vinetur

FTC与Southern Glazer’s达成和解，这是自2000年以来首宗罗宾逊-帕特曼法案件

拟议命令将对美国最大的葡萄酒和烈酒经销商实施为期六年的定价监督。

2026年10月13日星期二



美国联邦贸易委员会（FTC）已与Southern Glazer’s Wine and Spirits达成拟议和解。这起价格歧视案件是该机构自2000年以来首次依据《罗宾逊-帕特曼法》采取执法行动，重新启动了一个长期沉寂的联邦反垄断法律领域，并将美国最大的酒类经销商之一置于为期六年的监督之下。

拟议同意令于10月2日提交法院，距离FTC于2024年12月起诉Southern Glazer’s已近两年。该机构指称，这家公司向小型独立零售商销售葡萄酒和烈酒时，收取的价格远高于向大型全国性和地区连锁企业提供的价格，这种做法可能损害竞争。

Southern Glazer’s是美国最大的葡萄酒和烈酒经销商。由于这起案件可能影响联邦监管机构处理酒类分销定价行为的方式，因此一直受到饮料行业密切关注。如果FTC今后提起类似案件，此次行动可能成为葡萄酒和烈酒批发商的重要参照，也可能为那些表示自己因大型连锁企业获得更优惠价格而处

于不利地位的小型零售商提供更多保护。

《罗宾逊-帕特曼法》禁止卖方对同一种商品的不同买家收取不同价格，前提是这种做法可能损害竞争。国会在大萧条时期通过该法，旨在保护小型独立企业，避免它们受到大型竞争对手凭借折扣优势的打压。但在FTC于Southern Glazer’s案中重启执法之前，联邦机构对该法的执行已基本沉寂二十多年。

FTC与公司没有继续诉讼，而是同意达成一项以详细合规机制为核心的和解。根据拟议命令，Southern Glazer’s须在六年内每半年向独立监督员提交销售数据。监督员由FTC任命，向该机构负责，费用由Southern承担。审查将涵盖配对交易，即同一产品分别售予大型连锁零售商及其竞争对手独立零售商的交易。

命令还规定，如果监督员发现价格差异，将启动付款机制。若独立零售商累计多支付的金额在扣除允许的成本和支持项目调整后，于12个月内超过5,000美元，Southern可向该零售商支付争议金额，并加付50%的罚金，以解决问题。如果Southern不自愿支付这笔补救款项，导致FTC必须采取执法行动，付款金额将增至多收金额的两倍。

拟议和解保留了《罗宾逊-帕特曼法》规定的若干抗辩理由。Southern仍可主张，其他买家实际上也能获得较低价格；公司是在应对竞争；或市场状况变化足以证明相关定价合理。但命令要求公司为这些抗辩提供具体文件证明，并遵循相应程序。

命令还禁止公司重组供应商支持做法以规避命令。Southern必须建立《罗宾逊-帕特曼法》合规计划，包括为高管和商务人员提供培训，并设立保密举报渠道。

这项协议的安排反映了FTC在法院追讨款项方面的权限限制。FTC主席Andrew Ferguson在随和解发布的声明中表示，命令仅规定面向未来的救济，因为最高法院于2021年在AMG Capital Management诉FTC案中裁定，《FTC法》第13(b)条未授权该机构在联邦法院寻求金钱救济。这意味着，即使FTC在审判中胜诉，也无法通过这一途径为Southern过去的行为向其客户争取赔偿。

Ferguson支持和解值得注意，因为FTC于2024年投票决定起诉Southern Glazer’s时，他曾投下反对票。当时他认为，该案在实体问题上存在严重缺陷，也让人质疑机构应如何使用资源。不过，出任主席后，他没有推动撤销此案，而是支持和解，并表示《罗宾逊-帕特曼法》“仍然是有效法律”；他还指出，若FTC发现存在非法价格歧视并损害处于不利地位的零售商和消费者的证据，就会采取行动。

他的声明也显示，FTC今后的执法方式可能会更为收窄。Ferguson表示，机构资源更适合用于涉及具有市场支配力买家的案件。这表明，相比主要围绕竞争零售商利润空间展开的案件，FTC今后可能更倾向于处理其认为消费者损害明确的罗宾逊-帕特曼法案件。

FTC委员Meador也支持这项和解，但对该法在酒类行业的适用提出了不同方面的担忧。他表示，酒类分销的监管体系因州而异，使这一行业尤其难以适用《罗宾逊-帕特曼法》执法。他还建议FTC制定正式指引，说明该机构计划如何执行这项法律；他表示，自己更倾向于对食品和杂货等直接影响生活成本的行业开展有针对性的调查。

因此，Southern Glazer’s案的意义超出了单一经销商本身。它表明，FTC再次愿意动用一项在整整一代人的时间里基本未曾用于联邦执法的法律。此案也为未来案件提供了一种模式：不是笼统要求遵守法律，而是建立以数据为基础的监督机制，配套规定补救性付款，并在公司不合规时逐步加重后果。

即使监管机构今后最终将大部分注意力投向其他领域，这起案件仍可能对饮料市场企业产生实际影响。酒类经销商通常采用复杂的定价和促销支持安排，销售结构也受各州监管。联邦和解要求详细报告、保留传统法定抗辩，并对无法解释的价格差异予以处罚，这可能影响批发商如何记录向连锁企业和独立零售商提供的折扣；葡萄酒和烈酒领域尤其如此，因为大型和小型零售商经常争售同类产品。

这起诉讼历经两届政府，在双方达成拟议命令前持续了近两年。这项和解如今让FTC在一部自2000年以来未曾用于法院诉讼的法律下取得了具体执法成果，同时也让该机构内部关于这部历史悠久的反垄断法应在何时、哪些行业中适用的更广泛政策讨论继续进行。