

NO **121**

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1月號

► 專題報導

德國競爭法數位平臺管制發軔與發展
(上)

► 焦點案例

- ▣ 工會團體訂定參考價目表，公平會認定違法
- ▣ 經銷合約之限制爭議，未必違反公平交易法
- ▣ 聯合行為，停！看！聽！
- ▣ 閃電標章未到手，就進行廣告宣稱！不實遭罰！
- ▣ 「市售唯一」要有依據，查清楚避免受罰！

► 國際動態

- ▣ 美國廢除有關「競爭者合作聯盟處理原則」
- ▣ Cochlear與Oticon結合案－英國醫療器材事業結合案簡介

► 公平交易統計

主動調查案件統計

► 會務活動

民國113年11、12月份會務活動一覽

► 國際交流

民國113年11、12月份國際交流一覽

德國競爭法數位平臺管制發軔與發展(上)

■ 演講人：林家暘助理教授
(輔仁大學法律學院)

德國限制競爭防制法（Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen，下稱GWB）核心的修法內容有5個面向：市場界定、市場力、濫用市場力的行為類型、相對性市場力量方面規定、新增之禁止命令管制機制。特別值得關注的議題有四：一為關於個人資料保護與競爭法的相互關係，2023年7月份歐盟法院的判決，認為歐盟個人資料保護規範可作為判斷濫用市場力量的考量要素。二為一般限制競爭規範與德國新增的禁止命令管制之間關係，此使競爭法原本的單純事後管制的性格，增加了提前管制規定，至於原本的一般濫用行為管制與禁止命令管制之間的關係，本文則以自我偏好之行為類型來做說明。三為德國聯邦卡特爾署（Bundeskartellamt，下稱BKartA）適用禁止命令管制的情形，即屬GWB第19a條的案件。四為德國的競爭法GWB跟數位市場法（Digital Markets Act，下稱DMA）二者之間管制範圍內容重疊，應如何適用之問題。在德國學術文獻不斷陸續出爐之下，本文統整當前文獻，分析德國競爭法數位平臺管制之法律改革，進而嘗試提出個人見解。

一、德國限制競爭防制法「GWB 4.0.」修法緣起

德國對於數位經濟議題所進行的法律改革，起源於幾個重要的先行研究成果，依序論述如下：

(一) 研究計畫

2016年BKartA面對數位經濟議題提出的市場力量分析

報告（下稱《市場力報告》）當中，將平臺視為一種整體性的市場力量檢驗概念，而不單單受限於網際網路經濟活動，故不將傳統、典型平臺從討論範圍中排除。亦即《市場力報告》公開說明「平臺」與「網站」的市場界定與市場力判斷。

2018年德國聯邦經濟與能源部（Bundesministerium für Wirtschaft und Energie，下稱BMWi）委託Heike Schweitzer等競爭法專家學者提出《具備支配市場力量之事業濫用市場力量行為監理法制現代化研究》（下稱《現代化研究》），討論現行禁止濫用市場力量條款能否因應數位經濟的衝擊，繼而尋找並定義數位平臺可能濫用市場支配力量的行為類型，所獲結論是行為管制仍存在規範漏洞，干預應及早，尤其修正相對性市場力量條款，在還沒有形成支配市場力量之前，競爭監理機關即進場進行管制，具有最高的參考價值。

2019年BMWi召集Heike Schweitzer等競爭法專家學者提出《因應數位經濟之新競爭框架》報告，作為德國獻策給歐盟之建議書，該報告建議對數位平臺制定專門行為規章（法規命令），開啓德國對競爭法進行改革。德國立法者又借鏡英國於2019年《開啟數位競爭》（又稱為Furman報告）揭示「戰略市場地位」（strategic market status）之概念¹，成為GWB第19a條規制對象「具備優越性跨市場意義之事業」的理論基礎，使BKartA得以命令對其禁止特定行為。

(二) GWB因應數位經濟，改革著重在濫用市場力量相關條款，回應兩個挑戰

濫用市場力量條款與事業結合管制二者之間有連動關係，如果前者足以充分應付數位經濟而生之管制難題，則競爭監理機關無須強行動用後者的結構管制，其間存在一個先後關係。因此，德國GWB修正重點擺在濫用市場力量相關條款，事業結合管制雖有更動，但相對而言不多，且修法成果主要是因應兩個挑戰。

1. 挑戰之一：如何透過法律，明確化平臺作為市場力的檢驗概念

數位經濟的特性是網際網路使資訊擴展速度變快、搜尋與交易成本降低，網路使用者能透過搜索、歸類、評價等功能以獲得或提供必要之交易資訊，平臺即為實現此等資訊與媒合的功能。在經濟學分析中，平臺通常等同於「雙邊或者多邊市場」，成為網際網路的主流型態，存有多邊（不同目的）使用者族群，以及中介者（平臺營運者）。《市場力報告》將平臺視為一種整體性的市場力量檢驗概念。

其他族群繼續使用平臺是自己使用平臺之關鍵因素，源自平臺為多方使用者之匯聚場域，使用者之間存在間接網路效應。若使用者族群將因網路效應而擴大或受益者，稱為積極之間接網路效應；反之，因網路效應而縮減者，稱為消極之間接網路效應。

再者，若以不同使用者族群之間的影响強度，則可分為相互影响之間接網路效应

¹對於具備「戰略市場地位」之事業課以遵守相關行為準則（code of conduct）之義務。相關論述請參見：林家陽，「德國限制競爭防制法（GWB）強化數位平臺管理之路—兼論公平會數位經濟競爭政策白皮書」，《公平交易季刊》，第31卷第3期（112/7），頁109-164。

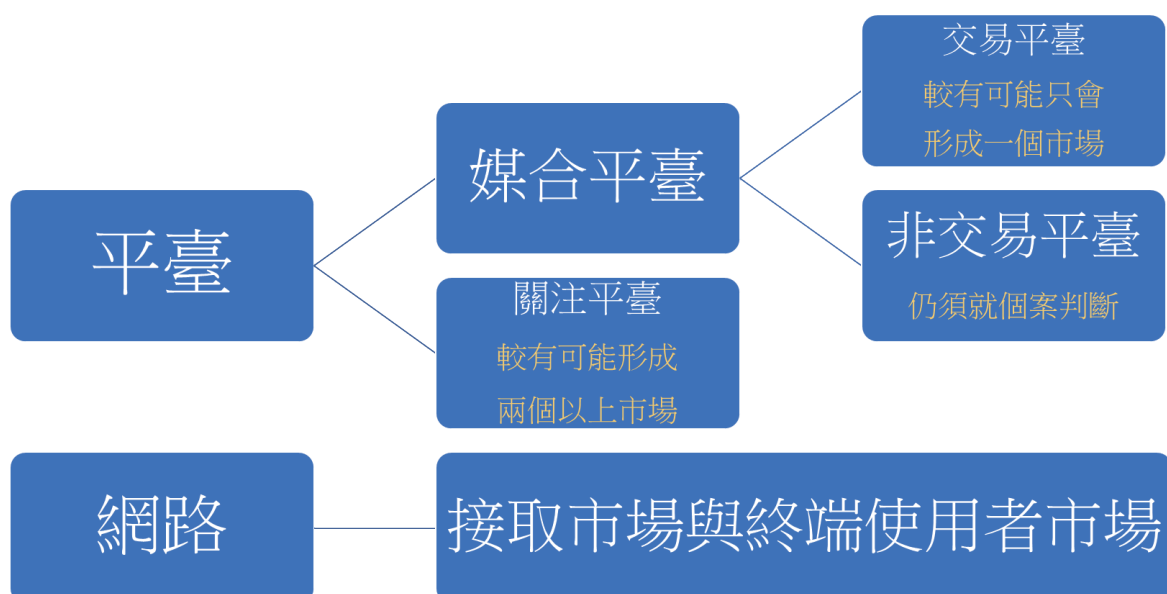
(wechselseitige wirkende Netzeffekt) 與單向(不對稱)之網路效應 (einseitige oder asymmetrische Netzeffekt)，前者指不同使用目的之族群之間有緊密影響關係；後者指一邊族群對另一邊來說是關鍵，但是另一邊覺得無所謂。

BKartA認為，間接網路效應屬於網際網路基礎的服務常態，必須將相互影響與單向的網路效應皆納入觀察；平臺實現直接互動方面，則將會涉及到是否應將中介服務單獨認定為一個市場，而須與其上運作之商業市場作區隔。

BKartA認為，運用傳統需求市場 (Bedarfsmarktkonzept) 概念已經足夠評價雙(多)邊市場的間接網路效應，並正確界定平臺市場，不太需要重新提出新方法，只須在修法的過程當中，提出一些判斷的要素，讓競爭監理機關能夠有明確的法規範可以遵循。

BKartA將平臺區分為媒合平臺 (Matching-Plattform) 與關注平臺 (Aufmerksamkeitsplattform)，其中媒合平臺又區分為交易平臺 (Transaktionsplattform) 與非交易平臺 (Nicht-Transaktionsplattform)。在媒合平臺上，多邊使用者族群會產生直接互動，但是這種互動強度會有差異：交易平臺上，多邊使用者族群追求共同目的，也就是彼此之間直接達成交易的機會，較有可能只會形成一個市場；非交易平臺仍須就個案進行判斷。而關注平臺可理解為一種可以使一邊使用者獲得另一邊使用者關注力之平臺，比較有可能會形成兩個以上的市場。至於網路涉及電信法之電信市場管制，分成接取市場與終端使用者市場。依服務目的而進行之平臺歸類，僅可當市場界定參考，而不是市場界定之標準(整體圖示如圖1)。

圖1 平臺類型



資料來源：BKartA, “Macktmacht von Plattformen und Netzwerken,” B6-113/15 Arbeitspapier, S. 23 (2016).

2.挑戰之二：如何填補「市場行為規範漏洞」

平臺的市場力量有3個：一為「創制者」掌握資料與秩序形塑權力，對於平臺上市場活動產生調控效果；二為「守門人」決定其他事業能否進來平臺，對此可要求一些交換條件，尤其資料；三為「凝聚力量」發展出獨立的數位生態系，藉由平臺之市場力延伸到相關服務市場，例如：Google從搜尋服務做到Google Map、再一路做到網路硬碟，逐漸形成單一的Google帳號就可以運用Google相關家族的服務，且Google利用資料交換創造出更強大的服務效能，無競爭對手能望其項背。因此，數位平臺具有潛力，形成一種跨市場的優勢力量，與過往供給者、需求者市場力量概念的最大差異，即非以「(單方)價格決定能力」作為支配市場地位的核心特徵，而是一種新型態的「中介者力量」。

市場力量特性使得現行競爭法規範，面臨平臺中介服務的3種依賴性：一為「資料依賴性」，平臺掌握資料，相鄰市場或競爭事業可能有賴於其提供資料才能營運，尤其是商業客戶對於平臺資料的取得存有依賴

性；二為「資料挪用機會」，平臺掌握資料，將平臺上資料挪給自己的上、下游服務部門利用，例如：德國線上票務系統資料透過收集分析的結果，提供給自家與有合作關係的活動策劃者以獲取最大的利益，競爭對手拿不到相關票務資料或是需購買資料，而處於相對弱勢的地位；三為「中介服務依賴性」，拒絕提供中介服務，使相鄰市場事業難以透過平臺進行競爭活動。

如何減少上述依賴性的產生，創造市場效能競爭，從立法政策角度來思考，有3個面向予以加強：一者網路效應造成的集中化趨勢，競爭法遏止「阻礙濫用」之措施要提早介入，對於市場傾覆概念越來越被強調，與及早介入的競爭政策對應息息相關；二者相鄰或競爭事業之「資料近用請求權」應儘可能給予保障；三者針對平臺資料處理、轉移策略等行為，給予明確的遊戲規則。並在仔細進行利益權衡之下，填補新形態的平臺濫用市場力量行為的規範漏洞。

(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)



工會團體訂定參考價目表，公平會認定違法

工會團體訂定參考價目表可能構成聯合行為，應審慎注意。

■撰文＝林品好
(公平會服務業競爭處科員)

案例背景

公平會接獲民眾反映A工會訂定開鎖及配鎖參考價目表，涉及違反公平交易法聯合行為禁止規定，公平會立案進行調查。

案件事實及調查結果

公平會調查發現，A工會於民國104年時透過理事會議決議制定開鎖及配鎖參考價目表，供會員參考，之後為因應原物料價格上漲，於111年3月理事會議調漲參考價目表之價格並印製供會員索取，又於111年7月發現印製錯誤，再次印製正確版之參考價目表。另經公平會實地訪查，多數會員於營業場所確實張貼A工會111年製發之參考價目表，顯見該參考價目表為所屬會員所周知，對開鎖及配鎖服務市場已產生影響。

A工會雖表示未強制會員依開鎖及配鎖參考價目表收費，惟該等價格於市場上已形成價格基準點，影響個別會員之訂價決策，損害市場競爭機制，並已影響市場供需功能，違反公平交易法聯合行為禁止規定。

結語

公平會提醒，公會、工會或協會等各類事業團體訂定參考價目表，無論有無強制性，皆可能形成訂價參考基準，進而拘束事業訂價自由，將構成違法之聯合行為，各事業團體應特別注意，切勿觸法。

鎖匙裝修職業工會 參考價目表	
開鎖	無樣配鎖
◎房間門鎖 500元起	◎機車(五排)店內 500元
◎公寓門鎖 500元起	◎機車(五排)外出 600元
◎機車鎖 500元起	◎機車(七排)店內 800元
◎汽車門鎖 800元起	◎機車(七排)外出 900元
◎進口汽車門鎖 議價	◎機車防塵磁石丕 1000元起
(汽車開鎖種類另參考價目表)	◎汽車 1500元起
	◎晶片鑰匙 議價
遙控器拷貝	複製有樣鎖匙
◎一般遙控器 400元起	◎一般鎖匙丕(白丕) 45元起
◎滾碼式遙控器 600元起	◎六珠、A63、小半圓 100元起
◎感應卡(圓) 150元起	◎丸管、48大、大半圓、鎖王 100元起
◎防拷型感應圈 250元起	◎黑頭機車丕(一般) 60元起
複製有樣特殊鎖匙	◎黑頭機車丕(長) 100元起
◎黑頭鎖匙丕 80元起	◎黑頭機車防塵磁石丕 300元起
◎特殊高級丕 150元起	◎小十字丕 100元起
◎大力士(子母珠) 400元起	◎大十字、SB、901、603、丸管 100元起
◎高級無伸縮型 300元起	◎三翼、圓珠、卡巴等 100元起
◎高級伸縮型 500元起	◎雙梅、三度、大鎖王、五叉 150元起
◎汽車立體雕刻丕 800元起	◎汽車白丕 100元起
◎特殊雕刻 800元起	◎汽車黑頭丕 120元起
◎客戶機車丕代工(一般) 200元	◎汽車進口黑頭丕 150元起
◎客戶汽車丕代工(一般) 300元起	
◎客戶汽車丕代工(雕刻) 500元起	
(一) 外出開鎖時請客戶出示證件。	換裝喇叭鎖 700元起
(二) 外出以本店二公里為限，超過路程酌收服務費。	安裝新鎖 請先議價
(三) 師傅已到達約定地點而不需服務時，請付車資300元。	
(四) 依店家營業時間外(含假日、夜間)加成。	

(圖片來源：公平會)

經銷合約之限制爭議，未必違反公平交易法

上下游事業間約定之經銷條件多端，合約無法維持，不見得違反公平交易法第9條及第20條規定。

■撰文＝蔡聰勇
(公平會製造業競爭處專員)

案例背景

A公司檢舉，B公司係提供醫師進行關節置換手術時所使用機器手臂之供應商，二公司間原有經銷合約關係，疑似拒絕開立銷售許可授權書等情事，涉及違反公平交易法第9條及第20條規定。

公平交易法第9條規定部分

依公平交易法第8條第2項規定，上一會計年度事業總銷售金額未達主管機關所公告之金額者，不列入獨占事業之認定範圍。經查上一年度B公司未達公平會所公告20億元之銷售金額門檻；且病患如需進行關節置換手術，可自行選擇由醫師徒手實施或是由醫師以機器手臂進行手術，並無技術上之限制而產生依賴性，難謂有公平交易法第8條第3項所稱「足以影響市場供需可排除競爭能力」之情形。依現有事實，B公司非屬公平交易法所稱之獨占事業，故無論究是否違反公平交易法第9條規定之必要。

公平交易法第20條規定部分

公平交易法第20條第1款部分：A公司指稱B公司與其下游客戶接觸，促使前揭客戶拒絕與A公司交易。惟查，原先與A公司有交易關係之下游客戶甲，未延續雙方關係之原因，係A公司

在與甲議約過程中，要求甲購買機器手臂(雙方原為租賃關係)，變更先前交易條件，導致雙方續約未成；而下游客戶乙則表示，與A公司合約到期後，原想商議新約，多次致電均未獲A公司回復，且考量A公司授權經銷期限已屆滿，倘與B公司簽約，可獲原廠授權等因素，而改與B公司簽約。是以，該等下游客戶改與B公司簽約有其各自考量因素，難認B公司有為損害A公司，促使前揭業者拒絕與A公司交易，而涉有杯葛情事。

公平交易法第20條第2款部分：查A公司原為B公司之獨家經銷商，B公司依原經銷合約規定，若經銷商未履行相關義務(如達成業績目標)，得自行指定其他經銷商，並將獨家經銷轉為非獨家經銷。B公司係因A公司未達業績目標，且後續雙方商議續約不成，於原經銷合約到期後，改由自身銷售機器手臂，另與其他公司簽約經銷耗材。無論A公司依原獨家經銷合約之商品或服務範圍，或是後續議約之經銷條件(AB雙方最終未達成共識)，均與B公司待AB雙方合約終止後，另與其他公司簽訂關於「耗材銷售」之經銷合約內容不同。故非公平交易法第20條第2款所規範，就同一商品或服務給予不同交易條件之差別待遇行為。

公平交易法第20條第3款部分：經公平會就

所提證之資料分析，以A公司及B公司(包括經銷商)分別與下游客戶之交易價格比較，B公司並未以低於成本或顯不相當價格提供機器手臂及耗材，尚難認有違反公平交易法第20條第3款規定情事。

結語

本案依現有事證，尚難認B公司違反公平交易法第9條及第20條規定。



聯合行為，停！看！聽！

同業公會服務會員的方式有很多，但不要訂定收費標準給會員參考。

■撰文＝林詩穎
（公平會製造業競爭處科員）

前言

國內銷售機車業者眾多且經銷之機車品牌不一，多數業者除銷售機車外，均有從事維修業務，機車維修費用常成為消費爭議所在，公會會員希望公會可以訂定參考價格，另法院在處理車禍的民事糾紛時，亦希望公會以第三方角度提供維修價格參考，公會訂定收費標準係基於服務會員，減少消費爭議，並不知此舉違反公平交易法。

案例背景

A公會於民國109年6月理監事聯席會議，制定機車維修工時工資、機車檢修與估價收費、道路救援、噴射引擎電腦維修診斷校正、燃油噴射系統清潔大保養等收費標準，並於同年會員大會製發公告發送給會員，迄至113年6月函知會員撤下公告。

案件事實及調查經過

公平會調查發現，A公會會員數占所在地區機車維修市場比例達5成以上，其稱訂定收費標準，起源於會員的消費糾紛，會員反映希望公會可以訂定參考價格，另法院在處理車禍的民事糾紛時，亦希望公會以第三方角度提供工料分開之

價格參考，故理監事參考原廠維修定價並蒐集其他縣市之價格，再考慮所在縣市的營業成本，於109年6月理監事聯席會議做成決議。

A公會雖稱訂定相關收費標準，係減少消費糾紛並提供處理車禍民事糾紛時參考，且會員可自由訂價，相關收費標準並無拘束力，惟查，於網路公開資訊可以尋得其會員張貼該公告作為收費參考，顯見公會公告之價格於市場上已成為業者訂價參考之基準點，倘消費者欲比價，可能因價差有限而削弱其蒐集比價之誘因，縱A公會稱未強制會員依該公告標準收費，惟該等價格於市場上已具定錨效應，影響個別會員甚或未加入公會之業者訂價決策，有悖市場競爭機制，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，公、協會等各類事業團體訂定收費標準，無論有無強制性，都很有可能形成市場訂價之參考基準，進而拘束事業訂價自由，有構成違法聯合行為之可能，各公、協會團體應該避免。然為使機車維修價格透明，各業者可以自行在營業場所揭示收費價格，並於檢修前向消費者說明相關費用估價情形，以減少消費爭議。 

閃電標章未到手，就進行廣告宣稱！不實遭罰！

電動輔助自行車因為加裝了電池，所以踩踏板時比較省力，已是現今相當方便的短程代步工具，但必須取得車輛安全審驗中心之審驗合格證明，並黏貼合格標章後，才可行駛於道路。

■撰文＝黃麗明
(公平會公平競爭處視察)

案例背景

A公司於網站銷售電動輔助自行車，廣告宣稱「具台灣合法上路閃電標章」，惟該電動輔助自行車於刊載廣告時，尚未取得閃電標章。

電動輔助自行車尚未取得閃電標章即廣告宣稱「具台灣合法上路閃電標章」，違反公平交易法

經公平會調查，A公司於網站銷售電動輔助自行車，自民國112年4月至11月廣告宣稱「具台灣合法上路閃電標章」，予人印象為案關商品已取得審驗合格之閃電標章，購買後即可合於交

通法規騎乘於道路。惟查，該電動輔助自行車係於112年11月始取得交通部核發之「電動輔助自行車型式安全審驗合格證明」，是案關商品廣告期間宣稱「具台灣合法上路閃電標章」，已屬虛偽不實及引人錯誤的表示，違反公平交易法第21條第1項規定。

宣稱取得閃電標章應有所依據

電動輔助自行車有無取得閃電標章，是影響消費者對電動自行車進行交易的決定因素，業者廣告宣稱已取得閃電標章、合格標章等內容，應注意廣告資料的正確性，以免觸法。

微笑元素新聞稿圖檔



UDX 極簡霧灰銀

商品編號：UXBS2304-SV02

售價：NT\$69,990 / 輛

產品簡述：

靈感來自BMX自由奔放的精神，打造出「靈活操控 x 舒適騎乘」的全新車款，包含了以下三大亮點：高強度幾何車架設計、前後穩定全避震、壓力分散式減震坐墊，在強調個人化體驗的時代，UDX的現身無疑是為每個騎行者提供更輕鬆的出走選項。

- 電力輔助可達約65KM
- 取得歐盟專利認證
- 具台灣合法上路閃電標章
- 成車包含鋰電池，不含其他配件
- 於下訂日起算60個工作日可出車

「市售唯一」要有依據，查清楚避免受罰！

使用「首創」、「唯一」等最高級用語連結客觀陳述，應注意是否有相關依據，以免造成誤認而有違法之虞。

■撰文＝陳建宇
（公平會公平競爭處視察）

案例背景

W公司於募資平臺銷售「天鷹座 減壓泰坦包」商品，廣告宣稱「全球首創！放的下安全帽的後背包」、「市售唯一裝得下安全帽的後背包」，但其他網站也有銷售同類商品。

廣告宣稱「市售唯一」裝得下安全帽的後背包，但市面上也有同類商品有此設計功能

前述商品廣告宣稱讓人認為市場上僅有W公司所銷售的後背包具有寬敞設計功能，其容量空間足以裝得下安全帽。但經公平會調查後發現，市面上尚有同類商品亦具有大容量空間可供放置

安全帽。所以，W公司在廣告上宣稱「全球首創」、「市售唯一」並非事實，此將使消費者產生錯誤的認知或決定，對其他競爭同業形成不公平競爭，已屬廣告不實，違反公平交易法第21條第1項規定。

業者應確保廣告內容與實際相符

公平會提醒，業者若在廣告上強調「首創」、「唯一」此種最高級用語連結客觀陳述，應該有具體客觀資料來佐證，如果只是說明自身商品款式、LOGO圖案等特色，則應說清楚、講明白，避免造成誤認。



台灣 \ 群眾集資 \ 時尚
提案人

【**減壓泰坦包** | **全球首創！放的下安全帽的後背包**】

目標 NTS 100,000

4400% **NT\$ 4,400,380**

1,928人 5天

從上班通勤背到出國旅行，一款能滿足所有日常需求的包包【**減壓泰坦包**】，無論是安全帽、籃球還是17吋筆電都能輕鬆放入，運動、休閒、商務、旅遊有它就夠

募資期間 2023/08/17 12:00 - 2023/09/21 02:00

市售唯一
裝得下安全**帽的後背包**

（圖片來源：公平會）

美國廢除有關「競爭者合作聯盟處理原則」

美國聯邦交易委員會(FTC)與司法部(DOJ)於2024年12月11日公告廢除2000年「競爭者合作聯盟處理原則」，有關事業合資行為相關之安全區(Safety Zone)條款亦隨之失效。

■撰文＝楊哲豪
(公平會綜合規劃處視察)

有關2000年「競爭者合作聯盟處理原則」

2000年4月美國FTC與DOJ聯合公告「競爭者合作聯盟處理原則(Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors)」¹，對於競爭者之間的協議，包含合資、策略聯盟或其他合作之行為提出競爭法上的分析框架，提供事業與其他競爭者合作時參考。

其中該處理原則第4章有關Antitrust Safety Zones一節²提到，競爭者間的合作行為經常有利於競爭，也因此處理原則中設立「安全區」(Safety Zones)，對於合作行為之參與者如果在所涉相關市場之市場占有率合計不超過20%，或除該合作以外，另涉及3個以上的獨立研究單位時，競爭法主管機關將預設該等競爭者所為之合作行為不會對於案關市場造成不利影響。不過應特別注意的是，該安全區所稱之「合作行為」，並不包含核心卡特爾(hard core cartels)，如相互約定價格、圍標，以及協議分配顧客或銷售區域等。

處理原則之廢除理由及趨勢

雖然該處理原則之制訂對於競爭者之間的合作行為提供了相當明確且可預測的指引，尤其對於事業之間的合資行為(joint venture)。不過美國FTC與DOJ在本次廢止該處理原則之共同聲明³中即指出，該處理原則於實行20多年後，法院實務對於水平事業之間合作行為是否違反競爭法已有相當程度的闡釋，例如NCAA v. Alston、American Needle Inc. v. NFL、Texaco Inc. v. Dagher、Deslandes v. McDonald's USA, LLC以及United States v. American Airlines Grp等案件，而該處理原則所依憑的政策聲明也部分已經過時或遭到廢除，因此上述事業合作行為的安全區條款已不適用於當前之政策環境。考量人工智慧、演算法定價等新型態科技對於商業型態造成之改變，該處理原則已不再具有提供事業指引之功能，故FTC與DOJ決議予以廢除。

而此次美國FTC與DOJ廢除與安全區條款相關的處理原則亦非首例。在2023年2月美國FTC與DOJ所廢除之「有關醫療保健產業反托拉斯執行政策宣言(Statements of Antitrust Enforcement Policy in Health Care)」⁴，其中即有包含醫療產業在結合、合資以及資訊交換等合作行為之

¹ https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_statements/300481/000407ftcdojguidelines.pdf

² 同註1，頁25至27。

³ https://www.ftc.gov/system/files/ftc_gov/pdf/v250000collaborationguidelineswithdrawalstatement.pdf

⁴ https://www.ftc.gov/system/files/attachments/competition-policy-guidance/statements_of_antitrust_enforcement_policy_in_health_care_august_1996.pdf

安全區條款，而同時FTC與DOJ廢除之「有關ACO產業參與共享和節省醫療保險費用計畫反托拉斯執行政策宣言」(Statement of Antitrust Enforcement Policy Regarding Accountable Care Organizations Participating in the Medicare Shared Savings Program)⁵，亦有對於安全區條款之相關規定。在本次FTC與DOJ廢除競爭者合作聯盟處理原則之聲明中即指出，對於事業之合作行為，在該處理原則廢除後應回歸相關法令及案例法規定，而未有替代或重新制訂之處理原則。

美國FTC以3:2通過廢除「競爭者合作聯盟處理原則」之提案

不過值得注意的是，此次並非美國FTC全數委員均同意廢除「競爭者合作聯盟處理原則」，而是以3比2一票之差通過提案⁶。反對廢除該處理原則的委員包含2024年甫經新任美國總統當選人宣布將提名為美國FTC下任主任委員之Andrew N. Ferguson先生，其在反對聲明⁷中表示，雖然肯認FTC應適時檢視各項處理原則的適切性，以促進執法透明度及可預測性，不過考量到新任總統即將就任，美國FTC現階段應處於看守時期而非增刪或修正更多的處理原則，故予以

反對；而另名投下反對票的委員Melissa Holyoak女士則進一步指出，該處理原則廢除後並未有其他接替之處理原則，甚至也沒有揭示未來是否有重新制訂處理原則之規劃，此將使事業無所遵循，故予以反對⁸。

結語

此次美國FTC與DOJ雖決議廢除「競爭者合作聯盟處理原則」，連帶使事業間合作行為之安全區條款不再具有效力，惟從近期美國FTC陸續廢除安全區條款相關處理原則之趨勢，本次廢除應當屬該趨勢之一環。不過對於處理原則廢除後究係是直接回歸相關法令及案例法規定，抑或後續FTC與DOJ將另行制定替代之處理原則，在本次FTC與DOJ的共同聲明中雖未有具體說明，但從美國FTC少數委員的反對意見中可以發現，其內部對於廢除後未有替代處理原則之做法並非全然沒有意見，而被提名為新任主任委員Andrew N. Ferguson先生雖主要是以看守期間不應對於處理原則做出任何變動為由反對本次廢除提案，但亦肯認適時檢討處理原則之必要性，以及處理原則可增進政策透明度及可預測性之效果。因此後續美國FTC與DOJ在新任主委上任之後，是否將重新制訂相關處理原則，值得持續觀察。 

⁵ <https://www.justice.gov/d9/atr/legacy/2011/10/20/276458.pdf>

⁶ <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2024/12/ftc-doj-withdraw-guidelines-collaboration-among-competitors>

⁷ https://www.ftc.gov/system/files/ftc_gov/pdf/collaborations-guidance-withdrawal-ferguson_-statement.pdf

⁸ https://www.ftc.gov/system/files/ftc_gov/pdf/bedoya-statement-regarding-withdrawal-collaboration-guidelines.pdf

Cochlear與Oticon結合案－英國醫療器材事業結合案簡介

英國競爭與市場管理局評估本案結合後可能對骨導式助聽解決方案等市場產生實質減損競爭，於衡酌行政成本及市場干預程度等因素後，採部分禁止之結構管制措施。

■撰文＝張志弘
(公平會資訊及經濟分析室視察)

前言

Cochlear Limited(下稱Cochlear)於2022年5月宣布以約1億英鎊收購Demant A/S(下稱Demant集團)旗下之聽力植入業務部門Oticon Medical(下稱Oticon)。由於此結合案可能導致骨導式助聽解決方案(Bone Conduction Solutions; BCS)產品之競爭受到影響，英國競爭與市場管理局(Competition and Markets Authority, 下稱CMA)受理本結合案並展開調查¹。

CMA於第一階段調查後，認為此收購案可能導致BCS產品市場之實質減損競爭(substantial lessening of competition)，因此於2022年12月決定進入第二階段調查。本案於2023年6月公布最終報告，認定該收購案將限制BCS產品市場之競爭，並採取部分禁止(partial prohibition)之結合決定及相關矯正措施。本文簡介CMA於本案所進行之相關市場界定、限制競爭影響效果評估以及結合矯正措施。

本案背景

Cochlear係位於澳洲雪梨之醫療器材公司，專門製造和銷售聽力裝置，主要產品為BCS及人工耳蝸(Cochlear Implants; CI)²。2021年Cochlear於英國市場等其他國家之市場銷售，全球營業額加總達8.78億英鎊。Demant集團係位於丹麥之全球性聽力保健及科技集團，旗下子公司Oticon專注於聽力植入裝置之開發、製造和銷售，包括BCS及CI。此外，Demant集團之業務範圍還涵蓋助聽器、聽力保健、聽力診斷產品，以及在企業、遊戲和空中交通管制等領域之音訊處理。

聽力改善產品主要有BCS、CI、助聽器、中耳植入物等³，其中與本案較有關的產品BCS係用於治療傳導性、混合性及單側聽力喪失的輔具。它透過聲音處理器將聲音轉換成振動，並直接傳導至內耳，藉此繞過受損的聽覺部位。BCS可分為3種類型：被動式BCS是依靠外部轉換器產生振動，通過內部植入物傳送到內耳；主動式BCS則是使用內部植入物或轉換器來產生必要的振動以刺激內耳骨骼產生聲音；另有專門用於無法進行手術的兒童之非手術式BCS。

¹ 相關調查法規依據為section 33(1) of the Enterprise Act 2002。

² CI係電子植入裝置，用來取代病患受損的內耳或耳蝸，其運作原理是直接刺激聽神經，與一般放大聲音之助聽器不同。

³ CMA報告將助聽器、中耳植入物等產品歸類為其他聽力解決方案(other hearing solutions)。

近年BCS產品在英國歷經重要之技術演進。2012年MED-EL UK Limited(下稱MED-EL)公司首度推出主動式BCS產品，並於2019年推出第2代系統。Cochlear隨後也開發出主動式BCS產品Osia投入市場競爭。此顯示出BCS產業具有仰賴技術創新之競爭特性。

從市場數據觀察，雖然主動式BCS之銷售量在2019年至2022年間成長超過300%，但被動式BCS之年度銷售量仍明顯領先。2022年主動式BCS植入物的市場占有率為10%至20%，相較2020年之5%至10%呈現成長，但仍不普及。另就市場結構而言，Cochlear和Oticon是英國BCS市場之主要供應商，2022年兩者合計市占率高達90%，其他競爭者則為MED-EL。

上述BCS供應商主要採取批發模式銷售BCS產品，且主要銷售予英國國民保健署(National Health Service，下稱NHS)，其餘則銷售予私人醫院、零售商或個人患者。Cochlear表示，此次收購主要著眼於擴大營業規模以投資聽力植入技術及臨床試驗，期望藉此提升大眾對聽力植入的認知和使用率，同時為患者提供更適切之臨床解決方案，確保使用Oticon產品之患者可獲得長期之技術支援服務。

相關市場界定

一、產品市場

CMA衡酌參與結合事業產品重疊及市場競爭情形後，將本案產品市場界定為「BCS產品市場」，其考量依據如下：

- (一) 參與結合事業之內部文件：Cochlear之內部文件顯示其在BCS產品市場之最主

要競爭對手是 Oticon及MED-EL，至於其他聽力解決方案之競爭壓力則相當有限；Oticon之內部文件也顯示，該公司亦將Cochlear、MED-EL視為其在BCS產品市場之最主要競爭者，而其他聽力解決方案則較少被提及。

- (二) 問卷調查資料：根據CMA對診所之問卷調查，在選擇BCS產品時，診所認為最重要之考量因素是產品是否適合解決特定患者之聽力損失問題，其次是產品的可靠性和性能。多數診所表示，當某一廠商的BCS產品無法使用時，通常會選擇其他廠商的同類型產品作為替代方案，亦即被動式BSC產品會替換為被動式、主動式BSC產品仍會替換為主動式，而較少考慮跨類型替換或採用其他聽力解決方案。但CMA認為此一情形僅反映出基於患者需求之特定選擇，並不影響被動式及主動式BCS產品屬於同一相關市場之認定。此外，問卷調查結果也指出，一般助聽器非良好之替代方案，因為通常是使用過標準助聽器但效果不佳的患者才會轉換使用BCS產品。

- (三) 供應廠商方面：供應商必須通過NHS制定之標準才能進入NHS系統供應BCS產品。而觀察最近一次的投標內容，只有Cochlear、Oticon和MED-EL等3家供應商參與投標，顯示該市場主要競爭者有限。又NHS表示，該機構致力於讓診所所有更多可供選擇之供應商，且各地區之採購單位都認為確保Cochlear和Oticon都能在採購範圍內非常重要，倘

任何一家公司無法供貨，都會對患者造成重大影響。

(四) 綜上，CMA自參與結合事業之內部文件、問卷調查資料、供應廠商等因素判斷，產品市場應劃為「BCS產品市場」。

二、地理市場

CMA將本案地理市場界定為英國全境。雖然英國各地區（英格蘭、蘇格蘭、威爾斯和北愛爾蘭）之採購供應時間有所差異，但從整體競爭型態來看，仍應視為單一地理市場。首先，就採購流程而言，雖然英國各地區各自負責其BCS產品之採購，但運作方式大致相似。且參與結合事業之內部文件資料顯示，渠等在評估市場競爭狀態時，多以英國整體市場為考量。且主要供應商Cochlear、Oticon和MED-EL於各地區之競爭態勢也相當一致。故基於上述理由，CMA將地理市場界定為英國全境。

限制競爭效果評估

CMA對本案之限制競爭效果評估著重於是否會透過消除重要競爭對手，使結合後事業有能力且有誘因降低其競爭程度。CMA主要關注以下面向：

(一) 市場結構：本案參與結合事業在英國BCS產品市場具有相當優勢地位。2022年Cochlear和Oticon之市占率合計達90%以上。至於市場上主要競爭對手MED-EL之市占率僅有5%至10%，且近4年來其市占率始終未超過10%。

(二) 替代程度：Cochlear和Oticon係具緊密替代程度之競爭對手。自雙方內部文件顯示，2家公司於評估市場競爭時都將對方視為最主要的競爭對手。此也自診所之問卷調查結果可稽，當Cochlear之BCS產品無法使用時，診所通常會選擇Oticon之同類型產品作為替代，反之亦然。

(三) 創新影響：依據內部文件顯示Oticon正在開發名為Sentio之主動式BCS產品Sentio，並計劃於英國推出。渠認為該產品在某些方面會優於現有之主動式BCS產品。但自Cochlear的內部文件顯示，該公司認為Sentio將與其產品Osia競爭，因此將Sentio視為競爭威脅並採取因應措施。是以，結合後可能影響市場創新程度。

(四) 參進障礙：自2012年MED-EL進入市場以來，雖然BCS產品市場之產值仍持續成長，但英國卻仍僅有Cochlear、Oticon和MED-EL等3個主要市場參與者。此外，其他業者指出，若欲參進市場，仍需開發全新之解決方案才能與現有業者競爭，使得參進市場相當困難。

(五) 議價能力：雖然NHS是BCS產品的主要採購者，但其議價能力主要取決於可替代供應商之數量。本案若允許結合，將使市場上主要供應商從3家減少為2家，遑論減少為2家後，Cochlear和Oticon將由最緊密之競爭對手關係，轉為同屬一間事業。因此，結合

後NHS之議價能力可能受到削弱。

(六) 綜上所述，CMA認為本結合案可能導致英國BCS產品市場之實質減損競爭，進而造成患者面臨價格上漲、選擇減少、品質下降或創新程度降低等不利影響。

結合決定與矯正措施

CMA在完成競爭評估後，認定本結合案將導致英國BCS產品市場之實質減損競爭。為解決此限制競爭疑慮，CMA考量財報資料顯示BCS業務具良好之營運能力，其營收穩定成長，且2022年較2021年呈現成長。其次，BCS

業務和CI業務具有可分離性，因2項業務僅具有有限之營運整合，如部分員工及設施共用，至於在智慧財產權方面，專屬於各業務之智慧財產權亦可明確區分。基於以上理由，CMA做出禁止Cochlear收購Oticon之BCS業務，但允許收購其CI業務之決定⁴。

為確保結合決定之有效執行，CMA要求指派獨立專家協助業務拆分，並審核相關協議，以確保拆分不會損及BCS業務之競爭能力。同時，CMA亦要求Cochlear於未來10年內不得收購Oticon之BCS業務，以維持BCS產品市場之有效競爭，確保患者能持續享有多元選擇、創新產品與合理價格。



⁴ 相關矯正措施依據為sections 36(2) and 36(3) of the Enterprise Act 2002。

主動調查案件統計

為建立國內公平合理的競爭秩序，公平會除收辦檢舉案、申請聯合行為案、申報結合案及請釋案外，並對可能涉及違反公平會主管法規，危害公共利益之事件成立專案調查。依據公平會統計，民國113年主動調查案件立案235件，進行審理301件（含截至112年底未結66件），另自109年至113年（下稱近5年）成立之主動調查案件累計1,274件。

113年主動調查經處理結案210件，其中作成行政處分45件，製發50件行政處分書（函），處分113家，維持處分罰鍰金額1億3,555萬元。近5年主動調查案件經處理結案計1,281件，其中作成行政處分263件，製發277件行政處分書（函），處分家數442家，維持處分罰鍰金額25億8,401萬元（表1）。

表 1 主動調查案處理結果統計

單位：件；家；萬元

年別 (民國)	立案件數	辦結 件數 (A+B+C+ D+E)	行政處分				不處分 (B)	停止 調查 (C)	其他 (D)	併案 (E)
			案件數 (A)	處分書(函)						
				件數	家數	維持處分 罰鍰 (萬元)				
總計	1,274	1,281	263	277	442	258,401	180	809	3	26
109 年	275	281	51	53	68	62,328	52	175	-	3
110 年	228	251	46	51	84	153,596	50	140	2	13
111 年	303	291	73	74	95	4,925	29	184	1	4
112 年	233	248	48	49	82	23,997	34	163	-	3
113 年	235	210	45	50	113	13,555	15	147	-	3

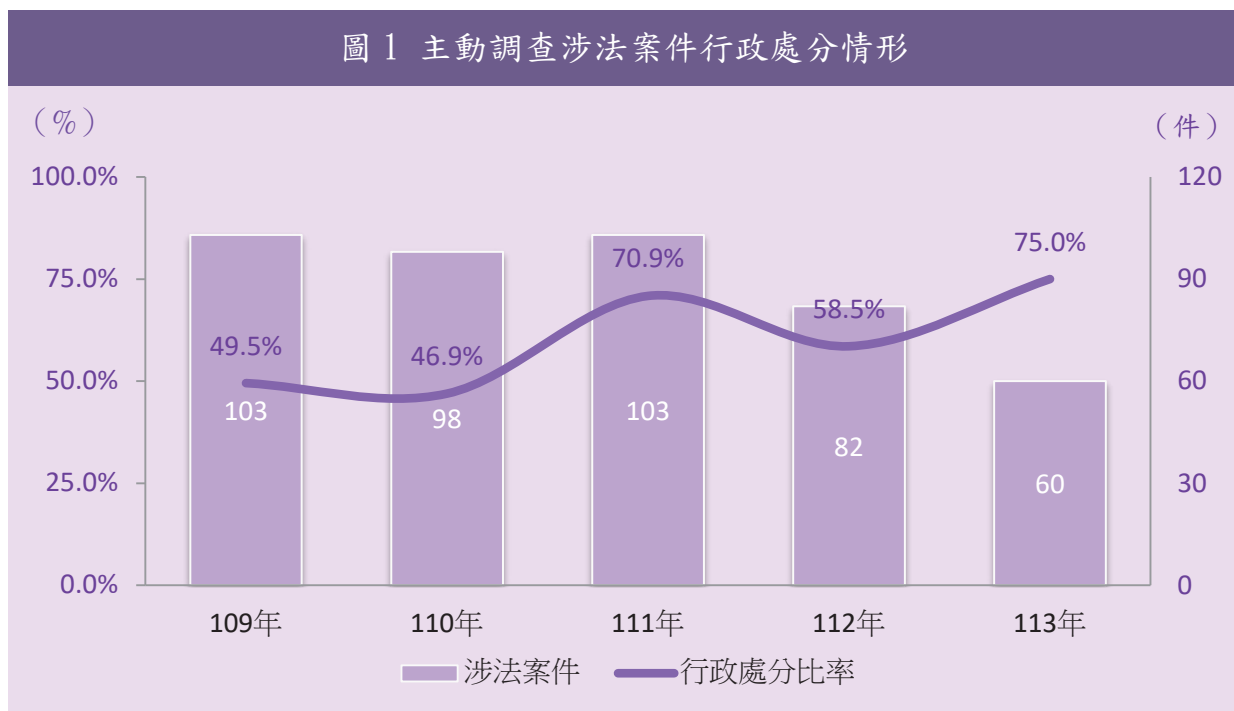
說明：1. 併案係指由不同機關移來相同案情或已有民眾檢舉而受併之案件。

2. 「其他」包括「行政處置」及「終止調查」。

3. 涉法案件包含行政處分、不處分及其他。

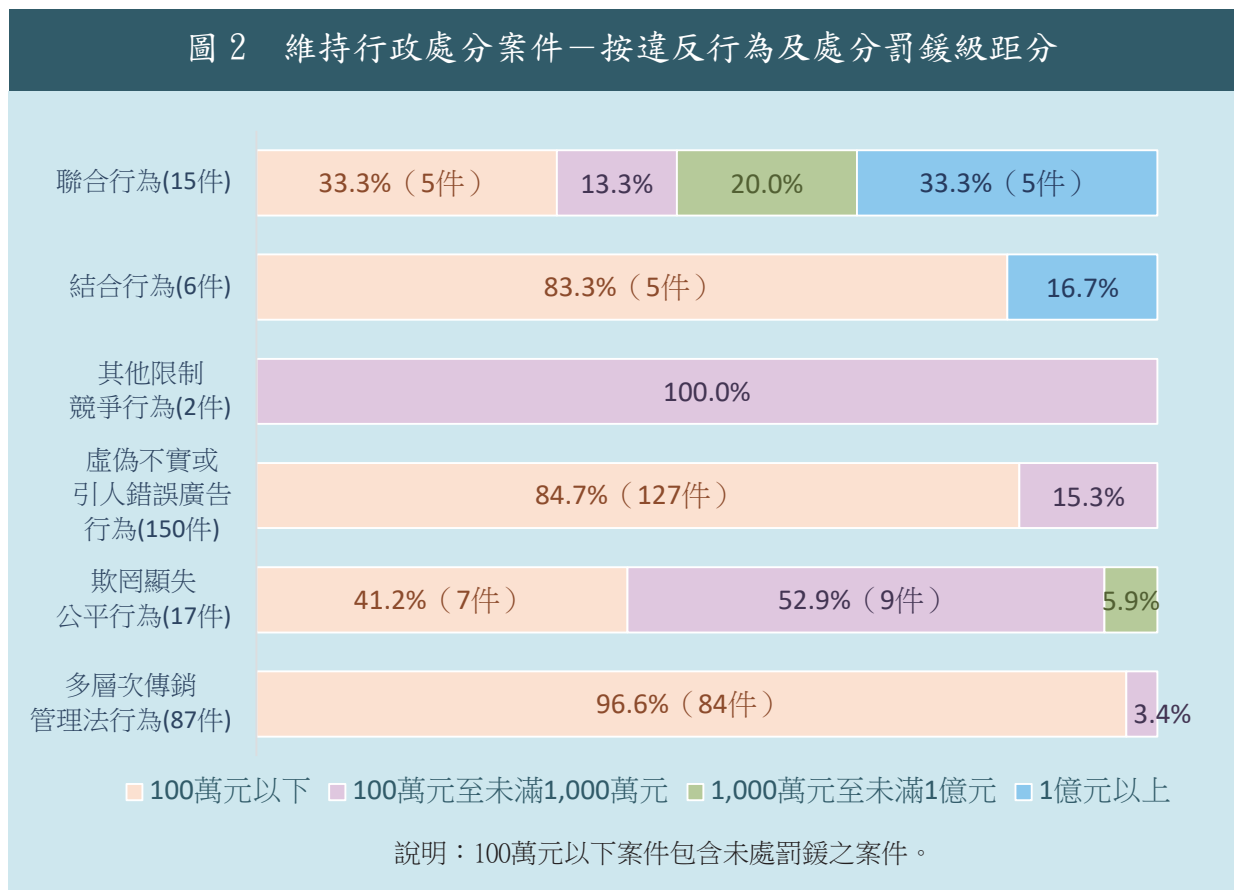
113年主動調查案件辦結210件，其中涉及公平會主管法規而進入實質審查階段（下稱涉法案件）計60件，經審理作成行政處分者45件，行政處分比率達75.0%，為近5年來最高。而近5年處理涉法案件446件，平均行政處分比率為59.0%（表1、圖1）。

圖 1 主動調查涉法案件行政處分情形



就近5年維持行政處分案件之違法行為觀察，以虛偽不實或引人錯誤廣告行為150件最多（處分罰鍰金額為100萬元以下居多，占84.7%），其次為違反多層次傳銷管理法行為87件（處分罰鍰金額為100萬元以下最多，占96.6%），而違反聯合行為處分罰鍰分佈則較為平均，100萬元以下及1億元以上之罰鍰案件各占33.3%（圖2）。

圖 2 維持行政處分案件—按違反行為及處分罰鍰級距分



民國113年11、12月份會務活動一覽

- 11月4日臺灣科技大學科技管理研究所師生參與「公平交易法與多層次傳銷管理法訓練營」活動。
- 11月15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」。
- 11月20日於高雄市辦理113年度「公平交易法聯合行為規範及案例解析」專題講座。
- 11月22日及28日分別於桃園市、高雄市辦理「聯合行為停看聽－公平交易法與公協會」宣導說明會。
- 12月10日於臺北市辦理「第31屆競爭政策與公平交易法學術研討會」。
- 12月13日於臺中市辦理「國際競爭法新視野：構建反托拉斯的遵法基石」宣導說明會。



1. 公平會於高雄市辦理113年度「公平交易法聯合行為規範及案例解析」專題講座。
2. 公平會於高雄市辦理「聯合行為停看聽－公平交易法與公協會」宣導說明會。
3. 公平會於臺北市辦理「第31屆競爭政策與公平交易法學術研討會」。
4. 公平會於臺中市辦理「國際競爭法新視野：構建反托拉斯的遵法基石」宣導說明會。

民國113年11、12月份國際交流一覽

- 11月13日至15日在臺北市辦理「2024年國際競爭網絡結合研討會」(ICN Merger Workshop)。
- 11月15日與巴拉圭國家競爭委員會簽署競爭法適用協定。
- 12月2日至6日赴法國巴黎參加OECD競爭委員會12月例會及全球競爭論壇。
- 12月12日赴韓國首爾參加「2024年首爾反托拉斯全球研討會」。



1. 公平會在臺北市辦理「2024年國際競爭網絡結合研討會」(ICN Merger Workshop)。
2. 「2024年國際競爭網絡結合研討會」(ICN Merger Workshop)與會來賓合影。
3. 公平會與巴拉圭國家競爭委員會簽署競爭法適用協定，雙方機關代表合影。
4. 公平會赴法國巴黎參加OECD競爭委員會12月例會。

詐

未成年
無刑責

NO!

少年涉詐的 民、刑事責任

14歲以上未滿18歲少年，若參與犯罪集團，獲取不法利益達1億元，依《少年事件處理法》第27條，將裁定移送地檢署，並面臨5年以上12年以下的有期徒刑！

根據《民法》第187條，少年需與法定代理人連帶負賠償責任。你涉詐，父母一起賠！

小心「終身優惠」有陷阱

業者宣稱提供的商品或服務有「終身」、「永久」或類似用語之優惠或內容，切勿輕易相信！

簽約時請注意：

1. 務必先詳細看清楚契約條款。
2. 擬參加短期補習班、健身中心、瘦身或美容服務等消費時，依相關契約規範，業者所提供的廣告都不能有「終身」、「永久」等用語或類此字樣；如發現業者有違規，請拒絕與之簽約。
3. 要評估萬一業者倒閉後的風險，再決定是否要簽約。



法規連結



行政院消費者保護處

廣告

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sweetcc331@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437

服務傳真：(02) 2397-5136

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	☐ 政府機構 ☐ 一般企業 ☐ 學術機構 ☐ 媒體 ☐ 其他		
連絡人		電話	
行動電話		電子郵件	
投稿類別	☐ 建議內容 ☐ 投稿		
附檔	☐ 文字檔 個 ☐ 圖檔 個（須為300dpi以上）		

公平交易通訊

發行人：李 鎰

總編輯：胡祖舜

副總編輯：洪德昌

編輯委員：孫雅娟、邱淑芬、王義明、吳丁宏、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1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