



NO 125

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9月號

▶ 專題報導

歐盟數位市場法的背景、規範重點與影響(下)

▶ 焦點案例

- ✦ 藥師公會促成抬高支援藥師時薪樓地板價，遭罰！
- ✦ 加盟廣告宣稱營業額要有所本，重要資訊也不能少
- ✦ Nokia併購Infinera，公平會放行
- ✦ 公平會同意延展6家事業合船進口玉米聯合行為期限
- ✦ 屋突層變身健身房、KTV，用途不符合違法
- ✦ 美腿夾讓你躺著滑手機就能瘦？

▶ 國際動態

- ✦ 歐盟執委會刻就修訂競爭法執法架構徵求意見回饋
- ✦ Synopsys與ANSYS結合案—英國評估結果介紹

▶ 公平交易統計

113年多層次傳銷事業經營發展概況

▶ 會務活動

民國114年7、8月份會務活動一覽

▶ 國際交流

民國114年7、8月份國際交流一覽

歐盟數位市場法的背景、規範重點與影響(下)

■ 演講人：謝國廉教授
(高雄大學財經法律學系)

四、規範重點

DMA的規範重點在於，一旦具有顯著經濟力(**considerable economic power**)的大型線上平臺被歐盟認定符合守門人的資格，則各個守門人便將按DMA負擔極大的義務。守門人的義務可分為二大類，一類為「應為特定行為的義務」(**do's obligations**)，另一類則為「不得為特定行為的義務」(**don'ts obligations**)。按DMA，守門人應於此法公告後的6個月內，履行DMA所列舉的義務。換句話說，自2024年3月起，守門人必須履行DMA列舉的所有義務。

(一)「應為特定行為的義務」

1. 守門人應允許終端用戶，並使其在技術上有能力輕易地卸載(**easily un-install**)守門人作業系統上的任何應用軟體。若作業系統、虛擬助理或網路瀏覽器上預設的設定，會將終端用戶引導至守門人的產品及服務，則守門人應允許終端用戶更改此等預設好的設定。此外，守門人應就關鍵服務(**key services**)提供終端用戶有選項的畫面(**choice screens**)，即當守門人提供此類數位服務時，終端用戶可在選項畫面上作選擇，不會遇到障礙。
2. 守門人應允許第三人在特定情況下，將其服務與守門人的服務協調運作(**inter-operate**)。按此規定，無論是社交媒體平臺、網路瀏覽器或應用程式商店的平臺，目前由相互競

爭的平臺各自提供服務，且各平臺服務並不具有相容性。各平臺的服務未來必須協調運作，讓原先不同平臺的使用者能使用跨平臺的服務。

3. 守門人應允許終端用戶輕易地退訂(**unsubscribe**)守門人的核心平臺服務，而終端用戶退訂的難易度，須與其訂閱的難易度相同。
4. 守門人平臺的商業用戶於利用平臺的過程中，經常會生成數據(**generate data**)，守門人應允許商業用戶取得生成的數據。
5. 若廣告主於守門人平臺刊登廣告，則守門人應允許廣告主利用守門人的「績效測量工具」(**“performance measuring tools”**)。此測量工具提供的統計數據，係守門人計算投放廣告效果最主要的依據，但在DMA施行前，由於僅有守門人能取得「績效測量工具」的統計數據，因此提供核心平臺服務的守門人與支付大量廣告費的廣告主，往往處於嚴重的資訊不對等地位。唯有訂定此項義務，支付廣告費的廣告主，方有機會清楚掌握和守門人相同的廣告效果資訊。
6. 若廣告主於守門人平臺刊登廣告，則守門人應提供廣告主必要的工具與資訊，讓廣告主得以自行檢視或確認平臺上的廣告內容，無須透過守門人完成此一工作。
7. 守門人應允許其商業用戶在守門人平臺以外的場合，向他們在線上接觸的消費者，提出要約(**offers**)或訂定契約(**conclude contracts**)，而不得要求商業用戶僅能在守門人的平臺上對消費者要約或和消費者訂約。

(二)「不得為特定行為的義務」

1. 當守門人與商業用戶於守門人自己的平臺上有(商業)競爭關係時，守門人不得使用商業用戶的資訊。
2. 當守門人和第三人皆於守門人的平臺上販賣類似商品或服務時，守門人不得給予自己的商品或服務較佳的排名(**ranking**)。
3. 守門人不得以「應用程式開發商(**app developers**)必須使用守門人提供的服務(例如支付系統或身分認定系統)」，作為換取開發商的產品在守門人線上商店上架的條件。
4. 守門人不得阻礙消費者於線上連結守門人平臺以外的企業。
5. 若守門人平臺的使用者欲卸載(**un-installing**)其裝置中預先安裝的軟體或應用程式(**pre-installed software or app**)，守門人不得加以阻止。按此規定，平臺的使用者未來有權決定是否要刪除裝置中已預先安裝的軟體或應用程式。
6. 守門人平臺於未得終端用戶同意的情況下，不得為了達成「精準投放廣告」(**targeted advertising**，又稱「定向廣告」或「目標式廣告」)的目的，在守門人未提供服務的期間追蹤終端用戶。此處所謂的用戶同意(亦可稱之為「使用者同意」)，指的是用戶針對上述守門人追蹤行為所作出的明確同意(**explicit consent**)，因此守門人不得將用戶的概括同意或模糊回應視為同意，更不能因為用戶並未作出反對的意思表示，便認定用戶已同意上述的守門人追蹤行為。

五、DMA的執行(enforcement)

執委會為DMA的唯一執法機關(sole enforcer)。由於守門人的業務為跨國提供的服務，因此有必要由單一的歐盟機關負責執法的工作。換句話說，若無歐盟層級的執法機關，則27個會員國的政府機關，將難以共同承擔在跨會員國的DMA執法業務。總體而言，DMA於歐盟採取的是集中執法(centralised enforcement)的模式，由執委會擔任唯一的執法機關，以便規範提供跨國服務的守門人。不僅如此，此一設計亦符合DMA建立的「調和式框架」(“harmonised framework”)。此處的調和式框架，實際上是一種統一的規範架構，而建立此規範架構的目的，在於透過此架構提供歐盟各個企業最大的法律明確性(maximum legal certainty)。換句話說，執法DMA時，不會因為27個會員國的政府機關分別執法，而造成法律適用上的歧異。

值得特別說明的是，被推定為守門人的大型線上平臺，得對執委會的決定加以爭執，但須舉反證方能推翻關於守門人的推定。提出反證的大型線上平臺須證明，基於例外的事由，該平臺雖符合守門人的3項要件，但執委會不應將其認定為守門人。此時被推定為守門人的平臺應通知執委會，並提交充分論證的主張與理由(sufficiently substantiated arguments)，證明該平臺雖符合守門人的要件，但基於某些與其事業運作有關的事實，因此並不應被推定為守門人。

此外，DMA施行後涉及私法損害賠償(private damages)的訴訟，未來值得密切關注。如前所述，DMA明文規定了守門人「應為特定行為的義務」以及「不得為特定行為的義務」。若守門人未履行上述義務，則相關市場中的消費者將可能因此受到損害。受損害之人對於違反相關規定的守門人，可直接於歐盟會員國的國內法院

提起私法訴訟，以守門人未履行上述義務而造成其損害為由，請求損害賠償。

根據執委會的說明，被認定為守門人的數位平臺，按DMA須負擔額外責任(an extra responsibility)。所謂的額外責任，係指守門人在營運時，有責任確保歐盟擁有開放的線上環境(an open online environment)。對於企業和消費者而言，開放的線上環境乃是公平的線上環境，而對各個參與者的創新(innovation)作為而言，此為自由、開放性的環境。淺見以為，由於守門人以外的其他數位平臺，無須負擔確保線上環境開放性的重大責任，故此項責任被稱之為額外責任。

至於守門人應如何承擔上述的額外責任？按執委會的說明，守門人是透過遵守DMA規定特定義務的條款，承擔上述的額外責任。由執委會的說明可知，各個平臺服務市場中未被認定為守門人的數位平臺，主要受到現行歐盟競爭法的規範。至於經執委會認定為守門人的數位平臺，除了受到競爭法的規範之外，另須按DMA負擔其他責任。由此觀之，DMA和現行的歐盟競爭法，在核心平臺服務市場存在著互補的關係。

六、近期發展

執委會於2024年3月25日對於Alphabet、Apple和Meta展開調查，以釐清守門人是否已採取有效措施，履行DMA所列舉的義務。其中關於Alphabet和Apple的案件，執委會正在調查守門人關於應用程式商店的行為，是否違反DMA。就Alphabet的調查而言，執委會懷疑Alphabet偏好自己提供的垂直型檢索服務系統，例如Google Shopping和Google Hotels，因此給予競爭對手的同類服務較差的待遇，而對自己的服務提供較好的待遇。就Apple的相關調查而言，執委會懷疑，Apple網路瀏覽器選項畫面(web browser

choice screen)的設計，可能阻礙了使用者完全自由地選擇他們想挑選的服務(truly exercising their choice of services)。

就執委會對Meta的調查而言，執委會正在調查Meta近日在歐盟啟用的「支付或同意」模式(“pay or consent” model)，是否違反了DMA。按DMA的規定，若守門人有意將平臺使用者的個人資料與其他資料加以結合(combine)，或者守門人有意交叉使用(cross-use)平臺使用者的個人資料，則守門人必須在結合資料或交叉使用資料前，取得平臺使用者的同意。執委會之所以就Meta是否違反DMA啟動調查，係因其懷疑Meta在使用個人資料之前，並未取得平臺使用者的同意。

根據執委會的說明，對於以上守門人疑似違反DMA的案件，執委會計劃於啟動調查後12個月內作出結論。

七、結論

首先，根據以上的分析，DMA的角色，相當於歐盟的「核心平臺服務市場的禁止濫用獨占地位法」，因此積極規範大型線上平臺行為的時代已然來臨。按現行的歐盟競爭法，判斷濫用獨占地位的步驟有三，分別為界定相關市場、評估獨占事業的市場力量，以及評估獨占事業的濫用行為。根據DMA，相關市場為核心平臺服務市場，而認定守門人的3項要件，可謂是評估守門人市場力量的標準。換句話說，第一，DMA所規範的相關市場，即為核心平臺服務市場。第二，守門人乃是特定的核心服務平臺市場中的大型線上平臺，此平臺擁有能影響歐盟內部市場的公司

規模、控制商業用戶與終端消費者之間的重要通路，同時擁有穩固且持久的地位。守門人不僅是DMA所規範的對象，其亦為競爭法意義上核心平臺服務市場的獨占地位擁有者。第三，若將歐盟運作條約(the Treaty on the Functioning of the European Union)第102條所列舉的濫用獨占地位行為，理解為一般性的禁止條款，則DMA中關於「應為特定行為的義務」和「不得為特定行為的義務」，則是專門為了評估守門人是否在核心平臺服務市場濫用獨占地位所訂定的特別規定。

其次，根據以上的分析，守門人的義務與資訊科技的發展，二者的關係密切，因此執委會未來如何將認定大型平臺已履行守門人義務，例如允許融合平臺服務、允許取得使用者生成的數據等，值得密切觀察。此外，DMA的立法並不意味著，DMA中具有的事前管制性質的條款，將取代現行具有事後管制性質的競爭法。二者在功能上的互補性，應當更加重要。

最後，近幾十年來，歐盟經濟法的影響力無遠弗屆，因此歐盟會員國以外的國家，是否會將以大型線上平臺作為規範對象的DMA，作為訂定或修正其國內法的典範，進而將DMA轉換成規範國內所有數位平臺的法律，值得未來持續的關注。較令人憂心的是，DMA中的嚴格規範，是為了歐盟的大型線上平臺而訂定，因此一旦相關條款被用來規範特定國家（特別是發展中國家）所有的數位平臺，則這些國家的中、小型平臺的發展機會和空間，便可能遭到過度或不當的限縮。

（本文係講座民國113年5月7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）



藥師公會促成抬高支援藥師時薪樓地板價，遭罰！

同業公會服務會員、為會員爭取福利的方式眾多，切勿設立服務時薪標準，影響會員自行提供服務的價格決策。

■撰文＝吳立婷
（公平會服務業競爭處科員）

案例背景

醫療機構、藥局聘請之藥師請假時，得請其他醫療機構、藥局之藥師提供支援服務。支援藥師報酬係以時薪計價，並由有支援藥師需求之醫療機構、藥局支付報酬。

公平會接獲民眾反映A醫師公會前理事長及G藥師公會理事長未徵求所屬會員同意擅自決定支援藥師時薪為600元起，並表示公會提供時薪參考會產生定錨效應，提高市場行情及增加診所成本。

案件事實及調查結果

公平會調查發現，G藥師公會藉由拜會A醫師公會洽談醫藥合作之際，尋求支持提高支援藥師時薪標準，並透過LINE上傳及在網站建置藥師支援問卷表單系統與A醫師公會支援藥師時薪訊息，對外揭示支援藥師時薪內容。透過該系統媒合所屬藥師會員以刊載的時薪提供支援服務，勢將影響會員支援服務之價格決策，使會員不為競爭。

前述藥師支援問卷表單系統在媒合藥師提供支援服務，非單純診所與藥師自行商議，而是經G藥師公會把關管理，難以預期藥師要求時薪及診所開價會低於該二公會商談的價格標準，將產生定錨地板價格的僵固性，不僅干預市場價格自由形成，削弱藥師間競爭壓力，且阻礙了藥師及診所依照市場狀況及自身需求與條件自主彈性決定支援藥師時薪的空間，墊高診所聘請支援藥師的成本，對藥師支援服務市場之「價格競爭」產生實質減損效果，G藥師公會已構成以不正當方法使他事業不為價格競爭之限制競爭行為而違反公平法第20條第4款規定。公平會命G藥師公會立即停止前述違法行為，併裁處罰鍰。

結語

公平會提醒，各事業團體應注意公平交易法聯合行為相關規定，不要意圖影響甚至干預會員價格決策，而應由會員與交易相對人自行商議服務價格，以避免觸法遭罰。



加盟廣告宣稱營業額要有所本，重要資訊也不能少

加盟業主招募加盟時，廣告宣稱營業額獲利情形要有所本，且應以書面揭露加盟重要資訊，方能使有意加盟者審慎評估，避免作出錯誤加盟決定。

■撰文＝呂致育
（公平會服務業競爭處科員）

案例背景

公平會接獲反映「N市集」品牌加盟業主T公司與加盟店締結加盟契約前，未提供購買商品費用以及加盟契約存續期間對於加盟經營關係之限制事項資訊；另發現T公司加盟簡報文宣所載營收數據涉有不實，併同調查。

廣告宣稱每月營業額與事實不符

經公平會調查，T公司於民國111年開始招募「N市集」品牌加盟時，以其自行製作之加盟介紹簡報「旗艦店版」及「精裝店版」向有意加盟者介紹加盟，簡報中營業損益預估頁面，旗艦店版宣稱每月營業額平均250萬元、精裝店版則是150萬元。T公司係以111年度開業之A直營門市（旗艦店）及B加盟門市（精裝店）作為每月營業額之估算基礎，惟經計算T公司提出2門市111年各月份營業收入資料，每月營業額平均數字未達前述宣稱。

因事業於廣告中就「營業額」等獲利情形乃是有意加盟者判斷各競爭業者及各加盟品牌營運風險、投資報酬率、回收期間、加盟體系成長性之重要項目，對有意加盟者具有招徠效果，更是據以評估加盟與否的關鍵。而T公司前述廣告營業額之宣稱與事實不符，已足以引起欲加盟者錯誤之認知及決定，屬虛偽不實及引人錯誤之表示，違反公平交易法第21條規定。

未提供加盟重要資訊行為顯失公平且影響交易秩序

另T公司於締結加盟契約前，未以書面等方式提供購買蔬菜、水果、蛋、冷藏及冷凍等類商品之費用金額或預估金額，以及每星期會額外配貨1次至2次商品予加盟店銷售之限制事項，加盟店分別係於門市開幕時，始知悉各類商品費用金額，以及後續營運時，才知T公司前述配貨行為。

前開加盟重要資訊，均為有意加盟者基於事業經營所關切事項，並賴以評估是否締結加盟經營關係或選擇加盟業主之加盟重要資訊，故T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，屬於利用資訊不對稱之行為爭取交易，構成顯失公平行為。

又T公司招募10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上開加盟重要資訊，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，而違反公平交易法第25條規定。

結語

公平會提醒，加盟業主應秉持「有憑有據」、「不誇大」、「說清楚」、「講明白」的基本原則，降低連鎖加盟廣告違法風險，並應該

事前與加盟店充分溝通且提供完整加盟費用與加盟條件等重要交易資訊供有意加盟者瞭解，才能創造雙贏，減少加盟交易糾紛。





何時該給加盟重要資訊呢？

是否簽立預約單(草約)並給付定金。

»

☐ 是，但如果之後放棄加盟，定金**不能退還**。
☐ 是，但如果之後放棄加盟，定金**可以退還**。
☐ 否，直接**簽立本約**。

簽立**預約單**10日前或雙方約定期間提供加盟重要資訊

簽立**加盟契約**10日前或雙方約定期間提供加盟重要資訊

加盟總部應揭露(提供)之加盟重要資訊：

開始營運前(開店前)所需支之費用金額。 例如： ☐ 加盟金 ☐ 第一次進貨費用 ☐ 教育訓練費 ☐ 資本設備及裝潢工程等費用 1	加盟營運期間(開店後)所需支出之費用金額。 例如： ☐ 權利金 ☐ 訂購商品、原物料費用 2	授權加盟店使用智慧財產權的相關資訊。 智慧財產權的： ☐ 權利名稱 ☐ 使用範圍 ☐ 限制條件 3
經營協助及訓練指導之內容與方式。 4	加盟店營業區域設置同一加盟體系之經營方案或預定計畫。 5	加盟契約存續期間，對於加盟經營關係之限制。 6
加盟契約變更、終止及解除之條件及處理方式。 ☐ 契約變更之條件 ☐ 契約變更之處理方式 ☐ 終止、解除契約之條件 ☐ 終止、解除契約之處理方式 7	提供資訊的方式： ☐ 紙本、電子郵件、電子儲存裝置、社群媒體或通訊軟體等方式。 但資訊提供的有無，加盟總部應提出證明。  公平交易委員會	

Nokia併購Infinera，公平會放行

因應未來產業發展趨勢，光通訊業者聯手互補，將加速技術創新、研發導入新一代「光傳輸設備」。

■撰文＝張為智
（公平會製造業競爭處視察）

前言

Nokia Corporation（下稱Nokia）擬藉由成立100%持股子公司Neptune of America Corporation（下稱Neptune）與Infinera Corporation（下稱Infinera）合併，結合後Neptune消滅，Infinera將成為Nokia之100%持股子公司，且結合後Nokia得直接控制Infinera之業務經營或人事任免，合致公平交易法第10條第1項第2款及第5款之結合型態，且達到申報門檻，依法提出結合申報。

相關市場

Nokia為芬蘭跨國公司，旗下有行動網路、網路基礎建設、雲端和網路服務等業務部門，本結合涉及該公司「網路基礎建設」部門下之光學相關業務；Infinera則為美國之光學半導體製造商及網路解決方案供應商，產品包括網路設備、光學半導體、軟體及服務。因Nokia及Infinera均為「光傳輸設備」市場之重要參與者，彼此具有水平競爭關係，是本結合為水平結合態樣。另由於「光傳輸設備」之生產製造遍及全球，且運輸成本不高，各水平競爭同業於全球範圍內彼此競爭，故本結合之地理市場應為「全球」，並以結合後對我國市場之影響為關注重點。

競爭評估

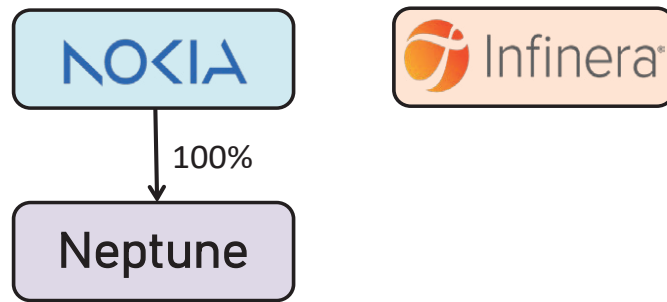
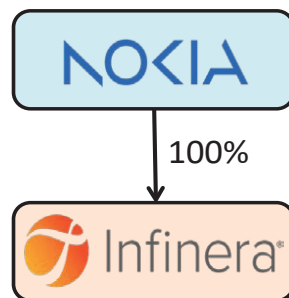
「光傳輸設備」市場競爭同業主要為國外事業，而市場上不乏有新參進者憑著新技術進入市場，結合後市場上尚有諸多業者與之競爭，且Nokia及Infinera銷售之「光傳輸設備」屬差異化之產品，各自所側重之技術層面及產品應用上均有所不同，且彼此顧客群重疊度不高、主要經營區域亦有所區別，是本結合實施後仍須面對眾多市場同業之競爭，而於我國市場之交易相對人如電信事業或有線電視營運商，亦擁有相當之議價能力與抗衡力量，是本結合尚不致有顯著限制競爭疑慮。

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，並綜合考量隨著光纖網路產業技術發展快速，結合後Nokia及Infinera將可整合彼此資源，加速投入產品之研發及創新等因素後，認為本結合之整體經濟利益大於限制競爭之不利益，依公平交易法第13條第1項規定，不禁止其結合。



結合前後關係圖

結合前結合後

(圖片來源：公平會編製)

公平會同意延展6家事業合船進口玉米聯合行為期限

公平會准許大成長城公司等6家事業延展合船進口玉米之期限5年，許可期限至119年5月31日止。

■撰文＝吳信德
(公平會製造業競爭處專員)

前言

玉米是養殖畜禽飼料最主要之原料，我國幾乎全仰賴進口，業者為降低玉米進口成本，採行合船進口模式已行之有年。大成長城公司等6家事業合船進口玉米，前已申請聯合行為例外許可，經公平會於民國109年5月21日以公聯字第109002號許可決定書附加負擔予以許可，因該許可之期限將屆，故大成長城公司等6家事業依公平交易法第16條第2項規定向公平會申請延展許可期限。

合船進口玉米有益整體經濟與公共利益

合船進口玉米可以較有效率之方式裝運進口玉米，具有顯著之規模經濟，此一規模經濟難以藉由個別事業單獨進口實現，且因玉米進口業者眾多、市場競爭激烈，參與聯合行為事業有誘因將節省之成本反映在售價，及提供較穩定之供應量，進而使相關經濟效益得以擴散至中、下游之買方及終端消費者，並穩定進口原料品質，對於業者進口成本之降低及進口意願之提高均具有正面助益，有益於整體經濟與公共利益。

競爭評估

玉米為自由進口商品，事業可自由選擇參與合船進口、自行透過貨櫃進口或直接由穀物供貨商以專船銷售，進口管道相當多元，市場上亦有其他合船組或進口業者相互競爭，故玉米進口管道並非集中於少數事業，玉米取得並無困難，且合船進口玉米之聯合行為協議不具排他性，進口事業可自由參加該聯合行為，玉米相關進口成本優勢，得由任一參與事業共享。

結語

因合船進口玉米聯合行為之實施，可加強貿易效能，而有益整體經濟與公共利益，公平會依公平交易法第15條第1項但書第5款及第16條第2項規定准予大成長城公司等6家事業延展聯合行為許可期限5年。另為消弭限制競爭之疑慮及監督實施情形，依公平交易法第16條第1項規定附加負擔，其內容主要包括：申請人不得利用本許可從事其他聯合行為，或無正當理由拒絕他事業加入本聯合行為；申請人不得利用本許可限制任一申請人自由決定其合船進口之數量，或禁止任一申請人自行採購進口；申請人應將本聯合行為之執行情形，按季函報公平會。



合船進口玉米聯合行為許可內容

申請人	大成長城企業股份有限公司 台灣卜蜂企業股份有限公司 中華全球食物股份有限公司 總宜實業有限公司 萬寶實業股份有限公司 凱迪貿易股份有限公司
聯合行為許可內容	延展「合船進口玉米」聯合行為之許可期限，以延續合船採購效益
聯合行為型態	公平法第 15 條第 1 項但書第 5 款「為加強貿易效能，而就國外商品或服務之輸入採取共同行為」
延展許可期限	申請延展許可期限 5 年 (114 年 6 月 1 日至 119 年 5 月 31 日)

資料來源：公平會自行彙整

屋突層變身健身房、KTV，用途不符會違法

建商在銷售建案時，常以各層平面參考圖呈現室內空間規劃吸引民眾購買，民眾仍應注意是否符合建管法令，以保障自身權益。

■撰文＝蘇詠茵
(公平會公平競爭處專員)

案例背景

A建設公司及B代銷公司銷售W建案，在廣告之平面參考圖將屋突2層、屋突3層的樓梯間、機房、水箱空間規劃為健身房、KTV室等室內空間使用，使人認為該建案的樓梯間、機房、水箱空間，可合法供健身房、KTV室等室內空間使用，涉有廣告不實。

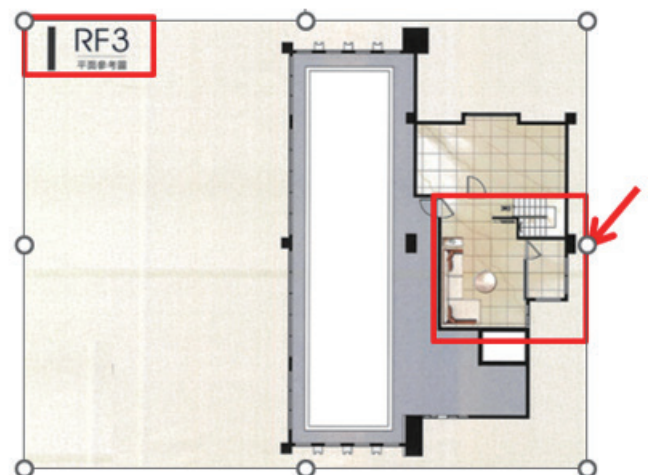
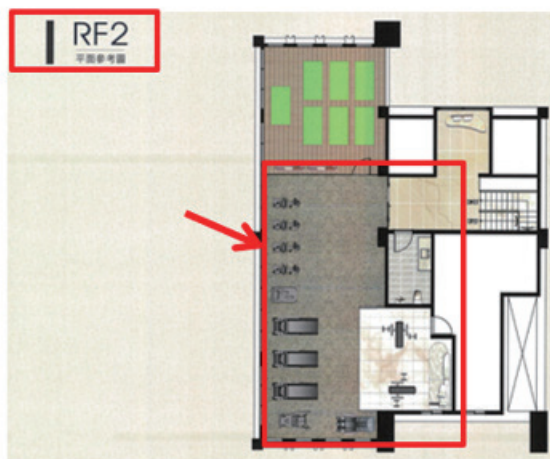
申請核准的用途及建案規劃要符合建管法令

據地方政府之專業意見表示，W建案屋突2層、屋突3層申請核准的用途與該平面參考圖規劃的室內空間用途不符，且未辦理變更設計，涉及違規使用而違反建築法規定。公平會調查認為A建

設公司及B代銷公司之廣告已讓消費者誤認該建案可作為健身房、KTV室等室內空間使用，但是實際上無法合法享有廣告所示之空間配置，該廣告之表示與事實不符，違反公平交易法第21條第1項規定。

購屋前仔細查證不可少

公平會提醒，民眾購屋前可先上網至內政部營建署全國建築管理資訊系統入口網(<https://cpabm.cpami.gov.tw/twmap.jsp>)查詢建案之建築執照及使用執照，比對建商所提供廣告內容是否相符，以保障購買到合法的使用空間。 



美腿夾讓你躺著滑手機就能瘦？

市面上瘦身減肥產品五花八門，讓想瘦身的消費者吸睛心動進而衝動購買，但只想透過輔助器材來快速減肥，無需搭配運動及控制飲食真的就能夠甩脂瘦身嗎？

■撰文＝劉俐玟
(公平會公平競爭處科員)

案例背景

A公司於網站銷售美腿夾商品，廣告宣稱「200下=慢跑30分鐘」、「躺著滑手機就能瘦」等內容並無事實根據，涉有廣告不實。

廣告宣稱應確保具有相關科學學理或實驗依據

本案廣告宣稱「200下=慢跑30分鐘」、「躺著滑手機就能瘦」等內容，整體予人印象為使用該商品200下的運動效果等於慢跑30分鐘，且躺著滑手機邊使用該商品就能達到瘦身的效果，雖業者表示係參考重訓消耗卡路里計算，使用該商品200下消耗的卡路里約等於慢跑30分

鐘，但業者無法提供相關科學學理或實驗依據來證明，且根據專業機構意見，該商品廣告宣稱的運動效果於醫學上並無相關減肥學理依據，因此廣告宣稱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。

結語

業者刊播廣告時，務必善盡廣告主的真實表示義務，如果商品有宣稱特定功效，要先查證及確保與實際情形相符，並有資料佐證，以避免違法遭罰。



歐盟執委會刻就修訂競爭法執法架構徵求意見回饋

歐盟執委會「潔淨、公正及具競爭力轉型」執行副主席Teresa Ribera女士¹指出，經過20多年來成功執法後，現在正是時候調整競爭法工具，以因應當前的挑戰；修訂「第1/2003規則」將塑造競爭政策，確保歐盟擁有現代化且具效率之競爭法執法的最佳工具—確保歐盟的競爭法規在快速變化的經濟中，持續為內部市場、民眾與事業帶來利益。

■撰文＝陳淑芳
(公平會綜合規劃處科長)

「歐盟運作條約」(Treaty on the Functioning of the European Union, TFEU)第101條禁止事業間之限制競爭協議，而第102條則是禁止具市場優勢地位事業的濫用行為。歐盟「第1/2003規則」²與「第773/2004規則」³提供程序性架構，確保TFEU第101條與第102條在歐盟內有效並統一適用。當年採行「第1/2003規則」時，顯示出歐盟競爭法執法方式之重大變革，主要包括：(i)引進競爭法規直接適用制度；(ii)允許成員國全面適用相關規範；(iii)加強歐盟執委會與成員國競爭法主管機關間之合作；(iv)強化歐盟執委會執法工具，俾利進一步偵測並處理違反歐盟競爭法規之行為。

歐盟執委會於2025年7月10日啟動徵求意見及公開諮詢(Call for Evidence and a public consultation)程序，邀請各界就歐盟競爭相關規則未來適用程序提供回饋意見。依據2024年9月完成並發表的評估結果指出，歐盟執委會決定啟動修訂相關規則之程序，以因應如經濟數位化之轉型性變革(transformative changes)。預計至2025年10月2日截止⁴。

法規修訂之必要性

歐盟執委會評估「第1/2003規則」與「第773/2004規則」(下稱「該二規則」)後，已於2024年9月5日提出「內部工作文件」(Staff Working Document)。依評估結果顯示，該二規則整體上已落實目標，有效且統一適用歐盟競爭法規，且具歐盟附加價值並保持相關性。評估結果也指出值得加以考量的幾項領域，包括需要加快調查速度並調整執委會的執法工具，以因應如數位化等轉型性變革；同時，儘管歐盟執委會與成員國競爭法主管機關共同執行歐盟競爭法規的經驗相當成功，但仍有進一步優化的空間。因此，歐盟執委會認為，有必要修訂相關規則，解決評估過程中發現的問題。

法規修訂之重點

本次徵詢意見聚焦於歐盟執委會目前考慮修訂該二規則之主要範疇，俾利提升競爭法執法之有效性與速度，包括：

1 Ribera女士為「潔淨、公正及具競爭力轉型」(Clean, Just and Competitive Transition)執行副主席，並負責歐盟之競爭政策，協助歐洲事業進行創新、提升競爭力，俾利保持全球領先地位，詳參https://commission.europa.eu/about/organisation/college-commissioners/teresa-ribera_en。

2 評估「第1/2003規則」是近年來進一步檢視歐盟競爭法的一部分，該評估亦緊隨「第1/2003規則」運作的「五年報告」與「十年報告」之後進行。該規則內容詳參<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2003/1/oj/eng>。

3 <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2004/773/oj/eng>。

4 https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_1795。

- 歐盟執委會的調查權限（特別是查核、資訊請求與約談）；特定之決定權限（尤其是採行臨時措施與承諾的程序）；向歐盟執委會申請閱覽案關卷證之程序（該程序目前對關係人、資訊提供者及執委會本身相當繁瑣）；申訴人與第三方關係人參與競爭法案件調查的程序；以及
- 如何優化歐盟執委會與成員國競爭法主管機關以及成員國法院之共同執法。

公開諮詢問卷將徵求各界對該二規則修訂範疇之看法，並包括提供詳細成本與效益的回饋意見，預計至2025年10月2日截止。

背景說明

歐盟前中央銀行總裁兼義大利前總理Mario Draghi先生為解決歐盟失去競爭力之相關議題，於2024年9月提交「德拉吉報告」（Draghi report）⁵。該報告主要提出振興歐盟經濟、提升生產力及競爭力等計畫，內容涵蓋加速創新、能源轉型、經濟安全及統一投資策略等範疇，並指出歐盟現行低效率的決策規則及成員國間缺乏協調等已成為障礙，呼籲整合資本市場以及增加公、私部門投資。

復為確保歐盟經濟繁榮、提高競爭力，並成為全球第一個氣候中和的大陸（the first

climate-neutral continent）等目標，歐盟領袖於2024年11月8日發布「新歐洲競爭力協議之布達佩斯宣言」（Budapest Declaration on the New European Competitiveness Deal）⁶，強調透過產業政策、簡化監管架構、促進資本市場一體化、推動技術創新、能源自主與氣候目標等12項核心措施全面提升歐盟競爭力，與「德拉吉報告」政策建議方向高度吻合。

歐盟執委會主席von der Leyen女士隨即於同年11月27日宣布並於2025年1月推出「競爭力指南」（Competitiveness Compass）⁷，為歐洲成為未來技術、服務與潔淨產品（clean products）之發明、製造與銷售以及率先實現氣候中和等目標，提供明確的方向；並將「德拉吉報告」中之具體建議轉化為路線圖（roadmap）。

歐盟此番針對主要涉及其競爭政策程序規範之「第1/2003規則」與「第773/2004規則」啟動徵求意見及公開諮詢程序，旨在評估並優化競爭政策架構，與上開競爭力協議及文件目標相互呼應，為歐盟提升整體經濟與產業競爭力、優化市場環境與政策架構方面之相關措施，俾利創造更加統一、高效且具韌性的歐洲內部市場，並針對未來全球地緣經濟挑戰與氣候目標進行結構性調整。



⁵ 詳參https://commission.europa.eu/topics/eu-competitiveness/draghi-report_en。

⁶ <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2024/11/08/the-budapest-declaration/>。

⁷ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_25_339。

Synopsys與ANSYS結合案—英國評估結果介紹

Synopsys與ANSYS為全球電子設計自動化、光學及光子學軟體主要業者，其結合引起各國競爭法主管機關之重視。而英國競爭法主管機關也發布第一階段調查報告，認為本案將造成相關市場實質減損，最終接受參與結合事業所提出之替代措施，不禁止其結合。

■撰文＝陳煒
(公平會資訊及經濟分析室專員)

背景

Synopsys, Inc. (下稱Synopsys) 與ANSYS, Inc. (下稱ANSYS) 均為總部位於美國之系統軟體開發及供應商，於電子設計自動化軟體 (Electronic Design Automation，下稱EDA軟體)、光學軟體 (optics software)、光子學軟體 (photonics software) 等主要業務上有水平重疊。其中，EDA 軟體可協助晶片設計和系統客戶，在晶片送去製造之前進行規劃、設計和驗證。而光學和光子學軟體屬模擬與分析(S&A)軟體，用於設計和模擬與光學相關的產品，例如相機鏡頭和雷射等。

為整合雙方的 EDA 和 S&A 軟體業務，Synopsys於2024年1月16日宣布，擬以約350億美元的對價收購ANSYS，以應對日益複雜的晶片、軟(硬)體運行系統。因雙方結合後於光學軟體市占率約90%至100%、光子學軟體約60%至70%，加以Synopsys在EDA 軟體市場上的龍頭地位，使本結合備受矚目，同時須接受歐盟、英國、中國大陸、日本、韓國、土耳其、美國

及我國等競爭法主管機關審查¹。本文介紹英國競爭與市場管理局 (Competition and Markets Authority, CMA) 對於結合案之審查程序及本案評估結果。

英國結合申報流程²

英國結合申報程序採行自願申報制度，但CMA有權依據「企業法 (Enterprise Act 2002)」，及「數位市場、競爭與消費者法案 (Digital Markets, Competition and Consumers Act 2024)」規定³，對符合特定門檻的交易進行審查，審查程序包括第一階段及第二階段調查，以下分別說明：

一、第一階段調查 (Phase 1 Investigation)

(一) 初步通知與預先討論 (Initial and Pre-notification discussions)

在結合案件正式提交之前，事業通常會與CMA進行初步聯繫(倘無，CMA亦可主動調查)，討論結合細節並提交相關資料。這一階段允許事業與CMA協商，確保

¹ 本案符合我國結合申報標準，經114年4月16日公平會第1747次委員會議決議，結合後整體經濟利益大於限制競爭之不利利益，依公平交易法第13條第1項規定，不禁止其結合。

² Mergers: Guidance on the CMA's jurisdiction and procedure (2025-revised guidance), https://assets.publishing.service.gov.uk/media/67d41b981b26cbdf9b851d9b/CMA2_Mergers_-_guidance_on_the_CMA_s_jurisdiction_and_procedure.pdf。

³ Legislation.gov.uk, Enterprise Act 2002 Part 3 Mergers, <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2002/40/part/3>; Legislation.gov.uk, The Digital Markets, Competition and Consumers Act 2024 (Commencement No. 2) Regulations 2025, <https://www.legislation.gov.uk/uksi/2025/272/made>。

提交的申報資料完整且符合要求，CMA會初步評估結合是否可能影響市場競爭。

(二) 第一階段檢驗 (Phase 1 assessment)

CMA在收到正式結合申報後，啟動為期40個工作日的第一階段檢驗。在此階段，CMA會發布徵詢意見通知，邀集第三方提供意見和資訊，並同時與參與結合事業進行「現況討論(state of play discussion)」，評估結合是否可能導致實質競爭減損 (Substantial Lessening of Competition, SLC)。

(三) 第一階段決策過程 (Phase 1 decision-making process)

針對不引起減損市場競爭的案件，CMA 作成不禁止結合決定後發布案件摘要，另於機敏資訊去除後，發布完整決定。但對於複雜或重大競爭問題，特別是高度減損市場競爭的案件，CMA 於初步決定前，將要求參與結合事業參加審查結果「說明會議 (issues meeting)」，並預先發送該會議相關說明，以及結合案件進入第二階段的核心議題，參與結合事業得於會議中針對第一階段的審查結果加以舉證說明。

(四) 第一階段潛在矯正措施(Phase 1 potential remedies)

為減少審查雙方於行政上的時間成本，若參與結合事業已有預期結合足生減損市場競爭疑慮者，應於說明會議中（或之前）提出「替代措施 (Undertakings In

Lieu of reference, UILs)」，以承諾替代進一步的調查。倘CMA認為所提出之承諾可讓市場回復原競爭狀態，則於確定履行後同意結合；倘CMA未接受，案件將進入第二階段。

二、 第二階段調查 (Phase 2 Investigation)

(一) 暫停調查可能(Possible suspension of reference)

進入第二階段審查前，倘參與結合事業考量中止進行交易，CMA可發布暫停調查通知(最長3週)，但如交易最後未中止，則續行審查。

(二) 第二階段開始(Commencement of phase 2)

如果第一階段調查發現潛在的競爭問題，CMA會啟動為期24週（可延長）的第二階段調查。這一階段涉及更深入的市場分析、公開聽證會以及與相關事業的進一步討論。於期限內CMA會發布最終報告，決定是否核准、要求修改交易條件或禁止結合。

(三) 矯正措施的實施(Implementation of remedies)

倘CMA認為結合將產生實質減損競爭，且應採取矯正措施來補救，則於最終報告發布12 週內（如有特殊原因，可延長6週），將矯正措施草案(草案於第二階段最終報告發布前協商完成)諮詢參與結合事業、相關第三方並公開徵詢意見，最後做出最終決定，並確保後續執行。

Synopsys收購 ANSYS案之審查⁴

CMA針對本案進行第一階段審查，重點可略分為「事實背景」及「市場分析」二大部分。

一、事實背景

(一) CMA審查參與結合事業主要營業項目、結合內容、理由、是否符合門檻、國際間申報及處理情形等，並簡易說明第一階段調查之資料蒐集程序(如取得申報人內部文件、公開徵求各界意見、邀集相關事業參加會議等)。

(二) 根據CMA調閱事業內部文件顯示，Synopsys認為「多晶片」的解決方案需要全面的分析、探索和共同優化，且為其產品中須迅速解決的問題，而收購ANSYS將允許其擴展並加強多晶片地位。由以上內部文件，能使審查機關明確掌握參與結合事業實際結合動機以及競爭對手等重要資訊，對於審查時的產品市場界定、及市場分析重點等皆有幫助(如本案於界定產品市場時，討論製造不同類型晶片所對應的軟體服務，是否要細分為不同市場等)。

(三) 另外，CMA會針對「反事實」(counterfactual)情況進行研析，意即假使本案未如預期實行結合，所造成之可能影響(如事業將減少對相關產品之改進、創新或投資)。惟此項通常係由申報人所主張，且CMA主要仍關注現行競爭條件的潛在變化，故除非此類「反事實」結果會對其競爭評估產生重大影響，否則不會列入審查考量。

二、市場分析

(一) 市場結構：本案概述不同類型的半導體晶片、晶片設計過程，並聚焦用於設計晶片的軟體(即本案EDA、S&A軟體)以及下游客戶購買時考量因素。另外，下游客戶購買時所遇到的限制亦為市場結構描述重點，如「互通性」(interoperability)對本案下游客戶來說尤其重要，因為他們需要混合搭配來自不同供應商的軟體產品。

(二) 市場界定

1. CMA認為產品功能上的需求替代關係，為產品市場主要界定基礎。從需求角度來看，晶片設計流程的每個步驟都依賴於具有特定用途的不同產品，下游客戶無法在EDA和S&A軟體功能上相互替代。

2. 另外，雖然不同類型晶片的設計流程相似，但有些流程僅適用於特定類型的晶片設計，故從下游客戶的角度來看，這些產品亦不可替代。因此，CMA也考慮是否應根據所設計的晶片類型對相關市場進行細分，即以類比晶片、數位晶片、混合晶片和多晶片等，界定RTL軟體(Register Transfer Level，用於數位晶片)、PCS軟體(Probabilistic Constellation Shaping，用於光子晶片)、電晶體電源檢測軟體(用於類比晶片)、熱分析軟體(用於多晶片)等不同產品市場。

3. 地理市場部分，因下游客戶購買EDA、S&A軟體，供應商係在全球範圍內提供解決方案。且依據過往審查案例，如英國公平交易辦公室(Office of Fair Trading，為CMA的前身)於Synopsys與Avant結合案、歐盟執行委員會於Siemens與Mentor

⁴ Phase1 decision, https://assets.publishing.service.gov.uk/media/67a087e73f28b7444270a37d/A_Full_text_decision.pdf。

結合案對EDA軟體地理市場的認定情形，
本案地理市場應界定為全球市場。

(三) 損害理論(theories of harm)

損害理論為一種研析架構，主要由CMA考量參與結合事業、市場上相關業者意見，再依產品市占率等所得事證，判斷本結合於相關市場是否可能導致實質減損競爭（SLC），作為CMA決定是否需要進入第二階段調查參考。本案CMA共考慮用於不同晶片下的RTL軟體、電晶體電源檢測軟體、光學軟體、光子學軟體等單方效果、PLD軟體的垂直效果，及本案結合後的組合效果等。

(四) 市場分析結果

損害理論考量用於不同晶片製造的軟體市場，其中可能造成限制競爭的市場如下：

1. RTL軟體(EDA軟體的一種)

(1)由參與結合事業的內部文件、及下游客戶回覆問卷均表明，雙方在RTL功耗分析領域競爭激烈，且提供的功能非常相似。雖有少數客戶對雙方產品的相對速度和準確性發表意見，但大多數客戶並不認為這是雙方產品差異化的重要原因。

(2)整體而言，雙方產品目前沒有其他強而有力的替代方案。大多數客戶對主要競爭對手Cadence和Siemens的產品評價不高，且指出市場上未有其他具競爭力的供應商。

(3)結合後合計市占率達40%至50%，參與結合事業將成為本就高度集中的RTL軟體市

場最大供應商，且本結合將帶來20%至30%的顯著市占率成長。

2. 光學軟體

(1)據參與結合事業估計，結合後市占率合計達90%至100%（大幅提升40%至50%），與內部文件和第三方提供資料相符。CMA認為由市占率可知，雙方互為主要競爭對手，且來自其他競爭對手的競爭約束非常有限。

(2)另由第三方提供資料顯示，其他規模較小的競爭對手中，沒有一家能夠像Synopsys和ANSYS那樣提供同等規模的解決方案或為客戶提供同等服務，且要花數年時間，市場上才可能出現其他功能齊全的替代方案。

3. 光子學軟體

(1)據參與結合事業估計，結合後市占率合計達60%至70%（成長10%至20%），並由內部文件顯示，雙方視彼此為主要競爭對手。

(2)另由第三方提供資料顯示，儘管市場上存在其他供應商，惟競爭約束非常有限，且鑑於開發新程式碼所需的大量時間和成本，進入市場的難度較高。

4. 基於上述理由，CMA認為參與結合事業於RTL軟體、光學軟體、光子學軟體市場上的水平單方效果，可能導致實質競爭減損（SLC），除非參與結合事業針對解決可能造成限制競爭的議題，提供可接受的承諾，否則本結合將進入第二階段調查。

結語

對於本結合可能進入第二階段調查，參與結合事業向CMA提出替代措施(UILs)，由Synopsys出售旗下光學與光子裝置模擬與分析業務、ANSYS 出售RTL軟體相關業務(包括有

形資產和無形資產)予Keysight Technologies公司，以降低結合所帶來的競爭減損疑慮，並由CMA於2025年3月5日接受此項替代措施，同意本案進行結合。



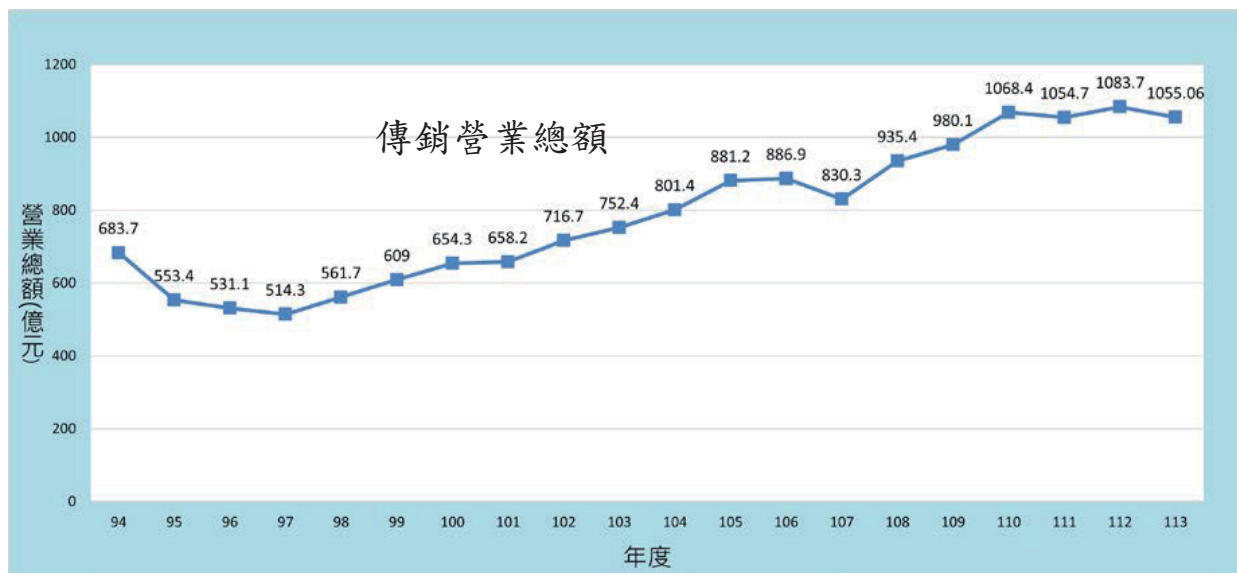
113年多層次傳銷事業經營發展概況

公平會為多層次傳銷管理法之主管機關，為強化多層次傳銷業之輔導及管理，每年針對報備多層次傳銷事業辦理經營發展狀況調查，以確實掌握多層次傳銷事業最新發展動態，俾利產業良性發展。依本次調查結果顯示，民國113年度多層次傳銷事業之營業總額經過112年營業總額創新高後，整體營業總額略為下降，但仍破千億元，發放佣（獎）金總額則較上一年度略為上升。

本次調查對象係扣除尚未實施及已停（歇）業等業者，並以113年間仍有實施多層次傳銷之335家事業為調查所得之結果，其內容摘要如下：

（一）整體營業總額略減

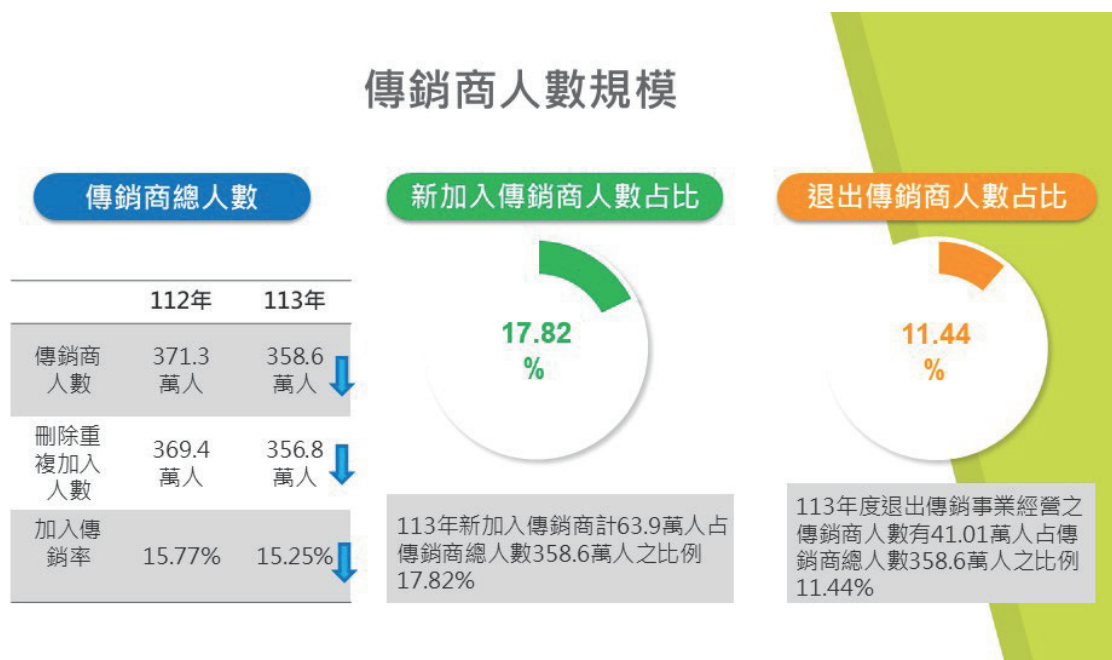
1. 113年335家傳銷事業之營業總額達1,055.06億元，較112年調查之營業總額1,083.68億元，減少28.62億元（減幅2.64%）。事業營業額平均值為3億1,494萬元，較112年減少約1,245萬元。
2. 事業營業額介於1,000萬元至1億元之家數最多，有119家（占總家數35.52%），營業額合計約為44.26億元，占整體營業額4.19%。



3. 營業額達10億元以上之事業共有22家，占總家數6.57%，營業額合計達772.2億元，占整體營業額73.19%，其平均營業額為35.1億元，較112年之35.43億元，減少0.33億元。

(二) 投入多層次傳銷事業，女性傳銷商仍為市場主力：

1. 113年傳銷商人數計358.6萬人，較112年底371.3萬人，減少12.7萬人，扣除重複參加1家以上多層次傳銷事業之參加傳銷商人數後計356.8萬人。
2. 參加傳銷商人數占全國總人口數（即加入傳銷率）之比率約15.25%，即平均每萬人中有1,525人加入多層次傳銷，較112年底之15.77%，減少0.52個百分點。
3. 113年新加入之傳銷商共計63.9萬人；退出之傳銷商人數共計有41.01萬人。

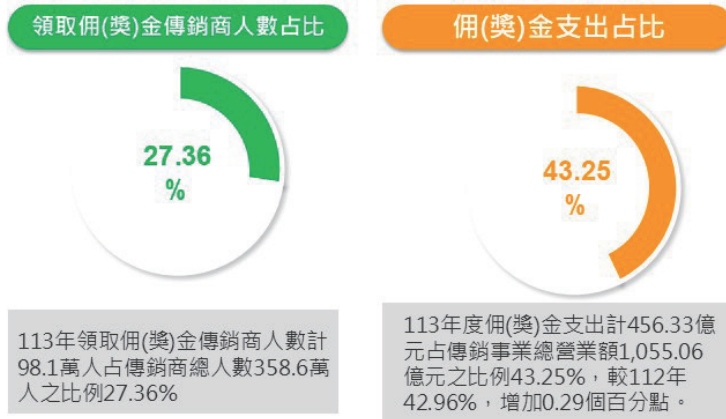


4. 女性傳銷商仍為傳銷市場之主力，113年女性傳銷商共計258.38萬人（占72.05%）。
5. 多層次傳銷管理法於113年8月修正公布傳銷事業得與傳銷商訂定電子契約後，113年335家傳銷事業中，與傳銷商單以書面締結參加契約者計197家(58.81%)，單以電子契約締結者計12家(3.58%)，兩者併行者計126家(37.61%)。

(三) 佣(獎)金總額較去年略為增加：

1. 113年度多層次傳銷事業發放之傳銷商佣（獎）金約為456.33億元（112年465.55億元），占營業總額1,055.06億元之43.25%，較112年佣（獎）金支付比率42.96%，增加0.29個百分點。
2. 113年曾領取佣（獎）金之傳銷商約98.1萬人，占傳銷商總人數比率為27.36%。其中113年女性傳銷商領取佣（獎）金之人數計74.1萬人（占總領取人數75.49%），領取金額為332.14億元（占72.79%）。

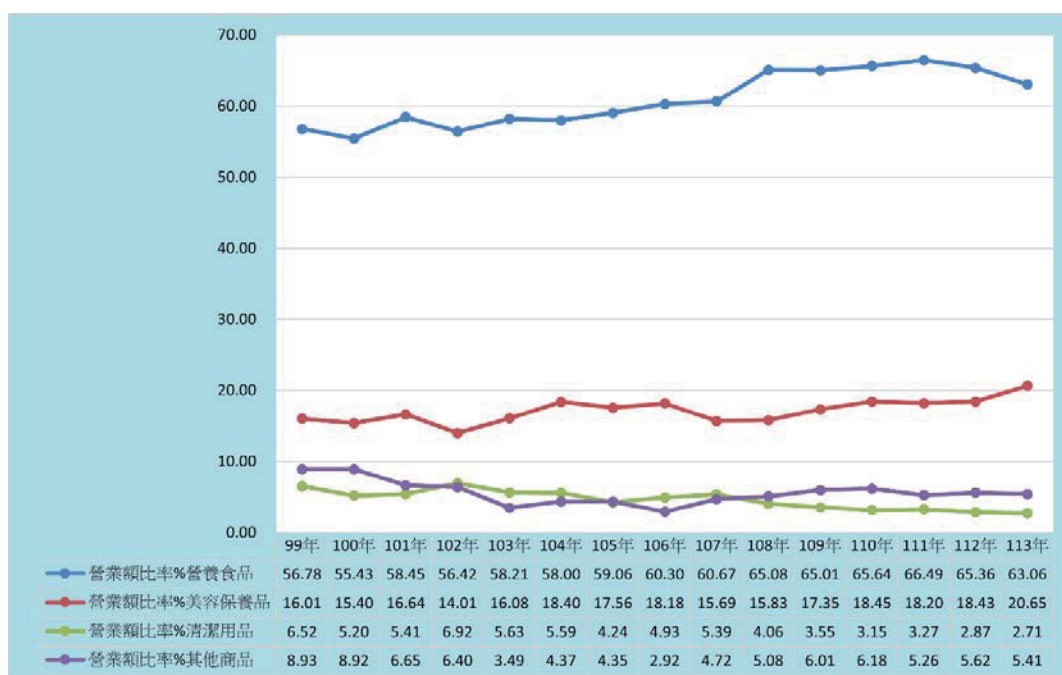
領取佣(獎)金概況



3. 113年度傳銷事業支付傳銷商佣（獎）金前10名中之女性傳銷商人數，以占7人最多（66家，占總數19.70%），其次為8人（56家，占總家數16.72%）、6人（50家，占總家數14.93%）。總計有266家傳銷事業支付傳銷商佣（獎）金前10名中之女性傳銷商人數超過5人以上，占總家數79.40%。

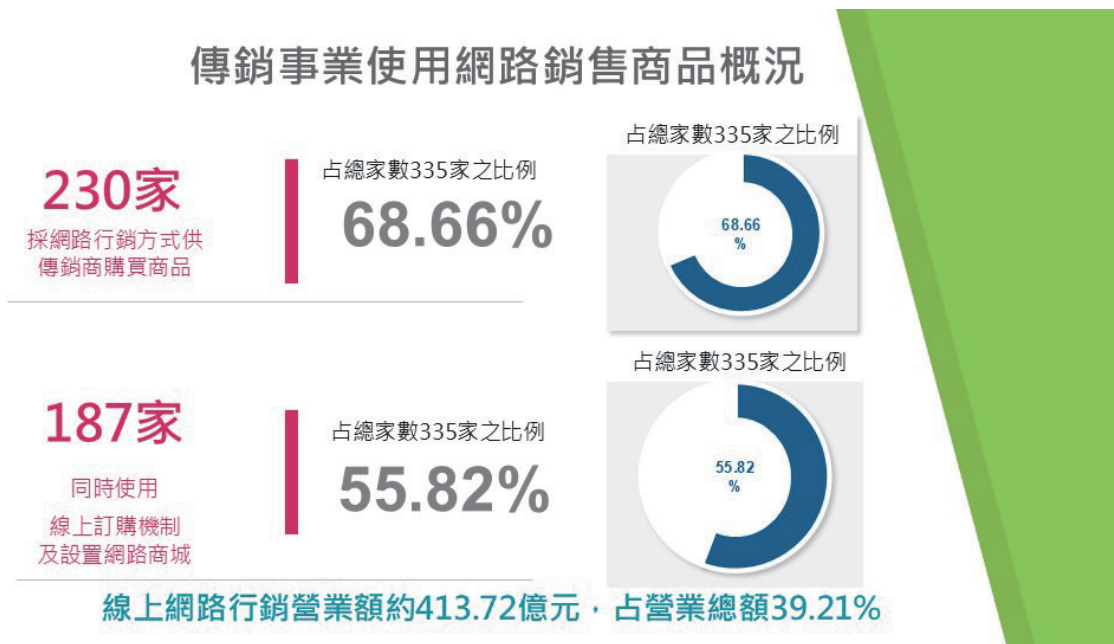
(四) 傳銷商品仍以營養食品類銷售額最大：

113年傳銷事業銷售之商品仍以營養食品類銷售額最大，計665.34億元(占63.06%)，次為美容保養品217.92億元(占20.65%)。



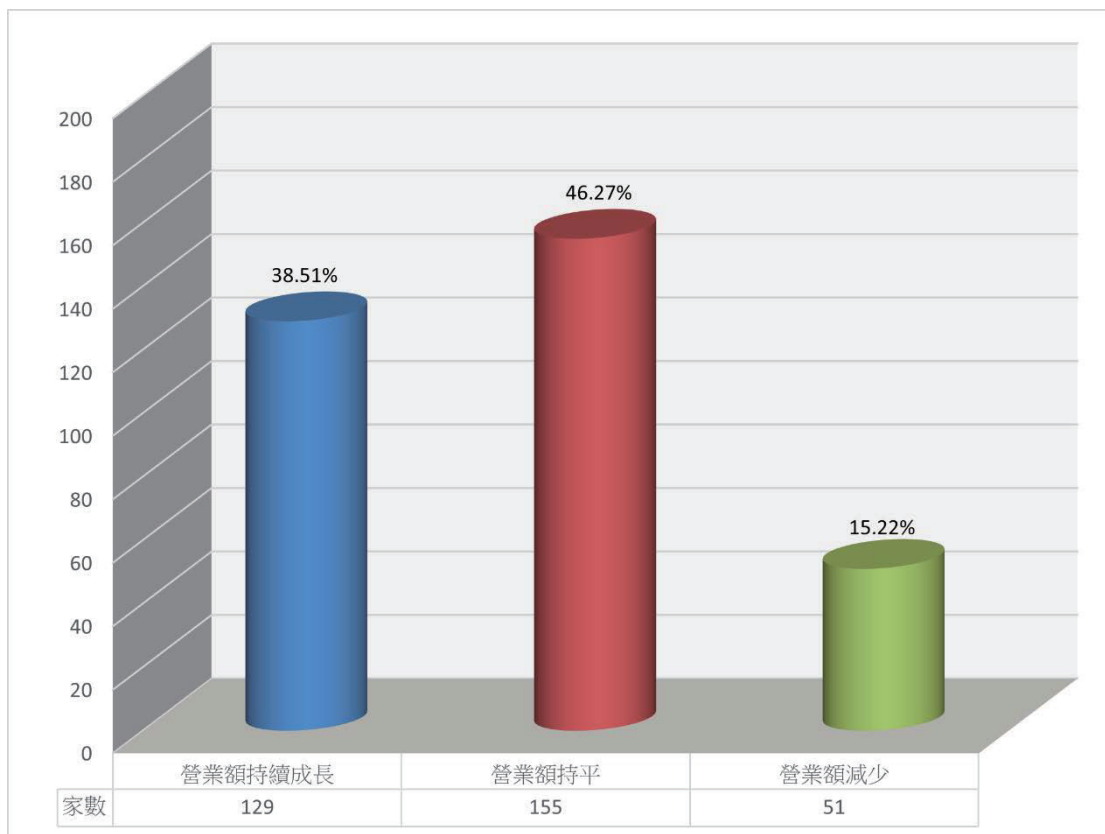
(五) 使用網路銷售商品日益普及：

113年採行網路銷售商品者計230家，占總家數之68.66%，較112年之64.65%，增加4.01個百分點。其中，同時使用線上訂購及設置網路商城者有187家。113年線上網路行銷營業額約413.72億元，占營業總額39.21%。



(六) 傳銷事業對未來營運之狀況採持平態度：

傳銷事業在經營上雖擔憂同類商品競爭加劇、市場不景氣及傳銷商減少，惟預期114年營業額將較113年增加者有129家（占38.51%），預期持平者有155家（占46.27%）。



民國114年7、8月份會務活動一覽

- 7月8日邀請雲林科技大學科技法律研究所楊智傑教授專題演講「數位環境之暗黑模式與各國管制方式比較」。
- 7月10日赴高雄市旗山區樂齡學習中心辦理114年度「交易陷阱面面觀」活動。
- 7月11日於臺北市辦理「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」。
- 7月11日於嘉義市辦理「公平交易委員會對於不實廣告法規及案例宣導說明會」。
- 7月22日於公平會辦理「多層次傳銷管理系統線上報備操作及其應注意事項說明會」。
- 8月15日於臺南市辦理「公平交易委員會對於不實廣告法規及案例宣導說明會」。



- 1.公平會邀請雲林科技大學科技法律研究所楊智傑教授專題演講「數位環境之暗黑模式與各國管制方式比較」。
- 2.公平會赴高雄市旗山區樂齡學習中心辦理114年度「交易陷阱面面觀」活動。
- 3.公平會於臺北市辦理「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.公平會於嘉義市辦理「公平交易委員會對於不實廣告法規及案例宣導說明會」。

民國114年7、8月份國際交流一覽

- 7月7日邀請經濟合作暨發展組織(OECD)專家來臺，辦理我國產品市場規範指數(PMR)成果報告說明會議。
- 8月4日與美國「國際法律與經濟中心」(ICLE)在臺北寒舍艾美酒店舉辦「塑造未來還是被未來塑造？競爭、產業政策與創新」研討會。
- 8月9日至13日派員赴韓國仁川參加亞太經濟合作(APEC)經濟委員會第2次會議(EC2)及相關會議。



1. 公平會與美國「國際法律與經濟中心」(ICLE)在臺北寒舍艾美酒店舉辦「塑造未來還是被未來塑造？競爭、產業政策與創新」研討會。
2. 公平會派員赴韓國仁川參加亞太經濟合作(APEC)經濟委員會第2次會議(EC2)及相關會議。

破解投資詐騙 「養套殺」



陷阱1：信心建立期

建假投資群組，塑造專業形象，引誘你跟單。

陷阱2：深信不疑期

用「假出金」博取信任，讓你越投越多，越陷越深。

陷阱3：無法自拔期

當你要求贖回時，開始推託、封鎖，最後人間蒸發。

理性投資，才是累積財富的最佳策略

© 2024, Shibasays Licensed by Remy Int., Ltd.



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9月30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