# 解析霸王行业现象

来源：网络 作者：独酌月影 更新时间：2024-10-19

*解析霸王行业现象20xx年春节前后，汽车、房屋等市场又进入了一个销售旺季。在这样红火的市场效应背后，我们仍然听到不少消费者愤愤不平的抱怨。这种抱怨，更多包含的是消费者的无奈：这毕竟是“卖方市场”，势单力薄的消费者又能奈其何？可喜的是，我们的...*

解析霸王行业现象

20xx年春节前后，汽车、房屋等市场又进入了一个销售旺季。在这样红火的市场效应背后，我们仍然听到不少消费者愤愤不平的抱怨。

这种抱怨，更多包含的是消费者的无奈：这毕竟是“卖方市场”，势单力薄的消费者又能奈其何？可喜的是，我们的消费者正在不断成熟。也许在15年前，人们还不懂得“消费者”几个字的分量；也许在10年前，人们还仅仅知道可以对假冒伪劣诉诸法律，无须自叹倒霉；也许在5年前，对商品及服务质量进行举报投诉已经蔚然成风；那么今天，越来越多的消费者已经意识到，在买卖交易面前必须讲求平等。

当然，要达成这种权利与义务的完全对等谈何容易！老百姓对于以垄断或者行政手段强加于身的“霸王条款”多次发出呼吁，“霸王行业”也是多次被中国消费者协会点名，“3·15”消费者日前后对不平等买卖关系的讨论也是此起彼伏，但是杜绝“霸王现象”绝非一日之功。深层了解“霸王行业”、客观分析“卖方市场”、吸收借鉴合理经验、打破行业垄断坚冰、主动维护自身权益，这是每个消费者乃至有关机构都要长期面对的挑战。

中国：“霸王行业”霸在哪里方言签订协议，如履薄冰；一旦签订，进入雾中；上当受骗，朦朦胧胧；有苦难言，忍气吞声……也许这是每一位受过“霸王现象”困扰的消费者真实的心理感受。20xx年年底，30余家新闻媒体和中国社会调查所联合举办的中国首届“霸王现象”认知度调查，公众评出了十大“霸王行业”：电信、房地产/物业、保险、电力、教育、医疗、银行、铁路、交通、超市。

十大“霸王行业”基本囊括了老百姓最重要的日常必需品：安身要住房，生活要用电，交往要通讯，生病得医疗，养儿需教育，出门得坐车，存钱找银行，购物到超市……可怜，大家日子过得再简单，也离不开这些行业！也正是因为这些生活离不开的行业存在“霸王现象”，才令老百姓如此深恶痛绝。之所以把这些行业称作“霸王”，关键在于面对行业中的强迫性规定，消费者是告也告不赢、躲又躲不开，结果只能忍气吞声、逆来顺受。

一位消费者在接受记者采访时甚至说，老百姓劳碌一年，原来都在为“霸王行业”卖命。人们不禁要问，难道“上帝”遇上“霸王”，真的无药可救？“霸王条款”设下多少埋伏？电信行业：“充值卡过期作废”和“电话收取座机费”已经成为公众最痛恨的“霸王现象”。

除此以外，“宽带故障，费用由消费者出”、“使用充值卡的手机，不提供通话详单打印服务”、“手机信号中断，经营者不承担责任”，手机通话双向收费等规定都成为公众投诉的热点。保险行业：公众普遍反映各家保险公司都是“投保容易，理赔难”。

如人保公司的家庭财产险，公司就可以单方面撤消；各家保险公司的车险等许多险种都存在入保时交了很多钱，但理赔时，公司可以说出很多免赔的理由和规定，让投保者得不到预期的合理赔偿等现象，让消费者大有上当的感觉。电力行业：公众怨声最大的是电价上涨和随时随地断电的问题。

房地产行业：公众不仅对房地产开发商一肚子怨气，同时对物业公司和房地产中介公司也是怨声载道。比较突出的问题有，房地产商在出售房屋时侵占消费者购房预定金和减少自己的违约责任等现象；物业公司收取业主费用不替业主服务；房产中介存在的“强制缔约行为”、“强制授权行为”、“加重消费者违约责任”、“中介方侵占买卖双方违约金”、“中介费超出规定标准”等等“霸王条款”都让消费者受害不浅。

教育行业：教育乱收费已经成为社会上反映比较强烈的一种不良现象。教育本身是一种纯洁的行业，可是近几年，教育行业变得越来越黑暗，高收费、乱收费是家常便饭，收取赞助费更是让所有家长表示不理解和痛斥。

医疗行业：公众普遍反映看不起病了，医院已经不是穷人可以踏足的地方。救死扶伤的医院也像被蒙上铜臭的教育行业一样，高收费、乱收费成为医院的标志。

最让消费者不能容忍的是，某些医院在高收费和乱收费的同时，不但没有提高自己的服务水平，还经常出现“不管病情多严重，没钱就不给看病”和在手术前强迫病人家属签订“如出现意外，医院概不负责”的协议书等现象，让公众对“救死扶伤”四个字打上了大大的问号。金融行业：银行信用卡收取年费是公众反映最突出的问题，尤其是四大国有银行，打着“国际惯例”的幌子向持卡人收取年费。

除此以外，公众认为，国有银行在休息日提前下班或中午停止营业的做法实在是有悖一个服务行业的宗旨。商业领域：超市的问题在此次调查中反映得比较多。

比如商家的产品在进入超市时要收取进店费等名目繁多的费用，使众多商家还没等卖出商品就已经背负了沉重的负担，苦不堪言。铁路行业：反映比较多的问题是“退票收取退票费”、“春运期间车票涨价，服务不涨”的现象。

据报道，20xx年春运高峰期间，铁路部门票价涨幅达到了15～20。与此同时，公众还反映铁路部门的“铁老大”习气非常严重。

这几乎是所有与铁路打交道的百姓都遇到过的现象。可是让百姓无法接受的是，为什么火车出现晚点等情况时，铁路部门对消费者连一句道歉的话都没有，就更不要提经济补偿了。

消费者大都无奈地认为，铁路部门真是太伤消费者的心了。餐饮行业：“不许自带酒水”、“满百送十”、“谢绝外卖”、“茶水、纸巾都收取费用”、收取比例不等的服务费成为广大消费者投诉的焦点。

当“上帝”遭遇“霸王”面对如此多的“霸王现象”，消费者都是如何解决的呢？调查显示，多数消费者选择了向消协投诉、向媒体反映、拒绝签订协议、寻求法律帮助等途径。但是对于一些绝对“霸王行业”(比如电信、铁路、银行等)的“霸王现象”，消费者也只能采取能忍则忍的态度了。

在国家垄断经营的城市公共服务企业中，暖气公司可谓“顽固分子”之一。他们在供应范围、供应面积、供应季节和温度等方面均体现出强制、不可商量的“霸王作风”——不屑和户主打交道，只对准一个单位或一个小区，起码也是某幢大楼。

至于某家人因旅行想少用一两个月，至于某户主是单身汉不需要所有房间都供暖，至于有的人不喜欢过高温度……对不起，人家根本不会理你。一位业内人士说，这类“霸王企业”和私营企业比起来不知拥有了多少特权，他们在征用土地、破路埋设管道、燃料供应、市场开发等方面，都因打着政府部门的牌子而畅通无阻且成本低廉；他们几十年来都在享用着没有竞争和垄断定价的好处，从不为卖不出产品而发愁，工资和福利却远远超出当地企业的平均水平。

这是典型的“用人民的税款办企业、用政府权威销售产品”的垄断行为。在一家IT公司上班的刘威先生说，物业公司的“霸王条款”气得人咬牙切齿，比如：一楼住户也要交电梯费；公摊面积、地下室都让物业偷着出租了，物业用公摊面积办公，在地下室做饭，物业与业主没有合同却能进来收钱……一个显而易见的事实是，制定“霸王条款”的人几乎无一例外的是垄断企业。

从短期来看，因为消费者缺少选择，类似条款的制定会给企业带来短期的高回报。但随着这种不平等条款不断地被质疑，以及消费纠纷的不断尖锐，其实企业是在不断打击消费者的消费信心。

“霸王”为什么那么牛难道这些企业真的不担心这些“霸王条款”会影响到自己的长远发展吗？一位在电力部门工作的员工说：“消协点评就点评，反正又不能真的拿我们怎么样！”“人民电信人民办”——这是中国电信消费者耳熟能详的口号，电信行业的高速发展，在很大程度上是纳税人分担了大部分投资。但“人民电信”是不是“为人民服务”，服务得如何，是不能不大打折扣的。

近10年来，消费者反电信垄断的呼声不是不高，社会各界的舆论不是不予支持，几乎每年的“两会”都有关于反电信垄断的提案，政府也并非不管不问，从电信一分为二，到二分为三，再到三分为四，从体制上反电信垄断的步伐一直没有停止过。然而，电信还是稳坐“霸王”首位，业内人士指出，就是因为它代表了两大利益：国家的利益和部门的利益。

20xx年，信息产业销售收入突破2万亿元人民币，已成为中国经济的第一支柱产业。电信既是自然垄断，也来自政府的授权。

因为电信行业的创收必须从消费者口袋里掏票子，在利益的驱动下，能多掏绝不会少掏。在全国各地，电信部门的职工是很令人羡慕的：工资高、福利好。

电信行业的职工收入曾连续几年高居全国各行业之首。两种利益相辅相成，互为作用，电信的“霸王”地位谁能撼动得了？国务院发展研究中心市场经济研究所所长陈淮说：“如果是国外的企业、完全市场化了的企业，那还怎么会对它的消费者这样不重视呢？而那些接近于垄断的企业，他们又怎么能关心这些问题呢？比如民航机票的价格和电信服务定价的问题，好多人都一直在呼吁，可结果又怎么样呢？这不是几句话就能解决的问题。

”清华大学法学院的一位教授说，不顾企业社会形象而单方面制定不平等条款，这本身就是种很不正常的经济行为，受此危害的不仅仅是产生消费行为的公众，还有企业自己。一项经济政策的制定或者一种经济行为的决定是需要决策者有一定远见的，需要着眼于将来而不是仅仅停留在现在。

“霸王现象”何时休在如何制止和消灭“霸王现象”的问题上，公众普遍认为要坚决打破垄断，让更多的工商企业参与到竞争中来；还有的提出既要加大对违规者的处罚力度同时还要加强政府的监管力度；除此以外，不断完善法律法规和发挥媒体的作用都是被消费者认为能够有效制止“霸王现象”的手段。在中央国家机关供职的孙先生说，垄断固然是一些行业霸气十足的原因，但垄断并不天然产生霸气，霸气也并不都来自垄断，比如这次入选“霸王行业”的超市行业就是充分竞争的行业。

助长这些行业霸气的背后，其实与有些政府部门的监管不力有很大关系。因此，政府部门应该主动介入、及早介入，把“霸王条款”扼杀在襁褓之中。

一些企业常常以“本公司拥有最终解释权”为挡箭牌，把消费者的维权请求挡回去。而事实上，合同的解释权，应该是双方平等协商，共同拥有，而“最终解释权”在司法机关，绝不是经营者。

法律专家指出，目前我国的合同法、消费者权益保护法等对“霸王条款”的规制过于抽象和概括，缺乏具体明晰的法律表述，也缺乏救济性的条款。这是我们在加强立法中应该克服的一个缺陷。

北京市中级人民法院的谷法官说，立法的价值取向首先要明确，就是保护消费者，保障市场的平等竞争。很多国有企业在打官司时，动不动讲“国有资产流失”、“我是国企，我不赢，你就是危害了国家利益”。

这实际是把企业利益混同于国家利益，打着“国家利益”的招牌来维护自己的利益。毫无疑问，打破垄断不但是现阶段推动我国市场经济进程的当务之急，更是应对加入世界贸易组织(WTO)“后过渡期”国际竞争的明智之举。

除了国家有关部门从行政等政策角度给垄断打开一个“缺口”外，行业协会也应发挥一定的能动作用。然而，在电信、电力、教育、医疗等高垄断、高壁垒产业，要么看不到行业协会的踪影，要么看到的是违背市场原则的运转机制，似乎都与政府有着某种直接或间接的亲缘关系。

倘若他们多吸收民间力量的加入，加强与广大消费者的交流和沟通，体现协会的群众性和服务功能，引入高效、透明的责权监督机制，那么就不至于出现超过97的受访者遇到过“霸王条款”，在寻求解决后，很少或根本没有得到过满意的结果这样一种尴尬情景了。　墨西哥：“霸王行业”垄断资源《环球》杂志驻墨西哥城记者/叶书宏一提到墨西哥电信公司，《环球》杂志记者的墨西哥籍同事米切尔就恨得咬牙切齿，因为每到月末结账的时候，他的话费单上总会有些说不清道不明的东西。

20xx年１月，米切尔的账单上无故多出几十比索（1美元约合10比索）的语音信箱收费，打电话到电信公司查询，对方称这是公司的新业务，如果用户不主动取消该项服务，公司将视作客户默许。米切尔认为时间比权益更重要，于是决定放弃投诉的机会。

但是与米切尔相反，多数人选择捍卫自己的权益。当月，墨西哥联邦消费者检察院共接到针对电信公司“语音信箱服务”的投诉4280件。

经过调查，联邦消费者检察院发现，电信公司在未征求用户同意的情况下，向普埃布拉、科利马等6州共62万用户提供“语音信箱服务”。《墨西哥联邦消费者权益保护法》第

7

6、86款分别规定，企业在出售产品和服务时，必须向消费者提供详细充分的信息，必须尊重消费者选择附加或特殊服务的特权。因此，联邦消费者检察院以电信公司违反《消费者权益保护法》为由，责令其在收到通知后24小时内终止该项服务，否则将被处以高达2715万比索的罚款。

墨西哥电信公司在该国电信市场上长期占有垄断地位，因此说话做事从来不看任何人脸色，对于消费者检察院的通牒，自然也不放在心上。电信公司在收到检察院通知后，仅以书面方式向上级法院提出申诉，最终因证据不足被驳回，维持消费者检察院的裁决。

在舆论压力下，电信公司暂时放弃了以往的“霸权主义”思维，决定以更加民主的方式面对消费者，同时对消费者作出赔偿。据墨西哥消费者协会统计，电信服务已经成为墨西哥投诉率最高的行业，而墨西哥电信公司以每年1.4万多宗投诉案高居榜首。

由于“语音信箱服务”是电信公司开设的新业务，对公司赢利影响不大，所以公司选择了妥协，而对于广遭非议的“利用垄断地位单方面制定高价格”，该公司则是寸步不让。据亚太经济合作与发展组织统计，相对于消费者购买力而言，墨西哥电信的服务价格在其所有成员国中最高，其市话价格是美国的近两倍。

尽管墨西哥政府和消费者一再促其降低价格，但电信公司依然故我，它依靠的无非是对该国近80的通信网络和900万固话用户等关键市场资源的垄断。传统经济学观点认为，自由竞争企业是市场价格的接受者，而垄断企业则是价格的制定者，在垄断行业中，消费者只能是价格的被动接受者。

消费者与电信公司的不平等地位源自后者对关键市场资源的垄断，这种情况同样出现在邮政、有线电视服务、银行和政府部门中。例如有线电视公司在合同中要求客户对服务预先付费，而对服务中断赔偿问题只字不提；银行在办小额抵押贷款时强迫客户用高于贷款数十倍的财产作抵押；墨西哥邮政在投递信件或物品受到损坏时逃避赔偿责任等等，面对这些问题，消费者只能被迫接受。

当市场上只有唯一卖者，或一个企业拥有绝大多数关键资源时，便产生了资源垄断；而当政府给予一个企业排他性地生产一种物品的权力时，就产生了行政垄断。行政垄断同样会造就所谓的“霸王企业”，墨西哥电力公司便是一例。

在20xx年联邦消费者检察院投诉排行榜上，电力公司以1.2万宗高居第二位。举例来说，20xx年2月，墨西哥城市民阿蕾娜向联邦消费者检察院求助，当月她家电费无故上涨到1.8万比索，可笑的是，她家里连电视都没有，怎么会有如此高的电费？联邦消费者检察院调查后发现，阿蕾娜所住区域多数市民当月电费上涨了至少两倍。

在舆论压力下，电力公司后来解释说，几年前电力公司在该区域安装新电表时，因技术人员疏忽未删除旧电表账户，此后电力公司按照新电表记录数据向市民寄账单，而向无流量的旧电表账户按月累计定额服务费。20xx年年初，公司在更新系统时发现，那些无流量的旧电表账户同新电表账户原来出自同一个住址，因此在未向市民解释和征求市民同意的情况下，强行把过去累计的定额服务费追加到2月份电费中。

市民们得知该情况后，试图通过与电力公司谈判解决问题，结果遭到对方拒绝。更加恶劣的是，该地区的停电自此变得非常频繁。

由于电力公司属国营单位，因此同属政府部门的联邦消费者检察院在此问题上表现得颇令墨西哥城市民失望。信息不对称也是导致墨西哥消费者处于弱势地位的重要因素。

例如，前不久，墨西哥城波兰科区州际总统饭店在未提前通知客人的情况下，强行在住宿费用中增加3美元水电费，理由是“墨西哥城今年上半年水电费上涨了10”。消费者协会官员表示，饭店按成本经营是合乎逻辑的，但应当在客人下榻之前作出说明，这是确立双方平等交易地位的前提条件。

再比如，墨西哥私立医院在接收急诊病人时，从不对病人家属说明收费条目，往往病人在出院的时候才发现，就连医生为病人处理伤口的橡皮手套都需要付费……但是，由于此类事件都发生在自由竞争的行业，因此通常商家会出于形象考虑主动作出让步。目前，墨西哥国会正在考虑修改《合同法》《消费者权益保护法》和《电信法》，而这些修改将基于“承认消费者在市场经济中的弱势地位，从而通过政府干预和立法，逐步消除可预期的和不可预期的不公正待遇”。

　美国：以法制“霸”《环球》杂志驻纽约记者/王波作为一个市场经济高度发达的资本主义国家，美国在反垄断和反不公平交易方面有着比较成熟的立法、执法体系和实践。颁布于1890年的《谢尔曼法》不仅是美国第一部反垄断法，也是世界第一部反垄断法。

《谢尔曼法》和另一部反垄断基本大法《克雷顿法》，以及其他反垄断、反不公平交易法使美国拥有较其他工业化国家更为严格和完善的反垄断法律体系。这些法律法规主要规定了禁止各种非法垄断性、限制性或不正当商业行为的规则。

签订限制贸易的协议、联合对某一行业进行垄断、结成价格联盟、实行价格歧视、通过兼并取得垄断地位等行为都构成法律上的侵权行为，任何人都可以作为原告对这些行为提出指控。美国的联邦执法和司法机构在判定垄断或其他不正当竞争行为时遵循两个主要原则，一是本身违法原则，如横向的价格联盟可被认定为不法垄断，由司法机关强制加以禁止；另一个是合理原则，某种行为在形式上属于反垄断法制裁的对象，但经过对实际情况的利弊分析，如果这种垄断对经济和社会产生的正面影响大于负面危害时，则不判定违法。

在美国这样市场经济发育成熟，政府对经济活动本身很少干预，且有关反垄断和其他不公平交易的法律相对完备的国家，出现第一种违法行为的情况不是很多，频繁使用这种手段获取经济利益的企业就更少。这是因为，各种法律法规已经对此类行为有明确的限制，公然违法的成本会很高，而且企业一旦名誉扫地，就等于断了自己生路，只能永远退出竞争。

在美国发生的“霸王案例”主要属于第二种情况。20xx年，美国发生一起连法院都难以处理的不正当竞争案，就是由于涉案企业使出的招数表面上看是对消费者有利，实际上却是逼迫消费者接受的“霸王条款”。

美国最大的透明胶带生产商3M公司通过向消费者许诺退还较多货款来实现实际上的价格安排，企图保持对透明胶带市场的垄断，遭到竞争厂商乐佩奇公司的控告。3M公司辩解说，并没有以低于成本的价格出售产品，因此自己的打折行为是完全合法的。

但法庭认为，如果一个垄断企业没有拿出站得住脚的商业理由而从事排他性、破坏性的行为，将被视为违反反垄断法。3M公司的退款协定是以消费者购买来自其不同领域6条生产线的产品、并达到一定数量为条件的，是一种“捆绑式优惠”，消费者购买3M公司生产的某种产品并非因为其物美价廉，而是为了在购买其生产的另一种产品时能够得到优惠，因此，这种优惠限制了那些无法生产多种产品的竞争对手。

因此，法院判定3M公司以3倍数额偿金赔偿同行竞争企业受到的损失，赔款总计6800万美元。在美国，违反反垄断法的企业不但会遭到3倍于损失金额的偿金，情节严重者甚至会被强制拆分。

近一个世纪以来，因违反反垄断法而被强行拆分的著名企业包括标准石油公司、美国烟草公司、美国铝业公司、AT＆T公司等。而同样是推行捆绑式销售，著名的微软公司却有另一番境遇。

1998年5月，美国司法部和20个州(南卡罗来纳州后来退出)联合提出诉讼，控告掌握全美乃至全球最大软件市场份额的微软公司违反反垄断法。20xx年6月，哥伦比亚特区联邦地方法院法官托马斯·杰克逊宣布了处罚判决：将微软公司一分为二，一家经营视窗(WINDOWS)系列操作系统，另一家经营OFFICE系列办公应用软件和IE系列网络应用软件业务。

值得注意的是，美国政府为提高本国企业在全球市场的竞争力，还会区别对待行业垄断行为。如1996年波音公司兼并麦道公司的案例。

在成功兼并麦道后，波音不但巩固其在全球航空制造业龙头老大的地位，能够集中精力应对来自欧洲空中客车公司的强力挑战，更形成对美国国内航空运输业的绝对垄断。不难看出，在经济全球化的大背景下，美国为了加强自身在全球经济市场的优势地位，对构成垄断事实的企业是否采取制裁措施，主要以该企业是否有利于美国参与全球竞争为依据。

微软公司在全球软件业无出其右的绝对优势地位，确保其即使一分为二也依然可以独步天下。而作为美国在世界航空工业中的利益代言人，波音公司如不兼并麦道，则很难在全球市场竞争中确保对欧洲空中客车公司的优势。

可见，美国在反垄断方面遵循的两条基本原则是：

一、确保国家利益，照顾企业利益，保护消费者利益；

二、保证市场在良性和有效的竞争中健康发展。日本：软硬两手对付“霸王”　《环球》杂志记者/王晓梅20xx年11月22日，日本公正交易委员会宣布，于20xx年1月24日对未接受该委员会劝告的三井住友建设等23家公司进行审判。

此前，公正交易委员会以在政府桥梁建设竞标过程中，存在私自商定竞标金额等舞弊行为为由，向上述23家公司发出劝告，要求它们停止违反《经济力量过度集中排除法》和《关于禁止私人垄断及确保公正交易的法律》(以下称《禁止垄断法》)的行为。《禁止垄断法》在日本经济生活中占有重要位置，是日本规定经济秩序的基本法和现代经济法的核心。

《禁止垄断法》颁布之后，日本国内经济形势发生了很大变化，为满足经济发展的实际需要，日本对该法进行了几十次修订。以促进公平和自由竞争为目的的《禁止垄断法》有三大支柱：禁止不正当的交易限制(卡特尔)；禁止私人垄断；禁止不正当的交易方法。

日本公正交易委员会是防止私人垄断及不公正交易、促进公正自由竞争的机构，根据1947年制定的《禁止垄断法》而设立。它隶属于首相，是内阁之外的政府行政机关，独立行使职权，不受他人干预。

在实施《禁止垄断法》过程中，具有准立法和司法机关的性质。该委员会采取委员会制，由主席和4名委员组成。

主席和委员须由首相提名，经国会两院同意后任命，任期5年。作为《禁止垄断法》的监督、执行机构，公正交易委员会根据法律、法规来监督各行业、各企业的市场经济行为是否存在垄断或不公平竞争等违法行为，并制定、公布了一系列指导方针，对违法行为进行事先预防。

根据《禁止垄断法》，公正交易委员会有对涉嫌违法的公司、人员进行调查的权力。当违法行为得以确认后，该委员会须劝告当事方采取相应措施，停止违法行为。

未果，则进入审判阶段。一旦被判定违反《禁止垄断法》及相关法规法令，将视情节轻重对违法者进行不同程度的惩罚。

《禁止垄断法》规定的刑事责任为3年以内的拘役，500万日元以内的罚金。有了严格的法律体系和有力的监督机构，日本不正当竞争和垄断行为在一定程度上得到了较好的抑制。

但与中国情况类似的是，在电力、邮政、天然气、电信等自然垄断行业中，仍然存在着不同程度的“霸

[1][2]下一页

在百度搜索:解析霸王行业现象

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找