

# 「統一定價」與「競爭機制」的比較分析—台灣液化石油氣產業的實證\*

莊春發\*\*

## 摘要

任何產業政府部門可藉由直接管制加以規範，亦可藉由市場力量所形成的競爭機制予以規範。液化石油氣產業早期因為供應與經銷階段屬於獨占市場結構，的確造成市場機制的若干限制，形成經濟效率不彰的結果，因此政府遂採行管制手段。然而，政府配合採行液化石油氣經銷商利潤的限制，以及最終價格分區管制的配套措施，消費者的權益並未受到太大的損害。

液化石油氣市場解除政府的管制之後，主管機關卻忽略了配套措施的必要性，以至於產生地下分裝場、地下分銷商，進而產生市場殺價的行為。上、下游業者的殺價及事後的調整價格行為，則因屬公平交易法規範的違法行為，以致於受到競爭主管機關嚴厲的處罰，十年來處罰之金額近新台幣六億元。

審酌兩種管制政策的效果之後，可以發覺政府以市場機制替代原有的直接管制政策，因欠缺妥善的配套措施，從而衍生液化石油氣市場的許多問題，例如鋼瓶未按期檢查產生社會安全危害的可能；地下分銷商、分裝場的出現，產生市場交易的失序行為，它直接間接造成業者進行聯合行為的不法行為。目的主管機關亦輕忽從業人員的再教育

---

\* 本文之完成首先要感謝公平會統計處李玉娟小姐在處分案資料搜集上的協助。中國石油公司高級顧問李正明先生閱讀初稿之後，提供許多寶貴的意見，使本文避免若干之錯誤，特此申謝。

\*\* 景文科技大學財務金融學系教授，本文聯繫作者。Email：[cfchuang@just.edu.tw](mailto:cfchuang@just.edu.tw)。

的重要性，致使採用市場機制管理市場時，許多業者無法適應新制觸犯公平法而受罰，其所累積的金額更令人印象深刻。

衡酌液化石油氣市場兩種不同的管制制度，「競爭機制」所造成的社會成本，相對於「統一定價」的管制似乎並不便宜。政府應採用何種制度管理液化石油氣產業較為適宜，仍有再思慮的空間。

關鍵詞：統一定價、競爭機制、連續性獨占、管制價格、聯合行爲

JEL 分類代號：L78, L95, L98

# 「統一定價」與「競爭機制」的比較 分析—台灣液化石油氣產業的實證

莊春發

## 壹、緒論

國內家庭使用能源最重要的來源—液化石油氣，早期完全由中油公司供應，經銷的部分剛開始時則交由黨營的裕台公司負責，之後則轉交予瑞華公司經營。爾後，至1978年，則轉交予行政院退除役官兵輔導委員會液化石油供應處（簡稱液供處）負責經營。從開始到液供處負責經銷為止，生產與供應兩階段的市場，長期以來皆屬於連續性獨占的市場型態。

液供處掌理總經銷的期間，為統一事權及穩定市場之交易秩序，乃採行各種嚴格的管制措施，例如限制分銷商（即俗稱的瓦斯行）的經營區域、限量配氣、統一全台六個地區的銷售價格。以及藉由提氣的多寡做為分銷商檢送鋼瓶數量的依據，並要求分裝場不能灌裝逾期鋼瓶。在一元化的管制措施下，桶裝瓦斯的配銷與鋼瓶檢驗的工作，則呈現相當穩定與有秩序。

然而，在供應與經銷上下游市場均為獨占的情況，下游任何廠商的經銷行為，又均受到液供處嚴密管控的條件下，使得液化石油氣市場因欠缺競爭而遭致社會嚴厲的批評，認為在人為管控之下，「市場機制」無從發揮，經濟效率亦無從提高。因此液化石油氣市場開放的呼聲，遂逐漸成為社會各界所認定的唯一主張。

1993年競爭政策主管機關—公平交易委員會（簡稱公平會），首先向目的事業主管機關—經濟部能源委員會（今已改制為能源局）建議：將液化石油氣總經銷的階段對外

開放。後經供應商中油公司甄選之後，相繼的核准李長榮化工、聯華氣體、合興石化、和協工程、台合實業、乾惠工業、北部瓦斯、寧楊煤氣等八家經銷商進入經銷市場，之後液供處改制為北誼興業，使得經銷市場由獨占的市場結構變為較為競爭的寡佔市場結構。

為全面達成國際化與自由化的目標，事業目的主管機關－經濟部能源委員會，於 1999 年 1 月又進一步修正「石油及石油產品輸出、輸入、生產、銷售業務經營許可管理辦法」，允許其它經營業者，亦可自行自國外進口液化石油氣銷售。李長榮化工與台塑石化公司隨即於同年的 5 月與 6 月，分別於高雄及麥寮港自國外進口液化石油氣。使得液化石油氣的供應市場，亦由獨占的市場結構轉變為較為競爭的寡佔市場結構<sup>1</sup>。

經由兩次開放的改革，使得我國液化石油氣市場自進口、生產至經銷、分裝、分銷等四個階段市場，皆處於較為競爭的環境。因此原本由液供處所設定的各區分銷商統一價格制度<sup>2</sup>，立刻改為由個別廠商依據進貨成本、運輸成本、各市場競爭程度等因素，而決定其各自銷售的價格。不但是分銷商的末端消費價格變成由市場競爭機制決定，其他階段的交易價格，如經銷商售予分裝場的大批發價，或分裝場售予分銷商的小批發價，都開放由市場交易的供需雙方共同決定，不再由政府部門的統一決定。換言之，液化石油氣銷售各交易階段的價格，均係透過市場的「競爭機制」決定，而非由政府威權主導的「統一訂價」。

然而，回顧過去政策改變的發展歷程，卻發覺此定價制度的重大改變，政府部門並未做好規劃的工作，例如目的事業主管機關與其他機關之間的橫向協調並不周全，目的主管機關也未提供其他的配套措施，例如考量該產業經營者大多數屬於中小企業，主其事者知識程度不高，可能需要制度改變後應變所需的教育訓練或其它的輔導措施。或者是該產業的市場條件與屬性本來就不適合採行市場競爭機制？以致於新制一旦施行之後，自生產廠商（中油），到經銷商、分裝場、分銷商，每各階段的廠商均因曾違反公

<sup>1</sup> 詳細分析見莊春發與陳志民 (2003)。

<sup>2</sup> 統一價格的區域共分為北區、中區、南區、台東區、花蓮與宜蘭區及離島區等六區。



平交易法追求市場「競爭機制」的要求，而遭受競爭政策主管機關的嚴厲處罰。

截至2008年3月為止，液化石油業者共被處罰了31件個案，其中有19件屬於民國88年修法後「先行政後司法」的個案，這些個案的罰款金額共計新台幣59,015萬元，約占公平交易委員會同期間總罰款的40%。因此，有人戲謔稱液化石油氣產業是公平交易委員會最大的供養產業。被處罰中最高罰款個案為北部30家分裝場的聯合行爲，金額為新台幣34,375萬元。檢視這些被罰個案的特徵，發覺大都與聯合行爲直接或間接有關。其次的顯著特徵是在全國25個縣市的同業公會中，有一半以上的同業公會曾經被處罰過。

液化石油氣的市場交易，業者是否一定要循市場競爭的模式或制度進行，最後讓液化石油氣業者很容易觸犯政府訂定的競爭法律，而付出巨大的學習成本；還是應當回復到以前舊有的制度，由政府訂定統一訂價讓業者遵行的交易方式，較能保護消費者的權益，與達成穩定市場交易秩序的目的。在液化石油氣業者持續的受到重罰之際，「競爭政策」與「產業政策」之間的取舍<sup>3</sup>，以及如何拿捏，實值得吾人進一步的深思。它也是本研究的動機與目的。

## 貳、液化石油氣市場結構的演變

### 一、液化石油氣的使用與經銷歷史沿革

液化石油氣是目前我國家庭能源的最重要來源之一<sup>4</sup>，它的使用始於1958年。開始時係由中油公司直接銷售予一般家庭，不過數量並不多，即至1959年液化石油氣的銷售量僅500公噸。中油公司直接銷售期間，液化石油氣市場經常發生供不應求的現象，中

---

<sup>3</sup> 相關有系統的分析，請參酌莊春發(2001)。

<sup>4</sup> 依據能源局的資料顯示，2007年我國兩種家庭能源的使用量熱能分別為液化石油氣： $1,255,647 \times 10^7$  仟卡，天然氣： $847,224 \times 10^7$  仟卡，前者占59.7%，後者則占40.3%。

油公司遂採行嚴格的配額管制制度，但關說的情形仍層出不窮。在不堪其擾下，中油公司乃將經銷權交由國民黨黨中央處理。

國民黨黨中央幾經研究後，乃於 1961 年創立裕台公司，由其全權負責液化石油氣的經銷業務，液化石油氣的總經銷制度從此確立。即至 1970 年，裕台公司進一步將液化石油氣總經銷的業務轉交予另一黨營事業—瑞華公司負責。1978 年液化石油氣總經銷的業務，再度由瑞華公司轉交液供處負責。

## 二、解除管制前液化石油氣的市場結構

以垂直的關係而言，液化石油氣供應商到最後一般消費者中間，共區分為供應（包括生產與進口）、經銷、分裝與分銷等四個階段，如圖 1 所示。最上游的供應階段，礙於法律的限制規定，僅由中國石油公司獨家供應。家用經銷階段基於歷史緣由，則由液供處獨家經營，因此在供應與經銷兩階段，形成產業經濟學上的連續性獨占的市場結構。

液化石油氣的物流通路，開始是由供應商以管線將液體之液化石油氣輸送至各經銷商的儲槽儲存，例如中油桃園廠於前門輸送至北誼興業儲槽，而於後門輸送至北部瓦斯與寧揚兩家經銷商的儲槽。然後液化石油氣再經由運輸商以 20 公噸槽車運送到各地的分裝場，而分裝場則以 100 公噸或 150 公噸的臥槽儲存液化石油氣，之後再以機器將液化石油氣分裝成 16 公斤或 20 公斤裝的桶裝瓦斯，最後分裝場則以發財車將桶裝瓦斯送至瓦斯行進行銷售。

1994 年全國分裝場共有 106 家，而分銷商則有 3,109 家，表面上看起來，在此兩階段的廠商數不少，尤其是分銷商市場，感覺其應屬競爭性市場。然而慮及液化石油氣的笨重性，運送時需要投入相當的運送設備與人力，這些成本將限制其經營範圍。所以若考量地理市場的屬性，地區性的分裝場，很可能在區域市場裡所呈現的為獨占或寡占的市場結構。同樣的，分銷商所面臨的經營環境亦復如此，大都以單一鄉鎮為分銷商經營的市場範圍。

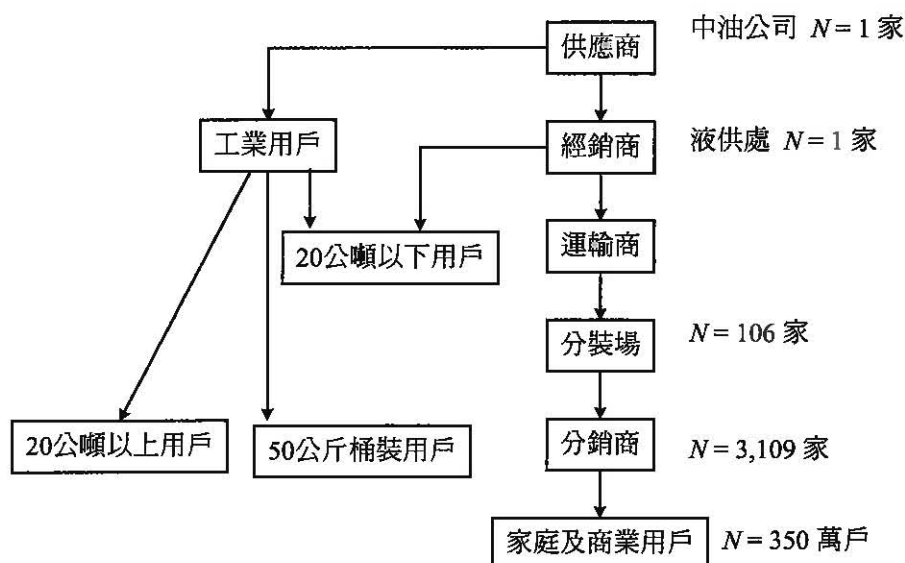


圖 1 經銷商解除管制前液化石油氣上、下游市場結構圖

根據公平會 2000 年底針對「瓦斯行經營概況調查」的結果顯示，瓦斯行有 55% 以單一鄉鎮為其經營市場，跨 2 鄉鎮者的比例為 25.03%，跨 3 鄉鎮者的比例為 19.71%。若以公里數計算，運送距離 5-10 公里者佔 43.37%，未達 5 公里者佔 33.18%，亦即 10 公里以內為市場者佔 76.55%，10-15 公里者佔 13.82%，15 公里以上者不及一成 (9.63%)。是故，瓦斯行的營業範圍有一定的地方侷限性<sup>5</sup>。

瓦斯行與提氣分裝場的關係，亦類似於瓦斯行之於家計銷售的關係。瓦斯行與提氣分裝場的距離 10-20 公里者佔 37.26%，未及 10 公里者佔 33.41%，20-30 公里者佔 18.91%，30 公里以上者佔 10.41%<sup>6</sup>。上述資料表示每家分裝場的經營區域受限於運輸成本、方便性及時間性的限制，呈現區域性或地方性的屬性。

<sup>5</sup> 左天梁等 (2003, p.11)。

<sup>6</sup> 左天梁等 (2003, p.10)。

### 三、經銷市場與進口市場的開放

#### (一)經銷市場的開放

液化石油氣的經銷市場結構如前所述，1993 年以前由退輔會液供處主導，經由公平會建議開放後，增加李長榮化工、北部瓦斯、合興石化、台合實業、和協工程、寧揚煤氣、聯華氣體、乾惠工業等八家經銷商，同時間原有的液供處則改制為北誼興業，因此經銷市場共有九家廠商。

1999 年台塑石化自產液化石油氣以後，市場上除原有的北海能源經銷商外，在嘉義成立南雄、桃園成立鴻奇兩家經銷商，在加上北誼興業亦同時經銷台塑石化的液化石油氣，所以台塑石化的經銷商事實上有四家。市場上經銷商家數演變的歷程以表 1 表示。

#### (二)進口市場的開放

液化石油氣的經銷市場因競爭政策主管機關公平會的建議對外開放，使市場不再由液供處一家公司獨家經營，液供處也因應社會民營化的潮流趨勢而改制為民營的北誼興業。為使液化石油氣上、中、下游，同時改變為競爭性的市場體系，以及順應世界自由化的潮流，政府乃進一步採行液化石油氣自由進口的開放政策。目的主管機關經濟部能源委員會遂於 1999 年 1 月 28 日發佈經濟部（88）能字第 8802340 號令，修正「石油及石油產品輸入、輸出、生產、銷售業務經營許可辦法」，允許其他經營業者只要設備符合政府的規定，也可以自國外進口液化石油氣。

因此，我國液化石油氣的進口與生產的市場，截至 2001 年為止共有中油公司、台塑石化公司、李長榮化工公司、民興公司等四家公司。四家公司中，又可再細分為純粹進口、進口與生產兼營的兩類公司，以純粹經營進口液化石油氣為主要業務者有李長榮公

司與民興公司<sup>7</sup>，它們分別於 1999 年 5 月與 2000 年 10 月進入市場，開始經營液化石油氣的進口。而進口與生產兼營者，除了老字號的中油公司外，台塑石化公司則於 1999 年 6 月自雲林麥寮港先行進口液化石油氣銷售，六輕廠於 2000 年 9 月開始量產之後，同時生產液化石油氣，也開始加入生產市場的競爭。上述液化石油氣的進口與生產市場的開放進程，可以參照圖 2 之表示。

表 1 我國液化石油氣經銷市場之經銷商家數演變

開放前 (1993 年以前)	開放後 (1993-1999 年)		目前現況 (截至 2008 年 6 月)	
	中油公司	台塑公司	中油公司	台塑公司
	北部瓦斯	北海能源	北誼興業	北海能源
	合興石化		北部瓦斯	南雄 (嘉義)
	臺和實業		臺和實業	鴻奇 (桃園)
	李長榮化工		李長榮化工 <sup>2</sup>	
退輔會液供處	和協工程		和協工程	
	寧揚煤氣		寧揚煤氣	
	聯華氣體		聯華氣體	
	乾惠工業		乾惠工業	
	北誼興業 <sup>1</sup>			
	小計九家	小計一家	小計八家	小計三家
僅一家	共計十家		共計十一家	

資料來源：本研究整理。

註：1. 為退輔會液供處民營化所改制。

2. 李長榮化工原向中油提氣，目前已經銷自行所進口的液化石油氣。

<sup>7</sup> 民興公司目前已停止液化石油氣的進口業務，液化石油氣進口市場實際上的廠商只有中油、台塑化與李長榮化工等三家。



圖 2 我國液化石油氣進口與生產市場開放進程圖

## 參、市場開放前後液化石油氣價格的決定

### 一、市場開放前液化石油氣價格的決定

如前所述，受限於黨國一體的時代，政府部門以黨營的公司負責液化石油氣的經銷，而上游的生產或進口的市場，早期政府政策又限制只有國營的中國石油公司一家公司可以經營，因此形成產業經濟學的連續性獨佔的市場結構。

依據連續性獨佔市場模型的推論，該市場結構運作後的結果為價格較高，產品的交易數量較低，將產生經濟無效率的結果<sup>8</sup>。因此為解決上述經濟無效率的不利現象，政府部門必須配合以其他的管制措施加以補救。中間最重要者的措施，一是對液化石油氣經銷商的報酬上限加以管制，二是由政府部門公佈液化石油氣的成本，從而決定液化石油

<sup>8</sup> 見莊春發 (2005b)。

氣的最終價格。因此，在實務上展現的液化石油氣銷售模式為：中油公司先參酌國際液化石油氣的價格訂定一批發價，然後依該批發價將液化石油氣售予液供處。液供處轉售液化石油氣予分銷商（瓦斯行）時，在政策上規定液供處銷售液化石油氣時，每公斤只能收取 0.945 元的毛利。

分裝場在液化石油氣的交易流程裡扮演重要的角色，如圖 1 所示。它負責大運的工作，先將液化石油氣搬運至分裝場，然後再將液化石油氣分裝成 16 公斤或 20 公斤的桶裝瓦斯，最後則將分裝好的桶裝瓦斯送至瓦斯行，即俗稱的小運工作。但是分裝場在整個液化石油氣的銷售流程裡，並未因為擁有下游交易者的身分而享有液化石油氣批發價格決定的權利，充其量它只扮演著上游液供處所僱用的外部廠商。如同許多的運輸商在此液化石油氣銷售流程所扮演的角色一樣。

前述的推論，可由 1980 年與 1991 年兩次行政院核定的液化石油氣分攤成本項目裡，如表 2，清楚的看出來。行政院在決定液化石油氣的最終價格政策時，係依據北部、中部、南部、花蓮與宜蘭、台東，以及離島地區等六個不同區域，決定液化石油氣的最終零售價格<sup>9</sup>。行政院所核定的液化石油氣的分攤成本資料裡，即明確的將大運、小運的成本，列為液化石油氣分攤成本的第一項，成為零售價格決定的因素之一。其次，在十八項分攤成本項目中的第二項分裝費，與第三項的運裝耗損，亦將其列為液化石油氣的分攤成本項目。可見分裝場在當時液化石油氣上、下游的銷售過程中，雖肩負十分重要的角色，但其身分僅僅為液供處市場上所僱用的外部廠商，它提供運輸、液化石油氣分裝的服務。

表 3 為我國自 1974 年至 1992 年中間，液化石油氣的中油牌價（即批發價），與北區、中區、南區、台東、花蓮與宜蘭、澎湖等六個區域液化石油氣並未訂定分區價格制度，依據表 3 的資料觀察，六個區域每區的零售價格均為 8 元，正式採行分區零售價格制度為 1979 年 5 月 1 日。

---

<sup>9</sup> 詳細歷史沿革可參酌莊春發與陳志民 (2000)。

表 2 液化石油氣經營成本比較分析

成本項目	1980 年行政院核定分擔成本 (元)	1991 年行政院核定分擔成本 (元)	營運成本的增加 (元)	1980~1991 年成本成長百分比(%)	成本增加貢獻率(%)
1.運費(包括大小運費)	1.89 (23.04)	2.47(22.80)	0.58	30.68	22.05
2.分裝費	0.50 (6.09)	0.86 (7.94)	0.36	72.00	13.68
3.運裝耗損	0.25 (3.04)	0.29 (2.67)	0.04	16.00	1.52
4.店面出租	0.74 (9.02)	0.77 (7.10)	0.03	4.05	1.14
5.運氣工人工資(2人)	1.73 (21.09)	2.99 (27.60)	1.26	72.83	47.90
6.三人伙食費	0.37 (4.51)	0.30 (2.77)	0.07	-18.91	-2.66
7.經理薪水	0.99 (12.07)	1.71 (15.78)	0.72	72.72	27.37
8.記帳員薪金	0.06 (0.73)	0.10 (0.92)	0.04	66.66	1.52
9.鋼瓶折舊維護	0.56 (6.82)	0.62 (5.72)	0.06	10.17	2.28
10.送貨車輛折舊	0.17 (2.07)	0.14 (1.29)	-0.03	-17.64	-1.14
11.送貨車輛維護、油料、牌照稅	0.33 (4.02)	0.27 (2.49)	-0.06	-18.18	-2.28
12.安全服務費	0.10 (1.21)	0.10 (0.92)	0	0	0
13.安全宣導費	-	0.10 (0.92)	0	0	0
14.保險費	0.04 (0.48)	0.04 (0.36)	0	0	0
15.水電費	0.10 (1.21)	0.08 (0.73)	-0.02	-20.00	-0.76
16.電話費	0.04 (0.48)	0.03 (0.27)	-0.01	-25.00	-0.38
17.文具雜支	0.11 (1.34)	0.09 (0.83)	-0.02	-18.18	-0.76
18.營業稅捐	0.22 (2.68)	-0.13 (-1.20)	-0.35	-159.09	-13.30
19.經營成本合計	8.20 (100)	10.83 (100)	2.63	32.07	100

資料來源：張玉山 (1995)。



表3 1974年-1992年間液化石油氣批發與零售價之統計

日期			中油公司牌價	液化石油氣零售價格						備註
年	月	日	新台幣	北區	中區	南區	台東	宜花	澎湖	
1974	1	26	5.00	8.00	8.00	8.00	8.00	8.00	8.00	註1
	1	27	8.50	14.50	14.00	13.50	15.00	15.00	15.50	
	6	22	7.50	12.70	12.25	11.90	13.10	13.10	13.75	
1979	3	26	8.50	12.70	12.25	11.90	13.10	13.10	13.75	
	5	1	8.50	15.60	15.20	14.40	15.30	15.80	17.30	註2
	12	26	12.00	19.10	18.70	17.90	18.80	19.30	20.80	
1980	4	25	13.50	20.60	20.20	19.40	20.30	20.80	22.30	
	9	28	14.80	21.90	21.50	20.70	21.60	22.10	23.60	
	11	1	14.80	23.50	23.00	22.00	23.10	23.70	25.50	註3
1981	2	12	16.00	24.70	24.20	23.20	24.30	24.90	26.70	
1984	3	17	15.00	23.70	23.20	22.20	23.30	23.90	25.70	註4
1985	5	1	13.00	21.70	21.20	20.20	21.30	21.90	23.70	
1986	3	13	12.00	20.70	20.20	19.20	20.30	20.90	22.70	
	4	1	11.43	19.71	19.24	18.29	19.33	19.90	21.62	註5
	4	30	10.48	18.76	18.29	17.33	18.38	18.95	20.67	
1987	12	24	9.52	17.80	17.33	16.37	17.42	17.99	19.71	
1988	7	1	10.00	18.69	18.20	17.17	18.29	18.89	20.70	註6
	9	7	9.50	18.20	17.70	16.70	17.80	18.39	20.20	
	8	24	11.50	20.20	19.70	18.70	19.80	20.40	22.20	
1991	3	1	11.50	23.60	23.00	21.60	23.00	23.80	26.60	註7
1992	2	14	10.90	23.00	22.40	21.60	22.40	23.20	23.20	註8

資料來源：游素素與胡祖舜 (1994)。

註：1. 1974年1月26日前未訂定分區零售價格。

2. 奉行政院1979.4.30台(68)經字第4036號函核定，自1979.5.1起實施分區零售價格。

3. 奉行政院1980.10.29台(69)經字第12518號函核定，自1980.11.1起之分區零售價格。

4. 其餘之零售價格，係比照中油公司牌價予以調整。

5. 1986.4.1起實施新制營業稅法，將價格與5%之營業稅分列，表上所列價格係未含稅之價格。

6. 自1988.7.1改為含稅牌價。

7. 奉行政院1991.1.15台(80)經字第1890號函核定，自1991.3.1起調整分區零售價格。

8. 奉行政院1991.10.5台(80)經字第31574號函核定，自1992.1.1起澎湖等、離島地區價格調低為比照調花蓮、宜蘭地區價格。另外，其餘之零售價格係比照中油公司牌照調整。

之後，分區價格的調整都是起因於中油公司液化石油氣牌價的調整，1980年11月1日是第一次因為經營成本變動而調整分區價格。中間期間1985年4月1日因稅制改變，新營業稅法的施行，將價格與5%的營業稅分列，所以牌價中未包含營業稅，但在1988年又將營業稅又併入牌價。1991年3月1日第二次因經營成本改變而調整分區零售價格。1992年1月1日起，因施行離島運費補助之關係，將離島分區價格調整到與花蓮、宜蘭地區相同。

以1992年的牌價計算，20公斤裝的桶裝瓦斯價格為北部地區460元、中部地區448元、南部地區432元，宜蘭與花蓮、離島地區同為464元，台東地區則為448元。換言之，液化石油氣市場未解除管制之前，液化石油氣的零售價格，因為中油公司為國營事業，以及政府對營運成本的管制，基本上它為政府可以完全主導的管制價格。在政府規劃的地區裡，液化石油氣的零售價格為統一價格。

## 二、市場開放後液化石油氣價格的決定

為打破由液化石油氣總經銷制度，促進液化石油氣市場的競爭，競爭政策主管機關公平會首先建議，經銷市場應引進其他的經銷商進入，以解決了經銷市場的獨占問題。接著，主管機關為配合競爭政策的施行，又進一步的解除液化石油氣進口的管制，讓其他符合資格的廠商可以加入進口市場的經營。之後，隨著台塑化石油的正式量產，也成為液化石油氣的重要供應者，液化石油氣的供應市場即不再屬於獨占的市場結構。

一旦供應市場與經銷市場開放自由競爭之後，政府干預市場價格的理由似乎消失了。所以液化石油氣市場上、中、下游業者間的交易價格，以及分銷商與消費者之間的最終交易價格，則完全回歸市場機制，由市場上的交易雙方，依交易的條件與意願而決定其最終價格。換言之，政府部門藉由制度的開放而改變液化石油氣市場結構，建立市場競爭的條件之後，即不再插手液化石油氣市場買賣雙方的交易價格，而是讓市場本身的機制自由發揮，以決定產品或服務的均衡價格。

此外，分裝場在液化石油氣的銷售流程裡，也正式的成爲重要的一員，除負擔起重要的分裝工作之外，並成爲地方區域市場很重要的小批發商，對液化石油氣的最終價格擁有相當的影響力。

總之，兩階段液化石油氣市場的管制解除之後，液化石油氣產業，各階段的批發價格與最終價格，均依賴市場供需力量決定其高低水準。

## 肆、採用競爭政策管制後的結果

### 一、未考量地理市場的限制

液化石油氣供應與經銷市場開放競爭後，表面上看起來每個市場均因廠商數大幅增加，或廠商人數相當充分，而被認爲已符合競爭市場的條件，在政策上應當讓市場自己的力量決定交易的價格與數量。然而若思慮液化石油氣的笨重，運輸成本占總成本的比例，則液化石油氣的市場範圍，事實上是具有其侷限性。

首先，以供應商市場觀察，中油公司在南部地區由高雄一廠與林園二廠供應液化石油氣，北部地區則由桃園廠供應液化石油氣，基隆與宜蘭地區則由深澳進口供應，所以中油的供應市場屬於全國性市場。至於台塑化的生產與進口均在雲林的麥寮，其有利的銷售市場爲中南部地區。至於進口商李長榮化工則以高雄前鎮進口液化石油氣，因此其有利的市場則爲南部市場。

分裝場在全國所在區位與分配，亦可看出其分配的情形，大都集中於都會區，例如台北縣、桃園縣就分別有 16 家與 13 家分裝場，台中縣市、彰化縣市、台南縣市，亦分別有 9 家、9 家與 8 家分裝場，屬於較鄉村的地區，由於人口散佈各地的宜蘭與屏東，亦有 8 家分裝場。進一步觀察其所在區位，即可發覺分裝場在若干地區是相當集中，其經營的地理市場範圍將有所限制。

最後，觀察分銷商所處的區位分配，如表 4 統計資料顯示，全國共計有 367 個鄉鎮與市區數，其中台灣地區（含北、高兩市）356 個鄉鎮與市區、福建省（含金門縣、連江縣）11 個鄉鎮與市區。在 367 個鄉鎮市區中設有瓦斯行的有 344 個，而未設有瓦斯行之鄉鎮市區數共 23 個。鄉鎮市區瓦斯行少於 10 家者共有 254 鄉鎮市區數，佔所有鄉鎮的 0.738。如依據公平會的調查與推論，一般瓦斯行大都以一個鄉鎮為其市場，根據上述資料顯示，分銷商的市場應當大都處於寡占市場而非競爭市場。

## 二、液化石油氣屬於同質產品不易進行非價格競爭

液化石油氣在化學性質上，它由 50% 丙烷與丁烷 50% 混合而成，但一般消費者並不瞭解，也不重視該產品的提供者是中油、台塑化或進口品，亦即消費者並不重視產品的品牌，消費者所關心的內容只有液化石油氣的價格。液化石油氣的業者很難對其所銷售的產品進行品牌促銷。

換言之，液化石油氣市場上下游業者的交易、瓦斯行與消費者的交易，所有的交易條件均放在產品的價格上，只要其他交易者的價格較低，市場的交易立即移向至較為便宜的交易者。以經銷商開放之後為例，經銷商售予分裝場液化石油氣時，每公斤價格只要相差 0.1 元，分裝廠隨即轉向與較為便宜的經銷商交易。

分裝場與瓦斯行的交易，亦復如此，在同樣距離條件下，瓦斯行選擇的交易分裝場，完全係以交易價格為主要考慮。至於消費者叫瓦斯，在距離與速度相同的情況下，亦相同的以價格做為選擇交易對象的準則。

在產品幾乎同質，業者根本無法進行品牌促銷策略的客觀條件下，價格遂成為液化石油氣業上、下游業者交易的唯一考量因素。所以一旦有業者發動價格競爭策略時，市場立即爆發價格戰無法收拾。一直要到所有業者發現自己的價格無法支應成本為止才會停止下來。然而，要將產品價格恢復至可支應成本的水準，非要市場的所有業者全數同意偃兵息鼓不可。因此為達成大家解脫的目的，業者非要採行聚集共同商量的策略不可。但上述之行爲，立即有違反公平交易法聯合行爲的規定，而面臨受罰之可能。

表 4 2007 年度瓦斯行數與對應的鄉鎮市區之次數分配表

A 瓦斯行家數(家)	B 鄉鎮市區數	A 瓦斯行家數(家)	B 鄉鎮市區數
0	23	21	2
1	26	22	3
2	21	24	4
3	26	25	3
4	31	26	3
5	23	27	1
6	20	28	2
7	29	30	1
8	19	31	3
9	28	32	3
10	8	34	1
11	9	35	1
12	15	36	1
13	10	39	1
14	11	44	1
15	3	45	1
16	7	47	2
17	8	48	1
18	7	50	1
19	2	51	2
20	4	61	1

資料來源：內政部消防署。

註：1. 依據內政部內政統計資訊網，內政統計月報 (2007)，「鄉鎮市區人口及按都會區統計」，中華民國計有 367 個鄉鎮市區數，其中台灣地區（含北、高兩市）356 個、福建省（含金門縣、連江縣）11 個。

2. 367 個鄉鎮市區中設有瓦斯行的有 344 個，未設有瓦斯行之鄉鎮市區數共 23 個。

3. 依鄉鎮市區瓦斯行少於 10 家者共佔所有鄉鎮的 73.8%。

### 三、液化石油氣業受罰的統計分析

#### (一)受罰個案大都與聯合行為有關

截至 2008 年 3 月，公平交易委員會對液化石油氣業總共處罰了 31 案，其中 13 案發生於先行政後司法改革之前；18 案發生於改革之後，罰款金額共計 59,015 萬元<sup>10</sup>。

液化石油氣產業違反公平法的違法樣態，以聯合行為最多如表 5，共有 23 件，佔所有違法案件的 74.19%。換言之，液化石油氣業的違法行為約有四分之三的案件，屬於聯合行為的違反。其次多的案件為脅迫競爭廠商參與聯合行為，該行為亦與聯合行為有密切的關係，因此若以聯合行為論，其實在 31 件液化石油氣產業違法案件中，有 29 件個案與聯合行為的違反有關。剩下的個案，一件是中油公司的獨占力濫用案，另一件則為南投液化石油業同業公會杯葛新進廠商進入市場的個案。

上述的現象初看頗耐人尋味，但瞭解該產業交易型態的人，對於此現象的產生應該不會有太大的訝異。如前所述，該行業的交易產品具有高度的同質性，市場上的交易雙方不易建立產品的品牌，因此市場競爭的唯一利器就只有價格。競爭者間為多爭取一些交易的機會，最有效的法寶就是降價。然而，價格戰的最後結果競爭者間不是兩敗俱傷，就是雙方形成玉石俱焚的下場。發動價格戰的廠商或參與價格戰的廠商均會受到嚴重的傷害。一旦價格殺到無法回收成本時，這些業者最後被迫必須一起坐下來共同協議，如何恢復原本的價格或起碼能夠回收成本的價格。但是是項行為係公平法所禁止，因此很容易因觸犯法網而遭受競爭政策機關的處罰。這也是為何什麼在表 5 會發覺，幾乎 94% 的個案均與聯合行為直接間接有關的原因。

---

<sup>10</sup> 個案詳細內容見附表 1 的統計。

表5 液化石油氣上、下游廠商違反公平交易法樣態行為統計

違反行為樣態	違法次數(件)	佔有比例(%)
獨占力濫用(公平交易法第10條第2款)	1	3.23
聯合行為(公平交易法第14條)	23	74.19
杯葛(公平交易法第19條第1款)	1	3.23
脅迫參與聯合行為(公平交易法第19條第4款)	6	19.35
合計	31	100.00

資料來源：本研究整理。

## (二)違法主體的統計

以違法行為主體加以觀察，中間以同業公會被處罰主體的比例最高，在31件個案裡有17件，占全部案件的54.83%。同業公會的成立目的本為產業的自治而設，但觀察液化石油氣同業公會所為的違法行為，幾乎流為液化石油氣分銷商聯合行為的平台，也證實過去學者對公平法案例的研究發現，公平法違法案件中有相當高的比例為同業公會所發動<sup>11</sup>。

若進一步觀察以分銷商為違法主體的處分案亦有6件之多，加上原有同業公會的案件數，二者加總為23件，表示約有四分之三的違法案與分銷商有關，顯示液化石油氣產業的公平法違法問題，幾乎出在最後的零售階段。

分裝場在違法案中佔有9件，為同業公會外第二重要的行為主體，約佔所有個案的三成，此結果表示分裝廠在液化石油氣的銷售過程中，因為具有地方壟斷之優勢，所以自然成為扮演違法平台的重要角色之一。

經銷商市場開放之後，市場增加許多的廠商，初期為爭奪市場，亦常採行殺價為主要的競爭手段，最後則演變為割喉式的競爭，致使每家廠商均處於流血銷售的狀況，以

<sup>11</sup> 莊春發(1994, 2005a)。

至廠商間於不得不共同採行協議的手段，以回復原有的價格。但是上述之行爲顯然觸犯公平法聯合行爲的禁止。是故，經銷商的廠商數不多，但在表 6 的統計上則顯示有 6 件的違法案，由經銷商所發動。

至於上層的供應商違反公平法的個案只有 1 件，爲中油公司對南部經銷商提貨時，給予不同經銷商不同價格的差別待遇行爲。其他的個案，一件爲鋼瓶檢驗費的聯合行爲，另一個案爲運輸商聯合調整運裝費用。

由以上行爲主體的統計分析，可以看出液化石油氣的違法案的特徵，爲約有四分之三的個案，發生於分銷商階段。此外，分裝場與經銷商參與違法案亦占有重要比例。

表 6 液化石油氣產業違反公平交易法行爲主體之統計

違法行爲主體別	違法次數 (件)	佔有比例 (%)
瓦斯行 (分銷商)	6	19.35
分裝場	9	29.03
經銷商	6	19.35
供應商	1	3.22
同業公會	17	54.83
其他公司	2	6.45
個人	1	3.22
合計	31	100.00

資料來源：本研究整理。

註：有些案件所涉及的主體超過一種以上。

### (三)違法個案處罰人數的統計

液化石油氣的違法案處罰主體人數，如表 7，因個案大都與聯合行爲有密切之關係，因此參予而受罰的主體人數亦偏向爲少數。處罰主體 1-5 人者共計有 22 件，佔所有案件的 70.99%。處罰主體爲 6-10 人的案件 2 件，佔 6.45%；處罰主體爲 11-15 人與 16-20



人的件數均為3件，佔有比例為9.67%；處罰主體人數超過20人以上的案件只有1件，佔3.22%。以上資料的統計顯示，液化石油氣的違法案因涉及聯合行為較多，因此參予人數將不會太多，尤其是藉由同業公會為聯合行為平台的個案又佔多數的情形尤其是如此。

表7 液化石油氣產業違反公平交易法行為主體人數之統計

違法行為主體人數（人）	違法次數（件）	佔有比例（%）
1-5	22	70.99
6-10	2	6.45
11-15	3	9.67
16-20	3	9.67
20以上	1	3.22
合計	31	100.00

資料來源：本研究整理。

#### (四)小結

從以上液化石油氣上、下游業者受罰個案的分析，可以很清楚的看出，這些處罰案大都與分銷商有關，特別是由分銷商所組成的同業公會。當然上游的分裝廠與經銷上為維護本身的利益，從而違法的個案數也不少，但和分銷商階段相較較則顯現出較少之結果。

此外就違法的行為樣態觀察，幾乎94%的個案均與聯合行為有直接或間接的關係。上述之現象所顯示的意義，表示主管機關若欲解決液化石油氣業的違法問題，其關鍵點在於研究分銷商為何易於觸犯公平法，如能找出其癥結點，則較容易解決此困難。

## 伍、統一訂價與競爭機制的討論

### 一、統一訂價的優缺點

#### (一) 統一定價的缺點

根據以上兩種制度的分析比較，可以發覺液化石油氣未開放市場之前，整個市場係由液供處所掌控，舉凡分裝場、分銷商、運輸商等廠商的設立均須經由液供處的同意，形成新廠商進入市場的人為障礙。此外，既有廠商欲藉由市場的移動而改變市場區位時，亦須經過液供處的許可，此限制將造成市場如同新廠商設立的情形一樣，無法獲得產業競爭的效果。

生產與供應階段因為只有中油一家公司經營，下游的階段又設計成由液工處掌控一切，形成產業經濟學連續獨占的結果，在此產業生態之下，將形成價格較高交易量較少的情形，不利於社會福利的提升。

#### (二) 統一訂價的優點

統一定價的制度雖然造成市場競爭機制的受限，不利於市場競爭機制的發揮，無法創造液化石油業最大的社會福利水準。然而，統一訂價制度的實行並非一無是處，因為藉由政府力量的干預，使液化石油氣的價格可以完全掌控於政府的手上，不至於因為中間價格或最終價格的變動而造成消費者受到供應商的壓榨。由表 2 過去行政院所制定的液化石油氣成本攤提資料，可以明確而清楚的觀測到液化石油氣最終價格漲跌，不容液化石油氣供應的一方，藉由訊息不對稱性而有投機的機會。消費者面對政府嚴密監控液化石油氣價格的情況下，可以受到較佳的保障。

## 二、價格競爭機制

### (一)液化石油氣市場的開放

液化石油氣市場兩次的解除管制，表面上看來第一次的解除管制，使得經銷市場由獨占的市場結構，因為經銷商的增加改變為較為競爭的寡占市場結構。然而，若將地理市場因素加以考量，液化石油氣的經銷市場可能變成嚴密的寡占市場結構。此外，液化石油氣產品為同質性產品，廠商在競爭過程中，不易建立屬於特定公司的品牌產品，所以市場的競爭手段大多為價格。在嚴密的寡占市場結構下，而且市場上的產品又屬同質性，長期裡廠商很難維持一般性的競爭狀況，最後，必流於互相毀滅的割喉式競爭。廠商競爭後的最後下場，彼此之間勢必尋求共識，將割喉式的價格恢復到成本以上之價格。此無奈的行為很容易即觸犯競爭政策的法律。

分裝場市場的情形亦復如此，表面上台灣地區目前共有121家分裝場，市場的競爭應當可以符合競爭政策的要求，然而若進一步考量地理市場的限制，阻隔分裝場廠商市場經營的範圍，則很容易看出實際的市場上，顯然是由一家獨占市場，或若干家分裝場主導的寡占市場經營。

表8是國內液化石油氣分裝場在每個縣市家數的統計分配，很顯然地可以看出在25個縣市裡有16個縣市的分裝場家數少於5家(包含5家)<sup>12</sup>，佔有64%。進一步觀察這16個縣市分裝場的分配中，有6個縣市屬於一家廠商的獨占市場結構。在如此條件之下，欲期待分裝場的競爭似乎不太可能。

進一步研究分銷商在全國各鄉鎮家數的分配統計，以2000年為例未設分銷商的鄉鎮區共有23區，而設有1家瓦斯行者，共有26區，設有2家瓦斯行者共有21區，設有3家瓦斯行者共有26區，設有4家瓦斯行者共有31區，而設有5家瓦斯行者共有23區。剔除未設分銷商之23個鄉鎮區，一鄉鎮區設有瓦斯行5家以下者(包含5家)，共有127

---

<sup>12</sup> 見莊春登(2005a)。

個鄉鎮區，佔設有瓦斯行鄉鎮區的 36.9%。可見瓦斯行的家數雖然以全國性的統計數據看起來相當多，但引進地理市場之限制之後，即有約四成的鄉鎮區，屬於嚴密寡占的市場結構。

如同分裝場之情形，有相當多的分銷商市場，經由地理市場的限制之後，事實上處於嚴密寡占的市場，而非表面上所觀察到的較趨近於競爭市場。因此，在政策上如果企圖希望藉此獲得競爭之利益，往往在實際的執行之後，會產生極大的落差。

表 8 2007 年度分裝場數與對應之縣市次數分配表

分裝場數	縣市數
1	6
2	3
3	3
4	3
5	1
6	1
7	2
8	2
9	2
13	1
16	1
合計	25

資料來源：本研究整理。

## (二) 液化石油氣價格的比較

如前所述，在統一定價的制度之下，台灣六個地區的消費者均接受相同的價格。在統一標準價格之下，表面上消費者似乎沒有選擇的權利，但是從另外一個角度觀察，消費者似乎因為政府介入管制而得到更佳的保障。

表9係事業目的主管機關經濟部能源局，在2009年1月到7月按月向全國各縣市抽樣調查液化石油氣最終售價的統計資料，共計5,048筆。經過仔細之觀察可以發現，政策上採行競爭政策之後，各縣市液化石油氣之價格存在相當的分歧，以20公斤的桶裝瓦斯為例，最高價格與最低價格的差距超過新台幣200元以上者有9個縣市，差距最多的縣市為台東縣，高低價相差320元，差距次高的縣市為屏東縣，高低價格差距270元，差距第三高的縣市為台中縣與澎湖縣，高低價格差距均為260元。

若改以平均價格觀察，前五名的縣市分別為：金門縣739元、連江縣724元、台北市725元、澎湖縣699元與基隆市694元。除金門縣、連江縣與澎湖縣為離島地區外，平均價格較高的地區還是屬於北部都會區的縣市。

### 三、統一定價與競爭機制下最終價格之比較

採行新制後液化石油氣的價格，是否一定、全部縣市均低於管制制度的最終價格。依據1992年的統一定價制度，調整通貨膨脹的影響後<sup>13</sup>，20公斤裝的液化石油氣價格分別為：北部地區為687元、中部地區為672元、南部地區為651元、宜蘭與花蓮為692元、台東地區為672元及離島地區為692元。見表9第六欄的數據。

---

<sup>13</sup> 家用液化石油氣的批發價，以中油公司對經銷商的價格為計算基礎，2009年中油公司因應國際液化石油氣的漲跌，總共在1月2日、2月7日、3月2日、4月2日、5月2日、6月2日及7月4日分別對液化石油氣的批發價進行7次的調整，因此全年的批發價必須依據批發價施行的日期，先進行加權平均的調整，獲得的結果為2009年至7月的加權批發價為每公斤18.81元。1992年最後一次政府的統一定價北區為23元，中區為22.4元，南區為21.6元，宜蘭花蓮為23.2元，離島地區為22.4元，台東地區則為23.2元。依據行政院公佈的資料，1992年至2009年國內的消費者物價指數(CPI)，由80.63增加為103.79(以2006年為基期)，物價成長率為28.72%。因此2009年北區以統一定價的液化石油氣計算方式如下： $[(23 - 10.9) \times 1.2872 + 18.81] \times 20 = 687$ ，依據相同的方式可獲得中區、南區、宜蘭花蓮、台東及離島的統一定價分別為：672元、651元、692元、672元與692元。

表 9 液化石油氣 20 公斤裝各縣市 2009 年均價之統計資料

縣市名稱	查報數 (筆)	查報均價 (元)	最高 (元)	最低 (元)	統一價格 (元)	平均差距 (元)	高低價差 (元)
臺北市	323	725	830	580	687	+38	250
臺北縣	440	674	800	570	687	-7	230
基隆市	63	697	790	610	687	+10	180
桃園縣	379	633	750	530	687	-54	220
新竹市	49	658	720	625	687	-29	95
新竹縣	71	623	710	560	687	-64	150
苗栗縣	80	659	750	600	672	-13	150
臺中市	154	650	750	560	672	-22	190
臺中縣	310	636	810	550	672	-36	260
彰化縣	222	597	680	520	672	-75	160
南投縣	189	620	710	520	672	-52	190
雲林縣	189	609	670	550	651	-42	120
嘉義市	85	520	620	480	651	-131	140
嘉義縣	144	596	710	485	651	-55	225
臺南縣	302	608	680	490	651	-43	190
臺南市	135	636	690	590	651	-15	100
高雄市	399	628	720	550	651	-23	170
高雄縣	260	618	750	540	651	-33	210
屏東縣	304	605	760	490	651	-46	270
宜蘭縣	201	604	670	530	692	-88	140
花蓮縣	206	655	740	550	692	-37	190
臺東縣	141	648	900	580	672	-24	320
澎湖縣	229	699	890	630	692	+7	260
金門縣	145	739	780	700	692	+47	80
連江縣	28	724	765	690	692	+32	75

資料來源：能源局與作者統計結果。

將上述數據與能源局各縣市地區的平均價格，如表9第三欄加以比較，將發現在25個縣市地區中，雖然大部分的縣市地區呈現競爭機制之下的液化石油氣消費價格較低<sup>14</sup>，但在都會區的台北市與基隆市，以及離島地區的澎湖縣、金門縣、連江縣等三個縣，則呈現在競爭機制之下的液化石油氣最終價格較高的結果。如果改以各地區液化石油氣的最高價格，作為比較的基礎時，則呈現只有嘉義市與宜蘭縣的最終價格，低於統一定價制度下的價格，其餘23個縣市地區的液化石油氣價格均呈現高於統一定價制度下的價格。顯示這些消費者在競爭機制的體系下，反而是面臨高價液化石油氣的結果。

#### 四、競爭機制所產生的交易成本<sup>15</sup>

統一定價制度與競爭機制制度的比較，除由產生的最終價格加以分析之外，使用任何制度所衍生的成本亦須加以考量。我國液化石油氣市場的開放，第一個不利之因素為，原本屬於銷售體系外只扮演提供勞務的分裝場，因為開放而納為行銷體系的一環，一旦納為行銷體系的一環時，在液化石油氣的最終價格決定上，將因行銷階段的增加而提高加成 (markup) 的比例<sup>16</sup>，對最終價格的降低不利。

---

<sup>14</sup> 能源局向分銷商進行的液化石油氣零售價調查，並未與實際交易憑證勾稽，合理懷疑分銷商所提供的價格會有低報的可能，實際價格可能較高，各縣市的液化石油氣的平均價格超過統一定價的比例將更多。

<sup>15</sup> 此處所稱的交易成本，並非文獻上 Coase (1937) 廠商的本質一文之後所發展出來的定義：系指雙方交易訊息的蒐集成本、交易契約訂定的成本、契約執行的成本、契約執行監督的成本。而它所指的是市場交易制度改變之後，使用新交易制度可能額外產生的成本。

<sup>16</sup> 原有的行銷體系為：進口商或製造商—經銷商—分銷商—消費者等三階通路，有三次次的加成機會。市場開放後行銷體系因為分裝場加入，改變為：進口商或製造商—經銷商—分裝場—分銷商—消費者等四階通路，形成四次加成的情形。

第二，液化石油氣市場開放後，原本附隨於一定液化石油氣提氣量而管制的鋼瓶檢驗，變成無人負責的境地，分銷商為節省鋼瓶檢驗費之成本也不將逾期鋼瓶送驗，以致於市場到處充斥逾期之鋼瓶，消費者將暴露於不確定的風險當中。在實務上它可能造成消費者受到傷害的社會成本。

第三，因為地下分銷商與分裝場的存在，致使液化石油氣的交易市場，經常出現低價競爭的現象，而液化石油氣本身又具有同質之屬性，不易進行非價格競爭的促銷活動，市場上唯一的競爭工具只有價格，在地下廠商的干擾之下，大部分價格競爭的最後結果是，地上與地下廠商均受到嚴重的傷害，在價格無法支撐成本的條件下，最終多將走向共同協商與協議的步驟，從而產生公平法的違反，與公平會高額罰款的處罰。

為此市場非法行為的調查、處分與後來的法律訴訟，將使公務機關支付龐大的行政成本，廠商為規避或不服競爭政策機關的處罰，在法律的訴訟過程中，亦將花費相當的人力與金錢成本。

以社會觀點而言，分裝場的加成本、鋼瓶未按期檢驗發生意外的風險成本、政府阻止廠商限制競爭行為的行政成本、廠商受罰後的法律訴訟成本，都是在液化石油氣市場開放後，執行競爭機制定價政策所產生的代價。

## 五、小結

根據以上的分析，可以發覺液化石油氣產業的經銷階段、供應階段以及最終價格管制的時期，確實讓人們感覺市場受到政府一定的管制，而無法發揮競爭機能，可能致使經濟效率不彰。但進一步觀察政府所採用的配套措施，則可發現消費者的權益在管制階段似乎仍然可以受到相當的保障。經銷階段與供應階段兩次的市場開放的管制解除，學者的研究比較，的確顯示存在短暫的最終價格降低的效果。及至 2009 年，採用能源局每月的調查資料再進行比較，消除通貨膨脹的因素之後，25 各縣市裏仍然有台北市、基隆市，以及離島地區的澎湖縣、金門縣與連江縣等五縣市地區，競爭機制下的價格高於統



一定價機制的價格，若以調查資料各地區的最高價格作為比較的基礎，則發現25各縣市地區，除嘉義市與宜蘭縣之外，其價格均高於統一定價機制下的價格。

由於兩次的解除管制政策欠缺妥適的配套措施，又未考量地理市場的限制因素，以及液化石油氣產品同質性高的條件，以至於解除管制之後，液化石油氣各階段的業者經常處於激烈的廝殺，形成割喉式的競爭，造成業者最終往往無法回收成本。最後業者間必須仰賴聚會形成共識，結束割喉式的殺價行為，31件違反公平法的個案裏，行為主體有17件為同業公會，即為明顯的例證。然而上述之合意手段，卻為公平法所禁止，因此，業者有相當之人數均曾因違反公平法而受處罰，形成巨額罰鍰的結果。

政府部門為此所支付的執法成本，加上後續的法律訴訟程序，政府部門與廠商所支付的人力與金錢支出，將使液化石油氣產業解除管制的政策，事實上是付出相當的代價。因此液化石油氣產業應當採行那一管理政策較為適當？實應由實務上出發估計政府管制下所支付的成本，以及競爭機制訂價政策社會所付出的成本，並將二者成本加以比較，相信可以找出我國社會實際上真正需要的液化石油業管理政策。

## 陸、結論

本文比較液化石油氣產業政府管制時期的績效，與最近市場開放後的結果。發覺在政府管制期間，由於供應與經銷階段的獨占市場結構，的確造成市場機制的受限，經濟效率從而降低的不利處境。然而政府對液化石油氣經銷商利潤的限制，以及對液化石油氣的最終價格進行分區管制的妥善配套措施，消費者的權益似乎並未受到太大的損害。

液化石油氣市場解除管制之後，學者的研究的確顯示供應市場開放後，消費價格的確有下降之效果，表示由市場力量決定產品的最終價格是更適當的。然而，管制制度改變之後，主管機關似乎忽略了一定的配套措施的配合，以至於液化石油氣的上下游業者，在市場開放之後，即不斷的違反公平交易法而受到嚴厲之處罰，處罰之總金額幾乎使得

液化石油氣產業快要變成爲公平會的最大供養產業。

產生違法的液化石油氣產業主體，大多發生於分銷商組成的商業同業公會，以及分銷商本身，但中間的分裝場與經銷商參與的個案亦不少。業者違反公平法的行爲與聯合行爲關係最爲密切，約有 94% 的個案均與聯合行爲有直接間接的關係，它與液化石油氣產業的地理市場侷限性、產品的同質性有密切的關係。

審酌兩種制度對液化石油氣產業的管理，可發現過去統一訂價的政策，固然有造成若干市場機制無法發揮的缺點，但政府相對妥善配套措施的配合，消費者的權益似乎並沒有受到太大的影響，上下游市場的交易在政府的嚴密監管之下，亦不至於產生失序的現象。

相對的，市場開放之後，由市場機制替代原有的管制，但因開放後欠缺妥善的配套措施，從而衍生活化石油氣市場的許多問題，例如業者不按期檢驗鋼瓶，產生社會安全的危害可能；地下分銷商、地下分裝廠的出現，產生市場交易的失序，也直接間接造成業者進行聯合行爲的不法行爲。更重要的是主管機關輕忽從業人員再教育的重要性，致使採用市場機制管理市場時，許多業者無法適應新制觸犯公平法而受罰，其所累積之金額更令人印象深刻。

衡酌過去液化石油氣市場兩種不同的管制制度，發現改爲「競爭機制」時，因欠缺妥適的配套措施，相對於「統一定價」的管制，似乎未能解決存在多年的困境，之外又衍生許多新的問題。政府對液化石油氣產業的管理，仍有再思慮與成長的空間。

（收件日期爲民國 99 年 1 月 7 日，接受日期爲民國 99 年 8 月 3 日）

## 參考文獻

### (1)中文部分

1. 左天梁、謝秀鈴、黃崇傑、楊佳憲與劉錦智，2003，「我國液化石油氣市場開放效益評估及與公平交易法之關係」，公平交易委員會 92 年研究發展報告，台北：公平交易委員會。
2. 行政院公平交易委員會，「1995-2008 液化石油氣處分案件」，台北：公平交易委員會行政決定彙編。
3. 莊春發，1994，「同業公會與廠商聯合行為關係的研究」，法商學報，29：209-258。
4. 莊春發，2001，「競爭政策與產業政策的替代與互補」，第八屆競爭政策與公平交易法學術研討會論文集，台北：公平交易委員會。
5. 莊春發，2005a，「廠商人數、公會與聯合行為-公平會處分案的研究」，公平交易季刊，13：1-13。
6. 莊春發，2005b，「液化石油氣市場自由化經濟效果的研究」，經濟研究，41：75-103。
7. 莊春發與陳志民，2000，「我國家用液化石油氣市場開放後結合競爭問題與公平法之關係」，第七屆競爭政策與公平交易法學術研討會論文集，台北：公平交易委員會。
8. 莊春發與陳志民，2003，「我國民生氣體燃料市場競爭機制之引進與公平交易法之關係」，公平交易委員會第 11 屆學術研討會論文集，台北：公平交易委員會。
9. 游素素與胡祖舜，1994，「家用液化石油氣供銷體系與公平法適用關係及調整因應之探討」，公平交易委員會 83 年度研究發展報告，台北：公平交易委員會。
10. 張玉山，1995，「液化石油氣供銷規劃與管理體系及相關法規之研究」，經濟部能源委員會研究報告，台北：經濟部能源委員會。

## (2)英文部分

1. Coase, R. H., 1937, "The Nature of Firm," *Economica*, N, 4: 386-405.

附表 1 公平交易委員會處分有關液化石油氣案件一覽表

罰鍰金額單位：元

年 <sup>1</sup>	被處分人（罰鍰）	處分書摘要	罰鍰總金額
84013	南投縣液化氣體燃料商業同業公會	以發函方式促使煤氣分裝場，斷絕新分銷商取得分裝、運輸等服務之交易機會，足以妨礙公平競爭，違反公平交易法第十九條第一款之規定。	
86008	北誼興業股份有限公司	以市場優勢地位，多次協商及引導相關業者，以達到其抬高經銷價格之目的，並促成台北縣市、基隆等地之瓦斯業者共同提高零售價格，違反公平交易法第十九條第四款規定。	
86009	台北市液化氣體燃料商業同業公會	製作價目表，導致市場零售價格上揚且與價目表為一致之價格，影響家庭用液化石油氣市場功能。	
86104	台南縣（市）及嘉義縣（市）液化氣體燃料商業同業公會、台南市液化氣體燃料商業同業公會、嘉義縣液化氣體燃料商業同業公會、嘉義市液化氣體燃料商業同業公會	在 85 年 12 月 4 日召開「台南縣市暨嘉義縣液化氣體燃料商業同業公會理監事與分裝場聯席座」，會中並達成各縣對據實反映成本一事達成共識，並共同決定家用桶裝瓦斯價格調整日期及依相同之分析項目與計算公式決定價格之行為，係以合意方式，與有競爭關係之他事共同決定商品價格等，相互約束事業活動之行為，違反公平交易法第十四條規定。	
86105	嘉義縣液化氣體燃料商業同業公會、嘉義市液化氣體燃料商業同業公會	在 85 年間假共同會址召開理監事聯席會議，相互約束會員不得越區銷售之行為，係以合意方式，與有競爭關係之他事業相互限制商品交易地區，相互約束事業活動之行為，違反公平交易法第十四條規定。	

(33)

附表 1 公平交易委員會處分有關液化石油氣案件一覽表 (續)

罰鍰金額單位：元

年	被處分人 (罰鍰)	處分書摘要	罰鍰總金額
86106	高雄市液化氣體燃料商業同業公會	自行核算決定售價，並要求公會職員告知或建議會員於 86 年 1 月 1 日及 4 月 5 日分別調漲家用桶裝瓦斯零售價格，肇致市面家用桶裝瓦斯價格一致之行爲，係以不正當方法，使他事業不爲價格爭之行爲，違反公平交易法第十九條第四款之規定。	
86107	台東縣液化氣體燃料商業同業公會	於 85 年 12 月底爲反映油品價格上，以電話通知所屬會員在 86 年 1 月 1 日起每公斤家用桶裝瓦斯價格調漲一元，統一訂定家用桶裝瓦斯零售價格，肇致市面家用桶裝瓦斯價格上漲一致之行爲，係以不正當方法，使他事業不爲價格爭之行爲，違反公平交易法第十九條第四款之規定。	
86108	花蓮縣液化氣體燃料商業同業公會	爲調漲家用桶裝瓦斯零售價格能達成共識，於 85 年 12 月 30 日召開第 16 屆監事臨時會議，並決議授權理事長制定價格，並遵依理事長制定價格銷售之行，已達成統一價格之合意，影響市場功能，並相互約束事業活動之行爲，違反公平交易法第 14 條之規定。	
86109	金門縣液化氣體燃料商業同業公會	於開會決定於 86 年 1 月 1 日統一調漲家用桶裝瓦斯價格之行爲，係以合意方式，與有競爭關係之他事業共同決定商品價格，相互約束事業活動之行爲，違反公平交易法第十四條之規定。	

附表1 公平交易委員會處分有關液化石油氣案件一覽表(續)

罰鍰金額單位：元

年	被處分人(罰鍰)	處分書摘要	罰鍰總金額
86158	彰化縣液化氣體燃料商業同業公會	藉中國石油股份有限公司於86年1月1日及同年4月5日調整家用液化石油氣批價時機，經由理監事會議達成同時調整家用桶裝瓦斯零售價格之共識，並共同決定家用桶裝瓦斯零售價格之行爲，係以合意方式，與有競爭關係之他事業共同決定商品價格等，相互約束事業活動之行爲，違反公平交易法第十四條規定。	
88041	北誼興業股份有限公司、六統實業股份有限公司、新崙分裝場股份有限公司	聯合調漲液化石油氣價格，違反公平交易法第十四條前段之規定。	
88072	南投縣液化氣體燃料商業同業公會	以會員大會共同決定桶裝瓦斯價格，並以至各鄉鎮個別協調之方式維持價格。	
88124	合興實業股份有限公司、榮順興股份有限公司、北誼興業股份有限公司、群安工程股份有限公司	就家用液化石油氣鋼瓶檢驗費用互爲意思聯絡，客觀一致性價格調漲之聯合行爲，違反公平交易法第十四條規定。	
88129	欣平煤氣有限公司(150,000)、良格企業有限公司(150,000)、集暉煤氣行有限公司(250,000)、宏本煤氣行(250,000)、梅本煤氣有限公司(150,000)、文興煤氣有限公司(250,000)、祥興煤氣有限公司(250,000)、益福實業有限公司(150,000)、協輝液化煤氣有限公司(250,000)、長興煤氣行(150,000)、安利行煤氣有限公司(150,000)、國助企業有限公司(250,000)、東泛煤氣行有限公司	藉中油公司調整氣價時機聯合訂價，已限制汐止地區分銷市場之競爭機能，影響相關市場交易秩序及侵害消費者之利益公平交易法第十四條規定。	3,300,000

附表 1 公平交易委員會處分有關液化石油氣案件一覽表 (續)

罰鍰金額單位：元

年	被處分人 (罰鍰)	處分書摘要	罰鍰總金額
	(150,000)、新安液化煤氣有限公司(250,000)、家美企業有限公司(250,000)、陳瑞佳君(即大餘廚具行)(250,000)		
89075	淡水煤氣有限公司、聯福煤氣有限公司(100,000)、家家歡煤氣有限公司(100,000)、川隆煤氣有限公司(100,000)、中新煤氣有限公司(100,000)、合益煤氣有限公司(100,000)、宗高煤氣有限公司(100,000)、錦泉煤氣有限公司(100,000)、信和液化煤氣有限公司(100,000)、世欣煤氣有限公司(100,000)、謝黃素君(即公正煤氣行)(100,000)、任志敏君(即淡水任德和煤氣行)(100,000)、鄭恭川君(即新力煤氣行)(100,000)、盧仁澤君(即興仁煤氣行)(100,000)、程銘得君(即萬勳廚具店)(100,000)	15 家業者於 88 年 5 月 12 日在淡水地區聯合調漲桶裝瓦斯價格，違反公平交易法第 14 條前段之規定。	1,500,000
89225	國太煤氣行(100,000)、楊永停君(即大眾煤氣行)(100,000)、許麗春君(即永信煤氣行)(100,000)	國太煤氣行等 3 家業者於 89 年 2 月及 3 月間就台東縣成功鎮地區桶裝瓦斯價格為合調漲，違反公平交易法第 14 條前段之規定。	300,000
90023	北誼興業股份有限公司(15,000,000)、乾惠工業股份有限公司(8,000,000)、高發灌裝股份有限公司(15,000,000)、欣峰煤氣分裝股份有限公司(15,000,000)、東儀液化石油氣	合意為共同調高運裝費，互不搶客戶及限制桶裝瓦斯分銷商選擇提氣自由等不為競爭之相互約束事業活動行為，嚴重影響高屏地區桶裝瓦斯運裝交易市場之功能，違反公平交易法第十四條	108,000,000 <sup>2</sup>



附表 1 公平交易委員會處分有關液化石油氣案件一覽表 (續)

罰鍰金額單位：元

年	被處分人 (罰鍰)	處分書摘要	罰鍰總金額
	分裝股份有限公司(4,000,000)、洪博隆君即健彰煤氣灌裝行(4,000,000)、新聯企業有限公司(4,000,000)、仕新煤氣分裝有限公司(4,000,000)、合上興液化石油氣分裝有限公司(4,000,000)、國匯液化煤氣分裝股份有限公司(8,000,000)、益群化工股份有限公司(4,000,000)、南成液化煤氣分裝所(4,000,000)、高雄煤氣分裝有限公司(4,000,000)、榮洲實業股份有限公司(4,000,000)、黃郁文君(即英能煤氣灌裝場)(1,000,000)、葉成發君(即鴻利煤氣分裝場)(1,000,000)、郭金生君(即旗美煤氣聯合分裝場)(1,000,000)、鍾耀恭君(即信成煤氣分裝場)(4,000,000)、豐宜實業股份有限公司(4,000,000)	規定。	
90024	聯合液化石油氣分裝股份有限公司(1,000,000)、中華季有限公司(2,000,000)、大統灌裝股份有限公司(1,000,000)、吳閩育君即三燕兄弟實業廠(8,000,000)、億霖企業股份有限公司(4,000,000)、學甲企業股份	合意為共同調高運裝費用之相互約束事業活動行為，嚴重影響台南地區桶裝瓦斯運裝交易市場之功能，違反公平交易法第十四條規定。	25,000,000

附表 1 公平交易委員會處分有關液化石油氣案件一覽表 (續)

			罰鍰金額單位：元
年	被處分人 (罰鍰)	處分書摘要	罰鍰總金額
90060	有限公司(4,000,000)、全帥液化石油氣分裝股份有限公司(4,000,000)、南亞瓦斯興業有限公司(1,000,000) 王炳憲君(1,000,000)	與其他同業合意為共同調高運裝費用,互不搶客戶及限制桶裝瓦斯分銷商選擇提氣自由等不為競爭之相互約束事業活動行為,嚴重影響高屏地區桶裝瓦斯運裝交易市場之功能,違反公平交易法第十四條定。	1,000,000
90090	花蓮縣液化氣體燃料商業同業公會 (600,000)	89年3月間召集花蓮地區瓦斯行同業開會,達成調漲桶裝瓦斯零售價格之共識,限制花蓮地區桶裝瓦斯分銷市場之競爭,足以影響市場功能,違反公平交易法第14條規定。	600,000
91050	中國石油股份有限公司(8,000,000)	濫用液化石油氣供應市場之獨佔地位,無正當理由對其南部經銷商自88年7月起採行不當差別取價行為,屬對商品價格為不當之決定,違反公平交易法第10條第2款規定。	8,000,000
91072	顏狄林君(即瑞豐瓦斯行)(100,000)、許鈺玟君(即全泰煤氣行)(100,000)、孫鏡林君(即惠光煤氣行)(100,000)、藍本在君(100,000)、蔡蘇瑞惠君(即池上煤氣行)(100,000)、朱美枝君(即瑞光液化煤氣供應社)(100,000)、啓和煤氣有限公司(100,000)	於89年7月7日、7月13日、7月20日召集台東市及台東縣瓦斯行同業於台東市勞工育樂中心聚會,達成調查桶裝瓦斯零售價格之共識,限制台東市地區桶裝瓦斯分銷市場之競爭,足以影響市場功能,違反公平交易法第14條規定。	700,000

附表 1 公平交易委員會處分有關液化石油氣案件一覽表（續）

罰鍰金額單位：元

年	被處分人（罰鍰）	處分書摘要	罰鍰總金額
92073	北誼興業股份有限公司(25,000,000)、寧揚煤氣分裝股份有限公司(25,000,000)、北桃煤氣分裝儲運場股份有限公司(24,000,000)、台和實業股份有限公司(20,400,000)、高興實業股份有限公司(16,800,000)、日華煤氣分裝有限公司(16,800,000)、彤達企業有限公司(15,120,000)、陽明山聯合煤氣分裝場股份有限公司(15,120,000)、六韜實業股份有限公司(13,200,000)、北部瓦斯股份有限公司(13,200,000)、合發氣體有限公司(11,880,000)、桃和液化石油氣分裝場股份有限公司(11,880,000)、鴻奇煤氣分裝有限公司(11,880,000)、六統實業股份有限公司(11,880,000)、集大分裝場股份有限公司(9,600,000)、德基泰實業股份有限公司(9,600,000)、星海石油氣事業股份有限公司(9,500,000)、聯瑞煤氣分裝行股份有限公司(8,640,000)、長成石油氣分裝廠股份有限公司(8,640,000)、莒隆實業股份有限公司(8,640,000)、安祥液化石油氣分裝處(8,640,000)、萬隆液化石油氣股份有限公司(8,640,000)、聯億液化石油氣股份有限公司	藉成立組織方式運作，合意調漲桶裝瓦斯運裝費用，並相約束事業互不為競爭，及，限制瓦斯行交易對象等，足以影響北部地區桶裝瓦斯及零售市場之供需功能，違反公平交易法第 14 條本文聯合行為禁制規定。	343,750,000

附表 1 公平交易委員會處分有關液化石油氣案件一覽表 (續)

罰鍰金額單位：元

年	被處分人 (罰鍰)	處分書摘要	罰鍰總金額
	(6,910,000)、榮星氣體股份有限公司 (6,000,000)、山盟實業股份有限公司 (5,400,000)、同達興實業股份有限公司 (5,400,000)、中鼎液化石油氣股份有限公司 (5,400,000)、福崗液化石油氣分裝有限公司 (5,400,000)、聯達能源股份有限公司 (3,020,000)、力詮氣體有限公司(2,160,000)		
93134	聯宏液化煤氣灌裝有限公司(750,000)	於金門地區液化石油氣市場，藉中國石油股份有限公司調整牌價時機，通知液化石油氣業者調整一致之零售價格，為以不正當之方法，使他事業不為價格之競爭，而有妨礙公平競爭之行為，違反公平交易法第 19 條第 4 款規定。	750,000
94097	國匯液化煤氣分裝股份有限公司 (5,000,000)	與其他同業合意為共同調高運裝費用、互不搶客戶及限制桶裝瓦斯分銷商選擇提氣自由等不為競爭之相互約束事業活動行為，嚴重影響高屏地區桶裝瓦斯運裝交易市場之功能，違反公平交易法第 14 條第 1 項本文事業不得為聯合行為之禁制規定。	5,000,000
94118	許朝鑒(中華煤氣聯合分裝場)(300,000)	通知並促使向其提氣之瓦斯行及聯繫澎湖瓦斯聯合配送中心，一致調漲桶裝瓦斯零售價格，違反公平交易法第 19 條第 4 款規定。	300,000
95012	豐原液化煤氣分裝場(430,000)、今元由實業股份有限公司(430,000)、歐凱瓦斯分裝廠	合意為共同調高運裝費用及協調桶裝瓦斯分銷商調漲售價、互不搶客戶等相互約束事業活動之	5,010,000

(40)

附表 1 公平交易委員會處分有關液化石油氣案件一覽表 (續)

罰鍰金額單位：元

年	被處分人 (罰鍰)	處分書摘要	罰鍰總金額
	股份有限公司(430,000)、中信企業股份有限公司(430,000)、台中液化煤氣分裝場股份有限公司(430,000)、大立液化石油氣分裝場股份有限公司(430,000)、巨洲實業股份有限公司(430,000)、台統實業股份有限公司(200,000)、大場興股份有限公司(200,000)、北誼興業股份有限公司(300,000)、平生液化煤氣分裝場股份有限公司(300,000)、馬旺股份有限公司(500,000)、中港區股份有限公司、(500,000)	行為,嚴重影響台中地區桶裝瓦斯運裝市場之市場功能,違反公平交易法第 14 條第 1 項本文聯合行為禁制規定。	
95013	台中市液化氣體燃料商業同業公會(500000)、張淳淳國際股份有限公司(180,000)	以集會方式,聯合調漲桶裝瓦斯價格,嚴重影響台中市桶裝瓦斯市場之市場功能,違反公平交易法第 14 條第 1 項本文聯合行為之禁制規定。	500,000
96147	全栓企業有限公司(360,000)、林妍儀 君即大隆燃料行(250,000)、森明液化煤氣有限公司(200,000)、台安煤氣有限公司(150,000)、黃淑貞 君即永吉煤氣行(100,000)、廖衍欽 君即森茂石油氣行(100,000)、陳黃梨花 君(100,000)、志文實業有限公司(90,000)、建業液化氣有限公司(70,000)、邱勝平 君(70,000)、林松協 君(50,000)、吳訓興 君(50,000)	於 93 年 6 月間協議調漲桶裝瓦斯零售價格等相互約束事業活動之行為,已足以影響雲林縣虎尾鎮桶裝瓦斯分銷商之市場功能,核屬違反公平交易法第 14 條第 1 項本文聯合行為之禁止規定。	1,590,000

附表 1 公平交易委員會處分有關液化石油氣案件一覽表 (續)

罰鍰金額單位：元

年	被處分人 (罰鍰)	處分書摘要	罰鍰總金額
96181	高雄市液化氣體燃料商業同業公會 (250,000)	於 96 年 2 月 8 日召開臨時會員代表大會，提出「液化石油氣桶裝瓦斯零售(分銷)商成本分析及市場價格估算參考表」，並藉會員代表大會決議，限制會員從事液化石油氣零售價格競爭，為足以影響高雄市桶裝瓦斯分銷市場供需功能之行為，違反公平交易法第 14 條第 1 項本文規定。	250,000
97044	立孚能源股份有限公司(25,000,000)、台北縣液化氣體燃料商業同業公會(25,000,000)、徐為君(25,000,000)、富國泰有限公司(2,000,000)、清記煤氣有限公司(1,500,000)、偉多利煤氣有限公司(1,000,000)、家美企業有限公司(800,000)、永松美有限公司(700,000)、江國瑛(1,000,000)、高萬盛(1,000,000)、彭淑貞(1,000,000)、吳壽吉(200,000)、謝瑞堂(150,000)、呂宏濤(100,000)、葉藩曄(80,000)、林明華(70,000)	立孚能源股份有限公司、台北縣液化氣體燃料商業同業公會、徐為君、富國泰有限公司、清記煤氣有限公司、偉多利煤氣有限公司、家美企業有限公司、永松美有限公司共同以不正當方法，促使大台北地區多處行政區內瓦斯行業者配合調漲桶裝瓦斯零售價格且不為價格競爭，暨互不搶客戶，而有限制競爭及妨礙公平競爭之虞之行為，違反公平交易法第 19 條第 4 款規定。 江國瑛君、高萬盛君、彭淑貞君、吳壽吉君、謝瑞堂君、呂宏濤君、葉藩曄君、林明華君等 8 人，分別為前項被處分人之董事或有代表權之人，因故意而致使前項被處分人違反公平交易法第 19 條第 4 款規定。	84,600,000

資料來源：行政院公平交易委員會 (1985-2008) 行政決定彙編。

註：1.附表之年份陳述同時表示該年度處分書之流水號。

2.旗美煤氣聯合分裝場負責人郭金生已過世，其業務早已委聘王炳憲君負責經營管理，故於 493 次委員會議決撤銷原部分處分體，940521 國匯液化經高等撤銷罰鍰 8 百萬。

# Uniform Pricing and Competitive Mechanism: A Study of Liquefied Petroleum Gas Industry

Chuen-Fa Chuang\*

## Abstract

Direct control of government and competitive mechanism induced by market power are two common conduits to regulate industries. In the early phase, the supply and dealer system of liquefied petroleum gas (LPG) industry belonged to a monopolistic structure, which indeed brought about several limitations for market mechanism while resulted in disadvantage of economic efficiency. Hence, the government's regulation is not only plausible but necessary. The supplementary measures of profit restraint to the LPG dealers and of territory limitation to final price implemented by government prevented serious damages for customers' interest. Since the deregulation of LPG market, the administration ignored the necessary of the supplementary measures. Illegal LPG bottling factories and distributors were emerged and led to undercutting behavior in the market. Then, the upstream and downstream industries continuously violated the Fair Trade Law. The most server punishment almost made the LPG industry become the large supporter of Fair Trade Commission.

It can be found by reviewing the two regulating policies that due to the deficiency of proper supplementary measures government uses market mechanism to substitute the original control policy would cause many sequelas for LPG market. For instances, security problems might be induced by the events that the LPG steel cylinders are not checked as scheduled, uncontrollable behavior of market trading induced by the emergence of illegal LPG bottling

---

\* Professor, Department of Finance, Jinwin University of Science and Technology.  
Corresponding Author. Email: [cfchuang@just.edu.tw](mailto:cfchuang@just.edu.tw).

factories and distributors would directly or indirectly stimulate the happening of collusion. Furthermore, the administration also disregarded the importance of reeducation for the people who works in the related industries. The result refers to that when regulating with market mechanism many firms would not accommodate new rule easily and violate the Fair Trade Law frequently. The large amount of accumulated forfeit made deep impression for people. Gauging the two regulation systems of the LPG market, the social cost of the 'competitive mechanism' is relatively not cheaper than the 'uniform pricing'. Accordingly, there is the room to rethink the question that which mechanism is more adequate for managing the LPG industry from the viewpoint of public policy.

**Keywords:** Uniform Pricing, Competitive Mechanism, Success Monopoly, Control Pricing, Cartel.

**JEL Classification:** L78, L95, L98