

# 考察報導(一)

## 參加「一九九三年太平洋區域與國際法會議」報告

兼論：一、日本獨禁法有關公正競爭規約及公法人行為之規範  
二、加入「亞洲、大洋洲獨占禁止政策會議」之可能性

朱雲鵬\*

### 壹、前言

一九九三年「太平洋區域與國際法會議（PRIL）」，於八十二年七月八日至十一日，在日本福岡一連舉行四天的會議，職奉派並報經行政院核定前往參加。本次會議中與會各國學者、代表於四天會期中，共發表了十三篇論文，分別探討亞太地區當前或未來在經濟、貿易、環境或法律方面之各項問題，職代表本會於會議中發表「競爭法實施之國際觀點：平行輸入與相關問題經濟分析」一文，並與各國學者、代表討論溝通，目的在使亞太各國更進一步瞭解，我國公平交易法實施雖僅年餘，但導正市場交易秩序已有相當成效，且執法機關公平交易委員會除了執行公平法之外，對於有關競爭法或競爭政策之問題，亦不餘遺力地進行各項研究，同時更積極爭取加入有關的國際性組織或會議，藉以吸收各國執法之經驗，促進國際間競爭政策的執行。

此行除了參加該項會議外，特別拜會日本公平交易委員會山田昭雄審議官請教

---

\* 美國馬里蘭大學經濟學博士，原任中央研究院中山人文社會科學研究所研究員，現任行政院公平交易委員會委員。

有關日本執行獨占禁止法之經驗，尤其是在處理不實廣告、標示方面的經驗。承山田審議官及本會先前派赴日本考察同仁之協助，蒐集頗多日本關於對不實廣告標示之規範、措施或所採行之作法等資料，似值得當前本會執法之參考。此外，鑒於本會積極參加國際性組織會議之政策，職並藉此機會向日本公平交易委員會探詢，本會加入「亞洲、大洋洲獨占禁止政策會議」之可能性，其結果短期內或許加入之困難度頗高，但本會似仍可秉持積極的態度，繼續爭取參加各項國際性組織的機會，加強與各國間之交流活動。

## 貳、日本獨禁法有關公正競爭規約及公法人行為之規範

### 一、不當贈品與不當表示防止法

#### (一)制訂之背景

一九六〇年代，日本國內的廣告、標示與贈品促銷活動相當混亂，業者競相以誇大不實的廣告欺瞞消費者，或以高額的贈品、獎金來吸引消費者，造成市場交易秩序之惡質化。

當時最引人注目的事件，是發生於昭和三十五年（一九六〇）之「牛肉罐頭」事件，起因是有消費者購買牛肉罐頭，發現罐頭內有蒼蠅而向東京都衛生局檢舉，經東京都衛生局調查始發現，東京及大阪地區大部分的牛肉罐頭，雖標示百分之百牛肉製成，但實際上卻是由馬肉或鯨魚肉所製成的，此一事件不僅引起廣大消費者之關切，亦讓政府當局正視不實廣告標示的問題。

有鑑於這類不公平競爭行為的猖獗，及這類不公平競爭行為又與企業的販賣銷售活動息息相關，其實施期間短、波及面廣大，加以此類相關案件數量頗多，為能迅速處理這類違法案件，乃於昭和三十七年（一九六二）制定獨禁法之特別法「不當贈品與不當表示防止法」予以規範。

#### (二)有關贈品及表示之規定

##### 1.有關表示的規範

所謂「表示」的範圍，包括商品或容器包裝上之標示、宣傳單、海報、電視、報紙及雜誌上的廣告、人員訪問銷售時之口頭說明、及現場實地示範的廣告等均包含在內。依贈品表示法第四條規定，事業就其營業提供之商品或服務，不得有下列表示：

(1)事業意圖使一般消費者誤認，於其商品或服務之品質、規格及其他內容，為較其實際情形或較有競爭關係之他事業顯著優良之表示，致不當誘引顧客而有妨礙公平競爭之虞。

(2)事業意圖使一般消費者誤認，於其商品或服務之價格或其他交易條件，為較其實際情形或較有競爭關係之他事業顯著優良之表示，致不當誘引顧客而有妨礙公平競爭之虞。除前二項規定外，若事業為與商品或服務之交易相關事項，易使一般消費者有誤認之虞的表示時，公平交易委員會得予指定，而予特別之注意。截至目前為止，基於此一規定所作之指定有五件：

(1)不含果汁成份之清涼飲料等相關的表示（昭和四十八年公平交易委員會告示第四號）。

(2)商品之原產國相關不當表示（昭和四十八年公平交易委員會告示第三十四號）。

(3)消費者信用之融資費用相關不當表示（昭和五十五年公平交易委員會告示第十三號）。

(4)不動產之誘引廣告相關表示（昭和五十五年公平交易委員會告示第十四號）。

(5)有關誘引廣告相關表示（昭和五十七年公平交易委員會告示第十三號）。

2.有關贈品提供的限制：依贈品表示法第三條規定，公平交易委員會為防止不當誘引顧客之必要，得限制贈品價款最高額或其總額、種類或提供之方式及其他有關贈品之提供事項，亦得禁止贈品之提供。

(1)懸賞贈品的限制：以懸賞（隨機性贈獎）方式提供贈品情形之限制（昭和五十二年公平交易委員會告示第三號）：

表一、

懸賞贈品限制之內容			
	有關懸賞之交易金額	贈品之額度	
		最高額	總額
單獨懸賞	未滿五百圓者	交易金額20倍	
	五百圓 -- 未滿五萬圓者	一萬圓	
	五萬圓 -- 未滿十萬圓者	三萬圓	
	十萬圓以上者	五萬圓	
共同懸賞	不問交易金額如何，一律以二十萬圓為最高限額		懸賞商品預定銷售總額的百分之三

(2)對消費者提供贈品的限制：以消費者為對象，採「全部附贈」方式之贈品活動的限制（昭和五十二年公平交易委員會告示第五號）：

表二、

消費者贈品限制之內容	
提供贈品之交易金額	贈品之最高獎額
未滿一千圓者	一百圓
一千圓 -- 未滿五十萬圓	交易金額的十分之一
五十萬圓以上者	五萬圓

(3)對事業者提供贈品的限制：以交易相對人之事業為提供贈品之對象時，規定對於每一事業每一年之贈品額度不超過十萬圓，且須符合正常商業習慣

認為適當者。（昭和四十二年公平交易委員會告示第十七號）。

(4)公開懸賞的限制：即以抽籤方式，公開提供一般消費者經濟上之利益，而非附帶於交易之上者，其限制為所提供之贈品的最高金額不得超過一百萬圓。

## 二、公正競爭規約

### (一)訂定之目的

事業在面對市場的激烈競爭時，常以欺瞞性的廣告，引誘消費者，或阻礙消費者對商品作正確的選擇，此種不公平競爭行為係為獨占禁止法所限制之行為。由於此類不公平競爭行為與企業的販賣銷售活動密切相關，日本公平交易委員會認為對於不當贈品與不當表示行為，若能透過業界自律性的規約制度予以規範，將可達到防患於未然之效果，並可有效確保消費者權益與公正競爭。因此，在贈品表示法第十條第一項中規定，事業或事業團體依公平交易委員會規則所訂定或設定有關贈品或表示事項所為之防止不當誘引顧客、確保公平競爭行為之協定或規約，得經公平交易委員會認可之，變更時亦同

。事業或事業團體所設定之公正競爭規約，其內容係針對該行業特性，非常明確的列出有關贈品或表示事項，業者可從事及不可從事之行為，業者在此明確規範下即可放心擬定各項促銷計畫。另一方面，若業者同時違反公正競爭規約與贈表法，通常即依違反公正競爭規約的規定處理，而不需經由公平交易委員會以排除命令或警告之程序處理，故在時效上具有相當大的助益。

### (二)認可要件與執行機關

#### 1.公正競爭規約之認可要件

公正競爭規約之認可，係由事業共同連名或由事業團體向公平交易委員會申請認可，但是通常業者會先成立「公正取引協議會設立準備會」，由準備會來研訂公正競爭規約的內容，並代表向公平交易委員會申請認可。而公平交易委員會認可規約之標準，係依據贈品表示法第十條第二項規定，審視

規約之內容是否符合下述四項要件：

- (1)防止以不當方法誘引顧客，適切確保公平競爭。
- (2)無不當損害一般消費者與相關事業利益之虞。
- (3)無不當差別。
- (4)對參加、退出公正競爭規約之事項無不當之限制。

公平交易委員會若認為來申請認可之公正競爭規約不符合前述四要件時，得予以撤銷。

此外，公平交易委員會在認可公正競爭規約過程時，通常會舉辦聯絡會或公聽會，聽取學者、消費者團體及相關政府單位之意見，以作為認可時的判斷依據。

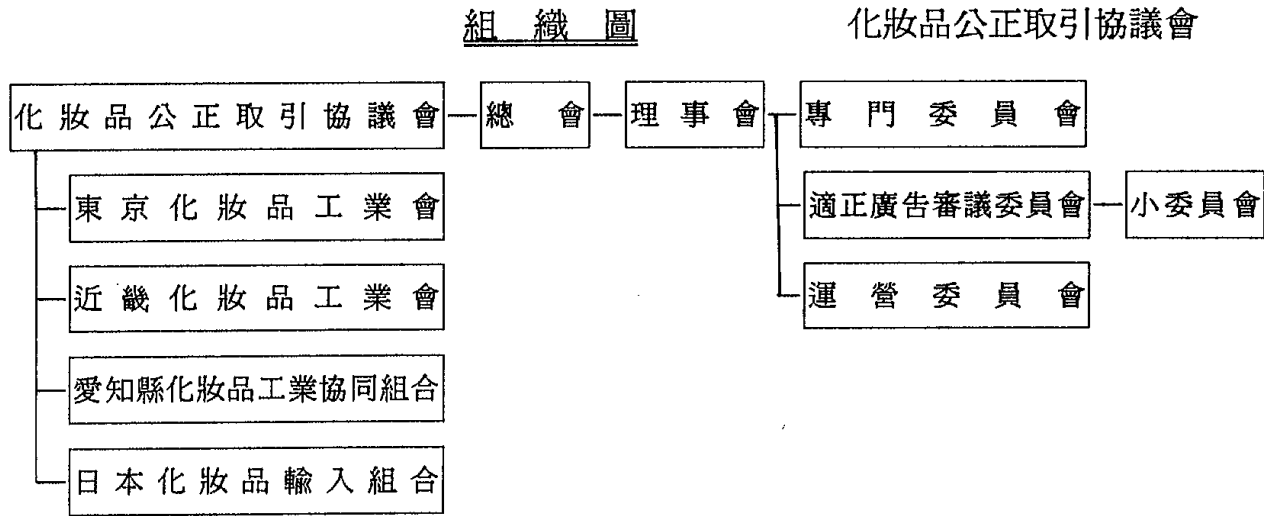
## 2. 公正競爭規約之執行機關

公正競爭規約係一自律性規約，其執行機關為「公正取引協議會」，「公正取引協議會」係由各地區業者所自行組成之一地區性自主規制性機關，業者加入或退出均採自由原則，業者欲加入協議會成為會員，僅需依照協議會的規則，經其理事會同意承認即可。

公正取引協議會的工作包括：(1)執行公正競爭規約；(2)從事有關規約之宣導工作，編印宣導小冊；(3)接受業者諮詢服務及進行業務上的指導；(4)處理消費者之申訴案件等業務內容。此外，協議會亦從事公正競爭規約之修訂事項，以及訂定並執行公正競爭規約施行規則暨各項相關規則等。所謂各項相關規則，舉例言之，就化妝品公正取引協議會而言，其執行之規約或規則，除公正競爭規約及其施行規則外，還包括有：化妝品之適正包裝規則、受理確認有關化妝品銷售名稱之規定及有關化妝品原產國表示之運用基準等（化妝品公正取引協議會之組織圖如附圖一所示）。

地區性公正取引協議會又合組全國性總會，稱為「全國公正取引協議會連合會」，連合會的主要功能在於：(1)增進贈品表示法及公正競爭規約之執行效果；(2)促進公平之交易；(3)宣導公正競爭規約；(4)調查業者遵守公正競爭之情形；(5)處理業者的諮詢及申訴案；(6)對未加入規約業者之勸導；(7)負責與相關政府單位及關係團體之聯繫等。

附圖一



公正競爭規約之效力僅及於所屬會員事業，事業若有違反規約之規定時，公正取引協議會會先進行必要之調查，若經調查後發現確有違反行為時，協議會將發出命其停止或改正其行為之警告，或併課一定金額以下之違約金。事業若不聽從協議會之警告時，協議會得對該事業課以一定金額（較前一次高）以下之違約金或停止其會員之資格。惟若非會員違反規約之規定時，協議會雖無權限對非會員施以處罰，但可透過公平交易委員會或都道府縣（即各地方主管機關，包括東京都、北海道、大阪府、京都府及各縣），給予適當處分。

### (三)設定情形

截至平成五年（一九九三）三月為止，已設定並經公平交易委員會認可之公正競爭規約共有一五四件，其中有關提供贈品限制的規約為五十一件；有關表示的規約則有一〇三件，至於各業別公正競爭規約的件數則如表三所示。

### (四)公正競爭規約與消費者權益

由於公正競爭規約設立的起源，幾乎皆係因消費者對商品有所疑慮，之後經消費者與業者、相關主管機關、學者等進行協調所擬訂出來的，因此其對消費者權益的維護亦較周延。以下則分就贈品規約及表示規約內容，應包含之事項說明如次：

1.贈品規約：「贈品規約」除採取特殊銷售方法的報紙業外，一般業者規約

的內容，大致應包含：目的、定義、提供贈品之限制、對違反行為之調查等事項，而有關贈品提供之限制，則須符合公平交易委員會之告示規定。

表三、

業 別	贈品規約	表示規約	合 計
一般食品	13	29	42
酒類	9	7	16
食肉	0	36	36
日常用品	0	3	3
家庭用品	2	2	4
醫藥品化妝品等	5	5	10
出版品等	3	0	3
自動車等	3	3	6
不動產	9	9	18
其他	7	9	16
合 計	51	103	154

## 2.表示規約

「表示」的範圍，包括商品或容器包裝上之標示、宣傳單、海報、電視、報紙及雜誌上的廣告、人員訪問銷售時之口頭說明、及現場實地示範的廣告等。表示規約內容一般包括有下列項目：定義、商品之必要標示事項、標示之基準、公正標記、公開懸賞、不實標示之禁止、過大包裝之禁止等事項。

其中，「標示之基準」舉例而言，在不動產廣告上若標示「新建」，應指「建築完成後未滿一年者」；另所謂「離車站七分鐘」，係指以「一分鐘」八十公尺計算。

至於「過大包裝之禁止」一項，通常規約中會明定「超過保護商品或品質之限度而以顯著過大之容器包裝，且於外部不易識別者，為不實之表示」。惟因應不同產品性質，其規定亦有所差異，例如觀光禮品中，則禁



止架高盒底、加厚框緣或多層包裝，原則上其內容數量應為整個容器包裝的三分之二以上。

### 3. 公正標記

公正取引協議會對其會員業者的商品，若已遵照規約之規定而為適當標示者，則給予「公正標記」貼於商品上，消費者則可安心地選用該項產品；另加入各該協議會之事業，亦可將其會員證標示於招牌之上，即類似公正標記。各公正取引協議會之「公正標記」或「店頭標示」詳如附圖二所示。

#### (五) 有關不動產表示之公正競爭規約

目前日本諸多行業均已訂有此類自律性的公正競爭規約，而國內因公平法尚屬實施初期，業界亦尚未有此種自覺性的規範出現，因此，不實廣告標示之案件相當多，尤其在不動產交易方面，因其廣告誇大不實、引人錯誤之情形，相對較嚴重，且攸關消費者權益甚大，因此，特別就日本有關不動產表示之公正競爭規約內容，作一介紹以供本會業務之參考。

昭和六十三年（一九八八）公平交易委員會公告首都圈、北海道等九個地區的「有關不動產表示之公正競爭規約」，其內容分成六章共二十一條條文，茲就此規約之主要內容簡略說明如次：

1. 第一章總則，主要係明定本競爭規約之目的、事業者與廣告業者之責任，以及相關用語之定義或解釋。
  - (1) 第一條明定本規約之目的：本公正競爭規約係基於不當贈品與不當表示防止法第十條第一項規定，訂定有關不動產交易表示之相關事項，藉以保護一般消費者之利益，防止不動產業界中對顧客不當之引誘，進而確保公平之競爭。
  - (2) 本規約所稱「不動產」，指土地及建物。另「事業者」，指依建地建物交易業法第三條第一項取得執照經營建地建物交易者。
  - (3) 本規約所稱「表示」，指事業者為吸引顧客，所為有關不動產內容、交易條件及其他關於不動產交易事項之廣告及其他表示，包括不動產本身的標示、樣品屋，各式傳單、海報、看板、廣告汽球、傳播及現場表演

等等。

2.第二章為廣告開始時期之限制暨必要表示事項：

- (1)依本規約第五條規定，事業於建地或建物之建築工程完成前，非在取得依有關法令規定必要之許可或確認後，不得從事相關之廣告或標示。
- (2)事業對不動產進行相關廣告標示時，應就下列事項，於明顯之場所，以易於識別的大小、顏色之文字，明確表示之：
  - ①有關廣告主體之事項。
  - ②有關物件之所在、規模、形狀性質及其他相關內容之事項。
  - ③有關物件之價格及其他交易條件之事項。
  - ④有關物件之交通狀況及其他環境之事項。
  - ⑤其他規則所定之事項。

3.第三章特定事項之標示：本規約第三章規定，對於有特定情形的土地或建物，應於明顯之場所，以易於識別的大小、顏色之文字，明確表示之，例如：

- (1)位於都市計畫法規定之道路重劃區域內的土地，即應明確標示「道路重劃區域，不得為建地之造成或建物之建築」。
- (2)依法令規定含有道路面積之土地，應明確加以標示。
- (3)土地上仍有廢棄建築物時，應標示「賣地，惟上有廢屋」。
- (4)沼澤地、濕地、泥炭地等，均應註明。

另本規約禁止事業對於實際上不存在之不動產、實際上無交易意思之不動產或實際上不得為交易標的物之不動產，為使人有誤認其可為交易標的物之虞的標示。

4.第四章表示基準，本章包含一般事項之表示基準及特定用語之使用基準：

- (1)一般事項之表示基準，係指事業為有關不動產交易之廣告或其他表示時，其廣告或表示方式的標準，須依照其各項規定行之。依據本規約第十二條規定，其表示基準共計有五十八項，內容規範範圍包含：不動產所在地之標示方法，運輸工具及所需時間、與各項公共設施之距離及所需時間、社區之規模、土地建物面積之表示、建物的隔間及用途、不動產

照片及平面圖之使用、相關公共設施或所附設備之表示、價格之基準標示及融資等條件的表示等等，詳細內容如附件所示。

(2)特別用語之使用基準，係指事業在使用一些特定形容用語時應遵行之規定，例如：

①使用「完全」、「完美」、「絕對」等用語時，不得以斷定之語氣使用之。

②事業對於不動產之性質、內容、價格及其他交易條件或有關事業屬性的事項，不得使用「日本第一」、「日本第一家」、「僅此一家」、「業界第一」等表示較其他事業更居於優位之意義的用語，惟基於客觀具體事實者，不在此限。

③此外，對表示最高級用語或價格特別便宜之印象用語，亦有明確的規範。

5.第五章不當標示之禁止，乃指事業於有關不動產之交易時，禁止從事使人產生誤認之虞的表示行為，此一部份之規定共有六十項，其範圍大致係就前述第四章一般事項之表示基準部分，不得為令人有誤認之虞的表示等行為。

6.第六章公正取引協議會，第十七條明定「為使本規約能順暢且有效地實施，特設立社團法人首都圈不動產公正取引協議會。」，故公正取引協議會是本規約的執行機關，除了首都圈以外，同時設立包括北海道、東北地區、東海、北陸、近畿地區、中國地區、四國地區、九州等共九個公正取引協議會，以執行各地區的公正競爭規約，協議會成員則為各地區內擁有事務所之事業或事業者團體。

7.違反本規約時之處置，會員事業若有違反本規約之規定時，公正取引協議會得進行必要之調查，並得要求事業到會說明。協議會經調查後，發現確有違反行為時，應立即採取排除該違反行為之必要措施，並警告令其不得再為違反行為，或課以五十萬圓以下之違約金。事業若不依協議會之警告，停止或改正其行為時，協議會得對該事業課以三百萬圓以下之違約金、停止其會員之資格或要求公平交易委員會為必要之處理。

8. 爲求規範之完備，本規約另訂有施行細則，對各項約定作具體定義。例如施行細則第三條即針對不同種類之不動產在不同媒體上必須揭露之事項，作明確之規定（見表四）。

### 三、獨禁法對公法人行為之規範問題

職此行拜會日本公正取引委員會山田昭雄審議官，特別就獨禁法對公法人（尤其是行政機關）行為之規範相關問題，請教山田審議官，其中問題一：「政府機關是否適用獨禁法之規範？」，山田審議官回答：「政府機關所屬之營利事業需受獨禁法之規範。」，而未正面答覆行政機關行為是否受獨禁法規範。接著職請教：「若行政機關在招標時，訂定商品之規格，使得僅有特定一家廠商能投標，此一情況下，與該特定廠商具有競爭關係的其他事業，可否向公平交易委員會檢舉該行政機關？」，山田審議官僅回答：「政府機關之採購人員應最瞭解其所需之物品爲何。」。最後職請教：「行政機關於招標過程中，因有弊端而特別指定商品之規格或廠商時，人民應向何處申告？」，此時山田審議官則回答：「政府機關之行為若有弊端時，事業可直接到法院申告。」。對於山田審議官之未正面答覆，職多方思忖後認爲有兩種可能性，其一爲：因日本的社經、文化背景與我國頗具差異性，我國所面臨的問題，對日本而言，可能未曾面臨到或基本上並不構成問題。其二爲：前述的問題因已涉及日本政府之政策層面，在未獲得授權情況下，即不正面回答。

事實上，就事後所蒐集相關資料中瞭解，日本各級政府機關及公營事業發包公共工程時，均採用「指名競爭投標制度」，亦即招標單位可以指定由那幾家廠商來參與投標，這種指名投標的制度與一般的公開招標方式完全不同，但卻是日本長久以來的商業習慣與商業倫理的表現。惟近年來，鑒於美國對日本市場開放的強大壓力，以及「指名競爭投標制度」發生了諸多弊端，因此，日本國內目前正在檢討，未來大規模的公共工程可能改採「一般競爭投標制度」。也由此可知，在該國相關規定尚未修改之前，目前我國政府機構招標時產生的問題，例如限制規格或限制廠商資格的情形，在日本可能仍是正常且正當的行為。

# 參、一九九三年「太平洋區域與國際法會議 (PRIL)」概況

## 一、會議概況及議程

一九九三年「太平洋區域與國際法會議 (PRIL)」，於八十二年七月八日至十一日，在日本福岡一連舉行四天的會議。四天會期中，第一天是報到；第二、三天為論文發表暨評論，與公開演講活動；第四天則討論未來的計畫，並參觀熊本製陶區。本次會議共進行四場次論文發表會，與會各國學者、代表共發表了十三篇論文，各場次之議題及發表論文題目臚列如次：

### (一)第一場

議題：當前課題

- 論文：1. 「整合 LDCs 成爲全球貿易系統之過程與自由貿易在 LDC 經濟發展所扮演之角色」
2. 「日本最近對仲裁法之發展」
3. 「日本在太平洋區域環境法及政策所扮演之角色」

### (二)第二場

議題：從外界眼光看亞洲經濟

- 論文：1. 「歐亞間貿易流程與其現存的一些問題」
2. 「西方世界所認識的亞洲經濟」
3. 「俄羅斯與東北亞太平洋國家經濟合作之展望」
4. 「太平洋合作網之形成中，日本外交所扮演之角色」

### (三)第三場

議題：從亞洲未來展望看亞洲經濟與法律問題

- 論文：1. 「從亞洲太平洋區看環境與貿易關係」
2. 「關稅暨貿易總協定與中國」
3. 「競爭法實施之國際觀點：平行輸入與相關問題經濟分析」

### (四)第四場

議題：亞洲投資之法律問題

論文：1.「中國國際投資法之發展」

2.「菲律賓法律課題對海外投資之影響」

3.「投資與人權，亞洲展望」

## 二、本會發表之論文

職奉派代表公平交易委員會參加一九九三年太平洋區域與國際法會議，並於會中發表「競爭法實施之國際觀點：平行輸入與相關問題經濟分析」論文乙篇，本篇論文係與本會第三處葉副處長所共同合作完成者。茲就本篇論文之內容重點略述如次：

### (一)主題暨理論背景

「競爭法實施之國際觀點：平行輸入與相關問題經濟分析」一文，主要係就國際間執行競爭法的觀點，探討平行輸入與相關問題之經濟分析。盱衡當前各國之競爭法，多所明定禁止「濫用市場地位」之行爲，而「濫用市場地位之行爲」主要包括：

- 1.掠奪性訂價 (predatory pricing)：係指廠商將價格訂得很低，以便將市場上既存或潛在的競爭者逐出，並維持其優越的市場地位。
- 2.差別取價 (discriminatory pricing)：即所謂第三級差別訂價，此係指廠商生產成本相同，但在不同區域採取不同訂價，以使其利潤極大化。

前述二者行爲係「濫用市場地位行爲」之具體表現，若放諸國際之間，則掠奪性訂價即爲所謂「傾銷」(dumping)，獲得相當重視與處理；相形之下國際間的差別訂價，則未獲完整處理。相反地，平行輸入之行爲，亦即經濟學上稱「套利」(arbitrage)行爲，反可能被視爲違法。

### (二)各國對平行輸入之執法觀點

以下即就日本、美國、歐市及台灣對平行輸入之執法觀點加以說明：

- 1.日本：從 Parker Pen 及 Lacoste 兩案例觀之，平行輸入基本上並不違反商標法之規定。
- 2.美國：若平行輸入品與取得授權之進口品在實體上不相同時，則易認爲平

行輸入品已侵害該進口品之商標權；但若平行輸入品與取得授權之進口品在實體上是相同的，或是這兩者之產品均是由同一個外國廠商或關係廠商所製造時，平行輸入品將被海關允許進口，而美國法院對此亦持相同看法。

3. 歐市：廠商若利用商標權以契約或協議方式，在國與國之間進行市場劃分的行為時，將被認為是違法的。
4. 台灣：從 Coca - Cola 案例來看，法院對平行輸入問題出現兩種完全不同的觀點，而公平交易委員會則作出解釋案，認為平行輸入並非當然違法，必須視個案而定。

此外，國際競爭法聯盟第三十二屆年會，曾就平行輸入問題通過以下的決議：「應提供關於競爭、不公平或寄生競爭、智慧或工業財產權之法律或契約條款，俾給予實體上或程序上之保護，以防阻對於從經銷商那裡不當地獲取利益或故意挑釁利害關係人所合法設立並努力維護之國際配銷系統之平行輸入行為。」。

### (三) 平行輸入之爭議性

#### 1. 平行輸入之可能違法性：

- (1) 平行輸入品會傷害原廠商及取得授權代理商的商譽：由於平行輸入品在倉儲、運送過程及售後服務上，無法保證有良好的控制及維護，因此而影響商品的品質及消費者對該產品的信任度，進有連帶影響原廠商及取得授權代理商所建立的商譽。
- (2) 平行輸入有搭便車之嫌：平行輸入品往往藉由已取得授權代理商所建立之聲譽，為搭便車行為，並利用其較低之成本為低價之競爭，此實已構成不公平之競爭。

#### 2. 平行輸入之合理原則性：

- (1) 若平行輸入品之廣告或標示，會使消費者誤認為其與授權進口品相同，而產生同樣的心理預期時，可對平行輸入品之貿易商就此引人錯誤之廣告或標示予以處分，不必全面禁止。
- (2) 實際上平行輸入品與獲授權進口品，經常可併存於市場上，此係因經銷

商在出售商品時，會明確告知消費者平行輸入品與獲授權進口品，在價格及相關服務上之差異，而讓消費者自行選擇。

(3)由於差別訂價往往嚴重損害消費者利益，而平行輸入正可抑制此差別訂價的發生。

由前述之分析得知，平行輸入應適用「當然違法原則」或「合理原則」，目前雖未有定論，惟平行輸入究竟是因廠商差別取價的策略所造成的結果，抑或是屬不公平競爭行為中之搭便車行為，則仍須就個案來判斷，因此，平行輸入仍以適用「合理原則」較適切，也是目前一般較容易被接受之論點。

## 肆、加入「亞洲、大洋洲獨占禁止政策會議」之可能性

### 一、亞洲、大洋洲獨占禁止政策會議

亞洲、大洋洲獨占禁止政策之主管機關，爲了加強各國間對執行獨占禁止政策的合作暨協助，而成立「亞洲、大洋洲獨占禁止政策會議」。此項會議繼一九八九年五月在漢城，舉行第三次會議後，於一九九一年四月三十日至五月二日，在紐西蘭首都威靈頓（Wellington）召開第四次會議。本次會議之主題爲「各國之競爭政策」，共有十個國家參加此一重要會議，這十個國家包括：澳洲、印度、韓國、馬來西亞、紐西蘭、菲律賓、新加坡、斯里蘭卡、泰國及日本等。

### 二、亞洲、大洋洲獨占禁止政策資訊中心

亞洲、大洋洲獨占禁止政策情報中心係亞洲、大洋洲地區的十二個國家，爲了促進各國競爭政策的發展，爰於一九八〇年九月設立此一資訊中心，以交換各國有關其競爭政策的各項資訊。加入亞洲、大洋洲獨占禁止政策資訊中心的十二個國家，包括：澳洲、印度、印尼、韓國、馬來西亞、紐西蘭、菲律賓、新加坡、斯里蘭卡、泰國、巴基斯坦及日本等國。



### 三、加入「亞洲、大洋洲獨占禁止政策會議」之可能性

前述係就「亞洲、大洋洲獨占禁止政策會議」及「亞洲、大洋洲獨占禁止政策資訊中心」之概況作一介紹。我國公平交易法始實施一年多，當前本會的工作重點之一，似在於促進國際間的交流合作，而參加國際性會議正可成為本會擴大與各國交流合作之踏腳石。

因此，尋求參加「亞洲、大洋洲獨占禁止政策會議」似可作為未來努力的目標之一，雖然目前礙於國際情勢及日本政府政策的限制，參加該項會議的困難性頗高，惟本會似仍可以積極認真的態度，尋求參加國際性會議的機會。

## 伍、結 論

此次赴日之行，感觸良多，收獲亦豐。此行除了讓亞太各國深刻瞭解我國執行公平交易法的情形與態度外，亦使各國明白本會積極參與國際相關事務的決心，並紛紛表示了對本會之關切與興趣，使本會日後更易推動國際交流合作之工作。此外，特別令人印象深刻者，為在政府之指導下，日本企業間相互合作之精神，如前所述之公正競爭規約，即是業者在政府指導下訂定並予遵行的規定，公正取引協議會更是由業者出資設立的機關，並不接受政府的補助，卻能運作順暢，並充分發揮業者自律之功能。此一制度暨運作方式，或值得當前本會深入研究，並考量作為擬訂相關制度、措施時之參考。

