



European Commission

Competition

关于定价的反垄断协议国际研讨会
2011年6月1日

针对购销协议的新欧盟竞争规则

Kris Dekeyser

欧盟委员会主任



委员会审查其纵向限制政策的背景

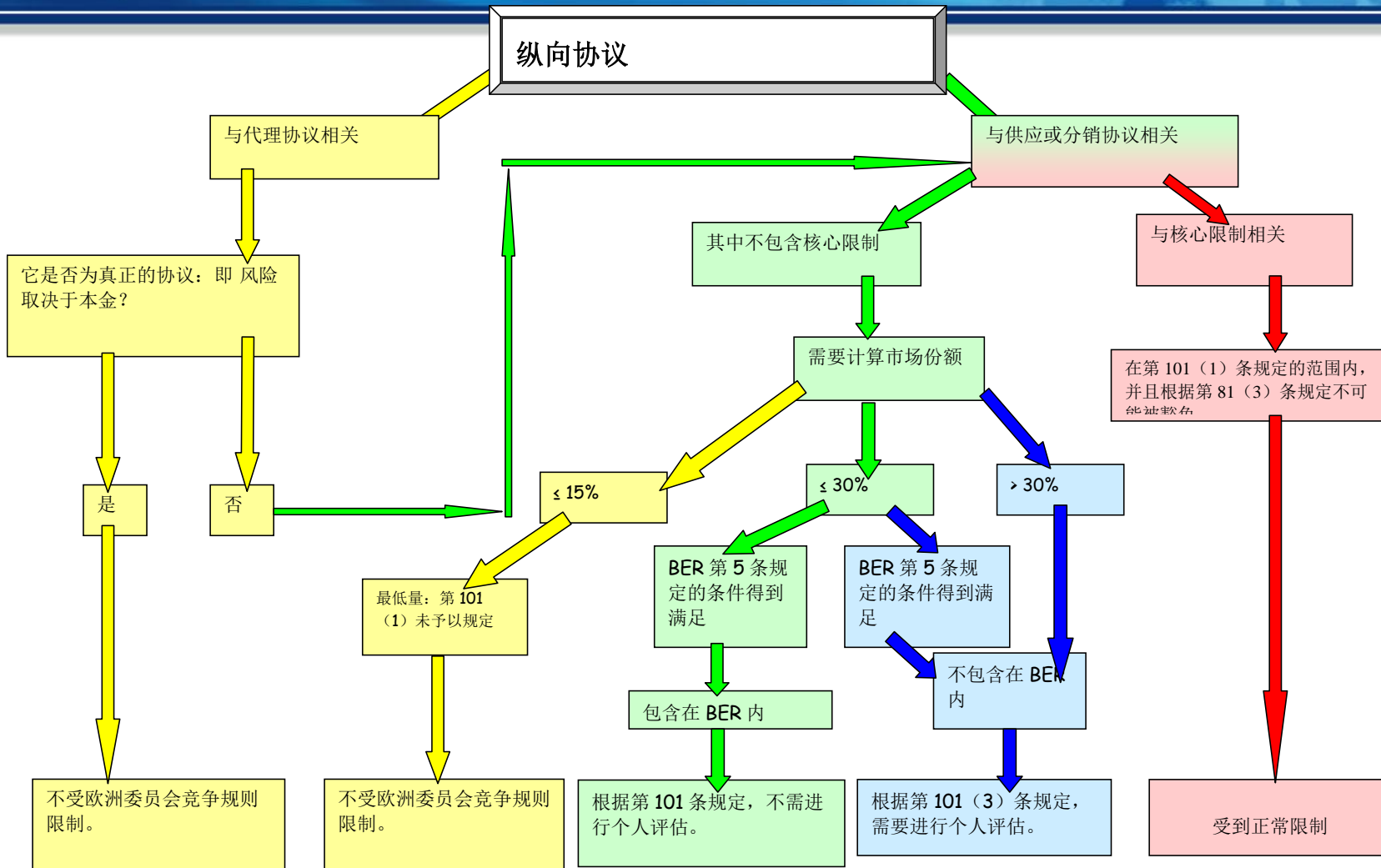
- 什么是纵向协议/纵向限制？以及与纵向协议相关的竞争问题是什么？
- 《限制竞争免责条例》（BER）以往积极的经验和指导方针（GL）：
 - 强烈支持保留引介以影响为基础的方式之1999框架
 - 市场份额阈值原则受到广泛接受
 - 有意义的执行 = 取消抵押回赎权以及竞争缓和（共谋）的相关问题+ 兼顾效率
 - 2004年以来：竞争执行按欧盟 BER/GL的规定实现现代化后的合格互动委员会新规则，保证了一贯的申请
- 上一年的审查目标：更新/改进1999 BER和GL
审查结果：委员会通过BER 330/2010（2010年4月23日发布的第102号官方日志）和GL（2010年5月19日发布的第130号官方日志）
竞争网站：<http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/vertical.html>



背景：以影响为基础的方式

这种以影响为基础的方式是指：

- (a) 当局/原告必须根据欧洲委员会第101（1）条规定，说明可能存在的消极影响
- (b) 被告必须根据欧洲委员会第101（3）条规定，一旦可能存在的消极影响成立，则说明可能存在的的效率（“消费者福利检查”）
- (c) 只要市场份额不超过30%，则“安全劳动” = 限制竞争免责 => 假设净顺差
- (d) 指导方针提供的BER解释+逐项评估消极和正面影响的指导方针（如果BER不适用）（超过30%MS）





限制竞争免责的范围

市场份额阈值：取决于供应商和买方的BER收益不 $> 30\%$

- 供应商和分销商均可拥有市场权力（超级市场）
=> BER的覆盖范围亦应当取决于买方的市场份额
- 对于供应商来说：供应商向买方销售合同产品之市场的份额
- 对于买方来说：买方向供应商采购合同产品之市场的份额



核心限制（1）

- 限制买方销售产品的价格（维持转售价格）

议定的固定转售价格或最低转售价格为核心限制，但绝非该价格因是否为建议转售价格或最高转售价格

- 销售限制：限制买方将产品售往何地、售给何人

- 被动销售限制属于核心（主要排除有选择性的分销）
- 主动销售限制属于核心，但不包括对排他性分销区域的保护



核心限制（2）

对“核心方法”的一般问题澄清

- 核心 = 无限制竞争免责
 - + 第101（1）条规定的消极影响推定
 - + 第101（3）条规定的条件不可能得到满足之推定（§ 47）
- 但是如果使他人确信可能存在的效率之证据，则对个人的豁免不包括在内（§ 63-64和225）
- 如果提出证据和说明影响的顺序被逆转，则核心方法 = “合理规则”
 - 首次可能的效率需要由公司予以说明
 - 以前可能存在的消极影响由当局予以说明



核心限制（3）

维持转售价格（《指导方针》§ § 219-225）：

- **可能存在的消极影响：**
 - 促进共谋（包括上游和下游），尤其是促进连锁关系方面的共谋
 - 消除品牌内竞争：其直接影响即价格上涨
 - 减少供应商的利润压力
 - 尤其是减少折扣活力和折扣创新

- **可能存在的积极影响：**
 - 新入口：避免自由放纵投机行为（转售限制的效率已获得认可）
 - 支持短期低价广告宣传活动



在线销售限制（1）

另一方面：分销商应当自由地拥有网站，并自由地从事互联网销售……

- 对分销商使用互联网的限制通常被视为对主动销售的核心限制

另一方面：供应商应当自由地选择分销商/分销形式，并防止分销商之间可能存在的自由放纵投机行为

•独家分销：

- 限制活跃的销售行为以保护独家分销的可能性
- 活跃的销售行为：拟被他人发现的任何努力，尤其是在某一区域/被某一用户组发现，例如未经请求的电子邮件、有目标的（在线）广告（§ 53）
- 与被动销售相比较：拥有网站，无需请求用户及对其需要作出答复，不同的语言选项（§ 52）



在线销售限制（2）

另一方面（续）：

•为了维持分销的质量并防止自由放纵投机行为，**GL澄清BER**规定的义务包括以下内容：

- 有一家或多家“实体”商店（但对成功的在线销售不予以处罚） § 54)
- 设置最小离线销售额（供应商也可能提供固定费用，以支持分销商的离线成就）（ § 52(c)）
- 要求在线销售需要的质量和服务条件得以满足，在整体上等同于适用于离线销售的质量和服务条件（ § 56）
- 只根据双方同意的标准和条件使用第三方的平台（ § 54）

结论： 新BER和GL 不设置或支持某些分销形式，但让用户去“选择获胜者”



关于各种纵向情况的更多信息 见:

<http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/vertical.html>