

## 中国商务部关于外国企业间并购反垄断审查概况

自《中华人民共和国反垄断法》（以下简称“《反垄断法》”）2008年8月1日实施以来，商务部先后公告了六起外国企业间并购案的反垄断审查决定，包括英博集团公司（以下简称“英博集团”）收购 AB 公司案、美国可口可乐公司（以下简称“可口可乐”）收购中国汇源果汁集团有限公司（以下简称“汇源”）案、日本三菱丽阳公司（以下简称“三菱丽阳”）收购璐彩特国际公司（以下简称“璐彩特”）案、美国通用汽车有限公司（以下简称“通用汽车”）收购美国德尔福公司（以下简称“德尔福”）案、美国辉瑞公司（以下简称“辉瑞”）收购美国惠氏公司（以下简称“惠氏”）案以及松下株式会社（以下简称“松下”）收购三洋电机株式会社（以下简称“三洋”）案。

上述六起案件审查结果的公告均引起了较为广泛的社会关注，其中尤以汇源并购案为甚。由于《反垄断法》对企业间并购的反垄断审查规则仅做了概括性规定，对“相关市场”的界定以及对是否存在“具有排除、限制竞争效果”的可能性的评估仍有赖于商务部通过具体案例进一步阐述。换言之，若欲深入了解《反垄断法》的立法旨趣及反垄断监管部门对企业间并购的关注点，商务部公告的反垄断审查决定可谓必修教材。本文将对商务部已公告的六起外国企业间并购案的反垄断审查决定逐一进行总结并做简要分析，以期对相关拟进行并购之企业有所裨益。

### 英博集团收购 AB 公司

#### 背景介绍

英博集团于 2008 年 9 月 10 日向商务部递交了反垄断审查申报材料，并于

2008 年 10 月 17 日和 10 月 23 日先后两次对材料进行补充。商务部于 2008 年 10 月 27 日对该案进行立案，同年 11 月 18 日公告了对该案的审查决定。

#### 审查要点

并购规模、合并后新企业的市场份额及竞争实力、合并对啤酒市场的影响。

### 审查结果

商务部认为该项并购规模巨大，合并后新企业市场份额较大，竞争实力也明显增强，因此决定对该项并购附加限制性条件，包括：

1. 不得增加 AB 公司在青岛啤酒股份有限公司现有 27% 的持股比例；
2. 如果英博公司的控股股东或控股股东的股东发生变化，必须及时通报商务部；
3. 不得增加英博公司在珠江啤酒股份有限公司现有 28.56% 的持股比例；
4. 不得寻求持有华润雪花啤酒（中国）有限公司和北京燕京啤酒有限公司的股份。

### 可口可乐收购汇源

#### 背景介绍

可口可乐于 2008 年 9 月 18 日向商务部递交了反垄断审查申报材料，并先后于 2008 年 9 月 25 日、10 月 9 日、10 月 16 日及 11 月 19 日对材料进行补充。11 月 20 日商务部做出立案决定。历时一个月的初步阶段审查结束后，商务部于 12 月 20 日做出进一步审查的决定。2009 年 3 月 18 日商务部公告了对该案的审查决定。

#### 审查要点

合并后产生的“传导效应”、合并后的品牌控制情况、合并对中小型果汁企业的影响。

### 审查结果

商务部认为该项合并完成后可口可乐有能力将其在碳酸软饮料市场的支配地位传导至果汁市场，且合并完成后可口可乐将拥有“美汁源”和“汇源”两个知名果汁品牌，对果汁市场的控制力明显增强，前述效果将在较大程度上制约国内中小型果汁生产企业的发展。

基于前述，商务部要求可口可乐提供减少该项并购的不利影响的解决方案，但可口可乐提供的初步解决方案及修改方案均未令商务部满意，因此商务部决定禁止该项并购。

### 三菱丽阳收购璐彩特

#### 背景介绍

三菱丽阳于 2008 年 12 月 22 日向商务部递交了反垄断审查申报材料，并根据商务部的要求做了后续补充。2009 年 1 月 20 日商务部对该案做出立案决定并于 2 月 20 日做出进一步审查的决定。2009 年 4 月 24 日商务部公告了对该案的审查决定。

#### 审查要点

横向市场影响（市场占有率的影响）、纵向市场影响（上下游市场的影响）。

#### 审查结果

商务部审查后确认双方合并后的甲基丙烯酸甲酯（Methylmethacrylate, “MMA”）市场份额达 64%，有能力在中国市场排除和限制竞争对手（横向市场分析），且三菱丽阳在 MMA 上下游市场均有业务，有能力对下游竞争者产生封锁效应（纵向市场分析），因此决定对该项并购附加限制性条件：

1. 产能剥离。璐彩特国际（中国）化工有限公司（简称璐彩特中国公司）将其年产能中的 50% 剥离出来，以成本价一次性出售给一家或多家非关联的第三方购买人，若五年内该项产能剥离未能完成，双方同意商务部有权指派独立的受托人将璐彩特中国公司的 100% 股权出售给独立第三方；
2. 独立运营。前述剥离完成前，合并双方在中国的 MMA 单体业务将独立运营，分别拥有各自的管理层和董事会成员，且双方不得相互交换有关中国市场的定价、客户及其他竞争性信息，否则商务部有权课以人民币 25 万元至人民币 50 万元的罚款；
3. 不得收购或再建新厂。合并完成后五年内三菱丽阳不得在中国收购 MMA 单体、PMMA 聚合物或铸塑板生产商，也不得在中国新建生产 MMA 单体、PMMA 聚合物或铸塑板的工厂，商务部同意的除外。

## 通用汽车收购德尔福

### 背景介绍

通用汽车于 2009 年 8 月 18 日向商务部递交了反垄断审查申报材料，并于 2009 年 8 月 28 日及 8 月 31 日两度对材料进行补充。2009 年 9 月 28 日商务部公告了对该案的审查决定。

### 审查要点

合并对国内汽车市场的影响、合并对国内汽车零部件市场的影响。

### 审查结果

基于下列原因，商务部认为该项合并对国内相关市场产生诸多不利影响：

1. 德尔福是国内多家整车厂的独家供应商，合并后，出于对通用汽车的利益的维护，德尔福有可能在供货稳定性、价格及质量等方面给国内其他汽车制造企业带来不利影响；
2. 合并后通用汽车将可获得德尔福掌握的国内其他汽车制造企业的研发技术、车型资料等竞争信息，从而有可能损害国内其他汽车制造企业的利益；
3. 合并后，出于对通用汽车的利益的维护，德尔福有可能采取拖延和不配合策略，提高国内其他汽车制造企业转换零部件供应商的成本；
4. 合并后，出于对德尔福的利益的维护，通用汽车有可能增加自德尔福

的汽车零部件采购，提高国内其他零部件企业进入通用汽车采购渠道的难度。

鉴于前述，商务部与并购双方就附加限制性条件进行了商谈，并最终附加限制性条件批准该项并购：

1. 合并完成后，通用汽车、德尔福应当保证德尔福及其控股和实际控制的关联企业将继续对国内汽车厂商无歧视性地供货，并且承诺将一如既往地确保供货的及时性、可靠性及产品质量，确保在供货的价格和数量上依据市场规则和已达成的协议而定，不应附加会直接或间接排除、限制竞争的不合理条件；
2. 合并完成后，通用汽车不得非法寻求获得德尔福掌握的国内其他汽车厂商的竞争性保密信息，德尔福亦不得非法向通用汽车进行前述信息披露，双方不得以正式或非正式的方式非法相互交换和沟通第三方的竞争性保密信息；
3. 合并完成后，通用汽车、德尔福应当保证德尔福及其控股和实际控制的关联企业应客户的合法要求，配合客户平稳转换供应商，不得故意拖延或设置、主张限制性条件，以提高其他整车厂商的转换成本，从而达到限制竞争的效果；
4. 合并完成后，通用汽车应当对其所有汽车零部件的采购继续遵循多

源供应和非歧视原则，在符合通用公司相关要求的条件下无歧视性地采购，不得专门制定对德尔福有利而对其他供应商不利的不合理条件。

双方如有任何违反上述限制性条件的行为，商务部将依法予以处罚。

## 辉瑞收购惠氏

### 背景介绍

辉瑞于 2009 年 6 月 9 日向商务部递交了反垄断审查申报材料，并于 2009 年 6 月 11 日和 6 月 14 日先后两次对材料进行补充。商务部于 2009 年 6 月 15 日对该案进行立案，并于初步审查期满（2009 年 7 月 15 日）前做出进一步审查决定。2009 年 9 月 29 日商务部公告了对该案审查决定。

### 审查要点

市场份额、市场集中程度、市场进入难易程度。

### 审查结果

商务部审查后认为双方合并后在猪支原体肺炎疫苗市场的份额为 49.4%，远高于其他竞争对手，因此合并后实体将有能力利用其规模效应扩大市场以控制产品价格，且该项合并完成后的赫氏指数<sup>1</sup>为 2182，增量为 336，由于中国猪支原体肺炎疫苗市场属于高度集中的市场，该项并购将产生限制或排除竞争效果。此外，猪支原体肺炎疫苗研发成本高、周期长、技术难度

大，该项合并完成后辉瑞有可能利用其规模优势打压竞争者。

商务部决定附加限制性条件批准该项并购，即辉瑞须：

1. 剥离中国境内（不包括港澳台地区）辉瑞旗下两大猪支原体肺炎疫苗品牌，剥离范围包括有形资产和无形资产；
2. 前述剥离须在商务部批准该项合并后六个月内完成，且购买人须经商务部认可，若辉瑞未于六个月内找到购买人，商务部有权指定受托人处置被剥离业务；
3. 前述剥离期内，辉瑞应任命一名过渡期间经理，以利益最大化原则管理拟剥离业务，并确保拟剥离业务独立于并购双方的其他业务；
4. 前述剥离完成后三年内，辉瑞应向购买人提供合理技术支持、原材料采购协助、技术培训及相关咨询服务。

## 松下收购三洋

### 背景介绍

2009年1月21日商务部收到松下收购三洋的反垄断审查申报材料，并于4月30日提交了补充材料。商务部于2009年5月4日对该案进行立案，并于初步审查结束后做出进一步审查决定，进一步审查截止日为9月3日。由于在审查过程中发现竞争问题，商务部于2009年8月14日要求合并双

方提出解决方案。8月26日，申报方向商务部提出延长审查期限的申请，商务部随后决定将审查期限延长60日，审查截止日为2009年11月3日。2009年10月30日商务部公告了对该案的审查决定。

### 审查要点

市场份额、市场集中程度、市场进入难易程度

### 审查结果

商务部认为该项并购将对三个商品市场产生限制或排除竞争影响：

1. 硬币型锂二次电池。商务部认为松下和三洋分别是该市场的第一和第二大生产商，合并后松下将占据61.6%的市场份额，导致下游用户选择权受到很大限制。此外，合并后松下将具有单方面提价的能力，且买方力量不足以消除前述影响。
2. 民用镍氢电池。由于民用镍氢电池市场集中度较高，且竞争者数量较少，合并后松下市场份额为46.3%，将导致松下具有单方面提价的能力。而且，根据商务部的调查，市场上原已存在指定交易情况（即部分下游用户的需求方指定要求该下游用户使用三洋或松下的品牌），该项合并将加剧前述限制竞争的效果，加之镍氢电池市场发展缓慢，通过市场进入以抵消上述限制和排除竞争效果将难有收效。

3. 车用镍氢电池。该市场高度集中，松下与丰田公司合资的松下EV能源株式会社(以下简称“EV公司”)在该市场享有77%的份额，其他竞争者则仅限于松下和三洋，该项合并完成后，松下将具有进一步削弱市场竞争的能力。

经过商务部与合并双方的多次商谈，2009年10月22日合并双方提出最终救济方案并获商务部通过，商务部决定附条件批准该项并购：

1. 关于硬币型镍二次电池。剥离三洋目前全部硬币型锂二次电池业务，即将三洋位于日本的硬币型镍二次电池工厂全部转让给独立第三方。
2. 关于民用镍氢电池。松下或三洋将其民用镍氢电池业务剥离，具体剥离对象由并购双方确定，但剥离方案需经商务部批准。即三洋将其在日本及中国苏州的民用镍氢电池业务转让给独立第三方，或松下将其在中国无锡的民用镍氢电池业务转让给独立第三方。
3. 关于车用镍氢电池。
  - (1) 剥离松下车用镍氢电池业务。松下将其在日本的HEV用镍氢电池业务转让给独立第三方。
  - (2) 关于EV公司。松下对EV公司的出资比例从目前的40%降到19.5%，并且放弃

在EV公司的股东大会表决权及董事委派权，放弃与丰田汽车的合资合同中关于车用镍氢电池业务的否决权。EV公司的名称变更为不含“Panasonic”字样的公司名称。

除EV公司相关事项外，前述转让内容均包括相关设备及客户资源，且剥离方应许可购买人使用相关的专有知识产权，且购买人的遴选需经商务部批准。前述转让的期限均为六个月，经商务部批准可再延长六个月，届时仍未完成则商务部有权指定独立受托人完成相应转让。转让完成前合并双方相关事业主体须独立运营。

关于EV公司的相关限制措施须在本次合并完成后六个月内实施完毕，且三年内不得做任何变更，终止前述限制措施时，须经商务部认可。

### 分析总结

1. 根据商务部上述六次公告的内容，可以发现，商务部在界定“相关产品市场”时一般对市场进行细分，在相关产品市场范围内对合并的影响进行评估并采取相应措施。如在三菱丽阳收购璐彩特一案中，商务部认为合并双方的业务重叠主要在MMA的生产和销售上，在某些特种甲基丙烯酸酯单体(SpMAs)、PMMA粒子和PMMA板材产品上也有少量重叠，但合并对后三者市场影响很小，因此商务

部只对双方的 MMA 业务及其相关业务采取措施。又如惠氏收购案中，商务部将市场分为“人类药品”市场和“动物保健产品”市场，并进一步将后者划分为包括在猪支原体肺炎疫苗在内的三个市场，经评估后，商务部只对辉瑞的猪支原体肺炎疫苗业务采取了措施。

2. 在界定“相关地域市场”时，商务部并非仅限于中国境内市场。如在德尔福收购案和惠氏收购案中，商务部均将“中国市场”界定为“相关地域市场”，采取的限制措施也仅限于并购双方在中国境内的相关业务，但在三洋收购案中，由于相关产品构成独立的产品市场，商务部将“世界市场”界定为“相关地域市场”，采取的限制措施也扩展到并购双方在全球的相关业务。
3. 尽管商务部一般基于合并双方的业务重叠情况对相关产品市场进行评估，但也有例外。汇源收购案中，商务部虽然也考虑到双方在果汁市场的重叠，但其考虑更多的似乎是可口可乐的“传导力”。商务部认为可口可乐有能力将其在碳酸软饮料市场的支配地位传导到果汁软饮料市场，从而产生限制、排除竞争效果。此外，品牌影响力也是商务部考虑的因素之一。鉴于汇源旗下的“汇源”品牌和可口可乐旗下的“美汁源”品牌是国内最具影响力的果汁品牌，合并完成后可口可乐将拥有前述两大品牌，增大了潜在竞争对手的市场进入障碍。此外，德尔福收购案中，商务部更多的是从业务的上下游关系评估合并对市场的影响。
4. 商务部采取的附加限制性措施具有多样性。在 AB 公司收购案中，商务部要求英博公司不得直接或间接增加或寻求拥有中国境内潜在竞争对手的股份；在璐彩特收购案和惠氏收购案中，商务部要求并购一方剥离相关业务；而在德尔福收购案中，商务部的要求相对“软化”，只是在市场价格、产品质量、产品供应及信息保密等方面做出一些原则性要求，并未涉及业务剥离或股权比例限制等要求。
5. 特别值得一提的是，商务部对三洋收购案的审查决定具有里程碑式的意义。在三洋收购案之前，商务部要求并购双方剥离的业务均位于中国，而在三洋收购案中，合并双方被要求剥离的业务更多的是在中国境外，甚至合并一方与第三方已有合资事宜亦受到相应限制，商务部的权力得到了极大的“延伸”。
6. 信息披露方面，商务部具有“详细化”趋势。在最早公布的 AB 收购案审查结果中，商务部并未披露其分析内容，只概括性的指出该项并购可能对中国啤酒未来市场竞争产生不利影响，从而对其附加限制性条件。而在汇源并购案中，商务

部的审查公告已包含其从传导效应、品牌效应、中小企业的生存空间等方面的概括分析。在其他几项收购案中，商务部的披露更为详细，不仅公布其市场划分依据，而且用数字（市场占有率）对合并后产生的影响进行分析，特别是惠氏收购案和三洋收购案，数字更是被大量运用，增加了审查的公正力和透明度。

◇◇◇◇

本文作者为柯杰律师事务所何杰（管理合伙人）和孙丛坤。本文仅供一般性参考，不构成法律意见，不能代替法律意见，也无意对讨论事项进行全面的研究。若就本文有任何进一步问题，请与何杰律师联系（电话：861059695336，电邮：[he.jie@kejielaw.com](mailto:he.jie@kejielaw.com)）。

1. 赫氏指数（Herfindahl-Hirschman Index, “HHI”）指所有市场主体所占市场份额百分比平方的总和，用于衡量相关市场的集中程度，HHI 小于 1000，即为竞争性市场；HHI 在 1000-1800 间，即为中度集中市场；HHI 大于 1800，即为高度集中市场。