

事業提供贈品贈獎額度辦法

條文	說明
第一條 本辦法依公平交易法(以下簡稱本法)第二十三條第二項規定訂定之。	本辦法訂定之依據。
第二條 本辦法所稱提供贈品、贈獎，定義如下： 一、贈品：指事業為爭取交易之機會，以附隨、無償之方式，所提供具市場價值之商品或服務。 二、贈獎：指事業為爭取交易之機會，於商品或服務之外，依抽籤或其他射倖之方式，所無償提供獎金或具市場價值之商品或服務。	明定提供贈品與贈獎之定義。
第三條 下列各款情形不列入前條贈品、贈獎之適用範圍： 一、免費試吃、試用，及其他不以交易為要件之促銷行為。 二、同類商品或服務本身之價格折扣促銷行為。 三、同類商品或服務之數量折扣行為。 四、不同商品或服務組合銷售之套餐優惠促銷行為。	一、以負面表列，明文排除不屬於贈品及贈獎行為之範圍。 二、第一款係事業所為單純之贈與促銷行為，對市場秩序及競爭者利益無甚影響。 三、第二款係事業以較低之價格為競爭之行為，基本上不違反效能競爭精神。 四、第三款係同類商品或服務之數量折扣行為，如加量不加價，屬事業之降價行為。 五、第四款係不同商品或服務組合銷售之套餐優惠，屬事業之降價行為。本款之類型除販售時將不同商品或服務組合銷售外，亦包含額外支付費用，以較優惠之價格取得兩種以上之商品或服務。
第四條 事業銷售商品或服務附送贈品，其贈品價值上限如下： 一、商品或服務價值在新臺幣一百元以上者，為商品或服務價值之二	事業的贈品促銷行為是業界常見用以爭取交易機會之行銷方法，惟如提供之贈品利益超過一定程度時，即可能會扭曲交易相對人理性考量商品或服務本

<p>分之一。</p> <p>二、商品或服務價值在新臺幣一百元以下者，為新臺幣五十元。</p>	<p>身的品質、價格等因素所作之正常選擇，參考日本立法例，明訂事業銷售商品或服務附送贈品，其贈品價值上限，俾利事業有所遵循。</p>
<p>第五條 事業辦理贈獎，其全年贈獎總額之上限如下：</p> <p>一、上一會計年度之銷售金額在新臺幣三十億元以上者，為新臺幣六億元。</p> <p>二、上一會計年度之銷售金額超過新臺幣七億五千萬元，未滿新臺幣三十億元者，為銷售金額的五分之一。</p> <p>三、上一會計年度之銷售金額在新臺幣七億五千萬元以下者，為新臺幣一億五千萬元。</p>	<p>一、事業為爭取交易機會，提供一定之利益以吸引交易相對人與其交易，本為業界常見用之行銷方法，惟如提供之利益超過一定額度時，恐有違公平競爭，故有明定全年贈獎總額上限之必要。</p> <p>二、參酌日本、韓國立法例及我國一百零二年民營製造業第五百大事業年度營業額及民營服務業第三百大事業年度營業額，訂定全年贈獎總額上限，俾利事業有所遵循。</p>
<p>第六條 事業辦理贈獎，其最大獎項之金額，不得超過新臺幣五百萬元。</p>	<p>一、考量最大獎項金額如過鉅，恐會扭曲交易相對人理性考量與違反效能競爭精神，爰訂定事業贈獎最大獎項金額之上限。</p> <p>二、參酌行政院主計總處定期發布之平均每人國民所得，最近十年（九十四年至一百零三年）平均每人（每年）國民所得之平均值約五十萬元（五十萬八千餘元）再乘以十倍計算，即五百萬元，作為最大獎項金額之上限，亦可避免因上限過低致過度束縛事業之促銷活動。</p>
<p>第七條 本辦法之商品或服務價值、贈品價值及贈獎總額認定標準如下：</p> <p>一、商品或服務價值：事業辦理贈品促銷行為時，交易相對人面臨之合理市價。</p> <p>二、贈品價值，得依下列標準依序認定之：</p>	<p>一、關於商品或服務價值認定，依據公平交易法第三條規定：「本法所稱交易相對人，係指與事業進行或成立交易之供給者或需求者。」因事業辦理贈品之對象，並非單限於最終消費者，故商品或服務價值宜採事業辦理贈品時，交易相對人面臨</p>

<p>(一)依辦理贈品促銷行為之事業所宣稱之贈品價值逕行認定。</p> <p>(二)事業自製或以市場合理價格取得贈品者，該贈品價值以事業自製或取得該贈品之成本計算。</p> <p>(三)事業以其他非價格交易條件取得贈品或無前目所述贈品取得成本者，其贈品價值以該項贈品之零售價格認定。</p> <p>(四)其他合理認定標準。</p> <p>三、贈獎總額，得依下列標準依序認定：</p> <p>(一)依辦理贈獎促銷行為之事業所宣稱之贈獎總額逕行認定。</p> <p>(二)事業自製或以市場合理價格取得贈獎（商品或服務）者，該贈獎總額以事業自製或取得該贈獎（商品或服務）之成本計算。</p> <p>(三)事業以其他非價格交易條件取得贈獎（商品或服務）或無前目所述贈獎（商品或服務）取得成本者，其贈獎總額以該項贈獎（商品或服務）之零售價格認定。</p> <p>(四)其他合理認定標準。</p>	<p>之合理市價，作為認定依據。</p> <p>二、事業為吸引消費者購買商品或服務從事交易，其所宣稱之贈品贈獎價值往往高於市價以利促銷，且該宣稱業形成交易相對人對於其所贈贈品贈獎之價值認定標準，故明定贈品贈獎之價值應依舉辦贈品贈獎促銷事業所宣稱之贈品贈獎價值加以認定。</p> <p>三、事業未宣稱贈品贈獎之價值者則依事業自製或取得該項贈品贈獎之成本認定。</p> <p>四、事業無取得成本者則依該項贈品贈獎之零售價格認定，未再依其他合理之認列標準予以認定。</p>
<p>第八條 本辦法所定贈品贈獎額度，得依經濟、社會之情況調整之。</p>	<p>本辦法對於事業之贈獎額度係參酌事業年度營業額及平均每人（每年）國民所得而訂定，為保留其適用之彈性，得依經濟、社會之情況調整之。</p>

第九條 本辦法自發布日施行。

本辦法之施行日期。