

2008北京市属高等学校人才强教计划资助项目研究成果

KUAGUO LINGSHOU ZAIHUA LANYONG SHICHANG YOUSHI DIWEI
JIQI GUIZHI WENTI YANJIU

跨国零售在华滥用市场优势地位 及其规制问题研究



赵亚平 / 等著



经济科学出版社
Economic Science Press

2008 北京市属高等学校人才强教计划资助项目研究成果

跨国零售在华滥用市场 优势地位及其规制 问题研究

赵亚平 等著

经济科学出版社

责任编辑：王长廷 刘新颖

责任校对：徐领柱

版式设计：代小卫

技术编辑：邱 天

图书在版编目 (CIP) 数据

跨国零售在华滥用市场优势地位及其规制问题研究/
赵亚平等著. —北京：经济科学出版社，2009. 4

ISBN 978 - 7 - 5058 - 8064 - 1

I. 跨… II. 赵… III. 跨国公司 - 零售商业 - 商业
企业 - 企业管理 - 研究 - 中国 IV. F724. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 041037 号

跨国零售在华滥用市场优势地位及其规制问题研究

赵亚平 等著

经济科学出版社出版、发行：新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100142

总编室电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：www. esp. com. cn

电子邮件：esp@ esp. com. cn

北京密兴印刷厂印装

880 × 1230 32 开 6.5 印张 200000 字

2009 年 4 月第 1 版 2009 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5058 - 8064 - 1 定价：22.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

目 录

第1章 绪论	(1)
1.1 课题研究背景	(1)
1.2 基本概念界定	(7)
1.3 相关研究回顾	(11)
1.4 研究目的、思路、方法及主要内容	(16)
参考文献	(22)
第2章 跨国零售在华发展历程	(24)
2.1 市场开放与跨国零售进入	(24)
2.2 跨国零售在华发展阶段及其特征	(31)
2.3 跨国零售在华竞争业绩	(39)
2.4 跨国零售在华竞争优势	(44)
2.5 小结	(50)
参考文献	(51)
第3章 跨国零售在华相对市场优势地位	(53)
3.1 相对市场优势地位及其滥用	(53)
3.2 相对市场优势地位与零供矛盾	(72)
3.3 小结	(82)
参考文献	(85)

第4章 跨国零售在华滥用市场优势地位产生的原因	(86)
4.1 政府层面分析	(86)
4.2 市场层面分析	(93)
4.3 企业层面分析	(102)
4.4 小结	(110)
参考文献	(112)
 第5章 跨国零售滥用市场优势地位对社会福利的影响	(114)
5.1 问题的提出	(114)
5.2 模型构建与分析	(116)
5.3 进一步讨论	(124)
5.4 小结	(127)
参考文献	(128)
 第6章 跨国零售在华滥用市场优势地位对产业发展的影响	(130)
6.1 对我国零售业发展的影响	(130)
6.2 对我国制造业竞争力的影响	(138)
6.3 小结	(149)
参考文献	(150)
 第7章 我国规制跨国零售滥用市场地位的实践	(152)
7.1 商业外资准入规制	(153)
7.2 法律规制	(163)
7.3 中央政府规制	(170)
7.4 地方政府规制	(175)

7.5 行业协会协同治理	(177)
7.6 小结	(183)
参考文献	(184)
第8章 进一步规制滥用市场优势地位的措施建议	(187)
8.1 流通产业政策规制	(188)
8.2 经济法律规制	(192)
8.3 行业协会辅助规制	(196)
参考文献	(198)
后记	(199)

| 第1章 |

绪 论

1.1 课题研究背景

2004年12月11日起,我国零售业取消对外国商业资本在区域、数量和股权等方面的限制,对外资实行全面开放。沃尔玛、家乐福、麦德龙、百安居等国际零售集团纷纷进入我国。2006年8月16日,央视CTR(即点击率)市场研究机构公布了2005年中国零售渠道调查结果。调查结果显示,外资零售店在各个方面表现出普遍的增长,而本土零售店市场占有率则或多或少地出现了下降的趋势。例如,家乐福在包括北京在内的全国15个主要城市范围内市场占有率达到了4.7%,成为2005年国内零售商占有率的冠军,而易初莲花、欧尚等跨国零售在京城零售市场的发展,也有了一定程度的攀升,^①在一定程度上反映出市场开放以后我国零售市场的竞争状态与趋势。

随着跨国零售在我国的扩张,零供矛盾也逐步显现,而且愈演愈烈(见表1-1)。

^① 该结果来自全国85个城市的13 000余户家庭对快速消费品和渠道的选择,中国零售网,2005年8月18日。

表 1-1 近几年跨国零售与供货商矛盾的典型事件

年份	典型事件	事件内容
2003	家乐福：炒货风波 ^①	6月中旬，包括洽洽、阿明、正林在内的11家知名炒货品牌不堪收费之苦组成“炒货联盟”。
2004	百安居：扣款事件 ^②	韩丽宅配、朗庭、好诗迪和百儒4家橱柜供货商被百安居从货款中扣除不明款项，而且屡次追讨不得；以雅迪尔为代表的供货商与百安居之间因拖欠货款和滥收进场费等产生的纠纷。
2004	普尔斯马特：欠债黑洞 ^③	2004年7月起，普马的资金链条开始出现危机，全国各地分店纷纷关张，其拖欠供应商的巨额货款及银行贷款的问题浮出水面。截至2005年3月，遍布全国的48家普马门店全面关闭，普马累计欠债20多亿元，董事长出走境外。
2007	百安居：再次将供货商“逼上梁山” ^④	从2005~2007年，百安居单方面以各种名目擅自扣除雅迪尔货款1200余万元。自2007年春节以来，雅迪尔没有收到百安居一分钱，截至2007年5月份又新增货款540余万元。

注：①上海炒货业“叫板”家乐福，http://news.xinhuanet.com/newscenter/2003/07/01/content_946888.htm，2003年7月1日。

②姚芃：《百安居与供货商货款纠纷继续升级》，载于《法制日报》，2007年11月22日。

③《普尔斯马特超市“欠债黑洞”案开庭》，<http://mnc.people.com.cn/GB/54823/4953315.html>，2006年10月24日。

④《百安居再次将供货商“逼上梁山”》，载于《中国商报》，2008年1月4日。

中国连锁协会与普华永道联合进行了2005年零供关系调查。调查结果表明：“由于账期和收费的问题，零供双方的满意度都有所下降”。^① 零供矛盾的深化，对我国的供应商、市场秩序都带来了很大影响。2005年商务部等11部门联合发布了《关于印发〈打击商贸活动中欺诈行为专项行动工作方案〉的通知》，

① 钟加勇：《整肃零售潜规则》，<http://www.businesswatch.com.cn>，2006年4月5日。

决定用一年左右的时间,集中整治商业零售企业(以下简称零售商)恶意占压、骗取供应商货款的欺诈行为。

2005年9月14日商务部、公安部、税务总局、工商总局又印发了《整治商业零售企业恶意占压、骗取供应商货款欺诈行为专项行动工作实施方案》的通知。通知指出:“近年来,零售行业发展迅速,对促进商品流通、扩大消费发挥了积极的作用。但是,一些零售企业滥用销售终端的优势地位,在交易过程中损害供应商的合法权益。例如,一些零售企业对供应商货款久拖不还,恶意占压供应商货款开设新企业或分支机构;个别零售企业打着连锁经营的旗号,在骗取银行贷款、供应商货款后,即卷款潜逃或以经营不善为由关闭企业”,^①明确指出了零售企业存在滥用市场优势地位的问题。随后,一些省市开始了这些问题的核查。如:

贵州省供货商联合会对贵阳市红华超市、国贸广场、星力百货、北京华联、沃尔玛、时代广场等大型零售商场的100家供货商分行业进行了调查。从回收的57份调查表中可见,最严重的一家零售企业就拖欠57家供货商货款7 678 251.65元。^②

深圳市供货商联合会对深圳市零售企业进行了全面的摸底调查。在调查中发现一些零售企业滥用销售终端的优势地位,有的变更加改原本名目繁多的各种费用,在交易过程中损害供应商的合法权益。^③

上海商情信息中心发布的《2005年年度供应商眼中的连锁商业》专题研究报告也表明了77.5%的供应商反映无论是大卖场、超市还是便利店收取费用都比上年增加,而家乐福继续在收费指数上高居榜首;供应商普遍认为家乐福收费昂贵,在1~5

①②③ 商务部市场建设司网站。

分的费用调查中,家乐福以 4.37 的最高分列在各连锁企业之首,是各连锁企业费用得分方面唯一超过 4 分的企业。^①

由此可见,零售商(包括跨国零售商)滥用市场优势地位的情况不是个案,而是广泛存在的问题。为规范零售商与供应商的交易行为,维护公平、公正的市场交易秩序,促进零售商与供应商平等合作、共同发展,商务部、发展改革委、公安部、税务总局、工商总局等五部门联合颁布了《零售商供应商公平交易管理办法》(以下简称《办法》),自 2006 年 11 月 15 日起施行。五部门领导在答记者问时明确指出了当前零售商与供应商交易关系存在的主要问题:一是不公正条款。一些零售企业滥用销售渠道方面的优势地位,迫使中小供应商接受不公平的格式条款,损害了供应商的利益;二是不合理收费。零售商通过向供应商收取名目繁多、数额巨大的各种费用,将自身经营成本转嫁给供应商,或变相索要商业贿赂,使供应商不堪重负;三是拖欠货款。一些零售企业对供应商货款久拖不还,严重阻碍了供应商的生存发展,从而影响整个产业经济的健康发展,甚至引发连锁债务危机,影响社会稳定。^②

《办法》共 26 条,对零售商与供应商的不公平交易、损害对方合法权益,限制竞争、损害其他经营者利益的行为做出了明确规定,规定了相应的法律责任。《办法》对零售商拖欠货款问题做了明确规定:一是限定零售商与供应商约定的支付货款的最长期限。要求零售商与供应商应按商品的属性在合同中明确约定货款支付的期限,但约定的支付期限最长不超过收货后 60 天。二是制止零售商拖延支付货款的相关行为。要求零售商不得以供应商的个别商品未能及时供货、个别商品的退换货手续尚未办

①② 商务部市场建设司网站。

结、供应商所供商品的销售额未达到零售商设定的数额、供应商未与零售商续签供货合同以及其他违反公平原则的事由为由拖延支付货款。针对供应商对账难、查账难的问题,《办法》明确规定,除合同另有约定或供应商没有提供必要单据外,零售商应当及时与供应商对账。《办法》建立了较为完整的公平交易规则,有利于构建公平、公正的零供关系,维护零售商、供应商、消费者的合法权益,促进零售业和谐发展。

《办法》公布以后,各省都积极采取措施,想办法加以落实(见表1-2)。虽然对零售企业收取进场费、上架费、展示费、促销广告费等不合理费用和逼迫供货商签订霸王合同的行为有了一定约束,但是由于种种原因,管理效果还不够明显。一些零售商采用新的手段与方式(如利用给供货商开具增值税发票等)转移本应该自己承担的费用,造成供货商供货价值和所开具发票价值失衡。到2006年11月底,北京供货商专业委员会反映零售商依旧在以“促销员管理费”、“合作基金”等名目变相征收费用,并且变本加厉;而零售商拖欠货款现象也没有好转,如不答应相关条件,供货商将会被清除出卖场,不获得续签合同的机会;^①2007年9月郑州蒙牛公司与郑州家乐福超市发生了一场流血冲突;^②

① 《供货商对峙零供办法,不平衡的利益博弈怨声载道》, <http://finance.mop.com/industry/2006/1225/000277169.shtml>, 2006年12月25日。

② 原因是2007年9月5日,郑州家乐福超市要求郑州蒙牛公司购买3万元的月饼,否则将对该公司“采取措施”。蒙牛公司多次与超市协商,想把摊派的月饼数额减少为1万元,但未果。2007年9月14日上午,家乐福超市将蒙牛产品降价销售,逼迫该公司就范。2007年9月15日早上,蒙牛郑州公司开会,会上决定采取措施,对家乐福的行为进行“抗议”:组织员工100多名,每人持百元钞票到家乐福购买1元左右的低价商品,让超市零钞紧缺,销售出现混乱。<http://bschool.hexun.com/2007-09-17/100766542.html>, 2007年9月17日。

2008年2月底,随着百安居拖欠货款事件的升级,^①零供矛盾再度成为媒体聚焦的热点话题。2008年2月25日、26日,中央电视台连续两天对目前大型超市滥用垄断优势地位、乱收费、乱摊派的现象进行了披露,从三个方面指出了零售商存在的问题:利用优势地位,制定减免自己责任、加重供应商负担的条款;通过各种不规范收费,转移自己应承担的经营成本,加重供应商的负担;拖欠供应商货款。^②

表 1-2 部分省关于落实《办法》的通知

地方、部门	内 容	编 号
宁夏商务厅等七部门	关于贯彻落实商务部等部委《零售商供应商公平交易管理办法》实施意见的通知	宁商发[2006]368号
海南省商务厅会同有关部门	《关于贯彻执行零售商供应商公平交易管理办法的通知》	琼商务运[2007]120号

资料来源:根据商务部市场建设司网站信息整理。

《办法》公布已经两年多了,跨国零售滥用市场优势地位的情况是否有所改变?在多大程度上得到了改变?跨国零售在各个不同省份的表现是否有所不同?当前跨国零售在滥用市场优势地位方面的现状与问题是什么?它们的存在对我国经济发展会产生什么样的不利影响?我国政府该如何进行规制?这些问题都是有待于我们继续跟踪并深入研究与解决的问题。

① 2008年6月23日在Google搜索网页,结果有7420项符合“百安居拖欠货款2008”的查询结果。

② 冯琳:《交易不公平损害民族企业 转嫁利润侵害消费者权益》,载于《中国工商报》,2008年3月12日。

1.2 基本概念界定

1.2.1 垄断与垄断势力

经济学主要是从垄断的形式和状态的角度来界定和讨论垄断，如卡特尔、辛迪加、托拉斯、康采恩等，是指垄断资本家采用各种垄断形式控制其他资本和市场，以获取高额垄断利润。

法律意义上的垄断，是从限制竞争角度来界定的，主要指垄断行为，如日本《禁止垄断法》第二条第5款规定：“本法所称私人垄断，是指事业者无论是单独地还是与其他事业者相结合、或合谋等其他任何方式，排除或者支配其他事业者的事业活动，从而违反公共利益，实质性地限制一定交易领域内竞争的行为。”^①我国《反垄断法》第三条规定的垄断行为包括三类：经营者达成垄断协议；经营者滥用市场支配地位；具有或者可能具有排除、限制竞争效果的经营者集中。此外，该法第八条还规定，行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织不得滥用行政权力，排除、限制竞争。同时，各国法律对部分特殊行业都规定了不同程度的反垄断豁免，我国《反垄断法》第七条就规定了“国有经济占控制地位的关系国民经济命脉和国家安全的行业以及依法实行专营专卖的行业，国家对其经营者的合法经营活动予以保护，并对经营者的经营行为及其商品和服务的价格依法实施监管和调控，维护消费者利益，促进技术进步”。

从学理分析角度看，垄断一般具有四个要素：一是实施主

① 尚明：《主要国家（地区）反垄断法律汇编》，法律出版社2004年版。

体，主要为市场主体，有时也表现为行政机关；二是实施垄断的目的，均为排斥、限制竞争（个别的还提到了获取超额利润）；三是实施方式，表现为单独或结合，独占分割市场，限制或支配他人经营活动等；四是垄断的结果，限制、排斥了竞争（一部分还提到了损害他人或社会公共利益）。

垄断势力是一个法律概念。它来自美国的《反托拉斯法》。它是对市场支配地位（优势地位）的称谓，也称之为“市场势力（Market Power）”。日本的《禁止私人垄断及确保公正交易法》称之为“垄断状态”；我国台湾地区的《公平交易法》则称之为“独占”；德国《反对限制竞争法》中市场支配地位包括“独占”、“市场优势”和“寡头垄断”等。^①

我国《反垄断法》第十七条对市场支配地位的界定是：经营者在相关市场内具有能够控制商品价格、数量或者其他交易条件，或者能够阻碍、影响其他经营者进入相关市场能力的市场地位。因此，其实质是在一定的市场范围内相对其他经营者（包括横向的和纵向的）的一种优势和控制力。《反垄断法》规制的是对这种市场支配地位的滥用，限制或排斥了竞争。

1.2.2 跨国零售垄断势力

根据我国《反垄断法》对垄断行为的界定，跨国零售在华垄断行为一般有三种情况：一是垄断协议，即排除、限制竞争的协议、决定或者其他协同行为，包括：横向垄断协议（如联合抵制交易）和纵向垄断协议（纵向价格约束、排他交易协议）；二是滥用市场支配地位，即控制价格或者排除竞争力量的行为，以不公平的低价购买商品、在交易时附加其他不合理交易条件

① 张穹：《反垄断理论研究》，中国法制出版社 2007 年版。

(如苛责他方、己方免责、收取通道费、拖延结算等)。三是经营者集中。

本书拟将集中研究跨国零售“滥用市场优势地位”的行为及相关问题,原因在于跨国零售在经营中的垄断势力主要表现为滥用市场优势地位。作为传统的劳动密集型产业,基于该产业的特点,在同行业中,至今也没有哪家零售企业在某国或者全球居于反垄断法意义上的支配地位,即使位居全球零售第一的沃尔玛,其在美国市场的份额也不足10%^①,在其跨国扩张经营中,在其他任何一个国家的市场份额也都没有超过这个比例。因此,零售业在平行竞争层面,还不存在具有市场支配地位的零售企业。但是,在纵向交易层面,由于零售业处于产业链的终端,其作用日益重要,在零供关系中,其地位也发生了根本性的变化,对一些大型零售商而言,供货商得“看其眼色行事”,形成零售商控制供货商的局面,零售商具备的这种“特权”即市场优势地位。

1.2.3 滥用市场优势地位

滥用市场优势地位(abuse of a preponderant status),是指企业凭借并滥用其市场优势地位,在交易中任意损害交易对方甚至竞争者的利益,对市场的其他主体进行不公平的交易或者排除竞争对手的行为。^②

滥用交易中优势地位的行为是指在特殊的交易环境中,享有优越地位的企业,不合理地利用其地位限制竞争,应受《反垄断法》规制的行为。^③ 根据《零售商供应商公平交易管理办法》,

① 《中国连锁经营年鉴(2006)》,中国商业出版社2006年版。

② <http://baike.baidu.com/view/666827.html>。

③ 种明钊:《竞争法学》,高等教育出版社2002年版。

跨国零售在我国滥用市场地位的主要表现：一是与供货商签订不公正条款；二是对供货商进行不合理收费；三是拖欠供货商的货款。国家工商管理总局曾组织北京、上海等 14 个省级工商局对“经营者滥用市场支配地位限制竞争”有关问题进行了调研，2006 年初对调研情况进行了汇总。调研结果表明：大型零售商滥用其交易中的优势地位限制竞争行为主要可归纳为搭售或附加不合理交易条件行为，差别待遇行为，具体表现在：（1）提出不合理交易条件，其中，突出表现为大型零售商向供应商收取进场费、条码费、节庆费、店庆费、新品费、补损费、新店开业赞助费、堆头费、海报费等多达几十种的费用，且多数费用与商品销售没有关联；（2）在同供应商签署商品销售一揽子协议时，在没有正当理由的情况下，对于条件相同的客户提供不同的交易条件，致使有些客户处于不利的竞争地位；（3）大型零售商滥用其交易中的优势地位强制中小供应商购买其不需要的商品，如中秋节向供应商摊派月饼等；（4）大型零售商以种种借口拖欠供应商的货款，少则 60 天，多达 120 天。^①

1.2.4 规制

“规制”，是西方发达国家自 30 年代以来政府法令和学者著作中经常出现的词语。日本学者植草益《微观规制经济学》一书传入我国后，国内学者也开始广泛使用。“规制”一词被学者理解为“有规定的管理”或“有法规的制约”，^②但对于规制的含义，国内外学者的认识不尽相同。有人认为规制仅是指狭义上

① 国家工商总局公平交易局反垄断处：《对经营者滥用市场支配地位限制竞争有关问题的调研综述》，载于《工商行政管理》，2006 年第 20 期。

② [日] 植草益著，朱绍文等译，《微观规制经济学》，中国发展出版社 1992 年版。

的限制或禁止；^① 规制是指具有法律地位并相对独立的行政机构依照一定的规则对企业活动进行限制的行为；^② 也有人认为规制还应包括积极的鼓励和促进。^③

规制可分为经济性规制和社会性规制。经济性规制是指在自然垄断和信息不对称的场合，为了防止资源配置的低效和公平的交易行为，政府对企业的某些行为进行的规制，主要有价格规制、进入规制等。社会性规制是以保障劳动者和消费者的安全、健康、卫生、环境保护等为目的，对产品和服务的质量等进行的规制，主要包括环境规制、产品质量与健康规制等。

根据规制主体的不同，可将规制机构分为政府规制机构、独立规制机构和自我规制机构。即当规制的主体是政府时，就是政府规制；当规制的主体是某一既独立于政府又独立于行业的独立机构时，它就是独立规制；当规制的主体是行业自律组织时，就是自我规制。^④对于零售业来说，政府规制的作用主要是维护市场竞争秩序，规范商业企业行为，保护消费者正当权益，促进商品市场繁荣。具体的做法有从国家管理层面上对所有市场生产经营主体作出的普遍规定或限制以及在本国零售业的准入、经营行为及价格限制。

1.3 相关研究回顾

随着跨国零售在华滥用市场优势地位情况的发生与发展，国

①④ [日] 植草益著，朱绍文等译，《微观规制经济学》，中国发展出版社 1992 年版。

② 黄坡、陈柳钦：《政府规制与行业自律的辩证关系》，见上海现代服务业官方网站，2006 年 2 月 27 日。

③ [日] 金泽良雄著，满达人译，《经济法概论》，甘肃人民出版社 1985 年版。