

LINE對話交換價格敏感資訊，乾干貝進口商踩紅線

業者利用過年期間，年貨需求暢旺之際，趁機聯合調漲價格，共同獲取利潤！

■撰文＝黃嘉琪
（公平會製造業競爭處視察）

案例背景

案緣報載海運塞港問題，造成進口商品乾干貝缺貨、市場價格高漲，公平會先比對乾干貝進口報關資料及經由公司登記查詢系統分析，發現國內乾干貝主要集中在二大集團，兩者合計進口量高達7成，年進口量並未減少，但乾干貝售價卻急漲，因此公平會主動立案調查。

乾干貝是逢年過節送禮的好選項

我國乾干貝以日本北海道進口為大宗，占95%以上，而乾干貝商品規格，具有國際標準，主要可分為L、M、S、SA及SAS等，尺寸越大重量越重、價格也越高。乾干貝也是國人喜愛之重要年節商品，雖仍有龍鮑翅、烏魚子等高單價商品，但屬性、價位檔次、進口來源產地，均與乾干貝不同，乾干貝也可以用在料理食材上，用途較為廣泛，因此本案產品市場界定為「乾干貝市場」。

公平會比對報關資料，戳破業者辯稱成本上漲託詞

經公平會實地訪查下游門市及約談兩大集團，我國乾干貝進口業者利用過年前市場需求旺季，在民國110年11月聯合調漲乾干貝價格，過年前熱門的乾干貝尺寸L調漲到每台斤3,800元以上、尺寸M則調漲到每台斤3,300元左右，尺寸S、SA也分別

調漲到每台斤2,000元及1,700元以上，乾干貝進口業者具有一致性之價格區間。

二大集團聲稱因為進口成本上升因素而調漲售價，但卻無法說明漲價決策考量或試算依據，且對於各尺寸成本漲跌情形也不清楚。公平會向財政部關務署調閱海關進口報關資料，分析110年度及上一年度之進口價格與數量，也相較兩大集團之各尺寸成本發現，雙方進貨成本不同，各自緩衝能力不同，尤其在進貨成本趨勢上，110年度之成本均較109年度下跌，並沒有成本上升因素。

LINE溝通對話要小心，千萬不要交換競爭敏感資訊

公平會查證二大集團曾以LINE訊息傳送乾干貝之網路售價及乾干貝產品圖片，確認商品及價格，也曾經交換乾干貝之價格調漲資訊，顯示雙方透過資訊交換，對於調漲乾干貝價格有所提示與認知。

結語-不可與競爭對手輕易打招呼

兩大集團合計在乾干貝市場有高達7成之市場占有率，此次過年前共同調漲乾干貝售價，排除彼此間之價格競爭，獲取共同利益，足以影響乾干貝市場之供需功能，違反公平交易法第15條第1項本文聯合行為之禁制規定。

公平會表示，雖然事業間或有因為長期經營而彼此熟絡，但對於價格、數量等屬於重要的敏感資訊，切勿在調價過程中跟競爭對手交換訊息，或是

試探性地「打招呼」，以避免觸及公平交易法聯合行為的紅線。



(圖片來源：公平會)