



汽车市场反垄断研究

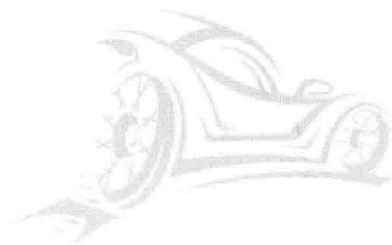
中国、欧盟、美国的比较

苏 华/著

Antitrust Issues
in the Automobile Market
China, EU and USA Compared



中国政法大学出版社



汽车市场反垄断研究

中国、欧盟、美国的比较

Antitrust Issues
in the Automobile Market
China, EU and USA Compared



中国政法大学出版社

2017 · 北京

- 声 明
1. 版权所有，侵权必究。
 2. 如有缺页、倒装问题，由出版社负责退换。

图书在版编目（C I P）数据

汽车市场反垄断研究/苏华著. —北京:中国政法大学出版社, 2017. 8
ISBN 978-7-5620-7711-4

I. ①汽… II. ①苏… III. ①汽车工业—反垄断法—研究—中国
IV. ①F426. 471②D922. 294. 4

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第205297号

- 出 版 者 中国政法大学出版社
- 地 址 北京市海淀区西土城路 25 号
- 邮寄地址 北京 100088 信箱 8034 分箱 邮编 100088
- 网 址 <http://www.cuplpress.com> (网络实名: 中国政法大学出版社)
- 电 话 010-58908586(编辑部) 58908334(邮购部)
- 编辑邮箱 zhengfadch@126.com
- 承 印 固安华明印业有限公司
- 开 本 880mm×1230mm 1/32
- 印 张 12
- 字 数 290 千字
- 版 次 2017 年 8 月第 1 版
- 印 次 2017 年 8 月第 1 次印刷
- 定 价 49.00 元

作者简介

苏华博士现任中国社会科学院美国研究所副研究员，研究领域为反垄断法、竞争政策、贸易政策和中美经贸关系，兼任E15 Initiative 竞争政策专家组成员、中国汽车流通协会专家委员。任国家发展改革委汽车业反垄断指南和知识产权反垄断指南起草工作组成员，主笔《国务院反垄断委员会关于汽车业的反垄断指南》。曾为国家发展改革委和有关地方执法机构对高通、美敦力、克雷斯勒、一汽-大众奥迪、奔驰、东风日产、上汽通用、国际海运企业滚装船运费和码头作业费、药品和医疗器械行业等反垄断调查提供专家意见。主持国家发展改革委价格监督检查与反垄断局、上海市价格监督检查与反垄断局有关汽车、信息技术、药品和医疗器械行业反垄断研究课题。主研多项国家社科基金和中国社会科学院创新工程课题。2010年至2013年在中国社会科学院法学研究所从事博士后研究工作，与王晓晔研究员合作，兼任澳新政府学院院长艾伦·菲尔斯教授研究顾问。2004年至2010年先后任职于英国律商联讯（Lexis-Nexis UK）、经济合作与发展组织（OECD）、富而德律师事务所。获郑州大学法学学士、都柏林大学商法学硕士、伦敦大学玛丽女王学院法学博士学位，1999年取得中国律师资格。

摘要/abstract

本书从商业实践、反垄断执法和规则制定三个维度，基于实证调研，梳理分析汽车供应和销售、汽车配件供应和销售以及汽车售后服务常见纵向限制竞争行为的规制路径。在评析中国汽车市场发展现状，比较中国、欧盟、美国相关规则和实践的基础上，本书针对适用《反垄断法》规制汽车市场纵向垄断行为提出对策和建议。本书是研究中国改革发展稳定重大理论和实践问题，围绕国家战略开展前瞻性、针对性、储备性政策研究的一次尝试，通过记录《国务院反垄断委员会关于汽车业的反垄断指南》起草历程，提供了观察中国竞争政策发展的一个前沿视角。

本书指出，中国反垄断制度在本土化发展过程中批判借鉴他国理论和实践，逐步形成中国反垄断话语体系。中国与欧美汽车市场发展史、竞争和监管现状存在多层面差异，但欧美汽车市场上曾盛行或依然存在的限制竞争行为与中国市场当前状况具有可比性，通过借鉴欧美经验来以有效规制中国汽车市场具有可行性。然而，有必要认识到有效借鉴的前提是深入考

察把握中国汽车市场发展阶段、特定条件和制约因素，从竞争、效率、知识产权保护、产品安全、消费者权益等多角度理性评估商业行为的正当化理据和竞争效果，把握违法行为的构成要件，提倡企业主动合规经营，确保反垄断执法的制度化、常态化，避免不当干预商业行为。本书是国家发展改革委价格监督检查与反垄断局《汽车领域反垄断规制研究》课题经解密后的研究成果，其依据是截至2017年4月30日有效的法律、法规与规范性文件。

关键词：汽车经销；反垄断；纵向价格限制；纵向非价格限制；滥用市场支配地位

前言 / *preface*

汽车是百余年来人类社会最重要的发明之一，被称为“改变世界的机器”。随着技术研发与市场需求提升，汽车已成为越来越安全便捷、节能环保、时尚智能的交通工具。汽车业覆盖范围非常广泛，从零部件到整车，从制造到服务，具有强大的产业联动性、高新技术吸附性和资本密集性，是包容和推动多产业发展的载体。汽车制造是汽车业发展的核心，具有显著的规模经济和范围经济效应，是产业链最关键的环节。因此，汽车市场形成了以汽车供应商为核心的生态圈。在“厂商关系”和“整零关系”中，汽车供应商天然处于强势地位，汽车经销商和配件供应商处于从属地位。^{〔1〕}

汽车业被各大国作为战略产业，在技术创新、就业与社会发展中发挥着重要作用。在中国，汽车业的

〔1〕“厂商关系”和“整零关系”是汽车业两个常用术语，前者指汽车供应商和汽车经销商之间的关系，后者指汽车供应商和汽车配件供应商之间的关系。汽车供应商主要指汽车制造商，参见本书第一章第二节有关定义。

发展备受重视，曾作为国家经济独立发展的象征，成为国民经济的重要支柱产业，其发展浓缩了中国人的现代工业梦和幸福生活梦。^{〔1〕}2016年，中国新车销量达2800万辆，连续8年位居全球第一。汽车相关产业税收占全国税收比、从业人员占全国城镇就业人数比、汽车销售额占全国商品零售额比均连续多年超过10%。汽车业不断发展壮大，在国民经济中的地位和作用持续增强，对推动经济增长、促进社会就业、改善民生福祉做出了突出贡献。^{〔2〕}

截至2017年3月底，中国机动车保有量首次突破3亿辆，其中汽车达2亿辆。^{〔3〕}中国汽车市场正逐渐走向成熟，汽车业作为国家支柱型产业受到政府高度重视，针对汽车业的法规政策相继出台落地。2017年4月5日，商务部发布《汽车销售管理办法》，取代了已实施12年的《汽车品牌销售管理实施办法》。^{〔4〕}2017年4月25日，工业和信息化部、国家发展改革委、科技部印发了《汽车产业中长期发展规划》，指出“新一代信息通信、新能源、新材料等技术与汽车产业加快融合，产业生态深刻变革，竞争格局全面重塑，我国汽车产业进入转型升级、由大变

〔1〕 路跃兵、蒋学伟、任荣伟：《中国汽车产业成长战略》，清华大学出版社2014年版，第1~6页。

〔2〕 工业和信息化部、国家发展改革委、科技部《汽车产业中长期发展规划》，2017年4月25日发布，载 <http://www.miit.gov.cn/n1146290/n4388791/c5600433/content.html>，最后访问时间：2017年4月30日。

〔3〕 公安部交通管理局：“2017年一季度全国机动车保有量突破3亿，汽车保有量首次超2亿，驾驶人数量超3.6亿”，载 <http://www.mps.gov.cn/n2255040/n4908728/c5682934/content.html>，最后访问时间：2017年4月30日。

〔4〕 《汽车销售管理办法》（商务部令2017年第1号），2017年4月5日发布，载 <http://www.mofcom.gov.cn/article/b/c/201704/20170402557616.shtml>，最后访问时间：2017年4月30日。

强的战略机遇期”。〔1〕

汽车市场的有效竞争是汽车业包容性和可持续发展的保障，是落实中国政府关于建设制造强国战略部署，推动汽车强国建设的重要一环。基于前述背景，在《国务院反垄断委员会关于汽车业的反垄断指南》（以下简称《汽车业反垄断指南》）起草制定工作进入尾声之时，本书以汽车供应商、经销商和配件供应商为考察对象，梳理分析新车供应和销售、汽车配件供应和销售以及汽车售后服务中常见纵向限制竞争行为的规制路径，重点探讨汽车授权经销协议和有关商务政策的合法性。通过评析中国汽车市场发展现状和相关法律法规、比较借鉴欧美规则和实践，本书针对适用《反垄断法》规制汽车市场纵向垄断行为提出对策和建议。

具体而言，本书从商业实践、反垄断执法与规则制定三个维度，从实证考察汽车供应商、经销商、配件供应商入手，系统梳理分析汽车授权经销模式中各类纵向限制的商业正当化理据、竞争效果和反垄断规制路径。基于实证调研，围绕前述行为所适用的中国法，比较欧盟和美国相关实践，本书分章论述了汽车经销和售后市场反垄断核心领域，涵盖整车和售后配件各类纵向价格和非价格限制、代工协议的认定和反垄断豁免、渠道限制导致的原厂配件过高定价以及维修技术信息可获得性等问题。

本书指出，中国与欧美汽车业发展阶段不同，但欧美汽车经销及售后市场上曾盛行或依然存在的限制竞争行为与中国市场当前状况具有不容忽视的相似性和可比性。从欧美竞争法实践中获取经验、寻求借鉴，对有效规制中国汽车市场的竞争行

〔1〕《汽车产业中长期发展规划》，2017年4月25日发布，载 <http://www.miit.gov.cn/n1146290/n4388791/c5600433/content.html>，最后访问时间：2017年4月30日。

为既是必要的，也是可行的。

本书在以下四个方面有所突破：第一，提出在《反垄断法》框架下针对汽车经销和售后领域颁行配套指南的可行方案。第二，记录《国务院反垄断委员会关于汽车业的反垄断指南》起草历程，提供观察中国反垄断制度发展的一手资料和前沿视角。第三，突出问题意识，提出协调《反垄断法》和汽车行业法规政策的建议。第四，促进汽车业经营者建立合规审查制度，管控反垄断风险，主张合法权益，促进中国汽车市场有效竞争，惠及消费者。

作为《汽车领域反垄断规制研究》课题经解密后的研究成果，本书得到了国家发展改革委价格监督检查与反垄断局各位领导和汽车业反垄断指南起草工作组成员的大力支持。中国汽车流通协会和汽车业上中下游众多企业积极参与问卷调查和座谈讨论，为本书实证环节提供了坚实基础。魏瑛玲律师阅读了本书初稿并提出了细致的修改意见。本书的顺利出版离不开中国政法大学出版社丁春晖编辑付出的努力。另有多位亲友给予笔者无私帮助，但不愿被提及姓名和所属机构，笔者感恩不尽，在此对各位的睿智、耐心和远见致以最由衷的谢意。

摘 要 | 001

前 言 | 003

第一部分 总 论

第一章 研究背景、内容与意义 | 003

第一节 研究背景 | 003

第二节 《汽车业反垄断指南》的制定 | 016

第三节 主要研究内容 | 033

第四节 预期目标与实践意义 | 039

第二章 欧盟有关汽车市场的反垄断规制经验 | 040

第一节 欧盟调研概要 | 040

第二节 欧盟有关汽车经销和售后服务的竞争法框架 | 048

第三节 不得被集体豁免的核心纵向限制 | 050

第三章 美国有关汽车市场的反垄断规制经验 | 054

第一节 汽车经销商特许经营法与反托拉斯法的互动 | 054

第二节 美国联邦贸易委员会 1939 年汽车业报告 | 057

第三节 美国联邦贸易委员会 2016 年汽车经销研

讨会：当前问题与未来趋势 | 059

第四章 相关市场界定 | 061

第一节 相关市场界定与汽车业反垄断 | 063

第二节 汽车经销市场 | 064

第三节 汽车售后市场 | 065

第四节 《汽车业反垄断指南》的考虑 | 072

第五章 纵向协议的反垄断分析框架 | 076

第一节 纵向协议、纵向垄断协议、纵向限制 | 076

第二节 纵向协议的禁止与豁免 | 078

第三节 市场力量与纵向协议的合法性评估 | 083

第四节 纵向协议规则与滥用市场支配地位规则的关系 | 088

第六章 纵向协议的形式和累积效果 | 091

第一节 协议的形式 | 092

第二节 相似协议的累积效果 | 097

第二部分 分 论

第七章 转售价格限制 | 105

第一节 经销协议与商务政策中的转售价格限制条款 | 106

第二节 转售价格限制的竞争效果 | 107

第三节 转售价格限制的反垄断规制 | 115

第四节 汽车市场转售价格限制：中国反垄断执法 | 122

- 第五节 “后 Leegin 时代” 美国反托拉斯制度的动向 | 123
- 第六节 不同经销模式中转售价格限制的合法性评估;
耐用品授权经销与快消品特许经营 | 144
- 第七节 《汽车业反垄断指南》的考虑 | 150

第八章 地域限制与客户限制 | 155

- 第一节 经销协议与商务政策中的地域限制与客户
限制条款 | 156
- 第二节 地域限制与客户限制的竞争效果 | 157
- 第三节 地域限制与客户限制的反垄断规制 | 159
- 第四节 《汽车业反垄断指南》的考虑 | 166

第九章 搭 售 | 170

- 第一节 经销协议与商务政策中的搭售条款 | 170
- 第二节 搭售的竞争效果 | 171
- 第三节 搭售的反垄断规制 | 173
- 第四节 《汽车业反垄断指南》的考虑 | 178

第十章 售后原厂配件的排他供应 | 180

- 第一节 关键概念辨析 | 180
- 第二节 配件供应协议与商务政策中的原厂配件排他供应
条款 | 184
- 第三节 排他供应的竞争效果 | 186
- 第四节 排他供应的反垄断规制 | 187
- 第五节 代工协议的反垄断豁免: 欧盟经验借鉴 | 193
- 第六节 《汽车业反垄断指南》的考虑 | 198

第十一章 售后原厂配件的排他购买 | 204

- 第一节 经销协议与商务政策中的售后原厂配件排他购买条款 | 206
- 第二节 排他购买的竞争效果 | 207
- 第三节 排他购买的反垄断规制 | 209
- 第四节 保修条款与原厂配件的排他购买：欧盟经验 | 216
- 第五节 售后原厂配件排他供应和排他购买的特定问题：欧盟经验 | 221
- 第六节 《汽车业反垄断指南》的考虑 | 226

第十二章 售后原厂配件的过高定价 | 230

- 第一节 售后原厂配件的排他供应和排他购买导致4S店配件价格虚高 | 230
- 第二节 过高定价的反垄断规制 | 231

第十三章 技术信息的可获得性 | 238

- 第一节 技术信息可获得性：欧盟经验借鉴 | 238
- 第二节 《汽车业反垄断指南》的考虑 | 245

第三部分 结 论

第十四章 汽车业反垄断若干重点问题回顾与展望 | 249

主要参考文献 | 267

附录1：本书涉及的主要法律法规与规范性文件 | 271

附录2：外围调研——总经销商调研问卷（2011年） | 274

- 附录 3：外围调研——4S 店调研问卷（2011 年） | 275
- 附录 4：汽车业反垄断指南起草工作问卷（一）
（2015 年 7 月） | 277
- 附录 5：汽车业反垄断指南起草工作问卷（二）
（2015 年 9 月） | 284
- 附录 6：卢延纯同志在汽车业反垄断指南起草工作
筹备会上的讲话（2015 年 6 月 12 日） | 286
- 附录 7：张汉东同志在汽车业反垄断指南工作会议上的
讲话（2016 年 1 月 7 日） | 290
- 附录 8：《关于汽车业的反垄断指南（征求意见稿）》
（2016 年 1 月 7 日工作会讨论使用） | 295
- 附录 9：《关于汽车业的反垄断指南（征求意见稿）》
（2016 年 3 月 23 日向全社会公开） | 322
- 附录 10：中国汽车市场价格垄断案件行政执法纪录
（2014 年~2016 年） | 339

第一部分

总 论

