

書籍訂價、對不同作家給予不同給付、新書預約廣告同時登載定價及預約折扣優待、對大、中盤與販賣店給予不同折扣、對回頭書、清倉低價拍賣及各種節日折扣優待等行為有無違反公平交易法

發文機關：行政院公平交易委員會

發文字號：行政院公平交易委員會 081.06.26. (81)公參釋字第00485號

發文日期：民國81年6月26日

主旨：關於 貴公會函請釋示公平交易法若干疑義案，復如說明二，請查照。

說明：

一、復 貴公會81年 3月11日函。

二、本案經本會第36次委員會議討論，獲致結論如次：

- (一) 書籍可否印定價，依公平交易法第18條規定：「事業對於其交易相對人，就供給之商品轉售與第三人或第三人再轉售時，應容許其自由決定價格，有相反之約定者，其約定無效。」其所欲規範者，係事業與交易相對人間對轉售價格之「約定」，故如出版社對下游經銷商未要求或約定應以某固定價格出售或不得打折，即不能僅以書籍上印有定價而認定違反公平交易法第18條規定。
- (二) 對不同知名度的作家可否給付不同的稿酬，按價格之差別待遇係指相同之商品或勞務以不同之價格為交易。出版業對不同作家給付不同之稿費或版稅，如係因作家之知名度、知識、經歷、讀者偏好、市場等因素之不同而有差異，則其並非差別待遇所指「相同之商品或勞務」，並無公平交易法第19條第 2款規定之適用。再者，依公平交易法第19條第 2款規定，縱可認為差別待遇，但如有「正當理由」亦不違法，作品因作家之知名度、知識、經歷、讀者偏好、市場等因素之不同而有差異可認定其具有差別之正當理由而不違法。
- (三) 業者在報紙上刊登新書預約廣告同時刊載定價及預約折扣優待價，係出版業推銷新書之促銷手法，讀者可根據該項預約廣告決定是否購買，就預約廣告及刊載定價性質言，係一種要約引誘之行為，屬民事契約範疇，除在報紙廣告上有虛構原價或不實之雙重標價，而構成違反公平交易法第21條第 1項規定外，與公平交易法尚無直接關係。
- (四) 業者批售予大、中盤與販賣店之折扣，如按市場供需狀況、成本差異、交易數額、信用風險或其他合理事由，對不同銷售階層或不同銷售點給予不同的供應價或折扣，乃市場價格機能之正常現象，應不構成公平交易法第19條第 2款規定之差別待遇。
- (五) 業者對回頭書、清倉、低價拍賣及各種節日折扣優待，原係出版業界行之有年之商業習慣，其給予折扣優待，如未構成公平交易法第19條第 3款有妨礙公平競爭之虞行為，則尚屬正常交易習慣，但如該等行為有故意印製「高價位」之定價再打折或特價販售，而依該價位判斷足認有虛偽不實或引人錯誤之標價者，依本會第29次委員會議所通過之百貨促銷行為案決議一、二，即已違反公平交易法第21條第 1項規定。

備註：

- 一、本文說明二所引公平交易法第18條、第19條第 2款、第 3款規定，於104 年 2月 4日修正公布，條次變更為第19條、第20條第 2款、第 3款，內容並酌作修正。
- 二、事業以贈品贈獎方式進行促銷之案件，其性質屬不公平競爭之範疇，104 年 2月 4日修正公布之公平交易法將該類型案件規定於第23條。

