

# 100. Utah Pie Co. v. Continental Baking Co.

386 U.S. 685 (1967)

江耀國 節譯

## 判 決 要 旨

本法(羅賓遜-派特曼法第二條 a 項)對損及競爭之價格差別待遇之禁止,不亞於對意圖造成破壞性影響之價格差別待遇之禁止。

(the Act [§ 2 (a) of the Clayton Act as amended by the Robinson-Patman Act] reaches price discrimination that erodes competition as much as it does price discrimination that is intended to have immediate destructive impact.)

## 關 鍵 詞

treble damages(三倍損害賠償); a conspiracy(共謀罪); injunction(禁制令); the major competitive weapon(主要競爭武器); in predatory tactics(掠奪性手段); price discrimination(價格差別待遇); monopolistic position(獨占地位); proprietary brand(商標專屬); natural advantages(天然優勢); the Federal antitrust laws(聯邦反托拉斯法); effective price competition(有效價格競爭); a prima facie case(推定成立)。

(本案判決由大法官 White 主筆撰寫)

## 事 實

本件關於三倍損害賠償及法院禁制令(injunction)的訴訟，由上訴人 Utah Pie Company 以 Continental Baking Company, Carnation Company 及 Pet Milk Company 三者為被告提起。原告控訴的是休曼法第一及第二條的「共謀罪」，並且主張每一被告都違反了經由羅賓遜 - 派特曼法修正的克萊頓法第二條(a)。

陪審團在共謀罪上認定被告勝訴，而在價格差別待遇方面認定原告勝訴。判決的結果是原告可獲得損害賠償及律師費用，被告則以若干理由上訴。上訴法院將原判決廢棄，其所提的唯一論點是：不利於被告的證據並不足以支持對競爭可能造成損害的判定。

涉案的商品是冷凍點心餡餅 - 有蘋果、櫻桃、野莓、桃子、南瓜和碎肉等多種口味，訴訟期間自一九五八年延展至一九六一年八月。上訴人 Utah 公司三十年來一直在鹽湖城的工廠烘烤餡餅，並銷售至猶他州及其附近各州。它從一九五七年末期開始經營冷凍餡餅業，旋即因其為新興的行業而大發利市，於一九五八年在鹽湖城增建了新廠。冷凍餡餅市場急速擴展，在鹽湖城當地的冷凍餡餅銷售量是：一九五八年時賣出 57,060 打、一九五九年時 111,729 打、一九六一年時 184,569 打、一九六一年時 266,908

打。在這幾年中，Utah 公司的市場占有率分別是 66.5%、34.30%、45.5% 及 45.3%，四年來它的銷售量穩定成長，財務狀況亦見改善。然而，上訴人並非大型公司，審判期間內它只靠十八位店員營運，其中九位還是 Rigby 家族的成員，而這個家族掌管整個 Utah 公司。它的淨值從一九五七年十月三十一日的 31,651.98 美元，增至一九六一年十月三十一日的 68,802.13 美元。它的總成交值如下（至各該年的十月三十一日為止）：一九五七年 238,000 美元、一九五八年 353,000 美元、一九五九年 430,000 美元、一九六一年 504,000 美元、一九六一年 589,000 美元。在這幾年中，它的實得利潤或虧損如下：一九五七年虧損 6,461 美元，接下來幾年則分別淨賺 7,090 美元、11,897 美元、7,636 美元及 9,216 美元。

每一被告都是大型公司，且在美國一個以上的地區，為冷凍餡餅市場的生產要津。他們進入鹽湖城的冷凍餡餅市場較原告開始生產冷凍點心餡餅更早，但都未在猶他州設廠。本件訴訟期間內，Pet 已在 Michigan Pennsylvania 及 California 三州設廠，而 Continental 公司在 Virginia、Iowa 兩州，Carnation 公司在 California 州也有工廠。被告將他們 California 州所生產者當作供應鹽湖城市場的主要來源，基本上以包含運費的價格賣出。

原告對於「Utah」此一商標享有專屬權，並自一九六〇年起將同級同質的餡餅，標上其所管理的「Frost 'N' Flame」賣給 Associated Grocers，到一九六一年時，它賣給 American Food Stores 的餡餅所標明的是「Mayfresh」。它還按季節賣給 Safeway 南瓜及碎肉口味的冷凍餡餅，而上面的標籤是 Safeway 自己的牌子「Bel-air」。

價格在猶他州市場是主要的競爭武器。原告工廠的地點使它在鹽湖城市場地域內擁有天然的優勢，因而它進入市場時的價格低於被告當時繼之出售餡餅的價格。且在涉案的大部分期間內是鹽湖城市場上的最低價。然而，這種優勢也曾在不同時段受到被告的挑戰。有大量證據顯示：經證明在訴訟進行中變質的價格結構，係由各該被告所促成。在價格競賽進行中，他們的冷凍餡餅於鹽湖城市場上的售價，低於他們在接近其工廠的其他市場上所售同級同質餡餅的價格。Utah 餡餅在涉案初期以每打 4.15 美元的售價進入市場，但在起訴的四十四個月之後，「Utah」和「Frost 'N' Flame」兩種餡餅的價格降為每打 2.75 美元，至一九六一年三月及四月，就「Pet-Ritz」和「Bel-air」兩種餡餅分別出價每打 3.56 及 3.46 美元。Carnation 於一九五八年早期的價格是每打 4.82 美元，但至涉案期間結束前以每打 3.46 美元賣出，且此時

已降至每打 3.30 美元。而本案涉訟期間 Continental 經歷的價格自一九五八年時每打 5 美元的高價滑落為一九六一年時每打 2.85 美元。

## 判 決

最高法院廢棄上訴法院的判決並發回重審。

## 理 由

### I

我們先來討論原告以 Pet 牛奶公司為被告的案子。Pet 於一九五五年開始經營冷凍餡餅業，在 Pennsylvania 及 California 兩州取得工廠，並舉辦了大型的宣傳活動促銷「Pet-Ritz」牌的冷凍餡餅。Pet 最初強調的是品質，但面對著來自地區性及當地對手的競爭，在日漸擴大的市場中價格確實是關鍵角色，它不得不儘可能地迎合消費者而採取降低價格的措施。此種發展在鹽湖城市場上所產生的影響，成為原告以 Pet 為被告一案的主要案情。

第一，鹽湖城冷凍餡餅市場上有三家最大規模的消費者，Pet 公司成功地與其中一家 Safeway 公司締結協議，使它在鹽湖城市場或其他地方，都將冷凍餡餅標上 Safeway 公司自己的牌子「Bel-air」，以遠低

於其出售「Pet-Ritz」牌冷凍餡餅的價格賣給 Safeway 公司。「Bel-air」牌餡餅最初的售價一度曾稍低於 Utah 公司牌餡餅的價格，到了涉案期間結束前，與後者的售價相當，卻比 Utah 公司的「Frost 'N' Flame」牌的售價更高。Pet 公司因 Safeway 的業務而在整個鹽湖城市場上占有的比率如下：1959 年時 22.8%、一九六〇年時 12.3%、一九六一年時 6.3%，而使得這三年 Pet 在鹽湖城的市場占有率分別為 64%、44% 及 22%。

第二，它引進一種二十盎司的經濟型餡餅，打上「Swiss Miss」的標籤，並於一九六〇年八月間開始賣進鹽湖城市場，價格在 3.25 美元至 3.30 美元之間。有時這種餡餅在鹽湖城市場上的價格低於其他市場。

第三，Pet 因為「Pet-Ritz」商標的專屬權，在價格上變得更具競爭力。在四十四個月涉案期中有十八個月，它的 Pet-Ritz 餡餅出價每打不超過 4 美元，而且其中有六個月甚至不高於 3.70 美元。依照上訴法院的說法，四十四個月中有七個月 Pet 在鹽湖城市場的售價確實低於加州，即便在鹽湖城出售多出 30 到 35 分的運送成本。

上訴法院首先斷定，在慮及對競爭造成損害時，要先擱置 Pet 對 Safeway 的價格差異。其原因是有證據顯示這種差異完全可用成本的

因素合理化。且 Utah 公司在任何情況下都無法享有 Safeway 顧客的經常照顧。其次，上訴法院斷定其餘就「Pet-Ritz」及「Swiss Miss」餡餅的差別待遇，不足以讓陪審團合理地認定，在對 Utah 餡餅有競爭力的影響上、或在整體競爭上，可能造成損害。

我們在以下幾方面不同意上訴法院的看法。首先，陪審團有證據足以判定 Pet 公司關於「Pet-Ritz」及「Swiss Miss」餡餅的價格差別待遇，較上訴法院所認定者為高。Pet 在鹽湖城市場的售價較其在加州市場低達七個月之久，除此之外，陪審團有證據得以合理地判定 Pet 在鹽湖城的「Pet-Ritz」的餡餅售價低於加州以外其他西部市場的時間，比前者還要多上十個月。關於「Swiss Miss」餡餅的情況也差不多，陪審團可用已記載的證據判定，在起訴十三個月前之中有五個月，「Swiss Miss」餡餅的售價低於 Pet 公司在加州及其他西部市場上的出價。

第四，關於 Pet 對 Safeway 的業務方面，Pet 就成本的理由有舉證責任，我們認為任一理智的人都會判定在 Pet 出價較低的情況下，從他們整體來看銷售「Bel-air」給 Safeway 無法當作成本理由。Pet 提出一九六一年的成本資料說明在 Safeway 業務方面所節省的成本較加給後者的價格優惠來得大。這些

統計數字顯示出他們足以將一九六一年的交易合理化，但此並非特指鹽湖城的市場狀況，只關聯到涉案期間 Safeway 銷售量的 24%。另關於所剩 76% 的證據，充其量仍顯不足，而且僅係推論。其不足以構成由陪審團認定以成本為正當理由的抗辯，若構成抗辯，則陪審團可合理地認為不公平的價格差別待遇所造成的影響，大於上訴法院從證據觀點所認定者<sup>(註 1)</sup>。

關於 Utah 公司能否因 Pet 與 Safeway 的契約而獲得與 Safeway 的生意往來，似乎可以明顯地看出，關於此事不論事實如何，該契約之影響對象並不限於 Utah 公司以外的其他競爭對手或一般競爭情況。其他的公司也對 Safeway 的生意有興趣，包括其餡餅可能無法在 Safeway 貨架上出售的 Continental 及 Carnation 公司，這將使陪審團判定其對 Safeway 的銷售為差別待遇。更甚者，Pet 公司雖證明 Utah 公司拒絕裝置品管設備，造成 Utah 無法享有 Safeway 的專用品牌，惟此並非關於前述問題在記錄中的唯一證據。其他的反證同樣存在。陪審團並未認為 Utah Pie 無法從 Safeway 的業務上獲利更多。

第五，上訴法院幾乎完全忽視其他能在實質上支持陪審團結論的證據，其結論為 Pet 公司的行為已達法律上對競爭造成損害之標準。此證據支持「Pet 對加害於 Utah Pie

有掠奪性的意圖」此一論點<sup>(註 2)</sup>。陪審團以此為最初的理由來論斷 Pet 為價格差別待遇的對象是 Utah Pie。Pet 自己的主事者早在一九五九年就曾指出 Utah Pie 是個「不利的因素」，「在其營運製造缺陷」，並使其在鹽湖城市場上施展不開。更甚者，Pet 坦白地承認在其與 Safeway 建立關係期間，它曾派出一名商業間諜到 Utah Pie 搜集對 Pet 有用的資料，以其使 Safeway 相信 Utah Pie 的生意不值得它經常照顧。Pet 否認曾實際上利用它所知對 Utah Pie 不利的資料來贏取對 Safeway 的生意。然而，當事人並非關於可信度的最後判斷者。即便在一定程度上 Pet 對此事的觀點須納入考慮，但也不表示陪審團拒絕考量隱藏在 Pet 競爭手法下的掠奪性意圖。最後，Pet 並不否認從證據可看出，它的冷凍餡餅買賣於本案涉訟的大部分期間裏都陷入嚴重虧損中，且陪審團的證據足以認定 Pet 在鹽湖城的持續損失比它在別處遭遇的更為嚴重。陪審團若認定 Pet 的虧損與其出價有關，亦不無道理。

陪審團已獲得足夠的證據用以認定 Pet 為了在鹽湖城市場上打勝仗，曾經運用掠奪性的手段，這樣的情形對我們來說似乎是夠明顯的。綜觀 Pet 所為價格差別待遇之效果的證據，整體觀之可證實而非否定如下的事實：Pet 的行為違反了禁止減低競爭的法律規定。

## II

原告以 Continental 為被告一案並不怎麼複雜。按 1957 年時，Continental 在市場上的影響力不小，但它以「Morton」為商標出售的二十二盎司冷凍點心餡餅只達到如下的市場占有率：1958 年時 1.3%、一九五九年時 2.9% 及一九六〇年時 1.8%。它主要的問題先是成本，然後是主控市場的價格因素。一九六〇年末期它在加州做一套共同包裝 (co-packing) 的安排，使得還在樹上的水果直接製成餡餅的過程，省掉其間一大筆打包、儲存及運送的費用。它在市場上的地位獲得改善後，試圖以利用當地居間人及於出價時種種暫時性的讓步，使它在分鹽湖城市場這塊餅時多得一些。它的努力在前七個月還看不出明顯的成效。直到一九六一年六月時，它才採取進一步行動，形成原告對其控訴的主要部分。在六月的後兩週，效果出現了，因為它的冷凍餡餅在猶他區域內每打出價 2.85 美元。就在此時，它賣給其他市場的同種餡餅價格要高得多。它在鹽湖城市場上的售價比直接成本加上用於分配的經常性開支更低。同一時期 Utah 將其二十四盎司「Frost 'N' Flame」牌蘋果餡餅賣給 Associated Grocers 的價格是每打 3.10 美元，「Utah」牌的是每打 3.40 美元。Continental 賣餡餅給 Idaho

州 Pocatello 的 American Grocers 及在猶他州 Ogden 的 American Food Stores 都是以新的價格。Safeway 是鹽湖城主要購買者之一，也購買 6,250 打，且要求 Continental 供貨的期間大約五週，另外還有人訂購 1,000 打。Utah 立刻有所反應。它將所有蘋果餡餅的售價降低為每打 2.75 美元。Continental 拒絕了 Safeway 所提配合 Utah 降價的要求，但將其要約更新為七月三十一日起照原價再供應兩週。Utah 於一九六一年九月八日起訴 Continental 於冷凍餡餅的總銷售量從一九六〇年的 3,350 打，增為一九六一年的 18,800 打。市場占有率也從一九六〇年的 1.8% 增為一九六一年的 8.3%。上訴法院判決 Continental 所為只造成極小的影響，它未曾損害或減弱 Utah Pie 此一競爭對手的地位，也未曾實質上減低競爭，而未來也沒有合理的可能性會這麼做。

我們的看法再度與上訴法院不同。它就 Utah 的競爭能力並未受損的看法顯然植基於 Utah 在一九六一年的銷售量持續攀升的事實，因而推斷 Utah 的餡餅生意未受任何剝奪。然而此一個別的評估未曾留意：Continental 低於成本的價格差別待遇是造成 Utah Pie 降價為 2.75 美元的原因。就算 Utah Pie 沒有任何價格上的回應，陪審團也有權考量由於 Continental 減價出售而形成

的潛在影響。價格是鹽湖城市場上的有利變數。原本購買 Utah 牌餡餅的 Safeway 立即回應而向 Continental 購買為期五週的餡餅，因此暫時封鎖了 Utah 及鹽湖城市場上的其他品牌。陪審團可以合理地推斷：若 Utah 不降價，再度重覆要約的 Continental 會持續這麼做，而 Safeway 也會繼續向 Continental 購買，其他或大或小的購買者也會跟進。陪審團還可合理地推論：被迫在降價中的市場將自己的價格降至空前低價的參與競爭者，必將感受到財政緊縮及競爭力的削弱。

就算不顧對於 Utah Pie 競爭地位的影響，市場上仍有人受到波及，他們不僅與 Continental 每打 2.85 美元的二十二盎司餡餅競爭，還須面臨 Utah 每打 2.75 美元的更低價。鹽湖城市場上的出售者除了原、被告外還有別人，即使原、被告在一九六一年的銷售量占了該市場的 91.8%。證據顯示，一九六一年時，有其他九家賣出 23,473 打，占市場總量的 12.7%。一九六一年時，雖然整個市場的銷售量從 184,569 打增至 226,908 打，其中的八家比前一年賣得少 - 18,565 打，占市場總量的 8.2%。我們認為陪審團有完全的證據斷定 Continental 違反了該法第 2 條(a)的規定。

### III

Carnation 公司於一九五五年投入冷凍點心餡餅業，當時它收購了「Mrs. Lee's Pies」，後者不久後以「Simple Simon」為商標，在猶他州及其他地方生產及銷售冷凍餡餅。Carnation 也立刻發現該市場對價格的波動非常敏感。然而，Carnation 並未決定將經濟型的產品引進市場，在本案涉訟期間它只供應一種名為「Simple Simon」的產品。它迎接競爭的主要方法是採取各種不同的折扣及其他減價措施，但這樣的策略並未奏效。舉例來說，Carnation 於一九五八年時占有鹽湖城市場的 10.3%，雖然一年後在該市場的餡餅銷售量實質上增加了，但它的市場占有率一時之間滑落至 8.6%。然而，一九六一年時出現轉機，它的銷售量成倍地增加，因而獲至鹽湖城市場 12.1% 的占有率。就在一九六一市年市場的價格結構急劇敗壞的同時，Carnation 的重要地位依然不減。

我們不必在 Carnation 的案子上停留太久，因為它與 Continental 的案子在很多方面具有類似性，且在其他方面更像 Pet 一案。Carnation 經歷一九五九年間一時的挫折，它採行新的價格政策以重拾鹽湖城市場的生意。新的政策與每打餡餅售價削減 60 分錢有關，Carnation 承認此舉使售價低於成本，且比市場上的普遍售價都低。此舉立即見效，市場上的另兩個主

要出售者也降價了。Carnation 於一九六〇年時取得領先地位，未了的八個月期間，它在鹽湖城市場上的售價低於其他市場。在原告未起訴本案前，這種趨勢於一九六一年間持續了八個月，Carnation 在這幾個月中的每個月，於鹽湖城市場上開出的價格都遠低於其他市場，到將近一九六一年八月時，鹽湖城市場上的售價比遠方得舊金山低了 20 至 50 分錢。上訴法院主張只有一九六〇年初期的價格經查證為低於成本，但此等主張忽略了陪審團有證據論斷 Carnation 在一九六〇年整年都維持著低於成本的價格結構，價格差別待遇在鹽湖城市場的重要影響不小於 Pet 及 Continental。因此我們不能以證據不足，即認為陪審團無法認定 Carnation 行為對競爭造成損害具有合理之可能性。

#### IV

本法第二條(a)並不禁止價格競爭，在競爭中經由淘汰競爭對手、勸阻其進入市場或增加具有支配地位的出售者市場上的占有率，可能會造成競爭的損害或減弱。但國會已經建立某些基本的遊戲規則。倘若出售者將同類的商品以不同的價格賣給不同的購買者，會在買方或賣方市場造成損害競爭的結果，則禁止出售者如此做，除非依法律有

正當理由允許此等差別待遇。本案涉及賣方市場，在此情形下，上訴法院十分強調 Utah Pie 經常性增加銷售量及持續性獲利的事實，我們並不同意其主張：只要特定市場上的銷售量正在增加，且該市場上至少有某些競爭者持續地獲利，就沒有合理的可能性會對競爭有所損害。我們也不認為本法只是在價格差別待遇的行為，重複地削弱其他競爭者時，才來規範此一行為。進入法院審理的主要案例，確實都極顯著地涉及利用掠奪性的價格差別待遇以造成特定競爭者之立即損失。此類案件呈現在法院時毫無疑問地均含有損害競爭之情況，因為此種定價行為顯然正是本法所禁止的主要內容。法院及評論者同樣地注意到掠奪性意圖的存在，含有損害競爭的可能性。證據顯示本案的每位被告都有掠奪性的意圖<sup>(註 3)</sup>。而除此之外的其他證據也足以使陪審團合理地認定他們危害競爭。在鹽湖城的冷凍餡餅市場上，競爭非常激烈。有時導致價格普遍滑落的是 Utah Pie，但有時被告中的每一位也都該為價格結構的每況愈下負責。我們相信本法不僅禁止有害競爭的價格差別待遇，也禁止意圖造成破壞性影響的價格差別待遇。就本案的情況來說，陪審團可以憑證據合理地將急劇下跌的價格架構歸因於持續或零星的價格差別待遇。陪審團有權認定本案每一位被告所

為「差別待遇的後果」，「可以實質地減低競爭 或損害、破壞、阻止與任何提供或明知地接受差別待遇利益的人之間的競爭」。是否達到此一法條上的標準必須進一步審查過去既定的行為。上訴法院的判決必須予以廢棄才能妥善地適用此一標準<sup>(註4)</sup>。

由於上訴法院認為原告對每一位被告控訴未達推定成立 (prima facie)，它明白地拒絕就被告提出的其他理由進行審判。在不觸及上訴法院其他未曾審理的部分下，本院廢棄上訴法院的判決並將本案發回重新進行審理。

大法官 Stewart 不同意見書，大法官 Harlan 參加之

我大體上同意 Phillips 法官代表上訴法院在週延而謹慎的觀點下所做的論證，因此肯定該判決的結論。在目前的情況下，本案只包括下述唯一的爭點：

被告的行為是否具有有害競爭的效果，而成為法律上的訴因 (cause of action)？

根據法院自己就一九五八年到一九六一年間鹽湖城冷凍餡餅市場所做的描述，上述問題的答案必然是否定的。一九五八年時，Utah Pie 在市場上占有 66.5% 的準獨占地位 (quasi-monopolistic)。一九六一年時 - 在被告有掠奪性定價的嫌疑後 Utah Pie 仍以 45.3% 領

先，Pet 占 29.4%，其餘則由 Continental、Carnation 及其他當地的小烘焙廠均分地占有市場。除非我們不顧由休曼法與克萊頓法的案例所得到的痛苦教訓，我們會以為一九六一年的情況比一九五八年更具競爭性。因此，我們若假定經證明被告所為之價格差別待遇對於競爭產生了某種效果，那麼此種效果必定是有益的。

從本院未能成功地區別本案與那些被告所引據以抗辯理由的判決先例，就可看出其已陷入將羅賓遜派特曼法解釋為保護競爭者而非保護競爭的錯誤。那些判決先例與本案並不相稱，因為那些判決「並未涉及價格結構的普遍下跌」或是對價格造成「持續性的衝擊」。然而低價正是競爭激烈的證明。

上訴法院直截了當地指出目前法院信奉的謬誤：

「以下的論點是無法成立的：Utah Pie 有權利在市場上保持它自一九五八年以來取得 66.5% 的驚人占有率。同意此一論點即是主張 Utah Pie 有權利維持其接近於（如果事實上尚未成為）獨占的地位，且無法面對正常而良性的競爭。」

我無法接受 Utah Pie 的獨占地位應受聯邦反托辣斯法的保護，而可免於有效的價格競爭，因此我慎重地提出不同意見<sup>(註5)</sup>。

## 譯者註

註 1 上訴法院採用支持 Pet 把其餘的 76% 售予 Safeway 所舉出的唯一證據是因為 Safeway 已經告訴其出售者必須依調整後的成本來出售，否則將會違反法律禁止差別待遇的規定。這個做法已經被包含在 Pet-Safeway 的合約中了。我們無法接受基於合約而生的以成本合理化價格差異的義務，可以於法律上藉此將差異合理化。Pet 承認其成本之調整係依據過去的經驗，所以即使我們認同包含有一九六一年成本差異之合約的資料，Pet 所提出的額外證據也僅能將一九五九年的交易納入其調整範圍之內。因此最後陪審團有權自主地認定 Safeway 一九六一年的交易是基於不當之成本調整。這些交易共占當年整個鹽湖城市場交易的 12.3%。Safeway 的交易與本案是非常有關的，因為有證據顯示該小品牌的交易對整個市場發生影響，在本案中則是壓低了市場價格。

註 2 掠奪性定價的危險性在 Moore v. Mead's Fine Bread Co., 348 U.S. 115 一案中被承認，在該案中此種定價行為被認為違反了第 2 條(a)。接著，法院表示「聯邦法院就有關第一線損害案件的判決一直強調被告不合理的低價與掠奪性意圖。」FTC v. Anheuser-Busch, Inc., 363 U.S. 536, 548, Anheuser-Busch, Inc v. FTC., 7 Cir., 289 F.2d 835。在後面的案件，法院認為：「如果一個計畫（為了確保將來價格差別待遇的效果）是基於掠奪或是海盜，則我們可以合理的推測一個對競爭有不利影響的後果“可能”會產生。在這樣的情況下，價格差別待遇的初期“可能”會產生其所預設的效果，

因而違反了第二條(a)。如果某一廠商從事此等的定價行為，我們認為可推論出合理的可能性。該蓄意的不法行為可能實質地減低、損害、破壞、或阻止競爭」。289 F.2d, at 843.

首席大法官 Hughes 在相關的反托辣斯文件中表示：「去瞭解真正的意圖可以幫助我們解釋事實並預測結果。」Appalachian Coals, Inc. v. United States, 188 U.S. 344, 372，而我們認為法院遵循該案的原則是合理的。雖然在此點上不利於 Pet 的證據似乎很明顯，但是陪審團仍然可以從相關的經濟狀況去瞭解出售人的意圖，包括持續性的低於成本出售以及急劇的降價本身為差別待遇。參見 Rowe, Price Discrimination Under the Robinson-Patman Act 141-150 (1960)一書就法院於 FTC v. Anheuser-Busch, Inc. 一案的見解：「一個低於成本的降價可能建立一個〔掠奪性〕意圖。」363 U.S., at 552。另參見 Balian Ice Cream Co. v. Arden Farms Co., 231 F.2d at 368, 在該案中法院承認低於成本的銷售在認定意圖的問題上之推論上價值。

註 3 被告或可主張其行為只是表現出強烈的競爭企圖而已。真正欲損害其他競爭者的意圖並不在此類行為之中。而當我們檢視羅賓遜-派特曼法的條文時，也看不出持續性的低於成本銷售以及激烈的降價本身即是差別待遇。一個在當地市場具有高占有率的廠商以價格差異的方式取得市場上的優勢，同樣的也受羅賓遜 - 派特曼法的規範。「克萊頓法對價格差別待遇的禁止，並不會因為在特定市場的競爭狀態中有一廠商在產品銷售上具有高占有率而失其效力。」Maryland Baking Co., 52 FTC 1679, 1689, aff'd, 243 F.2d 716。在該案中當價格差別待遇行為

開始時，本地競爭者的市場占有率是 91.3%，然而聯邦貿易委員會並不贊同以下的說法：差別待遇的效果是結束獨占而開創一個競爭的市場。

註 4 每一被告在此爭執先前在法院以及聯邦貿易委員會有關價格差別待遇的案件，其中並無第一線損害，建立了一個標準，迫使上訴法院的見解被維持。但被告所仰賴的先例是可以被適當地區辨的。在 *Anheuser-Busch, Inc. v. FTC*, 289 F.2d 835, 839 一案中，並沒有因被告的價格差別待遇而有一般性的價格結構下降，也沒有證據顯示價格差別待遇是「瞄準掠奪性目的下犧牲者唯一的致命武器。」*Id.*, at 842. 在 *Borden Co. v. FTC*, 7 Cir., 339 F.2d 953 一案中，法院推翻了原先委員會所認定在一個市場中因為缺乏足夠的州際間聯繫而形成的價格差別待遇，以及委員會所指控有關其他市場並無法展現出任何基於被證明之單一、獨立的價格差別待遇事件的持續性影響。缺乏足夠之證據證明該損害是因為挑戰性的價格差別待遇一

事，在 *International Milling Co., CCH Trade Reg. Rep. Transfer Binder*, 1963-1965, § § 16,494, 16,648 一案中被確立。在 *Uarco, Inc., CCH Trade Reg. Rep. Transfer Binder*, 1963-1965, § 16,807 一案中，並沒有證據可以推論出掠奪性意圖，也沒有證據顯示有長期的價格下降。類似無法證明低於成本出售的情形在 *Quaker Oats Co., CCH Trade Reg. Rep. Transfer Binder*, 1963-1965 § 17,134. *Dean Milk Co., 3 Trade Reg. Rep. § 17,357* 也是一樣。在委員會發現沒有第一線損害的市場中，並沒有證據顯示有一般性的價格結構下降。

註 5 在發回程序中，上訴法院駁回了對原告的損害賠償，因為在無法發現三者之間有共謀的情況下，對三被告為單一之陪審團認定損害賠償是不適當的，因為三被告進行差別待遇的數量及時間均不相同。*Continental Baking Co. v. Utah Pie Co.*, 396 F.2d 161 (10th Cir. 1968), certiorari denied 393 U.S. 860.