

彰化縣地政士公會 會刊 第269期

目 錄	作者/出處	頁
編輯室報告	會刊編輯委員會	1
會務報導	會刊編輯委員會	2
法規專論一		
從法律經濟學的觀點導讀分析契約的經濟理論	蔣龍山	3
繼承登記案例研析	鄭竹祐	8
管理天地一		
行銷計畫～以筆記型電腦行銷為例	蔣龍山	21

發行：彰化縣地政士公會 理事長 阮森圳
編輯：會刊編輯委員會
主任委員：蔣龍山，副主任委員：賴錦生
委員：楊美玉、許瑞楠、李秀雀、謝金助、
劉輝龍、林美蘭
會址：員林鎮惠明街 278 號 1 樓
電話：(04)835-2525 傳真：(04)833-7725
網址：<http://www.chcland.org.tw>

編輯室報告

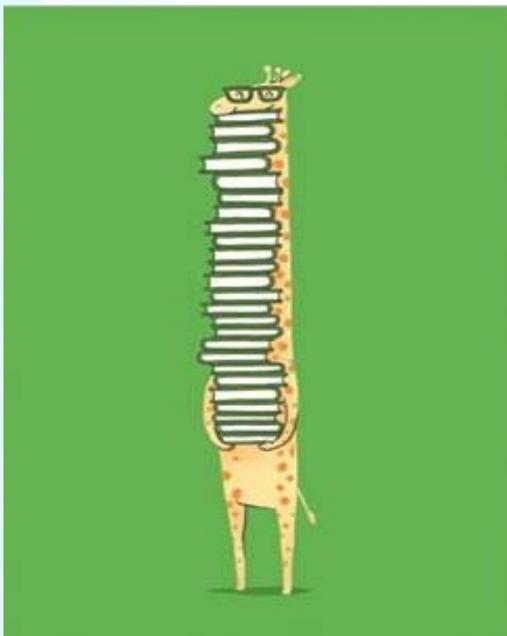
會刊編輯委員會訊息：

本月 24 日為行政院勞工委員會所屬職業訓練局蒞臨本會申請 TTQS 之評鑑日。本會為迎接此項榮譽、且是全國獨一無二的地政士公會所創舉，理事長暨所有的訓練幹部，大家埋頭苦幹、卯足全勁，準備 Power Point 及所有資料、文件、手冊、獎狀、獎牌、會議紀錄、教育訓練照片、激勵標語、本會之願景、使命及訓練政策等揭露，應有盡有，展現本屆理事會之作為與決心。

本期法規專論（一）從法律經濟學的觀點分析契約的經濟理論，藉由適當的強制履行，法院創造了有效率的合作誘因，當承諾人在有效率的範圍內履行而被承諾人在有效率的範圍內信賴之，合作即是有效率的。我們以代理人賽局模型分析契約法的目的，並以柏拉圖效率評估代理人賽局。以柏拉圖效率而言，法律應盡可能地幫助私人達到其目的。經濟分析所發展出之法律理論，可反映出訂約當事人之利益，而非理想性高於利益的理論。

法規專論（二）繼承登記案例研析，此期提出 10 個案例，從案例 11 到案例 30，每個案例都很活潑生動，都是從人類日常生活中，經常遇到的問題。生、老、病、死，只是數十年間的事，一晃就過去了，還有遷徙到國外，而客死他鄉，成為被繼承人，這些點點滴滴的累積，不論是人、時、地、物，形成特殊的法律案例，作者很用心的揀選佳作，讓地政士們分享，我們應該好好的去享用。

另外本期管理天地欄，特別介紹行銷計畫，冀望我地政士同業，在這不景氣的聲浪中，如何把自己地政專業自我行銷、自我推薦、自我廣告，展現一下個人的優點、強化個人地政業務如何推展的企圖心與自信心。

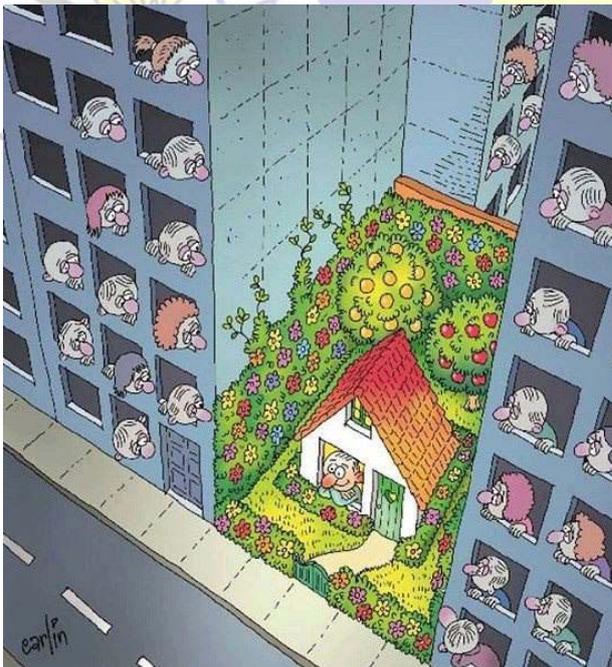


多看書，
讓你有
更高的視野

會務報導



- 102/09/05 本會假彰化縣彰化縣地方稅務局員林分局 3 樓禮堂舉辦 102 年度第 6 次會員教育講習。
- 102/09/06 本會假彰化縣彰化縣地方稅務局 3 樓簡報室舉辦 102 年度第 7 次會員教育講習。102/09/09 通知溪湖區理監事於 102 年 9 月 15 日參加會員張淑慧之祖母往生告別式。
- 102/09/09 通知會員彰化縣政府為獎勵本縣績優地政士，請符合「彰化縣績優地政士獎勵要點」之會員自薦之，本會於網站公佈訊息轉知會員踴躍自薦。
- 102/09/15 會員張淑慧之祖母往生告別式，本會除依婚喪禮儀辦法致奠儀金，並由阮理事長森圳、黃常務理事敏烝親自前往參加告別式。
- 102/09/25 通知全體理監事 102 年 10 月 1 日假本會會館召開本會第 8 屆第 2 次臨時理、監事聯席會議。
- 102/09/26 行文彰化縣政府地政處地政士蕭何相業自 102 年 9 月 26 日加入本會為會員。



每個人都有自己
幸福的想像，
你的不一定
要跟別人一樣

法規專論

從法律經濟學的觀點導讀分析契約的經濟理論

蔣龍山 / 彰化縣地政士公會理事 · 企管商學士 · 法律學碩士

●議價理論：契約簡介

- ◎議價理論 (bargain theory) 認為法律應對交易雙方的承諾予以強制履行。
- ◎案例 2：生鏽的雪佛蘭-某人以 \$1,000 的價格賣了一輛二手車給他的鄰居。買方將價款交給賣方，賣方則給了買方車鑰匙。但令人意想不到地，買方發現賣方所給的車鑰匙是屬於停在後院中已生鏽的雪佛蘭轎車，而非另一輛停在車道上閃亮如新的凱迪拉克轎車。
- ◎在案例 2 中，金錢被用來交換承諾，但是買賣雙方對交易物品存有認知上的差異。通常法院會拒絕強制雙方履行因認知錯誤而做的承諾 (confused promise)，因此法院可能會要求賣方返還金錢予買方，買方則將車鑰匙返還對方。

一、法律上何種承諾應被強制履行？

- ◎議價理論將承諾區分為「有議價」(bargains) 及「非議價」(non bargains) 以決定其是否應被強制履行。
- ◎議價理論學者區別出三個要件：要約、接受和對價。
- ◎每個交易均包含互惠的誘因：被承諾人以某些東西誘使承諾人定下承諾，承諾人則以承諾作為對被承諾人的誘因。法律上利用「對價」此術語來表示被承諾人用以引誘承諾人承諾之事物。

* 案例解析

- ◎在案例 2 中，買方雖有提出對價以交換賣方提供二手車的承諾，在此例中引發的問題是究竟有無要約和接受。賣方認為他們交易的物品是生鏽的雪佛蘭，而買方卻認為他們討論的是那輛閃亮如新的凱迪拉克。
- ◎賣方要約賣出某一項貨品，買方同意買的卻是另一項貨品；所以在此例中並無共識 (meeting of minds)。沒有共識，就沒有要約和接受，只是一個失敗的對話 (communicate)。
- ◎在一公平的交易行為中，雙方當事人付出對等的代價，以法律術語來說，就是當承諾的價值和對價的價值成一定比例時，則此契約是公平的。

二、當一個應被強制履行的承諾違約時，其救濟方法為何？

- ◎若承諾是交易的一部份，且違反承諾的補救方式是給予交易中所預期獲得之價值做為補償時，則此承諾是應被強制履行的。交易事實的存在確立了

契約的強制履行性，而交易中的預期價值則是計算違約時發生損害的基礎。

- ◎在案例 2 中買方的預期損害相當於其對生鏽的雪佛蘭與嶄新的凱迪拉克轎車評價之差異。

三、議價理論之批評

- ◎贈與承諾 (gift-promises) 通常並非是為了獲利，因此總是缺少議價理論中要求的「對價」要件。
- ◎承諾的雙方當事人皆希望其是可強制履行的，而議價理論卻否定其應被強制履行。妨礙人們實現欲望的法律可形容為「僵化」；反之，可使人們欲望獲得滿足的法律可形容為「具彈性的」。

四、契約之經濟理論

- ◎「柏拉圖效率的法律」即是具有彈性的法律之專有名詞；依柏拉圖效率而生之法律理論是具彈性，而非僵化的。
- ◎基於經濟效率原則，若承諾人與被承諾人於訂約當時皆希望承諾為具強制性時，就應該強制履行該承諾。
 - (一) 合作與約定雙方當事人在作成承諾時，皆希望賣方的承諾是可強制履行的，買方希望契約的可強制履行性提供賣方履行的誘因與賣方違約時之救濟方式；賣方希望因契約具強制履行性而誘使買方購買。藉由強制履行承諾，法院可以滿足雙方的欲望。降低不確定性與風險可滿足交易雙方之欲望，並促進了交易與激勵合作的可能性。
例如：「代理人賽局」

第二與賽者			第二與賽者				
			合作	侵占			
第一與賽者	投資	0.5,0.5	-1.0,1.0	第一與賽者	投資(簽約)	0.5,0.5	0.5,-0.5
	不投資	0,0	0,0		不投資(不簽約)	0,0	0,0

無契約的代理人賽局圖

有契約的代理人賽局圖

(二) 履行

- ◎我們以承諾人於違反契約時所給付的違約賠償價格做為違約救濟的方式來思考。違約的價格越高，承諾人之約定履行的意願越強烈。
- ◎自利、短視近利的承諾人其實採行之履行與違約行為：
【承諾人履行的成本 > 承諾人違約時所應負的責任 → 違約；承諾人履行的成本 < 承諾人違約時所應負的責任 → 履行】
- ◎基於效率原則，應極大承諾人與被承諾人報酬的總和。履行承諾使被承諾人獲利而承諾人則需付出成本。
- ◎當承諾人所花費的成本低於被承諾人的獲利時，其應履行承諾；反之，則應採違約行為。
- ◎最適當的履行與違約：
【承諾人履行的成本 > 被承諾人由履行中獲得的利益 → 違約是有效率的；承諾人履行的成本 < 被承諾人由履行中獲得的利益 → 履行是有效率的。】
- ◎如上所述，法律通常以「預期損害賠償」做為違約時之補償。承諾迫使承諾人有履行的義務。違約時應負擔責任之成本越高，承諾迫使約定履行的意願越強烈。

(三) 信賴

- ◎最適信賴水準
(承諾人履行的機率) × (額外投注之信賴成本所增加的履行價值) > (承諾人不履行的機率) × (因額外投注的信賴成本而增加的違約成本)
→ 信賴成本更多是有效率的。
- ◎隨著履行機率的增加，最適信賴水準由低轉高時會達到最適點。讓我們來計算這個最適點，以 P 為履行的機率。
- ◎最適機率為 P*，為投注高信賴成本時之預期淨報酬等於投注低信賴成本時之預期淨報酬時的 P 值。
$$P(0.5+0.5)+(1-P^*)(-1.0+1.0) = P^*(0.6+0.5)+(1-P^*)(-2.0+1)$$

→ P* = 0.91
- ◎因此，在履行的機率高於 91% 時，採取高信賴水準是最適決策；若不履行的機率高於 9% 時，採取低信賴水準是最適決策。

		第二與賽者	
		合作	違約
第一與賽者	投資& 低信賴水準	0.5	-0.5
	投資& 高信賴水準	0.5	0.5
	投資& 低信賴水準	0.5	-1.6
	投資& 高信賴水準	0.6	0.6

有強制契約、不同信賴水準、簡單預期損害賠償的代理人賽局圖

(四) 預設立場原則與交易成本

◎合理的未盡事項

「事前風險」是指當事人在協商契約時所面臨將來損失的風險。「事後損失」是指在契約訂定後實際發生的損失。通常，契約的當事人必須在事前風險和事後損失間作抉擇。

◎契約交易成本的極小化

分配風險的成本 > 分配損失的成本 × 形成損失的機率 → 留下未盡條款
分配風險的成本 < 分配損失的成本 × 形成損失的機率 → 契約明定條款

◎由法院填補未盡事項

法律可以採用有效率的預設立場條款來解釋契約中的未盡事項，以節省立約雙方的金錢。

◎假設性交易

實際的交易是基於當事人之協商而形成的；而假設性交易則是基於如果當事人間已由協商擬訂條款來規範契約中的未盡事項所形成的。

(五) 完美的契約與市場失靈

◎所謂完美的契約是指條文完整，每件事情的發生都在預料之中，所有相關的風險都已在當事人間做有效率的分配，所有相關的資訊都已公開，並且沒有絲毫的錯誤發生。

◎理性人

◎交易成本(外部性)：外溢效果、資訊、壟斷

理性、交易成本，與契約法的規範理論基礎表

假設	違約時，契約的理論基礎
A 理性人	
1. 穩定，有次序的喜好	1. 無行為能力；無能力
2. 受限的選擇	2. 強迫；脅迫；急迫；履行不能
B 交易成本	
1. 外溢效果	1. 不可預見的契約違背公共政策或法定責任
2. 資訊	2. 詐欺；未盡告知義務；目的不能；雙方錯誤
3. 壟斷	3. 急迫；顯失公平

(六) 契約相關之事項：經濟學的長期理論

- ◎重複賽局
- ◎終局賽局問題
- ◎短暫的忠誠
- ◎長期的法律關係

五、結論

- ◎藉由適當的強制履行，法院創造了有效率的合作誘因。當承諾人在有效率的範圍內履行而被承諾人在有效率的範圍內信賴之，合作即是有效率的。
- ◎我們以代理人賽局模型分析契約法的目的，並以柏拉圖效率評估代理人賽局。以柏拉圖效率而言，法律應盡可能地幫助私人達到其目標。經濟分析所發展出之法律理論，可反映出訂約當事人之利益，而非理想性高於利益的理論。

參考文獻

Robert Cooter . Thomas Ulen 原著，溫麗琪編譯，法律經濟學，台北，華泰文化事業股份有限公司，2003 年 6 月。



屋寬
不如
心寬

繼承登記案例研析

文/鄭竹祐

【案例二十一】

甲死亡欲為其辦理繼承登記時，發現其戶籍謄本中相關繼承人出生別記載如下，請判斷如何辦理繼承登記：

- (一)戶籍謄本記載有次子乙、三子丙，缺漏長子。
- (二)戶籍謄本記載有長子戊、長子己、次子乙、三子丙，長子出生別重複。

【圖示】



【解析】

- 一、繼承系統表之製作上，最重要者莫過於出生別，有經驗之地政士會將男子分列一邊，女子分列一邊，以利審核，倘以出生先後為標準將男女混列，雖亦無不可，但較為混亂。
- 二、製作繼承系統表時，如產生出生別之缺漏，此時應先尋求解決之道，因缺漏出生別，代表某位繼承人可能漏列，既可能影響某位繼承人之繼承權，當應先向戶政機關申請更正，筆者謹將出生別缺漏之處理方法臚列如下：
 - (一)應先向戶政機關以公文書請求更正，例如漏列長男，應請求將次男更正為長男，參男更正為次男。
 - (二)倘戶機關查明後得為更正，當然檢附更正後之戶籍謄本辦理即可。

- (三)如戶政機關查明後無法更正，應請其以書面函復無法更正之公文書，再檢附該份公文書辦理繼承。
- (四)檢附無法更正之公文書時，應併同檢附被繼承人延續之戶籍謄本(即被繼承人取得土地時至死亡時之各個時期之全戶戶籍謄本)及切結書。
- (五)切結書應載明缺漏之事由，範例如後，切結人應為全體之繼承人。
- (六)此時即可依戶籍謄本之出生別製作，即便缺漏亦可受理。
- 三、又出生別重複者，與缺漏之情形不同，因重複不代表漏列某位繼承人，故如未申請戶政機關更正，其實亦可受理，屬不成文之規定。
- 四、題意(一)中，雖缺漏長子之記載，然可由乙丙向戶政機關請求更正，如無法更正時，可檢附無法更正之公文，被繼承人取得土地至死亡時延續之全戶戶籍謄本及乙丙之切結書辦理。至題意(二)中，雖有二位長子戊及己，但因無漏列繼承人之可能，故可照填二位長子，辦理登記。

【範例】

切結書

立書人乙丙為辦理先父甲之繼承登記時，發覺長子出生別漏列，因先父曾因長子出生未及申報戶籍即死亡，故以本人乙為次男申報，丙為參男申報。然因事久，本人雖曾戶政機關請求更正，但因缺乏證明文件無從辦理。準此，特此切結長男缺漏不影響本案之繼承登記，如有錯誤願負法律責任。

此致

○○地政事務所

立書人乙

中華民國○年○月○日

【參考法令】

繼承登記法令補充規定 92

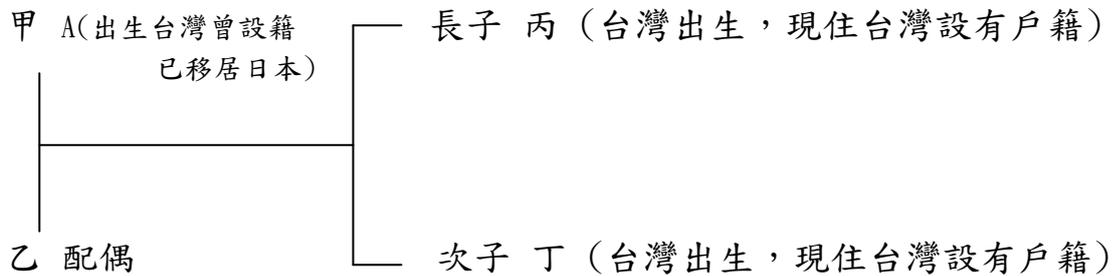
戶籍謄本缺漏某出生別繼承人之姓名，如戶政機關查證無法辦理戶籍更正，而其戶籍謄本均能銜接，仍查無該缺漏者何人時，申請人得檢附切結書敘明其未能列明缺漏者之事由後，予以受理。

【案例二十二】

甲出生於臺灣，並曾於臺灣設籍，後移居日本，死亡時在臺灣留有一 A 地，繼承人乙丙丁均出生於臺灣並設有戶籍，問本案如何辦理繼承登記？

【圖示】

被繼承人



【解析】

- 一、按台灣之戶籍制度，與日本之戶籍制度雷同度相當高，此係因早期曾為日本之殖民地之故。是以，日本亦有戶籍謄本之核發。
- 二、值是之故，涉及日本之繼承登記時，比較涉及他國時簡易許多，因可申請被繼承人之死亡除戶戶籍謄本及繼承人之現在戶籍謄本，經我駐外辦事處認證後檢附辦理繼承登記，故與辦理我國人之繼承登記時應附文件非常雷同，僅有少數事項應特別注意。
- 三、是以，本例中甲出生於台灣，後移居日本，而在台繼承人乙丙丁尚仍居住台灣，筆者將應附文件整理如下：
 - (一)登記申請書
 - (二)繼承系統表
 - (三)日本核發被繼承人甲死亡之戶籍謄本(編按：該謄本須經我駐外單位認證並加貼防偽貼紙)
 - (四)前述戶籍謄本之翻譯本(須經我駐外單位認證，否則應由國內翻譯社翻譯後公證)
 - (五)繼承人現在之戶籍謄本(國內)
 - (六)遺產稅證明書
 - (七)所有權狀
 - (八)其他：
 - 1、分割協議書(分割繼承時檢附)
 - 2、印鑑證明(繼承人)
- 四、被繼承人死亡之戶籍謄本因屬外國文書，故原則上應經我駐外單位認證始得受理，部分登記機關處理時直接請當事人郵寄來台並檢附辦理，程序上已有瑕疵，不甚妥當。至如要求當事人將戶籍謄本郵寄來台後，透過公證人將該戶籍謄本及翻譯本一併公證後檢附，因程序上該外國文書已經我公證單位承認，應已補正外國文書之認定問題，尚無不可。

【參考法令】

繼承登記法令補充規定 94

被繼承人及繼承人為華僑無法提出戶籍謄本，得檢附經外交部（駐外使領館處）認證之死亡證明書及身分證明申辦繼承登記。

繼承登記法令補充規定 95

華僑辦理不動產繼承登記，如被繼承人及繼承人在台未設有戶籍，該華僑得提出經我駐外機構驗證之合法證明親屬關係文件，據以申辦繼承登記。

繼承登記法令補充規定 97

外國人死亡，依涉外民事法律適用法第五十八條規定，應依被繼承人死亡時之本國法，故其繼承人依該被繼承人死亡時之該國法律規定，將合法繼承人製成系統表並簽註負責，登記機關應予受理。但依中華民國法律中華民國國民應為繼承人者，得就其在中華民國之遺產繼承之，不適用被繼承人之本國法。

涉外民事法律適用法 58

繼承，依被繼承人死亡時之本國法。但依中華民國法律中華民國國民應為繼承人者，得就其在中華民國之遺產繼承之。

【案例二十三】

承上，如繼承人乙丙丁當時係隨甲移居日本，惟於臺灣曾設有戶籍，問本案應如何辦理繼承登記？

【圖示】

被繼承人



【解析】

- 一、被繼承人如係日本籍，其應附文件辦理方式已如前題述，至繼承人如亦係日本籍，則其辦理方式亦可如被繼承人之檢附方式同。
- 二、依題意，繼承人已丙丁如係隨甲移居日本，其應附文件如下：
 - (一)登記申請書
 - (二)繼承系統表
 - (三)日本核發被繼承人甲死亡之戶籍謄本(編按：該謄本須經我駐外單

位認證並加貼防偽貼紙)

(四)日本核發繼承人乙丙丁之戶籍謄本(編按：該謄本須經我駐外單位認證並加貼防偽貼紙)

(五)前述(三)(四)戶籍謄本之翻譯本(須經我駐外單位認證，否則應由國內翻譯社翻譯後公證)

(六)遺產稅證明書

(七)所有權狀

(八)其他

1、分割協議書

2、駐外單位認證之授權書(如乙丙丁可親自到場持居留證或護照者免附；反之，如無法親自到場，應檢附授權書代替真意之審核)

三、應注意者，如係檢附授權書者，分割協議書應由被授權人認章(授權人乙丙丁須填明於協議書上但不認章)，被授權人並應親自到場或檢附印鑑證明以審核真意。

四、較特殊之情況在於，本例中因乙丙丁於台灣曾設有戶籍，故有除戶謄本可茲申請對照與被繼承人之關係，因此，假設乙丙丁親自到場申請辦理，應可免附授權書，但應符合下列規定：

(一)乙丙丁應檢附護照或居留證(土地登記規則第 40 條參照)，但短期來台者並無居留證，故以檢附護照為原則，且護照並應經翻譯及公證。

(二)乙丙丁應檢附日本當地之戶籍謄本，該謄本並應經翻譯及公證，目的係在核對出生別、父母欄、出生年月日等資料。

【案例二十四】

承上，如繼承人丙丁當時係甲移居日本後於日本出生，有日本戶籍，在臺灣從未設有戶籍，問本案應如何辦理繼承登記？

【圖示】

被繼承人

甲 (出生台灣，曾設籍
A 已移居日本)

乙 配偶

長子 丙 (日本出生，現住日本，未曾於台灣設籍)

次子 丁 (日本出生，現住日本，未曾於台灣設籍)

【解析】

- 一、被繼承人死亡時，繼承人如係在日本出生未曾於台灣設籍，即在台灣並無戶籍謄本可茲申請，因係依前題第二點規定辦理，自可受理。
- 二、值得討論者在於，繼承人可否主張親自到場辦理，而不用授權書方式。筆者認為，土地登記規則規定外國人得檢附護照主張親自到場，既未規定不可親自到場，應以許可為原則，然護照上其實僅有姓名及出生年月日可供核對身分，無法核對父母欄或出生別，因此，在無國內戶籍謄本可申請之情況下，繼承人乙丙丁必須檢附日本之戶籍謄本到場供登記機關核對(編按：該戶籍謄本應經駐外位認證或經翻譯後公證)，以茲補充繼承身分關係之審查，茲予敘明。

【案例二十五】

承上，如甲留下之 A 地為林業用地，問乙丙丁可否繼承？

【圖示】

被繼承人

甲 (出生台灣，曾設籍，已移居日本)

A (林業用地)



【解析】

- 一、依土地法規定，外國人不得取得林業用地，如係繼承者，雖可取得但應於 3 年內出售予本國人，否則應予標售。因此，涉及外國繼承人之繼承事件，應判斷其是否具有我國國籍，視其是否可取得林業用地。
- 二、國籍法雖不允許雙重國籍，然主要係指歸化時始得加以管制，例如，越南配偶欲歸化為我國國籍時，應聲明放棄越南國籍，避免雙重國籍存在。然實際雙重國籍之存在非常普遍，例如具有中華民國國籍之國民於日本生產時(美國亦同)，其子女即同時具有我國及日本國籍，此乃屬人兼屬地主義之原則使然(編按：子女出生時父或母具有中華民國國籍者，子女即有中華民國國籍；子女出生時於日本領地者，子女即有日本國籍)。
- 三、是以，於繼承關係上判斷國籍時，對繼承某些特定土地上即顯得相當重要，如題意，倘甲留下之 A 地為林業用地，乙丙丁如具有我國國籍即可繼承且無須標售，反之，乙丙丁如僅具有日本國籍雖得以繼承但

應於 3 年內出售否則應予標售。

四、實務運作時，即不能完全以外國護照判斷國籍，筆者將重點整理如下：

(一)乙丙丁如另外得提出中華民國護照，應判斷為中華民國國籍，得以國人身分提出申請。

(二)乙丙丁如提出華僑身分證明，應另檢附具有我國國籍之身分證明，例如，其父母之中華民國護照，父母曾於台灣設籍之戶籍謄本等，此時，宜請乙丙丁切結「申請人確以中華民國國籍身分提出申請，如有不實願負法律責任」為宜。

【參考法令】

土法 17

左列土地不得移轉、設定負擔或租賃於外國人：

- 一、林地。
- 二、漁地。
- 三、狩獵地。
- 四、鹽地。
- 五、礦地。
- 六、水源地。
- 七、要塞軍備區域及領域邊境之土地。

前項移轉，不包括因繼承而取得土地。但應於辦理繼承登記完畢之日起三年內出售與本國人，逾期未出售者，由直轄市、縣（市）地政機關移請國有財產局辦理公開標售，其標售程序準用第七十三條之一相關規定。

前項規定，於本法修正施行前已因繼承取得第一項所列各款土地尚未辦理繼承登記者，亦適用之。

【案例二十六】

甲出生於臺灣，並曾於臺灣設籍，後移居美國，死亡時在臺灣留有一 A 地，繼承人乙丙丁均於美國出生，於臺灣並未設有戶籍，問本案如何辦理繼承登記？

【圖示】

被繼承人

甲（出生台灣曾設籍
A 已移居美國）

乙 配偶

（美國人，於美國與甲結婚未曾於台灣設籍）

長子 丙（美國出生，現住美國，有美國國籍
未曾於台灣設籍）

次子 丁（美國出生，現住美國，有美國國籍
未曾於台灣設籍）

【解析】

- 一、外國人繼承事件中，以日本及美國占大多數，係因此二國家為大部分國人移民國，因此有探討繼承事件之必要。
- 二、美國與日本之制度不同，因美國州聯邦，故是否屬平等互惠國家應視該州是否允許國人取得該州土地，因此係以各不同之州加以判斷。
- 三、本題假設繼承人係在美國出生，從未設籍於台灣，且該州為平等互惠州之前題，探討其應附文件，因美國並無戶籍謄本之核發制度，故親屬關係之判定上應以「出生登記證明書」為準，死亡之判定則以「死亡登記證明書」為準，茲以本題為例，敘明應附文件如下：

(一)登記申請書

(二)繼承系統表

(三)被繼承人甲之「死亡登記證明書」(須經我駐外單位認證或國內之公證)

(四)前述「死亡登記證明書」之翻譯本(須經我駐外單位認證或國內之公證)

(五)繼承人乙丙丁之「出生登記證明書」(須經我駐外單位認證或國內之公證)

(六)前述「出生登記證明書」之翻譯本(須經我駐外單位認證或國內之公證)

(七)授權國內親友辦理之授權書(須經我駐外單位認證)

(八)被授權人之戶籍謄本

(九)其他，例如

1、分割繼承協議書(分割繼承時檢附)

2、被授權人之印鑑證明

3、遺產稅證明書

4、所有權狀

5. 甲於臺灣最後之戶籍謄本

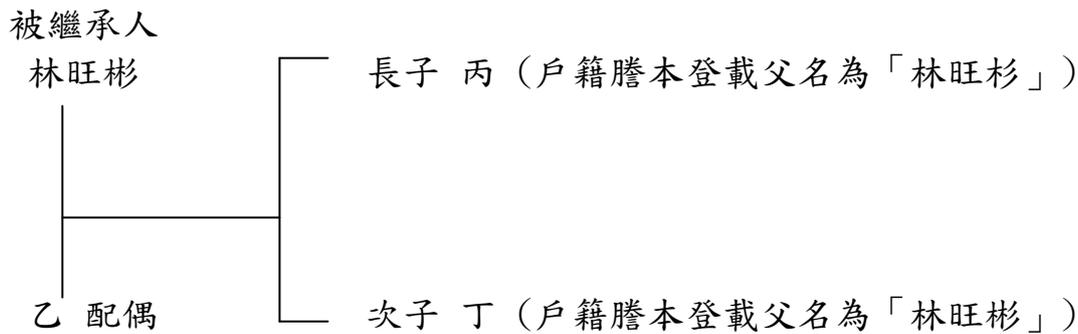
- 四、前述「死亡登記證明書」或「出生登記證明書」應向當地市鎮辦公室註冊處申請，但應注意，「死亡登記證明書」之翻譯本記載之姓名、出生年月、住處應與地政事務所之登記資料相符，以供核對，本例因甲曾設籍台灣，故應檢附除戶謄本供核對「死亡登記證明書」上記載之父、母名。又繼承人配偶乙為美國籍，其「出生登記證明書」之配偶欄應記載甲之姓名，以供核對，繼承人丙丁「出生登記證明書」之父母欄則應與甲、乙相符，以供核對，且因「出生登記證明書」並無出生別之記載，故應由申請人自行於繼承系統表填註負責，製作時可依出生年月日判斷。

五、茲檢附「死亡登記證明書」、「出生登記證明書」及其譯本範例供參。

【案例二十七】

被繼承人「林旺彬」死亡後，繼承人乙丙丁欲辦理繼承登記時，發現長子乙現戶戶籍謄本記載之父親欄位為「林旺杉」，問本案是否必須更正戶籍謄本後始得辦理？

【圖示】



【解析】

- 一、戶籍謄本之登載事項，為登記機關審核繼承事件時之重要依據，故原則上被繼承人之戶籍謄本記載事項應與登記資料相符，而關係人之戶籍謄本之間，相互之關係亦應吻合，始得受理。(編按：如出生別或父母欄)
- 二、是以，戶籍謄本記載之事項如有不符，依規定應先予更正，更正完畢再檢附正確之戶籍謄本辦理(繼承登記法令補充規定第 96 點參照)
- 三、然依筆者之經驗，戶籍謄本記載之謬誤在所難免，如遇謬誤即要求必辦理更正似不甚便民，此時，即可以當事人申請之舊戶籍謄本或逕以戶役政系統查詢舊戶籍謄本加以核對，如得審核其不符之原因，則不要求更正，似亦無不可。
- 四、依題意，繼承人丙之現戶戶籍謄本記載父名為「林旺杉」，顯與實際所有權人「林旺彬」不符，然若能依舊戶籍謄本顯示，丙與「林旺彬」曾同戶，且舊戶之丙父欄記載為「林旺彬」，而舊戶中丙之統編與現戶又相同，則很顯然現戶之丙父欄記載之「林旺杉」為錯誤記載，此時，應可證明其不符之原因，如未更正現戶，似亦無不可。

【參考法令】

繼承登記法令補充規定 96

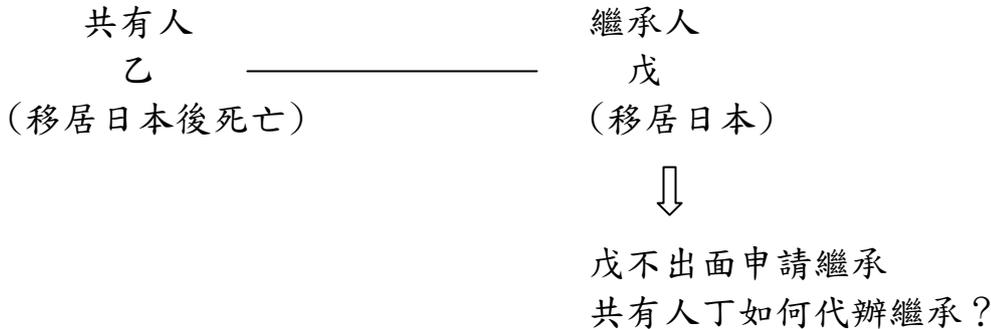
繼承人申請繼承登記時，應依照被繼承人與繼承人之戶籍謄本，製作繼承系統表。如戶籍登記事項有錯誤或脫漏時，應先向戶政機關申辦更正登記後，再依正確之戶籍謄本製作繼承系統表。

【案例二十八】

A 地為甲乙丙丁共有各 1/4，丁訴請裁判分割時因乙早年移居日本後死亡，

繼承人戊亦居於日本，丁只好透過法院行文駐日辦事處，調查到戊之日本住所，問本案判決後，如戊遲不出面申請乙之繼承登記，丁應如何代辦戊對乙之繼承登記？

【圖示】



【解析】

- 一、於判決共有物分割事件，常見共有人之一已死亡之情事，原告通常須請求代為申辦已死亡共有人之繼承登記，實務上該判決共有物分割之判決書即為執行名義，倘共有人之繼承人未依主文諭示辦理繼承登記，原告之共有人即得依法代為申報遺產稅及代為辦理繼承登記。
- 二、延伸之討論在於，原告之共有人代為申報遺產稅後，如為免稅或核課期間，則取得稅單後代為辦理繼承登記即可；倘申報後有遺產稅時應如何處理呢？規定上可委由國稅局向繼承人進行催討，但如繼承人不繳納亦無財產可供執行時，恐須先由申報人代為繳納後，始可取得繳納證明書，但繼承人如已無其他財產可催討，不啻係申報人之損失，亦屬困擾。幸實務上通常為免稅居多。
- 三、本題討論之重點在於，死亡之繼承人如係外國籍而不辦理繼承登記時，原告之繼承人如何代辦理繼承登記時，應檢附何種文件辦理？事實上原告外國籍之繼承人，應可無須檢附其身分證明，因繼承人之身分早已於判決共有物分割之訴訟繫屬中獲得確認，因此，於登記時可依判決書所載之繼承人姓名及住址登記即可(繼承登記法令補充規定第 98 點參照)。實務上即曾經發生共有人之繼承人為外國籍，當時法院係透過外事單位查明函復，故並無身分關係文件，但仍以該關係進行訴訟，因此，登記機關應可以該關係為基礎，辦理繼承登記而無須再檢附身分關係證明文件。
- 四、本案中，繼承人戊居於日本，如不願出面代辦乙之繼承登記，可由原告之丁出面代辦，非但不須檢附戊之身分證明(按編：法院已審核)，亦無須檢附被繼承人乙之死亡除戶謄本、系統表及拋棄證明(土地登記規則第 119 條參照)，併予敘明。

【參考法令】

繼承登記法令補充規定 98

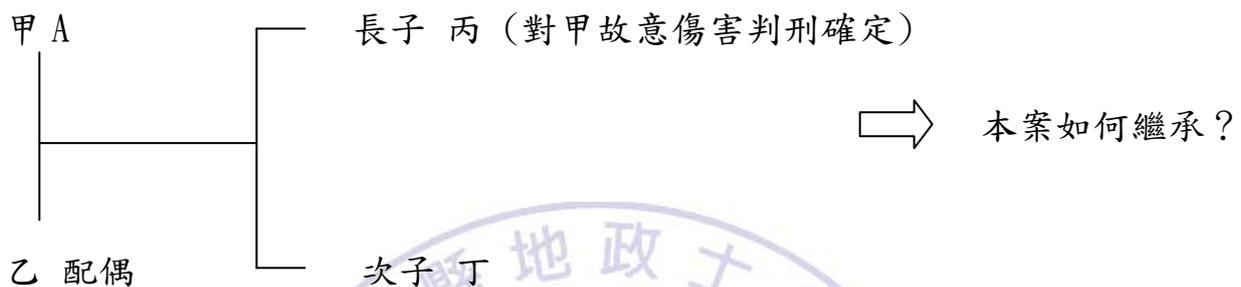
債權人代位申辦繼承登記，如部分繼承人未在台設籍，無從領取身分證明者，可依法院判決書所列之繼承人及住址申請登記。

【案例二十九】

甲死亡後留有一 A 地，乙丙丁為繼承人，欲辦理繼承登記時，丁出面向登記機關表示丙曾因對甲故意傷害遭到判刑確定，並有判決書為證，故丙應喪失繼承權，假設丙未有子女，問本案如何辦理繼承登記？

【圖示】

被繼承人



【解析】

- 一、按民法第 1145 條規定，繼承權之喪失包含：
 - (一)故意致被繼承人或應繼承人於死或雖未致死因而受刑之宣告者，即故意殺人或殺人未遂者均喪失繼承權。
 - (二)對被繼承人有重大虐待或侮辱情事，經被繼承人表示不得繼承者，即繼承人對被繼承人有上述情事時，經被繼承人「意思表示」後，某繼承人即喪失繼承權。
 - (三)其餘三種與遺囑有關，係指繼承人詐欺或脅迫被繼承人，使其為對於自己有利之遺囑者而言
- 二、前二種喪失繼承權之事由，實務上較有可能發生，後三種關於遺囑者，發生機率較低。繼承喪失之情況，如涉登記時，應附文件如下：
 - (一)故意致死或過失致死者，應有刑事判決書，且其罪名應為「致死」事件，如係「傷害」，縱有刑之宣告，但與喪失繼承權之要件不符，故繼承權不喪失。
 - (二)對被繼承人重大虐待或侮辱者，應有確認判決書或經被繼承人表示其不得繼承之證明文件，例如遺囑。故被繼承人如留有遺囑表示某繼承人有重大侮辱情事而喪失繼承權者，登記機關應作書面審查，倘符合遺囑之要件，即應作喪失之判斷。
 - (三)其他關於遺囑之詐欺，脅迫等事實而喪失者，應有法院之確認判決。
- 三、應注意者在於，喪失繼承後，有民法第 1140 條代位繼承之適用，因此，喪失繼承權之人如尚有年幼之子女可代位，則喪失繼承之意義似乎不

大，被繼承人不如趁早規劃財產之分配事宜。反之，如喪失繼承權之人並無子女，那麼喪失繼承後應繼分即歸屬其他繼承人。較有爭議者在於，某繼承人如係被繼承人生前對其有重大侮辱之情事者，而死後判決確定者，是否喪失繼承權，通說認為重大侮辱之喪失，無論係生前或死後確定，均有適用，該繼承權即喪失，無須判斷發生時點。

四、依題意，丙對被繼承人甲係故意「傷害」而受刑之宣告，與喪失繼承權之要件不符，因此，本案仍以乙丙丁為繼承人。

【參考法令】

民法 1145

有左列各款情事之一者，喪失其繼承權：

- 一、故意致被繼承人或應繼承人於死或雖未致死因而受刑之宣告者。
 - 二、以詐欺或脅迫使被繼承人為關於繼承之遺囑，或使其撤回或變更之者。
 - 三、以詐欺或脅迫妨害被繼承人為關於繼承之遺囑，或妨害其撤回或變更之者。
 - 四、偽造、變造、隱匿或湮滅被繼承人關於繼承之遺囑者。
 - 五、對於被繼承人有重大之虐待或侮辱情事，經被繼承人表示其不得繼承者。
- 前項第二款至第四款之規定，如經被繼承人宥恕者，其繼承權不喪失。

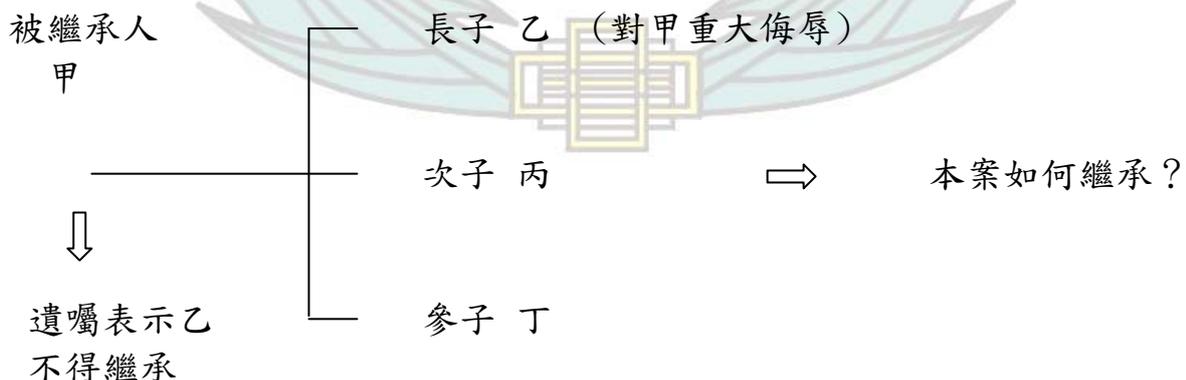
繼承登記法令補充規定 100

申請繼承登記時，繼承人中有民法第一千一百四十五條第一項第五款喪失繼承權者，應檢附被繼承人有事實表示不得繼承之有關證明文件，供登記機關審查之參證。

【案例三十】

甲死亡時留有一份遺囑，表示其長子乙於生前對其有重大侮辱之情事，精神上受創甚深，故爾後乙不得繼承其財產，其所有遺產均由繼承人丙丁依應繼分繼承，問本案乙是否喪失繼承權？如是，登記機關是否得依該份遺囑逕由丙丁申請繼承登記？

【圖示】



【解析】

- 一、依前題解析，乙對甲有重大侮辱情事，其繼承權已喪失，且此種喪失為絕對喪失，縱經被繼承人之宥恕，亦不可回復，亦即為，被繼承人縱然事後發出聲明寬恕繼承人並表明回復繼承權，該聲明應屬無效。
- 二、實務上繼承人中如有此款情事者，其他繼承人應檢附證明文件以供登記機關審查，故遺囑中如有表示者，當可受理遺囑為證明文件，已如前述。是以，本案如乙並無子女，應由其他繼承人丙丁繼承甲 A 地。應注意者在於，如乙有其他子女，甲於喪失繼承權後，應由其他子女代位繼承。

【參考法令】

民法 1145

有左列各款情事之一者，喪失其繼承權：

- 一、故意致被繼承人或應繼承人於死或雖未致死因而受刑之宣告者。
 - 二、以詐欺或脅迫使被繼承人為關於繼承之遺囑，或使其撤回或變更之者。
 - 三、以詐欺或脅迫妨害被繼承人為關於繼承之遺囑，或妨害其撤回或變更之者。
 - 四、偽造、變造、隱匿或湮滅被繼承人關於繼承之遺囑者。
 - 五、對於被繼承人有重大之虐待或侮辱情事，經被繼承人表示其不得繼承者。
- 前項第二款至第四款之規定，如經被繼承人宥恕者，其繼承權不喪失。

繼承登記法令補充規定 100

申請繼承登記時，繼承人中有民法第一千一百四十五條第一項第五款喪失繼承權者，應檢附被繼承人有事實表示不得繼承之有關證明文件，供登記機關審查之參證。

齊聚團圓慶中秋
花好月圓人團圓



管理天地

行銷計畫～以筆記型電腦行銷為例

蔣龍山/本會理事·企管商學士·法律學碩士

目錄

前言	22
一、目標市場與市場區隔	22
(一) 主要目標市場	22
(二) 次要目標市場	22
(三) 市場區隔	22
二、現階段 NB 消費者分析	22
(一) 市場分析	22
(二) 消費者分析	22
三、SWOT 分析-機會矩陣與威脅矩陣	23
(一) 機會矩陣	23
(二) 威脅矩陣	23
(三) SWOT 分析彙總	23
四、行銷目標	24
五、行銷組合 4P 策略	24
(一) 產品策略(product)	24
(二) 定價策略(price)	24
(三) 通路策略(place)	25
(四) 促銷策略(promotion)	25
六、促銷方式	25
(一) 使用廣告媒體	26
(二) 人員促銷辦法	26
(三) 主要促銷活動	26
(四) 行銷費用預算	29
七、總結	30

前言

在台灣本地的筆記型電腦市場，由於是全球第二大筆記型電腦出口國，國內業者所開發的機種均屬價廉物美，台灣市場平均售價一向低於全球市場，所以仍是國內業者佔領了絕大多數的市場，以往據統計資料顯示，由於市場佔有率以倫飛 40% 為最高，其次是宏碁的 24%，大眾的市場佔有率和宏碁差距不大，以 20% 拿下第三，由於外商售價普遍高於本土業者，在競爭力上差了一大截，平均在售價上均高出了 10%~20%，因此外商在台灣筆記型電腦市場仍舊難有斬獲。

一、目標市場與市場區隔

(一) 主要目標市場

1. 上班族
2. 年輕人
3. 學生

(二) 次要目標市場

1. 依性別來區隔：女性上班族群比男性上班族群接觸電腦之比例為高，故鎖定女性消費者，而短小輕薄也正符合女性。
2. 依企業大小來區隔：則以中小企業較為適用。

(三) 市場區隔

年齡：18~35 歲。

性別：女性為主〈故產品要講求外觀〉。

所得：\$25,000 元~\$45,000 元〈學生不列入〉。

消費傾向：第二台電腦使用者，或是第一台電腦預升級者，為求新求變跟上快速的年代。

社會階層：學生、上班族。

生活態度：實事求是，跟不上時代，該淘汰的就要淘汰，該換的就要換。

二、現階段 NB 市場與 NB 消費者分析

(一) 市場分析

1. 網際網路高速席捲全球。
2. NB 需求與日俱增。
3. 資訊化時代來臨。
4. 資訊產品已進入各大企業決策核心。
5. NB 已逐漸成為學生以及各行各業就業者的必需品。
6. 市場對 NB 有不斷推陳出新的需求。

(二)、消費者分析

1. 期待高質的周邊服務。
2. 快速的升級需求。
3. 更快的需求。

4. 更小的需求。
5. 更薄的需求。
6. 更輕的需求。

三、SWOT 分析—機會矩陣與威脅矩陣

(一) 機會矩陣

		成功機率		機會	
		高	低		
吸引力	高	1	2	<ol style="list-style-type: none"> 1. 公司發展高品質、低價位的 NB 系統。 2. 公司開發具有特別功能之軟體，配合 NB 隨機附贈。 3. 公司鎖定特定族群，區隔開發其市場。 4. 公司與其他具有潛力之公司策略聯盟。 	
	低	3	4		

(二) 威脅矩陣

威脅

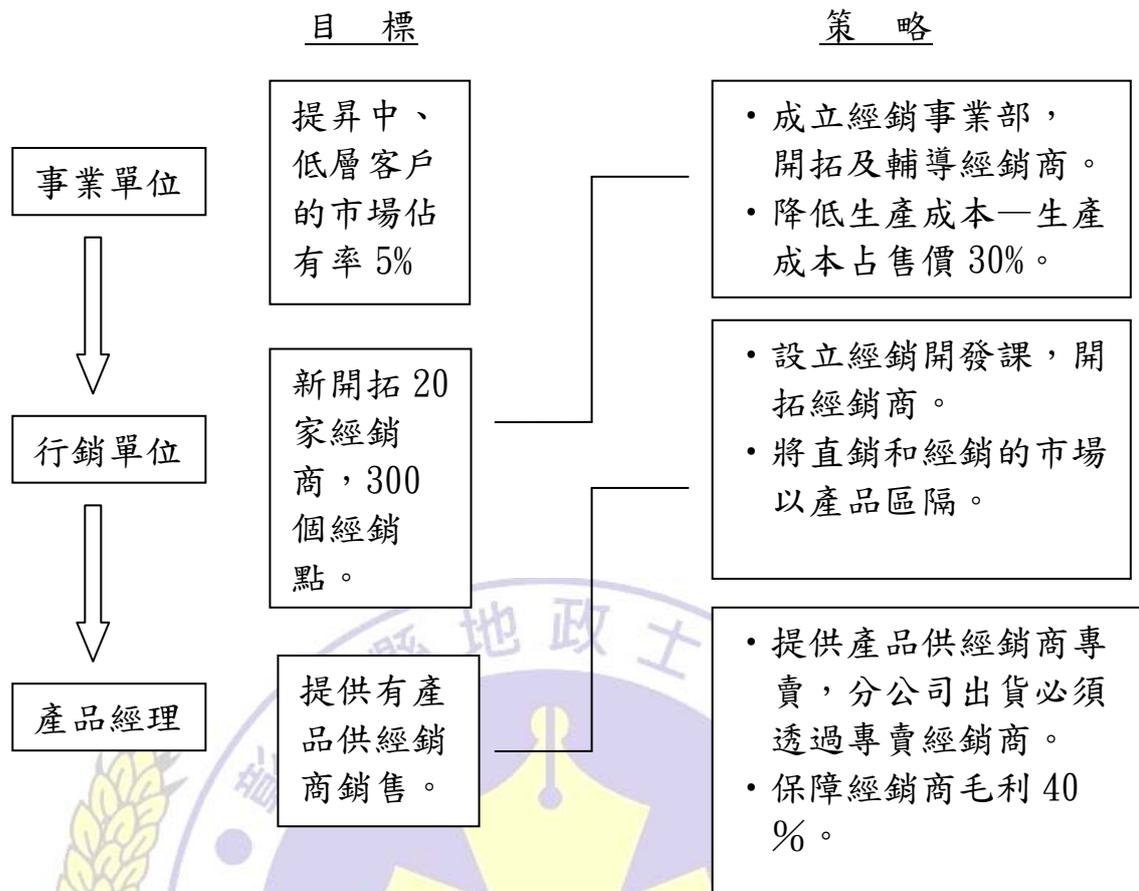
1. 威脅者發展更高品質、更低價位的 NB 系統。
2. NB 市場幾接近飽和度。
3. 經濟不景氣持續存在。
4. 通路據點過少。

(三) SWOT 分析彙總

	機會(O)	威脅(T)	長處(S)	弱點(W)
全部市場(Total Market)	5	5	4	4
區隔市場(Segmentation)	3	2	4	4
產品(Product)	5	5	5	1
通路(Channel / Place)	3	5	4	5
促銷(Sales Promotion)	5	5	5	1
銷售人員(Sales People)	3	4	4	3
價格(Price)	4	5	4	4
其他(Others)	1	1	1	1

- 註：1→低
2→普通
3→高
4→次高
5→最高

四、行銷目標



五、行銷組合 4P 策略

(一) 產品策略 (Product)

1. 可升級及擴充。
2. 體積小。
3. 厚度薄。
4. 重量輕。

(二) 定價策略 (Price)

繼桌上型電腦走向低價化後，筆記型電腦也逐漸地出現低價的趨勢，根據統計，筆記型電腦的平均單價已由 1996 年的 3000 美元下滑至 2600 美元，這樣的情況將在今年會更加明顯，以美國市場為例，筆記型電腦主流價格約在 2000~2500 美元之間。因為關鍵零組件的成本大幅下跌及 AMD 與 Cyrix 陸續推出較低價的 CPU，目前已有業者準備在今年推出低於 1500 美元的筆記型電腦，甚至有些業者計劃加重這一方面的產出比例，至於 1000 美元以下也許將不再是遙不可及。

(三) 通路策略 (Place)

e 世代的商品科技日進千里，通路界限模糊化已成為網路行銷興起後

的趨勢，消費者藉由實體或虛擬的世界中飽覽並擁有最先進的資訊產品，已非不可及的夢想。然而，隨著製造技術的精進與應用的多元化、模糊化的銷售通路，除了便利之外，也帶來了非專業服務的困擾，交易糾紛亦因此而大幅成長。

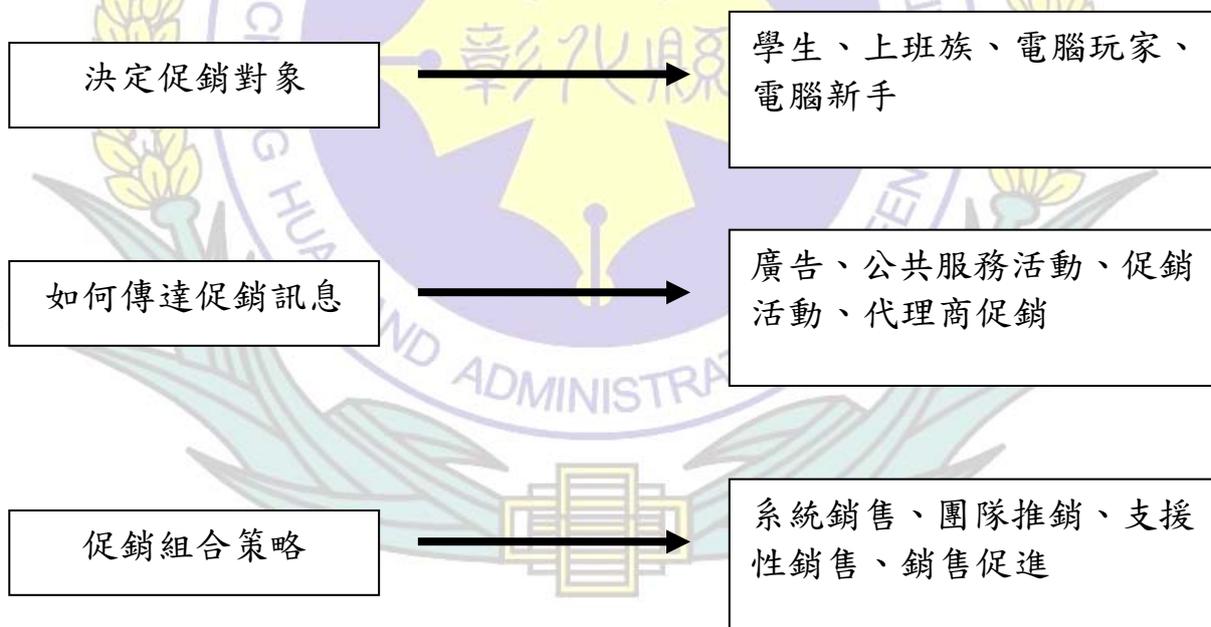
深知資訊產品的本質與操作需仰賴電腦科技的知識素養，銷售人員的專業程度將是決定顧客忠誠度高低的決勝關鍵！因此，我們採取了幾種通路行銷策略，並藉與異業結盟的行銷方式，和物流系統業者及網路服務業者合作。

通路型態	範例說明
資訊專業賣場	NOVA、光華商場、太平洋 T-ZONE、燦坤 3C 量販、全國 3C 量販
經銷商	與知名廠商合作，如聯強、震旦行
網路行銷	本公司網站、策略聯盟網站

在硬體產品利潤愈來愈低，加強異業結盟方式，由異業結盟讓出貨量穩定，並分攤行銷費用。

(四) 促銷策略(Promotion)

六、促銷策略



(一) 使用廣告媒體

1. 電視、收音機、網際網路
2. 報紙、雜誌
3. 宣傳海報、郵寄信函

(二) 人員促銷辦法

1. 銷售獎金
2. 展示競賽
3. 商展和紅利

(三) 主要促銷活動

1. 贈品、抽獎
2. 樣品、折價
3. 優惠分期、貴賓卡



A. 新產品上市活動計畫

方案名稱	編號
新產品 X 市場 導入方案	

實施項目	負責人	預估 費用 (萬元)	SCHEDULE(月)											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. 提出新產品價格方案	產品經理		V											
2. 產品製作型錄	產品經理	280	V											
3. 銷售指引製作	產品經理	100	V											
4. 業務人員訓練	產品經理	100			V			V			V			V
5. 新產品發表會	產品經理	100	V											
6. 銷售競賽	產品經理	300			V			V			V			V
7. DM 製作	產品經理	100	V											
8. 服務手冊製作	產品經理	100	V											
9. 技術服務訓練	產品經理	100	V											
10. 新產品廣告計畫	產品經理	2000	V				V			V			V	
11. 經銷商促銷活動	產品科長	1200			V			V			V			V
合計		4380												

B. 經銷商輔導計畫

方案名稱	編號
經銷商促銷方案	

實施項目	負責人	預估費用 (萬元)	SCHEDULE(月)											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. 產銷會議 召開	產品經理	—	V			V				V			V	
2. 經銷獎金 規則	產銷科長	1000	V			V				V			V	
3. 經銷競賽 辦法	產銷科長	—	V											
4. 經銷商較 育輔導	產銷科長	100	V			V								
5. 輔助經銷 商	產銷科長	100		V				V			V			V
合計		1200												

C. 對消費者的促銷方案

實施項目	負責人	預估費用 (萬元)	SCHEDULE(月)											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. 示範銷售	產品經理	100	V											
2. 附贈產品	產品經理	100		V										
3. 點券兌換 贈品	產品經理	100					V							
4. 折價優待 券	產品經理	100								V				
5. 免費檢查 保養	產品經理	50											V	
6. 免費檢查 保養	產品經理	100					V			V			V	
7. 折價銷售	產品經理	100											V	
合計		650												

(四) 行銷費用預算

<u>項 目</u>	<u>金 額</u>
1. 新產品上市活動計畫	4380 萬
2. 經銷商輔導計畫	1200 萬
3. 消費者促銷方案	650 萬
總 計	6230 萬

D. 年度銷售計畫

<u>時間</u>	<u>銷售額</u> (萬元)	<u>單價</u> (萬元)	<u>銷售量</u> (台)	<u>成長率</u>	<u>市場</u> <u>佔有率</u>	<u>市場</u> <u>預估</u>
第一季	25,000	2.5	10,000	0%	5%	
第二季	37,500	2.5	15,000	50%		
第三季	46,000	2.3	20,000	50%		
第四季	56,000	2.0	26,000	30%		
總 計	164,500		71,000			

E. 市場佔有率計畫

<u>時間</u>	<u>銷售量預估</u> (台)	<u>市場銷售量預估</u> (台)	<u>市場佔有率</u>
第一季	10,000	200,000	5%
第二季	15,000	220,000	6.8%
第三季	20,000	240,000	8.3%
第四季	26,000	260,000	10%
總 計	71,000	920,000	7.7%

F. 產品別獲利計畫

銷售金額	16.45 億元
銷售額	71000 台
營業成本	11 億元
毛利	5.45 億元
毛利率	

七、總結

未來適應新世紀環境的需求與消費者的期望，愈來愈多的企業負責提供核心產品，但是周邊服務則收取高額費用。在資訊產業裡，這種例子隨手可得，像昇陽贈送 JAVA，目的在銷售伺服器電腦；微軟瀏覽器，則是為了從網景手裡奪下市場佔有率的王座。另外像 SEGA 賠本銷售遊戲主機，目的也是搶佔市場。

而未來企業利潤的來源是新的產品與新的服務。如果要獲得龐大的利潤，就要在商品和服務平價化甚至變得免費以前，發明更新的商品和服務，創造新的需要。過去個人電腦的頻頻升級淘汰，以及現在資訊產品的衍生產業不斷推陳出新，如 PDA〈個人數位助理〉、資訊家電等，都見證了新的商業模式。

參考文獻

1. 謝耀龍編譯，行銷學，台北，華泰文化事業股份有限公司，1993 年 12 月。
2. 謝文雀編譯，行銷管理～亞洲實例，台北，華泰文化事業股份有限公司，2000 年 12 月。
3. 林建煌，行銷管理，台北，智勝文化事業有限公司，2004 年 2 月。

