

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10卷第6期
Issue 6, Volume 10

局版北市誌第1363號

中華民國95年11月30日
November 30, 2006

本期要目：

一、專題報導

- ◆專題演講紀錄..... 1

二、消息報導

- ◆94年主要10家連鎖便利商店產業調查情形..... 12

- ◆公平會訂定「行政院公平交易委員會對於瘦身美容案件之處理原則」..... 13

- ◆公平會訂定「行政院公平交易委員會對於收視率調查案件之處理原則」..... 14

- ◆公平會訂定「行政院公平交易委員會對於銀行業廣告案件之處理原則」..... 15

- ◆公平會處理之重要案例..... 16

三、會務活動..... 20

四、國際交流..... 22

一、專題報導

◆專題演講紀錄

□著作權法與科技產業發展

講座：世新大學法學院鄭教授中人

日期：95年1月17日

場次：9501-170



非常高興有這個機會來向在座的各先進報告著作權法與科技產業發展的相關問題。事實上，今天的講題是接續上次的講題—從經濟觀點談智慧財產權的定位與保障方式，其實，針對這些相關問題早在2、3年前，我就寫了1篇約5萬字的文章，但一直都沒有發表。今天演

講的內容皆整理自本文，由於內容繁多及時間限制，有些內容沒有列在附給各位的power point資料上，假使時間允許的話，會向各位報告這些問題。

一、著作權法之形成與印刷產業

提到著作權法，一定要從金屬活版印刷術談起，為什麼？中國、韓國、日本都主張自己是最早發明印刷術，然而卻沒有辦法產生著作權，我寫過1篇文章探討這個問題，各位可以參考看看。今天的討論主要是以英、美、德、法為主。人類從遠古以來有一些獸性或野性一直沒有改變，資本家對資本猶如動物對血，幾百年前的歷史現在還是會重現。金屬活版印刷術大約是在1476年傳到英國，印刷術本身取得當時的專利，後來印了世界第一本《聖經》後，就開啟了英國的印刷產業。在整個著作權法中，形成著作權法的有三種，其一是「印刷專利」（Printing Patent），其二是當初的管制法—Licensing Act（我把它翻譯成出版法），其三是公會的自治法規（Stationery Copyright）。到了1709年時，制定成安妮著作權法。早期印刷術產業剛開始時，即1484年時，英國管制外國人在英國經營事業，但印刷與書籍買賣不在此限，事實上就是在鼓勵引進外國資金與技術發展這個產業。1523年到1529年間，英國以法令限制外國人投資，包括印刷術與書籍的買賣，在1533

年更進一步禁止進口書籍，這應該是與產業發展已成熟有關。印刷術最早以印刷現有書籍為主，首動者與跟隨者的成本相同，同樣都需要打字與編排，也不需要向作者取得手稿，此時不需要保護。在新書的部分，必須爭取到作者手稿，來決定領先市場的先後。

在競爭很激烈時，商人總會想辦法勾結國王，以便取得一個印刷專利特權，所以我們說著作權法是延伸自專利制度，從這裡可以得到證明。第一個印刷專利是在1518年給予Richard Pynson。印刷專利分為general patent及particular patent兩種。這些印刷專利在1623年廢除，因為國王浮濫發給很多人專利特權，造成原來很多可以經營的人被迫無法經營，因為有專利以後物資價格上漲，造成民怨沸騰，許多人向上議院請願，到1623年時制定the Statute of Monopolies，本質上是限制國王不得給專利特權，只有第6條除外，規定「新的技術或產品在不違反法令及影響社會經濟時，可以發給」。因此，印刷專利不是個新產品或新發明，所以從1623年後沒有再核准印刷專利給任何人，但是像原來的general patent是一輩子的，就繼續下去。

當時最重要的是管制思想與言論自由，我想當初英國政爭、新教舊教的衝突、國王與議會的衝突、宗教本身的革新，所以當初對於言論是很敏感的。

在1538年時發布royal licensing system，這個制度有時實行，有時廢止，一直到1693年時，完全廢止。它規定設立印刷廠必須取得政府之同意以及印行任何書籍雜誌應事先取得許可，以管制新聞與箝制言論，即現代之出版法。

影響最深遠的應該是公會的成立，將近一百年英國政府才准許印刷業成立公會，中古歐洲每個行業都有公會，那是一個獨占且世襲的制度，但是拖了這麼久才准許成立，它們對於印刷業的態度可見一斑。成立公會之後，政府會給公會一個好處，就是給予印刷專利，那不是給特定的人，而是給公會全體，其實是要公會代為實行管制的事務。整個公會成立之後，只有會員才可以從事書籍雜誌的印行，公會因此有刑事懲罰、取締的特權，公會本身為了要分配專利特權，在公會內有內規，大概是規定誰先登記，誰就先取得這本書的獨占權，但是要一年內出版，一年以後沒有出版就是會被撤銷，當然必須要提存幾本作為檢查之用，這個我們不詳談。

在公會與Licensing Act配合之後，對外可以取締未經合法設立的工廠，或是未經許可印行的書本，但是我想對內還是在分配市場維持價格。公會的獨占特權隨著1623年制訂獨占法而終止，以及1693年廢止Licensing Act，出版業處於完全競爭之狀態。但是在完

全競爭的情形下，大家就開始懷念過去獨占的時代，於是就開始陳情，也找了作者出來一起請願，到了1709年時成立一個法案，叫做“A Bill for the Encouragement of learning, by Vesting the Copies of Printed Books in the Authors or Purchasers of Such Copies, during the Times therein mentioned.”從這裡面可以看得很清楚，它的目的最終在鼓勵學習，那麼給作者及書籍所有人這個權利，很多人忘記著作權真正的目的，我在這裡提醒，這個法案最主要是要給作者權利，不該像過去一樣把權利給予出版商來獨占，所以我們說著作權真正是從1709年開始，給作者有限的權利，就是期間有限、權利內容有限，對於已出版的書籍給予20年的獨占權利，新出版的書籍有14年權利，14年屆滿而作者尚存的話，再延14年。著作權的標的我們在此不談，大家可以自己找資料，它的內容是逐步隨著科技開展的。

二、音樂著作權與唱片科技產業

音樂的利用形態有幾個，一是樂譜、另一是演唱人的表演。過去的小說也就是靠這樣的方式傳承。過去有Player Piano音樂盒或風琴。愛迪生發明留聲機以後，留聲機的優勢就完全取代Player Piano，而Radio Broadcast發明之後，使表演人的表演可以讓現場以外的人聆聽。有聲電影的發明，開拓音樂的另一個市場，在無聲電影時，除了默

劇之外，是用音樂伴奏，現在網路技術讓音樂有了網路市場，希望今天有時間談這個議題。

表演人表演他人的音樂有票房收入，在1897年以前，音樂著作人無法分享其收入。1897年國會始立法給予音樂著作有禁止他人公開演唱（奏）營利，有了這種權利就可以用來和表演人分配票房收入。這種權利因為個人行使上的成本很大，因此難以行使，直到成立仲介團體達到經濟規模時，才能享受其權利。事實上，到有仲介團體時，權利的性質就改變了，其不是一個絕對的財產權，而是適用責任法則，最後最高法院在Herbert v. Shanley的這個案子中確立：飯店的樂團演奏，雖然沒有向顧客另外收費，但也構成營利的公開演奏。這是音樂演奏及表演的利用形式。

法國人Henri Foorneaux發明Player piano，1877年愛迪生與他的助手John Kreusi發明留聲機，到了1902年有7萬5000種的Player piano銷售100萬以上piano roller，但是都沒有分給著作權人。因此，在White-Smith Music Company向作者Adam Geibel購買兩首音樂“Little Cotton Dolly”及“Kentucky Babe”後，被另一家公司Apollo Company作成Player Piano銷售，著作權人向法院控告Apollo Company侵害其音樂著作之重製權。到了1908年

時，法院認為作成Player Piano不算是重製，因為音樂著作的重製是以樂譜的音符來表現，但是機械的部分，並無出現此等音符，所以並非重製，本案我認為是法律人只看符號而忘記背後意義。音樂著作一直到1831年才有著作權，而只限於樂譜的重制，前揭判決造成社會很大震撼，1909年國會修訂著作權法而給予機械重製權（mechanical reproduction），此時音樂還未有表演權。

唱片技術開拓表演人的另一個舞台，但是傳統現場表演受到廣播電台與唱片業的影響很嚴重，所以很多表演人失業，因為以前必須親自勞務演出，有各種觀眾及來自各階層的收入，但現在唱片業發達，大家都可以選擇一流的演唱者收聽即可，二、三流的演唱者會因而失業。另一方面，表演人必須依賴唱片公司青睞，才可能在演藝圈生存，這是很弔詭的，因為著作鄰接權制度保護的是表演人，而表演人卻成為唱片業者的工具。

我常在思索一個問題，即一個有天賦的作者是受到著作權保護，但他自己必須勞心勞力，那些成果才稱得上是著作。基本上，從1709年或美國1790的著作權法都有地圖和航海圖，這兩種我不認為是創作，我認為那只是據實的表現，事實上它是一種勞務，但形式是符號或圖像，一旦表達之後就

容易被複製，所以著作權法中夾雜公平競爭法，這個在著作權法到今天都還是一個問題。不曉得立法者的哪一根筋錯了，把表演也當做是著作，其實是一種勞務，但他又不把即席的表演當作著作，只有表演已有的著作才算著作，我們應該要好好思索這個問題。這裡面可以複製的且可以確認的勞務，是不是應該享有和著作權同樣的權利，假使說應該享有，是不是要有與一般著作相同的權利？我們先把這個問題擺著。

錄音著作上有兩個體系，一是音樂著作，另一是表演。它的製作人是唱片公司，對於唱片並無控制的權利，這是早期的現象。同樣的，唱片有公共財的屬性，它的製作成本很高，但是其他競爭者的複製成本幾近於零，唱片公司無法禁止競爭者複製，所以業者要求法律介入。這個問題，在美國或英國，法律經濟學者一直不認為是如此，因為首動者有所謂首動而自然領先的獨占期間，等到跟隨者進入市場，說不定因為時間晚了，市場已飽和了，再者，首動者可以準備平裝本以接近成本的价格來銷售，讓跟隨者無利可圖，換句話說，這是報復版，威嚇競爭者不要進入。這是過去產業界經常發生的，尤其是美國1891年以前不保護外國著作，當初美國出版商在發行英國作者的書籍時，就採取這種方式。

就唱片的保護來說，1909年美國

給予音樂重製權，那時有一個特別規定，假使我給詞曲作者一個重製權，但是一旦被商業利用以後，他就失去控制權，怎麼說呢？任何人想要灌製唱片，都不用經過他的同意，只要依法付給權利金就可以了，這是強制授權。那為什麼美國國會會引進這樣的辦法？最主要是在防止唱片公司獨占，深恐唱片公司以取得著作權的方式來禁止其他唱片公司錄製同樣的唱片，這時唱片會漲價而消費者會受害，因此1909年時國會有這種想法，只要有首次的商業利用，就不能禁止他人使用音樂著作，只能收取適當的報酬。雖然這個規定是要防止唱片公司的獨占，但是唱片公司對自己的唱片不能主張任何權利，所以當有人複製唱片時，只要付給詞曲著作權人權利金就好了，唱片公司所付出的成本卻跟首動者一樣，所以唱片公司一直運用州的法令來對付競爭者。一直到1972年，美國國會才給唱片公司一個錄音著作權。

剛剛談到表演人失業，很特別的是，他們尋求世界勞工組織協助，向國際智慧財產權組織爭取權利，在1961年制定羅馬公約和布魯塞爾公約保護表演人、唱片公司和廣播電台。這裡面我們可以看到自然人的卑微，以及唱片業及企業家的強勢，他為了要保護表演人，結果表演人沒拿到什麼權利，卻是唱片公司和廣播電台取得權利，他

們的市場力量是完全不同的。從歷史來看，整個著作權制度影響消費者，但從古至今消費者一直沒有參與著作權法的立法過程，而所受影響最深，主導的都是企業家而不是著作權人，著作權人都是被動的。

美國到今天還沒有給表演人任何的表演權，最主要的保護方式是由表演人團體與唱片公司（RIAA）團體協商訂定最低條款，任何表演人與唱片公司的合約必須經過表演人團體的核可才生效，來保護表演人。在歐洲國家，通常都是給表演人鄰接權，禁止他人來錄製其表演，事實上這幾種方式，效果都不是很好。表演到底是勞務還是著作？事實上，表演是一種詮釋著作，沒有一次的表演是一樣的，但也沒有一次是不一樣的，他的感情完全是受當時的情境及觀眾互動的影響，所以不會一樣，在這裡是勞務的性質，是很個別化的。但是著作權法就是要把著作當成是統一的，才可以利用市場機制在市場上行銷，表演就沒辦法這樣，但我們國家不應該的是，現在也把表演當作是著作。上述是歐洲的看法，而美國有許多學者也是如此看法。

為什麼唱片公司拿到唱片的著作權？我想這值得探討，他的理論根基是怎樣？在1972年的立法報告中說明：所謂錄音技術中都還是有original。另外，唱片公司並非一個自然人，從1909

年開始，這些擬制的人也可以是權利人，造成現在美國很多公司組織來獨占全世界的音樂，音樂是五大，電影是八大，寡占全世界百分之八十以上的音樂電影著作。換句話說，他操縱我們現在的消費口味。表演只是音樂的詮釋，不是傳統著作權，因為是從音樂著作所延伸的，所以叫做著作鄰接權。

唱片公司與電台是共生關係，所以之間幾乎沒有敵對，因為唱片是要在廣播電台打歌，電台也需要他們來充實節目內容。唱片公司在美國立法關係中說的很清楚，因為這樣的共生關係，為了要節省交易成本，假使唱片有公開表演權時，唱片公司必須與電台簽訂合約，授權電台播放，電台因為要廣播，也要跟唱片公司收取廣告費，為了減少雙方交易成本，就不給公開表演權。一直到了1995年數位形式傳輸時，我們立法從早期就一直背著全國多數學者，認為音樂唱片不是著作，而應該是鄰接權，但在最後一刻都被政府翻牌，而引進美國著作權保護，可是很奇怪，他們只看到美國錄音以著作權保護，但是沒有看到美國當初106條講的很清楚：錄音著作沒有公開表演權。我們的錄音著作有公開表演權，造成我們的電台必須付出兩種權利金，現在有表演權的話，電台要分別付出三種權利金給詞曲作者、表演人及唱片公司。在美國只給詞曲音樂著作權人。

表演人與廣播電台也是一樣，必須依附廣播電台，一種是到廣播現場，另一個是用唱片，到底是誰侵害著作權，是電台還是表演人，表演人是受僱人，請大家回去研究，表演人不管是親自到場或是以音樂錄製播放，我想雙方都沒辦法主張。

1972年有音樂著作權後，就開始有人經營出租業。RIAA認定租錄音帶是用來拷貝複製，影響其錄音帶銷售，但依第一銷售原則唱片所有人可以自由使用收益或處分其錄音帶，所以RIAA遊說國會修改著作權法，規定錄音帶不適用第一次銷售原則，1984年終於遊說成功國會通過the Record Rental Amendment Act 禁止錄音帶所有人出租，終結錄音帶出租業。

美國有散布權，標的物是著作物（我們的著作權說是「散布著作」，應該是不妥的）換句話說，可以禁止任何人散布著作物，那與著作物的動產所有權就會衝突，我本來可以送給朋友或出租，但現在你認為我這樣做會減少你的營業收入，所以不行。在第一次銷售原則中有一個例外：錄音著作不適用第一次銷售原則。簡單地說，第一次銷售原則是讓著作權人對於合法銷售出去的唱片失去控制權，不能為任何禁止。

民國74年，整個台灣在瘋狂錄影帶時，八大也對錄影帶開始取締，遊說政府引進出租權，所以所有的著作都有出

租權，包括錄音帶與錄影帶，所以一夕之間錄影帶業者變成罪犯，不曉得是政府官員或學者不懂還是被八大所矇蔽，居然沒有看到美國第一次銷售原則的例外只限於「錄音著作」，而不及於「視聽著作」，到現在還是不及於。後來國內被我罵幾次之後才改過來，但仍然很奇怪，我們沒有散布權，唱片公司想辦法要保住獨占權，所以禁止錄音帶出租。

錄音機的問世可供人錄下電台廣播的音樂，唱片公司知道會影響唱片銷售，最先發難是在德國。1950年德國音樂演奏權及機械重製權協會GEMA（Gesellschaft fuer musikalische Auffuehrungs-und mechanische Vervielfaeltigungsrecht）對錄音機製造商及販賣商提出警告，主張錄音機業者侵害了音樂作者、錄音人及廣播業者的權利。爭論的結果雙方和解，協議由錄音設備業者支付一定報酬給GEMA，而約定GEMA放棄錄音機持有人（消費者）的非營利使用請求報酬。後來有錄音機業者一方面對外宣傳任何聲音皆可錄下，一方面卻又不願向GEMA支付報酬，因此GEMA對其提出訴訟。1955年德國最高法院判決認定，原著作權法給予私人使用的免責空間，已經因技術進步而改變，不能容任私人複製造成權利人之重大損失。進而判決錄音機業者必須在機器上加註「私人錄音必須

得到GEMA之授權」字樣。因為業者未切實遵守，最高法院在1960年又再一次判決，令業者必須在宣傳錄音機的廣告中，加入「必須得到GEMA授權」的字樣。

但是GEMA要找到購買錄音機的消費者求償十分困難。於是又提起訴訟，請求法院判決，賦予錄音機業者提出購買人名單之義務。德國最高法院於1964年判決，認為GEMA要求錄音機業者提供購買者名單，是對私人領域的侵害，為法所不容。最高法院轉而建議，由錄音機業者代替消費者支付使用報酬。最後德國於1965年根據最高法院之建議，修正著作權法，首創音樂錄音的補償金制度。錄音當初是類比的，到了數位錄音時，各位都知道，sony的錄音都有DAT系統，當他在美國推出時，馬上被RIAA控告，第一次被告是錄影機，當時Sony不願意花訴訟費用，那時正在推Audio Home Recording Act為和解條件，正是德國1965年的法案，美國一直到1992年才學，最主要是經濟學家認為美國唱片公司的收費，已經考慮到一個唱片會被複製不出三次的情形，價格早就含在裡面，而數位錄音並不會降低品質，所以那時RIAA就遊說國會訂定Audio Home Recording Act，最主要是說在這些數位設備裡頭，一定要有series copy management system，也就是要有技術保護措施，然後同意消費

者向合法廠商購買，有的是第一代，但是不能用第一代去拷貝第二代、第三代的東西，假使你的設備沒有加進我剛剛說的機制時，就違反著作權法，為了要補償第一代可以無限制拷貝，所以有補償金。換句話說，製造商或進口商要提撥一定的價格給唱片公會來分配給著作權人，Sony被迫接受這種條件，Sony學了兩次乖以後在1980年代merge Columbia Broadcast這家公司，進軍美國音樂電影產業，打算從硬體進入軟體，挾著軟體來推廣硬體。Samsung也是步著這樣的模式，國內大概是明基也想走這樣的路，但還有一段很長的路。

MP3也是一推出就被告，認為它是數位錄音播放器而違反Audio Home Recording Act，但法院持相反見解，所以不違反。剛剛我們提到整個音樂著作產業，到最後由唱片公司來把持，唱片業者四處去告人的作風，法律人要小心。

三、視聽著作權與電影產業

無聲電影時代，音樂是由現場伴奏，前述判決也認為這是公開演奏，有聲電影都有音樂，但音樂著作權不能跟戲院或其他的主張權利，電影音樂的來源有唱片公司的著作及詞曲著作，音樂著作在電影的權利叫做Synchronization right。

電影產業從愛迪生在1894年推出

Kinetoscope，即僅讓一個人欣賞的無聲電影，一時風行全國。但敵不過法國進口供多人欣賞的投影機（projector）。愛迪生意圖快速進入市場而決定不自己製造投影機，而購買Armat's Vitascope的經銷權，然後自己製作影片。1895到1903年時，影片幾乎都是由三家公司（Edison, Biograph and Vitagraph）製作。當時電影製作成本很低，而利潤非常高，所以吸引有很多小公司投入。這些小公司有的利用自己的專利、迴避愛迪生的專利或從歐洲進口。這個時候愛迪生只好用專利訴訟來逼退競爭者，但是利潤太高，競爭者打死不退，愛迪生就組成一個專利聯盟，也用著作權來對抗。第一個對抗的是Lubin，由於Lubin的職員在路上撿到愛迪生的底片，然後用底片去作正片播放，愛迪生怒而控告Lubin。愛迪生主張影片是照片著作，Lubin則抗辯電影不是照片著作，即使是照片著作，愛迪生遺失的底片也沒有著作權標示（copyright notice）。地方法院法官Dallas判定影片不是照片，在國會未立法前沒有著作權保護。上訴第三巡迴法院判定影片屬於照片，受1865年著作權法保護。對於電影是不是有著作權，法官認定電影是一系列的照片，那時候是無聲時代，所以做這樣的解釋，我們司法院有一個解釋，認為影片是照片與發音片（出版法叫錄音著作為發音片）的混合著作，這是1914年大

理院做出來的解釋，兩個國家的法律人見解是差不多的。

愛迪生想要用專利去告，但是利潤太豐厚了，根本沒辦法，到最後主要的十家廠商就籌設了the Motion Picture Patent Company，將十家公司擁有製造電影的必要專利都信託給這家公司，只有這十家公司的會員才可以使用，這家公司也把影片的發行交給發行商，只要發行商同意價格才給，這時幾乎是獨占。到了所有的獨立製片人都撐不下去時，William Fox到最後踢出馬後腿，告這家公司壟斷，後來成功了，完畢之後，用專利手段來驅逐的時代就瓦解了，進入了以著作權為武器的時代。

戲劇的公開表演權，早期是屬於文學著作，沒有表演權，在1856年時只有重製，而沒有公開表演權。在那之後，只有戲劇才有公開表演權，音樂是到1891年才有，這時候電影和文學著作大部分都還是重製權，那時法官認為翻譯只是使用小說的構想，而不是表達，因為它使用的是另一種完全不同的文字，所以在1853年時的判決，認定翻譯不是侵害著作權人的表達方式。1870年時，國會才修法給予小說戲劇化（dramatization）及翻譯（translation）的權利，因此影片的所有人想主張影片是小說的戲劇化。另外，放映是公開演出，事實上早期製片人百分之九十以上沒有經過小說作者的同意，就擅自

拍電影了，有一個人稱這個為copyright poor，就是要使用別人的、侵害別人著作權的意思。

內戰的時候有一個將軍所寫的小說，把所有權賣給Harper公司，這家公司也把戲劇化的權利讓給別人，Kaleme公司就把它就改編成電影，那小說著作權所有人Harper就去告它侵害，在法院主要爭執的是：電影是小說的戲劇化？放映電影是不是構成公開表演？地院認為不是戲劇化，但卻又是公開表演，所以非常的弔詭。到了最後，最高法院法官Holmes認為兩個都是一電影是小說的戲劇化，放映電影是戲劇的公開播送，對美國著作權法影響很深遠。

接著我們談的是電影電視，事實上這個問題在美國非常的複雜，電視播放電影，構成公開播送似乎沒有疑義，因為剛剛有廣播電台例子在前，但是電影商認為用電視播送會影響票房收入，但這是大勢所趨很難抵擋，現在很多公司是專門拍在電視播放的電影。再來是電影與錄音機，Sony在美國推出一款錄影機（Betamax），一推出之後馬上被環球、迪士尼控告其販賣行為構成Contributory infringement，同時遊說國會制定補償金制度，但是這兩項都沒有成功，我這裡不詳述。Sony這個產品最大的訴求是改變時間，就是我可以先錄下來等有時間再看，所以應該是屬

於合理使用的範圍。

錄影機的普及創造錄影帶的市場，一個是出租、一個是銷售，我剛剛說美國的video方面沒有所謂出租權，也就是他們可以買來再出租，另一個是直接銷售，但是美國電影業賣給出租市場的價格是零售市場的五倍以上，這與類比時代計算可以拷貝三次的利益在裡頭的道理相同，再來是說，電影業試圖援引錄音帶出租修正法（1984年），但也沒有成功。

電影與Cable TV（是社區共同天線演進而來的）之間的關係，非常複雜，包括FCC、美國的通訊政策，我沒有在這裡提，著作權人及國家政府對於通訊政策以及廣播電台的衝突。Cable TV與 broadcast TV是死敵，Cable TV傳播訊號被認為是侵害節目的著作權，但是很多電視節目的著作權不在它的手上，頂多在一些運動節目的報導上，所以只能逼著作權人（多為電影製片商）出面訴訟。最主要的兩個訴訟，一個是Fortnightly Corp v. United Artist TV，主要是告cable TV 傳送地方台訊號，最高法院法官認為，cable TV在這裡純粹跟一個收訊者一樣，只是把訊號放出去而已，本身沒有任何動作，所以不侵害著作權，不構成公開播送。最高法院其實也一直建議說國會應該處理此問題。另一個案子是Teleprompter Corp. v. Columbia Broadcasting，主要是轉播

遠距電視訊號的問題，當時電視是用廣告的收入來算，所以認為沒有損害，對這個的看法雙方並不一致，Broadcast的看法是說當然會有損害，因為節目多了就會被分化，所以對於某一個節目的廣告自然就會少了等等的，無論如何，我剛剛說在廣播電台的播送，被認為公開播送，但是，變成影像之後，最高法院的法官素養應該都很高，為什麼變成截然不同的判解，我認為原因在於政策面的問題，法官認為應該由國會來解決新的科技產業的問題，我相信他也知道FCC在處理這個的時候，一定會有政策上的辯論，早期FCC對於cable很節制，認為自己沒有管轄權，後來受到影響之後，認為自己有管轄權，就開始限制它。到最後國會是妥協了，cable TV其實也是見好就收，因為在Teleprompter這個案子裡，它會勝訴是很意外的，電影製片商和廣播電台就很無奈的跟他們和解，和解就是以強制授權的方法，就是不能禁止，但是可以收費，緩和不能經營的疑慮。

談到表達的方式和內容，尤其是小說改變成電影，拍成戲劇，在某個層次，真的是翻譯形式而已，但假使思考清楚用自己的方式表達出來，真的可以說是侵害他的表達方式嗎？國內很少思索這個問題，但這在著作權形體轉換上，是很重要的。另外，法人可以創作嗎？以往認為只有自然人才受保護，但

在1909年認為法人可以的時候，我認為是法律的擬制造成像今天的八大獨占全球的原因，假使只有限於自然人，今天不會發生這種情況，真的法人可以給他著作權人的地位嗎？著作權法的目的，在安妮法案的名稱中表露無遺，那是在鼓勵社會學習，重視文化提升。再者，著作權真的是獨占權嗎？真的是有體物的物權或所有權嗎？假使著作權是特定權利或是特定用途的話，那不應該每次有新的用途，就有著作權人來主張，或許也可以考慮著作人，現代來說，著作權人和著作人是有所區隔的，著作權人的地位，很多是由企業家來取得的，那著作人是勞動的階級，沒有享受到什麼新的利益，再來我要談的是，誰來決定新科技的發展方向，我剛剛的演講，有點像在細數當一個新科技產生時，著作權人會怎樣打壓它，那我們人類的發展真的應該由這些人來決定嗎？假使新科技的成果，是使新的著作有新的用途的話，是誰來分配，是著作權人？是家電廠商？是利用者？很重要的是，我們是法律人，政府的司法、行政、立法如何擺脫資本的邏輯，台灣的法律人很悲哀，被阻隔在所要規定的事實外，往往看不到真相。

四、歷史的借鏡

其實，從過去的發展似乎可以看出著作權法或其他智慧財產權的未來發展，我是持悲觀的態度。理論上與事

實上都不一樣，背後一隻看不見的資本家之手，細數整個美國著作權修改的歷史，幾乎都是由資本著作權人所草擬出來的，而以台灣的政治現象和官僚體系，幾乎沒有什麼空間，所以現實上是很悲哀的，而我也只能在這裡發發牢騷。

電影行銷有幾種方式，是用價格差異，那是用著作權才能達到這幾種方式，告訴各位，以video disc來說的話，「gone with the wind」及「白雪公主」分別為迪士尼公司賺進67億及62億美元。所以現在很多美國的投資者，前百大的富豪很多在1990年以降，就把投資部位30%移轉到著作權。

著作權的關係那麼重大，剛剛談文化，現在講金錢，你們眼睛稍微放大一點，著作是沒有消耗性的、可以循環的，所以價值會越來越高。因此誰主宰這幾家公司，誰就主宰人類未來的生活。所以各位要拋開條文，多看看企業的運作情形，你們會獲得良多。由於時間關係，我的報告到此為止，謝謝各位！

（輔仁大學法律研究所張乃文記錄整理並經講座審訂）

二、消息報導

◆94年主要10家連鎖便利商店產業調

查情形

公平會為瞭解連鎖便利商店市場發展概況，已連續多年就全國主要連鎖便利商店業者進行產業調查，以作為處理公平交易法相關案件之參據。據94年調查資料，迄94年底主要10家連鎖便利商店系統營業據點數合計達8,656店。至於展店數近5年有逐年減緩趨勢，其成長率由88年25.38%一路下滑至94年7.01%，如以個別系統觀之，迄94年底止，店數成長率以統一超商之9.7%居冠，其次依序為萊爾富8.93%、全家便利8.88%、來來超商7.5%、福客多5.57%，而界揚超商、台糖蜜鄰、中日超商與每一日則呈現減少態勢，減幅分別為4.19%、18.18%、18.82%與48.15%。整體而言，與93年相較，連鎖便利商店之店數成長率除統一超商及福客多微幅增加外，其餘皆較93年減緩，甚至規模較小之便利商店，如界揚超商、中日超商、台糖蜜鄰與每一日均呈負成長，翁財記甚至於94年結束營業。在店結構方面，屬於直營店者有1,789家店，占總店數之20.67%，加盟店有6,867家店，占總店數之79.33%，其中委託加盟3,259家店，占37.65%、特許加盟3,237家店，占37.4%、自願加盟371家店，占4.29%，是便利商店店結構仍以加盟店中之委託加盟與特許加盟為主，其中特許加盟占有率自91年占26.41%，逐年增加至94年37.4%，與

委託加盟之比例已逐漸拉近，94年兩者占有率差距低於1%。綜上可知，由於國人自行創業意願提高，且加入連鎖加盟經營不僅投資成本低，經營風險也低，故國人偏好以特許連鎖加盟方式經營。

另就同期間各連鎖便利商店系統之店數而言，以統一超商4,037家店居首位，占連鎖便利商店總店數46.64%；全家便利1,851家店次之，占21.38%；萊爾富1,159家店位居第3位，占13.39%；來來超商860家店居第4位，占9.94%。其次，福客多360家店，占4.16%，居第5位。界揚超商206家店，居第6位，中日超商151家店，居第7位；台糖蜜鄰18家店，居第8位；每一日便利商店14家店位居第9位。94年各連鎖便利商店之淨展店數總計619家，其中以統一超商居首位，淨展店數357家，其次為全家便利淨展店數151家，再其次為萊爾富淨展店數102家，來來超商60家，福客多19家，淨展店數不增反減的有界揚超商減少9家，中日超商減少44家，台糖蜜鄰減少4家，每一日減少13家。綜觀近10年來淨展店數以88年最高，達1,002家，之後逐漸減少至550家（93年），94年又緩步增加至619家。

連鎖便利商店之代收業務、鮮食便當、國際美食空運來台、年菜預購，乃至網路購書取貨服務等業務之發展已日

漸成熟，94年轉而展開新開發業務—「卡戰」之競爭，如統一超商94年底發行I cash卡滿1年，發行量逾300萬張，儲值金額近5億元，95年更與中國信託發行聯名卡，全家便利及萊爾富也預計分別與悠遊卡及國道電子收費系統合作，可見連鎖便利商店係利用連鎖便利商店之通路特性，創造附加價值，以彰顯同中求異之競爭趨勢。依據調查所得，目前台灣便利商店總家數已超過8,500家以上，其開店密度高達平均不到2,700人就有一家店。而全家便利、萊爾富、來來超商與福客多四大便利商店系統所共同投資成立便利達康股份有限公司（下稱便利達康），從串連商品共同開發延伸至行銷策劃，期與統一超商相互競爭，倘便利達康之發展日趨成熟，則連鎖便利商店市場朝寡占競爭發展將更趨明顯。未來連鎖便利商店無論是以垂直整合或水平結合或與上下游產業策略聯盟的方式，藉由市場整併以擴大經營規模，是否因而造成限制競爭或妨礙公平競爭，而影響市場交易秩序，公平會將密切注意市場動態，並視具體個案進行查處。

◆公平會訂定「行政院公平交易委員會對於瘦身美容案件之處理原則」

公平會於95年9月28日第777次委員會議，決議通過「行政院公平交易委員會對於瘦身美容案件之處理原則」，

同時廢止「行政院公平交易委員會對於瘦身美容業消費資訊透明化暨不當行銷案件之處理原則」。公平會並依法制作業程序辦理發布事宜、刊登行政院公報及登載於該會網站，並規劃辦理宣導事宜，俾廣周知。

公平會訂定此一處理原則，係為因應事業行銷手法之瞬息萬變及社會經濟情勢變遷，並考量瘦身美容之不當廣告或其行銷手法對競爭與公益之危害層面及不利益較大，爰訂定「行政院公平交易委員會對於瘦身美容案件之處理原則」，俾使相關事業知所依循，避免觸法，以減少交易糾紛，確實維護交易秩序與消費者利益。

該處理原則所稱之「瘦身美容」，係指藉手藝、機器、用具、用材、化粧品、食品等方式，為保持、改善身體或感觀之健美，所實施之綜合指導、措施之非醫療行為。而該處理原則係參酌該會與行政院衛生署88年5月24日協調結論及行政院衛生署發布之「瘦身美容違規廣告之查處原則」、「瘦身美容業廣告規範」、「瘦身美容業管理規範」，並整併「行政院公平交易委員會對於瘦身美容業消費資訊透明化暨不當行銷案件之處理原則」暨公平會81年10月至95年7月止，有關瘦身美容之處分案件一百二十餘件，例示瘦身美容案件可能涉及違反公平交易法之行為態樣，如：虛偽不實或引人錯誤之表

示或表徵、比較廣告及其他足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平行為等。因該處理原則之性質僅係例示若干瘦身美容案件常見之可能抵觸本法之行為態樣，至於個案之處理，仍須就實務上具體事實個別認定之。

◆公平會訂定「行政院公平交易委員會對於收視率調查案件之處理原則」

公平會於95年10月19日第780次委員會議決議通過，訂定「行政院公平交易委員會對於收視率調查案件之處理原則」。該處理原則將作為事業從事收視率調查及發布收視率結果相關行為之具體規範，期使相關業者知所行止，並作為該會日後審理案件之準據。

鑑於目前國內廣告主或廣告代理業者多以收視率之高低作為投資廣告決策之重要參考指標，故收視率調查結果主導電視媒體事業之廣告收益，並影響電視媒體產業之競爭秩序。復按事業從事收視率調查應符合統計學之調查規範，並將調查方法、結果及統計分析等各項重要調查資訊予以充分揭露，作為交易相對人解讀收視率調查數據之參考依據，以消弭因收視率調查結果所衍生之無端爭議，俾益整體收視率調查市場及電視媒體產業之健全發展。公平會爰在公平交易法規範圍內，主要就收視率調查及發布收視率結果之行為訂立具體規範，其重點有：

- 一、訂定目的：為維護收視率調查市場之交易秩序，確保電視媒體事業之公平競爭，避免事業欺瞞或隱匿收視率調查報告之重要交易資訊，從事不公平競爭行為，影響收視率調查市場及電視媒體產業之健全發展。
- 二、資訊揭露：(一)明定從事收視率調查服務之事業應於調查報告揭露調查對象、區域範圍、統計單位、時間、方法、結果及誤差分析之重要調查資訊之義務。(二)明定事業公開發布收視率調查結果，除不得有虛偽不實或引人錯誤之表示外，亦應負揭露調查報告之重要交易資訊之義務。
- 三、不當欺罔行為：禁止從事收視率調查服務之事業憑恃其優勢地位或利用資訊之不對稱，以欺瞞或隱匿重要調查資訊之方式，爭取交易機會。
- 四、資料保存：事業宜保存市調報告及調查資料至少1年，以避免將來實務爭議與執法困擾。
- 五、法律效果：事業違背本處理原則者，且有虛偽不實及引人錯誤之表示或足以影響交易秩序之情事，構成公平交易法第21條或第24條之違反。
- 六、過渡條款：事業從事收視率調查服務行為，應自本原則發布之日起3

個月內參照本原則相關規定適當調整。期間經過未調整者，公平會得就個案調查處理。

◆公平會訂定「行政院公平交易委員會對於銀行業廣告案件之處理原則」

公平會於95年11月9日第783次委員會會議，決議通過「行政院公平交易委員會對於銀行業廣告案件之處理原則」，該會將依法制作業程序辦理發布事宜、刊登行政院公報及登載於該會網站，並將儘速規劃辦理宣導事宜，俾廣周知。

公平會訂定此一處理原則，係為因應隨著銀行業之自由化與民營化，金融產品之創新，及消費工具之日新月異，銀行業時以廣告或其他使公眾得知之方法推廣其金融服務，以爭取交易機會，為有效規範銀行業之廣告行為，督促業者自律，避免其因虛偽不實或引人錯誤之廣告，對於競爭秩序及公益產生影響，爰訂定「行政院公平交易委員會對於銀行業廣告案件之處理原則」，俾使相關事業得所依循，避免觸法，以減少交易糾紛，維護交易秩序與消費者利益。

該處理原則所稱銀行業係指銀行、信用合作社、農漁會信用部、票券金融公司、信用卡業務機構及郵政儲金匯業局等。而該處理原則得歸納該會成立以來至95年3月止經該會審理並

處分之銀行業廣告案例，據以例示之違法類型，包括銀行不得就零利率、零開辦費、零手續費、零費用、優惠利率限制、失卡零風險、核貸上限、不預設消費金額、贈品價值、旅行支票限時補發或理賠等，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵及比較對象計算基礎不一，計13種違法或有違法之虞類型。因該處理原則之性質僅係例示若干銀行業廣告案件常見之可能抵觸本法之行為態樣，至於個案之處理，仍須就實務上具體事實個別認定之。

◆公平會處理之重要案例

□4家教科書出版業者違反公平交易法第14條第1項規定案

公平會於95年9月7日第774次委員會議決議，康軒文教事業股份有限公司（下稱康軒公司）、南一書局企業股份有限公司（下稱南一公司）、翰林出版事業股份有限公司（下稱翰林公司）及牛頓開發教科書股份有限公司（下稱牛頓公司）等4家教科書出版業者，利用業者間聚會之機會，針對贈送學生物品之品項相互討論，並宣稱將自95學年度第一學期起停止贈送學生作業簿及測驗卷之行為，違反公平交易法第14條第1項規定，除命渠等立即停止前開違法行為外，並處康軒公司新台幣653萬元罰鍰、南一公司新台幣423萬元罰鍰、翰林公司新台幣228萬元罰鍰及牛頓公司

新台幣142萬元之罰鍰，合計共新台幣1,446萬元之罰鍰。

本案緣於檢舉人反映少數教科書出版業者利用同業聚會之機會，就未來將停止贈送學生作業簿及測驗卷之行為達成協議，涉嫌違反公平交易法之規定。

案經公平會調查後發現，被處分人康軒公司、南一公司、翰林公司及牛頓公司等4家教科書出版業者，自94年底起即多次利用業者聚會之機會，就95學年度第一學期起將停止贈送學生作業簿、測驗卷等事項進行討論並達成合意，同時為確保前開行為之實施，亦曾委請律師訂定自律規範及繳交擔保金，且對學校教師宣稱將自95學年度起停止贈送學生作業簿及測驗卷。經查前開4業者於國民中小學教科書市場之占有率已逾8成，故渠等之行為已對國民中小學教科書市場產生限制競爭之效果，足以影響市場功能，違反公平交易法第14條有關聯合行為之禁制規定，公平會爰依同法第41條前段規定，作成前開處分。

□允盛科技有限公司就其商品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項規定案

公平會於95年9月14日第775次委員會議決議，允盛科技有限公司（下稱允盛公司）於網站刊載「光觸媒空氣清

淨機」商品廣告，宣稱「分解細菌塵蟎病蚤屍體無法存活，破壞病毒的蛋白質及核酸，並殺死病毒」、「有效去除病菌、大腸菌、黃葡萄球菌、線膿菌、腸病毒、流行性感冒」等字句，就其商品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，除命其立即停止前述違法行為外，並處新臺幣18萬元罰鍰。

允盛公司於其公司網站刊登「光觸媒空氣清淨機」商品廣告，宣稱「有效殺菌99.9，三層光觸媒，分解細菌塵蟎病蚤屍體無法存活，破壞病毒的蛋白質及核酸，並殺死病毒」、「有效去除病菌、大腸菌、黃葡萄球菌、線膿菌、腸病毒、流行性感冒」等，依案關商品供貨商恆隆行貿易股份有限公司及和泰興業股份有限公司之說明，前開廣告所稱「有效殺菌99.9，三層光觸媒」係依其所提供之產品說明無誤，並提出日本相關檢測資料，說明該空氣清淨機有三層光觸媒可吸附病毒及細菌，並可99.99%去除細菌、霉菌及讓病毒處於不活化狀態，另藉由大風量及光觸媒方式可30分鐘99%去除浮游霉菌及約6分鐘可99%除臭；復查財團法人工業技術研究院表示，光觸媒的抗菌效果是肯定的，故本案廣告宣稱之「有效殺菌99.9，三層光觸媒」，尚屬有據。至「分解細菌塵蟎病蚤屍體無法存活，破壞病毒的蛋白質及核酸，並殺死病

毒」、「有效去除病菌、大腸菌、黃葡萄球菌、線膿菌、腸病毒、流行性感冒」等字句，經函請允盛公司提出相關說明及醫學學理暨臨床試驗依據，其僅以前開廣告宣稱字句均係依供貨商恆隆行貿易股份有限公司提供資料所製作，相關宣稱字句所涉之專業知識均不清楚等由，推卸廣告主應負擔提供廣告內容之醫學學理暨臨床試驗依據等義務，復依行政院衛生署之認定，前開宣稱屬誇大不實，是允盛公司前揭廣告內容業涉有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。

經審酌允盛公司違法行為之動機、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；違法後懊悔實據及配合調查等態度；與其他因素，爰依公平交易法第41條前段規定，作成前開處分。

**□臺灣菸酒股份有限公司不當限制交易
相對人購買暢銷菸品，違反公平交易
法第19條第6款規定案**

公平會於95年9月21日第776次委員會議決議，臺灣菸酒股份有限公司

（下稱臺灣菸酒公司）利用94年間市場預期調漲菸品健康捐致供需失調之際，不當限制交易相對人購買暢銷菸品，違反公平交易法第19條第6款規定，除命其停止前述違法行為外，並處新臺幣301萬元罰鍰。

本案緣於公平會因媒體報導臺灣菸酒公司於94年3月間內實施客戶需購買五種新菸品始可優先獎勵購買暢銷長壽菸之措施，而主動進行調查。經調查發現臺灣菸酒公司為因應市場預期菸品價格將隨健康捐調漲所生之搶購及供需失衡狀況，而於94年2月21日至6月30日採取總量管制措施，又於同年3月18日開始採行菸品獎購措施，即客戶需購買特定新菸品，始可優先獎購一定數量之暢銷長壽尊爵系列舊菸品。

臺灣菸酒公司為因應市場供需失衡狀況所暫採之一時性總量管制措施，雖尚難謂為不當，惟該公司卻進一步利用舊產品之暢銷優勢，以購買新菸品作為交易相對人優先獎購舊菸品之條件，藉搭售行為促銷新上市之菸品，其搭售行為並不具正當理由，且有妨礙菸品市場公平競爭之虞。

再者，臺灣菸酒公司之「長壽」菸品系列長期以來具有相當之品牌知名度及競爭優勢，於菸品市場上有一定程度之影響力，因此該公司於長壽尊爵系列菸品實施總量管制之情形下，復進一步為搭售行為，將使交易相對人為了優先

獎購暢銷之舊菸品，致不得不購買新菸品，而非以新菸品之品質、價格等條件優劣與否作為交易決定考量因素，有礙於市場競爭。

經審酌臺灣菸酒股份有限公司違法行為之動機、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；違法後懊悔實據及配合調查等態度；與其他因素後，爰依公平交易法第41條前段規定，作成前開處分。

□南投縣渡船遊艇商業公會為足以影響日月潭水域遊艇服務市場之供需功能，違反公平交易法第14條第1項規定案

公平會於95年9月21日召開第776次委員會議決議，南投縣渡船遊艇商業同業公會透過共同協議方式，約定會員出船班次，分配營業收入，約束會員營業活動之行為，足以影響日月潭水域遊艇服務市場之供需功能，違反公平交易法第14條第1項規定，除命其立即停止前述違法行為外，並處新臺幣51萬元罰鍰。

本案緣公平會接獲民眾檢舉南投縣

渡船遊艇商業同業公會架設日月潭聯合訂船服務中心網站對外廣告營運，並從事聯合訂船行為涉及違反公平交易法相關規定。

案經公平會調查發現，南投縣渡船遊艇商業同業公會為避免日月潭水域渡船遊艇業者爭相載客，秩序凌亂滋生事端，早於民國48年該公會成立即開始實施排班制度；現行排班方式，係將船隻分為甲、乙、丙、丁四型，其中甲型船編為1組，船隻依順序平均分配出船趟次，另乙、丙、丁型船則打散分為4組，各組船隻依順序至排定碼頭載客，每10日結算營業收入，扣除會費、保險費及娛樂稅後，將餘款平均分配，或按一定之比例分配營業收入，該公會透過共同排班之協議，約束會員出船班次，分配營業收入，互不為競爭行為，限制消費者自由選擇搭乘之權利，足以影響日月潭水域遊艇服務市場之供需功能，且按船型比例或出船趟次分配營業收入，拉近業者間收益差距，避免同業間互為競爭，已限制所屬會員自由提供商品或服務之營業活動，構成公平交易法第7條所稱「聯合行為」，違反公平交易法第14條第1項規定。

公平會經審酌該公會違法行為之動機、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；違法後後悔實據及配合調查等態度；與其他因素後，爰依公平交易法第41條前段規定，作成前開處分。

□中華電信股份有限公司違反就提供服務之品質、內容為引人錯誤之表示，違反公平交易法第21條第3項準用第1項規定案

公平會於95年9月28日第777次委員會會議決議，中華電信股份有限公司（下稱中華電信）於其行動電話申請書及電信資費帳單內頁中，宣稱3G「超低功率，比PHS還健康」及「發射功率極低：遠比PHS、GSM低甚多，是維護健康最佳選擇！」等廣告文宣，就提供服務之品質、內容為引人錯誤之表示，違反公平交易法第21條第3項準用第1項規定，除命其立即停止前項違法行為外，並處新臺幣272萬元罰鍰。

按行動電話各系統（PHS、GSM、3G）間之競爭，除以較有利之價格及通話品質爭取交易相對人之外，其行動電話系統終端設備發射功率之強弱，因涉及消費者健康之疑慮，向為消費者關注之重點，亦屬行動電話系統競爭之重點，按3G系統與PHS系統終端設備發射功率之高低，須視終端設備

所處地點離行動電話系統業者建置之基地台遠近、基地台之覆蓋率及通話品質而有所差異，此與業者系統建置之情況密切相關，尚無絕對之標準。詎料中華電信東區及南區營業處卻於向客戶隨機散發之行動電話申請書及電信資費帳單內頁中，宣稱3G「超低功率，比PHS還健康」及「發射功率極低：遠比PHS、GSM低甚多，是維護健康最佳選擇！」等廣告內容。核其內容，業足使消費者誤認中華電信3G系統終端設備之發射功率於任何時點皆較PHS系統為低，且為消費者較健康之選擇，是其廣告內容屬就提供服務之品質、內容為引人錯誤之表示。

經審酌中華電信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等因素，爰依公平交易法第41條前段規定，作成前開處分。

□萬家福股份有限公司就商品之供應數量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項規定案

公平會於95年10月12日第779次委員會議決議，萬家福股份有限公司於其「4/13～4/27」檔期商品廣告，就商品之供應數量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，除命其停止前項違法行為外，並處新臺幣57萬元罰鍰。

萬家福股份有限公司於其「4/13～4/27」檔期商品廣告刊載「『優沛蕾優酪乳920ml/瓶』29元」、「全省限量2000瓶」等字句，惟實際未能於上開期間依廣告內容提供商品，其就廣告之內容為虛偽不實及引人錯誤之表示，核已違反公平交易法第21條第1項規定。

經考量萬家福股份有限公司係因供應商未能供貨而致違法等情，審酌其動機之惡性不大，並衡酌其危害程度、違法情節、營業規模及違法後態度等情形，爰依公平交易法第41條前段規定，作成前開處分。

三、會務活動

◎9月5日於臺灣金融研訓院辦理「行政院公平交易委員會對於不動產廣告案件規範」宣導說明會。

◎9月5日、8日分別於台中市、台北市辦理「行政院公平交易委員會對於建築開發業之規範」宣導說明會。

◎9月11日、12日辦理「交通運輸產業與競爭議題」研習營。

◎9月12日於台東縣辦理「95年度液化石油氣業者有關公平交易法適用性」宣導說明會。

◎9月14日於東海大學與該校共同合辦第40期「公平交易法研習班」。

◎9月15日辦理「多層次傳銷專業評鑑指標內容研討」座談會。

◎9月15日於高雄市辦理「行政院公平交易委員會對於渡假村會員卡銷售行為之規範」宣導說明會。

◎9月18日、19日於苗栗縣辦理「行政院公平交易委員會對於家電產業相關公會」宣導說明會。

◎9月25日、26日於台北縣舉辦「多層次傳銷實務專精講習」。

◎9月28日辦理「行政院公平交易委員會對於收視率調查案件之處理原則」（草案）公聽會。

◎9月30日配合行政院消費者保護委員會舉辦之「2006年消費新生活系列運動－中秋節綠色嘉年華」活動，於淡水漁人碼頭設攤宣導公平交易法。

◎9、10月份競爭中心辦理之專題演講如下：

日 期	講 座	講 題
95年9月26日 (場次：9511-180)	李副教授禮仲 (銘傳大學法律學院)	金融業合併之競爭政策探討 －以美國與加拿大案例分析
95年10月17日 (場次：9512-181)	邱教授俊榮 (中央大學經濟學系暨德明技 術學院國際貿易系)	產業組織理論、國際貿易與 公平交易法
95年10月24日 (場次：9513-182)	盧副教授信昌 (台灣大學國際企業研究所)	消費者轉換購買可能與廠商 競爭

◎10月1日配合行政院南部聯合服務中心舉辦之「世界月亮一樣圓－與外籍友人共度中秋節」活動，設攤宣導公平交易法。

◎10月2日於本會委員會議室召開研商「行政院衛生署與行政院公平交易委員會對於宣稱療效之廣告及薦證廣告代言人相關法規適用」會議。

◎95年10月16日、17日於台北縣萬里鄉太平洋海灣會館舉行「醫療服務產業與競爭議題」研習營。

◎10月18日於中原大學舉辦「行政院公平交易委員會95年度大專院校校園多層次傳

銷」宣導活動。

◎10月21日、22日於台中市辦理本會與地方主管機關業務協調會報第27次會議（局長級）。

◎10月23日出席行政院南部服務中心「2015年經濟發展願景第一階段三年衝刺計畫產業發展方案」說明會。

◎10月26日於東海大學舉行第40期「公平交易法研習班」結業式。

◎10月30日於集思會議中心臺大館舉辦「行政院公平交易委員會對於瘦身美容案件規範」宣導說明會。

四、國際交流

◎9月11日、12日與OECD於印尼巴里島合辦第8屆「競爭政策國際研討會」。

◎9月11日、12日張科員心怡赴越南峴港參加由APEC「經濟委員會」舉辦之「APEC/OECD管制革新整合查核清單」第一回合自我檢視會議。

◎10月16日至20日蔣參事黎明、李科長文秀及劉視察紹貞赴法國巴黎參加10月份OECD「競爭委員會」會議。

◎10月16日就越南競爭行政局來台技術援助訓練乙事，召開與行政院消費者保護委員會、經濟部國際貿易局、經濟部貿易調查委員會、財政部關政司等機關之課程協調會議。

◎10月17日陳科長俊廷參加國際經貿策略聯盟布局工作小組智慧財產權工作分組會議。

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
開放時間如有異動，另行公告通知

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
競爭政策及研究中心
台北市北平東路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30元

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

(限向郵局窗口交寄)

雜誌