

公平交易委員會處分書

公處字第 106013 號

被處分人：新視代科技股份有限公司

統一編號：23113940

址 設：臺南市仁德區仁德里仁德四街 11-2 號

代 表 人：○○○

地 址：同上

被處分人因違反公平交易法事件，本會處分如下：

主 文

- 一、被處分人限制經銷商轉售奇美家電商品之價格，違反公平交易法第 19 條第 1 項規定。
- 二、被處分人自本處分書送達之次日起，應立即停止前項違法行為。
- 三、處新臺幣 50 萬元罰鍰。

事 實

- 一、緣民眾檢舉新視代科技股份有限公司（下稱被處分人）略以：被處分人於網路平台限制經銷商轉售奇美家電商品之價格，檢舉人因於網路平台販賣之價格太低遭被處分人限貨或斷貨，涉及違反公平交易法規定，爰向本會檢舉。

二、調查經過

（一）函請檢舉人提供相關事證，略以：檢舉人與被處分人簽有經銷合約，曾因商品價格過低遭被處分人限貨或斷貨，並提供被處分人限制價格之具體事證（如進貨發票、網頁資料、價格表及電子郵件等）。

（二）函請香港商雅虎資訊股份有限公司臺灣分公司（下稱雅虎公司）及露天市集國際資訊股份有限公司（下稱露天公司）提供相關事證，略以：

- 1、雅虎公司：被處分人於 104 年 4 月至 12 月間共檢

舉 5 次，被處分人均以著作權侵權之名檢舉。該公司接獲檢舉後均直接下架被檢舉內容之商品，下架後並未收到被檢舉會員之申訴。

2、露天公司：被處分人 103 年檢舉 6 次，所檢舉之商品品項為 161 項，104 年檢舉 1 次，所檢舉品項為 4 項。均以著作權侵權之名檢舉。

(三) 問卷調查被舉發下架之賣家，獲復略以：3 家表示有限制價格情事，並提供雙方經銷合約及被處分人要求調整價格及拒絕供貨之具體事證。

(四) 另問卷抽查被處分人經銷商，獲受調查者提供被處分人透過書面文件或電子郵件限制網路售價之具體事證；另有受調查者表示倘未依規定販售之經銷商，被處分人或予以警示、或拒絕供貨、或扣發獎金及向網路平台檢舉致被下架。

(五) 請被處分人提出答辯說明及到會說明，略以：

1、被處分人為奇美實業股份有限公司轉投資之子公司，為家電商品製造商，所產製商品除自售外，均透過經銷商販售，並與渠等簽有經銷合約書。該公司依據各經銷商之交易數量及每月物料之價格變動對經銷商報價，並依據各經銷商之進貨成本試算商品之建議售價，經銷商依其經營利潤自主決定最終販售價格，該公司所建議露出售價僅供經銷商參考，並未要求或於合約約定經銷商須依該建議價格銷售。對經銷商實際售價無查核機制，無法得知各經銷商之實際銷售價格，亦無法管控，更無所謂對不依價格販售商品有所處理。

2、該公司針對經銷商訂有「出貨獎勵」及「月獎勵」；出貨獎勵為每台發票價的減項，月獎勵則是在經銷商之進貨金額累積至 10 萬、15 萬及 20 萬元時，給予經銷商進貨金額 1%、1.5%及 2%之獎勵。針對業務人員則訂有「季獎勵」，即業務達到業績目標所給予之獎勵。

3、倘網頁內容有未經同意使用該公司圖文，且未置放

「網路授權認證」情事，即依網路服務提供者之侵權作業相關規定辦理，請未獲認證之廠商移除侵權圖文，非以其販售價格為斷。

- 4、奇美品牌之液晶螢幕目前市場價格區間在新臺幣 12,199~14,900 元，其他品牌同型商品價格區間為新臺幣 10,699~23,300 元不等，奇美品牌之同型商品售價仍具多種選擇，相較其他品牌亦非屬較高售價之商品，經銷商並未因此而受有價格競爭之不利益。
- 5、該公司每月提供報價表，公司業務再依業務需求修改使用。報價表所稱「建議售價」係提供予經銷商參考之販售價格，「發票價」係經銷商向該公司訂貨、交易開立之發票金額，「成本扣清價」係該公司每台商品之發票金額扣除出貨獎勵金額後之餘額，「短促」則是以公司獎勵辦法為基礎，為鼓勵經銷商出貨所提供之短期促銷獎勵金額，另「MKT」係該公司內部對行銷企劃單位之簡稱。
- 6、至 104 年 6 月 24 日寄發之警告電子郵件，雖確有「指送(即指定送達地點之意)支援」服務(協助經銷商將商品運送到經銷商營業所在地以外之地點)及「網路露出價格」(被處分人內部泛稱之建議售價)之措施。該電子郵件應為中區業務部離職員工發出，惟經查證，因時日已久不復記憶，無法確認該郵件之實際意涵。
- 7、又 104 年 6 月 8 日、6 月 15 日及 105 年 1 月 25 日寄發予各區業務部門人員之電子郵件提及「買 DF-14BOST... 未放認證及破價，斷貨時間則從 6/8~6/18 以示警惕 2. 扣業務客基金 3000」、「1. 扣客基金 3000 元 2. 斷貨一個月 6/16~7/15」及「尚有店家未回價... 請速回價，扣客基金 3000，季獎 0.3%」等，電子郵件內所稱「斷貨」係指停止供貨，惟僅為內部員工玩笑用語，並無真正斷貨。「未放認證」係指網頁未置放「網路授權認證」。「破價」係指銷售價格低於當月份的經銷商進貨價，因有交易異常

之疑慮，則會將渠等歸類於公司之觀察名單。至「扣業務客基金 3000」、「扣客基金 3000，季獎 0.3%」之處罰對象為該公司內部業務人員，係指業務人員針對公司產品對經銷商報價過程中，若產生經銷商商品進貨成本計算錯誤或誤解，使得經銷商在銷售時產生虧損，進而造成對公司的不諒解或帳務糾紛，致潛在性損害公司權益，即予懲戒，惟業務主管雖對個案提出懲處罰則，仍會與業務人員釐清疏失情況(即業務人員仍有申訴說明機會)，故目前實際上並未有業務人員因此被科罰則之情事。

- 8、有關 104 年 7 月 3 日電子郵件內容雖載「……昨日下午 5 點前未調回整點破價，即日起斷貨 1 個月~以示警告」。惟該 2 家公司於 104 年 5 月 1 日至 104 年 8 月 31 日間均有交易實績，未有斷貨 1 個月之情形。
- 9、有關 104 年 7 月 13 日電子郵件內容載「經請示副總同意後，因……近期表現良好未再有破價情事，即日起可恢復供貨，提前結束斷貨期就類似假釋出獄，請珍惜並宣導確實遵守原廠規範，否則再次抓到者一樣嚴懲」乙節：○○公司、○○公司及○○公司均為被處分人之經銷商並均簽有經銷合約書、網路經銷授權書。「原廠規範」係指經銷商的網路標示賣價不要低於經銷商進貨價。104 年 6、7 月間渠等因出現商品售價低於進貨價格情形，致被處分人遭其他經銷商質疑其誠信，為處理經銷商之疑慮及釐清事實，爰於前述期間暫時停止出貨進行溝通了解，○○公司與○○公司於事實釐清後，即行供貨並無持續被停止出貨情事；而○○公司於 104 年 6 月中旬向公司訂購一批季節性商品「變頻風扇」後，因遇上該年第一個颱風，南區氣候逐步轉變為多雨，○○公司因尚有庫存，且被處分人於同年 7 月中旬開始進行風扇促銷活動，○○公司依其經銷利潤考量，於同年 7 至 9 月未有進貨，但自同年 10 月起，就季節性商品「除濕機」向被處分人訂貨，被

處分人仍依合約關係持續出貨未有停止供貨情形。查被處分人「客戶銷貨明細表」，○○公司（104年6月13日至7月20日）、○○公司（104年6月3日至7月12日）及○○公司（104年6月17日以後）於104年7月13日之前一個月無交易實績。

- 10、有關105年2月2日電子郵件內容載「...請網路查價小組協助請各平台風扇回價，至今已經一個月了，早上進各網頁覆查尚有許多沒有回價！！○○今年提早於2/1出貨、2/2至各店上架，如被○○抓到網路破價，公司不支付任何PP費用，而由各破價的經銷商自行支付」、「請盡快調回公司售價」乙節。
- (1) 郵件內容係被處分人內部企劃人員對業務人員說明新上市商品若因網路價格太過紊亂恐影響經銷商○○公司商品上架銷售之意願，並非真落實執行。
 - (2) 網路查價小組業務主要係為維護網路交易安全，觀察公司商品於市場價格之異動狀況，對出現異常價格之商品進行瞭解並回報公司知悉，目前成員1名。
 - (3) 「回價」係指回復至被處分人105年2月之建議售價。「公司售價」係被處分人對內公告之建議促銷價，該郵件內容係針對公司內部業務之討論，並非針對外部經銷商，應屬公司業務人員私下自行轉發行為，據該業務人員表示，其係考量經銷商之標示賣價均已低於其進貨價，屬交易異常狀況（即經銷商需賠錢銷售），爰提醒經銷商以避免造成經銷商銷售損失；經查縱使有售價未調回之情況，亦未進行任何處理。
- 11、該公司對經銷商並未為限制網路售價之行為，僅為市場價格之管理觀察並提供建議之合理售價，經銷商仍得自由決定商品售價，之所以必須為市場價格管理及觀察，理由如次：
- (1) 家電業者對於商品售價管理，主要係為避免削

價競爭影響服務品質，期望提升經銷商間非價/格之競爭，致力於服務效率及品質之提升。

- (2) 經銷商有提供售前服務之必要性，如商品陳列展示空間、僱用並訓練銷售人員、提供解說服務等，為避免下游經銷商間有「品牌內搭便車」效應，爰對市場價格予以觀察管理，達到品牌內服務競爭之效果。
 - (3) 推廣網路經銷授權及主動觀察異常售價，以減少賣家的商品來源不明或以非正常手段取得商品，保障消費者購買安全性，亦可避免未簽約賣家或不重視服務品質之經銷商在提供優惠價格競爭的同時，影響服務品質，傷害消費者權益。另因經銷商之債信問題，經銷商除有逾期付款情形外，亦有每月信用額度超標之狀況，為考量降低呆帳風險，有就經銷商市場銷售狀況予以觀察管理之必要。
- (六) ○○公司及○○公司表示不曾被被處分人斷貨；另○○公司、○○公司及○○公司均稱 104 年 6、7 月間無進貨事實，甚有表示因所售價格低而被斷貨。
- (七) 另檢視比對被處分人之報價表及雅虎公司提供網路賣家因被處分人檢舉侵權而被下架之網頁資料獲悉，該等被下架網頁之網頁商品標價均低於被處分人當月之建議售價(或促銷價)。

理 由

- 一、按公平交易法第 19 條第 1 項規定：「事業不得限制其交易相對人，就供給之商品轉售與第三人或第三人再轉售時之價格。但有正當理由者，不在此限。」上開條文係在防止上游事業對下游事業為轉售價格之限制行為。倘事業對於其交易相對人就所供給之商品設定轉售價格，或對交易相對人就其銷售商品與第三人後，就該第三人銷售價格為間接限制，並以配合措施迫使交易相對人遵行，致經銷商無法依據其各自所面臨之競爭狀況及成本結構訂定售價，其結果將削弱經銷通路或零售業者間的價格競爭，故為上開

法條原則所禁止。另在例外情況下，限制轉售價格或有相較於自由訂價，更具促進競爭效果，而得依前揭但書規定主張其正當性。再按同法施行細則第 25 條規定：「本法第 19 條第 1 項但書所稱正當理由，主管機關得就事業所提事證，應審酌下列因素認定之：1、鼓勵下游事業提升售前服務之效率或品質。2、防免搭便車之效果。3、提升新事業或品牌參進之效果。4、促進品牌間之競爭。5、其他有關競爭考量之經濟上合理事由。」是故限制轉售價格究係限制市場競爭抑或是促進市場競爭，事業是否於必要之期間及範圍內以限制轉售價格之方法達到促進競爭之效果，屬當事人之抗辯事由，其就限制轉售價格行為之正當性負有舉證責任，主管機關再就其所提出之事證，經審酌具有促進競爭之效果者，始有依前揭第 19 條第 1 項但書之適用。

- 二、查被處分人與經銷商間簽訂之經銷合約書及網路經銷授權書雖無明確限制轉售價格條款及相關罰則，次查多數遭被處分人向網路平台檢舉著作權侵權致停權或商品下架之賣家亦自承網頁圖片擷取自被處分人網頁，惟仍有受本會調查之經銷商表示倘不遵守被處分人之價格規定，即遭拒絕供貨之處罰。另本會調查所獲之報價表，被處分人雖否認曾寄（散）發該報價表予經銷商公開報價，惟不否認該報價表上署名「○○○」君確曾任職該公司，且經比對本會調查所獲不同月份之報價表，僅時間、價格及下方註記說明有所不同，製表格式大致相同，故被處分人僅以不同月份之報價表內未載有系爭報價表之說明內容而否認系爭報價表，難謂可採。次查本會調查所獲載有被處罰經銷商名單及被處罰方式之電子郵件，該等電子郵件之日期介於 104 年 6 月 8 日至 105 年 2 月 2 日間，內容包括「原廠一直都在進行價格管控」、「Subject: 買回機台 0608~EASY 館 DF-14B0ST……未放認證及破價 1. 斷貨時間從 6/8~6/18 以示警惕」、「2. 斷貨一個月 6/16~7/15」、「Subject:……這個破太誇張了~還賣這麼好~打到其他人了……所以買回查先跟你先告知~稍後會發公告……及懲處」、「因……近期表現良好，未再有破價情事，即日起可恢復供貨，提前結束

斷貨期」及「○○公司恢復供貨 遭斷貨是因破價被買貨有二次紀錄……」等。被處分人雖辯稱多數為內部之玩笑話，或辯稱係因經銷商債信問題，為降低呆帳風險而就經銷商之市場銷售狀況予以觀察，惟查被停止供貨者尚非全屬被處分人付款或信用觀察名單內之經銷商；另查遭停止供貨之經銷商亦確有實際交易價格低於被處分人報價表之建議售價之情，況被處分人亦不否認電子郵件提及之○○公司、○○公司及○○公司確於104年6、7月間無進貨紀錄，且係因渠等出現商品售價低於進貨價格情形……，爰於該期間暫時停止出貨云云在案，故被處分人限制經銷商轉售價格之事實，洵堪認定。

- 三、案經請被處分人提出限制轉售價格之正當理由，被處分人僅稱避免削價競爭影響服務品質、提供售前服務之必要性（如商品陳列展示空間、僱用並訓練銷售人員、提供解說服務）、減少賣家的商品來源不明或以非正常手段取得商品及為降低呆帳風險之考量等，惟上開所辯，並無具體實施之內容及具體事證，以實其說，難謂為限制轉售價格之正當理由。
- 四、綜上，被處分人上揭限制經銷商販售價格行為，已剝奪事業自由決定價格之能力，事業將無法依據其所面臨之競爭狀況、營運策略等訂定產品售價，其結果將削弱經銷通路間之價格競爭，且無促進競爭之正當理由，核已違反公平交易法第19條第1項規定。
- 五、綜上論結，被處分人限制經銷商轉售奇美家電商品之價格，並無促進競爭之正當理由，核已違反公平交易法第19條第1項規定。經審酌被處分人違法行為之動機、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；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；與其他因素等，爰依同法第40條第1項前段規定處分如主文。

中 華 民 國 106 年 3 月 13 日
被處分人如不服本處分，得於本處分書達到之次日起 2 個月內
，向臺北高等行政法院提起行政訴訟。