

# 法國競爭委員會對Apple祭出史上最高罰鍰

Apple因於法國經銷網絡簽訂反競爭協議並濫用「優質經銷商」之經濟依賴性，遭法國競爭委員會開罰11億歐元，其2家批發商Tech Data與Ingram Micro也因參與反競爭協議而受罰。

■ 撰文 = 陳淑芳  
(公平會綜合規劃處專員)

依據法國競爭委員會今(2020)年3月發布的新聞稿<sup>1</sup>指出，Apple與其2家批發商Tech Data和Ingram Micro進行聯合行為，不僅劃分客戶還分配經銷商產品。此外，Apple對其授權的經銷商限制最低銷售價格，並利用不公平交易條件而濫用經銷商對其經濟依賴性；雙方合約並要求優質經銷商近乎專賣Apple產品，同時在合約期限內以及期滿後最多6個月內，禁止該等經銷商在歐洲開設銷售競爭品牌的商店。

法國競爭委員會除了對Apple祭出11億歐元的天價罰鍰外，Tech Data和Ingram Micro亦因參與經銷網絡之聯合行為而分別受處7,610萬歐元及6,290萬歐元罰鍰。本案處分總金額超過12.4億歐元，成為該委員會單一調查案件最高的罰鍰紀錄，而Apple所受裁罰並刷新該委員會有史以來開出最高的個別事業競爭法罰鍰。

## 背景說明

法國競爭委員會於2012年收到Apple高端產品優質經銷商eBizcuss申訴後即展開調查，終在今年3月對Apple及其批發商Tech Data與Ingram Micro處以罰鍰。法國競爭委員會主任委員Isabelle de Silva女士表示，該委員會處理本案時，梳理了Apple在法國經銷其電子產品

(不含iPhone)時所採用的特殊作法。以iPad為例，Apple及其2家批發商除同意互不競爭外，並進一步妨礙經銷商間之競爭，因而造成Apple產品批發市場無競爭狀態。再者，所謂的「優質經銷商」(Premium distributors)無法自由決定促銷或降價方案，使得Apple的綜合經銷商(integrated distributors)與優質經銷商間的零售價格趨於一致。另一方面，Apple亦藉由與優質經銷商簽定不公平且不利的合約，濫用優質經銷商對其經濟依賴。鑑於前開行為對於優質經銷商間銷售Apple產品之競爭產生重大影響，故法國競爭委員會對此案判處有史以來單一案件最高罰鍰，同時也是對單一事業最重的裁罰。

## Apple產品在法國的經銷網絡

1. 上游市場：Apple將其產品出售給2家授權的批發商Tech Data與Ingram Micro，該二批發商皆為全球電子產品經銷之佼佼者。
2. 下游市場：Apple產品透過約莫2,000家經銷商網絡進行銷售，根據經銷商的規模與活動，可分為2個主要類型：
  - (1) 大型的量販店或專業零售商 (Apple稱為「直營店」(retailer))：Apple常直接供貨給主要直營店，

<sup>1</sup> <https://www.autoritedelaconurrence.fr/en/press-release/fines-handed-down-apple-tech-data-and-ingram-micro>

這些店面可能位於量販店（如 Auchan、家樂福、E. Leclerc），或是電子產品零售商（如 Fnac、Darty、Boulangier）的分店中。Apple 於 2017 年在法國擁有 1,800 家歸類為「直營店」的零售商。

(2) 專業經銷商（Apple 稱為「經銷商」（Reseller））：通常是規模較小的電腦經銷商，銷售地點較少，一般位於市中心銷售電腦、平板、螢幕顯示器、硬碟、配件及軟體等電子設備，同時也提供這些產品的相關服務，例如整合、維修、保固等。大多數經銷商都是經由 Apple 授權，包括：

i. Apple 授權經銷商（Apple Authorized Resellers, AARs）：與 Apple 簽訂「標準」經銷合約。

ii. Apple 優質經銷商（Apple Premium Resellers, APRs）：專門從事 Apple 產品銷售，並加入能提升銷售環境並為消費者提供高品質客戶體驗的方案者，如 eBizzuss。

3. Apple 自有銷售網絡：Apple 於 2009 年底決定在重要的地點開設自有實體直營店（Apple Retail Stores），並透過 Apple Online Store 直接銷售產品給最終消費者。

## 案件調查結果

Apple 被控在法國於 iPhone 以外的電子產品經銷網絡進行 3 種反競爭行為：

1. 2 家批發商 Tech Data 和 Ingram Micro 劃分產品與客戶。此 2 家批發商因接受並參與由 Apple 策劃與監控的產品及客戶分配機制，而非各自決定商業政策而受罰。這類行為在某種程度上「消滅」（sterilised）Apple 產品的批發市場，凍結市場占有率，並妨礙 Apple 品牌不同經銷管道間的競爭。

2. 限制優質經銷商的零售價格，以確保該等經銷商與 Apple Store 以及 Apple 官方網站訂定相同價格，而使得近半的 Apple 產品零售價一致。

3. 濫用優質經銷商的經濟依賴性，使得這類經銷商（多為中小企業）常面臨供貨困難、差別待遇以及業務報酬條件不確定（例如折讓、應收帳款餘額）等情況。當利潤微薄時，經銷商十分仰賴 Apple 提供的商品，尤其是需求量最大的商品品項（新產品）；然而當 Apple 發表新品時，優質經銷商常無貨可賣，但 Apple Store 與 Apple「直營店」銷售網絡卻能正常供貨，造成優質經銷商流失顧客。有時為滿足顧客需求，優質經銷商甚至被迫從其他通路採購，例如仿照最終消費者直接從 Apple Store 下單，以便為其顧客提供商品；這樣一來，大大地減損優質經銷商的銷售能力，甚而被排除在市場之外（如 eBizzuss）。

儘管製造商可自由籌劃適合的經銷制度，指定不同的銷售管道，擇定批發商供應特定零售商，並直接為某些零售商供貨等，但製造商也須遵守競爭法規，特別是銷售網絡中的主要製造商不得透過預先分配客戶損害批發商間競爭、與其經銷商就最終零售價格達成協議，或濫用交易夥伴的經濟依賴性等。

Apple對法國競爭委員會的處分表示遺憾並將提起上訴。該公司指出，法國的調查涉及超過10年的商業慣例，並廢棄法國事業仰賴30多年的法律先例（legal precedent），此舉將引起各個產業混亂<sup>2</sup>。另法國競爭、消費暨反詐騙總局

（DGCCRF）於本年2月初亦對Apple開罰2,500萬歐元，係因該公司未告知法國消費者將iPhone 6、iPhone SE及iPhone 7升級到iOS 10.2.1或11.2時，手機效能受到調降<sup>3</sup>。



<sup>2</sup> [https://www.cnbc.com/2020/03/16/apple-fined-1point2-billion-by-french-competition-authorities.html?\\_\\_source=twitter%7Cmain](https://www.cnbc.com/2020/03/16/apple-fined-1point2-billion-by-french-competition-authorities.html?__source=twitter%7Cmain)

<sup>3</sup> <https://www.theverge.com/2020/2/7/21127984/apple-iphone-batterygate-slowdown-batteries-french-fine>