



# 公平交易法

## 垂直交易限制

王立達 教授

副院長、在職專班執行長



法學院 國立政治大學  
College of Law, National Chengchi University

# 垂直交易限制

- Vertical restraints
- 上下游廠商彼此交易時，所施加的附加限制，有可能限制市競爭者
  - ◆ 經常出現在銷售/經銷（distribution）契約、授權契約等上下游交易契約之中
- 美國、歐盟：和水平聯合行為置於同一條文
- 我國、德日：另外單獨規定

# 美國-Sherman Act

---

## ■ Sherman Act sec. 1 sentence 1

- ◆ Every **contract, combination** in the form of trust or otherwise, or **conspiracy**, in restraint of trade or commerce among the several States, or with foreign nations, is declared to be illegal.

# 美國-Clayton Act

## ■用以具體化、補充Sherman Act

## ■Sec. 3: Exclusive Dealing（獨家交易）與 Tying Arrangement（搭售）

➢ 雖可為Sherman Act sec.1涵蓋，惟本條使要件更為具體

◆ 何時違法：where the effect . . . may be to substantially lessen competition or tend to create a monopoly in any line of commerce

➢ 基本上以合理原則加以判斷。不過美國法對於搭售，在具備一定市場力量後，採取原則禁止、例外許可的準當然違法加以審查。

# 歐盟-Vertical & Horizontal Agts

---

## ■ Treaty on the Functioning of the European Union art. 101

- ◆ 1. The following shall be prohibited as incompatible with the internal market: **all agreements between undertakings**, decisions by associations of undertakings and concerted practices which may affect trade between Member States and which have as their object or effect the prevention, restriction or distortion of competition within the internal market, and in particular those which: . . . .

# 歐盟-Vertical & Horizontal Agts

---

- ◆Restrictions by object：類似適用當然違法之行為
- ◆Restrictions by effects：類似適用合理原則者

# 垂直價格限制-維持轉售價格

- **Retail Price Maintenance (RPM)**，又稱約定轉售價格
- **公平法第19條：**
  1. 事業不得限制其交易相對人，就供給之商品轉售與第三人或第三人再轉售時之價格。但有正當理由者，不在此限。
  2. 前項規定，於事業之服務準用之。
- **公平法目前對RPM採取原則禁止、例外許可的準當然違法(quasi per se illegal)原則。**

## ■ 本條不問行為人之市場力量，亦不必證明實際效果是否可能限制競爭，只須確定：

1. 有維持轉售價格之行為
2. 系爭供給行為乃係銷售（移轉所有權），而非代銷
3. 行為人無法舉證證明有正當理由存在

## ■ 重大案例：

- ◆ Apple限制電信業者賣iPhone 4、4S和5的零售價格，2013年12月公平會處罰2000萬元
- ◆ 杏輝藥品案



# RPM-可合法化的正當理由

## ■施行細則§25：

◆本條第1項但書所稱正當理由，~~主管機關~~得就**事業所提事證**，應審酌下列因素認定之：

1. 鼓勵下游事業提升售前服務之效率或品質。
  - 例如：服裝業的實體店面與網路銷售
2. 防免搭便車之效果。
3. 提升新事業或品牌參進之效果。
4. 促進品牌間之競爭。
  - 例如：共同促成品牌廣告
5. 其他有關競爭考量之經濟上合理事由。

# RPM-2015年公平法修正前

- **RPM當然違法，不允許合理事由予以合法化**
  - ◆ 美國聯邦最高法院2007年Leegin Creative Leather Products, Inc. v. PSKS, Inc案，捨棄100年來認為RPM當然違法的見解，改採合理原則，要求個案認定對於市場競爭有無實際不利影響，再決定是否合法。
    - 價格約定對於市場競爭影響還是比較明顯，有部分學者及州政府仍然希望採取較嚴格之審查標準
    - 最高法院Leegin案判決表示，下級法院可發展快速審查（quick look）之簡式合理原則（abbreviated rule of reason）⇨符合一定條件的RPM，可以推定具有限制競爭效果，不須實際證明，直接轉由行為人舉證證明有正當理由而不影響競爭 ⇨ 接近公平法目前規定

# 其他類型的垂直價格限制

- 如：限制智財被授權人製造之商品銷售價格
  - ◆ 不是商品轉售，不適用§19
  - ◆ 公平會技術授權協議案件處理原則
    - 第6點第2項第(六)款：限制授權商品銷售與第三人之價格，而對相關市場具有限制競爭之虞者，授權協議當事人不得為之
      - 適用公平法第20條第5款：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，有限制競爭之虞者，事業不得為之。

# 非價格垂直交易限制-§20

- ◆下列各款行為有限制競爭之虞者，事業不得為之：
1. 以損害特定事業為目的，促使他事業對該特定事業斷絕供給、購買或其他交易之行為 ⇨ 杯葛
  2. 無正當理由，對他事業給予差別待遇之行為。
  3. 以低價利誘或其他不正當方法，阻礙競爭者參與或從事競爭之行為。
  4. 以脅迫、利誘或其他不正當方法，使他事業不為價格之競爭、參與結合、聯合或為垂直限制競爭之行為。
  5. 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

# §20-市場不法/合理原則(一)

## ■§20第(2)款：差別待遇

◆無正當理由，對他事業給予差別待遇，而有限制競爭之虞者，事業不得為之

➢依本款規定，搭配合理原則(rule of reason)，審查步驟應如下：

1. 執法機關及原告應先證明：

1. 差別待遇存在

2. 限制競爭之虞：(1)跨越市占率門檻(2)限制競爭的實際可能性

2. 再由行為人就其有正當理由加以舉證。

➢ 公平會目前操作方式，與此相近

# 差別待遇

- ◆ 施細§26第2項：差別待遇是否有限制競爭之虞，應綜合下列因素加以判斷：
  - 當事人之意圖、目的
  - 市場地位
    - 合理原則第一、第二步驟
    - 市占率門檻：公平會要求15%，日本要求20%，歐盟要求30%
  - 所屬市場結構、商品或服務特性
  - 實施情況對市場競爭之影響

# 差別待遇

- ▶ 施細§26第1項：本條所稱正當理由，應審酌下列情形認定之：(1)市場供需情況。(2)成本差異。(3)交易數額。(4)信用風險。(5)其他合理之事由。
  - 合理原則第三步驟的考量因素。

# §20-市場不法/合理原則(二)

## ■§20第(5)款：限制性約款

- ◆以不正當限制交易相對人之事業活動為條件，而與其交易，而有限制競爭之虞者，事業不得為之
  - ▶ 施細§27條第1項：本款之限制，指搭售、獨家交易、地域、顧客或使用之限制等。
  - ▶ 施細§27第2項：前項限制是否不正當而有限制競爭之虞，應綜合下列因素加以判斷：
    - 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；實施情況對市場競爭之影響
    - 與施細§26第2項相同，但此處不但用以判斷有無限制競爭之虞（合理原則第1、2步驟），還用以判斷有無正當理由
      - 這些因素也可涵蓋合理原則第3步驟，只是不那麼完整，同時與施細§26單純以之判斷限制競爭之虞，角色定位上有些錯亂



# §20-行為不法/當然違法

## ■§20第(4)款：以不正當方法，使他事業不為競爭

◆以脅迫、利誘或其他不正當方法，使他事業不為價格之競爭、參與結合、聯合或為垂直限制競爭，而有限制競爭之虞者，事業不得為之

▶從條文看來，著重其行為本身限制競爭之非難性

- 有案例採取此見解。但也有案例認為，如果參與的行為有限制競爭之虞，該促使行為本身亦有限制競爭之虞，而具有非難性 ⇨ 不需要以脅迫利誘等不正當方法為之
- 【Q1】：公會未經會員大會或理監事會決議，通知會員加入部分會員提議的聯合行為，應否以本款加以處罰？
- 【Q2】：如果A業者遊說B業者接受購併提議，應否處罰？
- 【Q3】：強制搭售是否構成脅迫？

# §20- 中間類型(一)

- 擺盪於市場不法/合理原則，與行為不法/當然違法之間.....
- §20第(3)款：以不正當方法，阻礙競爭
  - ◆ 以低價利誘或其他不正當方法，阻礙競爭者參與或從事競爭，而有限制競爭之虞者，事業不得為之
  - ◆ 低價利誘：
    - ▶ 公平會在2015年修法前，將之歸類行為不法/當然違法
    - ▶ 現行施細§27第2項就低價利誘有無限制競爭之虞，判斷因素與§26第2項相同，似乎採取合理原則。
      - 應綜合當事人之意圖、目的、市場地位、所屬市場結構、商品或服務特性及實施情況對市場競爭之影響等加以判斷。

# 違法低價利誘

## ◆違法低價利誘，應具備之構成要件：

1. 低價銷售：低於平均變動成本
  - 0元或1元特別容易受罰
2. 相當市場地位：公平會同樣採取15%？
3. 限制競爭之現實可能：
  - 應考量：時間長短、占受害競爭者之銷售比例、對競爭者衝擊程度大小、市場進入障礙

### ▶(4)不具合理事由

- 德日承認之合理低價事由：短期促銷、易腐敗食品。
- 我國承認之合理低價事由：新進業者參進市場

永佳樂有線電視股份有限公司於新北市新莊區、五股區及泰山區有線廣播電視系統服務市場，以低價利誘及不正當方法阻礙競爭者參與或從事競爭，且有限制競爭之虞，違反公平交易法罰250萬元。

公平交易委員會新聞資料 106年11月1日

據公平會調查，永佳樂公司為本案相關市場之既有業者，市場占有率達86.20%，具有相當市場力量，卻於105年7月起對新進業者之客戶實施0元收視有線電視1年之優惠方案(下稱0元方案)，經對照永佳樂公司105年之每戶每月平均變動成本，前述0元方案之價格顯然低於其平均變動成本，且與其過去對一般訂戶之收費價格(每月均為新北市政府核定之收費上限500元)顯然有很大的差距，亦與本案其他有線電視業者之收費情形不相當。永佳樂公司實施0元方案之時點及對象，主要為因應新進業者參進本案相關市場，其意圖及目的係為阻礙新進業者參與或從事競爭，並已影響一般收視戶對有線電視服務提供者之正常決定，而使得新進業者蒙受流失客戶及退租退費之損害，已對競爭者產生阻礙競爭之效果。且該方案短期而言，消費者似可無償取得免費收看有線電視1年的優惠，但長期實施結果，現有新進業者可能因而退出相關市場，一時亦難有後繼之競爭者參進，終將損及該市場之競爭及整體消費者利益，因而認定屬公平交易法第20條第3款之「以低價利誘方法阻礙競爭者參與或從事競爭」之行為。

# 以其他不正當方法，阻礙競爭

## ◆ 先前Uber與計程車的違法競爭

- ▶ 違法營業，就是以不正當方法阻礙競爭？
- ▶ 共享經濟，經營效率明顯高於傳統營運方式，是促進競爭、強化競爭，還是阻礙競爭？

# §20- 中間類型(二)

## ■§20第(1)款：杯葛 (boycott)

- ◆以損害特定事業為目的，促使他事業對該特定事業斷絕供給、購買或其他交易，而有限制競爭之虞者，事業不得為之
  - ▶公平會內部對於杯葛的發動事業，是否必須具備一定市場力量，莫衷一是
  - ▶本條在實務上較少使用，只有具備一定市場力量的發動事業，才會遭到以本條處罰

# 銷售量競爭下的杯葛/獨家交易

今年11月1日，有商家爆料稱，雙11前夕，京東商城電器類目向不少商家發出明確要求，具體包括，「產品必須在天貓和京東同時上架，同款同價，即便天貓專供款，京東也必須要有，不能同步的話也至少要AB款上架；天貓預售做的好的品牌，京東堅決不給任何資源位置露出；京東上售賣的主打產品增加贈品，放低價格。」

雖然這並非「雙十一」，但這其實與最近這幾年裡頻繁發生的多起「二選一」沒有什麼區別，目的就是為了爭奪優質客戶，通過獨家的資源起到打壓競爭對手的目的。

搬起石頭砸自己的腳，京東霸權下的作繭自縛

所謂「二選一」，其實是指商家只能選擇在一家電商平台做促銷活動，並與該平台簽訂「獨家合作協議」，保證產品只單獨在指定平台上售賣，同時還必須關閉其他平台上的店鋪。



2017年11月5日



## SOGO「綁櫃條款」 公平會罰250萬

🕒 2006/11/21 12:50

記者 劉涵竹 / 攝影 李偉華 報導

6年前，台北東區的SOGO百貨為了抵制附近開幕的微風廣場，強制專櫃廠商不能在半徑2公里之內設點服務，這種綁約條款，讓專櫃無法前進微風，公平會最後判決SOGO影響公平競爭，罰款250萬元，還要停止綁櫃行為，這樣的結果，很可能讓東區商圈的專櫃掀起大搬風的可能。

空間寬廣，號稱貴婦最愛的微風廣場，化妝品專櫃卻常常只有小貓兩三隻，熱門品牌沒設櫃，全都是因為SOGO不放入。

6年前，微風開幕招商時，SOGO就對旗下品牌施壓，不得在半徑2公里內商圈設點，否則終止合約還要賠償損失。



# 差異化競爭下，杯葛/獨家交易？

## 吸買氣 百貨爭推新櫃搶客

工商時報

A A A 友善列印

IEK：產值增幅 台灣  
半導體 明年冠全球

工商社論》虎口如何  
求生？

越南總理 阮春福：反  
對保護主義

富美鑫宣示：永不離  
開越南



2017年02月27日 04:10 [工商時報](#) 李麗滿 / 台北報導

3月迎春搶客，微風集團旗下包括復興微風廣場、微風信義與太平洋SOGO百貨忠孝復興等三店均同步推新櫃，其中，日本複合式單寧品牌RIGHT-ON即將於四月進駐微風廣場，占地超過百坪，SOGO復興店等三館則聯合引進「M+ POP UP STORE」等11家新品牌，有助迎來春裝新消費力。

可超越的是競爭，不可超越的才是限制競爭！

---

歡迎提問討論!