

# 「國際反托拉斯宣導-垂直限制競爭之規範與企業遵法」

講題:主要競爭法國家(歐美日)垂直限制  
之規範與實務

公平交易委員會

委員 顏廷棟

106年9月15日

# 大 綱

- 垂直限制之概念
- 美國反托拉斯法對垂直限制之規範
- 歐盟競爭法對垂直限制之規範
- 日本獨占禁止法對垂直限制之規範
- 結語

Q&A

# 垂直限制之概念

◎公平法§19規定之限制轉售價格(垂直價格限制)、§20第5款規定之不當限制交易相對人之事業活動(垂直非價格限制)等行為，學理上稱為「垂直限制」(Vertical Restraints)，意指處於不同產銷階段之上、下游事業間，所為價格或非價格交易條件之限制。

◎垂直限制 vs. 水平限制(聯合行為、卡特爾)

- \* 產銷供需之上下支配從屬關係 vs. 事業間限制競爭之合意
- \* 不同產銷階段之事業(無競爭關係) vs. 有競爭關係之同業
- \* 兼具競爭之促進與阻礙效果 vs. 高度限制競爭效果
- \* 「合理原則」、「原則違法」 vs. 「當然違法」

# 垂直限制之概念

## ◎ 正面評價：

- \* 維護品牌形象，防止搭便車現象。
- \* 促使新品牌商品，得以順利進入市場。
- \* 限制品牌內競爭，得以強化品牌間競爭。

## ◎ 負面評價：

- \* 限制經銷商價格決定自由或其他營業自由。
- \* 可能導致經銷階層之水平聯合，或垂直通路之市場封鎖等效果。
- \* 促使商品價格居高不下。

# 垂直限制之概念

◎限制轉售價格，又稱「維持轉售價格」（**Resale Price Maintenance, RPM**）：係指事業對於其交易相對人，就其所供給之商品，要求該交易相對人將商品轉售予第三人或第三人再轉售時，必須遵守其設定之價格。

◎限制轉售價格之態樣：

- 直接限制轉售價格：廠商 ⇨ (RPM)批發商
- 間接限制轉售價格：廠商 ⇨批發商 ⇨ (RPM)零售商
- 固定轉售價格：售價 ○○○元
- 最高轉售價格：售價不得高於○○○元
- 最低轉售價格：售價不得低於○○○元
- 區間轉售價格：售價○○○元～○○○元

# 垂直限制之概念

## ◎限制轉售價格之違法性

- 剝奪經銷商價格決定自由：經銷商將無法依據其各自所面臨競爭狀況及成本結構訂定合理售價（公處字第089207號處分）。
- 減少品牌競爭：使特定商品「品牌內」之價格競爭完全趨於消滅，該特定商品價格下降壓力減少，進而間接導致「品牌間」之競爭減少，故具有高度之限制競爭效果（92年度判字第825號判決）。
- 導致水平價格聯合效果：下游多家經銷商，彼此為迴避價格競爭，紛紛要求上游供應商實施一定轉售價格之限制，如此即與該等經銷商實施價格聯合發生同樣之效果(公處字第086206號處分)。

# 垂直限制之概念

## ◎ 「限制」轉售價格，有無拘束力之認定標準

- 合約書約定下游經銷商轉售價格，並以經銷權之取消、停止出貨及罰處 違約金等配合措施，對下游經銷商在心理上易形成壓迫，其價格設定自由實已受前開不利益制裁等配合措施之拘束(公處字第095173號處分)。

## ◎我國公平法對限制轉售價格之違法判斷

- 民國104年修法:「當然違法」⇨「原則違法」
- 例外合法之正當理由(施行細則§25):提升售前服務效率或品質、防免搭便車、提升市場參進效果、促進品牌間競爭、其他有關競爭考量之經濟上合理事由。

# 垂直限制之概念

◎垂直非價格限制:以不正當限制交易相對人之事業活動為條件，而與其交易之行為。

➤搭售(Tie-In Sales):二以上可以獨立購買之產品(服務)，出賣人要求買受人必須同時購買，否則不予銷售。

\* 電視公司銷售高收視率節目廣告時段，搭售低收視率節目廣告（公處字第082056號處分）。

\* 廠商限制經銷售後服務須使用原廠零件，是否構成違法搭售？視是否確保公眾安全之必要(公研釋057號)。



# 垂直限制之概念

## ◎ 垂直非價格限制

➤ 獨家交易 (**Exclusive Dealing**)、經銷地區限制 (**Territory Restraints**)、顧客限制 (**Customer Restraints**)

- \* 「○○百貨公司專櫃廠商合約書」，限制專櫃廠商不得在其賣場半徑2公里之商圈內販賣與本約相同或類似商品，或為相同或類似之服務或營業等約款（公處字第091086號處分）。
- \* ○○汽車業者在我國小型客車市場已具相當市場力，而汽車市場尚屬穩定成熟之市場，被處分人限制經銷商跨區銷售，並非屬增進效能之必要方法，致有限制競爭或妨礙公平競爭之虞(公處字第101063號處分)。

# 垂直限制之概念

## ◎我國公平法對垂直非價格限制之違法判斷

- 「合理原則」：綜合當事人之意圖、目的、市場地位、所屬市場結構、商品或服務特性及履行情況對市場競爭之影響。

## ◎我國公平法對違法垂直限制之制裁

- 行政制裁(§40)：限期令停止、改正行為或採取必要更正措施；並得處10萬~5,000萬元罰鍰。
- 刑事制裁(§36)：未停止、未改正，或停止後再為相同違法行為，處行為人2年以下有期徒刑、拘役或科或併科5,000萬元以下罰金。
- 民事制裁(§31)：請求法院命停止違法行為、被害人最高得請求損害額三倍之賠償。

# 美國反托拉斯法對垂直限制之規範

## ◎ 規範依據

- 休曼法 (Sherman Act) §1:任何以契約、托拉斯或其他形式之結合、共謀，限制美國各州間或與外國間之貿易或商業者，均屬違法。
  - \* 休曼法§1適用於水平卡特爾、限制轉售價格、限制經銷地區或限制顧客等行為之規範。
- 克萊登法 (Clayton Act) §3:在各州或與國外之通商貿易，以不銷售或不使用競爭者之商品為交易條件，致有實質限制相關市場競爭或形成獨占之虞者，應予禁止。
  - \* 克萊登法 §3適用於獨家交易、搭售等行為之規範。

# 美國反托拉斯法對垂直限制之規範

## ◎ 限制轉售價格之違法判斷

➤ 美國聯邦最高法院1911年Dr. Miles案判決，採「當然違法」原則理由：

- \* 買受人受讓商品所有權移轉後，取得商品轉售之訂價自由。
- \* 從交易自由、保障所有權的觀點，出賣人不得限制買受人轉售商品及訂價之自由。
- \* 限制商品轉售訂價自由，阻礙商品經銷階層價格競爭，損害公共利益。

# 美國反托拉斯法對垂直限制之規範

## ◎ 限制轉售價格之違法判斷

➤ 美國聯邦最高法院2007年Leegin案判決，改採「合理原則」(多數意見，5票)理由：

- \* 休曼法§1禁止之不當交易限制，在水平價格卡特爾案件，適用當然違法原則；其他類型限制交易案件，應考量限制內容、性質及效果等因素，適用合理原則判斷其是否不當。
- \* 垂直協定與水平協定之限制競爭效果不同，限制轉售價格不宜與水平價格協定等同評價。
- \* 限制轉售價格，存在防止搭便車、有助於新業者參進市場等經濟合理性。
- \* 認定限制轉售價格可間接達成價格卡特爾，一律定位其有反競爭效果，欠缺實證。

# 美國反托拉斯法對垂直限制之規範

## ◎ 限制轉售價格之違法判斷

➤ Leegin案判決，反對限制轉售價格適用「合理原則」(少數意見，4票)理由：

- \* 限制轉售價格，存在反競爭效果(消滅經銷商間價格競爭、助長製造商間迴避競爭、導致商品價格上漲)。
- \* 質疑限制轉售價格是否有防止搭便車、有利新業者參進市場之效果；若採合理原則，違法判斷過程容易忽略其反競爭效果，且增加經濟分析成本。
- \* Miller-Tydings Act 廢止後，對於限制轉售價格適用當然違法原則之趨勢下，尚無必要改變Dr. Miles案判決先例之見解。

# 美國反托拉斯法對垂直限制之規範

## ◎ 垂直非價格限制之違法判斷

➤ 美國聯邦最高法院1977年 **Sylvania** 限制經銷地區及顧客案判決，確立「合理原則」理由：

- \* 本案限制品牌內競爭，同時增進產品經銷流通效率，因而有促進品牌間競爭效果(市占率2%增加至5%)。
- \* 判斷垂直非價格限制是否違法，應充分考量經濟效果，不宜逕行適用「當然違法」判斷原則。

➤ 美國聯邦最高法院1982年 **Beltone** 獨家經銷案判決，適用「合理原則」考量因素：

- \* 商品市占率、獨家經銷商家數比例。
- \* 市場參進障礙。
- \* 市場集中度、助長卡特爾共謀可能性。

# 美國反托拉斯法對垂直限制之規範

## ◎ 垂直非價格限制之違法判斷

➤ 美國聯邦最高法院相關搭售案件判決，適用「合理原則」考量因素：

- \* 出賣人在主要商品(搭售商品)是否擁有一定程度的市場力量。
- \* 出賣人是否強迫買受人接受搭售契約。
- \* 有無對被搭售商品市場產生限制競爭效果。
- \* 有無搭售正當理由(確保出賣人之商譽、維持商品品質、保護商品創作者之智慧財產權、維護公安)。



# 美國反托拉斯法對垂直限制之規範

## ◎ 違法垂直限制之制裁

- 刑事制裁:違反休曼法屬於重罪，司法部起訴，一經法院定罪，其若為營利事業，處以1億元以下罰金；若為其他任何人，處以10年以下有期徒刑、或科或併科一百萬元以下之罰金。
- 行政制裁:違反克萊登法，聯邦貿易委員會經由違法事業同意或行政審判程序，發布排除違法措施命令。
- 民事制裁:違反休曼法或克萊登法，司法部得提起民事訴訟，請求法院發布禁止命令；被害人或州檢察長以州名義，得提起三倍金額損害賠償訴訟。

# 歐盟競爭法對垂直限制之規範

## ◎ 規範依據

### ➤ 歐盟條約§101

- \* 第1項禁止規定：事業間協議、事業團體決議與一致性行為，係足以影響歐體會員國間交易，且以妨礙、限制或扭曲歐體共同市場競爭為效果或目的者，與共同市場不相容，應予禁止。包括下述行為：（a）直接或間接決定價格或其他交易條件；……（e）以交易相對人接受附帶義務作為締約條件，而該附帶義務之性質與商業用途均與該契約毫無關聯。
- \* 第3項豁免適用規定：但有下列情形時，第1項規定得被宣告不適用：有助於改善商品之生產或分配、促進技術或經濟進步，並確保消費者能享受其利益，而無（a）對相關事業課以非必要之限制；或（b）使相關事業就系爭商品之重要部分排除競爭等情形者。

# 歐盟競爭法對垂直限制之規範

- 垂直限制協議集體豁免適用處理原則(Commission Regulation 330/2010)
  - \* 垂直限制協議之事業，各自在相關市場占有率未達30%，原則豁免適用第1項禁止規定(Safe Harbor、安全港條款)。
  - \* 例外排除豁免適用原則之協議：(a)不競爭義務條款務(non-compete obligations)期限逾5年，或未定期限；(b)經銷契約終止後，仍限制買方遵守不競爭義務；(c)禁止選擇性經銷商銷售特定競爭品牌商品。
  - \* 限制固定或最低轉售價格，原則適用第1項禁止規定；例外個案證明符合第3項有益經濟效率等要件，得豁免適用禁止規定。

# 歐盟競爭法對垂直限制之規範

## ➤ 垂直限制協議集體豁免適用處理原則(Commission Regulation 330/2010)

- \* 排他性經銷 (Exclusive Distribution)、排他性供給 (Exclusive Supply)、排他性顧客分配 (Exclusive customer Allocation) 協議: 供應商、經銷商各自在相關市場市占率未達30%，且未訂有逾5年的不競爭義務條款，適用第3項豁免規定；市占率達30%以上者，個案分析是否違反第1項禁止規定。
- \* 搭售 (Tying): 事業在搭售、被搭售雙方市場占有率皆未達30%，且未訂有逾5年的不競爭義務條款，適用第3項豁免規定；市占率達30%以上者，個案分析是否違反第1項禁止規定。

# 歐盟競爭法對垂直限制之規範

## ◎ 違法垂直限制之制裁

### ➤ 行政制裁

- \* 執委會（the European Commission）得命涉案事業停止或改正違法行為，並處違法事業前一年度總銷售金額10%以下罰款。
- \* 執委會對於不遵守停止或改正違法行為命令者，得按日處前一年度平均每日銷售金額50%以下罰款。

### ➤ 行政和解

- \* 涉案事業在執委會會議決定前，得申請行政和解；執委會同意和解，減輕10%罰款。

# 日本獨占禁止法對垂直限制之規範

## ◎ 規範背景

- 1990年代前，日本各商品市場普遍存在著廠商對經銷商實施價格、非價格的行銷管控策略(流通系列化)，形成市場封鎖效果，以致在美日貿易結構協議列為談判會商之重點。
- 因應美日貿易結構協議，日本公正取引委員會針對小客車、汽車零件、玻璃板、紙等商品進行產業調查，在1991年7月1日公布流通交易慣行指針。
- 流通交易慣行指針，揭示對於垂直價格、非價格限制之執法方針，藉以確保事業人得以自由參進市場、自由選擇交易對象、自由決定價格及其他交易條件、進行以價格品質及服務為中心之公平競爭。

# 日本獨占禁止法對垂直限制之規範

## ◎ 規範依據

### ➤ 獨占禁止法§19禁止事業人實施不公平的交易方法、§2第9項不公平的交易方法定義：

- \* 無正當理由限制交易相對人轉售(再轉售)價格。
- \* 不當的附加拘束交易相對人之事業活動條件。
- \* 不當的強制競爭者之顧客與自己交易。

### ➤ 流通交易慣行指針

- \* 事業人自主決定其商品銷售價格，為其從事事業活動之最基本條件.....拘束經銷商決定商品銷售價格，消滅或減少經銷商間之價格競爭，原則構成不公平交易方法之違法行為。
- \* 非價格限制，各行為類型對市場競爭之影響有差異，須個案考量市場力量、市場封鎖、價格維持效果等因素，判斷是否違法。

# 日本獨占禁止法對垂直限制之規範

## ◎限制轉售價格之違法判斷

### ➤ 拘束力限制措施

- \* 未依提示價格銷售，實施或告知停止供貨、減少供貨量、調高出貨價格、減少折扣優惠或拒絕供給其他製品等經濟不利益措施。
- \* 依提示價格銷售，提供或告知給予折扣優惠、調降出貨價格、供給其他製品等經濟利益措施。
- \* 調查是否依提示價格銷售，要求報告售價或派員監視、查閱帳冊等。
- \* 以商品編號管控通路，禁止經銷商供貨給削價銷售業者。
- \* 要求供貨給削價銷售業者之經銷商，買回該商品。
- \* 接受其他經銷商之申訴，要求經銷商停止削價銷售。



# 日本獨占禁止法對垂直限制之規範

## ◎限制轉售價格之違法判斷

### ➤ 限制轉售價格應否具備市場力？

\* 流通交易慣行指針，未明訂實施違法限制轉售價格之市場力門檻。

\* 第一次嬰兒奶粉事件，日本最高法院判決：嬰兒奶粉對於消費者具有不易轉換品牌之特性，經銷商在依賴某特定品牌奶粉供應之情況下，即使該特定品牌奶粉市占率低(和光堂奶粉市占率約6%~10%)，其限制轉售價格仍有拘束力，足以認定其違法(昭和50.7.10)。

# 日本獨占禁止法對垂直限制之規範

## ◎ 限制轉售價格之正當理由

- 有防止搭便車及促進品牌間競爭之效果，因此擴大商品需求、增進消費者利益，相較於其他限制方法所生阻礙競爭效果最小，在必要期間及範圍內，得認其有正當理由。
- 以保護小規模零售商對抗大規模量販店削價競爭、新進業者開展通路或維持品牌形象等理由之商品(家電、毛線、安眠枕、調味醬料等)限制轉售價格案例，大多以和解程序處理 (1993年3月、2000年8月、2001年1月、2002年12月等勸告審決)。

## ◎ 限制轉售價格之除外適用

- 獨占禁止法§23:經指定之日常消費用品、著作物等商品轉售。

# 日本獨占禁止法對垂直限制之規範

## ◎ 垂直非價格限制之違法判斷

### ➤ 市場占有率門檻

- \* 市場占有率未達20%者，實施垂直非價格限制行為，通常無阻礙市場競爭之虞，不至於被認定違法。
- \* 市場占有率達20%以上者，將個案考量相關因素，判斷是否違法。

### ➤ 限制銷售區域、交易對象之違法要素

- \* 市場占有率達20%以上
- \* 導致價格維持效果
- \* 例如在寡占或產品呈現差別化的市場，有市場力量的廠商限制經銷商銷售區域或交易對象，容易產生價格維持效果。

# 日本獨占禁止法對垂直限制之規範

## ◎ 垂直非價格限制之違法判斷

### ➤ 搭售之違法要素

- \* 搭售商品(主要商品)有市場力之廠商，強制交易相對人購買被搭售商品，以致被搭售商品市場產生市場封鎖效果。
- \* 搭售商品廠商市場力大、實施搭售行為長、搭售(被搭售)商品之交易相對人多，容易產生市場封鎖效果。
- \* 例如A公司之試算表軟體、B公司之文書處理軟體分別擁有第一市場占有率。A公司以包裹授權方式，強制電腦廠商一併接受試算表軟體及文書處理軟體授權，A公司因此取得二軟體第一市場占有率平成(10年12月14日勸告審決)。

# 日本獨占禁止法對垂直限制之規範

## ◎違法垂直限制之制裁

### ➤ 行政制裁

- \* 命停止違法行為、取消違法垂直限制條款。
- \* 違法限制轉售價格，處3年內違法期間銷售金額一定百分比之罰款(製造業3%、零售業2%、批發業1%)。

### ➤ 民事制裁

- \* 請求法院命停止違法行為。
- \* 違法事業負無過失損害賠償責任。

## 結語

- ◎ 各國競爭法對於垂直限制之規範，限制轉售價格大多採「原則違法」、非價格限制普遍採「合理原則」。
- ◎ 企業從事國際貿易，宜應熟悉各國競爭法制，避免誤觸法令。
- ◎ 企業擬定行銷策略，應事前評估違法風險，分析是否符合「例外合法」或「合理原則」之正當事由。
- ◎ 建立企業遵法機制，落實違法風險之內稽內控。



**Q&A**

**THANK YOU  
FOR  
YOUR TIME**