

壹. 緒論

液化石油氣(Liquid Petroleum Gas，簡稱LPG)是家庭能源重要來源之一，依據經濟部能源委員會的統計，液化石油氣去年(八十八年)提供 1372930(10^7)仟卡，而天然氣則提供 669735(10^7)仟卡的熱能予家庭消費，前者約佔家庭熱能的 67%，而後者則佔 33%。台灣地區家庭用液化石油氣的使用，開始於民國四十七年，由中油公司直接銷售予一般家庭，不過數量上並不多，到民國四十八年中油液化石油氣的銷售僅 500 公噸。中油公司直接銷售期間，液化石油氣在市場上常發生供不應求的現象，遂採行嚴格的配額管制制度，關說情形層出不窮，在不堪其擾下，中油公司決定不再負責銷售事宜，而將總經銷權交由國民黨黨中央處理。國民黨黨中央經研究後，乃創立了裕台公司，負責經銷液化石油氣的業務，液化石油氣總經銷的制度從此確立。民國五十九年，裕台公司液化石油氣的業務則轉交給另一黨營事業瑞華公司負責。民國六十七年液化石油氣總經銷的業務，再度由瑞華公司轉由退除役官兵輔導委員會液化石油供應處(簡稱液供處)負責。

退輔會液供處負責液化石油氣總經銷期間，為統一事權，穩定市場交易的秩序，乃採行嚴格的管制措施，例如凍結分銷商執照、凍結分裝場及運輸商的設立、限制分銷商承銷區域、統一各區銷售價格、限量配氣等多項限制市場競爭之行為。公平法施行後為打破總經銷的壟斷市場及其衍生的市場限制競爭的行為，行政院公平交易委員會，遂於第七十三次委員會議，議決開放液化石油氣經銷市場。八十二年九月中油公司配合經銷

商的市場開放，正式公告經銷商甄選要點後，隨後有李長榮化工、聯華氣體，合興石化、和協、寧揚、台和、北部瓦斯、乾惠等八家民營經銷商投入市場，加上民國八十五年液供處民營化的北誼興業，目前液化石油氣的經銷市場已有九家廠商彼此競爭。經濟部民國八十八年進一步開放液化石油氣的進口市場，液化石油氣的來源不再侷限於中油公司的獨家供應。至此液化石油氣市場由生產或進口的上游，到經銷商的中游，以及分銷商瓦斯行的下游，均由原有封閉欠缺競爭環境的情況，改變為存在著競爭的市場。

民國六十年期間，液化石油氣市場大幅擴張，為適應市場服務的需求，政府乃將分銷商執照由全省一千餘張大舉擴張到三千餘張¹。液化石油氣市場呈現一片欣欣向榮的前景。惟隨後由於天然瓦斯大量的引進，尤其是在都會區²，搶走大部分液化石油氣的市場，使得每一家液化石油氣所能分配的氣量太少無法達成規模經濟的經營。再者隨著台灣經濟發展的進步，市場上體力勞動工人缺乏，使得每家液化石油氣分銷商的經營，因體力勞動工人不易尋覓，受到相當的限制。其他客觀條件的改變，也對液化石油氣分銷商的經營，產生必須做成調整的限制，例如為顧及住宅地區的安全，內政部頒佈辦法要求分銷商的營業場所的桶裝瓦斯存量，不能超過 128 公斤。道路交通安全規則亦對機車載貨高度做嚴格限制，以及都市限制機車限時限區行駛等，這些客觀條件的改變液化石油氣分銷商的原有經營方式難以維持。當時主導液化石油氣經銷的瑞華公司，乃開始籌劃液化石油氣聯合配送制度，並於台東、花蓮、楊梅、鶯歌等四

¹ 見公平會台北市社子地區桶裝瓦斯價格過高案調查報告。

² 見第二章表三全省各地天然瓦斯與液化石油氣的家庭能源市場的佔有比例。

個地區試辦。及至民國七十一年退輔會液供處為適應分銷商雇工困難，及配合社會安全的規定，乃提出「分銷商計劃配送實施方案」，聯合配送計劃的重要內容為：1. 每一配送組織參加之分銷商家數，由當地公會視其行政區域大小統籌協調(輔導要點第四條)。2. 合作計劃配送組織供應訂立章程，選任負責人，按期招開股東會(輔導要點第五條)。3. 每月配售液化石油氣，應全量交予配送組織統籌配送(輔導要點第九條)。4. 成立合作配送組織地區，禁止該地區分銷商遷出或其他分銷商遷入(輔導要點第十一條)。5. 分銷商不論已加入或未加入合作計劃配送均應照核定之零售價格供應用戶，並由公會召集全體分銷商共同簽訂不二價公約且明訂罰則(輔導要點第二十三條)。由輔導要點內容觀察，該方案形成典型的勾結組織與進行聯合壟斷之行為。為使「合作配送計畫」順利推動，液供處於民國七十七年訂定「分銷商合作計畫配送輔導要點」，民國七十九年八月三十一日再頒修訂之「分銷商合作計畫配送輔導要點」，做為聯合配送桶裝瓦斯的依據。惟事後施行的結果，似乎脫離了液供處的控制，例如原辦法規定成立配送組織，應向液供處登記，當時成立配送組織甚多³，但依規定向液供處登記者僅佔全部配送中心的 8%，即使是液供處也無法全盤掌控業者協議內容是否正當⁴，此制度很可能質變為業者的聯合行為。依據公平會八十七年的調查，台北市液化氣體燃料商業同業公會指稱，各縣市皆存在「勞務配送中心」，且經查證各縣(市)，幾乎均有配送中心，

³ 以台北市為例，目前共有 34 個配送中心，82 年以前成立者有 25 個，佔全部配送中心的 73.8%，見第四章的表九資料。

⁴ 見游素素、胡祖舜(1994)，頁 34。

甚至同一鄉鎮區域即存在多家配送中心之事實⁵，顯見「勞務配送中心」在液化石油氣的下游市場，具有相當之普遍性。

「勞務配送中心」的成立，如前所述確有其歷史發展之理由，由經銷商角度觀察，勞務配送中心制度，確可為分銷商帶來規模經濟之效果、勞動成本的節省、店面成本的節省等好處，及由此專業化與分工之後⁶，分銷商將可獲得送氣迅速，提升服務品質之效果，就社會整體而言亦可獲得增加儲氣安全的好處。其次相對於非法桶裝瓦斯分銷商，配送中心的形成，亦較能顧及驗瓶安全，達成使用液化石油氣安全的目標，故勞務中心之成立與執行，並非一無是處，應有其正面之價值。

惟依據目前公平交易法的規定，如果分銷商為液化石油氣的零售商，在法律上屬於獨立的個體，配送中心為瓦斯行共同成立的組織單位，則配送中心的若干行為，如統一定價，統一規定加收樓層服務費，可能造成桶裝瓦斯價格的上漲，有觸犯聯合行為的可能。其次，若勞務配送中心係為參與瓦斯行共同設立之經濟組織，則配送中心與參與瓦斯行之間，依據現有公平法第六條結合的定義，第三款「受讓或承租他事業之全部或主要部份之營業或財產者」第四款「與他事業經常共同經營或受他事業委任經營」第五款「直接或間接控制他事業之業務經營、或人事任免」如果結合之情況符合公平交易法第十一條第一項的規定時，則參與組成勞務配送中心的分銷商成員，需負申請結合之義務。

是故，就勞務配送中心行為之公平法適用，瓦斯行和勞務配

⁵ 本研究的調查，全省 25 個縣市，目前只有南投縣、嘉義市、雲林縣、連江縣，四個地區沒有配送中心，見第四章表五的統計資料。

⁶ 見Coase(1937.1988)有關廠商本質的分析。

送中心之間的關係，有密不可分的关系。它有可能屬於聯合行為之違反，也可能屬於需申請結合而未申請結合之問題。當然不管聯合問題，或是結合問題，均涉及市場範圍界定的問題。

研究報告的內容大致分配如下：第壹章為緒論，說明本研究之緣起與目的。第貳章描述液化石油氣的產業概況，先說明液化石油氣的生產與特性，液化石油氣的供給與需求，液化石油氣與天然氣在各地市場的分配，液化石油氣的配銷與通路，以及液化石油氣經銷的沿革。第參章說明桶裝瓦斯配送中心成立、發展與運作，分析配送中心的形成。第肆章分析配送中心的現況、組織形式與可能影響，討論目前實際市場上分銷商與配送中心的關係，其如何形成配銷中心，形成之後如何運作，以及運作之後可能產生的影響。第伍章則探討配送中心的組成、運作與公平交易法的規範，先探討公平法結合行為與聯合行為之關係。然後再分析新設事業的公平法適用問題，然後以德美兩國相同行為的處理為借鏡。最後則分析配送中心的公平法適用，以及討論市場界定的問題。最後一章則為結論與建議。

貳 液化石油氣產業概況

一 液化石油氣的生產與特性

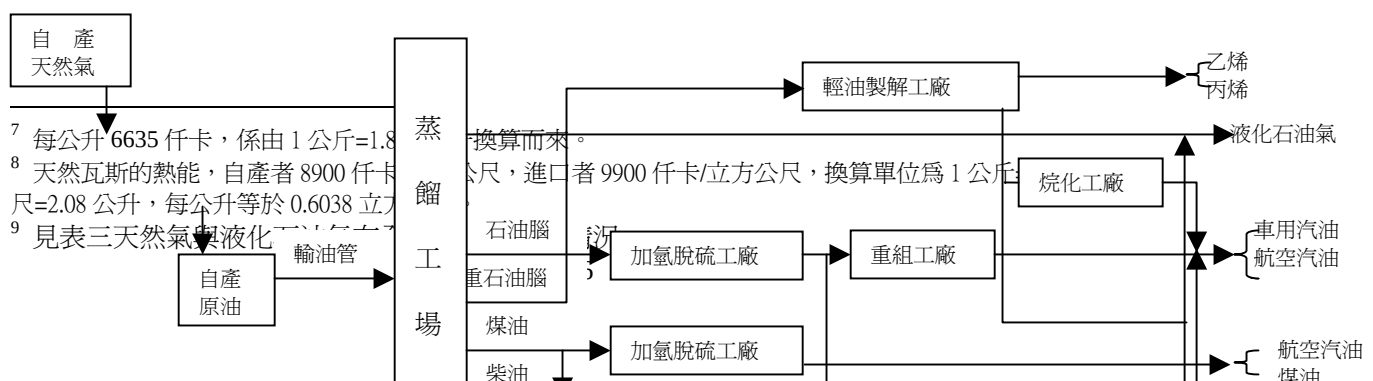
液化石油氣(LPG)，基本上是原油煉製成油品時，自氣體分離出的副產品(見圖一)，其成份包括丙烷和丁烷，所以在實務上也可分別進口丙烷和丁烷，然後再將其混合而成液化石油氣。液化石油氣主要為供應家庭燃料使用，民國八十七年占 74.59%，其次為提供工業部

門燃料使用占 24.34 %，其它部門使用比例較低，僅占 1.06 % (見表一)。為開發其使用的多元性，目前正開放汽車燃料上的使用。

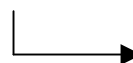
液化石油氣在常溫常壓下為氣體，經加壓冷卻即可液化，通常是加壓後裝入鋼瓶供用戶使用，即稱之桶裝瓦斯。它氣化後的體積比液體體積增加 270 倍，它的發熱量為每公升 6635 仟卡⁷，和自產的天然瓦斯(NG) 的每公升 5374 仟卡，與進口的天然瓦斯每公升 5978 仟卡比較⁸均有較高的熱能。液化石油氣比空氣重 1.7 至 2 倍，所以一旦漏氣時氣體將聚集於地面或較低的地方，空氣中混入此種氣體 2.2% ~9.5%，即有引起燃燒或爆炸的危險。相對而言，它的安全性比天然氣差。一般它以桶裝形式供用戶使用，與天然瓦斯以管線運送供用戶使用的方式也有所不同。

液化石油氣完全燃燒之後，即變成二氧化碳與水蒸氣，如果燃燒過程中，混入的空氣量不足將形成不完全的燃燒，產生一氧化碳的毒氣與煤煙，影響人體健康，甚至造成死亡之不幸。液化石油氣不完全燃燒時火燄為紅黃色，為避免危險，使用時若發現火燄為紅黃色，應立即調節瓦斯爐的空氣調節孔，以求調入適當的空氣成份一直到火燄出現藍色為止，藍色火燄代表燃燒完全，另一方面也可產生能源節省之效率。

液化石油氣可液化的物理特性，使其可以以鋼瓶、儲槽方式儲存、運送，與天然瓦斯以氣體形式，再經導管輸送的銷售方式完全不同。也因為如此，液化石油氣不似天然瓦斯具有自然獨占的特性，但因攜帶的方便性，造成它在偏遠地區或鄉鎮地區的使用普及率較高⁹。



天然氣油
處理場



圖一 石油生產、煉製流程

資料來源: 經濟部能源委員會，能源白皮書

二 液化石油氣的供給與需求概況

(一) 液化石油氣的供給概況：

台灣地區液化石油氣的供給來源有二:一為自產，係中國石油公司進口原油煉製汽油時，其產生的副產品，或以自產的油氣煉製而成。另一種方式是中油公司，自國外進口丙烷與丁烷參配而成液化石油氣。是故，除少數自產油氣煉製成液化石油氣之外，我國液化石油氣的供給，可以說和其它油品相同，幾乎是依賴自國外進口。

追溯歷史，我國液化石油氣的使用過程，最早是中油公司錦水天

然氣工廠，在處理天然氣時，分離出液化石油氣，並在當地銷售。同時，高雄煉油廠煉油分離出來的液化石油氣，並未提供家庭燃料使用，而是將其回收送往煉爐做為燃料。民國四十六年高雄煉油廠開始試產液化石油氣，當時由於社會一些民眾對液化石油氣缺乏認識，很少家庭將其採用為生活上的主要燃料，所以試產初期，只供應少數對液化石油氣有使用經驗的外國僑民¹⁰，至民國四十八年開始正式對外出售 500 噸(見表二)且反應良好，到民國四十九年社會一般家庭對液化石油氣逐漸產生信心，遂誘使中油公司開始大量生產液化石油氣，供應社會之需求，是為台灣液化石油氣市場的發軔期。

為因應社會對液化石油氣之殷切需求¹¹，中油公司乃極力的量產，將 48 年年的年產量 500 公噸提高到五十七年的 57390 噸，生產量提高了 115 倍(見表一)。民國五十八年液化石油氣之供給來源，增加了進口部份，除早期的五十八、五十九兩年占有比例較小外，進口的液化石油氣，很快的就提高了相當的比例。到了民國七十五年，進口液化石油氣占國內液化石油氣的供應比例則超過 50% 以上。民國七十九年進口液化石油氣的進口佔國內液化石油氣的比例達到最高峰，接近 70%。隨後國內液化石油氣生產不斷提高之下，進口比例則呈不斷下降之趨勢。即使如此，目前進口液化石油氣在國內的供給仍接近一半的數量，占有重要地位。

就整個台灣地區液化石油氣的供給量加以觀察，如表一，可以發現長期而言，液化石油氣的供給量係呈上升的趨勢，民

表一：我國液化石油氣之歷年供給量

¹⁰ 見劉玉山(民國 84 年)，液化石油氣供銷規畫與管理體系及相關法規之研究。頁 6。

¹¹ 依據表二液化石油氣需求的觀察，48 年到 54 年之間工業部門尚未使用液化石油氣，液化石油氣需求大多來自於家庭部門。48 年家庭使用量為 500 公噸，到 54 年時上升為 15960 公噸，與 48 年相較，大約成長 32 倍。

民國 (年)	自產		進口		合計	
	千公噸	%	千公噸	%	千公噸	%
48	0.50	100.00	0.00	0.00	0.50	100.00
49	5.94	100.00	0.00	0.00	5.94	100.00
50	7.17	100.00	0.00	0.00	7.17	100.00
51	4.26	100.00	0.00	0.00	4.26	100.00
52	4.7	100.00	0.00	0.00	4.70	100.00
53	7.95	100.00	0.00	0.00	7.95	100.00
54	18.25	100.00	0.00	0.00	18.25	100.00
55	27.04	100.00	0.00	0.00	27.04	100.00
56	37.29	100.00	0.00	0.00	37.29	100.00
57	57.39	100.00	0.00	0.00	57.39	100.00
58	86.39	96.02	3.58	3.98	89.98	100.00
59	120.21	94.13	7.50	5.87	127.72	100.00
60	138.91	79.49	35.83	20.51	174.75	100.00
61	208.45	79.64	53.30	20.36	261.76	100.00
62	248.77	69.80	107.61	30.20	356.38	100.00
63	252.35	65.21	134.60	34.79	386.95	100.00
64	247.70	68.38	114.56	31.62	362.26	100.00
65	400.73	80.66	96.08	19.34	496.81	100.00
66	458.12	81.62	103.14	19.38	561.25	100.00
67	576.71	91.47	53.81	8.53	630.52	100.00
68	545.91	81.37	124.97	18.63	670.88	100.00
69	581.91	81.31	133.76	18.69	715.68	100.00
70	534.66	71.65	211.53	28.35	746.19	100.00
71	519.32	67.00	255.82	33.00	775.14	100.00
72	583.71	67.43	281.97	32.57	865.68	100.00
73	545.86	58.80	382.53	41.20	928.39	100.00
74	549.38	59.07	380.74	40.93	930.12	100.00
75	517.75	47.23	578.44	52.77	1096.19	100.00
76	554.48	47.67	608.79	52.33	1163.27	100.00
77	457.50	35.50	831.19	64.50	1288.69	100.00
78	454.20	33.92	884.99	66.08	1339.19	100.00
79	420.66	30.40	963.10	69.60	1383.76	100.00
80	476.71	33.57	943.51	66.43	1420.24	100.00
81	515.65	35.16	950.79	64.84	1466.44	100.00
82	580.70	39.16	902.30	60.84	1483.00	100.00
83	627.44	41.15	897.02	58.85	1524.66	100.00
84	723.98	48.24	776.56	51.76	1500.54	100.00
85	765.34	48.80	811.82	51.20	1568.16	100.00
86	807.81	50.63	787.56	49.37	1595.37	100.00
87	796.53	51.23	758.19	48.77	1554.72	100.00

資料來源：經濟部能源委員會

國六十年比五十年增加 24.3 倍，民國七十年和民國六十年比較，則前者為後者的 4.27 倍，民國八十年與七十年比較，則只比七十年增加 90%，最後八十七年與八十年相比，則呈現微幅成長的 9%，由時間資料觀察，液化石油氣在台灣地區似乎已逐漸走向穩定發展的階段。

(二) 液化石油氣的需求概況

台灣地區的液化石油氣，主要為供應家庭能源需求，其次為工業部門的能源需求，最後為其它部門能源需求。以民國八十七年的資料為例，家庭能源需求比例占 74.59%，工業部門占 24.34%，其它部門僅占微小比例的 1.06%(見表二)。如以時間序列資料觀察，則可以發現液化石油氣的主要需求者為家庭部門，民國六十年代與七十年代，其需求占全部需求均超過 90%，到民國七十五年家庭需求比例開始下降到 80% 上下，八十年代開始，家庭需求比例再度下降到 80% 以下，不過比例仍維持七成以上。

至於工業部門的需求情況，在民國七十四年以前，需求比例均不高，均低於 10% 以下，民國七十四年以後乃逐年不斷提高需求比例，到八十三年和八十四年兩年工業部門需求比例接近 30%，隨後又逐年降低需求比例。其它部門的使用，占需求比例一向都不高，除早年有超過 5% 的紀錄之外，大部份時間其使用數量占全體需求的比例均未超過 5%。整體需求而言，民國八十六年需求總量似乎達到最高點，由長期趨勢觀察，需求的趨勢似乎已到達穩定的階段，除非經濟部開放液化石油氣供應車輛燃料使用，大幅增加需求，否則液化石油氣需求的成長，在最近幾年預期將不會有太大的變化。

表二、我國液化石油氣之歷年需求量

民國 年	工業部門		家庭部門		其它		合計	
	千公噸	%	千公噸	%	千公噸	%	千公噸	%
48	0.00	0.00	0.50	100.00	0.00	0.00	0.50	100.00
49	0.00	0.00	2.07	35.24	3.81	64.76	5.88	100.00
50	0.00	0.00	3.53	49.22	3.64	50.78	7.17	100.00
51	0.00	0.00	4.14	97.37	0.00	2.63	4.26	100.00
52	0.00	0.00	4.20	89.29	0.50	10.71	4.70	100.00
53	0.00	0.00	6.89	86.62	1.06	13.38	7.95	100.00
54	0.00	0.00	15.96	92.23	1.34	7.77	17.30	100.00
55	0.56	2.22	23.07	91.56	1.57	6.22	25.20	100.00
56	0.56	1.59	32.87	93.17	1.85	5.24	35.27	100.00
57	1.12	2.18	48.04	93.36	2.30	4.46	51.46	100.00
58	1.29	1.54	80.80	96.52	1.62	1.94	83.71	100.00
59	0.00	0.00	115.34	98.56	1.68	1.44	117.02	100.00
60	0.00	0.00	173.40	98.41	2.80	1.59	176.20	100.00
61	0.00	0.00	257.05	99.05	2.46	0.95	259.52	100.00
62	3.81	1.08	344.29	98.10	2.86	0.81	350.95	100.00
63	0.00	0.00	382.03	99.24	2.91	0.76	384.94	100.00
64	3.98	0.87	477.26	98.41	3.25	0.71	454.48	100.00
65	7.05	1.40	493.95	97.79	4.09	0.81	505.10	100.00
66	14.56	2.60	539.47	96.35	5.88	1.05	559.91	100.00
67	7.39	1.19	607.39	97.67	7.11	1.14	621.89	100.00
68	8.96	1.35	648.10	97.61	6.94	1.05	664.00	100.00
69	11.93	1.68	665.96	93.83	31.86	4.49	709.74	100.00
70	12.21	1.67	700.67	95.83	18.25	2.50	731.13	100.00
71	15.85	2.05	742.50	96.06	14.61	1.89	772.96	100.00
72	30.91	3.70	785.72	94.16	17.81	2.13	834.43	100.00
73	54.76	5.94	824.52	89.43	42.67	4.63	921.95	100.00
74	66.29	6.83	876.48	90.27	28.22	2.91	971.00	100.00
75	145.24	13.19	933.09	84.76	22.56	2.05	1100.90	100.00
76	198.77	16.99	952.52	81.40	18.81	1.61	1170.10	100.00
77	247.76	19.36	1009.35	78.85	22.90	1.79	1280.01	100.00
78	176.54	13.34	1110.75	83.94	35.95	2.72	1323.24	100.00
79	279.12	20.44	1041.55	76.27	45.02	3.30	1363.68	100.00
80	303.58	23.03	1003.75	76.15	10.81	0.82	1318.14	100.00
81	340.89	24.46	1047.52	75.16	5.20	0.38	1393.61	100.00
82	371.03	26.30	1030.90	73.09	8.39	0.59	1410.32	100.00
83	422.60	29.07	1021.45	70.26	9.57	0.65	1453.62	100.00
84	447.30	29.91	1033.33	69.11	14.52	0.97	1495.12	100.00
85	441.96	28.96	1066.28	69.88	17.54	1.14	1525.78	100.00
86	422.93	27.26	1102.31	71.07	25.74	1.65	1550.98	100.00
87	369.47	24.34	1132.17	74.59	16.17	1.06	1517.81	100.00

資料來源：經濟部能源委員會

說明：a. 其它部門包括 1) 能源部門 2) 運輸部門。

b. 82 年度及 82 年以前 LPG 重量與容量的換算比為 1 公斤=1.786 公升, 83 年後的換算比為 1 公斤=1.828 公升。

三 液化石油氣與天然氣的市場分配

台灣地區家庭熱能主要的來源有二，一是本文研究的對象液化石油氣，二是天然瓦斯。表三是依據台灣二十三家天然瓦斯公司營業區域，估算各地液化石油氣與天然氣的市場分配比例。島內台東、花蓮、宜蘭三個縣與離島的澎湖縣、金門縣、綠島、蘭嶼、馬祖並未使用天然氣。以使用戶數為基準統計，全台灣地區天然氣使用戶數大約為 1,967,591 戶，約占全台灣地區戶數的 30.8%，相對的使用液化石油氣的戶數則有 4,402,177 戶，占全部戶數的 69.2%。換言之，依據上述資料觀察全省家庭能源大約有七成依賴液化石油氣為熱能¹²，可見液化石油氣是國內家庭最重要的能源來源。

由於天然氣與液化石油氣之間在需求面具有相當的替代性，所以研究本案的市場範圍時，可能需要先瞭解二者能源來源在市場的分配結構，依據表三的資料觀察，可以發現愈都市化的地區天然氣化的程度越高，愈鄉村化的地區則呈現液化石油氣化的程度越高的現象。例如以基隆大台北地區為計算的基礎，包括欣隆、大台北、陽明山、欣欣、欣湖、欣海、欣泰等七家公司所涵蓋的營業區域，使用天然氣的戶數為 1,038,775 戶，占當地總戶數 1,994,415 戶的 52.08%，液化石油氣僅有 955,640 戶占全部戶數的 47.98%。相較而言，大台中地區包括台中市、台中縣與彰化縣，天然氣的用戶有 297,468 戶，僅占當地全部戶數的 39.06%。換言之，在大台中地區，液化石油氣在市場的占有比例已上升到 60.94%，在家庭能源市場相對占有優勢地位。進一步的觀察高屏地區，包括新高、南鎮、欣雄、欣屏等四家天然氣公司，則發現天然氣用戶在市場的比例

¹² 上述的數據係假定不用天然氣之家庭，全部使用液化石油氣為熱能來源。事實上在許多偏遠地區仍可能存在少數家庭未使用上述兩種熱能，而是以其它熱能為替代，例如以木柴為熱能來源。此外該項數據與經濟部能源委員會估計的能源消耗量。天然氣 669735(10³)仟卡占 33%，與液化石油氣 1372930(10³)仟卡占 67%，大致符合。

表三 液化石油氣與天然氣各地市場占有比例

天然氣公司名稱	氣體種類	LNG 用戶數	LPG 用戶數	當地總戶數	營業區域
欣隆天然氣公司	天然氣	75984 (51.2)	72465 (48.8)	148449 (100)	基隆市。台北縣:萬里鄉、瑞芳鎮、金山鄉。
大台北瓦斯公司	天然氣	324436 (63.7)	185043 (36.3)	509479 (100)	a 台北市:松山、大安、萬華、中正、大同、信義、中山等七區及士林區福華、明勝兩里。
陽明山瓦斯公司	天然氣	91060 (54.7)	75418 (45.3)	166478 (100)	b 台北市; 士林區(除福華、明勝兩里)、北投區。
欣欣天然氣公司	天然氣	201797 (53.3)	176889 (46.7)	378686 (100)	台北市:文山區。 台北縣:永和、中和、新店市、深坑鄉。
欣湖天然氣公司	天然氣	81096 (48.8)	85120 (51.2)	166216 (100)	台北市:內湖區、南港區。台北縣:汐止鎮。
新海瓦斯公司	天然氣	178518 (48.2)	191945 (51.8)	370463 (100)	三重市、板橋市、新莊市。
欣泰天然氣公司	天然氣	85884 (33.8)	168760 (66.2)	254644 (100)	八里鄉、五股鄉、樹林鎮、泰山鄉、林口鄉、土城市、三峽鎮、鶯歌鎮、蘆洲鄉。
欣桃天然氣公司	天然氣	123354 (26.5)	342681 (73.5)	466035 (100)	桃園縣(市)各鄉鎮、中正機場。
中國石油公司	天然氣	120453 (87.5)	17338 (12.5)	137791 (100)	c 新竹營業處:新竹市、芎林鄉、寶山鄉、竹東鎮、橫山鄉、北埔鄉、峨眉鄉。 苗栗營業處:苗栗、公館、頭屋、造橋、頭份(不含田寮里)、三灣、大湖。
新竹縣瓦斯管理處	天然氣	107262 (90.6)	11160 (9.4)	118422 (100)	d 新竹市、竹北市、新埔鎮、關西鄉、新豐鄉、湖口鄉。
竹建瓦斯公司	天然氣	16812 (44.2)	21268 (55.8)	38080 (100)	e 苗栗縣竹南鎮及頭份田寮里。
裕苗企業公司	天然氣	11164 (26.8)	30524 (73.2)	41688 (100)	銅鑼鄉、三義鄉、通霄鎮、後龍鎮、苑里鎮。
欣中天天然氣公司	天然氣	207001 (72.6)	78454 (27.4)	285455 (100)	台中市。
欣彰天然氣公司	天然氣	90464 (19.1)	385598 (80.9)	476062 (100)	彰化縣轄:彰化、鹿港鎮、和美鎮、田中鎮、北斗鎮、溪湖鎮、二林鎮、伸港鎮、線西鄉、福興鄉、秀水鄉、花壇鄉、大村鄉、芬園鄉、社頭鄉、田尾鄉、永靖鄉、埔心鄉、埔鹽鄉、芳苑鄉、大城鄉。台中縣:豐原市、清水鎮、沙鹿鎮、東勢鎮、大雅鄉、梧棲鎮、大甲鎮、大安鄉、外埔鄉、后里鄉、石岡鄉、新社鄉、神岡鄉、龍井鄉、大肚鄉。
欣林天然氣公司	天然氣/丙烷混合氣	76557 (29.6)	182665 (70.4)	259222 (100)	南投縣轄:南投、中興新村、草屯鎮、埔里。 台中縣轄:烏日、大里、潭子、霧豐、太平。 彰化縣:員林地區。
欣雲天然氣公司	天然氣	6860 (5.8)	113413 (94.2)	120273 (100)	斗六市、斗南鎮、虎尾鎮、西螺鎮、北港鎮、荊桐鄉、大卑鄉、麥寮鄉、台西鄉、崑崙鄉。
欣嘉天然氣公司	天然氣	12665 (5.6)	214697 (94.4)	227362 (100)	嘉義縣市。
欣營石然氣公司	天然氣/液化天然氣	13148 (4.2)	300614 (95.8)	313762 (100)	台南縣轄各鄉鎮。
欣南石油氣公司	液化天然氣	29718 (13.6)	189481 (86.4)	219199 (100)	台南市。

欣高石然氣公司	液化天然氣	77441 (38.9)	333856 (81.1)	411297 (100)	高雄市(不含小港區、旗津區)。
南鎮天然氣公司	液化天然氣	2463 (4.2)	56487 (95.8)	58960 (100)	高雄市小港區、旗津區。
欣雄石然氣公司	液化天然氣	27057 (8)	313470 (92.0)	340527 (100)	高雄縣轄:鳳山市、大寮鄉、烏松鄉、仁武鄉、岡山鄉、大社鄉、林園鄉、燕巢鄉、阿蓮鄉、大樹鄉、永安鄉、路竹鄉、旗山鎮、彌陀鄉、茄萣鄉、梓官鄉、美濃鎮、湖內鄉、橋頭鄉。
欣屏天然氣公司	液化天然氣	6397 (4.8)	127679 (95.2)	134076 (100)	屏東縣轄:屏東、長治鄉、麟洛鄉、九如鄉、里港鄉、鹽埔鄉、高樹鄉、萬巒鄉、新卑鄉、崁頂鄉、南洲鄉、仿山鄉、車城鄉、恆春鎮。
合計	天然氣	1967591 (30.8)	4402177 (69.2)	6369768 (100)	臺閩地區

資料來源 1 臺閩人口統計季刊
2 中華民國公用瓦斯事業協會

- 說明
- 1 a, b 大台北瓦斯士林區福華明勝兩里因資料無法取得，故將當地戶數併入陽明山瓦斯公司計算。
 - 2 c, d 中國石油公司與新竹縣瓦斯管理處欄中之新竹市戶數各以平均數計算。
 - 3 c, e 頭份田寮里因資料無法取得，所以將頭份鎮戶數併入竹建瓦斯公司欄位計算。
 - 4 括弧內為百分比。

再度下降，在當地 944,860 戶當中，僅有 113,358 戶使用天然氣，占「家庭熱能市場」的 11.99%，相對的使用液化石油氣的比例再上升為 88.01%。根據以上的數據觀察，可以瞭解台灣地區不同地區液化石油氣與天然氣的市場分配呈現極大的不同。

即使以台北地區加以觀察，亦可發現上述之特質，市區天然氣化的比例較高，例如大台北瓦斯所屬的松山、大安、萬華、中正、信義、中山、住戶天然氣的使用比例高達 63.7%。欣欣瓦斯的文山區、永和、中和、新店、深坑，天然氣使用戶數比則降為 53.3%。若地理區進一步到內湖、南港、汐止鎮，屬欣湖瓦斯公司營運的範圍，則天然氣使用戶的比例再降為 48.8%。不過這種天然氣使用的比例與中南部其它地區，例如屬於嘉義縣市的 5.6%和台南縣的 4.2%相比較，則可以清楚的發現天然氣的使用戶確實以都市地區為核心，它說明了以管線為營運的自然獨

占事業，其營運範圍受到人口分布集中與否的影響極大。

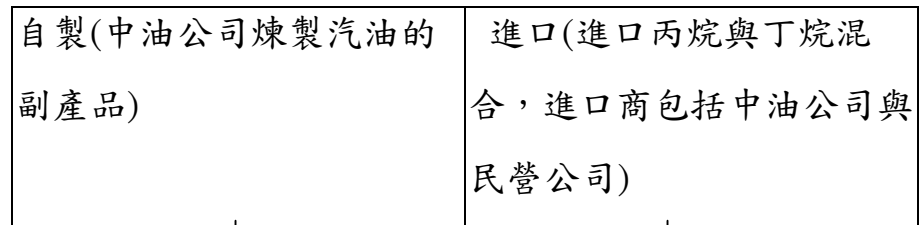
四 液化石油氣的配銷與通路結構

如前所述，過去台灣地區液化石油氣的生產，基本上是掌握於中國石油公司手中，中國石油公司一方面自石油煉製過程，生產液化石油氣的副產品，一方面則自國外進口丙烷與丁烷混合成液化石油氣，供消費者使用。換言之，液化石油氣的生產階段，只有中國石油公司。民國 88 年液化石油氣開放民間直接進口，民營公司的台塑兩次進口各為 4 萬噸，李長榮一次進口 10 萬噸。因此液化石油氣的供給，目前有兩個來源，一為中國石油公司之自產，一為進口，進口來源中包括中油公司與民營公司。如圖二為液化石油氣的配銷通路的結構。

液化石油氣的經銷階段，過去均由行政院退輔會液供處負責，民國 82 年 1 月起，開放農漁業，商業用戶可自行向中油公司購氣。退輔會液供處在當時雖然經營灌裝業務，但不辦理零售業務，只接受中油公司的委託，辦理 60 噸以下工業用戶的代售業務。民國 82 年公平會第 73 次委員會議，打破液化石油氣由液供處總經銷的局面。82 年 9 月 1 日中油公司正式公告經銷商甄選要點，向外甄選經銷商，截至目前為止，市場上共有北誼興業(原液供處)、李長榮化工、聯華氣體、合興石化、和協、寧楊、合和、北部瓦斯、乾惠¹³等九家經銷商。經銷商在各港口附近，設立基地槽兩座，由中油公司或進口商直接將液化石油氣，經管線直接打入各經銷商的基地槽，然後經銷商以槽車(20 噸一車)運輸，將液化石油氣運送到全國各地的分裝場，分裝場再灌裝成 16 公斤裝或 20 公斤裝

¹³ 開始申請的經銷商，尚包含萬壽山公司共有十家經銷商，後來萬壽山並未正式成立，因此目前只有九家經銷商。

一 生產與進口



二 經銷商

1.北誼興業, 2.李長榮化工, 3.聯華氣體, 4.合興石化, 5.和協, 6.寧楊, 7.合和, 8.北部瓦斯, 9.乾惠 ,等九家。

三 分裝加工階段

各地分裝廠，共 96 個分裝場。

四 分銷商

分銷商全省合計 3131 家分銷商。

五 消費者

家庭用戶約 440 萬戶。

圖二：液化石油氣的配銷通路結構

調查時間:民國 88 年 10 月

的桶裝瓦斯，由卡車運送到各地的分銷商(瓦斯行)銷售。

由經銷商基地槽到分裝場的運輸，即一般所稱之大運，由分裝場到分銷商的運輸即一般所稱之小運。大運、小運的運輸成本均由分銷商負責，然後計入其成本當中，當然分裝場的分裝服務費也需由分銷商負擔。

依據液化石油氣公會提供的資料，目前銷售量正常營運的分裝場有 96 家，分銷商為 3131 家，此數據和前幾年的研究統計數比較變化不大¹⁴，使用液化石油氣的家庭戶數估計大約 440 萬戶，如圖二。

五 液化石油氣總經銷沿革¹⁵

台灣家用液化石油氣的大量使用，開始於民國四十七年，見表一液化石油氣需求表資料，惟至民國四十八年之後方有完整的統計資料，當時市場供給量僅 500 公噸，四十年來液化石油氣的總經銷機構幾經更替。最初幾年液化石油氣的銷售完全由中油公司自辦。到了民國五十年由國民黨中央財務委員會組成裕台公司接辦，負責總經銷事務。之所以由裕台公司負責之理由，係中油公司直銷液化石油氣時期，液化石油氣於市場上出現供不應求的現象，中油公司遂採嚴格的配額制度分配液化石油氣，從而演變成關說不斷的情事與壓力。在不堪其擾下，中油公司不再負責配銷事宜，而將經銷之事宜交由國民黨中央黨部處理。黨部幾經研究之後，乃創立了裕台公司總理經銷業務，液化石油氣的總經銷制度乃從此確立。由民國五十年至民國五十九年 11 月，裕台公司即負起液化石油氣的銷售事宜。

民國五十九年十二月，裕台公司將液化石油氣總經銷的工作，再度

¹⁴ 依據 83 年公平會的研究報告，家用液化石油氣供銷體系與公平法適用關係及其調整因素之探討，見頁 15 資料，分裝廠 106 家，分銷商 3109 家。另外經濟部能源委原會 84 年研究報告—液化石油氣供銷規畫與管理體系及相關法規之研究。圖 2-4，分裝場共 116 家，分銷商 3177 家。

¹⁵ 以下有關液化石油氣總經銷制度的沿革，係參酌 83 年公平會研究報告，摘錄的結果。

轉手而另一黨營事業瑞華公司接辦。至民國六十七年三月液化石油氣的總經銷業務，再度易手由退輔會所新成立的液化石油氣供應處(簡稱液供處)接棒承做。液供處接受液化石油氣的總經銷工作之後，為求市場穩定均衡的發展，配合政府的能源政策，歷年來進行許多重大變格。例如六十九年函發「增訂分裝場、運輸商、分銷商注意要點」：要求 1)分銷商不得辦理跨越縣市委託分裝。2)分裝場不得接受跨縣市之分銷商委託分裝。3)分區零售價格不同之地區，不得越區經銷，亦不得辦理委託分裝。為控制分銷商的移動，七十二年頒佈最新修訂液供處分銷商申請異動作業要點；七十三年公告停辦分銷商申請；七十四年公告分銷商不得申請越縣市遷移。七十六年放鬆管制，要求分銷商越縣市遷移，應由公會簽註意見之後寄液供處備查做最後決定。七十七年則公告分銷商申請增供氣量作業要點，以氣量分配作為控制分銷商的手段。七十七年頒訂「分銷商合作計畫配送輔導要點」，使分銷商面臨新經濟環境下有共同合作的空間。七十八年設立液化石油氣分銷事業合作基金會，輔導因天然氣發展致業務萎縮無法經營之分銷商轉業。透過這些不同的管制措施，液供處幾乎一條鞭的完全控制液化石油氣的各種市場活動，液供處儼然像一獨占廠商，各分裝場和分銷商如其分部，確實執行其銷售政策，透過分裝場執照，運輸商市場執照凍結，分銷商執照的凍結、異動控制，液化石油氣市場形成完全封閉式的市場。

為引進市場其他參與者參加，增加市場的競爭程度，公平會於八十二年二月七十三次委員會議決開放家用液化石油氣的經銷制度，經歷 32 年的經銷制度遂被市場開放而打破，恢復純粹的自由經濟市場組織形式，由各經銷商互相競爭，讓市場機制充份的發揮。惟總經銷制度時代所建立之分銷商合作計畫配送制度，卻未隨其新制度的採行而剔除，時至今日遂產生公平法聯合行為、結合行為的適用問題，是當初打破總經銷

制度時始料未及的事。

參 配送中心的成立、發展與運作

一、勞務配送中心成立的理由

1. 分銷商市場過度開放，經銷商無法在規模經濟下營運。

家用液化石油氣的銷售，在民國 48 年僅有 500 公噸，歷經 16 年的市場發展，到民國 64 年家庭部門使用液化石油氣，已快速上升到 477 260 公噸，和 48 年相較，共成長了 954 倍，市場成長速度驚人。為因應此市場快速成長的需要，政府乃於民國六十年間大幅開放分銷商執照，致分銷商大增，家數由一千家擴充到三千家左右，分銷商家數大幅增加之後，每家分銷商所分配的氣量與所服務的客戶數，乃因此急劇的下降。市場雖然持續不斷的成長，但成長速度已不若液化石油氣使用的初期，例如民國 64 年到民國 80 年同樣 16 年的期間，家用液化石油氣使用量，僅由 477,260 公噸，成長到 1,003,750 公噸，成長的速度為 2.18 倍。所以大部份分銷商所分配到的客戶或氣量，可能未能符合經濟規模，致使每單位氣量或每位客戶所需分攤的成本遞增，從而使分銷商的經營困難。

2 體力工人供應不足，工資大幅上升。

基本上液化石油氣係屬勞力密集的產業，運送、分裝、配送都需配置大量的勞動，尤其是分銷商到使用戶階段的配送工作，特別需要依賴體力勞動的投入。表四是民國 69 年與 80 年在政府管制期間內，行政院核定的液化石油氣營運成本資料，由表中 69 年資料數據可以看出 1) 運費、2) 店面出租、3) 運氣工人工資、4) 經理薪水等四項成本，最重要的是營運成本

支出，四項成本支出占全部營運成本的 65.22%。到了 80 年度此四項重要營運成本，則上升為全部營運成本的 73.28%。四項重要營運成本中運費係支付運銷商，分銷商很難利用制度改變獲取成本節省的效果。經理人一般即分銷商所有人，也不易由組織改變獲得節省，比較容易經由組織改變產生成本節省者為店面出租與運氣工人工資。特別是後者，它占全部營運成本比例最高（80 年度），如果能夠透過分銷制度的合作，節省運氣工人的投入，在營運成本上應當會有顯著的效果。

表四資料的第五欄，分析 69 年與 80 年之間營運成本的變化裏，也發現運氣工人工資是在此期間成長最快的一項，成長率為 72.83%，它和經理人薪水的 72.72%，和分裝費的 72% 大致相若，進一步觀察記帳員薪水調整也不低，達 66.66%。是故，勞動成本的提升應是液化石油氣營運成本上升的主要來源。進一步以營運成本增加中各項成本增加所佔比例，衡量其對成本提高的貢獻率，也可以發覺運氣工人工資的貢獻率最高，達 47.90%，其次為經理人薪資的貢獻度 27.37%，以及運費的 22.05%。如前所述，若分銷市場分銷商若能透過聯合配送制度的推行，節省運氣工人工資的節省，對營運成本的降低將有立即而顯著的效果，這也是為什麼液化石油氣的分銷商何以欣然接受配送中心制度的原因。

3. 分銷商店面難覓。

液化石油氣分銷商的營運地點，大都位於住宅區各樓層的一樓，以及營利事業登記時，需符合商業區使用規定，所以分銷商為做生意的方便，與符合法律上的要求，必需選擇一適當一樓店面為營業點，這種營業點的尋找並不容易。因為涉及液

化石油氣的安全性，屋主比較不願出租，即使願意出租，也常易遭受附近住戶的抗爭。也因為如此，分銷商的店面租金一般不便宜，如表四的成本分擔數據觀察，店面出租的成本，雖然在總營運成本的比例不是最高，但在整個營運成本的比例也不低，69 年為 9.02%，80 年降為 7.10%，在所有營運成本項目中大約排在第四、第五的位置。

分銷商如果能夠藉由聯合配送制度建立，以新的經營組織型態取代傳統分銷商各自為政的情況，則可獲得人工成本和店面租金成本的節省提高經營之效率。相信這種成本節省的效益，也是誘使許多分銷商願意加入聯合配送中心的理由之一。

4. 安全考量產生的社會壓力。

如前所述，桶裝液化石油氣具有相當的危險性，內政部為減少液化石油氣帶來的潛在危險，於民國 70 年 7 月 24 日頒定「公共危險物品及高壓氣體安全管理辦法」加以管理，於該辦法中第十九條第一項規定販賣第二類液化石油氣，不得設於住宅區。第二項則進一步規定第二類之液化石油氣，以 16 公斤桶裝者為準，家庭使用不得超過兩瓶，營業使用不得超過四瓶，設於市區之販賣場所，不得超過八瓶。使得分銷商的經營因社會安全的考量，增加多重的限制。再者道路交通規則亦限制機車載貨的高度與寬度，都市地區限制機車限時限區行駛，致一般以機車為運送工具的瓦斯配送受到相當的限制，嚴重影響個別分銷商的發展。

在窮則變，變則通的道理下，液化石油氣分銷商不斷的抱怨與訴求之下，當時主持液化石油氣總經銷工作的瑞華公司乃開始研訂聯合配送制度，於台東、花蓮、楊梅、鶯歌等四個地

表四 液化石油氣經營成本比較分析

成本項目	69 年行政院核定分擔成本 (元)	80 年行政院核定分擔成本 (元)	營運成本 的增加 (元)	69~80 年 成本成長 百分比 (%)	成本增加貢 獻率 (%)
1 運費 (包括大小運費)	1.89 (23.04)	2.47(22.80)	0.58	30.68	22.05
2.分裝費	0.50 (6.09)	0.86(7.94)	0.36	72.00	13.68
3.運裝耗損	0.25 (3.04)	0.29(2.67)	0.04	16.00	1.52
4.店面出租	0.74 (9.02)	0.77(7.10)	0.03	4.05	1.14
5.運氣工人工資 (2 人)	1.73(21.09)	2.99(27.60)	1.26	72.83	47.90
6.三人伙食費	0.37(4.51)	0.30(2.77)	0.07	-18.91	-2.66
7.經理薪水	0.99(12.07)	1.71(15.78)	0.72	72.72	27.37
8.記帳員薪金	0.06(0.73)	0.10(0.92)	0.04	66.66	1.52
9.鋼瓶折舊維護	0.56(6.82)	0.62(5.72)	0.06	10.17	2.28
10.送貨車輛折舊	0.17(2.07)	0.14(1.29)	-0.03	-17.64	-1.14
11.送貨車輛維護、油料、牌照稅	0.33(4.02)	0.27(2.49)	-0.06	-18.18	-2.28
12.安全服務費	0.10(1.21)	0.10(0.92)	0	0	0
13.安全宣導費	-	0.10(0.92)	0	0	0
14.保險費	0.04(0.48)	0.04(0.36)	0	0	0
15.水電費	0.10(1.21)	0.08(0.73)	-0.02	-20.00	-0.76
16.電話費	0.04(0.48)	0.03(0.27)	-0.01	-25.00	-0.38
17.文具雜支	0.11(1.34)	0.09(0.83)	-0.02	-18.18	-0.76
18.營業稅捐	0.22(2.68)	-0.13(-1.20)	-0.35	-159.09	-13.30
19.經營成本 合計	8.20(100)	10.83(100)	2.63	32.07	100

資料來源：張玉山 (民國 84 年) 表 2-5

試辦。是故，由上述分析可知，勞務配送中心制度的緣由，基本上係肇始於原有分銷商執照分配制度不全以及天然瓦斯的競爭結果，致使每家分銷商最後分配的氣量與客戶數，不敷規模經濟所需之數量，從而形成經營效率的不彰。其次市場客觀環境的改變，體力工人供應不足，工資大幅上漲，和分銷商營運場所不易覓得，以及社會安全的考量和法律上的限制等原因，逼得瑞華公司不得不設法研擬「勞務配送中心」的制度，以分銷商共同合作經營方式，做為解決的方案。由此觀之，「勞務配送中心」的制度，乃係液化石油氣分銷商因應客觀市場條件改變所為之調整。企圖以整體共同經營為手段，以達到規模經濟之效果，藉由集體合作的制度，獲取勞動成本上的節省，另一方面則藉由經營地點的減少，降低店面成本支出，並增進社會安全的保障。如不論及公平法之適用，配送中心制度的興起，則類似於商業上傳統雜貨店為超商取代的情形，基本上是以一有效率的配銷制度取代較無效率的配銷制度，其改變應受社會肯定才對。

二、勞務配送中心的發展與運作

瑞華公司時期「合作配送計畫」制度只是試辦，到民國 68 年各縣市分銷商基於其前述之成本提高，液化石油氣放置規定的各種管制，營業場所地點的限制，覺得合作配送制度有其施行的必要。等到液化石油氣強勁的對手天然氣，不斷的在都會區擴展，侵蝕原有液化石油氣的市場時，分銷商業者更覺得其生存不易，非在經營制度上做大幅改變不可，乃才在各地紛紛成立「勞務配送中心」。台北市第一個勞務配送中心，即成立於

民國 68 年。

為使「合作配送計畫」的推動順利，以及液化石油氣的銷售仍然能夠完全掌控的目的，液供處首先於民國 77 年訂頒「分銷商合作計畫配送輔導要點」，79 年 8 月 31 日再頒修訂「分銷商合作計畫配送輔導要點」。中間與市場競爭有密切關係之條文說明如下：

1. 公會負責統籌協調。

輔導要點第四條規定「合作計畫配送組織之設置，及每一配送組織參加之分銷商家數，得視其行政區域大小，由當地公會統籌協調。合作配送組織經營之行政區域過大時，得設置 2-4 個配送站...」由輔導要點第四條觀察，很顯然合作計畫配送組織的形成及其組成，全由公會所主導，公會進一步可依據配送行政區域的大小，決定成立多少個配送中心，行政區域過大時還可增加該配送中心的配送站。這些規定印證一般聯合行為的研究結論，聯合行為有相當的比例，係由公會所主導¹⁶。

2. 液供處擁有改選負責人、核准解散配送中心的權力。

輔導要點第五條規定，「合作計畫配送組織章程中應明訂按期召開股東會，提報營運狀況表，其負責人亦應定期改選，連選得連任，負責人如未能如期召開股東會時，一經反應，液供處得以輔導立場會同當地公會代表代為召開，並改選負責人。」另外第七條則規定，「合作計畫配送組織籌設後，應依法向當地主管機關申請登記，領用統一發票，並負責報繳營業稅，如經液供處核准解散時，亦應依法向主管機關申請解散或註銷其營業執照。」是故依據第五條與第七條的規定，「合作計畫配送」

¹⁶ 見莊春發（1994）〈同業公會與廠商聯合行為關係的研究〉《法商學報》29：209~258。

組織為一正式公司法人，由各分銷商擔任股東，定期召開股東大會，配送組織需向主管機關登記，領用統一發票，報繳營業稅，可見配送組織為正式法人。更重要的是液供處希望在配送中心運作時，享有強而有力的監督權、解散權，並沒有因為配送組織的形成而下放其對液化石油氣的控制。

3. 氣量交由配送組織統籌配送，不得自行再配送。

輔導要點第九條規定，「參加合作計畫配送之分銷商，應將液供處每月配售之液化石油氣，全量交予配送組織統籌配送，不得另行在配送組織外經營液化石油氣或其他桶裝氣體燃料。」換言之，分銷商一旦加入配送組織，即沒有個人營業的自由，一方面必須將自液供處領有液化石油氣的氣量繳交配送組織統籌運用，另一方面則喪失液化石油氣的全部銷售權。這種處理方式，類似於縮小分銷商的家數，以每一配送組織取代若干家分銷商，縮編原有的營運單位，擴大每家配送中心營運的氣量，以達成規模經營之效果。

4. 氣量不足應集體申請。

輔導要點第十條規定，「合作計畫配送組織，如確因分銷商所交付之配量不敷配送時，得由參加配送之分銷商全體聯名提出申請，並檢附分裝廠送貨簽收單與氣款結算單，報由公會轉送液供處，對該配送組織之分銷商得酌量予以增配。」可見配送組織氣量不足時，原有配送計劃係責由參與配送組織的分銷商集體申請，以送貨簽收單和氣款結算單為憑證向液供處申請增配氣量，液供處對氣量分配的嚴密，並不因配送組織成立而放鬆對液化石油氣銷售的分配管制。

5. 成立配送組織之地區停止遷出、遷入。

輔導要點第十一條規定，「凡依輔導要點成立合作計畫配送組織的地區，停止該地區分銷商遷出及其他地區分銷商之遷入。惟無天然氣供應地區，每增加用戶達 3000 戶以上時，由公會協調並報准液供處，同意得予遷入一家，但新遷入者，必須加入合作計畫配送。」為統一管理，或防止分銷商異動影響配送組織計畫的推動，液供處要求配送組織一旦成立時，立即禁止分銷商的進出地方性市場，以達成市場完全封鎖與控制。例外的情況是在沒有天然瓦斯供應區，用戶增加 3000 戶以上，得向液供處申請核准新遷入一家分銷商，附屬條件是新分銷商得加入配送組織，以維持市場穩定的交易秩序。

6. 統一訂價管制。

輔導要點第二十三條規定；「不論已加入或未加入合作計畫配送之分銷商，均應遵照液供處經報奉行政院核定之零售價供應用戶，並由公會召集全體分銷商共同簽訂不二價公約，且明訂罰則，以安定市場。」液化石油氣的零售價格，一向由液化石油氣依北區、中區、南區、東區與澎湖五個區域，計算其零售價格，然後報請行政院核准施行。在輔導要點第二十三條液供處再度聲明不管加入或未加入計畫配送組織之分銷商，其零售價格應遵守原有行政院核定之價格出售，不能因配送組織之成立而破壞原有價格管制之規定。

根據以上液供處輔導要點之主要內容觀察，液供處推動合作配送組織之目的，乃在因應分銷商過多，無法以規模經濟條件下經營，企圖以行銷制度的改變加以解決，藉由合作配送的方式，節省工人工資支出、店面租金支出，獲得有效率經營的效果，同時間用配送中心之成立與運作，解決液化石油氣社會

安全的疑懼。此外，透過統一零售價格的約制，液供處充分的掌控液化石油氣在市場價格的穩定，不致因配送組織之出現，而形成聯合行為的弊病。問題是實務上成立配送組織甚多，但當時依法向主管單位液供處辦理登記者僅有少數的 8%¹⁷，液供處無法全盤掌握分銷商間協議的內容是否允當。更關鍵的是公平法施行後，於民國八十二年撤銷液供處的總經銷制度，使得液供處對各地分銷商的控制完全解體，配送組織有如脫韁野馬，很難駕御。因此在市場上不斷發生消費者檢舉分銷商藉由聯合配送組織聯合提高液化石油氣零售價格之個案¹⁸。是故，合作配送組織目前在全省各地的實況如何？其運作方式如何？其行為對市場零售價格的影響如何？實值吾人進一步關切，以及提出對策。

肆 勞務配送中心的現況、組織形式與可能影響

一 分銷商參與勞務配送中心的情形

如前所述，液化石油氣的配銷市場，因為初期給予的配銷執照過於浮濫，使每家分銷商所能分配到的氣量與客戶數不足，無法在規模經濟下經營¹⁹。近年來又因為人工工資大幅提升增加經營成本，店面限於一定要位於一樓，並不易尋覓。再加上儲存安全的法令規定，以至於分銷商的生存愈來愈不易。為突破經營困難，早期瑞華公司總經銷期間，即籌

¹⁷ 見游素素、胡祖舜（1994），頁 34。

¹⁸ 根據公平會的曾處理個案共有 1) 84 年台北縣金山鄉，鄉民檢舉該鄉 5 家分銷商聯合經營，罔顧消費者權益案。2) 86 年台北市木柵地區桶裝瓦斯零售業者涉嫌壟斷市場案。3) 87 年台北市社子地區桶裝瓦斯價格過高案。4) 88 年台北縣淡水地區桶裝瓦斯價格過高案等四個案子。

¹⁹ 液化石油氣經營困難的另外一個重要的原因是天然瓦斯逐步替代液化石油氣，特別是都會地區的情況，尤其明顯。天然瓦斯取代液化石油氣的結果是，使每家分銷商的客戶愈來愈少，最後乃造成無法在規模經濟經營。

劃「勞務配送中心」制度，以期藉由共同經營，節省勞動、店面等成本，以獲得大規模經營之成效。液供處總經銷時期，正式制定相關規定擴大「勞務配送中心」組織之適用，唯當時液供處的統一價格管制政策，勞務配送中心之制度，並不會產生聯合行為漲價的問題。民國八十二年公平會撤除液供處總經銷制度，並允許分銷商互相競爭，勞務配送中心制度的延續，則可能形成公平法的聯合行為，造成消費者的傷害。唯聯合行為的危害，必需市場參與者到達一相當數目，始有顯著影響之效果。若僅有少數廠商參與，則其成效可能不彰。因此為瞭解配送中心公平法適用問題之前，先對台灣地區的聯合配送中心制度的現況做一調查與解釋，可能是最重要的工作。

表五是本研究對全省配送中心的調查結果。整體而言，它包括兩個院轄市，五個省轄市，本島 16 個縣與離島的金門與連江兩個縣，共 25 個區。在 3131 家分銷商中，目前存在的共有 95 個配送中心，參與配送中心的分銷商共有 522 家，占全數分銷商的 16.66%。每個配送中心以全國標準計算，平均每個配送中心約有 5.49 家分銷商。整體而言，配送中心在全省各地相當普及。

以個別地區觀察，成立的配送中心組織個數的差異性很大。配送中心最多的區域為台北市，共有 34 個，其次為台北縣的 13 個，再其次為屏東縣的 8 個，台南縣有 7 個，再下來的區域配送中心的個數降為 4 個，分別有基隆市與嘉義縣。臺中縣、彰化縣、苗栗縣、澎湖縣四個地區則分別成立 3 個聯合配送中心。存在兩個聯合配送中心的地區有桃園縣、高雄縣兩個縣市。只存在一家配送地區的有新竹市、新竹縣、台中市、台南市、高雄市、宜蘭縣、台東縣、花蓮縣、金門縣等八個地區。南投縣、雲林縣、嘉義市以及連江縣四個地區目前則不存在配送中心組織。

表五 台灣地區勞務配送中心現況統計表

地區別	配送中心數(個)	參與配送中心分銷商家數(家)	分銷商總數(家)	參與比例(%)	平均每一個中心分銷商家數
1、基隆市	4	16	44	36.36	4.00
2、台北市	34	92	203	45.32	2.70
3、台北縣	13	121	393	30.78	9.30
4、桃園縣	2	9	220	4.09	4.50
5、新竹市	1	12	16	75.00	12.00
6、新竹縣	1	11	46	23.91	11.00
7、苗栗縣	3	17	58	29.31	5.66
8、台中市	1	5	95	5.26	5.00
9、台中縣	3	36	185	19.45	12.00
10、南投縣 ^a	0	0	116	0	0
11、彰化縣	3	11	233	4.72	3.66
12、雲林縣	0	0	162	0	0
13、嘉義市	0	0	60	0	0
14、嘉義縣	4	22	102	21.56	5.50
15、台南市	1	9	108	8.33	9.00
16、台南縣	7	29	167	17.36	4.14
17、高雄縣	2	8	185	4.32	4.00
18、高雄市 ^b	1	8	310	2.58	8.00
19、屏東縣	8	58	166	34.93	7.25
20、宜蘭縣	1	8	100	8.00	8.00
21、臺東縣 ^c	1	9	53	16.98	9.00
22、花蓮縣	1	5	57	8.77	5.00
23、澎湖縣	3	28	32	87.50	9.33
24、金門縣	1	8	18	44.44	8.00
25、連江縣	0	0	2	0	0
合計	95	522	3131	16.66	5.49

資料來源:本研究調查(調查時間民國88年10月)

說明: a 公平會87年的調查,南投縣尚有埔里配送中心。

b 公平會87年的調查,高雄市原有小港與旗津兩個配送中心組織,目前則只剩下旗津配送中心。

c 台東縣原有兩個配送中心,一為南區配送中心,一為北區配送中心。北區配送中心目前已解散,故台東縣只剩一配送中心。

如以參與配送中心分銷商占該地區分銷商總數的比例觀察，則以澎湖縣與新竹市兩個地區的比例最高，前者的比例為 87.5%(28/32)，後者比例為 75%(12/16)，其次參與比例較高的地區有台北市的 45.32%(92/203)，和金門縣的 44.44%(8/18)，再其次為基隆市的 6.36%(16/44)，和屏東縣的 34.93%(58/166)。其它縣市不一而足。每個配送中心參與家數，以新竹市和台中縣最高，均為 12 家。其次為新竹縣的 11 家。台北縣、台南市、台東縣、澎湖縣等地區的配送中心，平均家數都在 9 家以上，高雄市、金門縣、與宜蘭縣的配送中心規模也不小，每個配送中心有 8 家分銷商參與。其餘地區配送中心的參與分銷商家數由 7 家到 2.82 家，不一而足。

表五的訊息，大致可以讓我們對台灣液化石油氣分銷市場的配送中心分配情況有初步的瞭解。但為獲得這些配送中心組織形式與運作方法，進行公平法適法研究之前，我們可能必需進一步對各配送中心實際組成方式與操作加以調查以獲得第一手資料。但限於時間與經費，本研究很難做到全省全面性的普查，只能以配送中心出現比例最多，配送中心出現密度最高的地區，做為研究的樣本。表六是基於上述觀點作成的結果。第二欄我們先求出各地區配送中心數占全省總配送中心數的比例。觀察那些地區存在最多的配送中心組織，依據該指標，可以發現出現配送中心組織最多的前五個地區，依次為台北市的 35.78%，台北縣的 13.68%，屏東縣的 8.42%，台南縣的 7.36%，和基隆市與嘉義縣的 4.21%。

接著在表六第三欄，我們將各地液化石油氣分銷商，占全國分銷商的比例求出。由表六資料可以發現前五名的地區，分別為台北縣的 12.55%，高雄市的 9.90%，彰化縣的 7.44%，桃園縣的 7.02%，以及台北市的 6.48%，最後將配送中心的占有比例，除以第三欄分銷商占有比例，求出配送中心在各地區出現的密度，如表六的第四欄，第四欄的資料告

表六 台灣地區各區勞務配送中心出現密度比例

地區別	A. 配送中心占全國 配送中心比例(%)	B. 分銷商占全國 分銷商比例(%)	C. 配送中心出現 密度比(C=A/B)
1、基隆市	4.21	1.40	3.00
2、台北市	35.78	6.48	5.52
3、台北縣	13.68	12.55	1.09
4、桃園縣	2.10	7.02	0.29
5、新竹市	1.05	0.51	2.05
6、新竹縣	1.05	1.46	0.71
7、苗栗縣	3.15	1.85	1.70
8、台中市	1.05	3.03	0.34
9、台中縣	3.15	5.90	0.53
10、南投縣	0	3.70	0
11、彰化縣	3.15	7.44	0.42
12、雲林縣	0	5.17	0
13、嘉義市	0	1.91	0
14、嘉義縣	4.21	3.25	1.29
15、台南市	1.05	3.44	0.30
16、台南縣	7.36	5.33	1.38
17、高雄縣	2.10	5.90	0.35
18、高雄市	1.05	9.90	0.10
19、屏東縣	8.42	5.30	1.58
20、宜蘭縣	1.05	3.19	0.32
21、臺東縣	1.05	1.69	0.62
22、花蓮縣	1.05	1.82	0.57
23、澎湖縣	3.05	1.02	0.99
24、金門縣	1.05	0.57	1.84
25、連江縣	0	0.06	0
合計	100	100	1.00

資料來源:同表五

訴我們，台北市地區是全台灣地區配送中心密度最高的地區，密度為 5.52；其次為基隆市的 3.00，再其次為澎湖縣的 2.99，根據上述密度比觀察，以及配送中心占有比例的資料觀察，本研究決定以下配送中

心的組成與運作之分析，即限縮於台北市地區²⁰。

二 配送中心的組織形式與運作

台北市的勞務配送中心組織數，依據表五資料，共有 34 個，其在十二個行政區裏的分配狀態，以文山區 7 個最多；其次為大安區與北投區，分別有 4 個。一區有 3 個配送中心的則有信義區、中正區、內湖區等三區。一區有 2 個配送中心的則有大同區、萬華區、士林區以及南港區等四區，一區只有一個配送中心的則有中山區、松山區兩區。見表七。如以參與配送中心的分銷商數觀察，以士林區和文山區的分銷商最多。分別為 16 家和 20 家。最少的為大同區和松山區的 2 家。如以各行政區分銷商參與配送中心的比例觀察，如表七最後一欄，可以發現其中以文山區的比例最高，有 95% 的分銷商均參與配送中心，21 家分銷商中只有一家未加入配送中心；其次為大安區的 67% 參與比例。中正區分銷商參與配送中心的比例 57% 和內湖區的 54% 均超過 50%。士林區的 46% 和北投區的 48% 比例也接近一半。換句話說，台北市區，有一半以上的行政區內，分銷商參與配送中心的比例超過 50% 或接近 50%。可見配送中心制度在台北市區的普遍性。

表八是台北市十二個行政區，三十四個配送中心的組織結構，和各配送中心成立年度，以及各配送中心參與分銷商數的資料。依據表八的資料，前者可以做成台北市配送中心成立的年度分配表，如表九。根據表九可以發覺台北市配送中心成立的年度，以 80 年最多，有 10 個配送中心在此年度成立，占全部配送中心的 29.4%；其次為臨近的年度，如 78 年、79 年兩年分別有 5 個配送中心在該年度成立。82 年成立的也不

²⁰ 之所以作成這樣的取舍，除台北市成立配送中心比例較高的客觀數據之外，另一項的理由是，目前發生消費者投訴於公平會的個案，也大都發生於大台北地區的淡水、木柵、金山、以及社子等四個地區。

少，有 4 個中心於該年度成立。最早成立的配送中心可溯及到民國 68 年。與本研究有密切的關係是，有 9 個配送中心，占全部配送中心的 26.5%，是在民國 81 年公平法施行之後才成立的。

此外，根據表八的調查資料，進一步進行分類，台北市配送中心的組成大致上可分為三種類型。第一種是類似於公司法的消滅合併，所有參與配送中心的分銷商，只留下一家為代表經營，其它分銷商全部撤銷執照。依據表十的統計，消滅合併類型的配送中心有 5 個，占有配送中心的 14.7%，屬於最少類型的一種。第二類型的組織結構是，參與配送中心的分銷商，有一部份的分銷商撤銷執照，不再設置營業場所，剩餘的分銷商，則保有原有執照與營業場所，繼續與配送中心共同經營，這種類型的配送中心有 12 個，占全數配送中心的 35.29%，為次多的類型。最後一種類型的配送中心組織，為參與配送中心的分銷商，全部未撤銷執照與營業場所，以配送中心為核心共同配送液化石油氣，這類的配送中心組織最多，在台北市的 34 個配送中心組織裏有 17 個屬於此類型，占有配送中心的 50%，如表十。三種不同類型的配送中心其運作方式，多少也有些不同，第一種類型的配送中心組織，由於只剩下唯一一家分銷商從事營運的工作，參與配送中心之其它分銷商營業執照已撤銷，營業場所也結束，所以情況最為單純。原有分銷商只要將電話遷移至配送中心營業場所，客戶名單交付配送中心分銷商，移轉工作即完成。原有分銷商即成為此配送中心的股東。至於利潤的分配，基本上有三種標準，一是以原有各分銷商銷售氣量做為分配比例基礎，唯氣量的多寡各分銷商各期的變動較大，而且舉證不易，目前以此分配標準者越來越少。其次以各分銷商原有客戶數占全部客戶數的比例，做為分配的標準，撤銷分銷商在原始自己經營時，都有自己一定的客戶群，而這些客戶群大都有完整的記錄，各分銷商也了解當地的消費者隸屬於那家分

表七 台北市配送中心組織分布情況統計表

區域別	配送中心數(個)	參與配送中心 分銷商數(家)	分銷商總數 ^a (家)	參與比例(%)
1 大同區	2	2	19	11
2 中山區	1	4	19	26
3 松山區	1	2	6	33
4 信義區	3	5	17	29
5 大安區	4	11	15	67
6 中正區	3	4	7	57
7 萬華區	2	7	20	35
8 士林區	2	16	35	46
9 北投區	4	10	21	48
10 內湖區	3	7	13	54
11 南港區	2	4	10	40
12 文山區	7	20	21	95
合計	34	92	203	45

資料來源:本次調查

說明:a 民國 85 年 11 月台北市分銷商為 253 家，至本研究調查期間 88 年 11 月，分銷商為 205 家，共消失 50 家，消失比例為 19.36%。

表八 台北市各配送中心組織結構

區域別	配送中心分銷商 名稱	參與分銷商名稱	成立年度 (年)	配送中心組 成家數(家)
一 大同區	1 裕新	中元(x)	82	1
	2 六福	新峰(x)、華僑(x)	82	1
二 中山區	3 勝利	山福、安州(x)	79	2
三 松山區	4 長春	永成 ^a 、成光 ^a 長海 ^a (x)	85	3
四 信義區	5 協勝	光興、豐基、久順(x)	80	3
	6 台和盛	偉昌(x)、旨利	79	2
	7 珊多(x)	時代 ^b 、陳建豐 ^c	82	2
五 大安區	8 春祥	萬安	76	2
	9 玉山泰	山合	78	2
	10 萬國	衡發	75	2
	11 六張犁	順宏、吳逢信	70	3

六 中正區	12 螢橋	大明 ^d 、(x)	85	1
	13 忠誠(第一站)	萬祥、龍口(x)	86	4
	快良 ^e (x) (第二站)	民本泰(x) 華一 ^e 、華僑 ^e 、永記 ^e		
	14 國倫	中野 ^e (x)、元興(x)	78	1
七 萬華區	15 美琪	國瑞(x)、太子	78	2
	16 五福	文星、久祥	83	3
八 士林區	17 宣誠(第一站)	天安、恆泰、惠友、陽元、	68	12
	益益(第二站)	金安、太益、永晉		
	亞洲(第三站)	吟興、位立賓		
	18 士林力行	華珍(x)、金葫蘆、如山、 光榮	78	4
九 北投區	19 惠民	大公、雙春	80	3
	20 吉利	宗輝、金城	80	3
	21 利欣	吉麗豐	82	2
	22 和新	聯祥	84	2
十 內湖區	23 正傑	閩江(x)、利全	78	2
	24 盛豐	烘昇	80	2
	25 志信	華進	80	2
十一南港區	26 旗開	明光 ^f 、玉連(x) ^f	75	2
	27 志和	祿基、大泰	80	3
十二文山區	28 百年	裕大、新興、興隆	80	4
	29 德山	三三(x)、健生(x)、大倫(x)	80	1
	30 木柵	建合、指南、縈安	80	3
	31 博嘉	福松	80	2
	32 洪都	東陽(x)、景汶、明達(x)	79	3
		西湖、合昇(x)		
	33 廣盛	瑞春、宏一	79	3
	34 元生	裕民(x)、勝興、九龍(x) 大明、聯安(x)、裕宏	79	4

資料來源:本研究調查(調查時間 88 年 10 月)

說明: a 永成、成光、長海三家分銷商屬於中山區。

b 時代瓦斯行在大安區，珊多已撤銷，使用時代之執照。

c 陳建豐瓦斯行位於大安區，而不在信義區。

d 大明瓦斯行在大安區而非在中正區。

e 快良、華僑、永記、華一、中野五家瓦斯行實際上在萬華區，為
配送中心跨區經營者。

f 明光、玉連瓦斯行位於內湖區。

g 分銷商後打(x)者，表示該瓦斯行已撤銷牌照

表九 台北市配送中心成立年度分配統計表

年度	配送中心數(個)	百分比(%)
68	1	2.9
70	1	2.9
75	2	5.8
76	1	2.9
78	5	14.7
79	5	14.7
80	10	29.4
82	4	11.7
83	1	2.9
84	1	2.9
85	2	5.8
86	1	2.9
合計	34	100

資料來源:表八

表十 台北市配送中心型態

區域別	1 消滅合併	2 部份消滅合併	3 分銷商共同組成	小計
1 大同區	2	0	0	2
2 中山區	0	1	0	1
3 松山區	0	1	0	1
4 信義區	0	2	1	3
5 大安區	0	0	4	4
6 中正區	2	1	0	3
7 萬華區	0	1	1	2
8 士林區	0	1	1	2
9 北投區	0	0	4	4
10 內湖區	0	1	2	3
11 南港區	0	1	1	2
12 文山區	1	3	3	7
合計	5	12	17	34

資料來源:表八

說明:1 消滅合併係指除配送中心瓦斯行外，其它參與配送中心的瓦斯行均撤銷執照。

2 部份消滅合併係指參與配送中心的瓦斯行，有些瓦斯行撤銷執照，有些瓦斯行則仍保留執照。

3 分銷商共同組成，係指除配送中心瓦斯行以外的參與瓦斯行均保留執照。

銷商，因此以客戶群與客戶數做為相互間認證利潤分配的比例，較為客觀也易為參與分銷商接受。第三種利潤分配的方式，是由參與分銷商均等分配。為避免利潤分配比例的爭執，以及大致而言，每家分銷商的配氣量相差不大，為合作的愉快與配送中心組織的易於形成，大家就不計較大小的分別，而以均等比例的方式分配利潤。

第二種類型配送中心的組成，係由若干分銷商撤銷執照營業場所，其它分銷商保留執照與營業場所所組成，不管是撤銷或未撤銷執照分銷商，均將其原有電話遷往配送中心瓦斯行，並將進貨銷貨的瓦斯配送工作全數交予配送中心操作。非配送中心保留執照與營業場所的分銷商，正常情況下，可能以爐具或其它廚房用具銷售做為營業內容。但不可否認的若有人力不足或客戶緊急需要時，這些分銷商則可能參與配送工作，事後再向配送中心請領工資。

第三種類型的配送組織的情況與第二種情況類似，配送中心一旦成立，所有分銷商即將電話遷往配送中心之分銷商營業場所，並將提氣與配送桶裝瓦斯的工作交由配送中心處所執行。保留執照與營業場所的分銷商，與第二種類型相同，平常基本上並不以桶裝瓦斯配送為其營業項目，但在必要時，則可能參與瓦斯之配送，或平常即照常配送瓦斯。配送中心的經理人，一般為該行業的專業人士，有些為原有分銷商老板的第二代，有些為其它單位轉進的人員，如由液供處，或各分裝場退下來的人員，中間自然有原來即經營此業的分銷商老板。

三 配送中心運作的可能影響

液化石油氣分銷商成立配送中心，運作後的結果很可能使當地的瓦斯價格普遍的提高。根據公平會的統計資料，曾經處理過的個案共有

1)84 年台北縣金山鄉，鄉民檢舉該鄉 5 家分銷商聯合經營，罔顧消費者權益案。2)86 年台北市木柵區桶裝瓦斯零售業者涉嫌壟斷市場案。3)87 年台北市社子地區桶裝瓦斯價格過高案。4)88 年台北縣淡水地區桶裝瓦斯價格過高案等四案。其中社子地區案的處理，公平會曾向台北市地區瓦斯行抽樣調查，共獲 25 家瓦斯行液化石油氣單價資料²¹，如表十一。25 家瓦斯行樣本當中士林力行、光榮、如山、金葫蘆、四家瓦斯行，屬於表八台北市第 18 配送中心之成員。宏一屬於表八的第 33 配送中心成員，勝利屬於台北市第 3 配送中心成員，萬華區華一瓦斯行則屬第 13 配送中心，萬華區的五福瓦斯行，則屬於第 16 配送中心。北投區的金城瓦斯行，則屬於第 20 配送中心。同屬北投區之和新瓦斯行則為第 22 配送中心的成員。其餘之宏倫、福記、萬友、續大等 14 家瓦斯行，屬於獨立瓦斯行。

欲瞭解配送中心成立與運作的影響，可由兩方面著手，一是利用上述調查資料，比較同為士林區的 4 家參與配送中心瓦斯行的價格，與另外同區 8 家獨立瓦斯行的價格，檢定其平均價格是否有顯著的差異。二是就整個台北市地區的調查樣本為對象，分析 10 家參與配送中心瓦斯行的價格與 15 家獨立瓦斯行的價格，檢定其是否有顯著的差異，以判定配送中心成立後，對市場價格的影響。

1 同為士林區的比較。

根據表十一的資料，士林區的瓦斯行有 4 家參與配送中心，8 家為獨立瓦斯行，前者 4 家瓦斯行的平均價格為 $\bar{x}_1=25.625$ 元，而後者 8 家獨立地區瓦斯行的平均價格為 $\bar{x}_2=25.53$ 元，二者相差 0.095 元，並不十

21 原調查樣本有 27 家瓦斯行，但其中勝利瓦斯行為重複調查，已將重覆問卷剔除。另外大同區獨立瓦斯行的宗和瓦斯行報價太低，(大部份瓦斯行的報價大都介於 20~26.5 元之間，而宗和的報價為 15.3 元)也將其剔除樣本之外。

表十一 配送中心瓦斯行與非配送中心瓦斯行價格的比較

瓦斯行名稱	所屬行政區	所屬配送中心 ^A	每公斤實際價格
1 士林力行	士林區	18	26.25
2 光榮	士林區	18	25
3 如山	士林區	18	25
4 金葫蘆	士林區	18	26.25
5 老義發	士林區	—	26.25
6 宏一	文山區	33	26 ^c
7 勝利	中山區	3	26.5
8 宏倫	士林區	— ^b	25
9 福記	士林區	—	24
10 藍友	士林區	—	26
11 德大	士林區	—	26
12 福順	士林區	—	26
13 大豐	士林區	—	25.5
14 達昌	士林區	—	25.5 ^d
15 大裕	中山區	—	26.25
16 和泰	松山區	—	26.5
17 榮昇	大安區	—	25.25 ^e
18 金隆	中正區	—	25.5 ^f
19 華一	萬華區	13	24
20 公道	萬華區	—	20
21 五福	萬華區	16	25.75 ^g
22 天元	北投區	—	25.58 ^h
23 金城	北投區	20	26
24 和新	北投區	22	25.95
25 中原	南港區	—	25 ^c

說明：a 所屬配送中心之代號，係指表八之第二欄的配送中心分銷商的代號。

b 「—」表示設分銷商不屬於表八所列示之配送中心，屬於獨立之分銷商。

c 其原始價格介於 25.5 與 26.5 元之間，26 元為取其平均值作為計算之基礎。

d 原始價格上下限為 25 元~26 元。

e 原始價格上下限為 24~26.5 元。

f 原始價格上下限為 25~26 元。

g 原始價格上下限為 25~26.5 元。

h 原始價格有三種，分別為 26.25、25.5、25 元三種。

i 原始價格上下限為 23.5~26.5 元。

分明顯。前者樣本變異數 $s_1^2=0.5208$ ，後者之樣本變異數為 $s_2^2=0.5458$ ，依據 s_1^2 、 s_2^2 的資料可求出全體樣本變異數 $s^2=0.5383$ 。然後可進行兩樣本平均價格的檢定，求出其 t 值，以判斷配送中心的成立與運作是否帶來液化石油氣價格的上漲。表十二顯示 t 值為 0.4493，不能通過顯著性檢定，顯示以士林區為樣本的分析，似乎不能判定配送中心的存在，會為桶裝瓦斯帶來價格的上升。

2 以台北市全區為比較基礎

依據相同之方法，以全部調查樣本為對象，分析台北市參與配送中心瓦斯行的價格，與獨立瓦斯行的價格是否有顯著的差距，其結果列示於表十三。配送中心瓦斯行平均價格為 25.67 元，獨立瓦斯行的平均價格為 25.22 元，二者相差 0.45 元，比以士林區為分析之結果 0.095 元高出許多。但經過平均數差異檢定的結果， t 值為 0.8466，亦無法在 5% 水準之下通過檢定，似乎與士林區的分析相同，表示配送中心與非配送中心瓦斯行的平均價格，無顯著之差異。

以上，依據公平會 87 年對各瓦斯行價格之調查資料，本研究進行平均數差異檢定，所獲得的結果是，不管是將分析侷限於焦點地區的士林區，或是以整個台北市地區為對象，所獲得的訊息均告訴我們參與配送中心瓦斯行的價格與獨立瓦斯行的售價，似乎並沒有明顯的不同。²²當然公平會若將調察樣本擴充到更大的樣本，或以全省性為調查範圍，也許可能有不一樣的結果。惟限於家用液化石油氣市場價格成本，過去曾經接受政府部門嚴格的管制，其成本或價格對經營者或消費者而言，

²² 公平會瓦斯行調查資料的品質是否具有可信度，將密切的影響統計分析的結果。根據本研究的瞭解，公平會 25 家瓦斯行調查樣本中，有 10 家瓦斯行參加地方性配送中心組織，可是只有兩家瓦斯行老實的在問卷中回答參加配送中心。可見其資料的信度有相當的問題。再者由瓦斯行本身回答售價可能也有些不妥，由交易的一方消費者詢問其支付的價格，可能比瓦斯行自己回答較具可信度。

表十二 士林區配送中心瓦斯行與獨立瓦斯行平均價格差異檢定

項目	數據
$\bar{x}_1$ (元)	25.625
$\bar{x}_2$ (元)	25.53
$\bar{x}_1 - \bar{x}_2$ (元)	0.095
S_1^2	0.5208
S_2^2	0.5458
S^2	0.5383
t 值	0.4493

說明: $t = \frac{(\bar{x}_1 - \bar{x}_2)}{\sqrt{S^2 \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$

2) $S^2 = [(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2] / (n_1 + n_2 - 2)$

3) $n_1 = 4, n_2 = 8$

4) 符號下標 1 表示配送中心瓦斯行，下標 2 表示獨立瓦斯行。

表十三 台北地區配送中心瓦斯行與獨立瓦斯行平均價格差異檢定

項目	數據
$\bar{x}_1$ (元)	25.67
$\bar{x}_2$ (元)	25.22
$\bar{x}_1 - \bar{x}_2$ (元)	0.45
S_1^2	0.5945
S_2^2	2.4037
S^2	0.5315
t 值	0.8466

說明: 1) $n_1 = 10, n_2 = 15$

2) 符號下標 1 表示配送中心瓦斯行，下標 2 表示獨立瓦斯行。

均相當的透明化，配送中心的業者可能不易藉由市場訊息不對稱性的優勢提高價格。再者，可能的理由是配送中心的附近仍存在相當普及之其

它獨立瓦斯行，對配送中心瓦斯行的價格上漲產生抑制效果，所以配送中心瓦斯行實際上並不易提高價格，因此在數據出現兩者並無明顯之差異。

伍 配送中心的組成、運作與公平法的規範

如前所述，液化石油氣分銷商聯合配送中心的組成，大致可分為三類，一為參與的瓦斯行全部撤銷執照，類似公司法所稱的消滅合併。二為參與瓦斯行全部保留營業執照，僅將其原有配送工作交出。第三種類型則介於第一種類型與第二種類型中間，參與的瓦斯行部份撤銷執照，部份保留營業執照。配送中心成立之後的運作，也有很大的不同，有的瓦斯行一旦交出瓦斯配送營業項目之後，絕不插手瓦斯的配送，完全由配送中心負責配送的工作。有些瓦斯行則在配送中心工作繁忙，忙不過來時，則會回過頭加以幫忙，參與瓦斯配送的工作。這些不同類型的配送中心組成，以及不同運作行為，在公平法的適用係屬結合或聯合行為，在未進一步深入分析前，先對公平法所定義的結合行為與聯合行為作一分析，以比較中間的異同，可能是瞭解配送中心組成、運作，公平法適用的重要步驟。

一、結合行為與聯合行為的關係及比較。

公平法第六條結合的定義為：「本法所稱結合，謂事業有左列情形之一者而言：一、與『他事業』合併者。二、持有或取得『他事業』之股份或出資額，達到『他事業』有表決股權股份或資本總額三分之一以上者。三、受讓或承租『他事業』全部或主要部份之營業或財產者。四、

與『他事業』經常共同經營或受『他事業』委託經營者。五、直接或間接控制『他事業』之業務經營或人事任免者。」結合的概念雖然有五種不同的型式，但在實質上均具有一共同特徵，即事業透過上述五種不同方式，使其對他事業之經營決策，經營方針及市場策略，獲至相當程度之影響或控制力量²³。是故，結合本身含有事業企圖藉由彼此間密切關係的建立達成合作一致之行為，以取得市場利潤最大之目地。背後顯然帶有強烈聯合行為的本質，企圖共同決定商品或服務之價格，或限制數量、技術、產品、設備、交易對象、交易地區，相互約束事業活動之行為。和公平法第七條聯合行為之定義為所不同者，為此一致行為之事業群，在市場上因為具有結合之關係，彼此之間可能沒有任何之競爭意圖，或者即使有競爭的動作，其競爭強度已難與一般市場事業間的競爭關係相比擬。

五種結合行為的樣態當中，只有第一款的合併為企業組織型態的改變，其餘四款中第二款屬於股權收購，第三款屬於資產收購，第四款為共同經營，第五款為直接或間接控制他事業之業務經營或人事任免，事業組織型式都未曾變更，表示他在法律上雖仍屬於獨立人格，唯在經濟的地位上可能受到他事業的控制或影響。相對的，第一類的合併，由於事業組織已全盤做了變更，其在法律上及經濟上均喪失獨立性。由此觀之，我國公平交易法之結合內含，似乎有相當比例與聯合行為的本質重疊，所不同者或有爭議的部份，在於具有結合關係之事業，是否仍存在完整或正常的競爭。

公平法第七條的聯合行為定義為：「本法所稱聯合行為，為事業以契約、協議或其他方式之合意，與『有競爭關係』之他事業共同決定商品或服務的價格，或限制數量、技術、產品、設備、交易對象、交易地區

²³ 見廖義男(1995)，頁2。

等相互約束事業活動之行為而言。」聯合行為的形成必須要有(1)二以上之事業參與此活動，(2)此二以上之事業必需彼此處於「競爭之關係」。藉由契約、協議或其他方式之合意，達成彼此間之價格、數量的決定、交易地區、交易對象等之分配的一致行為，完成相互約束事業活動之行為。

是故，聯合行為二以上之事業參與是必要之要件，一家獨占廠商所為之市場行為無法構成聯合行為。聯合行為除需複數事業為必要條件之外，尚需複數之事業在市場處於『競爭對立』之關係，若此複數之事業之市場關係，屬於完全隸屬之母子企業關係，或完全受控制於同一母企業的子企業，則其市場行為將相互一致，共同決定產品之價格或數量，或者劃分市場經營，應是理所當然的結果。因為，此複數事業雖在法律上具有獨立人格，唯在經濟決策上可能已喪失其獨立性，欲責以聯合行為之規範已失去其意義²⁴。問題是大部分的企業關係，可能並未存在完全隸屬關係，子企業間或母子企業間仍存有若干的經濟獨立性，彼此之間為經濟上的利益，仍可能在市場上產生若干競爭之動作，因此禁止其藉由聯合行為達成一致之行為，對社會之公共利益仍具有一定之價值。

從另一層面而言，結合管制與聯合行為的禁止，二者之不同在於結合屬於市場結構之管制，相對的聯合行為的規範焦點在於市場行為的管制，前者原有立法目的在於阻止事業藉由結合外部力量不當的擴充，形成龐大的企業體，以取得市場優勢的地位，最後則可能造成市場力量的濫用²⁵。換言之，結合的管制，有事前未雨綢繆防微杜漸的意思，希望

²⁴ 以此而論，現代企業組織的多變，可能很難單由法律上的法人作為規範的對象。放棄名目上的組織，改以企業集團作為規範的單位，或許是反托拉斯法執行可能改進的方向。另外改進的方向是在現有的法律架構上，將這種實質控制的關係予以納入，在法律上明文的規定，隸屬於那種情況應受聯合行為的管制。

²⁵ 由經濟角度觀之擁有優勢地位的事業，必然會企圖藉由其市場地位取得最佳經濟利益。例如獨占者的定價，必然以其利潤最大的邊際收益等於邊際成本的定價原則，以決定其獨占性定價，不可能為社會公共利益，而扭曲以完全競爭市場價格等於平均成本定價。私利與公利之間的差異，似乎必需藉助於政府公權力的介入加以導正，糾正此不合理的發展。

藉由事前的市場結構管制，阻止市場優勢地位之形成，為獨占力濫用製造溫床。相反的，聯合行為的管制，基本上比較不重視市場結構的集中與否²⁶，而將重點置於事業是否信守市場競爭之原則，若欲藉由人為合作扭曲競爭機制，使市場的競爭機制無法完全發揮時，為市場競爭狀態之維持，公權力即有介入的必要。

可惜的是，公平法將結合的定義，由最簡單的合併，延伸至包含股權收購、資產收購、共同經營，以及直指間接控制業務經營與人事任免等四個事業現況形式不改變的類型，固然有擴大結合管制打擊面的效果，但也為結合與聯合行為管制，帶來不易解決的競合問題。一旦允許事業非合併的結合類型，參予結合的事業，在市場的競爭關係，就可能因此大幅降低，甚至消失於無形，在法律要件上很難完全符合聯合行為的發動必需是相互具有「競爭關係」之事業，許可結合之後是不是要對結合的事業加以聯合行為的管制，變成很曖昧。因為若結合後企業間已成為完全從屬的關係，其經濟上的獨立性已經蕩然不存，再責以聯合行為之禁止，實屬多餘。然而實務上如前所述，他們之間又可能因結合程度高低，而保有若干之經濟獨立性，若以結合關係的存在做為聯合行為管制與否的取捨標準，似乎又稍嫌草率。若繼續課以聯合行為禁止之責應能為消費大眾尋求若干之利益。是故，可以說，允許非合併之結合，不必然免於聯合行為之禁止，應為適當之策略。至於要如何才屬於聯合行為，可能需要由西方國家，尤其是德、美長期真正施行反托拉斯法的國家，找到借鏡處之處。

此外，就結合與聯合行為的規範，公平法的設計亦有若干相似之處。事業發動之行為，即使符合公平法第六條之結合定義，不一定要受主管機關之規範，必需是結合事業的市場要件符合公平法第十一條之規定，

²⁶ 當然聯合行為發生的市場條件，與其市場既有廠商數，廠商大小分配等市場結構的重要變數，有密切的關係，見莊春發(1994)<同業公會與廠商聯合行為關係之研究>的分析。而且其發生時尚需符

一、事業因結合而使其市場佔有率達三分之一者。二、參予結與之一事業，其市場佔有率達四分之一者。三、參與結合之一事業，其上一會計年度之銷售金額，超過中央主管機關所公告之金額²⁷，才負有向中央主管機關申請許可之義務。換言之，事業之結合，只有在水平結合後市場佔有率超過三分之一者²⁸，垂直、水平、多角化結合時，事業市場佔有率超過四分之一者，或其會計年度銷售金額大於中央主管機關公告之金額者，始有申請許可之義務。以許可為管制的目的在於防止大型事業體經由結合大幅擴大市場之影響，有形成獨占力濫用之虞，藉由此事前之規範，獲得阻止之效果。

同樣的，聯合行為的禁止，亦有類似之規定，將聯合行為的管制，於公平法施行細則第五條第一項²⁹限定聯合行為係指「事業在同一產銷階段之水平結合，足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能為限。」顯見公平法對於垂直之聯合行為並不做規範，對不足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能者³⁰亦不加以禁止。

總之，公平法對於結合與聯合行為的規範，並不以事業之行為要件符合公平法之第六條第七條為唯一判斷標準。相同的，結合程度或聯合行為的影響程度必需達到某一標準才有其適用的可能。所不同者，前者將其附帶條件置於公平法母法的第十一條，而後者則置於施行細則第五條。結合行為與聯合行為管制的異同，列於表十四。

合施行細則第五條「足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能。」

²⁷ 公平會原公告銷售金額為 20 億，今已修正為 50 億。

²⁸ 只有水平結合才能計算其市場佔有率，垂直與多角化結合，由於結合事業處於不同市場，結合後事業之市場佔有率不致於發生變化，是故公平法第十一條第一項第一款之規定，應指事業之水平結合。

²⁹ 原聯合行為的除外規定，置於施行細則第二條，今已改置於新施行細則(民國八十八年八月三十日通過)的第五條。

³⁰ 公平法施行之初，有兩家豆漿店共同漲價，是否屬於需要規範的聯合行為之爭，因此後來在施行細則第二條，加上需「足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能為條件。」

二、新設事業是否應受結合管制規定的適用

公平法結合與聯合行為的關係，除有上述因擴大結合管制，而衍生與聯合行為適用糾纏不清的結果之外，結合定義本身，係指一事業與「他事業」有合併、股權收購、資產收購、共同經營、以及直接間接控制業務經營或人事任免之關係。問題是此「他事業」，是指結合前已存在的事業，還是結合後才存在事業。公平交易委員會八十一年六月四日，公研釋第0一二號卻做成下列否定新設事業不屬於「他事業」之解釋「公平交易法第六條第一項所稱之『他事業』，以結合時既存之事業為規範對象，故二以上既存事業共同投資設立新事業之行為，尚非該條規範對象，故縱使參與投資事業之一，有同法第十一條第一項所指各款情形，亦無需向本會申請結合之許可；惟參與投資之既存事業有利用設立新事業方式進行聯合行為或濫用獨占地位，或從事不公平競爭行為之情形，仍當依公平交易法有關規定處理」³¹。公平會在處理中華航空公司與十六家旅行社，共同籌組「華航旅行社」³²。原承辦單位認為華航出資二千二百萬元，占華航旅行社資本額四千萬元之百分之五十五，符合公平交易法第六條第一項第二款所規定的「持有或取得『他事業』之股份或出資額，達到『他事業』有表決權股份或資本額三分之一以上者。」的結合類型。且華航在航空運輸業之市場佔有率達四分之一，以及上一會計年度之銷售金額，亦超過當時主管機關公告應請結合許可之金額二十

³¹ 公平交易委員會公報，第1卷，第5期，第24頁。

³² 十六家旅行社有八家為「甲種旅行社」，華航旅行社屬於「綜合旅行業」。依據「旅行業管理規則」第二條，旅行業區分為綜合旅行業、甲種旅行社、乙種旅行社三種。綜合旅行社得以包辦旅遊方式，自行或委託甲種旅行業代理招攬旅客出國觀光。換言之，綜合旅行社可以提供國內外旅遊產品之批發予甲種旅行社代銷及零售，包括代售國內外機票。甲種旅行社僅能做到國內外旅遊產品之零售，包括代售國內外機票，而乙種旅行社僅能做國內旅遊產品之零售，包括代售國內機票。見廖義男(1994)，頁4。

表十四、結合行為與聯合行為的比較

內容	結合	聯合
1 公平法的定義	第六條結合的定義為：「本法所稱結合，謂事業有左列情形之一者而言：一、與『他事業』合併者。二、持有或取得『他事業』之股份或出資額，達到『他事業』有表決股權股份或資本總額三分之一以上者。三、受讓或承租『他事業』全部或主要部份之營業或財產者。四、與『他事業』經常共同經營或受『他事業』委託經營者。五、直接或間接控制『他事業』之業務經營或人事任免者。」	公平法第七條的聯合行為定義為：「本法所稱聯合行為，為事業以契約、協議或其他方式之合意，與『有競爭關係』之他事業共同決定商品或服務的價格，或限制數量、技術、產品、設備、交易對象、交易地區等相互約束事業活動之行為而言。」聯合行為的形成必須要有(1)二以上之事業參與此活動，(2)此二以上之事業必需彼此處於「競爭之關係」
2 公平法管制的先決條件	一、事業因結合而使其市場佔有率達三分之一者。二、參與結合之一事業，其市場佔有率達四分之一者。三、參與結合之一事業，其上一會計年度之銷售金額，超過中央主管機關所公告之金額，才負有向中央主管機關申請許可之義務。	施行細則第五條第一項限定聯合行為係指「事業在同一產銷階段之水平結合，足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能為限。」
3 管制目的	事前阻止事業藉由外力，形成市場優勢地位，以及防止市場獨佔力濫用的可能。	禁止事業藉由人力故意的介入，扭曲市場競爭機能的發展。
4 事業是否具有 一致性之行為	事業可能藉結合建立彼此間密切的關係，以遂行其市場行為一致的結果。	藉由契約、協議或其他方式之合意，達成彼此間之價格、數量等之一致行為。
5 管制時點的不同	屬於事前市場結構的管制。	屬於事後市場行為的管制。
6 事業組織的 變化	除第一項合併，事業組織有改變之外，其餘四項的股權收購，資產收購，共同經營，以及直接、間接控制業務經營及人事任免的結合，參與結合事業的組織均未改變，在法律上仍擁有獨立之人格。	參與聯合之事業，其組織均維持原來狀況，未作變更。每個事業在法律上均擁有獨立人格。
7 事業間的經濟 關係	1 參與結合之事業，若因此形成完全隸屬於母子企業關係，或事業成為完全控制於同一母企業的子企業時，則其在經濟上的獨立性將蕩然不存。母子企業間或隸屬於同一母企業之子企業間之市場行為，可能極具一致性。 2 參與結合之企業若保有若干的經濟自主性，則母子企業間或隸屬於同一母企業的子企業間，在市場將存有若干的競爭利益。	事業參與聯合行為之後，將因契約、協議或其它方式之合意，而喪失全部或部分的經濟獨立性。

億，依照公平法第十一條第一項第二款及第三款，應向公平會申請許可。但公平會委員會議，最後卻做出公研釋o一二號的不同之看法，以為華航旅行社為新設立之新事業，不符合公平法「他事業」既存事業之

定義，不需向公平會申請結合³³。法律學者廖義男(1994)，認為公平會公研釋0一二號的解釋，未明確說明「即使參與投資事業之一，有同法第十一條第一項所定各款情形，亦無需向公平會申請結合之許可」之理由，特別是『他事業』何以限定於既存之事業，主張「此種說法毫無根據，亦與富有監督與規範事業結合經驗之外國實務與理論相差甚遠。」³⁴他以德國實務之規範為例，認為「結合不僅包括既有事業之繼受取得，並且也包括因參與事業之新設立而為之原始取得³⁵。」

對於相同的問題，新設事業是否構成結合，學者黃茂榮(1998)，主張「自『事業間』立論，固似應以既存之事業為規範對象，而不包括新設之事業。然法律規定之解釋應取向於其規範目的，並自其目的認識系爭規定應如何適用才能達到其規範功能。由此立場，公平交易法關於結合之規定的適用對象，自當包括新設之事業³⁶。」為進一步支持其新設事業屬於結合之立論，他認為結合之認定還是「應從結合前及結合後之市場狀態加以比較。……，結合後有新事業存在者，宜假定該事業於結合時便已存在，至少以籌備處的型態存在³⁷。」

揆諸實際市場情況，事業間以設立新事業做為運作手段履見不鮮，依據莊春發(1994)的研究統計，台灣地區過去曾有五件新設事業做為聯合行為的個案。第一件為民國七十二年國內啟業、新竹、興南三家焦碳業者，簽訂代銷銷售書，限制焦碳之銷售，組成礦聯公司統籌辦理銷售事宜。第二件為民國六十年台灣區機器工業同業公會設立「群體同業拓展外銷聯營公司」，聯合輸出產品。第三件為民國七十二年機械廠商組織「台灣區機器貿易股份有限公司」，聯合輸出入產品。第四件民國七

³³ 見廖義男(1994)，頁4。

³⁴ 同註33，學者劉孔中(1998)亦有相同之見解。

³⁵ 見廖義男(1994)，頁6。

³⁶ 見黃茂榮(1998)，頁11。

³⁷ 同註36，頁12。

十三年一月預拌混凝土業籌組代銷公司，統籌北部地區預拌混凝土銷售，劃分銷售地區，避免競爭相互削價。第五件民國七十二年十二月北部地區 21 家預拌混凝土業籌組三家代銷公司，共同經營各廠預拌混凝土銷售業務。第二件與第三件的聯合輸出、輸入，依據公平法第十四條之聯合例外許可規定，應可向公平會申請許可³⁸，但第一件、第四件與第五件，似乎是以新設事業為手段，以達成統一訂價、限制產量，或分配市場的目的。

實務上固然常有上述以新設事業為手段，達成聯合行為之目的的個案，然究其本質事業間在形成新事業階段的同時，若其符合公平法第六條第一項第二款以下各款情節，應當有結合管制的適用才對。以前述「華航旅行社」為例，華航取得新設事業「華航旅行社」百分之五十五的股份，將使中華航空公司之市場力量，由原來的「航空運輸業」延伸至「旅行業」。此結合亦有利華航公司國內外機票之銷售，更增強華航在「航空運輸業」的市場力量。新設立的華航旅行社，因華航為其投資之大股東，將使其能穩定的掌握國內外機票的票源，有助於其在旅遊業市場的競爭能力。其它參與投資的旅行業，亦將此投資行為，在旅遊業取得更有利的競爭地位。故「華航旅行社」的新設投資案，對「航空運輸業」與「旅行業」的市場競爭結構，將產生重大的影響³⁹。而公平法之結合，旨在市場結構變遷之前予以嚴密之監督，若因自我限縮解釋結合定義之「他事業」，不包含新設事業，則將喪失立法之原意。

³⁸ 公平法第十四條規定事業不得為聯合行為，但有下列情形之一，而有利整體經濟利益與公共利益，並經中央主管機關許可者不在此限。一、為降低成本改良品質或增進效率，而統一商品規格或形式者。二、為提高技術，改良品質、降低成本或增進效率，而共同研究開發商品或市場者。三、為促進事業合理經營，而分別做專業發展者。四、為確保或促進輸出，而專就國外市場之競爭予以約訂者。五為加強貿易效能而就國外商品之輸入採取共同行為者。六、經濟不景氣期間，商品市場價格低於平均生產成本，致該行業之事業，難以繼續維持或生產過剩，為有計畫適應需求而限制產銷數量、設備或價格之共同行為者。七、為增進中小企業之經營效率，或加強其競爭能力所為之共同行為者。

³⁹ 見廖義男(1994)，頁 6。

公研釋 0 一二號，後段文的「惟參與投資之既存事業，如有利用設立新事業方式進行聯合行為或濫用獨占地位，或從事不公平競爭之情形，仍當依公平交易法有關規定處理」。似乎進一步表明公平會擬放棄事業對市場「結構」的監督與管理，而只針對事業事後之市場「行為」予以規範做為補救，與一般結合管制為事前防範的立法旨意有所違背。換言之，公平法對獨占力濫用行為、聯合行為、甚至是不公平競爭之行為的規範，基本上在於其行為對於市場競爭產生的危害加以禁止，其管制的重心放在事業市場行為發生之後，藉由法律之處罰加以嚇阻。而結合管制精神所著重者，在於事前阻止市場結構的惡化，避免為獨占力濫用、聯合行為、不公平競爭行為製造有利的市場環境。事前防止與事後補救管制，孰優孰劣應一目了然。

三、西方國家的借鏡

經由第一小節結合行為與聯合行為關係的分析與比較，可以發現擴大結合的管制面，固然可收事前管制結構之效，但不可否認的，這種擴大打擊面的結果，也勢必為聯合行為創造了優沃的環境。以此觀點，事業結合行為很可能涉及結合管制與聯合行為禁止的雙重管制。再說事業間之聯合行為的管制，法律上本來就沒有排除規定，因此以共同組織新事業的市場行為，很有可能以結合的方法為名，實質上卻是在於實施聯合行為。若是如此，則結合行為符合公平法第七條及同法施行細則第五條的構成要件時，應同時間可論處為聯合行為。除非該行為有公平法第四十六條所規定的例外事由，否則即構成法律所禁止的聯合行為。

經濟行為是具有全球性的，在我國市場上可能出現的事業行為，在先進國家亦可能出現。德、美兩國屬於先進國家，而且也是世界上長久

以來，真正實施反托拉斯法管制的國家，其處理類似行為的做法如何？其採用的標準如何？應當可提供我國處理類似行為的參考。

1. 德國處理的借鏡

針對新設共同事業是否屬於結合的問題，德國反限制競爭行為法第二十三條第二項第二款第三句明文規定：「數個事業同時取得它事業之股份，且其股份總數或表決權達到百分之二十五...或對於他事業已取得股份法第十六條意義下之多數參與者，該數事業之所為在該他事業所屬市場論為結合。」⁴⁰表明新設共同事業，應受結合之規範。

至於數個事業所參與之共同事業，應一概適用結合或聯合行為，或應一併適用結合與聯合行為，並無定論。德國立法者一九五七年制定反限制競爭行為法時，以及在一九七三年的修定時，對共同事業的規範，採不重複適用聯合行為與結合行為。換言之，早期法律的適用，德國法院必需在聯合行為或結合行為上做一選擇。除非競爭法有清楚的明文規定，例如德國反限制競爭行為法第五條第二項中關於辛地卡(syndikate)的規定，共同採購或銷售的目的，在於達成事業最佳規模，獲取規模經濟的利益。若符合反限制競爭行為法第二項所規定之「合理化」要件，依法申請，取得卡特爾之許可，方得為之⁴¹。

對於新設事業結合管制的規定與聯合行為的禁止規定的競合關係，德國最後的發展為提出雙重管制說的看法，和分別管制說的看法⁴²。雙重管制說的重點在於，結合管制規定及聯合行為的禁止規定，在法律的適用上並無排斥效力，亦即結合管制適用者，不排除聯合行為禁止管制之適用。同理，聯合行為禁止管制之適用，亦不排除結合管制之適用。所以共同體事業所從事之行為，如果同時滿足結合管制規定及聯合行為的禁止規定的構成要件，應同受結合管制及聯合行為之禁止的雙重管

⁴⁰ 見黃茂榮(1998)，頁 11。

⁴¹ 同註 36，頁 13。

制。

分別管制說的重點在於共同事業的結合管制與聯合行為禁止的管制，原則上以共同事業為集中性(konzentrativ)或合作性(kooperativ)為劃分之標準。劃分並不以行為本身是否適用結合管制和聯合行為禁止管制的要件，基本上是以目的性做為考量的標準。如果共同事業在存續期間無限期的在技術、生產及銷售上，享有廣泛的自主權，市場選擇的自由，共同事業的業務由共同事業為之。設立共同事業的目的主要在於取得對於財產集中的處分權，以及是否導致競爭的限制，這些亦被引為共同事業是否具有獨立性的考量因素。總之，共同事業若構成一個可以為自己利益打算的新獨立經濟單位，享有基本的事業機能，而非只是母公司上下游的附庸，則共同事業之設立，並不適用德國反限制競爭行為法第一條的聯合行為禁止規定。相同的，歐體亦有類似之規定「共同事業之參與必需不以投資事業相互間，或其共同事業間之競爭行為為協調的目的，或引起該協調的結果，該事業才是集中式的共同事業。共同事業必需是『集中式』，才只適用結合管制辦法，而不適用歐體協約第八十五條關於聯合行為之禁止規定。」反之，「若共同事業之競爭行為以協調為目的，或引起協調之效果者，為一『合作式』共同事業。不論其結構為何，特別是不論對其是否有控制力之共同行使，或是否為獨立之經濟單位，一概適用歐體協約第八十五條⁴³。」

不過即使有上述德國獨立性的劃分標準，或歐體的是否產生競爭行為的協調結果為分野。德國聯邦法院(BGH)對此劃分的嘗試，似乎仍採較為保留的態度。所以即使是分別管制說的支持者也認為，將共同事業的設立、營運，清楚的劃歸集中式或合作式的領域有所不能時，應當仍

⁴² 同註 36，頁 15。

⁴³ 同註 36，頁 18。

然回歸到考量雙重管制的處理⁴⁴。

2. 美國管制的借鏡

美國法爭論的重點放在結合發生之後，事業間已存在關係企業的關係，事業間的共同行為(concerted activity)是否有休曼法(Sherman Act)第一條共謀的適用。依據關係企業型式又可區為 1) 母公司擁有子公司全部股份(wholly owned subsidiaries)，2) 姐妹子公司(sister subsidiaries)和 3) 母公司擁有子公司部份股份(partially owned subsidiaries)三種類型⁴⁵。

1) 母公司擁有子公司全部股權

在美國早期的案例中，包括四個聯邦最高法院(supreme court)的判例，皆認為同企業集團內各子公司間的共謀(intragroup conspiracy)觸犯休曼法第一條的規定。唯在一九八四年，美國聯邦最高法院在 Copperweld Corp. v. Independence Tube Corp. (1984)一案⁴⁶，推翻過去傳統之見解⁴⁷，認為Copperweld公司擁有Regal公司百分百的股權。母公司Copperweld與完全控制子公司Regal的一致行為，屬於市場上的「片面行為」(unilateral activity)，並無「共同行為」的存在。休曼法第一條所欲禁止者為「共同行為」。既然母子公司之行為不符合「共同行為」的要件，故無休曼法第一條的違反。換言之，在該案中最高法院認為母子公司的行為，並不是由兩個獨立的公司意思表示，究其實質意含僅為單一公司之意思所支配。母公司與擁有全部股權之子公司之內恆有「目的的一致性」或「目的的共同性」，所以母子公司之間只有「單一」的意思⁴⁸。

⁴⁴ 同註 36，頁 17。

⁴⁵ 見劉連煜(1993 年)，論關係企業是否適用我國公平法聯合行為管制規範。

⁴⁶ 467U.S.752(1984)。

⁴⁷ 同註 45，頁 379。

⁴⁸ 同註 45，頁 379。

對於過去判斷共謀的標準「集團內共謀理論(the intragroup conspiracy doctrine)」，最高法院也將其拋棄。「集團內共謀理論」係指是否有違反休曼法第一條規定之共謀行為，應審視企業的形式結構而定，而非依實際而論。所謂的「形式結構」是指企業內未具法人人格的公司部門，或已具法人人格的子公司而言。依「集團內共謀理論」只有公司與其次級組織的部門間的一致行為，不觸犯休曼法第一條，母子公司間之一致行為，則有違法的可能。聯邦法院認為如果默守「集團內共謀理論」的做法，只會徒然鼓勵公司在公司事業內廣設未具有獨立人格的次級部門，取代子公司型式⁴⁹，以逃避法律之規範。

2) 姐妹子公司之間

Copperweld 一案美國聯邦法院確認母公司與擁有百分之百股權的子公司之間的一致行為，認定為「片面行為」，不屬於休曼法第一條所稱之「共同行為」，因此無違法之虞，其解決的是母子公司的關係。如果情況改為相同公司或個人股東全部持有的兩家姐妹公司，是否會因有一致行為的合意而觸犯休曼法第一條？

在Copperweld案做成判決之前，聯邦法院曾明白的表示姐妹公司之關係企業，當然有休曼法第一條的適用⁵⁰，但在Country Oil Tool Ins. V. Production Sepecialties, Inc.⁵¹一案，第五巡迴上訴法院，認為本案與Copperweld案情況相同，姐妹公司行為有所謂的「目的一致性」或「目的的共同性」的存在。是故，法院以為兩個或兩個以上的公司，如其股權完全為一主體所掌握，並不因此使得此等公司喪失其共同性，這些公司更不可能變為多數實體，而有休曼法第一條之適用⁵²，Contury

⁴⁹ 同註 45，頁 380。

⁵⁰ United States V. Yellow Cab Co.，332U.S.218,217(1947);Kiefer-Stewart Co.V. Jeseoph E. Seagram & Sons Inc.，340U.S.211(1951)。

⁵¹ 737 F.2d 1316 (5th Cir.1984)。

⁵² 同註 45，頁 381。

Oil Tool 判決成立之後，同一法院先後有兩個個案，也採相同之見解⁵³。

3) 母公司持有子公司部份股權情況，

Copperweld 案固然對母公司持有子公司全部股權的情況，提出不適用休曼法第一條的解釋，但市場情況若出現母公司僅持有子公司部份股權時，則其是否仍適用 Copperweld 案所建立的原則。美國法院對此的處理態度不像 Copperweld 案具有一致性，不同法院的處理結果，經常出現南轅北轍，例如在 E. g., Magnum Distribs V. Bon Co. of Am(1984) 一案，子公司百分之六十股份為母公司所有，法院認為該案適用 Copperweld 法則。在 Tunis Bros. Co. V. Ford Motor Co., (1985) 一案，母公司雖持有子公司百分之百的表決權，但卻只有百分之七十九的資本投資，因此認為 Copperweld 案所建立的法則在該案不適用⁵⁴。

學者Blumberg認為Copperweld一案建立了「共同控制的存在」，(the existence of common control)是判斷行為屬於「片面行為」或「共同行為」的主要因素⁵⁵，藉由何種型式行使控制並不重要。申言之，只要母公司對子公司有控制力，縱使控制力量僅來自於低於百分之百的股權，亦可演繹出Copperweld案相同的結論⁵⁶。對於主張法院應調查母公司行使對子公司的控制程度，和子公司有無享有獨立的決策權，以及法院應調查母公司與其擁有部份股權的子公司，是否為能夠共謀之分別經濟實體的質疑和要求。Blumberg教授堅持一貫的看法，認為只要存在「共同控制」的事實，即可將母子公司的行為視為片面行為，毋需考量母公司持有子公司股權的比例為百分之一百，或超過半數，或者是低於半數，更不需探究控制權有無行使及其行使方式如何等等的細節⁵⁷。

⁵³ 同註 52。

⁵⁴ 同註 45 頁 382。附註 26。

⁵⁵ 同註 45 頁 382。

⁵⁶ 同註 45 頁 383。

⁵⁷ 同註 45 頁 384。

同樣的，美國法務部(The Department of Justice)也將類似的方法，在「一九七七年國際指南」內，接受「企業集團內經營安排」的概念，主張不論是被部份擁有股權或全部擁有股權之企業集團內的分子公司，皆非反托拉斯規範的對象。

德美兩國對結合行為規範的重要內涵，則列示於表十五。

四、配送中心的成立、運作與公平法的適用

(一)原始配送中心的設計與現有實況。

探討配送中心的成立在公平法上到底屬於事業的結合行為或是聯合行為，應先回歸致歷史源流，觀察原有液供處的設計，可能比較能夠看出端倪。依據歷史資料液供處的輔導要點(79年版)的第五條：「合作計畫配送組織章程中，應明定按期召開股東會，提報營運狀況表，其負責人應定期改選，連選得連任，負責人如未能定期召開股東會，一經反應，液供處得以輔導，會同當地股東會代表代為召開股東大會並改選負責人。」可以想見的既然配送中心的最重要決策機構為股東大會，則可推論配送中心應為一新設機構或組織。輔導要點第七條則更明確的指出，合作計畫配送組織籌設之後，應依法向當地主管機關申請登記，領用統一發票並報繳營業稅，如經液供處核准解散時，並應依法向主管機關申請解散，或註銷其營業證照。可見合作計畫或配送組織在原始的設計上，應當屬於新設事業。

為瞭解配送中心組成在實務上的真實狀況，本研究以訪問業者方式瞭解實際情形，得知配送中心的組成，依據配送輔導要點第七條的規定：

表十五、德美兩國對結合規範的重要內涵

	德國	美國
---	----	----

管制內容比較	1 新設共同事業 德國反限制競爭行為法第二十三條第二項第二款表明新設共同事業，應受結合之規範	1 母公司擁有子公司全部股權 1)傳統之見解：「集團內共謀理論」只有公司與其次級組織的部門間的一致行為，不觸犯休曼法第一條，母子公司間之一致行為，都有違法的可能。 2)近年來的看法：母公司完全控制子公司的行為，屬於市場上的「片面行為」(unilateral activity)，並無「共同行為」的存在。母子公司之行為不符合「共同行為」的要件，故無休曼法第一條的違反。
	2 數個事業所參與之共同事業 1)早期法律的適用，德國法院必需在聯合行為或結合行為上做一選擇。 2)若符合德國反限制競爭行為法第五條第二項中關於辛地卡(syndikate)所規定之「合理化」要件，依法申請，取得卡特爾之許可，方得為之。	
	3 新設事業 <<雙重管制說>> 重點在於共同體事業所從事之行為，如果同時滿足結合管制規定及聯合行為的禁止規定的構成要件，應同受結合管制及聯合行為之禁止的雙重管制。 <<分別管制說>> 管制原則是以共同事業為集中性(konzentrativ)或合作性(kooperativ)為劃分之標準。劃分並不以行為本身是否適用結合管制和聯合行為禁止管制的要件，基本上是以目的性做為考量的標準	2 姐妹子公司之間 姐妹公司行為有所謂的「目的一致性」或「目的的共同性」的存在。是故，法院以為兩個或兩個以上的公司，如其股權完全為一主體所掌握，並不因此使得此等公司喪失其共同性，這些公司更不可能變為多數實體，而有休曼法第一條之適用
	4 歐體認為共同事業必需是『集中式』，才只適用結合管制辦法；若共同事業之競爭行為以協調為目的，或引起協調之效果者，為一『合作式』共同事業。不論其結構為何，一概適用歐體協約第八十五條關於聯合行為之禁止規定。	3 母公司持有子公司部份股權情況 1)不同法院的處理結果，經常出現南轅北轍。法院認為應調查母公司行使對子公司的控制程度，和子公司有無享有獨立的決策權，以及法院應調查母公司與其擁有部份股權的子公司，是否為能夠共謀之分別經濟實體。 2)Blumberg 教授堅持一貫的看法，認為只要存在「共同控制」的事實，即可將母子公司的行為視為片面行為，毋需考量母公司持有子公司股權的比例為百分之一百，或超過半數，或者是低於半數，更不需探究控制權有無行使及其行使方式如何等等的細節 3)美國法務部(The Department of Justice)也持類似的方法。主張不論是被部份擁有股權或全部擁有股權之企業集團內的分子公司，皆非反托拉斯規範的對象。

配送中心要向當地主管機關申請登記並領用統一發票。一般而言，配送中心要以新設事業的形式，向當地機關申請成立新的瓦斯公司，取得所謂的營業登記證並不容易⁵⁸。配送中心實務上大都沒有取得營業登記證

⁵⁸ 地方主管機關因社會安全的理由，不易給予新設立的瓦斯行執照許可。

和領用統一發票。實際的經營情況是由保留執照的各瓦斯行之一出面，設立為配送中心瓦斯行，將各瓦斯行的購氣，配送瓦斯之業務，集中於中心瓦斯行進行。依據參與瓦斯行執照保留與否分成三種情況，第一種是只保留中心瓦斯行的執照，維持其法人地位，其他瓦斯行均撤銷執照，原有所有瓦斯行的老版變成此中心瓦斯行的股東。第二種是參與配送中心的瓦斯行執照全部保留。第三種是介於第一種和第二種之間，參與配送中心的瓦斯行，除中心瓦斯行之外，其它瓦斯行有些人撤銷執照，有些人則採行保留執照⁵⁹。

（二）配送中心成立之公平法適用。

由於實際配送中心的成立，並沒有根據液供處的輔導條例所設計的以新設事業的形式成立配送中心。物換星移後的妥協結果，實際情況是參與配送中心的全部瓦斯行中，選取一家為中心瓦斯行。是故，公平會公研釋 0 一二號的解釋，籌設事業是否屬於「他事業」的爭論，可以免去。因為實際的瓦斯行為既存之事業，符合公平會目前的結合定義。

但就配送中心的組成形式不同，依據其法律之適用，仍有可以討論的地方。首先就第一種配送中心成立的情形加以探究。由於參與的瓦斯行，只留下中心瓦斯行，其它瓦斯行均因配送中心的成立而撤銷執照，因此就其組織而言，完全符合公平法第六條第一項第一款的情形，中心瓦斯行與他事業合併，撤銷執照瓦斯行為消滅事業，中心瓦斯行為存續事業。這種情況最為單純，可以很簡單的判斷屬於結合行為。如果參與事業沒有公平法第十一條第一項的規定，事業因結合而使市場占有率達三分之一，或參與結合之一事業，其市場占有率達四分之一者，或參與結合之一事業，其上一年度之銷售金額，超過中央主管機關公告的五十

⁵⁹ 保留執照的原因有很多，依據調查瞭解的是一、害怕瓦斯行合作不順利，起碼還可退出回到自己的地盤上繼續經營。二、是瓦斯行執照申請不易，它在市面上仍有若干經濟價值，瓦斯行老版待價而估。

億元者，即可不必向公平會申請許可⁶⁰。相反的若有第十一條第一項的要件，則有向公平會申請許可之義務⁶¹。

第二種配送中心成立的情況，由於參與瓦斯行將瓦斯行最重要的營業項目，領取液化石油氣與配送液化石油氣的工作，全部交付與中心瓦斯行運作，因此有公平法第六條第一項第三款「受讓或承租他事業全部或主要部份之營業或財產者」的適用，因此基本上有結合之適用。另外依據公平法第七條聯合行為的定義而言，中心瓦斯行與參與聯合配送的瓦斯行之間，在未成立配送中心之前，具有完全的競爭關係，而且成立配送中心時，依據第四章的實務調查，參與配送中心的瓦斯行之間，係以契約約定其股東比例和利潤分配的方式，且有共同決定商品或服務之價格的事實，因此就法律上顯然已符合聯合行為的要件。如果該項行為滿足公平法第十一條結合管制之要件，或公平交易法施行細則第五條聯合行為的要件，則應類比於德國新設事業應採結合和聯合行為的規範，似乎應採取「雙重管制說」。換言之，該項行為應同時適用聯合行為和結合行為的規範。即便採用「分別管制說」，配送中心的形成具有相當的「合作性」成份，所以應同時採用結合與聯合行為的規範。再者，引用歐體的劃分標準，以協調為目的或引起協調的效果觀察，聯合配送中心的成立，似乎具有「合作性」的內涵，應同時適用結合行為與聯合行為的雙重管制。

第三種配送中心的成立類型，雖然有部份的瓦斯行會因此裁撤執照，其與中心瓦斯行顯有結合之關係。執照仍保留的瓦斯行，其將主要的營業項目交與中心瓦斯行，亦應屬於結合行為之表徵。唯不可否認的，執照仍保留的瓦斯行，其組成配送中心仍可能存在聯合行為適用，因此

⁶⁰ 市場占有率的高低，與市場範圍的界定息息相關，在下一小節會有進一步的分析與說明。

⁶¹ 根據本研究的初步調查，台北市瓦斯行平均年營業額在 2000 萬元上下，欲符合公平法第十一條申請許可要件，並不容易。

主管機關似乎仍應依據第二種類型配送中心的判斷，將其歸類同時適用公平法之結合管制與聯合行為禁止之管制。

綜上所論，不管是第二種類型或是第三種類型的配送中心的成立，其條件是符合公平法施行細則第五條第一項的規定，業者即可能有公平法第七條聯合行為的適用。但就業者而言，其仍可依據公平法第十四條聯合行為的規定，請求例外許可，可避免公平法的規範，公平會依據配送中心成立是否有益於整體經濟與公共利益，而決定給予許可。配送中心成立的公平法適用，依據三種不同類型，可分別依下列圖三、圖四流程加以表示：

(三)配送中心運作之公平法適用

配送中心成立開始運作公平法的適用，因中心瓦斯行與參與瓦斯行關係的不同，會有不同之結果。基本而言，第一種類型的配送中心關係，由於只留存中心瓦斯行，其他參與瓦斯行均已消滅，故無聯合行為的虞慮。反倒是若配送中心的成立夠大⁶²，符合公平法施行細則第三條獨占事業的認定條件⁶³，成為市場的獨占事業，則其市場的運作行為，則可能要受公平法第十條獨占力濫用的規範⁶⁴。

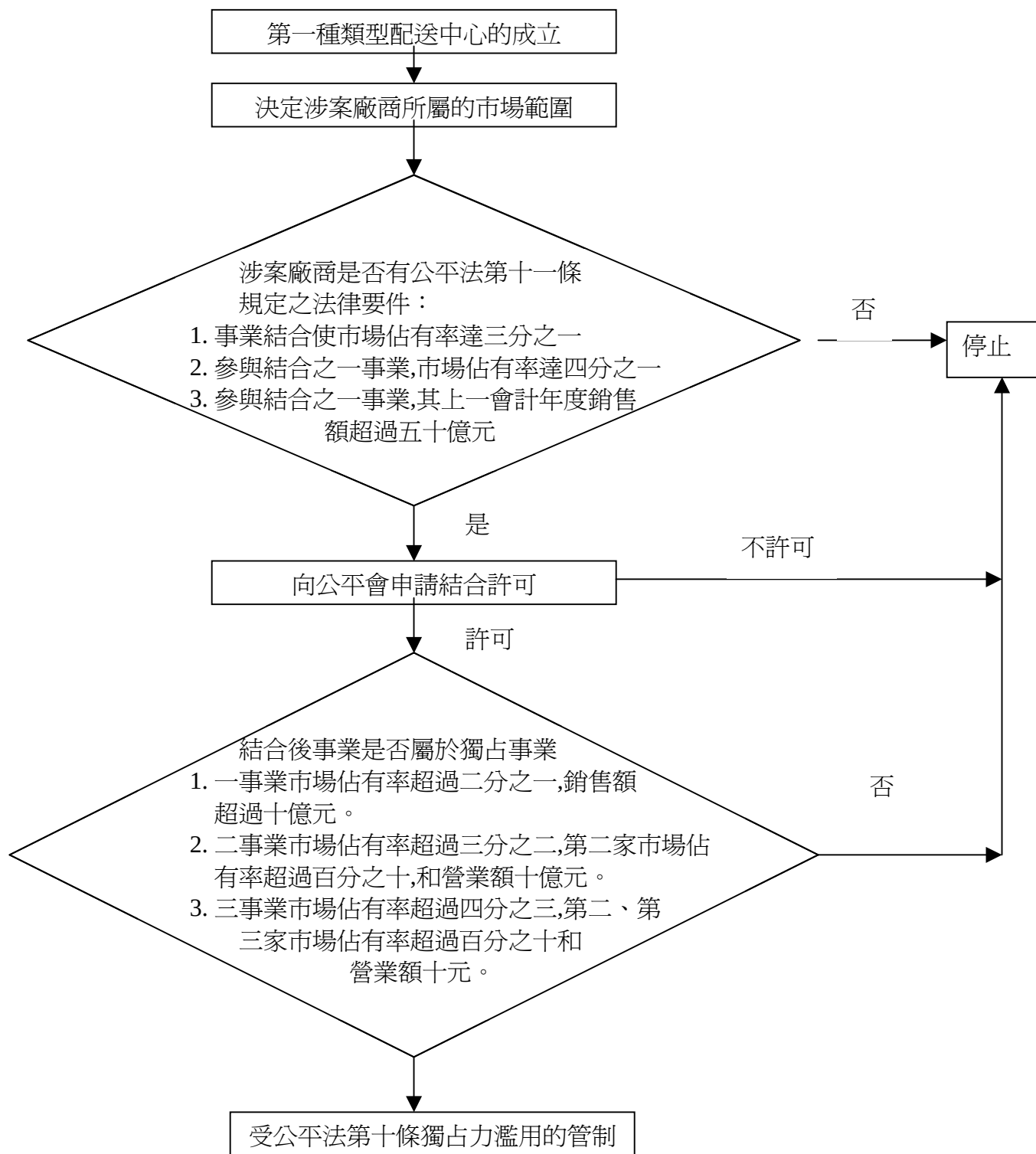
第二種類型與第三種類型配送中心的運作可一併討論。因為最後的問題是中心瓦斯行運作，與參與配送中心的其他瓦斯行之間互動關係的討論。當配送中心成立時，中心瓦斯行與所有參與瓦斯行即存在關係企業之關係⁶⁵。依據美國關係企業休曼法適用的領導個案Copperweld案

⁶² 參與配送中心的瓦斯行如果夠多，例如有 50 家瓦斯行參與配送中心，則年營業額將很可能超過新台幣 10 億元。

⁶³ 事業年度營業額超過新台幣 10 億元以及一、一事業在特定市場之占有率達二分之一者，二、二事業全體在特定市場之占有率達三分之二，三、三事業全體在特定市場之占有率達四分之三，和個別事業在特定市場占有率達百分之十者，將被認定為獨占事業。

⁶⁴ 獨占事業之濫用獨占地位行為包括：一、以不公平之方法，直接或間接阻礙他事業參與競爭，二、對商品價格或服務報酬，為不當之決定、維持或變更。三、無正當理由使交易相對人給與特別優惠。四、其它濫用市場地位之行為。

⁶⁵ 關係企業之成立非其於多數與事實上之因素，而係基於兩以上事業締結一個直接以控制從屬關係與營業上統一管理之建立為目的與內容之契約，見吳秀明(1998)，頁 8。參與配送中心的瓦斯行以契



【圖 1】第一種類型配送中心之成立管制流程

第二種與第三種配送中心的成立

決定涉案廠商所屬的市場範圍

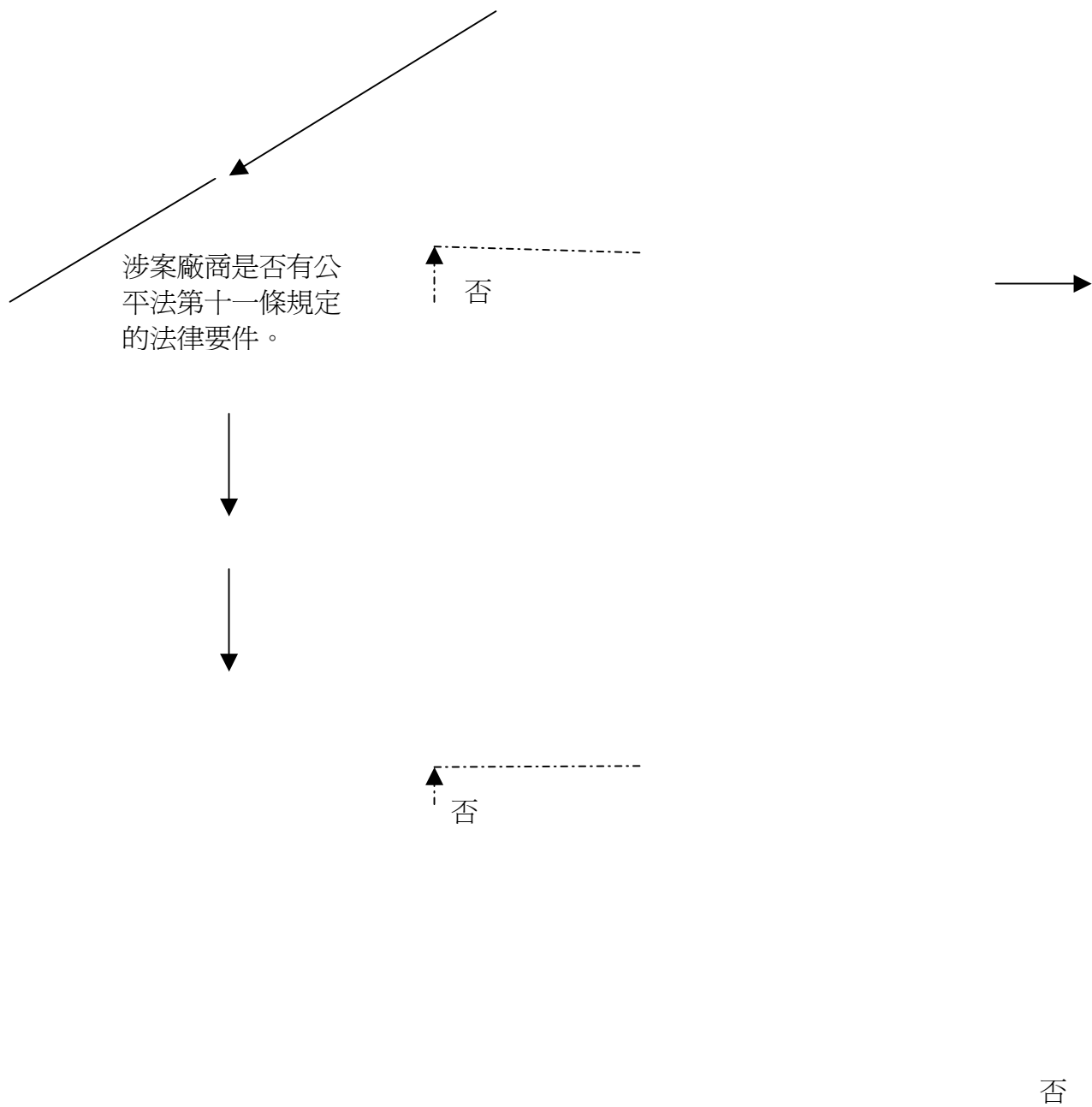
約締結
子公司

結合管制

送中心之中心瓦斯行為一子公司

聯合行為管制

公司, 母公司完全控制



⁶⁶，所建立的「共同控制的存在」(the existence of common control)

⁶⁶ 467U.S.752(1984)。

基礎，可判斷關係企業的行為屬於「共同行為」或屬於「片面行為」。根據前一章實際調查的瞭解，參與瓦斯行與中心瓦斯行之間，確實存在著共同控制的關係，因此參與瓦斯行與中心瓦斯行之間已非獨立之經濟體，其相互間所為之行為，應屬於集團內所為之行為，不適用於公平法聯合行為之規範。換言之，中心瓦斯行與參與瓦斯行之間的市場「競爭關係」，因上述之結合已蕩然不存。中心瓦斯行與參與瓦斯行之間所為之行為，具有Copperweld所稱之「目的一致性」與「目的共同性」，實難再責以聯合行為的禁止。

五、市場範圍界定的問題

如前所述，聯合配送中心的成立，在不同的類型之下，有公平法結合管制與聯合行為禁止的適用。當聯合配送中心運作時亦可能有獨占力濫用之適用。結合的管制，必需事業結合時有公平法第十一條第一項三款條件之成立，結合後市場占有率超過三分之一，或參與結合事業之一市場占有率超過四分之一，以及參與結合事業之一前一年度銷售金額超過主管機關公告之金額。事業才有向公平會申請結合許可之義務。同理聯合行為之禁止，亦需聯合行為發生於同一產銷階段，足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能者為限⁶⁷。配送中心獨占力濫用的適用，亦需界定配送中心是否具有獨占事業的地位，應先依據施行細則第三條的規定，分別計算中心瓦斯行的市場占有率，才能確定是其市場的地位。

總之，不管是配送中心成立時的結合、聯合行為禁止的管制，亦或

⁶⁷ 聯合行為需到達甚麼程度，才會產生「足以影響生產、商品交易或服務供需之市場功能」。公平會並未有明確的量化標準，例如第一個聯合行為案花連蛋商案，以市場8家蛋商有5家參與聯合行為認定其具有顯著影響市場功能。在高雄信用合作社案，則以五家信用合作社案存款占南部金融存款市場的22.6%，認定為顯著影響市場功能。在中興、中華、國際票券案公平會的處份書，則以「該協議行為由全體票券業者做成，一體遵守，且足以影響簽證業務之市場機能」。一筆帶過，未進一步計算其市場占有率，作為判斷的標準。

中心瓦斯行運作可能涉及的獨占力濫用行為的管制，有一項很重要的工作必需先行確立的，那就是涉案事業的市場範圍在那裡？依據既存資料先估計這些涉案事業的市場占有率，是否高到必需向主管機關申請許可，以及該涉案行為是否以影響市場功能之發展，有加以禁止之必要。基於此，不管是公平法那一種行為的規範，主管機關不得不面臨市場範圍界定的問題。

(一)天然瓦斯是否應包含於液化石油氣市場？

大凡而言，反托拉斯市場的界定，跳脫不了相關產品市場(relevant product market)和相關地理市場(relevant geographic market)兩項內涵。前者必需把具有合理替代關係的產品納入市場範圍。後者則需依據空間替代的觀念，探討涉案產品地理的影響範圍。

1 相關產品市場

液化石油氣在家庭能源的需求上，最主要的競爭產品為天然氣，在界定液化石油氣市場時，是不是要把天然氣也納入市場範圍。依據莊春發出(1992)市場範圍界定的準則與辦法，相關產品市場的分析，必需由需求面的合理替代性，和供給面供給的可能性加以分析。合理替代性所考慮的內容，包括 a)產品的品質，b)產品最終使用的目的，c)消費者主觀的感受與態度，d)產品價格相似性與相互影響，e)產品一般交易習慣。供給可能性的內容包括 a)產品技術相似的程度，b)相似技術廠商的產能，c)廠商生產快速轉換的可能性或程度，d)轉換時間的長短，e)產品間的替代程度。

根據液化石油氣與天然氣的比較，在合理替代性的考量上，二者產品化學品質屬性有相當的不同，液化石油氣是由丙烷和丁烷組合而成，而天然氣則為甲烷。兩者的熱能也不同，前者每公升可產生 6635 仟卡，

而後者則為 5374 仟卡。就最終使用目的地而言，二者是相同的，均提供家庭部門與工業部門的熱能⁶⁸。其次為消費者主觀的感覺和態度，想必會有所差別，這可能需要進一步以調查方式詢問消費者才可能知到答案。

家用液化石油氣目前每公斤為 25 元到 26 元，換算成公升為計價單位⁶⁹，則每公升大約為 12.5 元，它與天然瓦斯的 10.20⁷⁰元有若干的差別，但並不十分顯著。若改由熱能當量予以比較，二者價格差距也並不大⁷¹。

至於二者價格的調整是否會明顯的產生消費者移動的現況不清楚，可能也需消費者調查，才能瞭解其交易價格彈性的高低。基於一般的交易習慣，一是以導管運送，每月查表收費，液化石油氣則以桶裝形式直接由工人運送到家，而且現場直接收費，所以二者的交易習慣乎有很大不同。

相對的，由供給可能面觀察，可以明顯的發覺液化石油不管在生產技術相似程度，廠商產能，轉換的可能性或程度⁷²並不高，即使可能轉換在時間上也曠時耗日。因此，綜合需求面替代的可能性與供給可能性的考量，將桶裝瓦斯與天然瓦斯加以區別，獨立成為桶裝瓦斯市場，可能是較為適當的做法。

2. 相關地理市場

相關地理市場範圍的界定，應考量的因素依據研究⁷³大致

⁶⁸ 依據公平會的調查，工業用液化石油氣有相當的比例流入家庭使用，為簡化計，以下之分析只集中於家庭熱能之目的，權且不考慮工業用LPG與家庭使用LPG之交互作用。

⁶⁹ 1 公斤=2.08 公升，見註 8。

⁷⁰ 10.20 元為大台北瓦斯八十八年七月十五日，價格調整後的結果。

⁷¹ 液化石油氣每公升可產生 6635 仟卡，自產天然氣每公升為 5374 仟卡，進口天然氣每公升為 5978 仟卡，以自產為基準比較，相同熱能下其價格為 10.12 元，以進口天然氣為基準比較，其價格為 11.26 元。

⁷² 依據經濟部，煤氣事業管理規則，第二章之規定，煤氣事業之設立與經營，必需經政府主管機關之核準，為一特許事業，桶裝瓦斯業者並不易跨入導管輸送的煤氣事業。同理，桶裝瓦斯業者也因需向地方政府申請許可，雖然進入之困難度不若煤氣事業，但一樣不易進行，故二者之跨業經營很難達成。

⁷³ 見莊春發(1992)，頁 139。

包括(a)時間的長短，(b)運輸成本，(c)法令規定，如執照規定的營運範圍，(d)關稅壁壘、配額，(e)潛在競爭產能，(f)產品差異化程度，(g)產品本身的可儲存性、可運送性。桶裝瓦斯市場目前因不涉及國外桶裝瓦斯之進口、關稅壁壘、配額等因素，可以暫時不予以考量。所以要分析的項目最主要的是運送桶裝瓦斯的成本，根據學者曾經做過的研究⁷⁴，目前裝瓦斯最主要的運送工具為摩托車，其運送的區域有相當的侷限性，可能限制在瓦斯行周圍 5-10 公里的範圍⁷⁵。或在一定時間之內⁷⁶。其次要探究的是地方主管機關獲准營業執照時，是否有限定其一定的行政區域為其市場區域⁷⁷，如果有這種規定，則可以容易決定瓦斯行地理市場的範圍。根據本研究訪問業者後，也發現瓦斯行的營運區域，大致上是以一個鄉鎮為範圍，其營業區域極少超出一個鄉鎮區域。它和學者張玉山(1995)瓦斯運送時間的調查結果，有 77%之運送時間可在二十分鐘之內完成，大致上與以鄉鎮為範圍相一致。即使以運送距離的 5-10 公里觀察，亦大至相符，因此桶裝瓦斯的地理市場以鄉鎮為單位加以考量應屬合理。惟目前因為經銷商與分裝場的開放，每家瓦斯行的液化石油氣來源可能不同，除前述之相關地理市場應加以考量之外，液化石油氣接氣點不同，以及其與分裝場或經銷商簽訂契約之關係，亦應加以考慮。

當然，若為求衡量上的嚴謹性，則可採用文獻上Elzinga &

⁷⁴ 見張玉山(1995)頁 99。

⁷⁵ 見公平會，台北市社子地區桶裝瓦斯過高案。

⁷⁶ 張玉山(1995)的研究，瓦斯行送貨時間的調查，在 225 個樣本中，平均送貨時間以 5-10 分最多有 55 件占全部樣本的 24.4%，其次為 15-20 分者有 50 件，占全部樣本 22.2%，再其次者為 10-15 分者有 43 件，占 19.1%，5 分鐘以內有 25 件占 11.1%，扣除未回答 28 件，20 分鐘以內者共占 163 件，占全部調查的 77%。

⁷⁷ 液供處時代，管制相當嚴，甚至瓦斯行移動都受到嚴密的監督。

Hogarty(1973.1978)提出的銷售法⁷⁸，以LOFI(Little Out From Inside)和LIFO(Little In From Outside)，兩種指標衡量瓦斯行的地理市場範圍有多大⁷⁹。LOFI指標是由供給面出發，估計本地瓦斯行所銷售的瓦斯，在當地銷售的比例，以衡量本地消費者對當地產品購買比例。至於LIFO指標則由需求角度出發，分析當地所有瓦斯消費當中，有多少比例來自於當地瓦斯行供給。Elzinga&Hogarty(1973)認為LIFO與LOFI比例超過 75%稱之為弱市場(weak market)，可以將當地市場劃分為單一市場。惟在 1978 年的論文考慮市場重疊性問題，認為LIFO和LOFI的比例必需達到 90%以上時，才能將該地區劃分為單一市場。針對桶裝瓦斯的問題，主管機關似乎也可採上述之方法，先選定一個地區進行調查估計LOFI與LIFO兩項指標。如果比例低於 90%，再擴大市場範圍進行估計，直到LOFI與LIFO兩項指標。超過 90%以上為止，則該市場範圍為適當之地理市場。

陸 結論與建議

(一) 結論

液化石油氣是石油煉製的副產品，在國內它主要提供為家庭熱能使用(占 74.59%)，其次為工業使用(占 23.34%)。民國八十七年主要供應者為中油公司，液化石油氣 51.23%，進口比例占 48.77%。以家庭戶數為計算標準，它占家庭燃料來源的 69.2%，是另一家庭熱能來源天然氣的 2 倍，液化石油氣可以說是我

⁷⁸ 莊春發(1997)外國競爭與地理市場的界定，頁 13~14。

⁷⁹ $LOFI = \frac{Q - E}{Q}$ ， $LIFO = \frac{Q - E}{Q + E + M}$ ，Q代表瓦斯行的總銷售量，E代表瓦斯行銷售至區外的數量，M代表外地銷售至本地的瓦斯量。

國目前家庭熱能最重要的供給者。基於自由化與民營化的政策，液化石油氣產業的生產或進口和經銷階段，均已開放民間參與競爭。進口部份八十八年已有台塑和李長榮化工進口少量的液化石油氣。過去一向由退輔會液供處壟斷的經銷階段，亦開放由李長榮化工、聯華氣體、合興石化、和協、寧揚、合和、北部瓦斯、乾惠、等八家經銷商參與經營。分裝場加工部份目前共有 96 個分裝場，全省分銷商合計為 3131 家，家庭用戶約 440 萬戶。

液化石油氣成為家庭主要能源的早期階段，由於獲利頗豐，以及為滿足社會強烈之需求，地方政府乃大量許可瓦斯行的營業執照，在民國六十年期間，執照張數由一千多張，一下擴充為三千多張。但隨著時代的變遷，天然瓦斯開始引進都會區，不斷的侵蝕液化石油氣的市場，遂使每家瓦斯行所能分配的銷售氣量大幅減少，不敷規模經濟的經營效率。同時間隨著經濟發展的腳步，體力工人供應不足，工資不斷的提高，增加業者的經營成本。再者因為經營場所限制於一樓店面，一方面不易尋覓，二方面其價格亦與時調升。其次因液化石油氣的危險性，政府部門乃在儲存場所、儲存數量，以及運送過程，不斷予以較嚴格之規範。這些客觀條件的改變，更造成瓦斯行經營困難。在窮則變變則通的原則下，開始由當時經銷商瑞華公司，訂定「合作配送計畫」的制度，藉縮編瓦斯行家數為手段，以達到瓦斯行成本節省，提高經營效率之目的。並選定於台東、花蓮、楊梅、鶯歌等四個地區試辦。及至液供處時代乃於民國七十七年頒訂「分銷商合作計劃配送輔導要點」，並於七十九年八月再頒修訂之輔導要點。在輔導要點中，液供處的原有設計，在於

將各區若干家瓦斯行組成一新的配送中心瓦斯行，以取代各自為政的情況，因此在章程中要求定期招開股東大會，依法向當地主管機關申請登記，領用統一發票，並負責報繳營業稅。惟實際執行之後，配送中心組織向液供處登記者僅占 8%，液供處無法全盤掌握分銷商之間協議內容是否允當。待民國八十一年公平法施行，八十二年撤銷液供處的總經銷體制之後，聯合配送中心的制度，更如脫韁野馬無人約束得了，爾來市場上乃衍生消費者檢舉分銷商，藉由配送中心聯合提高液化石油氣價格之情事，危害市場競爭之機能。

本研究進行實地調查，發現桶裝瓦斯勞務配送中心的組織，在全省大多數各縣市均存在，全省 25 個行政區中，只有南投縣、雲林縣、嘉義市以及離島的連江縣未發現配送中心組織，其他 21 個縣市或多或少均存在著配送中心的組織，統計目前全省共有 95 個配送中心組織。若以瓦斯行為計算標準，在全國 3131 家瓦斯行中，參與配送中心的瓦斯行則有 522 家，參與比例為 16.66%。觀察各縣市參與的比例，以澎湖縣的 87.5% 最高，其次為新竹市的 75%，再其次為台北市的 45.32%。以配送中心數觀察，配送中心大都集中於北部的都會區，其中尤以台北市的 34 個為最多，占全部配送中心數的 35.78%。改以配送中心出現的密度觀察，也是以台北市的 5.52 為最高。是故，本研究限於時間與經費，將分析集中於台北市，它與公平會近年來發生的檢舉案，大都發生大台北地區也能相契合。

以台北市配送中心為對象的調查結果，發現台北市各行政區瓦斯行參與配送中心的比例不一而足，不過約有一半以上的行政區域，超過一半的瓦斯行參與配送中心，中間以文山區的

參與比例 95%最高，大同區參與的比例 11%最低。三十四個配送中心成立的時間，以 80 年最多有 10 個。耐人尋味的是有 9 個配送中心是在公平法成立之後才成立的。這三十四個配送中心的組成型式，有 17 個是屬於所有經銷商均保留營業執照；12 個配送中心的情況是部份瓦斯行保留執照，部份撤銷執照；除中心瓦斯行外，全部瓦斯行撤銷執照者，僅有 5 個配送中心。根據公平會在士林、社子地區瓦斯行的調查資料，發現台北市參與配送中心瓦斯行之價格與未參與配送中心瓦斯行價格的比較，似乎沒有顯著之差異。

以公平法觀點觀察，結合定義含蓋事業合併以外的控制關係，固然事前擴大結合的打擊面，有防患市場優勢地位廠商形成的效果，惟此設計也因而付出結合與聯合行為糾纏不輕之惡果，由此看來天下似乎沒有白吃的午餐。在結合的規範裡，公平會公研釋的 0 一二號函，卻將新設事業摒除於結合定義的「他事業」之外，可能不合情理。同解釋文固然在後段特別強調，新設事業之成立，仍受公平法獨占力之濫用、聯合行為、不公平競爭之規範，惟這些規範補救於行為發生之後，不如結合的事前予以防止有效。依據德國執法的經驗，結合的管制均包含新設事業的管制，因此發展出來的雙重管制說和分別管制說，似乎也傾向於雙重管制說為通說。因為即使採用分別管制說時，若「共同事業」屬性屬於合作性，仍需回歸到適用聯合行為之規範。歐體之規範亦有類似之規定，以共同事業之行為是否以協調為目的，或引起協調之效果為分野。

美國法參酌之重點，在於結合形成之後的關係企業之規制，依據 Copperweld 的領導個案，發展成只要母公司擁有子公司全部

股權，即將其市場行為視為「片面行為」，不將其認定為「共同行為」，母子公司兩者之間恆有「目的的共同性」。換言之，美國法院最後拋棄了過去採用的「集團內共謀理論」的原則。在姐妹子公司的情況，亦採相同的原則，視姐妹子公司的行為屬於「片面行為」而非「共同行為」。至於母公司持有子公司部份股權的情況，美國法院的處理態度則不似 Copperweld 案具有一致性，法院的處理結果經常南轅北轍。

根據西方國家執法的借鏡與實務調查結果，本研究認為本案聯合配送中心的公平法適用，固然在原始設計上屬於新設事業，但在實務運作上，其仍屬於既存事業，因此沒有公研釋 0 一二號規定的爭議。但依據其成立之現況，似乎採德國之處理方式，將兩種配送中心之情況，以結合和聯合行為同時加以規範為妥。至於第一種配送中心型態全數瓦斯行均撤銷執照情況，只單純以公平法第六條第一項第一款加以規範即可。其次配送中心的運作公平法規範，由於參與瓦斯行與中心瓦斯行具有關係企業的關係，它們彼此之間所為之行為，依據美國法執法之借鏡，其應屬於「片面行為」，不隸屬於「共同行為」，因為他們的市場行為具有「目的的一致性」，似應不需再責以聯合行為之規範，再者由於配送中心成立之時，已課以聯合行為與結合行為之雙重管制，應可達成事前監督之效果。

最後結合、聯合行為與獨占力濫用行為所涉及的市場範圍界定，本文的研究認為應將液化石油氣定位為獨立之市場，不應將天然瓦斯包含進來。至於相關地理市場之界定，可循 Elzinga&Hogarty(1973, 1978) 的銷售法，逐步計算 LOFI 與 LIFO 指標，以求適當地理市場之界定。

(二)建議

1) 由配送中心組織出現與形成歷史觀察，似乎可以感覺配送中心的成立，是液化石油氣業者與當時管制者面臨市場客觀條件急遽變化後，不得不做成的應變措施。企圖藉由經營組織的重組，以獲取勞動成本、店面成本的節省，達成規模經濟的效果。同時這種適應結果，因經營點的減少，有增進社會安全的效果。基本上這種因應市場客觀條件而做成的經營組織調整，是企業效率經營的表現，似應受到社會肯定與支持。

配送中心的成立與運作若因法律要件符合公平法的規範而逕自加以處罰，將阻礙效率組織取代落伍或不適的企業組織的發展，對整體社會反而可能造成反淘汰的效果，不利於該產業的進步。以競爭政策為目的的公平法管制，除有維護市場競爭機制的正常運作外，似乎也應兼顧促進產業進步發展目標的實踐。就配送中心的制度而言，公平會過多或過強的干預，可能產生阻礙液化石油氣配銷制度進步的效果。公平會執行公平法之餘，主管機關是否應在產業政策與競爭政策中間找到一平衡點，實值吾人深思。

2) 惟就保護消費者的立場而言，配送中心之成立與運作確有引人質疑，業者有假經營組織改變為名，而行市場共謀之實，傷害消費者。根據前述研究部分消滅合併與分銷商共同組成兩種類型下組成的配送中心，依據公平法的法律要件，其的確有聯合行為管制的適用。為排除配送中心觸法受到處分，公平會最便捷的解決方法是，知會目的主管機關經濟部能源委員會，通知所有參與配送中心的瓦斯行撤銷其原有登記執照，使配送中心的成立，只適用公平法結合的管制，不致因保留執照而形成有聯合行為的可能。另一方面即便配送中心有聯合行為的適

用，業者仍可依據公平法第十四條的規定向公平會申請例外許可，公平會依據配送中心的成立是否有益於整體經濟與公共利益，可能給予例外許可之豁免。

3)為使配送中心的成立，能夠確實發揮組織調整的正面功能，防止其產生的負面效果，競爭政策主管機關可依據公平法第九條的規定，主動出面邀請目的主管機關共同協商，研究配送中心成立制度的方法，以使配送中心的成立，一方面可以發揮產業組織調整的功能，一方面也能兼顧保障消費者不致因配送中心的成立與運作受到傷害，從而發揮政府部門間各職所司、專業分工的效果。

4)液化石油氣配銷案配送中心問題的解決，基本上還是應當回歸基本面，透過政府部門間的雙向溝通的方式，由目的主管機關擬定完善的應對措施，以求根本的解決，而非由競爭政策主管機關越庖代俎的承擔管制制度的設計。否則競爭政策主管機關與目的主管機關的分工效果無從實現。

參考文獻

1. 經濟部:各國液化石油氣經銷制度之比較研究,民國八十一年八月。
2. 公平交易委員會:解除管制促進市場競爭專案小組期末報告,民國八十六年十二月。
3. 經濟部能源管理委原會:能源政策白皮書,民國八十七年五月。
4. 吳秀明(1998)<論關係企業與公平交易法上之結合關係>台灣大學公平交易法學術研討會論文。
5. 游素素、胡祖舜(1994):家用液化石油氣供銷體系與公平交易法適用及其調整因應之探討,公平交易委員會研究報告。
6. 黃茂榮(1993年)《公平交易法理論與實務》台北:植根法學叢書。
7. 黃茂榮(1998)<當前關於結合管制之重要問題>公平交易委競爭政策資料及研究中心,第三屆研討會論文。
8. 莊春發(1992)<論市場範圍的界定>《法商學報》26:107-146。
9. 莊春發(1994)<市場的迷思:論市場定義在公平交易法應用的困境>中央研究院中山人文社會科學研究所,產業結構與公平交易法。
10. 莊春發(1994)<同業公會與廠商聯合行為關係的研究>《法商學報》29:209-258。
11. 莊春發(1997)<外國競爭與地理市場的界定>《公平交易季刊》5(1):1-46。
12. 莊春發出(2000)由經濟觀點論股權收購結合後聯合行為規範的必要性,初稿。
13. 廖義男(1995年)<事業結合四項實務之探討>《台大法學論叢》25(1):1~12。
14. 劉連煜(1993年)<論關係企業是否適用我國公平法聯合行為管制規範>《台大法學論叢》23(1):375~393
15. 劉玉山(1995)液化石油氣供銷規劃與管理體系及相關法規之研究,經濟部能源委員會研究報告。
16. 劉孔中(1998)<論結合管制之理論與實務>《公平交易季刊》6(2):1-37。
17. Berhheim, B. D. and U. D. Whiston(1985), "Common Marketing Agency As A Device For Facilitating Collusion"

- Rand Journal of Economics, 16:269-81.
18. Coase, R. (1937) "The Natural of Firms," *Economica*, 4: 386-405.
 19. Coase, R. (1988) *The Firm, The Market and The Law*. Chicago: Chicago press.
 20. Elzinga, K. G. and T. F. Hogarty (1973) "The Problem of Geographic Market Delineation in Antimerger Suits, " *Antitrust Bulletin*, 18:45-81.
 21. Elzinga, K. G. and T. F. Hogarty (1978) "The Problem of Geographic Market Delineation Revisited: The Case of Coal", *Antitrust Bulletin*, 23:1-18.
 22. Pepall, L. Richards, D. J. and G. Norman (1999) *Industrial Organization: Contemporary Theory and Practice*. New York: South-Western College Publishing.