

禁止約定轉售價格之平議

趙義隆*

摘要

禁止約定轉售價格在公平交易法第十八條規範下已經實施屆滿十年，在我國國內市場陸續開放，廠商調適過程與現今進行「價格」和「非價格」競爭方面，如何因應？對製造商、零售業者、消費者及通路而言，其影響為何？是正面效應？或負面效果？違反第十八條而實際遭處分之行為人，以往案例為何？均為本文之主要研究動機，研究目的在於對未來如何規範限制價格轉售法制，以維護交易秩序，確保公平競爭，以維護消費者利益，促進經濟之安定與繁榮。

本文首先將就約定轉售價格行為予以經濟分析，並整理文獻及學者之見解，說明約定轉售價格對製造商、零售商、消費者及通路所可能產生之影響，以供擬定或修改法制政策時參考，可使我們對限制轉售價格所產生之影響，有更明確的認知。接著介紹公平交易法第十八條在我國實施概況，將就公平交易委員會執行之概況及相關問題加以討論，包括特定商品之除外適用及建議價格應如何規範等問題，並以經濟學及管理學的角度提出見解，來分析我國公平交易委員會在約定轉售價格規範執行之利弊，以及探討究竟產業界對限制轉售價格的態度為何。最後提出結論，綜合本文所討論之結果，就我國限制轉售價格規範分從立法及執行方面，提出檢討與建議。

關鍵字：公平交易法，約定轉售價格，限制轉售價格

壹、前言及背景

公平交易法第三章第十八條：「事業對於其交易相對人，就供給之商品轉售與第三人或第三人再轉售時，應容許其自由決定價格；有相反之約定者。其約定無效。」¹。約定轉售價格

* 作者為國立台灣大學國際企業學系教授。本文之完成特別感謝呂芳慶先生在背景分析與未來規範的意見，同時也對陳俊良先生在文獻整理查對的協助一併誌謝。

¹ 八十八年修正公平法刪除原條文有關日常用品之認定及公告等規定。蓋因修正前公平法，立法體例本條例規定在「第三章不公平競爭」之內；修正後公平法第十九條增訂規範目的包括「限

(亦稱為限制轉售價格, Resale Price Maintenance, RPM) 本質上是一種間接之聯合定價(Indirect Price Fixing), 或垂直之聯合行為, 外國立法例有屬於不公平競爭之類型²。我國立法例規定, 目的在促進「價格競爭」, 確保公平競爭, 故訂立本條規範。

隨著我國即將加入世界貿易組織(WTO), 國內對傳統產業之法令管制相繼鬆綁, 但在開放的經濟體制中, 如何創造一個自由競爭秩序的市場, 一直是公平交易法立法及執行之重要任務。而國內所施行的公平交易法第十八條, 在我國加入 WTO 後, 國內市場陸續開放, 廠商在面對國外大企業的競爭下, 公平交易法在「價格競爭」和「非價格競爭」方面, 是否真正能維護交易秩序與消費者利益, 以確保公平競爭, 此為本研究的動機之一。

其次, 限制轉售價格行為所產生之影響, 在很多國家法學界及經濟學界因觀察角度不同而有不同見解, 縱使在法學界之間亦有不同意見, 如美國芝加哥學派與其他學派之學者就限制轉售價格應如何規範, 見解亦不一致, 從而產生贊成與反對限制轉售價格之論爭³。在公平交易法施行後, 國內部分廠商及消費者就「約定」轉售價格, 固然違反公平交易法, 但是實施「建議」或是「參考」零售價格(Suggested Retail Price, SRP), 仍認為係理所當然, 並認為此種新名詞即非限制價格行為, 未見不妥之處, 甚而仍有少數廠商認為實施約定轉售價格行為, 可避免下游經銷商間之惡性競爭, 以維持批發市場及零售市場間之交易秩序。因此實施限制轉售價格行為, 在部分產業界時有所見, 因此限制轉售價格, 在實務上是否確有限制競爭之影響, 自應有再進一步研究之必要, 如果確實有產生限制競爭之效果, 究竟發生何種影響, 包括對製造商、零售業者、消費者及通路而言, 其影響為何? 是正面效應? 或負面效果? 國內對限制轉售價格對市場產生何種影響有無實證調查? 此為本研究的動機之二。

再次, 適值公平交易法施行屆滿十周年之際, 綜觀我國限制轉售價格法制之發展, 可以發現我國相關法制之產生, 並非完全是因為立法當時國家社會環境的迫切需要, 而是參酌美國日本德國等外國法制, 始為此一立法之規範。十年來, 因違反第十八條而實際遭處分之行為人甚

制競爭」, 使公平法第二章規範限制營業競爭與第三章不公平競爭之界限漸泯。第十八條修正理由有二點, 謂:「一、鑒於一般消費者之日常用品, 在國內市場並非為完全競爭之市場, 且為反映與水平價格聯合一致之規範理念, 並參考美國法之精神, 以及日本發展趨勢, 爰刪除第一項但書規定。二、第二項刪除, 以配合前項但書規定之刪除。」

² 參見今村成和等編,「注解經濟法上卷」(土原陽美), 青林書院, 昭和六十年初版一刷, 頁 230。

³ 王銘勇, 限制轉售價格法制之研究, 國立政治大學法律研究所博士論文, 民國九十年, 頁 2。

少，究其原因概有三種可能：一為公平交易法已有明確規範與案例，使業者知所警惕；二為轉用較「約定」寬鬆的「建議或參考」轉售價格，但實際上仍可維持價格策略⁴；三則因為市場開放、競爭激烈和資訊普及，使價格不斷下降，因此無須限制轉售價格。而面對新世紀的來臨，以及經營環境的鉅變，究竟我國限制價格轉售法制應如何規範，才能符合民眾的需求及協助廠商建立安定的交易秩序是值得深入研究的問題，此為本研究的動機之三。

本文首先將就約定轉售價格行為予以經濟分析，並整理文獻及學者之見解，說明約定轉售價格對製造商、零售商、消費者及通路所可能產生之影響，以供擬定或修改法制政策時參考，可使我們對限制轉售價格所產生之影響，有更明確的認知。接著介紹公平交易法第十八條在我國實施概況，將就公平交易委員會執行之概況及相關問題加以討論，包括特定商品之除外適用及建議價格應如何規範等問題，並以經濟學及管理學的角度提出見解，來分析我國公平交易委員會在約定轉售價格規範執行之利弊，以及探討究竟產業界對限制轉售價格的態度為何。最後提出結論，綜合本文所討論之結果，就我國限制轉售價格規範分從立法及執行方面，提出檢討與建議。

本文研究之目的在透過系統分析、討論我國公平交易委員會對公平交易法第十八條執行之狀況，希望對我國公平交易法第十八條規範在立法及執行上提供意見供其後該法修改時參酌，並了解公平交易委員會就約定轉售價格規範執行上發生之問題，並試提解決之道。

貳、限制轉售價格之經濟福利分析

一、市場型態對限制轉售價格之經濟福利分析

限制轉售價格對經濟福利的影響，主要取決該項商品的市場競爭狀態⁵：

- (一) 在完全競爭市場中，所有商品在消費者的眼中並無差異，零售商可以從任何供應商獲得商品，故在這種情況下，製造商不可能也沒有必要實施限制轉售價格。
- (二) 在獨占性競爭市場生產者雖然很多，但其生產各具特色的異質商品，而事業間所從事的競爭大多為非價格競爭，即使有生產者藉由限制轉售價格可以達到控制下游廠

⁴ 王銘勇，註三前揭書，頁 131。

⁵ 許倫睿，訂價決策在公平交易法之規範，中興大學企業管理研究所碩士論文，民國八十四年六月，頁 98-99。

商的目的，但消費者仍有選擇的餘地，因此對於消費者與社會整體的影響不大。相反的，業者往往可以達到維護品牌及商譽的目的。

(三) 在寡占或獨占市場，整個市場是由少數廠商或獨家所控制，由於供應者可以控制產量來賺取超額利潤，則限制轉售價格不但成為控制零售商的手段也成為獨享超額利潤的策略，當然有違市場公平競爭的原則。

(四) 當上下游事業間發生連環獨占(successive monopoly)的情形，由於各該獨占事業的價格設定乃係以各自邊際收益等於邊際成本為準，從而最終零售價格受到雙重剝削，呈現過高的現象。於此種情形上游廠商以最高轉售價格維持制度介入下游零售事業的定價行為，控制其價格支配力，當可抑制不當過高的售價，增加全體的產量，此舉不僅有利於上游事業，亦有利於消費者，因消費者可以獲得低售價之商品⁶。

二、限制轉售價格對製造商、零售商及消費者之影響

限制轉售價格行為對製造商、零售商及消費者產生之影響，大致上可以發現，在對零售價格的影響上，實施限制轉售價格後，首先可能出現的是零售價格的上漲，惟零售價格亦非即時上漲，需製造商整合其產品通路後，才有上漲之效能，依日本之經驗，時間約需五至六年。而依加拿大之調查亦發現，實施限制轉售價格之限制，對零售價格較為不利。而對零售業盈餘及利潤的影響上，限制轉售價格雖可能為零售價格增加部分盈餘，但隨著其他非價格競爭之出現，該增加之盈餘可能被抵銷，因此限制轉售價格不一定能增加零售業之盈餘，另外對零售業者影響上，亦因商品之種類及該零售業者所在之地點是否為競爭較為激烈的都會地區，而有不同的結果。

限制轉售價格對製造商的影響部分，在生產價格上，限制轉售價格並無限制製造商生產價格競爭之效果，但短期可少生產價格降價的壓力。在製造商銷售數量上，限制轉售價格不一定能增加銷售數量。而依美國聯邦交易委員會之調查可知，限制轉售價格可以增加製造商的利潤，美國學界亦有相同的見解。

而限制轉售價格對消費者的影響，在學者間之見解並不一致，並無定論。

⁶ 黃銘傑，維持轉售價格規範之再檢討，公平交易法學術研討會，一九九八年三月二十日出版，頁 20-21。

限制轉售價格受肯定之理由乃在其對商品通路有正面之影響，即其可以防止通路商搭便車的行為，提昇商品通路效率，但雖有該優點，是否足以抵銷其所有缺點，而應使其合法化，在學界亦有爭議⁷。

本文將其對消費者、零售商、製造商及通路業者之影響歸納如下表 1：

表 1 限制轉售價格對消費者、零售商、製造商及通路業者之影響

項目 \ 對象	消費者	零售商	製造商
價格影響	無定論	上漲	減少生產價格下降壓力
剩餘影響	無定論	不一定	增加

參、我國對限制轉售價格規範的執行與檢討

一、對禁止規範之執行與檢討

約定轉售價格，是屬於行銷通路上垂直之價格限制，指事業與交易相對人約定，就供給之商品轉售與第三人時，或第三人再為轉售時，應遵守一定之價格。例如上游事業將其產品賣給批發商時，同時規定該批發商須以一定價格轉賣給零售商，並且要求零售商僅能以特定價格再轉賣給最後消費者，如有違反約定者，則對於交易相對人給予違約金處罰、斷絕供給、取消折扣、現金提貨等經濟制裁手段。公平法第十八條明文規定若有此種情事時，其約定無效。

約定轉售價格，可分兩種方式：(1)賣方（主要係生產者，也可能為銷售者）對於交易相對人與第三人之銷售價格（即轉售價格），利用各種方式加以限制或約定其轉售價格。(2)賣方除了對交易相對人限制或約定轉售價格外，更要求其對於向其購買者再轉售時之銷售價格（即再轉售價格），亦予約束或限制之行為。

公平交易法關於約定轉售價格之規範，自八十一年二月四日公平交易法施行後，經負責執行公平交易法之公平交易委員會處分之案件，在該法施行之初期，於八十一年二月至八十三年十一月底間，公平交易委員會所處分之 14 案件，主要是化妝品業、藥品業、食品業、出版業

⁷ 王銘勇，註三前揭書，頁 33。

以及多層次傳銷業為主⁸，再累計八十四年至八十九年底間，則行業別略有增加，然而案件數在六年間僅有 12 件，茲將所有案例彙總如下表 2：

表 2 事業違反公平法第十八條之案例彙整表

時程 / 總數	對象與件數	違反公平交易法第十八條的主要行為	處分情形
81-83 年 (14)	化妝品 (8) 藥品 (2) 教科書 (1) 乳品飲料 (2) 高麗蔘粉 (1)	利用經銷承諾書、展售協議書、專櫃合約書、銷售合約書等明定不得違反轉售價格	立即改正或限期改正契約及取消轉售價格的約定
84-86 年 (8)	免用總機話機 (1) 無水焦粉 (1) 乳品飲料 (2) 隱形眼鏡清潔液 (1) 光電開關零件 (1) 羊奶粉 (1) 3M 黑金剛 (1)	利用經銷承諾書、展售協議書、專櫃合約書、銷售合約書、特約加盟店公約等明定不得違反轉售價格或產品訂明細價格表、產品轉售價格表	立即改正或限期改正契約及取消轉售價格的約定
87-89 年 (4)	乳品飲料 (1) 奶粉 (1) 國小參考書 (1) 隱形眼鏡清潔液 (1)	前項處分之命令仍未改正	立即改正契約及取消轉售價格的約定、罰鍰一百萬元

註：內為案件統計數。

從上表可知實施限制轉售價格之商品種類上，包括化妝品、乳品、飲料、藥品、書籍等；而與廖義男教授、林永頌在民國七十四年針對我國產業之不公平競爭行為之實證研究結果⁹，認為在汽、機車、家電業及食品飲料等產業最為常用限制轉售價格之結果，除了飲料部分相符外，限制轉售價格較普遍之家電業及汽機車部分，則未有處分案例，究竟其為特殊狀況或兩者

⁸ 行政院公平交易委員會編印，行政院公平交易委員會三年施政成果報告，民國八十四年元月，頁 132。

⁹ 廖義男、林永頌，我國獨占聯合行為不公平競爭之實證研究，行政院經濟革新委員會報告書第四冊產業組研究報告，頁 136 (七十四年十一月出版)。

之間有落差，值得深入探討。

另外，還有一點需特別注意：上述之廠商違反限制轉售價格之行為，大部分都是基於交易相對人或民眾之檢舉所為之處分，然而吾人仍然無法推論市場上除了上述 26 案例以外，並無其他行業或廠商涉及第十八條之行為嗎？答案是否定的。因為限制轉售價格行為雖然常為上游廠商對下游廠商所為在銷售價格上之限制，該約定對受限制者而言，並非完全不利¹⁰，因為如果所有在同一水平之事業體皆能依此價格（或價格範圍帶）行事，則眾人皆可以避免惡性之削價競爭。類此情事，實則為上游廠商發動而為下游廠商集體之聯合行為。實施限制轉售價格之事業如無與其交易相對人發生其他契約之爭議，或是同一水平事業體有偷跑行為而可以制止時，受限者自然不會自動向行政院公平交易委員會檢舉其事業實施限制轉售價格違反公平交易法。

因此，對於近年來違反案例之減少，是否歸因於廠商在現實面所受到的潛在壓抑因素而未能檢舉；或是道高一尺，魔高一丈，廠商已知如何迴避第十八條之規範；還是企業創新能力較強，採用其他替代方法，值得吾人詳加探究。同時究竟為何某些產業有違反案例件數與實際其有實施限制轉售價格情形脫節？是否此法之規範被動的執行或者主動調查加以導正，才是符合上下游廠商所需？如果真是這樣的話，則規範有必要加以修正。大規模之產業限制轉售價格行為調查，隨著時代的轉變、產業的發展後，的確有進行的必要。

二、除外規範之執行與檢討

公平交易法舊法第十八條設有除外條款，係規定「日常用品」不受本條之限制，但究竟如何情形，才可認為係日常用品，或是可認定係有同種類商品在市場上，易生爭議，迭有建議應刪除舊法但書規定¹¹。後公平交易法於八十八年一月十五日經立法院三讀通過修正案，並於八十八年二月三日經總統公布生效，公平法該次修正重點之一，即刪除第十八條關於約定轉售價格除外商品之規定¹²，即刪除該法原規定第十八條第一項但書、第二項規定。使我國關於限制轉售價格之規範成為無例外之絕對禁止規範。

¹⁰ 陳斌，書店經營管理，出版界第四十五期，頁 25（八十四年十月一日出版）。

¹¹ 參見廖義男，「公平交易法應否制定之檢討及其草案之修正建議」，載「公平法之理論與立法」，頁 210；廖義男，「公平交易法修正之重點與理由」，前揭書，頁 336。

¹² 王銘勇，評新修正公平交易法(一)，司法周刊第九六六期，三版（民國八十九年二月二日發行）。

惟在實際運作上，自公平交易法正式施行起至八十八年修正時刪除該項規定止，行政院公平交易委員會並未公布任何得實施限制轉售價格之日常用品，使該除外規定形同具文，顯然不是立法院在該除外規定立法時所能預見。公平會認為所謂「一般消費者日常用品」應符合消費者日常生活所使用及購買頻率高兩項要件。而在判斷是否符合「有同種類商品在市場上可為自由競爭」實則應該考慮：競爭品牌多、產品差異化程度低、市場競爭程度高等。前揭各要件行政院公平交易委員會有其認定標準及認定理由¹³，而在判斷商品是否屬於自由競爭，可以自該項商品所屬市場之市場結構觀察，市場集中度高，則該項商品之競爭程度較低；反之，若市場集中度低，則可大致推論該項商品處於競爭的市場。易言之，日常用品品牌多，競爭程度高，創新程度也高，自然無須引用約定轉售價格之除外條款了。

有關限制轉售價格法制之規範，世界各國有其獨特之經濟背景及歷史因素，因此採用不同的規範形式，八十年我國限制轉售價格之除外規範原係參考日、英、德、法等國，非參考美國法制所制定，而在八十八年卻引美國法制為刪除理由；並且未深思日本法制中，其廢止公告指定得為限制轉售價格之商品，係經過數十年發展之結果，可見切合我國實情之法條及施行成效，遠較立法或修法所參考之外國法規還要重要。

肆、公平交易法關於約定轉售價格之爭議

一、公平交易法關於約定轉售價格之立法爭議

事業之所以採用約定轉售價格之政策，主要考慮下列因素¹⁴：

- (一)「價格」乃市場競爭最有效果之手段，如果銷售者惡性競爭，或賠本出售，最後可能無法持續而中止營業，此種情形對生產者而言，無異是喪失銷售網路；而銷售者自然也願意配合，以避免惡性競爭，故限制轉售價格之約定乃應運而生。
- (二)部分生產者對產品採用「價格區隔政策」，為避免銷售者削價競爭，往往也運用限制轉售價格策略，以區隔高價之產品形象¹⁵，亦即高檔次產品不輕易打折，全國或全球價格，再以匯率換算後仍然相當一致；至於中價位或促銷品則不會採用約定轉售價

¹³ 註八前揭書，頁 131。

¹⁴ 關於限制轉售價格制度出現之原因，參見范建得、莊春發，「公平交易法系列二——不公平競爭」，漢興書局，一九九四年二版，頁 60 以下。

¹⁵ 參見實方謙二，「獨占禁止法」，有斐閣，昭和六十二年初版一刷，頁 240。

格或最終零售價格策略。

(三) 採用約定轉售價格策略後，銷售者從事價格因素外競爭，包括強化售後服務、更新促銷方式等，對於消費者亦有其正面意義。

然而如果仔細檢討上述理由，亦有下列值得商榷之處：

(一) 主張任由市場為價格競爭者忽略價格以外因素，即可能導致另一種不公平競爭，例如甲廠商之產品價格較高，但提供售後服務；乙廠商價格較低，但不提供售後服務，並暗示消費者可向甲廠商要求售後服務，此時將發生一不合理現象，即允許價格自由競爭，反而招致乙廠商有「搭便車」(Free rider)之不公平競爭情況¹⁶，此時會造成原廠或授權經銷商額外之負擔，一則須對消費者澄清說明以取得諒解認同，魚目混珠爭議時也會傷及企業形象。

(二) 由自由競爭之觀點言，即使係同一品牌之商品，銷售者成本負擔不同（如店面離供貨倉庫之遠近），提供之服務也不同（如送貨方式、保證期間及其他售後服務等），因此自然會反映於價格，否則，消費者以相同價格而享受不同服務，並不適當。所謂維持高價之產品形象，本質上是一種超額利潤，雖有暴利之嫌¹⁷，只要其品質為消費者所肯定，無論其產品是屬於獨占或壟斷性競爭市場之中，此一品質須由長期間之創新研發所實現，而非短期之自我宣稱。

(三) 所謂強化售後服務，提供消費資訊等，若消費者必須承擔較高價格，則並未享好處¹⁸。若消費者支付較高價格，伴隨較好服務，但消費者對商品或服務之價格高低有選擇權，亦不應被剝奪¹⁹。

再由企業自主權觀點著眼，除非是關係企業已經結合，或經許可之聯合行為以外，各別獨立之事業體，上游廠商原本不應剝奪下游廠商之價格決定權。綜上所述，約定轉售價格制度既違反公平交易精神，危害消費者利益之虞，故各國大多以其違法而加以限制或禁止之。

¹⁶ 參見周作姍，「公平交易法論述系列六一公平法對於限制轉售價格行為之規範」，公平會，八十二年，頁3。

¹⁷ 實方謙二，註十七前揭書，頁245。

¹⁸ 實方謙二，註十七前揭書，頁244。

¹⁹ 周作姍，註十八前揭文，頁4。

二、學理上對限制轉售價格的看法

學理上對於 RPM 之看法成兩極化，贊成者與反對者各有其立論基礎²⁰。贊成者認為 RPM 雖將限制中間廠商的價格競爭，但其所限制者充其量僅為同一品牌(Intra-brand)內不同中間廠商之價格競爭，由於該廠商尚需面對市場上其他品牌的競爭，故市場競爭並未完全被排除；相反的，當同一品牌之價格被限制後，中間廠商將更著重於非價格層面的競爭，反而有助於各品牌商品間(Inter-brand)競爭，同時可以減少搭便車的心理，維持產品形象，避免產品成為特價犧牲品(Loss Leader)。另由於實施 RPM 可使下游經銷商獲得一定的利潤，可以使下游經銷商獲的一定的利潤，可保護尚有效率的小規模零售商，並促進新廠商進入市場競爭，緩和市場過於集中的現象，增加市場之競爭機能。

而持反對意見學者認為 RPM 的實施，使配銷階段廠商之自由決價能力遭到剝削，其結果相當於同一品牌經銷商成立價格卡特爾；倘若實施之商品係在市場上競爭程度不足或具有獨寡占傾向之商品，其限制價格競爭之效果將更為明顯，對消費者而言，則容易造成商品售價偏高之情形²¹。

綜合言之，贊成者是站在市場行銷的立場，反對者是站在維護競爭的角度。而上述專家學的說法各有其若干假設前提，以致各自形成其結論及看法。以持反對 RPM 意見者為例，需在市場具有競爭程度不足或具有獨寡占傾向的假設下，才会有商品售價過高，消費者權益受損的結果，讓 RPM 來維護競爭機制。相同的，贊成 RPM 者，認為實施 RPM 可保護尚有效率的小規模零售商，並促進新廠商進入市場競爭，緩和市場過於集中的現象，增加市場之競爭機能。其前提也隱含了目前所在的市場需為競爭程度逐漸往集中的趨勢前進者，為避免其速度集中太快，才会有提出 RPM 反制的作法。贊成或反對限制轉售價者皆有立論基礎，端看產業的特性而定，例如競爭程度或集中程度等。因此，當產業集中度逐漸提高的產業，應讓其適用限制轉售價格；而對於原先產業已經處於高度競爭、集中度不高的產業，則在實施限制價格制度的狀況下，反而更有助於非價格之行銷工具發揮，及增加市場之競爭機能，提高消費者福利。

以管理學「公平理論」的角度來論限制轉售價格制度，個別廠商會衡量自己的投入和獲得

²⁰ 施錦村，公平交易法在國民小學教科書市場實例之研究，國立臺北大學企業管理學系碩士論文，八十九年六月出版，頁 59-60。

²¹ 參考周作姍，民 82，頁 3-4；許睿倫，民 84，頁 97-98；黃銘傑，民 87，頁 16。

的報酬應維持平衡，不但衡量自己的情況，而且還會比較自己和別人的投入和報酬。如果比較之後，認為相當，此時即存在著公平狀態。如果比較後覺得不一樣，廠商可能會採行下列措施：扭曲自己或別人的投入或報酬、誘使別人改變其投入或結果、改變自己的投入或結果、選擇另一組不同的參考標的、離開產業等等。因此當實施約定轉售價格時，積極努力用各式行銷手法的廠商，可能會發現其績效如果相同於投入較少心力之廠商，便會逐漸的偷懶以改變自己的投入程度，對行銷努力的廠商（包括促銷、其他非價格競爭及行銷組合手段等）缺乏激勵。

而究竟約定轉售價格與產業集中度之間有無因果關係？限制轉售價格是否為加速產業集中之催化劑？產業集中度超過某一標準後，產業間「各自的」上下游廠商是否很樂意接受限制轉售價格以維持市場交易機制？其本身意願如何？「各自的」上下游廠商行為與「整體的」上下游體系廠商間實施限制轉售價格，對消費者福利的影響是否有所不同？上述問題都值得日後公平會來深入探討。

伍、產業界對限制轉售價格行為的態度

對企業行銷而言，價格策略並非一成不變的單一價格，而是一套定價結構，這套結構有其動態調整的過程，而基本上，它涵蓋了五種範圍：(1)新產品定價；(2)產品組合之定價；(3)地區別定價；(4)折扣定價與折讓；(5)差別定價²²。限制轉售價格雖然僅為沿用前述之定價結構，施行於交易相對人以下列方式為之：(1)固定轉售價格；(2)最低轉售價格；(3)最高轉售價格；(4)設定價格區間。總合言之，究竟產業界對限制轉售價格的態度為何？是否在立法時有忽略廠商權益的地方？本節將作一簡單的探討。

一、產業界對限制轉售價格行為的態度

我國公平交易法立法時，雖在第十八條的規定中規定禁止限制轉售價格行為，但我國部分產業中限制轉售價格的行為在公平交易法立法前，極為常見，而限制轉售價格行為對受限制的零售商而言，如前章經濟分析所示並非絕對的不利，因此我們有必要來了解產業界對限制轉售價格之態度，如果相關產業認為限制轉售價格的行為在產業政策上仍有實施的必要，則對目前公平交易法之無效規定，則是重大的質疑，可以預期的是廠商必定將自己尋求變通解決之道，

²² 王志剛、翁景民、趙義隆，公平交易法規範下企業策略性行銷規劃之因應對策。(行政院公平交易委員會研究報告，民國八十三年出版)，頁 137~145。

以規避該條文的執行。

公平交易委員會曾於民國八十三年間針對與日常生活有關之產業，抽樣上中下游具有代表性之廠商為調查對象²³，其中上游廠商包括：汽機車業、汽車零件業、服飾業、家電業、化妝品、圖書文具、家庭清潔用品業等；中下游部分包括：百貨公司、量販店、超市便利商店及傳統經銷商零售店等。

受訪對象對限制轉售價格的態度調查，絕大部分的調查者則希望製造商訂定無拘束力之參考價格者，可以發現「參考價格」為產業界實際所期望之制度，因此公平交易法有必要在訂定參考價格的規範上，定出明確可依循的辦法，以確保交易秩序的穩定及廠商殷切期盼。就「通路階層」來觀察上述的調查結果，如表 3 所示，可以發現行銷通路層級愈多的產業，相關業者對於由製造商訂定統一價格或無拘束力之參考價格愈採肯定的態度。分析其原因，對製造商而言，行銷通路層級愈多，其對下游廠商之銷售行為的控制力較為薄弱，製造商可以透過訂定統一轉售價格或無拘束力之參考價格，強化對下游廠商的影響力，以避免下游廠商間的價格競爭。而對下游廠商而言，行銷通路層級愈多，其所面對的競爭者可能愈多，如果製造商能訂定統一轉售價格或無拘束力之參考價格，則其可以不必面對無利可圖的價格競爭。此種現象在面對目前零售業者大型化、連鎖化、國際化，通路生態丕變的情況下，為了避免先天不具成本優勢的小型零售商於激烈的價格戰中慘遭淘汰，限制轉售價格是否實施於某些具有大賣場強大競爭威脅下的下游的零售業者，以保護其免於價格戰中犧牲，實在值得深入探討。

表 3 不同通路型態對限制轉售價格態度調查表

定價方式 通路階段	贊成製造商統一訂 定 轉 售 價 格	贊成由經銷商或零售商自由決定 價格，製造商完全不加干涉	贊成由製造商訂定無 拘束力之參考價格
零階	25%	8%	67%
一階	41%	6%	53%
二階	46%	5%	49%
三階	50%	0%	50%

²³ 劉坤堂、周作姍、許淑幸、胡光宇、卓秋容、郎小玫（以下簡稱劉坤堂），限制轉售價格行為之規範與「日常用品」認定之研究。（行政院公平交易委員會研究報告，民國八十三年出版），頁 70 以下。

如就「產業別」觀察上述之研究結果，可以發現在汽車機車業及食品飲料相關業者認為應該由製造商統一訂定轉售價格略高於贊成該見解業者之平均數。汽車業及食品飲料業者在公平交易法實施後，仍實施建議零售價格行為的情況時有所聞，加上公平交易委員會歷年的處分案及對機車業所發布的行業指導，可以發現與此調查結果相符。究竟為何產業別對限制轉售價格的偏好有如此大的差別，是產業特性、競爭程度使然或是某些產業在產銷政策上確有實施的必要性，值得我們深入來探討²⁴。

從上述的實證就可以發現公平交易法實施至 83 年間，雖然禁止限制轉售價格之行為，但是相關產業業者仍有在知道該項規定的前提下，仍然有二至三成的業者贊成實施限制轉售價格；但普遍結果使得廠商為了規避禁止之規範而進行調整的適應行為。主要的調整行為是避開經銷契約中定明確的文字和違規之罰責，但在上游廠商以利益或制裁引導下，多數仍基於默契繼續維持原來垂直限制轉售價格經營方式²⁵，或是利用「建議價格」方式應對，允許廠商視情況依照或調整其價格表，此類變化型涉及違反公平交易法第十八條之禁止規定。因此，公平交易法針對此限制轉售價格之規範是否能夠正確的落實其原本規範的意旨，是否需因時代的變遷而加以改善及修正，是值得探討之處。

二、企業界對限制轉售價格行為之反應

公平交易委員會 83 年所作調查結果，有相當比例贊成由製造商訂定統一價格實施限制轉售價格，其主要理由如下²⁶：

- (一) 可促使經銷商或零售商更重視擬定行銷策略或提昇服務品質。
- (二) 避免零售商過於混亂。
- (三) 可避免產品或經銷商或零售商促銷時之特價犧牲品。
- (四) 可保障經銷商或零售商利潤，使經銷商或零售商能提供較完整周到的服務。

²⁴ 江乾正之研究則反映出製造商與經銷商分別有 71% 和 83% 支持公平交易法第十八條之規定，見限制價格競爭在臺灣實證研究，國立中興大學經濟研究所碩士論文，民國八十四年六月出版。

²⁵ 蘇永欽，競爭法 - 台灣法律體系經濟生活的新生事務，引自蘇永欽，跨越自治與管制，民國八十九年出版，頁 29。

²⁶ 劉坤堂等，註 23 前揭書，頁 76。

- (五) 可使製造商能有效維持其產品形象。
- (六) 可提供消費者購買價格比較之依據。
- (七) 可保障小規模零售商的生存。

而主張應由零售商或經銷商自由決定售價之業者，由理由如下：

- (一) 由製造商統一訂定下游業者的銷售價格，將會限制經銷商或零售商間進行價格競爭。
- (二) 由製造商統一訂定下游業者的銷售價格，將會剝奪消費者選擇、比價的自由。
- (三) 若由製造商統一訂定轉售價格，將會剝奪經銷商或零售商自由定價的權利。
- (四) 由製造商統一訂定轉售價格，將會容易形成經銷商或零售商之間的卡特爾。

公平交易法第十八條雖禁止限制轉售價格之約定，但是並未禁止建議價格制，因此產業界上游包括製造商、批發商，在商品上標示建議價格的情況相當普遍，根據公平交易委員會再八十三年間就國內產業實施限制轉售價格之現狀所作之調查可以發現，製造商訂定無拘束力之參考價格或價目表者，佔百分之二十六，而製造商規定銷售價格需依建議價格再打一定折扣者，佔百分之七，二者合計高達百分之三十三²⁷。另一項在八十四年間就台灣地區限制價格之實證調查結果，也發現受訪廠商中，在製造商部分，二十五家製造商中，有十九家實施參考價格制，有六家未實施建議價格制，而十三家經銷商中有六家實施建議價格制，有七家並未實施建議價格制²⁸。由此可見，我國下游廠商對上游業者所制定之建議或參考價格遵守之比例相當高，以致形成類似限制轉售價格之效果，再加上部分業者和同業公會以建議價格行為作為統一價格行為之偽裝，其所抑制競爭之結果等同於限制轉售價格。

陸、結論與建議

公平交易委員會認為事業「在經銷契約上明定建議售價 2700~4000 元，如下游經銷商未要求或約定應以該上下限價格出售或不得打折，即不能認有建議零售價格而認定違反公平交易法第十八條之規定²⁹」，是以事業為規避公平交易法第十八條規定之限制，多以「建議零售價」標示制度應對。

²⁷ 劉坤堂等著，註二三前揭書，頁 85。

²⁸ 江乾正，註二四前揭書，頁 28。

²⁹ 行政院公平交易委員會民國八十一年八月三日研釋字第○三二號解釋。

因此亦有學者認為我國公平交易法應該就建議價格制度加以規範，理由如下：公平交易法第十八條禁止約定轉售價格行為理由之一，在於約定轉售價格行為可能造成限制同一品牌內下游經銷商價格競爭效果，而我國產業實施建議價格之比率並不低，且依公平交易委員會就產業實施建議價格行為之調查也可以發現，下游廠商對上游廠商所制定建議價格遵守程度很高，為求貫徹禁止約定轉售價格，建議價格制亦應該加以明文禁止³⁰，且應加以完全禁止無任何例外。其執法重點應在於防止有約束力建議價格之發生，避免建議價格制等同於約定轉售價格所可能產生的弊端³¹。

由於建議價格對最終購買者並無約束力，而零售商或中間商之利潤計算基準為營業收入減去營業費用，並非單項產品或單一交易相對人計算，其涵蓋之會計項目又跨越各種管銷費用，只要在品項夠多、多家供應商、多家零售商狀況下，競爭機制即可維持，此即同步考慮「品牌內與品牌間」競爭，以及「商店內和商店間」競爭，值此 2002 年初，我國已正式成為 WTO 第 144 個會員體，品牌與商店之競爭恐怕更是吾人注意之焦點，因此似乎無須對單純的轉售價格策略太過多慮。

回歸第十八條禁止約定轉售價格規範來看，公平會將來在推動和執行時，需釐清其效果所在，究竟其是為了維持市場競爭機制？抑或以契約和法條的內容和要件？還是以消費者福利為最優先？或是應該站在廠商的立場來思考，是否本法的推動確能扮演好政府為廠商提供了其優質的經營環境？

隨著零售業大型化、國際化、連鎖化的趨勢，公平會在某些產業集中度過高，或是其規模大至某一程度時，應該思索不同規模或不同國籍的事業在零售價格維持上有何新變化？近年來有關廠商約定轉售價格實證的資料闕如，公平會可以考慮針對影響層面較大的產業，調查各層級交易相對人之價格結構，究竟建議轉售價格行為的經濟分析與實務面有無差異，並就此行為對產業上下游競爭之影響作實證分析。

³⁰ 江乾正，註 24 前揭書，頁 51。

³¹ 王銘勇，註 3 前揭書，頁 297。

參考文獻

1. 王志剛、翁景民、趙義隆，公平交易法規範下企業策略性行銷規劃之因應對策。(行政院公平交易委員會研究報告，民國八十三年出版)
2. 王銘勇，限制轉售價格法制之研究，國立政治大學法律研究所博士論文，民國九十年。
3. 王銘勇，評新修正公平交易法(一)，司法周刊第九六六期，三版，民國八十九年二月二日發行。
4. 今村成和等編，「注解經濟法上卷」(土原陽美)，青林書院，昭和六十年初版一刷。
5. 今村成和，「獨占禁止法」，有斐閣，昭和五十七年新版初版四刷。
6. 江乾正，限制價格競爭在臺灣實證研究，國立中興大學經濟研究所碩士論文，民國八十四年六月出版。
7. 范建得、莊春發，「公平交易法系列二-不公平競爭」，漢興書局，一九九四年二版。
8. 許倫睿，訂價決策在公平交易法之規範，中興大學企業管理研究所碩士論文，民國八十四年六月。
9. 黃銘傑，維持轉售價格規範之再檢討，公平交易法學術研討會，一九九八年三月二十日出版。
10. 行政院公平交易委員會編印，行政院公平交易委員會三年施政成果報告，民國八十四年元月。
11. 陳斌，書店經營管理，出版界第四十五期，八十四年十月一日出版。
12. 施錦村，公平交易法在國民小學教科書市場實例之研究，國立臺北大學企業管理學系碩士論文，八十九年六月出版。
13. 劉坤堂、周作姍、許淑幸、胡光宇、卓秋容、郎小玫(以下簡稱劉坤堂)，限制轉售價格行為之規範與「日常用品」認定之研究。行政院公平交易委員會研究報告，民國八十三年出版。
14. 廖義男、林永頌，我國獨占聯合行為不公平競爭之實證研究，行政院經濟革新委員會報告書第四冊產業組研究報告，七十四年十一月出版。
15. 廖義男，「公平交易法應否制定之檢討及其草案之修正建議」，載「公平法之理論與立法」。

16. 實方謙二，「獨占禁止法」，有斐閣，昭和六十二年初版一刷。
17. 周作姍，「公平交易法論述系列六一公平法對於限制轉售價格行為之規範」，公平會，八十二年。
18. 蘇永欽，競爭法-台灣法律體系經濟生活的新生事務，民國八十九年出版。

評論

呂董事長芳慶（統一證券投資信託股份有限公司）

主持人、各位先進：

首先我要感謝黃主任委員，邀請我來參加這場盛會。在評論前，我要先提出和本論文無關之感觸。

第一，開幕式中提到公平會成立十年，我必須藉著這機會向各位報告，公平會之成立一直到現在，我個人感受最深的是，貢獻最大的是，公平會所有之同仁。從籌備階段到成立，公平會的同仁是最優秀的，我藉著這機會要感謝公平會之同仁。第二，公平交易法分成兩大部門，一個是法律，另一個是經濟，因為公平法本身是規範經濟行為之法律，因此其組成之委員，需從不同學術領域之同仁來參與。但我覺得有一觀念很重要，特別提出來給各位參考，法律規範經濟行為時，因為經濟行為有其特質，靜態經濟行為和動態經濟行為有很大不同，市場上所呈現的是動態的經濟行為。短期之經濟現象和長期之經濟現象也有很大不同。所以在執行公平法時，我個人強調要從長期面來看。個別之經濟行為和整體經濟行為也有很大不同，在判定一案子時，我也強調要從整體面來看。

現在提到趙教授這篇論文，這篇論文有個特徵，提出的問題很多，而從文章中一直找不到答案，但提供公平會同仁很好的功課，因為他提出的問題很寶貴值得進一步探討。這篇文章，把整個第十八條之立法目的、執行情形等，做了很有系統之整理。第十八條執行十年來，我個人認為有幾個重要問題，值得進一步探討。第一，公平法執行十年來，第十八條之案件越來越少之原因為何？我個人的看法，可歸納成以下幾點原因：第一個原因，公平法施行後，有明確規範，也加強宣導，經過十年之執行，讓廠商知所警惕，達到執法效果。第二個原因，公平法施行後，廠商對原先約定轉售價格之行為，變形成所謂參考建議價格(RPM)，使違反十八條之案件越來越少。第三個原因，來自廠商，因市場競爭越來越激烈，約定轉售價格之效果不易達成，所以這方面案件越來越少。市場消費之資訊越來越普及，影響原本廠商約定轉售價格所要達成之目的。第二，整個國內之市場結構，有非常顯著之變化，對廠商定價之策略，多少造成影響，這和十八條有關，值得探討。第三，公平會如果和消保會合併的話，會涉及第十八條在

執法之目標上，是否又會影響？第十八條之約定轉售價格，其目的是用來增加價格競爭之效果，但就保護消費者權益而言，認為約定轉售價格對消費者保護有正面之效果，這種情形下，公平會和消保會合併後，對第十八條應如何執行？會有何影響？是值得討論的。以上三點，是我認為論文可討論的地方。至於約定轉售價格之趨勢，我也表達我的一些看法。第一，整個台灣市場會越來越開放，尤其是加入 WTO 之後，市場競爭會更加激烈，因此可以預見，廠商以約定轉售價格達到某目的，會越來越困難，這方面案件會減少。第二，以後廠商以建議價格之方式定價，其目的只是在於資訊之提供，而遠大於限制之目的。第三，就執法單位而言，隨者趨勢之演變，在處理第十八條時，不能只看表面，而是要看有無支配市場力量之背後因素。以上是我對這篇論文和第十八條，非常粗淺之看法，敬請各位指教，謝謝！