

出國報告(出國類別：其他公務有關活動)

參加「競爭法執法官員經濟學研習課程」出國報告

服務機關：公平交易委員會

姓名職稱：戚雪麗科長、陳浩凱視察

赴派國家/組織：美國華盛頓/美國喬治梅森大學法學院「全球反托拉斯學院」

出國期間：105年7月31日至8月5日

報告日期：105年8月22日

一、研習課程目的

本項「競爭法執法官員經濟學研習課程」(Economics Institute for Competition Enforcement Officials)係由美國喬治梅森大學(George Mason University)法學院之「法律及經濟學研究中心」(Law & Economics Center; LEC)下設之「全球反托拉斯學院」(Global Antitrust Institute; GAI)」主辦，也是本會第3次參與的訓練課程(按：第1次是在2015年5月份於澳洲雪梨辦理，第2次則是在2015年11月份於美國夏威夷辦理)。全球反托拉斯學院(GAI)於2014年成立，主要目標係針對全球競爭法主管機關及法院，提供有關反托拉斯法執法訓練與經驗分享之國際性平台。本次研習目的即在於加強、深化競爭法主管機關執法人員有關經濟學理論與反托拉斯經濟學方面的專業，希望藉由理論之研習而使得將來執法上得以充分運用經濟學理論，提升各國執行競爭法的品質與效率。

二、研習過程

(一) 研習內容

本次研習課程共計有20堂課(每堂課75分鐘)，全程以英文進行，內容以經濟學理論與競爭法議題之經濟分析為主軸，課程包括：經濟學基礎理論、經濟效率與福利、市場與競爭過程、市場界定與市場力、競爭與獨占、寡占與卡特爾、差別定價、垂直限制、掠奪性訂價與捆綁折扣、多邊平台經濟學、智慧財產權與反托拉斯法。在參加研習前，GAI就會將課程表與各堂課講師建議之文章通知參訓學員先行參閱，本次詳細研習課程表如附件。

(二) 課程講師與參與學員

本次研習課程講師皆為傑出之經濟學者及反托斯法專家，包括美國哥倫比亞巡迴上訴法院法官 Douglas H. Ginsburg、前美國司法部反托拉斯部門經濟學資深顧問 Kenneth Heyer 教授、前美國聯邦交易委員會委員(現為 GAI 執行主任) Joshua D. Wright 教授、GAI 主任 Koren W. Wong-Ervin、喬治梅森大學法學院 Bruce H. Kobayashi 教授以及美國聯邦貿易委員會反托拉斯部門經濟學顧問 John Yun。參訓學員分別來自加拿大、墨西哥、巴西、日本、南韓、中國、香港、越南、印度及我國，共計 32 名學員參加。全程在美國華盛頓喬治梅森大學法學院教室(8月5日課程在 JW Marriott 飯店會議廳)進行，研習之主要費用由喬治梅森大學負擔，包括交通費用(含來回機票、機場至飯店交通

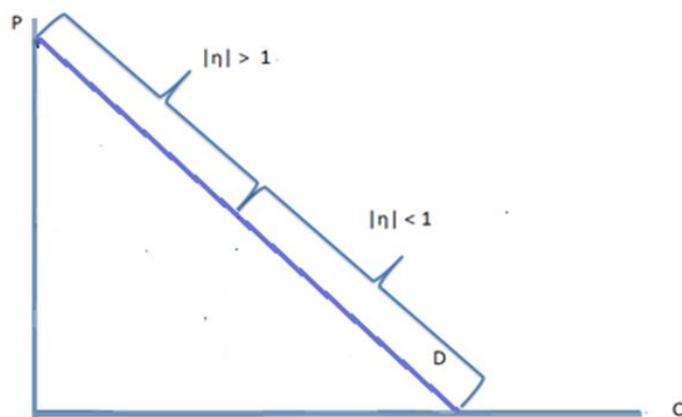
費)、研習費用(講師、課程教材等相關費用)、飯店住宿及部分膳食費用。

三、研習內容

本次研習內容之安排大致可分為經濟學基本理論介紹與競爭法議題之經濟分析。經濟學基本理論包括消費者的選擇、需求法則、生產與成本、供給法則、經濟福利與效率，這些課程主要在經濟思維之建立與理解，以便於與後續內容銜接。至於競爭法經濟分析方面，主要涵蓋的議題有市場界定、結合的評估、卡特爾、垂直限制(維持轉售價格、獨家交易、垂直封鎖效果評估)、差別定價、掠奪性訂價與捆綁折扣、智慧財產權與反托拉斯法等。GAI 執行主任 Joshua D. Wright 提出數據資料指出，以美國反托拉斯執法之司法實務觀察，美國法院法官受此一經濟學訓練課程影響結果，反托拉斯法案件之維持率至少提高 10%~30%，此研習課程之影響性可見一斑。由於各個議題包含層面甚廣，且課程時間安排緊湊，難以在有限時間內就各個議題詳細介紹，本報告亦僅擷取部分內容重點說明。

(一) 經濟學與經濟思維簡介

需求彈性為經濟學之重要概念，亦為經濟分析的基礎工具，其顯示了價格變動對消費者需求量的影響，需求彈性=需求量變動的百分比/價格變動的百分比，需求線上的價量位置不同，可計算出不同的需求彈性，若計算出之數值大於 1，則表示需求是有彈性的，1%的價格下降將引起大於 1%的數量增加。



圖一:直線上各點的彈性

同一條需求線上，不同衡量點的彈性不同，即代表了不同消費族群的不同行為模式，在需求線上方族群的消費者，價格對其需求與否的影響性很低；在需求線下方族群的消費者，則較易於漲價時接受替代品，不同的需求彈性代表了不同

的消費行為，故執法官員應關注相關商品或服務的需求情形，瞭解消費者的分佈狀態，及其需求彈性為何，以為個案經濟分析的基礎。至於就事業而言，需求彈性為其漲價是否有利可圖的參考，於需求彈性大於 1 之情況下，基於營業額為價格及數量之乘積，營收與價格間呈反向相關；於需求彈性小於 1 之情況下，營收與價格間呈正向相關，此亦為執法官員評估事業行為的參考。

在 1940 至 1980 年代，經濟學家係以 Lerner 指數 (Lerner Index) 作為直接測度市場力的方法， $Lerner\ Index = P - MC / P$ 。其中於 1970 至 1980 年代，則更重視計算其中廠商價格與邊際成本間的差距 (P-MC)，即 Markup 有多大。一般而言，在需求彈性越小時 Markup 越大，有獨占力的廠商 Markup 亦較大，故在經濟學概念中，常將需求彈性和市場力混為一談，惟此推論實需予以斟酌。舉例而言，LeBron James 品牌的古龍水，邊際成本可能為 5 美元，卻可能要價 300 美元，其 Markup 極高，Lerner 指數亦趨近於 1，惟並不表示 LeBron James 為香水市場中具有獨占力的廠商，其成因僅係該商品之購買者為 LeBron James 的球迷，需求極欠缺彈性。故 Lerner 指數或 Markup 並非測度廠商的市場力或預測其行為之有效工具，惟倘同時取得需求彈性、Markup 及移轉率 (Diversion Ratio) 資訊，就可做較為準確的預測。

(二) 競爭與獨占

從經濟學觀點評論聯合行為之可責性，若比較完全競爭市場及獨占市場之供需均衡結果，則獨占者之價格高於完全競爭市場之價格、獨占者之數量低於完全競爭市場之數量，因此若廠商間進行聯合行為，導致其價格及數量與獨占市場之供需均衡結果相同，最終造成消費者福利之損失。

市場競爭可由靜態及動態之觀點加以評量：1、靜態競爭(Static Competition；Competition in the market)：現存廠商尋找交易相對人並提供消費選擇之情形；2、動態競爭(Dynamic Competition；Competition for the market)：為達成取得市場優勢地位之目的，廠商所採取對抗其他業者之行為。以靜態競爭評論獨占者之行為，因市場最終供需均衡之結果，將造成消費者福利之損失，故獨占者之行為不利於整體經濟利益。然而以動態競爭評論獨占者之行為，獨占者取得獨占利益，將刺激其採取包含投資及創新等承受風險(risk-taking)之行為，從事新商品或服務之開

發，其結果對於消費者福祉之提升有正面之助益。

競爭將驅使創新，但是創新事業進入市場之後往往將取得極為豐厚之獨占者利益，若以短期、靜態效率(Static Efficiency)之觀點，前述創新事業對消費者福利有負面之影響。然而從長期、動態效率(Dynamic Efficiency)之觀點，只要創新事業並未扼殺其從事創新之動力，則該等事業經營行為最終對於消費者福祉之提升有正面之助益。

(三) 廠商理論與垂直整合

成本之節省是廠商間在市場上進行交易之原因，其成本項目包含覺察(discovering)市場價格之成本，以及為交易擬定契約之協商成本。授課講師以不動產之交易為例，說明代理人成本(Agent Cost，以不動產交易為例，即為買賣雙方之仲介費用)對事業成本支出之影響(仲介費用之支出將使 ROI 降低)及其對事業考慮採取往上游製造商或下游零售商垂直整合之誘因。垂直整合之作法可分為業者直營(Company Operated)及加盟(Franchising)，廠商依其建置成本及市場策略之考量決定其採行之整合類型。

(四) 寡占理論、卡特爾與制裁

多數競爭法著作在論述廠商進行聯合行為時，多會引用賽局理論(Game Theory)及囚犯之困境(Prisoner's Dilemma)說明寬恕政策對競爭法主管機關查處聯合行為案件之重要性。然而授課講師以投擲銅板之模擬情形(參考文獻是以丟擲骰子為例)，以經濟學觀點說明卡特爾組織因成員間之不信任，最終導致卡特爾組織之自行瓦解。倘甲乙兩人約定丟擲銅板，出現正面時甲需支付乙 1 美元，出現反面時乙需支付甲 1 美元，以銅版出現正反面之機率皆為二分之一，理想之情況最終甲乙雙方皆為額外支出或獲得美元。然而現實狀況有可能連續十次投擲結果皆出現正面，甲因支付乙共 10 美元而迫使甲退出遊戲。倘進行聯合行為之廠商所銷售之商品或服務同質性高，則消費者向哪家業者購買商品或服務並無差異，理想情況每家業者應均分進行聯合行為所獲得之利益，情形猶如投擲銅板或骰子之機率問題。然而倘出現某家事業獲得利益特別高之情形，則將使獲利低之事業有欺騙聯合行為成員之動機，破壞成員間對於價格或產出限制之協議，選擇對其有利之交易條件銷售商品或服務，最終卡特爾組織即遭瓦解。

(五) 多邊平台經濟學

由於資訊科技的進步，使許多過去原為各自獨立、毫無關連之商品和服務，因為新科技之引入或新商業模式之運用含產生連結，其中包含廣播、智慧型手機、信用卡及最近引發眾多爭議之 Uber。以 Google Android 行動裝置作業系統為例，該作業系統即建置一個平台，得以連結智慧型手機開發與製造業者、智慧型手機使用者、APP 開發業者及手機配件開發與製造業者。另外 Google 搜尋引擎，即提供連結網頁內容提供者與關鍵字廣告主之平台。

有關多邊平台之定義眾說紛紜，但皆包含以下兩個組成因素：1、直接互動關係(Directly Interact)；2、對平台投入特定投資(platform-specific investment)之成員。多邊平台具有以下之特性：1、團體交互作用效應(Cross-group Effects)：平台成員對於平台參與程度越高，則使平台價值越高；2、網路效應(Network Effects)：平台使用人數越高，則使平台價值越高；3、擁擠效應(Crowding Effects)：平台廣告之數量越多，既存廣告之價值越低；4、排斥效應(Repulsion Effects)：平台廣告之數量越多，將使平台成員之參與程度越低，平台之效用亦越低。當多邊平台因前述效應取得經濟規模之優勢，則將形成其他競爭者進入市場之障礙。

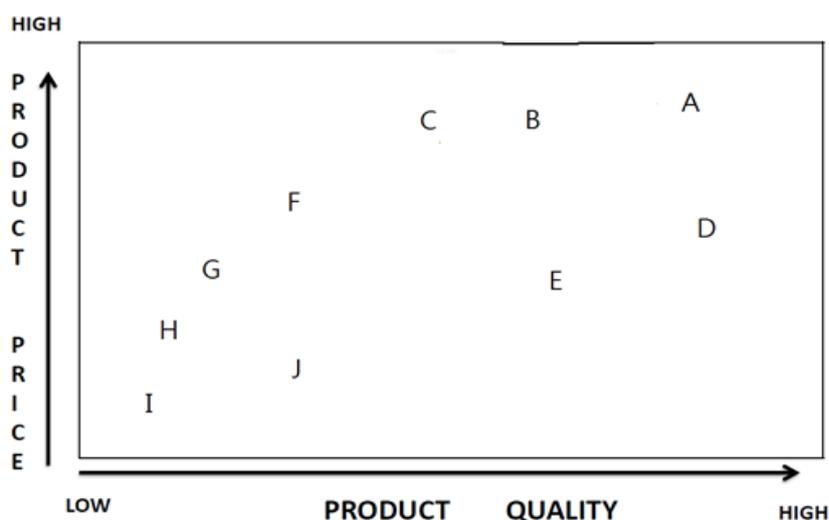
以 Google 搜尋引擎因搜尋偏頗(Search Bias)涉及違法之案件為例。Google 搜尋引擎之搜尋結果可分為一般搜尋(universal search)及「垂直搜尋」(vertical search，或稱為特殊化搜尋[specialized search])，其中垂直搜尋指的是將搜尋結果群聚後，以特製之格式顯示於專屬之頁面(例如新聞或影像)，Google Inc.雖指稱垂直搜尋設計之目的係以最佳之格式提供使用者相關之搜尋結果，惟 Google 搜尋引擎垂直搜尋之結果優先顯示包含 Google Shopping 等 Google Inc.所提供之延伸服務項目內容，則 Google Inc.涉及藉由操縱搜尋程式演算法及搜尋結果之排序，協助自身所推出之垂直搜尋服務拓展市場，妨礙其他競爭者參與競爭。經美國聯邦貿易委員會之調查結果，Google Inc.確實涉及操縱其搜尋程式演算法及搜尋結果之排序，其目的確實係為推薦其自身提供之延伸服務項目，然而前述行為之結果對於促進消費者福利有正面之效果，因此本案所稱之「搜尋偏頗」並未構成違法事由。

(六) 市場界定與市場力

1、市場界定概論

為分析結合在何狀況下會使事業產生獨占力量，1940 至 1960 年代產業經濟學家透過實證分析研究，建立了結構 - 行為 - 績效理論 (Structure-Conduct-Performance Paradigm)，認為市場結構 (包含買賣雙方數量、參進障礙、商品差異性、垂直整合等面向) 決定事業在市場中的行為，而事業行為又決定其價格、利潤、品質、效率等績效變化趨勢。即認為集中度高的市場結構是預測市場價格的重要因子，而主管機關及法院也以此作為反托拉斯法介入的依據。惟迄至 1970 至 1980 年代，其他經濟學家實證研究指出，市場結構與利潤未必具有系統性的關係，具獨占力事業亦有售價低廉的可能，市場結構並不是事業價格等績效預測之有利指標。

按事業結合後，是否因產生主導價格的市場力而漲價，為結合審查的核心問題，傳統的反托拉斯經濟理論係以結構-行為-績效理論為基礎，計算市場中競爭廠商的家數，來預測結合後的價格，惟欲知悉廣義市場中之所有競爭廠商及其市占率難度勝甚高，且承前述市場結構並非預測績效之有利指標。故現代的反托拉斯經濟理論主張界定市場的目的是要確認有誰在特定範圍內競爭、有哪些廠商牽制彼此的價格決策，及有哪些廠商間的商品互為替代商品而可以將消費者明顯區隔，亦即操作的核心並非在計算事業數量及其市占率，而在區辨商品間替代性的高低，並研判何者能替代結合後的商品。



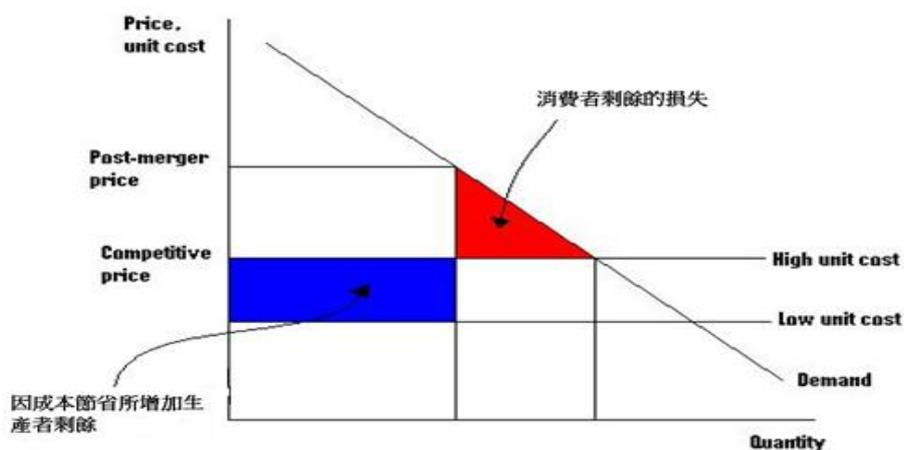
圖二:產品價格-品質分布圖

以上圖而言，廣義的市場中有 A 至 J 等相同或類似的產品，以咖啡為例，Starbucks 及即溶咖啡均含在內，每樣產品的價格、品質均有其不同的態樣，消費

者則以其偏好選擇產品，I 產品與 B、C 產品間難謂具有替代性，B、C 產品廠商於訂價時亦不會將 I 產品廠商視為競爭對手。故欲預測 B、C 廠商結合後會否漲價，係應考量結合後與相近的競爭對手間商品是否有替代性、其價格是否互相牽制，具有牽制力量的廠商，始需要納入後續分析。要如何界定出前述狹義的最小相關市場，即排除對候選產品無價格牽制力的產品，現代經濟學係以假設性獨占者檢測（hypothetical monopoly test, HMT）為重要工具，透過檢視假設性獨占者對於候選市場可否透過微幅但顯著且非暫時性的價格調漲（small but significant non-transitory increase in price, SSNIP）增加其獲利，以為相關市場界定方式，並利用臨界損失分析法（Critical Loss Analysis）做為在假設性獨占者架構下的具體操作工具。

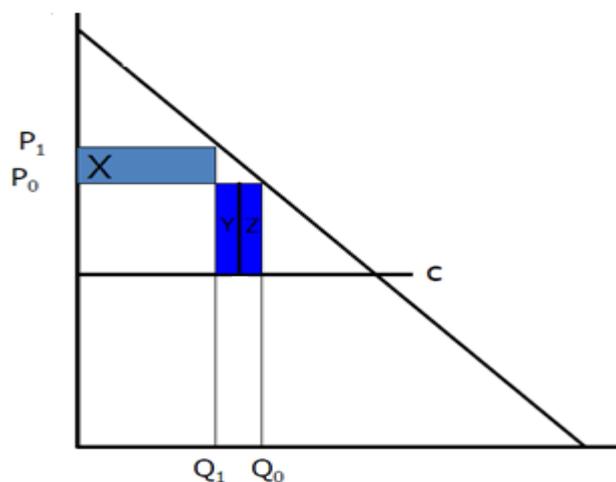
2、市場力之衡量

所謂市場力，為事業將價格維持在高於競爭價格的能力。某些結合案件同時具有二個應權衡面向，其一，為結合後因增加市場力，而可能提高價格造成損害；其二，為結合後因增加效率致成本下降，而可能抵銷結合後因市場力提高所產生的價格上漲壓力，如何系統性地看待前述案件，為結合審查主管機關的重要課題。諾貝爾經濟學獎得主 Oliver Williamson 於 1968 年提出威廉森抵換模型（Williamson Tradeoff Model），至今仍對反托拉斯法之執行有所影響。在該模型中，一方面因為結合後廠商之市場力增加而可將價格提升至高於競爭價格，造成消費者剩餘的損失；一方面因為結合後廠商的單位成本降低，而增加生產者剩餘，因此主管機關在審理結合案件時，要同時就此二方面予以權衡。



圖三:Williamson Tradeoff Model

但從另外一個角度觀察，倘若一個結合案件經初步篩選，並不具有明顯的價格上漲壓力，即不具有明顯的單方效果，主管機關即無需再進行後續的結合分析。在實務操作上，透過移轉率（Diversion Ratio）的資訊，可以判斷結合事業是否具有漲價的動機，並據以作為價格上漲壓力（upward pricing pressure, UPP）高低的判斷因素。



圖四:漲價動機分析

假設 A 廠商銷售產品 1，B 廠商銷售產品 2，二者結合後成為 Z 經濟實體，結合後產品 1 若調漲價格如上圖所示，其雖因漲價有新增利得（X），卻也因銷售量減少而產生漲價的成本（Y+Z）。惟倘產品 1 與產品 2 間具有相當替代性時，原本由產品 1 出走的消費者部分轉而購買產品 2，該經濟實體可回收因價格調漲所失去的部分利潤（Y），原屬漲價的成本降低，則事業結合後漲價的動機將因而增強。前述由產品 1 回流到產品 2 的比率即移轉率（Diversion Ratio）可表示為 DR_{12} ，轉向銷售量的價值（Value of Diverted Sales, VDS）計算方式為 $DR_{12} \times (P_2 - C_2)$ ，該轉向銷售量的價值（VDS）高低即為價格上漲壓力（UPP）之指標。

綜上，主管機關經分析消費者對於產品需求的替代性，倘發現結合廠商間產品替代性高、競爭程度激烈，可預測其結合後有誘因、有能力進行漲價，其價格上漲壓力高，將產生顯著的單方效果，則應續為全面性的結合分析；反之，可逕予結案。即主管機關可據價格上漲壓力測試，衡量結合後的單方效果，及對結合後的限制競爭效果進行初步判斷，作為結合審查的初步篩選標準，進而提升結合審查的效率。

(七) 垂直交易限制

獨家交易、維持轉售價格、地域限制、搭售及最惠國待遇等行為皆為垂直交易限制之類型，然而是否垂直交易限制皆屬影響市場競爭之行為，則需進一步加以探討，因為垂直交易限制可能帶來的好處，包含使下游通路商進行更有效率之投資、有效運用差別取價、阻止無效率通路商之價格上漲及商品或服務品質之保證等。另外獨占廠商是否得透過垂直交易限制將其獨占力向上游或下游延伸，因為獨占市場供需均衡之結果，對消費者福利有減損、產生無謂損失(Deadweight Loss)之影響，因此倘垂直交易限制具有反競爭、對獨占業者獲有利益之情形，則需特別注意其垂直交易限制行為將有影響市場競爭之結果。

(八) 正當程序(Due Process)

正當程序對主管機關而言，是對外界宣示其公正審理之信用保證；對事業而言，主管機關之裁處決定將有嚇阻違法之功能、讓事業有可供遵循之方針，亦可避免涉案事業與主觀機關間對於調查事項之溝通障礙(cooperation gaps)。公平與透明之調查程序包含以下幾點：1、當事人在調查階段，能選擇雇用國際或當地律師作為其辯護人；2、基於法律與事實之基礎，通知當事人並分享主管機關所據以調查之證據；3、當事人、案件承辦人與裁罰決定者間直接且有意義之交流；4、對裁罰決定者提出抗辯之能力；5、機密資訊之保護；6、裁罰決定之檢視與平衡(案件是否具獨立法院審理)。授課講師除關切亞洲國家競爭法主管機關對於正當程序之現行作法，並以美國聯邦貿易委員會或司法部等機關現行之實務，提出前述調查程序應如何落實於案件調查中。

四、研習心得與建議

(一) 本會近年來辦理跨國企業涉及違反公平交易法規定之案件，承辦人員雖皆盡力依照法定程序辦理案件調查，對於事證資料之蒐集亦未疏漏保障檢舉雙方及關係人之權益，倘檢舉雙方或關係人要求陳述意見或閱覽卷宗，承辦人員絕未怠忽職責、依相關規定辦理俾使檢舉雙方或關係人得以主張其抗辯之權利。然而該等跨國企業曾以本會正當程序(Due Process)未完備為由(例如未進行 State of Play Meeting、決定作成前未寄發異議聲明書[Statement of Objections])，認為本會調查程序有瑕疵、未充分保障其抗辯之權利。然而前

述正當程序未法令化之情形亦非我國所獨有，僅因部分跨國企業於亞洲地區遭當地競爭法主管機關之懲處，而受到該等跨國企業法律顧問之重視(GAI主任 Koren W. Wong-Ervin 即在講授國際正當程序時主動詢問亞洲國家競爭法主管機關對於正當程序之現行作法)。未來本會不論是否訂定公平交易法案件調查程序相關規範，面對跨國企業經由正式及非正式管道反映對本會執法正當性之質疑，辦理跨國企業涉及違反公平交易法規定案件之承辦人，均需小心因應其對於抗辯權利保障之訴求以及對本會調查程序完備性之挑戰。

(二) 「市場界定」是競爭法案件審理之核心議題，卻也因其難有客觀、易於操作之方式，使得競爭法主管機關與案關當事人對於市場界定之結果多有爭議。本研習課程以 2 堂課的時間，介紹市場界定及市場力相關理論，即顯示該主題對於競爭法主管機關執法人員之重要性。除課程內容之學習外，本會代表課後亦與多位授課講師針對市場界定議題交換意見，Kenneth Heyer 教授即提出未必所有競爭法案件皆需要先行界定市場之意見，惟 Kenneth Heyer 教授亦自承前述意見尚未被美國法院所接受。本會案件是否得免除市場界定程序，改採經濟分析工具直接評估其對市場競爭影響，也許未來遇有適合之個案及資料，且有足夠把握能正確分析及評估競爭效果的前提下，似未嘗不可考慮跳過市場界定、集中度等結構面因素之程序，直接評估競爭效果，惟仍建議需訂定前述可跳過市場界定案件之類型，及直接評估競爭效果之要件與程序等相關規定後，俾利本會未來審理案件時可資遵循。

(三) 近年來經濟分析對於競爭法案件之執法過程及意見研析等皆扮演重要角色，本次研習課程之授課講師，於競爭法、經濟學及智慧財產權等領域皆有豐富之實務及教學經驗，授課內容與參考文獻對競爭法執法所面臨之行為態樣，有更多經濟觀點之思考，例如掠奪性定價與促銷價格之差異、競爭法執法衡酌之利益(消費者利益、消費者選擇或整體經濟利益等)或裁處高額罰鍰對市場競爭之維持是否確有正面之助益等，對於本會同仁而言，應可藉由本研習課程之內容提升其對於公平交易法之整體認知及經濟分析工具於案件運用之能力，是以建議未來如有類似訓練課程，本會仍應持續派員參訓。另外本次研習課程之內容，每位講師皆以其豐富之理論與實務經驗、以深入淺出的方式講授，同時每課堂指定之參考文獻，其內容皆為該授課主題絕佳之經典作品，因此建議將前述參考文獻置於本會電子布告欄 (BBS) 經濟分析專區，供同仁參閱。

附件

「競爭法執法官員經濟學研習課程」課程表

月/日	時間	研修內容	講師
7/31 (日)	18:00~20:30	報到&歡迎晚宴	
8/1 (一)	08:30~09:45	經濟學與經濟思維簡介 Introduction to Economics and Economic Thinking	Douglas H. Ginsburg
	10:00~11:15	個人選擇、需求與福利 Individual Choice, Demand, and Welfare	Bruce H. Kobayashi
	11:30~12:45	成本、生產與供給 Cost, Production, and Supply	Kenneth Heyer
	13:45~15:00	市場、競爭過程與管制 Markets, The Competitive Process, and Regulation	Joshua D. Wright
	15:15~16:15	反托拉斯法的目的 The Goals of Antitrust Law	Kenneth Heyer Koren W .Wong-Ervin
8/2 (二)	08:30~09:45	競爭、獨占與獨買 Competition, Monopoly, and Monopsony	Douglas H. Ginsburg
	10:00~11:15	廠商理論、垂直整合與契約 The Theory of the Firm, Vertical Integration, and Contracts	Bruce H. Kobayashi
	11:30~12:45	寡占理論、卡特爾與制裁 A Theory of Oligopoly, Cartels, and Sanctions	Bruce H. Kobayashi Joshua D. Wright
	13:45~15:00	差別訂價與福利 Price Discrimination and Welfare	Joshua D. Wright
	18:00~20:00	團體活動 Group Activity	

月/日	時間	研修內容	講師
8/3 (三)	08:30~09:45	多邊平台經濟學 Economics of Multi-Sided Platforms	John Yun
	10:00~11:15	市場界定與市場力(一) Market Definition and Market Power(I)	Joshua D. Wright
	11:30~12:45	市場界定與市場力(二) Market Definition and Market Power(II)	Joshua D. Wright
	13:45~15:00	市場界定與統計證據之實務作法 Empirical Approaches to Market Definition and Statistical Evidence	Bruce H. Kobayashi
8/4 (四)	08:30~09:45	垂直限制：排他性與競爭的優點 Vertical Restraints: Exclusion and Competition on the Merit	Kenneth Heyer
	10:00~11:15	掠奪性訂價與捆綁折扣 Predatory Pricing and Bundled Discounts	Bruce H. Kobayashi
	11:30~12:45	國際正當程序 International Due Process	Koren W .Wong-Ervin
	13:45~15:00	智慧財產權與反托拉斯 Intellectual Property and Antitrust	Koren W .Wong-Ervin
8/5 (五)	08:00~09:15	標準與標準制定機構、合理無差別授權原則與套牢問題 The Economics of Standards and Standard Setting Organizations, RAND, and Holdup	Koren W .Wong-Ervin Joshua D. Wright
	09:30~10:45	反托拉斯與智慧財產權訴訟 Antitrust and Intellectual Property Litigation	Bruce H. Kobayashi
	11:00~12:15	個案研討 Hypothetical	
	12:15~	結業式 Adjourn	