

利誘顧客行為及供應價、售價與獎勵方式不一是否違反公平交易法，以及百貨業、專櫃廠商、供貨商間與公平交易法關係之疑義

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 081.07.07. (81)公參字第00209號

發文日期：民國81年7月7日

主旨：關於 貴公司函請就公平交易法質疑問題說明案，復如說明二，請查照。

說明：

一、復 貴公司81年 2月17日 (81)興業字第0031號。

二、本案經提報本會第37次委員會議討論，獲致左列結論：

(一) 利誘顧客有否違反公平交易法

1. 按公平交易法第19條第 3款所稱之利誘，係指事業不以品質、價格及服務爭取顧客，而利用顧客之射倖、暴利心理，以利益影響顧客對商品或服務為正常之選擇，從而誘使顧客與自己交易之行為，並有妨礙公平競爭之虞而言。有關贈獎促銷活動是否屬於公平交易法第19條第 3款所稱「利誘」疑義，應視其贈獎促銷之內容是否已達前述之利誘程度，而使競爭者之交易相對人因此而與自己為交易行為，並有妨礙公平競爭之虞而定。
2. 來函所列 9種利誘顧客之行為，除「不實」及「販賣仿冒商品」明顯違法，可依公平交易法第21條、第20條加以規範外，其餘「折扣戰」、「贈品」（摸彩）、「每日一物」、「貴賓卡優待」、「週年慶打折」、「買一送一」等 7種行為，均可依前述原則就具體個案衡量是否違法。

(二) 供應價、售價及獎勵方式不一有否違反公平交易法。

1. 所謂「差別待遇」，係指就同一商品或服務，以不同之價格或價格以外之條件出售給同一競爭階層不同之購買者而言，在一般商業交易，「差別待遇」係屬常見，惟是否違反公平交易法第19條第 2款規定，應考量市場情況、成本差異、交易數額、信用風險等因素判斷有無正當理由暨是否會妨礙公平競爭。
2. 準此，廠商對不同銷售點按不同的進貨成本、交易數額給予不同的供應價或銷售價，應為市場價格機能之正常現象，而對銷售業績達某一標準以上者，以減收貨款獎勵，或對慈善機構鑒於公益原因給予較低之供應價等情形，尚難謂為違法。

(三) 百貨業與專櫃廠商以及供貨商之三角關係

1. 百貨公司對各供貨商或專櫃廠商按交易數額、成本差異等條件給予不同的利潤比例；或依契約、季節性促銷、節慶等商業習慣要求專櫃折扣促銷；或依契約約定產品銷售業績不佳而退貨；或單純拒絕某品牌廠商設櫃供貨銷售，而未濫用市場優勢地位時，原則上此等行為係屬契約自由範圍，至該等行為是否逾越此範疇而妨礙公平競爭，應就個案予以認定。
2. 至百貨業限制供貨商與其他百貨業交易是否構成限制交易相對人之事業活動，而違反公平交易法第19條第 6款規定，應考量當事人之意圖、目的、市場地位、所屬市場結構、商品特性及履行情況對市場競爭之影響等加以判斷。

備註：

一、說明二、(一) 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。

二、本文說明二所引公平交易法第19條第 2款、第 6款規定，於 104年 2月 4日修正公布

，條次變更為第20條第 2款、第 5款，內容並酌作修正。