

竞争法指南

2014年 2 月

目录

1	简介	第3页
1.1	SMARTRAC 为什么制作“竞争法指南”	第3页
1.2	本《指南》的适用对象	第3页
1.3	什么是竞争法？	第4页
1.3.1	反竞争协议	第4页
1.3.2	垄断组织和优势公司	第5页
2	竞争法的基本原则	第6页
2.1	横向行为 - 与竞争对手之间的关系	第7页
2.1.1	定价和供应条件 - 限定价格	第7页
2.1.2	市场分割/共享	第7页
2.1.3	联合抵制或拒绝交易	第7页
2.2	纵向行为 - 与供应商、分销商和客户之间的关系	第8页
2.2.1	转售价格	第8页
2.2.2	独家销售	第9页
2.3	优势市场地位的滥用	第10页
2.3.1	价格和其他交易条件歧视	第10页
2.3.2	忠诚回扣和折扣	第10页
2.3.3	搭售和捆绑协议	第10页
2.3.4	掠夺性定价	第11页
3	信息交流	第11页
4	行业协会	第12页
5	注意你的语言	第13页
6	处罚	第14页
7	联系方式	第15页

1 简介

1.1 SMARTRAC 为什么制作“竞争法指南”

SMARTRAC 承诺遵守所有存在业务关系的国家的竞争法。本《竞争法指南》（以下简称“指南”）并不是对竞争法的完整解释，而是旨在提供一个适用竞争法的基本架构，用于指导日常业务交易。

对所有员工而言，了解这些竞争法非常重要：这不仅有助于避免违法行为，还可以确保业务合作伙伴不从事可能损害 SMARTRAC 业务的反竞争活动。

当遇到任何值得关注的竞争行为时，员工应立即咨询其直接主管或公司法务部门。

1.2 本《指南》的适用对象

竞争法适用于 SMARTRAC 在其开展业务的大多数国家和每一个业务层面。遵守竞争法是 SMARTRAC N.V. 的所有董事、管理人员和员工及其所有附属和关联公司（“SMARTRAC”）的责任。

任何接触客户、供应商或竞争者和/或在其雇佣期间参加行业协会会议或商品交易会的 SMARTRAC 员工，和/或对上述员工负有管理责任的 SMARTRAC 员工，都有责任确保其：

- ▶ 熟知竞争法的基本原则；
- ▶ 可以识别可能出现与竞争法相关问题的情况；
- ▶ 知道违反竞争法后个人和公司面临的后果，以及自身和 SMARTRAC 可能遭受的处罚；以及
- ▶ 本人承诺所从事的 SMARTRAC 业务完全符合所适用的竞争法。

1.3 什么是竞争法？

竞争法或反垄断法（美国）是一系列的法律规定，旨在保护市场经济中形成自由开放的竞争环境。为了达到这一目的，竞争法宣布特定类型的商业行为是违法的，如贸易管制、形成或倾向于形成垄断的行为。

竞争法适用于两种与日常业务交易有关的通用商业概念：

1.3.1 反竞争协议

根据美国的反垄断法和欧洲的竞争法以及许多其他国家的法律规定，旨在防止、限制或扭曲竞争行为或此类意图的特定协议和约定都是非法的。这适用于所有正式或非正式的协议（包括所谓的“君子协定”），无论是书面还是口头形式的。根据竞争法，达成一项协议并不一定需要付诸文字或握手仪式的，仅从双方的言行中就可以推断其是否达成了非法协议。

卡特尔组织是公认最为严重的一种反竞争行为。

卡特尔组织是反竞争协议中最严重的一个例子，其中公司彼此达成一致不相互竞争。卡特尔组织是一组类似而又彼此独立的公司的联盟，旨在垄断价格，限制生产，或共享彼此之间的市场或客户。与相互竞争的做法不同，卡特尔组织的成员依据彼此间约定的行为方针行事。导致其不再致力于以竞争性的价格提供更新或更好的产品和服务。作为结果，它们的客户（消费者或其他企业）只能得到质次价高的产品。这就是为什么卡特尔组织是非法的，卡特尔组织中的公司会遭受巨额罚金的原因。

卡特尔组织的约定通常是秘密达成的，不采用书面形式。通常情况下，卡特尔组织成员之间的约定涵盖以下一个或多个方面：

- ▶ 价格；
- ▶ 折扣；
- ▶ 供货的客户对象；
- ▶ 供货区域；和/或
- ▶ 谁赢得合同或招标。

1.3.2 垄断组织和优势公司

许多国家的竞争法都禁止具有垄断性或实质性市场支配力的公司实施反竞争排他行为或“滥用”行为。市场支配力可以通过不同的方法来确定。大多数竞争监管机构都采用市场占有率作为出发点。尽管市场占有率和市场支配力不是同一个概念，但在相关市场（提供产品或服务的市场，和销售产品或服务的地域市场）拥有巨大的市场占有率即表示该公司在该市场拥有市场支配力。一般而言，在相关市场的市场占有率超过 30% 的公司可能被认为具有市场支配力。

排他或滥用行为可以有多种形式。根据美国法律，“垄断”实践一般都不具有合法的商业目的，只是简单地伤害竞争对手。在欧盟和其他地区，“滥用行为”可以有多种形式，但一般是指占优势地位的公司所实施的明显扭曲竞争或剥削客户的行为。

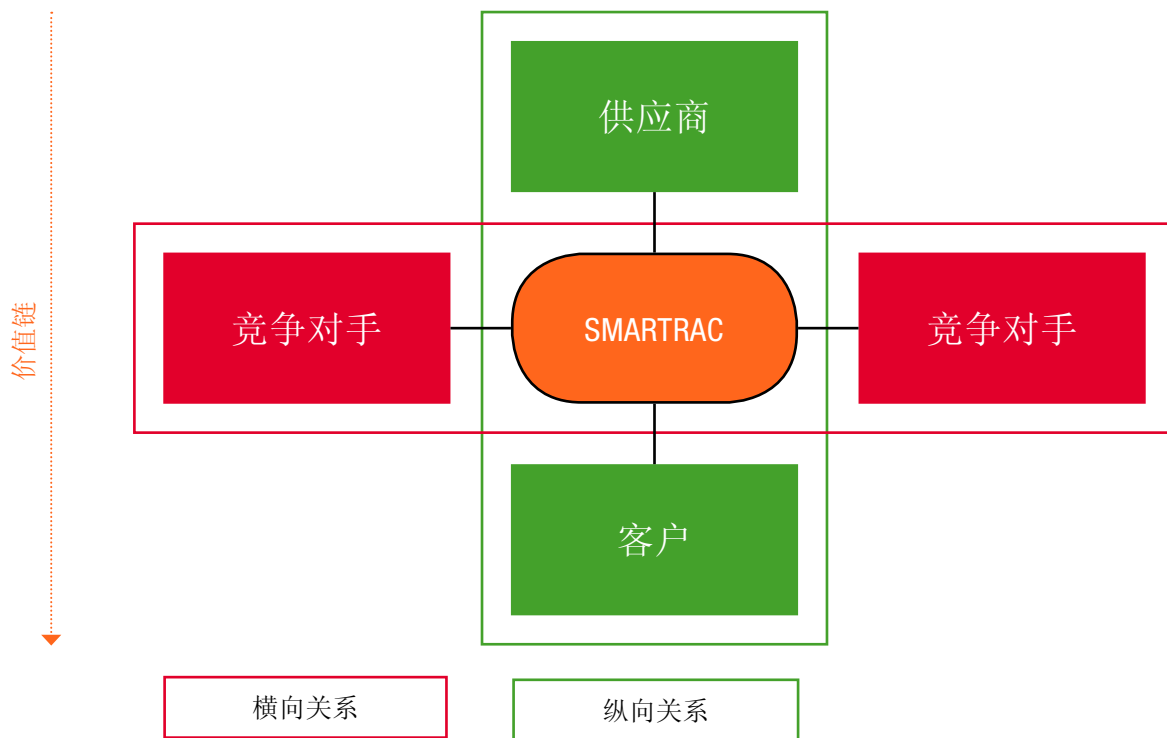
应禁止占垄断性或优势地位的公司像未获此地位的公司一样行事的权利。占垄断性或优势地位的公司可能实施的行为包括：

- ▶ 掠夺性定价；
- ▶ 拒绝与竞争对手做生意，但没有合理的拒绝理由；
- ▶ 决绝与某人做生意，理由是他拒绝停止与其竞争对手做生意；
- ▶ 与供应商签订合同，目的是抢夺竞争对手的基本供应商；以及
- ▶ 收购竞争对手，巩固和扩展其垄断地位。

2 竞争法的基本原则

适用的竞争法基本原则如下：

- ▶ 当与竞争对手做生意时：即所谓的“横向行为”；
- ▶ 当与供应商、分销商和客户做生意时：即“纵向行为”；
- ▶ 当公司在市场上占有统治性地位或实质性市场支配力时。



2.1 “横向行为” - 与竞争对手之间的关系

竞争对手之间达成的协议通常被认为是必然损害竞争的，因为这样会对市场造成深远的影响。因此，大多数这类协议都会被禁止 - 无论它们是口头或书面形式的协议，还是简单的联合行为。

2.1.1 定价和供应条件 - 限定价格

在所有颁布竞争法律法规的国家，竞争对手之间达成一致，以某种价格水平向第三方销售产品的行为是违法的，无论是采用直接的或间接的方式（例如通过分销商）。

尤其禁止下述行为：

- ▶ 共同确定销售或采购价格，调高和降低价格；
- ▶ 共同确定最低或最高价格或价格范围；
- ▶ 共同商定回扣、折扣和其他销售或采购条件；
- ▶ 交换成本或价格相关的信息，然后定下类似的价格。

2.1.2 市场分割/共享

竞争对手之间分割区域，和/或达成一致不在此类区域中相互竞争的行为是违法的。竞争对手不能分割彼此之间的客户。

2.1.3 联合抵制或拒绝交易

联合抵制是指两个或两个以上的竞争对手达成一致，不与某一特定公司做生意。竞争对手之间达成一致，其中一方拒绝与某一特定公司做生意的行为是违法的。两个或两个以上的竞争对手威胁或强迫一家公司不与另一家公司（例如竞争对手或供应商）做生意的行为也是违法的。

2.2 “纵向行为” - 与供应商、分销商和客户之间的关系

与竞争对手做生意最有可能引发反垄断风险，然而需要注意的是，与客户、供应商、分销商、经销商和其他与 SMARTRAC 有纵向联系的公司做生意时同样也会发生反垄断问题。

不同国家的法律各不相同。
在订立任何纵向协议之前请先咨询公司法务部门。

以下情况应谨慎处理：

2.2.1 转售价格

作为一般原则，SMARTRAC 不能禁止客户向任何人转售 SMARTRAC 的产品，或对 SMARTRAC 产品的转售价格施加限制。例如，SMARTRAC 一般情况下不能坚持要求客户接受其产品，不得转售。在欧盟，绝对的区域性转售限制一般被认为是绝对的违法行为。

无论在哪个国家，下述情况一般是可以的：

- ▶ 在确定的地理区域或为确定的客户类型指定一个独家转销商；
- ▶ 要求转销商在特定的时间期限内不要销售竞争性产品；以及
- ▶ 要求转销商从 SMARTRAC 购买其所有需要的合同产品。

禁止：

- ▶ 固定或设定分销商或经销商对任何产品的转售价格；
- ▶ 在信件、报价单、发票中和以其他类似方式固定或设定转售价格；
- ▶ 在订单、价格表、目录等中规定转售价格；
- ▶ 要求分销商采用建议的转售价格；
- ▶ 由于分销商拒绝采用建议的转售价格而终止与分销商的协议；
- ▶ 根据市场行情与分销商协调价格政策；

- ▶ 禁止分销商给予任何回扣或折扣；
- ▶ 向分销商提供计算价格的公式；
- ▶ 规定分销商的利润率；
- ▶ 规定最低的转售价格；
- ▶ 系统性地监控分销商的转售价格。

如果没有施加直接或间接的压力或采用任何激励措施强迫分销商接受转售价格建议，提供不具约束性的转售价格建议（所有声明都必须标明是“建议转售价格”）是可以的，但前提是提供建议的公司不具有优势性的市场地位。

不同国家的法律各不相同。
在制定任何转售价格维护方案之前
请先咨询公司法务部门。

2.2.2 独家销售

禁止签订独家销售约定，因为独家销售约定通常旨在实质性地限制市场竞争或影响市场竞争。

要求客户从一个销售商处购买所有或实质上所有需要的特定产品的长期合同 - 或要求销售商销售所有或实质上所有生产的特定产品给一个客户的长期合同 - 是违反竞争法的。但在某些特定情况下这样做是被允许的，如要求客户/供应商提供大量投资。

重要的是要记住，一个客户同时也可能是
竞争对手和供应商！
在这种情况下要注意，彼此的约定中是否包含
竞争对手之间达成的可能构成卡特尔行为的协议，
这一点至关重要。

在签订独家销售约定之前，应咨询公司法务部门寻求法律意见。

2.3 优势市场地位的滥用

公司或公司集团利用其优势市场地位或实质性的市场支配力破坏市场竞争，也是一种限制竞争的违法行为。鉴别一家公司是否占有优势市场地位并不是一件容易的事情。尽管特定国家对市场支配力的定义更为复杂，但根据经验，当一家公司的市场占有率超过 30% 时，即被认为拥有市场支配力。一般而言，当一家公司能够明显独立于客户、竞争对手和供应商开展业务时，即被认为占有优势市场地位。然而，法律禁止的不是这种市场地位，而是这类公司滥用其优势市场地位的违法行为。

滥用优势市场地位的例子如下：

2.3.1 价格和其他交易条件歧视

在许多司法管辖区，在特定情况下下述行为是违法的，即公司在类似情况下对不同客户应用不同的价格或其他交易条件，或无正当理由根据知识产权应用有差别的许可条件。

仅仅是价格差异并不违法，但对同一件商品采用有害于市场竞争的不合理的价格差异则是违法的。如果具备正当理由，价格或其他交易条件存在差异是被允许的。

2.3.2 忠诚回扣和折扣

公司在其占有优势地位的市场应用回扣和折扣制应是透明的且基于客观标准的，并对所有（潜在）客户一视同仁。如果成本得到了真正的节省，降低价格又比较合理，那么给予客户折扣或回扣应该可以接受。批量购买回扣是被允许的，它反应的是规模经济中的成本节省，适用于所有买家且不限买家对供应商的选择。

另一方面，占优势市场地位的公司不能以给予忠诚回扣或折扣来绑定客户。此类回扣不是基于批量购买，而是基于客户采购其所需产品的比例。

2.3.3 搭售和捆绑约定

当卖家提供产品或服务（“搭售”产品）的前提是买家同意购买自己不想要的其他产品或服务（“被搭售”产品）时，就会发生“搭售”情况。在卖家拥有强大的市场地位或市场支配力的前提下，如果产品是专利产品或只有少数几家占有优势市场地位的公司生产该搭售产品，那么这种搭售行为是违法的。

另外，还可能产生与搭售有关的问题，如一些产品虽然可以单独购买，但其定价却意在引诱客户“打包”或“捆绑”式的购买这些产品。如果卖家对打包购买提供大量折扣，使得单独购买个别产品或从其他供应商处购买这类产品成为一种不明智的选择，那么该卖家的这种行为可能导致竞争供应商提出反垄断投诉。

2.3.4 掠夺性定价

掠夺性定价是一种特殊的定价行为，法律禁止拥有市场支配力和/或巨大市场占有率的公司进行掠夺性定价。

拥有巨大市场占有率的公司不得因为下述目的在持续时间段内以低于相关成本的价格供应（或要约供应）产品或服务：

- ▶ 消灭或极大地伤害竞争对手；
- ▶ 阻止他人进入市场；
- ▶ 阻止或防止市场的正当竞争。

3 信息交流

不仅仅是缔结上述协议，即使是可疑的行为或情况都有可能被用于推定反竞争行为。涉及下述禁止的信息交流的可疑行为或情况尤其值得注意。

原因是从竞争对手处获得的信息可能成为订立上述所述协议的根据 - 如果你们事先已经谈论过价格，那么你们很有可能会操纵价格。这个例子清楚地说明，并不是所有类型的信息都不能交流。作为一项经验法则，你不能交流所有与决定商业策略有关的信息 - 关于如何开展或在将来开展业务。

不要正式或非正式地讨论“商业敏感信息”。“商业敏感信息”是公司特有的信息，一旦被交流，可能会影响竞争对手未来的商业行为。它包括但不限于下述禁止的内容：

- ▶ 价格信息：销售或采购价格，不仅包括实际收取的价格，还包括定价和定价政策要素，如成本、折扣、促销条款和交易条款；

- ▶ 价格变动，目前或未来的交易条件；
- ▶ 生产能力、成本或生产量；
- ▶ 有关未来的业务、投资、产品、营销和广告策略的计划；
- ▶ 采购、招标方案或其他商业策略；
- ▶ 销售量、销售价值或销售配额；
- ▶ 市场占有率；
- ▶ 专有技术开发；
- ▶ 与客户、供应商或采购协会的单个交易，包括常规谈判的进展或内容；以及
- ▶ 提议对具体公司包括客户、供应商和其他行业参与者实施联合市场行为，包括联合抵制和列入黑名单等。

重要的是，无论在哪种情况下遇到竞争对手都不要交流此类信息 - 无论是在行业协会会议或其他会议上，或在信件、电子邮件、备忘录中，还是在更非正式化的场合。请记住，你写的任何内容都可能被移交给检察官或反垄断机关，并可能被无限期保存。

4 行业协会

参加行业协会会议可能存在一定风险，因为在这种环境中很容易交流敏感信息。在本节中，我们将从不同角度集中讨论与行业协会的成员资格和会议有关的问题。如果你想成为某个行业协会的成员，你应确保该协会的加入程序是无歧视性的，并且其工作是公开的。

在任何情况下，SMARTRAC 在成为任何行业协会的成员之前，法务部应评审公司加入该协会的合理性，以及所有介绍该协会及其运营情况的文件资料。此外，由于一个协会的宗旨和活动会不时发生变更，法务部还应定期评估该协会的成员资格和参与程度。

重要的是不要在行业协会会议上讨论商业敏感信息。因此，在参加一个行业协会会议之前，你应该知道该会议的相关主题。一般情况下，每个会议都会有一份书

面议程。如果你对其讨论的内容有疑问，在参加会议之前，请先咨询公司法务部门。如果某个行业协会会议上有不适合讨论的主题，你可以不出席该会议，除非议程上取消这些主题，或者离开会议，并确保你所采取的行动有案可查。同样的原则也适用于外部正式的行业协会会议（例如午餐或晚餐时的会议）。

你需要保留行业协会会议的记录，用文件证明会议议程是适当的。如果在行业协会会议上出现不适当的讨论，你应该坚持要求这种讨论应立即终止或离开会议，宣布离场并确保将其记录在会议记录中。如果需要采取任何后续行动，立即联系公司法务部门。

5 注意你的语言

电子或书面形式记录的一切内容在某天都可能被反垄断机关读到，这有可能是在调查过程中或是文件必须呈交给相关机关时。

因此，你必须时刻注意所有书面信息都必须采用明确和毫无歧义的语言。对并未触犯竞争法的一系列事实采用不谨慎的语言可能引发不合理的怀疑。这尤其适用于电子邮件通信，因为与其他通信形式相比，人们对电子邮件通信语言的准确性要求更低。

你还必须要注意，电子邮件会不受任何控制地被快速发送给一大群人。即使是删除的电子邮件也可能会在 IT 系统保存许多年，甚至可以恢复。

6 处罚

上面我们已经讲述了如何根据反垄断法规开展业务的一系列指导原则。最后，我们将向你概述涉及反竞争行为的公司和员工可能遭受的处罚。

个人因反竞争行为可能会被处以巨额罚金到甚至是被判刑。在美国，这些罚金可能高达违法所得利益的两倍或受害方损失利益的两倍。法院还可能会下令限制公司未来的商业行为。此外，受害方可以起诉，并获得因这种违反竞争法行为所致经济损失三倍数额的赔偿。请注意，如果反竞争行为影响了美国市场也会遭受处罚 - 不论这种反竞争行为是在哪里发生的。

在欧盟，违反竞争法判处的罚金可能高达一家公司上一营业年度全球营业额的10%。其他国家也对违反竞争法的行为施以重罚。

陷入反垄断案件的代价是巨大的，负面宣传可能导致公司业务中断，声誉扫地，财务重创，公司危如累卵。所以，请务必遵守上述法规，这至关重要。如果你需要了解其他细节，请联系公司法务部门。

7 联系方式

首席合规官

Benedict v. Saint André 博士

SMARTRAC TECHNOLOGY GROUP

(荷兰斯迈达科技公司)

Albstrasse 14

70597 Stuttgart

德国

办公电话: + 49 711 656 926 176

办公电话: + 49 711 656 926 11

电子邮箱: benedict.saintandre@smartrac-group.com