

99. Federal Trade Commission v. the Borden Co.

383 U.S. 637 (1966)

江耀國 節譯

判 決 要 旨

法院於審查兩種商品是否符合法律所稱之“同級或同品質”時，不應將隱藏於品牌名稱及全國性廣告下之經濟因素加以考量。

(The economic factors inherent in brand names and national advertising should not be considered in the jurisdictional inquiry under the statutory "like grade and quality" test.)

關 鍵 詞

cease and desist order (停止處分令); like grade and quality (同級及同品質); cost justification (成本抗辯); price discrimination (價格差別待遇); competition (競爭); transaction (交易)。

(本案判決由大法官 White 主筆撰寫)

事 實

被上訴人 Borden 公司以 Borden 品牌為名製造及出售濃縮牛奶，其為一個全國性廣告的品牌。同時 Borden 以其顧客的不同的小品牌，裝罐並經銷濃縮牛奶。這小

牌牛奶在物理上及化學上相同於其自己品牌的牛奶，但在批發及零售上的價格通常低於 Borden 品牌的價格。聯邦貿易委員會認為以 Borden 及其他小品牌出售的牛奶是合於羅賓遜派特曼法第二條(a)的同級及同品質的要件，並認定此等價格差

異造成對商業的不利影響而構成該條文的差別待遇，並拒絕了 Borden 的成本抗辯理由的主張而下達停止處分令(cease-and-desist order)。上訴法院撤銷了聯邦貿易委員會的處分令，其理由僅基於其顧客品牌的牛奶與 Borden 品牌的牛奶並非「同級及同品質」。

判 決

本院廢棄上訴法院的判決，並就被上訴人 Borden 在上訴法院所提出的其他主張，發回更審。

理 由

Borden 與上訴法院的立場是，同級及同品質的決定（這是援用第二條(a)的基礎門檻）不能只看商品的物理成分，而不去注意商品的牌名以及此品牌所享有的大眾接受度 - 「必須考慮所有影響市場價值的商業上重要差異，無論是物理的，或是行銷的差異。」本案因為 Borden 牌牛奶通常較其顧客小品牌的牛奶售價高，上訴法院認為這些商品有「商業上」的不同，因此就第二條(a)的目的而言是不同的「等級」，雖然它們是物理上相同且相等品質之物。依上訴法院的見解，雖然品牌不同並不就表示等級不同，但是就消費者願意以較高的價格選買知名品牌，顯示出消費者

偏好某品牌甚於別的品牌，這一點已足夠使化學上相同的商品，成為不同的商品，而使得這價格差異的行為在第二條(a)的範圍之外。

同於本案審查官員及聯邦貿易委員會的見解，本院不同意上述對第二條(a)的解釋。

本院認為，聯邦貿易委員會對此條文的解釋有助於羅賓遜派特曼法的目的及政策。除了列舉的例外及抗辯事由外，第二條(a)禁止在相類似的交易上對不同顧客的不平等待遇，但必須對競爭有實際或可能的影響。如果交易被認為是牽涉不同等級或品質的商品，這條文將完全不適用，而聯邦貿易委員會則無法提出差別待遇或反競爭的影響議題。本院懷疑國會會放過對於這種情況的干涉，即以相同商品而用許多不同品牌(無論是他自己的品牌或其購買商的品牌，或是兩者都用)的單一出售商市場的情況。如果允許只以品牌或以品牌與消費者接受度，就成立不同等級的商品，而排除在第二條(a)的範圍之外，那麼此等交易將很可能有差別待遇行為與不利於競爭的效果。

如果兩個物理上相同但不同品牌的商品，經由出售者規律地且成功地以不同價格經銷，就被認為是不同等級的商品，那麼就第二條(a)而言，出售者就可以將兩種商品之一賣給某些購買商，而不賣給其他購買商，無論這差別待遇如何地嚴

重以及對競爭的損害多大。那些只取得兩種商品其中之一的購買商，將無法掌握那些想要或可能購買另一種商品的顧客，而在競爭上處於不利。只取得並只能銷售較貴品牌的零售商，將沒有機會賣給那些只買便宜商品的顧客，也沒有機會以經驗或其他方式，去說服其他的顧客，關於零售商及其他經銷商都已經知道的事——較便宜的商品事實上與較貴品牌的商品是相同的。

出售商若要逃避法律，可將其每種商品之不特定的某些數量賣給不特定的某些購買商。出售商成功的定價及品牌政策將明顯地使他自己創造出「等級」上的不同，而排除在本法的範圍外。

本院的判決並未忽視市場的經濟實況，也未否認某些品牌可取得比起其他品牌較高的價格，至少從社會大眾之中的一部分取得。但本院的判決意謂著「法院於審查兩種商品是否符合法律所稱之“同級或同品質”時，不應將隱藏於品牌名稱及全國性廣告下之經濟因素加以

考量。」這也意謂著類似本案的交易可由聯邦貿易委員會依第二條(a)加以審查。聯邦貿易委員會可決定(還要受到司法審查),受控訴的價格差異行為是否為本法意義下的差別待遇，競爭是否受到損害，以成本理由的抗辯是否成立，或為應付競爭者的價格而屬誠信的作為是否可成立抗辯。「在有品牌及無品牌商品之間的消費者可見的偏好，在較彈性的“損害”及“成本抗辯”的條文規定下，應受到法律的適當注意。」本院認為，這是國會實際的意圖。因此，小品牌的銷售應豁免於第二條(a)的主張，應向國會提出，而非向法院提出。^(註)

譯者註

註：發回更審後，上訴法院認為小品牌牛奶與主要品牌 Borden 牛奶之間的價格差異，只不過反應出消費者對主要品牌的偏好，價格差異並未造成競爭上的優勢，因而不會對競爭產生損害。Borden Co. v. FTC, 381 F.2d 175 (5th Cir. 1967).