

## 出國報告（出國類別：其他公務有關活動）

# 參加「競爭法執法官員與法官之經濟學 研習課程」（2017年6月）出國報告

服務機關：公平交易委員會

姓名職稱：王性淵薦任視察、王政傑專員

派赴國家/組織：澳洲墨爾本/美國喬治梅  
森大學法學院「全球反托  
拉斯學院」

出國期間：106年6月18日至6月23日

報告日期：106年7月26日

## 一、研習課程目的

本項「競爭法執法官員與法官之經濟學研習課程」(Economics Institute for Competition Judges and Enforcement Officials)係由美國喬治梅森大學法學院(Scalia Law School, George Mason University)下設之「全球反托拉斯學院」(Global Antitrust Institute, 下稱 GAI)主辦,並由澳洲墨爾本大學法學院下設之「市場機制設計中心」(Centre for Market Design at The University of Melbourne)提供場地協辦,亦為 GAI 本(2017)年第 2 次舉辦類似的研習課程。GAI 係於 2015 年 5 月首次於澳洲雪梨舉辦此項研習課程,其後陸續於美國夏威夷、華盛頓及阿拉伯聯合大公國杜拜等地先後舉辦,並多次邀請本會派員參加。GAI 於 2014 年成立,主要成立宗旨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與法官有關經濟學理論及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與審理相關訴訟案件的品質及效率。

## 二、研習過程

### (一)研習內容

本次研習課程共計 20 堂課(除第 1 堂課 30 分鐘外,其餘每堂課皆為 75 分鐘,研習時數共計 23 小時),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:經濟學思維及基礎理論介紹、廠商理論、市場競爭、差別訂價、卡特爾、正當法律程序、水平結合、市場界定及競爭效果、垂直交易限制、多邊平台經濟學、智慧財產權與專利授權等。在參加研習前,GAI 會將課程表及各堂課講師建議之書籍、研究文章通知參訓學員先行參閱。本次研習課程表及各堂課主題之建議閱讀參考文獻如附件。

### (二)課程講師與參訓學員

本次研習課程講師皆為傑出之經濟學者及反托拉斯法專家,包括美國哥倫比亞巡迴上訴法院法官 Douglas H. Ginsburg、前美國聯邦交易委員會委員(現任 GAI 執行主任) Joshua D. Wright 教授、GAI 主任 Koren W. Wong-Ervin 教授及喬治梅森大學法學院 Bruce H. Kobayashi 教授。參訓學員分別來自澳洲、紐西蘭、南韓、中國、越南、菲律賓、印度、西班牙及我國,共計 27 名學員(其中包含 16 位法官及 11 位競爭法執法人員)參加,我國部分除了本會指派 2 位同仁出席外,主辦單位另行文司法院邀請法官參加,智慧財產法院與臺北地方法院各選派 1 位法

官參訓。本次研習全程在澳洲墨爾本大學法學院會議室進行，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）、飯店住宿及膳食（部分自費）費用。

### 三、研習內容

本次研習內容主要分為兩大部分，先介紹經濟學基本理論，後討論經濟學理論在各項競爭法議題之運用。經濟學基本理論包括消費者選擇、效用理論、供需法則、生產成本、市場均衡及社會福利等；各項競爭法議題則包括市場界定、結合及競爭效果評估、卡特爾行為、垂直交易限制、多邊平台經濟學、智慧財產權授權及標準制定等。課程內容涵蓋層面廣泛，本報告僅擷取重點部分予以說明。

#### (一)經濟學思維

講師以 Klick 及 Wright 於 2013 年所發表的研究文章「塑膠袋禁令與食物感染疾病」(Plastic bag bans and foodborne illness) 談起，由於廢棄的塑膠袋危害海洋動物及製造過多垃圾，美國許多城市紛紛以環保為由禁止使用塑膠袋或課徵使用稅，舊金山於 2007 年成為美國第 1 個實施禁令的城市，並於 2012 年將此禁令延伸至所有的零售商店。然而，替代塑膠袋而可重複使用的袋子，卻有證據證明含有潛在的有害細菌，特別是大腸桿菌。該文章檢視舊金山實施塑膠袋禁令後的相關數據，發現死亡人數及急診數均攀升，而其他後續實施禁令的城市亦有相同的統計數據。究其緣由，可能在於民眾忽略應清洗可重複使用的袋子，或將生食與熟食混合裝袋而導致交叉感染。講師以此案例說明政策制定的背後須有經濟學思維存在，並可藉由經濟分析的方法檢驗該政策或法律實施的影響效果，作為研修政策或法律的實證參考依據。

#### (二)經濟學簡介（消費者選擇、需求、生產成本、供給、社會福利及市場均衡）

對消費者而言，無異曲線上兩種產品的組合所產生的效用總和均相同，講師並以無異曲線的 3D 立體圖示談起，猶如觀看一座山的切面，越往山峰靠近的無異曲線，代表消費者的效用越高。消費者的需求曲線來自於其偏好，代表消費者對每一單位產品的最高評價或支付意願。市場需求曲線則由個別的消費者需求曲線匯總而成。消費者對產品需求的反應程度係由需求彈性來衡量，需求彈性之定義為產品價格的變動會引起多少產品需求量的變動。

消費者福利（或稱消費者剩餘）為消費者個人願意支付產品或服務的最大價值與實際支付價格之間的差額。社會福利（或稱總福利）則為消費者個人願意支付產品或服務的最大價值與生產該商品或服務的機會成本之間的差額。社會福利

為消費者剩餘與生產者剩餘的總和。

經濟學所謂的成本包括外顯成本，例如工資、租金或資本購置成本。廠商的成本亦包括隱含成本，例如業主經營業務所花費的時間成本，土地或資本可用於生產其他產品的價值，及資金可用於投資其他商業用途的價值等。成本亦包括機會成本，即選擇參與某些特定經濟活動時，所放棄的替代選項中最高的價值。

競爭均衡將形成社會福利最大化的市場價格及產量，即最大化生產者剩餘及消費者剩餘。經濟誘因的驅動可使市場價格趨向於均衡，設定價格的下限、上限或其他扭曲市場競爭的限制將降低經濟誘因，並導致社會福利的減少。市場係以價格的形式向生產者與消費者傳遞供需訊息，使雙方得知產品或服務資源缺乏的相對程度，並透過不同的經濟活動有效分配資源，以達到競爭均衡。

### (三) 廠商理論、垂直整合與契約

廠商如透過組織來處理交易行為，將能有助於降低市場交易成本，包括蒐集市場價格及進行交易協商的成本。因此，在討論廠商理論時，有 2 項主要的經濟學問題可探尋：1. 為何要以廠商或所有權制度的方式進行管理，而非以契約的方式管理？2. 所有權制度對經濟誘因有何影響？對此，經濟學家 Ronald H. Coase 認為建立廠商的原因在於使用價格機制時會產生成本，而此成本被稱為「交易成本」(transaction cost)，包括搜尋市場價格的成本、協商及締結契約的成本、當情事不確定時的協調成本。

影響交易成本的主要因素在於：不確定性(uncertainty)、交易頻率(frequency)及資產特定性(asset specificity)。經濟學家 Oliver Williamson 認為影響交易成本的因素最主要為資產特定性。資產特定性係指交易的內容並非皆適用於所有廠商，而是針對廠商特定的需求條件而制定，而此特定性即成為交易成本的來源，故相對於不具特定性的單純交易行為，廠商間不完全的契約內容本身即會產生交易成本。

由於資產特定的投資，契約締結後的誘因將有所變動，一方將有誘因箝制另一方，並將因合作所產生的「準租金」(quasi-rents) 進行移轉，且由於廠商會預期到契約締結後的危險而有所忌憚，故將使雙方不易進行合作或選擇較不專業與無效率的方式進行生產。

「箝制」(hold up) 係指交易之一方利用契約中的不完全性，違反契約締結的原意，以獲取短期利益。造成「箝制」的 3 個必要條件：不完全契約、特定資產投資的關係、進行箝制行為係有利可圖的。而「垂直整合」為解決箝制問題的

方式之一，即透過上游製造商與下游銷售商的整合，由雙方共同擁有特定資產，改變彼此的經濟誘因。事業進行垂直整合的決策須考量是否向零售端進行整合，或「自行製造或向外購買」(make or buy)的決定。分析事業進行垂直整合的方法亦適用於如加盟、特許經營的混合組織型態。

當兩家廠商分別地訂定互補性產品的價格時，將產生接續性獨占或雙重邊際化的問題。此架構可用於傳統互補品（如茶與糖）及垂直交易關係（如互補性係指製造商的產品與零售商的服務之間），以 2 個生產互補性產品的獨占者為例，倘其各自獨立地訂定價格或數量，由於各自忽略其價格影響另一廠商利潤的負外部性，2 家各自訂定的價格會較雙方結合所訂定的價格更高，如果此效果特別明顯，將使結合後的廠商訂定低於邊際成本的價格。因此，可透過不同方式消除雙重邊際化，如垂直整合、維持轉售價格或制定加盟費用。

#### (四) 差別訂價

差別訂價涉及針對某群消費者降低產品或服務價格的同時，提高另一群消費者的產品或服務價格，相對於線型的獨占訂價，差別訂價具有提高或降低效率與產量的效果。實施差別訂價的條件在於廠商對價格具有決定權、可識別不同群體的消費者、可避免不同群體的消費者之間進行套利。

完全差別訂價（亦稱第一級差別訂價）在理論上係指向買方收取的價格等於其心中對該產品或服務的最高願付價格，此訂價方式將降低因獨占訂價所造成的無謂損失並極大化靜態社會福利。第二級差別訂價係以消費者分類的方式，提供套裝組合由消費者自行選擇，如遊樂園，先收取基本入場門票，後再針對使用每項遊樂設施另收費用，此訂價方式試圖達到第一級差別訂價所能產生的效果。第三級差別訂價則涉及市場區隔，常見於競爭市場中如折扣券、孩童優惠價格或不同艙等的機票價格，由於此訂價方式所造成的靜態福利效果並不明確，因此需要以個案方式進行經濟分析。

實務上經常於競爭激烈的市場中觀察到差別訂價的情況。倘廠商進行差別訂價時，不僅須考量其造成的靜態福利效果，亦須考量動態效率，例如，差別訂價可促使企業從創新中獲取更高的利益，並增加創新的誘因。

#### (五) 寡占理論、卡特爾與法律制裁

經濟學家 George Stigler 所著的「寡占理論」(A Theory of Oligopoly) 文章中提到，藉由將廠商銷售額的變動性與市場結構相聯結，作為檢視市場是否偏離競爭的標準，亦即廠商銷售額的變動性越高，則市場越具競爭性。因此，倘市場中

廠商的數目越少、廠商的集中度越高、買方具有高忠誠度、長期的需求變動不高，則對該市場中的廠商而言，將越容易偵測其他廠商是否有背離卡特爾的行為。

對於法律制裁的經濟分析上，基本原理在於制裁措施足以使違法者將其違法的社會成本內部化，然而事實上，由於並非能對違法者進行全面的調查及裁罰，且亦有執法成本存在，故最適的制裁措施須高於違法的社會成本，才能使潛在的違法者預期到可能面臨的制裁成本而不敢違法。講師以全球各地未知的洞穴（caves）作為譬喻，說明價格卡特爾案件就如同洞穴般，具有相當高的隱密性，潛伏於某處而未為人知，查處與裁罰的難度較高，因此需要提高罰鍰金額，惟亦須注意過高的罰鍰金額可能造成事業耗費過多的遵法成本。

#### (六) 正當法律程序

為確保競爭法主管機關在執法過程中具有正當法律程序，講師提及有 6 個考量因素應特別注意：

##### 1、 案件調查及訴訟程序遲延（delay）：

縱使美國憲法僅對於刑事審判賦予速審權（speedy trial clause），但聯邦最高法院認為在正當程序下，應避免以壓迫性的遲延來達成最後的決定。反托拉斯案件的調查倘有所遲延，除使個人的生活籠罩在調查陰影下，亦使事業的經營決策受到延宕。例如，最近歐盟普通法院在某卡特爾案件的審理上，因訴訟程序過久而判決應賠償訴訟當事人。

##### 2、 對案件作出實質決定前舉行聽證程序（Hearing Before the Actual Decision Maker）：

正當程序最基本的原則在於當事人有適當的方式及時間進行陳述，因此，對案件具有實質決定權者是否有聽取當事人的證言或僅止於書面審查，均會影響決定的正確性。

##### 3、 案件決定者之中立性（Neutral Decision Maker）：

當案件決定者會因決定而受到直接或實質的利害關係影響時，則此案件決定者並不具中立性，倘競爭法主管機關與所裁罰的金額之間並無關聯，為何競爭法主管機關總會對外公布裁罰金額的統計數據，是否有藉此宣傳執法成效或獲取預算來源。

##### 4、 對證據有答辯的權利（Right to Confront Evidence）：

案件調查過程中當事人是否經通知檢視相關證據，並有權提出答辯，均需有透明的法律及調查過程作為基礎。競爭法主管機關使用同意裁決（consent

decrees) 的方式處理案件，已使案件的調查過程變得更加不透明，而此亦遭批評認為案件經妥協後，由於並無任何裁罰決定產生，將嚴重影響競爭法的發展。

5、案件的違法事實應依證據認定 (Reasoned Decision Based Solely upon the Evidence)：

決定案件的理由與結論須完全取決於聽證時所依據的法律及證據。美國巡迴上訴法院審查主管機關的決定時最常發現的錯誤在於，主管機關對於違法事實並非均依證據認定。

6、須由獨立法院進行審理 (Review by an Independent Tribunal)：

正當程序不僅應給予當事人於訴訟前提出主張的權利，亦須有受司法審查的權利。以美國司法部為例，在涉及反托拉斯的刑事案件中，必須證明違法行為已超越合理懷疑的程度；民事案件則以證據具有優勢作為證明標準；上訴審法院的審理原則雖為重新審理 (de novo)，但除非事實認定具有明顯錯誤外，仍會依照原審法院所認定的事實，原因在於原審法院有聽取雙方當事人的證詞。

(七)市場界定與市場力量

在競爭法的案件中，要衡量事業是否具有獨占廠商之市場力量 (或具有相當市場力量)，端視其是否有能力將產品或勞務的售價維持在比一般市場行情價格高，並使其產品或勞務的產量低於一般競爭水平產量，且能維持穩定獲利之能力。簡言之，一般事業所經營的產品市場倘面臨水平競爭同業眾多，且均為同質性產品，該市場也沒有顯著之進入障礙，屬於經濟學所稱之完全競爭市場，此時該產品的市場價格  $P$  將會趨近於相關業者之邊際成本  $MC$  ( $P=MC$ )。此時單一事業倘為求增加獲利而嘗試調漲其產品售價，但因消費者有其他眾多同質性替代產品可供選擇，該漲價業者可能面臨銷售量大幅減少之情形而無法獲利，因此，當  $P=MC$  時，相關事業通常不具有市場力量。

然而並非所有市場都具有前揭完全競爭市場的特性，當市場為異質性產品、不完全訊息、具有參進障礙、事業間有聯合行為協議或因政府法令管制而限制競爭時，相關事業就可能或多或少具有相當之市場力量，此時市場之競爭型態多為不完全競爭市場 ( $P>MC$ )。因此，部分經濟學家嘗試以事業之產品售價  $P$  與其邊際成本  $MC$  等兩項變數，據以估算並評估事業之市場力量。

講師提醒在評估事業之市場力量時，有兩點值得注意：

## 1、需求彈性：

依經濟學之需求理論，產品之需求曲線雖然為負斜率（產品需求數量與價格高低成反比），且需求彈性很低時，並不隱含相關事業就具有相當之市場力量。舉例而言，倘事業推出美國 NBA 知名球星 LeBron James 代言或授權的古龍水，其產品之邊際成本可能僅 5 美元，但售價卻可能高達 300 美元，且即使事業提高該產品售價，其銷售量可能並不會有顯著的減少（代表該產品之需求曲線相當陡峭，斜率很高，需求彈性很低），惟此一現象並不表示 LeBron James 所代言或授權的古龍水具有獨占力，其原因僅係該商品之購買者為 LeBron James 的球迷，需求極欠缺彈性。故產品之需求彈性並非測度廠商的市場力或預測其行為之有效工具。倘能同時取得需求彈性、產品售價、邊際成本與移轉率（Diversion Ratio）等資訊，方能針對事業之市場力量進行評估。

## 2、玻璃紙謬誤（Cellophane Fallacy）：

競爭法執法機關有時會運用交叉彈性進行市場界定，所謂的交叉彈性係指一產品價格變動率影響另一產品數量變動率的比率值。產品本身及其替代品間或地理區域間的交叉彈性可用以測度該二項產品或地理區域間的替代關係，並予以界定相關市場。講師特別以美國杜邦玻璃紙案中 Hand 法官的見解，提醒當運用交叉彈性界定相關市場時，需注意其限制，否則容易產生「玻璃紙的謬誤」，即估計交叉彈性所使用的價格宜以越接近成本之競爭價格所衡量之交叉彈性，據以判斷產品是否屬同一市場。若使用獨占性價格計算交叉彈性，因獨占廠商（或具優勢地位廠商）係在需求價格彈性較大的情況下訂價，故當該產品價格提高時，消費者將大量轉移至其他替代品，但這並不代表其他替代品與該產品具有高度的替代關係，相反的，這代表該廠商正在實施獨占訂價，此即產生所謂「玻璃紙的謬誤」現象，將不當擴大相關市場範圍，並低估事業市場力。

講師特別回顧了經濟學家對於市場結構與市場力量相互間關係的演進歷程，美國早期的產業經濟學者都在研究廠商家數與產品價格間的關係，並利用經濟學中寡占市場 Cournot model 等模型進行研究，1950 至 1960 年代則有「結構—行為—績效」學派的理論出現（Structure-Conduct-Performance paradigm），此一學派主要認為市場結構或市場集中度會影響事業之行為，而事業之行為則會影響分析市場集中度與價格的關係。

但是根據 Demsetz、Brozen 及其他學者的實證研究顯示，市場結構與利潤並未具有系統性的關係，也就是獨占廠商獲得的利潤並不盡然大於競爭市場結構下廠商所獲得的利潤，市場結構指標（包括價格、產量、創新等）也未必是衡量競爭績效的良好指標。

由於 S-C-P 理論的式微，競爭法主管機關對於市場界定的問題也隨之有新的發展。傳統的反托拉斯經濟理論認為，市場界定的目的是要計算有多少廠商在市場競爭，並預測或比較價格的變化。但是現代的反托拉斯經濟理論則主張，界定市場的目的是要定義市場競爭的來源和本質，並瞭解廠商的行為以及在交易過程中如何影響消費者，也就是要瞭解誰在這個範圍競爭、哪些事業彼此限制訂價決策，以及哪些事業具有緊密的替代而可將消費者明顯區隔。

現代經濟學主張以假設性獨占者檢測（hypothetical monopoly test，HMT）作為界定相關市場之方法，其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。

#### (八) 水平結合之競爭效果分析

針對水平結合案件之競爭效果分析，講師指出早期競爭法主管機關在審理水平結合案件時，主要是考量相關水平競爭業者之家數、市占率與產業結構等靜態數據，而現代經濟學則是關切相關業者於結合後提高產品價格之能力，結合後事業提高產品價格之能力又可區分為單方效果（Unilateral Effects）及共同效果（Coordinated Effects）。

所謂單方效果係指，結合後，參與結合事業因消除彼此競爭壓力，而得以提高商品價格或服務報酬之能力。前揭情形，可依結合前後市場集中度變化、參與結合事業市場占有率、非參與結合事業市場占有率及供給反應程度、買方對價格變動的反應程度加以評估；至於共同效果則是指，結合後，參與結合事業與其競爭者相互約束事業活動、或雖未相互約束，但採取一致性之行為，使市場實際上不存在競爭之情形。前揭情形可依事業家數、市場集中度、參進障礙、產品同質性、事業間規模與成本之對稱性、市場透明度、交易模式、產能利用率、是否存在擁有獨特競爭誘因且可影響市場競爭程度之事業，及該事業是否為參與結合事業等加以評估。

現代經濟學針對如何評估水平結合案件之單方效果，陸續發展出 UPPI 或

GUPPI 等許多實證的經濟分析指標，以及更複雜的結合模擬分析模型。講師並以美國 Jos A Bank 及 Men's Wearhouse 等 2 家男裝業者之結合案件，說明美國聯邦交易委員會運用統計學之雙差法 (Diff-N-Diff)，針對該水平結合案件所可能產生之競爭效果進行評估與分析。另外講師也以美國知名的水平結合案例 (Staples 與 Office Depot 之結合案)，簡介美國聯邦交易委員會利用其所蒐集相關業者於美國各州之廣告傳單上相同產品之不同售價，運用臨界損失分析法，以及計量經濟學之實證分析模型「SPLS/ODP (Hausman) Model」，用以評估此項結合案件之競爭效果。雖然現代經濟學針對水平結合案件之競爭效果已發展出許多分析工具，但講師也提醒，這些經濟分析工具均隱含有許多經濟前提假設，這些假設前提可能與結合案件之實際狀況有所不同，在實際分析運用上仍有其限制。

最後在關於水平結合案件之經濟效率分析部分，講師則是提醒，水平結合案件之事業於結合後，透過其資源整合（免除重複研發投資、專業分工提高生產效率等方式）可能使業者結合後之邊際生產成本 (MC) 顯著降低，此一成本降低之效果，將可能使結合後業者之生產數量增加，且產品售價降低，這種因為水平結合邊際成本下降所產生的經濟效率提升，也應在審理水平結合案件過程中加以考量。

#### (九)垂直交易限制

由於生產者與消費者之間因為銷售通路成本的存在，生產者大多會先將產品銷售給中間通路或批發商，再經由相關通路轉售予消費者，形成所謂「產品生產者－通路業者－消費者」之垂直銷售關係。由於生產者與通路業者在銷售同一產品時的市場力量與誘因機制並不相同，可能產生一些利益衝突，因此生產者與通路之間常會訂定一些垂直交易限制（如區域限制、最高轉售價格或最低轉售價格等），這些垂直交易限制均可能影響該產品之零售價格與數量，對終端消費者之福利產生影響，因此，競爭法主管機關對於垂直交易限制案件亦相當關切。

##### 1、區域限制：

區域限制乍看之下可能會對市場產生限制競爭的效果，但經濟學家指出，區域限制可能是生產者為了解決品牌內不同通路業者，在行銷上可能產生「free-rider」現象（按某產品在區域內若同時存在 A 與 B 兩個銷售通路，倘 A 通路業者為求增加銷售而投入大量行銷成本，提供良好售前服務與解說，但消費者在享受 A 通路之行銷服務與解說後，卻選擇與價格較低之 B 通路業者購買該產品，B 通路業者即是所謂的 free-rider，也會影響 A 通路業者

後續投入更多行銷成本之意願)，所採行的策略。另外採行區域限制雖然會使得區域內的品牌內競爭降低，但是品牌間的競爭仍然存在，對於消費者並不必然產生限制競爭之效果。因此，美國最高法院在 1977 年 *Continental T.V. v. GTE Sylvania* 案例中，即揭示了對於區域限制之競爭法案件應採取合理原則進行審查。

## 2、最高轉售價格：

講師以報紙的零售定價為例來做說明，對通路業者來說，如果能夠適度提高產品售價，且產品的銷售量不會有顯著的減少，此時通路業者可以透過提高報紙的售價而獲利，然而對於報紙發行商而言，通路業者若任意提高特定報紙的售價，將可能使該報紙的發行量下滑，進而影響廣告商在該報紙刊登廣告的意願，而使得該報紙面臨收入減少甚至是虧損的危機，因此，某些報紙發行業者，就可能與其下游通路訂定最高轉售價格之約定，以解決這項問題。經濟學家指出，最高轉售價格的約定，對於生產者與終端消費者而言通常都是有利的，只有當生產者具有獨占地位且訂定最高維持轉售價格時，由於通路業者無法選擇其他替代品來銷售，此時才會有限制競爭的問題。美國法院在 1997 年 *State Oil Co. v. Kahn* 的案例中，也闡明了競爭法的主要目的是要保護品牌間的競爭，業者間對於維持較低價格的限制或約定，只要價格並未低於業者的生產成本形成掠奪性定價，競爭法不應介入。

## 3、最低轉售價格：

講師表示在 2007 年 *Leegin Creative Leather Products, Inc. v. PSKS* 案之前，美國對於最低轉售價格均採取當然違法原則，但有經濟學者指出生產者之所以採取最低轉售價格，可能是為了保障下游通路的利潤，鼓勵通路可以提供更多售前服務與針對該品牌產品進行更多專屬的行銷投資。而這些售前服務與專屬性投資將可能使消費者的需求增加，增進品牌間競爭，最終使得消費者與生產者都獲利。

綜上，講師特別提醒競爭法執法人員在運用合理原則審酌垂直交易限制時所面臨的困難，以區域限制或最低維持轉售價格而言，這些「垂直」的交易限制固然可能保障通路業者一定程度的利潤，並鼓勵其針對消費者提供更多售前服務與行銷廣告投入，使得該品牌的需求增加（需求曲線右移，銷售量可能因此增加且價格也可能因此下降）；但這些「垂直」的交易限制也可能使原本相互競爭的零售通路市場的價格折扣競爭減少，使得「水平」的通路銷售市場容易形成相互勾

結互不競爭之情形。

#### (十) 多邊平台經濟學

由於生產者與消費者間存在搜尋成本，使得多邊平台業者應運而生，多邊平台係指存在兩群（或多群）不同的使用者，彼此間互相需要，而且都仰賴平台提供媒介交易，多邊平台則同時提供商品或服務予各群不同之使用者，平台業者必須同時迎合各群消費族群之需求，提供聯合服務（joint production of services）。例如美國非常流行的預訂餐廳軟體 OpenTable APP，就是有效將美國各地的餐廳與消費者整合到該平台上，方便消費者利用其 APP 搜尋並預訂餐廳。此外像是 Uber 叫車 APP 或者 Google Android 平台服務，也都是知名的多邊平台實例。由於多邊平台使用者族群之間存在跨邊の間接外部性或網路效應，亦即某一邊之消費者從雙邊平台取得商品或服務的價值，取決於另一邊使用者之數目。因此，在界定產品市場或評估平台業者之行為時，不能僅考慮單一一邊的市場，而必須對於雙邊或多邊市場的回饋反應一併加以考量。

多邊平台業者因為其同時面對兩群或多群平台使用者，所以其訂價策略與一般單一產品業者不同，其需要針對不同群的使用者各自訂定其收費標準，例如 eBay、Facebook、Apple iOS 系統、Google Android 系統等平台業者，經常只針對某一邊的使用者（賣家、產品供應商或廣告商）進行收費或抽成，而針對終端消費者則採取免費使用的策略，以吸引更多消費者使用該平台，試圖擴大其平台的網路效應。由於平台網路效應之存在，容易使相關的平台業者產生進入障礙。此外，由於前揭平台業者可能針對消費者採取免費使用之策略，此種訂價方式將使得傳統競爭法主管機關界定市場的分析工具無法適用，因為沒有價格資料就無法進一步計算其移轉率或者是進行 SSNIP 之分析，這些都是未來競爭法主管機關所需面臨的挑戰。

#### (十一) 創新與智慧財產權

經濟學家在分析競爭法案例時，又可區分靜態與動態的競爭分析，所謂的靜態競爭分析是指，只關心相關事業在現有產品的價格或數量上競爭（competition in the market），至於動態的競爭分析則是比較關切事業希望提供更好的產品或服務，所投入的創新投資與可能面臨的風險（competition for the market）。據經濟文獻顯示，建立有效的智慧財產權（IP）制度，可以激勵創造發明。諾貝爾經濟學獎得主 Robert Solow 認為，財富的增長主要是由於創新。政府倘能明確界定智慧財產權保護的範圍，從而降低交易成本，就能促進智慧財產權的交易與授權。

## (十二) 假設案例演練

本堂課程進行兩則假設案例演練，包含：

### 1、有關標準必要專利（Standard Essential Patent，SEP）之拒絕授權：

某家具有標準必要專利之業者，針對其標準必要專利雖然已經有承諾遵守 FRAND 原則，但該公司僅同意將其標準必要專利授權給產品之終端組裝廠使用，但卻拒絕將其標準必要專利授權給上游晶片設計或製造商（例如晶片製造業者擁有手機基頻晶片之標準必要專利，但僅同意授權給手機組裝廠使用，卻拒絕將其授權給其他手機基頻晶片的設計或製造業者使用），討論議題包括標準必要專利之權利人是否具市場力、如何適用傷害理論加以分析、僅對終端組裝廠授權是否具有正當理由等。

### 2、有關標準必要專利與非標準必要專利之網綁授權：

討論議題包括網綁授權是否具強制性、標準必要專利之權利人是否具市場力、傷害理論及網綁授權帶來的促進競爭方面之效率。討論方式為將所有學員分為競爭法主管機關及案關業者兩組，各組分別就前開議題討論後，個別推派代表進行報告與提問。在網綁銷售的問題上，我國代表提出倘該標準必要專利具有相當之市場力，則捆綁銷售的安排，將可能使該業者將其市場力量不當延伸（leverage）至非標準必要專利的產品市場，對市場競爭造成影響。

## 四、研習心得與建議

(一)由美國喬治梅森大學法學院「全球反托拉斯學院」(GAI)所主辦的競爭法執法官員之經濟學研習課程，本會已多次受邀派員參訓，此項課程所安排之講師群在競爭法領域之學經歷均非常優異，例如現任 GAI 執行主任 Joshua D. Wright 教授即曾任美國聯邦交易委員會委員，原本亦很有機會被美國總統川普任命為新任聯邦交易委員會主任委員，因此，能當面聆聽 Wright 教授等師資群授課，甚至向其當面請益，都是非常難得的經驗，本會歷來參與此項訓練之同仁咸認為訓練效果顯著，建議應持續辦理。

(二)由於本次受訓課程的學員大部分均來自法院，參與過程中提供許多不同於競爭法執法機關的意見與觀點，我國司法院亦選派 2 位法官參與。本次南韓及中國參與之學員中均有來自於最高法院的法官，南韓最高法院法官亦表示曾審理過南韓競爭法主管機關的相關案件，因此，倘日後的研習課程中，我國司法院亦能選派臺北高等行政法院及最高行政法院的法官參與，增加法官對於經濟學思維及基本理

論的認識與相關競爭法議題的掌握，應對於我國競爭法案件在實務上的發展能有所助益。

(三)關於競爭法案件之經濟分析，本會歷來即相當重視，並於 101 年成立資訊及經濟分析室（下稱資經室），戮力強化本會案件經濟分析功能，以精進競爭法經濟分析之運用與落實。資經室並持續邀請國內外經濟學者就競爭法經濟分析等議題到會演講，其中本會於 105 年即曾邀請本次訓練課程講師 Wright 教授與 Koren 教授到會演講，106 年 Koren 教授並 2 度受邀至本會演講。此次受訓期間，本會同仁即針對本會於審理水平結合案件時，為評估結合後單方效果與共同效果之經濟指標（UPPI、GUPPI 及 CPPI 等）之資料蒐集、計算方式與適用門檻等實務經驗就教於 Wright 教授，並獲益良多。是以，倘本會日後仍有類似參訓機會，建議參訓同仁可就自身辦案經驗所遇到之相關經濟分析議題，把握機會直接就教於講師。或與其他競爭法主管機關之執法同仁進行交流討論，例如我國半導體封裝測試大廠日月光與矽品之結合案，雖已獲得我國與美國等競爭法主管機關之同意，但中國大陸則尚未做出最後決定，此次中國商務部參訓代表即表示，由於該結合案件所涉及之結合競爭效果評估之經濟分析相當複雜，商務部已將本案經濟分析報告委外招標，希望藉由第三方獨立經濟研究機構之專業評估報告，獲得客觀之分析結論，有關將競爭法案件經濟分析委外招標之作法亦可做為本會參考。

附件

2017 年 6 月「競爭法執法官員與法官之經濟學研習課程」課程表

月/日	時間	研修內容	講師
6/18 (日)	1800~2000	報到及歡迎晚宴 Welcome Reception and Opening Dinner	
6/19 (一)	0830~0900	經濟學簡介 Introduction to Economics	Ginsburg
	0900~0930	經濟思維 Session 1 - Economic Thinking	Wright
	0945~1100	個人選擇、需求與福利 Session 2 - Individual Choice, Demand, and Welfare	Kobayashi
	1115~1230	成本、生產及供給 Session 3 - Cost, Production, and Supply	Kobayashi
	1330~1445	市場均衡、價格及反托拉斯目的 Session 4 - Equilibrium, Markets, and Prices & Goals of Antitrust	Wright Wong-Ervin
	1500~1615	創新經濟學及動態競爭 Session 5 - Economics of Innovation and Dynamic Competition	Wright
6/20 (二)	0830~0945	廠商理論、垂直整合與契約 Session 6 - The Theory of the Firm, Vertical Integration, and Contracts	Kobayashi
	1000~1115	差別訂價與社會福利 Session 7 - Differential Pricing and Welfare	Kobayashi
	1230~1345	寡占理論、卡特爾及制裁 Session 8 - A Theory of Oligopoly, Cartels, and Sanctions	Kobayashi Ginsburg
	1400~1515	國際正當法律程序 Session 9 - International Due Process	Ginsburg Wong-Ervin
	1800~2000	團體活動及晚宴 Group Activity and Dinner	
6/21 (三)	0830~0945	水平結合 I：市場界定及基礎理論 Session 10 - Horizontal Mergers I: Market Definition and Fundamentals	Wright
	1000~1115	水平結合 II：競爭效果	Wright

月/日	時間	研修內容	講師
		Session 11 - Horizontal Mergers II: Competitive Effects	
	1230~1345	水平結合 III：效率及市場參進 Session 12 - Horizontal Mergers III: Efficiencies and Entry	Wright
	1400~1515	水平結合 IV：市場界定實務作法與統計證據 Session 13 - Horizontal Mergers IV: Empirical Approaches to Market Definition and Statistical Evidence	Kobayashi
6/22 (四)	0830~0945	垂直交易限制 I：基礎理論 Session 14 - Vertical Restraints I: Fundamentals	Ginsburg
	1000~1115	垂直交易限制 II：獨家交易及忠誠折扣 Session 15 - Vertical Restraints II: Exclusive Dealing and Loyalty Discounts	Wright
	1230~1345	垂直交易限制 III：智慧財產授權 Session 16 - Vertical Restraints III: Intellectual Property Licensing	Kobayashi
	1400~1515	多邊平台經濟學 Session 17 - Economics of Multi-Sided Platforms	Wright
	1800~2000	晚宴 Closing Reception and Dinner	
6/23 (五)	0830~0945	智慧財產權 I：基本原則 Session 18 - Intellectual Property I: Fundamentals	Wright
	1000~1115	智慧財產權 II：標準制定、FRAND 原則、專利箝制及域外管轄的補救措施 Session 19 - Intellectual Property II: Standard Setting, FRAND, Holdup, and Extra-Jurisdictional Remedies	Wright Wong-Ervin
	1130~1245	個案研討 Session 20 - Hypotheticals	Wong-Ervin