛在反競爭之相關法規進行檢視，重點如下：

- (一)促成壟斷：如專屬營業權或配額制度，讓特定業者壟斷市場。
- (二)設下不當進入門檻：如高額費用或繁瑣流程，阻礙新創事業進入市場參與競爭。
- (三)限制市場競爭：如強制透過特定通路銷售商品。
- (四)取得執照標準過於嚴格：導致有能力者無法參與市場競爭。
- (五)政府採購程序太過繁瑣：使中小企業難以參與政府標案。
- (六)扭曲市場的補貼或價格干預：降低競爭誘因。

值得注意的是，這次RFI不僅開放給業界與專家學者提出意見，USFTC更明確指出希望能聽取「一般消費者」、「勞工與專業工作者」、「現

有事業與新創公司、潛在市場進入者」、「投資人」及「研究機構與學術界」等5大類利害關係人之意見。由此可知USFTC有意從不同立場蒐集更多元觀點，避免政策只從產業巨頭或政府部門角度出發，而忽略了基層從業人員或使用者實際面對因法規造成的市場參進障礙。為了確保意見的實用性與政策可行性，USFTC也對意見內容提出具體要求。民眾若欲提出意見則需指出具體的法規條文，說明該法規如何運作及在哪些產品(或服務)或地理市場中已產生不利競爭之影響，並具體分析該法規是如何產生反競爭效果。此外，民眾還需提供相關法律依據或判例支持，並提出為何該法規應該被修改或廢止的具體理由。

系統性檢討市場法規以促進競爭

總體而言，USFTC徵求公眾意見是一場結合政府、民間與產業各界的系統性合作，其核心價值在於建立一套更靈活、可調適、回應市場變化的法規環境。同時透過鼓勵全民參與、提升政策透明度與精準度，讓新修正後之法規能真正扮演推動市場創新、保護公平競爭的積極角色。這波法規改革預期不僅將優化美國國內經濟結構，更可能成為其他國家仿效的範例。在如今全球高度

連動的經濟體系下，一國在法規設計上的進步，往往也會引發其他國家的政策連鎖效應。對於重視經濟競爭力與產業創新的政府來說，美國這項法規檢討作為也提供了一個具體可參考的路徑，為各界帶來更多思路：在快速變化的世界中，如何讓市場法規制度設計持續與時俱進，當是真正維繫經濟活力與市場公平競爭的關鍵所在。

結語

美國近期推動的法規改革浪潮，無論是由川普總統簽署的行政命令，還是USFTC意見徵求作為，無不反映了當前全球政策重視「降低遵法成本、提升市場競爭力」的趨勢。美國政府透過進行大規模盤點現行法規，試圖檢討修正那些妨礙市場進入、阻擾創新的法規，藉此為美國國內產業注入活力，這對我國而言也是極具參考價值的政策作為，或可借鑒美國經驗，從政策規劃出發，訂定「促進競爭、活化市場」的法規體檢藍圖，透過引入更多市場參與者的意見、導入跨部會合作，檢討修正妨礙市場動態之法規，將能有效改善市場競爭條件，加速經濟發展，最終實現一個透明、開放、具競爭韌性的市場環境，方能讓我國在全球經濟浪潮中持續成長。



參考資料

1. New DOJ Task Force Seeks Input on State and Federal Laws that Impede Competition and Innovation , Wiley網站資料 (最後瀏覽日期：2025.4.29)
2. President Trump Takes Aim At Anticompetitive Regulatory Barriers , Forbes網站資料 (最後瀏覽日期：2025.4.29)
3. US FTC looking into potential anticompetitive regulations , mlex網站資料(最後瀏覽日期：2025.4.29)
4. FTC Issues RFI on Anti-Competitive Regulations - Antitrust Byte , Epstein Becker Green (最後瀏覽日期：2025.5.1)
5. Calling All De-Regulators_ FTC Issues Request for Public Comment on Reducing Anti-Competitive Regulatory Barriers , Mintz網站資料 (最後瀏覽日期：2025.4.28)
6. Executive Order Continues Focuses on Anticompetitive Regulations _ King & Spalding , JDSupra網站資料 (最後瀏覽日期：2025.4.28)
7. Back to the Future (of Competition Research and Advocacy) - Truth on the Market網站資料(最後瀏覽日期：2025.5.1)

有貨運行情，但無加碼誘因！全日空航空與日本貨物航空結合案簡介

全日空航空與日本貨物航空結合後，即便由日本飛往美國的貨物航線行情大好，但因缺乏參進可能，故仍存在限制競爭的疑慮。

■撰文＝薛淳仁
(公平會資訊及經濟分析室專員)

前言

全日空航空公司(下稱ANA)係從事國際航空客運業務及國際航空貨運業務的公司¹，依日本獨占禁止法向該國公正取引委員會(下稱JFTC)提出擬取得日本貨物航空(下稱NCA)超過50%股權的議決權，JFTC於2025年1月30日宣布二事業結合後雖可能造成限制競爭，但在特定條件下，仍同意二事業結合²。

相關市場界定

本案產品市場界定為服務類別，並且進一步劃分為整體貨物空運服務市場及大型貨物空運服務市場，地理市場方面則分別考量日本出發及飛往日本，並且就美國方面區分為「洛杉磯及其周邊地區」及「芝加哥及其周邊地區」，理由分別說明如下。

一、產品市場

本案依據JFTC訂定的「有關企業結合審查之獨占禁止法運用指南」(下稱指南)³，該指南將市場界定區分為產品與服務⁴，本案屬服務類別。審查結果略以，由於該服務不僅由航空公司

提供，亦可由航空運輸整合業者(如DHL等，下稱整合業者)提供，此類業者不僅擁有飛機，並且也提供幫客戶安排點對點(door-to-door)的物流配送運輸服務，因此本案市場界定為提供客戶「將貨物自日本境內直接或藉由轉運方式送往日本境外地區並收取費用」之空運服務。又因為部分貨物在特定機場轉運後是由海運方式運送，且此類海運服務係因鄰接機場而產生，故該服務也被涵蓋在本案空運服務市場。

本案產品市場界定為「整體貨物空運服務市場」及「大型貨物空運服務市場」，其中「整體貨物空運服務市場」係指該國際物品空運服務可由客機或貨機完成，且能提供該服務的業者較多；此外如果載運的貨物屬大型貨物或危險貨物(dangerous goods)時，因為僅能由貨機完成，因此本案又將「大型貨物空運服務」界定為一個市場，但也包含在整體貨物空運服務市場中。

二、地理市場

本案地理市場區分為「從日本出口」以及「送往日本」，除考量貨物一般不具往返特質以外，由於從日本出口的貨物，其運送需求由日本

¹ 本案係「ANAホールディングス株式会社」擬取得「日本貨物航空株式会社」超過50%的股權，而前者旗下係包含「全日本空輸株式会社」及「Peach Aviation株式会社」(樂桃航空)。

² ANAホールディングス株式会社による日本貨物航空株式会社の株式取得に関する審査結果(概略)(Jan. 30th, 2025)。

³ 該指南係指JFTC之「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」。

⁴ 在指南中為第2章之「一定の取引分野」，下分為「基本的考え方」、「商品の範囲」、「地理的範囲」等，其中「商品の範囲」考量需求替代性及「内容・品質等」、「価格・数量の動き等」(價格或數量之變動等)，因該章內容與本會市場界定之處理原則相似，故譯為市場界定。

當地貨運承攬業者安排，而進入日本的貨物則由出貨廠商在當地貨運的承攬業者負責安排，故因而將進口與出口分開討論。

在考量日本境內其他機場的替代性方面，國際航班飛往或飛離日本時使用的機場主要為成田機場，而多數貨物也因其方便性而被安排由該機場從日本出口或送往日本。由於日本貨運承攬業者已建立起日本境內便捷的運輸網絡，因此對貨物要由哪個航空公司運送，則多半以運送時間、成本等進行考量，因此日本境內所有機場視作同一地理市場。

至於從日本出口的貨物中，不少是選擇借道日本飛往美國的高運量城市(如洛杉磯或芝加哥)，到當地後由卡車或轉機至美國境內目的地。因此考量可選擇的美國機場替代性，將其區分為2個地理市場：

- (一)洛杉磯及其周邊地區，包含西雅圖、舊金山及聖地牙哥。
- (二)芝加哥及其周邊地區，包含波士頓、紐約、華盛頓哥倫比亞特區、明尼亞波里斯、底特律、辛辛那提及亞特蘭大。

因此整體而言，JFTC在地理市場方面區分為「日本飛往洛杉磯及其周邊地區」(下稱「日本飛洛杉磯」)及「日本飛往芝加哥及其周邊地區」(下稱「日本飛芝加哥」)二地理市場範圍，並進行競爭評估。

競爭評估結果

由於參與結合之二事業皆提供貨物國際空運服務，其地理市場亦相同，故屬於水平結合型

態，JFTC依此評估結合後是否對「整體貨物空運服務市場」或「大型貨物空運服務市場」可能造成限制競爭之單方效果及共同效果進行評估⁵。

一、整體貨物空運服務

在單方效果方面，結合後事業在日本飛洛杉磯約占30%、日本飛芝加哥約占35%，皆具領先地位。此外，如將二地理市場中占10%以上之其他事業納入以分析潛在競爭情形，JFTC發現雖然目前市場已呈現長期供不應求的狀況，但其他事業尚無擴充運量計畫，並且考量其他業者與ANA簽訂「深化合作協議」因素下⁶，故ANA仍具依靠自身規模單方面地調高價格的誘因。在共同效果方面，JFTC評估結合後其他航空公司仍會提供整體貨物空運服務，倘結合後事業考量其競爭者減少，進而嘗試預測對手行動，甚至與現有其他航空公司勾結，然而在發現該市場參與者係擁有貨機或客機的航空公司，使結合後事業很難利用策略應對不同類型的航空公司。然而經JFTC綜合評估後，認為ANA與NCA的結合仍存在對整體貨物空運服務市場產生限制競爭之可能。

其中經查「深化合作協議」雖包含簽署者之間的運價及航線合作、飛行班次調整，以及彼此的利潤分配，但因已依日本航空法第111條規定經日本國土交通大臣同意，故依該法第110條排除獨占禁止法之適用。

二、大型貨物運送服務市場

在單方效果方面，JFTC雖尚無法查明參與結合事業在日本飛洛杉磯及日本飛芝加哥所占百分比，考量目前提供大型貨物空運服務的業者家

⁵ 此係指JFTC指南中「単独行動による競争の実質的制限」及「協調の行動による競争の実質的制限」，並於發布之英文版指南中作「... may be substantially to restrain competition in a particular field of trade; through unilateral conduct by the company group and through coordinated conduct between the company group and one or more of its competitors」，其內涵分別與本會結合申報案件之處理原則第9點之單方效果及共同效果相同，故將前者譯為單方效果，將後者譯為共同效果。

⁶ 該協議在原文作「提携深化協定」。

數不多，各業者對市場需求的供給量能有限，以及業者可採的制衡手段不多，因此認仍存在限制競爭的單方效果。而在共同效果方面，因為現存其他事業仍會提供大型貨物空運服務，而該市場目前其他業者可用貨機或客機提供服務，而部分由貨機載運的貨物仍可轉由客機載運，故尚不致影響供需平衡，且因尚難取得大型貨物空運服務市場之公開資料，使結合後事業難以預估其他業者的行為進而制定相應策略。惟經綜合評估後，JFTC仍認為具限制大型貨物空運服務市場競爭之可能。

結語

整體而言，由於JFTC認為ANA與NCA結合後仍對市場造成限制競爭之可能，因此提出結合後事業應就成田機場至洛杉磯與芝加哥航線，與博立貨運航空公司(Polar Air Cargo Worldwide, Inc.)簽署包板協議(Block Space Agreement)，同意將部分ANA的貨物交由前開公司載運，並在指定律師事務所之律師及法人共同監督下定期向JFTC提出報告，以減少結合後對價格及其他因素的影響。



歐盟競爭總署訓練及交流

■撰文＝潘旻蕙

(公平會製造業競爭處科長)

前言

歐盟執委會(European Commission) 每年均開放二梯次「國家專家專業訓練」(National Experts in Professional Training)計畫，透過歐盟會員國政府派員至歐盟相關總署進行短期實習工作，參訓人員透過實際參與執委會各部門的日常工作，瞭解執委會政策及運作方式。臺灣雖非會員國，但我國係在「臺歐盟雙邊諮商會議」架構下，爭取我方政府官員參與，筆者有幸以「國家專家」身分於2024年9月至12月間，赴歐盟競爭法主管機關參與工作與交流。

歐盟競爭總署(Directorial General for Competition/ DG COMP)簡介

歐盟執委會所轄之「競爭總署」，為歐盟競爭法主管機關。署內人員近1千人，管理階層為執委會執行副主席(Executive Vice-President) Teresa Ribera於2024年12月上任，主掌歐盟競爭事務。

DG COMP負責案件調查部門共計9個處室(Directorate)，除Directorate G專門處理卡特爾(Cartels)案件及Directorate J負責數位平台案件外，Directorate B至 Directorate F，則負責反托拉斯、結合及國家補助之案件。依產業性質「能源及環境」、「資訊通訊及媒體」、「金融服務」、「基本產業及製造」、「農業、運輸、郵政及其他服務」在區分轄下部門(unit)業務之案件。Directorate H處理非特定產業之國家補助案件，Directorate K則負責國外補助案件。

受訓單位簡介

本次筆者受訓單位為Directorate I處室轄下Unit I-1 Registry & Transparency(下稱I-1小組)，Directorate I約50人，主要負責法規暨透明度相關業務，負責資料保護、政府資訊公開，並支援競爭總署各部門包括卡特爾、反托拉斯、結合、數位市場及國家補助等案件法律諮詢，多數成員亦精通法文、英文、德文及義大利文等多國語言，小組成員共5人，編制內員工3人皆為律師，國籍分別為比利時、德國及保加利亞等，另1名義大利籍律師及筆者則為實習人員。

I-1小組業務範疇及實習主要工作內容，包括歐盟一般資料保護原則 (General Data Protection Regulation, GDPR)於個案調查之適用、蒐集歐盟相關法院的見解與各國資料保護相關規範，以及競爭法主管機關執法於個人資料保護議題下所面臨挑戰，舉凡主管機關調查權限、實體及數位等資料事證取證與事業所主張資料保護相關權利可否採納等議題。

歐盟競爭總署關注產業及實習心得

鑒於近年人工智慧 (Artificial Intelligence，下稱AI) 發展迅速、技術有所革新及突破，歐盟執委會對之重視程度愈來愈高，各政府單位已開發生成式AI系統，應用於檢索功能及案件調查等不同情境。執委會於2024年3月13日通過「人工智慧法案」後，競爭總署對於人工智慧法案是否適用歐盟各機關、各機關使用AI系統主要考量

因素、AI系統如何利用個人資料，同時關注歐盟各會員競爭法主管機關執法運用AI系統等情形。另該署亦不定期舉辦經濟學、行銷數據或各產業發展與競爭法之動態等相關講座，例如學者研究Amazon、Netflix利用平台演算法瞭解消費者偏好及消費者福利變化之實證分析，可見該署對新興議題掌握及發展脈動均相當重視。

競爭總署對於新進人員及實習人員之結合、反托拉斯及國家補助等個案調查，從事先規劃、調查方法、實際案例及面對資訊保護爭議之立場及作法等訓練課程完善且具有系統性。透過本次受訓，筆者有機會與調查單位人員直接討論、分享彼此調查方法及評估事證等情形，多有值得我國執法機關參考之處，參與此類課程專業訓練，實屬相當難得的經驗。

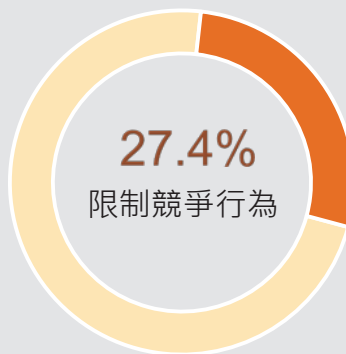


限制競爭行為案件統計

在現今激烈的商業競爭下，部分事業為其利益濫用市場地位限制營業活動，或隨著物價飆漲，聯合哄抬價格等情形，公平會為排除妨礙競爭之行為，促進市場的自由競爭，對獨占、聯合、結合等限制競爭行為加以規範。

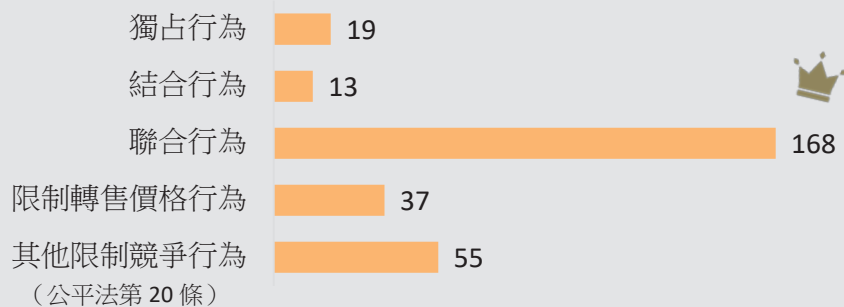
根據公平會統計，自民國109年至114年3月底（下稱近5年）累計收辦檢舉案及成立主動調查案計1萬2,309件，處理結案計1萬2,153件（含以前年度未結案件），扣除經調查非屬公平會主管業務、欠缺違法合理懷疑、檢舉內容未明等停止審議（調查）及重複檢舉同一案由後之案件（下稱涉法案件）計974件，其中屬限制競爭行為267件，占27.4%（圖1）。觀察267件限制競爭涉法行為細項，以聯合行為168件居冠（占限制競爭62.9%），其他限制競爭行為（公平法第20條）55件，占20.6%次之（圖2）。

圖1 近5年涉法案件限制競爭行為占比



（圖片來源：公平會）

圖2 限制競爭涉法行為別



※ 部分案件涉法行為達2種以上，故加總超過「限制競爭行為」267件。

（圖片來源：公平會）

近5年限制競爭行為涉法案件經處理結案267件，其中行政處分51件（製發出59件行政處分書（函），維持處分罰鍰金額25億9,574萬元），不處分213件，行政處置及依公平法第28條終止調查者3件。觀察行政處分各涉法行為，以違反聯合行為37件居高（占限制競爭行政處分72.5%），結合行為8件次之（占15.7%）。另就處分比率觀之，限制競爭行為之平均處分比率為19.1%，其中則以結合行為61.5%最高（表1）。

公平會近5年針對違反主管法規發出529件處分書（函），維持罰鍰金額27億8,023萬元，其中屬限制競爭行為59件（占11.2%），維持罰鍰金額25億9,574萬元（占93.4%）；若依限制競爭細項行為觀察維持處分罰鍰金額，以聯合行為處分24億6,874萬元（占限制競爭罰鍰95.1%）居首，其中以製造業22億9,654萬元最高（占聯合行為93.0%，主因為104年處分「10家電容器業者聯合行為案」其中2家於110年重為適法處分罰鍰11億6,111萬元及109年「硬碟懸架業者聯合行為案」處分罰鍰6億373萬元），其次為結合行為罰鍰金額1億2,260萬元（占限制競爭4.7%），其中以出版影音及資通訊業1億100萬元居多（占結合行為82.4%，主因為113年「有線電視業者未履行結合案件決定書負擔」處分罰鍰金額1億元）（表1、圖3）。

表 1 近 5 年限制競爭行為涉法案件處理情形

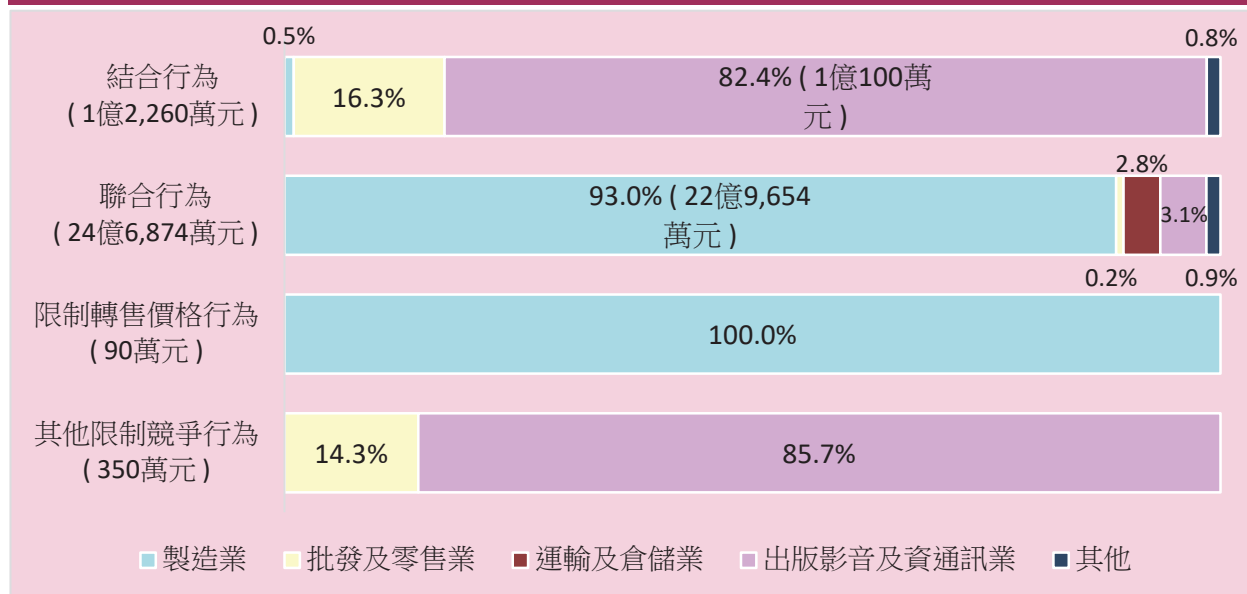
單位：件；%；萬元

涉及行為	總計(D=A+B+C)	行政處分件數				不處分(B)	其他(C)
		案件數(A)	處分比率(A) / (D) × 100%	書(函)件數	維持罰鍰金額		
限制競爭行為	267	51	19.1%	59	259,574	213	3
獨占行為	19	-	-	-	-	18	1
結合行為	13	8	61.5%	8	12,260	5	-
聯合行為	168	37	22.0%	45	246,874	129	2
限制轉售價格行為	37	3	8.1%	3	90	34	-
其他限制競爭行為	55	3	5.5%	3	350	51	1

說明：1.部分案件涉法行為達2種以上，因此各涉法行為件數加總超過「限制競爭行為」案件數267件。
2.其他係指行政處置及依公平法第28條終止調查案件。

（圖片來源：公平會）

圖 3 近 5 年限制競爭行為維持處分罰鍰金額按行業別分



(圖片來源：公平會)

民國114年3、4月份會務活動一覽

- 3月7日於花蓮縣辦理「公平交易委員會對於不實廣告法規及案例宣導說明會」。
- 4月10日於臺南市新營區忠誠里活動中心辦理114年度「交易陷阱面面觀」活動。
- 4月11日於高雄行政院南區聯合服務中心辦理永續、淨零與競爭—「事業因應環境永續涉及聯合行為之參考指引」宣導說明會。
- 4月16日東吳大學法律學系暨法律研究所師生參與「公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營」活動。
- 4月18日於宜蘭縣辦理「公平交易委員會對於不實廣告法規及案例宣導說明會」。
- 4月18日及30日分赴屏東大學財務金融學系及高雄大學法律系辦理「公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營」活動。



圖說：

1. 公平會於花蓮縣辦理「公平交易委員會對於不實廣告法規及案例宣導說明會」。
2. 公平會於高雄行政院南區聯合服務中心辦理永續、淨零與競爭—「事業因應環境永續涉及聯合行為之參考指引」宣導說明會。
3. 公平會於宜蘭縣辦理「公平交易委員會對於不實廣告法規及案例宣導說明會」。
4. 公平會赴高雄大學法律系辦理「公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營」活動。

民國114年3、4月份國際交流一覽

- 4月1日赴美國華府受出版商Concurrences就本會委託研究報告：「數位經濟下事業定價策略涉及聯合行為實證分析法之研究」獲頒發全球讀者票選之「亞洲/大洋洲區域」最佳軟法與研究(the best Soft Laws & Studies)反托拉斯獎。
- 4月28日至29日赴印尼雅加達參加OECD韓國政策中心競爭計畫「結合審查與國際合作」研討會。



圖說：

- 1.公平會赴美國華府受頒出版商Concurrences全球讀者票選之「亞洲/大洋洲區域」最佳軟法與研究(the best Soft Laws & Studies)反托拉斯獎。
- 2.公平會赴印尼雅加達參加OECD韓國政策中心競爭計畫「結合審查與國際合作」研討會。

公平交易新視野 由你寫下第一筆

公平交易委員會獎助研究生撰寫研究論文

鼓勵各大專院校研究生撰寫公平交易法相關學術之研究論文，
培養專業人才，促進市場自由及公平競爭

獎助金

博士班**5萬元** | 碩士班**3萬元**

於每年9月底前提出申請



詳情請上
公平交易委員會官網
查詢



廣告



公平交易通訊

發行人：陳志民

總編輯：洪德昌

編輯委員：孫雅娟、邱淑芬、王義明、賴美華、戚雪麗、
陳韻珊、李月嬌、張碧慧

出版機關：公平交易委員會

地址：100219臺北市中正區濟南路1段2之2號12-14樓

網址：<https://www.ftc.gov.tw>

電話：(02) 2351-7588

出版年月：民國114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：每冊新臺幣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：100219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：403018臺中市西區臺灣大道2段85號
國家書店松江門市

電話：(02) 2518-0207

地址：104448臺北市中山區松江路209號1樓

排版印刷：亞提斯形象設計有限公司

電話：(02) 2331-0600

地址：10065臺北市中正區中華路二段75巷1弄5號1樓



「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.

100219 臺北市中正區濟南路1段2之2號12-14樓

電話：(02)2351-7588

網址：<https://www.ftc.gov.tw>

ISSN 2070124-1



9 772070 124009

GPN: 2009700035

定價：新臺幣15元