

对市场平行投放的思考

李 锐

一、案例与问题的提出

1. 1995 年下半年, H 公司针对本地区公路客运的落后状况和经济发展的客观需要, 在广泛调查、反复论证的基础上, 决定投资开发 W 市至 Y 市和 W 市至 S 市的两条新型客运线路。于是, H 公司多方努力筹集巨资, 购进一批具有 90 年代国内领先水平的大型豪华客车, 在“高速直达, 正点运行, 优质服务”的经营宗旨和模式下投放市场运营。开班初期, 乘客寥寥, 每班车乘客只有 7~8 人, 有时甚至只有 1~2 人。尽管明知开班亏本, 但 H 公司信守诺言, 按时发车, 且行车途中也从不接纳乘客, 坚持正点运行, 安全直达。经过近一年的艰苦努力, H 公司终于以昂贵的代价树立了良好的企业形象, 赢得了乘客的信赖。自 1996 年秋季起, H 公司每班车乘客增到 40 多人且时常满座。至此, 该公司按班次核算始有盈利。时隔半年左右, J 公司发现 H 公司开发的客运线路发展前景看好, 遂亦在该两条客运线路上投放类似 H 公司的大型豪华客车, 且亦按 H 公司的经营模式运营。自此, 两家公司展开竞争, 平分市场。结果, 乘客分散, 两家公司每班车的乘坐率只有 50% 左右。此等情况于 J 公司来说略有盈利, 于 H 公司则显亏损。对此, H 公司虽心存不满, 但于法无据, 也就奈何不得。

2. 上述案例给我们提出了这样一个引人深思的问题: 一个市场(特定的小市场)被某人开发成功后, 他人是否可以无条件地进入且以相同方式投放经

营? 笔者的回答是否定的, 且把后者的行为称之为“市场平行投放”。

二、对市场平行投放的经济分析

1. 市场平行投放是市场经济条件下衍生出来的一种较为普遍的经济现象; 是市场主体在谋求经济利益和获取竞争优势的原动力驱使下所采取的一种投资、经营行为。严格来讲, 市场平行投放, 是指某个经营者在他人开发出成功的特定市场后, 以零市场开发成本, 将资本投放于该特定市场且以与该特定市场开发者相同和相近的经营模式进行经营的不合理的经济行为。这种行为, 可简称为“搭便车”的不合理的投资、经营行为。

2. 市场平行投放是一种不合理的、特殊的投资经营行为。它与其他一般的投资经营行为比较, 具有明显不同的特征。其一, 市场平行投放具有明显的投机性。市场平行投放, 是某个经营者未通过自身的努力去开发市场, 而是在他人开发某个特定市场成功后, 见该市场前景看好, 有利可图时所实施的投机性的经营行为, 这种行为类似于人们所说的“前人栽树, 后人乘凉”的寄生行为。其二, 市场平行投放的恶性性。所谓恶性性, 是指市场平行投放者在他人开发市场成功后, 明知该市场开发者具有竞争上的经济劣势, 己方以零市场开发成本的状态进入该市场, 双方展开竞争的经济条件是不平等的, 却有意利用这一条件差异挤入该市场, 造成一种不平等的竞争格局, 有明显的乘人之危之嫌。其三, 市场平行投

放的相似性。市场平行投放给市场开发者造成的不利影响，最关键的是其采取与市场开发者相同或相近的经营模式，从而在经营过程中，客户或消费者就无须加以选择和辨别，客观上形成其对市场分享的格局，影响到市场开发者的市场开发成本回收和经营收益。

3. 市场平行投放是一种投机的、恶意的、相似的、不合理的投资经营行为，它给市场开发者带来不利的经济影响是十分明显的。首先，市场平行投放挤占了市场开发者拥有的市场份额，限制和束缚了市场开发者扩大经营规模、进行市场扩张的能力，有碍于该市场开发者长远的经营和发展。其次，市场平行投放分享了有限的即期市场中的客户或消费者，影响市场开发者的日常营业收入和盈利水平，从而影响到资源的充分利用和资本的最佳运营，有碍于市场机制优化配置资源功能的发挥。其三，市场平行投放使市场开发者处于一种明显的不平等的竞争关系中，竞争中的价格手段必然迫使竞争各方的生产价格向成本价格逼近；这对于市场平行投放者来讲，因未花费市场开发费，其企业成本客观上远低于市场开发者的企业成本，其生产价格与企业成本价格差额大，因而其价格承受力和回旋余地大。在竞争的压力之下，市场开发者不得不将其生产价格降至成本价格水平乃至成本价格以下，这样，就造成市场开发者在经营过程中回收市场开发投资受到约束或不可能，进而严重地威胁到市场开发者的生存。

三、对市场平行投放的法理思考

1. 一个新市场的开发，往往需要开发者投入和花费大量的人力、物力、财力和时间；新市场开发的成本费用是巨大而昂贵的。在市场开发与占有利益关系上，我国以往在立法上缺乏相应的考虑，现在到了不得不考虑的时候了。于此，我们应从市场经济发展的实际出发，在法律上确立“谁开发谁受益”的原则，赋予市场开发者以一定的权利，以保障其合理的、正当的利益。正如我们以往对诸如专利权、商标权的确认与保护等方面的制度和做法一样，我们应把市场开发者经过努力开发出的新市场视为一种创造性的成果和无形资产，在法律上确立市场开发者对该市场有限期的占有权。这样，才有利于调动市

场主体主动开发市场的积极性和创造性，促进社会经济的繁荣与发展。

2. 确立市场开发者对其所开发之市场有限期的占有权，主要是基于对市场开发者及时回收市场开发投资和取得投资回报经济利益的考虑。在此前提下，国家可考虑建立“国内市场准入”制度，确立市场开发者向其他经营者有偿出让市场份额或许可其他经营者在支付相关费用后进入市场经营等行为的合法性。这样，就可以有效地保障市场开发者回收投资和获取经营收益；也有利于其他经营者依法分享市场，形成合理的、正当的经济竞争关系。

3. 市场平行投放的核心问题是该行为的实施者在没有经济和法律约束的情况下，形成与市场开发者的不平等的竞争地位和关系，即市场平行投放者以其零市场开发成本的经营成本优势凌驾于市场开发者之上，客观上筑成了一道市场开发者无法填补和克服的经济劣势障碍；若放任这种态势存在和发展，必然是以市场开发经营者作出巨大牺牲或承受惨重的失败而告终。因此，对这种未能遵循市场开发原则——“谁开发谁受益”，且亦未能按“国内市场准入”制度办理有关手续所实施的市场平行投放行为，应视为不正当竞争行为，依据《中华人民共和国反不正当竞争法》予以规范和制裁，以保障市场开发经营者合理的、正当的权益，维护正常的市场竞争秩序。

四、市场平行投放问题的解决方案

市场平行投放所带来的社会问题，是它直接影响到市场开发者的经济利益，因此，解决问题的关系就在于如何有效地保护市场开发者的市场占有权和经营收益权。为此，我们可结合前述分析提出以下方案和措施。

1. 建立市场开发登记制度和市场准入制度。要解决市场平行投放所导致的问题，首先，必须有政府管理行为的介入。而政府介入的关键，是政府要通过建立市场开发登记制度，对市场开发者的市场占有权依法予以确认；同时，也可以通过政府行使管理权避免盲目的市场开发行为，及其所产生的资源非优化配置问题。其次，要予以严格把关和控制。政府部门可通过科学手段预测和了解开辟市场的容量和发

展前景, 决定是否准许其他经营者进入市场; 这样, 既可以保护市场开发者的利益, 又可以避免过度重复投资经营所导致的资源闲置和浪费。这两个制度的核心, 是要求将市场开发者和市场平行投放两种任意的经济行为规范为一种要式行为。

2. 在确认市场开发者的市场占有权前提下, 赋予市场开发者以市场占有权转让或市场份额经营许可的权利。当某个市场开发者将特定市场开发成功后, 即可视为象科学创造发明者那样, 对其创造性成果依法取得专有权——占有权。作为市场开发者享有市场占有权, 其可以自行独立经营, 亦可以转让、许可他人经营。当市场开发者自行独立经营时, 未征得其同意, 任何其他的经营者都不得擅自进入, 否则视为侵权行为, 依法承担相应责任。当市场开发者同意转让或许可他人经营时, 受让人或被许可人应依法与市场开发者订立合同并按协议或有关标准向其支付转让费或经营许可费; 支付的方式可以灵活多样, 可参照专利或商标转让或许可实施(使用)的办法处理。同时, 也要到政府管理部门办理登记备案手续, 以利于政府对市场的监督管理。

3. 建立政府补贴制度。所谓政府补贴, 是指政府对特定市场开发者权益予以财政救济的行为或措施。政府补贴必须建立在这样的基础上——即市场开发者放弃市场独占权, 使新辟的特定市场呈现开放状态, 其他经营者可只经政府管理部门准许(而无须向开发者支付费用)即能进入市场。政府补贴的具体形式可以有: (1) 政府向市场开发者提供低息的或无息的财政贷款; (2) 政府给予市场开发者一定期限的税收减免优惠; (3) 政府根据市场开发者的实际开发成本一次性地按比例给予其补贴。上述政府补贴额度要以市场开发者不至因放开市场而影响市场开发投资额回收为限度。这样, 既可以使市场呈自由开放状态, 形成多极平等竞争的格局, 同时也可以保障市场开发者合理而正当的权益。

五、余 论

1. 市场平行投放问题, 虽然是从公路客运的特殊案例中反映出来的社会经济问题, 但这一问题远不限于这一领域, 它在社会经济的其他领域——不论是工业、农业、商业各部门, 还是生产、流通、服

务各环节, 都有类似的问题。因此, 对市场平行投放问题的解决方案亦具有普遍的意义。故笔者以一个经济、法律工作者的视角, 呼吁国家尽早制定相关的法规对此加以调整和规范; 同时, 政府部门也要制订配套的政策和制度, 加强管理、引导和调控, 以维护一个健康、有序的社会经济秩序和市场环境。

2. 对市场平行投放问题的解决方案及措施, 容易使人们就此提出一个相关的问题, 即: 对市场开发者享有市场占有权的确认和保护, 是否意味着保护垄断? 限制竞争? 这是我们在最后要讲清楚的一个问题。对市场开发者享有市场占有权的确认和保护, 并不意味着赋予其对该特定市场以垄断的权利, 而只是在确权的前提下, 赋予市场开发者以转让和经营许可的权利, 侧重于市场开发者以这两种方式补偿其对市场开发成本回收的不足。其次, 当市场开发者肆意独占市场, 非善意排斥竞争对手(如有经营者以合理的价格要求其转让或许可经营, 而市场开发者无故拒绝)时, 国家经济管理机构可采取强制经营许可的措施, 特许其他经营者有偿进入该市场。其三, 市场开发者对市场占有权的享有有严格的期限性, 逾期即终止占有权, 该特定市场自此进入公有领域, 其他经营者可免费自由进入。因此, 在确认和保护市场开发者的市场占有权时, 依然存在市场主体之间的经济竞争关系, 而且, 在对市场占有权保护状态下, 还会形成一种更加合理、更加公平和更加正当的市场竞争关系。

注释:

H 公司的核算成本由两部分构成: a 市场开发成本, b 即期经营成本。

J 公司的核算成本只有即期经营成本, 其成本明显低于 H 公司。

这一概念的提出, 受“平行进口”的启发。

这种劣势并非开发者的失误, 是一种合理的投资成本, 政府应引起重视, 并采取有效措施予以补偿。

特定市场具有时空的局限性。

对市场占有权采取有限期保护, 一般以 3~5 年为宜。

(作者单位: 荆州高等师范专科学校)

(责任编辑: 郭 雁)