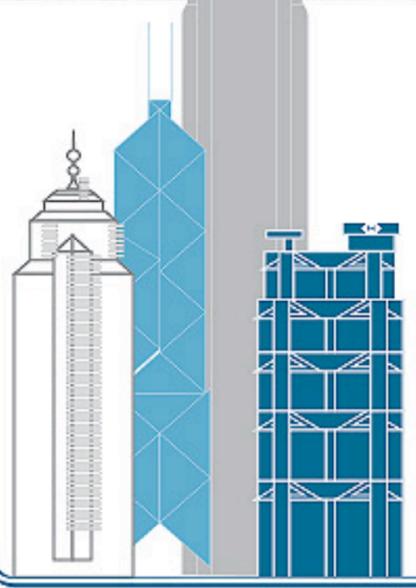




經濟課程(中四至中六)資源套

反競爭行為及競爭政策

林平與馮靜儀合著



ISBN 978-988-8019-01-4

© 2008 版權屬教育局及作者所有，惟學校可複製作教育用途。

教育局
課程發展處
個人、社會及人文教育組
二零零八年

出版背景

我們出版本資源套，目的是支援學校於2009年9月實施經濟課程(中四至中六)。「反競爭行為及競爭政策」是該課程的新課題。為提供有關這課題的概念、本地和海外例子等參考資料給教師，教育局課程發展處邀請嶺南大學經濟系林平教授及馮靜儀小姐編寫本資源套。我們衷心感謝林教授和馮小姐。

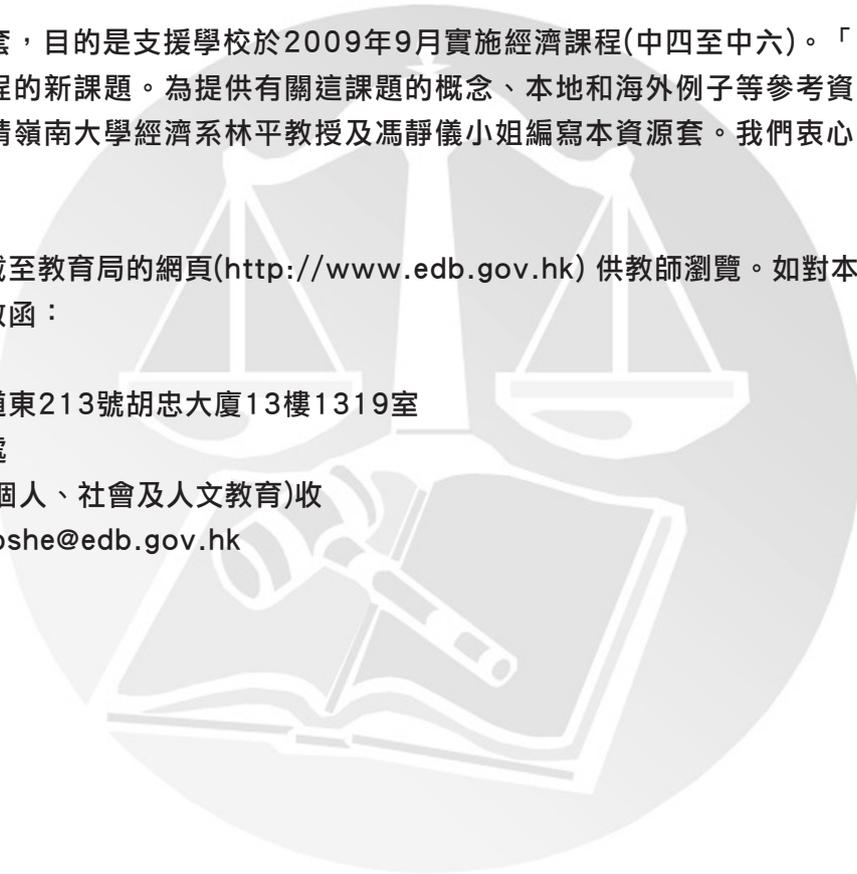
本資源套亦已上載至教育局的網頁(<http://www.edb.gov.hk>) 供教師瀏覽。如對本資源套有任何意見或建議，歡迎致函：

香港灣仔皇后大道東213號胡忠大廈13樓1319室

教育局課程發展處

總課程發展主任(個人、社會及人文教育)收

電郵地址：ccdopshe@edb.gov.hk



反競爭行為及競爭政策

目錄

序言.....	III
作者簡介.....	IV
I. 導言.....	1
競爭.....	1
反競爭行為.....	2
制訂競爭政策的目的.....	2
II. 橫向協議.....	4
操縱價格.....	4
定義.....	4
實例.....	5
分配市場.....	6
定義.....	6
實例.....	6
串通投標.....	6
定義.....	6
實例.....	7
串通行為背後的經濟動機.....	7
聯合抵制.....	8
定義.....	8
實例.....	8
經濟動機.....	9
對競爭環境及社會的影響.....	9
針對橫向協議的公共政策.....	9
III. 縱向限制.....	12
控制轉售價格.....	12
定義.....	12
實例.....	12
經濟動機.....	12
對競爭環境及社會的影響.....	13
獨家交易.....	13
定義.....	13
實例.....	13
經濟動機.....	13
對競爭環境及社會的影響.....	14



獨家地區銷售.....	14
定義.....	14
實例.....	14
經濟動機.....	14
對競爭環境及社會的影響.....	14
針對縱向限制的公共政策.....	14
IV. 濫用支配地位.....	17
搭賣與綑綁銷售.....	17
定義.....	17
實例.....	17
經濟動機.....	18
對競爭環境及社會的影響.....	19
掠奪性定價.....	20
定義.....	20
實例.....	20
經濟動機.....	20
對競爭環境及社會的影響.....	21
擠壓價格.....	21
定義.....	21
實例.....	21
經濟動機.....	22
對競爭環境及社會的影響.....	22
針對濫用支配地位的公共政策.....	22
V. 合併.....	25
橫向合併.....	25
定義.....	25
實例.....	25
經濟動機.....	26
對競爭環境及社會的影響.....	26
縱向與集團式合併.....	26
定義.....	26
實例.....	27
經濟動機.....	27
對競爭環境及社會的影響.....	28
針對合併的公共政策.....	28

反競爭行為及競爭政策



序言

此教材套特別配合經濟課程及評估指引（中四至中六）的選修課題「反競爭行為與競爭政策」而設計。

撰寫此教材套時，我們經常提醒自己，競爭分析及相關的政策問題是個綜合法律與經濟的科目，大部分在職教師未必對此課題有專門認識。故此，為符合高中經濟科課程的要求，教材套內容集中在經濟分析以及經濟行為等方面。

每個專門學科都有一套專門術語，在教材套中，我們為每項專門術語配上顯淺的解釋，並盡量配以例子說明。學生掌握課程所涵蓋的基本概念以及分析方法之後，我們應該鼓勵他們去探索正在不斷變化的社會環境跟競爭行為的關係。

在生活性、趣味性、啟發性三方面，我們相信這個教材套對老師及學生都能有所裨益。

林平
馮靜儀

二零零七年九月

反競爭行為及競爭政策

作者簡介

林平教授

山東大學理學學士、中國社會科學院文學碩士、明尼蘇達大學哲學博士
嶺南大學經濟系教授

林平教授於美國及香港任教有關工業組織及競爭政策的科目達十五年之久。他的研究範圍集中於競爭政策及規管法則，以及工業經濟學。文章曾刊登於《Journal of Industrial Economics》、《International Journal of Industrial Organization》、《Review of Industrial Organization》、《European Economic Review》、《Canadian Journal of Economics》以及其他經濟學刊。

林教授亦於眾多重要的政經組織任職顧問，包括亞洲發展銀行、國際律師協會、國際競爭網絡、經濟合作及發展組織、以及中國國務院發展研究中心。

目前，林教授兼任以下專業職務：

電訊（競爭條文）上訴委員會成員，

由特首委任，任期由2007年8月31日至2009年8月30日；

亞洲競爭論壇學術部創會會員，由2005年至今。

馮靜儀小姐

倫敦大學法律學士、香港中文大學理學碩士、華威大學工商管理碩士
嶺南大學經濟系高級研究項目主任

馮靜儀小姐自2006年加入嶺南大學擔任高級研究項目主任至今，一直積極參與有關競爭政策的研究工作。

加入嶺大之前，馮小姐曾經在公營及私營機構任職，包括擔任電訊管理局的規管事務經理達三年，負責經濟規管事宜；亦曾任消費者委員會的高級商營手法事務主任達兩年半，對競爭分析具豐富經驗；又曾於一所國際律師行工作達三年，輔助律師事務工作。

任職消委會期間，馮小姐曾參與多項關於消費者權益的研究及涉及反競爭行為的調查。其後在2003年，她考獲倫敦大學的歐洲聯盟競爭法學士後文憑。

反競爭行為及競爭政策

I. 導言

主要概念

競爭市場：有充足貨品及服務供應的市場，當中價格純粹由供求的自然力量所調節。

反競爭行為：以人為方法透過橫向或縱向協議扭曲市場競爭，或透過濫用市場力量阻撓競爭者進入市場的行為。

競爭政策：訂立規則或條例改正被扭曲的市場狀況，以及對反競爭行為作出懲處。

競爭

簡單而言，市場是個活動場所，當中供應商提供可替代產品以爭取顧客。廠商為爭取顧客而競爭，而競爭本身亦由供求所推動，一方面廠商追求利潤的極大化，另一方面消費者亦在追求自身利益的極大化。

理想的競爭市場需要有不同的供應者提供足夠貨物或服務，這樣，供求的自然力量才能起著調節價格的作用。在真正存在競爭的市場中，有廠商為獲利進入市場，亦會有廠商因虧蝕離開，最終就會自行調節至一個均衡價格。

競爭可以帶來三種不同的經濟效益：生產效率、分配效率以及動力效率。生產效率指在生產過程當中沒有浪費資源。分配效率指在資源和科技不變的情況下，整個經濟分額經已極大化（或生產者盈餘及消費者盈餘的總和已極大化）。用另一種說法，分配效率指：除非放棄部分更有價值的貨物，否則根本不可能再生產出額外貨物。廠商互相競爭時，市場機制就能夠刺激新技術和發明，因此帶來長遠的科技進步和動力效率。

然而，競爭者可以透過不同形式的反競爭行為，扭曲或限制競爭環境，最終損害消費者的利益。





導言

反競爭行為

反競爭行為指扭曲競爭環境的行為，主要可分為四大類¹：

橫向協議或串通行為：競爭者一致行動，透過協議（顯明的）或默契（隱晦的）剝削消費者。具體方法包括：操縱價格、分配市場及串通投標。廠商亦可透過聯合抵制，採取一致行動阻撓正常交易。

縱向限制行為以弱化競爭環境：供應鏈上的買家和賣家透過限制供應條件以減少同一品牌貨物的內部競爭，方法包括：控制轉售價格、獨家交易及獨家地區銷售。

濫用市場支配地位：具有市場支配地位的廠商單方面對供應實施附帶條件，例如搭賣與網綁銷售、掠奪性定價及擠壓價格。

具反競爭性質的橫向、縱向與集團式合併：市場參與者透過合併，不單止擴大規模經濟效益，並且提高貨品價格，增加市場力量，甚至排斥或趕走其他競爭者。

制訂競爭政策的目的

競爭法的目的是要防止及糾正反競爭行為所導致的市場扭曲情況。完備的競爭法可以確保廠商有效競爭、市場順利運作、社會受惠。

競爭法有雙重目的：一是在不干預廠商定價和生產決定的前提下，確保他們在公平的環境進行商業活動；二是確保消費者能夠得到有效競爭帶來的好處，包括低價格和高品質等。

對於營商者而言，尤其是對中小型企業來說，去除進入市場門檻的障礙，確保公平競爭是非常重要的；而對於消費者，他們最需要的就是低價而充足的貨品或服務選擇。競爭並非一個零和遊戲，競爭政策如果實施得宜，對於廠商及消費者的利益皆有保障。競爭政策的最終目的是「從社會整體角度出發，促進經濟效益以及資源的最佳運用」（經濟發展及勞工局，2006）。

現時，世界上約有一百個國家已制訂競爭法。美國在1890年制訂首部競爭法例《謝爾曼法》，是率先成立競爭法（美國稱為反托拉斯法）的國家之一；日本亦在1947年設立反壟斷法。大部分已發展國家都有本身的競爭法。

¹ 「縱向限制」亦可納入「濫用市場支配地位」的類別下，而變為三大類。

反競爭行為及競爭政策

總結

競爭市場指在充足貨品及服務供應下，供應商提供可替代產品彼此競爭的場所。競爭的結果就是經濟效率。然而，市場並不經常處於理想的狀態，供應商會因為希望得到壟斷帶來的利潤，而扭曲競爭環境。反競爭行為有很多種形式，但結果都會減低社會利益。競爭政策是一種機制，建立遊戲規則，確保競爭及修正被扭曲的市場情況，同時亦確保消費者能夠獲得競爭帶來的好處，而競爭者可以在平等的基礎上進行商業活動。所以，競爭政策為消費者及市場參與者均能帶來益處。

討論問題

1. 競爭法一般涵蓋甚麼內容？試就主要的反競爭行為進行討論。
2. 試討論為甚麼競爭可以為社會（無論是商業機構或消費者）皆帶來益處？保護競爭環境是甚麼意思？試舉例支持你的論點。

活動

1. 選取香港其中一個行業，搜集有關資料（例如報章），簡單描述該行業的特性。你所選取的行業有沒有不公平的競爭行為出現？與同學討論一下。
2. 試舉出一個例子（真實或虛構皆可），當中有一部分賣家能夠在反競爭行為中獲利。假設競爭法設立之後，該反競爭行為被禁止了，會對該撮賣家、其他現存賣家、準賣家以及消費者有甚麼影響？根據競爭法及競爭政策的目標，說出你的看法。

參考資料

1. 經濟發展及勞工局，2006，《促進自由競爭、保持經濟動力：香港競爭政策未來路向公眾討論文件》。
2. Carlton, Dennis W. and Jeffrey M. Perloff, 2005, *Modern Industrial Organization*, 4th edition, Addison-Wesley.
3. Medalla, Erlinda E. (ed), 2005, *Competition Policy in East Asia*, London: Routledge.
4. Posner, Richard A. 2001, *Antitrust Law: An Economic Perspective*, Chicago: University of Chicago University Press.



橫向協議

II. 橫向協議

主要概念

同業聯盟：個別獨立廠商透過顯明或隱晦的協議而採取的一致行動，目的是使他們獲得最大的集體利益。同業聯盟的方式包括：操縱價格、限制產量、串通投標或其他限制性措施。同業聯盟通常在同質產品的寡頭壟斷市場發生，當中少數廠商的決定即足以影響整個市場。

串通行為：競爭者為了相互利益而合作，同業聯盟就是串通行為的一種。

操縱價格：同業聯盟其中一種形式，競爭者為了獲得最高的集體利潤，聯合定出商品售價，同時限制商品產量。

分配市場：同業聯盟另一種形式，競爭者彼此協議，分配市場、產品、消費者或銷售地區等。

串通投標：競爭投標者之間的同業聯盟，通過協議選定其中一個投標者勝出。

聯合抵制：採取一致拒絕交易的行動，通常由業界自行規管的組織（例如：商會或公會）執行。

操縱價格



定義

操縱價格是同業聯盟（或稱為「卡特爾」）其中一種形式，透過聯盟成員（或稱為同謀者）採取一致行動來避免成員間相互競爭。亦即是說，操縱價格是一種競爭者之間的串通協議，透過限制產量使聯盟成員獲得更高利潤。

競爭者會互通協議來限制產量，方法通常是向成員制訂銷售及生產配額。石油輸出國組織（OPEC）²就是一個著名例子，它有一套清晰明確的規定，訂出各成員國的石油產量配額。

² 石油輸出國組織因為受到多邊協定（協定由各主權國而非私人企業簽署）保護，而可免受反壟斷法的刑事檢控。

反競爭行為及競爭政策

實例

Kretschmer (1998) 的研究發現，DeBeers 鑽石公司發展了一個獨特的採購及行銷同業聯盟，規管鑽石產量和價格。這個同業聯盟運作了近一個世紀，卻一直沒有受到外間太大的質疑。

九十年代，製藥業亦出現了一個很龐大的國際同業聯盟³，就生產各種維他命進行價格操縱，成員包括Hoffman-LaRoche、BASF、Rhone-Poulenc幾家大藥廠以及其他小藥廠。聯盟會就各種維他命為每個國家分配不同的市場分額、訂定價格範圍、對調整價格進行協議，成員間亦會交換資訊以偵測及避免出現價格或產量的偏差。

2000年1月，香港六個流動電話網絡服務供應商在同一時間進行價格調整⁴。這一舉動顯示了供應商之間存在協議，而此事件發生在香港《電訊條例》加入競爭條文以前。電訊管理局即就牌照條文提出譴責。

2001年4月至2002年6月期間，發生了一宗關於操縱動態隨機存取記憶體（DRAM）晶片價格的串通協議案件，事件牽涉幾間美國及其他地區的晶片生產商⁵。其中，韓國的三星公司承認串通其他生產商（當中包括Infineon及Hynix Semiconductor）合謀進行價格操縱的協議。其後在2007年4月，法院對有份參與價格協議的生產商判罰超過七億三千萬美元，金額是美國反壟斷刑事案件中第二大的罰款，共有十八名涉案人士及四個生產商被判罰。

無論是在酒店、餐廳或咖啡店售賣、抑或是透過超級市場發售的荷蘭啤酒，甚至是私人品牌的啤酒，價格都由啤酒商協議制定。2007年4月，荷蘭的啤酒商就此被判罰二億七千三百萬歐元（European Commission, 2007）。其中，單是喜力公司已被判罰二億一千九百萬歐元。

2007年8月，由於英國航空公司就向長途旅客徵收燃油附加費進行串通，被英國公平貿易辦事處（OFT）⁶及美國司法部（DoJ）⁷分別判罰一億二千一百五十萬英鎊及三億美元。大韓航空亦承認控罪，同樣被美國判罰三億美元。德國漢莎航空及維珍航空則因為美國企業寬待計劃被有條件豁免

³參見美國司法部新聞稿99-368，〈<http://www.usdoj.gov/opa/pr/1999/August/368at.htm>〉。

⁴香港電訊管理局，Case L/M T2/00《流動電話網絡供應商的同步價格調整》。

⁵參見美國司法部新聞稿07-263，〈http://www.usdoj.gov/atr/public/press_releases/2007/222770.htm〉。

⁶參見英國公平貿易辦事處新聞稿113/07，〈<http://www.oft.gov.uk/news/press/2007/113-07>〉。

⁷參見美國司法部新聞稿07-569，〈http://www.usdoj.gov/atr/public/press_releases/2007/224928.htm〉。



橫向協議

起訴。維珍航空因同時符合英國公平貿易辦事處的寬待政策，亦逃過英國方面的判罰。

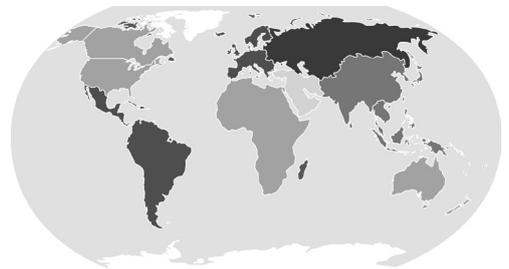
分配市場

定義

分配市場是同謀者之間的協議，目的在於分配市場分額、產品、消費者或銷售區域等。分配市場後，同謀者毋須再面對競爭，就能透過協議得到若干市場分額。最常見的分配市場形式是分配銷售地域，同謀者協議不會於其他競爭者的銷售地區進行競爭。

實例

在美國克里夫蘭及洛杉磯，《新泰晤士報》及《鄉村之聲》是兩間直接競爭的新聞週刊。2002年10月，《新泰晤士報》同意在洛杉磯停刊，以換取《鄉村之聲》關閉在克里夫蘭出版的《Cleveland Free Times》。言下之意，兩者其實在交換市場，結果是《新泰晤士報》以及《鄉村之聲》能夠分別壟斷克里夫蘭及洛杉磯的市場。2003年，美國司法部要求兩間公司取消這個分配市場的協議⁸。補救的罰則包括分拆《新泰晤士洛杉磯報》及《Cleveland Free Times》的資產，並出售予新的競爭者。



2003年1月，比路菲特地區醫療中心（BRMC）及普林斯頓社區醫院聯盟（PCH）達成協議，在西弗吉尼亞州六個省以及弗吉尼亞州三個省，將癌症服務撥給PCH，而心臟手術服務則撥給BRMC。美國司法部宣佈協議無效⁹，並阻止他們以後再對癌症或心臟手術服務、市場、服務地區或消費者達成任何分配協議。

串通投標

定義

串通投標是競爭投標者之間的協議，選定其中一個投標者中標。

⁸參見美國司法部新聞稿03-044，〈http://www.usdoj.gov/opa/pr/2003/January/03_at_044.htm〉。

⁹參見美國司法部新聞稿05-135，〈http://www.usdoj.gov/opa/pr/2005/March/05_at_135.htm〉。

反競爭行為及競爭政策

最簡單的串通投標形式是投標者在投標前私下協議投標價格。串謀投標也有其他形式，例如：其中一個投標者事前協定成為中標者，而其他參與協議的投標者就會不叫價（放棄投標），或叫出更高價格（互相配合投標，在此假設價低者得），避免勝出。

分配招標的意思是投標者協議輪流中標，亦即是說，每個投標者都獲分配勝出某些合約的投標。

實例

1993年，美國辛辛那提州兩間奶品公司（Meyer Dairy及Coors Dairy）承認在八十年代，於當地學校的牛奶飲品招標上進行串通投標¹⁰。在Meyer Dairy取得前一年合約的地區，Coors Dairy會在新一年度的投標上選擇不投標，或者以一個高於本來合約的價格來投標，目的是不損害Meyer Dairy的利益。反之亦然。每逢投標季度來臨，他們就會互相溝通，定出投標的策略。

由2000年至2002年期間，英格蘭及蘇格蘭十三個屋頂工程承辦商串通競投天台及車房的鋪蓋面層工程合約¹¹。其後在2006年2月，英國公平貿易辦事處對串通的承辦商判罰四百三十萬英鎊，最終由於寬待政策關係，罰款減至二百五十萬英鎊。大部分串通的投標牽涉到在房屋天台及車房裝置瀝青膠黏劑的工程，受影響的包括一些私人發展商及地區政府機關。



串通行為背後的經濟動機

壟斷而得到的利潤總比競爭市場的正常生產者盈餘高。要獲得壟斷性利潤，賣家就要透過控制產量及操縱價格去限制競爭。產量減少，價格自然上升。因為利潤極大化的誘因，賣家們就會傾向串通，而不相互競爭。賣家們串通使價格上升，銷售損失卻能減到最低，因為消費者根本沒有其他途徑獲得產品。串通者從中得到利益，卻令社會效率下降。

¹⁰ 參見美國司法部新聞稿93-240，〈http://www.usdoj.gov/atr/public/press_releases/1993/211654.htm〉。

¹¹ 參見英國公平貿易辦事處新聞稿34/06，〈<http://www.oft.gov.uk/news/press/2006/34-06>〉。



橫向協議

雖然個別國家會對串通企業進行嚴厲處罰，但很多地方的企業仍然甘願冒險參與反競爭行為，因為他們認為被偵查出的機會其實很低，而被處罰的機會相對減少。

而對於身處一些沒有競爭法國家的國際性同業聯盟，利潤極大化對他們的誘因就更大了，因為要以外國的競爭法控告此等國際性同業聯盟，涉及複雜的司法管轄權問題，他們面對訴訟的風險其實很低。實際上，愈來愈多同業聯盟趨向國際形式運作。

聯合抵制

定義

聯合抵制是企業採取一致拒絕交易的行動。要確定一項聯合抵制行動是否屬於反競爭行為，需要問兩個問題：一是該行動是否經協調及有預謀的行為？若是，就要問第二個問題，該行動有沒有不合理地窒礙了市場競爭？



實例

聯合抵制的例子通常在一些業界自行規管的組織發生，例如商會或公會，他們會透過集體行動去控制貿易行為或懲罰成員。

「美國時裝原創者同業公會對聯邦貿易委員會案」(FOGA)¹²中，公會欲透過聯合抵制行動，把抄襲設計的競爭者趕出時裝業。原創時裝的生產商拒絕向售賣涉嫌抄襲公會成員設計服裝的零售商供貨，以杜絕「式樣盜版」的情況。若有公會成員與違規零售商交易，會被懲罰。但此做法限制了產量及損害競爭，被裁定違反美國反壟斷法。法院的理據是，抵制行動的背後動機其實是要把公會成員所設計的服裝批發價維持在一定水平。

1976年，一群在美國印第安納州的牙醫組成印第安納牙醫聯盟¹³，協議不向牙科健康保險人提供X-光底片，以抵制保險人控制成本的要求。其後，此協議被裁定違反美國反壟斷法。牙醫聯盟在聆訴中不能確立抵制行動的背後有促進競爭的理據。

¹² 「美國時裝原創者同業公會對聯邦貿易委員會案」 312 US 457 (1941)。

¹³ 「聯邦貿易委員會對印第安納牙醫聯盟案」 476 US 447 (1986)。

反競爭行為及競爭政策

經濟動機

商會或公會經常採取聯合抵制行動規管貿易行為，一方面保護成員的利益，但亦以此懲罰違規成員。這往往只是一種業界自行規管的措施，不一定違反競爭原則。

然而，聯合抵制的目的可以是限制競爭或操縱價格（例如上述FOGA案）。如果該行動不合理地限制了市場競爭，或者背後有操縱價格的意圖，便可判別為觸犯競爭法。

對競爭環境及社會的影響

廠商進行橫向協議會令整體經濟效率下降。如果價格並非由供求的自然力量決定，而是透過串通行為減少產量而提高，結果會減低整體社會利益。消費者盈餘轉化成生產者盈餘之外，浪費的部分便是淨損失。換言之，進行串通行為的廠商獲得的利益會少於消費者的損失，兩者的相差就是社會利益及經濟效率的損耗。

針對橫向協議的公共政策

鑑於橫向協議會損害經濟效率，競爭法嚴厲禁制橫向協議。在競爭法下，無論同業聯盟（包括操縱價格、分配市場或串通投標等）最終能否達到其目的，通常單憑此行為本身來進行分析已必須禁止，毋須考慮它的實際影響。很多經濟學者認為，眾多經濟理論和實例已經證實同業聯盟對經濟效益毫無好處，所以根本毋須考慮同業聯盟提出的理據，就可以對它進行禁制。

但由於聯合抵制行為往往是由業界自行規管的組織所發起，目的不一定是反競爭。故此，會容許發起抵制行動的組織提供理據，若證實沒有不合理地限制競爭，亦沒有操縱價格的意圖，聯合抵制就不會被裁定違反競爭法。

美國已經廣泛實施反托拉斯法，打擊操縱價格的企業，除罰款外，企業也要負上刑事責任。歐盟委員會已經就反競爭法例的檢控及實施進行檢討，日後會加強個別案件的經濟分析。日本及新加坡等亞洲國家亦已經實施競爭法，打擊反競爭行為，並特別針對橫向協議。而香港亦正趕緊引入跨行業的競爭法。



橫向協議

總結



為了獲取壟斷性利潤，供應商透過串通行為（或組成同業聯盟）限制競爭，減少產量及提高價格。對獨立競爭者來說，進行橫向協議的最大誘因是利潤極大化。然而，榨取更多利益其實會降低社會經濟效率。不論是顯明的或隱晦的同業聯盟，大多數形式不外乎操縱價格、分配市場及串通投標。聯合抵制通常是清楚顯明的，由業界自行規管的組織發起，目的是規管貿易行為以及懲罰違規成員。

操縱價格是競爭者透過組成同業聯盟，控制產量及售價。分配市場是同謀者協議，瓜分市場、產品、顧客或銷售地區。串通投標是競爭投標者之間商議出一個投標者勝出投標。聯合抵制是業界自行規管的組織（如商會或公會）所採取一致拒絕交易的行動。

討論問題



1. 橫向協議主要分哪幾大類？為甚麼廠商會參與橫向協議行為？
2. 你是否贊同橫向協議會對消費者造成不公平，應該被視為非法行為？為甚麼？
3. 聯合抵制是甚麼？為甚麼企業會參與聯合抵制行動？
4. 石油輸出國組織（OPEC）是國際石油同業聯盟，並不受制於任何國家的競爭法。假如石油輸出國組織受到一般競爭法例管轄，會對國際石油價格及使用量造成甚麼影響？

活動



1. 在互聯網上尋找兩至三個操縱價格的實例（本地或外地皆可），然後向你的同學陳述。
2. 在報章或互聯網上尋找一至兩個串通投標的實例（本地或外地皆可），然後向你的同學陳述。
3. 到兩間超級市場連鎖店，選取不同牌子的切片芝士（以及其他兩款同質產品），記下它們的售價。隨後兩星期，再到超級市場兩次（每星期一次），進行同樣的記錄。你有沒有發現有平行價格上落的情況？討論背後可能的原因。
4. 橫向協議通常是秘密而難以偵查的。如果要你設計一個方法去偵查並懲罰橫向協議行為，你能否想出一些有效的招數？[提示：請閱讀參考資料內，關於啤酒同業聯盟的文章（European Commission, 2007），看看有甚麼軟硬兼施的方法，令同謀者呈報反競爭行為。]

反競爭行為及競爭政策



參考資料

1. 經濟發展及勞工局，2006，《促進自由競爭、保持經濟動力：香港競爭政策未來路向公眾討論文件》。
2. Carlton, Dennis W. and Jeffrey M. Perloff, 2005, *Modern Industrial Organization*, 4th edition, Addison-Wesley.
3. Connor, John M. 2004, “Global Antitrust Executions of Modern International Cartels,” *Journal of Industry, Competition and Trade*, 238-267.
4. Consumer Council, 2003, Recommended Procedures For Tendering Parties To Identify And Prevent “Bid-Rigging” , March.
5. European Commission, 2007, Competition: Commission Fines Members of Beer Cartel in the Netherlands over €273 million, April.
6. Hylton, Keith N. 2003, *Antitrust Law: Economic Theory and Common Law Evolution*, Cambridge University Press.
7. Kretschmer, Tobias, 1998, “DeBeers and Beyond: The History of the International Diamond Cartel” , <http://pages.stern.nyu.edu/~lcabral/teaching> 。
8. Kwoka, John E., Jr. and Lawrence J. White (eds), 2004, *The Antitrust Revolution: Economics, Competition, and Policy*, New York: Oxford University Press.





縱向限制

III. 縱向限制

主要概念

免費得益：指市場參與者獲得超過其應得的資源分額，或支付少過應付出的生產成本。例如：無品牌貨物的生產商，對投資及發展有品牌貨物的生產商而言，就是免費得益者。在同一地區內，有零售商宣傳某產品，其他銷售同類產品的零售商因而免費享用這些宣傳效果，這也是免費得益。

控制轉售價格：分銷商被生產商要求在某一價格範圍內銷售產品。

獨家交易：分銷商只向單一供應商購買產品，同時亦承諾不購入其他品牌的同類產品，通常是用以換取某地區的獨家銷售權。

獨家地區銷售：分銷商被分派到不同地區，獲得獨家銷售的權利。

控制轉售價格

定義

生產商通常要透過批發及零售網絡出售產品。控制轉售價格是生產商要求分銷商的價格要高過某一底價（稱為最低控制轉售價格），或者要低過某一最高價格（稱為最高控制轉售價格）。

實例

控制轉售價格的手法普遍用於汽車及家用電器市場。書籍出版商通常亦會替書店訂定建議零售價。

經濟動機

生產商和零售商透過控制轉售價格的手法，等同於組織同業聯盟，訂定壟斷性售價而獲利。例如：在德國，過去超過一個世紀，書店零售商及出版商組織了同業聯盟來操縱售價，協議在德國、奧地利及瑞士，書籍的定價均不能低過出版商建議的零售價（Baumgaertel，1997）。

控制轉售價格亦有維護競爭的誘因。透過控制轉售價格，生產商能誘發零售商提供適當的服務（例如汽車銷售時提供產品資訊及駕駛測試）。倘若沒有控制轉售價格的措施，某些零售商就會以非常低廉的價格出售貨品，而免費享用其他零售商對該貨品提供的售前服務。控制轉售價格有助於排除這些不公平的價格競爭。



反競爭行為及競爭政策

另一個控制轉售價格的動機是提供訊號。某些情況下，消費者會認為價錢太低廉的貨品質素低劣（例如照相機）。為避免此見解，生產商會要求零售商不可以低於某個價格出售貨品。

對競爭環境及社會的影響

如前文所述，控制轉售價格同時擁有反競爭及維護競爭的目的（前者是便利操縱價格，後者是避免零售商從同業免費得益）。所以，要衡量控制轉售價格行為對競爭環境及社會造成的影響，必須就不同的情況進行探討，不能一概而論。

獨家交易

定義

當零售商或批發商承諾只從某一供應商購買貨品，又同時被禁止購入其他品牌的同類產品，這情況就是獨家交易。通常這是為了換取供應商授予分銷商某地區的獨家銷售權。

實例

在汽車業，多數汽車商只能夠出售某一汽車品牌生產商的汽車，而不能售賣其他品牌的汽車。在石油零售業，每所油站均只與一家石油供應商聯繫，並不能向其他石油品牌供應商購貨或交易。獨家零售商的經營規模通常會比非獨家的小。

經濟動機

生產商並不希望其他競爭者免費享用自己在銷售店舖的投資（包括廣告、宣傳及零售訓練等項目）。透過獨家交易，生產商才樂意為零售商提供更大誘因及協助，讓零售商提供更好的售前及售後服務。然而，獨家交易亦能以反競爭為目的，因為其他生產商需要付出額外支出去建立自己的分銷網絡，這等同於製造進入市場的門檻，窒礙競爭。





縱向限制

對競爭環境及社會的影響

獨家交易既可確保消費者獲得獨家零售商更好的售前及售後服務，亦可避免生產商免費享用其他生產商所作的投資。此舉能確保服務質素及維護生產商的信譽。但另一方面，獨家交易亦有反競爭的性質，因為它妨礙了其他競爭者進入銷售網絡及獲得產品供應，又透過增加銷售成本而提高進入市場的門檻。

獨家地區銷售

定義

若果分銷商在某地區獲得獨家銷售權利，這情況就稱為獨家地區銷售。

實例

對於一些品牌的直銷項目，個別售貨員隊伍會獲派獨家地區銷售權，或得到獨家銷售櫃位（例如化粧品及香水），以避免同一品牌的內部競爭。

在汽車市場，生產商會在不同地區投資建立自己的陳列室，然後跟該地區的個別零售商簽訂獨家地區銷售合約。

經濟動機

獨家地區銷售權的分配是為了更容易控制零售商的數目及密度，以提高銷售分佈的規模經濟。在銷售產品時，亦可避免零售商之間或同一公司銷售員之間的破壞性競爭。

對競爭環境及社會的影響

獨家地區銷售權的分配加強了規模經濟效益，故能夠提升經濟效率。特別在拓展新市場時，更可製造誘因，使零售商增加銷售及宣傳工作。這亦可避免某些零售商免費享用其他零售商的宣傳效果。不過，它減少了在某些地區同一品牌之間的競爭，亦可被視為是反競爭行為。

針對縱向限制的公共政策

生產商為甚麼對分銷商採取縱向限制的措施呢？這牽涉到各種各樣的原因。其中有很多原因（當然不是全部）都會促進競爭。在競爭法下，對於不涉及價格問題的縱向限制行為，必須憑理據分析，考慮它實際造成的影響，權衡它的正面（促進競爭）及負面（反競爭）效果。

反競爭行為及競爭政策

一般來說，縱向限制帶來的社會效益比較含糊，就算經過仔細研究，亦未必能得到定論。所以，對縱向限制行為的分析，主要是基於窒礙競爭的學說，考慮有沒有嚴重阻礙或禁止對手進入競爭市場，或者分銷商或生產商有沒有組織類似同業聯盟以提高價格（例如操縱零售價）。若有的話，就會被禁止。

縱向限制一般比橫向協議所產生的問題較少，對社會的影響亦不一定負面。只是當某一生產商擁有龐大的市場力量，足以控制整個銷售網絡，排斥競爭，又或者當所有生產商都採取相類似的縱向限制措施時，反競爭的影響才超越過來。

總結

縱向限制行為主要包括：控制轉售價格、獨家交易以及獨家地區銷售。手法通常是拒絕向某些分銷商供貨。控制轉售價格是限制分銷商在生產商訂定的價格範圍內銷售貨品。獨家交易是分銷商只可以從單一供應商購貨，同時亦不能出售其他品牌的同類產品。而獨家地區銷售就是替分銷商分配銷售地區，每個地區只讓一個分銷商獲得銷售權。

縱向限制一般比橫向協議所產生的問題較少，因為它能誘發零售商付出更大努力銷售，刺激需求及促進競爭。不過，縱向限制也可以成為操縱價格的工具。所以，競爭法必須憑理據分析縱向限制行為的目的及影響，才能作出適當的裁決。

討論問題

1. 甚麼是控制轉售價格？試舉出本教材套沒有提及的控制轉售價格例子。
2. 甚麼是獨家交易？試舉出本教材套沒有提及的獨家交易例子。
3. 按上述問題二，同樣地解釋並舉例說明獨家地區銷售的情況。
4. 為甚麼廠商會進行縱向限制行為？試分別就控制轉售價格、獨家交易以及獨家地區銷售等行為提供答案。
5. 在甚麼情況下，縱向限制行為會削弱競爭及損害社會利益？



縱向限制

活動

1. 以一個在香港具國際知名度的零售連鎖店作為例子，搜集關於其經營模式的資料。跟同學討論，連鎖店的經營在哪些方面牽涉到獨家交易、獨家地區銷售及控制轉售價格的行為，並提供理據。
2. 想像你是一個電腦供應商，為香港一家具領導地位的家庭電器零售商提供電腦產品。你是否願意替零售商的銷售人員提供培訓，例如講解你公司最新的電腦型號？你會考慮哪些因素？你會有哪一些顧慮？
3. 假設上星期你在一所零售商店以特別低廉的價錢買了一部新數碼相機，你會否推薦朋友購買？為甚麼？有哪些心理及實際因素影響你的見解？

參考資料

1. Baumgaertel, Christian, 1997, "Brave New World of Competition." *New York Times*, November 17: C9.
2. Carlton, Dennis W. and Jeffrey M. Perloff, 2005, *Modern Industrial Organization*, 4th edition, Addison-Wesley.
3. Kwoka, John E., Jr. and Lawrence J. White (eds), 2004, *The Antitrust Revolution: Economics, Competition, and Policy*, New York: Oxford University Press.



反競爭行為及競爭政策

IV. 濫用支配地位

主要概念

市場力量：量度經濟強度的指標。指有單方面自主行動的能力而不太受制於競爭的約束，就算提高價格亦毋須害怕新競爭者加入而流失顧客。

支配地位：在競爭分析中用以量度市場力量的指標。要正確量度支配地位或市場力量，先要界定該廠商的相關市場，從而量度產品或服務在該市場的價格彈性及交叉彈性。但是這些變數並不容易量度，一般的折衷辦法是使用該廠商的市場佔有率作為支配地位的替代指標。

搭賣：一種附帶條件的供應行為。除非消費者同時購買附帶貨品，否則供應商拒絕出售搭賣主貨品（通常搭賣主貨品才是消費者需要的關鍵產品）。

網綁銷售：一種商業策略。當供應商一併售賣兩件或以上產品時，一籃子定價會低於每件產品單獨購買的合共價格。

掠奪性定價：一種銷售策略。指廠商以低於成本價格出售貨品，意圖驅使競爭者離場，或製造進入市場的門檻拒競爭者於門外，然後提高貨品售價至高於競爭水平，以彌補之前的損失。

擠壓價格：一種運用市場力量的槓桿策略。縱向結合廠商向下游顧客定出低於正常利潤水平的價格，使下游競爭者的邊際回報過低，因而不能加入下游市場。

搭賣與網綁銷售

定義

搭賣是一種附帶條件的供應行為，即除非消費者同時購買附帶貨品，否則供應商拒絕出售搭賣主貨品（通常搭賣主貨品才是消費者需要的關鍵產品）。網綁銷售是一種商業策略，意思是當供應商一併售賣兩件或以上產品時，一籃子定價會低於每件產品單獨購買的合共價格。

實例

九十年代，柯達公司¹⁴在影印機市場面對激烈的同業競爭，它拒絕為獨立維修公司提供部分影印機零件。而因為消費者在購買柯達影印機時，需要附帶購買它的維修及保養服務，所以獨立維修公司

¹⁴ 「伊士曼柯達公司對影像技術服務公司案」 112 S Ct 2072 (1992)。



就不能進入柯達影印機的第二維修服務市場。可是，柯達公司在影印機銷售市場擁有的市場力量未必足以使它能透過搭賣而在第二維修服務市場獲益。相反，消費者可能因高昂的維修費用而減少購買柯達影印機。問題所在牽涉到市場資訊是否充足，若消費者在決定購買影印機時並不清楚長遠的維修費用，柯達公司鎖住第二維修服務市場仍是有利可圖的。



透過電腦打印機的專利設計，生產商事實上是把鐳射打印機和打印機碳粉盒網綁銷售。打印機附屬的消耗性商品如碳粉盒等，通常不能在其他品牌的打印機上使用，有時甚至連相同品牌的其他型號打印機也不能兼容。鐳射打印機的邊際利潤很低，但碳粉盒的邊際利潤卻很高，這可以造成價格分歧，變相對打印量高的用戶收取更多費用。高打印量的用戶經常更換碳粉盒，會支付比例上較高的費用，他們實際上正在津貼低打印量的用戶，因為低用量的用戶在購買打印機時，隨機已附有一個碳粉盒。

電腦軟件通常都以網綁銷售，一籃子定價遠低於每件軟件單獨購買的總售價。例如文字處理、試算表及簡報這些互補性的軟件，它們一併出售的價格，跟只購買單一軟件的價格其實非常接近。

經濟動機

搭賣與網綁銷售兩者背後的誘因一方面在於提高經濟效益，但另一方面亦具有反競爭的性質。先就提高效益方面來說，數件產品合併售賣，會增加規模經濟效益，亦能同時減低消費者的搜尋成本，尤其是互補性產品。例如：攝影機與鏡頭一併搭賣、手提電話與充電電池一套銷售，都可以提高經濟效率。另一個合理的動機是確保質素，特別是高科技產品。例如：升降機由原廠公司負責保養，汽車使用專利輪胎，都會有較佳的質素保證。

但若從反競爭的目的來看，搭賣的策略是透過槓桿原理提升市場力量，阻止競爭者進入附帶產品市場，或是對消費者進行價格分歧。值得注意的是，無論是否擁有市場支配地位，任何廠商均可以採取搭賣與網綁銷售的策略。不過，當廠商擁有龐大的市場力量時，搭賣就會達到反競爭的效果。

反競爭行為及競爭政策

若果廠商在搭賣主貨品的市場並沒有支配地位，它根本就沒有市場力量去發揮槓桿效應，想阻攔競爭者進入附帶產品市場或者進行價格分歧通常亦很難成功。因為進入市場的門檻低，而市場上亦有其他供應商提供產品供消費者選擇。正如之前提及的柯達影印機例子，獨立維修公司可以選擇柯達以外品牌的影印機維修，顧客亦可以選購其他品牌的影印機。

如果廠商只在甲產品，而非在乙產品上擁有市場力量的話，這就構成誘因令它透過搭賣去發揮槓桿效應，提升兩種產品的市場力量。若要成功發揮槓桿效應，搭賣主貨品必須受目標顧客歡迎，廠商才能利用主貨品的市場力量使附帶貨品同時受惠。例如：微軟公司在視窗作業系統（搭賣主貨品）擁有市場力量，於是它把視窗連同Internet Explorer（附帶貨品）一併搭賣。此舉損害了網景瀏覽器的市場，因為電腦用戶毋須再額外下載多一個瀏覽器。儘管網景瀏覽器最終讓用戶免費下載使用，也不能扭轉局面。這宗案件先在美國法院¹⁵審結，微軟被判作出賠償而告一段落，其後在歐盟法庭¹⁶審理，微軟被判以行為補救及罰款。

網綁銷售不會對主貨品供應構成威脅，因為顧客仍然可以購買單一產品。供應商有策略地透過比較吸引的一籃子定價便可以增加銷售額及總收入。食肆的套餐就是網綁銷售的例子，每款食品單獨的售價加起來，一定比套餐的價錢高，這會誘使顧客消費更多，例如以套餐價加添薯條等。但這些都不是強迫性的，因為顧客可隨意從餐單選購個別的食品或飲品。

對競爭環境及社會的影響

搭賣與網綁銷售能促進經濟效率，但同時亦有反競爭的效果。這些銷售方式不一定會降低效率，反而可能擴大產品的產量。淨損失也有可能減低，而消費者盈餘轉化至生產者盈餘，最終能增加總社會效益。

搭賣與網綁銷售要增加生產者盈餘（或總收入）需建基於一個前提，就是個別產品並沒有二手市場可進行買賣，或找出二手買家的成本非常高昂。對於食品和飲品等非耐用品，消費者並不會先購買額外所需，然後試圖拿去二手市場出售，這做法並不可取。

¹⁵ 「美國對微軟公司案」253 F. 3d 34 (2001) (DC Cir (US))。

¹⁶ 歐盟委員會，案件COMP/C-3/37.792 微軟C(2004)900 final，24.03.2004。



濫用支配地位

除此之外，搭賣亦有反競爭的效果，具市場支配地位的廠商可以透過槓桿原理提升市場力量，以及對消費者進行價格分歧。網綁銷售通常只會被視為一種商業策略，因為顧客仍然可以隨意選購個別貨品，並不一定要購買整個套餐。

掠奪性定價

定義

掠奪性定價是一種銷售策略，指廠商以低於成本價格出售貨品，意圖驅使競爭者離場，然後提高貨品售價至高於競爭水平，彌補之前的損失。

實例

在法國電訊網絡公司（WIN）¹⁷案中，歐盟委員會查出WIN對該公司Pack eXtense及Wanadoo ADSL的服務進行掠奪性定價，意圖排除其他競爭者進入高速互聯網存取服務市場。歐盟委員會因此向WIN判以一千零三十五萬歐元的罰款。



經濟動機

掠奪性定價對廠商短期來說是不利的，因為此舉可能會觸發減價戰而導致巨大損失。但如果掠奪性定價能為廠商帶來長遠的利益，仍會誘使一些廠商進行這種行為。

一旦觸發減價戰，財政實力較弱的競爭者通常不能倖存。掠奪策略會持續至較弱的競爭者統統被趕出市場後才會停止。之後，掠奪者因為已經壟斷市場，便可以隨意提高價格以彌補之前在減價戰中的損失（假設較弱的競爭者並不能再次進入市場）。基本上，掠奪者是先苦後甜，用短期的痛苦來換取長期的好處。掠奪者如要成功，必須具有雄厚的財政實力，才能捱過減價戰期間的虧損。

很多經濟學者認為，對於一個理性的廠商而言，掠奪性定價並非可取的策略，因為掠奪者必然要蒙受短期損失，但不能保證未實現的長遠利益。最新的經濟學理論卻顯示，掠奪性定價可以為掠奪者

¹⁷ CFI，案件T340/03「法國電訊公司(前身為Wanadoo Interactive SA)對歐盟委員會」，30.01.2007。

反競爭行為及競爭政策



帶來聲譽效應，因為廠商故意樹立了一種「強悍競爭者」及「隨時應戰」的形象，可使新的競爭者不敢貿然進入市場。

對競爭環境及社會的影響

掠奪性定價的影響是具爭議性的。不可行或失敗的掠奪性定價會在短期內使消費者受惠，因為他們能以低於成本價買到產品（但可能因而鼓勵低效率產品替代）。若掠奪性定價最終成功使企業獲得壟斷性利潤以彌補之前的損失，消費者的長遠利益就會受損。

掠奪性定價跟真實的激烈價格競爭其實是很難分辨的。對於掠奪性定價的投訴時有所聞（通常來自競爭對手），但真正能夠成功起訴的個案實在寥寥可數。要成功裁定掠奪性定價行為，先要證實該定價確實低於成本，並有理由相信涉嫌掠奪者之後會提高價格以賺回之前的損失。要通過彌補損失的測試對舉證構成很大困難，要證明涉嫌掠奪者最終能以壟斷性價格去賺回之前所虧損的金額其實是極之困難的（即使推測估算也有難度）。

擠壓價格

定義

擠壓價格是指支配了上游市場的縱向結合廠商，運用其市場力量的一種槓桿策略。具支配地位的供應商分別透過對上游投入原料及下游產品（或服務）的策略性定價，擠壓下游競爭者，使他們不能獲取正常利潤，最終迫令他們離開市場。



實例

歐盟委員會查出，現時德國的縱向結合電訊營運商德國電信（DT）¹⁸擠壓下游市場競爭者的價格。無論下游的電訊公司提供窄頻（模擬制式及ISDN）或是寬頻（ADSL）服務，皆要接駁德國電信提供的地區網絡（關鍵投入原料），但德國電信對下游電訊公司接駁地區網絡的收費，比對自己的固

¹⁸ 歐盟委員會，案件COMP/C-1/37.451, 37.578, 37.579「德國電信公司」，21.05.2003。



濫用支配地位

網客戶（最終用家）的收費還要高，以至這些電訊公司根本無利可圖。歐盟委員會最終對德國電信判以一千二百六十萬歐元的罰款。

英國競爭上訴法庭（CAT）確定公平貿易辦事處對Genzyme藥廠的裁決成立，認為Genzyme向英國家住病人提供的伊米甘酶連同醫護服務的收費，的確有擠壓價格的情況¹⁹。伊米甘酶價格昂貴，是治療高雪氏症的唯一藥物，而Genzyme是伊米甘酶的唯一供應商。因此，下游的家庭醫護服務公司，若要替患上高雪氏症的家住病人提供服務，必須向Genzyme購買伊米甘酶。自從Genzyme於2001年5月在下游市場成立了自己的Genzyme Homecare之後，Genzyme出售伊米甘酶予Healthcare at Home的售價，等同於把伊米甘酶連同家庭醫護服務一併提供給英國公共醫療服務機構的價格，使Healthcare at Home及其他下游的家護公司毫無利潤。競爭上訴法庭其後建議家護公司跟Genzyme議價，或者協商謀求其他可行的辦法。

經濟動機

擠壓價格背後的動機是透過定價策略趕走下游競爭者。縱向結合廠商以上游的利潤抵償下游的損失，最終不致虧損。

對競爭環境及社會的影響

擠壓價格造成的影響是縱向結合廠商能夠運用其上游優勢，伸延到下游市場，最終在兩個市場均能取得支配地位。對社會的損害是排除了下游市場的競爭。

針對濫用支配地位的公共政策

在競爭分析中，支配地位的指標是市場力量。當廠商能自主行動而不太受制於競爭的約束，它就擁有市場力量。例如：它可以提升價格至高於競爭水平，而毋懼新競爭者加入割價，或者搶走它的顧客。

¹⁹英國競爭上訴法庭，案件編號1016/1/1/03「Genzyme公司對公平貿易辦事處」，11.03.2004。

反競爭行為及競爭政策

禁止濫用支配地位的目的是要阻止強大的廠商破壞競爭過程。不過，過激的禁制措施連同削弱大廠商的市場力量，不但會阻撓廠商的擴張，甚至會過分保護低效率的競爭者。故此，政策要達至一個平衡是很不容易的。

總結

具有支配地位（即擁有市場力量）本身並沒有問題，只有濫用支配地位以至破壞到競爭過程時，才必須禁止。濫用支配地位有很多形式，最普遍的是搭賣及網綁銷售、掠奪性定價以及擠壓價格。（縱向限制也可被視為濫用支配地位的一種。）

透過搭賣，具有支配地位的廠商能夠伸延它的市場力量，到本來不具支配地位的市場。結果，廠商能把顧客納入兩個市場的旗下並鎖住他們，進一步強化它的市場力量。搭賣及網綁銷售也可以是對顧客進行價格分歧的策略，結果是把部分消費者盈餘轉化成生產者盈餘，以增加總收入。

掠奪性定價是以低於成本價出售貨品，意圖驅使競爭者離場及阻止新競爭者進場。本來減價是真實競爭下的良性結果，但虧本的激烈割價卻會扼殺競爭，剝奪競爭者參與並立足市場的機會。

擠壓價格是指支配上游市場的縱向結合廠商，運用市場力量的一種槓桿策略。廠商透過策略性定價，擠壓下游競爭者使其不能獲取正常利潤，效果是排除下游市場的競爭。擠壓價格者通常能夠靠上游產品的利潤彌補下游產品的虧損。

要判別廠商有沒有濫用支配地位，需要進行深入的經濟分析，同時衡量各種行為替社會帶來的裨益及對競爭的損害。

討論問題

1. 甚麼是搭賣和網綁銷售？試找出本教材套沒有提及的例子。
2. 甚麼是掠奪性定價？其目的為何？為甚麼舉證上困難重重？
3. 甚麼是擠壓價格？其目的為何？如何才能彌補下游市場的虧損？
4. 擁有市場力量是否代表一定會濫用？說出你的理由。



濫用支配地位

活動

1. 收集幾個寬頻上網服務及收費電視服務的套餐價目表。你觀察到甚麼？試跟同學們討論。
2. 有些人認為競爭法就是反壟斷法，你贊同這個看法嗎？為甚麼？試與同學們進行辯論。
3. 試舉出香港一些存在某些廠商具支配地位的行業，搜集關於那些你認為具支配地位的廠商的資料。在哪些市場它們擁有市場力量？它們有沒有意圖，或實際上已經濫用了市場力量？試舉出涉及這些廠商有排他性行為的實例以闡述你的看法。

參考資料

1. 經濟發展及勞工局，2006，《促進自由競爭、保持經濟動力：香港競爭政策未來路向公眾討論文件》。
2. Apon, Jochem, 2007, “Cases Against Microsoft: Similar Cases, Different Remedies,” *European Competition Law Review*, 28(6): 327-336.
3. Carlton, Dennis W. and Jeffrey M. Perloff, 2005, *Modern Industrial Organization*, 4th edition, Addison-Wesley.
4. Crocioni, Pietro, 2005, “Price Squeeze and Imputation Test: Recent Development” , *European Competition Law Review*, 26(10): 558-571.
5. Kwoka, John E., Jr. and Lawrence J. White (eds), 2004, *The Antitrust Revolution: Economics, Competition, and Policy*, New York: Oxford University Press.



反競爭行為及競爭政策

V. 合併

主要概念

合併：指兩間或以上公司結合組成一間公司。橫向合併指同一行業內競爭者的結合；縱向合併是供應鏈上不同層次的公司之間的結合；集團式合併就是指不同行業或甚至不相關行業的公司之間的結合。

規模經濟：由於廠商的經營規模擴大，導致長期單位成本下降，帶來效率提升的益處。

潛在競爭：由於進入市場的門檻低，使新競爭者能夠加入，因而可能引發的競爭。

合併管制：在競爭法下一種規管合併及收購的制度，透過深入的市場分析，從最初就防止企業取得或集結市場力量，避免因為市場集中導致反競爭的效果。

橫向合併

定義

當兩間或以上公司結合成為一間公司時，就稱為合併。橫向合併指同一行業內競爭者之間的結合，有些合併會牽涉不同國家的公司，稱為跨國合併。

實例

2006年6月，國泰航空收購港龍航空²⁰。透過國泰、中國航空及港龍之間重組持股結構，建立一個航空業聯盟，目標是要成為世界上最強大的航運集團之一。



2007年，上市及部分私有化的地鐵公司與政府全資擁有的九廣鐵路公司進行合併²¹。合併標誌著香港鐵路發展走出重要的一步，沙田至中環線、廣深港高速鐵路、以及北環線等計劃將陸續展開。

²⁰參見國泰航空2006年6月9日公告《重組持股結構，建立大中華航空夥伴關係》，〈<http://www.swirepacific.com>〉。

²¹參見地鐵公司2007年8月9日公告《兩鐵合併 - 簽訂交易協議》，〈<http://www.mtr.com.hk>〉。



合併後的香港鐵路有限公司將會擁有一個覆蓋香港、九龍、新界以及大陸的鐵路網絡。

經濟動機

合併和收購主要是為了讓廠商得到規模經濟的效益、增加市場佔有率及減少競爭，或是因為管理層希望建立自己的商業王國。透過合併，結合後的公司擁有更大的生產規模來分攤經常性開支（固定成本），從而降低營運的單位成本。合併後，原來公司之間的競爭亦會消失，因此就更容易提高價格及增加整體利潤。此外，管理層希望領導一個更具規模的公司亦是推動合併的原因之一。（此動機亦可以解釋縱向合併及集團式合併的行為。）

近年，跨國合併愈來愈普遍，很多具規模的公司，無論業務及營運都愈趨國際化，跨國合併能夠促進這些公司業務多元化以及國際上的擴張。

對競爭環境及社會的影響

一般來說，橫向合併對於社會既有好處，也有壞處。規模經濟帶來經營成本下降及減少資源重疊，因此提升經濟效率；但削弱競爭卻令到產量減少及價格上升，對消費者造成損害。在寡頭壟斷的情況下，增加市場佔有率會使合併後的廠商擁有龐大的市場力量，有單方面自主行動的能力而毋須面對競爭帶來的約束。

無論在理論層面或是實際情況下，合併都是企業增加市場力量或甚至壟斷市場的可行方法。而且，橫向合併減少了競爭者的數目，至少就短期而言，競爭者之間就更容易協調，可能因此增加了他們串通合謀的機會。

縱向與集團式合併

定義

縱向合併是指合併的公司原本擁有縱向的商業關係，例如在供應鏈上的批發商與零售商之間的關係。而集團式合併是指不同行業或甚至不相關行業的公司之間的合併。

反競爭行為及競爭政策

實例

薯片生產商及種植薯仔的農夫合併，和電腦晶片製造商及電腦生產商的合併，都屬於縱向合併。而廣播公司收購餐廳酒樓則是集團式合併。

Telia是現時在瑞典、丹麥、挪威及波羅的海國家提供電話線路終端服務的網絡持有者，而Sonera則是此相關市場的下游營運商。對Telia及Sonera的合併，歐盟委員會分析了此項縱向合併²²對瑞典及芬蘭的電話線路終端服務市場的影響，最終准許是次合併，但其中的條件包括要Telia承諾不會在下游市場進行價格分歧，例如對Sonera的競爭者收取更高昂的接駁網絡費用，或在批發層面提供較次等的服務。

2001年，美國通用電氣建議與霍尼韋爾國際進行合併（Nalebuff，2004）。通用電氣是多元化的工業及金融公司，其中飛機引擎工程也是其重要的業務範疇。霍尼韋爾國際則是多元化的生產商，其航天科技業務佔據約一半的航空電子技術市場。因為兩間公司重疊的業務不多，美國司法部視此項合併計劃為一宗集團式合併，沒有提出太多異議就通過了。但歐盟委員會卻有不同看法，認為是次合併計劃會製造均衡效果及綑綁效應，憂慮合併後通用電氣的飛機融資及租賃業務會更加擴大，並會專注推廣通用電氣的飛機引擎生意。歐盟委員會提議，若要通過合併計劃，便須分拆其中一項業務，部分航空電子技術或者飛機租賃業務皆可。但通用電氣寧願取消合併計劃也不願意作出此讓步，於是，歐盟委員會正式否決是次合併計劃。

經濟動機

縱向合併的目的主要有二：一是減低交易成本，二是確保投入原料的供應充足。首先，供應商及買主之間的生意往來牽涉高昂的交易成本，當上游及下游公司結合之後，它們之間的交易就會內部化，物流程序得到簡化，交易成本自然降低。另外，透過收購上游供應商（例如：電腦晶片生產商），下游公司（電腦製造商）就能確保得到所需的投入原料，減低材料供應短缺的情況出現。

²² 歐盟委員會，案件COMP/M.2803 *Telia-Sonera* OJ C201，24.08.2002。



集團式合併通常是為了令業務多元化，亦可以促進不同業務之間的交叉銷售。例如：當一間銀行收購了一所證券經紀行之後，銀行就可以向經紀行的客戶推銷銀行產品，而證券經紀亦可以向銀行客戶遊說開立證券戶口，前提是推廣用途必須符合保障客戶資料的相關法例。

對競爭環境及社會的影響

縱向及集團式合併並不牽涉直接競爭的公司，故此，它們一般並不違反競爭精神。不過，在某些情況下，若潛在競爭被削弱了，它們也可以被視為反競爭行為。

例如：電視機生產商（上游公司）為了阻撓新競爭者進入市場，就會選擇性收購該地區唯一的電器零售商（下游公司），這樣便令到要進入上游市場的新生產商，需要建立自己的分銷網絡，成本就自然提高。

同樣，集團式合併亦可以減低潛在競爭。例如：一所第三代流動通訊服務公司原本打算透過內部增長及發展多元化業務，待時機成熟便進入有線電視市場。有見及此，已取得有線電視市場支配地位的公司可先行收購該第三代流動通訊公司，以預防該公司的加入所帶來的潛在競爭，來保持自己的支配地位。

針對合併的公共政策

大多數國家（假使不是所有國家）的競爭法都有規管合併的條文。在新加坡，規管合併的條文已被加入競爭法之內，2007年7月起正式生效。禁止反競爭的合併行為有別於規管其他反競爭行為，前者是針對市場結構的問題，後者則是著重市場操守的問題。禁止反競爭的合併行為的方法，就是從最初就避免企業取得過大的市場力量。

規管合併必須通過深入的市場分析，目的是要確保對社會有利的合併能順利進行，同時防止對社會有害的合併。對關於合併的分析，測試的問題是：究竟合併會否嚴重減低相關市場的競爭？與此同時，規管者亦會優先考慮提升效率，以平衡合併帶來的經濟效益與潛在的反競爭效果。大多數有合併法規的國家都設有顯明的指引，指出怎樣合併才會受到政府干預，亦闡明政府如何評定每宗合併計劃。

反競爭行為及競爭政策

總結

合併和收購是指兩間或以上公司結合成為一間公司。橫向合併指同一行業內的競爭者的結合，縱向合併是供應鏈上不同層次的公司之間的結合，而集團式合併是指不同行業或甚至不相關行業的公司之間的結合。

橫向合併能夠提升經濟效率，例如帶來規模經濟等好處。縱向合併能簡化供應鏈上的物流程序，減低交易成本。集團式合併則可以促進業務多元化。事實上，合併可以為社會帶來裨益，不過，合併容易造成市場集中，而推動合併的動機可能正是為了增加市場力量。故此，有需要設立規管合併的機制，避免企業取得過大的市場力量，以防止市場集中所產生的反競爭效果。規管合併的措施要通過深入的市場分析，針對市場結構的問題，一方面容許對社會有利的合併進行，另一方面又能阻止那些對社會有損的合併計劃。

討論問題

1. 合併及收購的行為有哪三種形式？
2. 每一種合併形式背後的動機是甚麼？
3. 橫向合併如何對社會有利？又如何對社會有損？
4. 按上述問題三，同樣地分析縱向合併及集團式合併。它們的情況又如何？
5. 差不多每一個有競爭法的國家都會對合併及收購進行規管，背後有甚麼理據？

活動

1. 搜集國泰及港龍航空合併計劃有關往返大陸航線的剪報，記下管理層如何商討是次合併計劃的目的。合併對提升效率及競爭力有甚麼好處？根據手上的資料，討論合併後部分香港往返大陸航線的票價實際上有否調低？
2. 搜集地鐵及九鐵合併的剪報，討論合併後香港發展直通轉乘鐵路系統的前景。你是否滿意最初提出的削減票價幅度？為甚麼？你贊成抑或反對票價調整機制？試辯論之。
3. 與同學辯論禁止橫向合併的好處和壞處。並試與同業聯盟的情況作推論比較。探討兩個同業對手透過組成同業聯盟或進行合併以避免競爭的可能性。
4. 以香港超級市場的情況作一個假設，若現在已雙頭壟斷的兩所超市連鎖店合併起來，很可能就會變成單一壟斷，這是由於新競爭者加入香港超市的競爭要面對很高的進入市場門檻（從九十年代家樂福及蘋果速銷的失敗可見之）。這項合併對消費者及競爭環境有甚麼影響？試辯論之。



合併

參考資料

1. 經濟發展及勞工局，2006，《促進自由競爭、保持經濟動力：香港競爭政策未來路向公眾討論文件》。
2. Carlton, Dennis W. and Jeffrey M. Perloff, 2005, *Modern Industrial Organization*, 4th edition, Addison-Wesley.
3. Nalebuff, Barry, 2004, “Bundling: GE-Honeywell (2001)” in Kwoka and White (eds), *The Antitrust Revolution: Economics, Competition, and Policy*, 388-412, 4th edition, New York: Oxford University Press.

