



现代法学研究
Journal of Legal Science
ISSN: 2790-3796(print)
雙清學術出版社

Contents lists available at www.qingpress.com
Journal homepage: qingpress.com/zh-cn/journals/28



浅析美国纵向价格协议新判例对欧盟竞争法发展之影响

林天宝

宁波大学法学院

E-mail: lllltttb@163.com

摘要: 美国最高法院对最低转售价格案件的合理性分析的裁决, 引起了欧盟的高度关注, 因为美国一直是欧盟竞争法规则的先行者。然而, 欧盟和欧盟成员国的反应并不那么令人欢迎。纵向价格协议既可以产生有利竞争的效果, 也可以产生反竞争的效果, 而哪种效果会占上风则取决于适用该规则的市场条件。本文从成因、影响多个方面深入探讨了欧盟、美国对纵向价格协议的不同态度。本文认为, 欧盟与美国相比, 对纵向价格协议的犹豫更容易被理解, 理由正如欧盟委员会和法院所言, 消费者福利是最重要的考虑的问题。基于此, 欧盟将基于统一立场, 审慎而保守地对待纵向价格协议的相关法律问题。

关键词: 纵向价格协议, 反竞争作用, 最低转售价格案件

一、概述: 纵向价格协议与美国新判例

我们应当首先对纵向协议的定义有较为清晰的界定。纵向协议其实际上是处于生产链不同阶段的企业之间的有关于生产的协议, 这种特征存在于商业生活的方方面面, 较为普通也十分重要。但是, 在这种协议中, 也存在和一定的纵向限制并且会对潜在的竞争也产生一定的限制。在这种情况下之下, 首先卖家或者说制造商可能会认同将某地的商品只销售给在特定的买方形形成一定的限制, 不向其他人提供。其次, 买方也会给一定的承诺只从该供应商处获取商品, 而不从其他供应商处购买。最后, 在一些特殊的情况之下, 纵向价格协议也是可以设定一定的特殊, 在特殊条件之下可以进行一定的转售。对于纵向价格协议的审查需要从市场方面进行一定的关注, 并且通过市场作用来进行审查。在普遍的情况之下, 目前主流的意

2790-3796/© Shuangqing Academic Publishing House Limited All rights reserved.

Article history: Received August 3, 2022 Accepted August 12, 2022 Available online August 13, 2022

To cite this paper: 林天宝 (2022). 浅析美国纵向价格协议新判例对欧盟竞争法发展之影响. 卷 1, 第 3 期, 1-7.

Doi: <https://doi.org/10.55375/jls.2022.3.1>

见还是支持要对纵向价格协议进行一定的审查限制。虽然在一定情况下纵向价格协议有利于品牌间进行一定的竞争,但是在直接与消费者进行一定对接的公司所用有的商业上的权力会十分巨大,这样的结果会使得在产业链里一方会取得相当的市场权力引起相关的竞争问题。我们应该主要关注的是三方面的问题:首先,在制定该类纵向价格协议之时是否存在一定的横向协议或者横向市场力量;其次,消费者的利益是否有重大受损;制定纵向价格协议是否会使得的生产效率大大提升。在大多数情况下,供应商所设定的纵向价格协议目的是维护自身利益,所以处于生产链中游的零售商为了自身获得更大的利益可能会希望限制纵向价格协议的存在。在这种情况下,零售商会希望能够自身调节一定的价格从而获得更多的消费者青睐。

在 2007 年的夏天,美国最高法院产生了一个关于纵向价格协议的新判例:案件被告是 Leegin 公司,该公司主要的经营项目是设计、制造、销售皮革类的制品和配饰,在全国范围内拥有 5000 家以上的零售门店。Leegin 公司的理念是通过小型的零售商进行商品销售,相较于大型却没有人情味的零售商要更好,并且认为在这样的情况下能给予客户更优质的服务,以达到更大的销售量。案件原告是 PSKS 旗下的 Kay's Kloset 公司,是一家专卖女性服装商店,销售的是多种不同品牌的产品(包括 Leegin 的品牌产品)。在 1997 年时,Leegin 推出了零售计划以及最低销售价格规定(这在美国法律上被认定为是纵向价格协议)。但 Kay's Kloset 公司并没有完全遵守 Leegin 的规定,而是以低于协议最低销售价格的 20% 的价格来出售 Leegin 公司的产品以增加销量。Leegin 就以此为由停止向 Kay's Kloset 提供产品,使 Kay's Kloset 销量大减受到损失。随后, Kay's Kloset 提起诉讼,认为 Leegin 与其他零售商达成了设定最低零售价格的协议即纵向价格协议,违反了相关法律。此时的法院通过否决先前的判例的方式(先前判例一般认为纵向价格协议违法),驳回了 Kay's Kloset 的主张。并由此确立了纵向价格协议在全美一定适用空间。

美国判例认为在上述案件的情况中不应该在执行上世纪的一些陈旧性的规制,应该更多的考虑合理性原则。但是这种原则性的问题,在目前欧盟的立法中正好是完全相反的。根据现有的欧盟运行条约的第 101 条——纵向价格协议是一种违反竞争原则的行为。虽然这种纵向价格协议是有一定的促进市场发展作用,但是在欧盟构建统一市场的目的,以及针对消费者保护福利的目的上,并不是十分适合现有的欧盟制度。

二、美国 vs 欧盟：对纵向价格协议不同态度及成因分析

美国废除前一判例所采纳的理由是,相关的纵向价格协议需要根据相应的合理规则进行判断。美国法院对于纵向价格协议认可的理由主要是在于几个方面之上。

首先是出于在经济学方面的考量,即存在着一个较为广泛的共识——制造商设定一定的纵向价格协议在某些方面有利于竞争的形成。通过设定最低转售价格的方式有利于促进新的制造商以及新的品牌能够进入市场从而促进品牌之间形成新的竞争。我们拥有一条共识,品牌间所拥有的良性竞争是十分重要的,我们所制定的反垄断相关规制的目的就在于维护良性竞争的存在。纵向价格协议的形成使得单一品牌内的竞争不复存在,更好地促进了品牌间

的良性竞争发展。同时，这样的协议形成后，使的制造商和零售商不再对保证利润方面投入更大的精力以及资金，反而转向在服务以及新的产品上投入更多的资金。

其次是在于通过纵向价格协议的存在使的零售商能够更好的发挥自己的实力(并不单纯的使用价格战)来扩大制造商在该领域中的市场份额，使的零售商更好的发挥主动的能力以及提供一种更有价值的服务来达到先前的目的。在大多数情况下新出现的产品以及新兴的品牌对经济市场的动态化有着极高的影响力，通过使用纵向价格协议维护市场，有利于竞争效果的产生。

同时，在美国方面看来，设定一定的纵向价格协议可以增加消费者的选择权力。消费者可以在低价格、少服务的品牌和高价格、高服务的品牌之间进行一定的选择。并且设定协议还有助于避免搭便车的行为产生。即进行的打折的零售商可以搭上提供高服务的零售商的便车，使的自身不提供服务，但享受其他零售商提供服务所带来的利润。这实际上可能有利于顾客，因为如果零售价格竞争激烈，零售商现在会提供他们本来不会提供的服务。通过上述的理由以及原因虽然美国各州还因为一个世纪之久的传统破碎而产生了不安，以及还在担心习惯的变更会导致消费者福利方面带来一定的负面结果。虽然美国现在各法院对于通过合理原则来评估纵向价格协议案件时都存在着一一定的困难，但也只是在经验上有所欠缺。

而在此时，欧盟对于内部市场的统一以及维护似乎是更加看重的。学界存在着一个重要的观点：某些协议本身会对企业在市场中的独立性产生一定的影响，而这种影响通常会被认为是对竞争是有害的，虽然早先的普通法体系更加注重在保护合同的自由方面而忽视了对于良性竞争的影响。而且，在选择使用纵向价格协议是否对市场产生有利竞争的观点持有怀疑态度。并且从 TEU 以及 TEFU 的规则语言上清楚的表示了，一个一体化的单一市场仍然是欧盟所追求的重要目标以及欧盟本身所具有的重大价值。而在欧盟法院看来，纵向价格协议其实质上还是限制了一定的竞争，最终还是给消费者带来了一定的利益上的损害。我们可以清楚的认识到的，欧盟将竞争政策的主要方向确立为对于消费者的福利行为。

而欧盟自身竞争法的发展也是经历了三个阶段，所维护的目标也有一定的改变。最早的理念是在构建竞争以及单一市场的形成，而后则更加注重竞争体系的建立。在这两阶段中对于垄断的态度可以说是绝对禁止的状态，通过限制独立经济行为来保护一个良性的竞争过程的发展。而从现今的变化来看不断现代化的竞争法，主要的关注重点也来到了保护消费者福利上。

除了上述内容外，欧盟还较为关注到了纵向价格协议带来的反竞争作用。目前来看，纵向价格协议是有一定的好处的存在，但是还存在着明显的反竞争效果。制定纵向价格协议还是会引起价格垄断的存在，会形成相应的垄断利益¹。最低的转售价格形成维持后可以使的零售价格变化变小，从而进入到可控阶段增强了卡特尔的稳定性。所以卡特尔可以通过维护最低转售价格即纵向价格协议从而获得巨大的稳定的市场的力量。这种稳定会使的传统零售

¹ Ellis Peter(2009), *Leegin Creative Leather Products v PSKS and vertical restraints*, *University of North Carolina at Chapel Hill School of Law*, 569-599.

商能够利用价格来协调卡特尔价格，这样的行为会使的折扣店难以进入市场，成为反对低价的一种方式。除此外，还存在着一种主流思维²，纵向价格协议极易被大型制造商以及零售商滥用。在某种情况下占主导地位的零售商很有可能要求制造商给予维持价格，从而使的新的分销并不容易产生。而在此时，制造商需要零售商的销售网络所以一般情况下是会同意零售商的要求承担一定的压力，参与了价格限制的行为。这样的行为使的实力较小的零售商无法在进入该市场领域。

三、影响：欧盟基于统一立场，将审慎对待纵向价格协议

上述我们主要讨论了美国与欧洲各自对于纵向价格协议的分歧问题。接下来我们应当要着重关注在欧盟成员国内部相关国家体系对于纵向价格协议的看法，以及欧盟对此所持有的相对反对态度。

波兰当局曾有过一个关于纵向价格协议的案件，即 IMS Sofa 公司案。在 IMS 沙发案中，管理局没有调查纵向价格协议的实际效果，而是认定该协议具有反竞争的目的，进而会限制竞争，损害消费者利益。该决定所展现的突出点在于将零售商认定为一个被动的参与过程的实体，没有考虑是否存在着横向协议的问题。在往常的纵向价格协议案件中，波兰当局一般都是将零售商与制造商一同处罚，但是在本次案件中，很意外地只针对制造商进行了处罚。另外，对于纵向价格协议是否适用宽大处理制度还存在着争议，因为在大多数情况下，纵向价格协议比横向协议更容易察觉到。

而与波兰态度相反的西班牙当局，则在 El Corral de las Flamencas 一案中，决定支持纵向价格协议，西班牙当局的行为似乎有悖于法律欧盟运作条约第 101 条的规定。但实际上，西班牙法律相较于欧盟法律存在不同之处：西班牙法律认为，如果某一行为并不对竞争产生较大的不利影响之时，不能采取直接禁止的强制手段。很明显，西班牙当局在本案中援引了此规定，援引的主要原因要回到案件本身来探知：西班牙当局认为该制造商的市场份额不高，对于市场的竞争行为没有产生较大的影响。

匈牙利当局在 Asvanyviz 案中对纵向价格协议的处理也做出了不寻常的判决，裁定该协议既不违反欧盟法律也不违反匈牙利竞争法的规则。本案的一个特殊之处在于，零售商是需要通过所在地的市场的特定情况进行不同价格的确认。所以当局认为本案中的协议并不是为了设定统一的价格而产生的，既没有排除市场一般竞争的目的，也并没有产生排除竞争的效果。

所以通过对于上述案例的讨论我们会发现，在欧盟内部的成员国的国家系统中意见也不是完全一致统一的。对于纵向价格协议如何更适当适用第 101 条应该包含一定的规制：首先应当对于潜在的危险进行一定的调查，并且要迅速的对于第 101 条第 3 款进行一定的分析。虽然在未来可能会将纵向价格协议从核心警示清单中去除，因为目前来说对于成员国的约束

² Elif and Semih (2015). Minimum resale price maintenance in EU in the aftermath of the US Leegin decision, *European Journal of Law and Economics*, 45-71.

能力不是那么明显，但是在目前看来不是十分的符合欧盟现有的统一市场立场。如果欧盟的目标与立场进行一定的改变将不会损害消费者福利的协议排除在禁止范围之外，很可能能促进成员国内的市场更加的公平，但是这种可能性的实现还较为遥远。所以，与现今的期待结果形成一个相反的现状。欧盟只有可能更加的严格而不会选择与美国统一立场³。

我们可以从上述的讨论中获得一定的启示，即纵向价格协议是能够形成一定的有力竞争效果，但是也会产生一定的反作用，对于正反两种作用的产生取决于一定的市场条件。但是对于现今的欧盟立法来说，统一市场的目标以及消费者权益是放在最首要的目标，所以选择放开纵向价格协议的禁止大门是不现实的。

而在于单独的讨论纵向价格协议来说，最主要的一点是在于找到一个平衡消费者的福利以及法律确定性的平衡位置。只有制造商或者零售商在相关市场领域上拥有一定程度的市场力量，否则纵向价格协议并不太可能对有利的竞争环境造成明显的损害，为了使品牌内竞争的减少对消费者造成损害，品牌间的竞争必须很少或没有。

我们可以想象，在一个相关的市场内有足够的品牌进行一定的竞争那么此时商品价格因为预计的原因而进行一定的上涨，那么此时自认为受到伤害的消费者可以转向替代商品。如果此时的替代商品可以完全满足消费者需求，那么这种因纵向价格协议进行价格上涨的行为就不会对市场竞争造成不良的影响。而且此时我们也可以明白一点，如果有消费者认为是制造商或者零售商提供的服务而产生的吸引力来购买产品的话，是一种促进市场竞争的行为，有利于市场的发展。

不同的制造商生产的产品之间的竞争给消费者提供了更多的选择余地。但是，一旦有某一个品牌的竞争目的被得到满足，使得有部分消费者认定了某个品牌之后，品牌间的竞争就会减弱，品牌内的价格战将被打响。所以这种情况之下品牌内竞争以及品牌间竞争应该是同等重要的，要使得两者并存，并一起实现竞争法的最终目标。对于一个制造商来说，要想通过纵向价格协议来限制其他的竞争者进入市场，争夺市场份额的时候，他必须拥有相当大的市场份额。反之，这样的做法反而能够有利于促进一定的新兴对手进入市场。

解决搭便车、质量认证的论点，都是作为纵向价格协议的有利竞争效果。⁴但是，是由于不能保证零售商会利用额外的利润来提供制造商所期望的服务。在纵向关系中，零售商是一个独立的代理人，它选择向消费者提供的产品，并对如何展示它所销售的产品保留一定程度的自由决定权。在这方面，特别是对于一个多品牌来说，提供一定更有吸引力的服务，如免费送货或免费包装，来吸引更多的消费者在零售商之间的利润。在一定的情况中，纵向价格协议可以帮助制造商强制零售商提供合同中没有明确规定为义务的理想服务。最后，纵向价格协议作为一种合同执行机制的有效性取决于零售商的行为，从制造商的角度看，它可能是

³ Angela Opalenik (2009), *Guiding the Lower Courts in the Aftermath of Leegin Creative Leather Products, Inc v PSKS*, *Capital University Law Review*. 1201-1241.

⁴ Sandra Colino (2011), *Competition Law of the EU and UK*, 7th edn, Oxford University Press, 123-128.

一个有回报的尝试。

三、结语

美国最高法院对最低转售案件的合理性分析的裁决，引起了欧盟的高度关注，因为美国一直是欧盟竞争法规则的先行者。然而，欧盟和欧盟成员国的反应并不那么令人欢迎。纵向价格协议既可以产生有利竞争的效果，也可以产生反竞争的效果，而哪种效果会占上风则取决于适用该规则的市场条件，需要根据具体案情展开具体讨论。此外，要使品牌内竞争的减少对消费者造成损害，品牌间的竞争必须很少或没有。

基于以上分析，本文认为，欧盟与美国相比，对最低转售价格的纵向价格协议的灵活处理方法持有犹豫的态度是可以理解的，因为欧盟是一个超国家组织，试图在维持单一市场的同时，必须协调成员国的经济利益。理由正如欧盟委员会和法院所说的那样：消费者福利应当是最重要的考虑的问题。尽管在理论上存在各种争论，但很明显的是，为了获得更多的经验证据，有必要对在现实案件中的、不同背景下的纵向价格协议所产生的效果进行更多的分析。同时，若要适用纵向价格协议这一在理论上的有利于竞争的做法时，应采取审慎的态度、谨慎的步骤来实现。顺应这样的趋势，以提高消费者福利为宗旨，才能对欧洲的竞争法政策作出更合理的改良。

参考文献：

- [1] Ellis Peter (2009), *Leegin Creative Leather Products v PSKS and vertical restraints*, University of North Carolina at Chapel Hill School of Law, 569-599.
- [2] Elif and Semih (2015), *Minimum resale price maintenance in EU in the aftermath of the US Leegin decision*, *European Journal of Law and Economics*, 45-71.
- [3] Angela Opalenik (2009), *Guiding the Lower Courts in the Aftermath of Leegin Creative Leather Products, Inc v PSKS*, *Capital University Law Review*, 1201-1241.
- [4] Sandra Colino (2011), *Competition Law of the EU and UK*, 7th edn, Oxford University Press, 123-128.

**A CRITIQUE OF THE IMPACT OF THE NEW US JURISPRUDENCE ON
VERTICAL PRICE AGREEMENTS ON EU COMPETITION LAW**

Tianbao Lin

Law School of Ningbo University

Abstract: The US Supreme Court's decision on the reasonableness analysis in the minimum RPM case has attracted a great deal of attention from the EU, as the US has been a forerunner of EU competition law rules. However, the reaction from the EU and EU member states has not been so welcome. Vertical price agreements can have both pro-competitive and anti-competitive effects, and which effect will prevail will depend on the market conditions to which the rule applies. This paper studies in depth the different attitudes of the EU and the US towards vertical price agreements from different perspectives, including causes and effects. Based on the discussion, we propose that, from the EU's perspective, the hesitancy to take a flexible approach to the minimum RPM is more understandable than in the US, as the EU is a supranational organization that tries to harmonize the economic interests of its member states first and foremost while maintaining the single market. On this basis, the EU will take a cautious and conservative approach to the legal aspects of vertical price agreements based on a unified position.

Keywords: Vertical price agreements, Anti-competitive effects, The minimum RPM case