

臺北高等行政法院判決

111年度訴字第901號

112年7月12日辯論終結

原告 雅光有限公司

代表人 廖全平(董事)

訴訟代理人 陳澤嘉 律師

林昱朋 律師

被告 公平交易委員會

代表人 李鎡(主任委員)

訴訟代理人 蔡靜慧

黃明超

王義明

上列當事人間公平交易法事件，原告不服被告中華民國111年5月17日公處字第111026號處分書，提起行政訴訟，本院判決如下：

主 文

原告之訴駁回。

訴訟費用由原告負擔。

事實及理由

一、事實概要：

緣原告與台灣日立江森自控股股份有限公司（下稱日立江森公司）、台灣松下銷售股份有限公司（下稱台松公司）、和泰興業股份有限公司（下稱和泰興業公司）、聲寶股份有限公司（下稱聲寶公司）、禾聯碩股份有限公司（下稱禾聯碩公司）、台灣三洋電機股份有限公司（下稱三洋電機公司）、臺灣格力股份有限公司（下稱格力公司）、台灣三菱電機股份有限公司（下稱三菱電機公司）、憶聲電子股份有限公司（下稱憶聲電子公司）、新視代科技股份有限公司（下稱新

視代公司）、萬士益冷氣股份有限公司（下稱萬士益公司）、台灣夏普股份有限公司（下稱夏普公司）、宇暉科技股份有限公司（下稱宇暉科技公司）、威技電器股份有限公司（下稱威技公司）等14家（共15家公司）公司，渠等於國內生產銷售分離式冷氣以及窗型冷氣，就家用空調之產銷同屬同一水平之競爭關係（與商用空調以變頻多聯式空調系統、中央空調機種有所區別）。嗣被告接獲檢舉，認定上開15家公司藉由民國108年11月26日之餐敘之際，共同於文件上簽名（出席者多為總經理、董事長），就影響家用空調消費者選擇是否消費的重要因素，即「自109年1月1日起縮短家用空調全機保固年限為3年」此交易條件乙節達成合意，足以影響家用空調市場之供需功能，已違反公平交易法第15條第1項本文聯合行為之禁制規定，乃依公平交易法施行細則第36條規定，審酌該原告董事長利用中華民國電器商業同業公會全國聯合會（下稱全國電器公會）理事長身分主導餐敘形成聯合之合意，原告聯合之15家公司109年營業額均為上億元、110年於國內家用空調市場占有率合計逾90%；違法後配合調查態度等因素，依公平交易法第40條第1項前段規定，處原告罰鍰新臺幣（下同）250萬元。原告不服，遂提起本件行政訴訟。

二、本件原告主張：

- (一)原告主要業務為家用電器零售、批發，銷售其他品牌電器，銷售自有品牌空調營業額僅2%，即便前往原告賣場，貨架或促銷型錄亦無陳列原告品牌空調，有110年12月24日製造業競爭處出差報告單記載可憑；原處分其他受處分對象則為家用電器製造業並銷售自有品牌，原告與其他受處分對象並非同一產銷階段的水平競爭關係，而是垂直、經銷之上下游關係，非公平交易法第14條水平聯合行為處罰主體。
- (二)原告公司董事長廖全平，擔任現任全國電器公會及台北市電器商業同業公會理事長，108年11月26日餐敘時，業者話題突然談論至108年3月起，家用空調全機保固年限各廠商均調

01 整為7年並不合理，惡性競爭將導致空調保固條件不可能履
02 行，餐敘15家空調業者乃一致同意將「家用空調全機保固年
03 限從109年1月1日縮短至3年」共識交付廖全平，基於電器公
04 會理事長身分，向經濟部工業局反映產業保固窘境、遊說訂
05 定合理家電保固年限，或依公平交易法第15條向被告提出聯
06 合行為申請，並請求餐廳櫃台繕打文字並列印，由空調業者
07 簽名作為政策遊說或申請聯合行為許可之依據，況空調零件
08 眾多不可能統一保固3年，各公司未獲授權下無從合意縮短
09 保固年限，是本件不符共同決定商品或服務條件之聯合行為
10 合意要件。

11 (三)保固政策涉及空調商品銷售量、備品零件保存成本，影響層
12 面甚鉅，公司內部須經謹慎計算、會議討論始能變動，該次
13 餐敘在場品牌多為跨國企業，熟捻反托拉斯、公平交易法規
14 範，未事先徵詢公司內部同意授權情況下，根本不可能簽署
15 具商業意向、有拘束力、法律效力的決議，同意變更保固期
16 限之重大經營條件。是系爭文件並無拘束力，且餐敘後，因
17 逢選舉，遊說工作暫未進行，全國電器公會有嘗試向工業局
18 聯繫未果；迄今亦無任何業者實際調整保固條件，亦即本件
19 並沒有任何實際縮短空調保固等事業間「相互約束事業活動
20 之行為」，是系爭文件並非共同決定縮短空調保固年限之聯
21 合行為合意，並無違反公平交易法第14條第1項。

22 (四)聯合行為雖不以實際產生影響商品交易市場功能結果為限，
23 仍以具有足以影響商品交易市場功能之限制競爭可能性、危
24 險性、風險為要件；又聯合行為意思合致並非唯一要件，仍
25 須客觀上有限制競爭行為，導致足以影響市場風險，始足當
26 之；本件受處分人簽署系爭文件後未實際調整保固條件，對
27 市場不生影響，無從該當「足以影響商品交易之市場功能」
28 要件，不生限制競爭行為之危險。再者，不管從「質」或
29 「量」的角度觀察，對於市場商品交易影響程度均為0%，顯
30 然不符合公平交易法第14條1項足以影響生產、商品交易或
31 服務供需之「市場效果要件」，沒有形成限制競爭風險。況

01 且，保固條件從7年縮短為3年，並非空調核心競爭事項的改
02 變，而相較於日立、Panasonic、大金等市占率極大的空調
03 業者，原告及其他業者也不至於因此產生競爭優勢或劣勢，
04 進而改變市場消費者選擇，原告實無必要參與對自身幾無優
05 勢的聯合行為；而市面上各家空調保固期限相近，保固期間
06 並非重要交易條件，不容易產生差異性。是以，本件並非核
07 心惡質卡特爾行為。況保固期間縮短對消費者供需選擇將產
08 生何種影響？業者將節省多少成本？獲取多少不法利潤？均
09 未見原處分具體說明，更證明原處分對於「市場效果」要
10 件，有理由不備之違法。

11 (五)原處分對空調業者裁處之罰鍰金額並不相同，就市場規模及
12 地位觀察，日立、Panasonic、大金在家用空調市占率合計
13 約七成，與原告市占率有顯著落差，可能因聯合行為獲取利
14 益金額差異甚鉅，則為何原告與日立、Panasonic、大金受
15 相同250萬元裁罰，原處分並未具體說明；日立公司實收資
16 本額逾23億，原告資本額僅1億6千萬，108年全年營業收入
17 淨額為1,645,868,663元，銷售雅光品牌空調營業額僅439,7
18 76元，合計31台，此有原告損益表、冷氣銷貨帳為證；然原
19 處分就日立及原告均裁罰250萬元，顯然並未斟酌受處分人
20 營運狀況、資本額、違法動機、應受責難程度、過往違法紀
21 錄，何況本件並無任何業者調整空調保固年限，對市場供需
22 功能及交易秩序不生任何影響危害，對原告亦無任何利益。
23 原處分漏未察及前揭重要事實，且未分辨原告與電器公會為
24 不同主體，廖全平是基於全國電器公會理事長身分邀集空調
25 業者參與108年11月26日餐敘，旨在感謝業者支持公會舉辦
26 電器展、路跑、公益演唱會等活動，非由原告邀集，此由各
27 業者皆稱呼廖全平為「電器公會廖理事長」即可證明，且原
28 告亦未主導討論空調保固，於家用空調市場地位甚微；被告
29 竟以原告公司董事長恰好為廖全平，裁處原告與其他極高市
30 占率廠商相同罰鍰250萬元，參雜與事件無關因素，違反行
31 政罰法第18條第1項、公平交易法施行細則第36條、行政行

01 為明確性原則、比例原則、有利及不利一律注意原則，並有
02 裁量濫用及怠惰之違法等語。並聲明：原處分關於原告部分
03 撤銷。

04 三、被告則以：

05 (一)本件經審酌系爭文件之合意內容及簽署文件之事業，並依空
06 調產業之應用特性進行區分，界定本案產品市場為「家用空
07 調市場」，而系爭15家公司均有從事製造或銷售家用空調，
08 且原告除了經銷各大廠牌家電產品外，亦有販售自有品牌
09 「雅光」家用空調，應認屬空調業者，顯與系爭14家公司屬
10 具水平競爭關係之同一產銷階段事業。

11 (二)本案緣於108年以前，大多數空調業者之全機保固年限為3
12 年，因和泰興業公司於108年3月間率先延長家用空調之全機
13 保固年限，致各家空調業者為面對市場競爭，紛紛於同年競
14 相延長家用空調保固年限為7年，導致各自經營成本上升，
15 爰於108年8月7日透過餐敘場合討論家用空調保固年限之議
16 題，復於108年11月26日再次進行餐敘，討論縮短家用空調
17 保固年限之議題，並達成「自109年1月1日起縮短家用空調
18 全機保固年限為3年」之合意，就前揭合意內容製作成書面
19 文件記載「台灣家電空調廠商業者中華民國108年11月26日
20 開會決議全體同意從109年1月1日起室內外機全機保固3年含
21 壓縮機及機板以上」內容並傳閱簽名；則應認該15家公司達
22 成合意，即為本案聯合行為主體。再者，案關108年11月26
23 日餐敘會議，係由原告董事長以全國電器公會理事長名義，
24 邀集家電空調業者聯誼餐敘，然該次會議性質非屬會員代表
25 大會或理監事會議，且受邀業者如日立江森公司等亦非該公
26 會會員，故難論全國電器公會為本件聯合行為之主體，併予
27 敘明。

28 (三)本案限制競爭內容所涉之保固年限，乃為空調業者參與市場
29 競爭之重要核心事項。惟延長保固年限，將致空調業者之經
30 營成本提高，爰產生本案聯合行為之動機，即各涉案事業為
31 降低各自經營成本及消弭彼此之競爭壓力，聯合縮短家用空

調保固年限，達成互不競爭之共識，此等透過人為方式排除或減少市場競爭，顯然存有限制競爭之目的，不僅使消費者無法藉由業者保固條件的競爭，獲得更好的售後服務品質，亦會增加消費者日後維修保養產品之成本支出，具有危害交易相對人選擇可能或機會之風險，是被處分人等於108年11月26日餐敘達成聯合縮短家用空調全機保固年限之合意，影響案關產品之交易條件，以避免任一事業單獨變更保固年限所生之競爭風險，復從該15家公司市占率總計逾90%（參考西元2020年、2021年GFK市場調查資料）以觀，客觀上已足有影響市場供需功能之危險，顯已構成聯合行為，至於該合意內容有無法律上拘束力、合意後有無實際執行，或事業是否因聯合行為獲得實際利益，均與是否成立聯合行為之事實無涉；是原告稱簽署系爭文件後未實際執行即不構成「相互約束事業活動之行為」或「足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能」要件，顯係對聯合行為規範之誤解。

(四)據三菱電機公司110年6月3日陳述書(二)稱公司內部於餐敘後開會討論是否遵循公會決定調整保固期間，當時結論為既屬公會既定之政策，即傾向依照電器公會決定辦理，即將保固期間訂為全機（含壓縮機）3年，並於12月9日事業報告會時提出保固期間調整之議題，其後即印製新版保證書等語，顯見本案原告與其他空調業者透過餐敘簽署系爭文件，已影響空調業者自由決定保固年限之營業決策空間。且該15家公司擬自109年1月1日起共同縮短家用空調全機保固年限之訊息，108年11月底即於業界及經銷商間廣泛流傳，並被經銷商製發成促銷活動訊息，亦有電器行自承108年12月間曾接獲數家空調品牌之業務員告知前揭訊息，故將該訊息轉知消費者促請儘早購買，亦證本案聯合行為確有對家用空調市場供需功能產生限制競爭效果之危險，已足影響市場供需功能，違反公平交易法第15條第1項事業不得為聯合行為之禁止規定。

01 (五)依照經濟部110年12月2日經授工字第11020436780號書函略
02 以：近3年並無收到業者、同業公會針對空調產品保固年限
03 或相關議題提出修法建議或輿情反映等語；是本件不存在阻
04 卻公平交易法聯合行為規範之正當理由。

05 (六)原告董事長主導系爭餐敘討論空調保固年限縮短之議題，並
06 促請與會空調業者達成本案聯合行為之合意，以製作及簽署
07 文件之方式確保聯合行為之遵守或履行，違法情節較其他涉
08 案空調業者重，併考量原告年營收約17億元以上，無論居於
09 品牌商或經銷商角色均可因本案聯合行為而獲利，尚不能僅
10 依原告所陳「雅光」空調產品之銷售營業額觀之，是依公平
11 交易法第40條第1項前段規定，裁處250萬元罰鍰，並無過
12 當。另，原告董事長同時具有公會理事長之身分，惟為有效
13 規制違法之聯合行為，就廖全平參與同業聚會之發言或行
14 為，應視為同時代表此2種身分，否則將致行為人可任意主
15 張發言時為另一身分以逃脫法律之拘束，致行政制裁無法有
16 效發揮警惕及嚇阻作用等語，資為抗辯。並聲明：駁回原告
17 之訴。

18 四、上開事實概要欄所述之事實經過，關於原告等15家公司於10
19 8年11月26日之餐敘，具體簽署「自109年1月1日起縮短家用
20 空調全機保固年限為3年」，出席者多為總經理、董事長，
21 亦有營業部副理等；另本案為家用空調市場，而與商用空調
22 市場區別，該15家公司109年營業額均為上億元、110年於國
23 內家用空調市場占有率合計逾90%，被告以原處分處原告罰
24 鍰250萬元等情，為兩造所不爭執，並有原處分（本院卷第3
25 7-53頁）、108年11月26日餐敘簽署文件（本院卷第69
26 頁）、日立江森公司陳述書、陳述紀錄（原處分甲1卷第97-
27 116頁）、台松公司陳述書、陳述紀錄（原處分甲1卷第135-
28 149頁）、和泰興業公司陳述書、陳述紀錄（原處分甲1卷第
29 221-227頁）、聲寶公司陳述書、陳述紀錄（原處分甲1卷第
30 242-254頁）、禾聯碩公司陳述書、陳述紀錄（原處分甲1卷
31 第259-279頁）、三洋電機公司陳述書、陳述紀錄（原處分

甲1卷第316-321頁）、格力公司陳述書、陳述紀錄（原處分甲1卷第402-405頁）、三菱電機公司陳述書、陳述紀錄（原處分甲1卷第498-584頁）、憶聲電子公司陳述書、陳述紀錄（原處分甲2卷第601-623頁）、新視代公司陳述書、陳述紀錄（原處分甲2卷第649-657頁）、萬士益公司陳述書、陳述紀錄（原處分甲2卷第676-695頁）、夏普公司陳述書、陳述紀錄（原處分甲2卷第701-720頁）、宇暉科技公司陳述書、陳述紀錄（原處分甲2卷第724-733頁）、威技公司陳述書、陳述紀錄（原處分甲2卷第737-745頁）、原告陳述書、陳述紀錄（原處分甲2卷第749-754頁）附卷可稽，洵堪認定。本件爭點厥為：(一)原告等15間公司是否達成聯合行為之合意？(二)原告等15間公司合意行為是否足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能者？(三)被告就罰鍰金額之裁量是否有判斷瑕疵？

五、本院得判斷之理由：

(一)公平交易法第15條第1項本文規定：「事業不得為聯合行為。」第14條第1項、第2項規定：「本法所稱聯合行為，指具競爭關係之同一產銷階段事業，以契約、協議或其他方式之合意，共同決定商品或服務之價格、數量、技術、產品、設備、交易對象、交易地區或其他相互約束事業活動之行為，而足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能者。前項所稱其他方式之合意，指契約、協議以外之意思聯絡，不問有無法律拘束力，事實上可導致共同行為者。」第40條第1項前段規定：「主管機關對於違反第9條、第15條、第19條及第20條規定之事業，得限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣10萬元以上5,000萬元以下罰鍰」。

(二)準此，聯合行為之構成要件為：1. 行為主體係具水平競爭關係之事業；2. 事業間具有契約、協議或其他方式之合意；3. 事業間之合意係對商品或服務之價格、限制數量、技術、產品、設備、交易對象、交易地區等相互約束事業活動予以決

01 定；4. 須足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能。
02 又聯合行為之上開要件中，有關「行為主體係具水平競爭關
03 係之事業」及「須足以影響生產、商品交易或服務供需之市
04 場功能」部分，須界定相關市場始得認定事業是否為同一產
05 銷階段具有水平競爭關係之事實，且該事業間如透過合意而
06 為上開限制競爭之行為時，該行為是否足以影響市場之供需
07 功能。

08 (三)事業間是否具有競爭關係，依照公平交易法第4條規定：

09 「本法所稱競爭，指二以上事業在市場上以較有利之價格、
10 數量、品質、服務或其他條件，爭取交易機會之行為」依照
11 該條104年2月4日修正前立法理由載稱：「……二、競爭係
12 指二以上事業在市場上爭取交易機會之行為。原為經濟學上
13 之名詞，因本法之規定係以公平競爭為基礎，故有明定其定
14 義之必要。」固然考究國外法制，不論是德國營業限制競爭
15 防止法(Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen，下稱
16 德國競爭法)、歐盟運作條約(Treaty on the Functioning
17 of the European Union，下稱歐盟競爭法)等多數定有競爭
18 法之國家或地區，實際上係選擇並未對此有所定義，因為競
19 爭定義隨時代、學說，甚或實務判決而有變遷。事實上，我
20 國公平交易法上開第4條定義，係與德國競爭法學界、實務
21 界探討效能競爭概念有關，所謂效能競爭乃指事業以提高與
22 改善自己在價格、數量、品質、種類、服務或研發等各種競
23 爭參數方面之表現與效能之方式從事競爭，而非以阻礙、打
24 擊、妨害、排除競爭者之方式進行競爭。但該概念本用於探
25 討不正競爭法，若於限制競爭法上更有侷限(過往雖有探討
26 是否適合用於獨占力濫用行為中阻礙競爭，但現在也已經不
27 以此作為判斷準則)。惟就晚近始制定之我國公平交易法而
28 言，對於「競爭」之定義有所明定，仍因其正面表列有其作
29 用；需特別提及者，因事業間是否彼此具有競爭關係，若其
30 銷售相同商品且處同一產銷階段，多認定有競爭關係，至多
31 是競爭能力低落，又競爭關係的存在，不以現實上已經存在

01 競爭關係者為限，已經籌畫進入之潛在競爭者也屬於有競爭
02 關係，故而，事業縱使以不具備較有效能之競爭方式導致競
03 爭能力低落，並不代表彼此間並無競爭關係，更不因此與其他
04 事業不處於同一水平市場

05 (四)依照公平交易法第5條可知，相關市場，指事業就一定之商
06 品或服務，從事競爭之區域或範圍。又相關市場之認定，係
07 指經濟學上之競爭圈而言，因商品替代性之廣狹、商品銷售
08 區域之不同而解釋其區域或範圍。界定相關市場應綜合產品
09 市場及地理市場加以判斷。產品市場係指在功能、特性、用
10 途或價格條件上，具有高度需求或供給替代性之商品或服務
11 所構成之範圍；地理市場係指就結合事業提供之某特定商品
12 或服務，交易相對人可以很容易地選擇或轉換其他交易對象
13 之區域範圍。在考量產品市場、地理市場外，並得視具體個
14 案，衡量時間因素對於特定市場範圍之影響(另可參照公平
15 交易委員會對於相關市場界定之處理原則第2點至第4點, 此
16 係被告為落實公平交易法規範，及協助所屬人員就相關市場
17 界定標準更臻明確，以利案件審議與事業遵循，所為統一解
18 釋法律、認定事實之解釋性規定)。

19 (五)又事業以形成價格之條件為合意，應同時考量所有影響價格
20 之因素。而上開影響商品交易價格之因素，實務上除須考量
21 市場供需情況外，尚包含成本差異、交易數額、信用風險、
22 其他交易條件如票期久暫、廣告支持、資訊分享、技術回
23 饋、利息成本等因素，未可一概而論。交易雙方對於交易條
24 件之計算，均足以直接、間接影響其價格之形成，故水平事
25 業間若共同為前述交易條件之約束行為，而發生限制競爭之
26 效果時，自應論為共同對於價格之干預(最高行政法院86年
27 度判字第219號判決可資參照；比較法上，歐盟競爭法亦同
28 之，學界不無贊同，詳參附件註解1)。換言之，本院以為，
29 事業間合意之交易條件倘若屬於消費者交易時必要考量之因
30 素，且可能直接或者間接壓抑價格或交易條件，諸如價格之

定價、一定範圍之漲幅，或者信用條件、預期價格等，均應認定屬於價格操控之一環。

(六)足以影響市場功能之判斷標準

1. 由於足以影響市場功能之要件並未明確規範具體標準，外國立法例、學說，以及我國近期實務均有提出相關見解以供判斷。實則，如何判斷足以影響市場功能均可以最繁複之方式為之，但此舉勢必全面探討市場效果(例如市占率是否正確)，倘若均不為區分調查、舉證方式，是否不符公平交易法上就經濟學、執法實務上因應長期累積經驗之成效，而過度耗費行政機關之調查成本，以及對於法院之判斷、職權調查上會否對於本無須查證者耗費過多，反而損及當事人權益。故而，以下本院分別探討足以影響市場功能之判斷標準。
2. 所謂「足以」影響市場功能，解釋上僅需事業所為之共同行為，在客觀上有影響市場供需功能之危險為已足，非以市場供需功能實際受到影響為必要。是以，聯合行為之成立，與合意內容有無法律上拘束力，合意後有無實際執行或事業是否因聯合行為獲得實際利益無涉，僅限制競爭效果的程度具危險性即符合其要件。此外，關於「足以影響市場功能」此要件之判斷，外國立法例或競爭法理論容有不同，或有採取美國休曼法(Sherman Act)第1條之當然違法原則(per se illegal)、合理原則(rule of reason)，歐盟競爭法、德國競爭法發展之可感覺性理論(此部分可參考歐盟Völk案【即 Case5/69 Völk v Vervaecke, 1969】)以及量質標準原則、例外(目的性限制競爭或者所謂核心卡特爾；相關學說介紹，詳參附件註解2)。惟於具體個案之認定，基於是否對於市場競爭有顯著影響的判斷標準，有以下幾種方式：其一，採取市場占有率之「量的標準」，以及限制競爭手段對競爭秩序妨礙程度之「質的標準」。倘參與聯合行為事業之市場占有率在一定比例以下者，原則上推定該聯合行為應不致足以影響市場功能(此即「量的標準」或稱「微量原

則」)。又一般而言，質的標準可依照市場結構、產品特性、市場參進難易度、交易相對人抗衡力量等因素審酌；其二，若聯合行為內容涉及約定價格，區分市場、減少產能、限制交易對象或聯合漲價等(學界稱「核心卡特爾」【hard-core cartel】，典型案例多為圍標、價格聯合、地理市場劃分，以及限額(配額)的聯合行為)，因該等行為本質上對市場競爭具有高度危害性，即可視為足以影響市場功能(以量質標準例外稱之)。而因社會及經濟之變化演進，各式經濟活動及事業間合作態樣亦隨之日新月異，勢難針對各類行為態樣一一規範，故公平交易法第14條規定，同一產銷階段競爭事業間之水平聯合，是否「足以影響市場供需功能」，立法者係將此一不確定法律概念之規範，交由被告依該違法聯合行為之時空背景、市場情況、產業特性及個案實際情形等而為解釋適用。依此，被告行使法律賦予之職權，經綜合參酌現今社經環境、多年執行公平交易法之經驗及國外相關見解，就事業之聯合行為是否「足以影響市場供需功能」，兼採「量的標準」與「質的標準」之判斷標準，倘參與聯合行為事業之合計市場占有率未達10%者，原則上推定其不足以影響市場供需功能；但事業聯合行為之內容，涉及限制商品或服務之價格、數量、交易對象或交易地區等核心競爭參數之限制者，均認該等聯合行為足以影響市場供需功能。嗣並以105年3月1日公法字第10515600941號解釋令(下稱系爭函釋)核釋：「有關公平交易法第14條規定，參與聯合行為之事業，於相關市場之市場占有率總和未達10%者，推定不足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能；但事業之聯合行為係以限制商品或服務之價格、數量、交易對象或交易地區為主要內容者，不在此限。」而就何謂「足以影響市場供需功能」作成解釋性之行政規則(最高行政法院108年度判字第597號判決意旨可資參照)。

3. 從而，在認定影響市場功能時，本院以為：

(1) 量質標準之原則(綜合判斷量質因素)

01 首先，我國公平交易法並未如同獨占規定前提乃事業具備支配
02 配(控制)市場地位，始有限制競爭危害市場能力之要求，換
03 言之，除了獨占以外之各類限制競爭行為，並未要求多高的
04 市場力量始可謂成立聯合行為，重點應該在於是否已經對於
05 市場競爭有顯著影響即可(學說上所謂可感覺性理論；另外
06 結合門檻的市定乃管制成本經濟考量；此部分也可參閱附件
07 註解3)。又我國公平交易法第14條關於影響市場功能之影
08 響，並未有具體明文之判斷標準，揆諸前述實務見解、學說
09 見解可以了解，在通過可感覺效果理論時，具體個案(例如
10 共同合意產品的包裝方式，且非該產品市場核心事項)之認
11 定，原則上應可同時對於採取市場占有率之「量的標準」，
12 以及限制競爭手段對競爭秩序妨礙程度之「質的標準」一併
13 整體觀察是否影響市場功能。

14 (2)量質標準之例外(外國法所稱目的性限制競爭或者核心卡特
15 爾)

16 其次，關於足以影響市場功能之判斷，原則上本應以「量的
17 標準」與「質的標準」之判斷標準為之，然而，事業聯合行
18 為之內容，涉及限制商品或服務之價格、數量、交易對象或
19 交易地區等核心競爭參數之限制者，除非違法事業之市場占
20 有率過低，均認該等聯合行為足以影響市場供需功能。由於
21 一旦認定屬於量質標準之例外，並不必全面探討市場效果
22 (例如市占率是否正確)，本院以為倘若屬於限制商品或服務
23 之價格、數量、交易對象或交易地區等核心競爭參數，因此
24 類行為通常對價格、商品服務之品質或數量都有造成影響，
25 並傷害資源分配，自然無需再證明此類行為對市場競爭影響
26 之確實效果，此舉可大幅降低行政調查、舉證負擔，更符合
27 經濟直觀，以及合於公平交易法發展上對此長期累積之成
28 果。

29 (3)量質標準之例外認定前提仍須符合影響市場功能

30 此外，縱使符合上開例外情況，固然對於市占率應毋庸具體
31 探討，但其前提仍是對於市場競爭有顯著影響。換言之，本

01 院雖以為個案情況屬於量質標準之例外時，不必全面探討市
02 場效果，但不代表該「個案」原告不能提出相關反證證明並
03 不會影響市場競爭，例如市占率顯然過低(例如市占率僅有
04 百分之1或百分之2)，或者該市場有何特殊情況不會影響市
05 場競爭等。倘若原告可依此舉證，本院以為，具有競爭關係
06 之事業彼此縱有合意限制競爭，然因形成市場力量微小，本
07 非會影響市場競爭，自非以邏輯、條列式認為該合意行為屬
08 於量質標準之例外情況時，仍直接認為影響市場功能(附件
09 註解4)。

10 (4)非典型量質標準之例外

11 ①本院以為倘若屬於限制商品或服務之價格、數量、交易對象
12 或交易地區等核心競爭參數，無需再證明此類行為對市場競
13 爭影響之確實效果，已如前述。但如不能確認涉案當事人之
14 合意行為是否涉及原本目的即限制競爭時(尤其因應新興市
15 場經濟之競爭)，自不能無限放寬認定標準，例如共同合意
16 資訊交換，因非屬學說上或者比較法的典型核心卡特爾，被
17 告至少仍應充分說明合意內容何以涉及上述核心競爭參數，
18 例如是否為敏感性資訊(是否涉及價格、成本、薪資或者市
19 場計畫，甚或是否屬於秘密資訊等)，或何以對市場上競爭
20 的價格、商品服務之品質或數量有不利影響，始可謂符合該
21 例外認定(被告在此處之說明或舉證，毋庸達到量質標準須
22 具體說明客觀上有影響市場供需功能之危險【也就是毋庸達
23 到歐盟競爭法非目的性限制競爭時，應具體證明限制競爭之
24 效果】)。

25 ②若不能直接判斷行為之目的與核心競爭參數有關(或所謂以
26 限制競爭為目的)，則應該回歸量質標準之原則，需具體檢
27 視行為是否產生限制競爭效果(附件註解5)。

28 (七)本件原告與其他業者合意之行為，該當公平交易法第14條第
29 1項之聯合行為：

30 1. 原告與其他14家公司屬具水平競爭關係之同一產銷階段事業

01 (1)經查，本案為家用空調市場，而與商用空調市場區別，該
02 15家公司109年營業額均為上億元、110年於國內家用空調
03 市場占有率合計逾90%等情，為兩造所不爭執，復由原告
04 等15家事業之陳述書、陳述紀錄，以及被告109年10月14
05 日訪談家樂福成功店、燦坤3C成功店、五福電器行、大同
06 3C高雄復興門市、全國電子青年門市(原處分甲1卷第64-6
07 6頁)、被告於109年10月27日訪談愛買復興店、元昌電
08 器、特力屋台中大墩店(原處分甲1卷第67-68頁)、被告於
09 109年11月4日訪談順發3C量販台北八德店、大潤發中和
10 店、好市多中和店、家樂福中和店、燦坤3C中和旗艦店
11 (原處分甲1卷第69-70頁)、經濟部110年12月2日經授工第
12 11020436780號函(下稱經濟部110年12月2日號函，(原處
13 分甲1卷第72-74頁)等卷證，應可得知產品市場應為家用
14 空調市場，而與商用空調市場區別，又本案涉案之事業，
15 地理市場乃以全國為標準。

16 (2)原告自承有銷售自有品牌等語(本院卷第181頁)，揆諸前
17 述見解，本屬於公平交易法第4條以較有利之價格、數
18 量、品質、服務或其他條件，爭取交易機會之行為，且因
19 原告與其他14家公司均銷售相同或者類似商品，且處同一
20 家用空調市場，自應認為屬於同一水平市場。原告主張：
21 其自有品牌銷售額不高，消費者無法輕易轉換至原告公司
22 購買相同產品，且主力業務乃家用電器零售、批發等，而
23 與其他14家公司並非同一市場云云，顯然將自身公司競爭
24 能力是否足夠，與相關市場(產品市場)界定之需求替代、
25 供給替代(上開要件定義可參閱公平交易委員會對於相關
26 市場界定之處理原則)有所誤認，其主張顯不可採。

27 (3)此外，因108年11月26日餐敘會議雖由原告以全國電器公
28 會身分邀請(原處分甲2卷第671頁LINE對話紀錄)，但參與
29 成員並不限於上開公會成員，該次並非會員大會，也非理
30 監事會議等情，為兩造所不爭執(本院卷第415頁)。本院
31 以為，全國電器公會並非本件聯合行為主體，聯合行為主

體應為實際參與聚餐之相關事業(另外可參照臺北高等行政法院 104 年度訴字第 1944 號判決意旨)，故本件被告並不以全國電器公會為處分對象，自無疑義。

2. 本件屬於價格之合意

(1)經查，原告等15家公司於108年11月26日之餐敘，具體簽署「自109年1月1日起縮短家用空調全機保固年限為3年」等情，已如前述。依照其內容可知，自構成公平交易法第14條第1項事業與有競爭關係之他事業共同決定商品或服務之價格，或限制交易條件，相互約束事業活動之行為無誤。

(2)又依照日立江森公司陳述書、陳述紀錄（原處分甲1卷第97-116頁）、台松公司陳述書、陳述紀錄（原處分甲1卷第135-149頁）、和泰興業公司陳述書、陳述紀錄（原處分甲1卷第221-227頁）以及其他公司之陳述書、陳述紀錄可知，我國空調市場以三大品牌(日立即日立江森公司、松下即台松公司、大金即和泰興業公司)為領導者，108年3月以前大多數空調業者之全機保固年限為3年、主機板7年、壓縮機10年，惟自108年3月，和泰興業公司將家用空調之全機保固年限調整為5年(其餘未變)，其後台松公司、日立公司陸續跟進將全機保固年限延長為7年，嗣和泰興業公司再宣布調整為8年(109年回復為7年)，其他多數空調業者則於同年4月起紛紛跟進，將全機保固年限從3年調整為7年(部分業者則將年限調整為10年，甚而包含主機板、壓縮機年限也往上調整)等情無誤。再者，依照被告109年10月14日訪談家樂福成功店、燦坤3C成功店、五福電器行、大同3C高雄復興門市、全國電子青年門市可知，冷氣的保固服務乃原廠制定，關於全機保固部份，除三菱電機為3年，富士通乃10年，其他廠商多為7年，乃成本之一，若廠商願意提供一定時間的保固服務，代表對產品品質有信心；又各家廠商原本對於保固條件多有些許差異，例如是否針對特定機型提供保固；此外，108年與109

01 年的保固期間，以和泰興業公司(品牌名：大金)而言，10
02 8年乃全機保固8年，109年則是7年等情(原處分甲1卷第64
03 -66頁)；嗣依照被告於109年10月27日訪談愛買復興店、
04 元昌電器、特力屋台中大墩店可知，冷氣保固乃原廠提
05 供，且條件也是原廠制定，而每年條件均不一定，於109
06 年該時因各家廠牌保固條件差異不大，會建議消費者採購
07 冷氣將功能、省電程度以及價格列入考慮等情(原處分甲1
08 卷第67-68頁)；又依照被告於109年11月4日訪談順發3C量
09 販台北八德店、大潤發中和店、好市多中和店、家樂福中
10 和店、燦坤3C中和旗艦店可知，保固條件乃原廠制定，保
11 固期間越長，代表對產品品質越有信心，另外部分廠商，
12 如歌林公司、聲寶冷氣保固期間全機乃7年，壓縮機部分
13 如三菱重工公司因剛進入市場，也是自製壓縮機，故其保
14 固期乃15年等情(原處分甲1卷第69-70頁)，並參照經濟部
15 110年12月2日號函關於我國家用空調產業製造商約56家，
16 前三大品牌(日立即日立江森公司、松下即台松公司、大
17 金即和泰興業公司)市占率約占百分之73，各品牌官網目
18 前空調保固時間全機保固約為7年，且近3年並無收到業者
19 提出修法建議或輿情反映等情(原處分甲1卷第72-74頁)。

20 (3)依照上述各業者之陳述書、訪談紀錄、經濟部函可知，保
21 固期間本屬於業者藉由消費者日後若產品有維修風險時爭
22 取消費者之重要交易條件，甚而其他家用空調業者因應該
23 家用空調市場前幾名的三大事業陸續就保固期間調升，認
24 為如不採取同一形式之行為，將導致同業競爭者或市場交
25 易相對人實施對抗措施，也因而因應調升、跟進以之競
26 爭，此從業者會於官網標示，或者由上開陳述書、訪談紀
27 錄均可了解，此屬於業者自身對於產品信心之展示，又雖
28 非全體業者保固期間相同，但業者間均將此列為爭取消費
29 者指標項目之一；甚而，是否全機保固、或者特定機型保
30 固，本均為各業者基於競爭因素的調整。故而，保固期間
31 之合意，雖為交易條件，但屬於消費者選擇家用空調時候

重要考量因素之一(否則各家廠商就保固期限無須錙銖必較)，且可使成本同步，使得各業者定價策略一致，故原告等15間公司合意保固期限，揆諸前述見解，屬於直接影響價格之合意，故本件也屬於價格之合意行為無誤。

(4)再者，縱使認為本件非屬價格合意行為，由於保固年限之調整與否，本為空調業者參與市場競爭之重要核心事項，其涉及各事業維修、研發等經營成本，也涉及是否提供良好的售後服務品質。本院以為，由於原告等15間公司108年11月26日餐敘簽署文件（本院卷第69頁）涉及內容，被告已經於原處分適度說明原告等15間公司之合意何以足以影響市場競爭(至少就量質標準之例外認定上，因為保固期限之限定連帶影響消費者、競爭者、已屬核心競爭因素)，並有經銷商製發冷氣保固期縮短之活動訊息（本院卷第161-163頁）為證，乃屬涉及限制商品之核心競爭參數之限制無誤。從而，原告主張保固期間並非重要交易條件，其等合意行為非屬核心卡特爾云云，自非可採。

3. 本件合意行為，屬於量質標準之例外情況，足以影響市場競爭

原告固稱原告簽署文件後並未實際調整保固條件，對市場不生影響，無從該當「足以影響商品交易之市場功能」要件，不生限制競爭行為之危險。再者，不管從「質」或「量」的角度觀察，對於市場商品交易影響程度均為0%，顯然不符合公平交易法第14條1項足以影響生產、商品交易或服務供需之「市場效果要件」，沒有形成限制競爭風險云云。然而，本院以為並不可採，理由如下：

(1)合意後有無實際執行與是否成立聯合行為無涉

①按公平交易法第14條之聯合行為「所謂足以影響市場功能」，揆諸前述實務、學說見解，解釋上僅需事業所為之共同行為，在客觀上有影響市場供需功能之危險為已足，非以市場供需功能實際受到影響為必要。換言之，聯合行為之成立，與合意內容有無法律上拘束力，合意後有無實

01 際執行或事業是否因聯合行為獲得實際利益無涉，僅限制
02 競爭效果的程度具危險性即符合其要件。故而，原告表示
03 渠等事業後續沒有執行，並不會影響市場云云，自有所誤
04 解。

05 ②再者，依照日立江森公司陳述紀錄（原處分甲1卷第115
06 頁）、台松公司陳述紀錄（原處分甲1卷第137-138頁）、
07 和泰興業公司陳述紀錄（原處分甲1卷第223頁）、宇暉科
08 技公司陳述紀錄（原處分甲2卷第731頁）均有於會後報告
09 或者討論保固期間政策，更遑論，依照三菱電機公司陳述
10 書(二)可知，由於原告等15間公司已經決定調整保固期間，
11 三菱電機公司也傾向將保固期間訂為全機（含壓縮機）3
12 年，並於12月9日事業報告會時提出保固期間調整之議
13 題，其後即印製新版保證書等情，此有上開陳述書（原處
14 分甲1卷第563頁）可證。而市場上電器商於108年12月間
15 曾接獲數家空調品牌之業務員告知前揭訊息，故轉知消費
16 者促請儘早購買等情，亦有販售家用空調的電器商陳述紀
17 錄(原處分甲1卷第44頁)以及108年12月13日的估價單附卷
18 可證(原處分甲1卷第54頁)，更有經銷商製發促銷活動訊
19 息告知上開情事(本院卷第161頁)。因而，顯見本案原告
20 等15間公司，透過餐敘簽署系爭文件，已影響空調業者自
21 由決定保固年限之營業決策空間，也有對家用空調市場供
22 需功能產生限制競爭效果之危險。

23 (2)本件依照量質標準之例外即可認定足以影響市場競爭

24 ①經查，本件原告等15間公司合意行為，屬於價格之合意，
25 且均屬於核心競爭事項，已如前述。固然，本件原告等公
26 司之合意雖非屬於典型量質標準例外情形，但因原告等業
27 者此等合意內容，直接指涉成本同步，使得各業者定價策
28 略一致，被告已經有適度說明對於市場之影響，揆諸本院
29 前揭探討，事業聯合行為之內容，涉及限制商品或服務之
30 價格、數量、交易對象或交易地區等核心競爭參數之限制
31 者，均認該等聯合行為足以影響市場供需功能。

01 ②此外，觀諸全卷，由於原告等15間公司之市占率顯非過
02 低，原告也未提出任何事證足以說服本院在有上述涉及核
03 心競爭事項合意行為時，並不會影響市場競爭，自毋庸依
04 照量質標準之原則事項逐一檢討。尤其是針對依照原告等
05 15間公司在家用空調市場之市占率總計逾90%（原處分甲1
06 卷第522-525頁之西元2020年、2021年GFK市場調查資料）
07 一事，本院以為如若回歸量質標準之原則，被告除上述資
08 料外，理應更詳細說明如何計算上開總體市占率，其是否
09 有違反公平交易法施行細則第4條規定：「（第一項）計算
10 事業之市場占有率時，應先審酌該事業及該相關市場之生
11 產、銷售、存貨、輸入及輸出值（量）之資料。（第二項）
12 計算市場占有率所需之資料，得以主管機關調查所得資料
13 或其他政府機關記載資料為基準。」例如以何方式計算？
14 關於相關市場界定上何以以全國為標準，而非限定部分地
15 區等事項，由於此多屬於營業秘密的市場資訊調查事項，
16 需耗費相當成本調查，本均可爭議。然而，本案既然界定
17 屬於量質標準例外事項，自無庸回歸量質標準之原則（例
18 如探討有無達到公平會要求的百分10的市占率，而推定是
19 否不足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能等須
20 逐一判斷市占率之正確性）。故而，自應依照量質標準之
21 例外認定足以影響市場功能。

22 ③又參照經濟部110年12月2日號函更可知涉案之前三大事業
23 市占率本已達百分之76，原告也未實際爭執上開市占率有
24 誤，復未提出其他足以推翻之相關證據（例如聯合行為之
25 事業群市占率顯然過低）時，既然已可認定足以影響市場
26 功能時，自毋庸細部調查被告上開主張之市占率有無錯
27 誤，一併敘明。

28 (3)綜上，原告以其自身的市占率及從量質標準角度觀察，主
29 張對於市場商品交易影響程度均為0%云云，不論從卷內證
30 據，或者本院上述探討之見解可知，原告顯然均有誤會，
31 且與卷證事實不符，自不可採。因而，被告原處分認為本

01 件原告等15間公司合意保固年限足以影響生產、商品交易
02 或服務供需之市場功能，違反公平交易法第15條不得為聯
03 合行為之禁止規定，自堪認定。

- 04 4. 至於原告主張上開合意行為乃遊說行為或者依照公平交易法
05 第15條向被告提出聯合行為申請云云，然而觀諸原告等15間
06 公司108年11月26日餐敘簽署文件（本院卷第69頁），顯非
07 欲向政府進行遊說或者向被告為聯合行為例外申請，且依照
08 前揭經濟部110年12月2日號函可知，110年起近3年並無收到
09 業者提出修法建議或輿情反映，更遑論，倘若原告等事業確
10 實要依照公平交易法第15條申請聯合行為之「例外許可」，
11 其前提自然是已經構成聯合行為，始有例外許可可能性，原
12 告之主張自非可採。

13 (八)被告就罰鍰金額之裁量並無判斷瑕疵

14 原告固然爭執被告原處分裁處金額高達250萬元，違反比例
15 原則、裁罰依據不明確云云。然而，本院以為，原告主張並
16 無理由，分敘如下：

- 17 1. 行政機關在法令授權裁量之範圍內，依據個案情況自主決定
18 其法律效果，在授權範圍內、非恣意濫權的裁量決定，屬於
19 行政機關之自主決定空間。按行政罰法第18條第1項規定：
20 「裁處罰鍰，應審酌違反行政法上義務行為應受責難程度、
21 所生影響及因違反行政法上義務所得之利益，並得考量受處
22 罰者之資力。」次按公平交易法第41條第1項規定：「主管
23 機關對於違反第9條、第15條、第19條及第20條規定之事
24 業，得限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得
25 處新臺幣10萬元以上5,000萬元以下罰鍰；屆期仍不停止、
26 改正其行為或未採取必要更正措施者，得繼續限期令停止、
27 改正其行為或採取必要更正措施，並按次處新臺幣20萬元以
28 上1億元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措
29 施為止。」末按公平交易法施行細則第36條規定：「依本法
30 量處罰鍰時，應審酌一切情狀，並注意下列事項：一、違法
31 行為之動機、目的及預期之不當利益。二、違法行為對交易

01 秩序之危害程度。三、違法行為危害交易秩序之持續期間。
02 四、因違法行為所得利益。五、事業之規模、經營狀況及其
03 市場地位。六、以往違法類型、次數、間隔時間及所受處
04 罰。七、違法後改正情形及配合調查等態度。」從而，被告
05 依公平交易法第41條第1項規定之法定罰鍰10萬元以上至5,0
06 00萬元以下之範圍內為本件裁處，係屬被告行政裁量之權
07 限，且對於適用公平交易法第41條規定裁處罰鍰之案件，被
08 告係依公平交易法施行細則第36條規定審酌。

- 09 2. 茲經被告審酌原告董事長利用其電器公會理事長身分主導系
10 爭餐敘討論空調保固年限縮短之議題等情，此有台松公司陳
11 述紀錄(原處分甲1卷第137頁)、禾聯碩公司陳述紀錄(原處
12 分甲1卷第275頁)、三菱電機公司陳述紀錄(原處分甲1卷第5
13 02頁)以及宇暉科技公司陳述紀錄(原處分甲2卷第731頁)、
14 以電器公會身分邀請廠商參與聚會的LINE對話紀錄(原處分
15 甲2卷第671頁)附卷可證。又因原告乃促請與會空調業者達
16 成本案聯合行為之合意，以製作及簽署文件之方式確保聯合
17 行為之遵守或履行，違法情節較其他涉案空調業者重，併考
18 量原告年營收約17億元以上，此有原告年營收資料(原處分
19 甲2卷第753頁)等在卷佐證明確之事實，認定原告乃本件聯
20 合行為主導者，亦屬有據。另外，被告暨審酌原告之違法行
21 為動機係為縮短保固年限，而此保固條件乃消費者選擇交易
22 的重要考量因素之一，因本案違法行為已經足以影響相關市
23 場供需功能，且原告營業額也有達到上億元，原告等15間公
24 司在國內家用空調市場占有率極高，以及原告是否有據實陳
25 述、配合調查態度、個別事業參與程度、市場規模及地位等
26 因素，在公平交易法第41條第1項規定得裁罰額度範圍內予
27 以處分，且於原處分理由欄內論列裁量審酌因素，堪認已充
28 分審酌一切情狀所為之合義務性裁量，且裁量範圍符合法律
29 之授權，並無裁量瑕疵情事，尚屬合法允當，難認有違比例
30 原則、裁量濫用之情事，原告主張原告資本額與日立公司等
31 大事業有別，且銷售雅光品牌之空調營業額不高，何以可以

01 裁處250萬元云云，自顯忽略本案原告董事長利用公會理事
02 長之身份主導本案聯合行為之成立，始將原告與其他市占率
03 高的事業併處250萬元，換言之，被告原處分並非就本案15
04 家事業均一律裁處相同罰鍰，自係依據原處分理由欄內論列
05 裁量審酌因素逐一裁罰，故其裁罰，核屬有據。

06 六、綜上所述，本件原告於108年11月26日之餐敘期間，與其他1
07 4間業者藉由該餐敘達成「自109年1月1日起縮短家用空調全
08 機保固年限為3年」，該當以其他方式形成限制競爭合意之
09 聯合行為，並足以影響生產、商品交易等市場功能，被告以
10 原處分對原告進行裁罰，被告認定原告違反公平交易法第15
11 條第1項本文聯合行為之禁制規定，並依公平交易法第40條
12 第1項規定裁處罰鍰之行為，遂無違誤，原告爭執並無違法
13 聯合行為，且被告原處分之裁罰有裁量濫用等情，請求撤
14 銷，並無理由。

15 七、本件事證已臻明確，兩造其餘攻擊防禦方法暨舉證，經核與
16 判決結果並無影響，爰不一一斟酌論述，附此敘明。

17 據上論結，本件原告之訴為無理由，依行政訴訟法第98條第1項
18 前段，判決如主文。

19 中 華 民 國 112 年 8 月 16 日

20 臺北高等行政法院第二庭

21 審判長法 官 楊得君

22 法 官 彭康凡

23 法 官 周泰德

24 一、上為正本係照原本作成。

25 二、如不服本判決，應於送達後20日內，向本院提出上訴狀並表
26 明上訴理由，如於本判決宣示後送達前提起上訴者，應於判
27 決送達後20日內補提上訴理由書（須按他造人數附繕本）。

28 三、上訴時應委任律師為訴訟代理人，並提出委任書。（行政訴
29 訟法第241條之1第1項前段）

30 四、但符合下列情形者，得例外不委任律師為訴訟代理人。（同
31 條第1項但書、第2項）

得不委任律師為訴訟代理人之情形	所 需 要 件
(一)符合右列情形之一者，得不委任律師為訴訟代理人	1. 上訴人或其法定代理人具備律師資格或為教育部審定合格之大學或獨立學院公法學教授、副教授者。 2. 稅務行政事件，上訴人或其法定代理人具備會計師資格者。 3. 專利行政事件，上訴人或其法定代理人具備專利師資格或依法得為專利代理人者。
(二)非律師具有右列情形之一，經最高行政法院認為適當者，亦得為上訴審訴訟代理人	1. 上訴人之配偶、三親等內之血親、二親等內之姻親具備律師資格者。 2. 稅務行政事件，具備會計師資格者。 3. 專利行政事件，具備專利師資格或依法得為專利代理人者。 4. 上訴人為公法人、中央或地方機關、公法上之非法人團體時，其所屬專任人員辦理法制、法務、訴願業務或與訴訟事件相關業務者。
是否符合(一)、(二)之情形，而得為強制律師代理之例外，上訴人應於提起上訴或委任時釋明之，並提出(二)所示關係之釋明文書影本及委任書。	

中 華 民 國 112 年 8 月 16 日

書記官 徐偉倫

