

## Chương 4

# Thoả thuận hành động

### 4.1 Quyết định

**Các nhà triển lãm trang thiết bị nội thất tại Trung tâm Thương mại thế giới Đài Bắc, Hiệp hội ngành trang thiết bị nội thất thành phố Cao Hùng và Hiệp hội ngành trang thiết bị nội thất tỉnh Cao Hùng**

Các phiên họp lần thứ 471 và 481 của Ủy ban (2000, 2001)

|          |   |
|----------|---|
| Vụ việc: | Các nhà triển lãm trang thiết bị nội thất chính tại Trung tâm Thương mại thế giới Đài Bắc và Hiệp hội ngành trang thiết bị nội thất của thành phố và tỉnh Cao Hùng đã cản trở và hạn chế phương thức bán đồ nội thất của các doanh nghiệp đơn lẻ thông qua sự lôi kéo có tổ chức và gây hại cho sự cạnh tranh trên thị trường, và như vậy vi phạm các quy định cấm thoả thuận hành động tại Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh |
|----------|---|

|                 |   |
|-----------------|---|
| Từ khoá:        | Triển lãm trang thiết bị nội thất, triển lãm, tham gia triển lãm  |
| Tham chiếu:     | Các Quyết định của FTC ngày 16-11-2000 (Phiên họp lần thứ 471 của Ủy ban) và ngày 18-1-2001 (Phiên họp lần thứ 481 của Ủy ban), các Quy định (90) Kung Ch'u số 029 và 030 |
| Ngành nghề:     | Sản xuất trang thiết bị nội thất bằng gỗ và đồ gá kèm theo (1411)   |
| Luật liên quan: | Các Điều 7 và 14 của Luật Thương mại lành mạnh  |

### Tóm lược:

1. Các nhà triển lãm trang thiết bị nội thất chính tại Trung tâm Thương mại thế giới Đài Bắc bị khiếu nại với lý lẽ cho rằng họ đã thiết lập “Hiệp hội các nhà triển lãm trang thiết bị nội thất Đài Loan” trong các năm 1999 và 2000, yêu cầu cắt giảm số lượng các triển lãm trang thiết bị nội thất và hạn chế thành viên hiệp hội tham gia các cuộc triển lãm trang thiết bị nội thất và như vậy đã vi phạm Luật Thương mại lành mạnh. Trong quá trình điều tra vụ việc, FTC đã nhận được một đơn khiếu nại khác cho rằng các Hiệp hội ngành trang thiết bị nội thất của thành phố và của tỉnh Cao Hùng cũng đã cản trở các thành viên của họ tham gia các cuộc triển lãm mà họ không công nhận và như vậy đã vi phạm Luật Thương mại lành mạnh.

### 2. Các cuộc điều tra của FTC và kết quả:

Điều 21 của Luật lệ và các quy tắc hoạt động nội bộ của “Hiệp hội các nhà triển lãm trang thiết bị nội thất Đài Loan” nêu cụ thể rằng khi bất kỳ một thành viên nào tham gia vào Hiệp hội, ngoài khoản phí gia nhập và phí thành viên hàng năm, mỗi thành viên phải viết một tờ séc ghi ngày 31-12 của

năm hiện tại có mệnh giá là 300.000 Đài tệ làm khoản đặt cọc. Nếu bất kỳ một thành viên nào tham gia vào các cuộc triển lãm mà Hiệp hội không công nhận, khoản tiền đặt cọc nói trên sẽ bị Hiệp hội trưng thu. Ngoài ra, Hiệp hội còn gửi thư vào ngày 26-1-2000 nhắc nhở các thành viên rằng việc tham gia vào các cuộc triển lãm không được Hiệp hội thừa nhận sẽ dẫn đến việc trưng thu khoản tiền đặt cọc. Trong thư, họ đã liệt kê thời gian biểu của các cuộc triển lãm không được họ thừa nhận. Hiệp hội thừa nhận rằng họ đã nhận khoản tiền đặt cọc 300.000 Đài tệ từ tất cả các thành viên (nhưng không trưng thu một khoản nào) và 24 trong số các thành viên của họ cũng nhận là đã trả cho Hiệp hội 300.000 Đài tệ. Sự việc trên là đủ để chứng minh rằng các thành viên của Hiệp hội đã cùng nhau tham gia vào việc hạn chế các hoạt động kinh doanh theo như các luật lệ và quy tắc hoạt động nội bộ của Hiệp hội.

Hiệp hội ngành trang thiết bị nội thất thành phố Cao Hùng đã tổ chức ra một “Hiệp hội hữu nghị các nhà triển lãm trang thiết bị nội thất” và thông qua đó đã triệu tập hai cuộc họp (một trong số đó là cuộc họp các giám đốc và giám sát viên của Hiệp hội). Tại các cuộc họp, Hiệp hội đã quyết định thời gian biểu cho các cuộc triển lãm trang thiết bị nội thất diễn ra tại Khu triển lãm của Trung tâm Thương mại thế giới Greater - Cao Hùng. Họ còn gửi thư tới tất cả thành viên cảnh báo họ không được tham gia vào các cuộc triển lãm không được Hiệp hội công nhận để tránh bị các thành viên hay các nhà sản xuất nội thất khác phản đối. Hiệp hội ngành trang thiết bị nội thất tỉnh Cao Hùng cũng đã thông báo cho các giám đốc và giám sát viên về nghị quyết của các cuộc

hợp và chi tiết của bản tuyên bố. Hiệp hội đã chỉ rõ rằng bằng cách đó họ đã tỏ rõ quan điểm của mình và nếu bất kỳ một thành viên nào của họ còn có ý định tham gia vào các cuộc triển lãm không được công nhận thì sẽ phải tự chịu nếu gặp phải sự phản đối hoặc hành động khác tương tự.

3. Trong suốt 3 năm qua, các thành viên của “Hiệp hội nhà triển lãm trang thiết bị nội thất Đài Loan” đã luôn thuê tăng từ 52% đến 59% tổng số lượng các gian trưng bày có trong thị trường triển lãm trang thiết bị nội thất. Rõ ràng, họ đã luôn là các nhà triển lãm chính tham gia vào triển lãm trang thiết bị nội thất. Hành vi cùng hành động của họ có ảnh hưởng thực sự đến cung cầu của thị trường các dịch vụ do Khu triển lãm Trung tâm thương mại thế giới Đài Bắc cung cấp. Ngoài ra, Hiệp hội đã sử dụng khoản tiền đặt cọc 300.000 Đài tệ như là một công cụ để hạn chế và cản trở các phương pháp bán hàng trang thiết bị nội thất của mỗi thành viên Hiệp hội. Hành vi này đã gây hại đến các quyền của các doanh nghiệp thành viên được tự do tham gia vào các hoạt động thương mại và cấu thành hành vi cùng hành động dưới hình thức “cùng hạn chế các hoạt động kinh doanh” theo quy định tại Điều 7 của Luật Thương mại lành mạnh.

Hiệp hội kinh doanh là một loại hình doanh nghiệp được định nghĩa và điều chỉnh tại Điều 2 của Luật Thương mại lành mạnh. Nếu bất kỳ một hành vi nào của hiệp hội kinh doanh hạn chế cạnh tranh đối với các dịch vụ hay hàng hoá cụ thể nào đó và như thế cản trở các chức năng của thị trường đều vi phạm các điều khoản cấm thoả thuận hành động. Trong hai cuộc họp của mình, các Hiệp hội ngành trang thiết bị nội thất thành phố và tỉnh Cao Hùng đã cùng

nhau quyết định hạn chế các cuộc triển lãm trang thiết bị nội thất mà các thành viên của họ có thể tham gia, và Hiệp hội ngành trang thiết bị nội thất tỉnh Cao Hùng thậm chí còn ra quyết định này đến các thành viên. Các hành vi nói trên của Hiệp hội có tính cản trở và hạn chế các phương pháp bán hàng trang thiết bị nội thất của các thành viên bằng cách lôi kéo có tổ chức đã gây ảnh hưởng bất lợi đến cơ chế cạnh tranh ở thị trường cung cấp các dịch vụ triển lãm trang thiết bị nội thất của Cao Hùng và như vậy đã vi phạm các quy định cấm tại Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh.

Ma Ming-Ling tổng hợp; Wu Te-Sheng hiệu đính.

**Công ty Điện tử Koninklijke Philips (Hà Lan), Tập đoàn Sony (Nhật Bản) và Công ty TNHH Taiyo-Yuden (Nhật Bản)**  
Phiên họp lần thứ 480 của Ủy ban(2001)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Các thực tiễn chuyển giao quyền sáng chế đối với sản phẩm đĩa CD tại Đài Loan của Công ty điện tử Koninklijke Philips (Hà Lan), Tập đoàn Sony (Nhật Bản) và Công ty TNHH Taiyo-Yuden (Nhật.Bản) bị khiếu nại đã vi phạm Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khóa:        | Đĩa CD-R, chuyển giao quyền sáng chế, phí bản quyền, lạm dụng vị thế trên thị trường  |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 11-1-2001 (Phiên họp lần thứ 480 của Ủy ban); Quyết định (90) Kung Ch'u Tzu số 021  |
| Ngành nghề:     | Ngành sản xuất phương tiện lưu trữ thông tin  |
| Luật liên quan: | Các Điều 10(1)(ii), 10(1)(iv) và 14 của Luật Thương mại lành mạnh   |

**Tóm lược:**

1. Công ty Điện tử Koninklijke Philips (Hà Lan), Tập đoàn Sony (Nhật Bản) và Công ty TNHH Taiyo-Yuden (Nhật Bản) (bên bị khiếu nại) đã bị khiếu nại cho rằng lần lượt sở hữu một số lượng sáng chế có những nội dung liên quan đến các nội dung của sản phẩm đĩa CD-R. Để tạo điều kiện thuận lợi cho việc chuyển giao quyền sáng chế cho các nhà sản xuất đĩa CD-R trên thế giới, bên bị khiếu nại đã cùng tham gia một thỏa thuận chuyển giao quyền sáng chế chung, theo đó trước tiên Sony và Taiyo-Yuden chuyển giao quyền sáng chế của họ cho Philips và sau đó Philips tập hợp thêm cả quyền sáng chế của mình để chuyển giao cho các công ty khác.

Các hành vi bị bên khiếu nại cáo buộc cụ thể như sau: (1) các hành vi cùng chuyển giao quyền của bên bị khiếu nại đã vi phạm các quy định của Luật Thương mại lành mạnh liên quan đến các hành vi cùng hành động; (2) cách thức mà các bên bị khiếu nại sử dụng để định ra khoản phí bản quyền sáng chế đã vi phạm Luật Thương mại lành mạnh về mặt định giá của các doanh nghiệp độc quyền; (3) các hành vi cùng chuyển giao quyền của bên bị khiếu nại đã làm cho các thông tin thương mại quan trọng như các nội dung và điều khoản của bằng sáng chế trở nên không rõ ràng và đã vi phạm các quy định của Luật Thương mại lành mạnh liên quan đến lạm dụng vị thế trên thị trường của doanh nghiệp độc quyền.

## 2. Các cuộc điều tra của FTC cho thấy như sau:

(1) Xét đến các mối quan hệ cạnh tranh giữa các bên bị khiếu nại thì thấy rằng, mặc dù Sony và Taiyo-Yuden đã ủy quyền cho Philips giải quyết các vấn đề liên quan đến đàm phán và ký các thoả thuận chuyển giao quyền sáng chế, nhưng trên thực tế Sony và Taiyo-Yuden vẫn có ảnh hưởng đáng kể và có quyền ra quyết định liên quan đến các nội dung của các thoả thuận chuyển giao quyền và phí bản quyền sáng chế. Sự chấp thuận của họ có ý nghĩa chủ yếu đối với việc sử dụng sáng chế có liên quan. Vì vậy chắc chắn có những mối quan hệ cạnh tranh giữa các bên bị khiếu nại. Liên quan đến việc chuyển giao quyền sáng chế công nghệ CD-R trong vụ việc này, các bên bị khiếu nại đã sử dụng thoả thuận chuyển giao quyền chung hay thoả thuận “cùng góp bằng sáng chế” trong đó đã có một sự đồng thuận về phí bản quyền và những vấn đề khác. Như thế, hành vi thoả thuận chuyển giao quyền này chắc chắn đã cấu thành nên hành vi

cùng hành động theo quy định tại Điều 7 của Luật Thương mại lành mạnh.

(2) Liên quan đến việc xác định phí bản quyền, FTC đã phát hiện các bên bị khiếu nại có một lợi thế áp đảo nhờ các công nghệ sáng chế mà họ sở hữu và các hành vi cùng chuyển giao quyền giữa họ với nhau. Nhờ thế họ có thể loại bỏ các đối thủ cạnh tranh khác tham gia vào quá trình cạnh tranh và điều này đã vi phạm Điều 5(2) của Luật Thương mại lành mạnh. FTC cũng đã phát hiện thấy rằng thoả thuận chuyển giao quyền này đã quy định phí bản quyền phải được trả theo mức 3% thực giá bán và tối thiểu là 10 Yên [trên một sản phẩm được chuyển giao quyền]. Hơn thế nữa, bởi vì giá của đĩa CD-R đã rút xuống mức thấp đáng kể tại thời điểm đó nên 10 Yên hiển nhiên là một con số lớn hơn nhiều. Vì vậy, trên thực tế phí bản quyền ít nhất cũng chiếm đến 20% hay 30% giá bán. Đã nhiều lần các doanh nghiệp bản địa đã yêu cầu giảm phí bản quyền nhưng các bên bị khiếu nại luôn từ chối.

(3) Liên quan đến việc từ chối cung cấp các thông tin quan trọng như các thoả thuận chuyển giao quyền hay các vấn đề khác trong quá trình đàm phán thay mặt cho ba công ty sở hữu sáng chế về việc chuyển giao quyền sáng chế với các nhà sản xuất CD-R, Philips, người đại diện cho ba công ty nói trên, đã cấp gần 200 sáng chế cho riêng một công ty. Philips đã không cung cấp bản chào giá chuyển giao quyền sáng chế riêng biệt. Thay vào đó, họ chỉ liệt kê số và tên của các bằng sáng chế đang tranh cãi ở Mỹ và Nhật Bản. Rõ ràng là Philips đã không công bố liệu có các sáng chế nào tương đương ở các nước khác và các thời hạn hiệu lực của sáng chế nước ngoài.



Philips cũng không chỉ ra một cách cụ thể các sáng chế mà riêng từng công ty có thể sử dụng đối với các sản phẩm cụ thể và phạm vi của các sáng chế này. Tuy nhiên, Philips lại yêu cầu các doanh nghiệp bản địa ký thoả thuận chuyển giao quyền và thanh toán phí bản quyền.

### 3. Các căn cứ để ra quyết định:

(1) Các bên bị khiếu nại đều sở hữu sáng chế quan trọng về công nghệ CD-R. Tất cả các hoạt động sản xuất và mua bán sản phẩm đĩa CD-R trên thế giới đều phải có được các sáng chế về công nghệ sản xuất đĩa CD-R từ các bên bị khiếu nại. Bằng thoả thuận chung của mình, Sony và Taiyo Yuden đã từ bỏ quyền chuyển giao quyền của mình, điều này đã buộc những doanh nghiệp muốn được chuyển giao quyền tiềm năng không có được cơ hội nào trong việc chọn đối tác kinh doanh mà buộc phải tìm đến Philips để có được quyền sáng chế. Hơn thế nữa, bằng cách thoả thuận về phương pháp tính phí bản quyền, các bên bị khiếu nại đã không cho những doanh nghiệp muốn được chuyển giao quyền tiềm năng cơ hội để có thể giành được những điều khoản thuận lợi hơn. Vì vậy, sự thoả thuận của các bên bị khiếu nại hiển nhiên đã ảnh hưởng đến chức năng thị trường về cung và cầu đối với bằng sáng chế đĩa CD-R. Do hành vi cùng hành động hạn chế sự cạnh tranh trên thị trường, cản trở sự vận hành của cơ chế giá cả và gây hại đến lợi ích và quyền của người tiêu dùng, Luật Thương mại lành mạnh đặt ra một số quy định tương đối nghiêm ngặt về hành vi cùng hành động. Mặt khác, Luật Thương mại lành mạnh cho phép một số trường hợp miễn trừ áp dụng trong một số tình huống được liệt kê tại Điều 14 khi hành vi đó có lợi cho tổng thể nền kinh tế, cho lợi ích công

cộng và đã được sự chấp thuận của FTC. Các bên bị khiếu nại đã không xin phép FTC để được hưởng miễn trừ và vì vậy đã vi phạm Điều 14 quy định cấm hành vi cùng hành động.

(2) Điều 10 (1)(ii) của Luật Thương mại lành mạnh quy định các doanh nghiệp độc quyền không được ấn định, duy trì hay thay đổi một cách không phù hợp giá hàng hoá hoặc khoản thu từ các dịch vụ. Thoả thuận chuyển giao quyền chung giữa các bên bị khiếu nại đã cho phép họ giành được một vị thế áp đảo trên thị trường chuyển giao quyền sáng chế đối với đĩa CD-R, vì vậy họ tạo thành doanh nghiệp độc quyền theo quy định tại Điều 5 của Luật Thương mại lành mạnh. Mặc dù cung cầu trên thị trường đã thay đổi, các bên bị khiếu nại vẫn duy trì phương pháp tính phí bản quyền của mình và không đáp ứng một cách thực sự đối với những thay đổi về cung cầu trên thị trường và như vậy đã vi phạm Điều 10 (1)(ii) của Luật Thương mại lành mạnh với các quy định cấm các hành vi độc quyền của doanh nghiệp.

(3) Điều 10 (1)(iv) của Luật Thương mại lành mạnh quy định các doanh nghiệp độc quyền không được lạm dụng vị thế trên thị trường của mình bằng các hành vi khác. Thoả thuận chuyển giao quyền chung giữa các bên bị khiếu nại đã cho phép họ giành được vị thế áp đảo trên thị trường chuyển giao quyền sáng chế đối với sản phẩm đĩa CD-R, vì vậy đã cấu thành độc quyền theo quy định tại Điều 5 của Luật Thương mại lành mạnh. Đại diện cho Sony và Taiyo Yuden, Philips đã ký các thoả thuận chuyển giao quyền gây tranh cãi cho các nhà sản xuất được chuyển giao quyền. Khi tiến hành đàm phán để thoả thuận về phí bản quyền, Philips, cùng với tên tuổi của Sony và Taiyo Yuden đã chiếm lợi thế nhờ vị trí chi

phối của mình trên thị trường chuyển giao quyền sáng chế về công nghệ sản xuất đĩa CD-R. Trong khi từ chối cung cấp cho các doanh nghiệp được chuyển giao quyền các thông tin thương mại quan trọng như nội dung cụ thể, phạm vi sử dụng hay thời hạn hiệu lực của các sáng chế, Philips đã yêu cầu các doanh nghiệp được chuyển giao quyền ký thoả thuận chuyển giao quyền gây tranh cãi và thanh toán phí bản quyền. Theo thoả thuận chuyển giao quyền sáng chế, họ cũng đã yêu cầu các doanh nghiệp được chuyển giao quyền rút khỏi bất cứ một hành động làm mất hiệu lực đối với các sáng chế đang gây tranh cãi. Dựa trên vị thế chi phối của mình, Philips hiển nhiên đã thúc ép các doanh nghiệp được chuyển giao quyền phải chấp nhận thoả thuận chuyển giao quyền. Các hành vi này là một sự lạm dụng vị thế của mình trên thị trường chuyển giao quyền sáng chế công nghệ đang gây tranh cãi và đã vi phạm Điều 10 (1)(iv) của Luật Thương mại lành mạnh.

(4) Sau khi xem xét sự ảnh hưởng của các hành vi vi phạm pháp luật đến sự vận hành của các cơ chế thị trường đối với các thị trường chuyển giao quyền sáng chế công nghệ và các sản phẩm đi kèm đang gây tranh cãi cũng như động cơ của hành vi vi phạm và lợi nhuận nhờ đó mà thu được của các bên bị khiếu nại và quy mô kinh doanh đáng kể cộng với vị thế nổi bật trên thị trường của họ, FTC đã quyết định phạt hành chính 8 triệu Đài tệ đối với Philips, 4 triệu Đài tệ đối với Sony và 2 triệu Đài tệ đối với Taiyo Yuden và yêu cầu các công ty nói trên phải ngừng ngay lập tức các hành vi trái pháp luật theo như quy định trong phần đầu Điều 41 của Luật Thương mại lành mạnh.

Chen Ying-Ju tổng hợp; Shih Gin-Tsun hiệu đính.

**27 nhà phân phối khí gas LPG đóng bình ở miền Nam Đài Loan**  
Phiên họp lần thứ 479 của Ủy ban (2001)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | 27 nhà phân phối khí gas LPG ở miền Nam Đài Loan tham gia vào hành vi cùng hành động để tăng chi phí giao hàng, cung cấp dịch vụ và để tăng giá gas LPG đóng bình và đã vi phạm Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khoá:        | Khí ga LPG, các trạm gas, sự vận chuyển chính, hành vi cùng hành động   |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 11-11-2001 (Phiên họp lần thứ 479 của Ủy ban), Quyết định (90) Kung Ch'u Tzu số 023 và 024  |
| Ngành nghề:     | Bán lẻ các nhiên liệu khác (5449)   |
| Luật liên quan: | Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh   |

**Tóm lược:**

1. Vụ việc này xuất phát từ việc Tập đoàn Dầu mỏ Trung Hoa tăng giá gas LPG lên gấp 5 lần từ tháng 11-1999 đến tháng 3-2000 do giá dầu quốc tế tăng trong giai đoạn 1999-2000. Trong số các đợt tăng giá này, đợt tăng cao nhất xảy ra vào ngày 28-3-2000 với mức tăng lên đến 20%. Nguyên nhân của việc tăng giá này xuất phát từ việc tăng chi phí giao hàng, nạp và bán lẻ gas LPG đóng bình tại thị trường bán lẻ (downstream). FTC đã tiến hành điều tra sau khi nhận được nhiều đơn khiếu nại từ cả người tiêu dùng và nhà phân phối cuối cùng. Kết quả mà FTC tìm thấy là các chi phí trước đây dành cho việc nạp và giao hàng gas LPG đóng bình rơi vào khoảng 1 Đài tệ/kg. Tuy nhiên, các thoả thuận giữa các nhà phân phối đã làm chi phí tăng lên 2 Đài tệ tại vùng Cao

Hùng-Pintung và 2,2 Đài tệ tại vùng Đài Nam. Điều này đồng nghĩa với mức tăng khoảng 30 Đài tệ cho một bình 20 kg, dẫn đến việc khiếu nại từ các nhà bán lẻ về việc tăng chi phí.

2. Kết quả mà FTC tìm thấy sau các cuộc điều tra như sau:

(1) Vào đầu những năm 1990, trước khi ban hành Luật Thương mại lành mạnh, việc phân phối gas LPG do ợy ban hỗ trợ nghề nghiệp cho quân nhân về hưu quản lý. Các chi phí cho dịch vụ giao hàng và nạp gas LPG đóng bình được điều tiết ở mức 1,91 Đài tệ cho một kg ở vùng phía Nam Đài Loan. Tuy nhiên, trước năm 1996, sự cạnh tranh giữa các trạm gas và sự khác biệt trong chi phí vận chuyển chính đã kéo mức chi phí giao hàng và nạp xuống 1,2 - 1,4 Đài tệ tại vùng Cao Hùng-Pintung; 1,5 - 1,85 Đài tệ tại vùng Đài Nam và 2,2 Đài tệ tại vùng Chiayi. Như vậy, ba thị trường tách biệt về mặt địa lý đối với dịch vụ giao và nạp mặt hàng gas LPG đã được hình thành tại các vùng Cao Hùng-Pintung, Đài Nam và Chiayi.

(2) *Phát triển hành vi thoả thuận hành động*: FTC đã thấy rằng trong số 30 trạm gas của vùng phía Nam, ngoại trừ 3 trạm ở Chiayi không liên quan, thị trường Đài Nam bao gồm 8 trạm và thị trường Cao Hùng-Pintung bao gồm 19 trạm là hai thị trường liên quan riêng biệt. Trước tháng 3-2000, do chi phí vận chuyển thấp hơn nên các trạm gas tại vùng Cao Hùng-Pintung có thể cạnh tranh được với các trạm gas tại thị trường vùng Đài Nam. Trong khi vào tháng 3, nhờ nắm được cơ hội từ những cố gắng tại Nhà máy gas Safeway Cao Hùng của “Quỹ quản lý vì an toàn cho LPG” được thành lập bởi các công ty khai thác ở nhiều cấp khác nhau của chuỗi phân phối để tăng quỹ lên 30 triệu Đài tệ thông qua việc kêu gọi đóng

góp từ các công ty khai thác trạm gas. Hành động đó khiến các nhà điều hành tại hai thị trường quyết định về một hệ thống giá 3 cấp qua đó để bù đắp sự khác biệt trong chi phí vận chuyển của họ, với mức là 2 Đài tệ cho vùng Cao Hùng-Pintung, 2,2 Đài tệ cho vùng Đài Nam và 2,5 Đài tệ cho vùng Chiayi. Các nhà khai thác đang cố gắng phân phối tại hai thị trường khác nhau bị yêu cầu phải áp dụng các mức giá được ấn định cho mỗi vùng tương ứng để tránh phá hỏng hệ thống thị trường mới. Ngoại trừ các nhà khai thác tại vùng Chiayi, tất cả các thành viên tham gia vào tổ chức đều đồng ý với kế hoạch về giá và một “quỹ bình ổn thị trường” đã được thiết lập bên cạnh các hoạt động của “Quỹ quản lý vì an toàn cho LPG” nói trên. Các khoản đóng góp được nói là để dùng cho “Quỹ hỗ trợ chung”. Các nhà điều hành tại vùng Cao Hùng-Pintung có vẻ sẵn sàng hơn trong việc tuân thủ kế hoạch giá mới và tiếp tục tổ chức cuộc họp khác ngay sau khi cuộc họp đầu tiên kết thúc để tạo dựng sự đồng thuận liên quan đến kế hoạch mới giữa các nhà điều hành các trạm gas trong vùng. Việc thực thi thoả thuận đã được quyết định giao cho các hiệp hội tương ứng tại ba vùng và trong khi các nhà điều hành của Chiayi vẫn chưa đồng ý thì cho đến tháng 3-2000, kế hoạch giá mới đã được thống nhất áp dụng tại các vùng Đài Nam và Pintung.

(3) *Thực hiện hành vi thoả thuận hành động*: Để tạo thuận lợi cho việc thực hiện các mục tiêu của mình là tăng giá gas LPG và hạn chế số lượng công ty khai thác cho thị trường bán lẻ là các nhà bán lẻ gas LPG, các nhà điều hành trạm ga đã tổ chức các cuộc họp không định kỳ để cùng nhau ngầm định các phương tiện có thể áp dụng để kiểm soát thị trường

gas LPG đóng bình. Từ tháng 3 đến tháng 7-2000, các nhà điều hành vùng Cao Hùng-Pintung đã gặp nhau nhiều lần, lần đầu vào ngày 3-3 tại Cao Hùng để ký thoả thuận tăng giá và sự thiết lập quỹ bình ổn, sau đó vào ngày 10-3 tại Pintung để xác nhận rằng thoả thuận về giá sẽ có hiệu lực lần tới khi Tập đoàn Dầu mỏ Trung Hoa tăng giá gas LPG (vào khoảng ngày 28-3). Ngoài ra còn quyết định rằng là việc các nhà khai thác thanh toán các khoản đóng góp cho quỹ bình ổn sẽ được chia thành hai nhóm, tùy thuộc vào số lượng khai thác là trên hay dưới mức 500 tấn và các nhà khai thác phải trả thêm một khoản phí hỗn hợp là 0,2 Đài tệ/kg. Để giảm bớt phản ứng từ các nhà bán lẻ tại thị trường đầu dưới và để thu phí đóng góp hơn, các nhà khai thác cử đại diện của mình đến để thuyết phục các hiệp hội ngành địa phương và để xoa dịu các cuộc tranh cãi giành khách hàng giữa các nhà bán lẻ cũng như để khuyến khích các nhà bán lẻ chuyển các chi phí sang cho người tiêu dùng cuối cùng. Những nhà bán lẻ từ chối chấp nhận kế hoạch thì bị đe dọa cắt nguồn hàng. Do thực tế là bất kỳ một cố gắng nào của các nhà bán lẻ để thay đổi trạm gas đều bị các nhà khai thác từ chối với nhiều lý do khác nhau, họ bị tước đi quyền tự do chọn lựa trạm gas cho riêng mình. Kết quả là các cơ chế cạnh tranh trên toàn thị trường ga LPG tại vùng phía Nam đã bị vi phạm nghiêm trọng, ảnh hưởng đến gần 1.000 nhà bán lẻ tại khu vực này.

3. Tất cả 27 công ty liên quan đến vụ việc này đều ở cấp “trạm gas” trong cấu trúc phân phối theo chiều dọc của thị trường gas LPG cho gia đình và từng là “đối thủ cạnh tranh” của nhau tại các thị trường tương ứng Cao Hùng-Pintung và Đài Nam. Họ đều có khả năng bị coi là các thành viên tham

gia một hành vi cùng hành động theo luật định. Hành vi cùng hành động bị cáo buộc nói trên được tiến hành thông qua các cuộc họp liên tục để xác định chi phí và thoả thuận nhằm phân chia khách hàng, điều này đã có tác động làm cản trở các đối tác kinh doanh, các mức giá cả và các hoạt động kinh doanh khác. Theo như các thoả thuận tăng giá đã đạt được, các biện pháp để thực hiện các thoả thuận này luôn được tất cả các thành viên thúc đẩy và thông qua. Có 19 trong tổng số 21 trạm gas tại khu vực Cao Hùng-Pintung liên quan đến vụ việc này và chiếm tới 97% tổng lượng bán ra, những con số đủ để gây ảnh hưởng đến các chức năng về cung cầu tại thị trường này. Tám trạm gas tại vùng Đài Nam chiếm trên 80% lượng bán ra tại đó, chỉ một phần ngoại lệ rất nhỏ nhu cầu được đáp ứng bởi các nhà khai thác đến từ vùng Cao Hùng-Pintung. Hành động của các công ty khai thác liên quan đã vi phạm Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh cấm thoả thuận hành động.

FTC đã dựa trên nhiều yếu tố để định ra các mức phạt hành chính, bao gồm quy mô của các công ty khai thác, lợi nhuận của họ, mức độ hợp tác của họ trong quá trình điều tra, các hồ sơ trong quá khứ và liệu họ có đóng vai trò đi đầu trong kế hoạch giảm giá hay không. Các vùng Đài Nam và Cao Hùng-Pintung tạo thành hai thị trường riêng biệt, vì vậy FTC đã định ra các chế tài tương ứng với từng vùng theo quy định trong phần đầu Điều 41 của Luật Thương mại lành mạnh. Các mức phạt hành chính trong năm trong khoảng từ 1 đến 1,5 triệu Đài tệ đã được đưa ra. Tại vùng Cao Hùng-Pintung, đối với 3 trạm có liên quan là Công ty TNHH Safeway Gas, Tập đoàn Kao Fa Kuan Chuang và Công ty



TNHH Hsin Feng Mei Ch'i Fen Chuang, mức phạt tương ứng 15 triệu Đài tệ đã được định ra. Tập đoàn Công nghiệp Chien-Huey và Công ty TNHH Kuo Hui LP Gas mỗi công ty bị phạt 8 triệu Đài tệ. 11 công ty khác bị phạt mỗi công ty 4 triệu Đài tệ; Chian Chang, Công ty TNHH Hoá học Yi Chun, Công ty TNHH Enterprise Jung Chou, Công ty TNHH Enterprise Feng Yi, Công ty TNHH Cao Hùng Mei Chi Fen Chuang, Công ty TNHH Shih Hsin Mei Chi Fen Chuang, Công ty TNHH Gas Tung Yi LP, Nhà máy Gas Nan Cheng LP, Hsin Cheng Mei Chi Fen Chuang Chang, Hsin Lian và Công ty TNHH Enterprise Ho Sun Shin. Các công ty Hung Li Meio Chi Fen Zhuang Chang, Ying Neng Mei Chi Kuan Chuang Chang và Chi Mei Mei Chi Lien He Fen Chuang Chang mỗi công ty bị phạt 1 triệu Đài tệ. Tại vùng Đài Nam, San Yan nhận mức phạt 8 triệu Đài tệ; Yi Lin, Hsueh Chia và Chu'uan Shuai mỗi công ty nhận mức phạt 4 triệu Đài tệ; Chung Hua Li bị phạt 2 triệu Đài tệ; Lian Ho, Ta Tung và Nan Ya mỗi công ty đều nhận mức phạt là 1 triệu Đài tệ. Tổng số tiền phạt với mục đích răn đe lên đến 133 triệu Đài tệ.

Liu Gingoa tổng hợp; Tso Tien-Liang hiệu đính.

## **Hiệp hội các nhà sản xuất giày tỉnh Đài Bắc và Hiệp hội các nhà sản xuất sản phẩm da Đài Nam**

**Phiên họp lần thứ 483 của Ủy ban (2001)**

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Hiệp hội các nhà sản xuất giày tỉnh Đài Bắc và Hiệp hội các nhà sản xuất sản phẩm da Đài Nam tước đi quyền của các doanh nghiệp thành viên được tham gia vào các cuộc triển lãm giày do hai Hiệp hội tổ chức và như vậy là đã vi phạm Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khoá:        | Triển lãm thương mại sản phẩm giày, tham gia vào một cuộc triển lãm thương mại  |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 9-2-2001 (Phiên họp lần thứ 483 của Ủy ban), Quyết định (90) Kung Ch'u Tzu số 035   |
| Ngành nghề:     | Ngành sản xuất giày da  |
| Luật liên quan: | Các Điều 7 và 14 của Luật Thương mại lành mạnh  |

### **Tóm lược:**

1. Một nhà sản xuất giày đã cho biết là Hiệp hội các nhà sản xuất giày tỉnh Đài Bắc cùng với Hiệp hội các nhà sản xuất sản phẩm da Đài Nam đã gửi đi một lá thư chính thức thông báo tới các doanh nghiệp và thành viên Hiệp hội tham gia vào các cuộc triển lãm thương mại được tổ chức bởi các hiệp hội rằng các thành viên đã tham gia vào triển lãm thương mại do các tổ chức cấp dưới hay các cơ quan khác tổ chức sẽ không được mời tham gia vào các cuộc triển lãm thương mại mà hai hiệp hội nói trên sẽ tổ chức trong tương lai. Các thành viên hiệp hội lại tham gia rất nhiều vào triển lãm thương mại được tổ chức bên ngoài hiệp hội. Không có một căn cứ pháp luật cũng như bất kỳ một quy định trong

điều lệ của các hiệp hội cấm tuyệt đối các thành viên tham gia vào các sự kiện thương mại bên ngoài. Các doanh nghiệp thành viên có quyền được tổ chức các sự kiện thương mại của riêng họ. Với quan điểm về chức năng của các hiệp hội là hỗ trợ các thành viên của mình, các hiệp hội phải có sự hướng dẫn trong việc tổ chức các hoạt động triển lãm như vậy. Thay vì thế, bằng việc liệt kê các lý do chẳng hạn như một sự đe dọa đến sự tồn vong của ngành, hai hiệp hội đã tước đi quyền của các thành viên được tham gia vào các cuộc triển lãm thương mại do họ tổ chức.

2. FTC đã tiến hành điều tra và kết quả như sau:

Nghị quyết ngày 11-1-1999 của cuộc họp toàn thể lần thứ 21 của Ủy ban giám sát thứ hai của Hiệp hội các nhà sản xuất giày tỉnh Đài Bắc đã nói rõ rằng, “một năm hiệp hội tổ chức 4 cuộc triển lãm thương mại về các sản phẩm giày. Nếu một tổ chức cấp dưới nào tham gia vào bất kỳ một hoạt động triển lãm hoặc trưng bày mang tính thương mại nào bên ngoài hiệp hội, các doanh nghiệp thành viên của các tổ chức nói trên sẽ không được mời tham gia vào bất kỳ một hoạt động trưng bày thương mại nào do các Hiệp hội tổ chức sau này.”

Vào ngày 3-2-1999, Hiệp hội các nhà sản xuất giày tỉnh Đài Bắc đã gửi lá thư chính thức có số tham chiếu Lung Tzu số 88005 thông báo đến tất cả các doanh nghiệp thành viên và các công ty tham gia vào hoạt động trưng bày thương mại về nghị quyết đã nêu ở trên. Ngày 8-3-1999, Hiệp hội các nhà sản xuất giày tỉnh Đài Bắc và Hiệp hội các nhà sản xuất sản phẩm da Đài Nam đã cùng gửi một lá thư khác phác thảo những nét chính của nghị quyết nói trên, ngày diễn ra các cuộc triển lãm của hiệp hội trong năm 1999, các thông tin về

địa điểm và lịch trình đến tất cả các doanh nghiệp thành viên của cả hai hiệp hội và các công ty tham gia vào hoạt động trưng bày thương mại.

Ngày 24-12-1999, Tập đoàn People Group, thành viên của Hiệp hội các nhà sản xuất giày tỉnh Đài Bắc, đã bị từ chối đơn xin tham gia vào cuộc trưng bày thương mại Mùa xuân 2000 được tổ chức bởi Hiệp hội tỉnh Đài Bắc. Hiệp hội đã bác đơn của People Group trên cơ sở là cuộc triển lãm liên kết hoạt động tiếp thị và sản xuất của ngành giày Đài Loan do công ty này tổ chức đã vi phạm các quy định của Hiệp hội. Vào ngày 25-1-2000, cuộc họp toàn thể lần thứ ba của Ủy ban giám sát thứ ba đã kết luận rằng: “Nếu một công ty ký một hợp đồng riêng biệt để tham gia vào một cuộc triển lãm thương mại với một công ty đã tham gia, thoả thuận hợp đồng được thể hiện bằng văn bản và đòi hỏi phải có trên 3 công ty cùng tham gia, thì những công ty này vì lý do đó mà sẽ mất đi quyền một cách không điều kiện được tham gia vào cuộc triển lãm về sản phẩm giày tại Trung tâm Thương mại thế giới Đài Bắc”.

Ngày 19-1-2000, trong tài liệu có số tham chiếu Fu Tzu số 021, Hiệp hội các nhà sản xuất sản phẩm da Đài Nam đã nhắc lại với tất cả các doanh nghiệp thành viên và các công ty tham gia vào hoạt động trưng bày thương mại rằng: “Với các công ty có tham gia vào các cuộc triển lãm hoặc các hoạt động trưng bày thương mại về sản phẩm giày mà do các tổ chức cấp dưới đơn phương lên kế hoạch, các tổ chức này và các công ty tham gia sẽ không được mời tham gia vào các hoạt động trưng bày do Hiệp hội các nhà sản xuất giày tỉnh Đài Bắc và Hiệp hội các nhà sản xuất sản phẩm da Đài Nam đồng tổ chức”.

3. Do các thành viên của Hiệp hội các nhà sản xuất giày tỉnh Đài Bắc và Hiệp hội các nhà sản xuất sản phẩm da Đài Nam chiếm tương ứng đến 24,6% và 16,4% tổng số sản phẩm của Đài Loan trong hai lĩnh vực liên quan, nên hai hiệp hội đã lợi dụng mô hình tổ chức của mình để cùng hành động nhằm can thiệp và hạn chế các hoạt động tiếp thị của các doanh nghiệp thành viên, cản trở việc mua bán sản phẩm tại các cuộc triển lãm giày da và dịch vụ cung cầu, vì thế đã vi phạm Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh.

Ma Ming-Ling tổng hợp; Wu Te-Sheng hiệu đính.

## Chín công ty khai thác sỏi

Phiên họp lần thứ 487 của Ủy ban (2001)

|                 |  |
|-----------------|--|
| Vụ việc:        | Chín công ty khai thác sỏi vùng thượng nguồn dọc theo sông Chuoshui tại tỉnh Nantou bị tố cáo vi phạm Luật Thương mại lành mạnh thông qua hành vi thỏa thuận hành động để nâng giá sỏi |
| Từ khoá:        | Sỏi, trên mét khối, đá vụn, công ty quản lý thống nhất, hành vi cùng hành động   |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 8-3-2001 (Phiên họp lần thứ 487 của Ủy ban)  |
| Ngành nghề:     | Khai thác đá trên bờ   |
| Luật liên quan: | Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh  |

### Tóm lược:

1. Một lá thư từ văn phòng Cục điều tra Bộ Tư pháp (MJIB) tại tỉnh Nantou đã thông báo cho FTC về các lời cáo buộc cho rằng chín công ty khai thác sỏi của tỉnh Nantou đã vi phạm Luật Thương mại lành mạnh thông qua việc giành ưu thế có được từ nhu cầu về sỏi tăng quá mức do nhu cầu xây dựng lại trường học, nhà ở và các dự án xây dựng công cộng khác sau vụ động đất ngày 21-9-1999 và quyết định hoãn nợ tạm thời tháng 3-2000 về việc khai thác đá tại sông Chuoshui. Điều này đã dẫn đến việc tích trữ hàng để nâng giá. Sau đó, các công ty khai thác đá tại khu vực hệ thống thoát nước của sông Chuoshui, dưới sự quản lý của Hiệp hội khai thác đá sỏi tỉnh Nantou đã cùng phối hợp hành động để tăng giá sỏi. Bắt đầu từ tháng 3-2000, giá một mét khối sỏi

đen đã tăng từ 200 Đài tệ lên 250 Đài tệ. Cho đến tháng 5-2000 thì giá đã lên tới 300 Đài tệ/m<sup>3</sup>.

2. Các kết quả điều tra của FTC như sau:

Mặc dù một số công ty nói trên đã tăng giá bán lẻ sỏi lên 10 Đài tệ sau đợt nghỉ Tết âm lịch, nhưng điều này không giống như các chi tiết trong những lý lẽ mà MJIB đã viện dẫn:

(1) Xét về tổng thể, trong số 9 công ty bị cáo buộc trong vụ việc này, Chi Sheng không có hoạt động khai thác nào, Li Tai đã chuyển nhượng đăng ký kinh doanh, Sheng Fa chưa có hoạt động, còn lượng khai thác của Yi Chou thì nhỏ. Năm công ty còn lại bao gồm Sheng Hung Pang, Chin Ta Ch'uan, Tung Yi Fa (hiện không sản xuất), Sheng Yun và Hsin Tai (không bán ra ngoài) lại không nằm trong danh sách điều tra ban đầu của MJIB. Tuy nhiên, do các mỏ đá của các doanh nghiệp trên nằm phân tán trên diện rộng và do có những sự khác biệt về nguồn nguyên liệu và điều kiện khai thác cũng như bán hàng của họ, nên đặc điểm chung duy nhất giữa họ là trước đây là đều cùng mua nguyên liệu từ Công ty quản lý thống nhất khu vực 3 hoặc các mỏ đá của họ nằm gần khu vực 3. Hiểu theo cách như vậy thì khó để xác định doanh nghiệp nào liên quan đến các hành vi được coi là điểm mấu chốt của vụ việc.

(2) Sau khi xem xét lại nguồn dữ liệu giá bán của các doanh nghiệp bị tố cáo tại khu vực 3 của sông Chuoshui thuộc tỉnh Nantou thì thấy rằng vào năm 1999, giá bán một mét khối sỏi tại tỉnh Nantou nằm trong khoảng 200-220 Đài tệ (giá của đá vụn nằm trong khoảng 140-190 Đài tệ). Trong năm 2000, giá sỏi tăng lên và nằm trong khoảng 200-250 Đài tệ/m<sup>3</sup> (đối với

đá vụn là khoảng 150-200 Đài tệ). Nguồn dữ liệu về giá từ năm 1999 do Văn phòng mỏ thuộc Bộ Kinh tế cho thấy mức giá sỏi giao trung bình trong năm đó là 265 Đài tệ/m<sup>3</sup>.

Từ tháng 3-2000 trở đi, giá giao trung bình đã chỉ tăng 10 Đài tệ để đạt mức 275 Đài tệ/m<sup>3</sup>. Như vậy, hiển nhiên là giá bán thực tế của các doanh nghiệp khai thác sỏi được xác định thấp hơn. Vì phần lớn các doanh nghiệp được nêu tên trong vụ việc này đều nằm tại vùng thuộc sông Chuoshui khu vực 3 nên họ nằm tương đối xa điểm bán hàng hơn phần lớn các đối thủ cạnh tranh của họ và chi phí vận chuyển của họ vì thế mà tương đối cao hơn và đòi hỏi một mức giá bán thấp hơn để còn có thể cạnh tranh. Tuy nhiên, cũng có một số doanh nghiệp thừa nhận đã tăng giá lên thêm 10 Đài tệ, điều này phù hợp với số liệu thống kê của Văn phòng mỏ. Tóm lại, việc xem xét lại nguồn dữ liệu về giá từ Văn phòng mỏ và các doanh nghiệp có liên quan đã không cho thấy điều gì để bảo đảm cho lời tuyên bố của của văn phòng MJIB của tỉnh Nantou rằng “kể từ tháng 3-2000, giá một mét khối sỏi đen đã tăng từ 200 Đài tệ lên 250 Đài tệ. Cho đến tháng 5-2000 thì giá đã lên tới 300 Đài tệ/m<sup>3</sup>.”

**3. Các lý lẽ để chứng minh không cấu thành hành vi bất hợp pháp:**

Việc tăng giá ở một số các công ty đang được đề cập là do nguồn cung giảm trong khi chi phí quản lý lại tăng lên. Điều này cộng với sự thiếu chứng cứ xác thực về hoạt động trái pháp luật đã làm khó có thể hoàn toàn xác định được các hoạt động trái pháp luật của các công ty nói trên.

(1) Các lý lẽ của việc tăng giá sỏi:

Tỉnh Nantou đã có một vấn đề nghiêm trọng với việc khai



thác đá quá mức và một số công ty đã bị cấm khai thác. Đi đôi với nó là hậu quả sau trận động đất ngày 21-9 đã khiến các công ty khai thác đá dự đoán trước về sự tích trữ hàng trong tương lai, liên quan đến việc khai thác đá trái phép một cách bừa bãi ngày càng tăng. Các công ty bị phát hiện là khai thác quá mức đã được yêu cầu quay trở lại để lấp đầy địa điểm đã bị khai thác quá mức hoặc để vận chuyển nguyên liệu đến các địa điểm phía thượng nguồn đã bị xói mòn để lấp đầy và làm bằng lòng sông trước khi các cơ quan chức năng về bảo tồn nước cho phép họ được bắt đầu lại việc khai thác đá.

Một cuộc điều tra thêm nữa đã xác định rằng, các cơ quan chức năng về bảo tồn nước trước đó đã ra một lệnh cấm bổ sung việc khai thác đá đối với công ty quản lý thống nhất khu vực 1 của sông Chuoshui vì đã khai thác quá mức. Các cơ quan chức năng về bảo tồn nước cũng đã cấm các Công ty quản lý thống nhất khu vực 2 và khu vực 4 không được khai thác đá trong khoảng thời gian từ cuối năm 1999 đến đầu năm 2000 cũng vì các lý do như trên. Vì thế, chỉ còn có Công ty quản lý thống nhất khu vực 3 là có thể khai thác và cung cấp sỏi vào sau kỳ nghỉ Tết âm lịch vào tháng 3. Công ty quản lý thống nhất khu vực 3 cũng đã thấy rằng giá các nguyên liệu trước đó của mình là quá thấp và sau đó đã tăng giá lên thêm 10 Đài tệ/m<sup>3</sup>. Điều này đã khiến các doanh nghiệp khai thác khác tăng giá bán để bù đắp lại chi phí nguyên liệu của họ mới tăng và các yếu tố liên quan đến cung và cầu của thị trường. Do vậy, rất khó để coi các lý do tăng giá trên là không phù hợp.

(2) Một sự xem xét sâu hơn các hoá đơn cũng như các bảng kê giao dịch trước đây của các doanh nghiệp bị tố cáo

đã cho thấy những sự khác biệt đáng kể về giá giữa họ với nhau và không có một mức giá nhất quán. Trong khi đa số các công ty sỏi tăng giá bán lên 10 Đài tệ để bù đắp chi phí tăng thì lại có một số công ty không điều chỉnh giá sỏi. Điều này có thể liên quan đến các công ty còn dự trữ hàng tồn nhưng bản thân nó không phải là chứng cứ để chứng minh cho các lời cáo buộc rằng các doanh nghiệp này đã vi phạm các quy định của Luật Thương mại lành mạnh thông qua việc cùng thoả thuận hành động để tăng giá.

Thêm vào đó, sự so sánh lời khai của từng doanh nghiệp đều cho thấy rằng phần lớn trong số họ đều coi việc tăng giá sỏi là kết quả của việc tăng chi phí của các công ty quản lý thống nhất mà điều này có nguyên do từ lệnh cấm đã nói ở trên về việc khai thác đá ở một số khu vực của sông Chuoshui và họ đều phủ nhận có bất kỳ một hành vi trái pháp luật nào giữa các công ty khai thác sỏi.

Liu Ginger tổng hợp; Tso Tien-Liang hiệu đính.

**Giá ngũ cốc tăng rõ rệt**

Phiên họp lần thứ 488 của Ủy ban (2001)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Sự độc quyền hoá và thao túng thị trường ngũ cốc bị cáo buộc vi phạm Luật Thương mại lành mạnh liên quan đến việc ngũ cốc tăng giá rõ rệt trước Tết âm lịch |
| Từ khoá:        | Giá ngũ cốc tăng, độc quyền hoá, sự vận động có thoả thuận  |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 15-3-2001 (Phiên họp lần thứ 488 của Ủy ban); Các lá thư (90) Kung Yi Tzu số 8916260-005 và 8916260-006                             |
| Ngành nghề:     | Ngành bán buôn hạt ngũ cốc (5121)   |
| Luật liên quan: | Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh   |

**Tóm lược:**

1. Vào đầu tháng 12-2000, FTC nhận được một số cuộc điện thoại từ những người dân và các nông trại chăn nuôi lợn nói rằng giá ngũ cốc đã tăng một cách rõ rệt. FTC cũng nhận được một cuộc điện thoại từ nhà lập pháp Su Huan-Chih thông báo nội dung tương tự.

Vào ngày 20-2-2000, FTC đã nhận được một lá thư từ Hiệp hội nông trại chăn nuôi lợn của Đài Loan và Hiệp hội hữu nghị tỉnh Pingtung thuộc Hiệp hội nông trại chăn nuôi lợn của Đài Loan nói rằng giá ngũ cốc hàng ngày tại ba thành phố đã tăng từ 4 Đài tệ lên 7,2 Đài tệ trong khoảng thời gian 2 tuần. Lá thư đã đưa ra vấn đề về độc quyền hoá và yêu cầu FTC tiến hành điều tra.

2. Sau khi điều tra, FTC đã phát hiện như sau:

(1) Ngũ cốc là một mặt hàng được tự do nhập khẩu và

chính quyền không đặt ra bất kỳ một yêu cầu nào về tư cách đối với các nhà nhập khẩu mặt hàng này. Các đơn vị kinh doanh có thể mua ngũ cốc theo ba cách: tự nhập khẩu, nhập khẩu qua một tập đoàn nhập khẩu mà nó trực thuộc, hoặc mua nội địa qua một nhà cung cấp. Các nhà nhập khẩu ngũ cốc tại Đài Loan bao gồm Pu Feng và Fu Mao (là các tập đoàn nhập khẩu lớn), Tập đoàn đường Đài Loan (là nhà nhập khẩu trực tiếp), và T'ai Shen, Chia Ku, Chung Kuo Chen Yeh, Ch'i He, K'ang Na Ke (là các đại lý cung cấp hạt ngũ cốc). Như vậy các kênh nhập khẩu ngũ cốc ở Đài Loan là không tập trung.

(2) Không có gì sai sót về số lượng và thời gian của các chuyến hàng ngũ cốc mà các tập đoàn Pu Feng và Fu Mao mua và được giao trong dịp Tết âm lịch. Thêm vào đó, các công ty thành viên đã đồng ý về số lượng và thời gian của chuyến hàng ngũ cốc đó. Hiệp hội hữu nghị thức ăn gia súc gồm 35 công ty, trong đó có tập đoàn Fu Mao. Tập đoàn Pu Feng có 53 công ty bao gồm cả Pu Feng. Xét đến số lượng lớn các công ty có liên quan thì thật khó đối với họ để cố tình và cùng nhau thoả thuận nhằm làm chậm trễ thời gian giao hàng, và cũng không có bằng chứng cụ thể cho thấy hai tập đoàn đã làm điều đó.

(3) Trong số 5 nhà cung cấp ngũ cốc, số lượng và thời gian giao hàng của các lô hàng ngũ cốc mà Chia Ku và Ch'i He nhập khẩu là bình thường. Mặc dù các lô hàng ngũ cốc mà Chung Kuo Chen Yeh nhập khẩu qua tàu BUNGA SAGA SATU và T'ai Shen nhập qua tàu MIYAMA đã bị chậm trễ, nhưng hai công ty đã xuất trình các bức điện do thuyền trưởng của các con tàu gửi, trong đó giải thích rằng việc

chậm trễ là do tàu gặp sự cố kỹ thuật bất khả kháng và không có bằng cứ nào khác cho thấy lý do các sự chậm trễ trên là vì sự vận động có thoả thuận.

(4) Phần khác của đơn khiếu nại còn cho rằng Ta Ch'eng đã tích trữ ngũ cốc và hành vi như vậy đã góp phần vào việc làm cho giá ngũ cốc tăng. Sau khi xem xét lại số hàng tồn hàng tháng của công ty này, số lượng hàng ngũ cốc mua vào và tiêu thụ giữa tháng 1-2000 và năm 2001, FTC đã không tìm thấy dấu hiệu phạm tội nào trong các hành động của Ta Ch'eng mà các công ty nông trại chăn nuôi lợn đã viện dẫn chống lại.

(5) Các hoạt động tại các cầu tàu và các kho chứa ngũ cốc của cảng Cao Hùng và Đài Chung diễn ra bình thường và không có trường hợp nào mà việc chậm trễ các lô hàng lại có ảnh hưởng đến việc bốc dỡ các lô hàng ngũ cốc nhập khẩu.

(6) Sau đây là sự phân tích về các nguyên nhân phía sau việc giá ngũ cốc tăng vào dịp trước Tết âm lịch:

- (i) Nhu cầu về mặt hàng ngũ cốc từ khu vực nông trại chăn nuôi gia súc ở Đài Loan chủ yếu dựa vào hàng nhập khẩu từ Hoa Kỳ (ví dụ trong năm 1999, Đài Loan đã nhập 4.820.000 tấn ngũ cốc, chỉ sản xuất được 89.000 tấn). Số lượng hàng mua và thời gian giao hàng được sắp đặt theo nhu cầu của từng tổ chức mua hàng (thời gian xếp hàng cho mỗi chuyến tàu là khoảng 15 đến 20 ngày). Thời gian xếp hàng và giao hàng của các chuyến hàng ngũ cốc thường bị ảnh hưởng bởi thời tiết mùa đông khi các lô hàng từ Hoa Kỳ đến Đài Loan phải mất 40 ngày hoặc lâu hơn thế. Rất khó tính toán được chính xác thời gian giao hàng của các

chuyến hàng ngũ cốc. Trong khoảng thời gian từ ngày 14 đến ngày 27-12, không có một chuyến hàng ngũ cốc nào đến Đài Loan.

- (ii) Giữa tháng 5 và tháng 10-2000, giá ngũ cốc thấp hơn chi phí nhập khẩu, do vậy việc nhập khẩu ngũ cốc không đem lại lợi nhuận và rất nhiều nhà nhập khẩu đã từ bỏ thị trường này. Khi giá ngũ cốc thấp và nguồn cung thì dồi dào, các nhà kinh doanh ngũ cốc bắt đầu nhập khẩu trực tiếp thay vì mua nội địa và các nhà nhập khẩu thì duy trì hàng tồn ở mức thấp. Mặc dù các nhà nhập khẩu còn trụ lại ở thị trường này đã tăng lượng mua các lô hàng ngũ cốc cập cảng Đài Loan từ tháng 12-2000 đến tháng 1-2001, nhưng việc hai chuyến hàng nói trên đến chậm cho đến sau dịp Tết âm lịch đã làm cho lượng ngũ cốc trung bình hàng tháng cập cảng Đài Loan giữa tháng 12-2000 và tháng 1-2001 chỉ vượt lượng ngũ cốc trung bình hàng tháng cập cảng từ tháng 9 đến tháng 11 khoảng 2-4 tấn mà thôi. Vì lý do đó, các chuyến hàng cập cảng là không đủ.
- (iii) Trong dịp Tết âm lịch, nhu cầu ngũ cốc thường tăng cao khi các thị trường đóng cửa, công nhân thì đi nghỉ và vì thế việc vận chuyển và giao hàng ngũ cốc bị ảnh hưởng. Trong dịp Tết âm lịch đặc biệt kéo dài 8 ngày này, các chủ nông trại gia cầm mua nhiều ngũ cốc hơn và cả các chủ nông trại gia cầm và các công ty thức ăn gia súc đều dự trữ nhiều ngũ cốc hơn. Trước tháng 10-2000, khi giá ngũ cốc ở Đài Loan thấp thì lượng hàng mà các chủ nông trại gia cầm và các công ty thức ăn gia súc dự trữ đều thấp. Để tránh bị đứt đoạn nguồn

cung ngũ cốc cho gia cầm và chế biến, các công ty trên đã cố gắng tìm cách bù đắp sự thiếu hụt. Tuy nhiên, do các chuyến hàng cập cảng có số lượng ít và rải rác nên đã làm cho lượng dự trữ ngũ cốc càng bị kéo căng ra và sát với giới hạn vào dịp trước Tết âm lịch, gây ra sự tăng giá đáng kể đối với mặt hàng ngũ cốc.

(7) Tóm lại, ngũ cốc là một mặt hàng được tự do nhập khẩu, có nhiều nhà nhập khẩu trên thị trường và không có bằng chứng cụ thể để chứng minh rằng đã có sự vận động thoả thuận đối với việc nhập khẩu ngũ cốc và giá cả. Các nguyên đơn cũng đã không cung cấp được tên và chứng cứ của các nhà cung cấp bị cáo là đã tham gia vào một hành vi vận động có thoả thuận. Trên thực tế, việc giá ngũ cốc tăng trước dịp Tết âm lịch là do có sự mất cân đối về cung và cầu trên thị trường.

Mai Huei-Li tổng hợp; Yang Hsiu-Yun hiệu đính.

## Hiệp hội kinh doanh nhiên liệu lỏng tỉnh Hualien

Phiên họp lần thứ 505 của Ủy ban (2001)

|                 |  |
|-----------------|--|
| Vụ việc:        | Hiệp hội kinh doanh nhiên liệu lỏng tỉnh Hualien bị khiếu nại vi phạm Luật Thương mại lành mạnh vì đã định giá bán lẻ thống nhất đối với sản phẩm khí gas tự nhiên đóng bình cho các nhà bán lẻ gas của tỉnh Hualien |
| Từ khoá:        | Hiệp hội kinh doanh, giá thống nhất, bình gas  |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 12-7-2001 (Phiên họp lần thứ 505 của Ủy ban); Quyết định (90) Kung Ch'u Zu số 090  |
| Ngành nghề:     | Ngành dịch vụ khác (9421)  |
| Luật liên quan: | Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh  |

### Tóm lược:

1. Vụ việc này xuất phát từ khiếu nại của các cư dân tỉnh Hualien về giá gas tại vùng Hualien tăng liên tục. Giá cho một bình gas 20 kg đã tăng từ 300 Đài tệ lên 400 Đài tệ vào tháng 1-2000 và tiếp tục lên 650 Đài tệ vào tháng 4-2000. Theo các nhà bán lẻ gas địa phương, Hiệp hội kinh doanh nhiên liệu lỏng tỉnh Hualien đã thống nhất tăng giá bán gas tại tỉnh này. FTC đã được yêu cầu điều tra vụ việc để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

2. Cuộc điều tra đã phát hiện giá bán trên thị trường đối với gas đóng bình đã tụt xuống mức 300 Đài tệ cho 20 kg vào cuối năm 1999 do xuất hiện các nhà khai thác mới và các nhà khai thác không có giấy phép đã tiếp bước nhau gia nhập thị trường và làm nảy sinh cuộc cạnh tranh về giá. Từ tháng 1 đến tháng 3-2000, giá gas đóng bình trên thị trường của tỉnh Hualien có vẻ đã khác biệt nhau hơn.

Khi Tập đoàn Xăng dầu Trung Hoa (CPC) điều chỉnh giá



gas vào tháng 3-2000, bên bị khiếu nại là Hiệp hội kinh doanh nhiên liệu lỏng tỉnh Hualien đã tạm dừng việc điều chỉnh giá do CPC đề xướng để triệu tập một cuộc họp các nhà bán gas của cả vùng Hualien tại Khách sạn Tung Shuai cũng vào tháng đó. Bên bị khiếu nại đã lập luận rằng việc tăng giá là cần thiết để bù đắp các chi phí đã tăng lên và để tránh thiệt hại về mặt dài hạn. Chủ tịch Hiệp hội Fan Chen-Chun, bằng cách liệt kê chi phí nguyên liệu của Công ty TNHH Gas Tai Ping như là một điểm chuẩn để so sánh, đã tính toán rằng mức giá hợp lý cho một bình gas 20 kg phải là 560 Đài tệ, còn một bình 16 kg phải là 450 Đài tệ. Một thoả thuận về giá thống nhất đã đạt được trong cuộc họp này và tuyên bố rằng “kể từ ngày 1-4 (từ ngày 28-3 đối với một số nhà bán gas) giá một bình gas gia đình 20 kg sẽ là 560 Đài tệ, còn một bình 16 kg giá sẽ là 450 Đài tệ.”

Bên bị khiếu nại đã thông báo đến tất cả các nhà bán gas của cả vùng về thoả thuận giá thống nhất nêu trên và thúc giục họ thực hiện. Hầu hết các nhà kinh doanh gas của vùng Hualien đã điều chỉnh giá bán như vậy sau khi nhận được thông báo này. Tuy nhiên, việc giá tăng chỉ kéo dài 2 tháng trước khi giá gas đóng bình tụt xuống mức 530 Đài tệ cho một bình 20 kg do có sự cạnh tranh về giá giữa các nhà khai thác trong ngành. Trong một động thái khác để đẩy giá lên cao, bên bị khiếu nại đã sử dụng việc tăng giá gas 0,9 Đài tệ/kg của CPC vào ngày 20-9 như một cái cớ để một lần nữa thông báo tới các nhà kinh doanh gas là giá gas đóng bình phải được tăng lên mức 550 Đài tệ cho một bình 20 kg để bù đắp các chi phí hoạt động tăng cao.

Rõ ràng, bên bị khiếu nại đã hạn chế cơ chế cạnh tranh tại

thị trường gas đóng bình tỉnh Hualien, ảnh hưởng đến trật tự thương mại của thị trường và xâm phạm đến quyền lợi của người tiêu dùng.

3. Trên cơ sở kết quả điều tra, FTC đã ra phán quyết rằng các hành động của Hiệp hội kinh doanh nhiên liệu lỏng tỉnh Hualien thông qua việc triệu tập cuộc họp các nhà kinh doanh gas của vùng Hualien vào tháng 3-2000, ấn định mức giá bán gas đóng bình và ký thoả thuận để tăng giá bán lẻ gas đóng bình đã cấu thành hành động định giá hàng hoá thông qua các thoả thuận. Các hành động này đã có hậu quả làm hạn chế đáng kể đến sự cạnh tranh trên thị trường có liên quan.

Sau khi đã xem xét kỹ các yếu tố liên quan như động cơ, mục đích, quy mô của các doanh nghiệp tham gia và tình hình hoạt động, FTC đã ra quyết định chiếu theo phần đầu của Điều 41 yêu cầu các doanh nghiệp liên quan phải dừng ngay hành vi cùng hành động của mình và mỗi doanh nghiệp phải nộp số tiền phạt là 600.000 Đài tệ.

Hsieh Hsiu-Lin tổng hợp; Tso Tien-Lang hiệu đính.

### **Các hãng hàng không China Airlines, Eva Airways, Vietnam Airlines và Pacific Airlines**

Phiên họp lần thứ 507 của Ủy ban (2001)

|                 |  |
|-----------------|--|
| Vụ việc:        | Các hãng hàng không China Airlines, Eva Airways, Vietnam Airlines và Pacific Airlines có trụ sở tại Việt Nam bị cáo buộc là thoả thuận hành động để tăng giá vé máy bay hành khách trên tuyến bay Đài Loan - Việt Nam và như vậy là đã vi phạm Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khoá:        | Giá vé máy bay cho hành khách, tuyến bay thương mại Đài Loan - Việt Nam, độc quyền hoá   |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 26-7-2001 (Phiên họp lần thứ 507 của Ủy ban); Các lá thư (90) Kung Ch'u Zu số 9002348-008 và 9002348-009   |
| Ngành nghề:     | Ngành vận tải hàng không dân dụng (5510)   |
| Luật liên quan: | Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh  |

#### **Tóm lược:**

1. Vụ việc này xuất phát từ đơn khiếu nại của nguyên đơn cáo buộc rằng các tuyến bay thương mại Đài Loan - Việt Nam hiện đang do 4 hãng hàng không là China Airlines, Eva Airways, Vietnam Airlines và Pacific Airlines có trụ sở tại Việt Nam cung cấp dịch vụ với mức giá vé hạng Economy leo thang từ 9.000 Đài tệ vào cuối năm 2000 lên đến 23.000 Đài tệ trong dịp nghỉ Tết âm lịch 2001 và vẫn giữ ở mức cao là 19.000 Đài tệ sau kỳ nghỉ. Đơn khiếu nại cho rằng giá vé đã cao một cách bất hợp lý và có thể là nguyên nhân của việc thông đồng giữa các hãng hàng không gây ảnh hưởng đến cơ chế thị trường đang điều tiết cung cầu về dịch vụ này.

2. Có 3 tuyến bay thẳng giữa Đài Loan và Việt Nam: Đài Bắc - Thành phố Hồ Chí Minh, Cao Hùng - Thành phố Hồ Chí Minh và Đài Bắc - Hà Nội. Vì Vietnam Airlines là hãng chuyên chở duy nhất trên tuyến Đài Bắc - Hà Nội nên không thể có hành vi cùng hành động.

Cả Vietnam Airlines và Pacific Airlines đều có chuyến bay trên tuyến Cao Hùng - Thành phố Hồ Chí Minh. Thông tin về lịch trình giá vé của hai hãng hàng không từ năm 1998 đến nay cho thấy rằng mức giá vé của họ cũng như các lần điều chỉnh chúng đều không đồng nhất, cả các ngày điều chỉnh cũng vậy. Ngoài ra, không có bằng chứng trực tiếp cho thấy hai hãng hàng không đã cùng nhau độc quyền hoá tuyến bay để gây ảnh hưởng đến chức năng cung cầu của thị trường thông qua các thoả thuận, hợp đồng hay các phương thức thoả hiệp khác.

Cả bốn hãng đều có chuyến bay trên tuyến Đài Bắc - Thành phố Hồ Chí Minh: China Airlines, Eva Airways, Vietnam Airlines và Pacific Airlines. Thị phần tương ứng của họ trong năm 2000 là 35%, 34%, 18% và 13% (thị phần được tính trên cơ sở phần trăm chỗ ngồi có hành khách). Liên quan đến lịch trình giá vé, giá vé cùng một hạng của Vietnam Airlines và Pacific Airlines ở mức 2.000 đến 6.000 Đài tệ, là mức thấp hơn giá vé cùng hạng của China Airlines và Eva Airways.

Các đợt điều chỉnh giá vé và ngày tháng diễn ra các đợt điều chỉnh đó của Vietnam Airlines và Pacific Airlines không giống với China Airlines và Eva Airways. Không có bằng chứng trực tiếp chứng minh rằng hai hãng hàng không của Việt Nam đã cùng phối hợp hành động với

China Airlines hay Eva Airways để cùng nhau độc quyền hoá tuyến bay thông qua hợp đồng, thoả thuận hay các hình thức thoả hiệp khác.

3. Cuộc điều tra sâu hơn cũng đã phát hiện ra rằng, ngày 21-12-2000 cả China Airlines và Eva Airways đã cùng nâng giá vé loại vé du lịch cá nhân (YEEM3) tuyến bay Đài Bắc - Thành phố Hồ Chí Minh lên mức 18.000 Đài tệ. Hai hãng chuyên chở một lần nữa tăng giá vé cho vé cùng hạng lên mức 19.000 Đài tệ tương ứng vào ngày 20-1-2001 và 19-1-2001. Vào ngày 28-1-2001, hai hãng hàng không giảm giá vé cho vé cùng hạng xuống lại mức 18.000 Đài tệ. Liên quan đến loại vé này, điều đáng ghi nhận là các ngày diễn ra các đợt điều chỉnh cũng như giá điều chỉnh của hai hãng hàng không này đều trùng khớp nhau. Tuy nhiên, các đợt điều chỉnh giá trong cùng một giai đoạn cho các hạng vé khác của cùng hãng hàng không cho cùng một chuyến bay lại không trùng lặp với nhau.

Các đợt tăng giá vé vào ngày 21-12-2000 và các ngày 19, 20-1-2001 là sự việc diễn ra hàng năm để đáp ứng nhu cầu vé tăng cao theo mùa vụ trong dịp nghỉ Giáng sinh và Tết âm lịch. Giá vé sẽ thấp hơn vào sau ngày 28-1-2001 là sự việc diễn ra bình thường tiếp sau kỳ nghỉ Tết âm lịch. Mặc dù tỷ lệ phần trăm ghế có hành khách không phải lúc nào cũng tăng như dự kiến trong hai kỳ nghỉ này, nhưng việc điều chỉnh giá vé vẫn được thực hiện thông qua việc xem xét lượng đặt chỗ trước và việc dự kiến là nhu cầu thị trường liệu có lớn hơn không.

Có sự khác biệt giữa sự dự đoán thị trường và tỷ lệ phần trăm ghế có hành khách thực tế. Từ năm 1998, xu hướng

chung trên các tuyến Đài Loan - Việt Nam là giá vé tăng dần do đi kèm với nó là nhu cầu cũng tăng dần. Tuy nhiên, trong đợt nghỉ Giáng sinh và Tết âm lịch năm 1998 và 1999, giá vé không tăng đáng kể do nhu cầu giảm mạnh tiếp sau sự đổ vỡ của China Airlines và những người đi du lịch còn lo lắng về an toàn hàng không.

Cuộc khủng hoảng tài chính khu vực Đông Nam Á năm 1998 và trận động đất năm 1999 cũng đã góp phần vào sự giảm sút đáng kể về số lượng khách du lịch quốc tế. Giá dầu quốc tế tăng cao vào năm 2000 cũng làm tăng chi phí hoạt động đối với các hãng hàng không. Vì thế, Hiệp hội vận tải hàng không quốc tế (IATA) đã tăng giá vé đăng trên công báo của mình lên 2 lần. Do đó, vào năm 2000 các hãng hàng không thành viên đã tăng giá vé một cách đáng kể trên các tuyến bay Đài Loan - Việt Nam để bù đắp chi phí tăng cao và nhu cầu tăng thêm.

4. FTC cũng đã phát hiện ra rằng nội dung các thoả thuận hàng không giữa hai nước trên một tuyến bay định trước có thể ảnh hưởng đến sự cạnh tranh trên tuyến bay đó. Với những trường hợp có tự do cạnh tranh trên một tuyến bay định trước, ví dụ như giữa Đài Loan và Hoa Kỳ, các hãng hàng không nước ngoài có thể dễ dàng thâm nhập hoặc rút khỏi thị trường. Các thoả thuận hàng không giới hạn số hãng hàng không hoạt động trên một tuyến bay định trước có thể hạn chế một cách nghiêm trọng sự cạnh tranh. Trong trường hợp đang xem xét, thoả thuận hàng không giữa Đài Loan và Việt Nam hạn chế số các nhà chuyên chở hàng không và số ghế ngồi trên tuyến bay Đài Loan - Việt Nam và qua đó hạn chế cạnh tranh.

Các ngày có hiệu lực của việc tăng giá vé của hai hãng China Airlines và Eva Airways (ngày 21-12-2000 và các ngày 19, 20-1-2001) và các lần điều chỉnh giá vé cho vé du lịch cá nhân trên tuyến bay Đài Bắc - Thành phố Hồ Chí Minh đều rất trùng khớp với nhau. Nhưng khó xác định liệu sự tăng giá vé đột ngột có phải là kết quả của một sự cùng thoả thuận nào đó giữa hai hãng hàng không hay không hay chỉ đơn thuần là một bên làm theo hành động của bên kia sau khi bên kia tăng giá vé.

Trong trường hợp đang xem xét, không có bằng chứng cụ thể cho thấy rằng hai hãng hàng không đã cùng quyết định tăng giá vé trên tuyến bay Đài Bắc - Thành phố Hồ Chí Minh “bằng các phương thức như hợp đồng, thoả thuận hay bất kỳ một hình thức cùng thoả thuận nào khác.” Hơn nữa, việc thông báo trước bằng văn bản về việc tăng giá vé đến các đại lý du lịch là một hành động thường thấy ở các hãng hàng không. China Airlines đã có thông báo bằng văn bản về việc tăng giá vé cho các chuyến bay khu vực Đông Nam Á vào ngày 8-12-2000. Thông báo đã nêu rõ rằng giá vé tuyến bay Đài Bắc - Thành phố Hồ Chí Minh sẽ được điều chỉnh tương ứng vào các ngày 21-12-2000, ngày 1-1-2001, ngày 20-1-2001, ngày 28-1-2001 và ngày 11-2-2001. Tuy nhiên, vào ngày 27-11-2000, Eva Airways đã thông báo bằng văn bản về các đợt điều chỉnh giá vé cho tuyến bay Đài Bắc - Thành phố Hồ Chí Minh thông báo rằng các đợt điều chỉnh sẽ được tiến hành tương ứng vào các ngày 21-12-2000, 19-1-2001 và 28-1-2001.

Vì vậy, đây là trường hợp hai hãng hàng không điều chỉnh giá vé để cạnh tranh dựa trên thông tin về các đợt điều chỉnh giá vé mà mỗi bên đề xuất và có được từ các đại lý du

lịch, là một cố gắng mang tính cạnh tranh và có tính toán xuất phát từ việc tiếp cận với thông tin minh bạch về thị trường. Dựa trên bằng chứng có được trong trường hợp này, khó để xác định liệu China Airlines và Eva Airways có tham gia vào hành vi cùng hành động đủ để cấu thành một sự vi phạm đến Luật Thương mại lành mạnh thông qua việc ảnh hưởng đến cơ chế cung cầu của thị trường.

Liou Chen- Wei tổng hợp; Lee Wen-Hsiu hiệu đính.



## **Công ty TNHH Xây dựng Shun Sheng và 20 doanh nghiệp khác**

Phiên họp lần thứ 517 của Ủy ban (2001)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Công ty TNHH Xây dựng Shun Sheng và 20 doanh nghiệp khác tẩy chay Vụ Nước sạch Đài Bắc và hồ sơ dự thầu xây dựng của các công ty xây dựng thuộc Vụ đã vi phạm Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khoá:        | Thoả thuận, tẩy chay, các dự thầu bị hủy bỏ   |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 4-10-2001 (Phiên họp lần thứ 517 của Ủy ban); Quyết định (90) Kung Ch'u Tzu số 167  |
| Ngành nghề:     | Ngành xây dựng đường ống nước (4002)  |
| Luật liên quan: | Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh   |

### **Tóm lược:**

1. Vụ việc này xuất phát từ đơn khiếu nại của các công ty xây dựng thuộc Vụ Nước sạch Đài Bắc liên quan đến cuộc đấu thầu công khai “Nâng cấp đường ống phân phối nước cho các ngõ 23 và 59 của phố Nanjing East, khu 5,” yêu cầu FTC có sự giải thích liên quan đến việc liệu các công ty tham gia vào dự thầu đó có vi phạm Luật Thương mại lành mạnh không. Thông qua các phiên toà xử vụ việc, đã phát hiện 21 công ty thường tham gia vào dự án đấu thầu xây dựng của Vụ Nước sạch Đài Bắc bao gồm: Công ty TNHH Xây dựng Shun Sheng (sau đây gọi là Tập đoàn Shun Sheng), Công ty TNHH Xây dựng Li Peng, Công ty TNHH Xây dựng Yu Li, Công ty TNHH Xây dựng Enterprise Chin Tao, Công ty TNHH Xây dựng điện và ống nước Ming Chuan, v.v.. đã tham dự cuộc họp diễn ra vào ngày 13-5-1999 và tại đó đã đạt được thoả thuận về việc cùng nhau tẩy chay các dự án

thầu đó, do vậy đã vi phạm Luật Thương mại lành mạnh; FTC đã ngay lập tức bắt đầu một cuộc điều tra về vụ việc.

2. Cuộc điều tra của FTC cho thấy, các doanh nghiệp không muốn tham gia vào các cuộc đấu thầu rộng rãi các dự án xây dựng được thực hiện dưới sự bảo trợ của các công ty xây dựng thuộc Vụ Nước sạch Đài Bắc do những vấn đề tồn tại từ lâu với các tiêu chuẩn hợp lý về các hoá đơn đất thải, đơn giá và sự xác định tổng giá xây dựng cơ bản. Các cuộc đấu thầu cho một số dự án vì thế mà đã bị hủy bỏ sau năm 1998, với trường hợp nghiêm trọng nhất diễn ra vào năm 1999. Nhằm cố gắng giải quyết các vấn đề trên, Tập đoàn Shun Sheng và 20 thành viên khác thường tham gia vào các dự án do Vụ Nước sạch Đài Bắc hoặc các công ty xây dựng do Vụ này mời thầu đã gặp nhau vào ngày 13 tháng 5 năm 1999 tại văn phòng ở Đài Bắc của Hiệp hội đường ống thoát nước để tổ chức một cuộc họp về “hỗ trợ Vụ Nước sạch Đài Bắc mở rộng nhu cầu nội bộ cho các nhà thầu xây dựng.” Cuộc họp đã đi đến một sự đồng thuận về việc tẩy chay các lời mời đấu thầu trong tương lai cho đến khi Vụ Nước sạch giải quyết được các vấn đề xung quanh các hoá đơn đất thải và đơn giá.

3. Trong cuộc họp ngày 13-5-1999, Tập đoàn Shun Sheng và 20 công ty khác đã đạt được sự đồng thuận về việc tẩy chay các lời mời thầu sau này của Vụ Nước sạch Đài Bắc cho đến khi Vụ giải quyết được các vấn đề trong vùng như các hoá đơn đất thải và đơn giá nhằm buộc Vụ tăng đơn giá cho các công trình xây dựng. Việc đi đến một thoả thuận để cùng hạn chế hoạt động của nhau trong việc tham gia đấu thầu tạo ra một tác động đáng kể là hạn chế sự cạnh tranh trong các thị trường liên quan. Hành vi này đáng bị lên án và đã vi

phạm Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh liên quan đến việc cấm hành vi cùng hành động. Hành vi trên xảy ra sau khi Luật Thương mại lành mạnh được chỉnh sửa một phần vào ngày 5-2-1999 nhưng trước khi Luật Mua sắm Đài Loan được đưa vào thực thi vào ngày 27-5-1999. FTC đã xem xét nhiều yếu tố như động cơ của từng công ty, hành vi trái pháp luật, mức độ và thời gian gây hại đến trật tự của thị trường. Nhằm ngăn chặn sự lặp lại các hành vi này và để phục hồi lại trật tự thị trường, FTC đã ra quyết định chiếu theo phần đầu của Điều 41 của Luật Thương mại lành mạnh yêu cầu các công ty liên quan phải ngay lập tức ngừng hành vi trái pháp luật của mình và đưa ra mức phạt hành chính cho từng công ty là 100.000 Đài tệ do hành vi cùng hành động của họ trong việc tẩy chay các lời mời thầu dự án.

Hsieh Hsin-Lin tổng hợp; Tso Tien-Liang hiệu đính.

## Hiệp hội các nhà kinh doanh kính mắt và đồng hồ thành phố Chiayi

Phiên họp lần thứ 519 của Ủy ban (2001)

|                 |  |
|-----------------|--|
| Vụ việc:        | Hiệp hội các nhà kinh doanh kính mắt và đồng hồ thành phố Chiayi yêu cầu tất cả các nhà kinh doanh kính mắt hợp tác trong một cartel về giá và như vậy là đã vi phạm Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khoá:        | Hiệp hội kinh doanh, cạnh tranh về giá   |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 18-10-2001 (Phiên họp lần thứ 519 của Ủy ban); Quyết định (90) Kung Ch'u Tzu số 177  |
| Ngành nghề:     | Sản xuất kính mắt và đồng hồ (3040)  |
| Luật liên quan: | Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh  |

### Tóm lược:

1. Vụ việc này phát sinh từ đơn khiếu nại của một nhà kinh doanh kính mắt cho rằng Hiệp hội các nhà kinh doanh kính mắt và đồng hồ thành phố Chiayi đã gửi đi các lá thư yêu cầu tất cả các nhà kinh doanh kính mắt ở thành phố Chiayi phải: (1) kiềm chế rút khỏi cuộc cạnh tranh về giá trong đó có việc chào bán các sản phẩm của họ với mức giá đặc biệt là 0 Đài tệ hay 1 Đài tệ, và (2) ngừng phân phối các tài liệu in, quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng hay phát tặng quà miễn phí nhằm quảng bá cho việc chào bán giảm giá như vậy. Theo như đơn khiếu nại, lá thư đã nói rõ rằng nếu bất kỳ người bán hàng nào từ chối hợp tác với nghị quyết mà Hiệp hội các nhà kinh doanh kính mắt và đồng hồ thành phố Chiayi đã đạt được, Hiệp hội các nhà kinh doanh kính mắt và đồng hồ thành phố Chiayi sẽ hợp

lực với các hiệp hội kinh doanh khác trong ngành từ cấp huyện, tỉnh đến thành phố để đưa ra hình thức chế tài. Đơn khiếu nại còn cáo buộc rằng lá thư đã yêu cầu tất cả các nhà kinh doanh kính mắt phải chấp nhận áp dụng giá bán lẻ thống nhất và tham gia vào một thị trường độc quyền, điều này có thể là một sự vi phạm nguyên tắc cạnh tranh tự do trên thị trường.

2. Cuộc điều tra của FTC đã phát hiện ra rằng Hiệp hội các nhà kinh doanh kính mắt và đồng hồ thành phố Chiayi, trong một cố gắng nhằm chấm dứt sự cạnh tranh mang tính triệt hạ lẫn nhau của các thành viên, đã triệu tập một cuộc họp các nhà kinh doanh kính mắt vào ngày 27-10-2000. Một nghị quyết đã được thông qua tại cuộc họp, trong đó yêu cầu các nhà kinh doanh kính mắt cố gắng rút khỏi các mức giá đặc biệt đã được tung ra trong chương trình quảng cáo của mình, và không áp dụng việc chào bán các sản phẩm của mình với mức giá đặc biệt là 0 Đài tệ hay 1 Đài tệ. Cuộc điều tra còn cho thấy, cũng hiệp hội này đã tổ chức một cuộc họp thứ hai vào ngày 13-11 và thông qua một nghị quyết khác, trong đó yêu cầu những người bán kính mắt không chào bán các sản phẩm của họ với mức giá là 0 Đài tệ hay 1 Đài tệ. Hiệp hội đã gửi lá thư đến các thành viên hiệp hội yêu cầu họ phải tuân thủ các điều khoản của các nghị quyết. Các lá thư này đã chỉ rõ rằng bất kỳ một nhà kinh doanh kính mắt nào từ chối tuân thủ nghị quyết sẽ bị các nhà kinh doanh khác tẩy chay và Liên đoàn các Hiệp hội các nhà kinh doanh kính mắt và đồng hồ sẽ có hành động trừng phạt.

3. Tại cuộc họp nội bộ vào ngày 27-10-2000 và 13-11-2000, Hiệp hội các nhà kinh doanh kính mắt và đồng hồ thành phố

Chiayi đã đưa ra một yêu cầu được diễn đạt một cách mạnh mẽ, theo đó các nhà kinh doanh kính mắt “không bao giờ được chỉ rõ giá thực tế trong các quảng cáo của họ cho bất kỳ một sản phẩm nào nữa”, và đã gửi các lá thư đến tất cả các thành viên hiệp hội để yêu cầu rằng “bất kỳ một nhà kinh doanh nào phát hiện ra nhà kinh doanh khác đã vi phạm các nghị quyết phải ngay lập tức thông báo cho hiệp hội kinh doanh để các nhà kinh doanh khác và hiệp hội có thể cùng xử lý nhà kinh doanh bất hợp tác và phá hỏng tính liên kết.” Các hành vi này đã hạn chế sự cạnh tranh trên thị trường giữa các nhà kinh doanh kính mắt tỉnh Chiayi và đã cấu thành hành vi cùng hành động ảnh hưởng đến cung cầu trong lĩnh vực sản xuất, thương mại và dịch vụ. Vì thế, Hiệp hội các nhà kinh doanh kính mắt và đồng hồ thành phố Chiayi đã vi phạm Điều 14 Luật Thương mại lành mạnh và bị phạt 50.000 Đài tệ chiếu theo Điều 14 của Luật nói trên.

Chou Yu- Wei tổng hợp; Shih Chin-Tsun hiệu đính.

## 4.2 Phê chuẩn

### Các công ty kinh doanh sỏi tỉnh Hualien

Phiên họp lần thứ 489 của Ủy ban (2001)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Đơn của Công ty sỏi tỉnh Hualien do các công ty kinh doanh sỏi tại vùng khai thác đá của sông Hualien thành lập xin cho hưởng miễn trừ đối với hành vi thỏa thuận hành động của mình dưới hình thức cùng khai thác đá |
| Từ khoá:        | Sỏi, đá vụn, trên mét khối, công ty quản lý thống nhất, hành vi cùng hành động  |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 22-2-2001 (Phiên họp lần thứ 489 của Ủy ban); Quyết định (90) Kung Lien Tzu số 001  |
| Ngành nghề:     | Ngành khai thác đá sỏi (0612)   |
| Luật liên quan: | Các Điều 14 và 15 của Luật Thương mại lành mạnh   |

#### Tóm lược:

1. Mười công ty kinh doanh sỏi khai thác tại khu vực A, Huyện 1 sông Hualien, tỉnh Hualien đã thành lập một công ty tên là Công ty TNHH Phát triển khai thác đá sỏi “Sông Mukua”. Họ đệ đơn lên FTC để xin được chấp thuận miễn trừ cho hành vi thỏa thuận theo Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh, điều này phù hợp với “Chương trình quản lý thống nhất việc khai thác đá tại sông Hualien” của chính quyền Đài Loan.

2. Công ty TNHH Nhà máy khai thác sỏi Nan Pin và 10 công ty kinh doanh khai thác đá sỏi khác hoạt động tại khu vực sông Hualien đã thành lập một công ty để kinh doanh

sỏi đá. Họ cố gắng tuân thủ chương trình tổng thể quản lý khai thác đá cho khu vực sông Hualien của Cơ quan quản lý nước và các “Nguyên tắc chỉ đạo về chính sách quản lý và tái phát triển khai thác sỏi đá tại sông Hualien.” Thông qua việc thành lập một công ty thống nhất, các công ty có thể giảm một cách có hiệu quả các chi phí hoạt động, giảm thiểu chi phí cho xã hội, nâng cao chất lượng sỏi (thông qua việc phòng tránh sỏi biến và các hoạt động khai thác trái phép), tăng hiệu quả nghiên cứu và thiết kế mẫu mã hàng hoá và mở rộng thị trường. Các cố gắng của các công ty gửi đơn xin phép đã khuyến khích hoạt động kinh doanh sỏi vận hành hợp lý hơn (và đúng pháp luật) và thúc đẩy sự phát triển nghề nghiệp tương ứng trong việc khai thác sỏi và đá vụn tuân thủ theo Điều 14 (1)(ii) của Luật Thương mại lành mạnh. Mỗi doanh nghiệp trong trường hợp này được tự do xác định số lượng mà họ yêu cầu, tùy thuộc vào các nhu cầu thương mại tương ứng của mình. Điều này khác với biện pháp mà chương trình quản lý khai thác đá sông Chuoshui áp dụng theo đó khu vực khai thác hay số lượng khai thác được phân đều cho từng nhà khai thác. Trong trường hợp này, không cá nhân doanh nghiệp nào được phân một số lượng sỏi nhất định hay khu vực khai thác được chỉ định. Trong trường hợp mà tổng lượng sỏi không đủ đáp ứng nhu cầu của một doanh nghiệp nào đó hay nếu nguyên liệu tại khu vực khai thác mà một doanh nghiệp đã được chấp thuận khai thác đã hết, doanh nghiệp đó có thể tự mình đệ trình lên cơ quan có thẩm quyền một đơn xin phép mới để có được một sự chấp thuận khác cho phép khai thác. Trong trường hợp khẩn cấp, mỗi doanh nghiệp có thể tự mình mua quyền



được khai thác trực tiếp từ một doanh nghiệp khác. Hơn nữa, mỗi doanh nghiệp trong trường hợp này sẽ được phân số lượng được khai thác khác nhau. Nếu các công ty được phân số lượng được khai thác khác nhau như trường hợp ở các vùng khác, thì tại khu vực A của tỉnh, mỗi doanh nghiệp trong 10 doanh nghiệp sẽ được phân ít nhất 27.000 m<sup>3</sup> sỏi. Trong trường hợp của công ty quản lý thống nhất được đề xuất, mức giá cho lượng khai thác phân riêng cho từng công ty và lịch trình nộp phí cho các cá nhân không là thành viên của công ty thống nhất này sẽ do ban giám đốc công ty xác định. Mức phí để được khai thác nói trên sẽ được thanh toán cho cơ quan có thẩm quyền theo lịch trình sau. Đến ngày 31-12-2000, mức phí áp dụng là 10 Đài tệ/m<sup>3</sup>. Sau ngày 1-1-2001, mức phí áp dụng là 20 Đài tệ/m<sup>3</sup>. Phí giám sát lúc đó sẽ là 1,52 Đài tệ/m<sup>3</sup> trong khi mức phí dịch vụ sẽ được điều chỉnh ở mức 1,95 Đài tệ/m<sup>3</sup>. Trước khi đề án quản lý thống nhất được chấp thuận, mỗi công ty tự khai thác nguyên liệu chứ không tập hợp thống nhất, dẫn đến phải chờ đợi lâu hơn. Phí tự khai thác sẽ được giảm tới 50% sau khi đề án quản lý hợp nhất được hình thành. Phí sẽ giảm từ 15 Đài tệ xuống 10 Đài tệ/m<sup>3</sup>. Mặt khác, do thuế kinh doanh (thuế giá trị gia tăng VAT) và thuế thu nhập doanh nghiệp phát sinh từ công ty quản lý thống nhất, nên sẽ tăng thêm 1,09 Đài tệ/m<sup>3</sup>.

3. Đánh giá của FTC về việc hạn chế cạnh tranh trong trường hợp này:

Kinh doanh sỏi là một hình thức phức tạp, rất khó để quản lý và tham gia vào bởi một vài nhân tố phi kinh tế. Về mặt này, đây là một ngành sử dụng nhiều lao động và chủ yếu bao gồm các cá nhân kinh doanh. Mặc dù trường hợp

đang xem xét chủ yếu liên quan đến các công ty kinh doanh nằm tại khu vực sông Hualien, nhưng nó đơn thuần chỉ là sự xác nhận quyền lợi hợp pháp của các công ty kinh doanh sỏi được khai thác đá sỏi tại khu vực địa phương. Trong dự án này, rất ít doanh nghiệp nhượng lại quyền của họ cho các bên thứ ba hay rút khỏi việc kinh doanh. Vì vậy, có rất ít khả năng điều này tạo ra sự trở ngại đối với hoạt động cạnh tranh trên thị trường. Hơn nữa, ba khu vực tách biệt của khu vực sông Hualien nằm trong chương trình sông Hualien. Dự án này được chia thành ba phần mà chúng lại được chia tiếp thành 6 tiểu khu vực. Có tương ứng 10, 4, 3, 4, 6 và 1 doanh nghiệp được phân vào mỗi tiểu khu vực trong 6 tiểu khu vực đó. Đơn xin phép này chỉ bao hàm hoạt động thống nhất của 10 doanh nghiệp cho một trong các tiểu khu vực. Khả năng của công ty quản lý thống nhất trong việc kiểm soát thị trường và hạn chế cạnh tranh lành mạnh gần như không đáng kể. Số lượng sỏi phân bố không được xác định bởi quy mô của vùng khai thác đá trong đơn xin phép này, hay nói đúng hơn nó sẽ được xác định bởi nhu cầu tương ứng của từng doanh nghiệp. Bởi vì còn phụ thuộc vào từng doanh nghiệp sẽ quyết định số lượng sỏi họ cần dựa trên kết quả bán hàng của mình như thế nào, nên nỗ lực thoả thuận sẽ không ảnh hưởng đến sự cạnh tranh về giá. Hơn nữa, số lượng sỏi mà mỗi doanh nghiệp yêu cầu trong đơn xin phép này lại thay đổi tùy từng doanh nghiệp và có hơn 150 doanh nghiệp kinh doanh sỏi khác ngoài số doanh nghiệp trong đơn xin phép này cũng đang cạnh tranh với nhau trong ngành này. Trên thực tế điều đó có thể giúp tránh được sự tập trung quá mức việc khai thác sỏi tại một vùng. Chi phí

vận chuyển của các doanh nghiệp cũng thay đổi tùy thuộc vào các vùng khai thác của họ, điều này làm giảm hơn nữa khả năng gây cản trở thương mại tự do. Đang có một xu hướng nổi lên là cầu vượt quá cung. Việc thành lập một công ty quản lý thống nhất sẽ giúp cho việc hợp pháp hoá hoạt động khai thác sỏi. Cần ghi nhận là lượng cung về sỏi không đủ để đáp ứng nhu cầu về mặt dài hạn. Mặc dù việc chấp thuận đơn xin phép có thể mang lại lợi ích ngắn hạn cho các doanh nghiệp đệ trình đơn này, nhưng nó sẽ không đem lại một giải pháp dài hạn cho việc thiếu hụt sỏi trên phạm vi cả nước. Các doanh nghiệp vẫn sẽ dựa trên nguồn có sẵn hay sẽ phải đi tìm nguồn khác. Vì vậy, việc chấp thuận sẽ không gây nhiều ảnh hưởng đến sự cạnh tranh lành mạnh trên thị trường.

4. Như đánh giá ở trên, ngoài việc ngăn chặn có hiệu quả hoạt động khai thác bất hợp pháp tại các khu vực được quản lý, việc chấp thuận này có thể sẽ có các kết quả tích cực về mặt an toàn công cộng, ví dụ như phòng ngừa thiệt hại đến các cấu trúc phòng chống lụt lội hay cầu cống, sử dụng không đúng cách hệ thống tưới tiêu cho sông, và làm thấp đi mức nước ngầm. Việc chấp thuận cũng có thể mang lại các lợi ích tích cực bằng việc giảm các chi phí xã hội liên quan đến chính sách khai thác bất hợp pháp. Bởi vì đơn xin phép trên có lợi cho lợi ích công cộng và nền kinh tế xét về mặt tổng thể mà không gây ra bất lợi như áp đặt các hạn chế đáng kể đối với hoạt động cạnh tranh, FTC đã chấp thuận chiếu theo các Điều 14 (1) (ii) và 15 của Luật Thương mại lành mạnh. Thời hạn hiệu lực được định ra phù hợp với chương trình quản lý khai thác đá sỏi tổng thể của Cơ quan

quản lý nước và sẽ kéo dài 3 năm bắt đầu từ thời điểm mà Sở quản lý sông Ninth của Cơ quan bảo tồn nước thuộc Bộ Kinh tế ban hành sự chấp thuận đối với việc phát triển khai thác sỏi. Nếu các doanh nghiệp làm đơn xin phép này tham gia vào bất kỳ một hành động thoả thuận nào liên quan đến giá vượt quá phạm vi của sự chấp thuận này hay các hoạt động hạn chế cạnh tranh nào khác, FTC vẫn sẽ xử lý các vụ việc như vậy tùy theo từng hoàn cảnh cụ thể.

Wu Min-Show tổng hợp; Tso Tien-Liang hiệu đính.

### 4.3 Các vụ kiện

#### Công ty TNHH CATV Channel King's

Toà Hành chính cấp cao Đài Bắc (2000)

|                 |  |
|-----------------|--|
| Vụ việc:        | Toà Hành chính cấp cao Đài Bắc phát hiện ra Công ty TNHH VCTV Channel King's vi phạm Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khoá:        | Sự truyền đạt các ý định, sự tăng giá có thoả thuận, truyền hình cáp   |
| Tham chiếu:     | Phán quyết của Toà Hành chính cấp cao (89) Su Tzu số 258   |
| Ngành nghề:     | Phát thanh truyền hình (8620)  |
| Luật liên quan: | Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh  |

#### Tóm lược:

1. Nguyên đơn, Công ty TNHH CATV Channel King's và Tập đoàn truyền hình cáp Long-Der (Long-Der Cable) đã đi đến một sự nhất trí theo đó từ tháng 1-1999, hai bên sẽ không tham gia vào cuộc cạnh tranh về giá với nhau nữa và tiến hành tăng phí thuê bao truyền hình cáp của mình lên với các số tiền tăng như nhau. Bị đơn (FTC), trên cơ sở đơn khiếu nại, đã điều tra và kết luận rằng nguyên đơn và Long-Der Cable, thông qua việc thực hiện việc tăng giá có thoả thuận đối với chương trình truyền hình cáp của mình đã vi phạm phần đầu Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh. Chiếu theo phần đầu Điều 41 của Luật Thương mại lành mạnh, vào ngày 25-6-1999 bị đơn đã ban hành Quyết định (88) Kung

Ch'u Tzu số 071 theo đó: (1) yêu cầu nguyên đơn và Long-Der Cable phải ngừng (kể từ ngày tiếp sau ngày ra Quyết định này) việc tăng giá có thoả thuận nói trên đối với phí thuê bao các chương trình truyền hình cáp của mình; và (2) đưa ra mức phạt là 5 triệu Đài tệ đối với nguyên đơn. Nguyên đơn đã gửi đơn kháng cáo lên bị đơn nhưng bị bác. Tiếp đó, nguyên đơn trình tiếp đơn kháng cáo lại lên Chủ tịch FTC nhưng lại bị bác. Sau đó, nguyên đơn khởi kiện hành chính lên Toà Hành chính cấp cao Đài Bắc.

2. Phần đầu Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh chỉ rõ: “Các doanh nghiệp không được có hành vi thoả thuận hành động”. Từ “hành vi thoả thuận hành động” được định nghĩa trong Điều 7 của Luật Thương mại lành mạnh như các “hành vi mà ở đó các doanh nghiệp cạnh tranh, thông qua phương thức hợp đồng, thoả thuận hoặc hình thức ưng thuận nào khác để cùng nhau quyết định giá hàng hoá hoặc dịch vụ hoặc hạn chế số lượng, công nghệ, hàng hoá, phương tiện, đối tác kinh doanh hoặc lãnh thổ thương mại liên quan đến các hàng hoá và dịch vụ đó, qua đó hạn chế hoạt động của nhau.” Điều 41 của Luật Thương mại lành mạnh còn nói rõ thêm: “Về một doanh nghiệp vi phạm các quy định của Luật này, FTC có thể ra lệnh doanh nghiệp ngừng hoặc sửa chữa hành vi của mình hoặc tiến hành các biện pháp khắc phục cần thiết trong một giới hạn thời gian nhất định; ngoài ra, FTC có thể áp đặt một mức phạt không thấp hơn 50.000 và không vượt quá 25 triệu Đài tệ.” Và Điều 5 của Các quy tắc thực thi Luật Thương mại lành mạnh chỉ rõ: “Hành vi thoả thuận hành động theo Điều 7 của Luật Thương mại lành mạnh được giới hạn bởi hành động thoả thuận theo chiều

ngang giữa các doanh nghiệp ở cùng một cấp độ sản xuất và/hoặc tiếp thị mà ở đó có thể có một ảnh hưởng đến các chức năng thị trường về sản xuất, thương mại hàng hoá, hay cung cầu về dịch vụ. ‘Hình thức ưng thuận khác’ trong Điều 7 của Luật Thương mại lành mạnh còn tham chiếu đến một sự nhất trí khác với hợp đồng hay thoả thuận mà có thể dẫn đến sự thoả thuận hành động trên thực tế bất kể liệu một hậu quả ràng buộc về mặt pháp lý nào đó có tồn tại hay không.”

Trong vụ kiện này, mặc dù điều kiện tổng thể của nền kinh tế Đài Loan là không thuận lợi cho việc tăng giá nhiều, nguyên đơn và Long-Der Cable đã không xem xét đến nguy cơ mất khách hàng hay khả năng chọn lựa cạnh tranh để giành các thuê bao trên cơ sở về giá. Thay vì thế, họ đã thực hiện việc tăng giá có thoả thuận thông qua việc mỗi công ty tăng phí thuê bao tại gia đình lên 600 Đài tệ một tháng, 1.800 Đài tệ một quý, 3.300 Đài tệ 6 tháng và 6.500 Đài tệ một năm. Đối với các thuê bao tập thể trong các toà nhà lớn, phí thuê bao đã được tăng lên hoặc 400 hay 500 Đài tệ một tháng cho một thuê bao. Xét đến mức giá cố định sau khi đã được tăng, đến việc giá tăng diễn ra gần như cùng một lúc, đến những thay đổi về mức độ cạnh tranh trên thị trường sau các đợt tăng giá, và đến những thay đổi điều kiện tổng thể của nền kinh tế trong nước, có vẻ rõ ràng là không có một căn cứ nào về mặt kinh tế để giải thích cho sự tăng giá thống nhất này. Sự trao đổi các thông tin thị trường nhạy cảm giữa hai bên để tạo thành sự truyền đạt các ý định không tham gia vào cuộc cạnh tranh về giá đã khách quan dẫn đến sự tăng giá thống nhất đối với chi phí thuê bao truyền hình cáp. Điều này đã cấu thành một hành vi cùng hành động như định nghĩa tại

Điều 7 và vi phạm phần đầu Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh.

3. Toà án cũng đã xem xét tình tiết nguyên đơn và Long-Der Cable hoạt động trên một thị trường độc quyền mua, nơi mà không thể không tính đến khả năng là cái thoát nhìn thì có vẻ như là một hành vi cùng hành động thì thực tế lại là một hành động song hành. Sự khác nhau chủ yếu giữa hành vi cùng hành động bất hợp pháp và hành động song hành giản đơn giữa các doanh nghiệp dựa trên sự việc là trong hành vi thoả thuận hành động, các doanh nghiệp liên quan cố gắng truyền đạt hoặc trao đổi thông tin nhạy cảm về cạnh tranh với một doanh nghiệp khác nhằm đi đến một sự thoả hiệp chung về sự cạnh tranh trong tương lai và để tránh tình trạng “cạnh tranh cắt cổ”. Ngược lại, với hành động song hành thì sự nhất trí đã nói ở trên không xảy ra, nói đúng hơn là các bên chỉ tham gia vào một sự bất chước có tính toán hoặc vào hoạt động cạnh tranh với bên kia. Kinh nghiệm trong quá khứ đã cho thấy, theo đó hành động song hành làm cho giá sẽ thấp đi cùng lúc nhằm đảm bảo tính cạnh tranh và thị phần nhưng không gây ra việc tăng giá thống nhất. Vì vậy, việc các doanh nghiệp cản trở nhau tiến lên là một đặc điểm đặc trưng của các thị trường độc quyền mua.

Trong vụ kiện này, nguyên đơn đã định ra mức phí thuê bao là 600 Đài tệ một tháng vào năm 1998, là mức tối đa mà Văn phòng Thông tin chính quyền cho phép. Nhưng nguyên đơn và bị đơn khác [theo điều tra ban đầu của FTC] đã cạnh tranh với nhau bằng những cách khác, bao gồm các loại cạnh tranh liên quan đến phí thuê bao cũng như khuyến mại quà tặng, nhưng các hình thức cạnh tranh như vậy đã biến mất



vào cùng thời điểm tháng 1-1999. Thêm vào đó, nguyên đơn và bị đơn khác đã có sự nhất trí thuyết phục nhau rút khỏi cuộc cạnh tranh về giá. Việc điều tra còn tiết lộ thêm rằng sự thuyết phục là cơ sở dựa vào đó nguyên đơn và bị đơn khác đã tăng phí thuê bao của mình. Căn cứ vào chứng cứ này thì khó mà nhìn nhận hành vi nói trên của nguyên đơn chỉ là hành động song hành thuần túy của các doanh nghiệp khác nhau.

Khi FTC xem lại các bản trình bày mà nguyên đơn và bị đơn khác gửi lên, FTC đã phát hiện ra rằng cả hai bên đều thừa nhận không chút do dự rằng họ đã trao đổi các thông tin thị trường và hình thành nên một sự nhất trí để rút khỏi cuộc cạnh tranh về giá. Hai bên còn thừa nhận thêm nữa rằng việc đồng lòng nhất trí rút khỏi cuộc cạnh tranh về giá đã được thông báo đến lãnh đạo cao nhất của từng công ty và trở thành một trong những cơ sở để ra quyết định tăng phí thuê bao vào tháng 1-1999. Dựa trên nội dung các bản trình bày mà nguyên đơn và bị đơn khác cung cấp, cũng như trên các sự việc khách quan liên quan đến sự thay đổi các điều kiện thị trường (ví dụ như thay đổi phí thuê bao, mức độ gia tăng cạnh tranh trên thị trường, và những điều tương tự), FTC đã xác định rằng các bị đơn theo như điều tra đã trao đổi thông tin nhạy cảm của thị trường, điều này đã dẫn đến một sự nhất trí không tham gia vào cuộc cạnh tranh về giá. Kết quả là sự tăng giá thống nhất đối với phí thuê bao truyền hình cáp.

Những lời cáo buộc rằng hành vi thoả thuận hành động đã diễn ra rõ ràng dựa trên không chỉ những phỏng đoán đơn thuần hay lời đồn đại. Nguyên đơn rõ ràng đã trao đổi

thông tin thị trường và đã có sự nhất trí rút khỏi cuộc cạnh tranh về giá, kết quả của điều đó là giá thuê bao truyền hình cáp được ấn định tăng lên. Hành vi này cấu thành một sự vi phạm phần đầu trong Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh nghiêm cấm các doanh nghiệp có hành vi cùng hành động.

Luật Thương mại lành mạnh không đưa ra một sự nghiêm cấm bao trùm lên tất cả các hình thức của hành vi thoả thuận hành động. Nếu nguyên đơn nghĩ rằng mình đáp ứng được các yêu cầu để được hưởng một trong các miễn trừ quy định tại Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh, lẽ ra họ đã có thể đệ trình cho bị đơn xin phép miễn trừ cho hành vi thoả thuận hành động, nhưng đã không làm như vậy và vì thế đã từ bỏ quyền truy đòi đến các quy định này để giải thích cho những hành vi mà họ đã thực hiện. Xét đến tất cả các sự việc trên, bị đơn, hành động theo quy định của luật, đã lệnh cho nguyên đơn phải: (1) ngừng (vào ngày sau khi giao Quyết định này) việc tăng phí thuê bao chương truyền hình cáp có thoả thuận đã nói ở trên, và (2) nộp phạt 5 triệu Đài tệ. Quyết định này không mâu thuẫn với luật.

Lai Chia-Ching tổng hợp; Wang Rong-Ging hiệu đính.

**Hãng hàng không TransAsia Airways**

Toà án Hành chính cấp cao Đài Bắc (2000)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Toà án Hành chính cấp cao Đài Bắc phát hiện Hãng hàng không TransAsia Airways vi phạm Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khoá:        | Hãng hàng không, chuyển nhượng và ký hậu không điều kiện vé hành khách, vận chuyển liên kết                     |
| Tham chiếu:     | Phán quyết của Toà hành chính cấp cao (89) Su Tzu số 1226   |
| Ngành nghề:     | Vận tải hàng không dân dụng (5510)  |
| Luật liên quan: | Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh   |

**Tóm lược:**

1. Vụ việc phát sinh từ một bài báo ngày 30-7-1999 cho rằng: “Sáu hãng hàng không bắt đầu lại hệ thống vận chuyển liên kết, tăng giá vé trên tuyến bay Đài Bắc - Cao Hùng. Kể từ tháng 8, các hành khách có vé có thể lên các chuyến bay của bất kỳ hãng hàng không nào [trong liên kết] mà không phải trả thêm một khoản phí nào”. Vào ngày 5-8, FTC (bị đơn trong vụ kiện hành chính này) đã gọi điện đến Đài Bắc, Cao Hùng và đến các chi nhánh ở Đài Nam của Hãng Vận tải hàng không Viễn Đông cũng như đến các chi nhánh ở Đài Bắc và Cao Hùng của nguyên đơn và được biết rằng, vào tháng 8 các công ty nói trên đã bắt đầu ký hậu và chuyển nhượng vé lẫn nhau cho các hành khách bay trên các tuyến Đài Bắc - Cao Hùng và Đài Bắc - Đài Nam. Do có chính sách mới này mà bất kỳ một hành khách nào có vé do Hãng Vận tải hàng không Viễn Đông hoặc nguyên đơn Hãng hàng

không TransAsia Airways phát hành đều có thể đến quầy vé của bất kỳ hãng hàng không nào để ký hậu vé và lên chuyến bay của một hãng hàng không khác.

Bị đơn đã quyết định rằng sự thoả thuận này đã cấu thành vi phạm Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh về cấm các hành vi cùng hành động và vào ngày 21-3-2000 đã ban hành Quyết định (89) Kung Ch'u Tzu số 032 yêu cầu bị đơn TransAsia Airways và Hãng Vận tải hàng không Viễn Đông ngừng (kể từ ngày sau khi ra Quyết định này) các thoả thuận nói trên về việc cho phép việc chuyển nhượng và ký hậu không điều kiện vé hành khách lẫn của nhau. Nguyên đơn đã gửi đơn kháng cáo hành chính nhưng bị bác, và sau đó nguyên đơn gửi đơn khiếu kiện hành chính lên Toà án Hành chính cấp cao Đài Bắc.

2. Điều 7 của Luật Thương mại lành mạnh quy định: “thuật ngữ ‘hành vi cùng hành động’ trong Luật này chỉ các hành vi mà ở đó các doanh nghiệp cạnh tranh, thông qua phương thức hợp đồng, thoả thuận hoặc hình thức đồng thuận nào khác để cùng nhau quyết định giá hàng hoá hoặc dịch vụ hoặc hạn chế số lượng, công nghệ, hàng hoá, phương tiện, đối tác kinh doanh hoặc lãnh thổ thương mại liên quan đến các hàng hoá và dịch vụ đó, qua đó hạn chế hoạt động của nhau.” Phần đầu trong Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh còn nói rõ hơn: “Các doanh nghiệp không được có hành vi cùng hành động.” Cả nguyên đơn và Hãng Vận tải hàng không Viễn Đông đều có các tuyến bay Đài Bắc - Cao Hùng, Đài Bắc - Đài Nam và Đài Bắc - Chiayi. Thời gian đi và đến của mỗi tuyến bay là không giống nhau, nhưng các chuyến bay khác nhau trên cùng một tuyến là hoàn toàn có

thế thay thế nhau được. Vì vậy, thuật ngữ của Điều 7 (“các doanh nghiệp cạnh tranh”) miêu tả chính xác mối quan hệ giữa hai hãng hàng không đang được nói đến. Theo nghĩa đó thì họ hội đủ tư cách như các thực thể tham gia vào một hành vi cùng hành động.

Thị phần nội địa của nguyên đơn và Hãng Vận tải hàng không Viễn Đông vào năm 1998 tương ứng là 24,1% và 30,5%. Vì thế, thị phần kết hợp của liên kết là rất cao. Trên nguyên tắc, nguyên đơn phải cạnh tranh để kinh doanh dựa trên giá và chất lượng dịch vụ; song nó lại thoả thuận để ký hậu không điều kiện và chuyển nhượng vé giữa họ và Hãng Vận tải hàng không Viễn Đông. Theo thoả thuận này, mỗi bên phải ký hậu và chuyển nhượng không điều kiện vé cho hành khách của mình. Có nghĩa là các hành khách của một hãng hàng không có thể lên các chuyến bay do một hãng khác cung cấp. Quyết định của các doanh nghiệp về việc ký hậu vô điều kiện và chuyển nhượng vé hành khách lẫn của nhau theo cách này cấu thành “hành vi cùng nhau hạn chế hoạt động của các doanh nghiệp.” Theo như thoả thuận mang tính tương hỗ này, một hành khách với một chiếc vé của một trong hai hãng hàng không có thể lên một chuyến bay của hoặc nguyên đơn hoặc Hãng Vận tải hàng không Viễn Đông, như vậy làm cho hai bên thu được lợi từ các hoạt động liên kết này. Và thông qua thoả thuận phân chia doanh thu được ghi trong hợp đồng khai thác liên kết, thoả thuận này ảnh hưởng đến giá cả thị trường và làm cho hai bên hạn chế giá của nhau vì đã ấn định ra một mức tối thiểu. Điều này làm cho giá ít có khả năng thay đổi.

Đối với người tiêu dùng, có một chiếc vé với khả năng

không hạn chế giúp họ lên được các chuyến bay do một trong hai hãng hàng không khai thác là một lợi ích đáng kể và có vẻ như họ không phản đối ngay cả nếu giá vé vì thế mà cao hơn một chút. Điều này giúp cho hãng hàng không hoạt động tương đối tốt có thể trụ lại trên thị trường và hãng hàng không hoạt động tốt hơn có thể gặt hái được lợi nhuận cao hơn. Việc hợp tác giữa các hãng hàng không mạnh hơn và yếu hơn có kết quả là mức độ tập trung kinh tế cao hơn, qua đó làm suy yếu đi cơ chế cạnh tranh của thị trường. Kinh doanh hàng không dân dụng là một ngành dịch vụ công nghệ cao. Sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong ngành này không chỉ liên quan đến giá cả mà quan trọng hơn nhiều là chất lượng dịch vụ. Hành khách cảm thấy lo ngại chủ yếu về chất lượng dịch vụ tổng thể và mức độ an toàn. Họ không nhìn nhận việc ký hậu không điều kiện và chuyển nhượng vé như một đặc điểm thường thấy hoặc họ đưa ra các nhận định về dịch vụ tổng thể mà chỉ dựa trên một nhân tố này. Đúng là các hãng hàng không nội địa bay trên các tuyến bay giống nhau với các lịch trình khác nhau, nhưng chức năng vận chuyển của họ là như nhau. Các chuyến bay thì ngắn và các chuyến khởi hành đi thì khá thường xuyên. Đối với các hành khách là doanh nhân thường hay vội vàng, không quá đắt đỏ cũng như không khó khăn gì để có được thông tin liên quan đến chuyến bay đang được nói đến này.

Bị đơn, trong khi chuẩn bị cho quyết định đầu tiên của mình, đã yêu cầu nguyên đơn cũng như các công ty kinh doanh có liên quan và các cơ quan có thẩm quyền đưa ra quan điểm của mình đối với vụ việc. Quá trình điều tra đã cân nhắc tất cả các quan điểm của các bên liên quan. Mục

đích của Luật Thương mại lành mạnh là bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, thực hiện thông qua việc bảo đảm rằng cơ chế cạnh tranh trên thị trường tổng thể không bị làm suy yếu đi. Hành vi được nói đến ở trên của nguyên đơn và Hãng Vận tải hàng không Viễn Đông vi phạm Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh cấm hành vi cùng hành động. Lý lẽ mà nguyên đơn đưa ra làm cơ sở cho việc yêu cầu đảo ngược lại phán quyết và quyết định ban đầu và để bị đơn đưa ra một quyết định mới phù hợp với luật, là không có cơ sở. Vì lý do này mà toà án đã bác yêu cầu của nguyên đơn.

Lai Chia-Ching tổng hợp; Wang Rong-Ging hiệu đính.

**Mười nhà cung cấp bê tông trộn sẵn tỉnh Ilan**

Toà Hành chính cấp cao (2001)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Phán quyết của Toà Hành chính cấp cao về vụ việc được đưa ra liên quan đến 10 nhà cung cấp bê tông trộn sẵn tỉnh Ilan bao gồm Công ty TNHH Yi Ku chống lại quyết định của FTC |
| Từ khoá:        | Bê tông trộn sẵn, hành vi cùng hành động  |
| Tham chiếu:     | Phán quyết của Toà Hành chính cấp cao (90) P'an Tzu số 1316   |
| Ngành nghề:     | Bê tông trộn sẵn (0621)   |
| Luật liên quan: | Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh   |

**Tóm lược:**

1. Vụ việc xuất phát từ đơn khiếu nại của một người dân tỉnh Ilan rằng việc tăng giá bán lẻ bê tông trộn sẵn từ 1.200 - 1.300 Đài tệ lên 1.500 Đài tệ vào tháng 6-1996 có thể là kết quả của hành vi cùng hành động hay độc quyền. Cuộc điều tra của FTC đã phát hiện ra rằng các nhà cung cấp bê tông (các nguyên đơn) đã cùng có thoả thuận hạn chế cạnh tranh bằng cách đưa ra các báo giá thống nhất cho bê tông trộn sẵn từ tháng 2-1996 đến tháng 7-1997, thống nhất với nhau về số lượng sản xuất [bê tông trộn sẵn] và tham gia vào việc định giá việc cung ứng nguyên liệu giữa các nhà cung cấp với nhau. Các nhà cung cấp đã hạn chế cạnh tranh thông qua việc tăng giá bê tông trộn sẵn. Họ cũng cùng hạn chế hoạt động của nhau bằng cách giảm cạnh tranh liên quan đến số lượng và hợp tác cùng kiểm toán hoạt động và như vậy đã vi phạm Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh. FTC đã ra



quyết định chiếu theo phần đầu của Điều 14 của Luật Thương mại lành mạnh, yêu cầu các nhà cung cấp phải ngay lập tức ngừng hành vi cùng hành động trên kể từ ngày tiếp sau ngày ra quyết định. Các nhà cung cấp phản bác lại quyết định và hai lần gửi đơn kháng cáo nhưng đều bị bác. Sau đó, các nhà cung cấp đã khởi kiện hành chính.

2. Trong quá trình điều tra vụ việc, ông Huang Hua-lung, người chịu trách nhiệm của Công ty TNHH Xây dựng Ching Ho, ông Li Wang-chih, Tổng Giám đốc của Công ty TNHH Xây dựng Shang Yi đều khẳng định rằng đơn giá của bê tông 3.000-pound trộn sẵn là 1.250 Đài tệ/ $m^3$ . Giá cho bê tông cùng loại đã tăng lên 1.300 - 1.350 Đài tệ. Sự khác biệt về đơn giá cho cùng loại bê tông là liên quan đến các biện pháp thoả thuận mà các nhà bán lẻ bê tông trộn sẵn tại vùng Ilan áp dụng nhằm độc quyền giá thị trường. Hơn nữa, vào cuối năm 1996, đơn giá của bê tông 3.000-pound lên đến 1.350 Đài tệ/ $m^3$ . Sau tháng 7-1997, giá vào khoảng 1.4000 Đài tệ/ $m^3$ . Điều này được xác nhận trong báo cáo của Hiệp hội kinh doanh bê tông trộn sẵn Đài Loan về giá bê tông và các số liệu bán hàng do các nguyên đơn cung cấp. Điều này cho thấy rằng có một sự tăng giá thống nhất trong vùng đối với mặt hàng này kể từ đầu năm 1996 đến tháng 7-1997. Nó cũng cho thấy rằng rõ ràng có một thoả thuận giữa các nguyên đơn để ấn định giá và cùng hạn chế số lượng sản xuất. Các nguyên đơn tiếp tục hình thành các thoả thuận liên quan đến ấn định giá cho bê tông 3.000-pound vào tháng 1, tháng 4 và tháng 7-1997: giá được ấn định tương ứng ở mức 1.400, 1.450 và 1.500 Đài tệ. Điều này được xác nhận với bằng chứng do Yang Yen-chao, người phụ trách của Công ty TNHH Công nghiệp

bê tông trộn sẵn Li Tai và Chiu Wen-chi, Phó Tổng giám đốc của Công ty TNHH Công nghiệp bê tông Mei Chou cung cấp. Vì các bằng chứng này được hai người nói trên tự nguyện cung cấp và lại đúng với thông tin mà bị đơn có được, nên nó có sức nặng về mặt chứng cứ cần thiết cho vụ việc này. Thêm nữa, trong quá trình điều tra, Luo Yen-hung, người phụ trách của Công ty TNHH Yi Chien cũng thừa nhận rằng các công ty trong ngành thường tụ họp lại để trao đổi thông tin và chủ đề của các cuộc thảo luận của họ bao gồm việc ngăn chặn các hoạt động cạnh tranh có chủ định, tránh việc giá bị xuống thấp và cơ cấu giá hợp lý giữa các công ty trong ngành. Rõ ràng, các tất cả các nguyên đơn đều tham gia vào hành vi cùng hành động.

Yang Yen-chao, người phụ trách của Công ty TNHH Công nghiệp bê tông trộn sẵn Li Tai và Chiu Wen-chi, Phó Tổng giám đốc của Công ty TNHH Công nghiệp bê tông Mei Chou đều nói rằng các công ty trong ngành đã thoả thuận với nhau để định giá cho bê tông 3.000-pound ở mức 1.400, 1.450 và 1.500 Đài tệ/m<sup>3</sup> tương ứng vào các tháng 1, tháng 4 và tháng 7-2001. Điều này càng củng cố thêm việc phát hiện ra rằng trên thực tế các nguyên đơn đã hạn chế cạnh tranh liên quan đến sản phẩm bê tông này. Các nguyên đơn: Yang Yen-chao, Chiu Wen-chi và Chang Cheng-yi đều thừa nhận rằng các công ty trong ngành đã thoả thuận với nhau để ấn định giá nguyên liệu thô mà họ mua của nhau ở mức 1.400 Đài tệ trong nửa đầu năm 1997. Điều này được xác nhận trong hồ sơ ghi lại các câu hỏi tương ứng của họ. Điều này cho thấy, 10 công ty đã thoả thuận về các điều khoản của việc cung ứng nguyên liệu giữa họ trước khi tham gia vào việc cung ứng này. Việc cung ứng kiểu như vậy là

nhằm để đạt được mức giá tăng và thống nhất. Họ còn tham gia vào việc cùng kiểm toán hoạt động để tránh cạnh tranh về giá và để tăng giá bán lẻ.

3. Hành vi thoả thuận hành động giữa các doanh nghiệp được coi là đã hình thành khi thoả thuận cho hành vi này được đưa ra trước hay vào khi cung cấp các báo giá, bất luận liệu các doanh nghiệp có chào các mức giá như nhau hay áp dụng các cơ cấu về giá của mình vào cùng thời điểm, và bất luận liệu có sự khác biệt giữa các báo giá họ cung cấp cho nhau và giá giao dịch thực tế hay không. Việc phát hiện ra hành vi cùng hành động không thể dựa trên giá vào thời điểm diễn ra giao dịch. Hành vi thoả thuận hành động được hình thành khi các đối thủ cạnh tranh thoả thuận với nhau để hạn chế cạnh tranh và thực hiện hành vi cùng hành động để hủy hoại các chức năng của thị trường. Việc liệu các doanh nghiệp có chào cùng một mức giá hay không không phải là yếu tố chính của hành vi thoả thuận hành động. Các nguyên đơn đã cho rằng, dựa trên chứng cứ do 3 công ty xây dựng cung cấp, trong đó có Công ty TNHH Xây dựng Chín Họ, thì có một sự khác biệt ở một mức độ nào đó về giá bê tông chứ không phải là giá ấn định tại vùng Ilan trong năm 1996, vì thế, không có thoả thuận liên quan đến hành vi thoả thuận hành động giữa các bị đơn. Yêu cầu này bị bác như đã giải thích ở trên. Vì thế, bị đơn đã đúng khi yêu cầu các nguyên đơn phải ngừng ngay lập tức hành vi thoả thuận hành động như vậy kể từ ngày tiếp sau ngày nhận được quyết định. Phán quyết của lần kháng cáo đầu tiên cũng được giữ nguyên.

Lai Chia-Ching tổng hợp; Wang Rong-Ging hiệu đính.

## Chương 5

# Các hành vi hạn chế kinh doanh khác

### 5.1 Quyết định

**Công ty TNHH Công nghiệp Kingtown**

Phiên họp lần thứ 480 của Ủy ban (2001)

|                 |  |
|-----------------|--|
| Vụ việc:        | Công ty TNHH Công nghiệp Kingtown khiếu nại 8 nhà phân phối đã sử dụng các phương thức không chính đáng để ngăn chặn việc buôn bán sản phẩm "gạo Kingtown", vi phạm điều 19(i) Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khoá:        | Mạng lưới phân phối, tẩy chay  |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 11-1-2001 (Phiên họp lần thứ 480 của Ủy ban); Thư (90) Kung Yi Tzu số 8907202-013  |
| Ngành nghề:     | Bán buôn gạo (5111)  |
| Luật liên quan: | Điều 19 Luật Thương mại lành mạnh  |

**Tóm lược:**

1. Bên khiếu nại, Công ty TNHH Công nghiệp Kingtown tố cáo như sau: 8 nhà buôn lương thực là Chia He, Hung Chang, Hsiang He, Wan Hsi, He Yi De, Hsi Luo, Fu Jung và Pei Chi trước đây là một phần trong mạng lưới phân phối sản phẩm “gạo Kingtown” của công ty này. Tuy nhiên, Liu Kuo-li, người phụ trách của hai nhà phân phối chính là Công ty Feng He Mi Hang & Hung Chang và Công ty Liao Tai-shan thuộc Công ty Hsi Luo, sau khi theo dõi thấy sản phẩm Kingtown bán rất chạy, đã quyết định tìm cách phá hoại việc bán hàng này của công ty. Năm 1998, họ đã gặp gỡ với bên thứ ba là ông Tseng Chien-chen, người phụ trách của Chia He để lập ra một kế hoạch. Họ bắt đầu sản xuất một loại hàng nhái lại nhãn hiệu “gạo Kingtown” chính hãng và gọi là “Chang Tun Mi.” Dưới sự chỉ đạo của Chia He, ông Liu và ông Liao đã lôi kéo các nhà phân phối khác để cùng nhau phá vỡ những hợp đồng buôn bán với Kingtown. Và để thúc đẩy việc chuyển sang phát triển nhãn hiệu “Chang Tun”, họ còn cấp một chứng chỉ ủy quyền cho phép các nhà phân phối nhóm được sử dụng nhãn hiệu của “Chang Tun và biểu tượng”. Ngoài việc ngăn cấm các nhà buôn lương thực bán sản phẩm “gạo Kingtown”, họ còn yêu cầu mỗi nhà phân phối phải nộp một tám séc trị giá 1,5 triệu Đài tệ để bảo đảm thực hiện cam kết. Đây được coi như một cách khác nữa nhằm đạt mục tiêu phá vỡ mạng lưới phân phối của Kingtown. Vì thế từ tháng 3-1999, 8 nhà phân phối trước đây của Kingtown đã ngừng việc bán sản phẩm gạo Kingtown và nhãn hiệu mới “Chang Tun” tràn ngập thị trường. Lượng bán ra của Kingtown giảm đi nhanh chóng, dẫn đến những thua

lỗ nặng cho bên khiếu nại, đặc biệt vì sản phẩm “Chang Tun” bán ra với giá quá thấp.

2. FTC yêu cầu tất cả các bên phải có mặt và cung cấp thông tin, bao gồm bên khiếu nại là Công ty TNHH Kingtown Industrial, các công ty bị nghi ngờ có liên quan đến vụ tẩy chay (Hsiang He, Wan Hsi, He Yi De, Fu Jung và Pei Chi) và các bên bị nghi ngờ đã khơi mào vụ tẩy chay là Liu Kuo-li (các công ty Feng He và Hung Chang), Hsi Luo (Liao Tai-shan) và Chia He (Tseng Chien-chen). Sau khi điều tra kết quả như sau:

(1) Về vấn đề các khoản tiền bảo lãnh, ông Chou Tien-shou, người phụ trách của Pei Chi, giải thích tóm lược như sau: 7 nhà phân phối mỗi bên trả một khoản tiền 1,5 triệu Đài tệ với mục đích kinh doanh về lương thực. Sau đó, Kingtown không hài lòng về các nhà phân phối của mình ở khu vực phía bắc Đài Loan và bắt đầu cắt giảm lượng hàng cung cấp. Kingtown yêu cầu ông Chou nộp hóa đơn cho khoản tiền 1,5 Đài tệ nói trên, đồng thời yêu cầu phải ngừng bán gạo “Chang Tun”. Sau đó, ông Chou hứa sẽ viết một bức thư bảo đảm tiếp tục cung cấp nguồn hàng gạo Kingtown. Các nhà phân phối sẽ không thể làm gì nếu không muốn bán sản phẩm gạo Kingtown. Ông Chou nói rằng vì rủi ro quá lớn nên ông đã rút khỏi vụ buôn bán lương thực này và lấy lại tám séc. Sau đó, Kingtown chấm dứt quan hệ với các nhà phân phối khác về vấn đề cung cấp hàng hóa. Hóa đơn nói trên chẳng liên quan gì đến gạo “Chang Tun”, loại gạo mà các nhà phân phối này đã bắt đầu mua sau khi nguồn cung cấp gạo Kingtown bị cắt.

FTC cũng thấy rằng bên bị khiếu nại và các bên liên quan

khác đều phủ nhận việc cố ý ngăn cản kinh doanh gạo Kingtown. FTC cũng không tìm thấy bất kỳ một bằng chứng cụ thể nào chứng tỏ ý định thỏa thuận giữa các bên về vấn đề tẩy chay sản phẩm Kingtown. Bên khiếu nại cũng không đưa ra được trước Ủy ban bất kỳ một bằng chứng cụ thể nào về hoạt động bất hợp pháp của bên bị khiếu nại. FTC đã kết luận rằng chưa có bằng chứng cụ thể nào được viện dẫn ra để chứng tỏ sự thỏa thuận giữa các bên về việc tẩy chay gạo Kingtown.

(2) FTC đã kết luận như sau từ thông tin bên khiếu nại cung cấp về việc bán gạo Kingtown từ năm 1996 đến 1999 tại khu vực phía bắc Đài Loan: Trong số các bên bị khiếu nại, Hsi Luo chiếm 30% tổng doanh số của gạo Kingtown, Feng He (Công ty Hung Chang) và Chia He lần lượt chỉ chiếm có 8% và 0,12%; hơn nữa, FTC không tìm thấy bất kỳ một bằng chứng cụ thể nào về ý định thỏa thuận giữa các bên về việc tẩy chay sản phẩm Kingtown. Hsi Luo cũng cho biết kể từ khi bên khiếu nại muốn tiến hành phát hành cổ phiếu lần đầu trên thị trường chứng khoán, công ty này cần phải trực tiếp điều hành hoạt động những cửa hàng bán buôn và bán lẻ trước đây vốn do các nhà phân phối cấp trung điều hành. Vì thế, công ty này đã chấm dứt các mối quan hệ với các nhà phân phối. Kể từ ngày 1-1-1999, các cửa hàng trước đây do Hsi Luo kinh doanh được nhân viên của bên khiếu nại đến tiếp nhận, và hiện các cửa hàng này vẫn đang hoạt động. Tuy nhiên, bên khiếu nại cho rằng công ty này chấm dứt hợp đồng với Hsi Luo vì các nhà phân phối tại khu vực phía bắc Đài Loan này hoạt động quá kém, do đó họ phải quyết định nắm lại quyền trực tiếp quản lý các cửa hàng này. Tóm lại,

các công ty bị khiếu nại và các bên có liên quan dường như thiếu sức mạnh thị trường để có thể lãnh đạo một vụ tẩy chay chống lại sản phẩm Kingtown.

(3) “Gạo Kingtown” là một nhãn hiệu do bên công ty khiếu nại sở hữu và đã xuất hiện trên thị trường trong nhiều năm. Những người tiêu dùng và các khách hàng làm ăn lâu năm với Kingtown đều rất tin tưởng vào nhãn hiệu này, và vì vậy mạng lưới bán hàng và phân phối của công ty không thể nhanh chóng bị thay thế được. Các công ty bị khiếu nại chỉ là những nhà phân phối cấp thấp của công ty khiếu nại, và xét về nguồn lực tài chính, quy mô kinh tế cũng như loại hình hoạt động thì họ còn thiếu sức mạnh trên bàn đàm phán để có thể khiến cho các nhà phân phối khác dừng việc mua hàng hay giao dịch với Kingtown. Hơn nữa, trong thời điểm hiện tại không có đủ bằng chứng rõ ràng và cụ thể thì không thể phán quyết liệu những hành động trong trường hợp này đã thể hiện một cuộc tẩy chay đồng loạt sản phẩm Kingtown hay một sự tái cơ cấu lại hệ thống phân phối cấp cao của nhà sản xuất này dựa trên mục tiêu thương mại và kinh doanh của chính mình. Có thể hiểu là mối quan hệ đầy mâu thuẫn giữa các công ty phân phối cấp cao và cấp thấp sẽ ngày càng phát triển khi các hệ thống phân phối được phát triển liên tục theo thời gian, và cả hai bên đều có khả năng thua lỗ. Tuy nhiên, điều này chưa đủ chỉ ra những thiệt hại đối với những trật tự cơ bản trong thị trường buôn bán gạo hay gây ra bất kỳ một ảnh hưởng tiêu cực nào đối với toàn bộ trật tự kinh doanh. Tóm lại, những mâu thuẫn riêng giữa các bên về các vấn đề phân phối dường như có thể sẽ được giải quyết tốt nhất thông qua sự trợ giúp trên các diễn đàn pháp lý khác.



(4) Thị phần sản phẩm Kingtown có thể được tính toán theo những số liệu thống kê của Ủy ban Nông nghiệp năm 1999 và doanh số bán gạo Kingtown do công ty khiếu nại cung cấp. Tổng giá trị gạo bán ra được tính toán dựa trên giá bán lẻ của loại gạo thành phẩm của Nhật Bản và Ấn Độ nhân với tổng sản lượng gạo bán thành phẩm. Lượng gạo chính quyền mua chiếm 20% tổng lượng trên, còn lại 80% bán trên thị trường. Dựa vào con số này thì Kingtown có thị phần khoảng 1,33% đến 1,69% từ năm 1996 đến năm 1999, và vì vậy chỉ có sức ảnh hưởng rất hạn chế đến sự cạnh tranh trên thị trường.

(5) Một trong các bên liên quan, Công ty Hsiang He Grains, cho biết các nhà phân phối gạo Kingtown hiện nay tại Đài Loan cũng gồm cả Tung Tai, Shen Lung Mei, Ts' ai Chi, và Chih Cheng Hsing Ye. He Yi De cho biết khi công ty này còn bán gạo Kingtown thì Công ty bán gạo Yung Hsin cách đó chưa đầy 300 mét cũng bắt đầu bán gạo Kingtown; Fu Jung nói rằng vì điều kiện kinh doanh, các công ty bị đơn đã bị Yi Feng Hang tiếp quản trên vùng lãnh thổ bán hàng bao gồm cả Hsin Chu vào tháng 3-1966. FTC cũng phát hiện ra rằng lãnh thổ phân phối trước kia của công ty bị khiếu nại này chia thành các quận ở miền Bắc, Trung và Nam, với vùng miền Bắc mở rộng từ vùng Tao Yuan trở về phía bắc (gồm cả Tao Yuan) gồm khu vực Yi Lan, với 12 nhà phân phối; quận miền Trung chạy từ Hsin Chu (gồm cả Hsin Chu) đến Chia Yi (gồm cả Chia Yi), bao gồm khu vực Hua Lien và Kinmen-Matsu và 12 nhà phân phối khác; và quận miền Nam mở rộng từ Đài Nam (gồm cả Đài Nam) về phía nam, với 10 nhà phân phối bao gồm cả các nhà phân phối tại Đài

Trung. Vì vậy, các nhà phân phối sản phẩm của công ty khiếu nại tại khu vực phía bắc không chỉ giới hạn trong danh sách mà công ty khiếu nại đã liệt kê, và việc kinh doanh của các công ty bị khiếu nại và các nhà phân phối cấp thấp không phải là không thể thay thế cho nhau được.

**3. Quyết định và cơ sở:** Xét đến những yếu tố trên, hành vi trong trường hợp này không bị coi là vi phạm Điều 19(i) của Luật Thương mại lành mạnh.

Lou Meei-Shya tổng hợp; Lin Yow-Ching hiệu đính.

**Chính quyền thành phố Đài Nam**

Phiên họp lần thứ 492 của Ủy ban (2001)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Chính quyền thành phố Đài Nam đưa ra hạn chế không chính đáng về điều kiện đối với các nhà thầu trong vụ đấu thầu bãi đỗ xe ngầm công cộng số 11 theo mô hình nhà nước sở hữu, tư nhân kinh doanh |
| Từ khóa:        | đấu thầu, quy mô kinh doanh, tư bản hóa   |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 2-4-2001 (Phiên họp của Ủy ban lần thứ 492), Quyết định (90) Kung Ch'u Tzu số 062   |
| Ngành nghề:     | Cơ quan chính quyền (9811)  |
| Luật liên quan: | Điều 19 (ii) Luật Thương mại lành mạnh  |

**Tóm lược:**

1. Việc đấu thầu do chính quyền thành phố Đài Nam tiến hành cho tư nhân quản lý bãi đỗ xe ngầm công cộng số 11 là vụ đấu thầu trong đó người thắng thầu sẽ thu phí từ một bãi đỗ xe công cộng. Đây là một hoạt động tư nhân với mục đích cung cấp dịch vụ với giá trị thị trường. Trong hoạt động này, chính quyền thành phố Đài Nam được coi như một doanh nghiệp được quy định trong Điều 2(1)(iv) của Luật Thương mại lành mạnh, và vì vậy chịu sự điều chỉnh của Luật này.

2. Các điều khoản đấu thầu của chính quyền thành phố Đài Nam đã giới hạn những công ty tham gia thầu chỉ trong khuôn khổ các công ty có đăng ký là các nhà kinh doanh bãi đỗ xe ủy quyền với số vốn từ 30 triệu Đài tệ trở lên, quy định này được coi là một hành vi phân biệt đối xử:

Điều 5 của “Quy định điều chỉnh quản lý tư nhân đối với các điểm đỗ xe không nằm trên đường công cộng” được Hội

đồng thành phố Đài Nam thông qua đã chỉ ra rằng, “điều kiện cho các bên tham gia đấu thầu quản lý các bãi đỗ xe bên đường do nhà nước sở hữu sẽ được xác định một cách riêng biệt trong những thông tin chung về thủ tục đấu thầu.” Lý do của việc soạn thảo điều khoản này là “tất cả các cá nhân và các công ty liên quan trong việc kinh doanh các bãi đỗ xe có thể tham gia đấu thầu; điều kiện đối với các nhà thầu sẽ được thông báo trong thông tin chung về thủ tục đấu thầu.” Như vậy, ý nghĩa của điều khoản trong quy định dự thảo của Hội đồng thành phố Đài Nam không phải là để đặt ra bất kỳ một giới hạn nào về những điều kiện của các nhà thầu tham gia. Điểm 6 của “Thông tin chung về các thủ tục đấu thầu” của chính quyền thành phố Đài Nam yêu cầu các điều kiện sau đây đối với nhà thầu: “Hai loại giấy tờ cần phải nộp để thẩm tra là: giấy phép đối với công ty kinh doanh bãi đỗ xe có giới hạn cổ phần do Bộ Kinh tế cấp - vốn đấu thầu lớn hơn hoặc bằng 30 triệu Đài tệ, và với phạm vi kinh doanh được chấp nhận trong giấy phép bao gồm hoạt động kinh doanh ủy quyền bãi đỗ xe; đăng ký với thành phố về hoạt động của doanh nghiệp thu lợi nhuận với phạm vi kinh doanh được cho phép phải bao gồm kinh doanh ủy quyền bãi đỗ xe.” Tuy nhiên, Bộ Thương mại cho biết trước khi chuyển đổi sang sử dụng các ngành nghề kinh doanh đã được mã số hóa vào ngày 1-1-1998 thì việc đăng ký được thực hiện trên cơ sở những thông cáo bằng văn bản của chính doanh nghiệp về phạm vi kinh doanh này. Nếu một công ty đăng ký là “kinh doanh các bãi đỗ xe” thì công ty đó cũng có thể tham gia vào việc “kinh doanh ủy quyền các bãi đỗ xe cho các đối tượng khác.” Ví dụ như trường hợp này, một công ty có thể theo

nhu cầu kinh doanh của mình mà chọn đăng ký theo kiểu “kinh doanh các bãi đỗ xe” hay “kinh doanh ủy quyền các bãi đỗ xe cho các đối tượng khác” hoặc cả hai cùng một lúc. Thông tin từ Bộ Thương mại cũng cho thấy một công ty đăng ký “trông giữ và chăm sóc xe ô tô” là một ngành kinh doanh thì cũng có thể tham gia kinh doanh những hoạt động về cơ bản giống việc kinh doanh các bãi đỗ xe. Vì vậy, mỗi ngành nghề kinh doanh nói trên đều có thể được cho phép tham gia vào kinh doanh bãi đỗ xe. Giới hạn trong thủ tục đấu thầu của thành phố Đài Nam là “đăng ký kinh doanh bắt buộc phải là kinh doanh ủy quyền các bãi đỗ xe” khiến cho các doanh nghiệp đăng ký theo hai kiểu còn lại, tức là “kinh doanh các bãi đỗ xe” và “trông giữ và chăm sóc xe ô tô”, những đối tượng cũng có thể đảm nhiệm việc kinh doanh các bãi đỗ xe theo sự ủy nhiệm, lại không được tham gia đấu thầu. Đó chính là một hình thức phân biệt đối xử. Hơn nữa, việc quy định mức vốn công ty ở mức lớn hơn hoặc bằng 30 triệu Đài tệ sẽ ngăn chặn các công ty khác trong thành phố Đài Nam không được tham gia đấu thầu thậm chí nếu họ có đăng ký ngành nghề kinh doanh của mình là “kinh doanh ủy quyền các bãi đỗ xe” vì họ không thể đáp ứng được yêu cầu về vốn. Đây cũng là một hình thức phân biệt đối xử.

3. Không có một lý do chính đáng nào giải thích cho sự phân biệt đối xử nói trên của chính quyền thành phố Đài Nam:

Trong khi soạn thảo “Thông tin chung về thủ tục đấu thầu”, chính quyền thành phố Đài Nam trên thực tế đã coi việc kinh doanh này là “kinh doanh ủy quyền các bãi đỗ xe” dựa vào tình hình thực tế, trong đó sự quản lý của một công ty tư nhân sẽ được chính quyền thành phố ủy quyền. Tuy nhiên, vào thời

điểm đó các công ty được đăng ký ngành nghề dựa theo văn bản do chính họ viết; vì vậy, mặc dù mô tả về ngành nghề kinh doanh của họ rất khác nhau nhưng về cơ bản họ vẫn có thể thường xuyên tham gia vào công việc kinh doanh giống nhau. Tiêu chuẩn đặt ra trong vụ đấu thầu của thành phố Đài Nam tất nhiên có dựa trên việc xem xét rất nhiều những văn bản trong đăng ký của các công ty để có thể đáp ứng mục tiêu cơ bản là đạt được sự cạnh tranh lành mạnh. Vì vậy, vì các công ty có đăng ký kinh doanh là “kinh doanh các bãi đỗ xe” và “trông giữ và chăm sóc xe ô tô” có thể được phép quản lý việc kinh doanh các bãi đỗ xe. Và mục đích của vụ đấu thầu là để tăng sự cạnh tranh nhằm thúc đẩy hiệu quả của việc kinh doanh tư nhân ủy quyền nên không có một lý do chính đáng nào đối với việc loại trừ những công ty đăng ký kinh doanh theo hai ngành nghề trên ra khỏi việc tham gia đấu thầu. Hơn nữa, số lượng trái phiếu đấu thầu xác định là 5 triệu Đài tệ, và theo Điểm 8 của “Thông tin chung về các thủ tục đấu thầu” thì trái phiếu đấu thầu của những nhà thắng thầu sau đó có thể được xem như trái phiếu bảo đảm. Điều này có nghĩa là lượng trái phiếu đấu thầu và trái phiếu bảo đảm là bằng nhau. Trong vụ đấu thầu này, số tiền 5 triệu Đài tệ được xem như đủ để bảo đảm bù đắp cho những thiệt hại có thể xảy ra đối với các công cụ bãi đỗ xe. Yêu cầu về vốn cần thiết được quy định là 30 triệu Đài tệ, nhưng không cần thiết phải có mối quan hệ trực tiếp nào giữa vốn và khả năng thanh toán. Nếu các trang thiết bị cho bãi đỗ xe bị đất thì số lượng trái phiếu đấu thầu và trái phiếu bảo đảm có thể phải tăng lên để đảm bảo đủ cho việc bảo lãnh. Quy định mức vốn tối thiểu 30 triệu Đài tệ có nghĩa là các công ty nếu không đạt được mức trên thì mặc dù

có thể có 5 triệu Đài tệ cho trái phiếu đấu thầu và trái phiếu bảo đảm nhưng vẫn không thể tham gia vào vụ đấu thầu trên. Đây chính là một hạn chế không dựa trên các quy định pháp lý. Quá trình soạn thảo các tiêu chuẩn cho việc đấu thầu phải trải qua một loạt các thủ tục hành chính trong đó có các cuộc họp của rất nhiều ban ngành trong nội bộ chính quyền thành phố và với sự nhất trí của thị trưởng thành phố. Tuy nhiên, chính quyền thành phố cho biết rằng con số cụ thể 30 triệu Đài tệ được quyết định bởi thị trưởng thành phố trong một cuộc họp, dựa trên cơ sở thực tế là những công ty xây dựng loại A phải có số vốn là 24 triệu Đài tệ hoặc hơn. Và điều này, một lần nữa, lại cho thấy không có đủ lý do chính đáng cho sự phân biệt đối xử này. Vụ việc này xảy ra trước khi ban hành Luật Mua sắm công; Vì vậy Ủy ban Xây dựng chính quyền đã nói Luật Mua sắm công không thể áp dụng trong trường hợp này. Tuy nhiên, theo những lời giải thích của Ủy ban Xây dựng chính quyền về danh mục kinh doanh của các công ty đấu thầu và hạn chế về vốn quy định trong “Tiêu chuẩn về điều kiện cần thiết của các công ty đấu thầu và việc mua sắm trị giá đặc biệt lớn” đã được ghi trong Luật Mua sắm công thì quy định nói trên về danh mục đăng ký kinh doanh và vốn pháp định là không hợp lý. Nhận xét này như vậy có thể là một bằng chứng để tham khảo.

4. Sự phân biệt đối xử này của chính quyền thành phố Đài Nam chính là một mối đe dọa đối với cạnh tranh lành mạnh:

Ở thị trường địa phương được thiết lập cho việc kinh doanh bãi đỗ xe theo Điểm 6(2) của Thông tin chung về các thủ tục đấu thầu, giới hạn “đăng ký kinh doanh của những doanh nghiệp hoạt động thu lợi trong thành phố”, chính

quyền thành phố Đài Nam được xem như nhà cung cấp duy nhất. Vì thế, họ có sức mạnh thị trường, và vì thế sẽ rất quan trọng đối với những đối tượng có ý định tham gia đấu thầu. Thêm vào đó, trường hợp này có thể sẽ trở thành một án lệ tiêu chuẩn cho các vụ đấu thầu sau này về các bãi đỗ xe, và vì thế có ảnh hưởng rất lớn. Theo như thông báo của chính quyền thành phố Đài Nam, cho đến trước ngày 6-6-1996, chỉ có 3 công ty được đăng ký với số vốn từ 30 triệu Đài tệ trở lên với quy mô kinh doanh bao gồm “kinh doanh ủy quyền các bãi đỗ xe.” Vì vậy, một sự phân biệt đối xử mà không có lý do chính đáng nào của chính quyền thành phố Đài Nam cũng có thể đe dọa sự cạnh tranh lành mạnh.

5. Tiêu chuẩn đối với việc đấu thầu do chính quyền thành phố Đài Nam đặt ra cho vụ đấu thầu tháng 7-1996 về việc ủy quyền quản lý cho tư nhân bãi đỗ xe ngầm công cộng số 11 giới hạn những nhà thầu trong số những công ty có đăng ký kinh doanh bao gồm ngành “quản lý ủy quyền việc kinh doanh bãi đỗ xe” và những công ty có số vốn từ 30 triệu Đài tệ trở lên. Đây chính là một sự phân biệt đối xử mà không có lý do chính đáng và đó là một mối đe dọa đối với sự cạnh tranh lành mạnh. Vì vậy, hành động này vi phạm Điều 19(ii) của Luật Thương mại lành mạnh. Hành vi bất hợp pháp này xảy ra trước ngày 5-2-1999, ngày những sửa đổi của Luật Thương mại lành mạnh có hiệu lực. Vì vậy, theo những điều khoản thuộc phần trước của Điều 41 có hiệu lực vào đúng thời điểm của những hành động bất hợp pháp này, FTC ra lệnh chính quyền thành phố Đài Nam ngừng ngay sự phân biệt đối xử không chính đáng trên.

Chen Chun-Ting tổng hợp; Cheng Chia-Ling hiệu đính.



**Phòng dầu nhớt của Tập đoàn Xăng dầu Trung Hoa  
và Hiệp hội các nhà phân phối dầu nhớt Đài Loan  
Phiên họp lần thứ 513 của Ủy ban (2001)**

|                 |  |
|-----------------|--|
| Vụ việc:        | FTC đã tự tiến hành điều tra vụ việc Phòng Dầu nhớt của Tập đoàn Xăng dầu Trung Hoa và Hiệp hội các nhà phân phối dầu nhớt Đài Loan đã phối hợp các hành động để tạo ra một “nhà thầu sơ cấp” trong việc mở thầu mua dầu nhớt của các cơ quan nhà nước hay các doanh nghiệp nhà nước |
| Từ khóa:        | Nguyên tắc giải quyết đấu thầu đối với việc mua sắm dầu nhớt của chính quyền, bản ghi nhớ chính thức, Hiệp hội các nhà phân phối dầu nhớt Đài Loan   |
| Tham chiếu:     | Phiên họp lần thứ 513 của Ủy ban; Thư (90) Kung Er Tzu số 890556-011   |
| Ngành nghề:     | Lọc dầu (2301)   |
| Luật liên quan: | Điều 19(iv) của Luật Thương mại lành mạnh  |

**Tóm lược:**

1. FTC tự tiến hành điều tra vụ việc sau khi những nhà lập pháp tổ chức một cuộc họp báo vào ngày 9-11-1999 buộc tội Phòng Dầu nhớt của Tập đoàn Xăng dầu Trung Hoa (CPC) và Hiệp hội các nhà phân phối dầu nhớt Đài Loan đã vi phạm Luật Thương mại lành mạnh trong khi cùng nhau hợp tác tham gia trong việc mua dầu nhớt của các cơ quan chính quyền hay các doanh nghiệp của chính quyền.

Tin tức liên quan cho thấy hành động “thao túng đấu thầu” có liên quan đến một âm mưu bị nghi ngờ của Tập đoàn Xăng dầu Trung Hoa, với sự tư vấn từ Hiệp hội các nhà

phân phối của mình, về “các nhà thầu sơ cấp” để hưởng ứng lời mời tham gia các vụ đấu thầu mua dầu nhớt của Đài Loan được Cơ quan thiết kế Ret-Ser của Ủy ban Cựu chiến binh và Cơ quan Quản trị đường sắt Đài Loan mở thầu. “Những nhà thầu sơ cấp” chủ yếu là những nhà phân phối sơ cấp của CPC, được thành lập theo “Những nguyên tắc giải quyết đấu thầu mua các loại dầu nhớt của chính quyền” của CPC hay “Những nguyên tắc giải quyết đấu thầu cho việc thu mua tư nhân các loại dầu nhớt”. Điều này có thể vi phạm Điều 19(iv) của Luật Thương mại lành mạnh.

2. Những điều tra cho thấy rằng Phòng dầu nhớt của CPC đã lập ra các nguyên tắc nói trên trong phiên họp thường niên vào ngày 14-7-1997 và hội nghị hoạt động của công ty để giải quyết các vụ đấu thầu cho các trường hợp thu mua dầu nhớt của chính quyền hay tư nhân. Theo những nguyên tắc này, CPC sẽ đánh giá một nhà phân phối như một nhà thầu dựa trên những tài liệu của chính công ty và tài liệu các nhà phân phối nộp lên. Trên thực tế, CPC sẽ lựa chọn một nhà phân phối như một “nhà thầu chính” thông qua một bản ghi nhớ chính thức và yêu cầu tất cả các nhà phân phối khác “hợp tác” và “tư vấn” cho nhà thầu chính.

Vào tháng 7-1999, Bộ phận thi công đường cao tốc Đài Loan-Ilan của Cơ quan thiết kế Ret-Ser tiến hành một cuộc mời thầu để mua các loại dầu nhớt. Bản ghi nhớ chính thức của CPC đã chỉ định Công ty Chian Wei là nhà thầu chính, và vì vậy Chian Wei đã thực sự thắng thầu. Các nguyên tắc cho việc chính quyền mua dầu nhớt của CPC và bản ghi nhớ chính thức chỉ định “nhà thầu chính” đã vi phạm Điều 19(iv) của Luật Thương mại lành mạnh thông qua việc “làm cho

một doanh nghiệp khác phải chấm dứt cạnh tranh về giá hoặc tham gia vào một vụ sáp nhập hay một hành động thoả thuận mang tính ép buộc, lôi kéo về quyền lợi hay các phương thức không chính đáng khác”.

3. Tuy nhiên, FTC thấy rằng trước khi điều tra, CPC đã ngừng liên hệ với hiệp hội các nhà phân phối (chính hiệp hội này cũng bị giải tán tháng 12-1999) và không còn sử dụng những nguyên tắc được nhắc đến lúc trước về việc đáp ứng thu mua của chính quyền hay tư nhân.

Thêm vào đó, xét đến sự cạnh tranh đầy căng thẳng trên thị trường dầu nhớt, mặc dù các hành động của CPC có tác động hạn chế cạnh tranh, nhưng các nhà phân phối của Công ty CPC vẫn cần phải đối mặt sự cạnh tranh khốc liệt từ các hãng khác và vì vậy ảnh hưởng đối với thị trường dầu nhớt không thể xem xét rõ ràng được.

Đoạn 2 của “Các chỉ dẫn về việc xem xét lại các vụ việc có liên quan đến việc tự nguyện chấm dứt và sửa chữa các hành động vi phạm của doanh nghiệp” của FTC đã chỉ rõ rằng, “Khi một doanh nghiệp đã tự nguyện chấm dứt và sửa chữa hành động vi phạm trước khi Ủy ban chủ động điều tra hay điều tra dựa trên khiếu nại thì FTC có thể dừng việc điều tra hoặc quyết định không đưa ra bất kỳ phán quyết nào, trừ phi hành động vi phạm ảnh hưởng nghiêm trọng đến trật tự buôn bán hoặc là một hành động có tổ chức đã được thực thi.” Vì vậy, FTC quyết định không đưa ra phán quyết chống lại CPC.

Lin Hsiao-Hung tổng hợp; Lin Gin-Lan hiệu đính.

**Công ty TNHH truyền thông Golden (Đài Loan)**

**Phiên họp lần thứ 521 của Ủy ban (2001)**

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Bên khiếu nại tố cáo Công ty TNHH truyền thông Golden (Đài Loan) đặt ra những mức giá mua bán phim không hợp lý đối với các cửa hàng cho thuê không phải là chi nhánh, điều này dẫn đến những hạn chế vô lý hoạt động của các doanh nghiệp đối tác buôn bán, và vi phạm Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khoá:        | Liên minh kinh doanh, giấy phép cho đơn vị riêng lẻ, Blockbuster, cửa hàng chi nhánh  |
| Tham chiếu:     | Quyết định ngày 1-11-2001 của FTC (Phiên họp lần thứ 521 của Ủy ban)  |
| Ngành nghề:     | Ngành cung cấp các chương trình phát thanh và truyền hình (8630)  |
| Luật liên quan: | Điều 19(i) và Điều 19(iv) của Luật Thương mại lành mạnh   |

**Tóm lược:**

1. Trong một bức thư gửi FTC, bên khiếu nại, một cửa hàng cho thuê đĩa phim VCD và DVD, tố cáo như sau:

Công ty TNHH truyền thông Golden (Đài Loan - sau đây gọi là Golden) và một đại lý phân phối phim ở địa phương sử dụng các thỏa thuận thương mại sau đây: thu thập phí nhượng quyền thông qua liên minh kinh doanh của Golden và thậm chí còn mở rộng nguồn thu từ việc cho thuê phim hay cấp các giấy phép của một số bộ phim cho các đơn vị riêng lẻ (tức là bán hẳn phim). Tuy nhiên, công ty này thường chỉ đưa ra các thỏa thuận cấp giấy phép cho các đơn vị riêng lẻ đối với các chi nhánh như Blockbuster, Cine-Asia Entertainment và Hãng phim Chin Shih. Các cửa hàng cho

thuê phim độc lập vừa gặp phải những khó khăn trong việc có được các bộ phim như vậy, vừa phải trả những mức giá rất cao. Đối với các phim mà Golden đã phục vụ với tư cách là đại lý trong những năm gần đây chẳng hạn như *Đứa trẻ, Số mệnh đến Sao Hỏa* và *Biến mất trong 60 giây* thì một giấy phép VCD cấp cho một đơn vị chỉ có 1.100 Đài tệ. Phim *Diệp viên bất đắc dĩ*, giá đã lên đến 2.500 Đài tệ. Tuy nhiên, giá cho Blockbuster chỉ là 1.041 Đài tệ. Mục đích của việc đặt giá này buộc các cửa hàng không phải là chi nhánh phải gia nhập liên minh kinh doanh của Golden. Vì vậy, các cửa hàng cho thuê độc lập đang bị buộc phải rút khỏi thị trường.

2. Về hành động Golden đặt ra các mức giá khác nhau đối với các cửa hàng chi nhánh như Blockbuster và các cửa hàng cho thuê phim độc lập:

(1) Sau khi xem xét lịch sử giao dịch do Golden cung cấp, FTC nhận thấy rằng chế độ giá phân biệt đối với việc cấp giấy phép phim riêng lẻ chẳng hạn như *Diệp viên bất đắc dĩ* thực sự có trong các lần mua giấy phép của Blockbuster và của các cửa hàng không phải là chi nhánh. Tuy nhiên, toàn bộ lượng mua giấy phép bộ phim *Diệp viên bất đắc dĩ* của các cửa hàng không phải là chi nhánh ở Đài Loan dưới dạng VHS, VCD và DVD chỉ có gần 10 đơn vị đối với mỗi dạng. Vì vậy, lượng mua trung bình của một cửa hàng loại này sẽ vẫn thấp hơn. Ngược lại, cũng bộ phim đó, lượng mua của riêng Blockbuster lần lượt là 3.090 đơn vị, 860 đơn vị và 1.768 đơn vị ở các dạng tương tự. Vì vậy, giá trị các lần mua của Blockbuster là tương đối cao hơn nhiều so với tổng lượng mua của các cửa hàng không phải là chi nhánh.

(2) Theo những báo cáo của Golden, các khoản chiết khấu

thương mại đối với mỗi lần cấp phép các bộ phim của mình là khác nhau, phụ thuộc vào các yếu tố như hạng phim, khoảng thời gian từ lúc đặt hàng phim đến lúc cho ra mắt bộ phim, khả năng dự trữ, lượng đặt hàng và chi phí phân phối. Những lượng mua khác nhau và các giai đoạn bán hàng khác nhau có thể ảnh hưởng đến lượng chiết khấu. Vì vậy, xét từ lịch sử giao dịch do công ty nộp lên, không có gì là bất hợp lý trong thông báo của Golden cả.

(3) Golden cũng khẳng định rằng nếu cửa hàng cho thuê phim độc lập nào thương lượng về việc mua khối lượng thường xuyên các bộ phim thì Golden sẽ cho phép được hưởng một khoản chiết khấu dựa trên số lượng đó và các yếu tố mua bán khác. Nếu số lượng và các điều khoản là tương ứng so với số lượng và các điều khoản của Blockbuster thì Golden sẽ cho phép một lượng chiết khấu giống như đối với các đại lý. Vì vậy, Golden không thể bị coi là đã từ chối không cho các cửa hàng độc lập cơ hội thương lượng giá dựa trên khối lượng và các yếu tố giao dịch khác.

(4) Nói tóm lại, lượng mua của Blockbusters tương đối lớn, nên khiến cho cửa hàng này có lợi thế hơn trong việc thương lượng giá cả. Do lượng mua cũng ảnh hưởng đến giá kinh doanh trên từng đơn vị, thời gian giao dịch, Golden đánh giá các yếu tố này theo khối lượng kinh doanh, khoảng thời gian kinh doanh, hạng phim và chi phí phân phối nên Blockbuster được hưởng chiết khấu tương đối lớn. Không thể cho rằng Golden không đủ cơ sở lý lẽ cho tập quán kinh doanh này. Vì vậy, từ thực tế hiện có thì không thể cho rằng tập quán kinh doanh của Golden trong việc đặt ra các mức giá giao dịch khác nhau theo lượng mua, thời gian giao dịch,

và hạng phim khác nhau của các đối tác làm ăn khác nhau là vi phạm Điều 19(ii) của Luật Thương mại lành mạnh.

3. Về yêu cầu của Golden là chỉ khi gia nhập liên minh kinh doanh thì các cửa hàng cho thuê độc lập mới mua được phim:

(1) Khi họ có mặt trước FTC, các bên khiếu nại đã gọi điện thoại đến Golden. Đáp ứng yêu cầu của các bên khiếu nại, nhân viên trả lời điện thoại của Golden cho biết một lần cấp phép VCD, DVD hay VHS của bộ phim *Điệp viên bất đắc dĩ* là 2.000 Đài tệ mà không hề nói đến điều kiện là chỉ khi gia nhập liên minh kinh doanh của Golden thì các cửa hàng cho thuê không phải là thành viên mới có thể mua phim. Hiện tại, một bằng chứng hỗ trợ cho kết luận này vẫn còn được giữ lại.

(2) Theo như thông tin từ phía Golden về các lần giao hàng cho các cửa hàng không phải là thành viên từ năm 2000 đến tháng 4-2001 do Ủy ban yêu cầu, có hàng ngàn các đối tác giao dịch và có đến hơn 1.000 thông báo giao hàng. Điều này có nghĩa là đã có hơn 1.000 lần giao dịch. Vì vậy rõ ràng là các cửa hàng không phải là chi nhánh đã chọn không tham gia liên minh kinh doanh mà họ vẫn có thể giao dịch bằng cách tự mình lựa chọn phim trên cơ sở từng bộ phim.

(3) Tóm lại, từ những bằng chứng hiện có, không thể cho rằng Golden đã yêu cầu một cách bất hợp lý các cửa hàng không phải là chi nhánh gia nhập liên minh kinh doanh của mình như một điều kiện để mua được phim của hãng này. Vì vậy, FTC nhận thấy Golden không vi phạm Điều 19(vi) của Luật Thương mại lành mạnh.

Chen Chun-Ting tổng hợp; Cheng Chia-Ling hiệu đính.

**Công ty TNHH Dược Yung Shin IND., Công ty TNHH Công nghiệp hoá chất Sintong, Công ty TNHH Hoá dược tiêu chuẩn và Công ty TNHH Dược U-Liang**  
**Phiên họp lần thứ 521 của Ủy ban (2001)**

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Khiếu nại tố cáo mức trợ cấp bán hàng và doanh số cao trong báo cáo thu nhập của 4 công ty dược phẩm (Công ty TNHH Dược Yung Shin IND., Công ty TNHH Công nghiệp hoá chất Sintong, Công ty TNHH Hoá dược tiêu chuẩn và Công ty TNHH Dược U-Liang) vào năm tài chính 1998 và 1999 cho thấy các công ty trên đã vi phạm Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khoá:        | Trợ cấp bán hàng cao, tiêu chuẩn giá thuốc, thanh tra giá thuốc và sự chênh lệch giá thuốc  |
| Tham chiếu:     | Quyết định ngày 1-11-2001 của FTC (Phiên họp thứ 521 của Ủy ban); Thư (90) Kung Er Tzu số 9001902-005   |
| Ngành nghề:     | Sản xuất dược phẩm (1822)   |
| Luật liên quan: | Điều 19 (iii) của Luật Thương mại lành mạnh   |

**Tóm lược:**

1. Cục Bảo hiểm y tế Đài Loan (BNHI) đã chuyển cho FTC một lá thư từ văn phòng nhà lập pháp Chen Chao-nan, cùng với kết quả thanh tra giá của BNHI đối với bốn công ty kể trên. Kết quả này cho thấy trợ cấp bán hàng và doanh số của Yung Shin trong năm tài chính 1999 tổng cộng là 1,2 tỷ Đài tệ, xấp xỉ 33% doanh thu của công ty này trong năm đó. Cũng trong năm tài chính đó thì mức trợ cấp bán hàng và doanh số của U-Liang lên tới hơn 46% doanh thu của công ty này. FTC đã mở một cuộc điều tra để xác định xem các công



ty nêu trên có vi phạm Luật Thương mại lành mạnh không.

2. Điều tra của FTC cho thấy mức trợ cấp bán hàng và doanh số cao trong báo cáo thu nhập của Yung Shin, Sintong, Standard, và U-Liang trong năm tài chính 1998 và 1999 có liên quan đến các quy định đặt giá và kế toán của các công ty này. Khi bán các sản phẩm dược phẩm, các công ty đang bị điều tra ban đầu sẽ phát hoá đơn phản ánh giá cả dựa trên các tiêu chuẩn về giá của BNHI. Tuy nhiên, mức giá thực sự lại khác nhau tùy từng cơ quan y tế. Người bán đã làm nảy sinh sự chênh lệch giữa mức giá bán trong hoá đơn và giá bán thực tế do phải theo luật thuế và các quy định kế toán liên quan, dẫn đến mức trợ cấp bán hàng và doanh số cao trong bản báo cáo thu nhập của các công ty. Tất cả các bằng chứng hiện tại về vấn đề này cho thấy mức trợ cấp bán hàng và doanh số được các công ty này ghi nhận trên báo cáo thu nhập của họ là một bộ phận của các điều kiện về giá cả trong giao dịch giữa các công ty dược phẩm với các khách hàng của họ. Những điều kiện này đã được thoả mãn thông qua thương lượng giữa các bên trong giao dịch. Chưa có đủ bằng chứng đi đến kết luận các công ty bị điều tra này vi phạm Điều 19 (iii) và 19 (vi) của Luật Thương mại lành mạnh. Vì vậy FTC đã không đưa ra một hình thức phạt nào.

3. Để giải quyết vấn đề liên quan đến sự chênh lệch giữa giá thị trường và giá theo kế hoạch của Bảo hiểm y tế Đài Loan, vào ngày 20-1-1999, BNHI đã tổ chức một cuộc hội thảo hướng tới kế hoạch duyệt lại các tiêu chuẩn về giá thuốc của Bảo hiểm y tế Đài Loan, và cũng đã đi đến một thoả thuận chung. Ngày 28-4-1999, Bộ Y tế đã tuyên bố thông qua các Hướng dẫn về điều chỉnh thanh toán bảo hiểm y tế Đài

Loan đối với các sản phẩm thuốc, trong đó đã thông qua cơ chế giảm sự chênh lệch xuống còn 15% trong vòng 5 năm. Ở Nhật Bản, hệ thống chính sách y tế và hệ thống chăm sóc y tế đều rất giống Đài Loan. Cả hai cũng giống nhau về các biện pháp phân biệt việc hành nghề của bác sĩ với dược sĩ, việc thông qua các tiêu chuẩn về giá thuốc, việc điều tra giá thuốc và thiết lập một hệ thống tiêu chuẩn về chi trả bảo hiểm y tế quốc gia. Theo đó, Nhật Bản và Đài Loan gặp phải các vấn đề tương tự nhau. Từ năm 1991 đến năm 2001, Nhật Bản đã thành công trong việc giảm chênh lệch giá thuốc xuống còn 2%. Còn tại Đài Loan, BNHI đang tiến hành các cuộc điều tra giá thuốc nhằm hiểu rõ hơn về các điều kiện thị trường thực tế. Hằng năm, BNHI nói lỏng các tiêu chuẩn về giá thuốc, và sẽ có thể giảm được chênh lệch về giá thuốc.

Lin Hsiao-Hung tổng hợp; Lin Gin-Lan hiệu đính.

## 5.2 Hướng dẫn hành chính

### Tự do hoá hoàn toàn thị trường các sản phẩm xăng dầu

Phiên họp lần thứ 529 của Ủy ban (2001)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Các biện pháp chuẩn bị quá trình tự do hoá hoàn toàn thị trường sản phẩm xăng dầu             |
| Từ khoá:        | Tự do hoá thị trường sản phẩm xăng dầu, các nhà cung cấp sản phẩm xăng dầu, chấm dứt hợp đồng |
| Tham chiếu:     | Quyết định ngày 27-12-2001 của FTC (Phiên họp lần thứ 529 của Ủy ban)                         |
| Ngành nghề:     | Tinh chế dầu (1910)   |
| Luật liên quan: | Điều 19 (vi) của Luật Thương mại lành mạnh  |

#### Tóm lược:

1. Tại cuộc họp lần thứ 451 của FTC, các ủy viên đã quyết định thông qua việc giải thích các quy định của Luật Thương mại lành mạnh điều chỉnh các hoạt động cung cấp sản phẩm xăng dầu trước quá trình tự do hoá hoàn toàn thị trường sản phẩm xăng dầu. Tại cuộc họp lần thứ 529 ngày 27-12-2001, các ủy viên đã thông qua nghị quyết liên quan đến tài liệu này nhằm nỗ lực hạn chế việc chấm dứt hợp đồng. Nghị quyết này được thông qua tại cuộc họp lần thứ 529, yêu cầu những người cung cấp sản phẩm xăng dầu mới và cũ phải hợp tác với các kế hoạch của chính phủ nhằm hướng tới tự do hoá hoàn toàn thị trường sản phẩm xăng dầu và tránh được các hoạt động bất hợp pháp nhằm ngăn ngừa các trạm xăng chấm dứt hợp đồng. FTC dự định giám sát chặt chẽ

tình trạng cạnh tranh liên tục trên thị trường xăng dầu và thực hiện kiểm tra nhằm xác minh xem có các rào cản trong việc tiếp cận thị trường không, để duy trì cơ chế cạnh tranh trong thị trường này.

2. Ngày 20-12-2001, FTC đã tổ chức một cuộc thảo luận công khai về “Các vấn đề liên quan đến quyền chấm dứt hợp đồng của các trạm xăng và khả năng áp dụng của Luật Thương mại lành mạnh kể từ khi Luật Quản lý xăng dầu ban hành và có hiệu lực.” Buổi thảo luận này đã đi đến kết luận rằng ngày Ủy ban Năng lượng thuộc Bộ Kinh tế công bố là ngày đầu tiên mở cửa thị trường xăng dầu cho sản phẩm nhập khẩu và sẽ là điểm khởi đầu cho quá trình tự do hoá hoàn toàn thị trường xăng dầu. Liên quan đến câu hỏi về lịch trình hợp lý cho các nhà cung cấp xăng dầu mới tham gia thị trường, FTC đã quyết định rằng 55 ngày làm việc sẽ là một kế hoạch hợp lý (sau cuộc gặp với Cục Bảo vệ môi trường, Ủy ban Năng lượng - MOEA và các cơ quan khác). Tại cuộc họp lần thứ 529 của Ủy ban tổ chức ngày 27-12-2001, một nghị quyết đã được thông qua tuyên bố rằng nếu các cơ quan có thẩm quyền của chính quyền chưa hoàn thành được việc phát triển các hướng dẫn và thủ tục cần thiết để có thể thực hiện các công việc liên quan, khiến bất kỳ nhà cung cấp sản phẩm xăng dầu mới nào cũng không thể bắt đầu cung cấp sản phẩm vào ngày 1-3-2002 thì các nhà cung cấp xăng dầu nói trên nên xem xét việc cho phép gia hạn cuối cùng cho các trạm xăng để thực hiện quyền chấm dứt hợp đồng với các nhà cung cấp của họ. Các hợp đồng hiện tại cho phép các trạm xăng trong thời hạn 2 tháng có thể chấm dứt hợp đồng với các nhà cung cấp, và nghị quyết do các ủy viên của FTC

thông qua đã khuyến khích gia hạn thời hạn này để đáp ứng nhu cầu của các trạm xăng trong việc tự do lựa chọn các nhà cung cấp khác nhau.

Hơn nữa, trong suốt thời gian các nhà cung cấp xăng dầu thâm nhập thị trường, các nhà cung cấp hiện hành cũng bị yêu cầu đưa ra các hợp đồng chuyển tiếp (thời hạn chuyển tiếp bắt đầu vào ngày cuối cùng trong thời hạn chấm dứt hợp đồng 2 tháng đã nói ở trên, và tiếp tục cho đến ngày đầu tiên mà người cung cấp sản phẩm xăng dầu mới có thể bắt đầu cung cấp sản phẩm), để cung cấp cho các trạm xăng (mà đang cố gắng quyết định liệu có sử dụng một nhà cung cấp sản phẩm xăng dầu mới hay không) có cơ hội để so sánh và lựa chọn. Mục đích của việc yêu cầu các nhà cung cấp hiện hành đưa ra các hợp đồng chuyển tiếp là để ngăn chặn các nhà cung cấp đó ngừng cung cấp xăng dầu bất chợt. Liên quan đến các biện pháp phối hợp cần được sử dụng trong quá trình chuyển tiếp, các nhà cung cấp hiện hành cũng phải biết rằng họ không được phép tham gia vào các thoả thuận dù dưới dạng này hay dạng khác, vì các hoạt động này vi phạm quy định của Luật Thương mại lành mạnh cấm các thoả thuận hạn chế cạnh tranh. Đồng thời, các nhà cung cấp sản phẩm xăng dầu mới cũng bị yêu cầu phải đưa các điều khoản vào trong hợp đồng với các trạm xăng về việc cho họ một thời hạn 2 tháng để chấm dứt hợp đồng đó trước khi họ đi đến thoả thuận mà không bị mất phần phí chuyển nhượng còn lại dành cho họ. Mục đích của yêu cầu này là đảm bảo cho các nhà cung cấp xăng dầu hiện tại và mới đều được đối xử công bằng.

3. MOEA cũng đã tuyên bố rằng thị trường sản phẩm

xăng dầu sẽ mở cửa hoàn toàn cho các sản phẩm nhập khẩu từ ngày 26-12-2001. Vào thời điểm chuyển đổi sang một thị trường tự do hoàn toàn, FTC dự định sẽ chú trọng đến các thay đổi trên thị trường này và các hoạt động thương mại liên quan, nếu bất kể một bên nào, dù là nhà cung cấp hiện tại hay mới, có hành động hạn chế cạnh tranh hay cản trở cạnh tranh lành mạnh, FTC sẽ tiến hành điều tra và trừng phạt hành động vi phạm Luật Thương mại lành mạnh dựa trên những bằng chứng cụ thể.

Huang Po-Chia tổng hợp; Lin Gin-Lan hiệu đính.

## Chương 6

# Hàng hoá hoặc nhãn hiệu giả

### 6.1 Quyết định

**Công ty TNHH Công nghiệp dược Kouben**

**Phiên họp lần thứ 509 của Ủy ban (2001)**

|                 |  |
|-----------------|--|
| Vụ việc:        | Công ty TNHH Công nghiệp dược Kouben bị khiếu nại rằng đã giả mạo một nhãn hiệu của hãng khác, vi phạm Điều 20 (1) (i) của Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khoá:        | Giả mạo, nhãn hiệu (trade dress)   |
| Tham chiếu:     | Quyết định ngày 9- 8-2001 của FTC (Phiên họp lần thứ 529 của Ủy ban); Quyết định (90) Kung Ch'u Tzu số 102   |
| Ngành nghề:     | Sản xuất dược phẩm (1822)  |
| Luật liên quan: | Điều 20 (vi) của Luật Thương mại lành mạnh   |

**Tóm lược:**

1. Bên nguyên trong vụ kiện này, Công ty TNHH Paolyta, chuyên sản xuất *Man Niu* (bò hoang dã), một loại đồ uống có Vitamin B. Thương hiệu “bò hoang dã” là một nhãn hiệu đã được các doanh nghiệp trong ngành và người tiêu dùng biết đến. Sản phẩm của bị đơn, Công ty TNHH Công nghiệp được Kouben sản xuất là nước uống Vitamin B có tên là *Chiang Niu* (bò mạnh mẽ), với nhãn hiệu giống với nhãn hiệu của bên nguyên. Nhãn hiệu “bò hoang dã” của bên nguyên có nền đen với một vành trang trí màu đỏ ở dọc phía dưới; Chữ “man” tiếng Trung được thiết kế cầu kỳ để trông như là đầu của một con bò, còn dải chữ “niu” màu vàng kéo dài về bên phải trông như cái đuôi của con bò. Nhãn hiệu “bò mạnh mẽ” của bên bị cũng sử dụng nền đen, với một dải màu đỏ ở phía dưới. Thiết kế các chữ “chiang” và “niu” cũng được làm y như vậy, phần bên phải chữ “chiang” giống như đầu con bò, phần bên trái dàn sang một bên, còn chữ “niu” thì cũng màu vàng và kéo về bên phải trông như đuôi của con bò. Do vậy, quan sát toàn bộ bề ngoài của hai nhãn hiệu cho thấy dù chỉ có sự giống nhau nhỏ về một số hình vẽ nhưng lại được thiết kế giống hệt nhau về mặt ý tưởng. Hai sản phẩm cùng sử dụng chai thủy tinh màu nâu với cùng tỷ lệ và có bề ngoài tổng thể là giống nhau, còn việc in ấn vỏ bao giấy của chai trong cả hai trường hợp cũng thể hiện một vòng tròn màu đen chạy xung quang chu vi; người tiêu dùng vội vàng sẽ dễ chọn nhầm sản phẩm. Do vậy, cách làm của bị cáo có thể vi phạm Điều 20 (1) (i) của Luật Thương mại lành mạnh.

2. Điều tra của FTC cho thấy, sau khi sản phẩm “bò hoang dã” của nguyên đơn được tung ra thị trường, nó đã được



quảng cáo cả trên các phương tiện thông tin in ấn và phát sóng và thường được quảng cáo vào giờ cao điểm. Sản phẩm được quảng cáo rầm rộ trên tivi, đài, tờ rơi và các biển quảng cáo lớn cùng với các chương trình khuyến mại giảm giá cho các cửa hàng bán lẻ và các gian hàng, nhằm làm cho nhãn hiệu “bò hoang dã” và hình ảnh của nó trở thành nhãn hiệu được đông đảo người tiêu dùng và các doanh nghiệp liên quan biết đến. Hơn nữa, nhãn hiệu “bò mạnh mẽ” của bị đơn và sản phẩm của nguyên đơn đều là thức uống Vitamin B. Tháng 7-1999, bị đơn đã liên kết với Công ty TNHH Hopchins Industrial đặt nhà máy tại tỉnh Tainan để sản xuất đồ uống nhân danh họ, và bắt đầu marketing sản phẩm vào tháng 8 năm đó. Bị cáo cũng đã nỗ lực mạnh mẽ để được đăng ký nhãn hiệu “Kuo Ben Chiang Niu 180” tại Cục sở hữu trí tuệ thuộc Bộ Kinh tế, nhưng do Điều khoản 37 (1) (xii) của Luật Nhãn hiệu, nói rằng một kiểu dáng giống hoặc tương tự với nhãn hiệu đã được đăng ký của một người khác về cùng một loại hàng hoá hay tương tự [có thể không được đăng ký], đơn xin đăng ký này cũng đã bị Cục sở hữu trí tuệ bác bỏ và đang được lưu trong hồ sơ.

3. FTC đã cho rằng hình vẽ và nhãn hiệu “bò hoang dã” của bên nguyên đã được thiết kế dựa trên hình tượng con bò với chữ “man” có hình dáng giống như đầu con bò và chữ “niu” giống như đuôi con bò, trong khi nước uống Vitamin B1 “Kou Ben Chiang Niu” của Kouben cũng sử dụng hình vẽ con bò, phần bên trái của chữ “chiang” giống như đầu con bò còn chữ “niu” thì giống cái đuôi. Bên bị đã phản đối mạnh mẽ rằng có sự khác biệt ở phần đầu của con bò, được thiết kế theo chữ “chiang”, và của bên nguyên là chữ “man” trong đó

bên nguyên vẽ đường cong sừng con bò là bẻ ra ngoài còn bên bị là bẻ vào trong. Cái đuôi của hai con bò cũng chỉ ra các hướng khác nhau. Nhìn toàn bộ bề ngoài thì cả hai thiết kế đều tương tự nhau, cùng sử dụng một kiểu thiết kế mỹ thuật, chữ viết màu vàng với đường viền đỏ và nền đen. Dù có sự khác nhau trong hướng của sừng và đuôi hai con bò thì các hoạ tiết và cách thiết kế là tương tự nhau. Quan sát chúng ở các nơi khác nhau và vào thời điểm khác nhau sẽ gây nhầm lẫn rằng chúng là cùng một loại sản phẩm. Do đó, hành vi của bị đơn bị kết luận là đã vi phạm Điều 29 (1) (i) của Luật Thương mại lành mạnh. Phán quyết theo Điều 41 của luật này buộc Công ty TNHH Kouben phải ngay lập tức dừng hoạt động bất hợp pháp của mình và nộp một khoản phạt hành chính là 300.000 Đài tệ.

Tu Hsing-Feng tổng hợp; Yeh Tien-Fu hiệu đính.

**Công ty TNHH Ta Chia Dairy**

Phiên họp lần thứ 512 của Ủy ban (2001)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Công ty TNHH Ta Chia Dairy đã vi phạm Điều 24 của Luật Thương mại lành mạnh vì đã giả mạo nhãn hiệu của các hãng khác |
| Từ khóa:        | Giả mạo, đánh lạc hướng, hưởng lợi trên thành quả lao động của người khác, nhãn hiệu                                  |
| Tham chiếu:     | Quyết định ngày 30-8-2001 của FTC (Phiên họp lần thứ 512 của Ủy ban); Quyết định (90) Kung Ch'u Tzu số 125            |
| Ngành nghề:     | Sản xuất các sản phẩm bơ sữa (0820)   |
| Luật liên quan: | Điều 20 và 24 của Luật Thương mại lành mạnh   |

**Tóm lược:**

1. Kể từ khi thành lập năm 1948, Công ty TNHH Calpis của Nhật Bản đã tham gia việc sản xuất và marketing các loại đồ uống làm từ sữa nhãn hiệu Calpis, và đến năm 1966 đã đầu tư tại Đài Loan để thành lập Công ty TNHH Calpis Đài Loan để marketing các loại sản phẩm này ở đây. Trong vòng 50 năm, đồ uống từ sữa của Calpis đã được bán ra với loại chai cao có cổ hẹp. Kiểu dáng thiết kế của chai trên một nền trắng với vòng trang trí màu xanh hoặc ngược lại, đã không thay đổi từ trước đến nay. Kiểu dáng này đã được nhiều người tiêu dùng ưa thích và rõ ràng là “một nhãn hiệu phổ thông được người tiêu dùng biết đến” theo Điều 20 của Luật Thương mại lành mạnh.

Công ty TNHH Ta Chia Dairy (bị đơn) đã sản xuất cho thị trường Đài Loan nước uống Ru Mei Su trong chai có bề ngoài và thiết kế bao bì rất giống với sản phẩm nói trên với cách bố

trí các chữ, cỡ chữ và liệt kê thành phần thực sự giống. Sự giả mạo của bì đơn đối với bề ngoài và bao bì sản phẩm có thể đã vi phạm Điều 20 của Luật Thương mại lành mạnh, và có thể đồng thời vi phạm Điều 24 của luật này vì đã hưởng lợi trên thành quả lao động của người khác.

2. Điều tra của FTC cho thấy, ngoài việc bao bì bên ngoài của sản phẩm Calpis và sản phẩm của bì đơn đều sử dụng nền trắng với vòng tròn màu xanh, mặt trước của chai còn cho thấy tên sản phẩm, nhãn hiệu và các thông tin về sản phẩm chẳng hạn như tên gọi, thành phần chính, ngày sản xuất, hạn sử dụng, thời gian sử dụng tốt nhất, phương pháp bảo quản, thể tích tịnh và nhà sản xuất. Ngoài các thông tin cần thiết trên, mặt sau chai còn trình bày cách sử dụng. Các thông tin này đều phải theo tiêu chuẩn Điều 8 Luật Nhãn mác sản phẩm và có thể không được coi là nhãn hiệu thể hiện nguồn gốc sản phẩm. Việc thêm vào cụm từ “công thức bổ dưỡng mới bổ sung ít Saccharide” và “đồ uống cao cấp từ sữa” cũng được coi là biểu trưng điển hình của nhãn hiệu sản phẩm và là phần giải thích thành phần chính của sản phẩm. Như vậy điều này cũng không chỉ ra xuất xứ của sản phẩm. Về mặt sau của nhãn sản phẩm cũng chỉ đề cập cách sử dụng và các chi tiết đã nói trên cũng như cách ghi nhãn các sản phẩm khác.

Điều tra sâu hơn cho thấy ở phần trung tâm nhãn sản phẩm của bì đơn cũng có một hình ôvan nhỏ hơn hình tròn của Calpis với một nhãn “Ta Chia Dairy” chữ trắng trên nền màu xanh, cùng với “Ru Mei Su,” “NEWPIS” với dòng chữ quảng cáo “đồ uống cao cấp từ sữa”. Các mặt đều có chữ “NEWPIS” và “Yougurt Milk” nhỏ hơn và đều là màu trắng

trên nền xanh. Hình vẽ “Ru Mei Su” và “NEWPIS” đều được một doanh nghiệp cộng tác với bị đơn, Công ty TNHH Ai Kuo Le Shih đăng ký nhãn hiệu trước, dù thời gian độc quyền nhãn hiệu (từ ngày 16-6-1987 đến 15-9-1997) đã hết. Tỷ lệ số chữ trên nhãn sản phẩm của bị đơn tương đương với toàn bộ bề ngoài của bao bì, và phần nhãn in trên màng nhựa bên ngoài bao gồm vòng tròn xanh nền trắng. Tuy nhiên, phần chữ trên sản phẩm của Calpis sử dụng nhãn giấy tiếng Nhật, gắn liền với giấy trắng vòng xanh quấn xung quanh chai, nên có thể phân biệt hai nhãn này dựa trên chất liệu và cách in ấn các thông tin sản phẩm. Một người tiêu dùng thông thường nếu chú ý một chút sẽ dễ dàng thấy sự khác biệt. Sản phẩm của bị đơn, “Ta Chia Dairy” “Ru Mei Su,” và “NEWPIS, cũng như nhãn mác cho thấy nhà sản xuất là “Công ty TNHH Ta Chia” khác với nhãn mác chủ yếu bằng tiếng Nhật trên sản phẩm của Calpis, cho thấy Công ty TNHH Thương mại Kuo Chi chỉ là người nhập khẩu. Sản phẩm của bị đơn cũng khác ở cách đóng gói so với các sản phẩm của Calpis mà đã được nhập khẩu và đóng gói tại Đài Loan. Người tiêu dùng khó có thể nhầm lẫn về bản thân sản phẩm cũng như nguồn gốc sản phẩm; do đó, dựa trên cơ sở các bằng chứng hiện có thì khó có thể cho rằng hành vi của bị đơn vi phạm điều 20 Luật Thương mại lành mạnh.

3. Điều tra của FTC cho thấy xuất xứ sản phẩm Ru Mei Su của bên bị ban đầu đóng gói khác với sản phẩm của Calpis, nhưng sau đó không tiếp tục sử dụng bao bì đó và cũng không thiết kế hình dáng sản phẩm mới hay tạo ra một bao bì mới khác hoàn toàn so với các sản phẩm đã được bày bán trên thị trường. Hơn nữa, nó sử dụng một nhãn hiệu đã được

đăng ký, thay đổi cách bố trí các chữ tiếng Trung và phóng to cỡ chữ tiếng Anh trên tên sản phẩm, dẫn đến cách đóng gói là tương đương với sản phẩm của Calpis về cách sắp xếp, kiểu ký tự và màu nền. Bị đơn trên thực tế đã đánh lừa bằng cách giả mạo bề ngoài sản phẩm và hưởng lợi thành quả lao động của người khác, lợi dụng uy tín của người khác với mục đích tìm kiếm cơ hội kinh doanh cho bản thân mình. Hành vi đó là trái với đạo đức kinh doanh, xâm phạm quyền cạnh tranh, ảnh hưởng tới trật tự thương mại, vi phạm Điều 24 Luật Thương mại lành mạnh. FTC đã cân nhắc các yếu tố như động cơ dẫn đến hành vi của bị cáo, lợi nhuận bất chính mà bị cáo ước tính thu được, mức độ và thời gian ảnh hưởng của nó tới trật tự thương mại, những lợi ích thực tế, quy mô kinh doanh, các điều kiện kinh tế và vị thế thị trường cũng như thái độ sau khi bị quy tội của bị đơn, và liệu bị đơn đã có tiền án về hành vi đó chưa. FTC đã quyết định buộc bị đơn phải ngừng ngay các hành vi vi phạm luật và nộp một khoản phạt hành chính là 200.000 Đài tệ theo đúng phần đầu Điều 41 của Luật Thương mại lành mạnh.

Wu Lieh-Ling tổng hợp; Yeh Tien-Fu hiệu đính.

**Công ty TNHH Công nghệ truyền thông Real**

Phiên họp lần thứ 512 của Ủy ban (2001)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Công ty TNHH Công nghệ truyền thông Real bị khiếu nại vì đã sử dụng nhãn hiệu "Playstation" nổi tiếng của Công ty Sony Computer Entertainment làm tên miền, vi phạm Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khoá:        | Nhãn hiệu, cách dùng tương tự hoặc giống, nhầm lẫn, tên miền  |
| Tham chiếu:     | Quyết định ngày 27-9-2001 của FTC (Phiên họp lần thứ 512 của Ủy ban)  |
| Ngành nghề:     | Dịch vụ phần mềm máy tính (7201)  |
| Luật liên quan: | Điều 20 và 24 của Luật Thương mại lành mạnh   |

**Tóm lược:**

**1. Bị đơn, Công ty TNHH Công nghệ truyền thông Real** đã đăng ký tên miền là Playstation nhưng lại chưa sử dụng tên miền này. Vấn đề trong vụ này là xác định xem liệu những hành động này có cấu thành hành vi sử dụng một nhãn hiệu nổi tiếng của bên nguyên không hoặc có sử dụng biểu tượng thể hiện dịch vụ và công việc kinh doanh của nguyên đơn hay không, mà điều này có thể gây nhầm lẫn với các hoạt động, trang thiết bị hoặc cơ sở dịch vụ của nguyên đơn, vi phạm Điều 20 (1) (ii) của Luật Thương mại lành mạnh.

Nguyên đơn đã đăng ký thương hiệu bao gồm "Playstation" và "hình vẽ PS" vào ngày 31-3-1995. Phạm vi đăng ký bao gồm hàng hoá như các trò chơi máy tính và thiết bị chơi điện tử, nhưng lại không bao gồm các dịch vụ "thông tin về trò chơi điện tử". Phạm vi kinh doanh của bị đơn, theo

giấy đăng ký kinh doanh, là cài đặt các trang web và thiết kế mạng. Một công ty con của bị đơn, Hsing Tsuo Tours đang tham gia vào kinh doanh du lịch. Bị đơn đã xin đăng ký tên miền “Playstation.com.tw” vào ngày 1-10-1999 với mục đích lập trang web để cung cấp các dịch vụ “thông tin du lịch”. Hsing Tsuo Tours phải làm các dịch vụ đặt vé và tổ chức các chuyến du lịch. Trang web được sử dụng có sự hợp tác của hai công ty để cung cấp các dịch vụ du lịch công cộng, kỳ nghỉ, và các dịch vụ giải trí. Đánh giá thiết kế trang web của bị đơn và các hoạt động kinh doanh của công ty con này thì động cơ để hai công ty này thực hiện việc đăng ký tên miền không liên quan gì đến thị trường trò chơi điện tử hay bất kể lĩnh vực nào tương tự và công ty cũng không tham gia hoạt động kinh doanh nào liên quan đến các loại hàng hoá tương tự hay giống chủng loại của nguyên đơn. Và mối liên hệ nhân quả giữa việc chuẩn bị đăng ký trang web Playstation và việc sử dụng có chủ định nhằm quảng cáo và bán sản phẩm của chi nhánh Hsing Tsuo Tours là do khách quan. Đây cũng không phải trường hợp một doanh nghiệp đăng ký tên miền nhằm mục đích khác không liên quan đến hoạt động kinh doanh của mình, vì thế đây không thể kết luận đây là “việc đăng ký và sử dụng với mục đích không lành mạnh”.

2. Cũng trong vụ này, liệu việc đăng ký tên miền Playstation (nhưng chưa sử dụng) của bị đơn có cấu thành hành vi sử dụng nhãn hiệu nổi tiếng của bên nguyên hoặc biểu tượng tương trưng cho lĩnh vực kinh doanh và dịch vụ của bên nguyên hay không, và thậm chí nếu việc đó không gây nhầm lẫn thì có còn bị coi là gây hiểu nhầm dựa vào danh tiếng của doanh nghiệp khác hay cản trở doanh nghiệp



khác tiếp cận thị trường, vi phạm theo Điều 24 của Luật Thương mại lành mạnh.

Bên khiếu nại nộp đơn đăng ký tên miền “www.Playstation2.com.tw” vào ngày 3-11-1999, sau khi bị đơn đi đăng ký tên miền “Playstation.com.tw” vào ngày 1-10-1999. Có rất nhiều tên miền giống hai tên này, nhưng tất cả đều khác về nội dung phạm vi kinh doanh, vì thế không thể kết luận rằng nên hạn chế việc đăng ký tên những trang web này chỉ vì nguyên đơn được ưu tiên do đã đăng ký nhãn hiệu [Playstation] theo Luật Thương hiệu.

Bị đơn đã xin đăng ký tên miền “Playstation.com.tw” vào ngày 1-10-1999 với mục đích lập trang web để cung cấp các dịch vụ “thông tin du lịch”. Việc đăng ký tên miền không liên quan gì đến thị trường trò chơi điện tử hay bất kể lĩnh vực nào tương tự, và cũng không thể suy đoán rằng bị đơn đã đăng ký và sử dụng từ ngữ của nhãn hiệu mà nguyên đơn đăng ký với mục đích xấu, nhằm tham gia vào kinh doanh các hàng hoá giống hoặc tương tự như của nguyên đơn.

Nguyên đơn đã đăng ký tên miền để cung cấp các sản phẩm như trò chơi điện tử và thiết bị chơi điện tử trên thị trường máy tính, còn bị đơn đăng ký tên miền sử dụng trong ngành du lịch và giải trí. Nguyên đơn đã không cung cấp bằng chứng cho thấy mình đã từng kinh doanh trong ngành du lịch hay giải trí hoặc đã tạo ra một trang web phục vụ cho du lịch hoặc giải trí trước khi bị đơn đăng ký tên miền này. Do vậy, rõ ràng nguyên đơn bán các trò chơi điện tử dưới tên “Playstation” còn bị đơn định sử dụng tên miền nói trên với mục đích không liên quan gì đến bên kia, và nhằm vào nhóm đối tượng khách hàng hoàn toàn khác. Do đó không đủ bằng

chúng để kết luận rằng bị đơn định lợi dụng danh tiếng của nguyên đơn để gây nhầm lẫn.

Về luận điệu đăng ký tên miền sẽ gây cản trở tiếp cận thị trường đối với nguyên đơn, nguyên đơn đã đăng ký tên miền [www.Playstation2.com.tw](http://www.Playstation2.com.tw) vì mục đích bán hàng và marketing trên mạng và cũng đã chỉ định Intertran Inc. làm tổng đại lý tại Đài Loan để bán các trò chơi video và đăng ký trang web [www.intertran.com.tw](http://www.intertran.com.tw) để bán hàng và marketing qua mạng. Khi đó nguyên đơn có 2 tên trang web trong tay và có thể bán trò chơi máy tính “PSone” thông qua cung cấp bảng giá trên các trang web của mình, nên không có cơ sở để cho rằng nguyên đơn không thể tiếp cận thị trường Internet để có cơ hội cạnh tranh trên thị trường này. Nguyên đơn cũng không đưa ra bằng chứng rằng hành động của bị đơn là ngăn cản nguyên đơn tiếp cận với thị trường Internet hay bên bị đã cố gắng khai thác trên uy tín của mình. Do vậy, không đủ cơ sở để kết luận bị đơn đăng ký và sử dụng tên đó với mục đích xấu, gây ảnh hưởng tới cạnh tranh trên thị trường và trật tự thương mại theo Điều 40 của Luật Thương mại lành mạnh.

Chiang Kuo-Lun tổng hợp; Wu Ding-Hung hiệu đính.

## 6.2 Giải thích

### Hello Kitty

Cuộc họp lần thứ 510 của Ủy ban (2001)

|                 |  |
|-----------------|--|
| Vụ việc:        | Toà án quận Panchiao Đài Loan yêu cầu xác định liệu hình dáng bên ngoài của mẫu "Hello Kitty" và các sản phẩm búp bê biến đổi có thể được coi là "biểu tượng" như được đề cập trong Điều 20 của Luật Thương mại lành mạnh; và liệu kiểu dáng của sản phẩm "Hat Family Baby Bear" có bị coi là giống hay tương tự, và liệu việc sản xuất, nhập khẩu và bán những sản phẩm đó có vi phạm Điều 24 của Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khoá:        | Biểu tượng cách sử dụng giống nhau hoặc tương tự, nhầm lẫn   |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 16-8-2001, tại cuộc họp lần thứ 510 của ụy ban   |
| Ngành nghề:     | Các ngành xuất bản khác chưa được phân loại (8499)   |
| Luật liên quan: | Điều 20 của Luật Thương mại lành mạnh  |

#### Tóm tắt:

1. Về việc xác định liệu hình dáng bên ngoài của mẫu "Hello Kitty" và các sản phẩm búp bê biến đổi có thể được coi là "biểu tượng" như được đề cập trong Điều 20 của Luật Thương mại lành mạnh hay không: hình dáng ba chiều hay những biến thể cùng dựa trên thương hiệu "Hello Kitty" được nguyên đơn đề cập đã xuất hiện vào năm 1999 khi đó đồ chơi "Hello Kitty" được McDonald sử dụng làm quà tặng

miễn phí trong chương trình khuyến mại và cơn sốt “Hello Kitty” bùng nổ sau khi được đưa trên các phương tiện thông tin đại chúng. Tuy nhiên, chúng không bao giờ xuất hiện cùng với thương hiệu nêu trên cũng như các biểu tượng liên quan. Và trước khi chúng tạo được sự khác biệt để giúp phân biệt được nguồn gốc hàng hoá thì khó có thể coi chúng tương đương với nhãn hiệu đã được đăng ký. Kiểu dáng đó không đủ để chỉ ra rằng hàng hoá đó là do một doanh nghiệp cụ thể nào sản xuất nên không còn ý nghĩa nào khác, vì vậy nó không được bảo vệ theo Điều 20 luật Luật Thương mại lành mạnh và kiểu dáng ba chiều của “Hello Kitty” hay các biến thể của nó không thể được xác định là một biểu tượng sản phẩm dựa vào điều khoản đó. Liên quan đến sản phẩm búp bê biến đổi do nguyên đơn đưa ra như là một biến thể của kiểu dáng “Hello Kitty”, đối với sản phẩm này, kiểu dáng của thương hiệu nguyên bản được đăng ký đó đã được thay đổi và nó không hề xuất hiện cùng với thương hiệu đã đăng ký hay các biểu tượng liên quan. Và trước khi chúng tạo được sự khác biệt để giúp phân biệt được nguồn gốc hàng hoá thì khó có thể coi chúng tương đương với nhãn hiệu đã được đăng ký. Sản phẩm búp bê trong vụ việc này xuất hiện lần đầu tiên trong danh mục thư đặt hàng bằng tiếng Nhật và rất ít phương tiện thông tin đại chúng ở Đài Loan quan tâm. Công chúng chưa sẵn sàng công nhận sản phẩm này và nó chưa đủ để chỉ ra một nguồn gốc sản phẩm cụ thể hay sản phẩm đó được sản xuất bởi doanh nghiệp nào. Vì vậy, sản phẩm mang kiểu dáng “Hello Kitty” không được coi là một nhãn hiệu được bảo vệ theo Điều 20 của Luật Thương mại lành mạnh.

2. Việc xem xét liệu dòng sản phẩm “Hat Family Baby Bear” có tương tự hay giống với kiểu dáng của “Hello Kitty” hay hàng loạt các búp bê biến đổi có thể gây nhầm lẫn hay không: Bên nguyên đơn cáo buộc bên bị đã bắt chước kiểu dáng búp bê trong chương trình họ bán và đã ủy quyền cho bên thứ ba dùng chung kiểu dáng đó là vi phạm lợi ích mà họ có thể nhận được từ cạnh tranh lành mạnh. Khi so sánh các bằng chứng mà hai bên đã cung cấp cho thấy kiểu dáng “Hello Kitty” và một loạt các búp bê biến đổi có ngoại hình bên ngoài được đặc trưng bởi khuôn mặt méo hình oval, không có miệng, một dải nơ đẹp trang điểm trên trán, với ba lọn tóc phủ dài ra hai bên mặt, mặt hình trái xoan, mũi thẳng hình bầu dục, tạo ấn tượng thu hút và hấp dẫn với rất nhiều kiểu dáng và trang phục kèm theo. Bên bị đã sản xuất sản phẩm “Hat Family Baby Bear” mang tính nghệ thuật, có các đặc tính: mũ trên đầu, khuôn mặt hình oval hơi thẳng, không có miệng, không có nơ trên trán, mắt đen hình bầu dục và mũi thẳng hình bầu dục. Khi so sánh các đặc tính riêng biệt, mặc dù về hình dáng khác nhau nhưng các đặc tính của sản phẩm “Hat Family” được xem như tương tự với “Hello Kitty”. Hơn nữa, vì các biến thể sản phẩm của bên nguyên đã thay đổi so với kiểu dáng của thương hiệu “Hello Kitty”, điều đó không thể dẫn đến kết luận rằng do các sản phẩm búp bê “Hello Kitty” của bên bị giống với dòng sản phẩm của bên nguyên nên các sản phẩm của bên bị là giống hoặc tương tự hay có thể gây nhầm lẫn với kiểu dáng của sản phẩm do bên nguyên sản xuất.

3. Liên quan đến việc liệu sản xuất, nhập khẩu và bán các sản phẩm trong dòng “Hat Family Baby Bear” có cấu thành

sự lừa dối hay hành động hiển nhiên không lành mạnh đủ để ảnh hưởng đến trật tự thương mại theo Điều 24 của Luật Thương mại lành mạnh: Bị đơn Wu Chiang-caio đã sản xuất sản phẩm nghệ thuật bắt chước “Baby Bear” và cung cấp cho bị đơn khác là Công ty TNHH Pinery Card để cung cấp mẫu thiệp. Một vài thay đổi so với nguyên mẫu đã làm cho thiết kế có chiều sâu hơn, ngoài ra còn có một dải ruybăng trang trí hình cây cỏ hoặc động vật, nó đã trở thành mẫu để sản xuất các tác phẩm nghệ thuật đa dạng với các dải ruybăng khác nhau. Công ty in bắt đầu tham gia in thiệp từ ngày 4-8-1998 và đăng ký bản quyền về kiểu dáng nghệ thuật với Phòng bản quyền Myz vào ngày 15-9-1999. Các tài liệu quảng cáo do bên nguyên sản xuất cho thấy kiểu dáng của “Hello Kitty” và dòng sản phẩm búp bên của họ được lấy từ các mẫu sản phẩm tháng 1-1999 và các mẫu từ tháng 8 đến tháng 11 năm đó, cũng như một số quảng cáo khác như là của ngân hàng Makoto cho khu vực Đài Loan có hình gấu trúc trong quảng cáo thẻ tín dụng, việc này diễn ra sau khoảng thời gian mà bên bị đã sản xuất ra sản phẩm “Baby Bear”. Bên nguyên đã không thể cung cấp các bằng chứng cho dòng sản phẩm búp bê đã quảng cáo hay bán ở Đài Loan trước khi bên bị sản xuất “Baby Bear”, điều này có thể quyết định rằng bên bị không có ý lợi dụng danh tiếng trong kinh doanh của bên nguyên hay đã ăn cắp kiểu dáng bên ngoài của sản phẩm khác.

### 6.3 Các vụ kiện

#### Công ty TNHH Shanq Keng

Tòa Hành chính cấp cao Đài Bắc (2000)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Tòa Hành chính cấp cao Đài Bắc kết luận Công ty TNHH Shanq Keng vi phạm Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khóa:        | Nhầm lẫn, xác định sai, ý nghĩa thứ hai   |
| Tham chiếu:     | Quyết định của thẩm phán Tòa Hành chính cấp cao Đài Bắc (89) Su Tzu số 1665                       |
| Ngành nghề:     | Bán buôn các loại thực phẩm, rau quả khác (4429)  |
| Luật liên quan: | Điều 20 Luật Thương mại lành mạnh   |

#### Tóm lược:

1. Ngày 18-9-1999, Công ty TNHH Unilever Đài Loan (bên nguyên) đã kiện lên FTC cáo buộc Công ty TNHH Shanq Keng đã vi phạm điều 20(1) và 24 của Luật Thương mại lành mạnh do bao bì sản phẩm “trà Lordly” của Công ty này (bên thứ ba trong một vụ kiện hành chính) rất giống sản phẩm “trà Lipton” của Unilever về hình dáng, bề ngoài, kích cỡ, màu sắc, kiểu chữ đến mức một người tiêu dùng bình thường rất dễ nhầm lẫn hoặc xác định sai sản phẩm. Trong thư trả lời Unilever, FTC cho biết trà Lordly không hề làm ảnh hưởng đến uy tín thương mại của Unilever. Unilever phản đối kết luận của FTC và đã đệ đơn chống án. Đơn này bị bác bỏ và Unilever sau đó đã đệ đơn kiện FTC. Tòa án Hành chính cấp cao Đài Loan đã yêu cầu Công ty TNHH Shanq Keng tham dự vụ kiện hành chính này với tư cách là bên thứ ba.

## 2. Giải thích quyết định của tòa án

(1) Điều 20(1)(i) của Luật Thương mại lành mạnh quy định một doanh nghiệp không được “sử dụng cùng phương thức hoặc nhãn hiệu tương tự là đặc trưng của doanh nghiệp khác mà nhãn hiệu ấy đã được nhiều người tiêu dùng và các doanh nghiệp liên quan biết đến, gây ra sự nhầm lẫn với hàng hoá của doanh nghiệp đó.”

“Nhãn hiệu” được nói đến trong Điều 20(1)(i) có nghĩa là một điểm đặc biệt có tính phân biệt hoặc có nghĩa khác có tác dụng chỉ ra nguồn gốc của hàng hoá, dịch vụ để hỗ trợ các doanh nghiệp và khách hàng liên quan phân biệt các loại hàng hoá, dịch vụ khác nhau.

Mục đích của điều khoản này là ngăn cấm những hành vi vi phạm bản quyền thương mại nghiêm trọng gây cản trở cạnh tranh lành mạnh và không được các luật hiện hành khác điều chỉnh. Vì vậy, nếu một sản phẩm có nhãn hiệu tương tự hoặc giống hệt các sản phẩm khác có thể làm cho khách hàng nhầm lẫn hàng hoá hoặc nguồn gốc của các loại hàng hoá sẽ vi phạm điều khoản này bất kể các sản phẩm đó có dùng chung một thương hiệu hay không.

Về bên nguyên đơn, Unilever có trụ sở ở Hà Lan bắt đầu sản xuất trà Lipton từ năm 1972 với đặc trưng là cách đóng gói với hộp màu vàng có nhãn đỏ. Vào năm 1983, Unilever đã cho phép Unilever Đài Loan - tiền thân của Công ty TNHH Kuo Lien, bán trà Lipton tại Đài Loan. Tất cả các tài liệu quảng cáo, khuyến mãi và văn bản của bên nguyên đơn đều cho thấy sự phối hợp màu vàng cùng với nhãn đỏ là biểu tượng của Lipton Tea. Không kể cách thức nhãn đỏ được thiết kế ra sao, màu sắc, chữ, cách sắp xếp, bố cục như



thế nào thì “sự phối hợp màu vàng với một nhãn đỏ” - nhãn hiệu ngoài bao bì trà Lipton qua một thời gian dài được bên nguyên sử dụng liên tục đã giúp cho các doanh nghiệp, khách hàng liên quan của Unilever phân biệt nguồn gốc mặt hàng dựa vào mẫu mã sản phẩm. Do vậy, sản phẩm của họ đã có được “ý nghĩa thứ hai” không cần phải bàn cãi, một trường hợp đặc trưng theo Điều 20(1)(i) của Luật Thương mại lành mạnh dù bị đơn đã phản đối điều này.

(2) Việc phán xét liệu các nhãn hiệu sử dụng có giống nhau hay tương tự nhau hay không cần dựa trên sự thật khách quan và cũng nên cân nhắc liệu các doanh nghiệp, khách hàng liên quan với kiến thức bình thường và không để ý có bị lẫn lộn khi xem xét các sản phẩm xét về mặt tổng thể, so sánh các thành phần chính hay khi xem xét các sản phẩm đó ở nhiều thời điểm, nhiều vị trí khác nhau. Trà trong trường hợp này là đồ uống thường ngày của người tiêu dùng nên thường được bày bán ở tại các đại lý phân phối ngay cạnh các sản phẩm khác cùng loại thuộc nhiều nhãn hiệu khác nhau. Khi chọn lựa mua hàng, những người trong cuộc như khách hàng chỉ dựa vào hình ảnh sản phẩm họ nhớ trong đầu. Rất hiếm khi họ so sánh kỹ càng với những lời giải thích trên bao bì, thậm chí họ cũng không để ý đến các thương hiệu để lựa chọn. Chính vì vậy, họ thường dựa vào những đặc điểm như màu sắc, cách bài trí để mua hàng. Sự giống nhau về đặc điểm bề ngoài trên bao bì giữa hai sản phẩm thường dễ khiến khách hàng nhầm lẫn khi mua.

Bên nguyên đã thuê Công ty nghiên cứu thị trường Taylor Nelson Sofres nghiên cứu khả năng phân biệt giữa hai sản phẩm trà Lipton và trà Lordly. Báo cáo của công ty này đã đưa

ra một số kết luận sau: (i) tỷ lệ người tiêu dùng biết đến hai sản phẩm này rất chênh lệch 84,5% (trà Lipton) và 0,3% (trà Lordly); (ii) 9 trong 10 người được hỏi liên tưởng bao bì vàng nhãn đỏ là nhãn hiệu “trà Lipton”; (iii) khi xem ảnh được chọn của một số sản phẩm (không có trà Lipton) trong vòng 5 giây, gần 60% người cho rằng trong số các sản phẩm đó có trà Lipton; (iv) 87% thấy bao bì của trà Lipton và trà Lordly rất giống nhau và có thể làm cho người tiêu dùng nhầm lẫn; (v) 87,6% cho rằng nguyên nhân quan trọng gây ra sự xác định nhầm là do cách sắp xếp màu vàng-đỏ trên bao bì. Trong cuộc thăm dò thị trường này, Taylor Nelson Sofres, không tiết lộ nhãn hiệu sản phẩm và yêu cầu những người tham gia cuộc điều tra xác định những nhãn hiệu họ biết. Những người tham gia cuộc điều tra đã xác định bao bì màu vàng với dấu đỏ là nhãn hiệu của trà Lipton mà không cần bất cứ gợi ý nào từ nhân viên điều tra của Taylor Nelson Sofres - công ty điều tra có những báo cáo đáng tin cậy. Không có một chứng cứ nào của bên bị đơn cho thấy rằng nghiên cứu thị trường của Taylor Nelson Sofres là thiên vị và không khách quan.

3. Nói tóm lại, các quan toà thấy Điều 20(1) (i) của Luật Thương mại lành mạnh có thể áp dụng vào vụ kiện này và kết luận của FTC rằng không có sự vi phạm luật nào trong vụ kiện này là không thích đáng cũng như việc toà án phúc thẩm không sửa sai kết luận ban đầu của toà án sơ thẩm là không đúng. Vì thế toà thông qua yêu cầu của bên nguyên đơn thay đổi các kết luận sơ thẩm và phúc thẩm. Tuy nhiên toà cũng thấy rằng việc bên nguyên yêu cầu FTC phải thông qua một quyết định có lợi cho họ không được ghi trong luật, vì vậy yêu cầu của họ bị bác bỏ.

## Chương 7

# Quảng cáo gian dối, sai lệch và gây nhầm lẫn

### 7.1. Quyết định

**Công ty TNHH Xây dựng Shang Mei**  
Phiên họp lần thứ 478 của Ủy ban (2001)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Công ty TNHH Xây dựng Shang Mei đưa ra quảng cáo sai lệch vi phạm Luật Thương mại lành mạnh           |
| Từ khoá:        | Quảng cáo sai lệch, bể bơi ánh sáng   |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 4-1-2001 (Phiên họp thứ 478 của Ủy ban); phán quyết (90) King Ch'u Tzu số 011 |
| Ngành nghề:     | Kỹ thuật kiến trúc bất động sản   |
| Luật liên quan: | Điều 21(1) của Luật Thương mại lành mạnh  |

**Tóm lược:**

1. Công ty TNHH Xây dựng Shang Mei (Shang Mei) sử dụng từ “bể bơi ánh sáng và “sân gôn xanh” để dụ dỗ khách hàng mua bất động sản. Tuy nhiên, khi bất động sản được chuyển giao cho người mua thì bể bơi lại được gọi là bể chứa nước còn công trình sân gôn thì không được xây theo đúng thủ tục xây dựng sân gôn xanh. Công trình được xây không phù hợp với những lời miêu tả trên quảng cáo về bất động sản. Vì vậy Shang Mei bị điều tra vì cố ý lừa dối người mua bất động sản.

2. Từ những thông tin do người khiếu nại và Shang Mei cung cấp, sự việc được biết đến như sau:

(1) *Bể bơi*: Các bên đều nhất trí rằng, chức năng của bể bơi là để bơi. Tuy vậy, họ lại không thống nhất với nhau ở điểm là liệu tên công trình trong giấy phép sử dụng có được sửa đổi để gọi là bể bơi hay là bể chứa nước.

(2) *Sân gôn xanh*: Các bên đã nhất trí về chức năng của sân gôn xanh. Tuy nhiên, những người khiếu nại lại cho rằng công trình không được xây theo đúng thủ tục xây dựng công trình sân gôn xanh. Công ty Shang Mei thì cho rằng khi công trình được chuyển giao cho người mua thì nó đúng là một sân gôn xanh rất đẹp.

Ngày mà Shang Mei xin giấy phép xây dựng (ngày 25-9-1997) lại sau ngày việc xây dựng bể bơi tư nhân được triển khai (ngày 25-3-1997). Thậm chí, dù Shang Mei đã xin giấy phép xây dựng, nhưng họ vẫn không thay đổi việc đăng ký xây dựng từ bể chứa nước sang bể bơi có thể vì quá bận hoặc cũng có thể lúc có cơ hội thì họ lại không làm việc này. Do ngày họ nhận được giấy phép sử dụng bất động sản (ngày 31-

12-1998) muộn hơn 1 năm so với ngày họ xin cấp giấy phép xây dựng, Shang Mei đúng ra đã có đủ thời gian cần thiết để sửa giấy phép sử dụng của công trình từ “bể chứa nước” sang “bể bơi”. Nếu không tuân thủ quy định, với lý do sử dụng trái pháp luật, cơ quan có thẩm quyền quản lý xây dựng của chính quyền cấp thành phố có thể tháo dỡ công trình hoặc đưa ra những phán quyết bất lợi khác. Quảng cáo này như vậy đã chứa đựng những thông tin sai lệch và gây nhầm lẫn.

Từ những thông tin của người khiếu nại và Shang Mei đưa ra, rõ ràng là sân gôn xanh thực tế đã được xây dựng. Liên quan đến việc nó có được xây theo quy trình xây dựng sân gôn hay không, đây là vấn đề thực hiện hợp đồng và nên được xử lý theo các kênh dân sự.

### 3. Kết luận của FTC như sau:

(1) *Bể bơi*: Theo Luật Xây dựng, bể bơi được xếp vào loại công trình hỗn hợp vì vậy phải có giấy phép xây dựng công trình hỗn hợp. Nếu không tuân thủ quy định, với lý do sử dụng trái pháp luật cơ quan có thẩm quyền quản lý xây dựng của chính quyền cấp thành phố/hạt có thể tháo dỡ công trình hoặc đưa ra những phán quyết bất lợi khác. FTC thấy rằng quảng cáo này chứa đựng những thông tin sai lệch và gây nhầm lẫn liên quan đến “công trình bể bơi” và vi phạm Điều 21(1) của Luật Thương mại lành mạnh. FTC phán quyết chống lại Shang Mei và yêu cầu công ty này ngay lập tức ngừng đưa những lời giới thiệu sai lệch và gây nhầm lẫn sau khi nhận được phán quyết.

(2) *Sân gôn xanh*: Liên quan đến việc nó có được xây theo quy trình xây dựng sân gôn hay không, đây là vấn đề thực hiện hợp đồng và nên được xử lý theo các kênh dân sự.

Wang Mei-Tone tổng hợp; Wu T.H hiệu đính.

**Công ty TNHH Witen International**

Phiên họp thứ 484 của Ủy ban (2001)

|                 |  |
|-----------------|--|
| Vụ việc:        | Công ty TNHH Witen International liên quan đến quảng cáo sai lệch vi phạm Luật Thương mại lành mạnh    |
| Từ khoá:        | Kênh vệ tinh, áo lót ngực năng lượng, tăng kích cỡ bầu ngực  |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 15-2-2001 (Phiên họp thứ 484 của Ủy ban); phán quyết (90) King Ch'u Tzu số 033 |
| Ngành nghề:     | Vải sợi khác, quần áo, ngành bán lẻ sản phẩm may mặc (5349)  |
| Luật liên quan: | Điều 21 và phần đầu Điều 41 của Luật Thương mại lành mạnh  |

**Tóm lược:**

1. Một đơn kiện tố cáo vấn đề sau: ngày 23-6-2000, Công ty TNHH Witen International (Witen) quảng cáo “áo lót ngực năng lượng sinh học Adorer” trên kênh vệ tinh Chung Shih và ngày 25-7-2000 quảng cáo “áo lót ngực năng lượng Ya Fuo Ai Lien” trên kênh truyền hình vệ tinh Pi Li. Sản phẩm của hai quảng cáo thực chất là giống nhau còn lợi ích được khẳng định như sau: “tăng cường kích cỡ ngực từ cỡ A lên cỡ B”, “thúc đẩy phát triển hormon và phát triển ngực”, “có khả năng ngăn chặn sự di căn của các tế bào u ác tính”, “duy trì chức năng phát triển của tuyến vú”, “phục hồi và nâng ngực chảy xệ như của thiếu nữ”. Những lời giới thiệu trên xuất hiện trong quảng cáo ở cả hai kênh truyền hình và đều tương tự nhau. Trong đơn khiếu nại, Bộ Y tế đã cho rằng những lời lẽ trên đã được phóng đại quá mức và không đúng sự thật,

và họ không có một cơ sở lý luận y học cũng như thử nghiệm lâm sàng nào chứng minh điều đó.

2. Tiếp sau một nghiên cứu do các chuyên gia Bộ Y tế tiến hành theo yêu cầu của FTC, dù có sự biện hộ bằng văn bản của Witen, Bộ Y tế chỉ ra rằng những khẳng định trong quảng cáo như “mặc áo ngực cả ngày có thể có tác dụng như mát-xa cơ ngực và thúc đẩy phát triển hormon và ngực” là thiếu chứng cứ vững chắc từ lý luận y học và thử nghiệm lâm sàng. Bộ cũng cho rằng những quảng cáo này làm cho công chúng nhầm lẫn nên tin rằng khi sử dụng những sản phẩm đó thì “kích cỡ ngực tăng từ size A lên size B”. Bản thân Witen cũng thừa nhận rằng những ích lợi như khẳng định trong quảng cáo là cần phải sửa lại và rằng họ đã quyết định dừng phát những quảng cáo đó càng sớm càng tốt. Kết quả của việc này là sẽ chẳng có nghi ngờ gì về những quảng cáo chứa đựng những thông tin sai lệch và gây nhầm lẫn.

3. Sau khi xem xét động cơ và mục đích của Witen cũng như những hậu quả của việc quảng cáo đó đến trật tự thương mại, FTC yêu cầu công ty ngừng ngay lập tức những lời quảng cáo sai lệch và gây nhầm lẫn này và quyết định phạt hành chính đối với công ty là 200.000 Đô la theo phần đầu Điều 41 của Luật Thương mại lành mạnh.

Wu Hung-Guan tổng hợp; Day Bey-Yi hiệu đính.

**Công ty TNHH Golden Fitness**

Phiên họp thứ 484 của Ủy ban (2001)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Công ty TNHH Golden Fitness vi phạm Điều 21 Luật Thương mại lành mạnh do những lời khẳng định sai lệch trong quảng cáo rằng nó có các trang thiết bị “chăm sóc da đặc biệt” |
| Từ khóa:        | Trang thiết bị phụ trợ, chăm sóc da đặc biệt, quảng cáo sai lệch  |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 15-2-2001 (Phiên họp thứ 484 của Ủy ban); phán quyết (90) King Ch'u Tzu số 039  |
| Ngành nghề:     | Dịch vụ thể thao khác (8749)  |
| Luật liên quan: | Điều 21 của Luật Thương mại lành mạnh   |

**Tóm lược:**

1. Vụ việc này được khởi đầu bằng một lá thư của một người là thành viên của Công ty TNHH Golden Fitness (đã được cấp giấy phép của Gold's Gym) từ ngày 13-3-2000, cáo buộc Công ty TNHH Golden Fitness đã quảng cáo sai lệch. Công ty Golden Fitness khẳng định rằng họ có “thiết bị để có làn da rám nắng” trong trung tâm thể dục thẩm mỹ của mình mặc dù đã không thành công trong việc lắp đặt thiết bị này vào tháng 8-2000.

2. Bị đơn không chối bỏ sự thật là họ vẫn chưa lắp đặt xong thiết bị đã được quảng cáo “tạo làn da rám nắng” vào tháng 10-2000 khi FTC tiến hành điều tra vụ việc. Tuy nhiên, họ đã trình lên FTC bản kế hoạch chi tiết đã được công ty mẹ soạn thảo và những thư từ qua lại giữa hai bên. Công ty cũng cho rằng việc chậm trễ là do có rất nhiều thay đổi trong thiết



kế và quy cách của sản phẩm chăm sóc da này. Tuy nhiên, theo như những lời giới thiệu của công ty đưa ra trong quảng cáo của mình là “trang thiết bị phụ trợ bao gồm thiết bị tạo ra làn da rám nắng” thì đáng lẽ họ phải lắp đặt xong trang thiết bị này trước khi quảng cáo chứ không phải trì hoãn đến tận tháng 1-2001. Ngoài ra, những lời quảng cáo trên đã tạo cho khách hàng một ấn tượng thích thú về trung tâm thể hình này và sẽ làm cho các đối thủ của họ cạnh tranh trên nền tảng yếu thế hơn.

3. Tóm lại, Công ty TNHH Golden Fitness vi phạm Điều 21(3) và những sửa đổi bổ sung của Điều 21(1) của Luật Thương mại lành mạnh, trong đó nói rằng doanh nghiệp không được đưa ra những quảng cáo sai lệch hoặc gây nhầm lẫn khi giới thiệu về dịch vụ của mình. Do đó FTC đã đưa ra phán quyết chống lại Công ty TNHH Golden Fitness theo phần đầu Điều 41 của Luật này và yêu cầu công ty ngừng ngay những hành động phạm luật đó.

Ho Yin-Ru tổng hợp; Yeh Tien-Fu hiệu đính.

**Công ty TNHH Life Information Services**

Phiên họp thứ 485 của Ủy ban (2001)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Công ty TNHH Life Information Services đã giới thiệu sai lệch trong một tờ rơi liên quan đến bản chất dịch vụ |
| Từ khoá:        | Xác nhận, hệ thống liên kết cảnh sát - người dân  |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 22-2-2001 (Phiên họp số 485 của Ủy ban); phán quyết (90) King Ch'u Tzua số 040        |
| Ngành nghề:     | Ngành dịch vụ cung cấp thông tin (7503)   |
| Luật liên quan: | Điều 21 của Luật Thương mại lành mạnh   |

**Tóm lược:**

1. Tháng 11-2000, FTC nhận được một lá thư từ Sở Cảnh sát thành phố Đài Bắc (TMPD) tố cáo rằng trong tờ rơi “An Hsin Jiu Jiu” cho sản phẩm Hệ thống liên kết cảnh sát - người dân thì Công ty TNHH Life Information Services (Life) đã in những lời lẽ là “được Sở Cảnh sát thành phố Đài Bắc xác nhận”. Tuy nhiên, TMDP lại nói rằng không hề có cuộc gặp gỡ giải thích nào cũng như không hề xác nhận cho nhà cung cấp dịch vụ nào như thế và Life chưa hề có thẩm quyền hay giấy phép từ họ. TMDP đặt câu hỏi liệu có phải Life đã vi phạm Luật Thương mại lành mạnh.

2. FTC đã điều tra và thấy như sau:

Tại cuộc họp thường niên do Sở Cảnh sát tổ chức tại Đài Bắc, những người được mời đến dự bao gồm trưởng phòng cảnh sát, lãnh đạo thành phố, lãnh đạo các khu dân cư và ủy ban quản lý thành phố. Ngoài ra, Life cũng được mời và đã giới thiệu về dịch vụ của mình như là một phương pháp giảm thiểu gánh nặng tài chính cho người dân bằng lời mời

chào hấp dẫn “miễn phí hàng tháng”. Tuy nhiên, FTC phát hiện ra rằng sản phẩm Hệ thống liên kết cảnh sát - người dân không hề có dấu hiệu nào cho thấy là có sự xác nhận nào của TMPD. Do đó, ngày 28-11-2000, Life đã cho in lại tờ rơi nói trên mà không thêm dòng chữ “được Sở Cảnh sát thành phố Đài Bắc xác nhận”.

3. Việc Life nhận được lời mời tham dự cuộc gặp nói trên không đủ để kết luận rằng TMPD xác nhận việc người dân sử dụng các sản phẩm và dịch vụ của Life. Vì vậy, tờ rơi ban đầu đã chứa đựng những lời chỉ dẫn không đúng và gây nhầm lẫn, vi phạm Điều 21(1) của Luật Thương mại lành mạnh. Dù Life đã in lại tờ rơi và bỏ những lời giới thiệu đó đi, nhưng vì việc tố cáo của TMPD được trình lên FTC vào tháng 11-2000 nên việc thay đổi tờ rơi sau đó không có tác dụng gì đối với sự phạm pháp của tờ rơi trước đó.

Lai Mei-Hua tổng hợp; Wu T.H hiệu đính.

**Công ty TNHH Foundation Technology**

Phiên họp lần thứ 485 của Ủy ban (2001)

|                 |  |
|-----------------|--|
| Vụ việc:        | Công ty TNHH Công nghệ Foundation đã có hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến quảng cáo sai lệch và làm ảnh hưởng đến trật tự thương mại, vi phạm Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khóa:        | Quảng cáo sai lệch, trật tự thương mại, tính hiệu lực và cạnh tranh trên thị trường, trang web   |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 22-2-2001 (Phiên họp số 485 của Ủy ban); phán quyết (90) King Ch'u Tzu số 044  |
| Ngành nghề:     | Ngành dịch vụ thông tin (7503)   |
| Luật liên quan: | Điều 21 và 24 của Luật Thương mại lành mạnh  |

**Tóm lược:**

1. Đơn khiếu kiện của các Công ty TNHH Chinatrust Real Estate, North Rehouse, Evertrust Rehouse và Sinyi Reality tố cáo Công ty TNHH Foundation Technology ăn cắp danh mục các bất động sản để bán và cho thuê đăng tải trên các trang web của các công ty khác và sử dụng chúng mà không xin phép để mở rộng danh mục trên trang web của mình là “Chia T’ien Hsia”. Những đơn tố cáo này cho rằng việc làm trên đã vi phạm pháp luật.

Một lá đơn khác từ Hiệp hội trợ giúp và phát triển dịch vụ nhà ở và dân cư Đài Loan (“Ma Ma Ts’ui”) tố cáo Công ty Foundation đã thu lợi bất chính từ việc đăng lại mà không có sự cho phép hay chấp thuận danh mục bất động sản cho thuê được đăng trên trang web Ma Ma Ts’ui để mở rộng danh mục trên trang web của mình. Đơn tố cáo cũng nói rằng trang web của Foundation đã thổi phồng và quảng cáo sai lệch là nó có

200.000 danh mục các bất động sản cho thuê hoặc bán. Đơn cũng tố cáo việc này đã vi phạm pháp luật.

2. Sau khi FTC tiến hành điều tra đã đưa ra những kết luận sau:

(1) *Quảng cáo sai lệch*

(i) Trang web của Foundation quảng cáo như sau: “Dẫn đầu cả nước với 200.000 danh mục bất động sản để bán và cho thuê; cung cấp thông tin liên lạc của người bán bất động sản; chức năng tự động tìm kiếm trực tuyến bất động sản phù hợp”. Foundation lập luận rằng vào tháng 6-2000, trang web này đăng 160.000 danh mục các bất động sản để bán và cho thuê và vì trang web này liên kết với các trang web ở Trung Hoa đại lục nên tổng cộng khả năng tìm kiếm là 200.000 danh mục. Tuy nhiên, trang web của Foundation lại không chỉ ra là danh mục các bất động sản được đăng bao gồm cả các danh mục của trang web ở Trung Hoa đại lục và những dữ liệu đích này vẫn chưa được sử dụng. Điều này đủ để chứng minh rằng những lời quảng cáo trên đã làm cho đa số khách hàng có nhận định sai và có thể đưa ra quyết định sai lầm. Vì vậy quảng cáo của Foundation chứa đựng những thông tin sai lệch và gây nhầm lẫn.

(ii) Foundation lập luận rằng vào đầu tháng 11 họ đã sửa lại trên trang web như sau: “Chứa đựng 100.000 danh mục các bất động sản để bán và cho thuê; dẫn đầu cả nước (bao gồm cả những danh mục trên các trang web ở Trung Hoa đại lục); cho phép chủ sở hữu bất động sản đăng tải; hỗ trợ chức năng tìm kiếm trực tuyến bất động sản phù hợp”. Tuy vậy, FTC thấy rằng việc sửa lỗi này được làm sau cuộc điều tra. FTC cũng cho rằng lời giới thiệu trên trang web là “dẫn đầu

cả nước về về số lượng danh mục bất động sản để bán và cho thuê” được đăng trên trang web là không có cơ sở chứng minh. Vì vậy có đủ chứng cứ để kết luận là quảng cáo của Foundation là sai lệch và gây nhầm lẫn.

*(2) Hành vi cạnh tranh không lành mạnh đủ để ảnh hưởng đến trật tự thương mại*

Liên quan đến việc chiếm đoạt những danh mục bất động sản bán và cho thuê được đăng trên các trang web của các công ty khác và dùng những thông tin đó để mở rộng trang web của mình, Foundation giải thích rằng những thông tin như vậy được thu thập từ các nguồn công khai có sẵn như trang web của các công ty, các ấn phẩm, cơ sở dữ liệu và báo chí và cho rằng những thông tin như vậy do những nhân viên làm cả ngày và bán thời gian thu thập. Foundation lập luận rằng dù nó chưa được sự chấp thuận của Ma Ma Ts'ui, trong một số trường hợp và tại các hiệp hội thương mại, công ty đã thông báo cho bốn người môi giới trong đó có Koos về việc này, và họ đã nhận được sự chấp thuận bằng lời của người phụ trách. Tuy nhiên, sau khi kiểm tra lại thông tin này với những công ty chủ sở hữu của những người môi giới trong đó có Koos, không có bằng chứng nào cho thấy những công ty này đã từng chấp thuận bằng lời hay bằng văn bản cho phép Foundation sử dụng danh mục bất động sản để bán và cho thuê của họ. Không hề mất chút công sức nào hay phải hy sinh cái gì và không hề xin phép các doanh nghiệp khác về việc này, Foundation đã đưa lại những thông tin do các công ty khác sở hữu. Foundation còn đăng tải thông tin đó trên trang web và dẫn chiếu đó như là nguồn thông tin của chính mình. Điều này có thể gây nhầm lẫn cho khách hàng có ý định mua, bán hay cho thuê bất động sản

vào tìm kiếm thông tin này trên trang web của công ty chứ không tìm kiếm nó trên trang web của các công ty tổ cáo.

**3. *Phán quyết và cơ sở của FTC đưa ra như sau:***

(1) Những lời giới thiệu “200.000 danh mục các bất động sản để bán và cho thuê; dẫn đầu lãnh thổ” trên trang web của Foundation chứa đựng những thông tin sai lệch và gây nhầm lẫn, vi phạm Điều 21(1) của Luật Thương mại lành mạnh và các sửa đổi của Khoản 3 của Điều này.

(2) Foundation đã chiếm đoạt danh mục các bất động sản cho thuê và bán được đăng trên các trang web khác và sử dụng chúng để mở rộng danh mục trên trang web của mình. Foundation làm vậy là phục vụ lợi ích kinh tế của chính nó. Hành động đó được coi là ăn cắp thành quả lao động của người khác. Nó làm giảm hiệu quả thị trường và ngăn cản cạnh tranh và vi phạm xét về đạo đức kinh doanh. Đây rõ ràng là một hành động cạnh tranh không lành mạnh đủ nghiêm trọng để ảnh hưởng đến tình hình thương mại và vi phạm Điều 24 của Luật Thương mại lành mạnh.

Sau khi đánh giá động cơ, doanh thu của Foundation cũng như ảnh hưởng của nó đến tình hình kinh doanh, lợi nhuận bất chính thu được, khoảng thời gian vi phạm và thái độ hợp tác sau khi bị điều tra, FTC yêu cầu công ty ngừng ngay việc làm trái phép này lại. Liên quan đến quảng cáo sai lệch, FTC quyết định phạt hành chính công ty 100.000 Đài tệ. Về việc chiếm đoạt danh mục bất động sản bán và cho thuê của các doanh nghiệp khác để mở rộng danh mục trên trang web của mình, FTC buộc công ty Foundation phải nộp phạt hành chính số tiền là 250.000 Đài tệ.

Tseng Chiu-Chen tổng hợp; Horng Der-Chang hiệu đính.

**Công ty TNHH Sino Network**

Phiên họp thứ 486 của Ủy ban (2001)

|                 |  |
|-----------------|--|
| Vụ việc:        | Công ty TNHH Sino Network vi phạm Điều 21 Luật Thương mại lành mạnh do quảng cáo sai “Sino Network hiện là nhà cung cấp dịch vụ Internet (ISP) lớn thứ tư toàn quốc” và là một “nhà cung cấp dịch vụ điện thoại Internet toàn cầu” |
| Từ khoá:        | Nhà cung cấp dịch vụ Internet (ISP) lớn thứ tư toàn lãnh thổ, dịch vụ điện thoại Internet, dịch vụ bán lại lưu lượng thoại đơn thuần   |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 1-3-2001 (Phiên họp số 486 của Ủy ban); phán quyết (90) King Ch'u Tzu số 042   |
| Ngành nghề:     | Ngành cung cấp dịch vụ thông tin mạng (7321)   |
| Luật liên quan: | Điều 21 của Luật Thương mại lành mạnh  |

**Tóm lược:**

1. Vụ việc khởi đầu từ một lá đơn của Tổng Giám đốc Công ty viễn thông (DGT), Bộ Giao thông và Viễn thông. Đơn tố cáo như sau: những lời quảng cáo “Sino Network hiện là nhà cung cấp dịch vụ Internet (ISP) lớn thứ tư toàn lãnh thổ” và là một “nhà cung cấp dịch vụ điện thoại Internet toàn cầu” trong một quảng cáo của Sino Network chứa đựng những thông tin không đúng sự thật. Sino Network chưa xin cấp giấy phép hoạt động dịch vụ viễn thông cấp II vì vậy không thể được phép kinh doanh dịch vụ viễn thông cấp II và dịch vụ truy cập Internet. Ngoài ra, theo Điều 12 Luật Quản lý dịch vụ viễn thông cấp II thì dịch vụ truy cập Internet nằm trong mục dịch vụ bán lại lưu lượng thoại đơn thuần và việc thuê các thiết bị chuyển mạch để cung cấp các



dịch vụ bán lại lưu lượng thoại đơn thuần là bị pháp luật cấm. Như vậy, những dịch vụ được ghi trong quảng cáo của Sino Network là hoàn toàn sai lệch.

## 2. Quan điểm của FTC như sau:

Sino Network đã không cung cấp được những chứng cứ vững chắc đủ về doanh thu theo phút hay những chứng cứ khác bảo vệ quan điểm là nhà cung cấp dịch vụ Internet lớn thứ hai toàn lãnh thổ. Không những thế, Sino còn không tính toán được thị phần của công ty cung cấp dịch vụ viễn thông đã tố cáo mình, đơn giản vì họ chính là một đại lý phân phối của công ty đó. Cùng thời điểm này, dịch vụ bán lại lưu lượng thoại đơn thuần không nằm trong phạm vi áp dụng của Luật Viễn thông hiện nay, và DGT đã đưa ra quyết định chống lại Sino Network, yêu cầu công ty này ngừng việc cung cấp những dịch vụ đó. Vì Sino Network là một nhà kinh doanh dịch vụ viễn thông cấp II nên khi chuẩn bị tham gia vào hoạt động kinh doanh mới, đúng ra họ phải xem lại cẩn thận các quy định và luật lệ liên quan và tiến hành kinh doanh theo đúng quy trình được ghi trong luật. Khi đưa ra quảng cáo, Sino Network đáng ra phải biết việc thuê các thiết bị chuyển mạch để cung cấp các dịch vụ bán lại lưu lượng thoại đơn thuần theo Luật Viễn thông hiện tại không phải là một loại hình dịch vụ được phép hoạt động. Sino Network đã không chỉ ra được trong quảng cáo tính hợp pháp của dịch vụ. Thậm chí, dù họ có cung cấp dịch vụ sau khi sự việc trên xảy ra thì vẫn gặp rắc rối vì đã giấu khách hàng tính bất hợp pháp của dịch vụ để thúc đẩy kinh doanh. Vì vậy, có thể kết luận là Sino Network đã đưa ra những lời quảng cáo sai lệch và gây nhầm lẫn. FTC thấy rằng Sino Network đã vi

phạm Điều 21(3) của Luật Thương mại lành mạnh trong khi Điều 21(1) của Luật sẽ có những thay đổi phù hợp. Điều luật nói rằng các doanh nghiệp sẽ không đưa ra những chỉ dẫn sai lệch hoặc gây nhầm lẫn trong quảng cáo về nội dung của các dịch vụ.

3. Kết luận, việc tiến hành quảng cáo vi phạm luật của Sino Network là đã rõ ràng. Sau khi đánh giá động cơ, doanh thu kiếm được và thái độ hợp tác với cơ quan điều tra, bằng chứng của việc hối cải và mức độ ảnh hưởng xấu đến tình hình kinh doanh trên thị trường, theo phần đầu Điều 41 của Luật Thương mại lành mạnh, FTC yêu cầu công ty ngừng ngay việc quảng cáo vi phạm luật và quyết định phạt hành chính công ty 250.000 Đài tệ.

Wu Lieh-Ling tổng hợp; Yeh Tien-Fu hiệu đính.

**Công ty TNHH Xây dựng Hung Chu**

Phiên họp thứ 488 của Ủy ban (2001)

|                 |  |
|-----------------|--|
| Vụ việc:        | Việc bán toà nhà "River of Hope" của Công ty TNHH Xây dựng Hung Chu bị tố cáo có quảng cáo sai lệch, vi phạm Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khoá:        | Thay đổi tình hình, số liệu thống kê, đường cao tốc  |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 15-3-2001 (Phiên họp số 488 của Ủy ban)  |
| Ngành nghề:     | Ngành thiết kế xây dựng toà nhà (3901)   |
| Luật liên quan: | Điều 21 của Luật Thương mại lành mạnh  |

**Tóm lược:**

1. Vụ việc này bắt nguồn từ một lá đơn của người dân tố cáo Công ty TNHH Xây dựng Hung Chu khẳng định trong quảng cáo là chỉ mất có 10 giây đi từ cửa toà nhà đến đường cao tốc chạy dọc sông. Trong suốt thời kỳ trước khi bán toà nhà, đã tồn tại một con đường để phục vụ mục đích này. Tuy vậy, phần đất được xây đường sau đó lại được chuyển thành đất tư.

2. FTC thấy rằng trong suốt thời kỳ trước khi rao bán toà nhà, đúng là chỉ mất khoảng 10 giây để đi từ vị trí xây dựng toà nhà đến đường cao tốc Huan He. Tuy vậy, vì con đường này được coi là khá nguy hiểm và để đáp ứng những khiếu nại của người dân, chính quyền thành phố Hsin Tien đã dựng lên một hàng rào cứng và rào khu vực này lại, do vậy chẳng có cơ sở nào để đưa ra quảng cáo như trên theo như thoả thuận. Dựa vào quy định pháp luật trong trường hợp

thay đổi tình hình, khó có thể cho rằng bị đơn phải chịu trách nhiệm pháp lý.

FTC cũng phát hiện ra rằng bằng cách đi qua đường Hsi Yuan ngay trước cửa toà nhà, vượt qua đèn giao thông ở đường Chung Yang rồi rẽ phải đến đường cao tốc Huan He với tốc độ 40km/h, thì thời gian trung bình để đi hết quãng đường này là khoảng 2 phút. Mặc dù việc này khác với những lời quảng cáo của bị đơn, song sự khác biệt không lớn đến nỗi không chấp nhận được.

Kết quả là rất khó có thể xác định được bị đơn có những chỉ dẫn sai và gây nhầm lẫn trong quảng cáo hay không. Tuy nhiên, các số liệu thống kê của bị đơn đưa ra không phù hợp với tình hình thực tế, do đó đơn khiếu nại được coi như một lời cảnh báo đối với bị đơn yêu cầu phải quan tâm sâu sát hơn nữa đến nội dung của quảng cáo trong tương lai để tránh vi phạm bất kỳ điều nào của Luật Thương mại lành mạnh.

Ho Yin-Ru tổng hợp; Yeh Tien-Fu hiệu đính.

**Công ty TNHH Chu Hsiang International**

Phiên họp lần thứ 488 của Ủy ban (2001)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Công ty TNHH Chu Hsiang International đưa ra một quảng cáo liên quan đến “áo lót ngực Tai Mung Fung có tác dụng mátxa và cảm ứng năng lượng từ” trên kênh truyền hình cáp là sản phẩm này có thể nâng kích cỡ vòng ngực, đã vi phạm Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khoá:        | Áo ngực mátxa, sai lệch, gây nhầm lẫn   |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 15-3-2001 (Phiên họp số 488 của Ủy ban); phán quyết (90) King Ch'u Tzu số 048   |
| Ngành nghề:     | Vải sợi khác, quần áo, ngành bán lẻ sản phẩm may mặc (5349)   |
| Luật liên quan: | Điều 21 của Luật Thương mại lành mạnh   |

**Tóm lược:**

1. Vụ việc này bắt đầu bằng một lá thư từ Bộ Thương mại trình bày như sau: ngày 21-7-2000, Công ty TNHH Chu Hsiang International quảng cáo “áo nịt ngực mátxa Tai Mung Fung cảm biến năng lượng từ” trên kênh truyền hình cáp Ta Tun số 8 và kênh Taichung County; sản phẩm được quảng cáo lại không nằm trong danh mục sản phẩm y tế theo Luật Dược; quảng cáo này có những lời lẽ sai lệch và được thổi phồng như “đảm bảo nâng kích cỡ thật của vòng ngực trong vòng 1 tháng”; những lời quảng cáo trên thiếu cơ sở lý luận y học cũng như thử nghiệm lâm sàng chứng minh. Vì vậy Bộ Y tế đã yêu cầu FTC điều tra vụ việc.

2. Lời quảng cáo “đảm bảo nâng kích cỡ thật của toàn bộ ngực trong vòng 1 tháng” và những lời giới thiệu khác kiểu

như “đảm bảo nâng kích cỡ thật của vòng ngực trong vòng 1 tháng” bị Bộ Y tế coi là sai lệch, phóng đại và thiếu cơ sở lý luận y học cũng như thử nghiệm lâm sàng. Xét về nội dung của những lời giới thiệu trong quảng cáo, một người bình thường sẽ nghĩ rằng kích cỡ vòng ngực quả thật sẽ được tăng lên sau khi sử dụng sản phẩm trong vòng 1 tháng. Chu Hsiang giải thích rằng một túi hình elip được đặt trong áo ngực có tác dụng nâng và đẩy ngực phát triển, vì vậy ngực không bị chảy xệ và túi này được thiết kế dựa trên các nguyên tắc vật lý. Giải thích này rõ ràng không phù hợp với những gì một người bình thường nghĩ về bản chất của những lời quảng cáo, do đó không thể được chấp nhận như là một lập luận chuẩn xác. Chu Hsiang đã cung cấp thông tin về bằng sáng chế nêu rõ, bằng sáng chế về thiết kế đặc biệt cho sản phẩm này. Tuy nhiên, FTC lại thấy rằng những thông tin này không chứng minh được là kích cỡ vòng ngực sẽ tăng lên sau khi sử dụng sản phẩm trong 1 tháng. Những thông tin về bằng sáng chế này chỉ cho biết miêu tả một sáng chế đã được công nhận và Bộ Y tế cho rằng những nội dung trong này không chứa đựng những thông tin khoa học thu được từ các thí nghiệm lâm sàng. Nói tóm lại, dựa vào tất cả các nội dung trong quảng cáo đó, nó có thể làm mọi người lầm tưởng rằng kích cỡ vòng ngực sẽ tăng lên sau khi sử dụng sản phẩm trong 1 tháng. Vì vậy, do Chu Hsiang không cung cấp được các chứng cứ có cơ sở khoa học đối với những nội dung trong quảng cáo nên FTC quyết định rằng quảng cáo này chứa đựng những thông tin sai lệch và gây nhầm lẫn.

3. Phán quyết và cơ sở do FTC đưa ra như sau:

(1) FTC cho rằng lời quảng cáo “đảm bảo nâng kích cỡ

thật của toàn bộ ngực trong vòng 1 tháng” trong quảng cáo “áo lót ngực Tai Mung Fung có tác dụng mát xa và năng lượng từ” là sai lệch và gây nhầm lẫn, do đó vi phạm Điều 21 Luật Thương mại lành mạnh.

(2) Vì vậy FTC yêu cầu Chu Hsian ngừng ngay những lời quảng cáo sai lệch và gây nhầm lẫn đó, ngoài ra còn phải nộp phạt hành chính 500.000 Đài tệ vào ngày thứ hai sau khi nhận được phán quyết về vụ này.

Lee Wan-Chun tổng hợp; Day Bey-Yi hiệu đính.

**Công ty BJICTI**

Phiên họp lần thứ 502 của Ủy ban (2001)

|                 |  |
|-----------------|--|
| Vụ việc:        | Công ty BJICTI đăng quảng cáo sai lệch và gây nhầm lẫn, vi phạm Luật Thương mại lành mạnh              |
| Từ khoá:        | Nhà phân phối cấp 1, đại lý độc quyền, chuyển giao công nghệ và cấp phép                               |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 21-6-2001 (Phiên họp số 502 của Ủy ban); phán quyết (90) King Ch'u Tzu số 0779 |
| Ngành nghề:     | Tích hợp các hệ thống máy tính (7202)  |
| Luật liên quan: | Điều 21 của Luật Thương mại lành mạnh  |

**Tóm lược:**

1. Bị đơn trong vụ này, Công ty BJICTI (gọi tắt là BJICTI) vào tháng 4-2000 đã đăng một quảng cáo trong tạp chí *Viễn thông Đài Loan* số 76. Quảng cáo này nói rằng BJICTI là “đối tác quan trọng nhất (nhà phân phối cấp 1) của RING! của Thụy Sĩ ở Đài Loan và là công ty duy nhất của Đài Loan được chuyển giao công nghệ và có ủy quyền của công ty phát triển phần mềm.

Mặc dù BJICTI không có hợp đồng đại lý với công ty RING! của Thụy Sĩ, nhưng trong quảng cáo lại nêu rất rõ rằng là BJICTI là đối tác hàng đầu của RING! ở Đài Loan, làm cho khách hàng lầm tưởng rằng BJICTI thật sự là đối tác của RING! và là đại lý độc quyền của RING! ở Đài Loan và sản phẩm của BJICTI bán là được RING! bán cho đại lý độc quyền của mình hoặc được phối hợp phát triển bởi cả hai công ty.



BJICTI còn đưa những lời giới thiệu này lên trang web của họ: “để trở thành một tổng đại lý của NMS - công ty sản xuất phần cứng về ngôn ngữ lớn nhất thế giới, chúng tôi cũng trở thành một nhà phân phối chiến lược cho nhà phát triển phần mềm ngôn ngữ RING!...”. Những lời lẽ trên cố ý gây nhầm lẫn trong nhận thức của công chúng về quyền đại lý của BJICTI và là một sự xâm phạm nghiêm trọng về quyền phân phối hợp pháp của những người khiếu nại và vi phạm Điều 21 Luật Thương mại lành mạnh.

2. Liệu BJICTI có phải là một đối tác làm ăn chính (nhà phân phối cấp 1) của RING! ở Đài Loan hay không còn phải xem lại việc BJICTI đã thiết lập một mối quan hệ bán lại với văn phòng chi nhánh của RING! hoặc công ty mẹ hay chưa. Và việc hai bên đã có mối quan hệ bán lại phụ thuộc vào việc liệu hai bên đã tiến hành hợp đồng bán lại chưa.

RING! trước đây đã từng thể hiện thiện chí hợp tác trong một thư điện tử đề nghị cung cấp cho BJICTI sản phẩm Impact của RING! và cũng đề cập rằng trong tương lai sẽ có mọi hỗ trợ về marketing, bán hàng và về kỹ thuật từ trụ sở chính ở Amsterdam, Hà Lan. Tuy nhiên, thư điện tử đó mới chỉ đề cập khả năng đàm phán trong tương lai chứ chưa hề bàn luận hay khẳng định về việc tồn tại một mối quan hệ hợp đồng giữa hai bên.

Mối quan hệ làm ăn của BJICTI và RING! chưa hề đi xa hơn giai đoạn thử nghiệm sản phẩm và mối quan hệ công việc đã chấm dứt vì văn phòng RING! ở Hồng Kông bị đóng cửa. Trong khi hai bên còn đang tiếp tục đưa ra khả năng về hợp tác làm ăn thì mọi việc vẫn không hơn gì ngoài những cuộc đàm phán miệng.

Trong lần trình diện trước FTC, BJICTI thừa nhận là mình không hề có văn bản cho phép hoạt động như là đại lý hay nhà phân phối của RING! ở Đài Loan. Mặc dù thực tế BJICTI là một nhà phân phối cấp 1 của NMS, họ không hề có quan hệ đại lý trực tiếp, bán lại hay trao quyền công nghệ gì với RING!. Do vậy những lời quảng cáo của BJICTI liên quan đến việc nó là một đối tác chính của RING! là sai lệch và gây nhầm lẫn, với dụng ý rõ ràng để thúc đẩy cơ hội kinh doanh của chính mình và có nguy cơ đe dọa đến cơ hội cạnh tranh lành mạnh của các đại lý được chứng nhận hợp pháp của RING! ở Đài Loan.

Ngoài ra, trên trang tuyển dụng của BJICTI, ngoại trừ nửa cuối của trang web bao gồm miêu tả công việc thì nội dung của nửa trên lại đề cập các tính chất của các sản phẩm BJICTI và các đại lý liên quan cũng như vị trí marketing của những sản phẩm này, điều này đủ để chỉ dẫn sai cho khách hàng đọc trang web tin rằng BJICTI không chỉ là đại lý ở Đài Loan của NMS mà còn là nhà phân phối của RING!. Vì BJICTI không thể đưa ra chứng cứ nào chứng minh về sự tồn tại của một mối quan hệ đại lý hay phân phối nào giữa BJICTI và RING! nên hành động của BJICTI đã vi phạm rõ ràng Điều 21(1) Luật Thương mại lành mạnh.

Hơn thế nữa, trong lần trình diện trước FTC, BJICTI đã thừa nhận rằng trước khi đăng quảng cáo bị điều tra, họ đã biết rằng RING! đã có một đại lý ở Đài Loan và thừa nhận sự thật là phương cách hợp tác chính của RING! ở khu vực châu Á chỉ là bán lại phần mềm và RING! chưa bao giờ tham gia vào bất kỳ thoả thuận chuyển giao công nghệ nào với bất kỳ công ty nào. Bất chấp điều này, BJICTI vẫn đăng quảng cáo

gây tranh cãi, trong đó có đoạn “là công ty duy nhất ở Đài Loan được cấp giấy chứng nhận và được chuyển giao công nghệ từ nhà phát triển phần mềm máy tính hàng đầu thế giới”. Do đó, trước khi thiết lập mối quan hệ cấp chứng nhận và chuyển giao công nghệ với RING!, quảng cáo của BJICTI đã có những lời giới thiệu sai lệch rõ ràng, đặc biệt về bản chất và gây nhầm lẫn cho các đối tác thương mại lầm tin rằng BJICTI là đại lý của RING! và là công ty duy nhất của Đài Loan được RING! chuyển giao công nghệ. Những lời quảng cáo này là nhằm đạt được vị trí thuận lợi trên thị trường và các cơ hội thương mại bằng cách ngăn chặn sự cạnh tranh từ các đại lý bán lẻ hợp pháp của RING! cũng như các đối thủ cạnh tranh trong ngành khác, hiển nhiên đã vi phạm Điều 21(1) Luật Thương mại lành mạnh.

3. Những lời quảng cáo sai lệch và gây nhầm lẫn trong quảng cáo sản phẩm trên trang web của công ty đã vi phạm Điều 21 của Luật Thương mại lành mạnh. Sau khi đánh giá động cơ, mục đích và lợi nhuận dự kiến của công ty liên quan đến hành động trái pháp luật này, cũng như những thiệt hại mà nó gây ra đối với tình hình thương mại và thời gian kéo dài của vi phạm, lợi nhuận thực tế thu được từ hành động nói trên, phạm vi kinh doanh, tình hình hoạt động và cả vị thế thị trường; ngoài ra còn xem xét cả những hành động trái pháp luật trước đây và thái độ sau khi xảy ra hành động vi phạm luật lần này, FTC đã yêu cầu BJICTI ngừng ngay lập tức những lời giới thiệu sai lệch và gây nhầm lẫn này và bị phạt 300.000 Đài tệ theo phần đầu Điều 41 Luật Thương mại lành mạnh.

Wu Lieh-Ling tổng hợp; Yeh Tien-Fu hiệu đính.

**Công ty TNHH Yulon Motor**

Phiên họp lần thứ 506 của Ủy ban (2001)

|                 |  |
|-----------------|--|
| Vụ việc:        | Công ty TNHH Yulon Motor bị tố cáo là quảng cáo ô tô loại SENTRA 180 vi phạm Điều 21 Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khóa:        | Quảng cáo so sánh, giới thiệu sai lệch và gây nhầm lẫn, trật tự thương mại                                     |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 19-7-2001 (Phiên họp số 506 của Ủy ban); phán quyết (90) King Ch'u Tzu số 096          |
| Ngành nghề:     | Sản xuất ô tô (2931)   |
| Luật liên quan: | Điều 21 và 24 của Luật Thương mại lành mạnh  |

**Tóm lược:**

1. Công chúng và Công ty Công nghiệp Nanyang đã tố cáo như sau: Công ty TNHH Yulon Motor (Yulon Motor) đã đăng quảng cáo nói rằng loại xe SENTRA 180 đã được cấp giấy chứng nhận an toàn của Đài Loan và viện dẫn báo cáo của Chương trình đánh giá xe mới của Nhật Bản (JNCAP) của Tổ chức về An toàn ô tô và cứu trợ nạn nhân Đài Loan (OSA) phát hành năm 2000. Tuy nhiên, quảng cáo lại không đưa ra được các kết quả thử nghiệm của loại xe SENTRA 180 này. Hơn thế nữa, dù không tiết lộ đầy đủ những thông tin liên quan để so sánh, nhưng Yulon Motor vẫn so sánh độ an toàn của xe với những loại xe khác và có thủ đoạn lừa đảo trong việc quảng bá độ an toàn của xe SENTRA 180 thông qua những quảng cáo trên truyền hình và nhấn mạnh những thử nghiệm và đập ám chỉ đến SENTRA 180, dù những thử nghiệm như vậy thực tế chẳng liên quan gì đến SENTRA 180. Công ty này cũng giới thiệu sai lệch về sản phẩm của những

nhà sản xuất xe hơi khác. Điều này đã gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng, triệt hạ hình ảnh của các doanh nghiệp khác và cản trở cạnh tranh trên thị trường.

2. Trong Điều 21(1) của Luật Thương mại lành mạnh quy định, “một doanh nghiệp, đối với hàng hoá, liên quan đến quảng cáo hàng hoá hay theo bất kỳ cách nào mà tiếp cận đến công chúng, thì không được phép có bất kỳ lời giới thiệu sai lệch hoặc gây nhầm lẫn nào hoặc biểu trưng nào liên quan đến giá, chất lượng, số lượng, nội dung, quá trình sản xuất, ngày sản xuất, cách dùng, tác dụng, xuất xứ, nhà sản xuất, nơi sản xuất, lắp ráp, quá trình lắp ráp...”. Vì vậy, nếu một doanh nghiệp đưa ra những lời giới thiệu hoặc biểu trưng sai lệch hoặc gây nhầm lẫn như trên về sản phẩm hoặc dịch vụ của mình thì đã vi phạm những điều khoản nói trên. Mặt khác, một quảng cáo so sánh mà đưa ra những dẫn chiếu sai lệch hoặc không có thật về điểm mạnh và yếu về hàng hoá dịch vụ của các doanh nghiệp khác không nằm trong phạm vi điều chỉnh của Điều 21(1) nếu những lời giới thiệu này không sai lệch hay gây nhầm lẫn về sản phẩm hoặc dịch vụ của người đưa ra quảng cáo. Tuy nhiên, thủ đoạn quảng cáo này lại vi phạm Điều 24 của Luật Thương mại lành mạnh quy định “ngoài những điều khoản được quy định trong luật này ra, doanh nghiệp không được có những hành động không lành mạnh rõ ràng hay có tính lừa đảo có thể ảnh hưởng đến trật tự thương mại”.

3. Trong báo cáo của OSA được viện dẫn trong quảng cáo của Yulon Motor không nhắc đến kết quả thử nghiệm của xe SENTRA 180, và Yulon Motor đã thừa nhận rằng họ chưa gửi xe SENTRA 180 sang Nhật để thử nghiệm. Dù Yulon Motor

giới thiệu xe SENTRA 180 đã kế thừa phần thiết kế an toàn giống hệt với mẫu xe SUNNY nên các kết quả kiểm nghiệm an toàn của mẫu xe SUNNY có thể được ngoại suy cho mẫu xe SENTRA 180. Tuy nhiên, địa điểm sản xuất và nhà sản xuất hai mẫu xe không giống nhau nên loại xe SENTRA 180 không thể coi là có đặc điểm an toàn giống hệt với mẫu xe SUNNY - loại xe đã được sản xuất và bán ở Nhật Bản.

Yulon Motor cũng sử dụng phương pháp quảng cáo so sánh khi đưa ra một báo cáo thử nghiệm nói rằng cấp độ an toàn của sản phẩm này là siêu đẳng hơn so với sản phẩm của các nhà sản xuất xe hơi khác. Thế nhưng, Yulon Motor lại không trình ra được các tiêu chuẩn thử nghiệm theo như báo cáo và những thông tin liên quan như loại xe hơi nào đã được thử nghiệm so sánh. Điều này có thể tạo cho người tiêu dùng ấn tượng sai lệch rằng loại xe SENTRA 180 đã trải qua sự kiểm định của Nhật Bản. Tóm lại, Yulon Motor rõ ràng đã đưa ra những lời giới thiệu sai lệch và gây nhầm lẫn trong quảng cáo về nội dung và chất lượng của xe SENTRA 180 và vi phạm Điều 21(1) của Luật Thương mại lành mạnh.

4. Cuộc điều tra của FTC cũng chỉ ra rằng, trong suốt phần thử nghiệm và đập trong quảng cáo của Yulon Motor, chiếc xe xuất hiện trong đó dường như là một chiếc INFINITI Q45 thuộc dòng xe hơi hàng đầu của NISSAN nhưng đến đoạn cuối quảng cáo thì lại xuất hiện một chiếc SENTRA 180. Yulon Motor lập luận là vì đây là quảng cáo cho các nhãn hiệu xe hơi của NISSAN nên không có gì là sai trái khi sử dụng một loại xe hàng đầu của dòng xe NISSAN (mà xe SENTRA 180 cũng thuộc dòng này) trong quảng cáo cho thử nghiệm và đập. Tuy nhiên, khi Yulon Motor phát quảng cáo

này thì cũng đồng thời quảng bá rộng rãi hình ảnh của SENTRA 180 trên các báo và tạp chí. Như vậy, với việc quảng cáo đồng thời trên cả truyền hình và báo chí, người tiêu dùng dễ bị lầm tưởng những thử nghiệm va đập này được tiến hành trên xe SENTRA 180. Phương pháp sử dụng để quảng cáo trên truyền hình trong đó dòng xe NISSAN được quảng cáo với những mẫu xe khác nhau xuất hiện ở đầu và cuối quảng cáo, điều này dễ làm người tiêu dùng tưởng là SENTRA 180 đã trải qua thử nghiệm va đập. Như vậy, quảng cáo đã chứa đựng những lời giới thiệu gây nhầm lẫn và vi phạm Điều 21(1) của Luật Thương mại lành mạnh.

5. Cuộc điều tra sâu hơn của FTC đã chỉ ra rằng trong quảng cáo xây dựng hình ảnh của mình, liên quan đến việc xếp hạng an toàn của OSA, Công ty Yulon Motor đã đưa ra một sản phẩm của đối thủ cạnh tranh như là không có chút giá trị nào. Cách diễn đạt mập mờ này dẫn khách hàng tới kết luận sai lầm là chiếc xe của đối thủ không đáp ứng được các tiêu chuẩn an toàn chứ không phải như sự thật trong trường hợp này đơn giản chỉ là nó chưa được kiểm nghiệm mà thôi. Như vậy, Yulon Motor đã có những miêu tả sai lệch và gây nhầm lẫn về sản phẩm của đối thủ cạnh tranh. Hành động này của họ đã cản trở việc cạnh tranh lành mạnh trên thị trường và dường như đã lừa dối người tiêu dùng và gây hại đến trật tự thương mại được Luật Thương mại lành mạnh bảo vệ, như vậy, công ty đã vi phạm Điều 24 của Luật Thương mại lành mạnh.

Yang Chia-Wen tổng hợp; Wu Ting-Hung hiệu đính.

**Công ty xe buýt United Highway**

Phiên hợp lần thứ 507 của Ủy ban (2001)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Công ty xe buýt United Highway đã đưa tin sai lệch và gây nhầm lẫn trong quảng cáo về giảm giá và vi phạm Điều 21 Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khoá:        | Giảm giá, thời gian ngoại trừ   |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 26-7-2001 (Phiên hợp số 507 của Ủy ban); phán quyết (90) King Ch'u Tzu số 098                                       |
| Ngành nghề:     | Vận tải mặt đất (5331)  |
| Luật liên quan: | Điều 21 của Luật Thương mại lành mạnh   |

**Tóm lược:**

1. Một quảng cáo của Công ty xe buýt United Highway đưa ra như sau: “tuyến Đài Bắc (nhà ga Minchuan West Road) - Đài Trung (nhà ga Chaoma) có giá 200 Đài tệ, chạy 365 ngày, quanh năm, chạy suốt”. Vậy mà khi có người mua vé đến Đài Trung từ ga Minchuan West Road vào ngày 23-7-2000 thì Công ty xe buýt United Highway lại nói rằng giá vé một chiều là 250 Đài tệ còn vé khứ hồi là 450 Đài tệ vì đó là ngày cuối tuần. Điều này rõ ràng mâu thuẫn với lời quảng cáo “200 Đài tệ, chạy 365 ngày, quanh năm, chạy suốt” trong quảng cáo.

2. FTC tiến hành điều tra Công ty xe buýt United Highway qua điện thoại và đến tận trụ sở ở nhà ga Minchuan West Road và phát hiện được là giá vé cho “tuyến Đài Bắc (nhà ga Minchuan West Road) - Đài Trung (nhà ga Chaoma) là 200 Đài tệ từ 10:00 giờ thứ hai đến 10:00 giờ thứ



sáu và 250 Đài tệ vào ngày lễ và cuối tuần; như vậy giá 200 Đài tệ không phải là giá quanh năm.

Công ty xe buýt United Highway lập luận rằng mặt sau của quảng cáo có đề: “Thời gian giảm giá là các ngày trong tuần từ 10:00 giờ thứ hai đến 10:00 giờ thứ sáu, đi vòng quanh đảo với giá 200/300, ngoại trừ các ngày ngay trước và ngay sau các ngày lễ và ngày nghỉ, như vậy là câu “giá 200 Đài tệ, chạy 365 ngày, quanh năm, chạy suốt” không có hiệu lực trong thời gian ngoại trừ. Tuy nhiên, khi quan sát tổng thể cả mặt trước và sau của quảng cáo cho thấy trong khi số điện thoại hỗ trợ dịch vụ của Công ty xe buýt United Highway trên toàn đảo quốc Đài Loan đều được in bằng chữ to ở mặt sau, còn dòng chữ cũng ở mặt sau: “Thời gian giảm giá là các ngày trong tuần từ 10:00 thứ hai đến 10:00 thứ sáu, đi vòng quanh đảo với giá 200/300, ngoại trừ các ngày ngay trước và ngay sau các ngày lễ và ngày nghỉ” lại được in bằng chữ nhỏ hơn hẳn. Vì vậy, thời gian giảm giá được ghi trong câu “Từ 10:00 giờ thứ hai đến 10:00 giờ thứ sáu” và “các ngày ngay trước và ngay sau các ngày lễ và ngày nghỉ” hiển nhiên được hiểu là nói về dịch vụ “đi vòng quanh đảo với giá 200/300”. Một người bình thường có lẽ sẽ không thể liên tưởng những từ ngữ về điều khoản áp dụng và loại trừ này với câu “giá 200 Đài tệ, chạy 365 ngày, quanh năm, chạy suốt” được ghi trong mặt trước của quảng cáo. Vì mặt trước của quảng cáo nhấn mạnh dòng chữ “giá 200 Đài tệ, chạy 365 ngày, quanh năm, chạy suốt” được in đậm trên chữ màu trắng viền đen và số “giá 200 Đài tệ” lại được in rất lớn và đặt cạnh dòng chữ “chạy suốt” nên quảng cáo này như một lời khẳng định rõ ràng là không có điều khoản ngoại trừ nào.

Như thế, quảng cáo này sai lệch và gây nhầm lẫn, vì vậy theo Điều 21(3) của Luật Thương mại lành mạnh đã vi phạm Điều 21(1) với những sửa đổi phù hợp.

3. Sau khi đánh giá động cơ và mục đích hành động của Công ty xe buýt United Highway, lợi ích bất chính dự định thu được, mức độ và thời gian của việc này ảnh hưởng đến trật tự thương mại, lợi ích mà họ đã thu được, quy mô doanh nghiệp, tình hình hoạt động và thị phần, danh sách những lần bị điều tra trước đây và thái độ sau khi bị điều tra, FTC yêu cầu Công ty xe buýt United Highway ngừng ngay hành động phi pháp kể trên và phạt hành chính công ty 200.000 Đài tệ theo phần đầu của Luật Thương mại lành mạnh.

Tsai Shueh-Chiu tổng hợp; Yeh Ning hiệu đính.

## **Công ty To Yung Electrical và Công ty TNHH Quốc tế Tiao Wang**

**Phiên họp lần thứ 512 của Ủy ban (2001)**

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Công ty To Yung Electrical và Công ty TNHH Quốc tế Tiao Wang bị tố cáo quảng cáo sai lệch vi phạm Luật Thương mại lành mạnh |
| Từ khoá:        | Máy chỉnh hình, giảm cân, quảng cáo chứa đựng thông tin sai lệch  |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 30-8-2001 (Phiên họp số 512 của Ủy ban); phán quyết (90) Kung Ch'u Tzu số 098                       |
| Ngành nghề:     | Bán buôn các sản phẩm máy móc khác (4549)   |
| Luật liên quan: | Điều 21 của Luật Thương mại lành mạnh   |

### **Tóm lược:**

1. Chuyên viên Yuan của Bộ Y tế (DOH) trình đơn lên FTC để điều tra việc quảng cáo một loại “máy giảm cân Yin Tiao” được phát trên kênh truyền hình cáp Chuan Nan Tou vào ngày 15-8-2000 và tố cáo việc sử dụng từ “thanh mảnh” trong quảng cáo nói trên bị phóng đại và gây nhầm lẫn. Gửi kèm cùng thư khiếu nại của DOH là bản sao thoả thuận cấp phép trong đó nói rằng quảng cáo này là của Công ty To Yung (To Yung) Electrical và Công ty TNHH Quốc tế Tiao Wang (Tiao Wang). Ngoài ra, một lá thư từ Sở Y tế Đài Trung nói rằng Phòng Y tế huyện Hsien Cheng ở Cao Hùng cũng ghi lại được một quảng cáo trên kênh bảy (Tou Shih Hsin Ku) vào 15-11-2000 của đài truyền hình Ching Lien cho sản phẩm “máy giảm cân Kang Hua” trong đó nói rằng, “làm rung bụng để giảm béo” và “rung bỏ hết mỡ thừa”. Vì Tiao

Wang đã nói rằng “máy giảm cân Kang Hua” cũng giống “máy giảm cân Yin Tiao” nên Tiao Wang yêu cầu FTC xử lý hai vụ này như là một vụ. Như vậy, không còn nghi ngờ gì Tiao Wang cũng chính là người chịu trách nhiệm cho quảng cáo “máy giảm cân Kang Hua”. Các cuộc điều tra cho thấy nội dung của hai quảng cáo nói trên hoàn toàn trùng nhau và chúng cùng quảng cáo cho một sản phẩm dù dưới hai tên khác nhau.

2. (1) Trong biên bản giám sát quảng cáo lấy được từ kênh mua hàng Chuan Chinh của đài truyền hình cáp Chuan Nan Tou, DOH đã ghi lại những cụm từ có khả năng vi phạm các quy định như là “thúc đẩy tuần hoàn, tăng cường trao đổi chất”, “ổn định mạch máu, tăng cường năng lượng và nuôi máu”, “cung cấp ba chức năng chính của các bài tập sức khoẻ và thể hình” và “những chức năng hồng ngoại từ xa”. Cả hai công ty To Yung và Tiao Wang đều được yêu cầu cung cấp các bản mô tả và những tài liệu liên quan đến thời gian cần thiết để sản phẩm có tác dụng mong muốn, và cả cơ sở - lý thuyết khoa học (của mẫu thiết kế) cùng với những bằng chứng về tài liệu liên quan và các bản giải trình. FTC đã trình những tài liệu này lên DOH để lấy ý kiến chuyên môn và được biết rất nhiều thuật ngữ được sử dụng trong quảng cáo như là “giảm béo”, “rung giảm béo” và “tiêu mỡ” đều có trong danh sách thông báo của DOH ngày 22-3-1999 số Yang Tzu 88017511 liên quan đến những thuật ngữ có khả năng bị thổi phồng và gây nhầm lẫn. Thêm nữa, trong phúc đáp của mình, Công ty To Yung đã nói rằng cơ sở lý thuyết của phần quảng cáo về định hình là “tác dụng như là tập thể dục được đưa ra trong quảng cáo về phần mềm “hula-hoop” được tạo

ra bởi động cơ định dạng phần bụng được thiết kế chuyển động qua lại liên tục” và chính điều này dẫn đến việc “định hình và giảm cân”; tuy nhiên lại không có cơ sở hay thử nghiệm lâm sàng nào chứng minh những tác dụng này thật sự đạt được hay không. Như vậy, những quảng cáo của sản phẩm “máy giảm cân Yin Tiao” của Công ty To Yung và Tiao Wang liên quan đến tác dụng “định hình”, “giảm cân” và “tiêu mỡ” bị coi là sai lệch và gây nhầm lẫn.

(2) Biên bản giám sát quảng cáo của “máy giảm cân Kang Hua” do Phòng Y tế thành phố Đài Trung đệ trình cho thấy có khả năng có việc sử dụng từ ngữ vi phạm quy định như là “chức năng xử lý bằng hồng ngoại từ xa” và “tạo các đường cong nhanh và hiệu quả”, “tia hồng ngoại thâm nhập sâu vào các tế bào dưới da, làm rung mỡ bụng và loại bỏ mỡ thừa ra khỏi cơ thể” và “không cần thuốc thang hay chế độ dinh dưỡng đặc biệt”, “chỉ trong 3 ngày 3 đêm”. Công ty Tiao Wang được yêu cầu cung cấp bản mô tả và tài liệu liên quan đến thời gian cần thiết để đạt được tác dụng mong muốn và tỷ lệ thành công trong việc sử dụng thiết bị cũng như cơ sở khoa học-lý thuyết của mẫu thiết kế cùng với chứng cứ và tài liệu liên quan. Và trong khi họ đang cung cấp những thông tin như vậy thì DOH lại đưa ra những ý kiến chuyên môn cho rằng những thuật ngữ như là “rung loại bỏ mỡ bụng” đã được liệt kê trong thông báo của DOH ngày 22-3-1999 liên quan đến Shih Tzu số 88017511. Vì vậy, những thông tin trong quảng cáo “máy giảm cân Kang Hua” của Công ty Tiao Wang về “tác dụng giảm cân nhờ rung loại bỏ mỡ bụng” được coi là hiển nhiên sai lệch và gây nhầm lẫn.

3. Tóm lại, quảng cáo trên kênh truyền hình cáp của hai công ty Tiao Wang và To Yung về tác dụng của “máy định hình” như là “giảm béo”, “rụng giảm béo” và “tiêu mỡ” bị coi là những thông tin sai lệch và gây nhầm lẫn, vi phạm Điều 21 Luật Thương mại lành mạnh. Khi xem xét động cơ và lợi nhuận bất chính dự định thu được, mức độ gây hại đến trật tự thương mại; khoảng thời gian vi phạm và lợi ích đạt được, phạm vi hoạt động, vị thế thị trường và mọi vi phạm trước đó, hai công ty này đã bị yêu cầu ngừng ngay những quảng cáo sai lệch và gây nhầm lẫn này và hai công ty To Yung và Tiao Wang bị phạt hành chính 200.000 Đài tệ và 150.000 Đài tệ.

Wu Hung-Guan tổng hợp; Yeh Ning hiệu đính.

**Nhà hàng Chi Tiao Lung**

Phiên họp lần thứ 522 của Ủy ban (2001)

|                 |  |
|-----------------|--|
| Vụ việc:        | Nhà hàng Chi Tiao Lung vi phạm Điều 21 Luật Thương mại lành mạnh vì những thông tin sai sự thật trong quảng cáo trên tạp chí |
| Từ khoá:        | Quảng cáo, khối lượng và nội dung sản phẩm, sai lệch   |
| Tham chiếu:     | Quyết định của FTC ngày 8/11/2001 (Phiên họp số 522 của Ủy ban); Phán quyết (90) Kung Ch'u Tzu số 179                        |
| Ngành nghề:     | Nhà hàng (5110)  |
| Luật liên quan: | Điều 21 của Luật Thương mại lành mạnh  |

**Tóm lược:**

1. Người khiếu nại trình bày là vào ngày 7-7-2001, khi đến ăn tối tại nhà hàng Chi Tiao Lung (nhà hàng thịt hun khói kiểu Nhật Seven Dragons; “bị đơn” trong vụ này) đã gọi các món ăn bao gồm hải sản chế biến, bò ngũ vị và cá sốt đặc biệt và tất cả các món đó đều được miêu tả trong quảng cáo là được nhà hàng cung cấp. Tuy nhiên, khi thanh toán hoá đơn thì người đó lại phát hiện ra trong bức tranh về các món kể trên là suất ăn của hai người trong khi giá được nhắc đến lại là giá cho suất ăn của một người. Như vậy, giá và lượng được đề cập trong quảng cáo là không khớp với nhau.

2. Trong một tường trình, bị đơn đã cho rằng chính người xuất bản tạp chí - Công ty Tung Fan phải chịu trách nhiệm về nội dung quảng cáo và họ đã đăng quảng cáo theo sự cho phép của bà Chen Chiu-Li, người chịu trách nhiệm chính về nhà hàng này. Sau khi so sánh chi phí quảng cáo, họ quyết định chỉ đưa ra giá của suất ăn 1 người trên menu nhưng trong quảng cáo, để thu hút khách hàng và tạo ra một hình

ảnh ngon miệng nhất họ lại sử dụng hình ảnh của 2 người với 2 suất ăn, do đó đã gây ra sự bất nhất giữa lượng và giá của các món ăn được mô tả trong quảng cáo.

Về bức ảnh và nội dung được đề cập trong quảng cáo gây mâu thuẫn, FTC điều tra tại chỗ và phát hiện thấy rằng, có sự khác nhau ít nhất đến một nửa về số lượng giữa suất ăn được quảng cáo và suất ăn thực sự. Sự khác biệt đó khá lớn và khó có thể coi là chấp nhận được theo quan điểm chung của đa số người tiêu dùng. Bị đơn thừa nhận đã chủ ý tận dụng tối đa quảng cáo để đề cập giá cho suất ăn một người trong khi bức ảnh minh hoạ lại nói về suất ăn của hai hoặc ba người, do đó đã gây ra nhầm lẫn giữa khối lượng và giá sản phẩm. Mặc dù bị đơn đã giải thích là không cố tình đưa thông tin sai lệch và gây nhầm lẫn nhưng hành động của họ rơi vào khung phạt hành chính theo nội dung của bản diễn giải Shi Tzu số 275 của Ban hội thẩm, Judicial Yuan trong đó nói rằng những hành động vô tình mà nằm trong khung phạt hành chính thì không được miễn trách cho người gây ra hành động. Vì vậy bị đơn đáng phải chịu trách nhiệm cho nội dung của quảng cáo được đề cập ở trên.

3. Bị đơn đã đưa những thông tin sai lệch và gây nhầm lẫn về lượng và giá hàng hoá trong quảng cáo nên vi phạm Điều 21(1) Luật Thương mại lành mạnh. Sau khi xem xét mọi diễn biến bao gồm động cơ, doanh thu và thái độ hợp tác của bị đơn với cơ quan điều tra cũng như mức độ thiệt hại của hành vi trái pháp luật gây ra cho trật tự thương mại thì bị đơn bị phạt hành chính 50.000 Đài tệ và phải ngừng ngay hành động vi phạm luật này.

Chen Jen-Ying tổng hợp; Yeh Ning hiệu đính.



## 7.2. Các vụ kiện

### Công ty TNHH Xây dựng Sanyang

Toà Hành chính tối cao (2001)

|                 |   |
|-----------------|---|
| Vụ việc:        | Phán quyết của Toà Hành chính tối cao về việc vi phạm Luật Thương mại lành mạnh của Công ty TNHH Xây dựng Sanyang |
| Từ khoá:        | Thông tin sai lệch, thông tin thương mại  |
| Tham chiếu:     | Phán quyết của Toà Hành chính tối cao (90) P'an Tzu số 722  |
| Ngành nghề:     | Thiết kế và xây dựng nhà cửa (3901)   |
| Luật liên quan: | Điều 21 Luật Thương mại lành mạnh   |

#### Tóm lược:

##### 1. Cơ sở vụ việc:

Có đơn tố cáo Công ty Xây dựng Sanyang (nguyên đơn) trong những quảng cáo toà nhà Hawaii không thống nhất với mục đích sử dụng thật sự của toà nhà, chứa đựng những thông tin sai lệch và gây nhầm lẫn, vi phạm Điều 21 Luật Thương mại lành mạnh đang có hiệu lực lúc vụ kiện xảy ra. Bị đơn trong vụ kiện này, chuyên viên Yuan của FTC đã tiến hành một cuộc điều tra cho thấy bên nguyên đã đưa thông tin và biểu trưng sai lệch trong quảng cáo về mục đích sử dụng của toà nhà đó nên vi phạm Điều 21(1) của Luật Thương mại lành mạnh đã có hiệu lực sau đó. Vì vậy, ngày 15-8-1998, FTC đã ban hành phán quyết yêu cầu bên nguyên phải ngừng quảng cáo chứa đựng những thông tin và biểu

trưng sai lệch và gây nhầm lẫn ngay sau ngày nhận được phán quyết (Phán quyết Ref. [87] Kung Ch' u T'zu số 175). Nguyên đơn đã kháng cáo lên tòa hành chính phúc thẩm và lên cấp thượng thẩm nhưng đều bị bác đơn do vậy phán quyết của tòa hành chính sơ thẩm vẫn có hiệu lực.

## 2. Phán quyết của Tòa án Hành chính tối cao như sau:

Điều 21 của Luật Thương mại lành mạnh quy định “một doanh nghiệp, đối với hàng hoá, liên quan đến quảng cáo hàng hoá hay theo bất kỳ cách nào mà tiếp cận công chúng, thì không được phép có bất kỳ lời giới thiệu sai lệch hoặc gây nhầm lẫn nào hoặc biểu trưng nào liên quan đến giá, chất lượng, số lượng, nội dung, quá trình sản xuất, ngày sản xuất, cách dùng, tác dụng, xuất xứ, nhà sản xuất, nơi sản xuất, chế biến, quá trình chế biến...”. Tương tự, dựa vào các điều khoản ở phần đầu Điều 41 của Luật Thương mại lành mạnh, FTC có thể yêu cầu các doanh nghiệp vi phạm ngừng hành vi bất chính của mình với một thời hạn định trước.

Một cuộc điều tra về quảng cáo của dự án Hawaii của nguyên đơn cho thấy có những câu như “xây dựng một khu chung cư bên cạnh, tạo dựng một cuộc sống tươi đẹp, căn hộ 14-ping (1 ping tương đương 3,24 m<sup>2</sup>) thì ‘tự do và độc lập’, căn hộ 27-ping ‘hạnh phúc ngọt ngào’, căn hộ 35-ping ‘hạnh phúc hoàn hảo’, còn căn hộ 40-ping ‘hạnh phúc bên nhau’” và những mẫu nhà được mô tả được trang bị rất nhiều đồ đạc khác nhau. Một quảng cáo khác lại có những câu như “căn hộ sành điệu và thanh lịch 80-ping với cảnh quan nhìn ra biển; căn hộ 40-ping thoáng đãng, căn hộ 30-ping ‘ngắm bình minh ban sáng và hoàng hôn buổi tối’ với 4 phòng ngủ và cảnh nhìn ra núi...” và những quang cảnh xung quanh

khác được chỉ ra trong dự án rõ ràng làm người ta liên tưởng đến đây là một khu dân cư hoàn thiện. Ngoài ra, những lời giới thiệu của các nhân viên bán hàng và các mẫu trang trí nội thất của các căn hộ đã làm cho khách hàng tưởng nhầm là dự án này hoàn toàn là một khu dân cư từ tầng 2 trở lên.

Tuy nhiên, giấy phép hoạt động của khu phức hợp này lại ghi rõ nó là khu thương mại với các cửa hàng ở tầng 1 và văn phòng cho thuê từ tầng 2 đến tầng 9, còn khu dân cư từ tầng 10 đến tầng 18. Như vậy chức năng thật sự của toà nhà này rõ ràng không thống nhất với những mô tả trong quảng cáo khu phức hợp này.

Theo một lá thư Ref. Pei Kung Shih Tzu số B13231 của Sở quản lý các công trình công cộng của chính quyền thành phố Đài Bắc, việc thay đổi chức năng của dự án đã được thông qua phụ thuộc vào những hạn chế trong quy hoạch đô thị về tỷ lệ các tầng được dùng vào mục đích ở so với các tầng dùng vào mục đích thương mại trong đó giới hạn số tầng cho mục đích dân cư không được quá nửa tổng số tầng của toà nhà. Với những quy định đó thì không thể điều chỉnh dự án để phù hợp với những lời giới thiệu trong quảng cáo.

Vì mục đích ban đầu của hầu hết mọi người khi mua những căn hộ này là để ở nên chức năng của các căn hộ khác trong toà nhà này là một phần thông tin thương mại quan trọng. Khi các doanh nghiệp bán bất động sản với nhiều chức năng sử dụng khác nhau và quảng cáo về toà nhà này lại dẫn mọi người đến việc hiểu nhầm là toàn bộ toà nhà sử dụng cho mục đích dân cư mà không có lời giải thích rõ ràng từ doanh nghiệp thì nó đã vi phạm điều cấm đưa những thông tin sai lệch và gây nhầm lẫn được quy định trong Điều 21(1)

của Luật Thương mại lành mạnh. Sự im lặng của Luật Thương mại lành mạnh liên quan đến những điều khoản cụ thể được đưa ra trong quảng cáo không miễn trách cho người quảng cáo khỏi phạm vi điều chỉnh của luật.

FTC phát hiện ra là quảng cáo của về dự án của nguyên đơn sử dụng những lời lẽ và biểu trưng sai lệch và gây nhầm lẫn liên quan đến mục đích sử dụng của dự án nên đã vi phạm Điều 21(1) của Luật Thương mại lành mạnh và do vậy theo phần đầu Điều 41 Luật này, FTC yêu cầu họ dừng ngay quảng cáo có chứa đựng những lời lẽ và biểu trưng sai lệch và gây nhầm lẫn vào ngày tiếp theo ngay sau khi nhận được phán quyết này. Phán quyết này là hoàn toàn đúng đắn và phù hợp với những điều luật được nêu ở trên. Do vậy, việc bác đơn kháng án của toà phúc thẩm và thượng thẩm là hoàn toàn hợp lý. Do đó nguyên đơn không có căn cứ để kiện ra toà hành chính và vụ kiện này bị Toà án Hành chính tối cao bác bỏ.

Lai Chia-Ching tổng hợp; Chen Shih-Fang hiệu đính.