

谁应该为价格战买单? PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/483/2021_2022__E8_B0_81_E5_BA_94_E8_AF_A5_E4_c122_483939.htm 曾几何时，家电行业价格战此起彼伏。消费者在得到实惠的同时，可能要问：究竟谁为价格战买单?是生产商还是销售商? 2002年5月，笔者接受某家电销售公司(下称A公司)的委托，作为其诉讼代理人，参加其与国内某著名彩电生产商(下称B公司)之间发生的、因价格战造成损失的承担问题所引起的诉讼案的二审诉讼。因该案在价格战愈演愈烈的今天具有一定的借鉴意义，故将其形成文字，以飨读者。

一、案情简介：1996年4月，适逢中国家电业价格战伊始，A公司作为B公司的经销商，在B公司驻A公司当地联络处经理骆某关于赔偿降价损失的承诺下，按照骆某的指令，加入价格大战，降价销售B公司的彩电。从1996年4月到1996年12月短短几个月的时间，A公司的降价损失达到350万元之巨。1996年年底，A公司与B公司因供货产生摩擦。A公司遂向其所在地法院提起诉讼，要求B公司赔偿其降价损失和广告费用。经两审终审，A公司胜诉；在对A公司应诉的同时，B公司也在其所在地以A公司拖欠货款为由提起诉讼，亦取得胜诉。后因两省有关法院在两个案件的执行过程中发生争议，最高人民法院只得出面协调，并于2001年7月发出通知：撤销两省法院的全部判决、裁定，指定由没有任何地域联系的河北省廊坊市中级人民法院对两案合并审理。廊坊市中院一审判决A公司败诉，B公司胜诉。A公司不服，委托笔者代理此案，向河北省高级人民法院提起上诉。经过二审法院数次开庭审理和双方代理人的激烈交锋，2002

年12月24日，河北省高级人民法院采纳了笔者关于A、B公司之间是合作关系，而不是购销关系的观点，判决A公司的降价损失和广告费用由双方各负担一半。笔者为A公司减少损失一百七十余万元。至此，这一历时六年，经四地、四级、八个法院审理，先后下达七个判决、七个裁定、两个通知和一个函的旷日持久的诉讼终于尘埃落定。

二、本案争议的焦点及双方的观点：A公司降价销售彩电的损失及广告费用由谁承担？B公司驻A公司当地联络处经理骆某的降价承诺属于个人行为还是职务行为？A公司认为：之所以降价销售，完全是根据B公司联络处经理骆某的指示，且骆某承诺赔偿全部降价损失，并支付A公司为宣传B公司彩电发生的广告费用，其行为属于职务行为，故B公司应赔偿A公司的损失。B公司认为：A公司与B公司之间是购销法律关系，二者是平等的民事主体，A公司作为市场经营主体，应自负经营亏损和经营风险，其要求B公司赔偿降价损失、广告费用的诉讼请求不能成立；B公司授予联络处经理骆某的职权仅为签订经济合同，骆某无权作出降价销售的指令。因此，骆某的承诺为个人行为，与B公司无关。

三、笔者的代理思路：笔者接受委托后，仔细地研究了本案的所有材料，并对案情作了认真分析。笔者发现，在以前的审理中，不论是双方当事人、代理人还是相关法院均依据A公司与B公司签订的十四份《工矿产品购销合同》将本案定性为购销合同法律关系。在此前提下，双方当事人当然应自负盈亏，A公司无权要求B公司承担降价损失和广告费用。笔者认为，只有在双方存在合作关系的前提下，A公司才有权要求B公司赔偿全部或部分降价损失和广告费用。也只有在这一前提下，认定骆某的承诺及指令是职务行

为才有实际意义。因此要维护A公司的利益，就必须对本案重新定性! 笔者注意到A公司与B公司最早签订的一份协议《彩电经销协议》(下称《经销协议》)。虽然在历次审理时，该协议都被作为认定事实的重要证据，但双方当事人、代理人及有关法院对它的认识却仅停留在协议名称及协议表面所反映的经销关系上，并未结合本案的实际情况对协议进行深层次的、缜密的分析。经过认真推敲协议全文，联系双方签订的其它协议、合同及双方在履约中的行为，笔者认定这份《经销协议》实质上是一份合作协议，体现的是合作销售的法律关系，而不是购销合同法律关系，以后双方的一系列行为，包括签订十四份《工矿产品购销合同》及广告促销等都是在合作关系的前提下进行的，是合作关系的具体体现。既然是合作法律关系，那么双方就应共负盈亏。因此，本案争议焦点之一的降价损失及广告费用的承担问题，实际上就是合作双方责任的分摊问题。至于责任如何分摊，应视合作双方过错的大小、受益的多少等因素进行确定。

四、笔者的代理意见：在整个二审的审理过程中，笔者以口头和书面形式，阐述了代理意见，归纳起来，主要涉及三方面的问题：(一)双方当事人之间是购销关系还是合作关系? 1、A公司与B公司于1996年4月1日签订了《经销协议》。笔者认为，《经销协议》奠定了双方合作的基础，以后双方履行《工矿产品购销合同》、销售彩电的行为都是以此为根据的，并且双方所签署的文件，包括骆某承诺赔偿降价损失的字条，都是对《经销协议》的完善、发展、补充和具体化。(1)《经销协议》第3条约定：“B公司均衡供货，A公司按所需货源均衡付款，市场淡季的五、六、七、八月销售回款不得低于70%。”

笔者认为，“销售回款”与“货款”的含义根本不同，“货款”反映了双方之间的购销关系，而“销售回款”并不代表购销关系。若A公司与B公司的关系仅仅是购销关系，就不存在销售回款的问题，不论A公司是否有销售回款，都应负有支付货款的义务。(2)《经销协议》第4条约定：“双方应努力开拓培育销售市场，调控价格，稳定市场，共同维护双方利益，出现削价销售，扰乱市场，双方及时进行协商调整，达到价格一致，如协商解决不了削价问题，B公司停止给A公司的供货并取消已销售金额的全部返利”。从该条约定看，就彩电价格进行协商、调整，既是双方的权利也是双方的义务，B公司就彩电价格提出意见，A公司必须服从，否则B公司将停止向A公司发货。正是由于存在合作关系，在《经销协议》签订后，骆某才会向A公司作出降价销售的指令，A公司也必须服从该指令，这不仅体现了双方存在合作关系，而且在合作关系中，B公司始终处于主导地位。(3)《经销协议》第五条约定：“双方共同策划B公司新产品面世前的促销活动，共同组织地区性的广告宣传，通过各处媒体宣传B公司彩电，拓宽B公司彩电市场，提高B公司彩电在当地的市场占有份额。”如果双方是纯粹的购销关系，A公司不可能、也没有义务和B公司“共同策划”、“共同组织”广告宣传。2、A公司与B公司还于1996年12月18日签订了另外一份《协议》。《协议》第三条约定：“A公司销售价格，由B公司驻A公司当地联络处骆某进行指导。”第四条约定：“A公司现款或融资购货，由A、B公司双方共同负责。”第五条约定：“A公司重新设立B公司往来账户，专款专用。”根据该协议，一方面A公司的销售价格要受B公司指导，另一方面B公司

还需协助A公司进行融资，而且A公司须重新为B公司设立往来账户，以确保专款专用。从此规定也可以看出，B公司关于双方仅仅是购销关系，B公司无权干涉A公司销售价格的观点是不能成立的。

(二)B公司驻A公司当地联络处经理骆某的所作所为是个人行为还是职务行为? 1、B公司试图将其派驻A公司当地联络处经理骆某实施的“降价承诺”说成是个人行为，不是职务行为，其依据是B公司提供给骆某的“法人授权证明书”，B公司认为该“法人授权证明书”的授权范围仅为“签订经济合同”。笔者认为，这一理由不能成立。

(1)“法人授权证明书”的授权范围明确规定：“经销B公司电子产品及有关业务权限范围内与你方达成的协议，由我单位负责履行，承担责任”。据此，只要骆某在经销B公司电子产品及有关业务权限范围内达成的协议，B公司均应承担责任。骆某是B公司驻A公司当地联络处的经理，负责A公司所在地区电子产品的销售工作，骆某要求A公司降价销售B公司彩电，并未超出“经销B公司电子产品及有关业务”这一授权范围，而且从A公司与骆某于1996年12月18日签订的《协议》第三条“A公司销售价格，由B公司驻A公司当地联络处骆某进行指导”的约定来看，骆某作出降价销售承诺，也是有已生效的《协议》作为基础的，并符合双方于1996年4月1日签订的《经销协议》第四条的约定，是履行双方已签署协议的履约行为。

(2)骆某作为联络处的经理，为了销售B公司的彩电，他所从事的一系列活动，包括策划、营销、定价、提货、租房、广告、收款、售后服务等行为，都是以B公司的名义进行的。A公司提供的三份证言也证明了这一点。一是A公司所在地某公司出具《证明》，证实骆某于1996 - 1997年期间，在A公司

所在地范围内负责经销B公司彩电业务，包括单价、返利、扣点、提货等在内的事务均由骆某决定；二是A公司所在地某百货总公司出具《证明》，证实骆某代表B公司与其签订租赁合同，租赁仓库储存彩电，各商家凭骆某的签字方能提货；三是A公司所在地另外一家公司也出具《证明》，证实骆某为扩大B公司彩电销售市场，委托广告公司制作展台及条幅用来宣传B公司彩电。从上述证言不难看出，骆某的职权范围并非只有签订经济合同，而是凡与经销B公司彩电业务有关的事项，骆某均有权决定，且B公司对骆某的行为也是认可的，因此，B公司关于骆某的职责范围仅仅是签订经济合同的说辞是强词夺理的。

2、B公司以骆某赔偿降价损失的字条未盖公章为由，认为骆某的行为是个人行为，不是职务行为，这一理由同样不能成立。首先，B公司的做法是功利主义的，有利的就承认，不利的就否认。1996年4月1日，骆某代表B公司与A公司签订了最早的《经销协议》；1996年12月18日骆某代表B公司又与A公司签订了《协议》。上述两份协议均没有B公司的公章，但B公司已承认了骆某的签字效力，惟独对1996年7月25日、12月18日骆某代表B公司作出的要求A公司降价销售并赔偿损失的两份书面承诺，B公司不承认骆某的签字效力。笔者认为，骆某作为B公司的代表，其行为具有连贯性，B公司不应根据自己的需要有选择地承认骆某的行为。其次，骆某作为B公司的代表，其行为始终在履行上述协议。A公司与B公司的《经销协议》签署不久，骆某便电话要求A公司降价销售，并承诺赔偿A公司因此所遭受的经济损失，后骆某又分别两次以书面形式进行确认。而且，随后骆某与A公司法定代表人通电话时，也明确表示同意补偿A公司按其要求

降价销售彩电所产生的损失。(三)B公司已有补偿商家降价损失的先例。1996年与A公司同省份的某家电公司按骆某的指示降价销售彩电造成损失，后要求B公司补偿，B公司通过融资的方式进行了补偿；1997年B公司已经对在1996年降价销售B公司彩电受到损失的其它商家进行了补偿；另外，B公司曾让驻A公司当地联络处的经理助理及会计两人对A公司的降价损失进行过核对，该行为显示B公司对骆某要求A公司降价销售以及由此造成A公司损失的情况是清楚的，并且曾考虑过补偿，否则，没有必要对A公司的亏损情况进行核对。

五、案后思考：经过代理本案，笔者进一步认识到：代理案件时，不应完全受已有的判决、裁定的束缚，要充分发挥主观能动性，寻找并找准案件突破口。本案，正是由于笔者的努力，才促使二审法院对案件重新定性，并据此作出对A公司有利的判决。当然，判决也有令人遗憾的地方：二审法院虽然采纳了笔者关于双方是合作关系的观点，却没有进一步地依据过错的大小及受益的多少来确定双方的责任，而是简单地适用了公平原则，对A公司的降价损失及广告费用的承担采取各打五十大板的做法。笔者认为，二审判决虽然适用了公平原则，但A公司没有完全享受到公平的结果。因为A公司降价销售彩电是在B公司联络处经理骆某的指令下进行的，B公司存在明显的过错；同时A公司降价销售B公司的产品，并对其产品进行广告宣传，开拓了B公司的销售市场，使B公司抢占了市场先机，获取了巨额利润，成为价格战最大的受益者。而A公司在价格战中却损失惨重。因此，B公司对A公司的损失应负全部或大部分责任。另外，笔者希望：参加价格大战的生产商、销售商在同仇敌忾、共御外敌之前，应就双

方法律关系的性质以及谁为价格战的亏损买单等相关事项作出明确的约定，以免价格战的硝烟散尽，各自进行盘点后，又开始二次革命，在诉讼领域掀起诉讼大战，进行内部清算。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com